

Vähän lisää gallupuutishutiloinnista

PERTTI SUHONEN

Antti Salmisen, Matti Wibergin ja Siiri-Maria Heinon analyysi Helsingin Sanomien ja Yleisradion Gallup-journalismin heikkouksista (Politiikka 4/15) on kauraa luettavaa. On helppo yhtyä kirjoittajien kummasteluun siitä, että media pitäytyy sitkeästi kelvottomissa toimintatavoissaan vaikka mittausjournalismia voitaisiin kohentaa melko pienillä teoilla.

Tavallisuudesta poiketen Helsingin Sanomat reagoi tähän kritiikkiin. Pääkirjoitustoimittaja Marko Junkkari (2016, B3) kommentoi sitä myötäsukaisesti kulttuurisivujen kirjoituksessaan. Samalla hän kuitenkin piti turhana eräiden kyselytulosten tulkitsemisen ja ymmärtämisen kannalta keskeisten tietojen tarjoamista lehden lukijoille. Junkkarin mielestä otantamenetelmän maininta ja kyselyuutisessa tarkasteltavien osajoukkojen koon mainitseminen ovat niin yksityiskohtaista taustatietoa, ettei tavallisen lehdenlukija sellaista kaipaa.

Junkkarin ajatuksissa on kaksi ongelmaa. Ensinnäkin, ei kai journalismia tehdä vain sellaiselle kuvitellulle ”tavalliselle lehdenlukijalle”, joka ei ole kiinnostunut uutisten taustoista ja luotettavuudesta. Toiseksi vertailtavien osaryhmien koko on ratkaisevan tärkeä tietojen luottamusvälin eli virhemarginaalin arvioimisen kannalta. Jos esimerkiksi luottamusväli on koko aineiston tasolla kaksi prosenttiyksikköä suuntaansa, se saattaa kokoomuksen kannattajien ryhmässä olla yli kaksinkertainen ja vasemmistoliiton kannattajien kohdalla nelinkertainen.

Luottamusvälistä kirjoittaessaan myös Salminen, Wiberg ja Heino (2015, 263–264) hutiloivat pahasti. He toteavat:

Tyypillinen ilmaus mittausuutisissa on: ”Vaihtoehtojen A kannatus on 45 %, B:n 35 % ja C:n 20 %. Tutkimuksen virhemarginaali on 2 prosenttiyksikköä suuntaansa.” Ensimmäkin luottamusväli, joka sisältää tutkitun ilmiön ”oikean arvon tietyllä valitulla todennäköisyydellä” (Grönroos 2003, 105), on erisuuruinen eri osajoukoilla eli tässä tapauksessa kaikkien vaihtoehtojen kannatuksen virhemarginaali ei voi olla tasan kahta prosenttiyksikköä suuntaansa.

Tässä sekoittuu kaksi erillistä luottamusväliin vaikuttavaa tekijää: osajoukon koko ja tarkasteltavan prosenttiluvun suuruus. Luottamusväli on suurimmillaan 50 prosentin kohdalla ja pienenee lähestyttäessä nolaa ja 100 prosenttia.

Salmisen ja kumppanien lähtökohta analysoida Ylen ja Helsingin Sanomien journalistista suoritusta on pelkistetyn formaali. Joidenkin arviointikriteerien kohdalla olisi kuitenkin ollut hyvä laajentaa näkökulmaa. Varsinkin kyselytulosten edustavuuden parantelua painottamalla ja luottamusvälin laske- mista olisi kannattanut käsitellä vähän laajemmin. Gallupuutisen tietolaatikossa pelkkä maininta painottamisesta on informaatioarvoltaan lähellä nolaa. Lehden lukijoista vain harvat ymmärtävät mistä painottamisesta on kyse. He luultavasti myös tietävät, että Ylen ja Helsingin Sanomien teettämien kyselyjen tulokset ovat aina painotettuja.

Puolueiden kannatarvioiden laskeminen painotuksineen on varsin monimutkainen prosessi, ja aiheesta kirjoittavista journalisteistakin vain harvat ymmärtävät mitä siinä tapahtuu. Tämä kävi hyvin ilmi asiasta vuoden 2011 eduskuntavaalien edellä ja

jälkeen käydyssä poikkeuksellisen vilkkaassa julkisessa keskustelussa (Laaksonen 2011; Rahkonen 2011; Suhonen 2012, 54–59).

Kannatusarvioiden laskemisessa perusidea on seuraava: Kyselyssä tiedustellaan vastaajilta sekä edellisten vaalien puoluevalintaa että äänestysaikomusta. Edellisiä vaaleja koskevaa vastausjakautumaa verrataan puolueittain todelliseen vaalitulokseen. Näin saatuja puoluekohtaisia suhdelukuja käytetään korjauskertoimina, joilla painotetaan äänestysaikomusjakautuman lukuja. Gallup tekee vertailut joko viimeisimpiin eduskunta- tai kunnallisvaaleihin riippuen siitä kummat ovat lähempänä. Taloustutkimus laskee korjauskertoimet suhteessa sekä edellisiin eduskuntavaaleihin että kunnallisvaaleihin ja käyttää niiden keskiarvoa. Kertoimien erilaisuudesta johtuen tutkimuslaitosten esittämät kannatusarviot poikkeavat joskus selvästi toisistaan.

Sanomalehden saati television uutiseen ei tietenkään mahdu kaikkea tulosten luotettavuuden ja tulokinnan kannalta tarpeellisia tietoja. Salminen ym.

suosittelevatkin tällaisten tietojen sijoittamista tiedotusvälineiden verkkosivuille. Yleisradio tekee näin puolueiden kannatusmittausten kohdalla. Helsingin Sanomat ei ole ryhtynyt vastaavaan käytäntöön vaikka jo muutama vuosi sitten lehden silloinen poliitikkan toimituksen esimies Marko Junkkari (2012, A8) lupasi lisätä HS-gallupin avoimuutta.

LÄHTEET

- Junkkari, Marko. 2012. HS avaa gallup-dataa. *Helsingin Sanomat*, 6.6.2012, A8.
- Junkkari, Marko. 2015. Gallup-uutisia arvostelevat ovat oikealla asialla. *Helsingin Sanomat*, 4.1.2015, B3.
- Laaksonen, Seppo. 2011. Vaaligallupeilla politikoidaan. *Kanava* 39:5, 32–35.
- Rahkonen, Juhon. 2011. Kevään vaaligalluptaustat. *Kanava* 39:6, 38–40.
- Salminen, Antti, Wiberg, Matti ja Heino, Siiri-Maija. 2015. Mieli-pidemittausuutisointihutilointi jatkuu. *Politiikka* 57:4, 260–268.
- Suhonen, Pertti. 2012. Mieli-pidekyselyt vaalijournalismissa. Teoksessa Sami Borg (toim.), *Muutosvaalit 2011*. Helsinki: Oikeusministeriö, 43–61.