

Suomalaisten mielenmaisema suomalaisuudesta

TUTKIMUSRAPORTTI
Ajatuspaja Alkio

The logo for Ajatuspaja Alkio is a dark teal, rounded leaf-like shape. It contains the text "Ajatuspaja Alkio" in white, bold, sans-serif font, centered within the shape.

Ajatuspaja
Alkio

Ajatuspaja
Alkio

Sisällys

Kuka kelpaa suomalaiseksi?	4
Näkemykset suomalaisuudesta, maahanmuutosta ja kotimaisuudesta	7
Yhteenveto	18

Tutkimuksen perustiedot

- Tutkimus tehtiin Ajatuspaja Alkion toimeksiannosta.
- Vastaajien lukumäärä: 2681, joista keskiluokkaan koodattuja 912 ja muita 1769.
- Keruu aika: 13.1.–18.1.2023
- Statuspohjaisen keskiluokan määritelmä tutkimuksessa

Kaikki kriteerit täytyttävä:

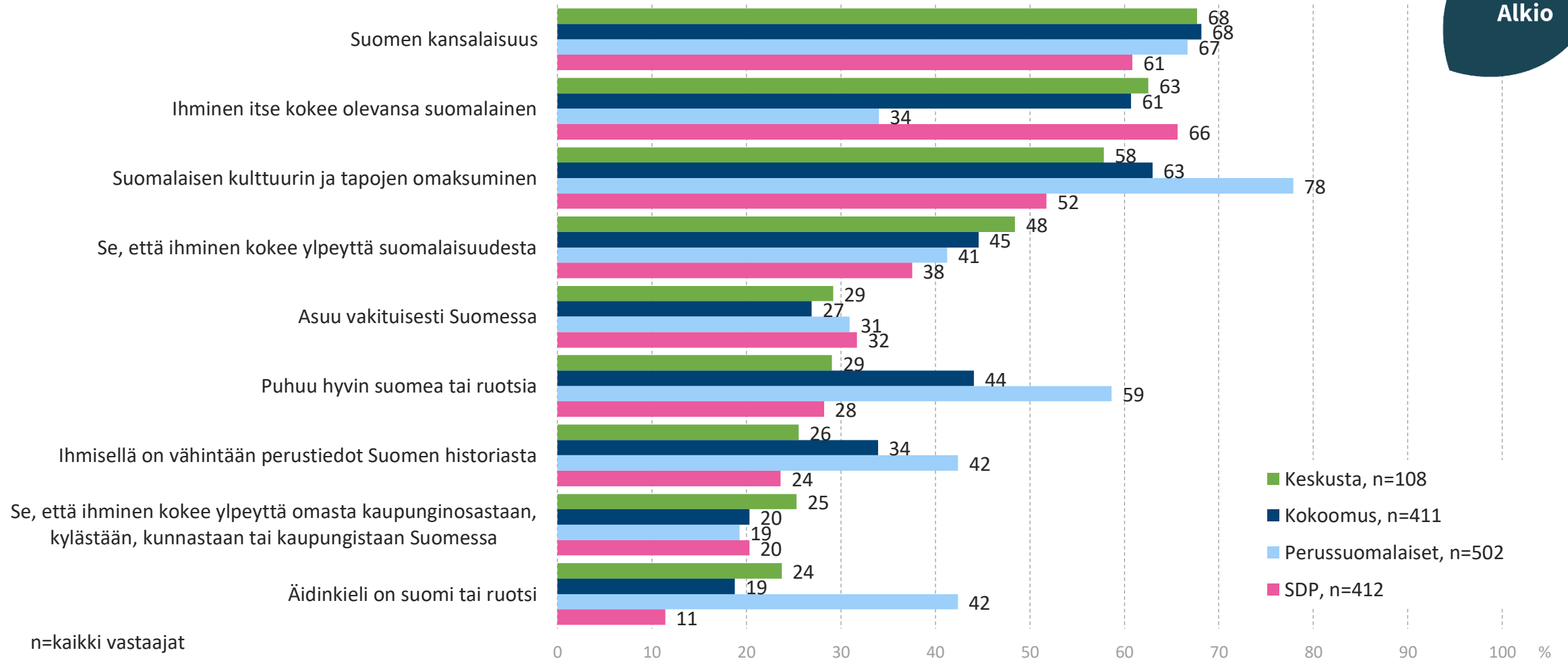
1. 25-65-vuotias
2. koulutustasona yliopisto, AMK tai vanha opistotason koulutus
3. Kotitalouden tämänhetkinen taloustilanne: tulee erinomaisesti tai melko mukavasti toimeen
4. Ammatti/asema ei saa olla työntekijä eikä eläkeläinen eikä opiskelija

Kuka kelpaa suomalaiseksi?

Ajatuspaja
Alkio

Suomalaisuuden määrittämisessä korostuvat eniten Suomen kansalaisuus, kokemus suomalaisuudesta ja suomalaisen kulttuurin ja tapojen omaksuminen

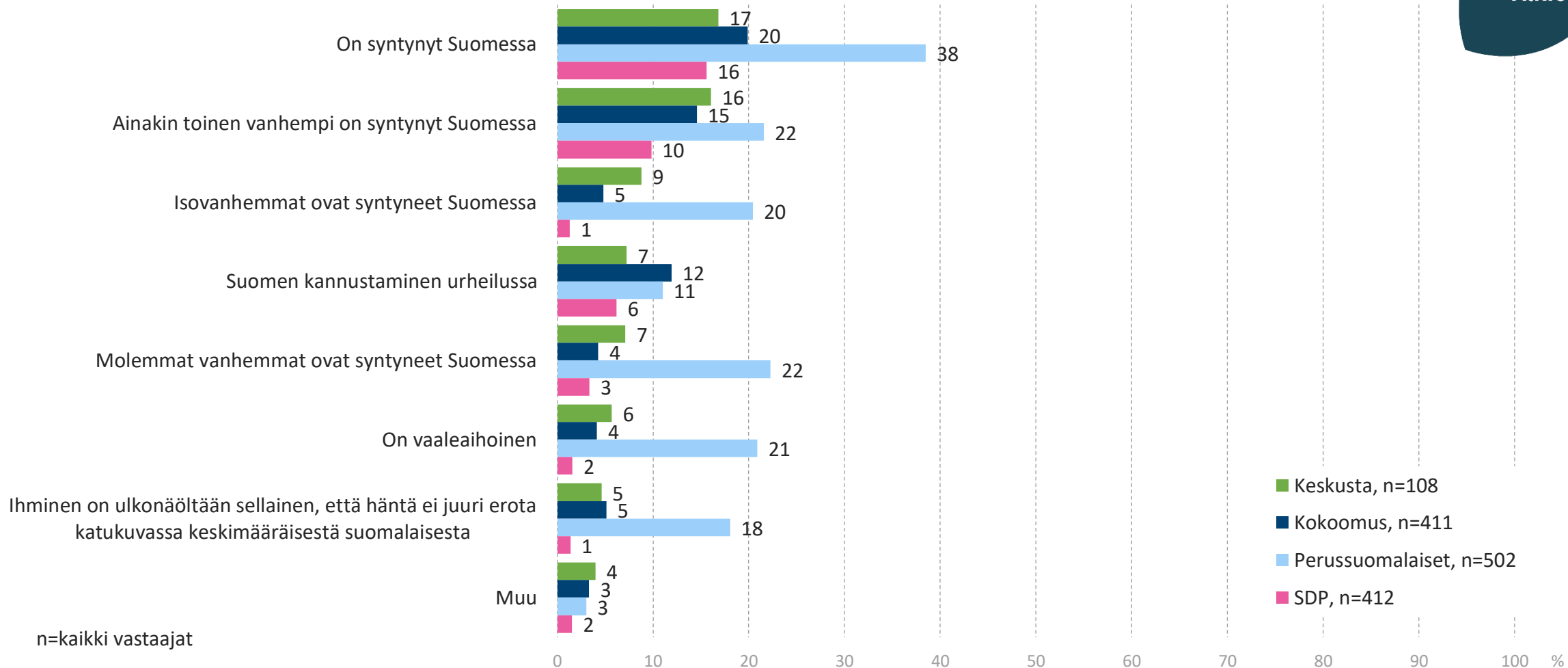
Minkä kriteerien pitää ainakin täytyä, että joku henkilö on mielestäsi suomalainen?



n=kaikki vastaajat

Osa perussuomalaisista asettaa suomalaisuudelle etnisesti hyvin poissulkevia kriteerejä

Minkä kriteerien pitää ainakin täytyä, että joku henkilö on mielestäsi suomalainen?



n=kaikki vastaajat

Ajatuspaja
Alkio

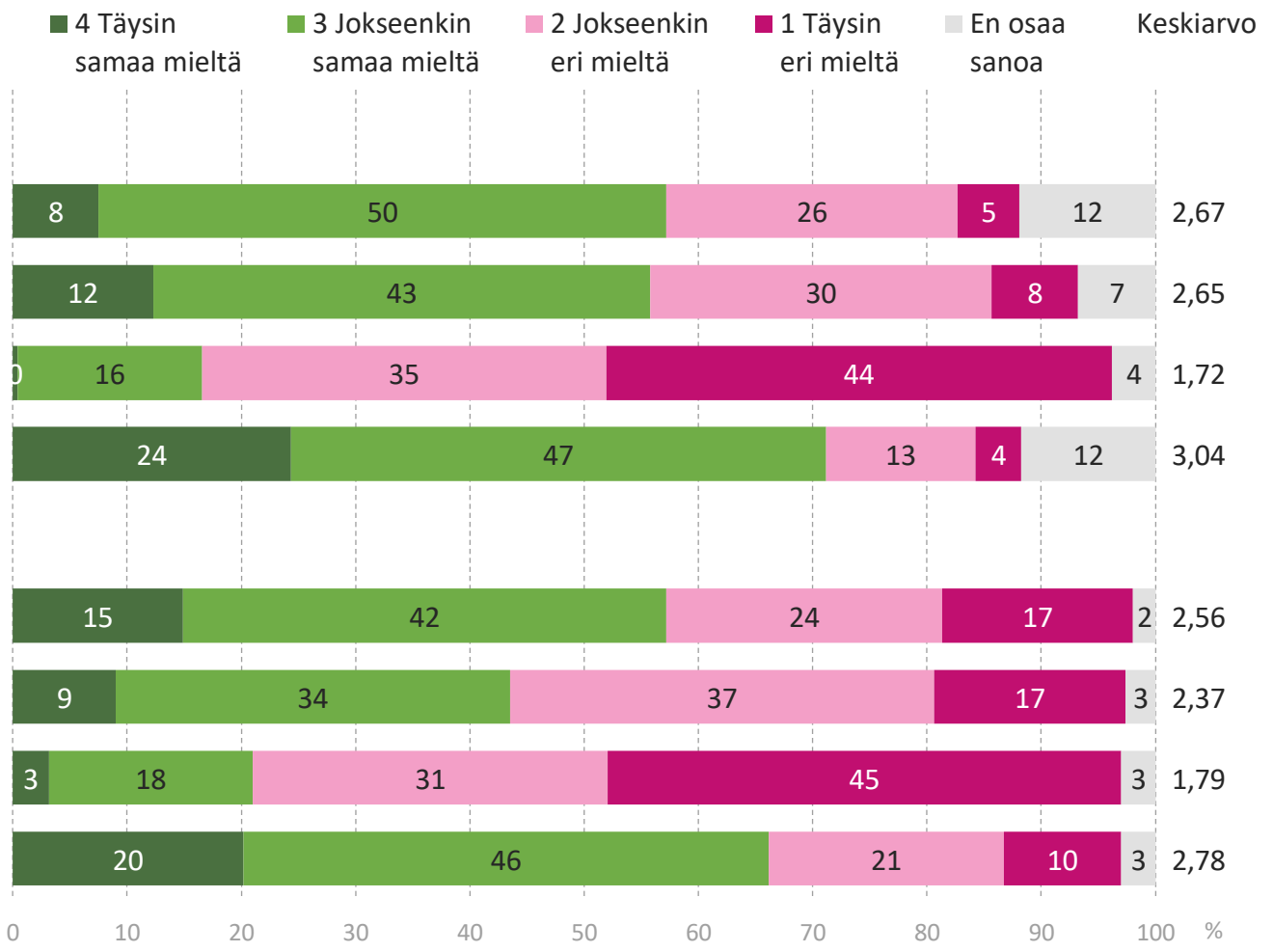
Näkemykset
suomalaisuudesta,
maahanmuutosta ja
kotimaisuudesta



SDP:n ja Keskustan kannattajat ajattelevat Kokoomuksen ja PS:n kannattajia useammin, että kaikki ihmiset maailmassa ovat pohjimmiltaan samanlaisia

On hyvä asia, että maahamme muuttaneet tuovat suomalaisuuteen uusia piirteitä

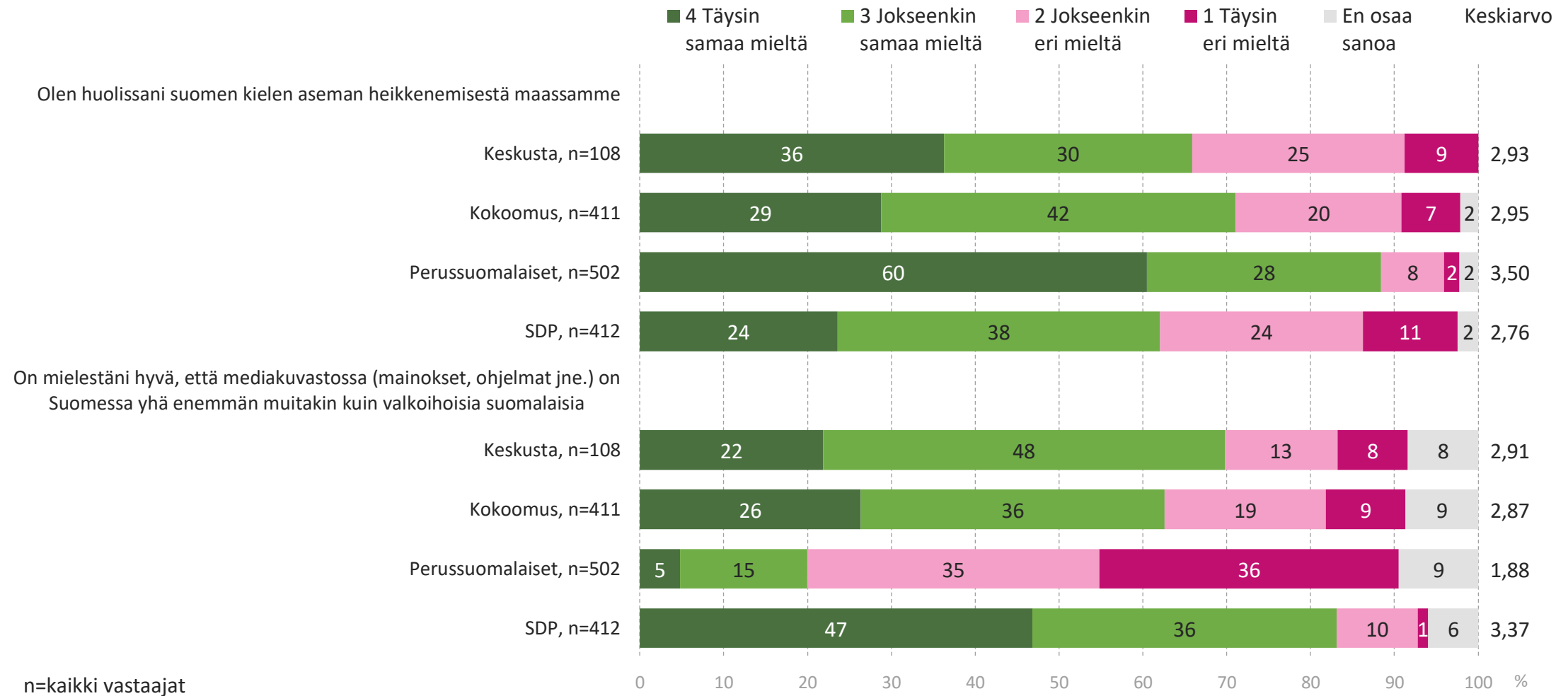
Kaikki ihmiset maailmassa ovat pohjimmiltaan hyvin samanlaisia



n=kaikki vastaajat



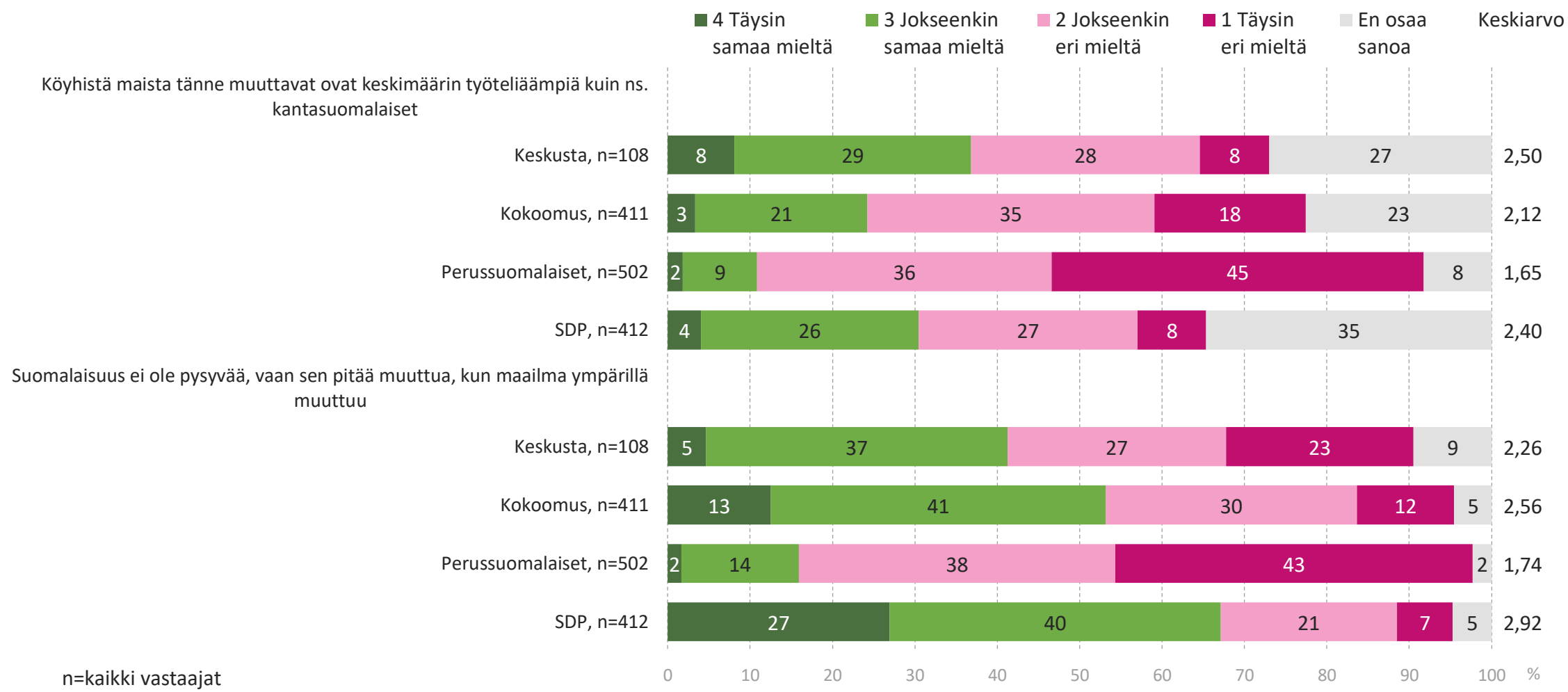
Valtaenemmistö SDP:n, Keskustan ja Kokoomuksen kannattajista pitää hyvänä asiana sitä, että mediakuvastossa on yhä enemmän muitakin kuin valkoihoisia suomalaisia – PS:ssä osuus 20 prosenttia



n=kaikki vastaajat



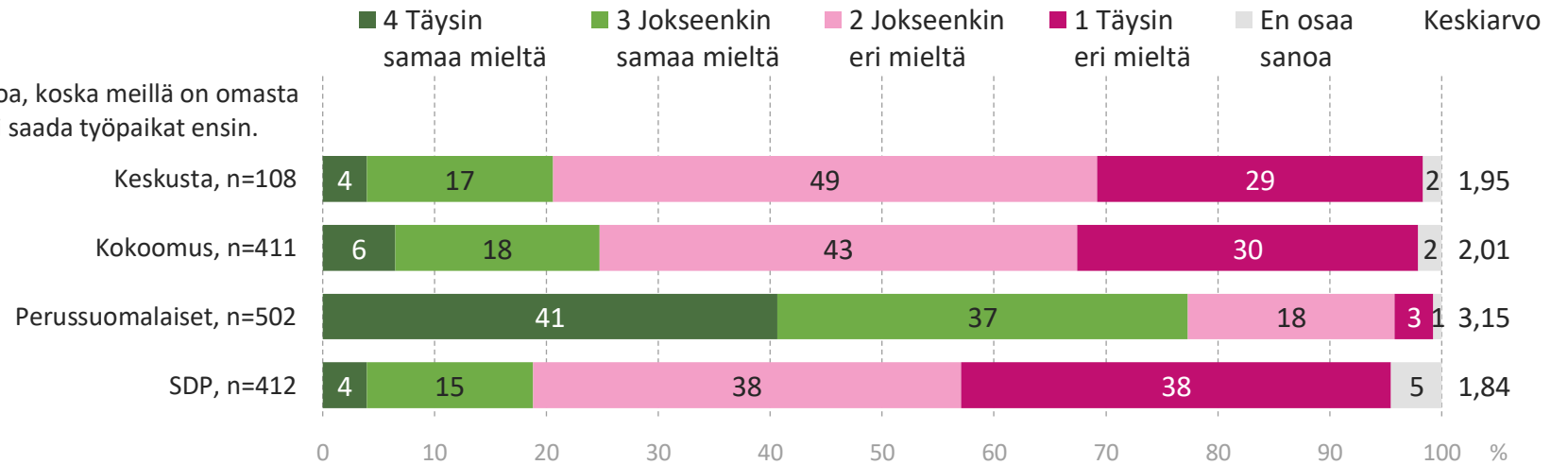
Keskustan kannattajat ajattelevat SDP:n, Kokoomuksen ja PS:n kannattajia useammin, että köyhistä maista Suomeen muuttavat ovat työteliäämpiä kuin niin sanotut kantasuomalaiset



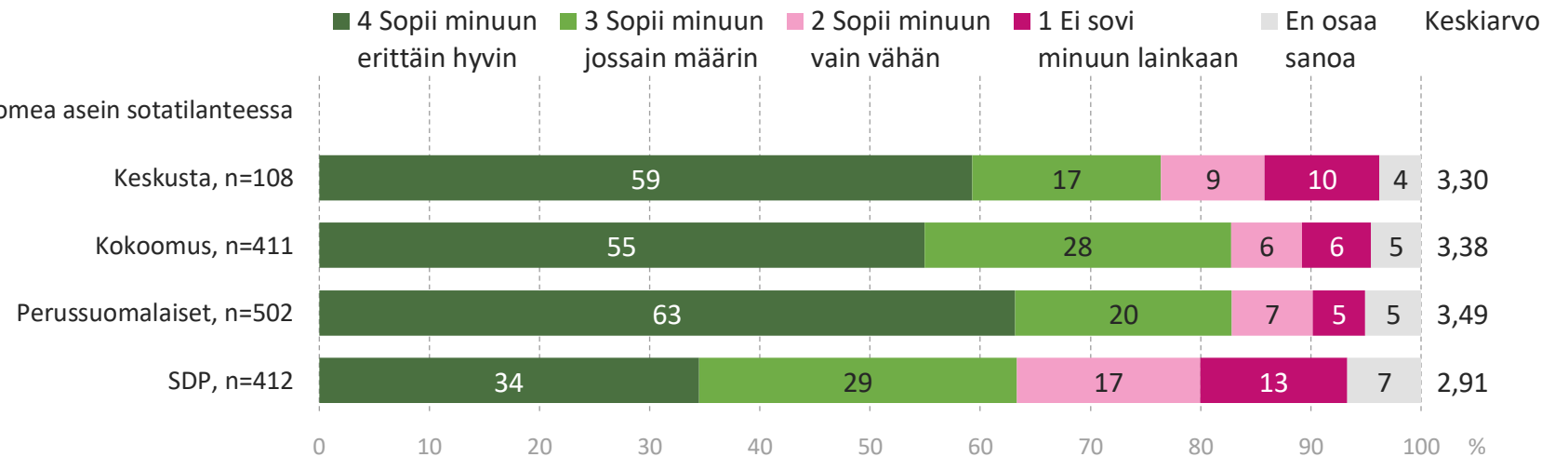


Valmius puolustaa Suomea asein sotatilanteessa on laajasti jaettu

Suomi ei tarvitse lisää työperäistä maahanmuuttoa, koska meillä on omasta takaa satojatuhansia työttömiä ja heille pitäisi saada työpaikat ensin.



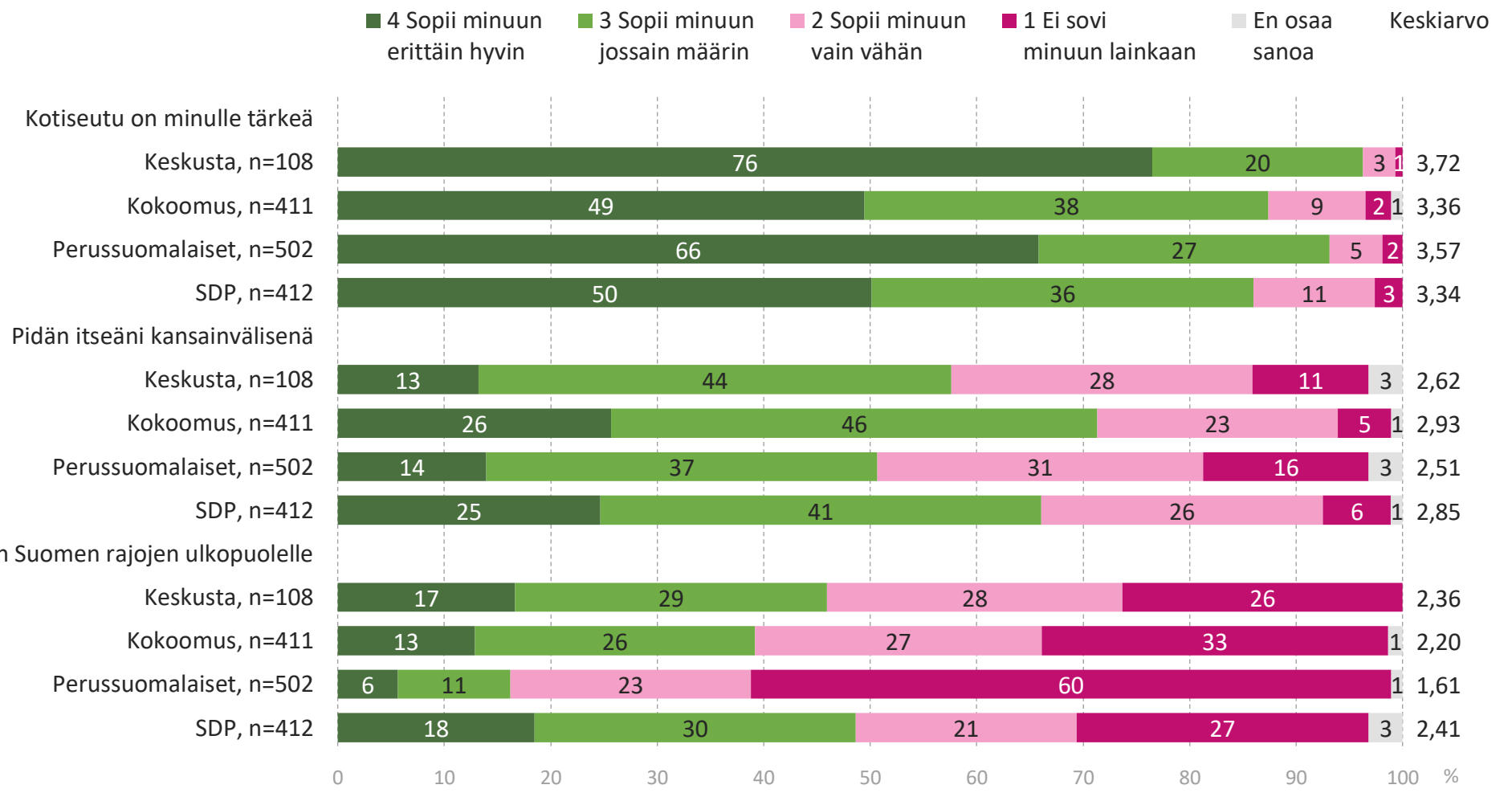
Olen valmis puolustamaan Suomea asein sotatilanteessa



n=kaikki vastaajat



Kokoomuksen ja SDP:n kannattajat pitävät itseään Keskustan ja Perussuomalaisien kannattajia useammin kansainvälisinä

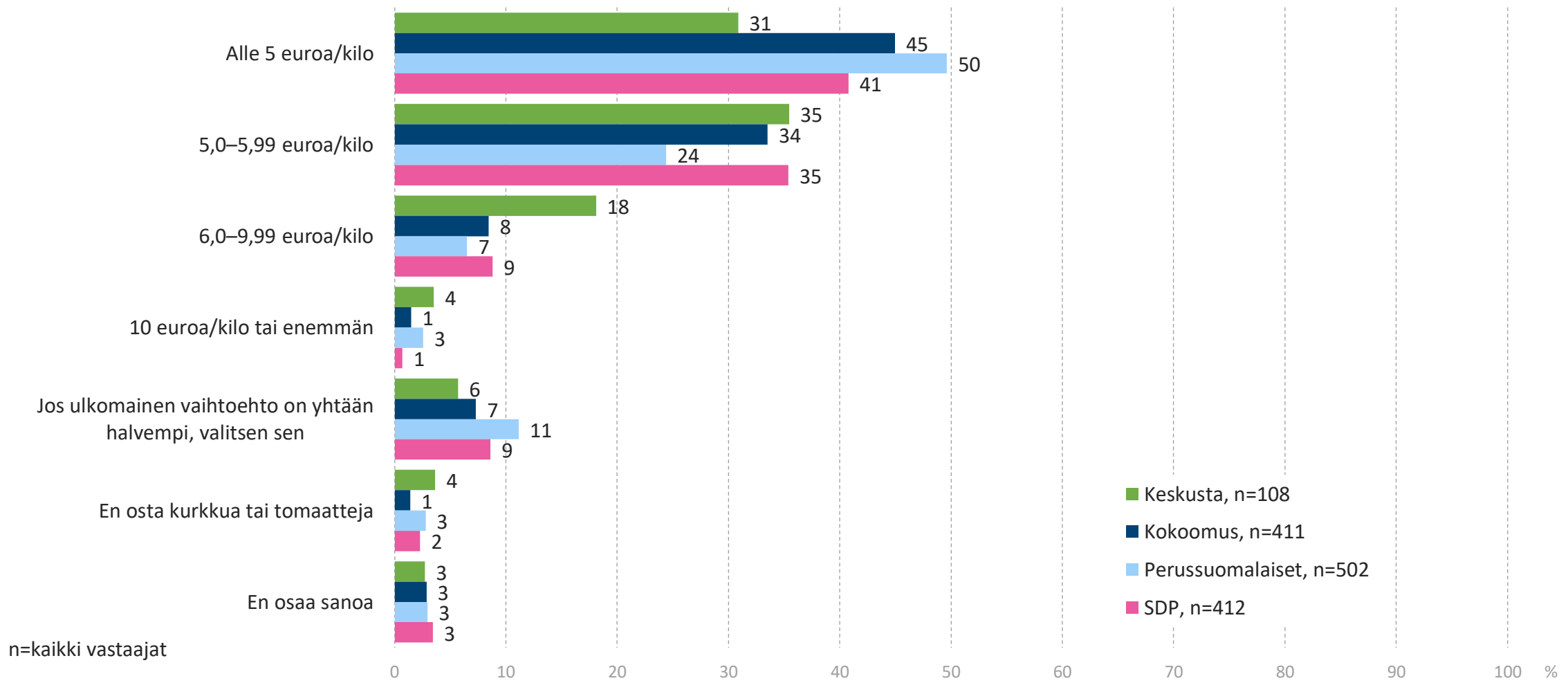


n=kaikki vastaajat



Keskustan kannattajat ovat muita valmiimpia maksamaan kotimaisista vihanneksista enemmän

Otetaan esimerkiksi kaupan hedelmä- ja vihannesosasto, jossa ulkomaisen kurkun tai tomaatin kilohinta on 3 euroa: Kuinka paljon kotimaassa tuotettu kurkku/tomaatti saisi tässä tilanteessa maksaa, jotta valitsisit sen ostoskoriisi?

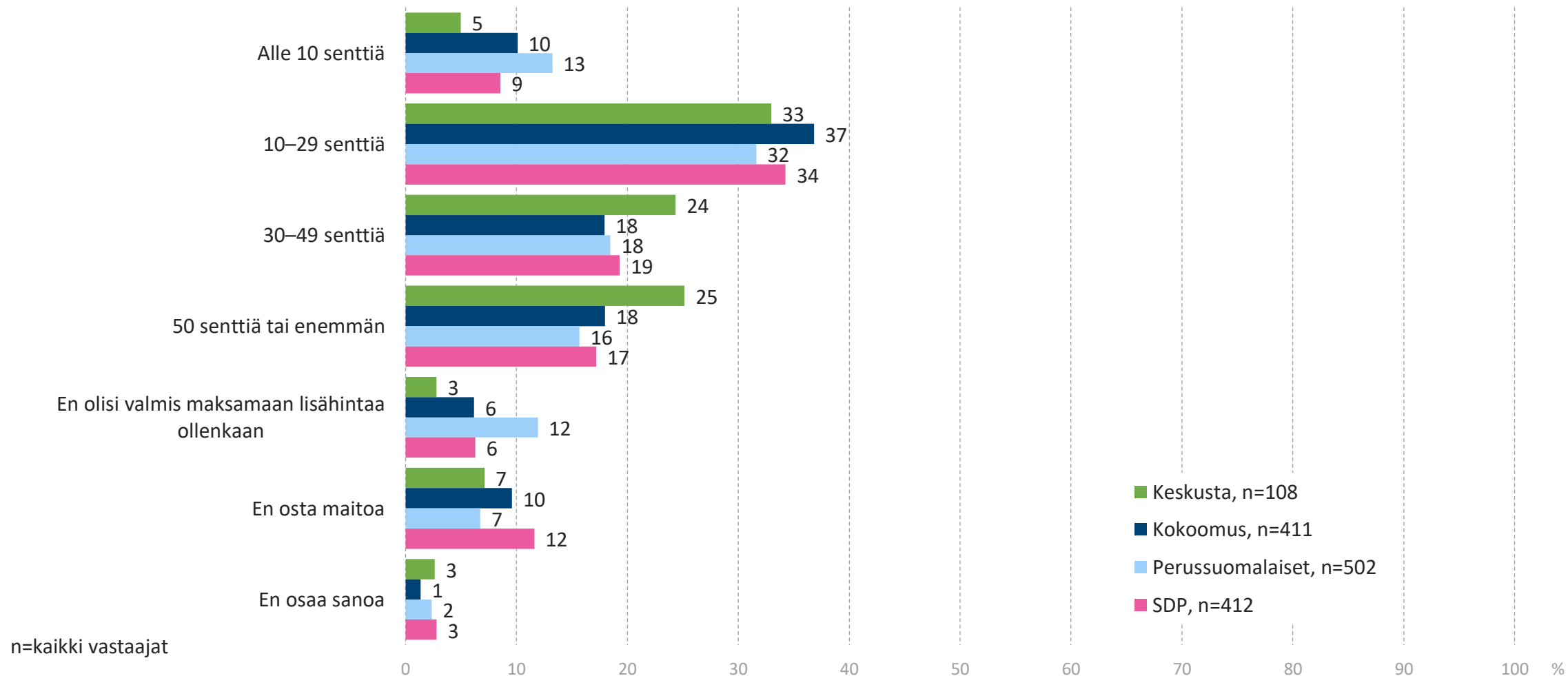


n=kaikki vastaajat



Keskustan kannattajat ovat muita valmiimpia maksamaan maidosta enemmän, jos lisähinta menisi maidontuottajalle

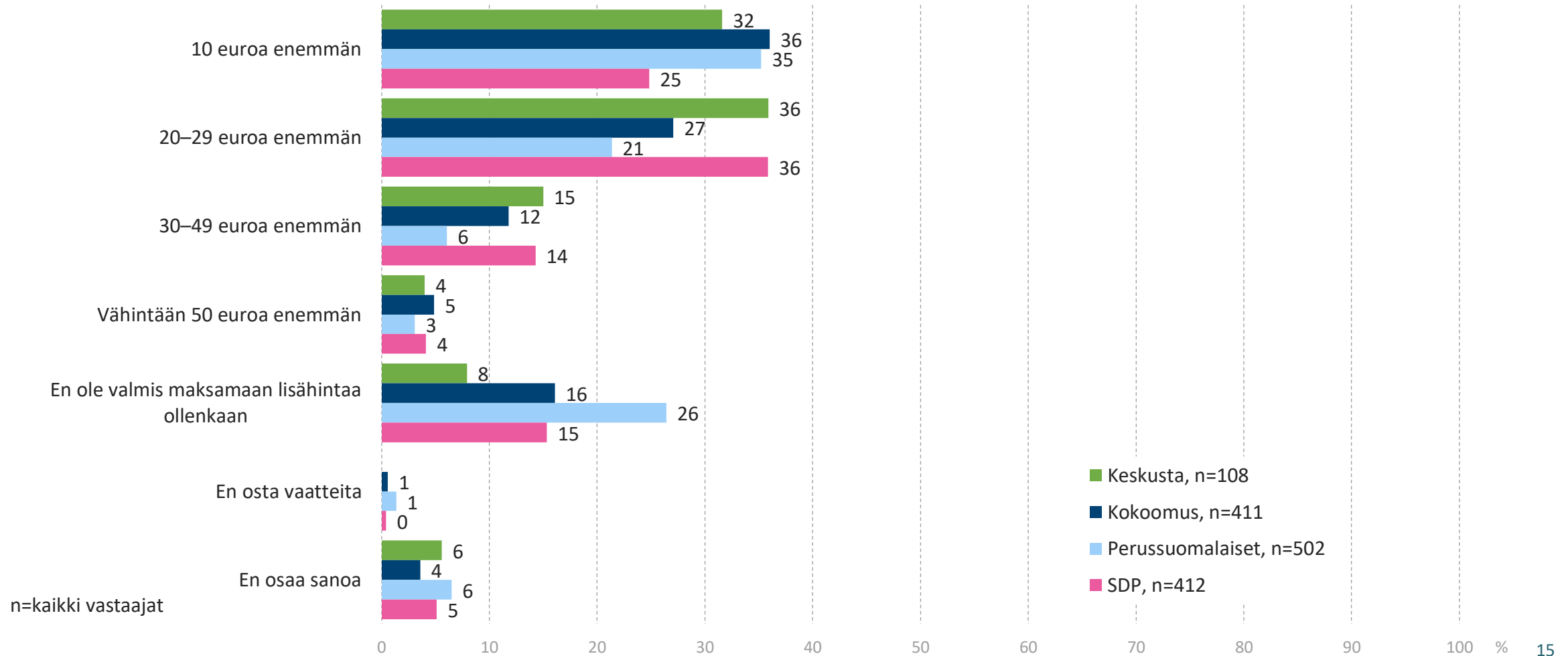
Litra kevytmaitoa maksaa tällä hetkellä halvimmillaan noin euron. Kuinka paljon enemmän olisit valmis maksamaan maitolitrasta, jos voisit olla varma, että lisähinta menee kokonaan maidontuottajalle?





Perussuomalaisien kannattajat ovat vähiten auliimpia maksamaan Suomessa valmistetusta paidasta enemmän kuin ulkomailla valmistetusta paidasta

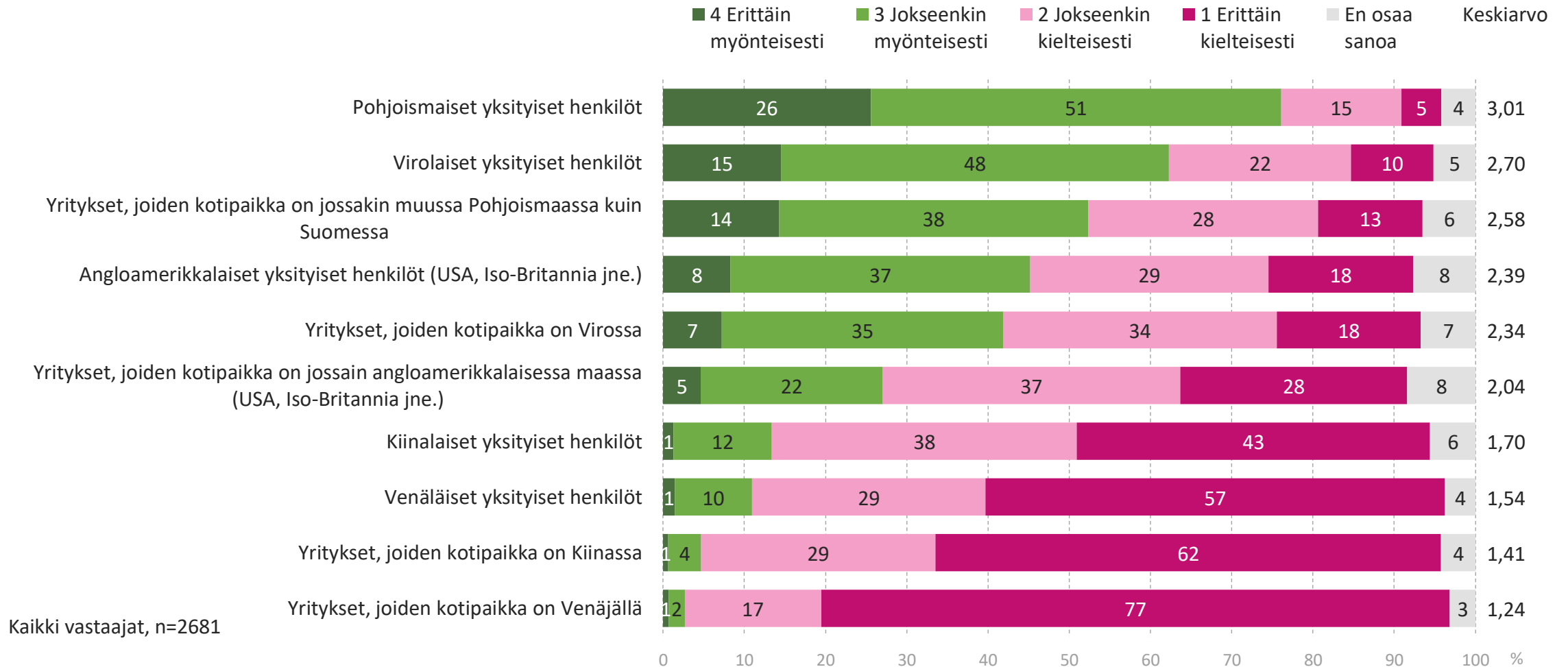
Ulkomailla valmistettu paita maksaa kaupassa 39 euroa. Kuinka paljon enemmän olet valmis maksamaan Suomessa tehdystä samanlaisesta tuotteesta?





Venäläisten ja kiinalaisten maanomistus ja kiinteistöjen omistus Suomessa saa täystyrmäyksen

Kuinka myönteisesti tai kielteisesti suhtaudut seuraavien toimijoiden mahdollisuuteen omistaa Suomessa maata tai kiinteistöjä?



Kaikki vastaajat, n=2681

Keskiluokka suhtautuu suomalaisuuteen kauttaaltaan muuta väestöä hieman avarakatseisemmin

Ajatuspaja
Alkio

- Statuspohjainen keskiluokka suhtautuu suomalaisuuden kriteereihin hieman avarakatseisemmin kuin muu väestö. Erot eivät ole kuitenkaan kovin suuria.
- Suurimmat erot muodostuvat suhteessa suomalaisuuden staattisuuteen/dynaamisuuteen. Keskiluokkaiset ovat muita useammin sitä mieltä, että suomalaisuuden tulee muuttua, kun maailma ympärillä muuttuu.
- Keskiluokkaiset ihmiset myös kokevat keskimääräistä useammin itsensä kansainväliseksi ja he ovat matkanneet enemmän erilaisissa kulttuureissa ja länsimaiden ulkopuolella
- Lisäksi keskiluokka puoltaa muuta väestöä useammin sitä, että ulkomaiset tahot voivat omistaa Suomessa maata, metsää tai vesialueita.

Yhteenvedo

Ajatuspaja
Alkio



Yhteenveto: puolueiden kannattajakunta ja suomalaisuus

- Puolueiden kannattajien asemoituminen suomalaisuutta koskevissa asiakysymyksissä on varsin selväpiirteistä.
- Vasemmistoliiton ja Vihreiden kannattajat ovat kaikkein inklusiivisimpia: heille suomalaisuuteen riittää se, että henkilö kokee itse olevansa suomalainen ja he haluavat, että Suomi kaikin tavoin luopuisi poissulkevista elementeistä. He eivät ole myöskään yhtä huolissaan perinteisen suomalaisten elementtien, kulttuurin ja kielen säilymisestä kuin muut. SDP-kannattajat ovat keskimääräistä inklusiivisempia, mutta ero Vasemmistoliiton ja Vihreiden kannattajiin on selkeä.
- Keskustan äänestäjillä on vihervasemmistoa perinteisempi käsitys suomalaisuudesta ja monin paikoin samanlainen käsitys kuin Kokoomuksen kannattajilla. Joitakin eroja silti on: Kokoomuksen kannattajat korostavat enemmän hyvän kielitaidon ja historiantuntemuksen merkitystä suomalaisuuden kriteereissä ja Keskustan kannattajat korostivat enemmän ylpeyttä maasta ja kotikonnuista.
- Keskustan kannattajat kokevat Kokoomuksen kannattajia useammin, että kaikki ihmiset maailmassa ovat pohjimmiltaan samanlaisia ja Keskustan kannattajien keskuudessa on yleisempää ajatella, että köyhistä maista Suomeen tulevat ovat keskimäärin työteliäämpiä kuin ns. kantaväestö.
- Perussuomalaisten näkemykset heijastavat kiinnittymistä perinteiseen Suomeen, joka ei saisi muuttua maailman muuttuessa. Viidesosalla sen kannattajista on etnisestikin äärimmäisen poissulkeva ajatusmaailma suomalaisuudesta, ja vastaavasti noin viidesosa suhtautuu jossain määrin myötämielisesti muualta tuleviin ihmisiin. Väliin jäävä massa edustaa hyvin kielteistä näkemystä maahanmuutosta koko äänestäjäkuntaan verrattuna.

Ajatuspaja
Alkio

Liitteet



LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

% -luku, joka tuli tulokseksi	VASTAAJAMÄÄRÄ															
	25	50	75	100	150	200	250	300	400	500	600	800	1000	2000	3000	5000
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2 tai 98	±5,6	±4,0	±3,2	±2,8	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±1,1	±0,98	±0,9	±0,61	±0,51	±0,4
3 tai 97	±6,8	±4,9	±3,9	±3,4	±2,8	±2,4	±2,2	±2,0	±1,7	±1,5	±1,4	±1,2	±1,1	±0,75	±0,62	±0,49
4 tai 96	±7,8	±5,6	±4,5	±3,9	±3,2	±2,8	±2,5	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±0,86	±0,71	±0,56
5 tai 95	±8,7	±6,2	±5,0	±4,4	±3,6	±3,1	±2,7	±2,5	±2,2	±2,0	±1,8	±1,5	±1,4 ¹	±0,96	±0,79	±0,62
6 tai 94	±9,5	±6,8	±5,5	±4,8	±3,9	±3,4	±3,0	±2,8	±2,4	±2,1	±2,0	±1,7	±1,5	±1,0	±0,87	±0,68
8 tai 92	±10,8	±7,7	±6,2	±5,4	±4,4	±3,8	±3,4	±3,1	±2,7	±2,4	±2,2	±1,9	±1,7	±1,2	±0,99	±0,77
10 tai 90	±12,0	±8,5	±6,9 ^{3b}	±6,0	±4,9 ^{3a}	±4,3	±3,8	±3,5	±3,0	±2,7	±2,5	±2,1	±1,9	±1,3	±1,1	±0,85
12 tai 88	±13,0	±9,2	±7,5	±6,5	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,3	±2,9	±2,7	±2,3	±2,1	±1,4	±1,2	±0,92
15 tai 85	±14,3	±10,1	±8,2	±7,1	±5,9	±5,1	±4,5	±4,1	±3,6	±3,2	±2,9	±2,5	±2,3	±1,6	±1,3	±1,0 ²
20 tai 80	±16,0	±11,4	±9,2	±8,0	±6,6	±5,7	±5,0	±4,6	±4,0	±3,6	±3,3	±2,8	±2,5	±1,8	±1,4	±1,1
25 tai 75	±17,3	±12,3	±10,0	±8,7	±7,1	±6,1	±5,5	±5,0	±4,3	±3,9	±3,6	±3,0	±2,8	±1,9	±1,6	±1,2
30 tai 70	±18,3	±13,0	±10,5	±9,2	±7,5	±6,5	±5,8	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,2	±2,9	±2,0	±1,7	±1,3
35 tai 65	±19,1	±13,5	±11,0	±9,5	±7,8	±6,8	±6,0	±5,5	±4,8	±4,3	±3,9	±3,3	±3,1	±2,1	±1,7	±1,4
40 tai 60	±19,6	±13,9	±11,3	±9,8	±8,0	±7,0	±6,2	±5,7	±4,9	±4,4	±4,0	±3,4	±3,1	±2,2	±1,8	±1,4
45 tai 55	±19,8	±14,1	±11,4	±9,9	±8,1	±7,0	±6,2	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4
50 tai 50	±20,0	±14,2	±11,5	±10,0	±8,2	±7,1	±6,3	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4

Esimerkki 1

Jos tuhannesta vastaajasta 5 % on ostanut tuotetta, on virhemarginaali ±1,4 prosenttiyksikköä. Koko väestössä on siis 95 %:n luotettavuustason mukaan 3,6–6,4 % tuotetta ostaneita.

Esimerkki 2

Oletetaan ennen tutkimusta, että tuotteen markkinaosuus on noin 15 %. Halutaan selvittää asia ±1 prosenttiyksikön tarkkuudella. Tutkimukseen tarvitaan 5000 vastaajaa.

Esimerkki 3

a) Tuhannen vastaajan joukossa 15–19-vuotiaita on 150, ja näistä 10 % ilmoittaa ostavansa säännöllisesti tuotetta X. Todellinen ostajien osuus 95 %:n luotettavuustasolla on 10 % ±4,9 eli 5,1–14,9 %.

b) Jos otoskoko olisi puolta pienempi eli 500, 15–19-vuotiaita vastaajia olisi 75 ja todellinen ostajien osuus olisi 10 % ±6,9 eli 3,1–16,9 %.

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

p = 50 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,8						
250	11,6	8,8					
500	10,7	7,6	6,2				
750	10,4	7,2	5,7	5,1			
1000	10,3	6,9	5,4	4,7	4,4		
1500	10,1	6,7	5,1	4,4	4,0	3,6	
2000	10,0	6,6	4,9	4,2	3,8	3,4	3,1

p = 40 tai 60 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,6						
250	11,4	8,6					
500	10,5	7,4	6,1				
750	10,2	7,0	5,5	5,0			
1000	10,1	6,8	5,2	4,6	4,3		
1500	9,9	6,6	5,0	4,3	3,9	3,5	
2000	9,8	6,4	4,8	4,1	3,7	3,3	3,0

p = 30 tai 70 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	12,7						
250	10,6	8,0					
500	9,8	7,0	5,7				
750	9,6	6,6	5,2	4,6			
1000	9,4	6,3	4,9	4,3	4,0		
1500	9,3	6,1	4,6	4,0	3,7	3,3	
2000	9,2	6,0	4,5	3,8	3,5	3,1	2,8

p = 20 tai 80 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	11,1						
250	9,3	7,0					
500	8,6	6,1	5,0				
750	8,3	5,7	4,5	4,1			
1000	8,2	5,6	4,3	3,8	3,5		
1500	8,1	5,3	4,1	3,5	3,2	2,9	
2000	8,0	5,3	3,9	3,4	3,0	2,7	2,5

p = 10 tai 90 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	8,3						
250	7,0	5,3					
500	6,4	4,5	3,7				
750	6,3	4,3	3,4	3,0			
1000	6,2	4,2	3,2	2,8	2,6		
1500	6,1	4,0	3,0	2,6	2,4	2,2	
2000	6,0	3,9	2,9	2,5	2,3	2,0	1,9

Näiden taulukoiden avulla voidaan arvioida eri-suuruisten otosten ja eri tutkimusten avulla saatujen prosenttilukujen erotusten merkitsevyyttä.

Taulukoista valitaan aina se, jossa p (=prosenttiluku) on lähinnä saatua tulosta/osuutta.

ESIMERKKI

Tehtiin kaksi eri tutkimusta eri aikoina. Toisessa oli 250 vastaajaa ja toisessa 1000. Tuotteen markkina-osuus oli pienemmässä tutkimuksessa 37 % ja suuremmassa 35 %.

Tarkasteluun valitaan taulukko p = 40 tai 60 %, koska saadut tulokset ovat kaikkein lähimpänä sitä. Taulukosta katsotaan luku otoskokojen 1000 ja 250 risteyskohdasta. Tässä tapauksessa tulosten eron merkitsevyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkitsevä.