

FSD3749 SUOMALAISTEN ARVOT JA ARKIELÄMÄ 2015

FSD3749 FINNISH VALUES AND EVERYDAY LIFE 2015

Tämä dokumentti on osa yllä mainittua Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon arkistoitua tutkimusaineistoa.

Dokumenttia hyödyntävien tulee viitata siihen asianmukaisesti lähdeviitteellä.

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

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

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

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

Tämä on uusi versio 'Suomalaisten arvot ja arkielämä' -aineisto Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon -dokumentista.

Erot versioon 22.4.2024:

- Lähdeluettelosta poistettu viittaukset Martti Puohiniemen Suomalaisen arvomaailman muutos, globalisaatio ja ajan henki -kirjan aikaisempiin painoksiin.
- Tutkimusaineiston esittelyteksti korvattu.
- Täsmennetty Huomautus kirjallisuus- ja musiikkimakujen vertailukelpoisuudesta 2001, 2005 ja 2015-kappaletta. Merkitty taulukkoon 3 vuosien 2001, 2005 ja 2015 sisältökuvauksiin lihavoinnilla musiikki- ja kirjallisuuskysymysten kohdalle huomautus, etteivät vuosien 2001 ja 2005 tulokset ole vertailukelpoisia vuoden 2015 kysymyssarjan kanssa.

Erot versioon 7.3.2023: Lisätty Huomautus kirjallisuus- ja musiikkimakujen vertailukelpoisuudesta 2001, 2005 ja 2015-kappale ja tehty vastaavia tarkennuksia taulukkoon 3.

Puohiniemi, Martti 8.5.2024

'Suomalaisten arvot ja arkielämä' -aineisto Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon

Johdanto

'*Suomalaisten arvot ja arkielämä*' -aineisto on arkistoitu ilman henkilötietoja pysyvästi Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon. Arkistoitava aineisto on koottu suomalaista arvomaailmaa ja sen muutoksia analysoivassa A3-tutkimuksessa kysely- ja haastattelumenetelmällä vuosina 1991-2015. Tutkimus perustuu Schwartzin (1992) arvoteoriaan ja arvomittaukset on tehty *Schwartz's Value Survey*-arvomittarilla (SVS). Tutkimuksen aikasarja on kerätty kysely- ja haastattelumenetelmällä kansallisina satunnaisnäytteinä. Aineiston avulla voidaan yhdistää arvot ja arvomuutokset sekä yhteiskunnallisiin trendeihin että arkielämän ilmiöihin ja kulutuskäyttäytymiseen. Koko tutkimushanke on nyt arkistoitua '*Suomalaisten arvot ja arkielämä*' -aineiston aikasarjaa laajempi. Se on syntynyt vuonna 1980 alkaneen ja yli 40 vuotta kestäneen arvo- ja asennetutkijan työurani aikana keräämistäni aineistoista ja niiden analyyseista. Arkistoitu arvoaineisto koostuu vertailukelpoisin menetelmin kerätystä, 24 vuoden mittaisesta, viiden itsenäisen tutkimuksen (1991, 1999, 2001, 2005 ja 2015; N=7095) muodostamasta aikasarjasta. Aineisto on koottu voimakkaan yhteiskunnallisen muutoksen aikana. Lomakkeita on päivitetty tutkimusten välillä, jotta tavoitetaan eri aikakausia kuvaavat uudet yhteiskunnalliset esim. teknologiaan ja ympäristönsuojeluun liittyvät ilmiöt.

A3-tutkimuksen nimi juontuu käsitekolmikosta *arvot, asenteet ja ajan kuva*, jonka elementit suhteutin muuttuvan maailman "kuohuntaan" eräässä artikkelissani (Puohiniemi, 1996). Saman kolmikoston nostin ensimmäisen tästä aineistosta kirjoittamani kirjan (Puohiniemi, 2002) nimeksi. Kirja keskittyi vuosien 1991-2001 välillä tapahtuneeseen arvomuutokseen. A3-lyhenne jäi elämään kirjasarjan nimessä ja aineiston keruussa käytetyssä tutkimuksessa. Kirjasarjan toisen osan, ajanjaksoon 2001-2005 keskittyvän *Täsmäelämän ja uusyhteisöllisyyden ajan*, julkaisin neljä vuotta myöhemmin (Puohiniemi, 2006). Kirjasarjan kolmas osa, *Suomalaisen arvomaailman muutos, globalisaatio ja ajan henki* (Puohiniemi, 2024) täydensi kirjasarjan A3-trilogiaksi. Trilogian päätösosa poikkesi kahdesta aikaisemmasta siten, että laajensin sen aikasarjaa taaksepäin vuoteen 1981 asti Kantar TNS:n Risc Monitor-aineiston avulla. 1980-luvun arvomuutokset estimoin asenneväittämien avulla. Näin tavoitin yhteiskunnallisen muutoksen kannalta kiinnostavan ajanjakson, 1981-2015, liberaalin demokratian nousukauden (Fukuyama, 2020) alusta loppuun. Trilogian päätösosa on ainoa kokonaisuus '*Suomalaisten arvot ja arkielämä*' -aineiston kattaman ajanjakson 1991-2015 arvomuutoksista ja niiden yhteyksistä tutkittuihin yhteiskunnallisiin ilmiöihin, aineiston keruusta ja tutkimuksessa käytetyistä menetelmistä.

Kaikkea A3-hankkeessa kertynyttä aineistoa ei arkistoida Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon (FSD), koska osa aineistoista on kerätty vahvoihin tekijänoikeuksiin suojatuissa tutkimuksissa (koko 1980-luku ja muutamat 1991 vuoden käyttäytymistiedoista). Myös puuttuvat kyselylomakkeet estävät arkistoinnin muutamissa tapauksissa, vaikka datat olisivatkin tallessa. Näin siksi, että aineistoa käyttävien tutkijoiden kuuluu tietää, millaisessa kontekstissa ja millaisen prosessin tuloksena aineisto on kerätty. Seuraava katsaus esittelee A3-hankkeen taustan, rahoituksen, tutkimusprosessin ja antaa kokonaiskuvan nyt arkistoidusta '*Suomalaisten arvot ja arkielämä*' -aineistosta.

Urapolku asennetutkijasta arvotutkijaksi

Valmistuin vuonna 1979 sosiaalipsykologiksi Helsingin yliopistosta ja työurani aloitin tutkimusapulaisena Työterveyslaitoksen psykologian osastolla (1978-79) ja assistentin sijaisena Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitoksella (1979-80). Merkittävä käänne urapolullani oli siirtyminen Suomen Gallupin (nyk. Kantar TNS) tytäryhtiöön, Marketing Radariin (1980-88) kvalitatiivisen tutkimusosaston päälliköksi ja jäseneksi Monitor-asennetutkimuksen työryhmään. Monitor-tutkimus kehitettiin 1960-luvulla Yankelovichin tutkimustoitomistossa Yhdysvalloissa. Sen avulla tutkittiin asenteissa ja kulutusikäyttäytymisessä tapahtuvia muutoksia ja

ennakoitiin muutostrendejä. 1970-luvun puolivälissä Monitor-tutkimuksia alettiin tehdä myös USAn ulkopuolella (ks. Puohiniemi, 2024). Suomi oli ensimmäisten joukossa, kun itsenäiset tutkimustoimistot alkoivat ottaa sitä käyttöönsä eri maissa. Suomen ensimmäinen Monitor-tutkimus tehtiin vuonna 1975 Suomen Gallupissa, josta se siirrettiin tytäryhtiöön, Marketing Radariin, ja kehitettiin itsenäiseksi tutkimukseksi. Itselleni Monitor-tutkimuksesta tuli työpaikoista riippumaton työsuhde 19 vuoden ajaksi, 1980-1998 ja 2010-2011. Marketing Radarin lisäksi työskentelin mainostoimistoissa 1988-1991. Vuonna 1990 perustin kollegani kanssa mainostoimiston ja siitä luovuttuani oman tutkimusyrittämyksen ja aloitin väitöskirjan teon Helsingin yliopistolla.

Ennen arvotutkijaksi ryhtymistä toimin kymmenen vuoden ajan markkinointitutkijana tehden kvalitatiivisia analyyseja kulutuskäyttäytymisestä sekä analysoiden yhteiskunnallisia ilmiöitä ja trendejä asennetutkimusten avulla. Tuo ajanjakson aikana opin ymmärtämään arkielämän valintojen merkityksen tutkittaessa inhimillistä käyttäytymistä. Aikani näitä ilmiöitä tutkittuani, aloin kiinnostua yhä enemmän käyttäytymistä ohjaavista sosiaalipsykologisista tekijöistä. Näitä lähdin tutkimaan väitöstutkimuksessani. Väitelyäni (Puohiniemi, 1995) jatkoin arvotutkimusta omassa yrityksessäni ilman suurta suunnitelmaa siitä, mitä aineistollani tekisin.

A3-tutkimushanke pähkinänkuoressa

A3-tutkimushanke alkoi Suomen Akatemian 1990-1994 rahoittamasta väitöstutkimuksestani (Puohiniemi, 1995), jonka aineisto kerättiin Monitor-asennetutkimuksen (nyk. Kantar TNS:n omistama RISC Monitor) yhteydessä 1991. Täydensin väitöstutkimukseni aineistoa lisäämällä siihen yritykseni ostaman, Marketing Radarin Profil-tutkimuksessa kerätyn arvodatan (Profil, 1994). Myöhemmin lisäsin aikasarjaan myös Valtioneuvoston kanslialle ja Tilastokeskukselle tekemäni arvotutkimuksen (Puohiniemi, 1993) sekä eräälle yritykselle vuonna 1995 RISC Monitor-tutkimuksessa keräämäni julkaisemattoman SVS-arvoaineiston (ks. Puohiniemi, 2024) sekä yritykseni ostaman toisen Profil-arvodatan (Profil, 1996).

Väitelyäni jatkoin vuoden 1991 mittauksesta alkanutta arvojen aikasarjaa kaupallisena hankkeena. Keväällä 1999 lanseerasin yritykseni, Limor Oy:n kehittämän A3-tutkimuksen. Kehitystyössä hyödynsin tekemiäni arvoanalyysseja. A3-tutkimuksessa analysoitiin arvojen ja kulutuskäyttäytymisen yhteyksiä ja kerättiin tietoa suomalaisesta arvomaailmasta. Vuosina 1999-2005 tutkimuksella oli seitsemän asiakasta: Liikenneturva, Kuntien eläkevakuutus, Sanoma Media Finland, Sinebrychoff, Suomen Punainen Risti, Veho ja Yleisradio. Vuosina 1999, 2001 ja 2005 Limor Oy toteutti kolme tutkimuskierrosta A3-tutkimuksen konseptilla.

Koneen Säätiön rahoitus 2014-2018 mahdollisti vuodesta 1981 alkaneen aikasarjan jatkamisen vuoden 2015 kenttätyöllä, aineiston analysoinnin ja kirjoittamisen tieteellisiksi artikkeleiksi (Puohiniemi & Helkama, 2018; Puohiniemi & Verkasalo, 2020) sekä hankkeen tulokset yhteen kokoavaksi kirjaksi (Puohiniemi, 2024). Hankkeen julkaisut on luetteloitu kotisivullani <https://www.puohiniemi.fi/fi/cv.html>.

Limor Oy:n lopetti toimintansa 30.6.2014. Yrityksen aineellinen ja aineeton omaisuus siirtyi minulle 11.6.2020 tehdyllä kaupalla ja yritys poistettiin Kaupparekisteristä 25.1.2021. Saadessani Koneen Säätiön apurahan syksyllä 2013 päätin, että tutkimuksen valmistuttua arkistoin vertailukelpoiset aineistoni Yhteiskuntatieteelliseen tietoarkistoon. Kaikki seitsemän asiakasyritystä suostuivat siihen, että niille tässä tutkimuksessa kerätyt aineistot arkistoitiin samaan paikkaan samoin ehdoin.

Kaikista edellä mainituista, SVS-arvomittarilla kerätyistä arvoaineistoista arkistoitiin keskenään vertailukelpoiset vuosien 1991, 1999, 2001, 2005 ja 2015 aineistot. Aineistot arkistoitiin raakadatana, jossa puuttuvia tietoja ei ole korvattu. Sukupuolen, iän ja koulutuksen perusteella aineiston väestörakenteen mukaiseksi painottava painokerroin WeightSAE on laskettu valmiiksi vuosiaineistoihin (ks. syntaksi). Ennen arkistointia aineistoista on poistettu yritysten liikesalaisuuksia käsittelevät ja epäonnistuneiksi osoittautuneet kysymykset.

Arvotutkimusta yrittäjänä

Vuoden 1998 lopussa urapolkuni teki mutkan, kun alkuperäinen Monitor-asennetutkimuksen teko lopetettiin Suomessa. Minulla oli valittavani kaksi vaihtoehtoa. Jääminen RISC Monitor asiakkaiden konsultiksi tai keskittyminen Schwartzin menetelmään ja siihen kehittämiini sovelluksiin. Yritykseni taloudellinen tilanne oli hyvä, olihan Puohiniemi Ky hetken aikaa Suomen kannattavin palvelualan yritys ja luottokelpoisuudeltaan parasta AAA-luokkaa (Golden Book, 1997). Monitor-uutinen pakotti kuitenkin nopeaan toimintaan, koska liiketoimintani perusteet muuttuivat kertaheitolla. Hetkeäkään epäröimättä päätin keskittyä Schwartzin menetelmään ja kehittää sen perustalle uuden tutkimuksen. Vuoden 1999 alussa aloin jalostaa vuodesta 1996 odotetussa ollut A3-idea. Tästä noin kuukauden kuluttua oli tutkimuksella jo kaksi asiakasta. Vuoden 1999 A3-tutkimuksen kenttätyö alkoi helmikuussa. Kehitin A3-tutkimushankkeen nopeasti, mutta en tyhjästä. Se perustui kaikkeen, mitä siihen mennessä arvoista oppinut kirjallisuudesta ja omista tutkimuksista. Erityisen tärkeä oli väitöstä seurannut neljän vuoden jakso, jolloin työskentelin ”ilman suurta suunnitelmaa” tutkien intensiivisesti arvojen ja arkisten ilmiöiden sekä yhteiskunnallisten ilmiöiden välisiä yhteyksiä sekä näissä tapahtuvia muutoksia. En pyrkinyt julkaisemaan tuloksiani, mutta olin vakuuttunut, että myöhemmin tulisin julkaisemaan tutkimustuloksiani myös akateemisesti. Tästä johtuen en luovuttanut arvojen ja käyttäytymisen yhteyksiä tutkinutta dataani muille. Sen aika tulisi myöhemmin. Tuolloin minulle oli tärkeintä käynnistää uusi tutkimukseni ja varmistaa sen jatkuvuus. Koska tunsin asiakkaani ja heidän yrityksensä jo 1980-luvulta alkaen, oli hienoa tarjota heille uusia ajatuksia ja samalla tehdä tästä itselleni elinkeino. Työskentely eri aloilla toimivien asiakkaideni erilaisten markkinointiongelmien ratkaisemiseksi vakuutti minut siitä, että olen oikeilla jäljillä. Päätin, että näitä ilmiöitä, arvojen teknologian, ympäristöasioiden ja mediakäytön ja yhteiskunnallisten muutosten suhteita tutkin lähemmin myös tulevaisuuden tutkimushankkeissa, kuten sittemmin teinkin.

A3-tutkimuksen rahoitus

Idean väitöskirjan tekoon sain työskennellessäni tutkimusjohtajana eli Consumer Insight Directorina mainostoimisto Taucher, Young & Rubicamissa syksyllä 1989. Toimisto kuului kansainväliseen ketjuun ja vastasin Suomen osalta mainonnan teossa tarvittavan tutkimustiedon hankinnasta. Työ oli vaativaa, sillä eri tasoista tietoa oli runsaasti tarjolla. Koska halusin syventää osaamistani, varasin palaveriajan Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian professori Klaus Helkamalta. Ajatuksenani oli tehdä Monitor-asennetutkimuksen aineistosta väitöskirja. Helkama suositteli viisaasti, että tutustuisin juuri julkaisuvaiheessa olevaan professori Shalom Schwartzin arvoteoriaan ja keräisin siihen perustuvalla mittarilla uuden aineiston. Näin minun ei tarvitsisi aloittaa väitöskirjaani arvoteorian kehittämisellä (ks. Puohiniemi, 2024). Väitöskirjan ideaa kehittäessäni olin jo muutamien kuukausien ajan suunnitellut mainostoimistokollegani kanssa oman mainostoimiston perustamista. Oli onnekas sattuma, että keväällä 1990 Suomen Akatemia laitto hakuun ensimmäiset Kuluttajatutkimuksen apurahat. Hain apuraha, koska väitöskirjani suunnitelma sopi sen aihepiiriin. Huhtikuussa sain tiedon Akatemian minulle elo-joulukuuksi väitöskirjan suunnitteluun myöntämästä apurahasta. Samoihin aikoihin mainostoimistomme sai ensimmäiset asiakkaansa ja aloitti toimintansa heinäkuussa.

Hankkeiden päällekkäisyydestä johtuen suunnitelmani menivät uusiksi ja seuraavasta vuodesta tuli todella kiireinen. Lisäksi syksyllä 1990 Suomen talousnäkymät alkoivat heikentyä. Väitöskirjan suunnitelma eteni kuitenkin hyvin. Suomen Akatemia hyväksyi suunnitelman, myönsi apurahan ja väitöstutkimus käynnistyi keväällä 1991. Suomen syöksyminen siihenastisen historiansa syvimpään lamaan toi tutkimukseeni tieteellisesti kiinnostavan lisän, jota tutkin tuoreimmassa kirjassani (ks. Puohiniemi, 2024). Vuosina 1993 ja 1994 tekemäni lisätutkimukset eivät kuitenkaan osoittaneet arvojen muuttuneen oleellisesti. Jätin arvomuutostutkimuksen odottamaan parempia aikoja, jotka alkoivat vuoden 1995 jälkeen. Markkinoilla ja vasta toimintansa aloittaneissa mainostoimistossamme kasvava taloudellinen epävarmuus sitä vastoin kiristi tunnelmia jo laman alkamissa. Keväällä 1991 mainostoimistohankkeemme kaatui ja maksettavakseni jäi puolet yrityksen veloista.

Väitöstutkimukseni etenemistä ei lama hidastanut. Luovuttuani mainostoimiston osakkuudesta ja perustin tilalle tutkimuskonsultointiin perustuvan yhdenmiehen yrityksen, Puohiniemi Ky:n (myöhemmin Limor Oy). Kesäkuun 1991 alussa väitöstutkimukseni ensimmäinen kenttätö valmistui ja pidin ESOMAR-seminaarissa sen esitutkimusvaiheesta esitelmän (Puohiniemi, 1991). Suomen Akatemian apurahan turvin tein väitöstutkimustani syksystä 1990 kevääseen 1994, jatkoin tutkimusta Helsingin yliopiston sosiologian laitoksella vielä kuukauden verran. Keväällä 1995 viimeistelin tutkimuksen yritystoiminnan ohella.

Väitelyäni 1995 jatkoin arvotutkimusta yrityksessäni, joka menestyi talouden nousukaudella hyvin. Keskityin vuorotellen väestön arvojen ja yritysten toimintaa ohjaavien arvojen tutkimiseen. Hankkeiden väliin jäi rauhallisempia jaksoja, jolloin kirjoitin kirjoja (Puohiniemi, 2002; 2003; 2006; 2007). Pelkällä tulorahoituksella tällainen kombinaatio ei olisi onnistunut, joten hiljaisina jaksoina rahoitin yritystoimintaa pankkilainoin.

2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen puolivälin jälkeen taloudellinen tilanne alkoi muuttua. Yritysten varovaisuus alkoi lisääntyä syksyllä 2007. Vuotta myöhemmin globaali finanssikriisi ja sitä seurannut Eurokriisi hiljensivät kaupallisen arvotutkimuksen markkinat vuosiksi. Useista yrityksistä huolimatta A3-tutkimuksen jatkaminen ei onnistunut. Kesällä 2012 keskustelin Schwartzin kanssa ensi kertaa vakavasti akateemisen hankkeen käynnistämistä A3-tutkimuksen aineistosta. Hän auttoi apurahahakemuksen teossa, mutta rahaa ei saatu. Toukokuussa 2013 mietin akateemista hanketta uudemman kerran. Mitä oli tapahtunut 1970 ja 1980-lukujen taitteen jälkeen, jolloin aloitin tutkijan urani? Arvoihin liittyviä esimerkkejä löytyi nopeasti useita. Globalisaation uusi vaihe alkoi 1980-luvun alussa, kulutusjuhlat käynnistyivät Suomessa vuosikymmenen lopussa, Suomeen iski lama 1990-luvun alussa, josta toivuttiin nopeasti, maailmalla elettiin liberaalin demokration ja digitalisaation nousukautta ja median murros kiihtyi, Suomen uusi ympäristölaki tuli voimaan 1990-luvun alussa ja 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä alkoi sosiaalisen median nousu. Sitten tulivat globaali finanssikriisi, eurokriisi sekä Suomen talouden stagnaatio. Tutkittavaa riitti.

Koneen Säätiön alkoi keväällä 2014 rahoittaa tutkimustani *The four seasons of globalization: How diffusion of new technology shapes human values*, jonka avulla tutkin Suomessa 1981-2015 tapahtunutta arvomuutosta. Otin käyttöön väitöskirjani alkuperäisen idean ja estimoin 1980-luvun arvomuutoksen RISC Monitor väittämistä muodostetuilla estimaateilla sekä yhdistin 1980-luvun arvoestimatit A3-tutkimuksen vuosina 1991-2005 kokoamaani SVS-aikasarjan alkuun. Uusi kenttätö tehtiin keväällä 2015. Aluksi oli yhteismitallistettava maailman pisimmäksi kasvanut arvojen aikasarja estimaattien ja European Social Surveyn arvomittausten aikasarjan kanssa, mikä onnistui Markku Verkasalon faktorimallin avulla. Näin syntyi 34 vuoden mittainen, pisin yhdessä maassa kerätty aikasarja aikamme arvostetuimman arvoteorian viitekehysessä. Seuraavaksi aikasarja oli yhdistettävä muuhun trenditietoon, kulutuskäyttäytymiseen ja yhteiskunnallisiin ilmiöihin, erityisesti innovatiivisen teknologian omaksumiseen, ympäristötekoihin ja mediakäyttöön. Lopuksi tämä kokonaisuus oli kirjoitettava artikkeleiksi ja kirjaksi. Nämä julkaistiin vuosina 2018-2023. Nyt hankkeen viimeinen vaihe, tutkimusaineisto arkistointi tutkimus-, opetus- ja opiskelukäyttöön nykyisille ja tuleville tutkijoille, on toteutunut.

Tutkimusaineistot, näytteenmuodostus ja aineistonkeruu

Arkistoinnin yhteydessä A3-tutkimuksessa koottu aikasarja sai uuden nimen *'Suomalaisten arvot ja arkielämä'*. Aikasarja koostuu vertailukelpoisin menetelmin vuosina 1991, 1999, 2001, 2005 ja 2015 kerätyistä aineistoista (Taulukko 1). Aineisto on muodostettu kansallisista satunnaisaineistoista. Kohderyhmänä ovat Manner-Suomessa asuvat 15-75-vuotiaat henkilöt. Kaikki viisi aineistoa tutkivat suomalaista arvomaailmaa ja yhdessä ne muodostavat suomalaisen arvomaailman muutosta tutkivan 24 vuoden mittaisen aikasarjan. Vuosien 1999-2015 aineistot tutkivat laajasti myös suomalaisen arkielämän ilmiöitä.

A3-tutkimusten kenttätö on toteutettu alusta asti keväisin, helmikuusta toukokuuhun ulottuvalla ajanjaksolla. Näin kontrolloidaan se, ettei satunnaisesti vaihteleva tutkimusajankohta vaikuttaisi tuloksiin. Haastattelu- ja kyselyaineistojen keruu on suoritettu suomenkielisin lomakkein. Koska tiedonkeruut on suoritettu 24 vuoden mittaisen ajanjakson kuluessa, ovat näytteenmuodostus- ja tiedonkeruukäytännöt muuttuneet useita kertoja

(ks. Puohiniemi, 2006; 2024). Tiedonkeruussa noudatettiin ESOMAR:in (McDonald & Vangelder, 1998) periaatteita ja Kantar TNS tutkimuslaitoksessa sekä sen edeltäjissä hyviksi havaittuja käytäntöjä.

Yhteistä kaikille tiedonkeruille oli se, että vastaajaan oltiin yhteydessä vähintään kahdesti. Ensimmäinen kontakti oli aina henkilökohtainen, joko kasvokkain tai puhelimitse tapahtuva. Mahdolliset karhukyselyt lisäsivät kontaktien määrää. Palkkioksi tutkimukseen vastanneet saivat pienen tavarapalkkion, esimerkiksi pyyhkeen tai muutamia aikakauslehtien numeroita tai mahdollisuuden osallistua arvontaan. Palkkio oli vähäinen siksi, ettei se houkuttaisi vastaajaa miellyttämään tutkimuksen tekijöitä vastauksillaan.

Taulukko 1. Arkistoitavat aineistot, tiedonkeruu ja lomakkeiden palautusprosentit. Aineisto kerättiin vuosien 1991, 1999, 2001, 2005 ja 2015 A3-tutkimuksissa.

Vuosi ja näytekokotemat	1991, N=1845	1999, N=1204	2001, N=1402	2005, N=1293	2015, N=1351
Tutkimuksen kohde	Arvot	Arvot, asenteet ja ajan ilmiöt	Arvot, asenteet ja ajan ilmiöt	Arvot, asenteet ja ajan ilmiöt	Arvot, asenteet ja ajan ilmiöt
Arvomittari	SVS	SVS	SVS	SVS	SVS
Kenttätöyön toteutus	Kantar TNS, RISC Monitorin yhteydessä	Kantar TNS, itsenäisen kenttätöy	Kantar TNS, itsenäisen kenttätöy	Kantar TNS, itsenäisen kenttätöy	Kantar TNS, itsenäisen kenttätöy
Näytteen muodostus ja vastaajien valinnan satunnaistaminen	Lähtöosoitemenetelmä (ks. Lotti, 1982)	Näyte puhelinluettelosta	Näyte puhelinluettelosta	Näyte väestörekisteristä	Näyte väestörekisteristä
Tiedonkeruutapa, aineiston tallennus	Informoitu kysely, manuaalisesti	Informoitu kysely, manuaalisesti	Informoitu kysely, manuaalisesti	Informoitu kysely, manuaalisesti	Informoitu kysely, optisesti
Ensimmäinen kontakti	”Ovelta ovelle” haastattelu	Puhelimitse	Puhelimitse	Puhelimitse	Puhelimitse
Alkuhaastattelu	Kasvokkain	Puhelimitse	Puhelimitse	Puhelimitse	Puhelimitse
Miten sai / täytti arvolomakkeen	Haastattelijalta, vastasi itsenäisesti haastattelijan poistuttua	Lomake postitse, vastasi itsenäisesti	Lomake postitse, vastasi itsenäisesti	Lomake postitse, vastasi itsenäisesti	CAWI tai POSTAL lomake, vastasi itsenäisesti
Lomakkeen palautus	Haastattelijaa nouti lomakkeen	Palautus postitse	Palautus postitse	Palautus postitse	Palautus netin kautta tai postitse
Palautus %	92 % (lomakkeen nouto!)	69 %	74 %	62 %	53 %

Vuoden 1991 aineisto satunnaistettiin lähtöosoitemenetelmällä (Lotti, 1982). Vuosina 1999 ja 2001 tutkimuksen näyte muodostettiin puhelinluettelosta ja vastaajat rekrytoitiin puhelimitse. Vuosina 2005 ja 2015 tutkimuksen näyte muodostettiin väestörekisteristä. Vuonna 2015 vastaajat rekrytoitiin puhelimitse. Tämän jälkeen he voivat valita vastaustavaksi joko tietokoneavusteisen haastattelun (CAWI) tai postitse palautettavan (POSTAL) lomakkeen. Vastaustavasta riippumatta lomakkeet olivat optisesti luettavia. Vastaajista 54 % valitsi tietokoneavusteisen haastattelun ja 46 % postikyselyn. Aineistoja yhdistettäessä tapahtui koodausvirheitä, joiden takia muutamien asteikkojen suunnat muuttuivat. Virheet havaittiin ensimmäisessä tarkistuksessa ja korjattiin. Vastaajat eivät virhettä huomanneet, koska optisesti luettavasta lomakkeesta vastaaja vain mustasi haluamansa vaihtoehdon. Näin ollen virheet eivät vaikuttaneet tutkimuksen tuloksiin. Koodausvirheet korjattiin suoraan dataan, eikä uusia lomakkeita tätä varten laadittu. Aineiston liitteenä oleva lomake on alkuperäinen POSTAL-aineiston lomake ja pätee sekä CAWI- että POSTAL-aineistoihin (ks. muuttuja KENTTÄ 2015 datassa).

Vuoden 2005 tutkimus oli Schwartzin (2005) selvityksen mukaan ainoa, jossa internetin käyttöä on tutkittu internetin ulkopuolelta. Koska digitalisaation etenemisen myötä digitaalinen vastaaminen on tullut jäädäkseen, voisi tiedonkeruutavan vaikutuksen ottaa yhdeksi tutkimuskohteeksi vuoden 2015 aineiston avulla.

Kaikki tutkimuksen tiedonkeruuhaastattelut ja -kyselyt on toteutettu anonymisti. Vastaajien nimet ja yhteystiedot olivat tiedonkeruun ajan tutkimuslaitoksen tiedossa kahdesta syystä. Ensinnäkin, vastaajan tavoittamiseksi ja toiseksi, haastattelijoiden työn laadun kontrolloimiseksi. Haastatteluiden jälkeen soitetaan aina tietty määrä kontrollisoittoja vastaajille, jotta varmistetaan haastattelun todella tapahtuneen. Vastaajan henkilötietoja ei missään vaiheessa yhdistetä hänen tutkimuksessa antamiinsa vastauksiin.

Lomakkeet tarkastettiin noudattaen Schwartzin alkuperäisiä kriteerejä (Schwartz, 1992; Puohiniemi, 1995; 2024). Näiden mukaan vastaaja hylättiin, jos hän jätti vastaamisen kesken tai vastaamatta liian moniin kysymyksiin, tai jos hän käytti liian usein samaa arvojen tärkeyttä ilmaisevaa asteikonnumeroa.

Vuosina 1991-2015 tutkimusaineistojen keruusta vastasi 98 prosenttisesti Kantar TNS. Haastattelukeskus Oy osallistui pienellä osuudella vuoden 2001 tiedonkeruuseen, jolloin se suoritti 168 haastattelua eli keräsi 12 % ao. vuoden aineistosta. Vuosien 1991-2015 aineistosta Haastattelukeskus keräsi 2 %. Molemmat tutkimusyrietykset noudattivat samaa ohjeistusta ja käyttivät tiedonkeruussa samoja lomakkeita.

Tekijänoikeuksiin ja luottamuksellisuuteen liittyviä yksityiskohtia vuosien 1991 ja 2015 aineistoissa

Vuoden 1991 aineisto kerättiin RISC Monitor -asennetutkimuksen yhteydessä, jonka tekijänoikeudet on suojattu sopimuksin. Teknologiaa ja ympäristötekoja käsittelevät kysymykset oli sijoitettu tutkimuslomakkeella muiden kysymysten joukkoon. Arkistointivaiheessa ympärillä olevat kysymykset oli tekijänoikeussyistä peitettävä. Tästä johtuen arkistoitua aineistoa käyttävä tutkija ei olisi voinut nähdä kontekstia, jossa kysymys on esitetty. Osa kysymyksistä oli myös sellaisia, joista ei tekijänoikeussyistä voitu esittää tarkkoja sanamuotoja, vaikka vastausvaihtoehdot ja data voitiin esittää. Koska Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto ei hyväksy em. menettelyjä, ei kodinteknologiaa eikä ympäristötekoja käsitteleviä vuoden 1991 kysymyksiä voi arkistoida sinne. Vuoden 1991 SVS-arvomittarilla (Kansainvälinen arvotutkimus) ja taustatietolomakkeella kerättyjen tietojen arkistointia em. tekijänoikeudet eivät estä.

Vuosien 1991-2005 A3-tutkimuslomakkeiden kansilehdellä korostettiin tiedonkeruun luottamuksellisuutta. Vuoden 1991 lomakkeen kansilehdellä tämä ilmaistaan lauseella ”*Kaikki antamanne tiedot käsitellään ehdottomasti luottamuksellisesti, eivätkä yksittäisen vastaajan henkilökohtaiset tiedot tule esiin missään vaiheessa eikä niitä luovuteta ulkopuolisten käyttöön*”. Vuosien 1999, 2001 ja 2005 lomakkeiden kansilehdillä vastaava asia todetaan seuraavasti ”*Jokaisen vastaajan antamia tietoja käsitellään pelkkinä tilastonumeroina siten, ettei vastaajan henkilöllisyys missään vaiheessa paljastu*”.

Vuoden 2015 aineiston lomakkeeseen jäi tietojen luottamuksellisuuden kannalta ikävä virhe. Toisin kuin aikaisempien A3-tutkimusten lomakkeiden kansilehdellä, vuoden 2015 lomakkeessa ei asiaa käsitellä kansilehdellä eikä muuallakaan lomakkeessa. Mainita luottamuksellisuudesta jäi pois, kun lomakkeen layoutia muutettiin. Kyseessä ei ole muutos Kantar TNS:n tiedonkeruukäytännöissä. Lause yksinkertaisesti unohtui, kun lomakkeen layoutia muutettiin.

Aineistojen edustavuus

Kattavaa katoanalyysia ei koko A3-tutkimuksen aineistosta ole tehty. Lomakkeiden palautusprosentit on laskettu jokaisella tutkimuskerralla (ks. Taulukko 1 ja Puohiniemi (2024), Liitteet 1.1. ja 1.2. sekä Liitetaulukko 3). Vuoden 2015 tutkimuksessa verrattiin tutkimukseen suostuneiden ja siihen vastanneiden sekä vastaamisesta suostumuksen jälkeen kieltäytyneiden käsityksiä muutamista ajankohtaisista aiheista. Vertailussa havaittiin näiden ryhmien välillä vain yksi tilastollisesti merkitsevä ero ($p < 0.01$, ks. Puohiniemi, 2024). Tutkimuksesta rekrytoinnin jälkeen kieltäytyneet pitivät sosiaalisen median yleistymistä hieman tärkeämpänä asiana kuin tutkimukseen suostuneet ja siihen vastanneet. Euroopan taloustilanteen, ilmastonmuutoksen tai Venäjän politiikassa tapahtuneen muutoksen suhteen ei näiden kahden ryhmän välillä havaittu tilastollisesti merkitseviä eroja. Sosiaalisen median suhteen ero selittynee sillä, että iäkkäät ja vähemmän sosiaalista mediaa käyttävät vastaavat tällaisiin tutkimuksiin useammin kuin nuoremmat (ero 8,6 %-yksikköä, $p < 0.001$), mutta suhtautuvat

sosiaaliseen mediaan nuoria kielteisemmin. Kieltäytyneet eivät siis poikenneet asenteiltaan oleellisesti tutkimukseen vastanneista ja havaittu ero oli odotusten mukainen. Tutkimukseen suostui 30 % alun perin näyttöeseen valituista ja lomakkeen vastaanoton jälkeen jäi lopulliseksi vastaajamääräksi 16 % alkuperäisestä näytteestä. Kun tutkimusaineistot painotettiin tutkimusvuosien väestörakenteita vastaaviksi eivätkä vastaamatta jättäneet oleellisesti poikenneet vastaajista, tulokset voitiin yleistää koskemaan perusjoukkoa, suomen kieltä puhuvia Manner-Suomessa asuvia.

'Suomalaisten arvot ja arkielämä' -aineistoon sisältyvät tiedostot

Tutkimusaineistot on arkistoitu ilman henkilötietoja pysyvästi Yhteiskuntatieteelliseen tietoarkistoon käytettäväksi tutkimukseen, opetukseen ja opiskeluun (käyttöehto B). Kaikki seitsemän yritystä, joille kerättiin A3-tutkimuksessa oma aineisto, ovat antaneet luvan arkistoida aineistot samaan paikkaan samoin ehdoin. Aineistosta on poistettu yritysten liikesalaisuuksia käsittelevät sekä epäonnistuneiksi osoittautuneet kysymykset.

Taulukko 2. Arkistoitavissa 'Suomalaisten arvot ja arkielämä' -aineistoissa on vastaajia yhteensä 7095 ja haastattelulomakkeissa on sivuja yhteensä 116.

Aineiston-keruuvuosi	Aineiston tunnus	Aineiston nimi	Näytekokko	Lomakkeen sivumäärä
1991	FSD3744	Suomalaisten arvot ja arkielämä 1991	1845	7 s.
1999	FSD3745	Suomalaisten arvot ja arkielämä 1999	1204	28 s.
2001	FSD3746	Suomalaisten arvot ja arkielämä 2001	1402	28 s.
2005	FSD3748	Suomalaisten arvot ja arkielämä 2005	1293	32 s.
2015	FSD3749	Suomalaisten arvot ja arkielämä 2015	1351	21 s.

Talletusmuodot, aineistojen nimeäminen, vastaajatunnukset, puuttuvien tietojen käsittely ja painotus

Talletusmuodot ja aineistojen nimeäminen:

- Data on arkistoitu SPSS-muodossa (versio 24) ja lomakkeet pdf-muodossa.
- Eri vuosina kerätty aineistot on nimetty FSD-alkuisilla tunnuksilla.
- Tiedostojen nimeen ja vastaajien ID2 -tunnuksiin on aina yhdistetty tutkimusvuoden vuosiluku.

Vastaajatunnus ja aineistojen yhdistely:

- Tiedostojen vastaajatunnus ID2 koostuu aineiston kokoamisvuodesta ja vastaajatunnuksesta.
- Vastaajat ovat jokaisella tutkimuskerralla eri ihmisiä. Vastaajatunnus ID2 identifioi vastaajat sekä koko aineistossa että tutkimusvuosina.
- ID2 on välttämätön yhdistettäessä eri vuosien aineistoja aikasarjaksi.
- Keskenään vertailukelpoiset aineistot mahdollistavat pitkittäisanalyysit sosiaalisten ryhmien tasolla, mutta eivät yksilötasolla.

Puuttuvien tietojen korvaaminen:

- Aineistot on arkistoitu raakadatana.
- Puuttuvia tietoja ei aineistoissa ole korvattu millään tavalla.

Aineiston painotus

- Sukupuolen, iän ja koulutuksen perusteella aineiston painottava painokerroin WeightSAE on laskettu valmiiksi vuosiaineistoihin.
- Kerroin korjaa aineiston näiden muuttujien suhteen väestörakennetta vastaavaksi.
- Painokertoimet ja sen laskemisessa tarvittavat muuttujat sisältyvät vuosiaineistoihin.
- Painokertoimen laskentaohjeet sekä em. muuttujien syntaksit löytyvät aineiston tiedostokansiosta.

Huomautus kirjallisuus- ja musiikkimakujen vertailukelpoisuudesta 2001, 2005 ja 2015

Musiikkimakuja tutkittiin kolmessa aineistossa (2001, 2005 ja 2015) ja kirjallisuusmakuja kahdessa (2005 ja 2015) (ks. Puohiniemi 2002; 2005). Musiikkimakuja tutkittiin YLE:n musiikkitoimittajien vuonna 2001 laatiman listan avulla. Kirjallisuusmakuja tutkittiin Helsingin kaupunginkirjaston tietopalvelukonsultin Sinikka Koskisen vuonna 2005 laatiman listan avulla. Molempiin listoihin tehtiin vähäisiä muutoksia myöhemmissä tutkimuksissa.

Vuonna 2015 lomakkeen rakennetta muutettiin poistamalla vuosina 1999, 2001 ja 2005 lomakkeen alussa ollut harrastuskysely. Sen tilalle siirrettiin aiemmin lomakkeen keskiosassa olleet musiikki- ja kirjallisuusmakukyselyt. Muutoksen ansiosta vuosien 2001 ja 2005 kysymyssarjoja ei voi verrata vuoden 2015 sarjoihin, koska kysymyssarjojen sijainti tuntui vaikuttavan tuloksiin. Rakennemuutoksen ansiosta aineiston avulla voidaan kuitenkin testata, kulkeeko yhteys arvojen ja käyttäytymisen arvoista käyttäytymiseen vai käyttäytymisestä arvoihin. Jos musiikkimaut kysyttiin ensin, olivat korrelaatiot arvodimensioihin tilastollisesti merkitsevällä tavalla suurempia kuin tilanteessa, jossa arvot kysyttiin ensin. Molemmista kyselyissä oli noin 40-50 musiikin lajityyppiä, joista vastaajat saattoivat valita mieleisensä. Kirjallisuusmakujen suhteen vastaava ilmiötä ei havaittu. (ks. Puohiniemi 2024; Fisher, 2017; Schwartz, Ciecuch, Vecchione, Torres, Dirilen-Gumus, & Butenko 2017, alanootti 2).

Muutos tehtiin, koska lomaketta ei haluttu laajentaa. Tavoitteena oli saada lomakkeen alussa olleen harrastuskyselyn tilalle arvojen suhteen neutraali kysely, jotta vastaaja ei ensimmäiseksi joutuisi vastaamaan arvokyselyyn. Molemmista kyselyissä lajityyppien kirjo oli erittäin kattava, joten ei ollut todennäköistä, että kyselyt aiheuttaisivat tuloksiin systemaattisia vinoumia. Aihetta ei käsitelty tuolloin pidemmälle, koska muutokset korrelaatioissa olivat vähäisiä.

Em. Schwartzin ym. 2017 artikkeli palautti tuon ”ennen jälkeen” -asetelman mieleen, koska kysymysten siirto lomakkeen alkuun mahdollisti em. vertailun. Kun musiikkimakuja kysyttiin ennen arvoja, nousivat niiden korrelaatiot arvodimensioihin tasolta 0,03 – 0,04 tasolle 0,11 päinvastaiseen tilanteeseen verrattuna. Muutos oli tilastollisesti merkitsevä. Vaikutus oli samansuuntainen kuin Schwartzin ja kumppaneiden edellä mainittu, myöskin tilastollisesti merkitsevä havainto. Vaikka tulos tuki Schwartzin ja kumppaneiden havaintoa, ei ilmiö ole aivan yksiselitteinen. Kun täsmälleen samassa yhteydessä tutkittiin kirjallisuusmakujen yhteyttä arvodimensioihin, ei keskimääräisissä korrelaatioissa havaittu eroja.

’Suomalaisten arvot ja arkielämä’ -aineiston käyttöehdot

1. Tutkimusaineistot on arkistoitu käytettäväksi tutkimukseen, opetukseen ja opiskeluun (käyttöehto B). A3-tutkimusaineistoa voivat käyttää aineistojen käyttöehtoihin sitoutuneet Tietoarkiston rekisteröityneet asiakkaat.
2. FSD:n Ailaan rekisteröidytään korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten Haka-tunnuksilla ja ulkomailta käyttö onnistuu FSD:ssä manuaalisesti luotujen tunnusten avulla.
3. Ailasta ladattavien aineistojen käyttöoikeus tutkimukseen on aina henkilökohtainen ja aineiston lataaja on vastuussa lataamansa aineiston käytöstä.
4. Aineiston käyttäjien tulee kirjautua Ailassa Tietoarkiston asiakkaaksi, sitoutua aineiston käyttöehtoihin ja hakea käyttölupaa aineistoille. Varsinaista datapakettia jokaisen ei kuitenkaan tarvitse ladata.
5. FSD:hen arkistoituja aineistoja voidaan käyttää em. säännön esimerkiksi HSSH:n (Helsinki Institute for Social Sciences and Humanities [Helsingin yliopiston humanistisyhteiskuntatieteellinen instituutti]) puitteissa).

6. Jos muodostetaan työryhmiä, joku ryhmän jäsenistä kannattaa nimetä datavastaavaksi, mutta myös muiden käyttäjien on rekisteröidyttävä FSD:n käyttäjäksi.
7. Aila lähettää automaattisia ns. julkaisukarhuviestejä säännöllisin väliajoin vain aineistoja ladanneille henkilöille. Sopii hyvin, että yksi henkilö ilmoittaa Tietoarkistoon (asiakaspalvelu.fsd@tuni.fi) tutkimushankkeessa aineistojen pohjalta kirjoitetut julkaisut.

Aineistoon viittaaminen

'*Suomalaisten arvot ja arkielämä*' -aineistoihin viitataan lähdeviitteellä, joka koostuu aineiston kerääjän nimestä, aineiston nimestä, aineiston keruuvuodesta sekä arkistointipaikasta. Yhden vuoden aineistoon viitataan seuraavasti: *Puohiniemi, M. (vuosi). Suomalaisten arvot ja arkielämä. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.* Usean vuoden aineistoon viitataan seuraavasti *Puohiniemi, M. (1991-2015). Suomalaisten arvot ja arkielämä -aineisto. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.*

VUOSINA 1999-2005 A3-TUTKIMUKSEN ASIAKKAANA OLLEET YRITYKSET JA YHTEISÖT

Alla luetellut yritykset ja yhteisöt olivat asiakkaina yhdessä tai useammassa A3-tutkimuksessa vuosina 1999-2005:

- Kuntien eläkevakuutus, KEVA
- Suomen Punainen Risti, SPR
- Sinebrychoff, Koff
- Veho
- Liikenneturva, LT
- Sanoma Media Finland, SMF
- Yleisradio, YLE

Yrityskohtaisten kysymysten suunnitteluun osallistui jokaisella tutkimuskerralla ao. yritysten henkilöstöä. A3-tutkimuksen lomakerakennetaulukon (Taulukko 3.) Asiakas-sarakkeessa kerrotaan, kenelle tieto kerättiin.

1999, 2001, 2005 JA 2015 LOMAKKEIDEN SUUNNITTELU, RAKENTEET JA TUTKITUT AIHEPIIRIT

Suunnittelin kyselylomakkeiden rakenteet ja pääosan kysymyksistä. Lisätietoja -sarakkeessa mainitut asiantuntijat osallistuivat kysymysten suunnitteluun.

Kysymykset on laadittu tutkimusvuosien tilannetta vastaaviksi. Aineistoa arkistoidessa ei muuttujien koodausta, suuntaa tai muuttujanimiä muutettu alkuperäisestä. Ajan ilmiötä mittaavat teknologia- ympäristöteko- ja media- ja muut vastaavat käyttäytymiskysymykset päivitettiin jokaista mittausta varten.

Koska ei voida tietää, millaisia muuttujaluokituksia aineiston käyttäjät tarvitsevat, on käyttäjän vastuulla tarvittaessa muuttaa eri vuosien samaa ilmiötä mittaavien muuttujien nimet ja luokittelut yhteensopiviksi.

Myös muuttujien suunnat on tarvittaessa käännettävä omiin analyysimenetelmiin parhaiten sopiviksi. Sama koskee muuttujien kieltä. Vastaajille kysymykset esitettiin aina suomen kielellä. Datatiedostoissa osa kysymyksistä on kirjoitettu suomen- ja osa englannin kielellä.

A3-LOMAKKEIDEN SUUNNITTELUUN OSALLISTUNEET ASIAANTUNTIJAT

Falk, P., professori, sosiologi

Koskinen, S., tietopalvelukonsultti, Helsingin kaupunginkirjasto

Puohiniemi, S., tietojärjestelmäkonsultti, Deimos Information Systems Oy

Rabin, E, Schwartzin väitöskirjaohjattava vuonna 2005

Schwartz, S.H., emeritus professori, arvotutkija

Teittinen, J., teollinen muotoilija, ED Design Oy

Taulukko 3. 'Suomalaisten arvot ja arkielämä' -aineiston lomakerakenteet 1991, 1999, 2001, 2005 ja 2015

Sivut	1991 LOMAKKEEN RAKENNE	Laajuus	Asiakas	Lisätietoja
Kansi	RISC Monitor-tutkimuslomakkeen kannessa esiteltiin vastausohjeet ja vastaajapalkkiot ja kerrottiin, että "osa tutkimusta kuuluu myös Helsingin yliopistossa tehtävään kansainväliseen arvotutkimukseen". Haastattelun lopuksi vastaajalle annettiin erillinen Kansainvälisen arvotutkimuksen lomake, jonka haastattelija nouti viikon kuluttua.	1 sivu		
1-6	Kansainvälinen arvotutkimus (Schwartzin SVS-arvomittari). Alkuperäiseen mittariin sisältyvä Osio 21 IRTAUTUMINEN (maailman huolista ja murheista) poistettiin mittarista 1995. Nyt osio on peitetty, ja sitä vastaava data korvattu nolilla (ks. Puohiniemi 2024, Liite 2.1.).	5 sivua		S.H. Schwartz.
7	Taustatiedot	1 sivu		
Sivut	1999 LOMAKKEEN RAKENNE	Laajuus	Asiakas	Lisätietoja
Kansi	Tutkimuksen, vastausohjeiden ja vastaajapalkkioiden esittely	1 sivu		
2	Harrastukset ja matkailu	1 sivu		
3	Kansainvälinen arvotutkimus (Schwartzin SVS-arvomittari). Alkuperäinen Osio 21 IRTAUTUMINEN korvattiin Osilla OMA RAUHA (Yksityisyys). Lomakkeeseen on lisätty Osio 57 ITSENSÄ HEMMOTTELU (Miellyttävien asioiden tekeminen) (ks. Puohiniemi 2024, Liite 2.1.).	3 sivua		S.H. Schwartz.
6-10	Autoilijatutkimus	4½ sivua	Veho	
10	Työmotivaatio ja hyvän työnantajan ominaisuudet	½ sivua		
11	Suhtautuminen teknologiaan: matkapuhelinpreferenssit	1 sivu		J. Teittinen
12	Suhtautuminen teknologiaan: pölynimuripreferenssit	¼ sivua		
12	Suhtautuminen teknologiaan: polkupyöräpreferenssit	¾ sivua		
13	Suhtautuminen teknologiaan: automerkki/automallipreferenssit	1 sivu		
14-17	Esimerkkimainoksia ja niihin liittyviä kysymyksiä	4 sivua		P. Falk
18-19	Suhtautuminen erilaisiin yrityksiin ja tuotemerkeihin	2 sivua	SMF	
20-21	Tiedotusvälineiden seuraaminen	1¼ sivua		
21	Suhtautuminen mainontaan	¾ sivua		
22	Tietotekniikka	1 sivu		S. Puohiniemi
23-24	Ruokailutavat	2 sivua		P. Falk
25	Ympäristöasiat (kysymyssarja 1)	½ sivua		P. Falk
25	Ympäristöteot (kysymyssarja 2)	½ sivua		
26	Maailman muuttuminen, kansainvälistyminen	¾ sivua		
27	Suhtautuminen ostoksilla käymiseen	1 sivu		
28	Taustatiedot, subjektiivinen ikä (kysymys 3) ja kulkuvälineet (k.16-18)	1 sivu		
Sivut	2001 LOMAKKEEN RAKENNE	Laajuus	Asiakas	Lisätietoja
Kansi	Tutkimuksen, vastausohjeiden ja vastaajapalkkioiden esittely	1 sivu		
2	Harrastukset ja vapaa-aika	1 sivu		
3-5	Kansainvälinen arvotutkimus (Schwartzin SVS-arvomittari)	3 sivua		S.H. Schwartz
6-7	Ajankuvamittari: suhtautuminen sataan ajankohtaiseen asiaan	2 sivua		
8	Punaisen Ristin rooli suomalaisessa yhteiskunnassa	1 sivu	SPR	
9	Kiire, kansainvälistyminen ja ystävät	½ sivua		
9	Työmotivaatio ja hyvän työnantajan ominaisuudet	½ sivua		
10	Alkoholijuomien käyttö, juomakulttuuri ja olutmainonta	1 sivu	Koff	
11	Raha ja omistaminen	½ sivua		
11	Suhtautuminen mainontaan	½ sivua		
12-14	Joukkoviestinten seuraaminen, digitaalitelevio	3 sivua	YLE	
14-15	Joukkoviestinnän merkitys, tarpeellisuus ja julkinen palvelu	1 sivu	YLE	
16-17	TV-ohjelmat	2 sivua	YLE	
18	Musiikkimaut. Ei vertailukelpoinen v.2015 kysymyssarjaan	1 sivu	YLE	
19	Kiinnostuksen kohteet	1 sivu		
20-21	Asennemittari: suhtautuminen nykyajan ilmiöihin	2 sivua		
22-23	Tietotekniikka ja internetin käyttö	1¼ sivua		S. Puohiniemi
23	Suhtautuminen erilaisiin yrityksiin ja tuotemerkeihin	¼ sivua	SMF	
24-25	Ruokailutavat	2 sivua		P. Falk
26	Maailman muuttuminen, kansainvälistyminen	¾ sivua		
27	Terveys, tasa-arvo	1 sivu		P. Falk
28	Taustatiedot, subjektiivinen ikä (kysymys 3), henkilöauto (kysymykset 17-19), lemmikit (kysymys 20)	1 sivu		

Sivut	2005 LOMAKKEEN RAKENNE	Laajuus	Asiakas	Lisätietoja
Kansi	Tutkimuksen, vastausohjeiden ja vastaajapalkkioiden esittely	1 sivu		
2	Harrastukset ja vapaa-aika	1 sivu		
3-5	Kansainvälinen arvotutkimus (Schwartzin SVS-arvomittari)	3 sivua		S.H. Schwartz
6-7	Ajankuvamittari: suhtautuminen sataan ajankohtaiseen asiaan	2 sivua		
8	Työmotivaatio ja hyvän työnantajan ominaisuudet	½ sivua		
8	Työelämään liittyviä väittämiä	½ sivua		
9	Ikä, työssä jatkaminen ja eläkkeelle siirtyminen	1 sivu	KEVA	
10	Turvallisuus ja onnellisuus sekä pelot ja ilot	1 sivu		
11	Arjen ilot ja toiveet, operaattorit, vähittäiskauppa	1 sivu	SMF	
12-13	Moraalisten ongelmien ratkaisujen arviointi (ks. Shweeder, 2003)	2 sivua		Ks. Puohiniemi, 2006.
14	Sivu peitetty lomakkeelta			Sivun kysymyksillä kerätty data on poistettu aineistosta
15	Maailman muuttuminen, muutoksen suunta ja nopeus	1 sivu		
16	Millaiseksi kuvaatte itsenne kuluttajana?	1 sivu		
17	Erialaisten tuote- ja palvelualueiden merkitys, www-sivut	1 sivu	SMF	
18-21	Joukkoviestinten seuraaminen	3¼ sivua	YLE	
21	Digi-tv	¼ sivua	YLE	
22-23	TV-ohjelmat	2 sivua	YLE	
24	Musiikkimaut. Ei vertailukelpoinen v.2015 kysymyssarjaan	½ sivua	YLE	
24	Kirjallisuusmaut. Ei vertailukelpoinen v.2015 kysymyssarjaan	½ sivua		S. Koskinen
25	Kiinnostuksen kohteet	1 sivu		
26	Tietotekniikka	1 sivu		S. Puohiniemi
27	Internetin käyttö	1 sivu		S.H. Schwartz, ja E. Rabin
28-29	Asennemittari: suhtautuminen nykyajan ilmiöihin	2 sivua		
30	Erlaisia näkökulmia liikenteeseen (ks. Rajalin, Pöysti & Puohiniemi, 2008).	1 sivu	LT	S. Rajalin, ja Pöysti. L. Rajalin, S., Pöysti
31	Terveys, tasa-arvo ja uskonnollisuus	½ sivua		P. Falk
31	Subjektiiivinen ikä, ystävät ja perhe	½ sivua		
32	Taustatiedot, subjektiivinen ikä (kysymys 3), ajokortti, auton omistus ja käyttö (kysymykset 17-19)	1 sivu		
Sivut	2015 LOMAKKEEN RAKENNE	Laajuus	Asiakas	Lisätietoja
Kansi	Tutkimuksen, vastausohjeiden ja vastaajapalkkioiden esittely	1 sivu		
2	Tarkemmat ohjeet optisesti luettavan lomakkeen vastaajille	1 sivu		
3-4	Musiikki- ja kirjallisuusmaut. Musiikkimakujen osalta tulokset eivät ole vertailukelpoisia vuosien 2001 ja 2005 kysymyssarjoihin , koska kysymysten paikka lomakkeessa muutettiin keskiosasta alkuun, ennen arvomittausta tapahtuvaksi (ks. Puohiniemi 2024, 141 ja loppuviite 225). Kirjallisuusmauissa ei vastaavaa korrelaatioeroa havaittu.	1½ sivua		Alun perin musiikkigenrelistan laativat YLEn musiikkitoimittajat aiempiin A3-tutkimuksiin. Kirjallisuusmaut, S. Koskinen
4-6	Kansainvälinen arvotutkimus (Schwartzin SVS-arvomittari). Osio 58 YK-SITYISYYS (Oma rauha) lisätty lomakkeeseen. Osioiden 21 ja 58 merkitysvertailu (ks. Puohiniemi & Helkama, 2018 ja Puohiniemi, 2024).	2½ sivua		S.H. Schwartz
7	Yhteiskunnan muuttuminen, huolenaiheet	¼ sivua		
7	Elämän päämäärät (analyysi kesken)	¼ sivua		Data arkistoidaan myöhemmin
8-10	Joukkoviestinten seuraaminen	2¼ sivua		
10-14	Tietotekniikan omistus/käyttö, internetin ja sosiaalisen median käyttö	4¼ sivua		S. Puohiniemi
14-15	Asennemittari: suhtautuminen nykyajan ilmiöihin. Asenneväittämät 19, 23, 26, 27 ja 29 peitetään lomakkeelta.	1 ¼ sivua		Peitettyjen asenneväittämien dataa ei arkistoida.
16	Kysymyssarja 2 peitetty lomakkeelta	¼ sivua		Kysymyssarjalla kerätty data poistettu. Arkistoidaan myöhemmin
16-17	Eturyhmät (puolueet, aatteet, järjestöt tai kansalaisliikkeet) ihmisille tärkeiden asioiden ajajina	1 sivu		K. Zilliacus
17-18	Digitaalinen viihde- ja rahapelaaminen	1 sivua		J. Takatalo
18-19	Viestimien kiinnostavuus ja tarpeellisuus	½ sivua		
19	Ympäristöteot	½ sivua		
19	Kysymyssarja 2 peitetty lomakkeelta	½ sivua		Data on poistettu aineistosta
19	Oma terveys ja terveysteot	¼ sivua		
20	Taustatiedot, subjektiivinen ikä (kysymys 3)	1 sivu		
21	Lemmikkieläimet, nykyiset ja halutut	½ sivua		

KIRJALLISUUS:

Golden Book (1997). Suomen parhaat yritykset. Dunn Bradstreet Finland. Gummerus: Jyväskylä.

Fisher, R. (2017). From values to behavior and from behavior to values. In Roccas, S., & Sagiv, L. Values and Behavior. Taking a Cross-Cultural Perspective. Springer International Publishing. Switzerland, Cham: Springer International Publishing.

Lotti, L. (1982). Markkinointitutkimus. Markkinointi-instituutin kirjasarja n:o 28. Espoo: Weilin & Göös.

McDonald, P. & Vangelder, P. (Eds) (1998). International Code of Marketing and Social Research Practice. Amsterdam: ICC/ESOMAR.

*Puohiniemi, M. (2024). Suomalaisen arvomaailman muutos, globalisaatio ja ajan henki. Kolmas painos. Books on Demand, Helsinki, Suomi: Books on Demand, Norderstedt, Saksa.

Puohiniemi, M. (2007). Mies. Toinen painos. Limor kustannus. Espoo. Gummerus kirjapaino: Jyväskylä.

*Puohiniemi, M. (2006). Täsmälämän ja uusyhteisöllisyyden aika. Limor Kustannus. Espoo: Dark.

Puohiniemi, M. (2003). Löytöretki yrityksen arvomaailmaan. Limor kustannus. Espoo: Dark.

*Puohiniemi, M. (2002). Arvot, asenteet ja ajankuva. Opaskirja suomalaisen arkielämän tulkintaan. Limor kustannus. Espoo: Dark.

Puohiniemi, M. (1996). Suomalaisen arvot yhteiskunnallisessa muutostilanteessa. Teoksessa Ahlqvist, K. & Ahola, A. (toim). Elämän riskit ja valinnat- Hyvinvointia lama-Suomessa? Tilastokeskus. Helsinki: Edita.

Puohiniemi, M. (1995). Values, consumer attitudes and behaviour. An application of Schwartz value theory to the analysis of consumer behaviour and attitudes in two national samples. Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitoksen tutkimuksia 3. Helsinki: Paintmedia & Paintprinting.

Puohiniemi, M. (1993). Suomalaisen arvot ja tulevaisuus. Analyysi väestön ja vaikuttajien näkemyksistä. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 5. Tilastokeskus tutkimuksia 202. Painatuskeskus: Helsinki.

Puohiniemi, Martti: (1991): Value-Based Segmentation, Social Change and Consuming Orientations. In Seminar on the Growing Individualisation of Consumer Lifestyles and Demand. How is Marketing Coping with it? ESOMAR. Helsinki 12th - 14th June 1991.

Puohiniemi, M., & Verkasalo, M. (2020). Zeitgeist effects, fragmentation of media use, and value consensus. Journal of Social and Political Psychology, Vol. 8(1), 300–332.

Puohiniemi, M., & Helkama, K. (2018). Privacy changed its meaning in 1999-2015. In Helkama, K. (toim.). Values, knowledge and morality. Publications of the Faculty of social sciences 98. Social Psychology. Helsinki: Helsinki. University printing house.

Profil-tutkimus (1996). Marketing Radarin julkaisematon kulutuskäyttäytymistä mittaava tutkimus.

Profil-tutkimus (1994). Marketing Radarin julkaisematon kulutuskäyttäytymistä mittaava tutkimus.

Rajalin, S., Pöysti L. ja Puohiniemi, M. (2008): Ovatko kuljettajan arvot ja minäkuva turvallisuustekijöitä. Liikenneturvan tutkimuksia 122/2008).

Schwartz, S.H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Torres, C., Dirilen-Gumus, O., & Butenko, T. (2017). Value tradeoffs propel and inhibit behavior: Validating the 19 refined values in four countries. European Journal of Social Psychology, 47, 241-258.

Schwartz, S. H. (2005). Keskustelu Schwartzin kanssa vuoden 2005 kenttätyötä arvioitaessa.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In Zanna, M. (Ed.), Advances in experimental social psychology (Vol. 25, pp. 1-65). New York, NY, USA: Academic Press.

Shweeder, R.A. (2003). Why Do Men Barbeque? Recipes for cultural psychology. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

* A3-trilogian kaksi ensimmäistä osaa (Puohiniemi, 2002; 2006) voi ladata ilmaiseksi kotisivuiltani www.puohiniemi.fi Trilogian kolmas osa (Puohiniemi, 2024, kolmas painos) on ainoa kokonaisuus Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon arkistoidun 1991-2015 aikasarjan aineiston keruusta ja tutkimuksessa käytetyistä menetelmistä. Siinä esitetty analyysi suomalaisen arvomaailman muutoksesta kattaa ajanjakson 1981-2015. Lisätietoa: www.puohiniemi.fi.