

Selkeyttä vai sensuuria?

Lukijat ja katsojat eivät tiedä, kuinka paljon isot yritykset näkevät vaivaa hallitakseen julkisuutta ja vaikuttaakseen juttujen sisältöön. Yritysten viestintäpäälliköt seuraavat haastatteluja ja pitävät huolen siitä, että yritysjohtajat eivät paljasta mitään arkaluontoista. Lisäksi yritykset pyytävät juttuja ennakkotarkistukseen jo rutiininomaisesti. Kuten haastattelujen kuuntelemisesta, jutun tarkistamisesta on tullut toisinaan jopa haastattelun ehto.

Miten toimittajat suhtautuvat valvontaan, ja yritetäänkö sitä torjua? Yritin selvittää tätä kyselyssä, jonka tein suomalaisille taloustoimittajille, eli käytännössä Taloustoimittajien yhdistyksen jäsenille, elokuussa 2006. Kiinnostuin aiheesta, koska olimme Helsingin Sanomien toimituksessa huomanneet yritysten kontrollin tiukentuneen koko 2000-luvun ajan. Viestintäväen rooli haastatteluissa ja uutisten lähteinä oli jatkuvasti esillä taloustoimituksen aamukokouksissa, ja saimmekin vuosi sitten kirjalliset ohjeet ja suositukset suhteista yritysviestintään. Näistä ohjeista kerron hieman myöhemmin tässä kirjoituksessa.

Halusin kyselyn avulla herättää koko toimittajakunnan keskustelemaan aiheesta toimittajien ammattilehdessä Journalistissa. Kirjoitin Journalistiin perusselvityksen kyselyn tuloksista, eli toimittajien ohjailusta ja kontrollista. Jäin odottamaan, että aiheesta puhkeaisi lehden palstoilla hedelmällinen eettinen keskustelu.

Ammattikunnan sisäistä keskustelua ei ainakaan Journalistin palstoilla syntynyt. Muutama viestintäjohtaja kyllä kommentoi asiaa mielipideosastolla, mutta toimittajat eivät pohdintoja jatkaneet. Viestintäjohtajien mielestä heidän läsnäolonsa haastatteluissa ja juttujen tarkistaminen ovat tietenkin kaikkien etu. Yleensä perusteluna oli se, että ”kenenkään etujen mukaista ei ole väärin tietojen päätyminen lehteen”. Selitys on tuttu, mutta siitä unohtuu kuitenkin journalistisen riippumattomuuden periaate, joka kiteytyy journalistin ohjeissa ainakin kahdessa kohdassa:

1) Tiedonvälityksen sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein. Tätä päätösvaltaa ei saa missään oloissa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille.

2) Journalistilla on oikeus ja velvollisuus torjua painostus tai houkuttelu, jolla yritetään ohjata, estää tai rajoittaa tiedonvälitystä.

Itse kyselyssä selvitin yritysten vaikuttamista toimittajien tiedonhankintaan etukäteen ja jälkikäteen. Etukäteistä vaikuttamista on haastattelujen ennakkoehtojen asettaminen ja itse haastattelun seuraaminen. Jälkikäteistä vaikuttamista taas on haastattelujen sekä juttujen tarkistaminen ja muuttaminen.

Kyselyyn vastasi 38 taloustoimittajaa pääasiassa sanoma- ja aikakauslehdistä, mutta myös televisiosta ja internet-toimituksista. Vastanneista 60 prosenttia oli huomannut, että yrityksillä on tapana lähettää viestinväkeään johtajien haastattelutilaisuuksiin. Neljännes vastanneista kertoi, että tiedotusosasto kontrolloi myös yrityksen muiden työntekijöiden haastatteluja.

”Aiheellinen kysely. Olen itse paheksunut samaa asiaa jo vuosia. Aluksi ajoin viestintäpersoonan pois haastattelusta, mutta väsyin vääntöön.”
(Maakuntalehden taloustoimittaja)

Jotkut toimittajat jaksavat vastustaa lisääntyvää kyttäystä. Helsinkiläinen vapaa toimittaja päätti vuoden 2007 alussa lopulta kieltäytyä haastattelun tekemisestä, kun ABB:n viestintäjohtaja halusi väkisin mukaan tapaamiseen. Työnjohtajan haastattelu ja valokuvaus oli jo sovittu, mutta koko tilaisuus peruuntui, kun toimittaja ei saanut haastatella kahden kesken. ”Tämä on minun periaatteitteni vastaista, koska haastateltava ei tietenkään uskaltaisi viestintäjohtajan läsnä ollessa sanoa mitään kriittistä”, toimittaja sanoo.

Hyvä kyttä ja paha kyttä

Pisimmät perinteet toimittajien valvomisesta on Nokiassa. Sen viestintä on osallistunut haastatteluihin jo vuodesta 1986, Kari Kairamon kaudesta lähtien. Nokia ei ole valvontainnossaan yksin, vaan muidenkin yritysten viestintäväki on alkanut hivuttautua haastattelutilaisuuksiin. Tiukinta linjaa vetävät Nokian lisäksi Nordea ja TietoEnator. Haastattelua ei myönnetä, jos toimittaja ei hyväksy valvojaa. Tämä on tapana Nokiassa, ylimmän johdon osalta Nordeassa ja tapauskohtaisesti TietoEnatorissa.

”Läsnä ollut viestintäupseeri yritti jälkikäteen poistaa pomon yksikön tulokseen liittyvän lausuman haastattelusta, koska yksikön tuloksia ei olisi firman sääntöjen mukaan saanut kertoa. Haastattelun aikana hän ei asiaan puuttanut. Useiden puhelujen jälkeen firmasta löytyi henkilö, joka myönsi, että saman asian voi laskea firman nettisivuilta, jotta menköön lehteen.”
(Maakuntalehden toimittaja)

Puhelimessa roikkuminenkaan ei ole enää harvinaista: 12 prosenttia vastanneista taloustoimittajista on saanut puhelinhaastatteluunsa ylimääräisen kuuntelijan. Erikseen mainittiin matkapuhelinjätti Nokia ja Euroopan Keskuspankki.

Helsingin Sanomien taloustoimittaja Juhana Rossi kertoo, että Nokia on hänen kokemuksensa mukaan ainoa yritys, joka on yltänyt puhelinseurantaan. ”Kysymyksessä oli kaiken huipuksi matopelin keksijän haastattelu. Viestintäihminen roikkui langalla ja äänitti puhelun”, Rossi kertoo.

”Minusta se on kiusallista, haittaa työskentelyä ja luontevan suhteen luomista haastateltavaan. Usein kyseessä on isompi reppari, johon laittaa mukaan myös henkilöä ja toimintaympäristöä, eikä pelkkä faktatiedon hankinta. On onneksi paljon yrityksiä, joissa saa haastatella toimitusjohtajaa rauhassa.” (Viikkolehden toimittaja)

Mitä siten viestintäväki haastatteluissa tekee? Kokivatko toimittajat, että viestintäosaston edustaja on vapaata tiedonvälitystä kahlitseva kyttä vai toimittajan ahkera apulainen?

”Ylimääräinen pälyilijä, joka tekee vieläpä muistiinpanoja haastattelusta, vie tietysti terää kovin intensiiviseltä puristukselta. Itse juttuuni yksikään viestintäupseeri ei ole puuttunut ennakkoon tai jälkikäteen. Ennakkoon luettavaksi annettuihin juttuihin on sallinut viilauksia ja tarkennuksia, jotka ovat mielestäni parantaneet enemmän lopputulosta kuin tiukka sulku linja.” (Maakuntalehden taloustoimittaja)

Kyselyyn vastanneista taloustoimittajista kaksi kolmannesta piti kyttäämistä häiritsevänä tai haitallisena. Se voi häiritä suunnattomasti henkilökuvan tekemistä; meheviä juttuja ei valvonnan alla saa. Se jäykistää tilannetta, koska haastateltava puhuu kliinisesti, se haittaa luontevan suhteen luomista haastateltavaan ja muokkaa haastateltavan sitaatteja. Se pitää johtajan tiukasti virallisella linjalla. ”Yritys haluaa toisaalta palvella (toimittajaa) paremmin ja toisaalta varmistaa, että vastaukset ovat yrityksen imagon mukaisia, mikä on minusta täysin asiatonta”, viikkolehden taloustoimittaja sanoo.

”Häiritsee jonkin verran keskittymistä, kun kyttä on paikalla. Vaikuttaa haastateltavan rentouteen. On täysin turha tyyppi haastattelutilanteessa toimittajan kannalta, koska yksityiskohdat voi tarkistaa myöhemminkin, jos tarvii.” (Taloussanomalehden toimittaja)

Vajaa viidennes katsoi kyttäämisestä olevan sekä haittaa että hyötyä. Yksinomaan hyödyllisenä sitä piti niin ikään vajaa viidennes, jolla oli muistoja hyvistä tilanteista. Niissä viestintäihminen muistutti oleellisista kysymyksistä, sparrasi haastateltavaa ja rohkaisi keskustelemaan.

”Mitään suodattamista en ole kohdannut. Etua on siitä, että saa puuttuvat faktat nopeasti jälkeensä”, aikakauslehden taloustoimittaja sanoo.

Lähes aina viestintähenkilö ilmestyy haastattelutilaisuuteen niin, että toimittajan mielipidettä ei kysytä.

”On vedottu maakunnalliseen etuun, jos skuupattu hanke julkistettaisiin vuorokautta myöhemmin. Juttu tuli ulos heti huomenna ja erään teleyhteenliittymän perustava kokous kaatui vuodon takia kalkkiviivoille. Jälkikäteen kyseinen toimitusjohtaja arvioi, että hauras hanke kaatui nimenomaan ennenaikaiseen julkisuuteen.” (Maakuntalehden taloustoimittaja)

Hätkähdyttävä ja luultavasti tärkeä viestintäväen tehtävä liittyy sen valvomiin, että toimittaja ei saa isoja uutisia. Tämä johtuu arvopaperimarkkinalain, eli pörssilain, säädöksistä. Laki nimittäin vaatii julkistamaan välittömästi tiedon, jolla voi olla olennaista vaikutusta yrityksen pörssikurssiin. Nokian, Spondan ja YIT:n viestintäihmiset myönsivätkin tarkkailevansa haastatteluissa sitä, että yhtiön osakekurssiin mahdollisesti vaikuttavat tiedot julkistetaan välittömästi pörssitiedotteena.

”Elcoteqin ylin johto hermostui siitä, että Viron tehtaiden palkkoja koskevassa, Äripäev-lehden juttuun perustuvassa jutussa oli haastateltu myös Metalliliiton edustajia. Näin siitä huolimatta, että yhtiön edustaja oli saanut lukea omat lausumansa etukäteen ja hyväksynyt ne. Yhtiön johdolle on ilmeisesti epäselvää se, että kiistanalaisissa kysymyksissä lehti kuulee kiistan molempia osapuolia.

Päätoimittajan kanssa käydyin kädenväänön jälkeen – päätoimittaja kunniakkaasti ei antanut periksi – yhtiö ilmoitti vievänsä asian Julkisen Sanan Neuvostoon. Yhtiö kuitenkin luopui hankkeesta ja lähetti sen sijaan pörssitiedotteen, jossa ilmoitettiin yhtiön maksavan Virossa hyvää palkkaa työntekijöille. Määriä ei kerrottu. Lisäksi Elcoteqin johto antoi pari haastattelua kilpaileville lehdistä, jossa haukuttiin lehteä.” (Päivälehdessä toimittaja)

Suora uhkailu on harvinaista

Koska haastattelujen kontrollointi ei aina ole mahdollista, yritykset turvautuvat jälkikäteisvalvontaan. Sitaattien ja kokonaisten juttujenkin ennakkoluennasta on tullut rutiinia, jota taloustoimittajat eivät enää edes ihmettele. Tämä on huomattava

tavasti yleisempää kuin kyttäys haastatteluissa: kaikki toimittajat yhtä lukuun ottamatta vastasivat, että näin on. Käytännössä kaikki taloustoimittajat kertovat törmänneensä pyyntöihin, ja peräti 90 prosenttia pörssiyrityksistä kertoo haluavansa tarkistaa vähintään sitaatit. Valtaosa, eli 75 prosenttia, toimittajista kertoi, että tarkistamispyyntö koskee yleensä koko juttua. Vähemmistö, eli neljännes, toimittajista sanoi, että yritykset pyytävät yleensä vain haastateltavien sitaatteja.

Taloussanomalehden toimittaja kertoo, että hänen haastateltavansa saa tarkistaa lausuntonsa. ”Olen siis suostunut pyyntöihin. Eri asia on sitten, jos haastateltava haluaa silotella lausuntojaan perusteetta. Se ei käy. Asiavirheet tietysti korjaan.”

Kyselyssä toimittajat siis vakuuttavat, että toimituksellista päätösvaltaa ei luovuteta pois. He kertovat toimivansa journalistien eettisten sääntöjen mukaan. Vaikuttamiselle tunnustaa asettuvansa alttiiksi vain harva:

”Eräs yritysjohtaja soitti sekä päätoimittajalle että kustannusyhtiön toimitusjohtajalle ja ilmoitti, ettei juttua julkaista. Jouduin kyllä kirjoittamaan sen uudestaan, koska päätoimittaja oli sitä mieltä, että jutun sävy olisi voinut olla parempi.” (Internet-lehden taloustoimittaja)

Journalistin ohjeiden mukaan haastateltavan pyyntöön tarkistaa lausumansa ennen julkaisemista on yleensä syytä suostua. Kyse on siis ainoastaan siteerauksista ja oikeus pyyntöön on haastateltavalla, ei esimerkiksi viestintäjohtajalla. Silti viestintäosastot ovat ottaneet haastateltavan roolin ja tarkistavat juttuja ja sitaatteja jopa ilman haastateltavan näkemystä tekstistä.

”Sattuu toisinaan, että tarkistaja yrittää kirjoittaa juttua uudelleen tai muuttaa esim. otsikointia. Tässä päästään yleensä kompromissiin, mutta muutama hankala tapaus on uran aikana ollut. Silloin totean, että otsikko on toimituksen ja saattaa muuttua vielä taittovaiheessakin; ja että haastateltavalla ei ole oikeutta puuttua muuhun kuin omiin lausumiinsa.” (Talousviikkolehden toimittaja)

Tarkistamispyyntö ei kuitenkaan tarkoita sitä, että toimittaja todella lähettäisi koko jutun luettavaksi tai katsottavaksi. Osa toimittajista lähettää vain sitaatit tai lukee ne puhelimesta. Osa taas lähettää koko jutun ja pysyy tiukkana, jos sitaattien ulkopuoliseen tekstiin yritetään tehdä muutoksia.

”Joillakin toimitusten pomoilla ei kantti kestä, kun mainostilaa ostavan firman pikkupomo soittaa. Toimituksen päällikkö voi olla hanakampi luovuttamaan journalistisen päätöksenteon toimituksen ulkopuolelle kuin toi-

mittaja itse. Se sapettaa. Toimittaja tarvitsee pomostaan selkänöjan silloin, kun kränää tulee, ja toimittaja on tehnyt juttunsa ihan oikein. Tässä asiassa on toimituksissa sekä hyviä että vähemmän hyviä esimiehiä.” (Taloussanomalehden toimittaja)

”En kuitenkaan suostu muuttamaan kirjoitukseni tyyliä ja sävyä tai väitelauseitani, vaikka haastateltava siihen painostaisi”, taloussanomalehden toimittaja linjaa.

Koko tekstin lähettäminen jää tietenkin aina toimittajan ja toimituksen harkintaan.

”Eräs suuren suomalaisen valtionyhtiön ylimpään johtoon ja johtoryhmään kuuluva henkilö aloitti painostuksen nähtyään omat kommenttinsa ja kuultuaan, ketä muita henkilöitä juttuun on haastateltu. Hänen tavoitteensa oli saada minut poistamaan muiden juttuun haastateltujen kommentit. Hän soitti ensimmäisen puhelun varmaankin kello 17 aikoihin illalla. Henkilö soitti seuraavan puhelun noin tunnin kuluttua. Puhelun aikana hän ehti haukkua minut alatyylisin ilmauksin. Päälle päätteeksi hän uhkaili huolehtivansa siitä, että en saa hänen edustamastaan yhtiöstä saati muutamista muistakaan yhtiöistä enää yhtään haastattelua. Edelleenkin hän ei suostunut ottamaan yhteyttä päätoimittajaan eikä suostunut siihen, että päätoimittaja ottaa häneen yhteyttä. Henkilö soitti vielä useamman kerran saman illan aikana. Juttu oli seuraavana päivänä lehdessä. Sen koommin en ole kuullut tästä haastateltavasta eikä minulla ole myöskään ollut tarvetta haastatella häntä. Olen myös saanut yhtiöstä muiden henkilöiden haastatteluja, joten ilmeisesti hän jätti uhkauksensa toteuttamatta tai jos hän sen toteutti, muut eivät noudattaneet käskyä.” (Taloussanomalehden toimittaja)

Huonojakin puolia havaittiin: ”Haastateltava säikähtää, jos lausunnot näyttävät liian rajuilta kirjoitettuna. Tällöin hän yleensä yrittää muuttaa lausuntoja perusteetta.”

Moni haastateltava haluaa ”kapulakielistää” omia kommenttejaan. Moni taas pelästyy nähdessään lausuntonsa sanoina paperilla ja alkaa perua ja pehmenellä. Sitten seuraa pitkä keskustelu asiavirheen määrittelystä ja usein huonompi juttu.

Varsinainen toimittajien uhkailu on harvinaista, mutta sitäkin esiintyy. Yleisintä lienee uhkaus ottaa yhteyttä päätoimittajaan.

”On uhattu ottaa yhteyttä päätoimittajaan ja on otettukin pari kertaa, jos ei muutoksia tehty. Keissit käyty rakentavasti päätoimittajan kanssa läpi. Keskimäärin primitiivikäytöstä kuitenkin vähän. Koskaan en ole ns. antanut periksi haastateltavalle, muutoksia tehdään vain jos olen itse niistä samaa mieltä, ei haastateltavan mieliksi.” (Taloussanomalehden toimittaja)

Myös tulevien haastattelujen epäminen ja oikeudenkäynnit kuuluvat arsenaaliin.

”Olen suostunut tarkistuksiin. Jos en ole toiminut firman toivomusten mukaisesti, joissakin tapauksissa on uhkailtu tulevien haastattelujen epämisellä, suhteilla (päätoimittaja) tai jopa kalliilla oikeusjutuilla. Useimmiten firma kuitenkin ymmärtää väännön lopputulosta, kun olen kantani perustellut. Omasta mielestäni asia on selvä: tarkistusoikeus koskee asia- virheiden poistamista ja täsmentämistä. Täsmentäminen tarkoittaa jonkin asian avaamista tai syventämistä siten, että lukija ymmärtäisi asian mahdollisesti paremmin. Manipulointi ja sensuuri eivät kuulu tarkistusoikeuden piiriin.” (Talousviikkolehden toimittaja)

Toisinaan sopimus pelkkien sitaattien kommentoinnista johtaa kuitenkin siihen, että myös toimittajan tekstiä aletaan muokata. ”Henkilöhaastattelusta vaadittiin poistamaan eräitä kohtia imagoon tai viestintäkäytäntöihin vedoten. Viestintähenkilöä ei tuntunut kiinnostavan haastateltavan mielipide asiasta lainkaan”, viikkolehden taloustoimittaja kertoo.

Tässä tapauksessa haastateltava kertoi epävirallisesti joutuvansa vaikeuksiin, jos muutoksia ei tehdä. Toimitus muokkasi juttua sen verran, että siitä ei aiheutunut haastateltavalle kohtuutonta haittaa.

Kyttäämisestä pitäisi kertoa lukijallekin

Taloustoimitukset ovat tehneet hyvin niukasti sisäisiä ohjeita, joissa linjataan toimitusten kanta juttujen tarkistamiseen ja viestintäpomojen läsnäoloon. Kyselyyn vastanneista vain kolmannes kertoi, että toimituksessa on sisäiset ohjeet juttujen tarkistamisesta. Sisäiseksi ohjeeksi hyväksyttiin myös se, että toimitus ilmoittaa noudattavansa Journalistiliiton journalistin ohjeita. Kun toimituksessa oli ohjeita juttujen tarkistuksesta, linjaus noudatti yleensä journalistin ohjeita.

Viestintäpomojen läsnäoloon oli saanut ohjeistusta vain kuusi prosenttia vastanneista. Käytännössä tämä tarkoittaa Helsingin Sanomien taloustoimitusta, jossa ohje on ollut voimassa viime keväästä asti. Perusteena ohjeelle on, että viestintäjohtajista on käytännössä tullut muuri toimittajien ja yritysjohdon väliin. Ohjeen mukaan viestintäihmisten läsnäoloa haastatteluissa ”tulisi vastustaa ja tiedottajia tulisi pyytää poistumaan haastattelun ajaksi huoneesta ja puhelinlangoilta”. Lisäksi kehoitetaan käyttämään ”tervettä järkeä”, eli toimittajan omaan harkintaan lopulta jää, mikä on viisasta kussakin tilanteessa. Lisäksi Helsingin Sanomissa ei yleensä siteerata viestintäjohtajia, koska he eivät todellisuudessa vastaa yrityksen liiketoiminnasta.

Ohje on ollut Helsingin Sanomissa voimassa noin vuoden, ja sen noudattaminen on jäänyt jokaisen toimittajan henkilökohtaiseen harkintaan. Viestintäjohtajien osallistumisesta haastattelutilanteisiin ei ole vuoden aikana toimituksessa puhuttu. Käytännössä viestintähenkilön ulosheitto haastattelutilanteesta on kohtalaisen raju päätös, jos toimittaja ei huomaa etukäteen esittää toivetta kahdenkeskisestä haastattelusta. Varsinkin ulkomailla voi joutua tilanteisiin, jossa kauan kalasteltu pääjohtajahaastattelu voi jäädä saamatta toimittajan äksyilyn vuoksi.

Itse en ole Suomessa viimeisen vuoden aikana tehnyt haastatteluja, joissa viestintäihminen olisi ollut läsnä. Sen sijaan näin kävi lääkeyhtiö Ranbaxyn pääjohtajan haastattelutilanteessa Intiassa. En ryhtynyt heittämään viestintäpäällikköä ulos huoneesta, sillä iäkkään pääjohtajan sanomisiin ei nuorella viestintäpuseerilla ollut mitään vaikutusta.

Sen sijaan viestintäihmisten käyttämisestä nimettyinä lähteenä on ollut paljonkin keskustelua toimituksen aamukokouksissa. Käsitkseni mukaan viestintäjohtajia ja -päälliköitä lainataan ainakin Helsingin Sanomissa nimeltä mainiten vähemmän kuin ennen. Linjaus on johtanut esimerkiksi siihen parannukseen, että yritykset ovat joutuneet hankkimaan vastuullisen johtajan esiintymään lehtitekstissä. Näin kävi esimerkiksi joulukuussa 2006, kun Nokian talousjohtaja Rick Simonson kommentoi Siemensin korruptiotutkimuksia. Muissa välineissä lausunnonantajana oli yleensä Nokian viestintäjohtaja Arja Suominen.

Harva lukija, katsoja tai kuulija tietää jo rutiiniksi muodostuneista yritysten vaikuttamisyrittämisistä. Siksi mielenkiintoisinta toimittajien vastauksissa oli se, että kukaan ei pohtinut lukijoiden tai katsojien oikeutta saada tietää valvonta- tai tarkistuskäytännöistä. Vastausten perusteella tiedotusvälineissä ei ole ajateltu koko asiaa. Mielestäni olisi syytä miettiä malleja, joiden avulla viestintäihmisten osallistuminen haastatteluun tai koko tekstin tarkistuttaminen viestintäosastoilla tuotaisiin jollain tavoin lukijalle tai katsojalle ilmi. Samalla toimittajat joutuisivat avaamaan käytäntöjään ja jutun syntyprosessia lukijoille.

Loppujen lopuksi on kyse siitä luottamuksesta, joka lukijoilla ja katsojilla toimittajan työn puolueettomuuteen on. Sen säilyttämiseksi toimitusten pitää käydä keskustelua ja luoda sisäisiä ohjeita ennen, kuin luottamus alkaa vähänkään rakoilla.

YTM Tuomo Pietiläinen työskentelee toimittajana
Helsingin Sanomien taloustoimituksessa.