

KYSELYLOMAKE: FSD2504 MEDIA JA VALTA 2009

QUESTIONNAIRE: FSD2504 MEDIA AND POWER 2009

Tämä kyselylomake on osa yllä mainittua Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon arkistoitua tutkimusaineistoa.

Kyselylomaketta hyödyntävien tulee viitata siihen asianmukaisesti lähdeviitteellä.

Lisätiedot: <http://www.fsd.uta.fi/>

This questionnaire forms a part of the above mentioned dataset, archived at the Finnish Social Science Data Archive.

If the questionnaire is used or referred to in any way, the source must be acknowledged by means of an appropriate bibliographic citation.

More information: <http://www.fsd.uta.fi/>

Detta frågeformulär utgör en del av den ovannämnda datamängden, arkiverad på Finlands samhällsvetenskapliga dataarkiv.

Om frågeformuläret är utnyttjat eller refererat till måste källan anges i form av bibliografisk referens.

Mer information: <http://www.fsd.uta.fi/>



Tampereen yliopisto

Journalismin tutkimusyksikkö

Media vallankäyttäjänä ja vallankäytön välineenä

Taustatiedot

Valitkaa seuraavista vaihtoehtoista se, joka parhaiten vastaa omaa asemaanne/päätoimeanne.

- Yrityksen toimitusjohtaja
- Yrityksen hallituksen puheenjohtaja
- Yrityksen muu johtaja/asiantuntija
- Elinkeinoelämän järjestön johtaja/asiantuntija
- Sijoittaja

Oletteko organisaationne viestintäjohtaja tai muu vastaava viestinnän ammattilainen?

- Kyllä
- En

Sukupuoli

- Mies
- Nainen

Ikäryhmä

- 18-30 vuotta
- 31-40 vuotta
- 41-50 vuotta
- 51-60 vuotta
- 61-65 vuotta
- yli 65 vuotta

Valta suomalaisessa yhteiskunnassa

Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä?

1 = Täysin samaa mieltä, 2 = Jokseenkin samaa mieltä, 3 = Jokseenkin eri mieltä, 4 = Täysin eri mieltä

**1 2 3 4 En
osaa
sanoa**

Suomalaista yhteiskuntaa luonnehtii valtaryhmittymien (suuret puolueet, työmarkkinajärjestöt...) välinen konsensus politiikan suurista linjoista.

Ministeriöiden johtamia hankkeita valmisteleviin työryhmiin pääsevät mukaan kaikki relevantit

intressitahot, ja niiden näkemykset myös otetaan huomioon.

Valtakunnan tason päättäjät tavoittelevat ratkaisuissaan koko Suomen ja kaikkien suomalaisten parasta.

Suomen kansallisella politiikalla ei nykyään enää ole olennaista merkitystä.

Epävirallisilla henkilökontakteilla on huomattava vaikutus yhteiskuntapoliittisen vallan käytössä.

Eduskunnan säätämät lait saavat asiallisesti ottaen lopullisen sisältönsä jo valmisteluvaiheessa valtion keskushallinnossa.

Hallituskauden olennaiset poliittiset ratkaisut tehdään jo hallitusohjelmasta sovittaessa.

Nyky-Suomessa kansalaisten mielipiteet välittyvät päätöksentekijöille paljon paremmin

kansalaisliikkeiden kautta kuin puolueiden kautta.

Nyky-Suomessa kansalaisten mielipiteet välittyvät päätöksentekijöille paljon paremmin

tiedotusvälineiden kautta kuin puolueiden kautta.

Hallituksen puoluekokoontamien riippuu, millaisia päätöksiä hallituskauden aikana tehdään.

Missä määrin oma vaikutusvaltanne perustuu seuraaviin seikkoihin?

1 = Erittäin paljon, 2 = Melko paljon, 3 = Melko vähän, 4 = Ei lainkaan

1 2 3 4 En osaa sanoa

Virallinen asema ja lain suomat valtaoikeudet

Organisaationi taloudelliset resurssit ja liiketoiminta

Oma asiantuntemus ja osaaminen

Henkilökohtaiset suhteet ja suhdeverkostot

Osallisuus erilaisissa valmisteluelimissä ja työryhmissä

Oma aktiivisuus ja omalla toiminnalla ansaittu luottamus

Organisaationi medianäkyvyys ja julkisuuskuva

Oma medianäkyvyys ja julkisuuskuva

Organisaatiolleni tärkeiden asioiden käsittely mediassa

Yleisen mielipiteen tuki organisaatiolleni tärkeissä asioissa

Seuraavassa on lueteltu joukko yhteiskunnallisia vaikuttajia. Arvioikaa miten niiden vaikutusvalta on kehittynyt Suomessa viimeisten noin kahdenkymmenen vuoden aikana (kasvanut, pysynyt ennallaan, heikentynyt).

	Vaikutusvalta on kasvanut	Vaikutusvalta on pysynyt ennallaan	Vaikutusvalta on heikentynyt	En osaa sanoa
Ammattiyhdistysliike				
Eduskunta				
Euroopan unioni, EU				
Hallitus				
Iltapäivälehdet				
Muut journalistinen media (päivälehdet, tv:n uutis- ja ajankohtaisohjelmat)				
Viihdemedia (tv:n viihdeohjelmat, viihteelliset aikakauslehdet)				
Kirkko				
Luonnonsuojelijat				
Oikeuslaitos				
Poliisi				
Pankit				
Poliittiset puolueet				
Puolustusvoimat				
Suuryritykset				
Tasavallan presidentti				

Työnantajajärjestöt
Virkamiehistö
Yksityinen kansalainen
Kansalaisjärjestöt
Yliopistot ja korkeakoulut

Median käyttö ja yhteistyö toimittajien kanssa

Kuinka usein seuraatte seuraavia viestimiä?

1 = Päivittäin, 2 = Viikottain, 3 = Kuukausittain, 4 = Vuosittain, 5 = Harvemmin tai en lainkaan

1 2 3 4 5

Helsingin Sanomat

Maakuntalehdet

Paikallis- ja aluelehdet

Puoluelehdet

Talouslehdet

Ilmaisjakelulehdet

Iltapäivälehdet

Ammattijulkaisut

Aikakauslehdet

Yleisradio TV-uutislähetykset

MTV3:n uutislähetykset

Nelosen uutislähetykset

Ulkomaisten televisiokanavien uutislähetykset

Muut television ajankohtaisohjelmat

**TV:n viihteelliset ajankohtaisohjelmat
(esim. Uutisvuoto)**

STT:n uutispalvelu

Radiouutiset

Tilatut mobiilit uutispalvelut

Tilatut profiloituneet uutiskirjeet

**Internetin keskustelufoorumit, sähköpostilistat,
sosiaalisen median palvelut**

Perinteisten medioiden verkkosivustot

Ulkomaiset sanoma- tai aikakauslehdet

Jos vastasitte seuraavanne ulkomaisia sanoma- tai aikakauslehtiä, nimetkää ne tähän.

Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä?

**1 = Täysin samaa mieltä, 2 = Jokseenkin samaa mieltä, 3 = Jokseenkin eri mieltä, 4 =
Täysin eri mieltä**

**1 2 3 4 En
osaa
sanoa**

**Yhteistyöhön toimittajien kanssa kuluttamani työaika on viime
vuosina kasvanut.**

Toimittajien yhteydenotot ovat työni kannalta pikemminkin häiritseviä kuin hyödyllisiä.

Toimittajien kanssa käymistäni keskusteluista saan myös itseäni hyödyttävää tietoa.

Merkittävä osa yhteydenpidostani toimittajien kanssa on epämuodollista asioiden taustoitusta.

Voin luottaa siihen, että toimittajien kanssa tekemäni sopimukset esimerkiksi jutun julkaisuaikataulusta tai tietojen luottamuksellisuudesta pitävät.

Minulla on muutamia hyviä toimittajakontakteja, joiden kanssa voin vaihtaa arkaluontoisiakin tietoja pelkäämättä, että niitä julkaistaan minulle vahingollisessa yhteydessä.

Käyn luottamuksellisia keskusteluja päällikkötoimittajien kanssa siitä, miten heidän viestimensä pitäisi suhtautua johonkin vireillä olevaan kysymykseen tai hankkeeseen.

Toimittajat asettavat minut haastattelutilanteessa tai jutussa usein rooliin, josta en tunnista itseäni.

Minun on helppo tuoda esille haastattelutilanteessa uusia, yllättäviä näkökantoja ja saada ne myös julkaistuiksi.

Omaan alaani liittyvät journalistiset jutut tehdään yhä useammin ilman riittävää asiantuntemusta tai lähdekritiikkiä.

Miten usein esiinnytte seuraavissa joukkotiedotusvälineissä?

1 = Viikottain tai useammin, 2 = Kerran, pari kuukaudessa, 3 = Muutamia kertoja vuodessa, 4 = Harvemmin tai en lainkaan

1 2 3 4

Valtakunnallinen TV (haastattelu, keskustelu, yms.)

Valtakunnallinen radio (haastattelu, keskustelu, yms.)

Paikallis-TV, alue-/paikallisradio

Haastattelu sanomalehdessä

Haastattelu muussa lehdessä

Oma artikkeli, kolumni, yms. lehdessä

Tiedotusvälineen nimettömänä asiantuntijana

**tai uutislähteenä toimiminen
Jokin muu väline**

Jos vastasitte esiintyvänne jossain muussa välineessä, nimetkää se tähän.

Ulkoinen viestintä ja mediastrategiat

Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä?

1 = Täysin samaa mieltä, 2 = Jokseenkin samaa mieltä, 3 = Jokseenkin eri mieltä, 4 = Täysin eri mieltä

**1 2 3 4 En
osaa
sanoa**

Saan haluamani asiat ja näkökulmat yleensä hyvin journalistiseen julkisuuteen.

Median reaktiot organisaatiolleni tärkeisiin asioihin ovat usein yllättäviä: merkityksettömistä yksityiskohdista voi kasvaa isoja uutiskysymyksiä.

Organisaatiomme pyrkii vaikuttamaan asioihin ensisijaisesti suorien päättäjäkontaktien avulla.

Median kautta vaikuttaminen on selvästi toissijaista.

Vaikka julkiset puheenvuoroni on suunnattu myös suurelle yleisölle, pyrin niiden avulla kuitenkin ensisijaisesti vaikuttamaan toisiin päättäjiin.

Julkisten puheenvuorojeni tärkein kohderyhmä on oma kenttäväki (jäsenkunta, kannattajakunta, omat työntekijät...).

Myös viihteellisessä ja henkilökeskeisessä julkisuudessa esiintyminen on itselleni tai organisaatiolleni hyödyllistä.

Organisaatiomme viestintä on avointa, ja pyrimme toiminnassamme läpinäkyvyyteen.

Joskus organisaatiostamme vuodetaan julkisuuteen luottamuksellisia tietoja.

Vältän konkreettisten tavoitteiden tai mielipiteiden julkista esittämistä keskeneräisissä asioissa.

Median vaikutukset päätöksentekoon

Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä?

1 = Täysin samaa mieltä, 2 = Jokseenkin samaa mieltä, 3 = Jokseenkin eri mieltä, 4 = Täysin eri mieltä

**1 2 3 4 En
osaa
sanoa**

Olen havainnut, että päättävissäkin asemissa olevat ihmiset ottavat kyseenalaistamatta todesta mediassa esitettyjä puolitotuuksia tai yksinkertaistuksia.

Olen huomannut, että mediassa esiintyminen on lisännyt omaa tai organisaationi vaikutusvaltaa työryhmissä, neuvotteluissa tai muissa vastaavissa tilanteissa.

Myönteiset mediakommentit lisäävät varmuuttani tehdä ratkaisuja suunnittelemani tavalla.

Kielteiset mediakommentit saavat minut epäröimään ratkaisuisiani.

Pyrin ratkaisujeni perusteluissa jo etukäteen ottamaan huomioon mahdollisen julkisen kritiikin.

Organisaatiossamme jätetään sinänsä järkeviä ratkaisuja tai ehdotuksia tekemättä siksi, että julkisuudessa niihin todennäköisesti reagoitaisiin kielteisesti. Joudun työssäni usein harkitsemaan, missä määrin teen asioita oikeaksi kokemallani tavalla ja missä määrin annan periksi julkisuuden ja yleisen mielipiteen paineelle.

Joudun usein hoitamaan asioita nopeammin tai perusteellisemmin siksi, että media on kiinnittänyt tai tulee luultavasti kiinnittämään niihin huomiota.

Julkisuuden herättämä vastustus usein vaikeuttaa järkevistä kokonaisuudesta sopimista.

Jos media kiinnittää johonkin organisaationi kannalta tärkeään asiaan suurta huomiota, tämä

lisää organisaatiossamme painetta esiintyä asiassa yksimielisesti.

Työhöni liittyvät hankkeet edellyttävät usein edistyäkseen, että myös media kiinnittää niihin huomiota.

Median vaikutus päättäjien ratkaisuihin voi riippua siitä, millaisesta asiasta on kysymys. Kumpiin seuraavista medialla on mielestänne suurempi vaikutus?

A B En osaa sanoa

A) Yksittäisiin ja konkreettisiin asioihin VAI B) Hallinnonalojen pitkäjänteiseen kehitykseen

A) Moraalisiin ja periaatteellisiin kysymyksiin VAI B) Käytännöllisiin, ei-periaatteellisiin kysymyksiin

A) Asioihin, joista päättäjät ovat yksimielisiä VAI B) Asioihin, joista päättäjät ovat erimielisiä

Journalismi ja poliittinen julkisuus

Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä?

1 = Täysin samaa mieltä, 2 = Jokseenkin samaa mieltä, 3 = Jokseenkin eri mieltä, 4 = Täysin eri mieltä

1 2 3 4 En
osaa
sanoa

Asiajournalismi viihteellistyy ja "vaikeat" ja "raskaat" aiheet jäävät syrjään.

Journalismi etsii kiistanalaisia yksityiskohtia eikä hahmota kokonaisuuksia, jotka tekisivät yksityiskohdat ymmärrettäviksi.

Journalismi esittää kulloisestakin asiasta mahdollisimman monipuolisen ja realistisen kuvan.

Julkisuudessa käytävä keskustelu liittyy yhä vähemmän varsinaiseen päätöksentekoon.

Mauno Koivisto oli oikeassa verratessaan journalisteja sopulilaumaan.

Journalismi välttelee vallanpitäjille kiusallisia kysymyksiä.

Julkisessa keskustelussa osapuolet ymmärtävät usein tahallaan hieman väärin toistensa lausuntoja.

Journalismi virittää monipuolista julkista keskustelua jo asioiden valmisteluvaiheessa.

Joukkotiedotusvälineiden suhtautuminen eri energiamuotojen käyttöön vaikuttaa merkittävästi maamme energiapolitiikan muotoutumiseen.

Mitä seuraavista suomalainen journalismi mielestänne heijastaa eniten?

Kansalaisten käsityksiä ja arvoja

Päättäjien käsityksiä ja arvoja

Journalistisen median omia kriteereitä ja arvoja

En osaa sanoa

Kommentteja?

Seuraavaan voitte kirjoittaa mitä tahansa näkemyksiänne tästä tutkimuksesta tai sen teemoista. Voitte myös täsmentää tai perustella antamianne vastauksia.

Tietojen lähetys

Kiitos vastauksestanne!

Järjestelmänä Eduix E-lomake 3.1, www.e-lomake.fi