

Nettitutkimuksen voi tehdä pätevästi

Vesa Paananen ja Seppo Kuusela Tilastokeskuksesta kirjoittivat (HS 2.3.), että internet-kyselytutkimuksissa on paljon virhelähteitä. He totesivat, että kyselyn otoksen täytyy olla pienoismalli kohdejoukosta, esimerkiksi Suomen kansasta, jotta tutkimuksen tuloksia voidaan yleistää.

Näinhän lehtien omissa verkkokyselyissä ja muissa automatisoiduissa kyselyissä ei ole. Lehtien omien verkkosivujen "Päivän kysymys" -tyyppiset kyselyt eivät kerro juuri mitään yleisestä mielipiteestä. Taannoin erään lehden tekemässä ja uutisoimassa nettikyselyssä Nato-jäsenyyden kannatus näytti olevan noin 60 prosenttia. Lukuisten tieteellisten mielipidetutkimusten mukaan Nato-kannatus on jo pitkään ollut alle 30 prosenttia.

Heikkolaatuisten verkkokyselyiden yleistyminen ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei verkossa voisi tehdä tilastotieteellisesti päteviä tutkimuksia. Internet on vain yksi tiedonvälityskanava muiden joukossa. Tehtiinpä tutkimus puhelimitse, kirjeitse, kasvotusten tai netissä, siinä pätevät aina samat todennäköisyyslaskennan lainalaisuudet.

Mielipidetutkimus on kuin minikansanäänestys. Äänestyksessä jokaisella on yksi ääni. Oikein tehdyssä mielipidetutkimuksessa kennellä tahansa kohdejoukkoon kuuluvalla pitää olla yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi vastaajien joukkoon. Näin tuhat vastaajaa voi edustaa kaikkien suomalaisten aikuisten mielipiteitä tietyllä tarkkuudella. Pelkkä otoskoko ei riitä: kymmenien tuhansien vastausten tutkimus voi antaa virheellisen tu-

loksen, jos vastaajajoukko on vinoutunut johonkin suuntaan.

Laadukkaissa nettitutkimuksissa vastaajien yhteystiedot poimitaan väestörekisteristä arpomalla tai muuten satunnaisesti niin, että otos vastaa koko väestöä ainakin sukupuolen, iän ja asuinpaikan mukaan. Vastaajiin otetaan yhteyttä esimerkiksi puhelimella. Luvan antaneille lähetetään sähköpostitse kutsu ja linkki tutkimuslomakkeelle. Tulokset painotetaan väestötlastojen avulla.

Mielipidetutkimuksilla on tärkeä rooli demokratiassa. Ihmiset pääsevät ottamaan kantaa omaan elämänsä vaikuttaviin asioihin myös vaalien välillä.

Juho Rahkonen

yhteiskuntatieteiden tohtori
tutkimuspäällikkö
Taloustutkimus Oy

HS 8.3.201