

SUOMEN GALLUPILLE

Pertti Suhonen

Kun Suomen Gallup Oy on vastineessaan Panimoteollisuusliiton oluttutkimusta koskevaan raporttiini kiinnittänyt keskeisimmän huomionsa valvojan toimintaan ja esittänyt harhaanjohtavia tietoja, katson aiheelliseksi täydentää »valvojanraporttiani» hiukan.

1. Tutkimuksen valvojana osallistuin sen tekniseen suunnitteluun eli lomakkeen laadintaan ja aineiston keruun valvontaan lukuunottamatta keskioluen mainontaa ja varusmiesten alkoholinkäyttöä koskevia erillistutkimuksia.

Tutkimustulosten raportoinnin osalta vaikutusmahdollisuuteni olivat vielä rajoitetummat. Pääosa eri yhteyksissä jaetusta tiedotusmateriaalista esitettiin valvojalle valmiiksi painetussa muodossa ja osittain vasta tiedotustilaisuudessa. Niiltä osin kun sain tiedotusmateriaalia sen käsikirjoitusvaiheessa esitin siitä kommenttini Gallupin tutkijoille. Teknisluonteiset huomautukset otettiin auliisti varteen. Mutta kun huomautin esim. ensimmäisen lehdistötiedotteen sisällön yksipuolisuudesta, katsottiin Gallupin taholta tiedotteen sisällön määräytyvän toimeksiantajan toivomusten perusteella.

2. Gallupin vastineesta saa sen kuvan, että se katsoo olevansa vastuussa vain lokakuussa 1972 julkaistusta tutkimuksen loppuraportista. Tämä vaikuttaa lähinnä pään pistämiseltä pensaaseen, kun kesäkuusta lähtien on jaettu tutkimustuloksia koskevia tiedotteita tiedotusvälineille ja päätöksentekijöille. Tutkimustulosten koko raportointia ajatellen on tietenkin eniten painoa sillä materiaalilla, jota on ensimmäisenä annettu julkisuuteen ja jonka julkistamisessa on käytetty tehokkaimpia keinoja.

3. Haluaisin vielä korostaa kritiikkini rakenteellista luonnetta. Se seikka, että kansalle ja päätöksentekijöille annettiin oluttutkimuksen yhteydessä yksipuolinen kuva tutkitusta ilmiökentästä, johtuu olennaisesti siitä, että Panimo-

teollisuusliitto, Markkinointi Topitörmä Oy ja Suomen Gallup Oy toimivat kukin omalta kannaltaan »terveitä liikeperiaatteita» noudattaen. Toimeksiantajapuolella olivat kysymyksessä oluen myyntimahdollisuudet. Gallup oli puolestaan taloudellisesti sidoksissa teettäjäpuoleen. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus sekä arvovaltainen mainostoimisto Topitörmä ovat huomionarvoisia asiakkaita kaupalliselle tutkimuslaitokselle. Lisäksi oluttutkimuksen mainontaa koskevat osat liittyvät läheisesti markkinointitutkimusta päätyökseen tekevän laitoksen toimintaideologiaan.

Ongelmaksi kiteytyy se, miten voidaan valvoa taloudellisten etujen näin sitomaa yhteiskunnan tutkimista. Yksi riippumaton valvoja ilman valtaa voi tehdä vain välihuutoja.