

Poliittinen kriisiviestintä haastaa viestintäammattilaisen

Mediassa paljon huomiota saanut vaalirahakohu puhututti viestinnän ammattilaisia Neuvoston ja ProComin 16. joulukuuta järjestämässä tilaisuudessa. Tilaisuuden puhujat, Keskustan eduskuntaryhmän poliittinen sihteeri ja viestinnästä vastaava **Jari Rauhamäki** sekä Text 100 Conexion viestintäkonsultti **Mikko Pellinen** analysoivat puheenvuoroissaan kohun vaiheita ja kriisiviestintää. Esitysten ja aktiivisen keskustelun lopputuloksena todettiin, ettei poliittinen kriisiviestintä aina noudata totuttuja kriisiviestinnän malleja.

Kriisiviestintä puolueen näkökulmasta

Rauhamäki erotti kohussa kolme aaltoa. Ensimmäinen aalto alkoi toukokuussa 2008, kun edustajien vaalirahatuen ilmoittamiseen liittyvät laiminlyönnit nousivat ensimmäisen kerran pinnalle mediassa. Keskustan eduskuntaryhmä pyrki saamaan tilanteen hallintaan täydentämällä vaalirahailmoitusten puutteellisuudet mahdollisimman nopeasti. Haasteelliseksi tilanteen tekivät oikeusministeriön vaillinaiset ohjeet sekä ohjeiden ja tulkintojen muuttuminen jopa saman päivän aikana. Myös puolueessa oli erilaisia käsityksiä lain tulkinnasta. Viestinnän näkökulmasta tilannetta vaikeutti lähestyvä puoluekokous ja puoluesihteerin vaali, joilla oli vaikutusta mediassa käytyyn keskusteluun.

Kesäkuussa 2009 alkoi kohun toinen vaihe, jota edelsi Nova Groupin konkurssi. Median kiinnostuksen kohteeksi nousi puolueen varainhankintayhdistys Menestyvä Suomi, joka sekoitettiin uutisoinnissa Kehittyvien Maakuntien Suomi -yhdistykseen. Rauhamäen mukaan vaalirahoituksesta esiintyi mediassa etenkin kesällä paljon virheellistä tietoa.

Kohun viimeinen aalto käynnistyi syksyllä 2009 Keskustan työvaliokunnan päätettyä julkistaa tukijansa 2006 presidentinvaaleissa. Viimeisessä aallossa virisi keskustelu puolueita lähellä olevista säätiöistä, ja vastauksia alettiin vaatia yksittäisiltä henkilöiltä. Pääministeri Vanhaseen kohdistunut lautakasasytös oli yksi kolmannessa aallossa nousseista kohuista. Pääministeri otti kohuun henkilökohtaisesti kantaa.

Vaalirahakohu Helsingin Sanomissa

Pellinen analysoi vaalirahakohun kolmannen aallon uutisointia Helsingin Sanomissa syyskuun puolivälistä lokakuun toiselle viikolle. Myös Pellinen erotti uutisoinnissa kolme vaihetta.

Ensimmäinen vaihe keskittyi yksittäisten eduskuntavaaliehdokkaiden vaalirahapalautuksiin Novan Groupille. Pellisen mukaan kahden Nova-yhtiön pesänhoitajat käyttivät tiedotusvälineitä taitavasti hyväksi: julkistamalla ehdokkaiden saamia tukisummia pesänhoitajat loivat julkista painetta, jotta varattomat konkurssipesät saivat varoja ja konkurssimenettely saattoi jatkua.

Toinen vaihe käynnistyi 17.9.2009, kun Keskusta julkisti presidentinvaalien tukijat, ja Helsingin Sanomat tarttui Nuorisosätiö-aiheeseen. Uusien vaalien mahdollisuus nousi viikkoa myöhemmin Helsingin Sanomien uutissivuilla keskeiseksi teemaksi. Samalla uutissivut kuitenkin poikkesivat pääkirjoitusten viitoittamasta lehden virallisesta linjasta.

Kolmas vaihe alkoi Pellisen mukaan syyskuun lopussa YLE:n Silminnäkijä-ohjelmasta, jossa pääministeri Vanhasta syytettiin lautakasalahjuksen ottamisesta. Ohjelmaan saakka Helsingin Sanomat oli johtanut uutisointia Nuorisosätiö-tutkimuksillaan. Ohjelman jälkeen tiedotusvälineiden päähuomio keskittyi lautakasautisen ympärille. Helsingin Sanomat yritti palauttaa huomiota

moneen otteeseen takaisin Nuorisosäätiöön, mutta epäonnistui. Viestinten välinen kilpailu vaikutti myös siihen, mihin suuren yleisön huomio ohjautui ja miten kohu lopulta laantui.

Viestinnän oppitunnit

Vaalirahakohun analysointi herättää useita kysymyksiä: Miten paljon Keskusta kärsi siitä, että se kriisiviestinnän käytäntöjä noudattaen pyrki julkistamaan presidentinvaalien vaalitukijansa ensimmäisenä? Kääntyikö avoimuus puoluetta vastaan? Muut puolueet, jotka ilmoittivat tukijansa vasta Keskustan jälkeen, säästyivät median ryöpytykseltä Keskustaa paremmin.

Ideaalisessa kriisiviestintätapauksessa puolueet olisivat toimineet tapaukseen liittyvässä tiedottamisessa yhdessä; olihan kysymys kaikkien puolueiden kriisistä ja koko poliittisen järjestelmän uskottavuuden palauttamisesta. Poliitikassa tällainen yhteistyö ei kuitenkaan ole kilpailuasetelman ja puolueiden erilaisuuden vuoksi käytännössä mahdollista. Kohun keskellä puolueet keskittyivät oman pesän suojaamiseen ja toivoivat, että median huomio kohdistuisi toisiin puolueisiin.

Tärkeä merkitys kriisiviestinnän kannalta oli myös Keskustan sisäisillä mielipide-eroilla, jotka vaikeuttivat viestinnän koordinoitua ja toteutusta. Yhtenäisen viestin luominen oli erittäin haastavaa, sillä Keskustan puolueella, eduskuntaryhmällä ja pääministerin kanslialla oli kohun keskellä välillään toisistaan poikkeavia intressejä. Poliitikassa erilaiset näkemykset kuitenkin törmäävät vääjäämättä.

Kohun media uutisointi osoittaa, että eri medioiden kilpailu lukijoiden huomiosta vaikuttaa aktiivisesti tapahtumien kulkuun. Viestimet pyrkivät tuomaan esiin omia tutkintalinjojaan, mikä laajensi kohua.

Summa summarum: Suurin haaste poliittisessa kriisiviestinnässä on poliittinen kulttuuri, jonka vuoksi tieto ei ole avointa. Kohu kuitenkin pakottaa muuttamaan poliittista kulttuuria, ja se on myös käynnistänyt median vallankäyttöä koskevan eettisen keskustelun. Molemmat vaikutukset ovat yhteiskunnassa tervetulleita.