

# YRITYSTEN JA MEDIAN SUHTEET

TUTKIMUS TIEDOTTAJIEN JA TOIMITTAJIEN YHTEISTOIMINTAANSA  
LIITTÄMISTÄ ASENTEISTA

Tampereen yliopisto

Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos

Marika Vesin

Tiedekunta Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta		Laitos Sosiologian ja Sosiaalipsykologian laitos
Tekijä Marika Vesin		
Työn nimi Yritysten ja median suhteet, tutkimus tiedottajien ja toimittajien yhteistoimintaansa liittämistä asenteista		
Oppiaine Sosiaalipsykologia		
Työn laji Pro Gradu tutkielma	Aika 01.05.2005	Sivumäärä 78

## Tiivistelmä:

Tämä tutkimus käsittelee toimittajien ja tiedottajien toisiinsa ja yhteistoimintasuhteeseensa liittämiä asenteita. Tarkoituksena on siis ollut selvittää millä tavalla erityisesti uutistoimittajat ja yritysten tiedottajat suhtautuvat toisiinsa ja millaisena näiden asenteiden pohjalle perustuva suhde näyttäytyy. Toimittajien ja tiedottajien yhteistoiminta on tärkeässä osassa molempien toimijoiden arkipäivää. Näin ollen yhteistoimintaan liittyvien asenteiden ymmärtäminen on myös tärkeää.

Tutkimus on toteutettu laadullisen asennetutkimuksen keinoin. Aineisto on saatu haastatteleamalla sekä toimittajia, että tiedottajia, ja analyysissä on pyritty löytämään asenteiden ilmauksia ja niihin liittyviä perusteluja. Laadulliseen asennetutkimukseen liittyen taustalla vaikuttavat myös retorisen sosiaalipsykologian ajattelutavat. Käsittelyn kohteena onkin jonkin verran myös se, millaisen kuvan toimittajat ja tiedottajat suhteestaan rakentavat puheidensa kautta.

Tutkimustulosten mukaan toimittajat ja tiedottajat asennoituvat toisiinsa kokonaisina ammattiryhmiä käsiteltäessä hyvin. Kunnioitusta ja luottamusta löytyy puolin ja toisin melko paljon ja kummankin ammattiryhmien edustajien nähdään olevan pääsääntöisesti ammattitaitoisia. Kuitenkaan tilanne ei ole niin yksinkertainen. Joukosta löytyy aina niitä, joiden kanssa yhteistoiminta ei suju toivotulla tavalla ja joiden kanssa tulee esiin ristiriitoja. Ristiriidat voivat liittyä esimerkiksi ammattitaidon ja ymmärryksen puutteeseen, tiedottajien markkinointihenkisyyteen tai toimittajien lieviin vääristelyihin. Haastatellut toimittajat ja tiedottajat näkevät nämä vaikeat tapaukset kuitenkin yksittäisinä henkilöinä, ei koko ammattiryhmää leimaavana ongelmana. Yhteistoiminnan sujuminen tai vaikeudet ovat riippuvaisia henkilöistä, ei niinkään siitä, mihin ammattiryhmään he kuuluvat.

## Sisällysluettelo:

Tutkimuksen aluksi

### **TOIMITTAJAT JA TIEDOTTAJAT SUHTEESSA TOISIINSA**

Yrityksen mediantarve

Tiedotusvälineet

Julkisuuteen pääsy

Yhteisen toiminnan eri puolet

Vaikuttaminen ja valta median ja yrityksen välisessä suhteessa

Hyvä tiedottaja, hyvä toimittaja

Yhteistyö

Toimittajien ja tiedottajien arkipäivän kohtaamiset

### **TUTKIMUS SUHTEESSA AIEMPAAN TIETÄMYKSEEN**

Tutkimuksen tarkoitus

Aiempi tutkimus

### **ASENNE JA RETORIikka TUTKIMUKSESSA**

Laadullinen asennetutkimus

Asenteen käsite ja retorinen sosiaalipsykologia

Asenteen yhteys käyttäytymiseen

Retoriikkaa

### **TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

Aineiston kerääminen

Laadullisen asennetutkimuksen antama esimerkki

Väitteet

Kuinka analyysi on tarkoitus toteuttaa

## TULOKSET

Asenteet väitteisiin liitettyinä

**Toimittajat ja tiedottajat asetetaan rooleihinsa**

Suhteeseen liitetty taloudellisen hyödyn tavoittelu

**Vaikutuspyrkimykset pieniä**

**Valta tiedottajien ja toimittajien välillä**

**Kohtelun samankaltaisuus**

**Luottamus suhteessa**

**Toimittaja on tärkeämpi**

**Samankaltainen työ ja ymmärrys**

Pelissäntöjen ymmärtäminen

**Riskialttiuden olemattomuus**

**Ammatillisen pätevyyden tärkeys**

Lisää aiheesta henkilökohtaiset suhteet

**Toivomuksena kehitystä muttei suuria muutoksia**

Kehitysehdotukset

Ongelmat joihin toivottiin muutosta

Asenteet kokonaisuutta ajatellen

**Yleinen suhtautuminen**

Toimittajat

Tiedottajat

**Suhteen kolme puhetapaa**

Yhteistyö

Toimittaja käyttää tiedottajaa

Tiedotta käyttää toimittajaa

Asenteiden ilmaisujen ristiriitaisuus

**Suhteen toimiminen toimittajan ehdoilla**

Omat tuloksena verrattuna aikaisempien tutkimusten tuloksiin  
Painotuseroja Ikävalkon tutkimukseen verrattaessa  
Täydentävää Lindbergin tutkimuksen kanssa

## **PÄÄTELMÄT**

Itsereflektointia

Jatkokysymyksiä, jatkotutkimuksia

## Tutkimuksen aluksi

Yritysten ja tiedotusvälineiden väliset suhteet ovat nousseet tärkeäksi osaksi molempien toimijoiden arkipäivää. Näiden toimijoiden kohtaamisessa molemmat voivat hyötyä toisistaan. Yritykset voivat saada kaipaamaansa julkisuutta ja tiedotusvälineet voivat saada aiheita, joista kirjoittaa ja materiaalia näitä tuotoksiaan varten. Vaikka molemmat voivat siis hyötyä suhteesta, yrityksen ja tiedotusvälineiden välillä voi olla myös suuriakin intressien ristiriitoja, jotka vaikeuttavat niiden välistä suhdetta ja yhteistoimintaa. (esim. Karvonen 1999, 82-83)

Esitetty kuvaus yritysten ja tiedotusvälineiden suhteista tuo esiin kaksi puolta, suhteesta saatavat hyödyt kannustavat yhteistoimintaan, ja toisaalta tavoitteiden erilaisuus voi tuoda suhteeseen hankaluuksia. Kuinka suhteen kaksi osapuolta eli toimittajat ja tiedottajat suhtautuvat tähän ja muihin yhteistoiminnan mukana tuleviin tilanteisiin ja toisiinsa. Edellä mainittu kysymys on tämän tutkimuksen keskeisenä kiinnostuksen kohteena. Mutta eipä mennä siihen ihan vielä. Katsotaan ensin millaista tietoa yritysten ja tiedotusvälineiden lähtökohdista ja tavoitteista sekä niiden välisestä suhteesta löytyy jo valmiiksi. Tiedotusvälineistä puhuessani painotukseni on erityisesti erilaisissa uutistoimituksissa, koska se tulee olemaan tämän tutkimuksen toinen kohderyhmäni yritysten tiedottajien ohella.

## TOIMITTAJAT JA TIEDOTTAJAT SUHTEESSA TOISIINSA

### Yrityksen mediantarve

Tiedottajan työhön liittyy kiinteänä osana suhteet tiedotusvälineisiin. Vaikka tiedottajan työajasta suurempi osa useimmiten kuluu yrityksen sisäisen viestinnän hoitamiseen ja ulkoisessakin viestinnässä aikaa vievät myös suhteet muihin intressiryhmiin, ei suhdetta tiedotusvälineisiin voida vähätellä. Se kuuluu tärkeänä osana varsinkin suurempien yritysten toimintaan. Valtaosa yrityksistä pyrkiiikin julkisuuteen omasta tahdostaan ja

vaikka kaikki yritykset eivät välttämättä olisi kiinnostuneita mediajulkisuuden saavuttamisesta, Pekka Aula ja Jouni Heinonen ovat todenneet, että mediassa näkyminen on, halusi sitä tai ei, tärkeää melkein jokaiselle yritykselle (2002,146).

Media on nykyään suuri osa lähes kaikkien ihmisten elämää. Tiedotusvälineet tuottavat päivittäin uutisia, ja useimmat ihmiset myös seuraavat tiedotusvälineitä päivittäin. Tästä johtuvan suuren tiedontarpeen vuoksi yrityksen voi olla vaikea päästä pakoon mediaa, varsinkin, jos kysymyksessä on menestyvä yritys, tai jokin kriisitilanne yrityksessä. Aina mediajulkisuutta ei siis voi välttää edes niin halutessaan, joten jäljelle jää mahdollisuus käyttää tilanne mahdollisimman hyvin hyödyksi. (Aula & Heinonen, 2002, 146)

Yritykset käyttävät tiedotusvälineitä erityisesti neljän eri tarkoituksen saavuttamiseksi. Nämä ovat informointi, keskusteluteemojen nostaminen, markkinoinnin tukeminen ja yrityskuvaan eli imagoon vaikuttaminen. Näiden kaikkien kohdalla pätee ajatus siitä, että kun tieto kulkee tiedotusvälineiden kautta, eikä tule suoraan yritykseltä, yleisö usein pitää tietoa todenmukaisempana ja luotettavampana. (Juholin 2001, 184-185) Ikävalkon tutkimuksen mukaan suuret yritykset pitävät tärkeimpinä julkisuuden tehtävinä nimenomaan informointia ja yrityskuvaan vaikuttamista. Pienemmillä yrityksillä suhde mediaan näyttäytyy kuitenkin ennen kaikkea ilmaisen julkisuuden tavoittelemisena. (1996, 161-162) Yrityksen tavoitteet julkisuuden kannalta voivat siis vaihdella suurestikin.

Useimmille yrityksille on kuitenkin tärkeää ennen kaikkea tulla nähdyksi ja kuulluksi julkisuudessa. Näin ollen julkisuudessa esillä olon päätavoitteeksi tavanomaisesti muodostuukin se, että useammat ihmiset tuntevat yrityksen ja liittäisivät siihen positiivisia ulottuvuuksia. Tuntemattomaan yritykseen ei luoteta yhtä helposti kuin tunnettuun, ja siihen myös liitetään keveämmillä perusteilla negatiivisia ominaisuuksia. Se, että yritys on tunnettu, ei kuitenkaan yksin riitä. Kerran huonon maineen saaneen yrityksen on vaikea irrottautua taakastaan ja se on sikäli huonommassa asemassa kuin yritys, jota kukaan ei tunne. Huonon maineen omaavasta yrityksestä etsitään helpommin huonoja puolia, ja sen on myös vaikeampi päästä julkisuuteen kertomaan jotain

positiivista itsestään, jos verrataan jo valmiiksi hyvän maineen omaavan yrityksen. (Aula & Heinonen 2002, 250-251) Sen lisäksi, että toimittajat ovat mukana luomassa kuvaa yrityksestä, jo muodostunut kuva saattaa siis ohjata toimittajien tapaa kirjoittaa eri yrityksistä samankaltaisissakin tilanteissa.

Näin ollen hyvän maineen tai imagon rakentaminen onkin lähes jokaisen yrityksen ja niiden tiedottajien päämäärä. Maine ja imago ovat samantyyppiset käsitteet, ja monet kirjoittajat käyttävätkin niitä synonyymeinä. Joitakin eroja näiden käsitteiden välillä voidaan kuitenkin tehdä. Usein imago nähdään vastaanottajan mielikuvana yrityksestä. Tällöin imagon visuaalinen puoli korostuu. Mainesta puhuttaessa korostuu sitä vastoin yrityksen sanojen ja tekojen laatu vastaanottajan kertomana. Molemmat, sekä imago, että maine syntyvät kaikesta, mitä yritys tekee tai kertoo toiminnastaan ja mitä muut siitä kertovat. (esim. Juholin 2001, 148-149 ja Karvonen 1999, 43, 47-49) Koska mainitut erot eivät kuitenkaan mielestäni ole olennaisia tämän tutkimuksen kannalta, käytän näitä käsitteitä tarkoittamaan samaa, eli vastaanottajan käsitystä yritystä koskien.

Hyvä maine tai imago auttaa yritystä monella eri tavalla. Esimerkkeinä voisi mainita, että yrityksen yleisen olemassaolon oikeutus vahvistuu, kiinnostus sitä kohtaan herää helpommin kuin huonomaineisen tai tuntemattoman yrityksen kohdalla ja yritys myös erottautuu maineellaan kilpailijoistaan. Tärkeimpänä kaupallisille yrityksille on kuitenkin se, että hyvä maine vaikuttaa potentiaalisten asiakkaiden päätöksentekoon, mukaan lukien ostopäätökset, sijoituspäätökset yms. Lisäksi hyvä maine edesauttaa yrityksen vaikutusmahdollisuuksia yleensä. (Juholin 2001, 151-153) Yrityksestä riippuu, kuinka paljon se käyttää hyväkseen mainettaan. Yrityksestä myös riippuu se, millä tavalla se haluaa lähteä rakentamaan mainettaan ja kuinka se pitää sitä yllä.

Vaikka imagon rakentumiseen liittyy paljon muutakin kuin näkyminen tiedotusvälineissä, Karvonen esittää, että media on itse asiassa kuitenkin voimakkain imagonrakentaja yrityksille. Aina media ei kuitenkaan toimi yritysten toivomusten mukaan, vaan mediassa rakentuva kuva voi olla myös selkeästi kielteinen. Imago ei siis ole noin vain rakennettavissa lähettäjätahon mielihaluun mukaan, vaan media on aktiivinen toimija



joka saattaa muuttaa lähettäjän tarkoittamaa viestiä ja suunnitellun imagon muodostumista. (Karvonen 1999, 22, 51, 79) Tietenkin tulee myös muistaa, ettei viestien vastaanottajatkään ole passiivisia, vaan prosessoivat viestit omien ajatuksiensa mukaan. Ihmiset ovat usein kriittisiä niin yrityksiä kuin mediaakin kohtaan.

Julkisuuden määrä ei koskaan korvaa sen laatua. Yrityksen saaman julkisuuden tulisikin siis olla ennen kaikkea positiivista. Aina negatiiviselta julkisuudelta ei voi välttyä, mutta perusajatuksena on, että julkisuuskuva välittyisi positiivisena ja yhtenäisenä aina viestin vastaanottajille saakka. Alun alkaen negatiivisetkin tilanteet voidaan kuitenkin pelastaa yrityksen toimivalla viestinnällä siten, etteivät ne tuota suuria tappioita julkisuuskuvalle kokonaisuutena. Kaiken kaikkiaan yritykset tarvitsevat tiedotusvälineitä ja toimittajia ennen kaikkea kanavana, jonka kautta viesti saavuttaa vastaanottajan ja tähän liittyen myös toimijoina, joiden kanssa tehdään yhteistyötä.

## Tiedotusvälineet

Yleisesti ottaen joukkotiedotusvälineiden tarkoituksena on, niiden itsensä mukaan, välittää olennaista ja todenmukaista. Niiden tulisi myös tarkkailla kriittisesti yhteiskuntaa ja vahtia yhteiskunnallista vallankäyttöä. (esim. Hemánus 1990, 24) Vaikka journalismi pyrkiikin siis todenmukaisuuteen, se ei kuitenkaan ole tarkka, kaikenkattava kuvaus todellisuudesta, vaan toimittajan tekemien valintojen mukaisesti, se on parhaimmillaankin vain osa totuudesta, yksi versio siitä. Se, kuka määrittelee tilanteen ja siihen liittyvät eri puolet, määrittelee myös siitä välittyvän kuvan. (Sirkkunen 1996, 71-72) Myös toimittajien harjoittama kriittisyys on valikoivaa. Toisia tilanteita tai uutisoinnin kohteita tarkastellaan selvästi kriittisemmin kuin toisia. (Hemánus 1990, 36) Toimittajan valinnoilla on siis suuri merkitys siihen, millaisena uutinen ja sen kohde, tässä tapauksessa juuri yritys, lopulta näyttäytyy yleisölle, mitä puolia siitä tuodaan ilmi, ja millaisia ominaisuuksia siihen liitetään.

Toimittajien lähtökohtana on usein kuitenkin pyrkimys objektiivisuuteen valitsemiensa aiheiden suhteen. Näin voidaan ajatella olevan erityisesti tässäkin tutkimuksessa mukana olevien uutistoimittajien kohdalla. Lisäksi toimittajat kirjoittavat juttunsa omaa yleisöään silmällä pitäen. Usein he tuntevat myös olevansa vastuussa kirjoituksistaan erityisesti juuri yleisölle, ei niinkään juttujen lähteille tai edes omalle työnantajalleen.

Jotta toimittaja voi tuottaa uutisen, hän tarvitsee jonkin aiheen jota käsitellä. Varsinkin taloustoimittajan yksi tärkeistä lähteistä on tällöin juuri yritys, sen tiedottajat ja johtohenkilöt. Henkilölähteiden painoarvo onkin noussut ohi kirjallisten lähteiden ja tilannelähteiden (Hemánus 1990, 69). Tiedotusvälineet siis tarvitsevat yrityksiä ja niiden tiedottajien aktiivista toimintaa. Tiedottajat toimivat lähteinä, joiden kautta toimittajat saavat tietoja juttuihinsa. Tiedotusvälineet eivät pystyisi toimimaan yhtä laajasti ja nopeasti, elleivät he saisi raakamateriaalia yritysten tiedottajilta tai pr-henkilökunnalta (Luostarinen 1994, 14).

Kuitenkin tiedotusvälineiden päämäärät eroavat yritysten päämääristä. Toimittajien tarkoituksena on tuottaa mielenkiintoisia juttuja vastaanottajille tärkeistä asioista. Juttujen tulisi parhaimmillaan olla jollain tapaa huomiota herättäviä. Tämä ei kuitenkaan tarkoita että niiden tulisi välttämättä olla sensaatiohakuksia. Aina tiedotusvälineelle mehukkaimmat aiheet eivät kuitenkaan tarkoita positiivista juttua yrityksestä. Itse asiassa negatiiviset jutut ylittävät toisinaan uutiskynnyksen helpommin kuin positiiviset. Positiivisen uutisen tulee tavallisesti olla suhteessa laajempi, ja koskea useampia ihmisiä kuin negatiivisen.

Toimittajien suhtautuminen lähteisiin, siis myös yritysten tiedottajiin, tulisi journalistin ohjeiden mukaan olla kriittinen. Ohjeet myös painottaa riippumatonta suhtautumista lähteeseen. Toimittajan tulee torjua mahdollinen painostaminen tai houkuttelu, jolla pyrittäisiin vaikuttamaan tiedonvälityksen lopputulokseen. (2005) Journalistien ihanteista poiketen toimittajat itse ovat kuitenkin kritisoineet itseään liiallisesta samaistumisesta lähteisiinsä ja antautumisesta toimimaan heidän ehdoillaan. Toimittajat haukkuvat itseään myös siitä etteivät ole riittävän kriittisiä ja että näin ollen ovat helposti manipuloitavissa.

(Heinonen 1996, 95-97) Ikävalko sanoo lisäksi ajan puutteen, omien tietojen vajavuuden ja sen, että toimittajalla on mahdollisuus päästä vain joidenkin tiettyjen lähteiden luokse, vaikeuttavan toimittajien harjoittamaa lähdekritiikkiä. (1996, 64)

## Julkisuuteen pääsy

Toimittajilla on mahdollisuus päättää siitä, mitkä uutiset milloinkin päätyvät julkisuuteen saakka. Julkisuuteen pääseminen voi vaihdella suuresti eri tiedotusvälineiden ja eri toimittajien välillä. Toimittajat päättävät tilannekohtaisesti, mikä on heidän mielestään uutisoinnin arvoista. Kuitenkin usein voidaan huomata, että jokaisessa merkittävässä mediassa kerrotaan samat pääuutiset. Samat asiat nähdään tärkeinä, ja toisaalta ei myöskään haluta olla ainoita, joka ei jostain asiasta kerro. Tiedotusvälineet ovat pääsääntöisesti kaupallisia liikeyrityksiä, joten niille on siis tärkeää, että yleisö on kiinnostunut maksamaan juuri heidän aikaansaannoksistaan eikä heidän kilpailijoidensa aikaansaannoksista. Tämä ohjaa toimittajien uutisaiheiden valintaa sen mukaan, minkä hän kulloinkin uskoo kiinnostavan yleisöä. Välttämättä toimittajien linjaukset eivät aina kuitenkaan ole täysin yleisön toiveiden mukaisia. Toisaalta yleisö ei myöskään aina tiedä mistä aiheista päivän uutiset on valittu, eivätkä he siis välttämättä tiedä mistä ovat jääneet paitsi.

Toimittajien valinnat, heidän uutiskriteerinsä voivat vaihdella tilanteesta riippuen, eivätkä ne pyrkimyksistä huolimatta suinkaan aina ole objektiivisia. Yleistäen voisi kuitenkin sanoa että tiedotusvälineitä kiinnostavat enemmän aiheet, jotka ovat esimerkiksi ajankohtaisia, voimakkaita, erityisesti kiinnostavia, laajaa aluetta koskettavia, dramaattisia, uusia, läheisiä, tai koskevat tunnettuja ihmisiä, alueita tai organisaatioita. Yksi tärkeä uutiskriteeri on myös ns. human interest, joka tarkoittaa inhimillistä mielenkiintoa ja keskittyy usein nimenomaan kuvaamaan ihmisiä jossain tilanteessa, ei niinkään tilannetta itseään. (Juholin 2001, 187-188)

Erityisesti yrityksiä koskevan journalismin kannalta Ikävalko on tulkinut Ericsenin tuovan esiin sellaisia kriteereitä kuin dramatiikka, sensaatiot, konfliktit, vastakkainasettelut ja väärinkäytökset (1996, 40) Nämä Ericsenin määrittelemät uutiskriteerit kuitenkin tuovat esiin mielestäni turhankin negatiivisen asetelman yritysten ja tiedotusvälineiden välille. Vaikka esitetyt kriteerit ovatkin varmasti hyvää materiaalia tiedotusvälineille, totuus kuitenkin on, että suurin osa yrityksiä koskevista uutisista käsittelevät yritystä joltain muulta, ehkä hieman positiivisemmalla kuulostavalta kannalta. Kun tällaiset yrityksen kannalta negatiiviselta kuulostavat uutiskriteerit ovat varmasti kuitenkin jossain määrin olemassa, tuo se esiin sen tosiseikan, että yritysten ja median välillä voi olla selkeä intressien ristiriita.

Julkisuuteen pääsy vaihtelee myös eri yritysten välillä. Media on kiinnostunut vain osasta yrityksiä. Kiinnostavuuteen voi vaikuttaa esimerkiksi yrityksen koko, omistuspohja, viestintäsuuntautuneisuus, tämänhetkinen tunnettuus, toimintaympäristö, toimiala tai yrityksen markkinat. Tärkeimpinä näistä voisi ehkä nähdä yrityksen koon ja tunnettuuden. Mitä suurempi ja tunnetumpi yritys, sitä helpommin siitä tuotetaan uutisia. (Ikävalko 1996, 86-89)

Yksi tärkeä julkisuuteen pääsyyn vaikuttava seikka on myös median henkilöityminen. Usein tehdään mieluummin juttuja, jotka keskittyvät ennen kaikkea siihen liittyvään tai liittyviin henkilöihin. Ihmiset voivat omalla kiinnostavuudellaan tai painoarvollaan ohittaa jopa itse uutisaiheen arvon. (Ikävalko 1996, 58) Näin ollen hyvin karismaattisella ja viestintään innokkaasti suuntautuneella tiedottajalla tai johtohenkilöllä on suuremmat mahdollisuudet päästä julkisuuteen, kuin huomaamattomalla henkilöllä, joka ei ole niin kiinnostunut viestimisestä tiedotusvälineiden suuntaan.

Julkisuuteen pääsyyn voi vaikuttaa myös niinkin yksinkertainen seikka kuin ihmissuhteet. Toimittajille voi olla helpompaa kysyä jostain tietystä asiasta jo valmiiksi tutuilta henkilöiltä, joilla he tietävät olevan tietoa tästä heitä kiinnostavasta aiheesta.

## Yhteisen toiminnan eri puolet

Yritysten ja median yhteistoimintaa voidaan tarkastella monen eri näkökulman kautta. Näitä ovat esimerkiksi vaihdon näkökulma tai julkisuuspelin näkökulma. Toimintaa voidaan myös käsitellä yritysten ja median strategioiden kautta.

Karvonen tarkastelee yrityksen ja median suhdetta vaihdon kannalta. Hänen mukaansa yrityksen ja median kohdatessa vastakkain on kaksi tekijää, joilla molemmilla on jotain, mitä toinen haluaa. Yritys voi tarjota medialle uutisaiheita, media yritykselle julkisuutta. Jos vaihdon molemmat puolet eivät toteudu tyydyttävässä määrin, myöskään yhteistyötä ei tapahdu. Tässä vaihdon kontekstissa Karvonen näkee yrityksen myyjänä ja median kriittisenä ostajana. Hän lisää myös, että silloin kun uutisaiheita on paljon, media on suhteessa hallitsevammassa asemassa, ja jos taas medialla on juttupulaa, silloin yritys voi saada läpi uutisen, johon ei muuten edes kiinnitettäisi huomiota. (1999, 83-84)

Tiedotusvälineiden ja yritysten välistä toimintaa voidaan kuvata esimerkiksi Ikävalkon tavoin myös pelinä. Molemmat pelin osapuolet tavoittelevat tällöin vähintäänkin tasapeliä, ei koskaan tappiota. Kummallakin on halu menestyä pelissä. Kun toiminta ymmärretään pelinä, sen voi käsittää joko yhteispelinä, jolloin sekä tiedotusvälineet, että yritys toimivat saman tavoitteen saavuttamiseksi tai toisaalta kilpailuna, jolloin tiedotusvälineet ja yritys pelaavat toisiaan vastaan kumpikin omien päämääriensä saavuttamiseksi. Ikävalko on sitä mieltä, että kilpailu on näistä kahdesta vaihtoehdosta yleisempää. Kolmas osapuoli pelissä on yleisö, jonka edessä peli käydään. Peliä käydään sen ehdoilla, ja myös yleisö voi joko suorasti tai epäsuorasti vaikuttaa peliin ja sen osapuoliin. (1996, 79-83)

Juholin käsittelee median ja yritysten suhdetta, tai tarkemmin sanottuna toimittajan ja tiedottajan välistä suhdetta journalistisia tuotoksia käsittelevän nelinkentän kautta. Tällöin eri strategiat sekä toimittajien, että tiedottajien toiminnassa muuttavat heidän välistään suhdetta ja ennen kaikkea siitä saatuja tuloksia. Tiedottaja voi olla ensinnäkin myyvä tai toisaalta avoin ja informoiva. Toimittaja taas voi olla joko kriittinen ja

analysoiva tai kritiikitön. Tiedottajan ollessa myyvä ja toimittajan kriittinen, tiedottaja ei saa julkisuutta, vaan toimittaja tukahduttaa tiedottajan yritykset. Sitä vastoin, jos toimittaja on kritiikitön, tuloksena on lähinnä tekstimainontaa. Jos taas tiedottaja on avoin ja toimittaja kritiikitön, voi tuloksena olla sankaritarinoita yritystä koskien. Lopulta kun tiedottaja on avoin ja informoiva ja toimittaja on kriittinen, saadaan Juholinin mukaan aikaan hyvää journalismia, josta hyötyvät molemmat. Molempien intressit tulevat ainakin suurimmalta osaltaan täytetyiksi. (2001, 192-103) Toimittajat ja tiedottajat voivat tietysti olla myös jotain edellä mainittujen ääripäiden välillä, joten aste-eroja näiden mainittujen tuotostyyppien välille tietysti syntyy.

Huomioiden näitä kaikkia näkökulmia syntyy kuva median ja yrityksen välisestä suhteesta toisiaan hyödyttävänä, mutta usein kuitenkin ristiriitaisena. Strategioiden mukaanotto tuo esiin sen, ettei median ja yrityksen välinen suhde suinkaan ole aina samanlainen, vaan siihen vaikuttaa kunkin tiedotusvälineen ja kunkin yrityksen suhtautuminen toisiinsa ja sitä kautta valitut strategiat. Näin ollen molemmilla toimijoilla on vaikutusta siihen millaiseksi suhde muodostuu. Yhdellä tiedotusvälineellä saattaa olla toiseen yritykseen molempia tyydyttävä suhde, ja toiseen yritykseen huonompi suhde, jossa kumpikaan ei ole tyytyväinen. Näin silloinkin, kun yritykset ovat median kannalta yhtä kiinnostavia. Samoin voidaan nähdä olevan myös yrityksen kannalta katsottuna.

### Vaikuttaminen ja valta median ja yrityksen välisessä suhteessa

Kuten aiemmin on jo tullut esille, tiedotusvälineiden ja yritysten edut näyttäytyvät osaksi toisistaan poikkeavina. Tätä kautta voi suhteessa olla mukana myös pyrkimystä vaikuttaa toiseen omien etujen ajamiseksi. Näin siitäkin huolimatta, että tiedottajien eettisen koodiston mukaan toimittajien harhaan johtaminen on ankarasti kiellettyä (Juholin 2001, 186). Luostarinen on jaotellut lähteillä, eli tässä tapauksessa yritysten edustajilla, olevia vaikutuksen menetelmiä. Hän erottaa painostavat, rajoittavat ja suostuttelevat vaikutusmenetelmät. Painostavat menetelmät koostuvat fyysisistä, taloudellisista, poliittisista tai ammatilliseen asemaan ja maineeseen suuntautuvista menetelmistä. (1994,

73-76) Nämä eivät kuitenkaan ole kovinkaan todennäköisiä suomalaisten yritysten toimia, vaikka ääritilanteissa onkin mahdollista, että joihinkin näistä saatetaan turvautua.

Rajoittavat menetelmät käsittävät informaation saantia ja informaation käyttöä rajoittavia toimia. Ensinnäkin informaation saannin rajoittamisen lähtökohtana on informaatiotoimintojen suunnittelu ja kontrollointi. Informaation saantia rajoittavia menetelmiä voivat olla myös esimerkiksi haastattelujen, niiden keston ja aihepiirien rajoittaminen. Osa yrityksen toimista on salaista, eikä niistä haluta kertoa tiedotusvälineille. (Luostarinen, 1994, 77-82) Tällaista tiedon saannin rajoittamista tapahtuu suomalaisessakin yritysmaailmassa aivan varmasti. Kaikkea ei yksinkertaisesti voida eikä kannata kertoa.

Liian voimakkaita informaation saantia rajoittavia keinoja on yritysten kuitenkin varottava, koska silloin toimittajat saattavat etsiä muita lähteitä, joilta saadut tiedot, olivat ne totta tai ei, voivat vahingoittaa yrityksen mainetta. (Luostarinen, 1994, 77-82) Toisinaan toimittajat myös kirjoittavat juttuja, joissa vain arvellaan tilanteen laatua. Vaikka todellisuus osoittautuisi lopulta myös julkisuudessa toiseksi, voi näistä arveluista jäädä negatiivisia jälkiä yrityksen maineeseen. Kantola tuo lisäksi esiin, ettei journalismissa yleensä juurikaan siedetä epävarmuutta eikä sitä tuoda julki. ”Epävarmuus, epätietoisuus, monikerroksisuus ja kysymysmerkit eivät kuulu hyvään uutiseen.” hän toteaa. (1996, 166)

Toinen rajoittava menetelmä, eli informaation käytön rajoittaminen voi tapahtua esimerkiksi vaatimalla tietojenannon ehdoksi editointivaltaa, jolloin lähde voi tarkistaa onko sanoma mennyt läpi hänen tahtomallaan tavalla. Editoinnin välttäminen voi tapahtua myös tuomalla tiedot toimittajille niin myöhään, ettei editointia enää ehditä tekemään. (Luostarinen 1994, 77-82) Tiedon käytön rajoitukset liittyvät suomalaisten yritysten osalta tavallisesti ennemminkin pyyntöihin olla käyttämättä jotain tietoa, jolloin toimittajalle jää kuitenkin mahdollisuus käyttää sitä, jos hän näin haluaa. Toisaalta myös editoinnin välttämistä saattaa esiintyä.

Suostutteleviin menetelmiin kuuluu esimerkiksi lahjontaa, henkilökohtaisia suhteita tai vuotoja. Tärkein seikka on kuitenkin tuottaa tiedotusmateriaalia joka vaikuttaa mielenkiintoiselta ja käyttökelpoiselta toimittajan näkökulmasta. (Luostarinen, 1994, 82) Suoranaista lahjontaa ei luultavasti juurikaan yritysten osalta tapahdu, mutta henkilökohtaisilla suhteilla on merkitystä tiedon julkistamisessa. Tuttujen toimittajien ja tiedottajien välillä tiedon kulku toimii helpommin kuin vieraiden. Näitä suhteita käyttävät hyväkseen niin tiedottajat kuin toimittajatkin. (ks. myös Ikävalko 1996, 61-62) Vaikka yrityksissä tapahtuu toisinaan tietovuotoja, niitä ei nähdä yleensä positiivisena vaikutuskeinona vaan ennemminkin yritykselle haitallisina. Tietysti yritykset voivat käyttää hyväkseen myös hallittua tarkoituksellista vuotoa. Houkuttelevan materiaalin luominen sitä vastoin on usein perustana julkisuuteen pääsulle. Tiedottajan tuntemus tiedotusvälineiden toimintatavoista on tällöin tärkeänä lähtökohtana (Luostarinen, 1994, 85-86).

Vaikka yrityksen tiedottaja pyrkisikin vaikuttamaan toimittajaan, toimittajalle jää kuitenkin viimeinen valta siitä, mitä hän loppujen lopuksi kirjoittaa vai kirjoittaako ollenkaan. Toimittajat toimivat ikään kuin portinvartijoina siinä, mitkä asiat milloinkin pääsevät julkisuuteen (esim. Karvonen 1999, 208). Usein toimittajat suhtautuvat yrityksiin varauksella, niiden oman edun tavoittelun vuoksi. Ikävalkon mukaan toimittajien ja tiedottajien tai yritysjohton välillä onkin usein ilmassa luottamuspulaa. (1996, 58) Vaikutusyritykset nähdään usein kuitenkin osana tiedottajien työn kuvaa, ja niiden torjuminen osana toimittajien ammattitaitoa (Luostarinen 1994, 90-93).

Journalismin yhtenä perusarvona onkin objektiivisuuteen pyrkiminen. Toimittaja voi esimerkiksi käyttää jutussaan useampaa lähdettä monipuolisemman kuvan antamiseksi. Yritys ei läheskään aina ole ainoana lähteenä edes itseään koskevissa jutuissa. Toimittajille jää myös valta muokata saatua tietoa ja päättää siitä, mitkä osat otetaan mukaan, ja mitkä ei. Se miten toimittajat todella onnistuvat vaikutusyritysten torjumisessa, ja kuinka paljon noita vaikutusyrityksiä lopulta tulee, on asia, johon ei varmaa vastausta löydy. Ikävalkon vuonna 1996 julkaistussa tutkimuksessa toimittajat joka tapauksessa osoittivat huolestuneisuutta piilovaikuttamisen ammattimaisuuden ja



hienovaraisuuden lisääntymisestä. Tällöin vaikuttamisyrityksiä olisi vaikeampaa huomata ja myös vastustaa. (1996, 69) Tiedotusvälineiden ja yritysten ja muidenkin lähteiden välinen vaikuttaminen ja valtakysymykset näyttävätkin pysyvän keskustelun aiheena vielä tulevaisuudessakin.

### Hyvä tiedottaja, hyvä toimittaja

Millaisia toimittajat sitten toivoisivat tiedottajien olevan. Ilmiselvästi he ainakin toivovat, etteivät tiedottajat pyrkisi vaikuttamaan heihin huomaamatta ja salakavalasti. Juholin esittää lisäksi, että toimittajat arvostavat tiedottajia, joilla on riittävät toimintavaltuudet yrityksen sisällä, ja jotka tuntevat median toimintatapoja ja osaavat suunnata toimintaansa median tarpeiden mukaan. (2001, 193-194) Myös aktiivisuus ja avoimuus näyttäytyvät tiedottajien positiivisina ominaisuuksina varsinkin silloin, kun kyseessä on mediaa kiinnostava yritys. Jos taas toimittaja ei ole kiinnostunut yrityksestä samat piirteet, aktiivisuus ja avoimuus muuttuvatkin toimittajan mielessä markkinoinniksi, jota pyritään torjumaan. Pelkän ilmaisen julkisuuden tavoittelijoita ei toimittajien keskuudessa helpolla siedetä. (Ikävalko 1996, 226)

Tiedottajat taas odottavat hyvältä toimittajalta ennen kaikkea yritysmaailman tuntemusta ja mielellään myös oman alansa tuntemusta. Tietysti tiedottajat myös toivovat, etteivät tiedottajat ainakaan vääristelisi heidän sanojaan tai muuten asettaisi heidän edustamaansa yritystä huonoon valoon ilman syytä.

Todellisuus ei kuitenkaan näyttäydy Ikävalkon tutkimuksen mukaan näin valoisana. Ikävalko sanoo tiedottajilla olevan toimittajia kohtaan melko kriittinen asenne, ja monet heistä myös uskovat että kilpailun mukanaan tuoma julkisuuspele on muuttunut tai muuttumassa aggressiivisemmaksi. Myös toimittajat näyttävät suhtautuvan tiedottajiin ja muihin yrityksen yhdyshenkilöihin kriittisesti. Luottamus tiedottajia kohtaan näyttää melko vähäiseltä. Lisäksi toimittajat kokivat tiedottajan toisinaan jopa esteenä todellisten lähteiden luokse pääsemiseen, joita he ilmeisesti ajattelevat yritysten johtohenkilöiden

olevan. Toisaalta toimittajat myös saattoivat nähdä tiedottajat yrityksen mainosmateriaalin jakajina. (1996, 215, 218-225) Ikävalkon tutkimuksessa haastateltiin vain muutamia henkilöitä, joten kaikkiin toimittajiin ja tiedottajiin ei tuloksia voi yleistää. Kuitenkin tutkimus antaa viitteitä siitä, ettei toimittajien ja tiedottajien asenteet toisiaan kohtaan suinkaan näytä kovinkaan ruusuisilta. Näihin asioihin palaan vielä omassa analyysissäni, mutta vielä en paljasta mitä itse sain selville tähän aiheeseen liittyen.

Mielenkiintoista onkin, että molempien, sekä tiedottajien että toimittajien ammattieettiset ohjeet korostavat sitä, ettei toista osapuolta saa huijata ja että asiat tulee esittää todenmukaisesti. Eettiset ohjeet siis luovat kuvaa avoimesta yhteistyöstä sekä toimittajien, että tiedottajien puolelta. Kuitenkaan näiden eettisten ohjeiden toteutumiseen ei näytetä uskovan kummallakaan puolella. Ehkä kaikki eivät toimi niiden mukaan, ja siten vetävät lokaan samalla nekin, jotka haluaisivat ohjeita noudattaa. Tai ehkä ohjeiden toimivuus ja arvokkuus nähdään erillisenä arkipäiväisestä työstä. Mikä sitten onkaan syynä, lopputuloksena näyttää joka tapauksessa olevan samanlainen ainakin hienoinen epäluottamus tiedottajien ja toimittajien välillä.

## Yhteistyö

Vaikka median ja yritysten välisessä suhteessa on varmasti tiettyjä ristiriitaisuuksia, ja ohjeiden ja arkipäivän välillä on eroja, nykyään painotetaan kuitenkin aikaisempaa enemmän yhteistyötä tiedottajien ja toimittajien välillä. Pyrkimyksenä on tällöin luottamuksellinen ja molempia hyödyttävä suhde, jossa molemmat nähdään tasa-arvoisina toimijoina. Avoimuus ja totuudellisuus viestinnässä voidaan nähdä tärkeinä puolin ja toisin. Tämäkään näkemys ei kiellä sitä, etteikö ristiriitaisuuksia voisi olla, mutta niihin ei kuitenkaan pitäisi keskittyä. Ennemmin keskittymisen aiheena voisi olla yhteisen päämäärän määrittely ja siihen pyrkiminen. Jotta tähän päästäisiin, täytyisi toimijoiden väliltä kuitenkin löytyä myös ainakin jonkin verran luottamusta toisen toimintaa kohtaan. Totuus siitä, kuinka usein media ja yritykset saavat aikaan tämänkaltaista avointa yhteistyötä jääkin siis vielä hämärän peittoon.

## Toimittajien ja tiedottajien arkipäivän kohtaamiset

Jotta voisi ymmärtää toimittajien ja tiedottajien suhdetta, on hyvä tietää millaisia kohtaamisia heidän välillään voi olla. Monesti aloite toimintaan tulee tiedottajan puolelta. Esimerkiksi Siukosaari esittelee erilaisia tiedottamisen tapoja. Tiedottaja voi lähettää tiedotteen tai soittaa toimittajalle kun hän näkee yrityksessään tapahtuvan jotain hänen mielestään uutisoinnin arvoista. Hän voi myös lähettää henkilökohtaisen kirjeen joko postitse tai sähköpostilla. (2002, 141-167) Useimmiten tiedottajan välittämä tieto on joko melko tiivis paketti informaatiota jostain yrityksessä meneillään olevasta tilanteesta tai se voi sisältää myös taustatietoa samasta aiheesta. Varsinkin isompiin uutisiin toimittajat tavallisesti keräävät tietoa kuitenkin myös muista lähteistä kuin tiedottajalta.

Tiedottaja voi myös järjestää, useimmiten yhdessä yritysjohdon kanssa, tiedotustilaisuuden ja kutsua sinne useita toimittajia kerralla. Toisaalta voidaan myös tarjota mahdollisuus yhteisövierailulle, joka on tiedotustilaisuutta vapaampi. Vaikka myös yhteisövierailuissa tietoa jaetaan, on pääpaino kuitenkin enemmän osapuolten tutustumisessa. (Siukosaari 2002, 143-172) Toimittajan ja tiedottajan kohtaamiset voivat tapahtua myös esimerkiksi tiedottavan yrityksen tai jonkin muun tahon järjestämien seminaarien yhteydessä. Tapaamisia voi tietysti olla myös vapaa-ajalla joko järjestettyjen tilaisuuksien tai harrastusten parissa. (Ojanen, 2003, 74) Vapaa-ajan tapaamiset jäävät kuitenkin kunkin osapuolen oman tahdon mukaan toteutuviksi. Kaikki toimittajat ja tiedottajat eivät varmastikaan näe toisiaan työajan ulkopuolella.

Yhden lisävarin tiedottajan tehtäviin tuo mahdollinen pörssitiedottaminen. Jos yritys on kirjautunut pörssiin, on sen toimittava tiettyjen määräysten mukaan myös tiedottamisessa. Pörssitietoihin liittyvän tiedotuksen tulee esimerkiksi olla samanaikaista ja sisältää samat tiedot joka taholle. (Siukosaari 2002, 185)

Tiedottajan rooli ja samalla myös yhteistyön muoto toimittajien kanssa voi vaihdella yritysten mukaan. Joissain yrityksissä tiedottajalla on paljon valtuuksia toteuttaa

viestintää, ja hän voi näyttäytyä toimittajien lähteenäkin. Usein tiedottaja kuitenkin on eräänlainen välittäjä median ja yrityksen välillä.

Myös toimittajat voivat ottaa yhteyttä tiedottajiin, kun he näkevät yrityksessä olevan jotain heitä kiinnostavaa ja uutiskynnyksen ylittävää. Tällöin helpoin kontakti on usein juuri tiedottaja, jota itseään haastatellaan tai joka ohjaa eteenpäin jonkun toisen yrityksessä toimivan henkilön puheille. (Siukosaari 2002, 177)

Selkeästi yleisintä toimittajien ja tiedottajien kohtaaminen on tiedotteiden välittämisessä ja muussa viestinnässä puhelimitse tai sähköpostitse. Myös haastattelupyynnöt ja tiedotustilaisuudet ovat yleinen tapa toimia yhdessä. Muut tapaamiset ovat sitten harvinaisempia.

## TUTKIMUS SUHTEESSA AIEMPAAN TIETÄMYKSEEN

### Tutkimuksen tarkoitus

Tällaisista edellisessä kappaleessa mainituista lähtökohdista lähden siis tarkastelemaan toisaalta toimittajien ja toisaalta tiedottajien yhteistyösuhteeseensa liittämiä asenteita, sekä näiden perusteluja. Tarkoitukseni on myös verrata toimittajien ja tiedottajien näkemyksiä toisiinsa. Kiinnitän huomiota myös siihen, millä tavoilla toimittajat ja tiedottajat puhuvat toisistaan ja suhteestaan ja mitä näistä tavoista voisi päätellä.

Tavoitteenani on lisätä ymmärrystä koskien toimittajien ja tiedottajien välistä suhdetta nimenomaan sosiaalitieteellisestä näkökulmasta. Tarkoitukseni on tuoda esiin arkipäivän työelämään liittyviä asenteita ja niihin liitettyjä seikkoja. Toivon, että tutkimuksestani voisi olla jotakin hyötyä molemmille osapuolille, sekä tiedotusvälineiden edustajille, että yrityksen edustajille. Yhteistyö on lähes välttämätöntä nykyisessä ympäristössä, ja onkin mielestäni tärkeää ymmärtää siihen liittyviä seikkoja molempien osapuolten kannalta.

## Aiempi tutkimus

Tiedottajien ja toimittajien töistä on sinällään kirjoitettu melko paljon. Toimittajien ja lähteiden yhteistoimintaa on käsitelty tiedotusopin puolella, ja yritysten tiedottamista sekä tiedotusopin että kauppatieteiden kirjallisuudessa. Kuitenkaan sosiaalitieteissä ei olla juurikaan tutkittu tätä tiettyä suhdetta eikä ainakaan juuri asenteen näkökulmasta.

Aiempaa tutkimusta löytyy siis pääasiassa tiedotusopin puolelta. Yksi tällainen, joka osuu joiltain osin melko lähelle omaa työtäni, on Tiina Lindbergin (2001) pro gradu nimeltä: ”Tiedottaja, professionaali viestijä vai manipulaation mestari? Toimittajien näkemyksiä tiedottajan rooleista ja tiedotusmenetelmistä sekä tiedottajan ja toimittajan vuorovaikutuksesta 1990-luvun Suomessa.” Tutkimus käsittelee ensinnäkin yritystiedottajien tiedotusmenetelmiä, toiseksi toimittajien käsityksiä tiedotustoiminnasta yleensä sekä kolmanneksi toimittajien käsityksiä tiedottajien ja toimittajien yhteistyöstä, ammattirooleista ja työetiikasta. Tutkimusta varten on haastateltu 10:tä toimittajaa ja yhtä tiedottajaa ja kyse onkin laadullisesta tutkimuksesta.

Tutkimuksessa käy ilmi esimerkiksi, että useimmat toimittajat näkivät suhteen henkilökohtaisuuden vaikuttavan siihen kuinka siinä toimitaan, tutuilta kysytään ja heille vastataan helpommin kuin vieraille. Hyvän tiedottajan ominaisuuksiksi annettiin esimerkiksi sellaisia seikkoja kuin avoimuus, rehellisyys, nopeus ja yhteistyöhalu. Tämän lisäksi toimittajat olivat sitä mieltä, että valtaa omaavia lähteitä huomioidaan enemmän kuin muita. (2001, 40-41) Nämä asiat tulivatkin esille jo aiemmassa taustaselvityksessäni. Lindbergin työssä on käsitelty pääasiassa vain toimittajien kantaa asioihin. Omassa työssäni pyrin ottamaan mukaan molemmat osapuolet. Käsittelen suhdetta myös hieman eri näkökulmasta.

Myös jo aiemmin mainitsemani Ikävalkon tutkimus (1996) toimittajien ja tiedottajien suhteesta tulee lähelle omaa aihettani. Osaltaan lähdenkin siis myös tarkentamaan hänen jo esittämiään ajatuksia toimittajien ja tiedottajien toisiinsa liittämiä asenteita koskien.

(ks. erityisesti tämän tutkimuksen sivut 16-17) Palaan näihin tutkimuksiin myös myöhemmin oman analyysini jälkeen.

Lähteisiin ja toimittajiin liittyvää tutkimusta löytyy myös esimerkiksi poliitikkojen palveluksessa työskentelevien tiedottajien ja toimittajien välisestä suhteesta. Tästä suhteesta voisi löytyä jonkin verran yhtäläisyyttä toimittajien ja yritysten tiedottajien väliseen suhteeseen, koska molemmissa tapauksissa on kuitenkin pitkälti kyse pr-työstä. Olen kuitenkin sitä mieltä, että tämän tutkimuksen rajauksen kannalta on järkevämpää keskittyä vain yhteen tiedottajien ryhmään, joten jätän muut kuin yritysten tiedottajat kokonaan käsittelyn ulkopuolelle.

## ASENNE JA RETORIIKKA TUTKIMUKSESSA

### Laadullinen asennetutkimus

Toteutan tämän tutkimuksen laadullista asennetutkimusta mukaillen. Valitsin laadullisen tutkimuksen, koska tutkimusaiheeni kannalta on mielenkiintoista etsiä erilaisia asenteiden sävyjä ja perusteluja. Tämä onnistuu parhaiten laadullisen tutkimuksen avulla. Laadullinen tutkimus antaa mahdollisuuden ymmärtää arkipäivän asenteita moniulotteisemmin kuin kvantitatiivinen, vaikka tällöin asenteiden yleistettävyyden koskemaan koko toimittajien tai tiedottajien ryhmää ei olekaan täysin luotettavaa. Pertti Alasuutarin mukaan laadullinen tutkimus voi kuitenkin pyrkiä yleistettävyyteen abstraktiotasoa nostamalla, ei siis niinkään keskivertoa tai tyypillisyyttä etsimällä (1999, 50).

Asenteen käsite taas tuli mukaan jo tutkimuskysymystä mietittäessä. Kiinnostuksen kohteena on suhteellisen pysyvä mielipiteiden joukko jostakin tietystä kohteesta. Asenteen käsite vastaa tätä kohdealuetta parhaiten, vaikka se onkin joissain määrin myös kiistelyä herättänyt käsite.

Laadullista asennetutkimusta voi tehdä monin keinoin. Asenteen käsitettä on käytetty mm. diskurssianalyysin yhteydessä ja sosiaalisten representaatioiden tutkimuksessa. Laadullinen asennetutkimus ei siis ole täysin yhtenäinen tutkimuksen ala. Tämän tutkimuksen yhteydessä käytän Vesalan ja Rantasen muotoilemaa laadullista asennetutkimusta. He liittävät laadullisen asennetutkimuksen retoriikan tutkimukseen ja sitä kautta sosiaaliseen konstruktionismiin. Edempänä puhuessani laadullisesta asennetutkimuksesta tarkoitankin sillä juuri Vesalan ja Rantasen tapaa käsitellä aihetta.

Useita asennetutkimuksia, niin kvantitatiivisia kuin kvalitatiivisiakin, yhdistää niiden esiin tuomat asenteiden kohteellisuus ja arvottavuus. Asenteiden kohteita voivat olla hyvin monenlaiset asiat, niin konkreettiset kuin abstraktitkin. Tärkeää on että asenteen kohde on tunnistettavissa. Asenteen arvottavuus taas voi ilmetä usealla ulottuvuudella kuten hyväksyttävä-paheksuttava tai miellyttävä-epämiellyttävä. Arvottavuus näyttäytyy yleensä tilanteessa, jossa henkilö ottaa kantaa johonkin asiaan puolesta tai vastaan tai suhteuttaa sitä kulttuurissa vallitsevaan yleisempään ilmapiiriin. (Vesala & Rantanen, 1999a, 10-11)

Käyttämässäni laadullisessa asennetutkimuksessa pyritäänkin ottamaan huomioon nämä seikat, ja viemään niitä hieman pidemmälle, kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa on mahdollista. Liikkeelle lähdetään siitä käsityksestä, että asenteen ilmaisut voivat vaihdella riippuen siitä, miten henkilö käsittää asenteensa kohteen. Asenteita ilmaistaessa samalla määritellään asenteen kohdetta. Toisena seikkana laadullisessa asennetutkimuksessa keskitytään asenteisiin liittyvään arvottamiseen ja sen perusteluihin. Kolmanneksi kvantitatiivisista tutkimuksista poiketen otetaan huomioon myös se, että asenne liittyy tiettyyn asiayhteyteen, tiettyyn kontekstiin. Asennetta ei siis käsitetä pysyvänä ominaisuutena, vaan tilanteeseen sidonnaisena. (Vesala netti)

Tässä tutkimuksessa tarkasteltavien asenteiden kohteena ovat joko toimittajat, tiedottajat tai heidän välinen suhteensa. Arvottamista tuon esille pääasiassa yleisellä akselilla hyvä –

huono, vaikka monia muunlaisiakin arvottamisen tapoja aineistostani löytyi. Tästä kuitenkin myöhemmin enemmän.

## Asenteen käsite ja retorinen sosiaalipsykologia

Vesalan ja Rantasen kehittälemässä laadullisessa asennetutkimuksessa retorisella sosiaalipsykologialla on tärkeä merkitys. Tässä tutkimuksessa käytänkin siis asenteen käsitettä juuri retorisista lähtökohdista.

Sosiaalipsykologiassa asenteen käsitteellä on ollut pitkä historia. Sitä on käytetty eri aikoina ja eri sosiaalipsykologian suuntauksissa tarkoittaen sillä hieman eri asioita. Asenne on voitu nähdä psykologisena suhteellisen pysyvänä ihmisen ominaisuutena tai toisaalta se on voitu nähdä dynaamisena, vuorovaikutustilanteissa muotoutuvana ja siinä ilmenevänä järjestelmänä. Asenteet on voitu nähdä yksiselitteisinä ja mustavalkoisuuteen pyrkivinä ”joko - tai” asenteina tai niitä on voitu tarkastella kerroksellisinä, jolloin ne voivat sisältää myös ristiriitaisuuksia. (Räty, 1983, 1-3)

Asenteet nähdään kuitenkin yleisesti sosiaalisesti rakentuneina ilmiöinä, eli ne eivät ole meissä valmiina, vaan ne opitaan. Jonkin ilmiön myönteisenä pitämiseen saattaa riittää jo sen tuttuus tai sen omistaminen, mutta monesti asenteet rakentuvat kuitenkin hieman monimutkaisemmalle perustalle. Asenteiden rakentumiseen saattaa vaikuttaa esimerkiksi ryhmäjäsenyydet ja toisaalta voidaan ajatella myös toisinpäin, niin, että asenteet myös ilmaisevat ryhmäjäsenyyksiä. (Helkama, 2001, 188-192)

Retorisessa näkökulmassa asenteet näyttäytyvät ennen kaikkea paikan ottamisena jossakin keskustelussa tai jossakin tilanteessa. Samalla kun ilmaistaan asenteita jonkin asian puolesta, tullaan samalla vastustaneeksi jotakin toista asiaa. (Salonen, 2001, 309) Lisäksi jos johonkin asiaan asennoidutaan myönteisesti, on oltava mahdollisuus asennoitua siihen myös kielteisesti. Jos asia on yksiselitteinen, eikä sitä kohtaan ole



eriäviä mielipiteitä, ei siihen liittyviä ilmaisuja nähdä asenteen ilmaisuina (Billig, 1996, 206-207).

Eri tilanteissa asenteen ilmaisut voivat olla toisistaan poikkeavia samallakin ihmisellä. Retorisessa sosiaalipsykologiassa asennetta ei siis käsitetä ihmisen sisäisenä tilana, kuten kognitiivisessa psykologiassa on ollut tapana tehdä, vaan asenteen ilmaus nähdään asemoitumisena erityisesti kielelliseen ympäristöön. Retorisessa sosiaalipsykologiassa yleisestikin kielen merkitys on suuri. Se nähdään tärkeänä osana rakentamassa sosiaalista todellisuutta. Retorinen sosiaalipsykologia pohjaakin sosiaalisen konstruktionismin perustalle. (Salonen, 2001, 309 ja 319)

Yksilön asenteet ja mielipiteen ilmaisut nähdään retorisisessa sosiaalipsykologiassa toisaalta myös yhteisössä rakentuvan arkiajatteluun pohjaavan ideologian ilmaisuina. Vaikka ideologia ei suoraan määrää yksilön mielipiteitä, yksilö kuitenkin pitkälti pohjaa tähän ideologiaan, ja poimii sieltä aineksia omiin mielipiteisiinsä. Yksilö ja hänen asenteensa nähdään siis osana hänen ympäristöään. (Billig, 1991, 1-2) Ihmisillä ei välttämättä myöskään ole yhtä tiettyä pysyvää asennetta, vaan he voivat ilmaista asenteitaan monimutkaisilla tavoilla ja välillä käyttää myös toisilleen vastakkaisia asenteita jopa samassa puheenvuorossa. (Billig, 1991, 15) Näin ollen onkin tärkeää, että asennetta tutkittaessa laadullisilla menetelmillä, keskitytään molempiin, sekä siihen mitä sanotaan, että siihen miten sanotaan, sekä lisäksi suhteutetaan puhuttu asenne kontekstiinsa.

Asenteiden ilmaisut eivät siis näyttäydy läheskään aina täysin johdonmukaisina. Kuitenkaan tämä ei välttämättä horjuta asennetta kokonaisuutena. Retorisesti epäjohdonmukaisuudet voidaan selittää esim. viitaten johonkin laajempaan kokonaisuuteen, tai esittämällä sanojen omaavan hieman erilaisia merkityksiä eri tilanteissa ja eri ihmisille. Toisaalta ilmaisujen epäjohdonmukaisuuksien merkitystä ja tärkeyttä voidaan myös vähentää puheessa. Näin epäjohdonmukaisuus ikään kuin piilotetaan puheen sisällä. (Billig, 1996, 196-204)

Asenteita tutkittaessa kannattaa myös pitää mielessä, että monesti ihmiset haluavat antaa hyvän kuvan itsestään, jolloin he saattavat vastata tutkimuskysymyksiin sosiaalisesti suotavalla tavalla. Jotkin asenteet voivat olla sosiaalisesti epätoivottuja, jolloin vastaaja saattaa laimentaa, tai muuttaa asenteensa ilmauksia sellaisiksi, jotka eivät enää vastaa todellisuutta. (Helkama, 2001, 196) Näin ollen asenne voi kuvata paitsi yksilön asennetta, myös sosiaalisessa ympäristössä olevaa asennoitumista. Asenteeseen liittykin aina arviointia, joka edellyttää oman mielipiteen vertaamista muiden oletettuihin asenteisiin. (Räty 1983, 15)

En kuitenkaan usko, että sosiaalisesti hyväksytyjen asenteiden esiintuominen on tiedottajien ja toimittajien yhteistoimintaa käsittelevän tutkimuksen kannalta kovinkaan olennaista. Jos jonkinlaista sosiaalista painostusta kuitenkin esiintyy, epäilen, että sillä voisi olla jonkin verran enemmän vaikutusta tiedottajiin kuin toimittajiin. He ovat suhteessa se osapuoli joka on riippuvaisempi toisesta, ja joka ei saa ”suututtaa” toista osapuolta. Omalta osaltani pyrin kuitenkin välttämään asettumista kummankaan haastateltavien ryhmän puolelle, joten omasta toiminnastani ei ainakaan välittynyt sosiaalista painostusta.

### Asenteen yhteys käyttäytymiseen

Historiallisesti varhaisissa määritelmissä asenteen käsite yhdistettiin yleensä tiiviisti ohjaamaan käyttäytymistä. Myöhemmin tämä yhteys on kuitenkin nähty kyseenalaiseksi. Asenteen yhdistäminen käyttäytymiseen onkin tuonut mukanaan suurimmat käsitteeseen liittyvät kiistat. Kuitenkin parhaimmillaankin asenne voidaan nähdä vain ilmaisemassa todennäköistä käyttäytymistä. (Räty 1983, 1)

Ihmiset eivät siis aina käytäydy sen mukaan, mitä kertovat asenteikseen. O’Keefen mukaan käyttäytymisen ja asenteen suhteessa on kuitenkin tilanteesta riippuvia eroja. Jos yleistä asennetta verrataan yksittäiseen käyttäytymiseen, ei niiden välistä vaikutusta nähdä yhtä suurena, kuin jos yleistä asennetta verrataan useampaan

käyttäytymistapahtumaan. Myös asenteen kohteen konkreettinen kokeminen, eli se että joutuu suoraan tekemisiin sellaisen tilanteen kanssa, johon asenne kytkeytyy, lisää todennäköisyyttä että käyttäytyminen on tiukemmin sidoksissa asenteeseen. Kolmantena seikkana asenteen ja käyttäytymisen suhteessa on se, näkeekö henkilö asenteen tärkeänä määrittäjänä omille käyttäytymispäätöksilleen. Jos näin on, hän todennäköisemmin toimii asenteen mukaan, kun jos näin ei olisi. (O’Keefe, 2002, 16-20)

Myös retorisessa sosiaalipsykologiassa asenteen ja käyttäytymisen välinen suhde nähdään ongelmallisena. Yleisen tason asenteiden ei nähdä suoraan määräävän yksittäistä käyttäytymistä. Asenteen ja käyttäytymisen epäjohdonmukaisuuksia voidaan myös selittää puheessa. Tietty teko voidaan selittää sellaiseksi, ettei se liity asenteeseen tai horjuta sitä, vaikka siltä ulkopuolisesta näyttäisikin. Esimerkiksi jos tietty tilanne, jossa teko tapahtuu, osoitetaan jollain tapaa poikkeukselliseksi normaaliin tilanteeseen nähden. Tällöin selitetään teko sellaiseksi että se sopii asenteeseen. Toisaalta voidaan myös muokata selitystä asenteesta, jotta se sopisi tekoihin. Toisistaan paljonkin poikkeavat teot voidaan siis liittää samaan asenteeseen riippuen siitä kuinka kukin asenteensa selittää. Näin henkilö voi selittää itselleen toimintansa ja asenteidensa yhteensopivuutta, vaikka ulkopuolista hän ei välttämättä vakuutakaan kovin johdonmukaiselta. Voidaan myös väittää, että asenteen voimakkuus vaikuttaisi siihen kuinka vahvasti asenteet vaikuttavat tekoihin. Jos asenne selitetään melko heikoksi, selitetään samalla, ettei ole niin yllättävää jos asenne ja teot eivät kulje aina käsi kädessä. (Billig, 1996, 210-211)

Tämän tutkimukseni aineistosta kävi ilmi myös toimittajien ja tiedottajien oma ajatus siitä kuinka mielipiteet ja toiminta eivät aina kulje täysin käsi kädessä. Jo ammattiroolien vuoksi ja työn sujumisen kannalta ollaan välillä valmiita unohtamaan omat asenteet jotakin tiettyä ihmistä kohtaan. Yleisellä asenteella koko ammattiryhmää kohtaan voisi kuitenkin ajatella olevan enemmän vaikutusta myös käyttäytymiseen. Tätä en kuitenkaan suoranaisesti tutkinut, joten kyseessä on vain oletus, jonka siis näin kuultavan läpi tutkimukseni aineistosta.

## Retoriikkaa

Retorinen ajattelu on siis tämän tutkimuksen yhtenä tausta-ajatuksena. Käyn myöhemmin jonkin verran läpi eri puhetapojen vaikutusta siihen, millaisen kuvan tiedottajat ja toimittajat rakentavat suhteestaan. Nyt esittelen kuitenkin retorista ajattelua vielä hieman laajemmalta kannalta katsottuna.

Retoriikkaan keskittyvän ajattelun pohjana pidetään usein jo Aristoteleelta peräisin olevaa puheen vaikutuskeinojen jaottelua logokseen, ethokseen ja pathokseen. Näistä logos tarkoittaa argumentin asiasisältöä, eli argumenttia itsessään, ethos kuvaa tapoja, joilla puhuja pyrkii ilmentämään luonnettaan tai uskottavuuttaan ja pathos merkitsee yleisössä olevia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat viestin vastaanottamisen tapaan ja arvioon. Ethokseen voidaan liittää retoriikan tutkimuksessa myös puhujan yleisökäsitys ja lähestymistapa kohteeseen. (ks. esim. Kakkuri-Knuuttila, 1999, 233) Nämä kaikki puheeseen liittyvät elementit vaikuttavat siihen millaisena teksti näyttäytyy ja millaisia merkityksiä se saa. Myös tekstin fyysinen tilanne ja esimerkiksi tekstin tuottajan asema voivat vaikuttaa tekstin sisältöön, muotoon ja sen ymmärtämiseen. (Mäntynen 2003, 17-18)

Retorisen analyysin kohteena on puhe tai teksti ja siinä näkyvät vaikutuskeinot. Tekstissä olevan asiasisällön lisäksi retorinen analyysi on erityisesti kiinnostunut tekstin ilmiästä. (Kakkuri-Knuuttila, 1999, 234) Retoriikassa otetaan siis huomioon millä tavoilla sisältöä ilmaistaan. Näin ollen retoriikassa käsitellään myös sitä, miten kielen rakennetta käytetään ja millaisia merkityksiä käytetty rakenne saa aikaan tekstissä.

Retoriseen ajatteluun liitetään tiiviisti myös konstruktionismi. Teksti ei siis pelkästään heijasta todellisuutta, vaan se myös rakentaa ja muokkaa sitä. (Mäntynen 2003, 17-18)

# TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

## Aineiston kerääminen

Keräsin tutkimukseni aineiston haastatteleamalla sekä toimittajia, että tiedottajia. Koska tarkoituksena on myös vertailla tiedottajien ja toimittajien vastauksia, oli tärkeää saada haastatteluja tasapuolisesti. Koska kyseessä on laadullinen tutkimus, riittää kuitenkin melko pieni määrä haastatteluja. Haastateltavia oli tutkimuksessa lopulta yhteensä kaksitoista. Näistä kuusi oli toimittajia ja kuusi tiedottajia. Tämä on mielestäni riittävän suuri määrä jotta löytyy eri variaatioita tutkittavasta aiheesta, mutta toisaalta riittävän pieni, jotta siihen pystyy käytännön rajoitusten puitteissa kunnolla keskittymään. Kuten olen jo aiemmin sanonutkin, näiden haastattelujen pohjalta ei kannata lähteä tekemään selkeitä yleistyksiä. Yleistyksen eivät kuitenkaan ole tämän tutkimuksen tarkoitus, joten sekään ei anna aihetta suurempaan haastateltavien määrään.

Toimittajia oli mukana sekä sähköisen median, että printtimedian puolelta, isoista ja pienistä tiedotusvälineistä. Toimittajat olivat joko taloustoimittajia tai yleistoimittajia ja kaikki olivat työssään melko paljon yhteydessä tiedottajiin. Näin ollen pois jää ns. viihteellinen toimitus, aikakauslehdet yms. Keskittyminen onkin siis pääasiassa erilaisissa uutistoimituksissa. Rajasin toimittajat näin ensinnäkin olemassa olevien rajallisten resurssien vuoksi ja toisaalta myös siitä syystä, että useat yritykset ovat pääasiassa juuri näiden toimittajien kanssa tekemisissä. Kolmantena syynä rajaukselleni oli se, että valitsemani toimittajat kuuluivat ryhmään, joka tekee juttujaan laajalle yleisölle, joka ei ole kovinkaan segmentoitua.

Tiedottajat työskentelivät kaikki kaupallisten yritysten palveluksessa, pienemmissä tai suuremmissa firmoissa eri aloilta. Näin ollen pois jäivät esimerkiksi julkisyhteisöiden tms. tiedottajat. Tiedottajat rajasin siis yritysten tiedottajiin. Tämä oli alusta alkaen lähtökohtaisesti kiinnostuksen kohteeni. Koska tiedottajien toimintaa ohjaa eri organisaatioissa hieman eri vaikuttimet, tulin siihen tulokseen, että on parempi keskittyä yhteen tiedottajaryhmään, kuin koittaa haukata liian suurta palaa kerralla.

Molemmista ammattiryhmistä oli mukana sekä miehiä että naisia tasapuolisesti. Haastateltavat olivat yhtä lukuun ottamatta työskennelleet tämänhetkisessä ammatissaan jo usean vuoden ajan.

Haastattelut kestivät haastateltavasta riippuen tunnista puoleentoista tuntiin. Haastattelut nauhoitettiin ja myöhemmin litteroitiin sanatarkasti. Näin haastatteluaineistoa kertyi yhteensä noin 180 liuskaa.

Haastattelujen tapahtumapaikka oli yhtä kertaa lukuun ottamatta haastateltavien työpaikalla. Tämä yksi poikkeava haastattelu tehtiin yliopiston tiloissa. Osassa haastatteluita jouduimme välillä keskeyttämään puhelimen soidessa, mutta yleisesti ottaen haastattelut tapahtuivat rauhallisessa ilmapiirissä ja hyvin luontevasti.

### **Laadullisen asennetutkimuksen esimerkki haastatteluihin**

Käyttämässäni laadullisessa asennetutkimuksessa aineiston keruutapaan voidaan ottaa vaikutteita kvantitatiivisesta asennetutkimuksesta. Kvantitatiivisessa asennetutkimuksessa taas on monia mahdollisuuksia, kuinka aineiston keruun voi suorittaa. Helkaman mukaan kaksi yleisintä tapaa mitata asenteita on Likert-asteikko ja semanttinen erottelu. Likert-asteikkoa käytettäessä kootaan joukko väittämiä, jotka koskevat asenteen kohdetta. Nämä väitteet voivat ilmaista myönteistä tai kielteistä suhtautumista kohteeseen. Jokaisen väitteen kohdalla on yleensä viisiportainen asteikko, jossa esimerkiksi kohta yksi tarkoittaa, että vastaaja on täysin samaa mieltä väitteen kanssa ja kohta viisi taas tarkoittaa, että vastaaja on täysin eri mieltä. Semanttisessa erottelussa vastaajia taas pyydetään arvioimaan asenteen kohdetta adjektiiviparien avulla. Adjektiivit, jotka muodostavat parin, ovat toisilleen vastakohtaisia ja vastaajan tehtävänä on merkata kumpaa adjektiivia lähempänä tutkittava kohde hänen mielestään on. (Helkama, 2001, 194-195)

Laadullisessa asennetutkimuksessa voidaan käyttää Likert-asteikon antaman esimerkin mukaan väitteitä, mutta valmiita vastausvaihtoehtoja ei kuitenkaan anneta. Vastaaja saa omin sanoin kertoa kantansa väitteeseen ja perustella sitä. Tämän tarkoituksena on saada vastaustilanteesta argumentatiivinen, kuitenkin niin ettei väitteiden asettaja itse ota kantaa väitteeseen. (Vesala & Rantanen, 1999, 22)

Päädyinkin siis rakentamaan haastattelut Vesalan ja Rantasen esimerkin pohjalta. Argumentatiivisuus oli tärkeää tässä tutkimuksessa käytetyn retorisen otteen kannalta, joten valinta tuntui sopivalta. Väitteet antavat alueen, millä liikkua, mutta myös vapauden siihen, mihin suuntaan liikutaan.

Haastattelijana roolini näyttäytyi melko aktiivisena. Jonkin verran vaihtelua oli tietysti haastateltavien välillä, toiset kertoivat paljon ilman että minun tarvitsi juurikaan pyytää sitä heiltä, joihinkin haastatteluihin jouduin osallistumaan enemmän. Pyrin kuitenkin välttämään haastateltavien johdattelua ja mielestäni onnistuin siinä melko hyvin. Koska haastattelut tapahtuivat aina kahden kesken, ei johdattelua tai painostusta tullut myöskään miltään muulta suunnalta.

Haastattelutilanteen ajoitus voi olla ehkä suurin ulkopuolinen haastateltavien asenteiden ilmauksiin vaikuttava tekijä. Lähiaikoina tapahtuneet kontaktit toimittajien ja tiedottajien kesken voivat vaikuttaa asenteen eri puolten, hyvien tai huonojen nousemiseen vahvempana esille. Jos esimerkiksi toimittaja tulee juuri loistavasti sujuneesta tapaamisesta tiedottajan kanssa, esittää hän todennäköisesti myönteisempiä kommentteja tiedottajista, kuin jos hän tulisi todella huonon tapaamisen jälkeen haastatteluun.

## Väitteet

Haastatteluissa käyttämäni väitteet olivat:

1. Toimittajien ja tiedottajien yhteistoimintaa kuvaa parhaiten kahden liikeyrityksen edustajan kohtaaminen, jossa molemmilla on omat tavoitteensa
2. Yritysten vaikutuspyrkimykset mediaa kohtaan voi huomata tiedottajien toiminnasta. Näin ollen nämä pyrkimykset vaikuttavat tiedottajien ja toimittajien yhteistoimintaan.
3. Toimittajilla on suurempi valta tiedottajien ja toimittajien välisessä toiminnassa.
4. Toimittajat kohtelevat toisia tiedottajia paremmin kuin toisia
5. Luottamus toimittajan ja tiedottajan välille syntyy helposti
6. Tiedottaja on toimittajalle yhtä tärkeä kuin toimittaja tiedottajalle
7. Toimittajien ja tiedottajien työ on osaltaan melko samankaltaista, ja tästä syystä heidän on helppo ymmärtää toisiaan ja toistensa työtä.
8. Tiedottajan yhteydet toimittajiin ovat usein riskialttiita
9. Toimijoiden ammatillinen pätevyys on henkilöiden luonteita tärkeämpää yhteistoiminnan sujumisen kannalta
10. Vanhoja / nykyisiä toimintatapoja toimittajan ja tiedottajan yhteistoiminnassa tulisi muuttaa tai kehittää

Väitteet ovat osaksi kirjallisuudessa jo valmiiksi esiintyneitä väitteitä ja osaltaan oman ymmärrykseni kautta syntyneitä. Pelkästään väitteisiin vastaaminen siten, että onko siitä samaa vai eri mieltä, ei riittänyt toimijoiden asenteiden ilmauksiin kovinkaan syvällisesti. Näin ollen pyysin haastateltavilta sen lisäksi erityisesti myös perusteluja näille mielipiteilleen, ja kyselin heiltä myös kunkin väitteen aihepiiriin liittyviä lisäkysymyksiä. Monen väitteen kohdalla perusteluja oli kuitenkin vaikea saada, ja mielipide tuntuikin ikään kuin itsestään selvältä asialta joka ei edes kaipaa perusteluja. Väitteen 4 kohdalla (toimittajat kohtelevat toisia tiedottajia paremmin kuin toisia) pyysin mielipiteitä myös



toisinpäin, eli kysymys kuului: kohtelevatko tiedottajat toisia toimittajia paremmin kuin toisia.

Jälkikäteen ajateltuna valitsemani väitteet saattoivat ohjata haastateltavia vastaamaan tietyllä tavalla, joka on jo aiemmasta kirjallisuudesta tullut tutuksi. Toisaalta suhteesta saattoi jäädä myös pois jotain tärkeää, jota en itse osannut aavistaa. Uskoisin kuitenkin että saamani tulokset tuovat esiin tiedottajien ja toimittajien suhteen perustavia ominaisuuksia ja niihin liittyjä asenteita totuudenmukaisesti ja melko kattavastikin. Haastateltavien yleinen asennoituminen toimittajien ja tiedottajien suhteeseen tulee haastatteluissa kuitenkin melko selvästi esiin, vaikka jokin yksittäinen seikka saattoikin jäädä haastattelujen ulkopuolelle.

### Analyysin toteutus

Tulosten analysoinnissa on tarkoitus käyttää sanallisia yhteenvedoja ja laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti antaa aineiston ohjata analyysiä. Vesalan ja Rantasen antaman esimerkin mukaan laadullisen asennetutkimuksen aineistosta voidaan esimerkiksi poimia kannanotot ja sitten luokitella ne esimerkiksi sen mukaan ovatko ne yksiselitteisiä vai varauksellisia, myönteisiä vai kielteisiä sekä millaisia arvottamisen ulottuvuuksia niistä löytyy. Lisäksi voidaan tarkastella perustelujen muotoja ja tapoja. (1999a) Analyysi voidaan esittää kunkin väitteen kohdalla erikseen, tai väitteitä voidaan myös yhdistää.

Oma tarkoitukseni on hieman tästä esimerkistä poiketen ensin kertoa mitä mieltä toisaalta toimittajat ja toisaalta tiedottajat olivat kustakin esittämästäni väitteestä erikseen ja millaisia asenteiden ilmauksia he esittävät näihin liittyen. En kuitenkaan erottele tai luokittele haastateltavia ryhmiin sen mukaan miten he ovat vastanneet. Toiseksi keskityn myös tarkastelemaan sitä, millaisen kuvan toimittajat ja tiedottajat puheessaan antavat suhteestaan. Tällöin en enää erottele aineistoa väitteiden mukaan, vaan käsittelen sitä kokonaisuutena. Analyysini on melko vapaamuotoinen, eikä se kiinnity vahvasti

mihinkään tiettyyn teoriaan. Se tuo kuitenkin selkeästi esille vastauksia tutkimuksessani esitetyille kysymyksille.

## TULOKSET

### Asenteet väitteisiin liitettyinä

#### Toimittajat ja tiedottajat asetetaan rooleihinsa

Ensimmäisestä väitteestä, ”toimittajien ja tiedottajien yhteistoimintaa kuvaa parhaiten kahden liikeyrityksen edustajan kohtaaminen, jossa molemmilla on omat tavoitteensa”, oltiin sekä toimittajien että tiedottajien puolella melko yksimielisiä. Väite hyväksyttiin oikeaksi ainakin jossain määrin kaikkien osalta. Perusteluja tämän väitteen kanssa samaa mieltä oleminen ei juurikaan tuntunut tarvitsevan, vaan väitteen todenmukaisuus näytti olevan ikään kuin itsestään selvyys. Ainoana perusteluna näyttäytyi työn mukanaan tuomat roolit, joka tavallaan jo sisältyy liikeyrityksen edustajana olemiseen. Enemmän perusteluja tarvittiinkin siihen, jos väitteen kanssa oltiin joiltain osin eri mieltä.

*Kyllä mä oon samaa mieltä, että kumpikin tämmösessä kohtaamisessa edustaa sitä työnantajaa jonka palveluksessa on, ja kummallakin varmasti on omat tavoitteensa. Eli tämmösessä työkohtaamisessa on ne roolit, me ollaan siinä työroolissa. (Tiedottaja)*

Kaikki haastateltavista olivat sitä mieltä että toimittajilla ja tiedottajilla on molemmilla omat tavoitteensa. Juuri niin, kuin väite antaa olettaakin. Nämä tavoitteet ovat jonkin verran toisistaan poikkeavia, mutta monet haastateltavista halusivat tuoda esiin, että toisinaan tavoitteet myös kohtaavat ja yhdistyvät. Tällainen tilanne olisi toivottava. Erityisesti tiedottajien mukaan se olisi paras mahdollinen tilanne sekä toimittajien että tiedottajien kannalta.

*Parhaimmillaanhan ne tavoitteet kohtaa toisensa jolloinka siitä voi syntyä jotain hyvää, ei välttämättä aina uutista, mutta jonkinlaista ymmärrystä ja ylipäättään se yhteys. (Tiedottaja)*

Tavoitteiden kohtaaminen ei kuitenkaan tarkoita sitä, että toimittajat unohtaisivat oman kriittisyytensä ja toimisivat tiedottajien pillin mukaan. Se ei tarkoita myöskään sitä, että tiedottajat unohtaisivat asemansa yrityksensä palveluksessa. Lähinnä tavoitteiden kohtaaminen tarkoittaa kiinnostumista samoista asioista ja sen mukainen toimiminen, että näistä asioista saataisiin tehtyä yleisöä kiinnostava juttu.

Vaikka väitteen loppuosa hyväksyttiin kaikkien haastateltavien osalta, kaksi toimittajaa eivät kuitenkaan pitäneet itseään väitteen alkuosan mukaan liikeyrityksen edustajina. Ennemmin he näkivät olevansa lukijoidensa edustajia. Myös yksi tiedottaja esitti ajatuksen, etteivät toimittajat aina edusta omaa yritystään, näin on esimerkiksi free-toimittajien osalta. Tiedottajat sitä vastoin näyttäytyivät selkeämmin työnantajansa edustajina sekä toimittajien, että tiedottajien puheissa.

Yksi tiedottaja oli kuitenkin sitä mieltä, ettei tiedottajan ja toimittajan suhteessa ole taloudellisen hyödyn tavoittelua, joten siitä syystä hän ei halua puhua kummankaan puolen toimijoista liikeyritysten edustajina. Hän ei kuitenkaan kieltänyt työnantajien ja ammattien suhteeseen tuomaa vaikutusta. Vaikka tämä kyseinen tiedottaja liitti liikeyrityksen edustajana olemiseen kiinteästi taloudellisen hyödyn tavoittelun, tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kaikki ne, jotka pitivät toimijoita liikeyritysten edustajina, olettaisivat taloudellisen hyödyn tavoittelun liittyvän suhteeseen oleellisesti. Pikemminkin he jättivät aihepiirin huomiotta tämän väitteen kohdalla. Kysymys näyttäisikin olevan erilaisesta käsityksestä siitä mitä liikeyrityksen edustajana oleminen kullekin tarkoittaa.

Ensimmäinen väite ei siis tuonut esiin juurikaan mitään yllätyksellistä toimittajien ja tiedottajien asenteista suhdettaan kohtaan. Se ennemminkin vain asetti molemmat osapuolet niihin rooleihin, joita toimittajille ja tiedottajille yleisestikin asetetaan.

### **Suhteeseen liitetty taloudellisen hyödyn tavoittelu**

Yhden tiedottajan innoittamana halusin selvittää myös, miten toimittajat ja tiedottajat näkivät taloudellisen hyödyn tavoittelun liittyvän toimittajien ja tiedottajien suhteeseen. Jos taloudellisen hyödyn tavoittelua esiintyy, liitetään se aina tiedottajan, ei koskaan toimittajan toimintaan. Vaikka toimittaja tekisi myyvän jutun, joka edesauttaisi lehden tms. myyntiä, ei tätä nähdä taloudellisen hyödyn tavoitteluna. Tiedottajien kohdalla kuitenkin markkinointihenkisyys ja muu taloudellisen hyödyn tavoittelu tuomitaan yleisesti. Näin tekivät erityisesti toimittajat. Myös suurin osa tiedottajista piti taloudellisen hyödyn tavoittelua asiana, jota ei tiedottajan toiminnassa saisi olla. Vain yksi tiedottaja myönsi toiminnassaan olevan taustalla myös taloudelliset seikat.

*Tota, sanotaan että sellaset tiedottajat, joilla on vankka jonkinlainen mainos- tai markkinointitausta, niin heidän kanssaan usein huomaa et ei olla samoilla linjoilla. Sieltä tulee se markkinointi läpi. (Toimittaja)*

*Perusarvoissakin pitäis olla samankaltaisuutta (toimittajien ja tiedottajien välillä). Joo, mut sit aina on huijareita joukossa, jotka on täysin moraalittomia, pelkkiä rahastajia. (Toimittaja)*

*Tommoset puhtaasti kaupalliset, niinku vaikka maahantuoja joka tuo jotain tuotetta maahan ulkomailta, niin sitten haluaa lähettää minulle näytekappaleita ja on niinku siinä toivossa et teen sit juttua niistä tuotteista. Et sehän on mun mielestä puhdasta mainontaa. Voinhan mä tehdä jotenki arvioivan jutun ja en nii yksselitteistä, mutta sillon ku se tuntuu et mun tehtäväksi annetaan nyt jonkun uuden tuotteen lanseeraaminen, ni sillon se*

*tuntuu vähän niinku siltä että onko nyt oikeat toimintatavat menossa.  
(Toimittaja)*

Taloudellisen hyödyn tavoittelu ei kuitenkaan näyttäytynyt haastateltavien puheissa kovinkaan usein. Silloinkin, kun asiasta puhuttiin, se liitettiin vain joidenkin tiettyjen tiedottajien toimintaan. Taloudellisen hyödyn tavoittelun kohdalla haastateltavat toisin sanoen puhuivat ongelmallisista tiedottajista, ei tiedottajista yleensä. Asennoituminen tiedottajiin yleensä ei siis rakentunut tämän aiheen pohjalta.

Toimittajien keskuudessa löytyi myös ymmärrystä taloudellisen hyödyn tavoittelua sivuten, vaikka se sellaisenaan tuomittiinkin. Tiedottajien ymmärrettiin olevan yritystensä palveluksessa, ja sen tuovan mukanaan taustaelementtejä jotka vaikuttavat myös tiedottajan toimintaan. Tätä ei nähty huonona asiana, vaan ennemminkin itsestään selvänä ja luonnollisena asiana.

*Se on selkeesti, et jos aatellaan yrityksen toimintaa, niin viestintä on yksi tuloksen teon komponentti, ihan selkeesti, ei sillä suoraan myydä tai markkinoida, mutta se on niin vahva imagonrakennuselementti, että siihen pitää suhtautua vakavasti. (Toimittaja)*

### **Vaikutuspyrkimykset pieniä**

Toiseen väitteeseen, ”yritysten vaikutuspyrkimykset mediaa kohtaan voi huomata tiedottajien toiminnasta, näin ollen nämä pyrkimykset vaikuttavat tiedottajien ja toimittajien yhteistoimintaan”, toimittajista neljä vastasi selvästi olevansa samaa mieltä. Lisäksi yksi oli samaa mieltä siitä, että yritykset pyrkivät vaikuttamaan mediaan, mutta ei kuitenkaan uskonut, että se vaikuttaisi juurikaan tiedottajien ja toimittajien suhteeseen. Viimeinen toimittajista taas oli hieman epävarma vastauksessaan, puhui vaikutuspyrkimysten olemassaolosta, mutta ei kuitenkaan halunnut myöntää väitettä täysin oikeaksi.

Tiedottajista kolme oli selvästi samaa mieltä väitteen kanssa. Yksi ei osannut suoraan sanoa ollakko samaa mieltä vai ei. Yksi taas oli sitä mieltä, että joidenkin tiedottajien toiminnassa vaikutuspyrkimykset kyllä näkyvät, mutta koska hänen mielestään vaikutuspyrkimykset eivät ole hyväksyttäviä, hän ei ainakaan omassa toiminnassaan pyri tällaisia keinoja käyttämään. Viimeinen tiedottaja oli aika lailla samoilla jäljillä edellisen kanssa, hän sanoi, etteivät ammattitaitoiset tiedottajat pyri vaikuttamaan mediaan. Ne jotka eivät ole ammattitaitoisia ovat sitten kokonaan toinen juttu.

Vaikutuspyrkimykset voidaan nähdä joko neutraaleina tai negatiivisina haastateltavien puheessa. Eri haastateltavat ymmärsivät vaikutuspyrkimykset eri tavoilla. Näin ollen heidän puhuessaan vaikutuspyrkimyksistä, puheen kohde ei olekaan sama, vaikka he käyttävätkin samaa sanaa ilmaisemaan kohdetta. Vaikka vaikutuspyrkimykset saatettiin nähdä työhön liittyvinä sinänsä hyväksyttävinä seikkoina, ei niitä kuitenkaan koskaan tuotu esille positiivisina. Vaikutuspyrkimykset ovat kuitenkin aina seikka, joka tuo erottelun toimittajien ja tiedottajien välille vaikka ne hyväksyttäviä olisivatkin.

Sekä toimittajien että tiedottajien puolella, niillä, jotka olivat samaa mieltä väitteen kanssa, vaikutuspyrkimykset näyttäytyivät melko viattomina, kuten siinä, ettei tiedottaja kerro kaikkia asioita yrityksestään tai että hän jollain tavalla pehmentää kertomaansa. Väitteen kanssa samaa mieltä olleet olivatkin sitä mieltä, että tämänkaltaiset vaikutuspyrkimykset kuuluvat tiedottajan työhön, eikä siinä ole mitään pahaa.

*Tiedottajilla on tavoitteena pyrkiä vaikuttamaan että toimittaja kirjoittaisi mahdollisimman myönteisen jutun heidän firmastaan. Täähän on ihan selvä juttu, et kyllähän me tunnistetaan tää. Näin mäkin varmaan toimin jos olisin yrityksen tiedottajana, ei siinä mitään. (Toimittaja)*

Ne haastatelluista, jotka olivat sitä mieltä, etteivät tiedottajat pyri vaikuttamaan toimittajiin, tai ettei heidän ainakaan pitäisi näin tehdä, joko jättivät määrittelemättä sen, mitä nämä vaikutuspyrkimykset voisivat olla, tai liittivät ne yksipuoliseen

mainostamiseen tai muuten taloudellisen hyödyn tavoitteluun. Heidän mielestään tämän kaltaista vaikuttamista ei siis enää nykyään yleisesti esiinny, vaikka joissain tapauksissa näinkin voi olla.

*Joskus aikaisemmin on ollut ehkä enemmänkin, että ollaan esimerkiksi puhuttu tästä, että mainosmarkkoihin tai mainoseuroihin vedoten niin käyty kauppaa sitten niinku toimituksellisesta aineistosta. Et nää on näitä tämmösiä legendoja mitä liikkuu, mutta en usko että enää nykyään, et se on nyt ihan itsestäänselvyys näitä kahta asiaa, markkinointia ja viestintää ie pidä niinku sekottaa. (Tiedottaja)*

Voi siis esittää oletuksen, että silloin, kun vaikutuspyrkimyksiä ei nähty hyväksyttävänä ja yleisenä, kyse oli selkeästi suuremmasta ja negatiivisemmaksi nähdystä kohteesta, kuin silloin kun vaikutuspyrkimyksiä sanottiin olevan olemassa kaikissa arkipäivän kohtaamisissa.

### **Valta tiedottajien ja toimittajien välillä**

Kolmannesta väitteestä, ”toimittajilla on suurempi valta tiedottajien ja toimittajien välisessä toiminnassa” lähes kaikki olivat täsmälleen samaa mieltä. Yksi toimittaja ei halunnut ajatella valtaa toimittajien ja tiedottajien suhteessa, mutta ilmaisi kuitenkin, että tiedottajat lopulta kuitenkin päättävät mitä lehtiin laitetaan, ja siinä mielessä heillä kuitenkin valtaa on. Saman perustelun antoivat kaikki toimittajien vallan mittariksi toimittajien ja tiedottajien suhdetta tarkasteltaessa.

Sen lisäksi, että toimittajilla on viimeinen valta toimittajien ja tiedottajien suhteessa, yksi toimittaja ja yksi tiedottaja toi esille että myös tiedottajilla on valtaa. Tiedottajat voivat jättää kertomatta asioita niin halutessaan. Tämä ei siis kuitenkaan mene toimittajien vallan edelle. Kysymys on ennemminkin siitä kuinka toimittajat valtaansa käyttävät. Pienimmissä tiedotusvälineissä toimittajat joutuvat ehkä tekemään resurssien puutteessa

myös kompromisseja ja julkaisemaan lähes suoraan tiedottajien tekemiä juttuja. Tällöin tiedottajilla on enemmän mahdollisuutta vaikuttaa siihen, kuinka heidän sanomansa tulee esille, eikä toimittaja käytä hänellä olevaa valtaa.

Vallan käsitteen yhdistäminen toimittajien ja tiedottajien suhteeseen oli useimpien haastateltujen mielestä turhaa. Loputkaan haastatellut eivät antaneet viitteitä vallan tärkeydestä. Valta sinällään ei ollut sitä turhana pitäneiden mielestä oleellista, vaan ennemminkin se, mitä ammattien vaatimukset ja erilaisten henkilöiden kohtaaminen tuovat tullessaan. Toista osapuolta ei pyritä heidän mukaansa alistamaan, vaikka valtaa olisikin. Vallan määrittelemisen toimittajien osalle toi kuitenkin haastatteluihin selviä piirteitä siitä, että toimittajien ja tiedottajien suhde toimii ennen kaikkea toimittajien ehdoilla. Tähän aiheeseen palataan tarkemmin vielä myöhemmässä vaiheessa.

*Me ei oikeastaan ajatella näin. Valta, se ei oo, tää ei oo valtajuttu sillä tavalla. Tässä kyllä vallan käyttö.. mä en oikein miellä tätä (yleensä toimittajien toimintaa) sillä tavalla vallankäyttönä, niinku yleensäkin.  
(Toimittaja)*

### **Kohtelun samankaltaisuus**

Neljannen väitteen ”toimittajat kohtelevat toisia tiedottajia paremmin kuin toisia” hyväksyi jokainen haastateltu. Suurimpana syynä paremmin kohtelemiselle nähtiin olevan henkilökohtaiset suhteet. Toisten kanssa vaan tulee paremmin toimeen kuin toisten. Lisäksi kolme toimittajista ja kaksi tiedottajista ilmaisivat, että myös tiedottajan ammattitaito ja hänen edustamansa tahon merkityksellisyys voivat olla selittävinä tekijöinä siihen, että toiset saavat parempaa kohtelua.

Kysyessäni väitteen myös toisin päin, vastaukset pysyivät hyvin samankaltaisina. Vaikka kaikki myönsivät myös yleisesti ottaen tiedottajien kohtelevan toisia toimittajia paremmin kuin toisia, kaksi tiedottajista sanoivat kuitenkin itse kohtelevansa kaikkia



jokseenkin tasapuolisesti. Syytkin paremmin kohtelemiselle säilyivät samoina, tärkeimpänä henkilökohtaiset suhteet.

Haastateltavat pitivät eri tavoin kohtelua puolin ja toisin hyväksyttävänä silloin kun kyse oli lähinnä henkilökemioihin pohjaavasta kohtelusta. Se, että toisia ihmisiä kohdellaan paremmin kuin toisia, kuuluu heidän mukaansa kaikkiin ammatteihin ja tilanteisiin, joissa ollaan tekemisissä toisten ihmisten kanssa. Se on seikka jota ei voi, eikä edes tarvitse muuttaa.

*Ei tasapuolista kohtelua voi mun mielestä niin kun määrätä.. Et jos se julistettais jossain ylevässä elimessä, että nyt kaikkien pitää kohdella kaikkia tasapuolisesti, niin ei se vaan yksinkertaisesti onnistu sillä tavalla. Maailma ei toimi sillä tavalla, vaikka se voisikin olla ihanteellinen tavoite. Ei se sillä tavalla, et kyllä inhimilliset suhteet vaikuttaa, tää vanha kunnon kemia on vielä selittävänä tekijänä. (Tiedottaja)*

Haastateltavien mukaan epäreilua kohtelua ei juurikaan esiinny. Eri tavoin kohtelu ei myöskään ainakaan pitäisi näkyä yhteistoiminnan lopputuloksessa, vaan ennemminkin siinä muodossa, miten töitä tehdään.

*Jos vaikka ei jonkin tiedottajan menettelytavoista tykkäiskään, niin se ei saa vaikuttaa siihen asiaan sinänsä. Se kohtelu on enemmän siinä vuorovaikutuksessa. (Toimittaja)*

Mitä haastateltavat sitten pitivät parempana kohteluna? Toimittajista puhuttaessa paremmin kohtelu tiedottajia kohtaan oli lähinnä suurempaa ystävällisyyttä ja liittyi vahvasti siihen, miten hyvin yksittäinen ihminen tulee toimeen toisen kanssa riippumatta ammateista. Vaikka yrityksen merkittävyys näyttäytyi osalla haastatelluista paremmin kohtelun motiivina, ei toimittajien kuitenkaan nähty suosivan näitäkään tahoja muuta kuin sinänsä hyväksytyn aktiivisemmän vuorovaikutuksen muodossa.

Tiedottajien kohdalla paremmin kohtelu voitiin nähdä vähän laajemmin, vaikka myös edelliset tavat paremmin kohtelulle säilyivät. Tiedottajat voivat esim. tarjota juttuja ja palvella aktiivisemmin sellaisen tiedotusvälineen edustajaa, jolla on enemmän näkyvyyttä. Tätä ne toimittajat, jotka toivat asian esille, kritisoivat selvästi, vaikka samalla näkivät sen myös olevan järkevää ja hyväksyttävää yrityksen kannalta. Asian esille tuoneet tiedottajat taas vetosivat aikapulaan, joka pakottaa heidät keskittämään voimansa vain osaan toimittajista.

Jokainen haastateltavista oli kuitenkin selkeästi sitä mieltä, etteivät henkilöt saa missään tapauksessa mennä asioiden edelle. Tästä samasta aiheesta he puhuivat myös muiden väitteiden kohdalla. Keskitynkin henkilökohtaisten suhteiden vaikutukseen yhteistoimintaan enemmän yhdeksannen väitteen kohdalla.

### **Luottamus suhteessa**

Viides väite, ”luottamus toimittajan ja tiedottajan välille syntyy helposti” jäi ilman selkeää kannatusta. Toimittajista vain yksi sanoi olevansa täysin samaa mieltä väitteen kanssa, tiedottajista ei yksikään. Toimittajista kuitenkin kolme oli sitä mieltä, että luottamus on riippuvainen henkilöistä, toisiin pystyy luottamaan nopeasti, toisten kanssa luottamuksen syntyminen kestää kauemmin. Nämä toimittajat näkivät kuitenkin, että niitä, joiden kanssa luottamus syntyy helposti, on selkeästi enemmän kuin niitä, joiden kanssa luottamuksen syntyminen vaatii paljon aikaa. Kaksi toimittajista oli taas sitä mieltä, että luottamuksen syntyminen ei ole koskaan helppoa.

Kaikki toimittajat olivat kuitenkin sitä mieltä, että yleisesti ottaen he pystyvät hyvin luottamaan tiedottajiin, eikä siinä mielessä mitään ongelmaa luottamuksen suhteen ole ainakaan heidän kohdallaan olemassa. Luottamuksen syntymisen suhteen on siis paljon vaihtelevuutta, mutta lopputulos, luottamus toimittajien ja tiedottajien välillä on toimittajien mielestä olemassa. Toimittajat jättivät kuitenkin pienen varauksen sille mahdollisuudelle, että tiedottaja voi kuitenkin pettää luottamuksen.

*Noin periaatteessa mä oon kyllä melko lailla valmis luottamaan tiedottajaan, mutta tietenkin mä sitten katon, että miten se toimii ja pidetäänkö lupaukset. (Toimittaja)*

Tiedottajat kokivat luottamuksen syntymisen selkeästi vaikeampana kuin toimittajat. Kaksi heistä oli sitä mieltä, että joidenkin toimittajien kanssa luottamus syntyy helposti, mutta ei läheskään kaikkien. Neljä tiedottajaa oli taas sitä mieltä, ettei luottamus synny koskaan helposti vaan sen syntyminen vaatii melko paljon aikaa. Lisäksi se vaatii tiedottajilta sellaista käyttäytymistä jolla he osoittavat olevansa luottamuksen arvoisia.

*Ei se kauheen helposti synny. Et kyllä siinä täytyy niinku jonkin verran työtä sen eteen tehdä ja sitte se, että toimittaja tavallaan huomaa sen, että millanen oot ja et oot oikeesti luotettava. Mutta kyllähän se aikansa vaatii. (Tiedottaja)*

Luottamusta käsiteltäessä kaikki, sekä toimittajat, että tiedottajat näkivät luottamuksen ennen kaikkea siinä, kuinka toimittaja pystyy luottamaan tiedottajaan. Näin ollen edellä esitetyt tiedottajien vastaukset käsittelevät luottamusta juuri tästä suunnasta, eikä siis tiedottajien omaa luottamustaan toimittajiin. Vaikuttaakin siltä, että toimittajan luottaminen tiedottajaan nähtiin ensinnäkin epävarmempana seikkana ja toisaalta tärkeämpänä ja enemmän toimittajien ja tiedottajien suhteeseen vaikuttavana seikkana kuin tiedottajan luottamus toimittajaa kohtaan. Toimittaja voi jättää tiedottajan kokonaan huomiotta, jos ei luota tähän, mutta tiedottaja ei voi tehdä samaa toimittajalle

Haastattelujen aikana vasta kysyttäessä puhe siirtyi tiedottajien luottamukseen toimittajia kohtaan. Näin päin tiedottajat eivät nähneetkään lähellekään niin suurta vaikeutta luottamuksen syntyyn kuin mitä toisinpäin olivat nähneet. Tiedottajien näyttäisikin olevan melko helppo luottaa toimittajiin. Luottamus toimittajiin näkyi myös siinä, että toimittajiin kohdistuvaa luottamusta ei näyttänyt olevan tarvetta selitellä ja sille ei tuotu

ehtoja samalla tavalla kuin tiedottajiin kohdistuvaa luottamusta käsiteltäessä tehtiin. Tämä näkyi myös toimittajien puheissa.

Haastatellut tiedottajat näyttävät uskovan että toimittajien on vaikea luottaa heihin, vaikka itse asiassa haastatellut toimittajat sanoivat voivansa pääasiassa luottaa tiedottajiin. Koska vaihtelua kuitenkin esiintyi ja koska haastateltujen joukko on näin pieni, ei voida sanoa, onko suuntaus yleinen. Vähintäänkin voisi kuitenkin ajatella, että tilanne ei luultavasti ole ainakaan päinvastainen.

Luottamus toimittajien ja tiedottajien välillä nähtiin yleisesti ottaen tärkeänä asiana sekä toimittajien että tiedottajien puolella. Luottamus helpottaa ja nopeuttaa asioiden hoitamista kun asioita ei tarvitse tarkistaa monen mutkan kautta. Luottamukseen liitettiin myös ammattitaito. Niihin, joiden tiedetään olevan ammattitaitoisia, voidaan luottaa helpommin. Sama asia tuli esiin sekä toimittajien että tiedottajien puolella.

### **Toimittaja on tärkeämpi**

Kuudes väite oli seuraava: ”tiedottaja on toimittajalle yhtä tärkeä kuin toimittaja tiedottajalle”. Tähän toimittajista neljä oli sitä mieltä että väite pitää melko hyvin paikkaansa, molemmat ovat toisilleen tärkeitä. Kaksi toimittajista sanoi kuitenkin toimittajien olevan tiedottajille tärkeämpiä kuin toisinpäin. Perusteluna tälle he viittasivat siihen, että toimittaja voisi tulla toimeen ilman tiedottajaa, mutta toisin päin katsottuna tiedottajat eivät saisi tavoitteitaan toteutettua ilman toimittajia. Toimittajat kuitenkin sanoivat tiedottajienkin olevan tärkeitä heille. He voisivat kyllä tulla toimeen ilman tiedottajia, mutta toisaalta tiedottajat helpottavat ja nopeuttavat toimittajien työtä. Kiireellisessä työssä tätä arvostetaan kuitenkin melko paljon.

*Sanoisin että ei oo ehkä ihan niin tärkeä näin päin. Me toimittajina saadaan kyllä sitä tietoo muutenkin kun siltä tiedottajalta. Mut kyllä ne ihan tärkeitä on. Helpoin meille on lähestyä sitä tiedottajaa ensin. (Toimittaja)*

Tiedottajista vain yksi vastasi olevansa väitteen kanssa samaa mieltä. Vaikka hän puhui toimittajien tärkeydestä tiedottajille, toisinpäin käännettynä puhe muuttui kuitenkin yritysten tärkeydeksi tiedotusvälineille. Tällöin ei ole kyse enää yksittäisten ammatinharjoittajien eli tässä tapauksessa toimittajien ja tiedottajien tärkeydestä. Yrityksen johtaja voi esimerkiksi olla tiedotusvälineille eri tavalla tärkeä kuin tiedottaja. Lisäksi yritysten tärkeys kokonaisuudessaan näkyy myös esim. mainostuksessa, josta tiedotusvälineet voivat saada rahaa toimintaansa. Henkilöiden tärkeys ja organisaatioiden tärkeys ovat siis selkeästi eri asioita.

Toinen tiedottaja sanoi toimittajien ja tiedottajien tärkeyden toisilleen riippuvan henkilöistä ja organisaatioista niiden takana, mutta päätyi kuitenkin siihen että useimmiten toimittajat ovat tiedottajille tärkeämpiä kuin toisin päin. Viimeiset neljä tiedottajaa eivät yhtyneet väitteeseen, vaan sanoivat kuten kaikki edellisetkin, jotka ovat väitettä ainakin jossain määrin vastustaneet, että toimittajat ovat tiedottajille tärkeämpiä kuin toisinpäin. Myös perustelut pysyivät samana kuin toimittajilla.

Kukaan ei siis ajatellut että tiedottaja voisi olla tärkeämpi toimittajalle kuin toisinpäin. Tätä selittää pitkälti sekä tiedotusvälineiden että yritysten asettamat lähtökohdat ammattien harjoittamiselle ja yhteistoiminnalle. Tiedottajat nähdään yhdeltä osaltaan toimittajien palvelijoina.

### **Samankaltainen työ ja ymmärrys**

Seitsemäs väite oli ”toimittajien ja tiedottajien työ on osaltaan melko samankaltaista, ja tästä syystä heidän on helppo ymmärtää toisiaan ja toistensa työtä”. Tämän väitteen kanssa samaa mieltä oli viisi toimittajista. Kaikki toimittajat kuitenkin myönsivät väitteen ensimmäisen osan (töiden samankaltaisuuden) ainakin jokseenkin todenmukaiseksi. He kuitenkin halusivat täsmentää, että samankaltaisuus ei tietenkään sulje pois sitä tosiseikkaa, että toimittajan ja tiedottajan työt sisältävät myös erilaisia piirteitä. Vain osa

työstä on samankaltaista. Yhtä lukuun ottamatta toimittajat myös näkivät, että yleisesti ottaen tiedottajat ymmärtävät toimittajan työtä riittävän hyvin.

Vain yksi toimittaja siis sanoi, että tiedottajien pitäisi ymmärtää toimittajia selvästi paremmin. Parannettavaa hänen mukaansa oli esimerkiksi toimittajien aikataulujen tietämisessä ja huomioimisessa, sekä myös eri tiedotusvälineiden erityistarpeiden ymmärtämisessä.

Vastaavasti tiedottajista neljä oli väitteen kanssa samaa mieltä. Kaksi sitä vastoin sanoi, että toimittajien ja tiedottajien työt eivät ole samankaltaisia, ja näistä toinen oli myös sitä mieltä, että ymmärtäminen riippuu niin vahvasti yksittäisistä ihmisistä, ettei yleistystä voi tässä tapauksessa tehdä. Muut näkivät ymmärryksen toimittajien ja tiedottajien töistä olevan ainakin kohtuullisen hyvää puolin ja toisin.

Töiden samankaltaisuus näkyi haastateltujen mukaan siinä, että kummatkin ovat viestinnän kanssa tekemisissä. Myös esimerkiksi tiedotteiden ja uutisten kirjoittamisessa nähtiin yhteneväisyyttä, vaikka kirjoittaminen lähteekin eri lähtökohdista. Samankaltaisuus voi tulla esiin myös siinä, että monet tiedottajatkin ylläpitävät internetsivustoja sekä toimittavat henkilöstölehtiä.

Töiden erilaisuutta painottaneet tiedottajat toivat esiin tiedottajan työn sen puolen, joka ei ole millään tavalla tekemisissä toimittajan kanssa, kuten yrityksen sisäinen viestintä tai viestintä muiden yhteistyökumppaneiden kanssa. Töiden samankaltaisuuden tai erilaisuuden painottaminen tiedottajien keskuudessa johtuu luultavimmin yksinkertaisesti tiedottajien erilaisista rooleista yrityksissään. Toisten tiedottajien tehtävänä voi olla erityisesti yrityksen sisäinen viestintä tai toisaalta erityisesti ulkoinen viestintä. Tämä vaikuttaa myös ajatukseen siitä kuinka samankaltaista toimittajien ja tiedottajien työ on yleensä ottaen. Tavallisesti ihmiset katsovat tällaista yleiseksi ajateltua kysymystä erityisesti oman tilanteensa ja roolinsa kautta.

## **Pelisääntöjen ymmärtäminen**

Toisten töiden ymmärtämisessä tuli jälleen esille toimittajien ja tiedottajien asemat toisiinsa nähden. Sekä toimittajat että tiedottajat puhuivat tärkeämpänä siitä että tiedottajien täytyy ymmärtää toimittajia ja heidän työtään. Toimittajienkin ymmärrys tiedottajia ja heidän työtään kohtaan oli kyllä toivottavaa, ja tärkeääkin, mutta sitä ei nähty niin selkeästi välttämättömänä yhteistyön sujumisen kannalta.

Voisi kuitenkin sanoa, että toimittajien ja tiedottajien suhteen laatuun vaikuttaa erityisellä tavalla töiden mukana tulevien pelisääntöjen ymmärtäminen. Erityisesti siis tiedottajien puolelta tärkeää on sen tietäminen, millaista työtä toinen tekee, miksi hän toimii sillä tavalla kuin toimii ja mitä hän tarvitsee työssään. Usein toimittajat myös ilmaisivat, että tiedottajien tulee tietää mikä on uutisen arvoinen asia, ja tiedottaa siitä, eikä mistään turhasta. Jos tämänkaltaiset pelisäännöt ovat selvät, yhteistyö sujuu paremmin. Ei ole liian suuria oletuksia eikä liian alhaisia odotuksia. Suurin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että yleisesti ottaen nämä pelisäännöt ymmärretään hyvin puolin ja toisin. Samalla he kuitenkin myös sanoivat, että joidenkin toimijoiden, erityisesti joidenkin tiedottajien, kohdalla pelisääntöjen ymmärtämisessä olisi kuitenkin vielä parantamisen varaa. (Oikeastaan vain edellä jo mainittu yksi toimittaja oli asiasta eri mieltä)

*Sitä oppii tuntemaan sen maailman, että he tietävät, että kun me otamme yhteyttä niin ovat yleensä hyvin palveluhaluisia ja näin, totta kai. Että nämä pelisäännöt on meille hyvin selvät. Ja heille myös. (Toimittaja)*

Jos pelisäännöt eivät ole selvillä, yhteistoiminnassa voi haastateltujen mukaan tulla ongelmia ja väärinkäsityksiä. Odotukset toisen toiminnasta voivat tällöin olla erilaisia kuin todellisuus. Jos pelisääntöjä ei tunne, on se myös osoitus epäpätevyydestä. Pätevää toimittajaa tai tiedottajaa on helpompi arvostaa ja hänen kanssaan on myös helpompi työskennellä kuin epäpätevän kanssa.

## Riskialttiuden olemattomuus

Kahdeksas väite, ” tiedottajan yhteydet toimittajiin ovat usein riskialttiita” ei saanut kovinkaan suurta kannatusta. Toimittajista viisi oli eri mieltä väitteen kanssa. Viimeinenkään ei täysin väitettä hyväksynyt, mutta piti sitä kuitenkin tavallaan oikeana, siinä mielessä, että tiedottajien tulee muistaa pitää suunsa kiinni asioista joita hän ei julkisuuteen halua. Kaikki mitä sanotaan, voi löytyä seuraavana päivänä lehdestä. Myös kaksi muutakin toimittajaa puhui samasta asiasta, mutta he eivät nähneet sitä riskinä vaan ennemminkin itsestään selvänä asiana, jonka jokainen ammattitaitoinen tiedottaja kyllä tietää ja käyttäytyy sen mukaan.

Tiedottajat olivat hyvin samoilla linjoilla. Myös heistä viisi kielsi väitteen olevan totta, ja viimeinen tiedottaja oli jossain määrin samaa mieltä. Hän näki pienen riskin siinä että tiedottajan pitää varoa sanojaan. Tästä puhuivat kuitenkin kaikki tiedottajat, enemmän tai vähemmän. Sanojen varomista ei pidetty kuitenkaan negatiivisena, vaan yksinkertaisti tiedottajan ammattiin ja toimittajien kanssa tehtävään yhteistyöhön liittyvänä neutraalina tosiseikkana.

*No en nyt sanois että riskialtista, mut tietysti se just että täytyyhän, siinä mielessä, täytyyhän tiedottajan aina miettii kun toimittajan kanssa on tekemisissä, että mitä tavallaan puhuu ja mitä suustaan päästää, ettei siihen juttuun tuu tämmösiä väärinkäsityksiä. (Tiedottaja)*

Riskialttius ei siis niissäkään tilanteissa, joissa väitteeseen vastattiin myöntävästi, näyttäytynyt kovinkaan negatiivisen asiana, tai sellaisena, mistä tulisi pyrkiä eroon. Riskialttius liitettiin poikkeuksetta siihen, että kaikki tiedottajan toimittajalle kertoma voi tulla julkisuuteen, eikä tiedottajilla ole mahdollisuutta määrätä mitä asioita painotetaan. Riskialttiudesta puhuttaessa tuli esille myös se, että jos pelisäännöt ovat selviä puolin ja toisin, ei ongelmia tämän asian suhteen synny.



Riskit esimerkiksi siinä, että toimittajat vääristelisivät tai paisuttelisivat asioita kiellettiin jyrkästi sekä toimittajien, että tiedottajien puolella. Tämä kuitenkin sillä varauksella, että kyllähän juorulehdet tai iltapäivälehdet voivat tällaistakin tehdä mutta ei ”kunnon toimittajat”. Eivät ainakaan tarkoituksella.

### **Ammatillisen pätevyyden tärkeys**

Yhdeksäs väite, ”toimijoiden ammatillinen pätevyys on henkilöiden luonteita tärkeämpää yhteistoiminnan sujumisen kannalta” sai täyden kannatuksen sekä toimittajien että tiedottajien puolelta. Perusteluna oli se, että loppujen lopuksi työt hoidetaan mieluummin sellaisen henkilön kanssa, josta ei juurikaan pidetä, mutta joka osaa hommansa, kuin sellaisen kanssa joka on kyllä mukava, mutta joka ei yhtään tiedä mitä on tekemässä.

*Kyllä se (ammatillinen pätevyys) on tärkeämpää. Mun mielestä silloin, jos on pätevää sakkia tekemässä duunia, niin silloin tällaiset luonteet tai persoonalliset ominaisuudet ja tämmöset kemioiden yhteensopivuudet ei vaikuta paljoa, kun ne osataan ylittää. Se on osa sitä pätevyyttä, et ei anneta tämmösten mieltymyskuvioiden vaikuttaa, tai ainakaan ratkaista sitä asiaa. (Toimittaja)*

Toimittajien ja tiedottajien määrittelyt siitä, mitä ammatilliseen pätevyyteen liittyy kummankin ammattiryhmän kohdalla olivat hyvin samankaltaisia. Näin ollen en erittelekkään niitä toisistaan vaan käyn lyhyesti läpi, mitä nämä toimijat yhteisesti käsittivät ammatillisen pätevyyden osa-alueiksi kummankin osapuolen kohdalla.

Toimittajista puhuttaessa ammatilliseen pätevyyteen liitettiin sellaisia seikkoja kuin hyvä yleistieto, kirjoitustaito sekä taito löytää oleelliset, tärkeänä pidetyt asiat ja tuoda ne esiin selkeästi ja vääristelemättä. Ammatilliseen pätevyyteen nähtiin kiinteästi liittyvän myös tietty kriittisyys ja asioiden tarkastelu useammasta näkökulmasta. Itse välineen käyttö työtehtävän mukaan liittyy myös toimittajan ammatilliseen pätevyyteen.

Tiedottajien kohdalla ammatillinen pätevyys tarkoitti esimerkiksi selkeää kirjoitustaitoa, tietoutta työnantajana olevasta yrityksestään ja myös omista valtuuksistaan yrityksessä. Tiedottajilla tuli olla myös hyvä henkilöstöverkosto yrityksen sisällä, jotta hän pystyy tarvittaessa helposti ja nopeasti ohjaamaan toimittajan eteenpäin. Tiedottajien ammattitaitoon nähtiin liittyvän myös toimittajien odotusten ymmärtäminen

Molempien kohdalla ammatilliseen pätevyYTEEN liitettiin myös erilaisten ihmisten kanssa toimeen tuleminen. Ammatillinen pätevyys ja tietyt sosiaaliset piirteet näyttivätkin kuuluvan tiiviisti yhteen. Sekä hyvien toimittajien että hyvien tiedottajien odotettiin olevan sosiaalisia ja avoimia.

Vaikka ammatillinen pätevyys siis nähtiinkin luonteita tärkeämpänä, kaikki haastatellut olivat samalla myös sitä mieltä että henkilökemioilla on myös suuri merkitys töiden sujumisen ja miellyttävyyden kannalta. Vaikka se, että luonteet eivät sovi yksiin ei estäkään hyvää lopputulosta, auttaa henkilökemiat kuitenkin itse työntekoprosessissa. Työn tekeminen on mukavampaa ihmisten kanssa joista pitää tai joita ainakin arvostaa.

Kuinka hyvin ammatillinen pätevyys sitten nähtiin toteutuvan toisaalta toimittajien ja toisaalta tiedottajien kohdalla? Lyhyesti voisi vastata, että yleisesti ottaen hyvin.

*Siis mun kokemuksen mukaan ammatillinen pätevyys toteutuu hyvin. Mitä tässä nyt (ilmaisee paikkakunnan ja alueen) on organisoitu, niin ihan hyvin.  
(Toimittaja)*

Poikkeuksia kuitenkin sanottiin löytyvän. Nämä poikkeukset kierretäänkin sitten kaukaa, jos se vain on mahdollista. Näin tehdään sekä toimittajien, että tiedottajien suunnalta. Ammattitaito nähtiinkin yhtenä tärkeimmistä seikoista, jotka määrittävät toimittajien ja tiedottajien suhdetta hyvään tai huonoon suuntaan.

Ammatillisen pätevyyden nähtiin kuitenkin kasvaneen ja parantuneen viimeisten vuosien aikana. Muutos on siis tapahtunut ja nähtiin tulevaisuudessakin tapahtuvan parempaan suuntaan.

*Mä uskon, että tässä on aika paljon tapahtunut edistystä vuosien varrella. Mäkin oon sen verran pitkään ehtiny olla, että kyllä mä luulen, että tiedottajien ammattitaito, ammattitaidon paranemisen myötä nää suhteet on muuttuneet. Toisaalta vois sitten sanoo myös että ei nyt oo varmastikkaan sellanen tilanne, että pelkästään tiedottajien ammattitaito on tässä vuosien varrella parantunut. Kyllä se yhtä lailla voidaan puhua, että toimittajien ammattitaito on parantunut. (Tiedottaja)*

Edellistä lainausta luettaessa tulee mieleen myös ajatus siitä, kuinka suhteen muuttuminen ja parantuminen saatetaan liittää ensisijaisesti tiedottajien ammattitaidon paranemiseen, vaikka toimittajienkin ammattitaidolla on asiassa osansa.

Vaikka tavallisesti tiedottajien ja toimittajien ammattitaidosta puhuttiin tiedottajille tai toimittajille yleisesti kuuluvana ominaisuutena, erottui joukosta molempien puolella kuitenkin yksi ryhmä, joka sai enemmän tunnustusta ammattitaidostaan. Kaikki haastateltavat eivät kuitenkaan tätäkään ryhmää erotellut muista toimittajista tai tiedottajista.

Tiedottajien puolella suurissa yrityksissä, jotka panostavat viestintään nähtiin erityisesti olevan ammattitaitoisia tiedottajia. Toisaalta sama päti myös toimittajien puolella. Suurten ja vaikutusvaltaisten tiedotusvälineiden toimittajat nähtiin olevan suuremmalla todennäköisyydellä ammattitaitoisia kuin jonkin pienen paikallislehden.

*Sanotaan, että isoissa firmoissa yleensä on ammattitaitoisia tiedottajia, ja isoissa kaupungeissa. Et nää on ne kanavat jotka kertoo sen ja mun mielestä se toimii erittäin hyvin. (Toimittaja)*

*Isoissa yrityksissä Suomessa niin tiedottajat on ammattitaitoisia, suurimmalla osalla on viestinnän koulutus, ja sitten myös isojen lehtien toimittajat, niin ne on ammattitaitoisia. (Tiedottaja)*

### **Lisää aiheesta henkilökohtaiset suhteet**

Henkilökohtaisista suhteista toimittajan ja tiedottajan välillä puhuttiin usean eri väitteen yhteydessä. Hyvät suhteet toimittajien ja tiedottajien välillä saattavat vaikuttaa siihen, kuinka helposti otetaan yhteyttä puolin ja toisin, ja sitä kautta ehkä myös julkisuuteen pääsyyn eri yritysten kohdalla. Tämä ei kuitenkaan ole määräävä tekijä, vaan tärkeämpänä kuitenkin tulee itse aihe, josta toimittaja haluaa juttua tehdä. Tai kuten eräs toimittaja sanoi:

*Onhan se aina miellyttävämpi työskennellä sellasen ihmisen kanssa jonka kanssa niinku synkkaa. Mut se ei saa olla niinku este siihen että jos on kovasta asiasta kyse, niin vaikka kuinka on kusipää, niin se pitää vaan kestää. (Toimittaja)*

Henkilökohtaisilla suhteilla tuntui olevan melko paljon merkitystä toimittajien ja tiedottajien yhteistoiminnan kannalta. Niiden kautta työt sujuvat helpommin ja myös luottaminen toiseen helpottuu. Henkilökohtaisen tuntemisen kautta tiedottajat tietävät paremmin minkä kaltaisista asioista toimittaja on kiinnostunut ja millä tavalla ne kannattaa tuoda esille. Toisaalta tutustuessaan tiedottajaan paremmin, toimittajat tietävät, minkä kaltaisista asioista tiedottajalta kannattaa kysellä ja mitä heiltä voi odottaa.

*Kyllä meille tiedottajana oikeesti on tärkeintä että on hyvät suhteet, et oppii tuntee ja tietää et millaista juttua tolle kannattaa tarjota ja tietää et mihin se kannattaa kutsua, et kyllä henkilökohtaiset suhteet on tosi tärkeitä. (Tiedottaja)*

*Sitten kun tehdään pitkän aikaa yhteistyötä niin kyllähän siinä sitten tapahtuu varsin usein niin, että tullaan tutuiksi ihan inhimillisellä tasolla ja se on ihan hyvä asia, koska sehän on selvä, että missä tahansa työelämässä silloin kun ihmiset tuntee toisensa niin asioitten hoitaminen on huomattavasti kitkattomampaa, nopeampaa, sanoisin jopa tehokkaampaa. (Tiedottaja)*

*Kun yrityksen tiedottajaa lähestytään, kun tunnetaan, niin hyvin äkkiä päästään eteenpäin siinä että minä haluan nyt tietää mitä teillä tapahtuu siinä ja siinä asiassa, kenen kanssa voisin keskustella. Kyllähän tää on tietyllä tavalla niin, et tuttavussuhteet nopeuttaa sitä meidän työn tekemistä, se on sanottava. (Toimittaja)*

Työuran alkuvaiheessa saattaa henkilökohtaisten suhteiden merkitys tuntua liiankin tärkeältä, kun itselle ei vielä ole kertynyt omaa verkostoa.

*Kyllähän ehkä välillä harmittaakin, että on niitä jotain et suhteilla pelataan, mut sit tietysti sen tietää itekin, että tietyillä suhteilla pitää pelata ja tiedottajilla on just se haaste, että millä sä luot niitä suhteita kaikkiin näihin toimittajiin. (Tiedottaja)*

*Vaikka se pienenä, silloin ku alotteli, niin otti päähän se, että kun ihmiset tuntee toisensa ja sitten sillä on jotain merkitystä. Mut et kyllä se oikeesti on hyvä asia, et kyllä sitä tulee tuntemaan sitten aikaa myöten et siihen vaan täytyy päästä sisälle. (Toimittaja)*

Vaikka sekä toimittajat, että tiedottajat pitävät henkilökohtaista tuntemista tärkeänä, myöskään liian hyväksi kaveriksi ei saisi tulla. Erityisesti toimittajat toivat esille ajatuksen, ettei henkilökohtainen tunteminen saisi vaikuttaa toimittajan päätöksentekoon millään tapaa.

*Jos on sellanen hyväsanainen, miellyttävä tiedottaja, niin kyl sen kanssa paremmin tulee toimeen. Mut tietysti ideaalitilanne ois se, et ei olla liian hyviä kavereita. (Toimittaja)*

Myös tiedottajat olivat pääasiassa sitä mieltä, ettei henkilökohtaista tuntemista saisi käyttää hyväkseen. Toisaalta he myös sanoivat, että eivät usko sen olevan edes mahdollista.

Toimittajien ja tiedottajien suhteessa näyttäisi olevan samanaikaisesti toisaalta pyrkimys luottamukselliseen suhteeseen, jossa molemmat tuntevat hyvin toisensa ja tulevat hyvin toimeen keskenään ja toisaalta pyrkimys erottautua toisesta, pitää oma päätäntävalta ja säilyttää hienoinen epäluottamus ja kritiikki. Näin ollen erityisesti toimittajat, mutta jossain määrin myös tiedottajat, näyttävät tasapainoilevan suhteessaan kahden eri suuntiin vievän pyrkimyksen välillä.

### **Toivomuksena kehitystä muttei suuria muutoksia**

Kymmenennen väitteen, ”vanhoja / nykyisiä toimintatapoja toimittajan ja tiedottajan yhteistoiminnassa tulisi muuttaa tai kehittää”, suhteen vain yksi toimittaja ja yksi tiedottaja olivat sitä mieltä, ettei väite pidä paikkaansa. Vaikka muut siis toivoivat kehitystä, tästäkin huolimatta kaikki haastatellut olivat kuitenkin vähintäänkin melko tyytyväisiä vallitseviin toimintatapoihin. Toiminnan sanottiin jo muuttuneen parempaan suuntaan, eikä mitään suuria muutoksia tarvitse haastateltavien mukaan enää tehdä. Heidän mielestään kehitettävää voisi kuitenkin olla joissain tapauksissa. Tavallaan väitteen kanssa samaa mieltä olleet siis esittivät samalla toteamuksen, että aina on parannettavaa. Koskaan ei olla niin täydellisiä etteikö parannettavaa löytyisi.

## **Kehitysehdotukset**

Kokoan tähän kehitysehdotukset, joita toimittajat ja tiedottajat toivat esille. Kaikki eivät ole sanoneet samoja, mutta yksikään kehitysehdotus ei ole pelkästään yhden henkilön sanomaa. Kaikki ehdotukset olivat kuitenkin melko samoilla linjoilla ja painottivat henkilökohtaista kohtaamista toimittajien ja tiedottajien välillä.

Ensinnäkin osa haastateltavista toivoi toimittajien ja tiedottajien tapaamisia myös muualla kuin työn puitteissa, jotta he voisivat tutustua toisiinsa paremmin. Samalla yksi toimittaja toi myös esille, että sekä toimittajien että tiedottajien olisi hyvä ymmärtää, ettei toisen osapuolen henkilökohtaisessa tuntemisessa ole mitään pahaa. Se, että tämä toimittaja toi asian esille antaa olettaa, että toimittajien tai tiedottajien keskuudessa saattaa vielä olla senkaltaista ajattelua, joka haluaa pitää toimittajat ja tiedottajat selvästi erossa toisistaan. Kuitenkin aikaisemmin haastatteluissa on jo puhuttu, kuinka henkilökohtainen tunteminen helpottaa yhteistyötä. Toisaalta aikaisempiin väitteisiin liittyen on tullut myös esille, että osa toimittajista ja tiedottajista on myös sitä mieltä, ettei toimittajat ja tiedottajat myöskään saa olla liian hyviä kavereita keskenään. Tällä he ovat tarkoittaneet sitä, että jos ystävyys alkaa muokkaamaan toimittajien luomia juttuja, tai jos ystävyys saa aikaan epätasapainoista julkisuutta tai selkeää suosimista.

Toisena kehitysehdotuksena toivottiin toimittajien ja tiedottajien tapaamisia myös työhön liittyen. Näitä voisi olla esimerkiksi tiedottajien käynnit toimituksissa, jotta he näkisivät itse miten työt siellä tapahtuvat ja näin osaisivat ymmärtää toimitusten vaatimuksia heitä kohtaan. Myös toisinpäin tapahtuva vierailu nähtiin hyvänä ideana. Toimittajat voisivat käydä tutustumassa yritysten toimintaan ja samalla myös yleisesti talouselämään. Molemmiin päin lopputulokseksi toivottiin että toimittajat ja tiedottajat voisivat ymmärtää toisiaan ja toistensa työtä vielä paremmin, ja yhteistyö sujuisi näin ollen helpommin. Aikaisemmin haastatteluissa tuli ilmi, että yleisesti ottaen haastateltavat näkivät ymmärtämisen olevan jo melko hyvissä kantimissa. Kuitenkin joidenkin, erityisesti joidenkin tiedottajien kohdalla voi olla vielä parantamisenkin varaa.

Kolmantena kehitysideana osa haastateltavista esitti jonkinlaisten seminaarien järjestämisen toimittajien ja tiedottajien yhteistyöhön liittyen. Tällöin kyse on edellisiä hieman virallisemmasta kohtaamisesta, mutta päämäärä on sama; yhteistyön ja ymmärtämisen helpottaminen.

Nämä kolme kehitysehdotusta ovat sellaisia, joita on jonkin verran jo toteutettukin. Toimittajat ja tiedottajat ovat tavanneet toisiaan niin vapaamuotoisesti kuin virallisemminkin. Tapaamisia on kuitenkin ollut vain tiettyjen tahojen kanssa. Esimerkiksi pienten yritysten tiedottajat tai pienten tiedotusvälineiden toimittajat jäävät helposti tapaamisten ulkopuolelle. Erityisesti haastateltavat toivoivatkin siis näiden yhteistyötä helpottavien tapaamisten lisäämistä ja yleistämistä koskemaan normaalia toimintaa ja useampia eri tahoja.

### **Ongelmat joihin toivottiin muutosta**

Kehitysehdotusten lisäksi kysyin haastateltavilta, näkivätkö he mitään ongelmia nykyisissä toimintatavoissa tai toimittajien ja tiedottajien suhteessa. Vaikka kahta lukuunottamatta kaikki haastateltavat esittivät, että toimintatapoja tulee kehittää, oli vain kolme haastatelluista sitä mieltä, että toimintatavoissa on jotain ongelmallista.

Ensimmäinen ongelma oli erään tiedottajan ilmaisema. Hänen mukaansa toimittajien sähköpostit täyttyvät siinä määrin, että toimittajat eivät enää pysty käymään tehokkaasti läpi saamiaan posteja. Tämä vaikeuttaa tiedottajan mukaan myös toimittajien ja tiedottajien yhteistyötä, koska tärkeitäkin sähköposteja voi hävitä muiden sekaan ja jäädä kokonaan huomiotta. Kokonaisuuden kannalta katsottuna sähköpostiongelma on kuitenkin melko pieni ongelma, eikä se näy niinkään toimittajien ja tiedottajien suhteessa olevana ongelmana, vaan teknisenä ongelmana.

Toinen haastatteluissa esiin tullut ongelma oli erään toimittajan mielipide tiedottajien yrityksiin tuoda omia juttuaihteita esille turhan aggressiivisesti tai turhan usein. Hänen



mukaansa tiedottajien tulisi paremmin ymmärtää, että toimittajien aika ja myös uutistila on rajallinen. Tästä johdettuna tiedottajien pitäisi paremmin ymmärtää myös se, että on turha koettaa tiedottaa asioista, joilla ei ole mitään uutisarvoa. Tällainen aggressiivinen tiedottaminen turhasta asiasta vain rasittaa toimittajaa ja vie hänen aikaansa aivan suotta.

Kolmantena ongelmana eräs toimittaja toi esiin tiedotteet, jotka ovat julkaisuvapaita sellaisiin aikoihin, että niistä ei ole enää mitään hyötyä, sekä myös tiedotustilaisuudet, jotka järjestetään liian myöhäiseen ajankohtaan, jotta ne saataisiin saman päivän tarjontaan. Taustalla hänen mukaansa on tiedottajien toimiminen lehdistön aikataulujen mukaan, jolloin he eivät kunnolla ota huomioon muita tiedotusvälineitä. Ongelman esiin tuonut toimittaja muistutti kuitenkin, että tätä tapahtuu nykyään vähenevässä määrin, eikä ongelma siis enää ole yhtä suuri kuin muutamia vuosia sitten.

### **Asenteet kokonaisuutta ajatellen**

Kuten olen jo edellä maininnut, monet asiat, joista toimittajat ja tiedottajat puhuivat, eivät kiinnittyneet vain yhteen tiettyyn väitteeseen, vaan tulivat esille useamman väitteen kohdalla. Selvimmin esille tulleista alueista olen jo kirjoittanut eri väitteiden yhteydessä. Jäljelle jää kuitenkin vielä sen käsitteleminen, miten toimittajat ja tiedottajat toivat asennoitumistaan toisiinsa ja suhteeseen esille läpi koko haastattelun. Käsitellenkin siis vielä sitä minkälainen yleinen asennoituminen haastatteluista välittyi, ja millaisia puhetapoja toimittajat ja tiedottajat käyttivät puhuessaan suhteesta tai toisistaan.

Toimittajien ja tiedottajien asennoituminen suhteeseen ja käsitykset siitä ja sen toimivuudesta olivat jopa yllättävänkin samanlaisia. Mitään selkeitä eroja ei löytynyt, ja siinä mielessä toimittajien ja tiedottajien vertailu on ollut monelta kohdin melko turhaa. Näyttäisi siltä, että molemmat osapuolet tunnistavat suhteessa olevat hyvät ja huonot puolet lähestulkoon samalla tavalla, ja monessa kohdin varsinkin tiedottajat pyrkivät astumaan myös toimittajan saappaisiin ja katsomaan asioita siltäkin kannalta. Suhteen rakenteen vuoksi toimittajat eivät niinkään näe tarvetta katsoa asioita tiedottajan kannalta.

Tämän myös tiedottajat hyväksyvät normaalina suhteeseen kuuluvana tosiasiana eivätkä useimmiten edes odota toimittajien tekevän niin.

Koska siis mitään selkeitä eroja ei monessakaan kohta ole tullut esille toimittajien ja tiedottajien välillä, käsittelen tässä analyysin toisessa osassa välillä toimittajia ja tiedottajia yhtenäisenä ryhmänä. Tätä ennen kuitenkin katsotaan näiden ammattiryhmien yleistä suhtautumista toisiinsa ensin toimittajien ja sitten tiedottajien näkökulmasta. Samalla esitän myös pientä yhteenvetoa siitä mitä on aiemmin jo todettu toimittajien ja tiedottajien suhteesta.

## Yleinen asennoituminen

### **Toimittajat**

Tekemieni haastattelujen perusteella näyttäisi siltä, että toimittajia ja tiedottajia koskevassa kirjallisuudessa esiintyvät ristiriidat ja vaikeudet ovat vain pienen osan ongelma. Niitä toki näyttää esiintyvän, mutta kukaan haastatelluista ei nähnyt toimittajan ja tiedottajan suhdetta lähtökohtaisesti huonona tai ongelmallisena.

Tiedottajista puhuttaessa haastatelluilla toimittajilla oli yksi selkeä tapa katsoa tiedottajien joukkoa. Yleisesti toimittajat näkivät suhteen toimivana ja hyvänä, mutta kuitenkin heidän mukaansa on olemassa niitä joitakin tiedottajia, jotka eivät osaa toimia tehtävässään odotetulla tavalla, eivät tunne kunnolla median ja yritysten välisiä pelisääntöjä tai joiden kanssa ei vain tule toimeen jostain muusta syystä. Toinen haastatteluissa selkeästi esiin tuleva seikka on, että toimittajien suhtautuminen tiedottajiin vaihtelee eniten sen mukaan, kuinka ammattitaitoisina he pitävät tiedottajia. Tässäkin pätee juuri kertomani periaate, eli yleisesti ottaen toimittajat näkevät tiedottajien olevan ammattitaitoisia, mutta joukosta löytyy poikkeuksiaikin. Toimittajat puhuvat, että kyse on

hyvin paljon siitä, millaisia tiedottajat ovat ihmisinä ja ammattilaisina. Joukosta löytyy loistavia tiedottajia, mutta myös todella surkeita tiedottajia.

*No mun mielestä toimittajien ja tiedottajien intressit kohtaa kohtuullisen hyvin. Että ei mulla oo tullu vastaan sellasia tilanteita, että mä joutuisin kauheesti moittimaan firmojen tiedottajien toimintaa. Joskus sanotaan, joku saattaa olla hieman päällekkäyvämpi kuin joku toinen, mutta se taas on ihan persoonakysymys. (Toimittaja)*

*Yleensä molemmat tietää sen toisen työalan. Tiedottajat tietää mitä toimittajat haluaa ja toimittajat tietää mitä tiedottajat tarjoaa, ni kyl se sit usein kuitenkin aika hyvin niinku sulautuu yhteen. Mut jos siellä sattuu olemaan tällainen tiedottaja joka haluaa hirveesti kertoa et meillä on täällä tällaisia ihania juttuja niin ei niitä kuuntele. (Toimittaja)*

*Kyl ne (tiedottajat), vois sanoo että varsinkin noissa isoissa firmoissa, niin ne tuntee pelisäännöt ja tota, molemmiin puolin on sellanen että arvostaa toisen ammattitaitoo. Mut sitten on nää varsinkin viestintätoimistot jotka tekee rahasta hommia, niin mä pelkään että, siis mä en halua tehdä virhettä että joku johdattaa mut sellaseen toimintaan. (Toimittaja)*

*Ei meillä oo mitään ongelmia tiedottajien kanssa noin keskimäärin. Ainoastaan tapauksissa, joissa tiedottaja saattaa henkilönä olla sellanen, että hän ei sovi tehtäväänsä. On ollu sellasiakin tapauksia, jotka henkilökohtaisella olemuksellaan eivät oikeastaan täyty sen yrityksen funktiota. Et tavallaan se tehtävä ei onnistu heiltä. (Toimittaja)*

Toimittajien tiedottajia kohtaan esittämä kritiikki kohdistuu erityisesti ajatukseen siitä, että tiedottaja pyrkisi käyttämään toimittajaa hyväkseen saadakseen toimittajan kautta taloudellista hyötyä. Myös liian aggressiivinen oman viestin tuputtaminen nähtiin

negatiivisena. Vaikka toimittajat sanoivat tällaista tapahtuvankin, he useimmiten he samalla totesivat että nykyään tällainen on jo melko harvinaista.

Yleisesti ottaen toimittajien sävy puhua tiedottajista on siis myönteinen. Tämä näkyy läpi koko haastattelun. Vain yksi toimittaja esitti enemmän kielteistä kuin myönteistä palautetta tiedottajia kohtaan. Häinkin kuitenkin puhui samalla tavalla kuin muutkin, että yleisesti ottaen toimittajien ja tiedottajien suhde on hyvällä pohjalla. Koska toimittajat ja tiedottajat katsovat yhteistoimintaa eri näkökulmista, on helppo kuvitella, että ristiriitoja kuitenkin joskus syntyy. Tiedottajien kun on toimittava ensisijaisesti yrityksen edun mukaan. Tämän toimittajat ymmärtävät hyvin ja useat sanoivatkin, että toimisivat samalla tavalla, jos olisivat itse tiedottajia. Näin ollen tiedottajien ymmärretään olevan melko yksipuolisia tiedonannossaan ja tämä on toimittajien mukaan myös täysin hyväksyttävää. Jos halutaan eri näkökulmia, niitä etsitään sitten muista lähteistä. Sekä toimittajien että tiedottajien näkökulmasta tärkeää suhteen toimimisen kannalta onkin siis se, että tunnetaan toisten työ ja siihen liittyvät toimintamahdollisuudet ja rajoitukset ja hyväksytään ne.

## **Tiedottajat**

Tiedottajien puheessa ei ollut yhtä selvää jakoa yleisesti hyviin toimittajiin ja huonoihin poikkeuksiin. Yhtenä syynä tähän saattaa olla, ettei haastatelluista tiedottajasta kuin yksi ollut aktiivisesti tekemisissä ns. juorulehtien tai ns. keltaisen lehdistön kanssa joka yleisesti on kritiikin kohteena aihetta käsittelevän kirjallisuuden mukaan. Lähes kaikki arvostelevat kommentit osuivatkin juuri siihen suuntaan. Uutisointiin keskittyvien tiedotusvälineiden ja myös esimerkiksi yhteen aiheeseen erikoistuneiden aikakauslehtien toimittajat saivat hyvää palautetta lähes kautta linjan. Kuitenkin myös tiedottajat toivat puheessaan esille, että toimittajienkin joukossa on niitä, joiden kanssa toimiminen voi välillä tuntua vaikealta. Myös tiedottajat pitivät toimittajien ammattitaitoa tärkeänä, ja näkivät hyvän suhteen rakentuvan erityisesti kahden ammattitaitoisen toimijan välille.

*Suomessa on hirveen ammattitaitoisia toimittajia ja tiedottajia ja tota se kohtaaminen, tai kumpikin niinku tiedostaa ne toisen tavoitteet, niin mun mielestä se niinku riittää. Et mun mielestä tää suhde toimii ihan hyvin. (Tiedottaja)*

Tiedottajien esiin tuoma kritiikki toimittajia kohtaan koski eniten toimittajien valintoja uutisten aiheiksi ja satunnaisesti virheellisten tietojen joutumista julkisuuteen. Kuitenkin toimittajille osattiin antaa arvoa myös tämän kaltaisissa tilanteissa.

*No tavallaan mä oon oppinu kunnioittamaan toimittajia niinku oman alansa ammattilaisina, et ne kykenee kyllä arvioimaan et jos he ei nää siinä uutista niin sit se ei varmaankaan oo. (Tiedottaja)*

Voisikin sanoa, että sekä toimittajat että tiedottajat ovat samoilla linjoilla suhtautumisessaan toisiinsa. Molemmat näkevät joitain ongelmallisia kohtia, mutta yleisesti ottaen kuitenkin tuntuu menevän hyvin. Suhteesta ei ilmeisesti edes haluta tämän lämpimämpää. Kohtaaminen on ammattilaisten kohtaamista jossa henkilökohtainen tunteminen on plussaa, mutta ei välttämättömyys, eikä millään tapaa sellainen asia joka saisi mennä ammatillisuuden ohi.

### Suhteen kolme puhetapaa

Se, millä tavalla toimittajien ja tiedottajien suhdetta käsitteellistetään antaa viitteitä myös siitä kuinka toimittajat ja tiedottajat asennoituvat suhteeseen. Tästä syystä päätin kiinnittää huomiota myös tähän seikkaan. Sekä tiedottajat että toimittajat puhuvat suhteesta kolmella erilaisella tavalla. Ensinnäkin yhteistyönä, toiseksi tavalla, jossa tiedottaja on toimittajan apuna palvelijana tai kanavana jota toimittaja käyttää ja kolmanneksi tavalla, jossa tiedottaja käyttää toimittajaa viestinnässään hyväkseen. Ylivoimaisesti eniten haastattelemani toimittajat ja tiedottajat käyttivät puhetta yhteistyöstä ja vähiten puhetta, jossa tiedottaja käyttää toimittajaa hyväkseen.

Toimittajia ja tiedottajia verratessa toisiinsa ei löydy selkeitä eroja siinä kuinka suhteesta puhutaan. Kaikki haastatelluista puhuivat suhteesta sekä yhteistyönä että tavalla, jossa toimittaja käyttää tiedottajaa hyödykseen. Kolmas tapa puhua jäi vain muutamien haastateltujen puheeseen. Näiden joukossa oli kuitenkin sekä toimittajia että tiedottajia.

## **Yhteistyö**

Suhteen ilmaiseminen yhteistyönä voi tapahtua joko ohimennen käyttämällä sanaa yhteistyö tai toisaalta kuvaamalla suhdetta yhteisenä tekemisenä. Suhteen käsitteellistäminen yhteistyöksi ei suinkaan tarkoita, etteikö siinä voisi olla ongelmia. Kuitenkin niinä kertoina kun toimittajat ja tiedottajat puhuivat suhteesta yhteistyönä, he käsitteivät myös ongelmia sellaisina, jotka ovat ratkaistavissa ja voivat jopa lopulta vahvistaa yhteistyötä. Yhteistyön nähtiin loppuvan jos ongelmista, kuten esimerkiksi tiedottajien markkinointihenkisyydestä tai huonosta ymmärryksestä toimittajia kohtaan tai toimittajan tahallisesta vääristelystä, ei päästä yli. Tämän jälkeen kontakteja voi olla, mutta niitä ei nähdä yhteistyönä.

Yhteistyö nähtiin parhaana mahdollisena muotona toimia toimittajien ja tiedottajien suhteessa. Se vaatii jonkin verran panostusta molemmilta osapuolilta, mutta on hintansa arvoinen. Kummallakaan osapuolella ei tällöin ole tarvetta nousta toistensa yläpuolelle, vaan molempia osapuolia arvostetaan.

*Tuntuu siltä että ollaan tavallaan tekemässä vähän niinku samaakin juttua. Niillä on jotain tarjottavaa ja sit taas mulla on jotain tarjottavaa.  
(Toimittaja)*

*Siis tietyllä tavalla ne on tekemässä samaa asiaa. Ne on tekemässä niitä juttuja jotka ainakin noin niinku, se vaan et jos tiedottaja haluaa tehdä jutun, niin sen tarvii tehdä se toimittajan kanssa. (Toimittaja)*

*Tänä päivänä toimittajat aika hyvin näkee sen että tässä ollaan niinku, en nyt sanois samassa veneessä, mutta me liikutaan samoilla vesillä ja silloin yhteistyö auttaa niissä operoinneissa. (Tiedottaja)*

*Aina kannattaa muistaa että tää on yhteispeliä. Tää on vähintään kahden välinen kauppa. Että yhdessä tässä tota, ja ilman muuta, mä olen omalta kohdaltani sen mieltäni ja uskon siihen edelleen että tässä on tiedottajan ja toimittajan välisessä suhteessa on mitä suuremmasa määrin win-win tilanne. Eikä sitä saa muuttaa. (Tiedottaja)*

*Parhaimmillaan toimittaja - tiedottaja suhde on sellasta niinku win-win tilanne, et molemmat saa siitä jotain. Et yritys saa julkisuutta jos se sitä haluaa ja toimittaja saa sitten hyvä jutun. (Tiedottaja)*

### **Toimittaja käyttää tiedottajaa**

Tiedottajista puhutaan paitsi yhteistyökumppaneina, myös palvelijoina, kanavina tai apuvälineinä. Tällöin toimittajien asema suhteessa näyttäytyy selkeästi erilaisena kuin yhteistyöstä puhuttaessa. Toimittaja käsitteellistetään saavaksi osapuoleksi, tiedottaja antavaksi. Välttämättä tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö myös tiedottaja saisi lopputuloksessa myös omia tavoitteitaan toteutumaan.

Tiedottajan näkeminen toimittajan palvelijana saa aikaan kuvan hienokseltaan epätasapainoisesta suhteesta, jossa toimittaja on selkeästi se, joka ohjaa toiminnan kulkua. Tällainen katsantokanta pohjaa paitsi ammatteihin rakennettuihin asetelmiin, myös niihin liittyviin asenteisiin. Ammatteihin liitetyt vaatimuksethan voisivat muuttua asennemuutoksen myötä. En kuitenkaan halua sanoa tämän olevan edes toivottavaa suhteen hyvän toimimisen kannalta.

*He palvelee mua nimenomaan niinku siinä ominaisuudessa että mä haluan heidän liikeyrityksestä jotain tietoja. (Toimittaja)*

*Sanotaan näin, että tiedottaja, se on hyvä apuväline, et sen kautta pääsee niinku ehkä jouhevammin eteenpäin, mutta sanotaan että me ei välttämättä tarvita sitä tiedottajaa ihan loppupelissä. (Toimittaja)*

*Tiedottaja on niinku tiedon lähde. Sellanen vielä jonka hommaan kuuluu antaa sitä tietoo, mikä on kauheen kiva. Et se ei voi sanoo, et nyt on kauhee kiire, soita ensi viikolla. (Toimittaja)*

Kannattaa kuitenkin muistaa, ettei yksikään toimittaja tai tiedottaja puhunut pelkästään tähän sävyyn. Jokaisen haastateltavan puheesta löytyy enemmän yhteistyötä ilmentäviä puheenvuoroja. Toimittajien ja tiedottajien välillä oli kuitenkin eroja tähän puhetapaan liittyen. Toimittajat käsitteellistivät tiedottajat huomattavasti useammin palvelijoiksi, kuin mitä tiedottajat. Tiedottajat keskittyivät enemmän puhumaan yhteistyöstä.

### **Tiedottaja käyttää toimittajaa**

Muutamien haastateltavien puheessa saattoi huomata myös kolmannenlaista asennoitumista toimittajien ja tiedottajien suhteeseen. Tässä tapauksessa tiedottajat käyttivät toimittajaa hyväkseen omien tavoitteidensa saavuttamiseksi. Tällä tavalla puhuneiden toimittajien puheessa tiedottajien harjoittama hyväksikäyttö esiintyi yleensä lähinnä mahdollisuutena, että tiedottaja saattaa tällaista yrittää, ei niinkään toteutuvana asiana. Kuitenkin yksi toimittaja toi asian esille myös yleisesti tapahtuvana käytäntönä. Tässä tapauksessa myöhemmin käy ilmi toimittajan selkeästi kielteinen suhtautuminen näihin ilosanomaansa levittäviin tiedottajiin.

*Yleensä ne ( tiedottajat) on firmojen palveluksessa ja koettaa saada sitä päämiehensä ilosanomaa sitten niin ku tällasen luotettavan tiedotusvälineen*



*kautta maailmalle, asiakkaille, yhteistyökumppaneille ja omallekin henkilökunnalle. (Toimittaja)*

Tiedottajista kukaan ei sanonut jyrkästi haluavansa käyttää toimittajia hyväksi, mutta osa totesi kuitenkin, että toimittajat ovat tiedottajien kanavia laajemmalle yleisölle. Näin ollen he esittivät omat tarpeensa sillä kertaa tärkeämpinä, ja kuten edellisenkin puhutavan suhteen tulivat luoneeksi hieman epätasapainoisen kuvan suhteesta.

*Tiedottajan tavoitteena on saada ne omat tiedotusaiheet läpi sellaisena kun ne halutaan saavan. (Tiedottaja)*

Vaikka sana hyväksikäyttö tuo mukanaan hieman negatiivisväritteisen sävyn, ei se tällä kertaa kuitenkaan tarkoita, että tuota yhtä toimittajaa lukuunottamatta oman hyödyn tavoittelu niin toimittajien kuin tiedottajienkaan kohdalla olisi välttämättä tuomittavaa. Suurin osa haastatelluista puhuikin hyväksikäytöstä vain siinä mielessä, mikä on kenenkin lähtökohta toiminnalle.

## **Kokonaisuutena**

Kokonaisuutena näyttää siis siltä, että suhde käsitetään ensinnäkin yhteistyönä. Tämä nähdään myös parhaana mahdollisena lähtökohtana suhteelle ja siihen kannattaa pyrkiä. Kuitenkin yhteistyöstäkin puhuttaessa puheen sävy voi vaihdella. Puhe toisaalta saman työn tekemisestä ja toisaalta kaupankäynnistä luovat kuvan hieman erilaisesta suhteesta. Tilanteessa, jossa nähdään, että molemmat voittavat, voi toinen kuitenkin voittaa enemmän kuin toinen. Lisäksi suhteessa voi toisinaan olla myös oman hyödyn tavoittelua, jolloin ei välttämättä mietitä niin paljon sitä, miten toinen suhteesta hyötyy. Tilanne, jossa toimittaja käyttää tiedottajaa hyödykseen riippuu kuitenkin myös toiminnan luonteesta, toimittajilla kun on usein enemmän mahdollisuuksia vaikuttaa suhteen luonteeseen. Tiedottajat ovat riippuvaisempia toimittajista kuin toisin päin ja näin ollen suhde vaikuttaakin toimivan ennen kaikkea toimittajan ehdoilla.

## Asenteiden ilmausten ristiriitaisuus

Suhdetta siis tarkastellaan kolmen erillisen, mutta toisiinsa kiinteästi liittyvän näkökulman kautta. Asenteet toimittajien ja tiedottajien välillä näyttäisivätkin olevan joiltain osin hieman ristiriitaisia. Sama ihminen voi puhua suhteesta monella eri tavalla, jotka ovat osaksi toisensa poissulkevia. Kuitenkaan hän ei välttämättä itse edes huomaa puheeseensa sisältyvää lievää ristiriitaisuutta.

*Ihan hyvin toimittajat ja tiedottajat tulee toimeen, ei siinä mitään. Mä ymmärrän et ne ei voi kertoa kaikkea mitä ne tietää. ... Periaatteessahan tiedottajat on ihan oikeella asialla että se pyrkii niinku kertoon sellasia asioita minkä se luulee kiinnostavan tiedotusvälineitä. (Toimittaja)*

*Toimittajilla on ihan oikee ja oikeutettu ennakoluulo tiedottajia kohtaan, koska tota se aina syntyy niinku epäily että onko ne niinku puhtain aseinen liikkeellä. (Toimittaja)*

Nämä kaksi sinällään hieman eri asioista puhuvaa kommenttia antavat yleiseen asenteeseen tiedottajia kohtaan hieman ristiriitaisen vivahteen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita että kumpikaan kommentti menettäisi voimaansa vähääkään.

Osaselityksenä voidaan nähdä se, että toistensa kanssa ristiriitaisissa asenteen ilmauksissa puhutaan eri kohteesta. Vaikka molemmilla kerroilla asenne ilmaistaan yleisenä, voi olla, että taustalla silti vaikuttaa ajatusten kohdistuminen tiettyyn osaan toimittajista tai tiedottajista. Toisaalta tällainen lievä ristiriitaisuus ei ole mitenkään erikoista. Yleisestikin ottaen ihmisten asenteiden ilmaukset eivät ole aina täysin johdonmukaisia. Lisäksi, jos asenne jotakin kohtaan ei ole vielä muotoutunut, voi myös esiintyä selkeitäkin ristiriitaisuuksia. Toimittajien ja tiedottajien ollessa kyseessä uskoisin, että heillä on kuitenkin melko selkeät mielipiteet ja asenteet keskinäistä suhdettaan kohtaan, koska ovat toistensa kanssa tekemisissä lähes päivittäin. Näin ollen selityksenä näenkin

olevan joko asenteen kohdistamisen eri toimittaja- tai tiedottajaryhmiin, tai yleisen asenteiden ilmaisuissa olevan epäjohtonmukaisuuden.

Pienet epäjohtonmukaisuudet eivät kuitenkaan tee asenteesta yhtään heikompaa. Näin ollen nämäkin laihat ristiriitaisuudet oikeastaan vain voimistavat asennetta, joka sanoo, että yleisesti ottaen toimittajien ja tiedottajan suhteet näyttävät hyviltä, mutta mukana on myös tilanteita tai ihmisiä, joiden kassa menee huonommin.

### Suhteen toimiminen toimittajan ehdoilla

Suhteen toimimisesta toimittajien ehdoilla on viitattu aikaisemmin jo useampaan otteeseen. Haluan kuitenkin vielä muutamilla seikoilla vahvistaa tätä näkemystäni. Suhteen toimiminen toimittajan ehdoilla näyttäytyy haastateltavien puheessa esimerkiksi vallan selvänä painotuksena toimittajien puolelle. Myös molempien osapuolien puheesta kuultava ajattelu, että ensin mietitään toimittajan puolta asioista, sitten vasta tiedottajan antaa viitteitä samasta asiasta. Toimittaja voi hypätä tiedottajan ohi, tai olla kokonaan ottamatta yhteyttä kyseiseen yritykseen. Tiedottaja sitä vastoin joutuu kestämaan niitäkin tilanteita, joissa toimittajalla ei ole kunnollista ammatillista pätevyyttä tai jolloin henkilökemiat eivät lainkaan kohtaa. Näissä tapauksissa tiedottaja voi joutua jopa näkemään enemmän vaivaa ja panostamaan näihin tilanteisiin enemmän kuin niin sanotuissa normaalitilanteissa.

*No parhaimmillaan toimittajien ja tiedottajien suhde on sitä että ihan puhtaasti että jos mä haluan joko saada tietoa tai mitähän muuta vois olla ku tietoa, niin tota et mä saan sen nopeesti ja joustavasti juuri sellasessa muodossa kun siitä on minulle hyötyä tai sille minun tekstille mitä oon tekemässä. (Toimittaja)*

*Toimittajan ratkaisuksista riippuu aika paljon kaiken kaikkiaan, hänen päätöksestään se että meneekö tiedottajan yksittäinen työsuoritus, että johtaako se tulokseen vai meneekö se hukkaan. (Tiedottaja)*

*Siinä on mun mielestä sellanen hämmentävä, mikä mua ainakin tiedottajana ihmetyttää, mut tietysti toimittajia on niin hirveesti.. et sitten ne voi aatella et mulle kuuluu kaikki tekemättä yhtään mitään. (Tiedottaja)*

*Ei tuu kyllä mieleen yhtään mitään, mitähän toimittajan pitäis tiedottajan työstä ymmärtää, En mä osaa sanoo, ihan oikeesti en osaa sanoo. (Toimittaja)*

On olemassa tilanteita, joissa toimittajat kuumeisesti haluavat tietoa jostain yritystä koskevasta asiasta, eikä tiedottaja tätä tietoa halua antaa. Voisi kuvitella, että tällöin tiedottajilla olisi suurempi mahdollisuus sanella toiminnan ehdot ja vaikuttaa näin myös suhteen painotukseen. Haastatellut eivät kuitenkaan tuoneet ilmi tällaisten tilanteiden vaikutusta suhteeseen. Ehkä kyse on haastatelluille harvinaisista tilanteista, tai siitä, että toimittaja voi usein joka tapauksessa kirjoittaa asiasta jotakin, vaikkei olisikaan saanut siitä tietoa juuri yritysten edustajilta.

Vaikka toiminta näyttää tapahtuvan siis ennen kaikkea toimittajien ehdoilla, ei tämä tarkoita sitä, että sen suhteen haluttaisiin tai pitäisi tehdä muutoksia. Haastateltavat sitä vastoin näkivät tämän seikan luonnollisena, itsestään selvänä asiana, joka hyväksytään poikkeukseksi. Oikeastaan he eivät edes kiinnittäneet asetelmaan suurtakaan huomiota, mahdollisesti koska näkivät sen pohtimisen turhana. Asia on näin, eikä siitä sen enempää. Asia tuskin tulee muuttumaan, joten sen miettimiseen ei kannata ehkä kiinnittääkään toimittajien ja tiedottajien puolelta suurta huomiota. Toimittajien eettiset säännöt edes anna mahdollisuutta toisenlaiseen asetelmaan.

Toimittajan asema tiedottajia ”korkeammalla” vaikuttaa kuitenkin suhteen rakenteeseen eikä siinä mielessä ole mikään pieni asia. Molempien osapuolten on tunnettava tämä tosiasia, jotta he voisivat toimia ammatissaan parhaalla mahdollisella tavalla.

## Omat tulokseni verrattuna aikaisempien tutkimusten tuloksiin

### **Painotuseroja Ikävalkon tutkimukseen verrattaessa**

Aikaisemmin esittämäni Ikävalkon (1996) tutkimuksen mukaan tiedottajat suhtautuivat kriittisesti toimittajiin. Tälle väitteelle haastatteleman tiedottajat eivät kuitenkaan antaneet vahvistusta. Toimittajien uskottiin sitä vastoin olevan ammattitaitoisia ja heidän motiivinsa toiminnalle nähtiin positiivisina. Kyseessä ei kuitenkaan ole täysin ristiriitainen tulos. Ennemmin kyseessä on painotusero. Vaikka Ikävalko painotti tiedottajien kriittisyyttä, myös hänen tutkimuksessaan oli niitä tiedottajia, jotka luottivat toimittajiin. Toisaalta myös omat haastateltavani esittivät välillä myös kriittisiä lausuntoja toimittajia kohtaan vaikkakin selvästi vähemmän kuin positiivisia lausuntoja.

Se, että toimittajat eivät aina välttämättä tee tiedottajien toivomusten mukaan nähtiin toisaalta harmillisena, välillä toimittajien valitsemia aiheita kritisoiinkin. Kuitenkin tiedottajat myös ilmaisivat, että toimittajien ei edes kuulu toimia suoraan tiedottajan toivomusten ja sanomisten mukaan. Tiedottajat ovat samalla myös toimittajien yleisönä, ei pelkästään tiedon lähteinä. Tähän viitaten he toivoivat ennen kaikkea monipuolista ja todenmukaista tiedonvälitystä. Osa sanoi myös, että jos toimittajat kirjoittaisivat pelkästään yhden tiedottajan kertoman mukaan, eivätäkään etsisi lähteitä myös muualta, saattaisi yleisölle välittyvä kuva olla turhan yksipuolista. He eivät siis nähneet tarkoituksenmukaisena, että kertoisivat asioista, jotka liittyvät esimerkiksi muiden yritysten toimintaan. Monipuolisuus jää siis toimittajan vastuulle. Lisäksi tiedottajat eivät edes toivoneet, että toimittajat puhuisivat pelkkää hyvää heidän yrityksestään, vaan, että

he olisivat todenmukaisia. Haastatteleman tiedottajat näkivät tämän myös toteutuvan hyvin, ja olivat pääasiassa tyytyväisiä toimittajien työskentelyyn.

Tärkeänä pointtina koko suhteessa toimittajien ja tiedottajien välillä olikin juuri pelisääntöjen ymmärtäminen. Sen tiedostaminen, että toinen lähtee liikkeelle erilaisista lähtökohdista.

Ikävalkon (1996) tutkimuksessa myös toimittajat näyttäytyivät ensisijaisesti kriittisinä tiedottajia kohtaan. Tämän tutkimuksen antama kuva on positiivisempi. Vaikkakin haastatteleman toimittajat esittivät kritiikkiä tiedottajia kohtaan hieman enemmän kuin toisin päin, jäi perussäveleksi kuitenkin tyytyväisyys tiedottajien toimintaa kohtaan.

Myöskään aikaisemmin jo mainitsemani Ikävalkon (1996) oletamus siitä, että toimittajat ja tiedottajat kilpailevat keskenään ennemmin kuin toimivat yhteistyössä, ei saanut vahvistusta oman tutkimukseni aineistosta. Haastateltavani ilmaisivat kyllä, että kilpailun kaltaista toimintaa, jossa molemmat vain ajavat omia etujaan, voi esiintyä. He, sekä toimittajat, että tiedottajat, kuitenkin pitivät yhteistyötä yleisempänä ja parempana toimintatapana. Jo aiemmin mainitut viittaukset saman työn tekemisestä ja win – win tilanteesta antavat olettaa, että pyrkimys yhteistyöhön on tavallista ja toivottavaa.

Koska sekä tämä oma tutkimukseni, että Ikävalkon tutkimus kuitenkin ovat laadullisia tutkimuksia ja käsittävät melko pienen määrän haastateltuja, ei kummastakaan voi tehdä selkeitä yleistyksiä. Voidaan siis olettaa, että joko tiedottajien ja toimittajien joukosta löytyy molempien kaltaista asennoitumista toisiaan kohtaan, tai että tilanne on näiden vajaan kymmenen vuoden aikana, mikä tutkimusten välissä on, muuttunut luottavaisempaan suuntaan. Varmaa tietoa tästä asiasta ei kuitenkaan näiden tutkimusten perusteella voi sanoa. Totuus saattaa hyvinkin olla jotain näiden kahden tutkimuksen väliltä.

Saattaa tietysti myös olla, että tutkimuksen asettelulla on merkitystä saatujen tulosten suhteen. Laadullinen tutkimus on aina tulkintaa, jolloin kaksi eri tutkijaa saattavat tehdä

samoista asioista hieman erilaisia päätelmiä. Tämä on laadullisen tutkimuksen ominaisuus, joka kannattaa ottaa huomioon tutkimuksia luettaessa. Kannattaa myös muistaa, että vaikka Ikävalkon tutkimuksessa käsiteltiin myös toimittajien ja tiedottajien suhtautumista toisiinsa, tämä alue oli kuitenkin sivuroolissa, ja suhtautumista käsiteltiin melko suppeasti ja vain yleisellä tasolla.

Vaikka siis jotkin asiat tulivat tutkimuksissa selkeästi erilaisilla painotuksilla esiin, on tutkimuksissa myös paljon yhteistä. Molempien tutkimusten mukaan toimittajat esimerkiksi käsittivät tiedottajan roolin suurinpiirtein samalla tavalla, ja myös toimittajien näkemys hyvästä tiedottajasta oli samankaltainen. Samoja asioita siis tulee esiin, mutta aineistoista esiin tuleva painotus on selkeästi erilainen.

### **Täydentävää Lindbergin tutkimuksen kanssa**

Lindbergin pro gradu tutkielma ja oma tutkimukseni olivat pitkälti samoilla linjoilla. Vaikka Lindberg katsoi asioita hieman eri näkökulmasta, tulkitseen, että myös hänen tutkimuksensa viestitti melko hyvistä suhteista toimittajien ja tiedottajien välillä. Lindbergin tutkimushan käsitti oikeastaan vain toimittajien puolen, tiedottajia haastateltavina oli vain yksi. Kuitenkin yhteistä omassani ja Lindbergin tutkimuksessa oli esimerkiksi toimittajien mielipide siitä, että tiedotustoiminta on ammattimaistunut ja sitä kautta parantunut entisestään. Molemmissa tutkimuksissa tuli myös ilmi henkilökohtaisten suhteiden suuri merkitys toimittajien ja tiedottajien yhteistoiminnassa.

Joiltain osin voisikin sanoa, että oma tutkimukseni ja Lindbergin tutkimus täydentävät toisiaan. Monissa paikoissa puhutaan samoista asioista, mutta näkökulma on erilainen ja näin eri asioista saatetaan tuoda esiin erilaisia puolia. Mitään selkeästi ristiriitaista oman tutkimukseni ja Lindbergin tutkimuksen välillä ei ollut.

## PÄÄTELMÄT

Kokonaisuutena voisi sanoa, että tiedottajat ja toimittajat asennoituvat toisiinsa melko hyvin. Yhdessä toimimisen nähdään hyödyttävän molempia osapuolia ja usein myös toimittajien ja tiedottajien suhde nähdään hyvänä. Tämä ei kuitenkaan ole koko totuus toimittajien ja tiedottajin suhteesta.

Monissa kohdin haastateltujen puheesta kuului läpi ajattelutapa, joka ikään kuin tyytyy vallitsevaan tilanteeseen toimittajien ja tiedottajien suhteessa, ajattelutapaan, joka sanoo, että tämä työmaailma nyt vain on tällainen ja sillä siisti. Tämä tuli esiin erityisesti juuri toimittajien ja tiedottajien lähtökohtien vaikutuksesta puhuttaessa. Toisin sanoen siitä, että tiedottajat toimivat yrityksen palveluksessa ja pyrkivät näin ollen saamaan tiedotuksellaan aikaan mahdollisimman myönteisen kuvan yrityksestä. Toimittaja taas toimii tiedotusvälineen lähtökohdista, jolloin tarkoituksena on saada sekä totuudellista, että jollain tavalla kiinnostusta herättävää tietoa. Kumpikaan toimittajan tavoitteista ei yksinään riitä ja näiden tavoitteiden välillä voi olla erilaisia painotuseroja. Toimittajien ja tiedottajien erilaisista lähtökohdista juontuva jännite näiden toimijoiden välillä saa aikaan varovaisuutta ja joskus ärtymystäkin puolin ja toisin. Ammattien mukanaan tuomat erilaiset lähtökohdat yhteistyölle kuitenkin ymmärretään ja niihin suhtaudutaan seikkoina, jotka joissain tilanteissa voivat aiheuttaa ristiriitojakin, mutta jotka kuitenkin tiedetään ja tunnustetaan ja jotka eivät sinällään estä hyvän ja toimivan suhteen saavuttamista. Näin ollen tämä ei sellaisenaan vaikuta toimittajien ja tiedottajien suhteeseen liittämiin asenteisiin negatiivisesti. Se ei silti myöskään vie pois jännitteen olemassaoloa ja sen vaikutuksia suhteeseen.

Tämän lisäksi toimittajien ja tiedottajien suhteessa ristiriitoja voi luoda toimintatavat, jotka tulevat esille kanssakäymisessä. Kaikkien toimintatavat eivät miellytä, jolloin myöskään yhteistoiminta ei suju. Tällaiset asiat ovat kuitenkin henkilöistä kiinni ja niitä nähdään mahdollisina myös parantaa. Yleisesti ottaen toimintatapojen kohdalla nähdäänkin tapahtuneen selkeätä parannusta verrattuna muutaman kymmenen vuoden taakse molempien osapuolien, mutta erityisesti tiedottajien kohdalla. Henkilöt, joiden



toiminta saa aikaan pahoja ristiriitoja, ovatkin siis jo vähemmistö. Yleisesti ottaen menee hyvin, mutta sitten on niitä muutamia, joiden kanssa ei tulla toimeen ja jotka eivät tunnu toisen mielestä ymmärtävän miten tulisi toimia.

Lisäsävyä toimittajien ja tiedottajien suhteeseen tuo sopivan läheisyyden saavuttaminen. Vaikka toimittajat ja tiedottajat painottavat monilla tavoilla lämpimän suhteen merkitystä, jossa molemmat tuntevat toisensa, tietty etäisyys toimittajien ja tiedottajien suhteessa kuitenkin on siis havaittavissa. Vaikka haastateltavat monta kertaa korostivat tekevänsä yhteistyötä keskenään, samalla he kuitenkin sanoivat varovansa, ettei tulla liian hyväksi ystäviksi, jolloin toinen voisi enemmän vaikuttaa omaan työntekoon. Työ on työtä, ja se on luonnollisesti etusijalla toimittajien ja tiedottajien suhteesta puhuttaessa.

Toimittajien ja tiedottajien suhteen laatuun vaikuttavana tekijänä selkeän ykköspaikan vei ammattitaito. Ammattitaito tuntuikin tarkoittavan oikeastaan kaikkea työhön, yhteistoimintaan ja tiedottajien ja toimittajien suhteeseen liittyvää. Paitsi että toimijoiden tulee osata työnsä tekniset seikat, ammattitaitoon liitettiin myös sosiaalisuus, avoimuus ja erilaisten ihmisten kanssa toimeen tuleminen. Ammattitaitoon liitettiin siis myös tietyt persoonallisuuden piirteet. Erityisen tärkeänä osana erityisesti tiedottajan ammattitaitoa oli kuitenkin toisen tarpeiden ymmärtäminen.

Sekä tiedottajilla että toimittajilla on suuret mahdollisuudet vaikuttaa siihen kuinka toinen osapuoli häneen suhtautuu. Koska perusasennoituminen näyttää alusta asti melko hyvältä, se on varmasti myös suhteellisen helppo saada pysymään hyvänä. Toimijoiden tulee vain muistaa toisen osapuolen toivomukset ja toimia niiden mukaan mahdollisimman hyvin, kuitenkin niin, ettei menetä omia lähtökohtiansa ja tavoitteitansa. Erityisesti tässä on haastetta tiedottajille, koska he näyttävät olevan suhteessa se osapuoli, jonka tarvitsee suhteen toimimisen kannalta enemmän miellyttää toista puolta.

## **Itself-reflection**

Mielestäni olen analyysissäni tuonut melko selkeästi esille ne seikat, mitä alunperin asetin tutkimuskysymyksiini tarkastelun kohteeksi. Kuitenkin haluan näin lopuksi kertoa myös siitä, mitä olisi ehkä voinut tehdä paremminkin.

Kuten jo aiemminkin olen maininnut, olisi väitteitä voinut ehkä miettiä hieman pidemmälle, jotta olisi ollut mahdollisuus saada selkeästi uutta tietoa toimittajien ja tiedottajien suhteesta. Tämä tutkimus toi esiin ehkä erilaisen näkökulman ja painotuksen toimittajien ja tiedottajien suhteeseen, kuin aiemmat lukemani tutkimukset, mutta laajemmin katsottuna samat ongelmakohdat ja samat hyvät puolet säilyvät. Mitään selkeästi uutta tai yllättävää tutkimukseni ei loppujen lopuksi tuonut esille.

Tämän lisäksi analyysini alkoi loppua kohden hieman jo toistaa itseään. Kun toin uusia asioita esille ne piti liittää jo aiemmin mainittuihin. Tästä toistosta huolimatta tai ehkä juuri sen vuoksi uskon tuoneeni tärkeimmät tutkimustuloksiini liittyvät asiat esille niin, että ne ovat helposti nähtävissä ja ymmärrettävissä.

## **Further questions, further research**

Oma tutkimukseni ja ne, jotka sitä vertasin, ovat kaikki tehty laadullisina tutkimuksina. Tämä rajaa pois jonkin verran mahdollisuuksia tutkimustulosten käyttämisessä ja myös vertailussa. Kiinnostavaa olisikin tietää, millä tavalla kvantitatiivinen tutkimus samasta aiheesta toisi lisätietoa. Minkälaisia tutkimustulokset olisivat, jos asiasta tehtäisiin yleistettävissä oleva tutkimus. Säilyisivätkö samat ajatukset päällimmäisinä vai toisiko kvantitatiivinen analyysi jotain lisää aiheeseen.

Toinen, ja mielestäni ehkä jopa kiinnostavampi lisäkysymysten aihe, on yritysten tiedottajien ja muiden tiedottajaryhmien erot. Nähdäänkö tiedottajissa ja heidän lähtökohdissaan eroja. Olisiko mitään eroja siinä, miten suhtaudutaan yritysten

tiedottajiin ja esim. julkisyhteisöjen, poliitikkojen tms. tiedottajiin. Onko näillä eri tiedottajaryhmillä erilainen tapa tehdä työtä, vai onko kyse sittenkin vain ihmisten välisistä eroista. Tekemissäni haastatteluissa yksi toimittaja esimerkiksi puhui, että eri tiedottajilla voi olla erilaiset motiivit tehdä työtä, ja että erilaisessa organisaatiossa toimiminen voi asettaa erilaisia lähtökohtia tiedottajan työlle. Voisi esittää kysymyksen, vaikuttavatko nämä seikat myös toimittajien ja tiedottajien väliseen suhteeseen ja jos vaikuttavat, niin millä tavalla.

Kaiken kaikkiaan näyttää kuitenkin siltä, että toimittajien ja tiedottajien yhteistoiminnasta on tietoa jo melko paljon. Mitään uutta ja mullistavaa tästä suhteesta tuskin enää löytyy. Ryhmien väliset suhteet ovat kuitenkin dynaamisia, jolloin muutosta tapahtuu kaiken aikaa. Saattaahan olla, että kymmenen vuoden kuluttua suhteeseen on tullut uusia piirteitä, joita ei vielä tässä vaiheessa osata ennustaa. Toisaalta saattaa myös olla, että kymmenen vuoden kuluttua kaikki on ennallaan. Tämä jää nähtäväksi.

## Lähteet:

Alasuutari, Pertti (1999) Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino

Aula, Pekka & Heinonen Jouni (2002) Maine, menestystekijä. Helsinki: WSOY

Billig, Michael (1991) Ideology and Opinion, Studies in Rhetorical Psychology. London: Sage

Billig, Michael (1996) Arguing and thinking, a rhetorical approach to social psychology. Cambridge: Cambridge University Press

Heinonen, Ari (1996) Ihanteet ja arki – journalistien itsekritiikki. Teoksessa: Luostarinen, Heikki, Kivikuru, Ullamaija ja Ukkola, Merja (toim.) Sopulisilppuri, mediakritiikin näkökulmia. Jyväskylä: Gummerus

Helkama Klaus, Myllyniemi Rauli ja Liebkind Karmela (2001) Johdatus sosiaalipsykologiaan. Helsinki: Edita

Hemánus, Pertti (1990) Journalistiikan perusteet, johdatus tiedotusoppiin 2. Helsinki: Yliopistopaino

Ikävalko, Elisa (1996) Ylivoimapeli mediassa, julkisuusmekanismit ja julkisuuden hallinta. Helsinki: Inforviestintä

Journalistin ohjeet. (Viitattu 2.3.2005) Saatavissa: [http://www.jsn.fi/info.asp?sivuid=fin\\_jourohje\\_2005](http://www.jsn.fi/info.asp?sivuid=fin_jourohje_2005)

Juholin, Elisa (2001) Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Helsinki: Inforviestintä

Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (1999) Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vaikuttamisen taidot. Tampere: Tammer-Paino

Kantola, Anu (1996) Tri Otsoni ja Mr Kasvihuone, mediapaniikkeja modernin kauhun rajoilta. Teoksessa: Luostarinen, Heikki, Kivikuru, Ullamaija ja Ukkola, Merja (toim.) Sopulisilppuri, mediakritiikin näkökulmia. Jyväskylä: Gummerus

Karvonen, Erkki (1999) Elämää mielikuvayhteiskunnassa: Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tampere: Tammer-Paino

Lidberg, Tiina (2000) Tiedottaja, professionaali viestijä vai manipulaation mestari? Toimittajien näkemyksiä tiedottajan rooleista ja tiedotusmenetelmistä sekä tiedottajan ja toimittajan vuorovaikutuksesta 1990-luvun Suomessa. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin pro gradu tutkielma.

Luostarinen, Heikki (1994) Mielen kersantit, Julkisuuden hallinta ja journalistiset vastastrategiat sotilaallisissa konflikteissa. Helsinki: Hanki ja jää

Mäntynen, Anne (2003) Miten kielestä kerrotaan, kielijuttujen retoriikkaa. Helsinki: Hakapaino Oy

Ojanen, Soila (2003) Tiedota tehokkaasti, opas mediasuhteisiin. Helsinki: Edita

O’Keefe Daniel J. (2002) Persuasion, Theory & Research. Thousand Oaks: Sage publications

Räty, Hannu (1983) Asenteen sosiaalipsykologiseen käsitteeseen. Joensuun korkeakoulu, kasvatustieteiden osaston selosteita ja tiedotteita n:o 43. Joensuu: Joensuun korkeakoulun offsetpaino

Salonen Marko (2001) Michael Billing: Ajattelun retoriikka ja ideologisuus. Teoksessa: Hänninen Vilma, Partanen Jukka & Oili-Helena Ylijoki (toim.) Sosiaalipsykologian suunnannäyttäjät. Tampere: Vastapaino

Sirkkunen, Esa (1996) Yksi uutinen – monta puntaria, aivovoimistelua sanomalehti uutisen ympärillä. Teoksessa: Luostarinen, Heikki, Kivikuru, Ullamaija ja Ukkola, Merja (toim.) Sopulisilppuri, mediakritiikin näkökulmia. Jyväskylä: Gummerus

Vesala, Kari Mikko & Rantanen Teemu (1999a) Pelkkä puhe ei riitä, Maanviljelijän yrittäjäidentiteetin rakentumisen sosiaalipsykologisia ehtoja. Helsinki: yliopistopaino

Vesala, Kari Mikko & Rantanen Teemu (1999b) Soveltuuko asenteen käsite myös laadulliseen tutkimukseen? Psykologia 34, 5-6

Vesala, Kari Mikko, laadullinen asennetutkimus ja maanviljelijöiden yrittäjäidentiteetti. (Viitattu 2.3.2005) Saatavissa: <http://www.valt.helsinki.fi/yleope/kvali/kvali9.htm>