



Journalisteille tehtävät kyselytutkimukset ja niiden tulevaisuus Suomessa

**Annina Vainio
2024**



Journalisteille tehtävät kyselytutkimukset ja niiden tulevaisuus Suomessa.

Kirjoittaja: Annina Vainio.

Julkaisija: Media- ja viestintätieteellinen seura Mevi, 2024.

ISBN: 978-952-94-9518-4 (PDF)

<https://mediaviestinta.fi/>

Tutkimuksen on rahoittanut Media-alan tutkimussäätiö.

Journalisteille tehtävät kyselytutkimukset ja niiden tulevaisuus Suomessa

Sisällysluettelo

Tiivistelmä	1
Johdanto	3
1. Journalisteille tehtävien kyselytutkimusten nykytila Suomessa	5
1.1 Kyselylomake aineistonkeruun menetelmänä.....	6
1.2 Esimerkkejä toimittajakyselyistä Suomessa	7
1.3 Suomen Journalistiliiton suhde kyselytutkimuksiin	9
1.3.1 Journalisti-lehden juttuhanke kariutui	13
2. Kyselytutkimusten nykytila Suomessa	14
2.1 FIRIPO ja tutkimuspaneelit	14
2.2 Tietoarkisto (FSD) ja tutkimusaineistojen tallennus	18
2.3 Kaupalliset toimijat: Verian ja Taloustutkimus	20
2.3.1 Verian	20
2.3.2 Taloustutkimus	22
2.4 OAJ:n ja Tehyn suhde kyselytutkimuksiin	24
2.4.1 OAJ	24
2.4.2 Tehy	26
2.5 Kyselyväsymys ilmiönä	28
3. Norjan ja Ruotsin kokemuksia toimittajakyselyistä	30
3.1 Norja	30
3.1.1 Norjan journalistiliitto	30
3.1.2 Norjan journalistipaneeli	34
3.2 Ruotsi	38
3.2.1 Ruotsin journalistipaneeli	38
3.2.2 Ruotsin journalistiliitto	42
4. Worlds of Journalism Study -projektin oppeja	45
4.1 WJS:n aineistonkeruun ongelmia ja onnistumisia	45
4.2 WJS – tapausesimerkkinä Tanska	49
5. Ratkaisuvaihtoehtoja toimittajakyselyihin Suomessa	52
5.1 Vaihtoehto 1: Uuden journalistipaneelin perustaminen	52
5.2 Vaihtoehto 2: Yhteistyön tiivistäminen Suomen Journalistiliiton kanssa	55
5.3 Vaihtoehto 3: Kaupallisten toimijoiden palveluiden hyödyntäminen	57
6. Loppusanat	58
Lähteet	60

Tiivistelmä

Raportti perehtyy journalisteille tehtävien kyselytutkimusten toteuttamiseen erityisesti Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa. Työ perustuu Media- ja viestintätieteellisen seuran Mevi ry:n projektitutkimukseen, joka tehtiin maaliskuussa–elokuussa 2024. Hankkeen taustalla on Suomessa noussut huoli kyselytutkimusten toteuttamisen vaikeudesta ja erityisesti hankaluudet journalisteille osoitettujen kyselytutkimusten aineistonkeruussa. Samalla, kun verkkokyselyistä on tullut suosittu tapa kerätä tietoa toimittajien mielipiteistä ja asenteista, moni tutkija törmää samaan ongelmaan: suomalaistoimittajia ei ole helppo tavoittaa, ja kyselyiden vastaajamäärät jäävät usein pieniksi.

Raportissa kuvataan, miten suomalaisten tutkijoiden ja Suomen Journalistiliiton yhteistyön luonne on viime vuosina muuttunut ja miten kansallisen tason journalistikyselyt on järjestetty Suomen verrokki- ja kyselytoimintoina Norjassa ja Ruotsissa. Kokemuksia ja toimintatapoja on kysytty lisäksi Saksasta ja Tanskasta sekä Suomessa kyselytutkimuksia toteuttavilta toimijoilta.

Norjassa toimittajien hyvää vastausaktiivisuutta kyselytutkimuksissa selittää erityisesti Norjan journalistiliiton toimiva yhteistyö tutkijoiden kanssa. Saksalainen liitto pyrkii systemaattisella työllä aktivoimaan jäseniään vastaamaan kyselyihin. Ruotsissa toimivaksi vaihtoehdoksi on osoittautunut paneelimalli. Toimittajista koottu Ruotsin journalistipaneeli on toiminut vuodesta 2012. Siihen kuuluu noin 2 000 jäsentä, jotka vastaavat kyselyihin aktiivisesti. Paneelin rahoitus, edustavuus ja uusien vastaajien rekrytointi ovat kuitenkin tuottaneet pulmia. Paneelivaihtoehtoa on kokeiltu myös Norjassa, jossa journalistipaneeli perustettiin pilottirahalla. Norjan journalistipaneeli ei ole toistaiseksi saanut uutta rahoitusta, eikä paneeli ole ollut aktiivinen vuosina 2020–2021 toteutetun pilottitutkimuksen jälkeen. Worlds of Journalism Study -pitkittäistutkimuksesta saatujen kokemusten perusteella moni maa painii samojen ongelmien kanssa kuin Suomi. Taustalla ovat kyselytutkimusten kasvanut määrä ja kyselyväsymys.

Selvitystyön pohjalta raportissa esitetään kolmea ratkaisumallia journalistikyselyiden toteuttamiseen Suomessa. Nämä ovat: 1) uuden journalistipaneelin perustaminen, 2) yhteistyön tiivistäminen Suomen Journalistiliiton kanssa tai 3) kaupallisten toimijoiden palveluiden

hyödyntäminen. Lisäksi korostetaan koordinoinnin ja tutkijoiden välisen yhteistyön merkitystä toimittajiin kohdistuvan kyselykuormituksen vähentämisessä.

Raporttiin on kerätty tietoa haastattelemalla 17:ää teemaa tuntevaa henkilöä Norjasta, Ruotsista, Tanskasta, Saksasta ja Suomesta. Haastattelut on tehnyt projektitutkija Annina Vainio, joka on myös kirjoittanut raportin. Työtä on ohjannut Mevi ry:n ohjausryhmä, ja hankkeen on rahoittanut Media-alan tutkimussäätiö.

Johdanto

Kyselytutkimus on nykyään keskeinen tiedonkeruu- ja analysointiväline yhä useammalla alalla (Vehkalahti 2014, 7). Yhteiskunnan muutokset, medioituminen ja journalismin murros ovat lisänneet tutkijoiden kiinnostusta laajoihin journalistien keskuudessa tehtäviin kyselytutkimuksiin. Myös erilaiset kaupalliset tahot tekevät yhä enemmän journalisteja koskevia selvityksiä, ja opiskelijatkin keräävät ammattikunnasta tietoa opinnäytetöitään varten. Journalistit käyttävät merkittävää yhteiskunnallista valtaa, minkä vuoksi heihin kohdistuva mielenkiinto on ymmärrettävää ja tervetullutta. Edellä kuvattu kehitys on kuitenkin johtanut tieteen ja tutkijoiden näkökulmasta ongelmalliseen tilanteeseen: kyselytutkimusten toteuttaminen on nyt vaikeampaa kuin aiemmin.

Kyse ei ole vain median ja viestinnän tutkijoiden kohtaamasta ongelmasta, sillä myös muut toimijat ovat havainneet merkkejä niin sanotusta kyselyväsymyksestä, -uupumuksesta tai vastausväsymyksestä. Esimerkiksi Tilastokeskus toi huhtikuussa 2024 julki huolestuneisuutensa kyselytutkimusten tulevaisuudesta Suomessa. Kehitys herättää huolta, koska kansalaisilta kerättävään tietoon ja näkemyksiin pohjaavat tilastot vaikuttavat yhteiskunnalliseen päätöksentekoon. Viime vuosina kansalaisten vastausaktiivisuus tutkimuksiin on vähentynyt jyrkästi. (Tilastokeskus 2024.)

Hankaluudet journalisteille osoitettujen kyselytutkimusten aineistonkeruussa johtavat siihen, että tutkimustulosten luotettavuus ja ymmärrys journalismin nykytilasta huononevat. Samalla kokonaiskuva suomalaisen journalistikunnan koostumuksesta ja koosta hämärtyy ja alan yleisen kehityksen seuraaminen vaikeutuu. Riskinä on, että Suomi syrjäytyy kansainvälisestä yhteistyöstä, mikä heikentää Suomessa tehtävän median ja journalismin tutkimuksen kansainvälisyyttä ja tunnettuutta.

Tilanteen ratkaisemiseksi suomalaistutkijat ovat pohtineet erilaisia vaihtoehtoja loppuvuodesta 2022 alkaen. Media- ja viestintätieteellinen seura Mevi ry päätti vuonna 2023 kartoittaa, miten vastaavia kansallisen tason kyselytutkimuksia toteutetaan muissa vertailukelpoisissa maissa. Vertailumaiksi valikoituivat Norja ja Ruotsi. Projektin tavoitteena on ollut selvittää, miten kansallisen tason journalistikyselyt on verrokkimaissa järjestetty, miten niiden edustavuus on

varmistettu ja millaisia resursseja kyselyiden järjestäminen vaatii. Lisäksi on selvitetty kyselyjen toteutusvaihtoehtoja Suomessa.

Tässä raportissa kuvataan selvitystyön tuloksia ja ehdotetaan vaihtoehtoisia malleja, joilla journalisteja koskevia kyselytutkimuksia voitaisiin Suomessa toteuttaa. Raporttiin on kerätty tietoa haastatteleamalla teemaa tuntevia henkilöitä Norjasta, Ruotsista, Tanskasta, Saksasta ja Suomesta maaliskuusta–elokuuhun 2024. Haastateltavia on yhteensä 17. Haastattelut on tehnyt projektitutkija Annina Vainio. Hankkeen rahoittaja on Media-alan tutkimussäätiö.

Raportin ensimmäisessä pääluvussa käydään läpi journalisteille tehtävien kyselytutkimusten nykytilannetta Suomessa ja annetaan esimerkkejä viime vuosina toteutetuista toimittajakyselyistä. Sen jälkeen kuvataan Suomen Journalistiliiton roolia näiden kyselytutkimusten toteuttamisessa ja sitä, millaisia muutoksia liiton toiminnassa on viime vuosina tapahtunut.

Raportin toisessa pääluvussa esitellään kotimaisten kyselytutkimusten tilaa laajemmin. Aluksi kerrotaan FIRIPO-tutkimusinfrastruktuurista ja Tietoarkiston (FSD) toiminnasta. Sen jälkeen tehdään lyhyt katsaus kahden eri alan ammattiliiton eli OAJ:n ja Tehyn käytäntöihin kyselytutkimusten toteutuksessa. Lisäksi kuvataan kaupallisten tutkimusyhtiöiden Verianin ja Taloustutkimuksen toimintaa sekä käsitellään lyhyesti ilmiötä nimeltä kyselyväsymys.

Kolmannessa pääluvussa käydään läpi, miten kyselytutkimuksia tehdään toimittajille Norjassa ja Ruotsissa. Neljäs pääluku käsittelee Worlds of Journalism Study -pitkittäistutkimusta (WJS), joka on maailman laajin journalistien ammattiarvoja selvittävä kyselytutkimus. Raportti keskittyy kokemuksiin aineistonkeruun onnistumisesta projektin kolmannessa aallossa, joka alkoi vuonna 2021 ja jatkuu edelleen tätä kirjoittaessa vuonna 2024.

Raportin lopuksi esitetään vaihtoehtoisia ratkaisumalleja, joita Suomessa voidaan harkita journalistien kyselytutkimusten toteuttamiseksi tulevaisuudessa, ja arvioidaan tiiviisti esiteltyjen mallien vahvuuksia ja heikkouksia.

1. Journalisteille tehtävien kyselytutkimusten nykytila Suomessa

Viime vuosina journalistien keskuudessa tehtäviä kyselytutkimuksia ovat tehneet niin journalismin ja median tutkijat (esim. Väliverronen ym. 2023; Hiltunen ym. 2022; Backholm & Idås 2022; Hiltunen 2019; Hiltunen & Suuronen 2019; Juntunen 2017; Pöyhtäri ym. 2016) kuin muidenkin alojen tutkijat (esim. Celuch ym. 2023; Frantsi ym. 2022; Rantanen ym. 2020).

Suomessa tilanne oli pitkään hyvä. Tutkijat pystyivät helposti keräämään journalisteista edustavia kansallisia otoksia ja tekemään niiden turvin laadukasta tutkimusta. 2010-luvulta lähtien tutkimustyö on kuitenkin hankaloitunut useista syistä. Euroopan unionin yleistä tietosuojasetusta (GDPR) alettiin soveltaa keväällä 2018. GDPR-säännökset ovat tehneet rekisterien ylläpidosta ja tietojen hallinnasta tarkemmin säädeltyä kuin ennen. Journalistien yhteystietoja on myös aiempaa hankalampi löytää, koska monet mediatilat ovat poistaneet ne verkkosivuiltaan muun muassa kasvaneen vihapuheen takia. Kenties merkittävin yksittäinen muutos koskee Suomen Journalistiliiton (SJL) toimintatapoja.

Tutkijat pyrkivät kansallisesti edustaviin otoksiin. Tämän takia he ovat turvautuneet aineistonkeruussa Journalistiliiton apuun. Valtaosa suomalaisista toimittajista kuuluu liittoon. Viime vuosina liiton ja tutkijoiden yhteistyön luonne on muuttunut.

Journalistiliitto on huolissaan omien kyselytutkimustensa vastaajamäärien pienenemisestä, minkä lisäksi jäsenet ovat antaneet liitolle palautetta erilaisten kyselyiden suuresta määrästä. Tämän vuoksi liitto ei enää lähetä kyselytutkimusten kutsuja ja linkkejä jäsenilleen henkilökohtaisesti joitain poikkeuksia lukuun ottamatta, vaan tutkimuskutsut liitetään osaksi kaikille jäsenille lähetettävää yhteistä uutiskirjettä. Liiton mukaan myös tiukentuneet tietosuojakäytännöt ovat merkittävä syy nykytilanteeseen. (Huldén 2024.)

Tutkijoiden näkemyksen mukaan liitto määrittelee muuttuneella toiminnallaan käytännössä yhä useammin suoraan tai epäsuorasti, millainen tutkimus on hyödyllistä ja tutkimisen arvoista. Tämä aiheuttaa tarpeettomia kilpailutilanteita ja epävarmuutta tutkimushankkeiden toteuttamisessa. Tilanne on ongelmallinen myös tutkimusrahoittajille, koska akateemisiin perusteisiin rahoitetut projektit venyvät aineistonkeruun ongelmien takia ja niiden laatu saattaa kärsiä. Esimerkiksi

laajoissa kansainvälisissä projekteissa edellä mainitut pulmat voivat pahimmillaan johtaa projekteista ulosjäämiseen. Yhteistyöstä syrjäytyminen heikentää Suomessa tehtävän median ja journalismin tutkimuksen kansainvälisyyttä ja tunnettuutta. Ongelmasta on käyty keskustelua tutkijoiden, SJL:n ja tutkimusrahoittajien kesken Mevi ry:n järjestämässä tilaisuudessa syyskuussa 2022.

1.1 Kyselylomake aineistonkeruun menetelmänä

Kyselylomake (englanniksi *survey, questionnaire, enquiry*) on tavallisin määrällisessä tutkimusmenetelmässä käytetty aineiston keräämisen tapa (Vilkkä 2021, 94). Kyselylomake otettiin tutkimuskäyttöön sen jälkeen, kun tilastollisten menetelmien hyödyntäminen yleistyi tutkimustulosten analysoinnissa 1920-luvulla (Valli 2018, 92).

Kyselytutkimuksessa tärkeitä käsitteitä ovat *perusjoukko* ja *otos*. Perusjoukon muodostavat ne, joista tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita (Vehkalahti 2014, 43). Journalistien tapauksessa voitaisiin puhua esimerkiksi työikäisistä suomalaisista journalisteista. Otoksen taas muodostavat tutkimukseen valituksi tulleet vastaajat. Vehkalahtien mukaan otannan idea on, että kooltaan perusjoukkoa huomattavasti pienemmän otoksen perusteella saadut tulokset voidaan yleistää koskemaan perusjoukkoa (emt., 43).

Otannan onnistuminen on Vallin (2018) mukaan keskeistä määrällisessä tutkimuksessa, jossa yritetään yleistää tutkimuksessa saatuja tuloksia perusjoukkoon eli populaatioon. Otannassa pyritään siis eräänlaiseen pienoismalliin, joka kuvaa ja vastaa mahdollisimman hyvin perusjoukkoa. Otantamenetelmiä on monia, mutta niille ominaista on satunnaisuus: kuka tahansa voi tulla valituksi lopulliseen otantaan samalla todennäköisyydellä. (Valli 2018, 102.) Luotettavuuden näkökulmasta otantamenetelmällä on iso merkitys.

Jos perusjoukkoa on vaikea tai mahdoton määritellä, ei pidä puhua otoksesta. Aineistoja, jotka eivät täytä otoksen kriteerejä, kutsutaan *näytteiksi*. Jos päätetään ennalta, keille tutkimuksen tarpeisiin soveltuville vastaajille kysely suunnataan, kyseessä on harkinnanvarainen näyte. (Vehkalahti 2014, 46.) On myös mahdollista kerätä sattumanvarainen näyte. Tämäntyyppistä aineistoa kutsutaan myös itsevalikoituvaksi näytteeksi. (Emt., 47.)

Kyselylomakkeen ominaisena haittana on riski siitä, että vastausprosentti jää pieneksi. Tällöin puhutaan tutkimusaineiston kadosta. (Vilka 2021, 94.) Tutkimuksen vastausprosentti onkin syytä raportoida, sillä se vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuden arviointiin. Vastausprosentti kertoo, kuinka moni otokseen valituista vastasi eli täytti ja palautti kyselylomakkeen. Otoksen on tarkoitus edustaa perusjoukkoa, mutta jos vastausprosentti on kovin alhainen, edustavuus voi jäädä kyseenalaiseksi. (Vehkalahti 2014, 44.)

Edustavuudella tarkoitetaan Hiltusen ja Suurosen (2019) mukaan yleisesti sitä, kuinka samankaltainen kyselyn vastaajiksi valikoitunut joukko on suhteessa koko siihen ryhmään, jota kysely pyrkii kuvaamaan. Mitä vähemmän vinoumia sekä yli- ja aliedustusta otoksessa on, sitä paremmalla tarkkuudella siitä tehdyt tulokset todennäköisesti kuvaavat tilannetta myös koko ryhmän sisällä. (Emt., 33.)

Vehkalahti (2014) arvioi yli kymmenen vuotta sitten, että tyypilliset vastausprosentit ovat alle 50 prosentin suuruisia ja jos kato käy pahemmin, vastausprosentti voi jäädä kymmeneen. Hänen mukaansa tällaisilla prosentteilla otos muuttuu varsin epäedustavaksi. Jos 90 prosenttia päättää jättää vastaamatta kyselyyn, Vehkalahden mielestä voi kysyä, keitä ovat ne erikoiset henkilöt, jotka kyselyyn lopulta vastasivat. (Emt., 44.) Krosnickin (1999, 540) mukaan on kuitenkin syytä huomioda, että korkea vastausprosentti ei tuota automaattisesti edustavia otoksia ja että matalan vastausprosentin kyselyt voivat tuottaa käyttökelpoisia tuloksia, jos niiden edustavuus on kunnossa.

1.2 Esimerkkejä toimittajakyselyistä Suomessa

Suomalaisille journalisteille suunnattuja akateemisia kyselytutkimuksia on tehty useita kymmenen viime vuoden aikana. Osassa niistä aineistonkeruu on onnistunut hyvin, toisissa toteutus on ollut vaikeampaa. Tutkijoiden mukaan erityisen ongelmallista nykytilanteessa on juuri aineistonkeruun umpimähkäisyys. Se tarkoittaa, että tutkijoiden tai tutkimusryhmien on vaikeaa arvioida ennalta, miten aineistonkeruu kulloinkin onnistuu.

Oheiseen taulukkoon on koottu esimerkkejä journalisteille Suomessa kymmenen viime vuoden aikana toteutetuista kyselytutkimuksista (taulukko 1). Kuten taulukosta voi nähdä, tutkimusten onnistuminen näyttää sattumanvaraiselta.

Tekijät	Vuosi	Aihe	Aineistonkeruu	Otanta	Vastaaja- määrä	Vastaus- prosentti
Väliverronen, Pöytäri & Villi.	2023.	WJS. Suomalaisten journalistisen työn tekijöiden ammattiarvot, -etiikka, työolot ja käsitys journalismista.	Verkkokysely, toukokuusta 2021 maaliskuuhun 2022.	Satunnaisotanta ja harkinnanvarainen itsevalinta.	453.	Hieman alle 3 %.
Hiltunen, Suuronen & Pöytäri.	2022.	Journalistien painostus ja uhkailu Suomessa sekä näiden koetut vaikutukset.	Verkkokysely, 20.9.–3.10.2021.	Harkinnanvarainen itsevalinta.	505.	7,3 %.
Backholm & Idås.	2022.	Työympäristön muutosten vaikutus toimittajien psyykkiseen hyvinvointiin covid-19-pandemian aikana Suomessa ja Norjassa.	Kolme verkkokyselyä. Norjassa kesäkuussa 2020 ja joulukuussa 2020. Suomessa tammi–helmikuussa 2021.	Harkinnanvarainen itsevalinta.	Norja: 2 115 (kesäkuu) + 1 799 (joulukuu) = 3 914. Suomi: 552.	Mahdoton sanoa tarkasti.
Rantanen, Koivula, Hiltunen, Niemi, Saari, Tammelin, Parviainen & Villi.	2020.	Mediatyö ja media-alan työntekijät digitaalisessa toimintaympäristössä yhteiskunnan, organisaatioiden ja yksilöiden näkökulmasta.	Verkkokysely, lokakuu 2019. Seurantakysely syksyllä 2020.	Harkinnanvarainen itsevalinta.	Ensimmäisessä kyselyssä 1 004, seurantakyselyssä 355.	7 % kutsun saaneista.
Hiltunen & Suuronen.	2019.	Ohjelmatyötä tekevien yleläisten kohtaama häirintä ja painostus sekä näiden koetut vaikutukset.	Verkkokysely, syyskuu 2019.	Harkinnanvarainen itsevalinta.	523.	30,3 %.
Hiltunen.	2019.	Ulkoisen vaikuttamisen esiintyvyys, menetelmät ja seuraukset suomalaisten toimittajien keskuudessa.	Verkkokysely, 13.–26.3.2017.	Harkinnanvarainen itsevalinta.	875.	10,6 %.
Juntunen.	2017.	Journalismin etiikka sosiaalisen median aikakaudella.	Kaksi verkkokyselyä. Ensimmäinen erä huhtikuussa 2016, toinen marraskuussa 2016.	Satunnaisotanta (toimittajakyselyssä).	Yhteensä noin 800 (Toimittajakysely: 646. Toimituskysely: 155).	Noin 17 % (toimittajakysely).
Pöytäri, Väliverronen & Ahva.	2016.	Miten toimittajat itse kokevat journalismin muutoksen ja sen vaikutukset työhönsä ja ammatilliseen itseymmärrykseensä.	Puhelimitse, kevään ja kesän 2013 aikana.	Ositettu otanta.	366 (määrällinen kyselyaineisto).	Mahdoton sanoa tarkasti. Tutkijoiden valistunut arvaus koko otoksen osalta on 50–55 %.

Taulukko 1: Viime vuosina journalisteille tehtyjä kyselytutkimuksia Suomessa.

Esimerkiksi Worlds of Journalism Study -projektin kolmannessa aallossa aineistonkeruu vaaditulla satunnaisotannalla osoittautui hankalaksi. Koska toimittajien yhteystietoja ei nykyisin enää ole kattavasti saatavilla julkisista lähteistä, tutkimusryhmän ei ollut mahdollista lähestyä toimittajia suoraan. (Väliverronen ym. 2023, 9.) Kehnoa vastausprosenttia selittävät tutkimusryhmän mukaan ensisijaisesti järjestöjen kautta laajalla skaalalla toteutettu aineistonkeruu ja vastaajien vähäinen osallistumisinto (emt., 10–11). Edustavuuden näkökulmasta osa aineistonkeruun toimintatavoista oli pulmallisia, kun tutkimuksen päävastaajajoukossa ylipainottuivat työsuhteiset aikakauslehtijournalistit ja alipainottuivat free- ja yrittäjäjournalistit (emt., 11).

Toisinaan taas Suomen Journalistiliiton avulla toteutettuihin kyselyihin on saatu ilahduttavasti jopa 700–1 000 vastausta (ks. esim. Backholm & Aalto 2021; Rantanen ym. 2020; Hiltunen 2019; Juntunen 2017).

Huomionarvoista on, että joskus aineistonkeruu voi osoittautua niin vaikeaksi ja vastaajamäärä jäädä niin pieneksi, että tutkimus ei läpäise vertaisarviointia tai sitä ei edes hyväksytä vertaisarvioitavaksi. Vastaajakato on käynyt esimerkiksi Mannisen ja Niemen (2022) kyselytutkimuksessa, jossa selvitettiin uutismediassa työskentelevien näkemyksiä uusista teknologioista. Kyselyyn saatiin vain 91 vastausta. Se ei riitä muodostamaan edustavaa kuvaa suomalaisesta uutismediasta. Tutkijat arvioivat, että osasyys vastaukseen saattoi olla kyselyväsymys. (Manninen & Niemi 2022, 86.) Mannisen ja Niemen tutkimus ei läpäissyt vertaisarviointia, vaan se julkaistiin vertaisarvioimattomana niin kutsuttuna analyysitekstinä (Manninen 2024).

1.3 Suomen Journalistiliiton suhde kyselytutkimuksiin

Suomen Journalistiliitto (Journalistiliitto, SJL) on yli satavuotias ammattiliitto: Suomen Sanomalehtimiesten Liitto perustettiin vuonna 1921, ja nykyisen nimensä liitto otti käyttöön vuonna 1992 (SJL 2024a). Journalistiliitolla on 21 työntekijää, joista osa ei tee töitä liitossa kokopäiväisesti. Tämän lisäksi viisi henkilöä tekee Journalistiliiton kustantamaa Journalisti-lehteä ja työskentelee näin hieman erillään liiton muusta toiminnasta. (Huldén 2024.)

Pitkään jatkunut yhteistyö Journalistiliiton kanssa on tutkijoiden näkökulmasta ollut järkevä ratkaisu. Aiemmin on arvioitu, että Journalistiliittoon kuuluu noin 90 prosenttia maan työsuhteisista journalisteista (Pöyhtäri ym. 2014, 4). Lisäksi liiton jäsenrekisteri on hyvä ja ajantasainen. Vuoden 2023 lopussa SJL:ään kuului 14 041 jäsentä. Jäsenet ovat journalisteja, media-alan tai viestintäalan ammattilaisia tai töissä kustannusalalla. Lisäksi jäsenistöön kuuluu alan opiskelijoita ja eläkeläisiä. Työsuhteisia jäseniä oli 6 464, freelancereita ja yrittäjiä 1 577, työsuhteisia freelancereita 359, työttömiä 645, opiskelijoita 1 010 ja eläkeläisiä 3 968. (SJL 2024b.)

Journalistiliitto on perinteisesti suhtautunut tutkimukseen myönteisesti ja ollut tutkijoille erittäin hyvä yhteistyökumppani. Liiton suhde kyselytutkimuksiin on kuitenkin muuttunut viime vuosien aikana. Journalistiliitolle tärkeintä on sen jäsenten edunvalvonta. Siksi liitto pyrkii ensisijaisesti varmistamaan riittävän vastaajamäärän omiin kyselytutkimuksiinsa, kuten palkka- ja palkkiokyselyihin (ks. esim. SJL 2022). SJL:n palvelujohtaja Simon Huldén kertoi haastattelussa keväällä 2024, että vastaajamäärät myös liiton omissa kyselyissä ovat pienentyneet ja niiden vastausprosentti on saattanut jäädä noin kymmeneen. Liitto on niin ikään saanut jäseniltään palautetta kyselyiden suuresta määrästä. Tämä haaste on Huldénin mukaan esiintynyt koko sen kahdeksan vuoden ajan, jonka hän on työskennellyt Journalistiliitossa. (Huldén 2024.)

Huldén arvelee, että nykytilannetta selittävät kyselyiden suuri määrä ja kyselyväsymys. Liitto tekee hänen mukaansa paljon omia selvityksiä, esimerkiksi vuonna 2023 niitä oli 12–15. Lisäksi näyttää vahvasti siltä, että monia liiton jäseniä ei kiinnosta vastata kyselyihin yhtä aktiivisesti kuin ennen. Edellä mainituista syistä liitto suhtautuu kyselytutkimuksiin aiempaa varovaisemmin. Se priorisoi ei-kaupallisten kyselyiden välittämisen jäsenilleen, joskin kaupallisia pyyntöjä ei ole Huldénin mukaan viime aikoina edes tullut. (Huldén 2024.)

Huldénin mukaan tärkein syy nykytilanteeseen ovat tiukentuneet tietosuojakäytännöt. Kun jäsen liittyy Journalistiliittoon, hän antaa suostumuksensa jäsentietojensa ylläpitoon ja edunvalvontaan. Huldén sanoo, että liitto teettää tutkimuksia edunvalvontaan liittyvistä aiheista, kuten jäsenten palkoista ja tyytyväisyydestä liiton palveluihin. Muihin tutkimusprojekteihin SJL voi Huldénin mukaan osallistua, kunhan edunvalvonnalliset ja tietosuojaan liittyvät kriteerit täyttyvät ja liiton henkilöresurssit huomioidaan. (Huldén 2024.)

Tutkijoiden kokemuksen perusteella Journalistiliiton suhtautuminen akateemiseen tutkimukseen on vaikeammin ennakoitavaa kuin aiemmin. Käytännössä tutkijoiden on nykyisin hankalaa arvioida, millaiset kyselyt milloinkin läpäisevät liiton seulan, mikä tekee tutkimusten suunnittelusta epävarmaa. Aiheesta on keskusteltu Mevi ry:n järjestämässä keskustelutilaisuudessa syksyllä 2022. Silloin tilanteen syyksi paljastui liiton resurssipula: SJL:llä ei ole edellytyksiä arvioida systemaattisesti kyselytutkimusten akateemista tasoa tai niiden hyödyllisyyttä, vaan tutkijoiden ehdotuksia arvioidaan lähinnä liiton senhetkisten, ammattiyhdistystoimintaan liittyvien tarpeiden näkökulmasta.

Palvelujohtaja Huldén kertoi resurssipulasta myös keväällä 2024. Hänen mukaansa Journalistiliiton toimisto on pieni ja mahdollisuudet auttaa kyselyiden organisoimisessa ovat rajalliset. Liitossa ei työskentele yhtään yksinomaan tutkimusasioihin keskittyvää henkilöä eikä resursseja esimerkiksi vastausintoa kasvattavien henkilökohtaisten sähköpostien lähettämiseen yleensä ole. (Huldén 2024.) Se, että kyselykutsuja ja -linkkejä ei lähetetä toimittajille henkilökohtaisesti, vaikuttaa kielteisesti kyselyiden vastausprosenttiin, mikä puolestaan vaikuttaa tutkimustulosten luotettavuuteen. Kuten Vehkalahti (2014, 44) toteaa, kyselytutkimuksen edustavuus voi jäädä kyseenalaiseksi, jos vastausprosentti on kovin alhainen.

Henkilökohtaisten sähköpostien lähettämisen sijaan SJL tarjoaa harkintansa jälkeen tutkimuskutsulle ja -linkille paikkaa liiton kaikille jäsenille välitettävässä uutiskirjeessä. Huldénin mukaan tiedossa on, että menetelmä on todettu yleisesti huonoksi eivätkä tutkijat kannata sitä ensisijaisena vaihtoehtona. Käytännössä prosessi SJL:ssä etenee seuraavasti: Kyselyn toteuttamisesta kiinnostuneet ohjataan ottamaan yhteyttä Huldéniin. Hän tarjoaa vaihtoehdoksi uutiskirjettä ja toivoo, että kyselykutsu mahtuu mukaan uutiskirjeeseen. Päätöksen uutiskirjeen sisällöstä tekee viestintäasiantuntija. Huldén huomauttaa, että toisinaan liitto lähettää edelleen kyselytutkimuskutsuja suoraan kaikille jäsenilleen. (Huldén 2024.)

Journalistiliitto ei ole Huldénin mukaan tehnyt virallista päätöstä siitä, että se osallistuu kyselytutkimuksiin kategorisesti vain tarjoamalla paikkaa uutiskirjeessä, vaan nykyinen käytäntö on muotoutunut hänen aloitteestaan käytännön syistä. Tutkimusasiat sisältyvät Huldénin toimenkuvaan muiden vastualueiden ohella. Hän sanoo, että hänen tai muidenkaan liiton työntekijöiden aika ei riitä tutkimusassistenttina toimimiseen, vaan tutkimusasiat hoidetaan

kaikkien muiden töiden ohessa. Erilaisia tiedusteluja kyselytutkimusten toteuttamisesta tulee liitolle runsaasti. Niistä ei ole pidetty kirjaa, mutta Huldén arvioi saavansa kyselyjä lähes viikoittain niin opiskelijoilta, yliopistotutkijoilta kuin erilaisilta kaupallista tahoiltakin. Huldén toteaa myös, että hänellä itsellään ei ole erityistä ammattitaitoa arvioida erilaisten kyselyiden merkitystä tai asettaa niitä tärkeysjärjestykseen. (Huldén 2024.)

Kuten todettua, GDPR-säännökset ovat osaltaan saaneet liiton suhtautumaan henkilötietojen hallintaan yhä varovaisemmin. Jäsenrekisterin tietojen toimittaminen ulkopuolisille on aina jonkinasteinen riski, Huldén sanoo. Liitossa on hänen mukaansa ollut epäilyksiä myös siitä, toteutuuko verkkokyselyiden luvattu anonymiteetti todellisuudessa. Tällaiset asiat täytyy huomioida erityisesti silloin, jos kysely sisältää arkaluontoisia kysymyksiä. (Huldén 2024.) Osin tietosuojasyistä liitto toteuttaa omat isot kyselynsä kaupallisen tutkimuskumppanin kanssa (Honkonen 20.5.2024).

Huldén korostaa, että Journalistiliitto ei suhtaudu kielteisesti tieteelliseen tutkimukseen: Tilanne on nykyisenkaltainen, koska tietosuojakäytännöt ovat tiukentuneet, kyselyitä tulee toimittajille liikaa ja liiton pelkona on, että pian niihin ei vastaa juuri kukaan. Silloin liiton päätehtävä eli sen jäsenten edunvalvonta vaikeutuu. Huldénin mukaan yksi osa kokonaisuutta on, millaisena SJL näyttäytyy jäsentensä silmissä, ja pahimmassa skenaariossa kyselytulva johtaisi jäsenten eroamiseen. (Huldén 2024.)

Asian ratkaiseminen käytännössä on vaikeaa. Liitto ei voi eikä halua luovuttaa jäsenrekisterinsä tietoja tutkijoiden käyttöön. Ammattiliiton jäsenyys on sensitiivinen asia ja salassa pidettävää tietoa. Vaikka liitto saisi lisäresursseja tutkijoiden auttamiseen, se ei Huldénin arvion mukaan muuttaisi tapaa, jolla liitto nyt osallistuu nimenomaan kyselytutkimusten toteuttamiseen; lisäkäden ei poistaisi ongelman ydintä eli sitä, että SJL ei saa edes omiin kyselyihinsä riittävästi vastauksia. Mahdollisen journalistipaneelin perustamiseen Huldén suhtautuu myönteisesti ja uskoo, että liitto voi tukea jäsentensä rekrytoimista paneeliin. (Huldén 2024.)

1.3.1 Journalisti-lehden juttuhanke kariutui

Journalistiliiton uusi käytäntö on vaikuttanut hiljattain myös sen kustantaman ammattilehti Journalistin juttuhankkeeseen. Journalisti-lehti kertoi pääkirjoituksessaan maaliskuussa 2024, että se aikoo tehdä Journalistiliiton työikäisille, toimituksellista työtä tekeville jäsenille heidän puoluekantojaan koskevan kyselyn. Tarkoitus oli selvittää, mitä puoluetta toimittajat äänestäisivät, jos eduskuntavaalit pidettäisiin nyt. (Marttinen 2024.) Suunnitelma kuitenkin epäonnistui.

Journalistin päätoimittaja Marja Honkonen kirjoitti myöhemmin maaliskuussa 2024 julkaistussa tekstissä, että kyselyn toteutuksesta oli keskusteltu etukäteen Journalistiliiton johdon ja toimiston kanssa sen takia, että liitto päättää, millaisiin kyselyihin se luovuttaa jäsentensä tietoja. Koska poliittinen kanta ja ammattiliiton jäsenyys ovat erityisen arkaluonteisia henkilötietoja, Journalisti-lehti piti tärkeänä, että kerättyjä tietoja käsitellään erityisen huolellisesti ja anonymiteetistä ei tingitä. Samaan aikaan toimitukselle oli tärkeää, että kysely tuottaa luotettavaa dataa. Siksi toimitus halusi tavoittaa riittävän määrän vastaajia, jotka todella ovat toimittajia. Alkuperäinen ajatus oli lähettää kysely toimittajille kyselytyökalun avulla niin, että kukin vastaaja saa henkilökohtaisen linkin. (Honkonen 2024.)

Liitto suhtautui kyselyideaan Honkosen mukaan alustavasti myönteisesti, mutta kun kyselyä alettiin käytännössä toteuttaa, kävi ilmi, että toteuttamistapa olisi voinut vaarantaa liiton jäsenten tietosuojan. Tietosuojavaltuutetun toimistosta oltiin samaa mieltä. Liitto myös katsoi, että se ei voi lähettää uutiskirjeensä kautta jäsenistölle yhtä, kaikille vastaajille samaa suoraa linkkiä kyselyyn. Vaikka tämä tapa takaisi vastaajien anonymiteetin, se olisi vastoin sitä, millaisiin tarkoituksiin liitto on kertonut käyttävänsä jäsentensä tietoja. (Honkonen 2024.)

Liiton mukaan tutkimuskyselyt on rajattu sellaisiin, jotka käsittelevät liiton toimintaa tai jäsenten edunvalvontaa, kuten palkkausta. Liiton mielestä kyselystä olisi voitu kertoa jäsenkirjeessä, mutta kyselylinkin olisi pitänyt olla Journalistin verkkosivuilla. Siellä kyselyyn pystyisi vastaamaan kuka tahansa. Tämän huomioi myös Journalistin toimitus. Jos kyselyyn voisi vastata kuka tahansa, kerätyt tiedot olisivat epäluotettavia. Jos vastaajamäärä jäisi lisäksi pieneksi, yksittäiset vastaukset voisivat vinouttaa tulokset. (Honkonen 2024.) Näin ollen kyselyä ei ainakaan toistaiseksi ole voitu toteuttaa.

2. Kyselytutkimusten nykytila Suomessa

Kyselytutkimuksia käytetään tiedonkeruu- ja analysointivälineenä monilla aloilla. Tätä raporttia varten on haluttu selvittää kotimaisten kyselytutkimusten nykytilaa myös hieman laajemmin kuin vain median ja journalismin kontekstissa. Tavoitteena on ollut etsiä ja löytää uusia ideoita ja menetelmiä toimittajakyselyiden toteuttamiseen ensisijaisesti ulkomailta, mutta mahdollisuuksien mukaan myös kotimaasta. Samalla voidaan nähdä, millaiset ongelmat yhdistävät eri alojen ja aiheiden kyselytutkimusten toteuttamista ja millaisiin seikkoihin on hyvä varautua ratkaisumalleja pohtiessa.

Suomalaisen yleisen mielipiteen tutkimusinfrastruktuurin (FIRIPO) paneelit ovat olleet toiminnassa muutaman vuoden, joten hankkeen vetäjille on kertynyt arvokasta kokemusta ja näkemystä tutkimukseen perustuvien, ei-kaupallisten verkkopaneelien kokoamisesta ja ylläpidosta. FIRIPO tekee yhteistyötä Tietoarkiston (FSD) kanssa tutkimusaineistojen arkistoinnissa, jota kuvataan raportissa tiiviisti. Lyhyesti avataan myös kaupallisten tutkimusyhtiöiden Verianin ja Taloustutkimuksen toimintaa. Vertailumielessä raporttiin haastateltiin lisäksi kahden muun ammattiliiton eli OAJ:n ja Tehyn edustajia liittojen käytännöistä kyselytutkimusten toteutuksessa. Lopuksi käsitellään tiiviisti ilmiötä, josta puhutaan kyselyväsymyksenä, -uupumuksena tai vastausväsymyksenä.

2.1 FIRIPO ja tutkimuspaneelit

Suomeen on 2010-luvun lopulla luotu uusi alusta kansalaisten mielipiteiden tutkimiseen. Suomalaisen yleisen mielipiteen tutkimusinfrastruktuuri (FIRIPO) on Åbo Akademin, Turun yliopiston ja Tampereen yliopiston yhteinen hanke. Sitä rahoittaa Suomen Akatemia. FIRIPOn tavoite on parantaa tutkimuksen tekemisen edellytyksiä muun muassa systematisoimalla ja koordinoimalla mielipiteiden ja valintakäyttäytymisen tutkimusta Suomessa sekä oppimalla, kehittämällä ja jakamalla menetelmiä mielipiteiden tutkimukseen. Infrastruktuurin osallistujatietokannat tarjoavat tutkijoille luotettavia välineitä tiedonkeruuseen ja mahdollisuuden tutkia nopeasti ja tarkasti yleistä mielipidettä ajankohtaisista tapahtumista. Kokonaisuuteen kuuluu survey-paneelien lisäksi kokeellisia päätöksentekolaboratorioita. (FIRIPO 2024.)

Åbo Akademi ylläpitää tutkimusinfrastruktuuria ja teettää itse kyselyitä nettipaneeleille, mutta ne ovat avoimia kenelle tahansa, eli myös muut tutkijat ja tutkimusryhmät voivat hyödyntää paneeleita käyttömaksua vastaan. FIRIPOn toiminnasta kertoivat yhteishaastattelussa keväällä 2024 FIRIPOn projektikoordinaattori Vilppu Kuusipalo Åbo Akademista ja Åbo Akademin tutkimuspäällikkö Lauri Rapeli, joka on FIRIPOn alullepanija ja varajohtaja. Rapeli on hallinnoinut erityisesti FIRIPOn survey-paneeleita. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Vuonna 2019 toimintansa aloittaneella FIRIPOLla on useita paneeleita. Kansalaispaneeliin (Kansalaismielipide) kuuluu noin 7 000 äänestysikäistä Suomen kansalaista. Paneeliin on rekrytoitu vastaajia pääasiassa satunnaisella kansalaisotannalla, mikä mahdollistaa hyvän edustavuuden suhteessa Suomen väestöön. Vastaavassa suomenruotsalaisista koostuvassa paneelissa (Barometern) on noin 8 500 jäsentä. Toisen polven maahanmuuttajien paneeli (Gen2) koostuu suomalaisista, jotka ovat syntyneet Suomessa mutta joiden vanhemmista vähintään toinen on syntynyt jossain muualla. Siihen kuuluu noin 4 500 jäsentä. Poliitikkopaneeli (Päättäjäpaneeli) on muodostettu vaaleilla valituista, valtaosin paikallistasolla toimivista poliitikoista. Siinä jäseniä on noin 1 300. (FIRIPO 2024; Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Tutkimuspäällikkö Rapelin mukaan paneelit rakennettiin, koska aiemmin oli valtavan työn takana kerätä otos aina, kun jotain haluttiin tutkia. Paneelien ansiosta tutkijoilla on nyt koko ajan olemassa joukko, jolle kyselyitä voi tehdä. Tämä on halvempaa ja säästää aikaa verrattuna siihen, että otokset ostettaisiin kaupalliselta toimijalta, Rapeli sanoo. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

FIRIPO on tehnyt paljon yhteistyötä Göteborgin yliopiston kanssa ja saanut siten monipuolista oppia paneelien rakentamisesta ja hallinnasta. Rapelin mukaan apu on ollut konkreettista. Ruotsalaiset ovat kertoneet esimerkiksi, miten paneelin jäsenet kannattaa rekrytoida. Ruotsalaisilla on paneeleista pitkä kokemus, sillä sikäläinen kansalaispaneeli (Medborgarpanelen) on perustettu jo 2000-luvun alussa. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

FIRIPOn nykyisten paneelien jäsenet on rekrytoitu kahdella tavalla. Ensimmäinen niistä perustuu satunnaisotantaan Digi- ja väestötietoviraston väestötietojärjestelmästä eli entisestä väestötietorekisteristä. Poliitikkopaneelia varten taas on lähestytty suoraan kaikkia suomalaisia

kunnallispolitiikkoja sähköpostitse. Rapeli arvelee, että jälkimmäinen malli sopisi journalistipaneelille. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

FIRIPO on pitänyt paneelihaun auki tutkijoille ympäri vuoden. Tähän mennessä yhteydenottoja on ollut Rapelin mukaan sopivasti. Esimerkiksi edeltäneen vuoden aikana FIRIPO:n paneeleita on käyttänyt yhteensä noin kymmenen eri tutkijaa ja tutkimusryhmää. Paneelit toteutetaan Qualtrics-kyselyohjelmistolla, jonka vuosikustannus on jatkossa noin 15 000 euroa. Olemassa on myös halvempia ja ilmaisia ohjelmistoja, mutta FIRIPO-hankkeessa Qualtrics on todettu helppokäyttöiseksi. Koska Qualtricsin lisenssin hinta kallistuu, tulevaisuudessa FIRIPO saattaa periä paneelien käytöstä hieman nykyistä suurempia käyttömaksuja. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Jos ulkopuoliset tutkijat teettävät kyselytutkimuksen FIRIPO:n paneelilla, he saavat tiedoston, joka sisältää kyselyvastaukset ja kaikkien vastaajien taustatiedot. Tutkijoiden pitää maksaa paneelista käyttömaksu. Rapelin kokemusten perusteella FIRIPO:n perimät maksut ovat maltillisempia kuin kaupallisilla tutkimusyhtiöillä. Lyhyt, muutaman kysymyksen kysely FIRIPO:n paneelissa voisi maksaa alle 6 000 euroa, muut siitä ylöspäin. Summa riippuu kyselyn pituudesta. Käyttömaksuja tarvitaan, jotta paneeleilla olisi jonkinlainen itsenäinen rahoituspohja siinä vaiheessa, kun Suomen Akatemian rahoitus päättyy. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Survey-paneelin iso etu on Rapelin mukaan se, että tutkijoiden käytettävissä on valmiiksi rekrytoitu joukko, jolta taustatiedot, kuten ikä, sukupuoli ja koulutustausta, on jo kerätty. Tällöin kyselyssä voidaan keskittyä sisältökysymyksiin. Samoja kysymyksiä on myös mahdollista toistaa säännöllisesti, jolloin kertyy aikasarjaa siitä, miten mielipiteet kehittyvät ajan kuluessa. Paneelin ylläpito vaatii jonkin verran käsityötä. Välillä vastaajia poistetaan, jos he eivät ole pariin vuoteen reagoineet yhteenkään sähköpostiin. Joskus taas on tehtävä lisärekrytointeja. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Journalistipaneelia ajatellen suurin työ on paneelin kokoamisessa. Ennen paneelin perustamista tutkijoiden pitää pystyä määrittelemään, ketkä kaikki yksilöt kuuluvat perusjoukkoon. Rapelin arvion mukaan isoin kynnyks ja työ on saada edes joitakin satoja journalisteja liittymään paneeliin. Hän sanoo, että toimivin tapa olisi käyttää apuna Suomen Journalistiliittoa, ja jos se ei onnistu, tiedot voi koota manuaalisesti. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Oma kysymyksensä on, miten helposti journalistien yhteystiedot ovat saatavilla. Yhteystietojen keräämisen pystyy halutessaan ostamaan ulkopuolelta, kuten FIRIPO teki poliitikkopaneelia kootessaan. Tehtävään käytettiin yrityksiä nimeltä Tutkimustie ja BeanBakers, joiden avulla kerättiin yli 8 000 poliitikon sähköpostiosoitteet. Poliitikkopaneelista saatuihin kokemuksiin perustuen Rapeli arvioi, että journalistien yhteystietojen kerääminen voisi maksaa 3 000–4 000 euroa ja ensirekrytointiin kuluisi noin pari kuukautta. Kun poliitikkopaneelia rakennettiin, sähköpostiosoitteiden keräämiseen meni muutama viikko, ja varsinainen rekrytointilomake oli auki kolme viikkoa. (Kuusipalo & Rapeli 2024.) On kuitenkin syytä huomioida, että poliitikkojen ja journalistien tavoitettavuus ei ole aivan samanlaista. Median ja viestinnän tutkijoiden arvioiden mukaan journalistien yhteystietojen kerääminen on nykyisin huomattavan vaikeaa, koska entistä useampien toimittajien yhteystiedot eivät ole julkisesti saatavilla.

Vapaasti vastattavien nettikyselyiden kohdalla puheeksi tulee usein *self selection* -ongelma eli itsevalikointi. Tutkimuspäällikkö Rapeli muistuttaa, että demokraattisissa valtioissa paneelit ovat aina itsevalikoituja, koska ihmisiä ei voi pakottaa liittymään niihin. Rekrytointitapa saattaa johtaa paneelin kokoonpanossa vinoumaan, joka voi olla relevantti sen kannalta, mitä tutkitaan. Rapelin mielestä on kuitenkin hyvä muistaa, että paneelissa mitään ”yleistä edustavuutta” ei ole olemassa, vaan kyse on aina edustavuudesta suhteessa siihen asiaan, josta tutkija kulloinkin on kiinnostunut. Toisin sanoen paneelin kokoonpanon mahdollisia vinoumia täytyy tarkastella kunkin tutkittavan aiheen kontekstissa. FIRIPOn paneeleissa matalasti koulutetut ovat aliedustettuina, mikä on kyselytutkimuksille perinteisesti tyypillistä. Tilannetta korjataan tarvittaessa painokertoimilla. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Rapelin mukaan itsevalikointiongelma ei paneelimallissa pääse eroon, joten tutkijoiden on tiedettävä, miten ongelma näyttäytyy kussakin aineistossa ja vastaajakunnassa. Hän myös suosittelee tekemään meta-analyysiä esimerkiksi siitä, miten hyvin paneeli toimii, millaisia vastausprosentteja kyselyt saavat ja miten edustavuus toteutuu. Myös jonkinlainen katoanalyysi on hyödyllistä. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

FIRIPOn toiminnassa kyselyväsymys ei ole suoraan näkynyt lukuun ottamatta joitain poliitikkoja. Osa heistä on suhtautunut Rapelin mukaan paneeliin hieman nihkeästi ilmeisesti siksi, että

poliitikot saavat muutenkin paljon tutkimuspyyntöjä. Rapeli arvelee, että sama riski voi koskea journalisteja. Poliitikkopaneelin jäsenille lähetetään vuosittain vastausjakaumat kysymyksistä, jotka paneelille on esitetty. Joskus muiden paneelien jäsenille on tarjottu mahdollisuutta osallistua esimerkiksi tabletin arvontaan vastausaktiivisuuden kasvattamiseksi. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

FIRIPOn paneeleissa työskentelee viidestä kuuteen ihmistä puolipäiväisesti. Työtä vaatii kaiken muun ohella se, että kyselyt toteutetaan kahdella kielellä. Rapeli arvelee, että mahdollinen uusi journalistipaneeli olisi lukumääräisesti pienempi kuin FIRIPOn tämänhetkiset paneelit, jolloin sen ylläpito ei vaatisi yhtä suurta työpanosta. Paljon riippuu kuitenkin siitä, montako kyselyä paneelille tehtäisiin vuosittain, kuinka usein paneeliin pitää rekrytoida uusia jäseniä ja kuinka isoja kyselyt olisivat, koska työvoiman tarve ja paneelin kysyntä kulkevat käsi kädessä. Jos journalistipaneelille toteutettaisiin kaksi kyselyä vuodessa, tehtävään vaadittaisiin Rapelin arvion mukaan puolipäiväinen tutkimusassistentti. Se voisi tarkoittaa 10 000–15 000 euron vuosikustannusta. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Jos paneelin ylläpitäjällä ei ole huomattavia varoja, paneelin käyttämisestä kannattaa Rapelin mielestä periä jonkinlaista kohtuullista korvausta. Tutkijoilta perittävä käyttömaksu voisi olla esimerkiksi 8 000 euroa kyselyä kohti. Tällöin paneelin tuotto voisi olla vuodessa 10 000–20 000 euroa, jonka turvin paneelia saataisiin ylläpidettyä. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

Rapelin mukaan FIRIPO-hanketta voi kiinnostaa yhteistyö mahdollisen journalistipaneelin rakentamisessa ja pyörittämisessä, sillä sellaisen perustamista on joskus pohdittu. Rapelin mielestä se voisi olla kannattavaa. Jos median ja viestinnän tutkijat ovat kiinnostuneita yhteistyöstä FIRIPOn kanssa, tahojen olisi sovittava erinäisistä asioista, kuten yhteistyön ehdoista ja vastuista sekä siitä, kuka paneelia virallisesti hallinnoi. Mahdollisen yhteistyön toteutumiseen vaikuttaa lisäksi se, saako FIRIPO Suomen Akatemialta syksyllä 2024 uuden monivuotisen rahoituksen, jota haetaan toiminnan kehittämiseen ja laajentamiseen. (Kuusipalo & Rapeli 2024.)

2.2 Tietoarkisto (FSD) ja tutkimusaineistojen tallennus

FIRIPO-infrastrukturi tekee yhteistyötä Yhteiskuntatieteellisen tietoarkiston eli Tietoarkiston (FSD) kanssa tutkimusaineistojen tallentamisessa. Vuonna 1999 perustettu Tietoarkisto on

kansallinen palvelu, joka arkistoi ja välittää sähköisiä tutkimusaineistoja. Sen palvelut ovat maksuttomia. Tietoarkiston perustoimintaa rahoittavat opetus- ja kulttuuriministeriö ja Tampereen yliopisto. (FSD 2024.) Kehityshankkeissa Tietoarkiston suurin rahoittaja on ollut Suomen Akatemia. Tietoarkiston toiminnasta kertoivat yhteishaastattelussa keväällä 2024 verkkopalveluiden ja viestinnän erityisasiantuntija Tuomas J. Alaterä ja johtaja Helena Laaksonen. (Alaterä & Laaksonen 2024.)

Tietoarkiston tehtävän voi kiteyttää niin, että se tallentaa muiden tutkimustarkoituksiin keräämiä aineistoja eli dataa. Tietoarkisto myös jakelee tallennettuja aineistoja jatkokäyttöön. (Alaterä & Laaksonen 2024.) Tietoarkistoon tallennettuja tutkimusaineistoja voi pääosin käyttää tutkimukseen, opiskeluun ja opetukseen (FSD 2024).

Tietoarkisto tallentaa myös yhdistysten ja järjestöjen keräämää tutkimusaineistoa. Paljon riippuu siitä, millaiseksi aineiston jatkokäyttöpotentiaali arvioidaan. Tietoarkisto tallentaa vain sellaista aineistoa, joka on tarkoitettu jatkokäytettäväksi. Vain tallentamisen vuoksi mitään ei tallenneta. Aineistojen jatkokäyttöön voi valita eri ehtoja: Osa Tietoarkiston aineistoista on vapaasti käytettävissä ilman rekisteröitymistä. Eniten, eli jo noin 1 500 aineistoa, on tallennettu tutkimus-, opetus- ja opiskelutarkoitusta varten. Osa aineistoista on tarkoitettu vain tutkimuskäyttöön. Joitain aineistoja saa käyttää vain luovuttajan luvalla. (Alaterä & Laaksonen 2024.)

Jos Tietoarkistoon tallennetaan tutkimuspaneelin aineistoja, aineistojen jatkokäyttö vaatisi Alaterän mukaan luovuttajan luvan niin kauan kuin paneeli on aktiivinen ja kun jossain on olemassa ID-tieto siitä, keitä paneeliin kuuluu (Alaterä & Laaksonen 2024).

Alaterän ja Laaksonen mukaan tutkijoiden kannattaa ottaa yhteyttä Tietoarkistoon jo siinä vaiheessa, kun tiedetään, millaista aineistoa aiotaan kerätä. Tällöin Tietoarkiston asiantuntijat osaavat neuvoa, minkälaisia asioita aineistonkeruussa kannattaa huomioida. Alaterän mukaan erityisen tärkeää on informoida aineistonkeruuseen osallistuvia ihmisiä, kuten paneelin jäseniä, aineiston tallentamisesta ja jatkokäyttöön antamisesta. Näin vältetään tietosuojongelmat, jotka voisivat estää aineiston jatkokäytön myöhemmässä vaiheessa. (Alaterä & Laaksonen 2024.)

Alaterä ja Laaksonen ovat yhtä mieltä siitä, että niin sanottu kyselyväsymys tai -uupumus on pahentunut vuosi vuodelta. Kehitys näkyy Tietoarkiston aineistokuvailuista. Esimerkiksi erään vuosittain kerättävän aineistosarjan aineistojen vastausprosentit ovat olleet yli 50 ja jopa yli 60, kun taas nykyään jo 43 prosenttia voi olla hyvä tulos, Laaksonen sanoo. Alaterä huomauttaa, että samalla aineistonkeruun tavat ovat muuttuneet. Ennen tietoa kerättiin paperilomakkeilla, nyt verkossa. Sekin on muuttunut, miten paljon vastaajat jaksavat käyttää kyselyihin aikaa. Alaterä nostaa esiin myös *hard-to-survey*-tyyppiset ryhmät, jotka voivat olla joko vaikeasti tavoitettavia tai haluttomia vastaamaan kyselyihin. (Alaterä & Laaksonen 2024.)

2.3 Kaupalliset toimijat: Verian ja Taloustutkimus

Kyselytutkimuksia toteuttavat Suomessa myös erilaiset kaupalliset toimijat. Ennen tämän projektin selvitystyötä tiedossa oli, että jokin yrityksistä tekee vuosittain yritysviestintätutkimusta, jossa selvitetään viestinnän ammattilaisten käsityksiä Suomen merkittävimpien organisaatioiden ulkoisesta viestinnästä. Siksi päätettiin selvittää, millaisia vaihtoehtoja tutkijoiden ja kaupallisten toimijoiden yhteistyölle olisi ja onko toimijoilla olemassa valmista tietokantaa tietyn ammatin edustajista, kuten journalisteista. Alan toimijoista on haastateltu tutkimusjohtaja Sakari Nurmela tutkimusyhtiö Verianista ja toimitusjohtaja Jari Pajusta Taloustutkimuksesta (Nurmela 2024; Pajunen 2024).

2.3.1 Verian

Tutkimusyhtiö Verian on alalla perinteikäs toimija. Sen edeltäjä on vuonna 1945 perustettu Suomen Gallup. Sittemmin yritys on vaihtanut nimeään useita kertoja yritysmyyntien takia. Aiempia nimiä ovat olleet esimerkiksi Kantar Public ja TNS-Gallup. Tutkimusjohtaja Sakari Nurmela kertoo, että Verianin tekemien kyselytutkimusten määrä ja koko vaihtelevat. Vuosittain niitä on lähes sata. Hän itse arvioi toteuttaneensa uransa aikana 1 500–2 000 kyselytutkimusta. (Nurmela 2024.)

Verianin työt ovat tilaustutkimuksia, joissa tulokset ja aineisto ovat tilaajan omaisuutta. Joskus Verianin keräämät aineistot toimitetaan Tietoarkistoon. Näin toimitaan esimerkiksi Eläketurvakeskuksen Eläkebarometrin kohdalla. (Nurmela 2024.)

Nurmelan mukaan Verianilla ei ole valmista aineistoa tai tietokantaa toimittajista, mutta tutkijat voivat halutessaan ostaa aineistonkeruun Verianialta. Yhteistyölle löytyy monia vaihtoehtoja. Tutkija voi esimerkiksi osallistua yhdellä kysymyksellä viikoittaiseen aineistonkeruuseen, jossa 18 vuotta täyttäneistä suomalaisista kootaan edustava tuhannen haastattelun aineisto. Tämä maksaisi noin parituhatta euroa. Mahdollista on niin ikään toteuttaa sisällöltään ja vastaajamäärältään laaja hanke. Sen hinta vaihtelee, mutta laajimpien töiden kohdalla puhutaan yli sadantuhannen euron summista. Viestinnällisiin tarpeisiin Verian pystyy Nurmelan mukaan toteuttamaan napakan väestöedustavan työn 4 000–8 000 eurolla. Tilaustutkimuksen hintaan vaikuttavat lomakkeen pituus, aineistoon kerättävien vastausten lukumäärä, tiedonkeräystapa, kohderyhmä (eli kuinka helposti tai vaikeasti tavoitettavasta joukosta on kyse) ja se, miten tulokset raportoidaan. (Nurmela 2024.)

Toimittajat ovat Nurmelalle tuttu tutkimuskohde, sillä hän on ollut toteuttamassa yli 20 vuoden ajan kaikkia Suomen Journalistiliiton työsuhteisten ja freelancereiden työmarkkinatutkimuksia. Työsuhteisten ja freelancereiden tutkimukset tehdään kahden vuoden välein vuorovuosina. Journalistiliiton kanssa tehtävän tutkimusyhteistyön yksityiskohtia Nurmela ei avaa, vaan hän kommentoi järjestöjen kanssa toteutettavia kyselytutkimuksia yleisellä tasolla. (Nurmela 2024.)

Järjestöjen kanssa yhteistyömalleja on Nurmelan mukaan kaksi. Ensimmäisessä vaihtoehdossa järjestö luovuttaa Verianille kyselytutkimuksen toteuttamista varten jäsenrekisterinsä jäsenten sähköpostiosoitteet, joihin Verian lähettää tutkimuskutsun ja -linkin. Toinen tapa on, että Verian toimittaa kyselylinkin järjestölle, joka hoitaa sen lähetyksen jäsenilleen itse. Jos järjestö välittää tutkimuskutsun ja -linkin omasta sähköpostijärjestelmästä, Verianin väki ei voi seurata, ketkä ovat vastanneet kyselyyn ja ketkä eivät. Tällöin muistutukset eli karhut saattavat lähteä myös jo vastanneille järjestön jäsenille. Nurmela tosin huomauttaa, että nykyään järjestöistä yleensä löytyy vastuuhenkilö, joka osaa seurata kyselyvastausten edustavuutta ja voi tarvittaessa karhuta lisävastauksia. Jos Verian pystyy käyttämään itse järjestön jäsenrekisterin tietoja, se voi kohdistaa muistutukset niille, jotka eivät ole vastanneet. (Nurmela 2024.)

EU:n yleinen tietosuoja-asetus (GDPR) on aiheuttanut Nurmelan mukaan sen, että rekisteritietojen siirtämisessä ollaan nyt äärettömän tarkkoja. Tiedot lähetetään aina suojatun yhteyden kautta. Rekisterin käytöstä tehdään sopimus, ja vain tietyillä Verianin asiantuntijoilla on pääsy rekisteriin.

Tietoja myös käsitellään aina ryhmätasolla. Jos jotain dataa luovutetaan, siinä ei koskaan käytetä yksilöiviä tekijöitä niin, että yksittäisen vastaajan vastaukset olisivat tunnistettavissa.

Anonymiteetin säilymiseen kiinnitetään Nurmelan mukaan erittäin paljon huomiota. Esimerkiksi jos kyselyyn liittyy arvonta ja vastaaja haluaa siihen osallistua, hänet siirretään eri lomakkeelle. Sinne vastaaja voi jättää yhteystietonsa ilman, että hänen vastauksensa ovat yhdistettävissä niihin. Tärkeää on myös, että kun aineisto on saatu onnistuneesti kerättyä tiettyä tarkoitusta varten, sen yhteystiedot tuhoetaan. (Nurmela 2024.)

Lähes 30 vuotta kyselytutkimusten parissa työskennelleen Nurmelan kokemuksen mukaan erilaisten järjestöjen jäsenrekisterit ovat muuttuneet entistä paremmiksi ja myös rekisterin hallinnan työkalut ovat kehittyneet. Järjestöt tekevät nykyisin monenlaisia omia selvityksiä ja ovat yhä tarkempia siitä, että niiden jäsenistölle ei synny liiallista kyselykuormitusta. Nurmela uskoo kuitenkin, että esimerkiksi ammattiliitot osallistuvat yhä kyselytutkimuksiin, jos niistä on hyötyä liiton edunvalvonnassa tai muussa toiminnassa. (Nurmela 2024.)

2.3.2 Taloustutkimus

Taloustutkimus on suomalainen markkinatutkimusyriitys, joka on perustettu vuonna 1971. Taloustutkimukselle tehdään noin 850 tilausta vuodessa, mutta yhteen projektiin voi sisältyä monta tilausta. Näin ollen Taloustutkimus toteuttaa noin 600 tutkimusta vuodessa, arvioi toimitusjohtaja Jari Pajunen. (Pajunen 2024.)

Pajusen mukaan työn tilaajan on hyvä ymmärtää *tutkimusaineiston* ja *tutkimusnäytteen* ero. Tutkimusnäyte tarkoittaa sitä joukkoa yhteystietoja, joista vastaajat poimitaan tutkimuksiin. Toisin sanoen näyte sisältää ihmisiä yhteystietoineen. Jos tällaista tiedostoa säilytetään, siitä tulee rekisteri. Taloustutkimus ei ylläpidä rekistereitä, koska sitä varten on kaupallisia toimijoita, joilta voi ostaa käyttöön näytteitä eli poimintoja rekistereistä kutakin tutkimusta varten. Tutkimusaineisto puolestaan käsittää ne vastaukset, jotka kerätään näytteeseen poimituilta vastaajilta. Tutkimusaineisto ei sisällä yksilöityjä henkilötietoja tai yhteystietoja. Kyseiset tiedot häivytetään aineiston käsittelyvaiheessa yksityisyyden suojan takia. (Pajunen 2024.)

Taloustutkimus selvittää vuosittain viestinnän ammattilaisten käsityksiä Suomen merkittävimpien organisaatioiden ulkoisesta viestinnästä Yritysviestintä-tutkimuksessaan. Taloustutkimuksella ei ole valmista rekisteriä tai sen kaltaista tietokantaa viestinnän ammattilaisista. Yritysviestintä-tutkimuksessa on Pajusen mukaan kyse niin sanotusta valmis- tai yhteistutkimuksesta, jonka Taloustutkimus tekee omalla riskillään ja myy tuloksia eri tavoin paketoituna. Aineiston omistusoikeus jää Taloustutkimukselle. Näytteen kerää ulkopuolinen näytteentoimittaja, joka ylläpitää yhteystietorekistereitä. Tällaisia toimijoita ovat esimerkiksi Fonecta ja Dun & Bradstreet. (Pajunen 2024.)

Taloustutkimuksella on kuluttajille oma internetpaneeli, jonka panelisteja käytetään kuluttajatutkimuksissa. Toimittajista Taloustutkimus ei Pajusen mukaan missään tapauksessa itse kokoaisi minkäänlaista rekisteriä GDPR-syistä. Tutkijat voivat kuitenkin tilata Taloustutkimukselta aineiston, jossa olisi esimerkiksi sata toimittajille tehtyä haastattelua. Tutkimusaineisto pitää kuitenkin aina kerätä erikseen kutakin toimeksiannosta varten. Tällaisissa tapauksissa Taloustutkimus käyttää ulkopuolista kaupallista näytteentoimittajaa. Pajusen mukaan tutkimusnäyte on saatavissa monista ammattiryhmistä, ja vastaajia haetaan rekistereistä työnimikkeen mukaan. Yhteystietojen hankintakustannukset sisältyvät toimeksiannon hintaan. (Pajunen 2024.)

Pajusen mukaan hinta vaihtelee toimeksiannon mukaan. Jos kyse on yleisluontoisemmasta valmistutkimuksesta, tutkimuksen hinta voi vaihdella 3 000–6 000 euron välillä. Erillistutkimukset sen sijaan maksavat enemmän. Erillistutkimuksessa aineisto kerätään asiakkaan tiettyyn tarpeeseen ja aineiston omistusoikeus siirtyy tilaajalle. Tiedonkeruutyö muodostaa valtaosan kustannuksista. (Pajunen 2024.)

Pajunen korostaa, että tiedot ostetaan aina vain tiettyä käyttöä varten. Siksi niitä ei yleensä tallenneta esimerkiksi Tietoarkistoon. Taloustutkimus sitoutuu säilyttämään tutkimusaineistoja yleensä kaksi vuotta ja seurantatutkimuksissa kauemminkin, mutta yksittäisten vastaajien henkilötiedot kuitenkin tuhoaan GDPR-syistä heti tutkimuksen jälkeen. Pajusen mukaan Taloustutkimus ei halua säilyttää ylimääräisiä rekistereitä, eivätkä vastaajien yksilöidyt henkilötiedot saa missään tapauksessa olla muutenkaan jäljitettävissä. (Pajunen 2024.)

Verianin Nurmelan tapaan Pajunen sanoo, että GDPR on tiukentanut vaatimuksia. Esimerkiksi tutkimusnäytteitä ei voisi enää lähettää sähköpostiliitteenä siten kuin ennen saatettiin tehdä. Kyselyväsymys on sekin tullut tutuksi Taloustutkimukselle. Pajusen mukaan koko ajan pitää keksiä uusia keinoja ja houkuttimia, jotta kyselyihin saadaan vastaajia. (Pajunen 2024.)

2.4 OAJ:n ja Tehyn suhde kyselytutkimuksiin

Selvitystyön ja tutkijoiden aiemman kokemuksen perusteella toimittajat vaikuttavat ryhmältä, jota on vaikea tavoittaa vastaamaan kyselytutkimuksiin. Vertailun vuoksi päätettiin kysyä myös toisten alojen ammattiliitoista, miten ne ja niiden jäsenet suhtautuvat tutkimukseen ja miten liitot osallistuvat erilaisten kyselytutkimusten toteuttamiseen. Vertailukohteiksi valittiin Opetusalan ammattijärjestö OAJ ja sosiaali-, terveys- ja kasvatustieteiden ammattijärjestö Tehy. Kumpaankin liittoon kuuluu koulutettuja ammattilaisia, joiden alalla työmäärä ja kuormitus ovat lisääntyneet.

OAJ:n ja Tehyn käytännöt eroavat Suomen Journalistiliiton menettelytavoista, mutta on syytä huomioida, että ne ovat sekä jäsen- että työntekijämäärältään selvästi isompia toimijoita kuin Journalistiliitto. SJL:llä on noin 14 000 jäsentä ja yli 20 työntekijää, eikä se kuulu mihinkään ammattiliittojen keskusjärjestöön eli Akavaan, SAK:hon tai STTK:hon, vaan on täysin itsenäinen. OAJ on koulutettuja palkansaajia edustavan Akavan jäsenmäärältään merkittävin jäsenjärjestö, jolla oli vuoden 2023 lopussa noin 114 000 jäsentä (OAJ 2024; OAJ 2023). OAJ:llä on noin 130 työntekijää (Ilves 2024). Tehy on STTK:n suurin ammattijärjestö, jolla on yli 160 000 jäsentä (Tehy 2024a). Tehyn palveluksessa työskenteli vuoden 2023 lopussa 134 työntekijää (Tehy 2024b).

2.4.1 OAJ

OAJ:n käytännöistä ja suhteesta kyselytutkimuksiin kertoi haastattelussa keväällä 2024 tutkija Vesa Ilves, joka on työskennellyt liitossa vuodesta 2002. Kyselyt ovat osa hänen tehtäviään. OAJ:n ei tarvitse toteuttaa omia palkkakyselyitä, koska se saa kuntasektorilla työskentelevien jäsentensä palkkatiedot sataprosenttisesti ostamalla tilastoaineistot Tilastokeskukselta. Vuodesta 2013 lähtien OAJ on tehnyt omaa työolobarometriaan, jossa jäsenistöltä kysytään muun muassa työoloista ja jaksamisesta. (Ilves 2024.)

Talon ulkopuolelta kyselytutkimuspyyntöjä tulee OAJ:lle Ilvesen kokemuksen mukaan vähän, vuosittain kolmesta viiteen. Luku ei sisällä opiskelijoita, joiden kyselytutkimuksiin OAJ ei osallistu. Ilves huomauttaa, että tutkimuspyyntöjä esitetään todennäköisesti useille OAJ:n johtajille, eikä pyyntöjen kokonaismäärä ole hänen tiedossaan. (Ilves 2024.)

Ilvesen mukaan OAJ:n jäsenistölle osoitettujen kyselyiden vastaajamäärät ja vastausprosentit ovat pienentyneet 2000-luvulla. Kun vuosituhannen alussa postikyselyiden aikaan vastausprosentit saattoivat olla helposti 60–70, ovat kyselyiden vastausprosentit viiden viime vuoden aikana jääneet usein vain 20–30:een. Yksittäisissä tutkimuksissa vastausprosentti voi kuitenkin olla yli 50. (Ilves 2024.)

Edellä mainituista syistä OAJ rakentaa vuoden 2024 aikana paneeliasetelmaa, jota se voi hyödyntää eri kyselykerroilla. Tavoitteena on koota paneeli, jonka osallistujat haluavat vastata kysymyksiin, jolloin vastausaktiivisuus kasvaa. Samalla kyselykuorma koko jäsenistölle kevenisi ja kyselyt voisi suunnata nykyistä tehokkaammin ja paremmin eri alaryhmille, kuten nuorille opettajille tai varhaiskasvatuksen opettajille. Paneelissa on tarkoitus toteuttaa neljästä kuuteen kyselyä vuodessa. Ilvesen mukaan paneelin jäsenet aiotaan rekrytoida syksyn 2024 aikana ja toiminta alkaa täydellä teholla vuonna 2025. (Ilves 2024.)

Sen, osallistuuko liitto ulkopuolisten tahojen kyselytutkimuksiin, päättää OAJ:n johtoryhmä. Liitto on tehnyt linjapäätöksen, että jäsenrekisterin tietoja ei anneta liiton ulkopuolelle, joten kyselyt toteutetaan OAJ:n työkaluilla. Kyselykutsut ja -linkit lähetetään suoraan otokseen valittujen jäsenten sähköposteihin. OAJ sopii yhteistyön yksityiskohdista tutkivan tahon kanssa. Sopimuksen mukaisesti tutkijoille annetaan joko valmis aineisto tai tulokset. (Ilves 2024.)

OAJ tekee tarvittaessa yhteistyökyselyitä eri tutkimustahojen kanssa. Esimerkiksi vuosina 2024–2025 OAJ ja Helsingin yliopiston kasvatustieteellinen tiedekunta tutkivat yhdessä työhyvinvointiasioita. (Ilves 2024.)

OAJ:llä on omaa henkilöstöä, joka huolehtii jäsenrekisteristä. Nämä henkilöt pystyvät kohdentamaan tutkimuspyynnöt sille ryhmälle, joka on tutkimuksen kohteena, ja kykenevät

seuraamaan myös edustavuuden toteutumista. OAJ käyttää tiedonkeruussa Webropol- ja SurveyPal-järjestelmiä. (Ilves 2024.)

OAJ on havainnut jäsenistössään kyselyväsymystä. Kyselyitä on pyritty koordinoimaan niin, etteivät ne kaikki menisi samoille vastaajille. Tämä onnistuu Ilveksen mukaan melko hyvin, koska OAJ:llä on niin paljon jäseniä. Joinain vuosina kyselyitä on kuitenkin lähetetty paljon, jopa kuudesta kymmeneen. Tällöin jäsenkunta on väistämättä käyty läpi monta kertaa. (Ilves 2024.)

2.4.2 Tehy

Tehyn tutkimustoiminnasta kertoi haastattelussa keväällä 2024 koulutusasioiden päällikkö Juha Kurtti, jonka vastuualueeseen sisältyvät myös tutkimus selvitys- ja hankeyhteistyöt. Hän sanoo, että Tehyn sisällä on kohtuullisen hyvin selvitys- ja tutkimusosaamista. Palkkakyselyitä Tehyn ei tarvitse teettää, koska se saa julkisella sektorilla työskentelevien jäsenten palkkatiedot säännöllisesti Tilastokeskuksesta. Tehy tekee jäsenilleen säännöllisesti omia, erityyppisiä työelämän kysymyksiä käsitteleviä jäsenkyselyitä, minkä lisäksi se julkaisee omaa selvityssarjaa. Jäsenkyselyt ovat osa Tehyn vaikuttamistyötä ja siksi prioriteettilistan kärjessä. (Kurtti 2024.)

Lisäksi Tehy toimii yhteistyökumppanina erilaisten ulkopuolisten tahojen kyselytutkimushankkeissa. Osallistumispäätös tehdään hankekohtaisesti, ja tiettyjen kriteerien pitää täytyä. Tutkimuksen täytyy palvella Tehyn strategiaa, tavoitteita ja arvoja, eli tutkimus joko parantaa Tehyn jäsenten asemaa tai muutoin tuottaa tärkeää tietoa, jota voidaan käyttää jäsenten edunvalvonnassa. (Kurtti 2024.)

Kurtti on työskennellyt Tehyssä noin kymmenen vuotta. Tuona aikana erilaisten kyselyiden ja tutkimuskutsujen määrä on lisääntynyt. Pyynnöt osoitetaan kohdistetusti Kurtille. Päätöksen varsinkin laajoihin tutkimushankkeisiin osallistumisesta tekee aina Tehyn johtoryhmä, mutta joissain tapauksissa asiasta voi päättää yksittäinen johtoryhmän jäsen. Tutkimusyhteistyö työllistää Tehyn väkeä Kurtin mukaan jonkin verran. Hankkeen ohjausryhmään kuuluu usein Tehyn edustaja, ja Tehy hoitaa aineistonkeruun, mikä vaatii esivalmisteluja. Monesti aineisto kerätään koko jäsenistöstä, eikä vain joiltain ammattiryhmiltä, ja tällöin otoksen halutaan edustavan jäsenprofiilia. (Kurtti 2024.)

Kurtin mukaan Tehyn prosessi kyselytutkimusten toteuttamiseen on hyvä. Tehy ei luovuta jäsenrekisteritietojaan ulkopuoliselle taholle, joten liitto osallistuu aina aktiivisesti kyselyn toteuttamiseen. Vaikka kyselylomakkeen laatii ulkopuolinen taho, se tulee Tehyn nähtäväksi ja hyväksyttäväksi ennen jakelua jäsenistölle. Tämän jälkeen Tehy viestii yhteistyöstä ja lähettää valittuun otokseen kuuluville jäsenille kyselykutsun ja -linkin näiden henkilökohtaisiin sähköpostiosoitteisiin. Viestin saate kertoo, mistä on kyse ja kenen kanssa Tehy tekee yhteistyötä. (Kurtti 2024.)

Kyselytutkimusten kokonaispaletti on Kurtin käsissä. Tavoitteena on koordinoita tutkimusasioita niin hyvin, että Tehyn jäsenistölle ei tule liikaa päällekkäisiä kyselyitä. Suuri jäsenmäärä on etu, koska silloin kyselyitä voidaan otosten avulla kohdentaa eri kohderyhmille. Otoksista sovitaan kunkin tutkimusorganisaation kanssa tapauskohtaisesti. Tehyssä työskentelee jäsenrekisterin asiantuntijoita, jotka muodostavat otokset tutkijoiden kanssa sovittujen kriteerien perusteella. Tutkimusorganisaatioiden vastuulla on seurata vastausprosenttia ja kertoa Tehylle, mille vastaajille muistutus kyselystä pitää lähettää. (Kurtti 2024.)

Kurtin tietojen mukaan Tehyn jäsenet eivät ole antaneet ainakaan suuressa määrin palautetta kyselyiden liian isosta määrästä. Selvää kuitenkin on, että Tehyn jäsenille osoitettujen kyselytutkimusten vastausprosentit ovat pienentyneet viime vuosina. Kurtin mukaan tätä selittää työelämän muutos ja kyselytutkimusten kasvava määrä – monet Tehyn jäsenet ovat hyvin kuormittuneita. Kyselyiden vastausprosentit ovat heikoimmillaan alle 10, parhaimmillaan lähes 50. Muun muassa otoskoko ja aihe vaikuttavat. (Kurtti 2024.)

Parhaiten vastaajia saadaan Tehyn omiin kyselyihin, jotka ovat Kurtin mielestä usein konkreettisempia ja tiiviimpiä kuin tutkimusorganisaatioiden kyselyt. Kuormituksen takia Tehyssä mietitään tarkkaan, mitä kyselytutkimuksia toteutetaan ja mikä on niiden tärkeysjärjestys. GDPR-säännökset eivät Kurtin mielestä ole pääosin vaikeuttaneet kyselytutkimusten toteuttamista ainakaan Tehyn näkökulmasta. (Kurtti 2024.)

2.5 Kyselyväsymys ilmiönä

Suomen Journalistiliiton ja median ja viestinnän tutkijoiden kokemukset kyselytutkimusten aineistonkeruun ongelmista ovat osa laajempaa yhteiskunnallista muutosta. Nykyään puhutaan tiedolla johtamisesta, joka tarkoittaa oikeaan tietoon perustuvaa päätöksentekoa. Tämä ”oikea tieto” saadaan usein digitaalista tietoa analysoimalla. Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran mukaan digitaalisen tiedon eli datan määrän räjähdysmäinen kasvu on yksi tämän hetken merkittävimmistä ilmiöistä. Niin sanottu datatalous kasvaa muita toimialoja nopeammin. (Korhonen & Kiljunen 2023.)

Erilaisia verkkokyselyitä on helppoa ja halpaa toteuttaa verrattuna esimerkiksi puhelin- ja postikyselyihin. Yksi ahkeran datankeruun varjopuolista on niin sanottu kyselyväsymys, -uupumus tai vastausväsymys. Tutkimusten vastausprosentit ovat huonontuneet huolestuttavasti, kun kyselyiden määrä on jatkuvasti kasvanut (Vehkalahti 2014, 48). Tämä on huomattu tutkijoiden keskuudessa laajemminkin (ks. esim. Stedman ym. 2019; Kreuter 2013). Saarisen (2021) mukaan vastaajakato saattaa antaa tutkittavasta ilmiöstä vääristyneen kuvan, mikä voi heikentää jopa politiikkasuositusten luotettavuutta.

Suomessa Tilastokeskus on tuottanut tietoa suomalaisen yhteiskunnan tarpeisiin vuodesta 1865 lähtien, ja Suomi on tilastotiedon edelläkävijöitä maailmassa. Keväällä 2024 Tilastokeskus toi esiin huolensa siitä, miten jyrkästi kansalaisten vastausaktiivisuus tutkimuksiin on vähentynyt. Tilastokeskuksen mukaan ilmiö on kansainvälinen ja vastaamattomuuteen löytyy useita syitä. Tilastokeskuksen yliaktuaari Henna Anttila sanoi huhtikuussa 2024 julkaistussa tiedotteessa, että erilaisten kyselyiden, gallupien ja tutkimusten määrä on räjähtänyt, minkä takia Suomessa on nähtävissä selkeä tutkimusuupumus. Hänen mukaansa myös muiden Euroopan maiden tilastoviranomaiset painivat samojen haasteiden kanssa. (Tilastokeskus 2024.)

Virallisiin tilastoihin kerätään kansalaisilta tietoa ja näkemyksiä, jotka ohjaavat yhteiskunnallista päätöksentekoa. Tällaisia ovat esimerkiksi työllisyyttä ja kotitalouksien kulutusta kuvaavat tilastot. Yliaktuaari Anttilan mukaan työvoimatutkimuksen vastausaste on laskenut kymmenen viime vuoden aikana yli 20 prosenttia. Tilastokeskus kerää vuosittain tietoa lähes 400 000 kansalaiselta, kotitaloudelta tai organisaatiolta. Jotta tiedot ovat luotettavia, vastauksia tarvitaan kattavasti ja

tasaisesti eri väestöryhmistä. Tiedotteen mukaan vastausaktiivisuus on jatkuvasti laskenut ja tarvittavan tutkimusaineiston kerääminen vaatii yhä enemmän työtä. (Tilastokeskus 2024.)

Merkillepantavaa on, että kyselyväsymys tai tutkimusuupumus nousi esiin lähes kaikissa tähän projektiin tehdyissä haastatteluissa. Siitä puhuivat niin suomalaiset kuin ulkomaiset asiantuntijat. Sitä ei voi olla huomioimatta, kun pohditaan kyselytutkimusten nykytilaa ja tulevaisuutta.

3. Norjan ja Ruotsin kokemuksia toimittajakyselyistä

Suomen verrokkimaista Ruotsissa ja Norjassa toimittajille suunnattujen kyselytutkimusten vastaajamäärät ovat viime vuosina olleet suurempia kuin suomalaistutkimuksissa (ks. esim. Löfgren Nilsson 2015; Backholm & Idås 2022). Tämän takia tavoite oli selvittää, miten toimittajille suunnattuja kyselytutkimuksia näissä maissa toteutetaan.

Norjan tilanteesta kertoo haastattelussa Norjan journalistiliiton erityisneuvonantaja Trond Idås. Lisäksi maassa on toteutettu 2020–2021 Norjan journalistipaneelin (NJP) pilottitutkimus, josta on saatu tietoja NJP:n ensimmäisen aallon aineisto- ja menetelmäraportista, Bergenin yliopiston apulaisprofessorilta Erik Knudsenilta ja NJP:tä hallinnoivan Digital Social Science Core Facility -hankkeen (DIGSSCORE) tutkimuskoordinaattoreilta Lisa Storelvilta ja Erla Løvsethiltä. Ruotsin tilannetta avaavat Göteborgin yliopiston journalistipaneelin (Journalistpanelen) vastuututkija Ulrika Andersson ja Ruotsin journalistiliiton oikeudellinen neuvonantaja Tove Carlén.

3.1 Norja

3.1.1 Norjan journalistiliitto

Norjassa journalistiliitto (norjaksi Norsk Journalistlag, englanniksi The Norwegian Union of Journalists) on perustettu vuonna 1946. Liitossa työskentelee 26 työntekijää, joista osa on osa-aikaisia. Norjan journalistiliitossa on nyt arviolta noin 8 600 jäsentä, joista työelämässä olevia journalisteja on noin 6 300. Järjestäytymisasteen arvioidaan olevan noin 90 prosenttia. Poikkeuksen muodostavat nuoret toimittajat, joista monet saavat vakituisen työpaikan vasta yli 35-vuotiaana. Sitä ennen heitä on vaikea saada liittymään liittoon ja pysymään jäsenenä. (NJ 2024; Idås 2024.)

Norjan journalistiliitto osallistuu aktiivisesti erilaisiin kyselytutkimuksiin. Osa niistä on liiton itsensä toteuttamia, osassa liitto tekee yhteistyötä muiden tahojen, kuten norjalaisten median ja viestinnän tutkijoiden sekä erilaisten toimittajajärjestöjen, kanssa. Ulkopuolisten kanssa toteutettavia tutkimuksia on vuosittain noin yhdestä kolmeen. Lisäksi liitto saa vuosittain arviolta yhdestä neljään kyselytutkimusehdotusta kaupallisilta toimijoilta tai opiskelijoilta. (Idås 2024.)

Norjan liitto suhtautuu myönteisesti tieteelliseen tutkimukseen, koska sen jäsenistö on kiinnostunut tutkimuksesta. Omia kyselytutkimuksia liitto käyttää jäsentensä edunvalvonnassa. Näin kertoi haastattelussa keväällä 2024 Norjan journalistiliiton erityisneuvonantaja Trond Idås, joka vastaa liitossa tutkimusasioista. Hän on työskennellyt toimittajia koskevien kyselyjen parissa yli 20 vuotta. (Idås 2024.)

Idås aloitti Norjan journalistiliiton palveluksessa vuonna 1997. Hän työskenteli aiemmin liiton pääsihteerinä kuuden vuoden ajan. Ennen liittoon siirtymistä Idås teki töitä toimittajana Norjan suurimmassa painetussa sanomalehdessä Aftenpostenissa, jossa hän toimi myös luottamusmiehenä. Työ toimittajien työolojen parantamiseksi jatkui Norjan journalistiliitossa, jossa Idås on tehnyt yhteistyötä erityisesti kriiseistä, rikoksista ja sodista uutisoivien toimittajien kanssa. Hän kertoo, että 20 vuotta sitten toimittajia ja heidän työolojaan koskevaa tutkimusta oli olemassa todella vähän varsinkin terveys- ja trauma-aiheista. Siksi Idås alkoi työskennellä asian eteen ja kehitti samalla liiton tutkimustoimintaa. (Idås 2024.)

Norjan journalistiliitto on toteuttanut suuria työolotutkimuksia joka kymmenes vuosi aina vuodesta 1980 lähtien. Liitto tekee kyselyt yhteistyössä toimittajien ja norjalaisen The Work Research Institute (WRI) -tutkimuslaitoksen tutkijoiden kanssa. WRI kokoaa kyselyn journalistiliiton puolesta, mutta liitto osallistuu teemojen ja kysymysten valmisteluun. Idås on vastannut työolotutkimuksen toteuttamisesta liiton edustajana vuosina 2002, 2012 ja 2022. Työolotutkimus oli myös ensimmäinen iso tutkimus, jonka toteuttamiseen Idås on osallistunut. Sittemmin hän on ollut mukana tutkimassa muun muassa toimittajiin kohdistuvaa uhkailua ja häirintää, vihapuhetta sekä toimittajien työhyvinvointia koronapandemian aikana. (Idås 2024.)

Norjalaisille toimittajille tehdyissä kyselytutkimuksissa vastausprosentit ovat moniin kansainvälisiin tutkimuksiin verrattuna suuria. Niissä tutkimuksissa, joissa Norjan liitto on mukana, vastausprosentit saattavat olla parhaimmillaan jopa 60–80, jos aihe kiinnostaa toimittajia, mutta tavallisesti luku on nykyään 40–50 prosenttia. Idåsin mukaan vastausprosentit olivat aiemmin isompia, mutta vastaavien lukujen saavuttaminen on nykyään vaikeaa, koska monet liiton jäsenet ovat kyllästyneet kyselyihin. (Idås 2024.)

Idås löytää nykytilanteeseen kaksi selitystä. Yhtäältä toimittajien työ ylipäättään on muuttunut entistä kiireisemmäksi ja kyselyiden määrä on samalla kasvanut, minkä vuoksi kaikki eivät jaksaa täyttää kyselyitä. Kyselyiden täytyy myös olla nykyisin lyhyempiä kuin ennen. Toisaalta kehitys saattaa liittyä kulttuurin muutokseen: nuoret toimittajat eivät välttämättä enää koe velvollisuudekseen vastata liiton kyselyihin. Liitto priorisoi omia palkka- ja työolotutkimuksiaan. Siksi liitossa mietitään tarkkaan, miten ja milloin ulkopuolisten tahojen kanssa tehdään yhteistyötä. Idås korostaa, että kyselytutkimusten toteutuksesta on sovittava ajoissa. Riskinä on, että jos kyselyjä tulee liikaa, yhä useampi toimittaja väsyvät niihin. (Idås 2024.)

Norjan liitossa on käytössä vakiintunut prosessi, jossa päätetään, osallistuuko liitto kyselytutkimuksen toteuttamiseen vai ei. Liiton ulkopuoliset tutkimusehdotukset ohjataan Idåsille, joka esittelee tutkimusaiheen liiton johtoryhmälle. Johtoryhmä päättää, osallistuuko liitto tutkimukseen. Keskustelua käydään siitä, onko liiton etu osallistua kyselyyn. Päätökseen vaikuttavat Idåsin mukaan useat asiat. Iso painoarvo annetaan sille, onko tutkimusaihe liiton näkökulmasta relevantti ja kiinnostava ja onko aihetta tutkittu aiemmin. Liitto tekee tutkimustahon kanssa yhteistyötä, minkä lisäksi pakollista on, että liitto saa kaiken tutkimusaineiston käyttöönsä omaa työtään varten. Toteutuksesta sovitaan yhdessä tutkijoiden kanssa. Idås myös kommentoi kyselyn teemoja ja auttaa tutkijoita kysymysten muotoilussa. (Idås 2024.)

Kyselytutkimuksia varten saatetaan perustaa oma työryhmä. Jos kyseessä on liiton ulkopuolisen tahon, kuten yliopiston tekemä kysely, Idås on yleensä työryhmässä ainoa liiton edustaja. Jos taas ammattiliitto itse toteuttaa kyselyn vaikkapa työoloista, silloin ryhmään kuuluu Idåsin lisäksi edustajia eri toimittajajyhdistyksistä tai tiedotusvälineistä. (Idås 2024.)

Jos liitto päättää osallistua kyselytutkimushankkeeseen, käytännöt ovat vakiintuneet. Norjan journalistiliitto ei jaa jäsenrekisterinsä tietoja ulkopuolisille. Liitto osallistuu kyselyiden toteuttamiseen niin, että se lähettää jäsenilleen henkilökohtaisen sähköpostin, joka sisältää linkin kyselyyn. Viestin allekirjoittaa liiton puheenjohtaja. Se on Idåsin mukaan tärkeää, koska silloin kysely näyttääytyy jäsenilleen liiton, ei yliopistojen tai muiden tutkimuslaitosten, tekemänä kyselynä. Tämä nostaa vastausprosenttia, minkä Idås arvelee johtuvan siitä, että jäsenet ovat lojaaleja liitolle. Myös muistutusviestit lähetetään toimittajille henkilökohtaisesti. Allekirjoituksen

lisäksi sähköpostit personoidaan jäsenen nimellä, ja oheistekstissä selitetään, miksi kysely tehdään ja mihin sitä aiotaan käyttää. Idåsin arvion mukaan henkilökohtainen sävy ja tutkimuksen toteuttamisen perustelut ovat tärkeä syy siihen, miksi toimittajien vastausprosentit ovat Norjassa niin suuria. (Idås 2024.)

Vähintään yhtä merkityksellistä on hyödyntää kyselystä saatuja tietoja nopeasti ja jakaa tietoa myös vastaajille, Idås sanoo. Hän pyrkii koostamaan ja julkaisemaan jonkinlaisen analyysin vain muutaman kuukauden kuluessa kyselyn toteuttamisesta. Toimittajat kutsutaan esimerkiksi erilaisiin toimittajakonferensseihin kuulemaan tuloksista. Tällöin osallistujat tietävät, että heidän vastauksiaan todella käytetään. Ylipäätään liitto vaihtaa säännöllisesti ajatuksia erilaisista aiheista ja asioista toimittajajärjestysten edustajien kanssa. Liitto ja toimittajajärjestöt tekevät yhteistyötä muun muassa sananvapauteen, lähdesuojaan ja median julkiseen tukeen liittyvissä kysymyksissä. (Idås 2024.)

Norjan journalistiliiton aktiivisuus tutkimusasioissa perustuu paljon Trond Idåsin henkilökohtaiseen kiinnostukseen ja osaamiseen. Virallista päätöstä asiasta ei ole tehty, vaan Idåsin mukaan on ollut hänen oma valintansa, että hänelle kuuluu paljon tutkimukseen liittyviä tehtäviä. Avoin kysymys on, miten liitto hoitaa tutkimusasiat sitten, kun Idås jää eläkkeelle. Nyt Idås arvioi käyttävänsä työajastaan noin viidenneksen tutkimusasioihin. Hän on vastuussa paitsi liiton omista tutkimuksista myös yhteistyöstä liiton ulkopuolisten tahojen kanssa. Idås muun muassa lähettää kyselyt eteenpäin ja seuraa kahden tai kolmen vastauskierroksen ajan, keille pitää lähettää muistutusviestejä. Valtaosa kyselyistä lähetetään kaikille liiton työssäkäyville jäsenille, osa myös opiskelijoille ja eläkeläisille. Muistutukset lähetetään vain niille, jotka eivät ole vielä vastanneet. (Idås 2024.)

Kyselyiden vastaajien demografiset taustatekijät tarkistetaan ja edustavuutta seurataan. Idåsin mukaan GDPR-säännöt ovat tuoneet jonkin verran ylimääräistä työtä, mutta se ei ole ollut iso ongelma. (Idås 2024.)

Idåsilta on myös tutkijataustaa. Hän on erikoistunut kyselytutkimuksiin perehtymällä toimittajien mielenterveyteen ja hyvinvointiin rikos- ja katastrofiuutistapauksissa (ks. esim. Backholm & Idås

2022; Backholm & Idås 2015). Vuoden 2024 aikana Idåsin tavoite on jättää tarkastettavaksi väitöskirjansa, joka käsittelee journalismia ja traumoja (Idås 2024).

Idås muistuttaa, että kyselyiden tekeminen on nykyään helppoa, mutta toimittajien lähestyminen henkilökohtaisesti on tärkeää, jotta vastausprosentit eivät jää pieniksi. Idåsin mielestä on myös journalistiliiton etu, että jäsenistöstä saadaan tutkittua dataa. (Idås 2024.)

3.1.2 Norjan journalistipaneeli

Norjassa on hiljattain kokeiltu journalisteista koostuvan internetpohjaisen tutkimuspaneelin kokoamista. Paneelin nimi on norjaksi Norsk journalistpanel (NJP) ja englanniksi The Norwegian Panel of Journalists. Paneelin tähtäin on palvella tutkimustavoitteita ja kerätä tietoa norjalaisista toimittajista ja heidän työstään. Paneelin ovat perustaneet ja sitä vetävät tutkijat Norjan johtavista tutkimusyliopistoista ja -instituuteista. Hanke on voittoa tavoittelematon. (NJP 2024.) Norjan journalistipaneelin pilottitutkimus toteutettiin vuosina 2020–2021, mutta sen jälkeen paneeli ei ole ollut aktiivinen (Storelv 27.6.2024).

Bergenin yliopiston apulaisprofessori Erik Knudsen kertoo sähköpostiviestissä (2.8.2024) alkaneensa työstää ajatusta toimittajapaneelista vuonna 2017. Innoittajana toimi Ruotsin journalistipaneeli. Tähän raporttiin tietoja paneelista antoivat sähköpostitse Knudsenin lisäksi NJP:tä hallinnoivan Digital Social Science Core Facility -hankkeen (DIGSSCORE) tutkimuskoordinaattorit Lisa Storelv ja Erla Løvseth. Hankkeen taustoja ja tiedonkeruumenetelmiä kuvataan myös NJP:n ensimmäisen aallon aineisto- ja menetelmäraportissa, jonka mukaan Norjan journalistipaneeli on toteutettu kuuden tutkimusyliopiston ja -instituutin yhteistyönä (Skjervheim ym. 2021).

Tutkimuskoordinaattori Sina Storelv kertoo, että NJP kuuluu Bergenin yliopiston DIGSSCORE-hankeeseen, joka on pyörittänyt Norjan kansalaispaneelia (The Norwegian Citizen Panel) vuodesta 2013. Vuonna 2020 DIGSSCORE aloitti projektin nimeltä KODEM (Coordinated Online Panels for Research on Democracy and Governance), joka koostuu useista paneeleista. Koordinoitujen kyselykierrosten tavoite on ollut helpottaa tutkimusta Norjan demokratian ydininstituutioista. (Storelv 27.6.2024.) NJP-pilotin rahoitus saatiin Bergenin yliopiston sisäisestä

infrastruktuuri-apurahasta, jolla rahoitettiin yksi tiedonkeruun ja rekrytoinnin aalto kaikkiaan neljässä KODEMin paneelissa. (Løvseth 12.7.2024.) Pilottiprojektilla haluttiin osoittaa tällaisen infrastruktuurin mahdolliset edut ennen KODEMin laajempaa tutkimusrahoitushakemusta. (Storelv 27.6.2024.)

Norjan journalistipaneeli perustettiin siis pilottirahalla. Toistaiseksi KODEMille ei ole myönnetty lisärahoitusta, joten myöskään journalistipaneelin toimintaa ei ole jatkettu. (Storelv 27.6.2024.) Tutkimuskoordinaattori Erla Løvsethin mukaan uutta KODEM-rahoitusta on kuitenkin haettu tänä vuonna. Myös journalistipaneeli sisältyy rahoitushakemukseen. Päätöstä lisärahoituksesta odotetaan syksyllä 2024. (Løvseth 12.7.2024.)

KODEMin paneeleja ylläpiti tiimi, johon kuului hallintotyöntekijöitä, tutkimusapulaisia, tieteellinen komitea ja tieteellinen johtoryhmä. Lisäksi hankkeella oli sopimus yhteiskuntatieteellisen analyysiyhdistyksen Ideas2evidencen kanssa, joka ohjelmoi pilottikyselyn ja vastasi sen teknisestä toteutuksesta ja alustavasta tiedonkeruusta. (Storelv 27.6.2024.)

KODEMin kyselyistä saadun tutkimusaineiston tallennuksesta vastaa Bergenin yliopisto, ja sen jakaa tutkijoille DIGSSCORE. Osa paneelien rahoituksesta tulee tutkijoilta, jotka haluavat esittää kysymyksiä paneelille. Tutkijat maksavat paneelin käytöstä sen perusteella, montako minuuttia kyselyyn vastaaminen keskimäärin kestää. (Storelv 27.6.2024.)

Vaikka Norjan journalistipaneelilla on toteutettu vain yksi pilottitutkimus, hankkeesta tehdyistä huomioista on todennäköisesti hyötyä, jos Suomeen aiotaan perustaa vastaava paneeli. NJP-projektin ensimmäisen aallon rekrytointi ja tiedonkeruu alkoi loppuvuodesta 2020 ja päättyi toukokuussa 2021. Tiedonkeruu jatkui suunniteltua pidemmän ajan pienten vastausprosenttien takia. (Storelv 27.6.2024; Skjervheim ym. 2021.)

Skjervheimin ja kumppanien (2021) raportin mukaan pilottitutkimuksen kohderyhmänä olivat norjalaisten mediainstituutioiden toimittajat, freelancetoimittajat ja päällikkötoimittajat. Pilotissa toimittajien rekrytointia ja tiedonkeruuta kokeiltiin sekä ”lumipallorekrytoinnilla” että yksilöllisemmin kohdennetulla rekrytointivaiheella. Rekrytoiminen osoittautui kauttaaltaan työlääksi. Mukaan saatiin lopulta 881 toimittajaa. (Skjervheim ym. 2021.)

”Lumipallorekrytointi” tuotti paljon odotettua vähemmän vastauksia. Se tehtiin ammattiliiton ja toimittajayhdistysten uutiskirjeiden avulla, ja sillä saatiin mukaan vain 42 toimittajaa. Tutkijoiden mielestä vastausten puute johtui pääasiassa rekrytointimenetelmästä, joka ei saavuttanut toimittajien keskuudessa riittävää suosiota ja jossa jakelu oli riippuvainen liitoista. (Skjervheim ym. 2021.) Uutiskirje osoittautui heikoksi rekrytointivälineeksi.

Toimivampi mutta työläämpi rekrytointitapa oli kerätä yksittäisten toimittajien henkilökohtaisia sähköpostiosoitteita hyödyntäen julkisesti saatavilla olevaa tietoa (Skjervheim ym. 2021).

Urakkaan tarvittiin kaksi tutkimusavustajaa (Knudsen 2.8.2024). Suurin osa toimittajien sähköpostiosoitteista poimittiin julkaistujen juttujen tekijätiedoista ja mediaorganisaatioiden ja -brändien verkkosivuilta. Rekrytointien ja kyselyvastausten määrä kasvoi merkittävästi henkilökohtaisten sähköpostien lähettämisen jälkeen. Kyselyyn vastasi 624 ihmistä. Paneeliin rekrytoitiin henkilökohtaisilla sähköpostikutsuilla kaikkiaan 828 toimittajaa ja päällikkötoimittajaa. (Skjervheim ym. 2021.)

Apulaisprofessori Knudsen on kerännyt vuosittain tietoja norjalaisilta toimittajilta ja päällikkötoimittajilta, sillä hän on ollut vuodesta 2018 asti vastuussa Medieundersøkelsen-kyselystä. Knudsen sanoo, että vaikka pilottitutkimuksen yksilöllisemmin kohdennettu tiedonkeruumenetelmä johti suurempaan otoskokoon kuin ”lumipallorekrytointi”, otos oli huomattavasti pienempi kuin Medieundersøkelsen-kyselytutkimuksessa yleensä saatavat otoskoot. (Knudsen 2.8.2024.)

Raportin mukaan pilottitutkimukseen liittyi useita muitakin ongelmia. Esimerkiksi perusjoukon tarkkaa kokoa oli vaikea määrittää, ja pilotin kokonaisvastausprosentin laskeminen osoittautui monimutkaiseksi kahden erilaisen rekrytointimenetelmän yhdistelmän takia. Tutkijat eivät voineet sanoa, montako prosenttia perusjoukosta lopulta osallistui pilottitutkimukseen. Tämän takia myöskään edustavuutta ei voi arvioida luotettavasti. (Skjervheim ym. 2021.)

Pilottitutkimuksen jälkeen paneelia ei varsinaisesti ole ylläpidetty. Pilotin merkittävin opetus on tutkimuskoordinaattori Løvsethin mukaan ollut se, että journalistien rekrytointiin tarvitaan työvoimaa, jotta tutkijat voivat ottaa yhteyttä suoraan tiedotusvälineisiin ja informoida niitä paneelista. (Løvseth 12.7.2024.) Tutkimuskoordinaattori Storelv nostaa esiin sen, että toimittajien

yhteystiedot eivät ole helposti saatavilla. Hän huomauttaa, että journalistipaneelin ylläpito ja rekrytointi vaativat paljon resursseja. Storelvin mukaan Norjan journalistipaneeli saatetaan elvyttää, jos KODEM-projekti saa lisää rahoitusta. (Storelv 27.6.2024.)

Apulaisprofessori Knudsenin mielestä paneelin suurimmat ongelmat liittyvät sen perustamiseen. NJP:ssä käytettiin samaa aineistonkeruustrategiaa kuin Medieundersøkelsen-kyselyssä ja Norjan Worlds of Journalism Study -tutkimuksissa. Niissä edustava otos järjestäytyneistä toimittajista ja päällikkötoimittajista on pyritty saamaan lähettämällä kyselykutsuja Norjan journalistiliiton ja päällikkötoimittajien yhdistyksen sähköpostilistoilla. Menetelmä on osoittautunut menestyksekkääksi Medieundersøkelsen-kyselyssä, jossa vastausprosentti on ollut vuosittain 10–15. Tämä vastaa noin 1 100:aa osallistujaa. (Knudsen 2.8.2024.)

NJP:ssä menetelmä ei kuitenkaan toiminut. Knudsenin arvion mukaan tähän on luultavasti useita syitä, mutta hän uskoo, että avainasemassa oli muiden samanaikaisten kyselyjen runsaus (Knudsen 2.8.2024).

Journalistipaneelin perustamista harkitseville Storelv suosittelee hyvää suunnitelmaa paneeliin rekrytoitavien vastaajien tavoittamiseen ja heidän yhteystietojensa etsimiseen. Yhdeksi mahdolliseksi haasteeksi Storelv mainitsee sen, että toimittajat haluavat pysyä tai näyttää puolueettomilta, minkä vuoksi he saattavat epäröidä vastaamista kyselyihin, joissa kysytään henkilökohtaisia mielipiteitä. Siksi on suositeltavaa, että paneelin tarkoitus selitetään vastaajille perusteellisesti. Myös tietosuojaa kannattaa korostaa. Olisi niin ikään tärkeää, että rekrytointikutsun lähettävä taho näyttäytyy kokeneena ja että kyselyn lähettäjän nimi mainitaan selkeästi esimerkiksi sähköpostin aiherivillä. Lisäksi kysely ja kutsut kannattaa pilotoida hyvin. (Storelv 27.6.2024.)

Apulaisprofessori Knudsenin mukaan journalistipaneeli voi ennen muuta pienentää toimittajien kyselytaakkaa, koska ihannetapauksissa sen avulla voidaan koordinoida useiden tutkimusryhmien kyselytutkimuksia. Paneelin olisikin hyvä olla avoin kaikille kiinnostuneille tutkijoille, ja toimittajille kyselyitä lähettävistä tahoista kannattaa ylipäättään ottaa selvää jo ennen paneelin perustamista. Anonymiteettiä, rahoitusta, työvoimaa ja toimittajien rekrytointia koskevia kysymyksiä on syytä

selvittää etukäteen, ja selkeä otantasuunnitelma ja sen varasuunnitelma ovat niin ikään tärkeitä. (Knudsen 2.8.2024.)

3.2 Ruotsi

3.2.1 Ruotsin journalistipaneeli

Ruotsissa osa toimittajille suunnatuista kyselytutkimuksista toteutetaan Journalistpanelenin eli ruotsalaisista toimittajista kootun verkkopaneelin avulla. Paneelin tarkoitus on mahdollistaa korkeatasoinen akateeminen tutkimus journalismista, mediasta ja yhteiskunnallisesta kehityksestä (Martinsson & Andersson 2019). Ruotsin journalistipaneelia ylläpitää SOM-instituutti yhteistyössä Göteborgin yliopiston journalismin, median ja viestinnän laitoksen (JGM) kanssa (Journalistpanelen 2024a).

Vuodesta 2017 alkaen Ruotsin journalistipaneelin vastuututkijana on työskennellyt Ulrika Andersson. Hän kertoi haastattelussa kesällä 2024, että paneelin kokoamisen taustalla on noin viiden vuoden välein toteutettava The Swedish Journalist Survey -kyselytutkimus (SJS), jonka tekemisen Göteborgin yliopiston journalismin, median ja viestinnän laitos aloitti vuonna 1989. Andersson on ollut ruotsalaisen toimittajatutkimuksen eli SJS:n päätutkija kolmesti. Paneelin perustaminen tuli ajankohtaiseksi, koska aineiston keräämistä SJS:ää varten haluttiin helpottaa. Lisäksi Göteborgin yliopisto pyöritti jo entuudestaan muita paneeleita, joita journalistipaneelin ajateltiin täydentävän. (Andersson 2024.)

Ruotsin journalistipaneelin ensimmäinen kyselytutkimus toteutettiin vuonna 2012, ja sen jälkeen on tehty nollasta kolmeen kyselyä vuosittain. Alkuvuosina journalistipaneelin osallistujat kutsuttiin vastaamaan kahteen, joinain vuosina jopa kolmeen kyselyyn vuodessa. Sittemmin kyselyvastausten saaminen on muuttunut Anderssonin mukaan aiempaa vaikeammaksi ja tutkimusten toteutustahti on hidastunut. Esimerkiksi vuonna 2022 paneelille ei lähetetty yhtään kyselyä, ja vuonna 2023 niitä tehtiin vain yksi. Kaikkiaan kyselyitä on tähän mennessä toteutettu 16. (Andersson 2024.)

Ruotsin journalistipaneeli on koottu alun perin Ruotsin journalistiliiton avustuksella. Perustamisvaiheessa liittymiskutsu paneeliin lähetettiin kaikille liiton jäsenille, joita oli tuolloin

Anderssonin mukaan noin 14 000–15 000. Paneeliin halutaan mukaan aktiivisesti journalistista työtä tekeviä toimittajia. Ensivaiheessa paneeliin saatiin rekrytoitua 4 000 jäsentä noin parissa kuukaudessa. Kun Andersson aloitti vastaavana tutkijana vuonna 2017, hän kävi läpi paneelin osallistujat ja tarkisti, ketkä heistä eivät olleet pitkään aikaan vastanneet kyselyihin. Näille jäsenille Andersson lähetti viestin ja kysyi, haluavatko nämä yhä olla paneelin jäseniä. Operaation jälkeen paneelin jäsenmäärä laski puoleen alkuperäisestä eli noin 2 000 journalistiin. (Andersson 2024.)

Alkuvaiheen rekrytoinnin jälkeen Ruotsin journalistiliiton jäsenille on lähetetty uusia liittymiskutsuja paneeliin säännöllisesti noin parin vuoden välein, Andersson kertoo. Viime vuosina toimittajien yhteystietoja on myös yritetty kerätä käsin, mutta niiden etsiminen mediaorganisaatioiden verkkosivuilta on ollut Anderssonin mukaan todella aikaa vievää. Manuaaliseen malliin on siirrytty, jotta tavoitettaisiin paremmin muun muassa nuoria toimittajia ja podcastien tapaisten uusien mediamuotojen tekijöitä. Moni heistä ei kuulu liittoon. Lisäksi nuoria vastaajia yritetään rekrytoida ottamalla yhteyttä vastavalmistuneisiin toimittajaopiskelijoihin. Myös journalistipaneelin kotisivuilla on rekisteröitymislomake, mutta Andersson ei usko, että sitä kovin moni omin päin etsii ja täyttää. (Andersson 2024.)

Journalistipaneelin etuna Andersson näkee sen, että paneelin nykyiset noin 2 000 jäsentä ovat aktiivisia vastaajia. Kyselyiden vastausprosentti on ollut keskimäärin 60–65. Huonoimmillaan vastausprosentti on jäänyt noin 45:een, ja parhaimmillaan se on ollut noin 70. Andersson pitää lukuja keskimäärin hyvinä mutta huomauttaa, että vastausaktiivisuus on vähentynyt aiempaan verrattuna. (Andersson 2024.)

Journalistipaneelin avulla on tehty monenlaisia kyselyitä. Esimerkiksi toimittajiin kohdistuvaa uhkaa ja vihaa tutkittiin keväällä 2013, jolloin kyselyyn vastasi 1 372 toimittajaa eri puolilta maata. Vastausprosentti oli 71. (Löfgren Nilsson 2015.) World of Journalism Study -tutkimuksen toisessa aallossa Ruotsin aineisto kerättiin journalistipaneelilla. Edustavan otoksen koko oli 675 journalistia ja vastausprosentti 36. (Löfgren Nilsson 2016.) Tammi–maaliskuussa 2020 toteutettu journalistipaneelin 12. kysely sisälsi kysymyksiä median etiikasta, syrjinnästä ja journalismin sponsoroinnista. Kyselyyn vastasi 911 toimittajaa eri puolilta maata. (Andersson 2020.) Kaikki Ruotsin journalistipaneelilla toteutetut tutkimukset on koottu paneelin kotisivuille (Journalistpanelen 2024b).

Paneelistista löytyy myös heikkouksia. Yksi iso puute liittyy edustavuuteen eli siihen, miten hyvin paneelin jäsenet edustavat kaikkia ruotsalaisia toimittajia. Anderssonin mukaan varsinkin nuoret alle 30-vuotiaat journalistit ovat paneelissa aliedustettuina, koska heitä ei tavoiteta liiton avulla. Yli 50-vuotiaat ja sitä vanhemmat toimittajat sen sijaan vastaavat paneelin kyselyihin aktiivisemmin kuin muut. Andersson sanoo, että eläkkeellä olevat toimittajat ovat halukkaimpia ja nopeimpia vastaamaan, mutta juuri heiltä tutkijat eivät ensisijaisesti toivo vastauksia. Otoksia on myös vaikea korjata painokertoimilla, kun panelisteja on verrattain vähän. (Andersson 2024.)

Andersson kaipaisi paneeliin ylipäätään uutta verta, mutta journalistien rekrytointi on osoittautunut työlääksi. Hänen mukaansa yksi ongelma on myös se, että Ruotsin journalistiliiton jäsenenä on jonkin verran ihmisiä, jotka eivät enää työskentele alalla, mutta ovat silti pysyneet liiton jäseninä. Anderssonin mukaan nykytilanteessa on ylipäätään vaikea hahmottaa sitä, millainen journalistien perusjoukko Ruotsissa tällä hetkellä on. (Andersson 2024.)

SOM-instituutissa ylläpidetään kaikkiaan kolmea paneelia. Niistä noin 2 000 jäsenen journalistipaneeli on Anderssonin mukaan osallistujamäärältään pienin. Poliitikkopaneeliin kuuluu noin 3 000–4 000 jäsentä ja kansalaispaneeliin noin 75 000 jäsentä. Muut paneelit ovat veloittaneet tutkijoilta maksua paneelin käytöstä muutaman vuoden ajan. Yhteistyön hinta vaihtelee kysymysten laajuuden eli käytännössä kyselyn pituuden mukaan. Kerätyillä maksuilla katetaan osa vastuututkijoiden ja tutkimusassistenttien palkoista. (Andersson 2024.)

Journalistipaneeli on yrittänyt periä tutkijoilta muutaman kerran nimellistä, noin 1 500 euron maksua. Anderssonin mukaan paneelin käytöstä ei ole haluttu maksaa ja nykyisellään maksun perimisessä on kyse myös eettisestä kysymyksestä. Anderssonin mielestä paneelin tarjoamat aineistot eivät ole nyt riittävän korkeatasoisia muun muassa sen takia, että paneelin jäsenenä on liian vähän nuoria toimittajia. Yliopiston standardit ovat korkeat, ja vinouman takia ei ole oikein pyytää maksua, jos paneeli ei voi tarjota parempaa otosta, Andersson sanoo. Hän huomauttaa, että kaupallisille yrityksille ei ole ongelma laskuttaa tutkijoita samanlaisesta näytteestä kuin Ruotsin journalistipaneelistä saisi. Toiveena on, että uusien jäsenten rekrytointi onnistuisi ja paneelin edustavuus paranisi, jolloin paneelin käytöstä voisi tulevaisuudessa periä isompia maksuja. (Andersson 2024.)

Kaiken kaikkiaan Ruotsin journalistipaneelin rahoitus on osoittautunut hankalaksi. Rahoittajat eivät ole myöntäneet rahaa paneelin ylläpitoon, koska pääpaino on yksittäisten tutkimusten rahoittamisessa. Nyt Anderssonin työajasta noin kymmenen prosenttia keskittyy paneeliin. Alkuvuosina journalistipaneelilla oli myös tutkimusassistentti, mutta ei enää Anderssonin vetovastuun aikana. (Andersson 2024.)

Anderssonin mukaan Ruotsin journalistipaneelin vastattavaksi ei tarjota kovin paljon kyselytutkimuksia. Tutkijat voivat ottaa yhteyttä paneeliin milloin vain, mutta panelisteille luvataan, että kyselyjä tulee vastattavaksi korkeintaan kaksi vuodessa. Vastuututkijana Andersson päättää, mitkä kyselyt toteutetaan. Tarvittaessa hän voi konsultoida muiden paneelien vastuututkijoita. Andersson ei muista, että hänen aikanaan yhdestäkään kyselyehdotuksesta olisi kieltäydytty kokonaan. Hän auttaa tutkijoita kyselyn kysymysten muotoilussa. Paneelissa kysytään ensisijaisesti journalistien työoloihin, mediaympäristöön ja eettisiin asioihin liittyviä relevantteja kysymyksiä. Vuonna 2024 paneelille valmistellaan kyselytutkimusta tekoälystä. (Andersson 2024.)

Paneeliin liittyviltä kysytään paljon taustakysymyksiä, kuten sukupuoli, ikä tai ikäryhmä. On myös tärkeää tietää, missä organisaatiossa ja välineessä toimittaja työskentelee. Anderssonin mukaan tietoja halutaan niin paljon kuin mahdollista, mutta kuitenkin niin, että yksittäistä vastaajaa ei voi tunnistaa. Freelancereilta esimerkiksi kysytään, miten heistä on tullut yrittäjiä, ja kaikilta, millaisten aiheiden parissa he työskentelevät, miten pitkään he ovat olleet alalla ja niin edelleen. (Andersson 2024.)

Tietojen keräämisessä on tähän asti käytetty Qualtricsia, mutta Andersson kertoi kesällä 2024, että ohjelmisto on vaihtumassa lähitulevaisuudessa. Kun kysely on valmis, paneeliin kuuluvat toimittajat kutsutaan vastaamaan verkkokyselyyn. Kyselyiden pituus vaihtelee, mutta keskimäärin puhutaan 8–15 minuutista. (Andersson 2024.)

Martinsson & Andersson (2019) kirjoittavat Göteborgin yliopiston journalistipaneelin osallistumisehtoja ja tietosuojakäytäntöjä käsittelevässä dokumentissa, että tutkimustulokset esitetään aina tiivistelmänä ryhmätasolla niin, ettei koskaan käy ilmi, mitä yksittäinen henkilö on vastannut. Osallistujille lähetetään raportti jokaisen kyselyn tuloksista. Myös sitä korostetaan, että osallistuminen on vapaaehtoista ja että paneelin jäsenyyden saa peruuttaa milloin tahansa.

Jokaisen uuden kyselyn alkuun on sijoitettu linkki, jota klikkaamalla jäsenyyden voi lopettaa. Eroaminen onnistuu myös lähettämällä sähköpostia paneelin sähköpostiosoitteeseen. Paneelin jäsenet saavat myös vähintään kerran vuodessa mahdollisuuden päivittää taustatietonsa. (Martinsson & Andersson 2019.)

Lyhyesti voi todeta, että koko EU-aluetta koskevan GDPR-menettelyn takia paneelin hallinnoinnissa ja henkilötietojen käsittelyssä pitää ottaa tarkasti huomioon monia asioita. Sellaisia ovat muun muassa vastausaineiston pseudonymisaatio, aineiston siirtämiseen ja eri maissa voimassa olevaan lainsäädäntöön liittyvät rajoitteet sekä käyttöoikeuden luotettava rajoittaminen (Martinsson & Andersson 2019).

Ruotsin journalistipaneelin toiminnasta on nyt noin 12 vuoden kokemus. Paneelin merkittävimiksi haasteiksi Andersson arvioi uusien jäsenten, erityisesti nuorten toimittajien, rekrytoinnin ja rahoituksen. Kyselyiden ohjelmointi ja lähetys toimittajille toimii hyvin, ja panelistit ovat yhä melko innokkaita vastaamaan kysymyksiin. Andersson kehuu myös sitä, että kyselyissä voi käyttää avoimia kysymyksiä, koska toimittajat kirjoittavat yleensä mielellään paljon.

Pyynnöstä Andersson antaa myös pari neuvoa journalistipaneelin kokoamista harkitseville. Hän sanoo, että paneelin vaikein työ on toimittajien rekrytointi. Anderssonin kokemuksen mukaan toimittajia – tai ainakin joitain toimittajaryhmiä – on vaikeampi tavoittaa kuin esimerkiksi poliitikkoja, joiden yhteystiedot ovat helpommin julkisesti saatavilla. Hän kiteyttää, että toimittajien kanssa tarvitaan paljon kärsivällisyyttä. Myös jo rekrytoitujen paneelin jäsenten kanssa maltti on valttia. Anderssonin mukaan jotkut toimittajat saattavat joskus olla vastaamatta kyselyihin pitkiäkin aikoja mutta aktivoituvat myöhemmin, eli liian herkästi jäseniä ei kannata lähteä paneelista poistamaan. (Andersson 2024.)

3.2.2 Ruotsin journalistiliitto

Ruotsin journalistiliitto (ruotsiksi Journalistförbundet ja englanniksi The Swedish Union of Journalists) on perustettu vuonna 1901. Liitossa työskentelee noin 25 kokoaikaista työntekijää, ja siihen kuuluu nyt arviolta noin 13 700 jäsentä, joista journalistista työtä tekee noin 10 000. Lisäksi

liittoon kuuluu opiskelijoita ja eläkeläisiä. Liitossa ei tiedetä, paljonko Ruotsissa kaikkiaan on toimittajia, mutta arvion mukaan järjestäytymisaste on yli 80 prosenttia. (SFJ 2024; Carlén 2024.)

Ruotsin journalistiliitto on osallistunut viime vuosina useisiin kyselytutkimushankkeisiin. Tavallisesti liiton viestintäjohtaja on mukana tutkimushankkeita koskevassa päätöksenteossa ja osaisi kertoa prosessista parhaiten, mutta haastattelun aikaan keväällä 2024 liitto oli juuri vaihtanut viestintäjohtajaa, eikä talossa ollut ketään asiantuntijaa, joka tuntisi aiheen hyvin. Sen takia Ruotsin liiton käytäntöjä avasi haastattelussa oikeudellinen neuvonantaja Tove Carlén, joka on osallistunut joidenkin kyselytutkimusten tekemiseen. (Carlén 2024.)

Ruotsin journalistiliitto tekee jäsenistölleen kahdesta kolmeen kyselytutkimusta vuosittain. Liitto toteuttaa ne joko itse Questback-kyselytyökalulla tai tärkeimmän yhteistyökumppaninsa tutkimusyhtiö Verianin kanssa. Lisäksi liitto osallistuu vuosittain yhteen tai kahteen kyselytutkimukseen, joka toteutetaan yhteistyössä ulkopuolisen tahon, esimerkiksi yliopistotutkijoiden, kanssa. Carlénin mukaan Ruotsin journalistiliitolle tulee kyselytutkimusehdotuksia tutkijoilta ympäri maailmaa. Liitto kieltäytyy valtaosasta yhteistyöehdotuksista, koska se haluaa kyselyiden vastausprosenttien pysyvän riittävän suurina. Tutkimushankkeisiin osallistuminen vie Carlénin mukaan myös paljon aikaa ja resursseja, jotka liitto voi käyttää muihin tarkoituksiin eli jäsenten auttamiseen. (Carlén 2024.)

Muutamien kriteerien pitää täytyä, jotta liitto lähtee kyselytutkimukseen mukaan. Erityisesti vaikuttavat tutkimuksen aihe ja se, onko vastaavanlainen kysely tehty lyhyen ajan sisään aiemmin. Tosin jos näkökulma on tuore, liitto voi innostua. Opinnäytetöiden tekijöille liitto sanoo useimmiten ei. Aiheen kiinnostavuutta on Carlénin mukaan aiemmin arvioinut parhaiten liiton viestintäjohtaja, sillä hänellä on ollut kokonaiskuva siitä, millaisia tutkimuksia on jo toteutettu. Tarvittaessa mielipidettä on kysytty siltä liiton työntekijältä, jonka vastuualueelle ehdotetun tutkimuksen teema lukeutuu. Ruotsin liitolla ei ole johto- tai muuta ryhmää, joka päättäisi tutkimukseen osallistumisesta. Tämän raportin kirjoitushetkellä on auki, miten kyselytutkimusten toteutus liitossa järjestetään tulevaisuudessa, koska liiton organisaatiota on hiljattain muokattu. (Carlén 2024.)

Carlénin mukaan tutkijat näkevät usein vain oman kyselynsä ja sen merkittävyyden, mutta liitto saattaa saada useita tiedusteluja samoihin aikoihin. Silloin on erittäin vaikea valita, mihin tutkimukseen liitto katsoo aiheelliseksi lähteä mukaan. Jos liitto näyttää kyselytutkimukselle vihreää valoa, se lähettää tutkimuskutsun ja linkin kyselyyn yleensä joko jäsentensä henkilökohtaisiin sähköpostiosoitteisiin tai osana kaikille lähtevää uutiskirjettä. Carlén ei avaa käytäntöä tarkemmin vaan sanoo, että liitolla on erilaisia järjestelyitä tutkijoiden kanssa tehtävissä tutkimusprojekteissa. Kuitenkin jos yhteistyöhön lähdetään, sen pitää hyödyttää liiton jäseniä, koska tutkimukseen osallistuminen edellyttää liitolta työtä ja muun muassa sopimuksen allekirjoittamisen GDPR-syistä. GDPR-sopimus koskee vain yhtä tutkimusprojektia kerrallaan. (Carlén 2024.)

Carlénin tiedossa ei ole, miten edustavuus on toteutunut tai millaisia vastausprosentit ovat olleet niissä kyselytutkimuksissa, joiden toteuttamiseen Ruotsin journalistiliitto on osallistunut. Ainakin yhdessä yliopistotutkijoiden kyselyssä vastausprosentti on ollut noin 30, ja siihen liitto on ollut tyytyväinen. (Carlén 2024.)

4. Worlds of Journalism Study -projektin oppeja

Kansainvälisessä Worlds of Journalism Study (WJS) -projektissa selvitetään säännöllisesti journalismin tilaa eri puolilla maailmaa. Ensimmäinen kysely tehtiin vuosina 2007–2011, jolloin mukana oli 21 maata ja 2 100 journalistia. (WJS 2024.) Suomi liittyi projektiin vuonna 2013 sen toisessa aallossa, johon osallistui vuosina 2012–2016 kaikkiaan 67 maata ja yli 27 500 journalistia (Väliverronen ym. 2023).

WJS-tutkimusprojektin kolmas aalto alkoi vuonna 2021, jolloin mukana oli yli 120 maata eri puolilta maailmaa. Tutkimuksessa keskitytään muun muassa toimittajien turvallisuuteen, toimitukselliseen vapauteen, uutistuotantoon kohdistuvaan vaikuttamiseen, teknologian vaikutuksiin ja journalistisen työn muuttumiseen aiempaa prekaarimmaksi. (WJS 2024.) Vuonna 2023 julkaistussa suomalaistutkijoiden raportissa perehdytään suomalaisten journalistisen työn tekijöiden ammattiarvoihin, -etiikkaan, työoloihin ja käsityksiin journalismista (Väliverronen ym. 2023). Tätä raporttia kirjoittaessa kolmatta aaltoa koskeva arvio on, että joidenkin maiden keräämien aineistojen puhdistus jatkuu ainakin vuoden 2024 loppuun (Lauerer 2024).

WJS on laaja kansainvälisesti toteutettava ja toistettava journalismin tutkimushanke. Se vaatii laadukkait aineistot, eli metodologiset laatukriteerit ovat tiukat. Tätä raporttia varten selvitettiin, millaisia ongelmia ja onnistumisia WJS-projektissa on kolmannen aallon aikana havaittu. Seuraavaksi luodaan tiivis katsaus projektin kokonaiskuvaan ja tarkastellaan lähemmin Tanskan tapausta.

4.1 WJS:n aineistonkeruun ongelmia ja onnistumisia

Tutkimusryhmät sekä Suomessa että muualla ovat kipuilleet aineistonkeruussa WJS-tutkimusprojektin kolmannessa aallossa. Kokonaistilanteesta kertoi haastattelussa keväällä 2024 WJS:n kansainvälinen datapäällikkö Corinna Lauerer, joka työskentelee Münchenissä sijaitsevassa WJS Centerissä. Lauerer vastasi jo WJS:n toisessa aallossa kunkin osallistujamaan datan eli aineiston puhdistamisesta. Kolmannessa aallossa Lauerer on tehnyt aineiston tarkistamisen lisäksi metodologista konsultointia ennen kuin saa aineistoja tutkijoilta. Tutkijat ovat siis voineet kysyä häneltä neuvoja jo aineistonkeruun aikana. Lauerer työskentelee akateemisena neuvonantajana ja

postdoc-tutkijana Ludwig-Maximilians-Universität München -yliopistossa ja norjalaisen Stavangerin yliopiston apulaisprofessorina. (Lauerer 2024.)

Lauerer puhuu tasapainoilusta WJS:n kaltaisissa kansainvälisissä yhteistyöhankkeissa: Yhtäältä menetelmästandardit täytyy pitää korkealla, toisaalta vaaditaan inklusiivisuutta. Lauererin mukaan yhteistyötä tekevien journalismin tutkijoiden kasvava määrä paitsi lisää metodologista monimutkaisuutta myös nostaa esiin inklusiivisuuteen liittyviä eettisiä haasteita. Artikkelissaan Lauerer esittää, että avoimen tieteen periaatteet ja käytännöt auttavat tasapainottamaan tehokkuutta ja inklusiivisuutta laajamittaisissa yhteistyöhankkeissa. WJS:ssä metodologisen tarkkuuden haasteisiin pyritään vastaamaan harkinnalla, standardoiduilla tutkimusmateriaaleilla, metodologisella konsultoinnilla ja tietojen keskitetyllä tarkistamisella. (Lauerer 2022.)

Lauerer muistuttaa, että WJS:n metodologiset standardit ovat korkeat. Eri maiden aineistojen pitää olla vertailukelpoisia ja kaikkia tutkimusryhmiä kohdella tasaveroisesti samalla, kun yritetään sopeutua yksittäisiin, eri maissa esiintyviin ongelmiin. Kyse ei ole vain vastausten määrästä, vaan myös tietyn metodologisen viitekehyksen noudattamisesta. Tiedonkeruun valmistelua ja toteutusta kuvataan yksityiskohtaisesti kenttäkäsikirjassa. Se määrittelee esimerkiksi, millaiset toimittajat hyväksytään päävastaajajoukkoon. Niin ikään otantastrategian merkitystä korostetaan. Otantamenetelmänä tulisi käyttää yksinkertaista tai systemaattista satunnaisotantaa. Jotta näin voidaan toimia, journalistien perusjoukko täytyy tuntea niin hyvin, että vastaajat voidaan arpoa. (Lauerer 2024.)

Lauerer kertoo, että kokonaisia tietokantoja toimittajista on olemassa vain harvoissa maissa. Sellaisen on voinut koota sikäläinen journalistiliitto tai pienissä maissa journalismin tutkijat itse. Jos valmista tietokantaa ei ole, tutkimusryhmän pitää varata aikaa perusjoukon selvittämiseen. Lauerer arvioi, että selvitystyöhön kuluu 6–12 kuukautta ennen kuin satunnaisotanta voidaan tehdä. Selvitystyö on siis paitsi aikaa vievää myös kallista, koska se vaatii työvoimaa. Tutkijoita kannustetaan joka tapauksessa tekemään mahdollisimman paljon satunnaisotoksia mukavuusotoksen (*convenience sample*) sijaan. Mukavuusotanta perustuu mielivaltaiseen valintaan, esimerkiksi ”lumipallo-otannassa” siihen, kenet sattuu tuntemaan ja kehen voi ottaa yhteyttä. (Lauerer 2024.)

Lauererin mukaan WJS-keskus päätti tarjota enemmän kontrolloitua joustavuutta satunnaisotantaan, koska sekä toisessa että kolmannessa aallossa monet maat kamppailivat saavuttaakseen vähimmäisotoskoon, joka tarvitaan, jotta projektiin voi osallistua puhtaalla satunnaisotannalla. Määrällisistä kriteereistä on kuitenkin pidetty tiukasti kiinni. WJS:n vähimmäisotos lasketaan toimittajien kokonaismäärästä. Projektin sääntöjen mukaisesti otoksen on oltava niin suuri suhteessa perusjoukkoon, että virhemarginaaliksi muodostuu enintään viisi prosenttia silloin, kun luottamustaso on 95 prosenttia. Erityisesti pienet maat ovat olleet ongelmassa määrällisten kriteerien kanssa. Tämä johtuu siitä, että pienissä maissa toimittajia on vähemmän ja vastauksia pitää saada kokoon suhteellisesti enemmän. On eri asia kerätä 400 vastausta 40 000 toimittajalta kuin 300 vastausta 800 toimittajalta, Lauerer havainnollistaa. (Lauerer 2024.)

Kaiken kaikkiaan WJS-projektissa on ollut enemmän maita, jotka joutuivat tekemään paljon työtä tiedonkeruun eteen kuin maita, jotka keräsivät kaikki tiedot helposti. Lauererin mukaan useimmat maat kuitenkin löysivät ratkaisut erilaisiin ongelmiinsa. Haastatteluhetkellä toukokuun 2024 lopussa näytti Lauererin mukaan siltä, että 25–30 prosenttia maista jättäytyy kokonaan pois WJS:n kolmannesta aallosta. Kaikkien kohdalla syytä tähän ei tiedetä, koska projektin johto ei ole enää saanut tutkijoihin yhteyttä. Lauerer arvelee, että osa näistä on aliarvioinut tutkimustyön vaatiman vaivannäön määrän. Jotkut maat hylätään otoskoon pienuuden vuoksi. Poisjäänneistä huolimatta mukaan saataneen yhteensä 70–80 maata eli hieman enemmän kuin tutkimuksen toisessa aallossa. Lauerer korostaa pitävänsä menestyksenä sitä, miten monet tutkijat ovat sitoutuneet tutkimusprojektiin ja ponnistelleet löytääkseen ratkaisuja aineistonkeruun ongelmiin. (Lauerer 2024.)

Aineistonkeruussa ilmenneet pulmat ovat moninaisia. On esimerkiksi maita, joissa toimittajat eivät luota tutkijoihin, mikä vaikeuttaa yhteistyötä tai saattaa estää sen kokonaan. Osa toimittajista voi pelätä turvallisuutensa puolesta, mutta journalismin ja tutkijoiden suhde saattaa olla myös muutoin jännitteinen. Tällainen tilanne on Lauererin mukaan esimerkiksi Sveitsissä joillakin median aloilla: toimittajat kokevat tutkijoiden vain arvostelevan heitä. Tällaista pulmaa ei ratkaista hetkessä, koska luottamuksen rakentaminen vaatii vuosien työn. Lauerer mainitsee, että joskus päätutkijat (*principal investigator*) ovat joutuneet itse selvittämään jopa sen, millaisia tiedotusvälineitä maassa ylipäätään toimii. Näin on ollut ainakin Paraguayssa. (Lauerer 2024.)

Niin ikään erilaisia käytännön kysymyksiä on jouduttu ratkomaan. Esimerkiksi perusjoukon määrittely on tuottanut hankaluuksia eri maissa. Toimittajien yhteystietoja voi olla vaikea löytää ja koota, ja kaikki ammattiliitot eivät anna jäsenrekisteriä tai toimittajien henkilökohtaisia sähköpostiosoitteita tutkijoiden käyttöön. Metodologisesti tärkeää on Lauererin mukaan se, sisältääkö yhteystietoluettelo kaikkien toimittajien tiedot, ja se, paljonko tutkijat voivat itse hallita sitä, keihin otetaan yhteyttä ja ketkä osallistuvat kyselyyn. Lauererin mielestä esimerkiksi Suomen aineistosta tuli laadukkaampi, kun toimittajien yhteystiedot kerättiin käsin sen sijaan, että kaikki vastaajat olisi saatu Journalistiliiton lähettämän uutiskirjeen perusteella. Silloin kyse olisi ollut mukavuusotoksesta. Joissain maissa aineistonkeruun ongelmia ovat tuottaneet myös muun muassa rahapula ja tietosuojan puutteet. (Lauerer 2024.)

Kyselyväsymys on näkynyt myös WJS:n kolmannessa aallossa. Lauererilla on tilanteeseen kaksi ratkaisuehdotusta. Hän arvioi, että kyselyväsymyksen takia tiedekentälle tarvitaan nykyistä enemmän tutkimusten koordinoitua ja tutkijoiden yhteistyötä, jotta toimittajia ei häirittäisi liikaa. Tutkijoille kannattaisi mieluummin lähettää vuoden aikana yksi kysely, johon on sisällytetty kolmen tutkijan kysymyksiä, kuin kolme erillistä kyselyä. Lisäksi Lauerer uskoo, että toimittajakyselyihin perustuvien opinnäytetöiden määrä pahentaa ongelmaa. Hänen mielestään toimittajien voi olla vaikea arvioida, mihin tutkimuksiin heidän olisi järkevää osallistua. (Lauerer 2024.)

Jotkut maat ovat joutuneet kamppailemaan aineistonkeruun kanssa muita vähemmän. Lauerer mainitsee erikseen Britannian, Tšekin ja Saksan ja korostaa, että onnistunut tiedonkeruu ei perustu ainoastaan hyvään vastausprosenttiin. Hän havainnollistaa asiaa esimerkillä: Britanniassa tutkijoilla on pääsy tietokantaan tai paneeliin, johon kuuluu jopa 75 prosenttia toimittajista. Tutkimusryhmä keräsi noin kolmessa kuukaudessa yli tuhat vastausta. Britanniassa voi siis kerätä kattavan otoksen nopeasti, mutta kyselyn vastausprosentti on vain 7 prosenttia. Esimerkiksi useissa Itä-Euroopan maissa vastausprosentti voi olla jopa 30–50, mutta tämän saavuttamiseksi pitää tehdä töitä hyvin pitkään. (Lauerer 2024.)

Toinen esimerkki on Saksa, jonka vastausprosentti on vain 16 prosenttia, mutta kyseessä on erittäin vahva otos, johon kuuluu yli 1 000 vastaajaa täysin satunnaisesti valittuna. Saksan tutkimusryhmä havaitsi, että Saksassa vastauksia saadaan toimittajilta huomattavasti paremmin

puhelinhaastatteluilla kuin verkkolomakkeilla. Lauerer myös kertoo, että Saksassa tehtiin pr-työtä ennen tutkimuksen toteuttamista. Siitä kerrottiin etukäteen muun muassa sosiaalisessa mediassa ja journalistiliiton uutiskirjeessä. Saksassa tutkijat ylipäättään panostavat tiedeviestintään, jotta tutkimustieto leviäisi akateemisen maailman ulkopuolelle. (Lauerer 2024.)

Tšekissä tutkimusryhmä aloitti taustatyöt jo hyvissä ajoin ennen varsinaisen WJS-tutkimuksen toteuttamista. He tekivät laajan median sisällönanalyysin ja keräsivät kattavan luettelon maan tiedotusvälineistä. Lisäksi he etsivät julkaistujen juttujen tekijätiedoista toimittajien nimet ja yhteystiedot. Valmistelutöissä oli mukana alan opiskelijoita. (Lauerer 2024.)

Kun kaikkien WJS:n kolmannen aallon maiden aineistot on saatu puhdistettua, olisi Lauererin mielestä kiinnostavaa tehdä tutkijoille kysely, jossa nämä raportoisivat kohtaamansa merkittävät ongelmat ja niihin löytämänsä ratkaisut. (Lauerer 2024.)

4.2 WJS – tapausesimerkinä Tanska

Merkillepantavaa on, että aiemmat onnistumiset eivät takaa menestystä jatkossa. WJS:n kansainvälinen datapäällikkö Corinna Lauerer nostaa esille Tanskan, jonka tutkijat saivat WJS:n toisessa aallossa kokoon yli tuhat vastausta vain parissa viikossa. Kolmannessa aallossa aineistoa yritti koota kaksi eri tutkimusryhmää, joista kumpikaan ei onnistunut keräämään vaadittua määrää vastauksia. Iso ero oli Lauererin tietojen mukaan siinä, että tällä kertaa tutkijat eivät voineet ottaa yhteyttä toimittajiin suoraan uusien tietosuojarajoitusten vuoksi. Lopulta projektin johto Saksassa keksi, että kahden tutkimusryhmän aineistot voitaisiin yrittää yhdistää puhdistamalla aineisto eli muun muassa poistamalla mahdolliset päällekkäiset vastaukset. Tätä raporttia kirjoittaessa on vielä epävarmaa, onnistuiko vastausten yhdistäminen yhdeksi riittävän laadukkaaksi aineistoksi. (Lauerer 2024; Johansen 2024.)

Ensimmäinen, Etelä-Tanskan yliopiston tutkijoista koostunut tutkimusryhmä jättäytyi pois projektista sen jälkeen, kun se ei yrityksistä huolimatta onnistunut keräämään riittävän suurta otosta. Vastauksia saatiin vain noin 230. Näin kävi siitä huolimatta, että tutkimusryhmä oli sama kuin edellisellä kerralla eli WJS:n toisessa aallossa. Toinen, eri tutkijoista koottu tutkimusryhmä ryhtyi uuteen yritykseen vuonna 2023. Tanskan kokemuksista kertoi haastattelussa keväällä 2024

Kresten Roland Johansen, joka oli vastuussa jälkimmäisen tutkimusryhmän aineistonkeruusta. Ryhmään kuului tutkijoita myös Århusin yliopistosta. Johansen työskentelee The Danish School of Media and Journalism -korkeakoulun apulaisprofessorina. (Johansen 2024.)

Tanskan jälkimmäinen tutkimusryhmä aloitti aineistonkeruun syksyllä 2023 ja jatkoi sitä helmi–maaliskuuhun 2024 asti. Johansenin mukaan tutkijat onnistuivat keräämään toisella kerralla hieman enemmän vastauksia kuin ensimmäisellä, mutta tämäkään yritys ei ollut suuri menestys. Vastauksia kertyi hieman yli 300, mutta myös se oli vaadittua vähemmän. Johansen arvioi vastausprosentin jääneen vain noin viiteen prosenttiin, mitä hän kuvailee erittäin alhaiseksi, sillä Tanskassa on tuhansia toimittajia. Hän kuitenkin sanoo, että ei tiedä tarkkaa lukua. (Johansen 2024.) Toimittajien määrä ei selviä myöskään Tanskan journalistiliiton sivuilta. Liiton mukaan sillä on yli 18 000 jäsentä, mutta lukuun sisältyy toimittajien ja valokuvaajien lisäksi muun muassa sarjakuvapiirtäjiä ja viestijöitä. (DJF 2024.)

Ensimmäisen tapaan myös jälkimmäinen tutkimusryhmä otti yhteyttä Tanskan journalistiliittoon ja pyysi yhteistyötä. Liitto ei luovuttanut tutkijoille jäsenrekisterinsä tietoja eikä jäsenten sähköpostiosoitteita, mutta se osallistui hankkeeseen jakamalla tutkimuskutsua ja -linkkiä jäsenilleen osana uutiskirjettä. Lisäksi liitto välitti muistutuksen ensin uutiskirjeessä, mutta se ei tuottanut juuri mitään tulosta. Siksi Johansen pyysi liittoa lähettämään muistutuksen suoraan jäsenten henkilökohtaisiin sähköpostiosoitteisiin. Tämä tapa toimi paremmin, ja vastauksia kertyi lisää. (Johansen 2024.)

Kaiken kaikkiaan liiton ”uutiskirjemalli” tuotti varsin vähän vastauksia, joten tutkimusryhmä alkoi pohtia muita tapoja, joilla se yritti tavoittaa toimittajia. Johansenin mukaan tanskalaistoimittajien nimien ja yhteystietojen keräämistä käsin harkittiin myös, ja siihen olisi palkattu avuksi opiskelijoita, mutta idea hylättiin, koska se olisi ollut kallista ja vienyt liikaa aikaa. (Johansen 2024.)

Tutkimusryhmä päätti olla yhteydessä liiton alaisiin toimittajaryhmiin, kuten freelancetoimittajien yhdistykseen, ja pyysi niiden vetäjiä välittämään kyselykutsua ja -linkkiä eteenpäin omissa uutiskirjeissään. Johansenin mukaan oli vaikea seurata sitä, moniko näiden ryhmien jäsenistä vastasi kyselyyn. Siksi muistutus oli lähetettävä kaikille. Tutkijat lähettivät kutsun ja linkin myös vastavalmistuneille journalistiopiskelijoille ja työharjoittelussa oleville opiskelijoille, julkaisivat

kutsun oppilaitosten uutiskirjeissä ja jakoivat tietoa tutkimuksesta LinkedIn-verkostoitumispalvelussa. (Johansen 2024.)

Yhtenä markkinointitapana käytettiin toimittajia, jotka julkaisevat omaa uutiskirjettä. Pari tällaista toimittajaa suostui mainostamaan tutkimusta uutiskirjeessään ja jakamaan linkkiä siihen. Lisäksi tutkimusryhmä oli yhteydessä toimitusten pääluottamushenkilöihin ja pyysi heitä levittämään toimituksissa sanaa tutkimuksesta ja kannustamaan kollegoitaan vastaamaan siihen. Eri väylien käyttö vei Johansenin mukaan paljon aikaa. Kaikille piti erikseen perustella, miksi projekti on tärkeä ja miksi siitä pitäisi kertoa muille. Tutkimusryhmä päätti myös kokeilla erityistä porkkanaa: kaikkien vastaajien kesken arvottiin viisi lahjakorttia. Lahjakorttien käyttö ei ollut verotussyistä niin helppoa kuin tutkijat olivat etukäteen kuvitelleet. (Johansen 2024.)

Vaikka tutkimusryhmä yritti monien kanavien avulla saada lisävastauksia, niitä kertyi tuskastuttavan hitaasti. Yksi uusi kanava saattoi tuottaa vain 20 lisävastausta. Lopulta tutkijoiden oli Johansenin mukaan pakko todeta, että vastausmäärää ei millään saa enää kasvatettua, vaan lopputulos on hieman yli 300 vastausta, kun vähimmäismäärä olisi ollut lähes 400. Hän sanoi haastattelussa keväällä 2024 toivovansa, että kahden tutkimusryhmän keräämät aineistot saadaan yhdistettyä ja Tanska kelpuutetaan WJS:ään mukaan. Hän luonnehtii aineistonkeruussa tehdyn työn määrää todella suureksi ja myöntää, että hanke on turhauttanut. Vaikka aineistojen yhdistäminen onnistuisi, on tanskalaisaineiston vastausprosentti Johansenin mukaan hyvin alhainen ja edustavuus kyseenalainen, minkä vuoksi aineiston perusteella on vaikeaa tehdä yleistettävissä olevia päätelmiä. (Johansenin 2024.)

Johansenin mukaan kyselyväsymys on tuttu ilmiö myös Tanskassa. Hän mainitsee, että Tanskan journalistiliitosta oli apua WJS:n aineistonkeruussa ja liitto piti tutkimusta tärkeänä. Samalla liitto kuitenkin ilmaisi huolensa siitä, että se ei halua häiritä jäsenistöään liikaa, koska moni on jo nyt haluton vastaamaan kyselyihin niiden suuren määrän takia. Johansen myös arvelee, että GDPR:n voimaantulo on voinut vaikuttaa siihen, miten helposti ja suoraan toimittajia voi Tanskan journalistiliiton kautta tavoittaa. Yhteenvetona hän sanoo olevansa huolissaan siitä, miten vaikea toimittajia on motivoida osallistumaan kyselytutkimuksiin. (Johansen 2024.)

5. Ratkaisuvaihtoehtoja toimittajakyselyihin Suomessa

Tämän projektin yhtenä keskeisenä tavoitteena on ollut löytää ja esittää vaihtoehtoja, miten toimittajille suunnattuja kyselytutkimuksia voisi toteuttaa Suomessa tulevaisuudessa. Tehdyn selvitystyön perusteella mahdollisia malleja hahmottuu kolme. Ensimmäisenä vaihtoehtona ehdotetaan, että Suomeen perustettaisiin uusi journalisteista koostuva verkkopaneeli. Toinen mahdollisuus on kehittää tutkijoiden ja Suomen Journalistiliiton yhteistyötä esimerkiksi niin sanotun Norjan-mallin suuntaan. Kolmas ratkaisu olisi hyödyntää aineistonkeruussa kaupallisia toimijoita.

5.1 Vaihtoehto 1: Uuden journalistipaneelin perustaminen

Yksi mahdollinen vaihtoehto on perustaa Suomeen journalistipaneeli. Tästä mallista on kokemuksia molemmissa verrokkimaissa Ruotsissa ja Norjassa. Ruotsissa journalisteista koottu paneeli on toiminut jo vuodesta 2012, joten sen edut ja ongelmat tunnetaan länsinaapurissa tarkkaan. Norjassa puolestaan toteutettiin pari vuotta sitten journalistipaneelin pilottitutkimus. Se antaa oppia erityisesti siitä, millaisia vaikeuksia paneelin perustamisessa saattaa ilmetä.

Paneelimallissa voi nähdä useita etuja. Kyselytutkimusten vastausaktiivisuus todennäköisesti kasvaa, koska paneeliin tapaa liittyä ihmisiä, jotka ovat motivoituneita vastaamaan kyselyihin. Varsinkin Ruotsista on kertynyt rohkaisevia kokemuksia panelistien aktiivisuudesta. Siellä kyselyiden vastausprosentit ovat olleet keskimäärin 60–65 prosenttia. Huomionarvoista niin ikään on, että paneelin ansiosta tutkijoilla olisi koko ajan käytettävissään joukko, jolle kyselyitä voisi tehdä, eikä vastaajiksi kutsuttavien yhteystietoja tarvitsisi jokaisen tutkimuksen kohdalla kerätä erikseen. Paneelimalli säästäisi siten tutkijoiden aikaa. Koska tiedonkeruun tiedetään muodostavan ison osan tutkimusten menoista, paneeli voisi myös pienentää tutkimusten kustannuksia.

Paneelin isoin ponnistus on sen jäsenten rekrytointi, johon on syytä varata runsaasti työvoimaa ja rahaa. Alustavan tiedustelun mukaan Journalistiliitto voisi olla jollain tavalla mukana rekrytoinnissa. FIRIPO-projektin kokemuksiin perustuen paneelin ylläpito ei välttämättä vaatisi suuria panostuksia. Åbo Akademin tutkimuspäällikön Lauri Rapelin arvion mukaan tehtävään pitäisi palkata yksi puolipäiväinen tutkimusassistentti, mikä tarkoittaisi noin 10 000–15 000 euron

vuosikustannusta. Menoja voitaisiin kattaa veloittamalla tutkijoilta paneelin käytöstä käyttömaksu. Tässä vaiheessa kyse on karkeasta arviosta, sillä työvoiman tarve riippuu muun muassa siitä, montako kyselyä paneelille tehtäisiin vuosittain, kuinka usein uusia jäseniä pitää rekrytoida ja kuinka pitkiä kyselyt ovat. Luultavasti journalistipaneeli kiinnostaisi myös muita kuin median ja viestinnän tutkijoita.

Hyvä asia on, että paneelin rakentamisessa ja ylläpitämisessä voidaan hyödyntää ruotsalaisten ja norjalaisten asiantuntemusta. Tällöin ilmiselvät karikot osataan huomioida etukäteen ja niitä on helpompi välttää. Suomalainen FIRIPO-tutkimusinfrastrukturi on ylläpitänyt nyt muutaman vuoden ajan neljää verkkopaneelia, joten heillä on kokemusta ja näkemystä paneelien perustamisesta nimenomaan Suomessa. FIRIPOn asiantuntijoiden konsultoinnin ohella vaihtoehtona näyttäytyy tiiviimpi yhteistyö, jossa journalistipaneeli voitaisiin perustaa esimerkiksi muiden FIRIPOn paneelien rinnalle. Tätä varten pitäisi neuvotella yhteistyön ehdoista ja vastuista. Iso kysymys tosin on, saako FIRIPO Suomen Akatemialta uuden monivuotisen rahoituksen syksyllä 2024. Rahoitus olisi tarkoitettu toiminnan kehittämiseen ja laajentamiseen. Rahoitusaikataulun takia median ja viestinnän tutkijoiden lienee syytä olla pian yhteydessä FIRIPOn toimijoihin. Joka tapauksessa journalistipaneelin hallinnoinnin vaihtoehtoja kannattaa miettiä.

Paneelimalli voi lisäksi vähentää kyselyväsymystä. Kun osa kyselyistä lähetetään vain panelisteille, toimittajien kyselykuormitus kokonaisuudessaan kevenee. Kuormitusta vähentäisi niin ikään se, jos useita lyhyitä kyselyitä yhdistettäisiin samaan kyselyyn. Paneelimallissa paneelin koordinaattoreilla on kokonaiskuva eri tutkijoiden yhteydenotoista ja eri vaihtoehdoista. Siten he voivat myös arvioida, voidaanko eri tutkimushankkeiden kysymyksiä yhdistää samaan kyselyyn. Kyselyväsymyksen vähentäminen olisi kaikkien osapuolten etu.

Käytännön hyötynä on se, että paneeliin valmiiksi rekrytoidun joukon taustatiedot on jo kerätty, jolloin kyselyssä voi keskittyä sisältökysymyksiin. Se auttaa, koska tiedetään, että kyselyt eivät saa venyä liian pitkiksi. Paneeli niin ikään mahdollistaa seurantatutkimusten tekemisen. Paneelista saatuja tutkimusaineistoja voitaisiin mahdollisesti tallentaa ja säilyttää Tietoarkistossa.

Paneelivaihtoehtoon liittyy myös heikkouksia. Yksi iso kysymys koskee paneelin rekrytointia. Ruotsin uusimpien kokemusten mukaan journalistipaneeliin on ollut vaikea löytää riittävästi nuoria

toimittajia, ja muidenkin toimittajaryhmien rekrytointi on osoittautunut aiempaa hankalammaksi. Vielä huolestuttavampia kokemuksia kantautuu Norjasta, jossa journalistipaneelin pilottitutkimuksessa journalistien rekrytointi takkusi merkittävästi. Norjassa ”lumipallomenetelmä” eli journalistien kutsuminen paneeliin Norjan journalistiliiton ja muiden toimittajajärjestöjen uutiskirjeissä ei toiminut lainkaan odotetulla tavalla. Toimittajien yhteystiedoista piti lopulta koota lista käsin, mikä oli todella aikaa vievää. Vaikka FIRIPOn poliitikkopaneelissa yhteystietojen keräämiseen ei kulunut kuin muutama viikko, pitää huomioida, että toimittajien kohdalla haaste voi olla toista luokkaa. Tämä johtuu siitä, että poliitikkojen yhteystiedot ovat aina löydettävissä julkisista lähteistä, kun taas toimittajien nimiä ei välttämättä mainita edes mediaorganisaatioiden verkkosivuilla – yhteystiedoista puhumattakaan. Yhteystietojen keräämiseen voi siis kulua huomattavasti aikaa, ja siihen tarvitaan työvoimaa.

Kahden eri rekrytointimenetelmän takia Norjan journalistipaneelin ensimmäisen aallon tutkimuksen edustavuutta ei voi luotettavasti arvioida. Ruotsissa journalistipaneelin vastuututkijan Ulrika Anderssonin mielestä paneelin tuottamat aineistot eivät ole vinouman takia riittävän laadukkaita, minkä takia on kynnys periä maksuja paneeliaineistoista. Andersson huomautti myös, että journalistipaneelin otoksia on vaikea korjata painokertoimilla, koska panelisteja on verrattain vähän. Kannattaa niin ikään huomioida, että varsinaisen rekrytoinnin ohella paneelin perustamisvaiheessa pitää selvittää, millainen toimittajien perusjoukko paneelin perustamishetkellä on.

Ratkaistavien kysymysten joukkoon lukeutuu rahoitus, jota paneelin perustaminen ja ylläpito vaativat. Erityisesti rakentamisvaihe kaipaa ulkopuolista rahoitusta. Norjan esimerkki osoittaa, että pitkäjänteisen rahoituksen varmistaminen tai ainakin huolellinen suunnitteleminen on tärkeää heti alussa. Norjassa paneeli perustettiin pilottirahalla. Koska ainakaan toistaiseksi lisärahoitusta ei ole myönnetty, paneelin toimintaa ei ole jatkettu pilottitutkimuksen jälkeen. Ylläpitovaihetta pystyisi mahdollisesti rahoittamaan käyttömaksuilla, kuten FIRIPO-hankkeen esimerkki osoittaa. Tämä olisi järkevää, jotta paneelin toiminta olisi turvattu sitten, kun perustamisvaiheen rahoitus on käytetty. Ruotsin kokemusten perusteella ylläpitoon on vaikeaa saada ulkopuolista rahoitusta. Joka tapauksessa paneelin rahoitusmallia on syytä pohtia tarkoin.

Paneelimallassa – kuten oikeastaan kaikissa malleissa – tutkijoiden on tärkeää kiinnittää huomiota tutkimusten koordinoinnin merkitykseen. Paneelin jäsenten rekrytointia helpottaa, jos kutsussa pystyy lupaamaan, että kyselyitä lähetetään vastattavaksi korkeintaan pari kertaa vuodessa. Tässä yhtenä vaihtoehtona voi harkita jonkinlaisen neuvoo-antavan ryhmän perustamista. Esimerkiksi monissa ammattiliitoissa kyselytutkimuksiin osallistumisesta ja priorisoinnista päättää johtoryhmä.

5.2 Vaihtoehto 2: Yhteistyön tiivistäminen Suomen Journalistiliiton kanssa

Tätä projektia varten käydyissä taustakeskusteluissa tutkijat kertoivat, millaista yhteistyötä he toivoisivat Journalistiliiton kanssa. Ideaalitulanteessa tutkijoiden käytössä olisi SJL:n jäsenrekisteri, jonka avulla tavoitettaisiin kaikki työtä tekevät journalistit. Tästä perusjoukosta kyselyn vastaajiksi arvottaisiin arviolta 800–1 000 toimittajan joukko ja koostettaisiin satunnaisotoksia, jotka vastaavat suomalaista journalistikuntaa pienoiskoossa. Olisi myös hyvä, että arvonnin jälkeen tutkijat voisivat itse olla suoraan yhteydessä toimittajiin. Näin he voisivat tarkkailla sitä, ketkä ovat vastanneet kyselyyn, ja lähettää muistutukset niille, jotka eivät ole vielä vastanneet. Kun muistutukset kohdentuvat oikein, vastausprosenttia voi nostaa häiritsemättä niitä, jotka ovat jo vastanneet.

Tämä malli täyttäisi sekä satunnaisuuden että edustavuuden vaatimukset. Valmiiden listojen käyttö olisi helppoa, ja kerralla saataisiin otettua yhteyttä isoon joukkoon journalisteja. Malli myös vähentäisi SJL:n näkemyksen painoarvoa siinä, millainen tutkimus on tärkeää ja toteuttamisen arvoista. Lisäksi paine karsia tutkimushankkeita vähenisi, kun kaikkia journalisteja ei kuormitettaisi.

Tämänkaltaisen mallin toteutuminen ei projektin selvitystyön perusteella näytä todennäköiseltä. SJL ei aio jatkossakaan luovuttaa jäsenrekisterinsä tietoja tutkijoiden käyttöön, eikä liitolla ole resursseja eikä osaamista koostaa otoksia toimittajista tai seurata sitä, ketkä kyselyyn ovat vastanneet. Lisäksi liiton mukaan tärkein syy nykytilanteeseen ovat tiukentuneet tietosuojakäytännöt.

SJL:n ja tutkijoiden yhteistyötä voisi kuitenkin kehittää muulla tavalla. Jos Suomen Journalistiliitto hyödyntäisi joitain samoja käytäntöjä kuin Norjan journalistiliitto, kyselytutkimusten

vastausprosentit saattaisivat kohentua nykyisestä. Norjan journalistiliiton erityisneuvonantaja Trond Idås mainitsi haastattelussa muutamia konkreettisia keinoja, joilla liiton jäsenten vastausaktiivisuutta voi parantaa. Tällaisia tapoja olisivat muun muassa kyselykutsujen ja -linkkien lähettäminen suoraan toimittajien henkilökohtaisiin sähköpostiosoitteisiin, sen tarkka harkinta, lähteekö liitto tutkimukseen yhteistyökumppaniksi vai ei, kyselytutkimusten validointi liiton puheenjohtajan allekirjoituksella ja sen perusteleva jäsenille, miksi tutkimukseen kannattaa osallistua. Myös tutkimustulosten nopea jakaminen journalisteille voi lisätä vastausintoa.

Edellä kuvatusta mallista on hyviä kokemuksia Norjasta, eikä se edellyttäisi akateemiselta yhteisöltä suuria rahallisia panostuksia. Jo nykyistä aktiivisempi viestintä tutkimusten merkityksestä ja tutkimustuloksista tiedottaminen voisivat parantaa kyselyiden vastausaktiivisuutta. Jos Journalistiliitto uudistaa toimintamallejaan kyselytutkimusten toteuttamisessa, myös liiton omien kyselyiden vastausprosentit voivat kohentua. Yhteistyön tiivistämisessä voisi myös koordinoita kyselyiden toteuttamista liiton kanssa niin, että kyselypaine liiton jäsenille vähenisi. Moni ammattiliitto käyttää jonkinlaista johto- tai asiantuntijaryhmää sen arvioinnissa, mihin tutkimukseen liitto osallistuu. Tällaista vaihtoehtoa voisi SJL:lle ehdottaa. Jos liitosta ei löydy tutkimukseen perehtynyttä henkilöä, ehkä ryhmän jäseneksi voisi ottaa viestinnän ja journalismin tutkijan?

Suurin este lienee se, että tässä vaihtoehdossa vaaditaan Journalistiliitolta monenlaisia toimia. Uusien käytäntöjen luominen ja ylläpito edellyttävät tahtoa ja ennen muuta työtä. Palvelujohtaja Simon Huldénin mukaan Journalistiliiton henkilöresurssit eivät edes nyt riitä työskentelyyn niin sanotusti tutkimusassistenttina. Huldén myös arvioi, että ulkopuolinen rahoitus ei muuttaisi tilannetta. Varovaisuuden taustalla ovat tiukentuneet tietosuojakäytännöt ja liiton huoli sen omien kyselyiden vastausprosenttien pienentymisestä ja kyselykuormituksesta. Liitto pyrkii varmistamaan omalle vaikuttamistyölleen keskeisten tutkimusten onnistumisen. Vaihtoehtoa ei kannata silti haudata ennen sen esittelemistä Journalistiliitolle.

Tässä vaihtoehdossa pitää ottaa huomioon se, että Norjan-malli perustuu yksittäisen liiton työntekijän henkilökohtaiseen osaamiseen ja innostukseen. Siksi se ei ole sellaisenaan helposti siirrettävissä toiseen maahan ja liittoon. On kuitenkin todettava, että esimerkit muista kotimaisista

ammattiliitoista osoittavat, että liittojen yhteistyö tutkijoiden kanssa voi olla hyvin toimivaa ja toivottua. Tämä vaatii kuitenkin resursseja.

5.3 Vaihtoehto 3: Kaupallisten toimijoiden palveluiden hyödyntäminen

Kolmas ratkaisuvaihtoehto on toteuttaa kyselytutkimuksia kaupallisten toimijoiden avulla. Selvitystyön perusteella tähän löytyy useita tapoja. Tilaustutkimukset onnistuvat esimerkiksi Verianin ja Taloustutkimuksen kanssa. Niin sanotuissa erillistutkimuksissa tutkimusaineisto kerätään asiakkaan tiettyyn tarpeeseen ja aineiston omistusoikeus siirtyy tilaajalle. Verian tarjoaa myös vaihtoehtoa, jossa tutkijat voivat osallistua viikoittaiseen aineistonkeruuseen. Siinä kootaan 18 vuotta täyttäneistä suomalaisista edustava tuhannen haastattelun aineisto.

Tämän mallin käyttöönotto olisi vaivatonta, sillä se ei edellytä kaupallisilta toimijoilta uudistuksia niiden omaan toimintaan. Eduksi voidaan katsoa, että Verianin ja Taloustutkimuksen kaltaisilla yrityksillä on pitkä kokemus, laaja asiantuntemus ja tietotaitoa kyselytutkimusten tekemisestä. Kukin tutkija pystyy tekemään tilauksen tarpeidensa mukaan, eikä aineistonkeruu vaadi aikaa ja vaivaa.

Vaihtoehtoon liittyy heikkouksia, joista suurin on raha. Vaikka valmistutkimuksen aineiston voi saada ostettua muutamilla tuhansilla euroilla, puhutaan erillistutkimusten kohdalla isommista summista – selvitystyön perusteella luku voi olla viisi- tai jopa kuusinumeroinen. Hinta kuitenkin vaihtelee tilauksen mukaan, ja siihen vaikuttavat muun muassa aineistoon kerättävien vastausten lukumäärä ja tiedonkeräystapa.

Kaupallisilla toimijoilla ei ole valmiita rekisteriä tai sen kaltaista tietokantaa toimittajista. Ne keräävät tutkimusaineiston aina vain tiettyä tarkoitusta varten. Sen jälkeen yksittäisten vastaajien henkilötiedot tuhotaan. Nykytilanteeseen nähden malli ei siis merkittävästi tehostaisi tiedonkeruuta tai vähentäisi toimittajiin kohdistuvaa kyselykuormitusta.

6. Loppusanat

Tämän raportin tavoitteena on ollut kuvata, miten kansallisen tason journalistikyselyitä toteutetaan Suomen verrokkimaissa Norjassa ja Ruotsissa. Kokemuksia, näkemyksiä ja vinkkejä on haettu myös Saksasta, Tanskasta ja kotimaasta.

Norjan kohdalla esiin nousi erityisesti sikäläisen journalistiliiton työntekijän vahva rooli ja systemaattinen työ, jolla toimittajat on saatu vastaamaan aktiivisesti kyselytutkimuksiin. Sen sijaan paneelimallin kokemukset Norjasta eivät ole rohkaisevia. Vuosina 2020–2021 toteutettu Norjan journalistipaneelin pilottitutkimus ei ole toistaiseksi saanut jatkoa, mutta hankkeelle on haettu lisärahoitusta, josta odotetaan päätöstä syksyllä 2024. Ruotsissa vuonna 2012 perustetun journalistipaneelin jäsenet ovat aktiivisia ja keskimääräiset vastausprosentit hyviä, mutta paneelin rahoitus, edustavuus ja uusien vastaajien rekrytointi ovat osoittautuneet haastaviksi. Kyselypyyntöjen suuren määrän takia Ruotsin journalistiliitto joutuu pohtimaan tarkoin, mihin kyselytutkimuksiin se osallistuu. WJS-tutkimuksesta saatujen kokemusten perusteella moni maa painii samojen ongelmien kanssa kuin Suomi.

Raportin tarkoituksena on ollut tarjota uusia ideoita ja menetelmiä siihen, miten journalistikyselyt voisi Suomessa tulevaisuudessa järjestää. Ratkaisuvaihtoehtoiksi on esitetty uuden journalistipaneelin perustamista, yhteistyön tiivistämistä Suomen Journalistiliiton kanssa tai kaupallisten toimijoiden palveluiden hyödyntämistä.

Toimittajakyselyiden järjestämiseen voi valita jonkin edellä esitellyistä vaihtoehtoista tai kehitellä edelleen muita ratkaisuja. Mihin tahansa alan toimijat päätyvätkään, heidän kannattaa huomioida muutama seikka. Kuten raportista käy ilmi, nykytilannetta ei ole helppo ratkaista. Kyselyväsymys tai -kuormitus ei koske vain journalisteja, vaan kyseessä on laajalle levinnyt ilmiö, joka haastaa niin suomalaisia kuin ulkomaisia tutkijoita alasta riippumatta. Kun erilaisten kyselyiden määrä kasvaa, kyselyväsymystä voi olla vaikea selättää.

E erityisen huomionarvoista on koordinoinnin rooli ja tutkijoiden välinen yhteistyö, jolla kyselykuormaa toimittajille voidaan vähentää. Koordinoinnin merkitystä korostivat haastatteluissa Worlds of Journalism Study -projektin kansainvälinen datapääällikkö Corinna Lauerer ja Norjan

journalistipaneelin kokemuksista kertonut Bergenin yliopiston apulaisprofessori Erik Knudsen. Kun tutkijat viestivät keskenään, millaisia tutkimuksia on suunnitelmassa, vältetään turha päällekkäisyys. Lisäksi eri kysymyksiä voitaisiin yhdistää saamaan kyselyyn, mikä vähentäisi kyselyiden määrää kokonaisuudessaan. Se olisi kaikkien osapuolten etu.

Lähteet

Projektiin haastatellut henkilöt:

Alaterä, Tuomas J. Verkkopalveluiden ja viestinnän erityisasiantuntija, Tietoarkisto (FSD). Teams-haastattelu 24.5.2024.

Andersson, Ulrika. Ruotsin journalistipaneelin vastuututkija, Göteborgin yliopisto. Teams-haastattelu 7.6.2024.

Carlén, Tove. Oikeudellinen neuvonantaja, Ruotsin journalistiliitto. Teams-haastattelu 31.5.2024.

Huldén, Simon. Palvelujohtaja, Suomen Journalistiliitto. Puhelinhaastattelu 20.5.2024.

Idås, Trond. Erityisneuvonantaja, Norjan journalistiliitto. Teams-haastattelu 24.4.2024.

Ilves, Vesa. Tutkija, OAJ. Puhelinhaastattelu 31.5.2024.

Johansen, Kresten Roland. Journalismin apulaisprofessori, The Danish School of Media and Journalism. Osallistui Worlds of Journalism Study -tutkimuksen kolmanteen aaltoon Tanskan toisessa tutkimusryhmässä vuosina 2023–2024. Teams-haastattelu 28.5.2024.

Knudsen, Erik. Apulaisprofessori, Bergenin yliopisto. Norjan journalistipaneelin ideoija. Sähköpostihaastattelu 2.8.2024.

Kurtti, Juha. Koulutusasioiden päällikkö, Tehy. Teams-haastattelu 31.5.2024.

Kuusipalo, Vilppu. Projektikoordinaattori, Åbo Akademi, FIRIPO-tutkimusinfrastrukturi. Teams-haastattelu 27.5.2024.

Laaksonen, Helena. Johtaja, Tietoarkisto (FSD). Teams-haastattelu 24.5.2024.

Lauerer, Corinna. Akateeminen neuvonantaja ja postdoc-tutkija, Ludwig-Maximilians-Universität München. Apulaisprofessori, Stavangerin yliopisto. Worlds of Journalism Study -projektin kansainvälinen datapäällikkö. Zoom-haastattelu 29.5.2024.

Løvseth, Erla. Tutkimuskoordinaattori, DIGSSCORE. DIGSSCORE hallinnoi Norjan journalistipaneelia. Sähköpostihaastattelu 12.7.2024.

Nurmela, Sakari. Tutkimusjohtaja, tutkimusyhtiö Verian. Puhelinhaastattelu 15.5.2024.

Pajunen, Jari. Toimitusjohtaja, markkinatutkimusyritys Taloustutkimus. Puhelinhaastattelu 29.5.2024.

Rapeli, Lauri. Tutkimuspäällikkö, Åbo Akademi. Varajohtaja, FIRIPO-tutkimusinfrastrukturi. Teams-haastattelu 27.5.2024.

Storelv, Sina. Tutkimuskoordinaattori, DIGSSCORE. DIGSSCORE hallinnoi Norjan journalistipaneelia. Sähköpostihaastattelu 27.6.2024.

Taustakeskustelut:

Backholm, Klas. Yliopistonlehtori, Åbo Akademi. Zoom-keskustelu 27.3.2024.

Hiltunen, Ilmari. Tutkijatohtori, Tampereen yliopisto. Zoom-keskustelu 15.4.2024.

Honkonen, Marja. Päätoimittaja, Journalisti-lehti. Sähköpostikeskustelu 20.5.2024.

Manninen, Ville. Apurahatutkija, Jyväskylän yliopisto. Zoom-keskustelu 16.4.2024.

Nazarenko, Salla. Kansainvälisten asioiden asiantuntija, Suomen Journalistiliitto. Puhelinkeskustelu 15.5.2024.

Pöyhkäri, Reeta. Yliopistotutkija, Tampereen yliopisto. Zoom-keskustelu 18.4.2024.

Väliverronen, Jari. Yliopisto-opettaja, Tampereen yliopisto/Jyväskylän yliopisto. Tapaaminen 9.4.2024.

Kirjallisuus ja verkkolähteet

Andersson, U. (2020). *Journalistpanelen 12: Namnpubliceringar och journalistisk etik*. SOM-institutet. Verkossa: gu.se/sites/default/files/2023-06/JP12%20Namnpubliceringar%20och%20journalistisk%20etik.pdf [luettu 24.7.2024].

Backholm, K., & Aalto, T. (2021). *Tutkimus koronapandemian ja etätyön vaikutuksista journalistien työhön*. Verkossa: https://journalistiliitto.fi/wp-content/uploads/2023/11/Raportti_Koronan-vaikutukset-journalistien-tyohon_19.2.2021.pdf [luettu 25.7.2024].

Backholm, K., & Idås, T. (2022). Journalists and the Coronavirus: How Changes in Work Environment Affected Psychological Health During the Pandemic. *Journalism Practice* 18(6), 1560–1576. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2098522>.

Backholm, K., & Idås, T. (2015). Ethical Dilemmas, Work-Related Guilt, and Posttraumatic Stress Reactions of News Journalists Covering the Terror Attack in Norway in 2011. *Journal of Traumatic Stress*, 28(2), 142–148. DOI: doi.org/10.1002/jts.22001.

Celuch, M., Latikka, R., Oksa, R., & Oksanen, A. (2023). Online Harassment and Hate Among Media Professionals: Reactions to One's Own and Others' Victimization. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 100(3), 619–645. DOI: doi.org/10.1177/10776990221148987.

- DJF (2024). DJ in English. Dansk Journalistforbund. Tanskan journalistiliitto. Verkossa: <https://journalistforbundet.dk/dj-english> [luettu 12.6.2024].
- FIRIPO (2024). Suomalaisen yleisen mielipiteen tutkimusinfrastruktuurin (FIRIPO) kotisivut. Verkossa: firipo.fi/fi/ [luettu 27.5.2024].
- Frantsi, R., Iltanen, O., Rantanen, J., Feldt, T., & Villi, M. (2022). Psykologisten voimavara- ja riskitekijöiden profiilien yhteys digitalisaation ja työn intensifikaation kokemuksiin media-alalla. *Psykologia* 57(2), 122–139.
- FSD (2024). Tietoarkiston (FSD) kotisivut. Verkossa: fsd.tuni.fi/fi/ [luettu 4.6.2024].
- Hiltunen, I. (2019). Experiences of External Interference Among Finnish Journalists: Prevalence, methods and implications. *Nordicom Review* 40(1), 3–21. DOI: <https://doi.org/10.2478/nor-2018-0016>.
- Hiltunen, I., Suuronen, A., & Pöyhtäri, R. (2022). Journalistien painostus ja uhkailu Suomessa: yleisyys ja vaikutukset. *Media & viestintä* 45(2), 46–71. DOI: <https://doi.org/10.23983/mv.120278>.
- Hiltunen, I., & Suuronen, A. (2019). *Kysely häirinnästä ja painostuksesta ohjelmatyötä tekeville yleläisille – raportti Yleisradion vaikuttamis- ja painostuskyselyn tuloksista*. 18.12. Helsinki: Yle. Verkossa: https://drive.google.com/file/d/1AyZRG_X9R5CeHUP0Lp166GiDo0C-9pOU/view [luettu 4.6.2024].
- Honkonen, M. (2024). *Journalistin kysely puoluekannoista ei toteudu – ainakaan vielä*. Journalisti-lehti 21.3.2024. Verkossa: journalisti.fi/nakokulmat/2024/03/journalistin-kysely-puoluekannoista-ei-toteudu-ainakaan-viela/ [luettu 3.6.2024].
- Journalistpanelen (2024a). Ruotsin journalistipaneelin kotisivut. Verkossa: gu.se/forskning/journalistpanelen [luettu 20.5.2024].
- Journalistpanelen (2024b). Journalistpanelens undersökningar. Ruotsin journalistipaneelilla toteutetut tutkimukset. Verkossa: gu.se/jmg/journalistpanelens-undersokningar#_017-2016 [luettu 23.7.2024].
- Juntunen, L. (2017). *Kulttuurien törmäys? Journalismin etiikka sosiaalisen median aikakaudella*. Viestinnän raportteja 1/2017. Helsinki: Viestinnän tutkimuskeskus CRC, sosiaalitieteiden laitos, Helsingin yliopisto. Verkossa: https://www.hssaatio.fi/wp-content/uploads/2017/02/kulttuurientormays_Laura-Juntunen.pdf [luettu 3.6.2024].
- Korhonen, K., & Kiljunen, J. (2023). *Miksi datatalouden pitäisi olla jokaisen yrityksen agendalla juuri nyt?* Sitran artikkelit. Verkossa: sitra.fi/artikkelit/miksi-datatalouden-pitaisi-olla-jokaisen-yrityksen-agendalla-juuri-nyt/ [luettu 4.6.2024].
- Kreuter, F. (2013). Facing the Nonresponse Challenge. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 645(1), 23–35. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716212456815>.

Krosnick, J. (1999). Survey research. *Annual Review of Psychology* (50), 537–567.

Lauerer, C. (2022). Balancing Efficiency and Inclusivity: Open Science Principles and Practices in international Collaborative Research Projects. *Digital Journalism* 11(2), 390–398. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2123020>.

Löfgren Nilsson, M. (2016). *Country Report: Journalists in Sweden*. Worlds of Journalism Study - projektin toinen aalto. Göteborgin yliopisto. Verkossa: https://epub.ub.uni-muenchen.de/31694/1/Country_report_Sweden.pdf [luettu 25.7.2024].

Löfgren Nilsson, M. (2015). Hot och hat mot svenska journalister. *Nordicom Information* 37(3–4), 51–56. Verkossa: nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/nordicom-information_37_2015_3-4_51-56.pdf [luettu 25.7.2024].

Manninen, V., & Niemi, M.K. (2022). ”Mahdollisuudet ovat kirjaimellisesti rajattomat”: Uutismediassa työskentelevien näkemyksiä uusista teknologioista. *Media & viestintä* 45(1), 79–91. DOI: <https://doi.org/10.23983/mv.115665>.

Martinsson, J., & Andersson, U. (2019). *Deltagarvillkor och integritetspolicy for Journalistpanelen vid Göteborgs universitet*. Verkossa: gu.se/sites/default/files/2020-09/Deltagarvillkor%20och%20integritetspolicy%20fo%CC%88r%20Journalistpanelen_rev%20191202.pdf [luettu 5.6.2024].

Marttinen, M. (2024). *Kenen joukoissa seisot? Kysymme toimittajien poliittisia kantoja*. Journalisti-lehti 8.3.2024. Verkossa: <https://journalisti.fi/nakokulmat/2024/03/kenen-joukoissa-seisot-kysymme-toimittajien-poliittisia-kantoja/> [luettu 3.6.2024].

NJ (2024). Norsk Journalistlag. Norjan journalistiliiton kotisivut. Verkossa: <https://www.nj.no/om-norsk-journalistlag/> [luettu 3.6.2024].

NJP (2024). Norsk Journalistpanel. Norjan journalistipaneelin kotisivut. Verkossa: <https://www.uib.no/njp> [luettu 10.6.2024].

OAJ (2024). OAJ esittäytyy. Verkossa: oaj.fi/oaj/oaj-esittaytyy/#:~:text=Opetusalan%20Ammattij%C3%A4rjest%C3%B6%20OAJ%20on%20maailman,j%C3%A4senm%C3%A4%C3%A4r%C3%A4lt%C3%A4%C3%A4n%20ja%20painoarvoltaan%20merkitt%C3%A4vin%20j%C3%A4senj%C3%A4rjest%C3%B6 [luettu 15.6.2024].

OAJ (2023). Opetusalan Ammattijärjestö OAJ ry. Toimintakertomus ja tilinpäätös 1.1.–31.12.2023. oaj.fi/contentassets/28cd0d85041f4b3baa2dcc871ebf430f/toimintakertomus-ja-tilinpaatos-2023_opetusalan-ammattijarjesto-oaj-ry-allekirjoitettu.pdf [luettu 15.6.2024].

Pöyhtäri, R., Ahva, L., & Väliaverronen, J. (2014). *Mistä on suomalainen toimittaja tehty?* Worlds of Journalism -surveyn tuloksia Suomesta. Tampere: University of Tampere. Verkossa: <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/95342> [luettu 18.6.2024].

Pöyhtäri, R., Väliverronen, J., & Ahva, L. (2016). Suomalaisen journalistin itseymmärrys muutosten keskellä. *Media & viestintä* 39(1), 1–23. DOI: <https://doi.org/10.23983/mv.61434>.

Rantanen, J., Koivula, M., Hiltunen, P., Niemi, L., Saari, T., Tammelin, M., Parviainen, T., & Villi, M. (2020). *Mediatyöntekijöiden kokemuksia työstä digitaalisessa toimintaympäristössä*. Tampere: Tampereen yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Työelämän tutkimuskeskus, työraportteja 109/2020. Verkossa: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/120374/978-952-03-1549-8.pdf?sequence=5> [luettu 4.6.2024].

Saarinen, A. (2021). *Kyselytutkimuksiin vastataan entistä laiskemmin – se voi heikentää tutkimuksen edustavuutta ja jopa politiikkasuositusten luotettavuutta*. Mustread.fi, 24.5. Verkossa: mustread.fi/artikkelit/kyselytutkimuksiin-vastataan-entista-laiskemmin-se-voi-heikentaa-tutkimuksen-edustavuutta-ja-jopa-politiikkasuositusten-luotettavuutta/ [luettu 4.6.2024].

SFJ (2024). Journalistförbundet: About the Swedish Union of Journalists. Ruotsin journalistiliitto. Verkossa: sjf.se/about-us [luettu 25.6.2024].

SJL (2024a). Liiton historia. Suomen Journalistiliitto. Verkossa: <https://journalistiliitto.fi/fi/liitto/journalistiliiton-tehtavat-ja-saannot/liiton-historia/> [luettu 16.6.2024].

SJL (2024b). Tietoja jäsenistämme. Suomen Journalistiliitto. Verkossa: <https://journalistiliitto.fi/fi/liitto/> [luettu 4.6.2024].

SJL (2022). *Freelancereiden työmarkkinatutkimus 2022*. Suomen Journalistiliitto. Verkossa: <https://journalistiliitto.fi/wp-content/uploads/2023/08/Free-tyomarkkinatutkimus-tulosraportti-2023.pdf> [luettu 25.7.2024].

Skjervheim, Ø., Eikrem, A., Bjørnebekk, O., & Wettergreen, J. (2021). *Norwegian Panel of Journalists. 2021, First Wave. Methodology report*. Verkossa: uib.no/sites/w3.uib.no/files/attachments/njp_documentation_report_wave_1.pdf [luettu 10.6.2024].

Stedman, R., Connelly, N., Heberlein, T., Decker, D., ja Allred, S. (2019). "The End of the (Research) World As We Know It? Understanding and Coping With Declining Response Rates to Mail Surveys". *Society & Natural Resources* 32(10), 1139–1154. <https://doi.org/10.1080/08941920.2019.1587127>.

Tehy (2024a). Tehy. Verkossa: tehy.fi/fi/tehy#:~:text=Tehy%20perustettiin%20vuonna%201982%2C%20jolloin,keskusj%C3%A4rjest%C3%B6%20STTK%3An%20suurin%20ammattij%C3%A4rjest%C3%B6 [luettu 15.6.2024].

Tehy (2024b). Tehyn tilinpäätös verkossa. Verkossa: tehy.fi/fi/tehy/tehy-tilinpaatos-verkossa [luettu 15.6.2024].

Tilastokeskus (2024). Tutkimusuupumus valtasi suomalaiset. Tilastokeskus huolissaan tiedon vinoutumisesta. Tilastokeskus 22.4.2024. Verkossa: <https://stat.fi/uutinen/tutkimusuupumus-valtasi-suomalaiset-tilastokeskus-huolissaan-tiedon-vinoutumisesta> [luettu 4.6.2024].

Valli, R. (2018). Aineistonkeruu kyselylomakkeella, s. 92–116. Kirjassa Valli, Raine (toim.). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1*. PS-kustannus: Keuruu. 5. painos.

Vehkalahti, K. (2014). Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Finn Lectura. DOI: <http://doi.org/10.31885/9789515149817>.

Vilka, H. (2021). Tutki ja kehitä. PS-kustannus. Keuruu.

Väliverronen, J., Pöytäri, R., & Villi, M. (2023). *Paljon vanhaa, jotain uutta ja jotain lainattua. Suomalaisjournalistien ammattikuva Worlds of Journalism Study -kyselyssä*. Jyväskylän yliopisto: JYU Reports 17. DOI: <https://doi.org/10.17011/jyureports/2023/17>.

WJS (2024). The Worlds of Journalism Study -hankkeen kotisivut. Verkossa: <https://worldsofjournalism.org/#1568220036153-600f5fea-8bdf> [luettu 4.6.2024].