

Taloudellinen Tiedotustoimisto

**Nuorten arvot ja elämä -tutkimus
18.3.2009**

Perustietoa tutkimuksesta

- Otoskoko $n = 1080$
- Kohdejoukkona 15-21-vuotiaat nuoret
- Alueena koko Suomi (Ahvenanmaata lukuun ottamatta)
- Kysely toteutettiin 9.2.-16.2.2009
- Tutkimus tehtiin verkkokyselynä
- Tutkimuksen toteutti 15/30 Research
- Lähtökohta tutkimukselle: Miten lamautisointi on vaikuttanut nuorten tulevaisuudenuskoon?

Tutkimuksen sisältö

- Suomalaisuus
- Suomen tulevaisuus
- Taantuma
- Oma elämä ja tulevaisuus
- Työelämä
- Yhteiskunta

Nuoret: hyvää Suomessa



Suomalaisuus

90 % ”Olen ylpeä suomalaisuudestani”

88 % ”Suomi on yksi maailman parhaista maista elää”

”Suomessa on paljon hyviä asioita verrattuna muihin maihin. Suomi on monella tavalla hyvinvointivaltio. Suomessa hyviä asioita ovat siisteys, turvallisuus, tukijärjestelmä, esim. valtion tuet.”
(nainen, 21-vuotta)

”Sosiaaliturva, sananvapaus, ihmisten tasa-arvoisuus, turvallisuus, ilmainen opiskelu, mahdollisuudet sosiaalisesta statuksesta huolimatta.”
(mies, 18-vuotta)

Mutta: arvomaailma kovenee

76 % vastaajista on huolissaan siitä, että suomalaisten arvomaailma on muuttumassa liian kovaksi ja kylmäksi

”Ihmiset ovat vain osa yhteiskunnan kilpailevaa ja kylmää koneistoa, jolla tavoitellaan loistavia tuloksia. Ihmisiä ei enää kohdata, ja jatkuva kilpailu vie voimia. Tämähän ei toki ole vain Suomen ongelma.”
(nainen, 21-vuotta)

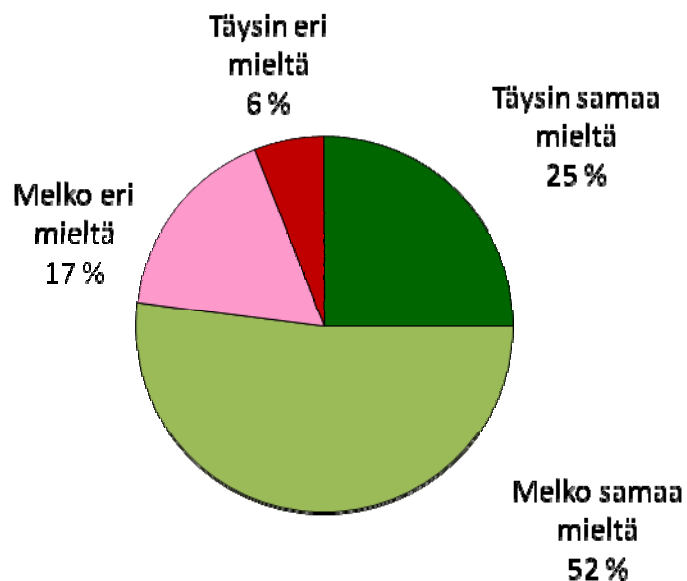
Huonoa Suomessa

- ”Pahoinvointivaltio”
- ”Kilpailuyhteiskunta”
- Maahanmuutto ja maahanmuuttajat
- Sosiaaliturvan hyväksikäyttö
- Korkeat elinkustannukset ja korkea verotus
- Ilmasto ja sääolosuhteet

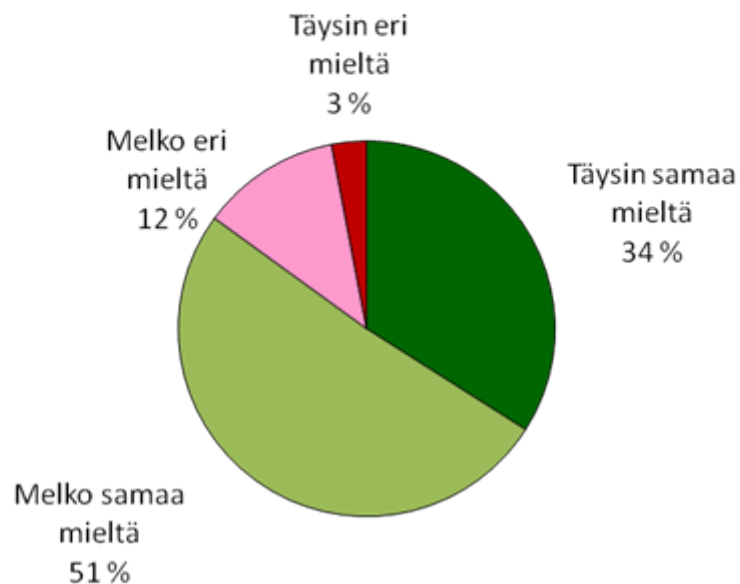
Suomen tulevaisuus näyttää valoisaalta

70 % vastaajista pitää median antamaa kuvaa Suomen taloudellisesta tilanteesta liian synkkänä

"Suomen tulevaisuus näyttää valoisaalta"



"Uskon, että Suomi selviää talouden taantumasta hyvin"



Taantuman vaikutukset

85,6 % kumpikaan vanhemmista ei ole työtön

13,2 % toinen vanhemmista on työttömänä tai lomautettuna

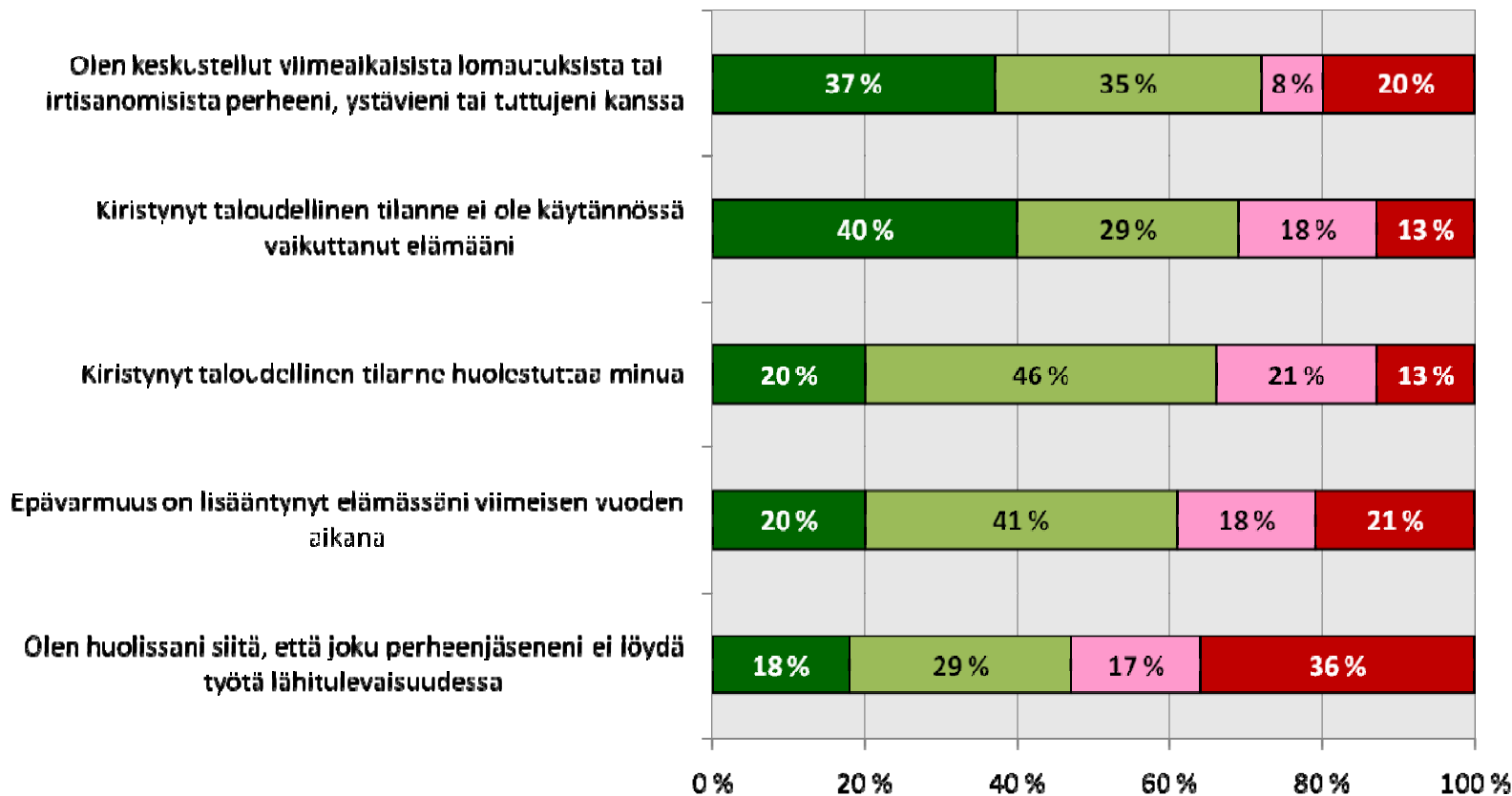
1,2 % molemmat vanhemmat ovat työttömänä tai lomautettuna

69 % kiristynyt taloudellinen tilanne ei ole vaikuttanut

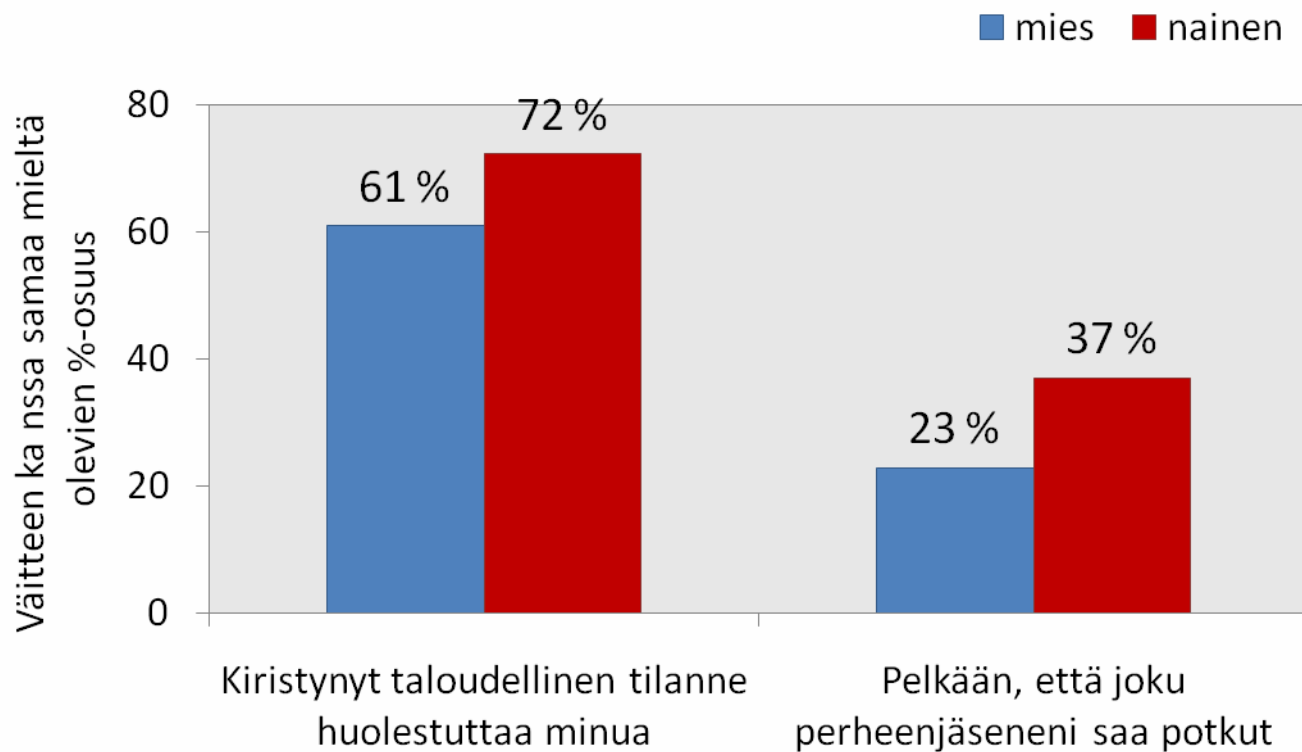
Kolmasosa nuorista kertoo kuitenkin rajoittaneensa kuluttamistaan yleisen taloudellisen tilanteen vuoksi.

Nuoret ja taantuma

■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä

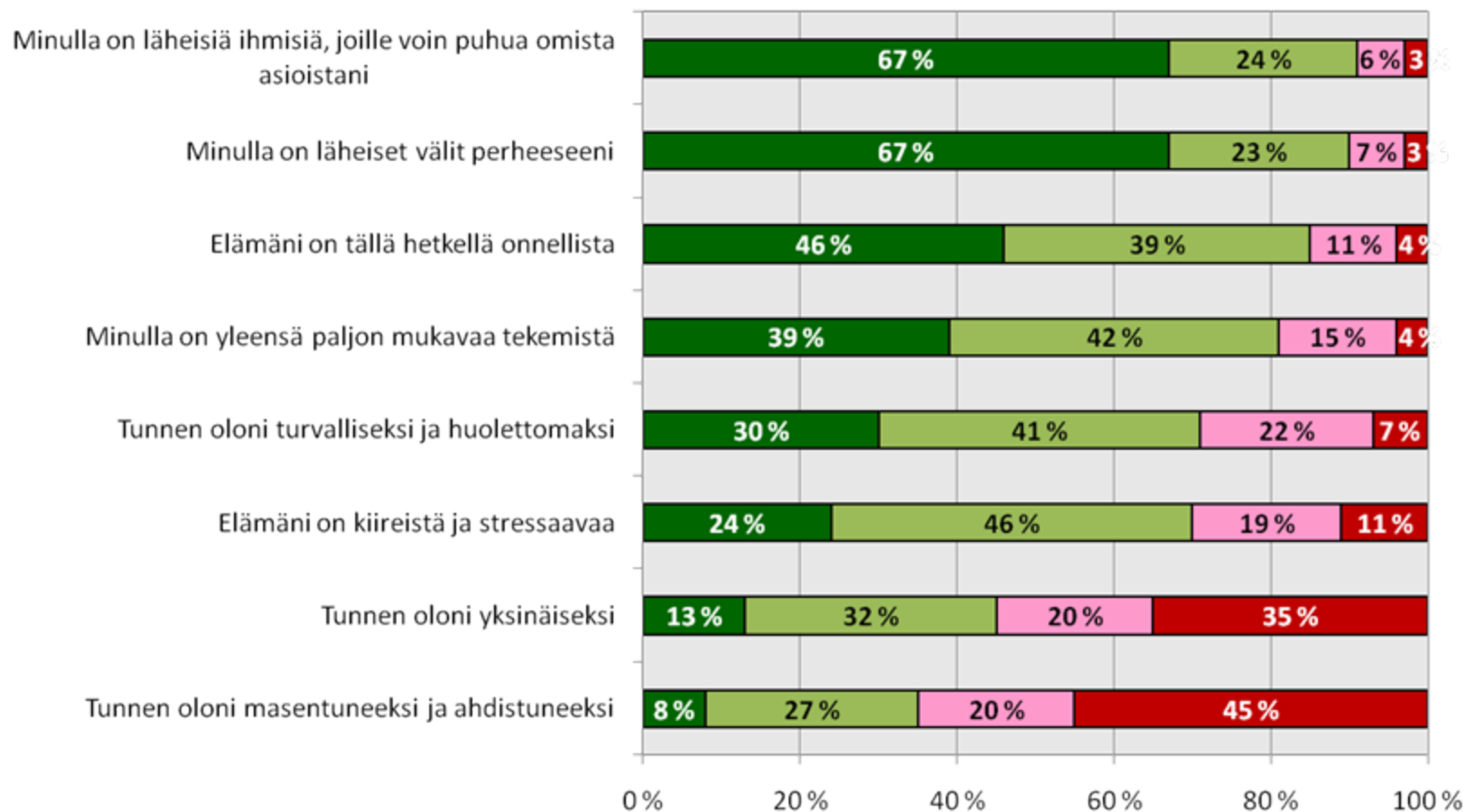


Nuoret ja huoli taantumasta

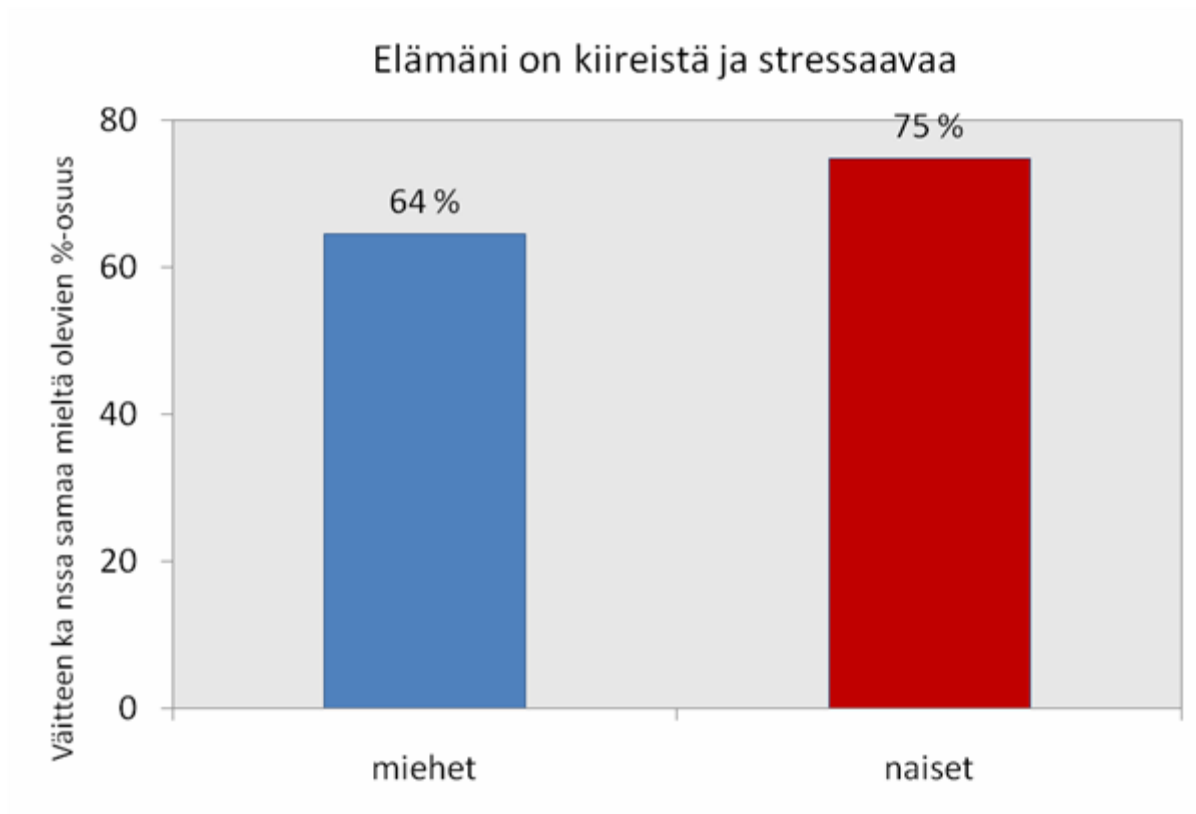


Nuorten oma elämä

■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä

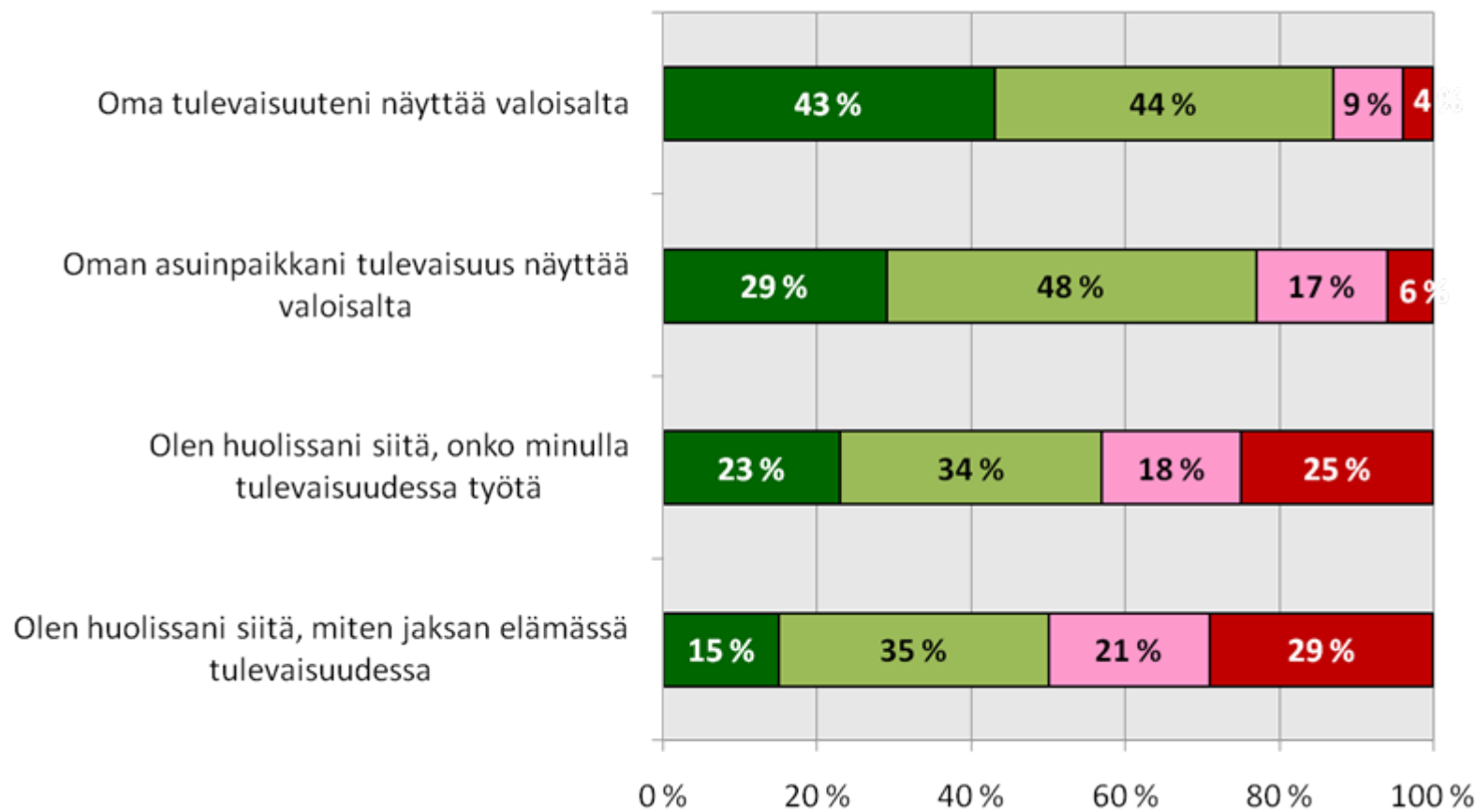


Kiire ja stressi

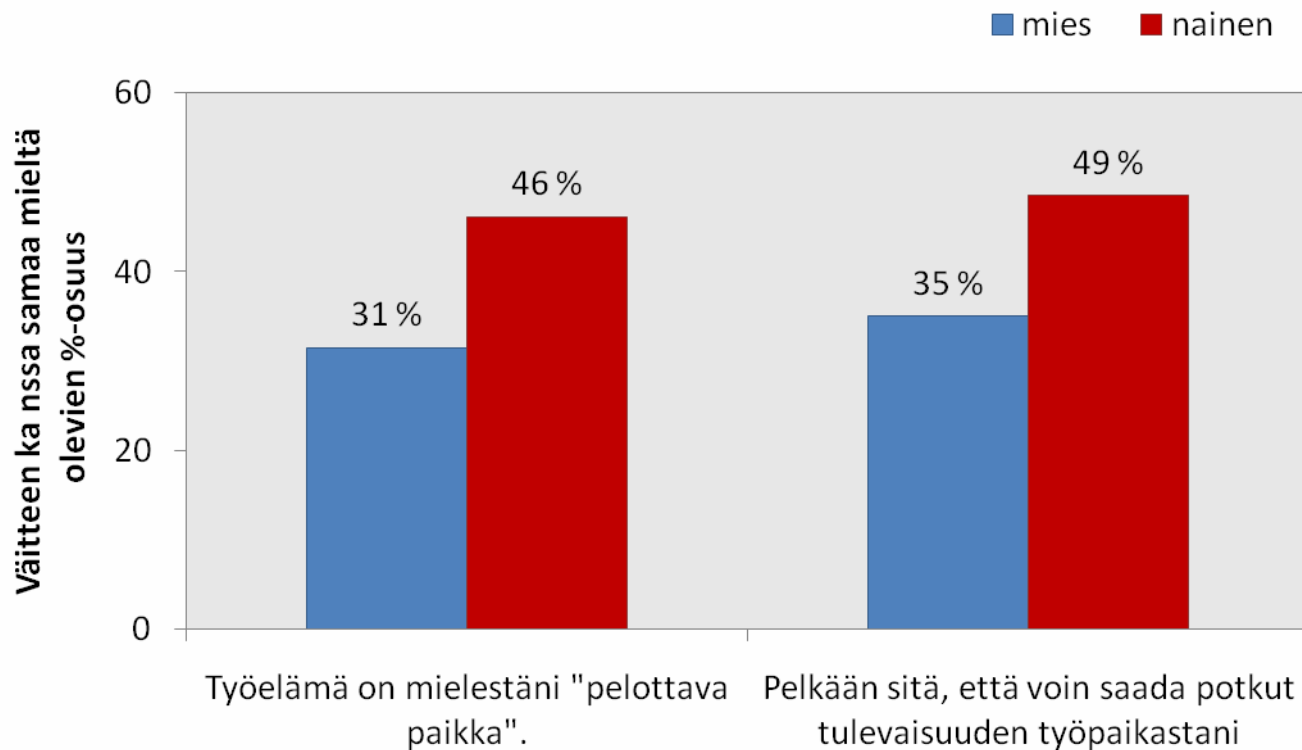


Nuoret ja tulevaisuuden työelämä

■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä

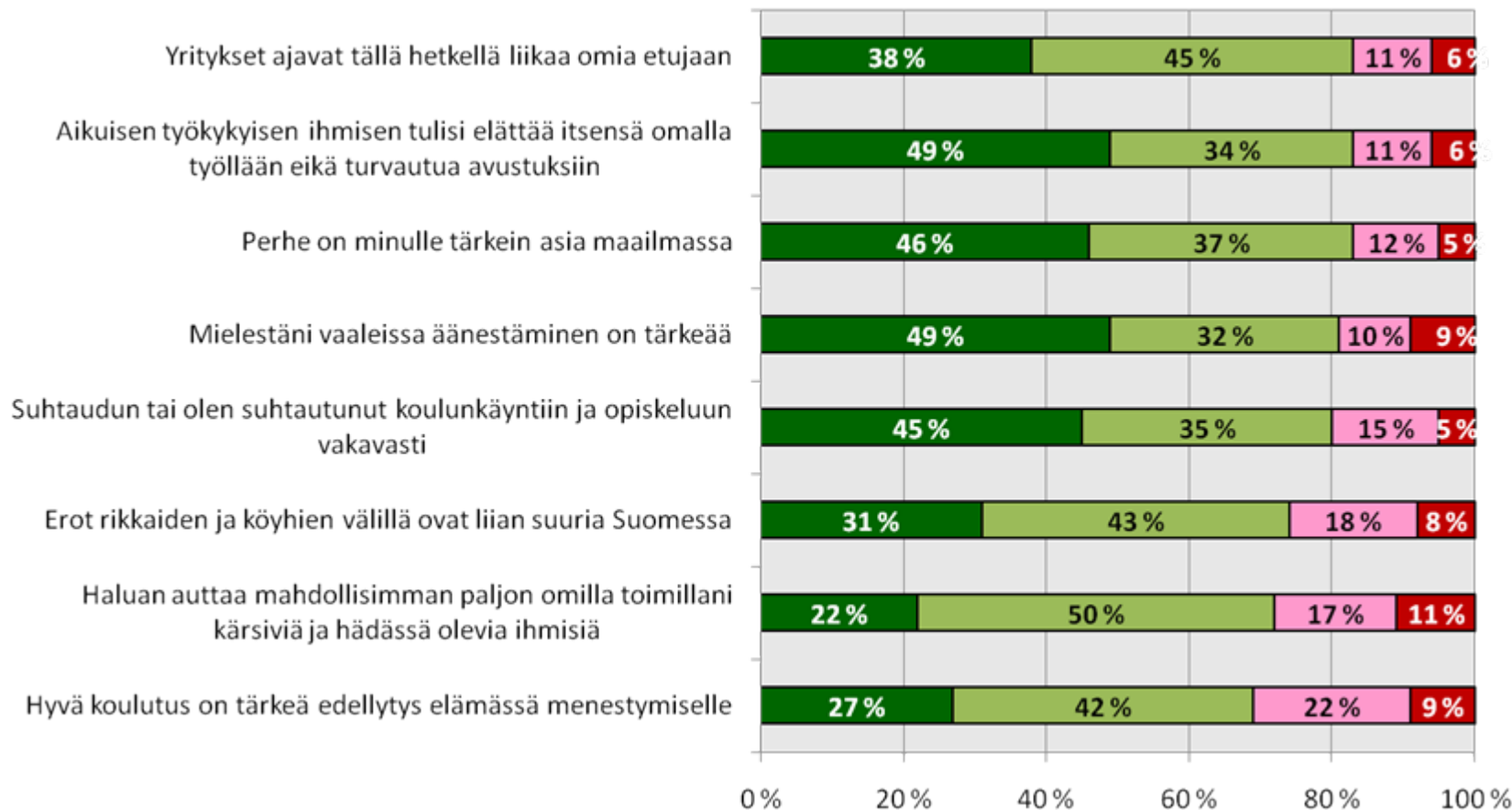


Tulevaisuus ja työelämä

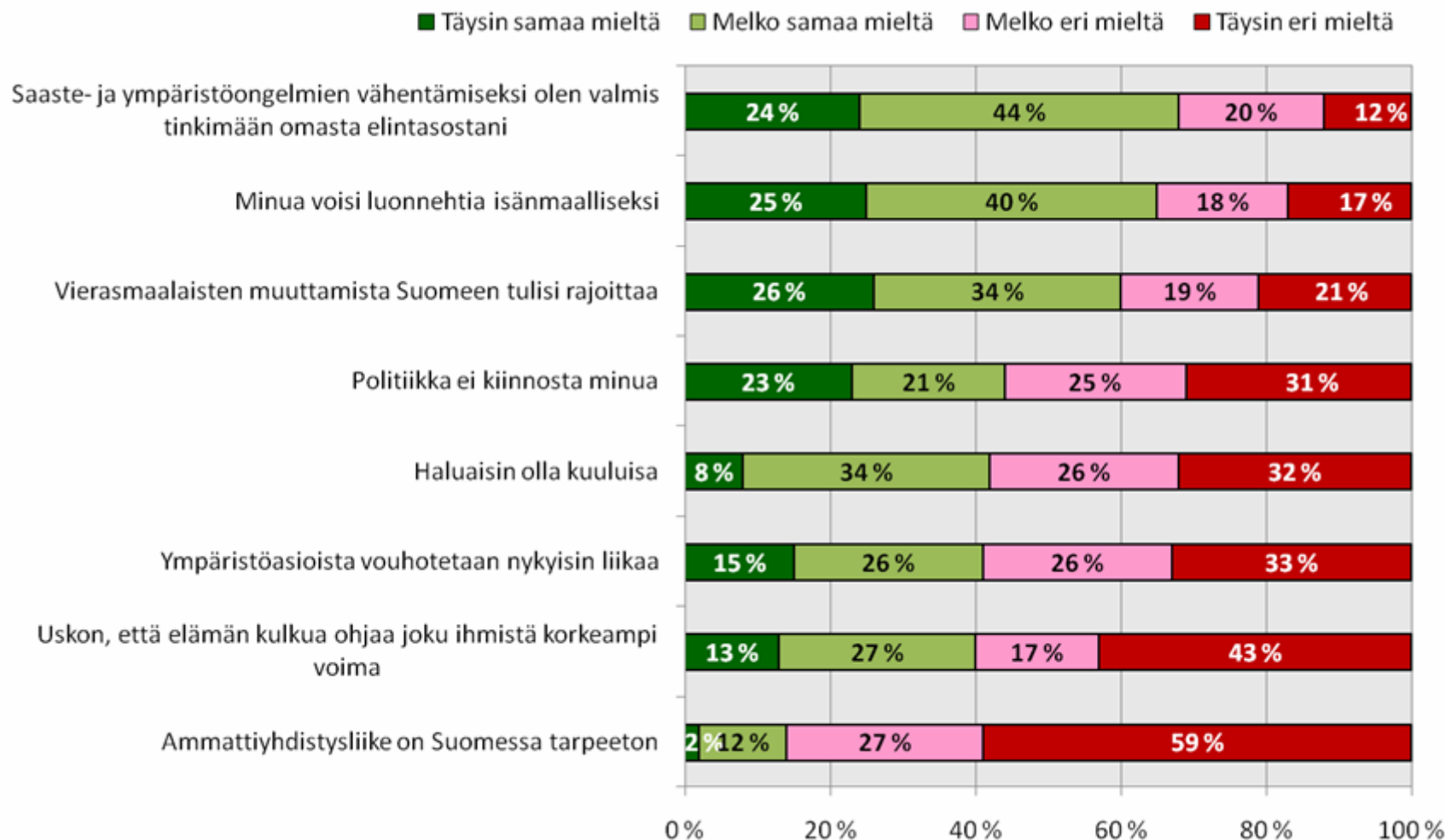


Nuorten arvot ja elämä

■ Täysin samaa mieltä ■ Melko samaa mieltä ■ Melko eri mieltä ■ Täysin eri mieltä



Nuorten arvot jakautuvat



Nuoret ja yhteiskunta

- Nuorten kritiikki yritysmaailmaa kohtaan tulee usein esiin niin luonnon ja ympäristön, yhteiskuntavastuullisuuden kuin myös työntekijöiden näkökulmista.
- Nuoret pitävät äänestämistä usein tärkeänä, vaikka politiikka ei heitä juuri kiinnostaisikaan.
- Lisäksi:

86 % nuorista ei pidä ammattiyhdistysliikettä tarpeettomana

60 % nuorista on sitä mieltä, että vierasmaalaisten muuttamista Suomeen tulisi rajoittaa

Nuoret ja yhteiskunta

88 % vastaajista uskoo, että osaava ja ahkera ihminen löytää aina työpaikan

83 % vastaajista on sitä mieltä, että aikuisen työkykyisen ihmisen tulisi elättää itsensä omalla työllään eikä turvautua avustuksiin

”Laiskat ihmiset voivat elää verorahoillamme vaikka olisivat aivan kykeneviä menemään töihin. Sosiaaliavustusta on liian helppo saada.”
(nainen, 20-vuotta)

Lisätietoa

- Tutkimus verkossa: www.tat.fi
- Johtaja Liisa Tenhunen-Ruotsalainen
Taloudellinen Tiedotustoimisto
puh. (09) 1315 1551, gsm 040 5452 198
sähköposti liisa.tenhunen-ruotsalainen@tat.fi
- Nuorisopalvelun päällikkö Tomi Alakoski
Taloudellinen Tiedotustoimisto
puh. (09) 1315 1532, gsm 040 501 5307
sähköposti tomi.alakoski@tat.fi