

Pinja Kemppainen

SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTÖN VAIKUTUS AFFEKTIIVISEEN POLARISAATIOON

**Puolueiden kannattajien suhtautuminen vihreisiin
ja perussuomalaisiin eduskuntavaaleissa 2023**

Johtamisen ja talouden tiedekunta
Kandidaatintutkielma
Joulukuu 2024

TIIVISTELMÄ

Pinja Kemppainen: Sosiaalisen median käytön vaikutus affektiiviseen polarisaatioon: Puolueiden kannattajien suhtautuminen vihreisiin ja perussuomalaisiin eduskuntavaaleissa 2023

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Politiikan tutkimuksen tutkinto-ohjelma

Joulukuu 2024

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkastellaan sosiaalisen median vaikutusta puolueiden kannattajien affektiiviseen polarisaatioon perussuomalaisia ja vihreitä kohtaan vuoden 2023 eduskuntavaaleissa. Tavoitteena on selvittää, onko sosiaalisen median käytöllä vaikutusta siihen, suhtautuvatko puolueiden kannattajat perussuomalaisiin ja vihreisiin kielteisesti tai myönteisesti. Affektiivisen polarisaation kasvusta kannetaan yhä enemmän huolta ja sosiaalista mediaa on pidetty yhtenä sitä selittävänä tekijänä.

Affektiivinen polarisaatio on yleensä ymmärretty sosiaalisen identiteetin teorian kautta, joka toimii myös tämän tutkielman teoreettisena viitekehysenä. Sosiaalisen identiteetin teoria katsoo, että ihmisten identiteetit muovautuvat ryhmäkontekstissa sisä- ja ulkoryhmien perusteella, jossa samanlaisia piirteitä omaavat ihmiset nähdään osana omaa sisäryhmää ja ulkoryhmään luokitellaan vastaavasti piirteiltään erilaiset ihmiset. Affektiivisen polarisaation kontekstissa identifioituminen ryhmiin voi herättää myönteisiä tunteita omaa sisäryhmää ja puolestaan kielteisiä tunteita ulkoryhmää kohtaan.

Tutkielman aineistona käytetään vuoden 2023 eduskuntavaalitutkimusaineistoa ja tutkielman analyysi toteutetaan kuvailevilla ja selittäville kvantitatiivisilla menetelmillä. Kuvailevana menetelmänä käytetään ristiintaulukointia, jolla tarkastellaan puolueiden kannattajien mielipiteiden jakautumista vihreitä ja perussuomalaisia kohtaan puoluekannan perusteella. Selittävänä menetelmänä käytetään logistista regressioanalyysiä, jolla selvitetään sosiaalisen median käytön vaikutusta puolueiden kannattajien suhtautumiseen vihreisiin ja perussuomalaisiin.

Tutkielman tulokset osoittavat, että vihreiden ja perussuomalaisten kannattajakunnat ovat toisiinsa hyvin kielteisesti asennoituneita. Muiden puolueiden kannattajien suhtautuminen näihin puolueisiin seuraa pääasiassa niiden ideologisia linjauksia. Sosiaalisen median aktiivinen käyttö ja vaalien seuraaminen sosiaalisen median kanavista ovat yhteydessä kielteisiin asenteisiin näitä puolueita kohtaan, mutta sosiaaliseen mediaan luottaminen puolestaan myönteisempiin. Sitä missä määrin suhtautuminen riippuu juuri tunneperustaisesta polarisaatiosta tai kehen puolueissa asenteet tarkalleen ottaen kohdistuvat ei tässä tutkielmassa pyritty vastaamaan, mutta keskeiset huomiot osoittavat sosiokulttuurisen ulottuvuuden ilmentävän osaltaan kahtiajakautuneisuutta, jota sosiaalinen media mahdollisesti vahvistavaa niin sisä- kuin ulkoryhmien osalta.

Avainsanat: affektiivinen polarisaatio, sosiaalinen identiteetti, sosiaalinen media, vihreät, perussuomalaiset, eduskuntavaalit 2023

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1. Johdanto.....	1
2. Teoreettinen viitekehys	3
2.1. Affektiivinen polarisaatio	3
2.1.1. Affektiivinen polarisaatio monipuoluejärjestelmissä	6
2.1.2. Affektiivisen polarisaation selittäjät.....	9
2.2. Puolueiden kannattajat ja sosiokulttuurinen ulottuvuus	11
2.3. Sosiaalinen media ja affektiivinen polarisaatio	14
3. Aineisto ja menetelmät.....	17
3.1. Muuttujien uudelleenkoodaukset.....	19
4. Analyysi	21
4.1. Ristiintaulukointi	21
4.2. Logistinen regressioanalyysi	24
5. Johtopäätökset.....	28
Lähteet.....	32
Liitteet	39

1. JOHDANTO

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkastellaan sosiaalisen median vaikutusta puolueiden kannattajien affektiiviseen polarisaatioon¹ perussuomalaisia ja vihreitä kohtaan vuoden 2023 eduskuntavaaleissa. Affektiivisellä polarisaatiolla tarkoitetaan polarisaatiota tunteiden perusteella, jota ilmentää ihmisten jakautuminen positiivisia tunteita herättävään sisäryhmään ja muiden ihmisten luokittelu puolestaan negatiivisia tunteita herättäviin ulkoryhmiin (Iyengar ym. 2012). Suomessa affektiivisen polarisaation taso on pysynyt muiden pohjoismaiden tapaan maltillisena, mutta noususuuntaisuutta on vuodesta 2011 eteenpäin ollut havaittavissa (Kawecki ja Kekkonen 2024, 224). Huoli affektiivisen polarisaation kasvusta on tuonut sen yhä laajemmaksi osaksi yhteiskunnallista keskustelua, joten ilmiö voidaan nähdä hyvin ajankohtaisena. Affektiivisellä polarisaatiolla on monia negatiivisia sosiaalisia, poliittisia ja taloudellisia vaikutuksia esimerkiksi demokratian ja ihmisten välisen luottamuksen näkökulmasta (Gidron 2023, 998), minkä vuoksi sitä aiheuttavia tekijöitä on keskeistä pyrkiä selvittämään.

Hyödynnän tutkielmassani sosiaalisen identiteetin teoriaa affektiivisen polarisaation taustalla. Sosiaalisen identiteetin teoria on affektiivisen polarisaation tutkimuksissa yleinen tapa ymmärtää sen syntymekanismia, sillä se myös korostaa ihmisten tapoja luokitella piirteiltään heidän kanssaan samanlaisia ihmisiä omaan sisäryhmäänsä ja puolestaan muita ihmisiä ulkoryhmiin (Iyengar ym. 2012). Teoria lisäksi esittää ihmisten identiteettien muotoutuvan näiden ryhmien kautta, mikä puolestaan tekee heistä niihin vahvasti sitoutuneita ja puolueellisia (Mt.). Ryhmiin vahvasti identifioituvilla ihmisillä tunteet voivat olla korostuneita, mikä voi puolestaan johtaa rankempiin konflikteihin ryhmien erilaisten intressien kohdatessa (Mason 2016, 1). Poliitiikan kontekstissa puoluesidonnaisuus voidaan nähdä yhtenä kollektiivista ryhmäidentiteettiä rakentavana tekijänä (Wojcieszak & Warner 2020, 790) ja puolueiden arvostiridat puolestaan affektiivista polarisaatiota synnyttävinä konflikteina.

Affektiivisen polarisaation tutkimus on kansainvälisesti ja myös Suomessa keskittynyt aiemmin pääasiassa maiden väliseen vertailuun tai yksittäisten maiden affektiivisen polarisaation kehityksen kokonais kuvan selvittämiseen. Yksittäisten väestöryhmien ja heidän puolue mieltymyksiinsä perustuvan tunneperustaisen polarisaation tarkastelu sosiaalisen median vaikutusten ohella on toistaiseksi jäänyt vähälle huomiolle ainakin Suomen kontekstissa. Tämän vuoksi väestön yksityiskohtaisempaan tarkasteluun kohdistuva näkökulma on tärkeä ja mielenkiintoinen monista syistä. Tunteisiin perustuvaa eriytymistä on Suomessa havaittu olevan etenkin sosiokulttuurisella

¹ Kun käytetään käsitettä ”polarisaatio”, puhutaan polarisaatiosta ja yhteiskunnan poliittisesta kahtiajakautumisesta yleisemmin. Affektiivisesta polarisaatiosta puhuttaessa mainitaan aina affektiivisuus tai tunnesidonnaisuus.

ulottuvuudella, jota ilmentävistä kysymyksistä on tullut jopa sosioekonomisia merkittävämpiä ihmisten muihin kohdistamien asenteiden määrittäjiä (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Niin kansainvälisesti kuin Suomessakin sosiokulttuuriset arvot ovat alkaneet jakautua ympäristö- ja maahanmuuttoasenteiden osalta, mikä on liitetty affektiivisen polarisaation lisääntymiseen. Tässä tutkielmassa tarkastelukohteena ovat Suomen puoluekentän sosiokulttuurisen ulottuvuuden ääripäitä edustavat puolueet eli vihreät ja perussuomalaiset kannattajineen.

Sosiaalisen median vaikutusta affektiivisen polarisaatioon on tutkittu jo runsaasti ja sosiaalinen media onkin monissa tutkimuksissa leimaantunut yhdeksi affektiivisen polarisaation merkittäväksi aiheuttajaksi (Levendusky & Malhotra 2016). Samaan aikaan sosiaalisen median käyttö yleistyy yhä laajemmin eri ihmisryhmissä ja Tilastokeskuksen (2024) mukaan jo 65 % suomalaisista 16–89-vuotiaista käyttää sosiaalisen median yhteisöpalveluja päivittäin tai lähes päivittäin. Vastaavasti aktiivisella sosiaalisen median käytöllä on havaittu olevan yhteys voimakkaampaan affektiiviseen polarisaatioon (Kubin & von Sikorski 2021). Yhtenä mahdollisena tekijänä voivat olla sosiaalisessa mediassa kaikukammioiden tai sosiaalisten kuplien kautta muotoutuvat samanmielisten ihmisten yhteisöt, joissa ihmisten ryhmäidentiteetit muotoutuvat yksipuolisten ideoiden ja piirteiden pohjalta ja aiheuttavat siten yhteentörmäyksiä muiden ryhmien kanssa (Wollebæk ym. 2019, Väliaverronon 2014). Sosiaalisen median alustojen toimintalogiikkaan on tämän lisäksi sisäänrakennettu kannustavuus reaktioita synnyttävän sisällön luomiseen, jossa keskeistä on negatiivisten tunteiden herättäminen sekä vastakkainasettelun luominen eri ryhmien välille (Overgaard 2024). Jos affektiivisen polarisaation kasvuun on löydettävissä yhteys sosiaalisesta mediasta, ovat sen aktiiviset käyttäjät mahdollisesti niitä, joihin tunnepolarisaatio vaikuttaa eniten. Sosiaalisen median konkreettisten vaikutusten selvittäminen affektiiviseen polarisaatioon on kuitenkin hankalaa somealustojen monipuolisuuden vuoksi (Nordbrandt 2023). Vaikka alustojen yksittäisten erojen ja niiden vaikutusten selvittäminen olisikin mielenkiintoista, ne ylittävät laajuudessaan tämän tutkielman rajat. Sosiaalisen median yleisten vaikutusten selvittäminen antaa kuitenkin pääpiirteittäin tietoa sen mahdollisuuksista lisätä affektiivista polarisaatiota. Tutkielmani päätutkimuskysymys on täten seuraava: *”Esiintyykö puolueiden kannattajilla affektiivista polarisaatiota vihreitä ja perussuomalaisia kohtaan?”* ja alatutkimuskysymys seuraava: *”Selittääkö sosiaalisen median käyttö affektiivisen polarisaation tasoa?”*.

Tutkielman johdannon jälkeen tuleva luku käsittää tutkielman teoreettisen viitekehyksen. Tässä luvussa käsitellään tarkemmin affektiivisen polarisaation suhdetta muihin tapoihin käsitellä polarisaatiota ja sen lähtökohtia sosiaalisen identiteetin teoriassa, syvennyttään affektiivisen polarisaation erityispiirteisiin monipuoluejärjestelmien kontekstissa sekä aiempien tutkimusten sille esittämiin selittäjiin, tarkastellaan affektiivista polarisaatiota ilmentävää sosiokulttuurista

ulottuvuutta vihreiden ja perussuomalaisten puolueiden ja heidän kannattajiensa osalta sekä lopulta sosiaalisen median suhdetta affektiiviseen polarisaatioon. Kolmannessa luvussa esitellään tutkielman aineisto, valitut menetelmät sekä muuttujien uudelleenkoodaukset. Neljäs luku keskittyy aineiston analysoimiseen tutkimuskysymysten valossa valittujen menetelmien pohjalta ja viidennessä luvussa esitetään tutkielman johtopäätökset.

2. TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1. Affektiivinen polarisaatio

Poliittisen polarisaation perinteinen määritelmä kuvaa kahden poliittisen toimijan tai puolueen välistä ei-väkivaltaista konfliktia eli arvojen yhteentörmäystä tai erimielisyyttä (Schedler 2023, 339). Poliittista polarisaatiota on yleensä tarkasteltu ideologian näkökulmasta, jolloin polarisaatiota ilmentävät mielipide-erot, asenteet ja sijoittuminen poliittisilla arvoulottuvuuksilla (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Toinen poliittista polarisaatiota ilmentävä näkökulma liittyy affektiivisen polarisaatioon, jolloin keskitytään puolueiden kannattajien tunteisiin muita puolueita ja heidän kannattajiaan kohtaan. Affektiivisen polarisaation käsitteellä kuvataan sitä, missä määrin jonkin puolueen kannattajat suhtautuvat kielteisesti tai vihamielisesti jonkin tai joidenkin muiden puolueiden kannattajiin (Iyengar ym. 2012, Kawecki 2022). Affektiivisuus viittaa siis etenkin negatiivisten tunteiden vaikutukseen polarisaation taustalla (Saarinen 2022, 32). Ilmiöön liittyy myös positiivisten tunteiden kohdistaminen omaa puoluetta kohtaan ja kokemus omasta puolueesta muita puolueita parempana (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021).

Ideologisen ja affektiivisen polarisaation välisestä suhteesta ei tiedeyhteisössä ole selkeää konsensusta. Affektiivinen polarisaatio voi joidenkin tutkimusten mukaan olla seurausta ideologisesta polarisaatiosta, olla siihen muuten tiiviisti kytkeytynyttä tai molemmat polarisaation muodot voivat ilmetä itsenäisesti toistensa rinnalla (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Kansainvälisissä vertailututkimuksissa ideologisen ja affektiivisen polarisaation välillä on havaittavissa jonkinlainen yhteys, mutta alueelliset erot eivät anna yksiselitteistä vastausta (Reiljan 2020). Affektiivista polarisaatiota on esimerkiksi Euroopan itäosissa havaittavissa merkittäviä määriä myös ideologisesti samankaltaisten puolueiden välillä (Saarinen 2022, 32). Ideologiset eroavaisuudet ryhmien välillä voivat ilmentää affektiivista polarisaatiota, mutta eivät välttämättä suoraan aiheuta sitä (Iyengar ym. 2012, Reiljan 2020).

Siinä missä ideologinen polarisaatio voi olla myös positiivinen asia demokratialle tuodessaan esiin ihmisten erilaisia mielipiteitä, on Saarisen mukaan affektiivinen polarisaatio kaikissa merkityksissään demokratialle haitallista (2022, 30–31). Myös muut tutkimukset tukevat tätä väitettä. Affektiivisen

polarisaation on katsottu johtavan alhaisempaan poliittiseen luottamukseen ja demokraattisten normien heikkenemiseen, ja se on myös yhdistetty alhaisempaan tyytyväisyyteen demokratiaa kohtaan, lisääntyneisiin oletuksiin polarisaation kasvusta sekä heikentyneeseen luottamukseen ihmisten välillä (Gidron ym. 2023, 998). Vaikka affektiivisen polarisaation negatiiviset vaikutukset tutkimuskentällä korostuvat, on affektiivisella polarisaatiolla havaittu olevan myös joitakin positiivisia vaikutuksia esimerkiksi politiikan kentän mobilisoimisen muodossa (Harteveld & Wagner 2023, 733). Mitä vähemmän joistakin puolueista pitää, sitä enemmän voi nähdä olevan pelissä poliittisessa kamppailussa ja äänestämässä käymisestä tulee kriittisempää ei vain oman puolueen kannattamiseksi vaan myös toisen puolueen häviön varmistamiseksi (Borbáth ym. 2023, 639). Affektiivisen polarisaation kannustavuudella on jopa suurempi vaikutus niihin, joilla tietämys politiikasta on vähäisempää (Harteveld & Wagner 2023, 732) ja jotka ehkä muuten kävisivät äänestämässä epätodennäköisemmin. Tämä ilmiö on kuitenkin esimerkki negatiivisesta puolueellisuudesta, jolloin ihmiset asettuvat jotakin puoluetta vastaan sen sijaan että sitoutuisivat kannattamaan toista (Abramowitz & Webster 2018, 119). Negatiivinen puolueellisuus voi itsessään kiihdyttää affektiivisen polarisaation kasvua ja muodostaa sitä vahvistavan kehän, kun poliittinen kilpailu keskittyy yhä enemmän toisen puolueen toimintamahdollisuuksien estämiseksi yhteiskunnan kehittämisen sijaan. Affektiiviset erimielisyydet ovat ideologisten rinnalla keskeisiä demokraattisessa kilpailussa (Schedler 2023, 358), mutta niiden tutkiminen on tärkeää, jotta niiden äärimmäisyyksiin etenevät negatiiviset kehityskulut voidaan ajoissa tunnistaa.

Affektiivisen polarisaation lähtökohdat on alun perin liitetty sosiaalisen identiteetin teoriaan (esim. Iyengar ym. 2012). Tämän teorian mukaan ihmisten sosiaalinen identiteetti on keskeisesti yhteydessä johonkin tiettyyn ihmisryhmään (Tajfel & Turner 1979). Sosiaalisen identiteetin teoria katsoo, että ihmisillä on tapana lukea sisäryhmäänsä mukaan ihmisiä, joiden kanssa heillä on samanlaisia piirteitä ja vastaavasti ulkoryhmään ihmisiä, joista he piirteiltään eroavat (Mt.). Poliitiikan kontekstissa puolueellisuus nähdään yhtenä osana yksilöiden identiteettejä ja affektiivisen polarisaation juuret voidaan nähdä juuri puoluesidonnaisten identiteettien välillä tapahtuvassa vuorovaikutuksessa (Wojcieszak & Warner 2020, 790), jossa toisiaan vastakkaiset piirteet kohtaavat ja herättävät negatiivisia tunteita. Affektiivisen polarisaation näkökulmasta sisäryhmällä tarkoitetaan usein sitä puoluetta, jota henkilö kannattaa ja ulkoryhmällä puoluetta tai puolueita, joita hän ei kannata (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Vahvalla puolueidentiteetillä on huomattu olevan selkeä yhteys korkeampaan affektiivisen polarisaation määrään, kuten sosiaalisen identiteetin teoriakin ehdottaa (Iyengar ym. 2012). Affektiivisuus johtaa siihen, että ulkoryhmään liitetään negatiivisia piirteitä ja sisäryhmään puolestaan positiivisia piirteitä (Iyengar ym. 2012).

Vahvat sosiaaliset identiteetit lisäävät yksilöiden havainnoimia eroja ryhmien välillä, joten tunteet ryhmäkonflikteissa ovat oletettavasti voimakkaampia piirteiltään selkeästi jakautuneiden yksilöiden välillä (Mason 2016, 1). Varsinkin politiikan kentällä ryhmäidentiteettiä voi määrittää puolueidentiteetti, mutta poliittiset ryhmäidentiteetit voivat perustua myös esimerkiksi vasemmisto-oikeisto-jaottelulle tai asiakysymyksiä koskeville näkökannoille ilman puolueiden suoraa vaikutusta (Kawecki & Kekkonen 2024, 225). Puolueidentiteetit tai yleisesti poliittiset identiteetit eroavat muista sosiaalisen identiteetin tekijöistä kuitenkin siinä, että ne ovat vapaaehtoisia (Wojcieszak & Warner 2020, 791). Ihmisillä on täten matalampi kynnys kohdistaa vihamielisyyttä ulkoryhmäläisiä kohtaan, sillä nämä henkilöt ovat itse valinneet olla ”väärällä” puolella (Iyengar & Westwood 2015). Sosiaaliset identiteetit ja puolueidentiteetit eivät ole kuitenkaan toisistaan irrallisia, vaan itseasiassa toisiinsa vahvasti linkittyviä (Mason 2016, 2). Puolueet itsessään ilmentävät yhä vahvemmin sosiaalisia identiteettejä sen perusteella, millaisia ihmisryhmiä puolueiden taakse asettuu. Puolueiden sisäinen homogeenisyys voi lisätä vihamielisiä tunteita ja siten affektiivista polarisaatiota puolueiden välillä (Mt., 2). Poliittikkaan osallistutaan kuitenkin pääasiassa puolueen tai ideologian sijaan sitä kautta, minkälaisiin ihmisryhmiin kuulumme (Mt., 3). Affektiivinen polarisaatio ei siten ole selitettävissä vain puolueiden tai asiakysymysten kautta.

Affektiivisen polarisaation mittaamisessa on vakiintunut niin sanottujen puoluelämpömittareiden käyttö kyselytutkimuksissa, joissa vastaaja arvioi kuinka läheiseksi tai kuinka paljon hän pitää tai ei pidä tietystä puolueesta asteikolla 0–10 (esim. Kekkonen ym. 2022). Kyselytutkimuksissa ihmisillä on puolueita arvioidessaan kuitenkin tapana ajatella enemmän puolue-eliittiä ja puoluetta organisaationa kuin puolueen äänestäjiä, joten juuri tunneperustaisen polarisaation kohdentuminen ei välttämättä ole selkeää (Saarinen 2022, 160). Affektiivisen polarisaation näkökulmasta tulokset kertovat tämän vuoksi useimmiten vahvemmissa kielteisistä tunteista juuri puolue-eliittiä kuin puolueen äänestäjäkuntaa kohtaan (Druckman & Levendusky 2019, 114). Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että ihmiset pitäisivät puolueen äänestäjistä, vaan negatiiviset tunteet vain korostuvat puolueen eliittejä arvioitaessa (Mt.). Tämä voi mahdollisesti johtua puolueen johtohahmojen julkisesta näkyvyydestä ja avoimemmista poliittisista mielipiteistä. Juuri puolueiden äänestäjiin kohdistuvia affektiivisia asenteita voidaan mitata paremmin myös sosiaalisen identiteetin teorian osalta esimerkiksi sosiaalisen etäisyyden mittareilla, joiden kysymyksenasettelut voivat määrittää esimerkiksi vastaajien valmiutta hyväksyä toisen puolueen kannattajia ystäväpiiriinsä (esim. Kekkonen ym. 2022). Tätä tutkielmaa ajatellen nämä kysymykset olisivat mielekkäitä puolueiden kannattajien juuri toisiinsa kohdistaman affektiivisuuden kannalta, mutta eduskuntavaalitutkimusaineistossa näitä ei ole saatavilla. Puoluelämpömittareilla voidaan kuitenkin tässä tutkielmassa havainnoida selittävien muuttujien vaikutusta puolueiden kannattajien yleiseen

asennoitumiseen tarkasteltavia puolueita kohtaan, mutta kohdentumista eri tekijöihin tulee analysoida kriittisesti. Laajemmin puoluejärjestelmiä mitatessa tulee huomioida myös puolueiden verrattainen koko, sillä affektiivisen polarisaation määrällä on erilainen painoarvo riippuen siitä, kohdistuvatko negatiiviset tunteet suureen vai pieneen puolueeseen (Wagner 2021, 2). Myös mittausajankohdalla on merkityksensä, sillä affektiivisen polarisaation on havaittu laskevan vaalikausien ulkopuolella (Hernandez ym. 2019). Affektiivista polarisaatiota mitatessa ja myöhemmin tuloksia tulkitessa tulee siis pohtia, eroaako poliittinen ilmapiiri vaaliajan ja kyselyn keräysajankohdan välillä.

2.1.1. Affektiivinen polarisaatio monipuoluejärjestelmissä

Affektiivisen polarisaation tutkimus on ollut aiemmin keskittynyt Yhdysvaltoihin ja sen kaksipuoluejärjestelmään, mutta aihe on kiinnostanut viime vuosina yhä enenevässä määrin Euroopan monipuoluejärjestelmien kontekstissa. Kaksipuoluejärjestelmissä affektiivisen polarisaation tutkimuksen etuna on ilmiön tutkimisen yksinkertaisuus sekä affektiivisuuden selkeämpi ilmeneminen kahden vastakkaisen osapuolen välillä, mutta kaksipuoluejärjestelmän olemassaolo ei yksinään selitä sitä, esiintyykö yhteiskunnassa poliittista affektiivista polarisaatiota ja missä määrin (Saarinen 2022, 32). Eurooppaa laajemmin käsittelevissä tutkimuksissa on havaittu, että osa demokraattisista monipuoluejärjestelmistä itseasiassa ohittaa Yhdysvallat affektiivisen polarisaation tasossa (esim. Reiljan 2020). Monipuoluejärjestelmien väliset erot ja niiden puolueiden keskinäiset suhteet antavat monipuoliset ja kiintoisat lähtökohdat affektiivisen polarisaation tutkimukselle, mutta ovat tuoneet kehittyvälle tutkimuskentälle omat haasteensa.

Monipuoluejärjestelmissä ei sellaisenaan voida soveltaa kaksipuoluejärjestelmille kehitettyjä affektiivisen polarisaation mittaamenetelmiä (Patkós 2023, 40), eikä tiedeyhteisössä ole toistaiseksi vallitsevaa konsensusta siitä, mitä menetelmiä monipuoluejärjestelmien tutkimisessa tulisi käyttää (Gidron ym. 2023, 998). Monipuoluejärjestelmissä ihmisillä on tapana tuntea läheisyyttä useampaan puolueeseen samanaikaisesti, eikä vahvaa samaistumista tiettyä yksittäistä puoluetta kohtaan välttämättä nouse esiin (Kekkonen ym. 2022, 1). Samalla he voivat tuntea etäisyyttä useampaan kuin yhteen puolueeseen (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Yksittäisen sisä- ja ulkopuolueen määrittäminen ei monipuoluejärjestelmissä siis välttämättä ole mahdollista. Monipuoluejärjestelmiä käsittelevissä affektiivisen polarisaation tutkimuksissa on huomattu, että sosiaalista etäisyyttä puolueiden äänestäjien välillä mittaavat tulokset eroavat jonkin verran siitä, mitä tulokset puolue mielipiteistä antaisivat ymmärtää (Kekkonen ym. 2022, 1). Tämä tarkoittaa siis sitä, että vaikka yhden puoleen äänestäjät voivat suhtautua johonkin toiseen puolueeseen kielteisemmin, eivät nämä negatiiviset tunteet kohdistu samassa määrin itse puoluetta äänestäneisiin. Mahdollista on myös se, että ihmisten

on helpompi ilmaista negatiivisia tunteita puolueorganisaatiota kohtaan, mutta muita ihmisiä kohtaan vihamielisyyttä ei haluta suoraan osoittaa.

Huolimatta puolueiden määrästä monipuoluejärjestelmissä, polarisaatio on kaksisuuntainen ilmiö. Kun tutkitaan affektiivista polarisaatiota monipuoluejärjestelmissä, puolueet jaetaan yleensä kahteen (toisilleen vastakkaiseen) poliittiseen ryhmittymään (Wagner 2021, 2; Patkós 2023, 43). Monipuoluejärjestelmien arvomaailmojen affektiivisten eroavaisuuksien tarkasteluun voidaan hyödyntää blokkijakoa, jossa puolueet jaetaan blokkeihin arvoulottuvuuksille asettumisen perusteella ja verrataan äänestäjien suhtautumista niihin (Wagner 2021). Niin sanottu affektiivisen polarisaation indeksi (API) on myös monipuoluejärjestelmien välisessä vertailussa yleinen työkalu, jossa kullekin vastaajalle määritetään yksi sisäpuolue ja vertailussa ovat heidän keskimääräiset suhteensa sisäpuolueeseen ja kaikkiin muihin ulkopuolueisiin (Reiljan 2020, Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Jaotteluun on käytetty myös muita keinoja, kuten esimerkiksi republikaani–demokraatti jakolinjan korvaamista vasemmisto-oikeisto-jaottelulla (Patkós 2023, 43) tai blokkijaon muodostamista hallituskoalition ja sen opposition välille (esim. Knudsen 2020). Nämä mittausmenetelmät ovat hyödyllisiä, kun affektiivisen polarisaation määrää koitetaan kartoittaa kansallisella tasolla ja kun pyritään vertailemaan monipuoluejärjestelmien tuloksia keskenään. Haasteena on kuitenkin se, miten yksittäiset äänestäjät kokevat puolueiden jakautuvan näihin blokkeihin ja ryhmittymiin (Kawecki 2022). Alempana yksilötasolla puolueasentoitumista voidaan mitata määrittämällä keskimääräinen etäisyys kunkin äänestäjän oman puolueen ja vastapuolella nähdyn puoleen välillä (Wagner 2021, Reiljan 2020). Keskiarvojen mittaaminen voi kuitenkin johtaa väärin tulkintoihin, jos äänestäjien keskuudessa affektiivisuuden määrä vaihtelee (Kawecki 2022). Monipuoluejärjestelmissä polarisaatiota voi kehittyä myös luonnollisesti erilaisten puolueblokkien ympärille, jossa ideologisesti erisuuntaiset puolueet ovat toisiaan vastakkain ja täten synnyttävät kaksipuoluejärjestelmää muistuttavan asetelman (Saarinen 2022 74, 111).

Vaikka affektiivinen ja ideologinen polarisaatio korreloivatkin usein keskenään, niiden välinen suhde ei varsinkaan Euroopan eri osien kontekstissa ole täysin yksiselitteinen: Länsi- ja Pohjois-Euroopan poliittisissa järjestelmissä ideologinen polarisaatio ei näytä yksinään johtavan vahvoihin negatiivisiin tunteisiin puolueiden välillä, kun taas Itä- ja Etelä-Euroopan ideologisesti keskustalaisissa puoluerakenteissa affektiivinen polarisaatio on korkealla tasolla. Itä- ja Etelä-Euroopassa affektiivinen polarisaatio on jopa Yhdysvaltojakin vahvempaa, kun taas Länsi- ja Pohjois-Euroopassa puolueiden ja heidän kannattajiensa välillä tuntemukset ovat maltillisempia. Itä- ja eteläosien maat ovat kuitenkin keskimäärin vähemmän varakkaita ja enemmän korruptoituneita verrattuna niihin eurooppalaisiin maihin, joissa affektiivinen polarisaatio on alhaisempaa. Affektiivisuus voi siis Itä- ja Etelä-Euroopassa olla osakseen seurausta korruptiosta tai epäluottamuksesta puolueita kohtaan.

(Reiljan 2020, 376, 393) Oikeistopopulistiset puolueet erottuvat kuitenkin joukosta myös muuten affektiivisesti kohtalaisten länsi- ja pohjoiseurooppalaisten maiden joukossa (Mt., 392), koska näitä puolueita kohtaan monien muiden puolueiden äänestäjät tuntevat eniten negatiivisia tunteita (Gidron ym. 2023, 1002). Monissa eurooppalaisissa poliittisissa järjestelmissä oikeistopopulistiset puolueet herättävätkin eniten negatiivisia tunteita (Mudde & Rovira Kaltwasser 2018, 1685) ja jopa oikeistokonservatiiviset puolueet ovat vastahakoisia lähtemään hallituskoalitioihin heidän kanssaan (Reiljan 2020, 379).

Suomessa ja muissa pohjoismaissa affektiivisen polarisaation taso on kansainvälisessä vertailussa maltillista (Saarinen 2022, 90), vaikka nousua on ollut havaittavissa Suomessa viimeisen vuosikymmenen aikana (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Suomi ei kuitenkaan tästä huolimatta yllä affektiivisen polarisaation tasossa esimerkiksi naapurimaidensa Ruotsin tai Tanskan tasolle (Ryan 2023). Mikä tähän voisi olla syynä? Suomalaisessa poliittisessa järjestelmässä on ensinnäkin perinteisesti ollut vaikea erotella kahta selkeästi toisistaan eroavaa blokkia (Saarinen 2022, 116). Taustalla voi olla suomalaisen politiikan vahva konsensushakuisuus, joka on vielä 2000-luvullakin mahdollistanut sen, että hallituskoalitioissa on ollut samanaikaisesti mukana niin sosiokulttuuristen kuin -ekonomisten jakolinjojen eri päissä olevia puolueita (Kawecki 2022). Toisaalta tämä perinne voi olla muutoksen edessä, sillä viime vuosina myös Suomessa puolueet ovat alkaneet esimerkiksi ilmaista haluttomuuttaan ryhtyä hallitusyhteistyöhön joidenkin muiden puolueiden kanssa vedoten ristiriitoihin arvopohjien ja asiakysymysten osalta (Wass ym. 2024). Suomalaisista äänestäjistä merkittävä osa on myös liikkuvia, eli heidän puoluevalintansa vaihtelee vaalista toiseen tai äänioikeus jää toisinaan kokonaan käyttämättä (Borg 2012). Iso osa äänestäjistä ei siis välttämättä koe mitään puoluetta itselleen kovin läheiseksi, eivätkä täten puolueiden ja niiden äänestäjien vastakkainasettelut herätä tunteita suuntaan tai toiseen. Suomalaisessa politiikassa on myös verrattain maltillinen poliittinen keskusteluilmapiiri, jossa tunteiden näyttämistä ja vastapuolta kohtaan hyökkäämistä ei pidetä sopivana (Isotalus 2011, 41). Tähän on kuitenkin myös nähtävissä viitteitä muutoksesta, sillä puolueiden väliset arvo- ja ideologiaerot korostuvat yhä useammin määrin julkisissa keskusteluissa (von Schoultz 2024). Affektiivisuutta ei ehkä vielä toistaiseksi ole niinkään mielletty osaksi poliittista kanssakäymistä Suomessa, joten puolueita ja heidän äänestäjiään on voitu arvottaa enemmän muiden ominaisuuksien kautta. Kuitenkin nämä mainitut muutoskehitykset kertovat affektiivisen polarisaation potentiaalisesta noususuuntaisuudesta, joten aiheetta on sen vuoksi aiheellista tarkastella enemmän.

2.1.2. Affektiivisen polarisaation selittäjät

Affektiiviselle polarisaatiolle ei ole löydetty yksiselitteistä aiheuttajaa (Iyengar ym. 2019). Yhdysvalloissa poliittisen polarisaation taustalla on alun perin pidetty uusliberalismia ja keskustelua valtion osuudesta ihmisten elämässä ja taloudessa, ja varsinkin jälkimmäisen osalta eriarvoistuminen on mielletty yhdeksi keskeiseksi yhteiskunnan niin ideologista kuin affektiivistakin polarisaatiota lisääväksi tekijäksi (Saarinen 2022, 72). Nykyään yhteiskuntien polarisaatiokehitykseen nähdään vaikuttavan yhä vahvemmin sosiokulttuuriset teemat (Hare & Poole 2014). Viime vuosikymmenen tapahtumat, kuten Brexit, Yhdysvaltojen vuoden 2023 presidentinvaalit, äärioikeistopuolueiden nousu ja Euroopan pakolaiskriisi, ovat synnyttäneet näiden teemojen osalta syviä jakolinjoja monissa länsimaisissa demokratioissa (Lauka ym. 2018). Myös Suomessa nämä tapahtumat voivat selittää affektiivisen polarisaation lisääntymistä (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021).

Sosiaalisen identiteetin teorian katsotaan selittävän yhtenä juurisyynä affektiivista polarisaatiota, sillä sosiaalisten identiteettien vahvuus selittää tunneperusteista kahtiajaottelua (Mason 2018). Teorian näkökulmasta affektiivinen polarisaatio ilmentää äänestäjien tarvetta parantaa oman ryhmänsä asemaa ja ainakin Yhdysvalloissa affektiivinen polarisaation synnyn katsotaan perustuvan lähinnä uskonnollisiin, etnisiin ja muihin identiteetteihin poliittisten tai ideologisten sijasta (Mt.). Affektiivisen polarisaation voidaan nähdä olevan seurausta juuri kollektiivisten identiteettien muodostumisesta tai vahvemmasta ryhmään jakautumisesta sosiodemografisten tekijöiden perusteella (Reiljan 2020). Euroopassa kollektiiviset identiteetit ja sisä-ulkoryhmä-dynamiikat voivat niin ikään olla vähemmän puoluerakenteellisia ja enemmän politisoitujen sosiaalisten identiteettien seurausta (Borbáth ym. 2023, 638). Toisaalta joissakin tutkimuksissa on päinvastaisesti havaittu puolueidentiteettien olevan vahvempia selittäjiä ulkoryhmiin kohdistuviin negatiivisiin tunteisiin ja ennakkoluuloihin kuin muut sosiaaliset jakolinjat kuten etnisyys ja uskonto (Westwood ym. 2018).

Suomessa puoluesidonnaisuudella on affektiivisen polarisaation tasoon suhteellisemmin pienempi vaikutus, kun taas ideologisilla eroilla etenkin sosiokulttuuristen arvojen ja identiteettien osalta tämä on suurempaa (Kawecki 2022). Näitä ovat esimerkiksi maahanmuutto, seksuaalivähemmistöjen oikeudet ja kansainvälisyys (Kawecki & Kekkonen 2024, 227). Suomessa affektiivisen polarisaation kasvua selittää se, että äänestäjät suhtautuvat yhä kielteisemmin siihen puolueeseen, josta he pitävät kaikista vähiten (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Myös maissa, joissa affektiivinen polarisaatio on verrattain vähäistä, jotkin puolueet voivat olla äänestäjien keskuudessa suuressa epäsuosiossa (Reiljan 2020). Suhteellisen vaalitavan järjestelmissä koalitionhallitusten seurauksena politiikkaa on tapana harjoittaa ”lempeämmin” ja kanssajäseniä kannustetaan arvioimaan positiivisemmin kuin enemmistödemokratioissa (Gidron ym 2023, 998). Toisaalta suhteellisen vaalitavan järjestelmissä

affektiivinen polarisaatio voi lisääntyä radikaalioikeistopuolueita kohtaan kasvavan vihamielisyyden myötä. (Mt. 998). Affektiivisesti polarisoitunutta suhtautumista näkyy Suomessakin eniten perussuomalaisia kohtaan. Monet suhtautuvat jo lähtökohtaisesti tähän puolueeseen hyvin kielteisesti ja näkemykset ovat muuttuneet koko ajan jyrkemmiksi. Perussuomalaisten kannattajilla kielteisimmät näkemykset ovat vihreitä, vasemmistoliittoa ja RKP:tä kohtaan, mutta verrattain näiden puolueiden mielipiteet perussuomalaisia kohtaan ovat sitäkin ankarampia (Saarinen 2022, 115). Perussuomalaisten nousu yhdeksi keskisuureksi puolueeksi onkin mahdollinen affektiivisen polarisaation lisääjä Suomessa, sillä äänestäjäkuntien jakautuminen tällä tavoin voi kertoa suomalaisen yhteiskunnan laajemmasta polarisoitumisesta (Kekkonen & Ylä-Anttila 2021).

Sosiokulttuurinen ulottuvuus risteää affektiivisen polarisaation osalta myös sosioekonomiseen, ja etenkin taloudelliset huolet herättävät ihmisissä vihan ja ahdistuksen tunteita niitä ihmisiä kohtaan, joiden kanssa he ovat ideologialtaan tai poliittisilta näkemyksiltään vastakkain (Utych ym. 2022, 505). Tämän on puolestaan havaittu kiihdyttävän etenkin kansallismielisten ja maahanmuuttokriittisten puolueiden syntymistä ja lisäävän näitä ideoita vastaan oleviin ulkoryhmiin kohdistuvia ennakkoluuloja (Mt. 505). Talous ja kulttuuri ovat tältä osalta toisiaan poikkileikkaavia ulottuvuuksia. Kulttuuristen ongelmien painoarvon kasvun taustalla voivat olla huolet kansallisista identiteeteistä ja kulttuurien arvomaailmojen eroista, sillä nämä herättävät ihmisissä vahvoja negatiivisia tunteita (Gidron 2023, 1000). Populistisilla puolueilla tätä dynamiikkaa vahvistavat narratiivit liittolaisista ja vihollisista (Utych ym. 2022, 510), jotka ovat myös selkeästi affektiivisen polarisaation ryhmäjoittelua kiihdyttäviä. Oikeistopopulististen puolueiden kannatus on joidenkin tutkimusten mukaan seurausta siitä, että äänestäjät kokevat heidän asemansa yhteiskunnassa heikkenevän tai sen uhan kasvaneen (Im ym. 2023, 116). Etenkin kansallisidentiteetin kohdalla erimielisyydet voivat synnyttää vahvaa vihamielisyyttä, sillä näissä identiteettikysymyksissä on vaikea löytää kompromisseja (Gidron ym. 2023, 1000). Näiden taloudellisten ja kulttuuristen kysymysten kohdatessa syntyvät puolueet yleensä erottuvat affektiivisen polarisaation osalta joukosta muiden suhtautuessa niihin negatiivisemmin, enemmän kuin polarisaatio yhteiskunnassa lisääntyisi yleisesti useiden eri tahojen välillä (Kekkonen ym. 2022).

Populismi synnyttää affektiivista polarisaatiota vauhdittavaa vastakkainasettelua (Saarinen 2022, 170). Populismissa keskeistä on jako kansaan ja eliittiin, eli meihin ja niihin. Populistisella retoriikalla voidaan tehokkaasti vedota ihmisten tunteisiin ja luoda ryhmän välille yhteenkuuluvuuden tunnetta (Herkman 2019). Puolueiden ideologisella muovautumisella on vaikutusta myös heidän kannattajiensa ja äänestäjiensä asennoitumiseen ideologioiden ja eri kysymysten osalta, minkä myötä eri puolueiden välinen affektiivinen suhtautuminen myös vaihtelee. Eliittien erimielisyydet niin talousongelmissa kuin kulttuurillisissa kysymyksissä linkittyvät siihen, miten kunkin puolueen

kannattajakunta suhtautuu vihamielisesti ulkoryhmiä kohtaan. (Gidron ym. 2023, 997). Ihmiset, jotka samaistuvat enemmän populistisiin puolueisiin, ovat enemmän affektiivisesti polarisoituneita (Pérez-Rajó 2024, 1). Populismien luoma sisäryhmä on keskeinen puoluesidonnaisuuden ilmentäjä, sillä ulkoryhmien nähdään muodostuvan eliittipuolueista ja heidän liittolaisistaan (Mt., 4). Täten populismien synnyttämä affektiivinen välimatka ei käsitä vain jakoa kansaan ja eliittiin, vaan ilmentää edelleen jaottelua eri sosiaalisiin ryhmiin ja identiteetteihin varsinkin puolueellisuuden kautta (Mt., 4).

Muitakin syitä affektiivisen polarisaation kasvuun on ehdotettu. Affektiivista polarisaatiota voi syntyä myös ilman selkeitä motiiveja tai konflikteja ryhmien välillä, jotka eivät edes merkittävästi eroa toisistaan mielipiteiltään tai ideologioiltaan (Schedler 2023, 350). Tällainen tunteisiin perustuva kamppailuasetelma voi syntyä esimerkiksi eriävien identiteettien perusteella, jota poliittisten mielipiteiden jakauma vain ilmentää. Tähän tulee toisaalta suhtautua varauksella, sillä tunneperustainen polarisaatio ilman poliittista sisältöä ei ole riittävää selittämään politiikan kentällä ilmenevää polarisaatiota (Mt., 351). Affektiivisen polarisaation voi katsoa käsittelevän pääasiassa kansalaisten subjektiivisia kokemuksia poliittisesta polarisaatiosta (Mt., 349), jolloin katsanto on yksilöiden identiteetteihin perustuvissa yksilöllisissä kokemuksissa affektiivisen polarisaation taustalla. Affektiivinen polarisaatio on voimakkaampaa niiden keskuudessa, jotka ovat ylipäättään kiinnostuneita politiikasta ja jotka kokevat politiikan itselleen tärkeäksi asiaksi (Saarinen 2022, 162). Uskomus yhteiskunnan kahtiajakautumisesta voi itsessään olla myös affektiivista polarisaatiota kiihdyttävä tekijä ja toisinaan jopa merkittävämmässä roolissa kuin tämä polarisaatio itsessään (Lee 2022).

2.2. Puolueiden kannattajat ja sosiokulttuurinen ulottuvuus

Yhteiskunnan mielipiteiden ja arvojen kirjoa ilmentävät poliittisella kentällä puolueet. Puolueet tuovat konkreettisesti esille yhteiskunnan poliittisia ristiriitailottuvuuksia ja äänestäjät asettuvat puolueiden taakse toisiaan vastakkain etujensa, mielipiteidensä ja käyttäytymisensä erojen perusteella (Paloheimo 2024, 124). Tämä merkittävä asema poliittisten järjestelmien arvoilmentyminä tekee puolueihin kohdistuvista asenteista ja mielipiteistä keskeisiä affektiivisenkin polarisaation indikaattoreita, sillä äänestäjien asenteet puolueita kohtaan eroavat (Kawecki & Kekkonen 2024, 225). Suomalaiselle politiikalle useat ristiriidassa kulkevat ulottuvuudet ovat ominaisia, joita ovat sosioekonomisen ja sosiokulttuurisen lisäksi esimerkiksi jaottelu kaupungissa- ja syrjäseudulla asuuihin tai suomen- ja ruotsinkielisiin. Puolueiden välisten suhteiden tarkastelu affektiivisen polarisaation näkökulmasta on siten mielekästä, sillä asenteet perustuvat monenlaisille eri

kysymyksille ja muodostavat puolueiden välille uniikkeja suhteita. Kannattajien suhtautuminen puolueisiin riippuu osaltaan ideologisesta yhteensopivuudesta sekä siitä, miten heidän mielipiteensä vertautuvat puolueiden näkemyksiin (Mt., 336). Affektiivisen polarisaation noususuuntaisuuden myötä myös Suomessa on alettu kiinnittää enemmän huomiota puolueiden välisiin eroihin, ja heidän kannattajiensa välillä onkin havaittu eroavaisuuksia tunteisiin perustuvan polarisaation tasossa puoluevalinnan perusteella (Mt., 231). Vuoden 2023 eduskuntavaalitutkimuksen tulosten mukaan perussuomalaisen ja vihreiden äänestäjistä löytyy vasemmistoliiton ohella Suomen kaikkein polarisoituneimmat äänestäjät (Mt. 232), mikä seuraa aiempien tutkimusten asettamia oletuksia siitä, että arvoulottuvuuksien ääripäihin sijoittuvien puolueiden äänestäjät ovat affektiivisimmin polarisoituneita (Mt. 232). Mitä jakautuneempaa äänestäjien puoluejaottelu on pidettyihin ja ei-pidettyihin, sitä polarisoituneempaa koko poliittista järjestelmää voidaan pitää (Mt. 227).

Etenkin Euroopassa on nähty muodostuneen valtiot ylittävä jakolinja, jonka ydin on Euroopan integraation ja maahanmuuton vastustamisessa (Hooghe & Marks 2018, 110). Tämä ilmentää sosiokulttuurisen eli GAL-TAN-ulottuvuuden jakautumista, sillä sen ääripäissä näkemykset Euroopasta ja maahanmuutosta ovatkin täysin vastakkaisia. Ulottuvuus jaottelee arvot vihreään, vaihtoehtoiseen ja liberaaliseen (eng. green, alternative, libertarian) sekä perinteiseen, autoritääriin ja kansallismieliseen (eng. traditional, authoritarian, nationalist) sen toisessa päässä (Hooghe ym. 2002, 965). Suomeksi myös liberaali-konservatiivi-ulottuvuutena tunnetun jaottelun eriäviä kantoja edustavat puolueet näkevät Eurooppa- ja maahanmuuttokysymykset keskeisemmin linkittyneinä kuin muut puolueet (Hooghe & Marks 2018, 123). Alexander ym. (2024) ovat myös tunnistanet ihmisten asenteiden polarisoituvan sosiokulttuurisella ulottuvuudella sen molemmissa päissä ensisijaisesti reaktioina kulttuurisiin uhkiin, kuten maahanmuuttokysymyksiin tai naisten oikeuksiin. Suomessa tätä jaottelua edustavat etenkin perussuomalaiset ja vihreät. Nämä puolueet ovat ideologisesti toisiaan vastakkain niin suhteessa monikulttuurisuuteen, maahanmuuttoon, ilmastonmuutokseen kuin seksuaalivähemmistöjen asemaankin (Saarinen 2022, 104). Perussuomalaiset hallitsevat etenkin maahanmuuttokeskustelua ja ovat asettuneet yhä enemmän myös ilmastonmuutoksen olemassaoloa ja eri vähemmistöryhmien oikeuksia vastustavalle linjalle (Mt., 104). Vihreät puolestaan johtavat keskustelua ympäristö- ja ilmastokysymyksistä ja puoltavat vähemmistöjen oikeuksia. Puolueiden jakautumisen voitaisiin argumentoida olevan myös tarpeellinen ja hyvä asia politiikalle. Mitä kauempana puolueet ovat toisistaan, sitä helpompaa äänestäjien on valita puolueiden välillä (Lupu 2015, 334) ja muodostaa sidonnaisuutta puolueisiin. Kun puolueilla on erimielisyyksiä poliittisista kysymyksistä, puolueista ja puolueellisuudesta tulee tärkeämpiä (Mt., 334). Puolueille tämä voi tarkoittaa yhä sitoutuneempaa kannattajakuntaa, mutta affektiivisen polarisaation näkökulmasta seurauksena voi olla monia negatiivisiakin kehityskulkuja.

Vihreiden kannattajakunta koostuu pääosin etelässä asuvista opiskelijoista tai jo valmistuneista korkeakoulutetuista, joista iso osa on myös iältään nuoria (Paloheimo 2024, 140). Perussuomalaisten kannatus on suurinta työikäisten keskuudessa (Mt., 131). Vihreiden ja perussuomalaisten politiikan kentälle nostamat asiakysymykset voivat houkuttaa niiden kannattajiksi toisistaan eroavia väestöryhmiä juuri aiemmin mainittujen arvoeriytymien perusteella. Varsinkin vihreiden kannattajakunnassa suuri nuorten osuus on selitettävissä sukupolvikokemuksen kautta, sillä ympäristöasioista on tullut politiikan kentällä merkittäviä puheenaiheita vasta muutamien viime vuosikymmenien aikana (Rapeli 2023). Perussuomalaiset ovat puolestaan asennoituneet ajamaan niiden etua, joiden voidaan nähdä tulleen ”poliittisen eliitin” hylkäämäksi maailman globalisoituessa ja yhteiskunnan painotusten muuttuessa (Saarinen 2022, 66). Perussuomalaisista löytyvä tuki voi olla merkityksellistä niille, jotka kokevat näiden kehitysten uhkaavan heidän identiteettejään (Mt., 68). Toisaalta ihmisten arvojen on havaittu muuttuvan konservatiivisempaan suuntaan heidän ikääntyessään (Phillips 2022, 1486), eli perussuomalaiset voivat konservatiivisemmilla arvoillaan olla houkuttelevampia vanhemmalle väestölle. Yhdessä nämä seikat voivat selittää ainakin osittain vihreiden ja perussuomalaisten kannattajien välillä vallitsevaa ikäeroa.

Nämä puolueet ovat vuoden 2019 vaaleista alkaen jakaantuneet yhä voimakkaammin myös sukupuolen perusteella: vihreitä kannattavat voimakkaasti naiset ja vastaavasti perussuomalaisten kannattajista yhä isompi osuus on miehiä. (Isotalo ym. 2024, 250). Puolueiden kannattajakuntien näkemysten jakautuminen on vastaavalla tavalla sukupuolittunutta: naisten suhtautuminen monikulttuurisuuteen ja ympäristöystävällisyyteen on miehiä myönteisempää (Mt., 263–264). Ilmiö ei ole vain suomalainen, vaan muissakin maissa vihreiden ja vasemmistopuolueiden äänestäjä- ja kannattajakunnissa korostuu naisten osuus ja oikeistopuolueilla puolestaan miesten osuus (Rapeli 2023). Arvomieltymysten eriytyminen sukupuolittain on myös sukupolvijaon ylittävää, sillä kehitystä on nähtävissä niin nuoremmissa kuin vanhemmissa ikäpolvissa (Isotalo ym. 2024, 267). Puolueiden kannattaja- ja äänestäjäkuntien on havaittu jakautuvan yhä enemmän ikäluokkien sisällä, eikä vain niiden välillä (Rapeli 2023), mikä herättää myös mielenkiintoisia kysymyksiä yhteiskunnassa vallitsevista suhteista.

Polarisaatiokehitys linkittyy sosiokulttuuristen jakolinjojen rinnalla sosioekonomisiin, kun perussuomalaiset ovat siirtyneet 2010-luvun puolivälin jälkeen selkeästi yhä enemmän oikealle ja vihreät puolestaan aavistuksen vasemmalle (Saarinen 2022, 106). Maahanmuuttokeskusteluun on liitetty yhä keskeisemmin mukaan taloutta ja sosiaaliturvaa koskevia kysymyksiä (Mt., 106), pääosin perussuomalaisten ajamana. Tämä voi mahdollisesti viestiä kehityksestä, jossa muutkin puolueet alkavat ottaa useammin kantaa sosiokulttuuriin kysymyksiin ja asennoituvat vankemmin tällä ulottuvuudella. Ilmasto- ja ympäristöpolitiikasta on puolestaan tullut yhä keskeisemmin vasemmiston

ja vihreiden ajamia teemoja (Birch 2022), samalla kun muut puolueet keskittyvät niihin vähemmän. Puolueiden tärkeysjärjestyksen muuttuminen voi näidenkin kysymysten kohdalla muuttaa niiden ja kannattajien välisiä suhteita. Puoluestrategisesti perussuomalaisen ja vihreiden on kuitenkin jopa järkevää asettua toisiaan vastakkain, sillä korostaessaan eroavaisuuksiaan puolueet tuovat itselleen näkyvyyttä sekä kirkastavat omia arvojaan (Saarinen 2022, 113–114). Eroavaisuudet puolueiden äänestäjäkuntien välillä voivat kuitenkin vahvistaa polarisoivia kokemuksia ja lisätä affektiivista polarisaatiota. Mitä vahvemmin ihmiset havainnoivat polarisoitumista puolueiden välillä, sitä vahvemmin heillä on tapana identifioitua puolueisiin (Lupu 2015, 333).

2.3. Sosiaalinen media ja affektiivinen polarisaatio

Sosiaalisesta mediasta on tullut kriittinen areena poliittiselle ja kansalaisosallistumiselle (Theocharis ym. 2022, 788). Samalla sosiaalista mediaa usein syytetään yhteiskunnan kasvavasta polarisaatiosta ja sen taipumuksesta levittää propagandaa ja disinformaatiota (Mt. 788). Sosiaalista mediaa pidetäänkin yhtenä affektiivisen polarisaation synnyttäjänä (Levendusky & Malhotra 2016) ja tutkimuksissa on havaittu sosiaalisen median käytöllä olevan sitä edelleen vahvistavia vaikutuksia (Kubin & von Sikorski, 2021). Affektiivisuutta ilmentävää käyttäytymistä esiintyy eniten juuri sosiaalisen median poliittisissa keskusteluissa (Saarinen 2022, 32) verrattuna tavanomaisiin poliittisiin diskursseihin. Tunnereaktioita herättävä sisältö leviää sosiaalisen median alustoilla helpommin ja nopeammin kuin maltillisempi sisältö (Overgaard 2024) ja jotkin alustat jopa kannustavat ja palkitsevat tunteita herättävää sisältöä vaihtoehtoisten mielipiteiden esittelemisen sijaan (Nordbrandt 2023). Kasvokkain tapahtuvassa vuorovaikutuksessa kynnyksen haastaa muita ja näyttää negatiivisia tunteita on paljon korkeampi kuin sosiaalisessa mediassa (Saarinen 2022, 37–38). Kun ihmiset näkevät negatiivisävytteistä puhetta toisia kohtaan sosiaalisessa mediassa, se vahvistaa heidän omien negatiivisten näkemystensä oikeellisuutta, johtaen myös affektiivisen polarisaation lisääntymiseen (Brundidge & Garrett 2024, 4).

Sosiaalisella medialla on keskeinen ryhmäidentiteettiä rakentava vaikutus. Identifioitumalla hyväksi tuntumaansa ja positiivisia tunteita herättävään sisäryhmään ihmiset voivat päätyä sosiaalisessa mediassa niin sanottuihin kaikukammioihin (eng. echo chamber), joissa samanlaiset mielipiteet kasaantuvat ja vahvistavat toisiaan, lisäten seurauksena yhteiskunnan polarisaatiota (Wollebæk ym., 2019). Kaikukammioiden kanssa läheinen ilmiö liittyy sosiaalisiin kupliin (eng. filter bubble), joissa pääasiassa sosiaalisen median alustan logiikka ja algoritmit määrittävät käyttäjille näytettävän sisällön heidän toimintansa ja havaittujen mieltymysten perusteella ja luovat näin heille tietynlaisen vuorovaikutusympäristön. Tämä johtaa käyttäjien mielipiteiden yksipuolistumiseen eli kuplautumiseen (Väliverronen 2014). Käsitteitä käytetään toisinaan toistensa synonyymeinä, mutta

ne ovat syntyperältään perustavanlaatuisesti erilaisia eivätkä kuvaa täten täysin samaa ilmiötä. Kaikukammiot ja sosiaaliset kuplat kuitenkin molemmat luovat kontrastisen kuvan informaatiojärjestelmästä, jossa ihmiset näkevät ja ovat vuorovaikutuksessa lähes yksilöllisesti jo heidän olemassa olevia mielipiteitä ja asenteitaan edustavan informaation kanssa (Sindermann ym. 2024, 2). Missä sosiaalinen media suosii vuorovaikuttamista samanmielisten kanssa, se vähentää poikkileikkaavien mielipiteiden kohtaamista ja pahentaa täten ulkoryhmiin kohdistuvia negatiivisia asenteita (Yarchi ym. 2021, 103).

Sosiaalisen median toimintalogiikka perustuu myös sille, että se vahvistaa olemassa olevia käsityksiämme maailmasta (Ikäheimo 2022, 81). Algoritmit ohjaavat sitä, millaiselle sisällölle ihmiset sosiaalisessa mediassa altistuvat. Alustojen suosimat tunnepitoiset ja huomiota herättävät aiheet ja viestintäkeinot voivat vaikuttaa myös Suomessa poliittisten ryhmien välisten erimielisyyksien kasvuun. Kuitenkin sosiaalisen median vaikutusta affektiiviseen ja yhteiskunnan polarisaatioon yleisesti on yksittäin vaikea todentaa, sillä mielipidevaikutteita omaksutaan myös paljon sen ulkopuolelta (Mt., 82). Jokaisella sosiaalisen median alustalla on oma logiikkansa siinä, miten käyttäjät voivat osallistua jakamalla, seuraamalla ja vastaamalla julkaistuun sisältöön. Jokaisen alustan käyttäjäkunta on myös toisistaan erilainen siinä mihin ja miten alustaa käytetään. Täten myös vaikutukset poliittiseen käyttäytymiseen kuten äänestämistottumuksiin ja polarisaatioon ovat alustojen osalta erilaisia (Yarchi ym. 2021, 103). Oman haasteensa paikallisen politiikan kontekstiin tuo myös sosiaalisen median globaalisuus. Toistaiseksi on vain vähän tutkimuksia siitä, miten kansainväliset sosiaalisen median alustat vaikuttavat eri maissa (Theocharis ym. 2022, 789). Sosiaalisella medially on kuitenkin yleisesti havaittu olevan identiteettiä rakentavia ja niitä vahvistavia vaikutuksia: ihmisillä on sosiaalisessa mediassa taipumus olla vuorovaikutuksessa lähinnä identiteeteiltään samanlaisten ihmisten kanssa, ja he sitoutuvat vahvasti tätä kautta muodostuviin ryhmiin (Sirola ym. 2021). Vaikka somealustojen algoritmit vaikuttavatkin osaltaan siihen, millaisen sisällön kanssa käyttäjät ovat tekemisissä, tämän tutkielman kannalta keskeisempää on käyttäjien jakautuminen ryhmiin identiteeteiltään ja mielipiteiltään samanmielisten kanssa. Sosiaalisessa mediassa käyttäjillä on algoritmeista huolimatta mahdollisuus halutessaan hakeutua poikkeavankin informaation äärelle ja tätä kautta ohjata syötteitä omilla valinnoillaan.

Sosiaalinen media on tarjonnut erityisesti populistisille puolueille mahdollisuuden levittää sanomaansa ja kerätä seuraajakuntaa, missä perinteinen media on voinut asettaa tälle haasteensa (Lindholm ym. 2024). Suosion kasvu on kuitenkin pääasiassa seurausta negatiivisten tunnereaktioiden kalastelusta, sillä varsinkin vihan tunteet kasvattavat näkyvyyttä ja ihmisten kanssakäymistä sisällön kanssa (Martella & Bracciale 2022). Lindholm ym. (2024) mukaan populistipuoleet tämän ohella kiillottavat imagoaan ja vahvistavat oman kannattajakuntansa

positiivisia tunteita puoluetta kohtaan. Suomessa perussuomalaisten äänestäjämäärien ja yleisesti suosion kasvun on nähty olevan juuri sosiaalisen median alustojen taidokkaan hyödyntämisen seurausta (Horsti 2015). Perussuomalaiset käyttävät muiden populistipuolueiden tapaan etenkin Instagramia oman sisäryhmänsä läheisyyden vaalimiseen (Bast 2021) ja vastaavasti TikTokia ideologisen sisällön levittämiseen pääasiassa vastapuolen kannattajille kohdistettuna (Gonzalez-Aguilar ym. 2023). Nämä toimintatavat voivat mahdollisesti selittää sosiaalisen median sisä- ja ulkoryhmäjaottelua voimistavia havaintoja. Aktiivinen sosiaalisen median käyttö voi täten altistaa käyttäjiä suuremmissa määrin tunnepolarisaatiolle, varsinkin jos sisältö on reaktioita herättävää eli alustojen suosimaa. Käyttäjät voivat niin ikään vahvistaa tätä kehitystä toistamalla näkemäänsä käytöstä. Varsinkin jos tavoitteena on itselleen näkyvyyden saaminen, oman identiteetin ilmaiseminen tai vahvempi kiinnittyminen sisäryhmään, tällaiset toimintatavat voivat olla sosiaalisen median käyttäjille houkuttelevia, vaikkakin yhteiskunnan kahtiajakoa ja affektiivisuutta lisääviä.

Polarisoivaa kielenkäyttöä ja asenteita on Suomessakin havaittu tutkimuksissa lähinnä juuri sosiaalisessa mediassa (Saarinen 2022, 80), mutta tämä ei välttämättä heijastu elämään internetin ulkopuolella. Taustalla voivat olla aiemmin mainitut suomalaisen poliittisen ja yleisen keskustelukulttuurin piirteet ja politiikan konsensushakuisuus, vaikka nämä tavat ovatkin olleet hienoisessa muutoksessa. Kehityskulussa voi olla havaittavissa, että ryhmät sitoutuvat yhä vahvemmin omiin arvoihinsa ja ideologisiin lähtökohtiinsa, eikä joistain asioista pystytä välttämättä tekemään kompromisseja. Ideologisten ja arvoihin perustuvien ulottuvuuksien ääripäihin sijoittuvat ihmiset osallistuvat ja ottavat kantaa todennäköisemmin niin sosiaalisessa mediassa kuin toisaalta oikeassa elämässäkin (Mt., 163). Affektiivinen polarisaatio voi täten kasautua yksittäisille ihmisryhmille tai ihmisille. Sosiaalisen median toimintalogiikan huomioiden näiden ihmisten näkemykset tulevat siellä todennäköisemmin näkyväksi suuremmalle ihmisjoukolla kuin sen ulkopuolella. Ihmiset eivät kuitenkaan välttämättä mieti tuodessaan mielipiteitään esiin, millainen vaikutus käyttäytymisellä ulkoryhmiin mahdollisesti on.

Varsinkin vahvasti puolueisiin identifioituvien ihmisten on havaittu käyttäytyvän yleisesti tavoilla, jotka tuottavat mielipahaa tai jopa suoranaista vahinkoa ulkoryhmille, mutta tarkoituksena vahingontuotto ei usein ole ollut (Lelkes & Westwood 2017, 496). Kyseisessä Lelkesin ja Westwoodin tutkimuksessa esimerkiksi huomattiin, että ihmiset jättävät todennäköisemmin omaa sisäryhmäänsä kritisoivaa mediasisältöä jakamatta kuin jakavat ulkoryhmää kritisoivaa mediasisältöä (Mt., 489). Tarkoitus käyttäytymisen takana voi siis enemminkin olla oman sisäryhmän suojeleminen kuin hyökkääminen ulkoryhmää vastaan. Tämä edelleen viittaisi kyseessä olevan enemmän affektiivisuuden ilmeneminen positiivisempina tunteina omaan sisäryhmään, kuin vihamielisinä tunteina ulkoryhmiin. Affektiivisen käytöksen suhde sosiaalisessa mediassa ilmeneviin vihamielisiin

tunneilmauksiin voi tämän perusteella olla todennäköisemmin omaan ryhmään kohdistuvan vihapuheen nujertamista, kuin toiseen ryhmään kohdistuvan vihapuheen tukemista (Mt., 497).

Sosiaalisen median vaikutus affektiiviseen polarisaatioon ei kaikesta huolimatta ole täysin kiistatonta, sillä niiden välinen suhde on monimutkainen ja moniulotteinen (Nordbrandt 2023). Vaikutuksen suunta voi olla itseasiassa osaltaan myös päinvastainen, eli affektiivinen polarisoituminen ”oikeassa elämässä” voi lisätä sosiaalisen median käyttöä niin poliittisessa kuin epäpoliittisessa mielessä (Mt.). Sosiaalisessa mediassa käydyt poliittiset keskustelut voivat saada poliittisen ilmapiirin näyttämään todellisuutta polarisoituneemmalta (Saarinen 2022, 163), mutta kuten aiemmin jo mainittiin, pelkkä uskomus polarisaation lisääntymisestä voi itsessään johtaa sen kasvuun. Sosiaalisella medialla voi olla toisaalta myös affektiivista polarisaatiota vähentäviä vaikutuksia, sillä käyttäjät eivät ole sosiaalisessa mediassa vain kaikukammioiden ja sosiaalisten kuplien armoilla vaan altistuvat siellä todellisuudessa laajasti erilaisille mielipiteille (Vaccari & Valeriani 2021). Toisaalta tutkimukset eivät ole havainneet, että ainakaan sattumanvarainen omia näkemyksiä haastavan informaation näkeminen sosiaalisessa mediassa muuttaisi ihmisten tunnesidonnaisuutta omiin mielipiteisiinsä suuntaan tai toiseen (Zhu ym. 2024). Sosiaalisen median positiivisen vaikuttavuuden ydin voi kuitenkin olla sen kyky kannustaa ihmisiä poliittiseen osallistumiseen myös vähemmän aktiivisten joukossa ja tehdä politiikasta ihmisille yhä tärkeämpää, vaikka mielipide-erot korostuisivatkin (Vaccari & Valeriani 2021).

3. AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkielman aineistona on vuoden 2023 eduskuntavaalitutkimus. Valtakunnalliset eduskuntavaalitutkimukset kerätään vaalien jälkeen ja niillä mitataan äänestäjien näkemyksiä politiikasta ja demokratian ajankohtaisista ja pitkäaikaisista teemoista. Aineisto on jaettu kolmeen eri teemoja painottavaan lomakkeeseen, joista kukin vastaaja vastasi vain yhteen. Tämän tutkielman aineistovalinta tarkentuu lomakkeeseen numero yksi, joka sisältää mm. puoluepreferenssejä, poliittisia arvoja, puolueläheisyyttä ja mediaa käsitteleviä kysymyksiä. Aineisto on kerätty 12.04.2023–06.06.2023 välisenä aikana verkossa tai paperisena täytettävällä strukturoidulla lomakkeella. Perusjoukko käsittää Suomessa asuvat vuoden 2023 eduskuntavaaleissa äänioikeutetut 18–80-vuotiaat henkilöt. Aineiston kokonaisotoskoko oli 33000, josta kyselyyn vastasi 8636 henkilöä. Vastausprosentti oli täten 26,2. Aineisto on painotettu painomuuttujilla siten, että vastaajien jakauma vastaa populaatiota ja puoluevalinta vastaa vaalitulosta. (von Schoultz & Strandberg 2024)

Suomessa eduskuntavaalitutkimukset ovat olleet pääasiallisia affektiivisen polarisaation tutkimuksen aineistoja (ks. esim. Kekkonen & Ylä-Anttila 2021, Kawecki 2022) ja kyseisissäkin vaaleissa affektiivinen polarisaatio on nostettu tarkasteluun yhtenä merkittävänä ajankohtaisena ilmiönä (ks. Kawecki & Kekkonen 2024). Eduskuntavaalitutkimus sisältää affektiivisen polarisaation mittaamiselle keskeisiä kysymyksiä, kuten puoluelämpömittarit sekä laajasti vastaajien poliittisia näkökulmia ja asennoitumisia määrittäviä kysymyksiä. Lämpömittarikysymysten suurimmat hyödyt ovat niiden saatavuudessa, sillä harvoja muita affektiiviseen polarisaatioon yhdistettäviä kysymyksiä on mitattu yhtä systemaattisesti kyselytutkimuksissa (Wagner 2021, 3). Nämä kysymykset eivät kuitenkaan pysty ilmentämään suoraan sitä, kohdistuuko affektiivinen polarisaatio tarkalleen puolueen äänestäjiin, edustajiin vai puolueorganisaatioon (Druckman & Levendusky 2019, 114). Niillä pystytään kuitenkin mittaamaan yleistä suhtautumista eri puolueisiin. Tutkimusaineisto kartoittaa myös sosiaalisen median käyttöä vaalien aikaan ja yleisesti, joiden vaikutusta affektiivisen polarisaatioon pyritään tässä tutkielmassa selvittämään.

Tutkielman tutkimuskysymyksiin etsitään vastauksia kuvailevilla ja selittävillä kvantitatiivisilla menetelmillä. Kuvailevana menetelmänä käytetään ristiintaulukointia, jolla tarkastellaan, onko puolueiden kannattajien suhtautuminen 1) perussuomalaisiin ja 2) vihreisiin puoluekannan perusteella kielteistä, neutraalia vai myönteistä. Ristiintaulukointi suoritetaan molempien selitettävien muuttujien osalta erikseen. Tuloksista nähdään, onko selitettävän muuttujan eli puolueisiin kohdistuvan mielipiteen jakauma erilainen selittävän muuttujan eli puoluekannan osalta. Ristiintaulukoinnin tilastollista merkitsevyyttä testataan Khiin neliö -testillä. Tutkielmassani tilastollisen päättelyn riskitaso on 5 %, joten Khiin-neliö testin tuloksen p-arvon ollessa alle 0,05 muuttujien välistä yhteyttä voidaan pitää tilastollisesti merkitsevänä. Selittävänä menetelmänä käytetään logistista regressioanalyysiä. Regressioanalyysillä tarkastellaan yhden tai useamman selittävän muuttujan vaikutusta selitettävään muuttujaan. Logistisessa regressioanalyysissä selitettävä muuttuja voi saada vain kaksi arvoa ja analyysimenetelmä kertoo, kuinka todennäköisesti selittävät muuttujat vaikuttavat jakautumiseen arvojen välillä taustamuuttujien ollessa kontrolloituja. Sekä ristiintaulukoinnissa ja logistisessa regressioanalyysissä käytetään samoja selitettäviä ja puoluekantaan mittaavia muuttujia, mutta ne on kummankin analyysin kohdalla koodattu hieman eri tavoin menetelmiin sopiviksi. Näin saadaan laajempi käsitys tutkielman tarkastelunalaisesta ilmiöstä. Logistisessa regressioanalyysissä ovat näiden lisäksi mukana selittävät sosiaalisen median muuttujat, puolueläheisyyttä mittaava muuttuja ja sosiodemografiset taustamuuttujat. Muuttujien uudelleenkoodaukset esitellään tarkemmin seuraavassa luvussa.

Selitettävät muuttujat ovat vastaajien mielipiteitä puolueista mittaavat muuttujat, eli niin sanotut puoluelämpömittarit:

1. Mitä mieltä olet seuraavista poliittisista puolueista asteikolla 0–10? Perussuomalaiset (PS)
2. Mitä mieltä olet seuraavista poliittisista puolueista asteikolla 0–10? Vihreä liitto (VIHR)

3.1. Muuttujien uudelleenkoodaukset

Selitettävät muuttujat on koodattu ristiintaulukointia ja logistista regressioanalyysiä varten hieman eri tavoin. Ristiintaulukoinnissa selitettävät muuttujat ”*Mitä mieltä olet seuraavista poliittisista puolueista asteikolla 0–10? Perussuomalaiset*” ja ”*Mitä mieltä olet seuraavista poliittisista puolueista asteikolla 0–10? Vihreä liitto*” on uudelleenkoodattu ristiintaulukoinnissa siten, että alkuperäisen 0–10 asteikon arvot 0–3 ilmaisevat kielteistä suhtautumista, arvot 4–7 neutraalia suhtautumista ja arvot 8–10 myönteistä suhtautumista puolueeseen. Näin tuloksista voidaan havainnoida paremmin, mikäli mielipiteiden ääripäät korostuvat puolueiden kannattajien keskuudessa. Ristiintaulukoinnissa selittävä muuttuja on vastaajan puolueläheisyyden perusteella määritetty puoluekanta. Vastaajat, jotka ovat ilmaisseet kysymyksen ”*Katsotko yleensä olevasi lähellä jotakin poliittista puoluetta?*” yhteydessä olevansa lähellä jotakin puoluetta (1=kyllä, 2=ei), ovat seuraavaksi kysymyksen ”*Mitä puoluetta? Valitse vain yksi puolue.*” kohdalla maininneet tämän läheiseksi kokemansa puolueen. Vastausvaihtoehtona ovat olleet puolueet, joilla oli kyseisten eduskuntavaalien aikaan eduskunnassa vähintään yksi kansanedustaja, sekä vapaa kenttä muita kuin eduskuntapuolueita varten. Analyysin ulkopuolelle on uudelleenkoodauksessa jätetty ne vastaajat, joka eivät ilmaisseet kokevansa läheisyyttä mihinkään puolueeseen sekä alhaisten vastausmäärien vuoksi ne vastaajat, jotka kokivat läheiseksi itselleen jonkin muun kuin eduskuntapuolueen.

Logistisessa regressioanalyysissä selitettävä muuttuja voi saada arvoksi vain 0 tai 1, joten logistisen regressioanalyysin suorittamiseksi selitettävät muuttujat on uudelleenkoodattu tähän muotoon. Molempien muuttujien kohdalla alkuperäisen muuttujan arvot 0–4 on koodattu luokkaan 0, joka ilmaisee kielteistä suhtautumista kyseiseen puolueeseen ja arvot 5–10 luokkaan 1, joka puolestaan ilmaisee neutraalia tai myönteistä suhtautumista puolueeseen. Analyysin selittäviä muuttujia ovat sosiaalista mediaa käsiteltävät muuttujat. Sosiaalisessa mediassa vietettyä aikaa mittaa muuttuja ”*Kuinka usein vietät aikaa internetissä ja/tai sosiaalisessa mediassa, esim. Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, YouTube?*”. Muuttujan alkuperäiset arvot (1=en ollenkaan, 2=muutamana kerran viikossa tai harvemmin, 3=kerran tai kahdesti päivässä, 4=useita kertoja päivässä, 5=jatkuvasti päivän aikana) on uudelleenkoodattu siten, että arvot 1–2 saavat arvon 0 ja arvot 3–5 saavat arvon 1. Aktiivisempaa sosiaalisen median käyttöä ilmaisee siis arvo 1 ja puolestaan vähäisempää sosiaalisen median käyttöä arvo 0. Eduskuntavaalien seuraamista sosiaalisen median välityksellä mittaa muuttuja ”*Kuinka paljon seuraisit eduskuntavaaleja seuraavista lähteistä? Sosiaalinen media, esim. Facebook,*

Twitter, YouTube, Instagram tai TikTok”. Muuttujan alkuperäiset arvot (1=hyvin paljon, 2=melko paljon, 3=vain vähän, 4=en lainkaan, 5=en osaa sanoa) on uudelleenkodeattu samansuuntaiseksi muiden sosiaalisen median muuttujien kanssa niin, että arvot 1–2 saavat arvon 1 ja arvot 3–4 arvon 0. Uusi arvo 1 ilmaisee, että vastaaja seurasi eduskuntavaaleja hyvin tai melko paljon ja arvo 0 puolestaan sitä, että vastaaja seurasi vaaleja vain vähän tai ei lainkaan. Arvo 5=en osaa sanoa on uudelleenkodeattu analyysin ulkopuolelle. Luottamusta sosiaaliseen mediaan mittaa muuttuja ”*Missä määrin luotat tai et luota seuraaviin tahoihin? Sosiaalinen media, kuten Facebook, Instagram, Twitter tai WhatsApp*”. Tämän kymmenluokkaisen muuttujan alkuperäiset arvot jakautuvat siten, että arvo 0 ilmaisee, ettei vastaaja luota sosiaaliseen mediaan lainkaan ja arvo 10 vastaavasti sitä, että vastaa luottaa sosiaaliseen mediaan täysin. Tämäkin muuttuja on koodattu kaksiluokkaiseksi, jossa arvot 0–4 sijoittuvat luokkaan 0=heikko luottamus ja arvot 5–10 luokkaan 1=keskimääräinen tai vahva luottamus.

Logistista regressioanalyysia varten kontrolloitavat muuttujat on dummykoodattu. Näitä ovat puolueläheisyyttä ja puoluekantaa ilmaisevat muuttujat sekä sosiodemografisia tekijöitä mittaavat muuttujat eli ikä, sukupuoli ja koulutusaste. Puolueläheisyyden selvittämiseen käytetään joristiintaulukoinnin yhteydessä mainittua muuttujaa ”*Katsotko yleensä olevasi lähellä jotakin poliittista puoluetta?*”, joka on uudelleenkodeattu regressioanalyysiä varten kaksiluokkaiseksi siten, että arvo 1=kyllä on edelleen samanarvoinen, mutta arvo 2=ei on koodattu luokkaan 0. Arvoja 3=en halua sanoa ja 4=en osaa sanoa ei ole otettu analyysiin mukaan. Puoluekantaa ilmaisee muuttuja ”*Mitä puoluetta? Valitse vain yksi puolue*” samaan tapaan kuin ristiintaulukoinnissa. Regressioanalyysissä kyseinen muuttuja on kuitenkin koodattu siten eri tavalla, että riippuen selitettävästä muuttujasta vihreät tai perussuomalaiset on koodattu muuttujan ulkopuolelle. Täten muuttujasta on luotu kaksi puoluekantaa ilmaisevaa muuttujaa, joista toisesta on puuttuvat vihreät ja toisesta perussuomalaiset. Tämä on tehty sen vuoksi, etteivät kyseisten puolueiden oletettavasti suuret myönteiset asenteet omaa puoluettaan kohtaan vääristäisi analyysin tuloksia. Vastaajien ikämuuttuja on koodattu neljään luokkaan seuraavasti: 1=18–29-vuotiaat, 2=30–44-vuotiaat, 3=45–59-vuotiaat ja 4=60–vuotiaat ja vanhemmat. Nämä ikäluokat seuraavat suurin piirtein sukupolviin perustuvaa jaottelua (Strandberg ym. 2024, 72). Sukupuolimuuttuja on koodattu siten, että arvo 0 on mies ja arvo 1 on nainen. Muut vastausvaihtoehdot (3=muu ja 4=en halua sanoa) on jätetty analyysin ulkopuolelle. Koulutusastetta mittaava muuttuja perustuu vastaajan korkeimpaan suorittamaan tutkintoon. Alkuperäinen asteikolle 0–14 sijoittuva muuttuja on koodattu kolmiluokkaiseksi seuraavalla tavalla: arvot 2–3=1 ilmaisevat perusasteen koulutusta, arvot 4–7=2 toisen asteen koulutustasoa ja arvot 8–12=3 korkea-asteista koulutustasoa. Analyysin ulkopuolelle on jätetty muuttujan arvot 0=en ole käynyt koulua, 13=en halua sanoa ja 14=en osaa sanoa.

4. ANALYYSI

4.1. Ristiintaulukointi

Ensimmäisessä ristiintaulukoinnissa tarkastellaan eri puolueiden kannattajien perussuomalaisiin kohdistuvan kielteisen, neutraalin ja myönteisen suhtautumisen jakautumista. Tarkastelussa ovat kahdeksan suurinta eduskuntapuoluetta. Analyysistä on jätetty pois havaintoyksiköiden pienen määrän vuoksi Liike Nyt (n=15) ja Valta kuuluu kansalle (n=6) -puolueiden kannattajat, sillä näistä ei voida tehdä yleistyksiä populaatioon. Khiin neliö testin p-arvo on <0,001, joten muuttujien yhteys on tilastollisesti merkitsevä. Taulukossa 1 olevista tuloksista nähdään, että kahdeksasta tarkastellusta puolueesta neljällä puolueella kannattajat ovat selkeästi kielteisesti suhtautuneita perussuomalaisiin. SDP:n kannattajista reilusti yli puolet (62,2 %) ja vihreiden, vasemmistoliiton ja RKP:n kannattajista yli kolme neljäsosaa ovat tätä mieltä. Kaikista kielteisempää suhtautuminen perussuomalaisiin on vihreiden kannattajilla (92,2 %), mikä oli oletettavaa jo aiemman tutkimuksen ja teorian perusteella. Myös muiden puolueiden kannattajilla (perussuomalaisia itseään lukuun ottamatta) suhtautuminen perussuomalaisiin on enemmän kielteisempää kuin myönteisempää, eikä minkään puolueen kannattajista myönteisesti suhtautuvien määrä yllä 20 prosenttiin. Vähiten myönteisiä on vihreiden (2,0 %), vasemmistoliiton (1,9 %) ja RKP:n (1,2 %) kannattajien keskuudessa. Kokoomuksen ja keskustan kannattajista reilu neljännes ja KD:n kannattajista vajaa viidennes suhtautuu perussuomalaisiin kielteisesti, mutta valtaosa heistä sijoittuu kuitenkin neutraaliin lohkoon. Tämä viestii, että suhtautuminen perussuomalaisiin näiden puolueiden kannattajien osalta ei ole monella erityisen korostunutta suuntaan tai toiseen. Myönteisimmin perussuomalaisiin suhtautuvat puolueen kannattajat itse, lähes yhdeksän kymmenestä, ja kielteisten osuus on vain 0,7 %. Tämä on odotettavaa, sillä puolueen itselleen läheiseksi kokevat ja sisäryhmäkseen mieltävät ihmiset näkevät sen positiivisemmassa valossa. Yleisesti suhtautuminen perussuomalaisiin puolueiden kannattajien keskuudessa on enemmän kielteisempää (42,2 %) kuin myönteisempää (27,9 %).

Taulukko 1. Puoluekanta ja suhtautuminen perussuomalaisiin. Ristiintaulukointi. (%). Khiin neliö testi $p<0,001$.

Puoluekanta	Suhtautuminen perussuomalaisiin			
	Kielteinen	Neutraali	Myönteinen	yht.
SDP	62,2	25,5	12,4	100
PS	0,7	12,0	87,3	100
KOK	26,9	55,1	17,9	100

KESK	29,1	54,7	16,2	100
VIHR	92,2	5,9	2,0	100
VAS	86,4	11,7	1,9	100
RKP	81,0	17,9	1,2	100
KD	17,8	68,9	13,3	100
Yhteensä (%)	42,2	29,8	27,9	100

Toisessa ristiintaulukoinnissa tarkastellaan vastaavasti puolueiden kannattajien suhtautumista vihreisiin. Myös toisesta analyysistä on havaintoyksiköiden pienen määrän vuoksi jätetty pois Liike Nyt (n=16) ja Valta kuuluu kansalle (n=6) -puolueiden kannattajat. Khiin neliö testin p-arvo on jälleen <0,001, joten muuttujilla on tilastollisesti merkitsevä yhteys. Taulukon 2 tuloksista nähdään, että ylivoimaisesti kielteisimmän vihreisiin suhtautuvat perussuomalaisen kannattajat, joista lähes yhdeksän kymmenestä (89,8 %) näkee puolueen ja mahdollisesti sen kannattajatkin negatiivisessa valossa. KD:n (61,4 %) ja keskustan (59,1 %) kannattajista yli puolet ovat niin ikään tätä mieltä, ja osaltaan myös kokoomuksen (45,0 %) ja SDP:n (36,3 %) kannattajat. Myös RKP:n kannattajista reilu viidesosa suhtautuu vihreisiin kielteisesti. Kuten edellisessä ristiintaulukoinnissa oli perussuomalaisen kohdalla, muiden puolueiden kannattajien suhtautuminen myös vihreisiin on enemmän kielteisempää kuin myönteisempää, lukuun ottamatta vasemmistoliittoa vihreiden lisäksi. Vasemmistoliiton kannattajista 39,6 % suhtautuu vihreisiin myönteisesti, mikä on enemmän kuin puolueeseen kielteisesti suhtautuvat (12,9 %). Vähiten myönteisiä asenteita vihreisiin kohdistavat perussuomalaisen (0 %), keskustan (1,9 %) ja KD:n (2,3 %) kannattajat. Vihreiden omat kannattajat suhtautuvat puolueeseensa hyvin myönteisesti (96,1 %), kuten oli myös perussuomalaisen kohdalla. Samaan tapaan yleisenä huomiona puolueiden kannattajien jakautumisesta on se, että enemmistö puolueiden kannattajista on vihreisiin kielteistemmin (47,9 %) kuin myönteistemmin (18,0 %) suhtautuneita.

Taulukko 2. Puoluekanta ja suhtautuminen vihreisiin. Ristiintaulukointi. (%). Khiin neliö testi p<0,001.

<i>Puoluekanta</i>	<i>Suhtautuminen vihreisiin</i>			
	Kielteinen	Neutraali	Myönteinen	yht.
SDP	36,3	46,6	17,2	100

PS	89,8	10,2	0	100
KOK	45,0	43,7	11,3	100
KESK	59,1	39,0	1,9	100
VIHR	0	3,9	96,1	100
VAS	12,9	47,5	39,6	100
RKP	28,0	58,5	13,4	100
KD	61,4	36,4	2,3	100
Yhteensä (%)	47,9	34,2	18,0	100

Yhteenvedon ristiintaulukoinnin tuloksista voidaan sanoa, että puolueiden kannattajilla on yleisemmin kielteisiä kuin myönteisiä asenteita sekä vihreitä että perussuomalaisia kohtaan. Ylivoimaisesti kielteisillä ja vähiten myönteisillä suhtautuminen näillä puolueilla on juuri toisiinsa. Tähän voi olla syynä juuri sosiokulttuurisen ulottuvuuden kysymysten kahtiajakautuneisuus ja vahva tunnesidonnaisuus (Hare & Poole 2014), jonka molempia päitä nämä puolueet edustavat. Ne voitaisiin toisin sanoen nähdä ainakin kannattajiensa keskuudessa keskenään polarisoituneina. Ristiintaulukoinnit eivät tarjoa tietoa siitä, missä määrin havaitut asenteet perustuvat affektiivisuuteen, mutta niiden perusteella voidaan arvioida puolueiden kannattajien yleistä suhtautumista puolueisiin. Vahvasti kielteinen suhtautuminen arvoulottuvuuden toista päätä edustavaan puolueeseen kertoo teorian perusteella mahdollisesti siitä, että puolueiden kannattajat lukevat vastapuolen selkeästi ulkoryhmäänsä.

Tuloksista on nähtävissä lisäksi puolueiden jakautuminen arvokentällä. Oikeisto-konservatiivipuolueilla myönteiset asenteet korostuvat perussuomalaisia kohtaan, kun taas suhtautuminen vihreisiin on paljon kielteisempää. Vastaavasti vasemmisto-liberaali-suunnassa vihreisiin suhtaudutaan muita puolueita myönteisemmin ja perussuomalaisiin erittäin kielteisesti. Vihreiden ja perussuomalaisten kannattajat suhtautuvat odotuksen mukaan omaan puolueeseensa hyvin myönteisesti ja myös muiden puolueiden kannattajiin verrattuna myönteisemmin. Nämä tulokset puoltavat teoriassa esitettyjä huomioita siitä, että omaa sisäryhmää kohtaan tuntemukset ovat useimmiten vahvasti positiivisia. Vasemmistoliiton kannattajien suhtautuminen vihreisiin on puoluekentän kannattajien keskuudessa ainoa poikkeus, sillä heistä suurempi osa suhtautuu vihreisiin myönteisemmin kuin kielteisemmin. Kaikkien puolueiden kannattajien yhteenlaskettua jakautumista tarkastellessa tulokset antaisivat ymmärtää, että puolueiden kannattajat olisivat itse asiassa vähemmän myönteisiä vihreitä (18 % myönteisiä) kuin perussuomalaisia (27,9 % myönteisiä)

kohtaan. Tämä kertoisi muihin tutkimuksiin verrattuna päinvastaisista tuloksista, sillä perussuomalaisen on aiemmin korostettu olevan kaikista ei-pidetyin puolue Suomessa (esim. Kekkonen & Ylä-Anttila 2021). Näissä ristiintaulukoinnissa saadut tulokset voivat kuitenkin osaltaan johtua verrattain korkeammasta frekvenssistä perussuomalaisen ja kokoomuksen kannattajissa (ks. liite 1 ja 2), sillä näiden puolueiden kannattajat suhtautuvat kaikista kielteisimminkin vihreisiin ja kaikista myönteisimminkin perussuomalaisiin.

4.2. Logistinen regressioanalyysi

Ensimmäisellä logistisella regressioanalyysillä kartoitetaan sosiaalisen median vaikutusta perussuomalaisiin kohdistuviin asenteisiin (taulukko 3). Analyysissä tarkastellaan selittävien muuttujien vaikutusta siihen todennäköisyyteen, suhtautuuko vastaaja perussuomalaisiin myönteisesti vai kielteisesti (1=myönteinen, 0=kielteinen). Logistisen regressioanalyysin vetosuhteen (eng. odds ratio, OR) ollessa yli 1 suhtautuminen perussuomalaisiin on myönteisempää selittävän muuttujan kasvaessa yhdellä ja vastaavasti kerroinsuhteen ollessa alle 1 suhtautuminen perussuomalaisiin on samassa tilanteessa kielteisempää. Mallin pseudoselitysaste (Nagelkerke R^2) on 0,397. Sosiaalisen median muuttujista sosiaalisessa mediassa vietetty aika ja luottamus sosiaalista mediaa kohtaan ovat tilastollisesti merkitseviä. Sosiaalisessa mediassa vietetyn ajan muuttujan kerroin on 0,621, eli aktiivisempi sosiaalisen median käyttö laskee todennäköisyyttä suhtautua perussuomalaisiin myönteisesti. Sosiaaliseen mediaan luottaminen puolestaan selittää jopa 1,5-kertaisesti todennäköisyyttä suhtautua perussuomalaisiin myönteisesti. Eduskuntavaalien seuraaminen sosiaalisessa mediassa ei tulosten mukaan ole tilastollisesti merkitsevä tekijä perussuomalaisiin suhtautumisessa. Puoluekanta eli jonkin tietyn puolueen läheiseksi kokeminen selittää oikeisto-konservatiivipuolueilla (lukuun ottamatta Valta kuuluu kansalle -puoluetta) tilastollisesti merkitsevästi todennäköisyyttä suhtautua perussuomalaisiin myönteisesti. Kokoomuksen ja keskustan kannattajilla vetosuhte on 5-kertainen, KD:n kannattajilla 12-kertainen ja Liike Nyt:in kannattajilla jopa 15-kertainen verrattuna referenssikategoriana oleviin SDP:n kannattajiin. Puoluekannan tarkentuessa puolestaan vasemmistoliittoon ja vihreisiin on tilastollisesti merkitsevästi todennäköisempää suhtautua perussuomalaisiin kielteisemmin. Vetosuhteet ovat näiden puolueiden kannattajilla 0,355 ja 0,296, joten kielteisten näkemysten voidaan katsoa olevan vahvoja. RKP:n kannattajilla suhtautuminen ei ole tilastollisesti merkitsevää. Kuitenkin ylipäätään läheisyyden tunteminen johonkin puolueeseen selittää tilastollisesti merkitsevästi kielteistä suhtautumista perussuomalaisiin: vetosuhte on vain 0,092 verrattuna siihen, ettei vastaaja koe mitään puoluetta itselleen läheiseksi. Koulutuksen osalta vain korkea koulutustaso selittää asenteita tilastollisesti merkitsevästi, jonka tulos kertoo asenteiden olevan 0,5-kertaa kielteisempiä

perusasteeseen verrattuna. Sukupuolen osalta nähdään, että naisten suhtautuminen perussuomalaisiin on miehiin verrattuna merkittävästi kielteisempää tilastollisesti merkitsevästi. Ikä ei tulosten mukaan selitä tässä mallissa merkitsevästi suhtautumista perussuomalaisiin.

Taulukko 3. Suhtautuminen perussuomalaisiin. Logistinen regressioanalyysi. (1=myönteinen, 0=kielteinen).

	OR	Luottamusväli (95 %)
Ikä (ref. 18–29-vuotiaat)		
<i>30–44-vuotiaat</i>	1,669	(0,857–3,251)
<i>45–59-vuotiaat</i>	1,539	(0,846–2,800)
<i>60-vuotiaat ja yli</i>	1,227	(0,693–2,173)
Puoluekanta (ref. SDP)		
<i>KOK</i>	5,589***	(3,476–8,985)
<i>KESK</i>	5,976***	(3,536–10,099)
<i>VIHR</i>	0,296*	(0,106–0,824)
<i>VAS</i>	0,355*	(0,156–0,806)
<i>RKP</i>	0,535	(0,238–1,203)
<i>KD</i>	12,616***	(5,310–29,971)
<i>LIIK</i>	17,249***	(4,516–65,886)
<i>VKK</i>	3,861	(0,565–26,403)
Puolueläheisyys (ref. ei koe läheisyyttä mihinkään puolueeseen)		
<i>Kokee läheisyyttä johonkin puolueeseen</i>	0,092***	(0,036–0,238)
Kuinka paljon viettää aikaa sosiaalisessa mediassa (ref. vähän tai ei lainkaan)		
<i>useita kertoja päivässä tai jatkuvasti</i>	0,621*	(0,410–0,940)
Kuinka paljon seurasi vaaleja sosiaalisesta mediasta (ref. vähän tai ei lainkaan)		
<i>hyvin tai melko paljon</i>	0,632	(0,388–1,031)
Kuinka paljon luottaa sosiaaliseen mediaan (ref. heikko luottamus)		
<i>keskimääräinen tai vahva luottamus</i>	1,597**	(1,126–2,265)
Koulutus (ref. perusaste)		
<i>toinen aste</i>	0,830	(0,530–1,299)

<i>korkea-aste</i>	0,566*	(0,322–0,965)
Sukupuoli (ref. mies)		
<i>nainen</i>	0,616**	(0,436–0,870)
Nagelkerke R ²	0,397	

*p<0,05 **p<0,01 ***p<0,001

Seuraava logistinen regressioanalyysi kartoittaa vastaavasti sosiaalisen median vaikutusta vihreisiin kohdistuvaan suhtautumiseen (1=myönteinen, 0=kielteinen) taulukossa 4. Tämän mallin pseudoselitysaste on 0,389. Vetosuhteen ollessa yli 1 suhtautuminen vihreisiin on myönteisempää selittävän muuttujan kasvaessa yhdellä ja vastaavasti sen ollessa alle 1 suhtautuminen vihreisiin on kielteisempää. Vihreisiin kohdistuvassa suhtautumisessa kaikki selittävät sosiaalisen median muuttujat ovat tilastollisesti merkitseviä. Sosiaalisen median aktiivinen käyttö selittää vihreidenkin osalta kielteisempää suhtautumista puolueeseen ja myös vaalien seuraamisella sosiaalisessa mediassa on vaikutus todennäköisyyteen suhtautua vihreisiin kielteisemmin. Luottamus sosiaaliseen mediaan selittää puolestaan myös tässä regressioanalyysissä todennäköisyyttä suhtautua tarkasteltavaan puolueeseen myönteisesti vetosuhteen ollessa 1,8-kertainen. Puoluekannan ollessa vakiintunut oikeisto- ja konservatiivipuolueista perussuomalaisiin, kokoomukseen, kristillisdemokraatteihin tai liike nyt:iin sekä keskustaan selittävät tilastollisesti merkitsevästi todennäköisyyttä suhtautua vihreisiin kielteisemmin verrattuna SDP:n kannattajiin. Näistä puoleista vetosuhde on pienin perussuomalaisilla (0,036) ja suurin kokoomuslaisilla (0,384). Puolestaan läheisyys vasemmistoliittoon selittää tilastollisesti merkitsevästi yli kaksinkertaista todennäköisyyttä suhtautua vihreisiin myönteisesti. Läheisyyden tunteminen johonkin puolueeseen ylipäätään selittää myös vihreisiin suhtautumista tilastollisesti merkitsevästi. Vetosuhteen arvo 0,301 ei ole yhtä voimakas kuin edellisessä analyysissä, mutta ilmaisee kuitenkin myös tässä yhteydessä kielteisempää suhtautumista tarkasteltavaan puolueeseen. Vihreiden osalta ikä on tilastollisesti merkitsevä selittäjä: ikäluokista 45–59-vuotiaissa sekä 60-vuotiaissa ja sitä vanhemmissa suhtautuminen vihreisiin on alhaisempaa verrattuna nuorimpaan 18–29-vuotiaiden ikäluokkaan. Sukupuolella on myös tilastollisesti merkitsevä vaikutus vihreisiin kohdistettuihin mielipiteisiin. Tässä analyysissä naiset näkevät vihreät miehiä myönteisemmässä valossa kuin miehet, mikä on perussuomalaisia koskeneen analyysin tuloksiin verrattuna päinvastaista ja teoriinkin pohjalta odotettua. Koulutuksella ei ole tässä mallissa tilastollisesti merkitsevää vaikutusta vihreisiin kohdistuviin asenteisiin.

Taulukko 4. Suhtautuminen vihreisiin. Logistinen regressioanalyysi. (1=myönteinen, 0=kielteinen).

OR Luottamusväli (95 %)

Ikä (ref. 18–29-vuotiaat)		
<i>30–44-vuotiaat</i>	0,634	(0,361–1,111)
<i>45–59-vuotiaat</i>	0,375***	(0,218–0,645)
<i>60-vuotiaat ja yli</i>	0,334***	(0,198–0,564)
Puoluekanta (ref. SDP)		
<i>PS</i>	0,036***	(0,020–0,064)
<i>KOK</i>	0,384***	(0,250–0,590)
<i>KESK</i>	0,174***	(0,103–0,293)
<i>VAS</i>	2,452**	(1,269–4,738)
<i>RKP</i>	0,862	(0,482–1,543)
<i>KD</i>	0,146***	(0,062–0,344)
<i>LIIK</i>	0,176**	(0,054–0,582)
<i>VKK</i>	0,927	(0,131–6,572)
Puolueläheisyys (ref. ei koe läheisyyttä mihinkään puolueeseen)		
<i>Kokee läheisyyttä johonkin puolueeseen</i>	0,301**	(0,130–0,700)
Kuinka paljon viettää aikaa sosiaalisessa mediassa (ref. vähän tai ei lainkaan)		
<i>useita kertoja päivässä tai jatkuvasti</i>	0,666*	(0,455–0,975)
Kuinka paljon seurasi vaaleja sosiaalisesta mediasta (ref. vähän tai ei lainkaan)		
<i>hyvin tai melko paljon</i>	0,534**	(0,349–0,816)
Kuinka paljon luottaa sosiaaliseen mediaan (ref. heikko luottamus)		
<i>keskimääräinen tai vahva luottamus</i>	1,818***	(1,326–2,491)
Koulutus (ref. perusaste)		
<i>toinen aste</i>	1,229	(0,820–1,842)
<i>korkea-aste</i>	1,559	(0,965–2,520)
Sukupuoli (ref. mies)		
<i>nainen</i>	1,425*	(1,046–1,941)
Nagelkerke R ²	0,389	

*p<0,05 **p<0,01 ***p<0,001

5. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkasteltiin puolueiden kannattajien affektiivista polarisaatiota perussuomalaisia ja vihreitä kohtaan vuoden 2023 eduskuntavaaleissa sekä sitä, selittääkö sosiaalisen median käyttö affektiivisen polarisaation tasoa. Teoreettinen viitekehys rakentui sosiaalisen identiteetin teorian pohjalta, joka katsoo identiteettien vaikuttavan ihmisten taipumukseen nähdä itsensä jonkin ryhmän osana ja muut sen ulkopuolisina. Tutkielman analyyseissä oli havaittavissa paljon jo teoriassa esiteltyjen kehityskulkujen mukaisia tuloksia. Ensinnäkin puoluekannan vaikutus siihen, miten vastaaja vihreisiin ja perussuomalaisiin suhtautuu, näyttää seuraavan ideologisia linjoja. Pääasiassa enemmän oikealle ja vahvemmin konservatiivisten puolueiden kannattajat ovat myönteisempiä perussuomalaisia ja kielteisempiä vihreitä kohtaan. Puolestaan vasemmistoon ja liberaaliin suuntaan kallistuvien puolueiden kannattajat ovat myönteisempiä vihreitä ja kielteisempiä perussuomalaisia kohtaan. Ideologisella polarisaatiolla on nähty olevan mahdollinen yhteys affektiiviseen polarisaatioon, vaikka niiden suhde ei olekaan täysin yksiselitteinen (Reiljan 2020). Monipuoluejärjestelmissä ihmiset mieltävät lisäksi yleensä useampia puolueita sisä- ja ulkoryhmiinsä (Kekkonen ym. 2022, 1), joten vahvat asenteet saattavat kertoa mielipiteiden eriytymisestä ideologisella ulottuvuudella ja mahdollisista blokkipolitiikkaan suuntaavista kehityskuluista. Perussuomalaisten ja vihreiden toisiinsa korostuvat kielteiset asenteet tuovat esiin sosiokulttuurisella ulottuvuudella vallitsevaa ristiriitaisuutta. Vahva läheisyyden tunne johonkin puolueeseen kertoo analyysin tulosten perusteella myös itsessään jo negatiivisesta suhtautumisesta muihin puolueisiin ja heidän kannattajiinsa. Kun ihmiset kokevat puolueet itselleen läheiseksi, voivat heidän identiteettinsä myös rakentua tämän puolueen määrittämien linjausten mukaisesti. Kielteisempien tunteiden suurempi esiintyvyys myönteisiin verrattuna yhdessä puolueidentifioitumisen kanssa voivat kertoa vahvemmasta taipumuksesta sisä-ulkoryhmä-jaotteluun.

Sosiaalisen median on aiemmissa tutkimuksissa havaittu olevan yksi affektiivista polarisaatiota lisäävä tekijä, sillä sen algoritmeilla ja tietynlaista sisältöä suosivilla toimintatavoilla on sekä sisäryhmään kohdistuvia positiivisia tunteita ja ulkoryhmään kohdistuvia negatiivisia tunteita vahvistavia vaikutuksia (Kubin & von Sikorski 2021). Myös tässä tutkielmassa saatiin sosiaaliseen mediaan liittyen vastaavanlaisia sekä osaltaan myös kovin mielenkiintoisia tuloksia. Sosiaalisen median aktiivisempi käyttö kertoo kielteisemmästä suhtautumisesta sekä vihreisiin että perussuomalaisiin. Toisin sanoen mitä vähemmän aikaa sosiaalisessa mediassa viettää, sitä myönteisempiä asenteet näitä puolueitaan kohtaan ovat. Tämä tulos näyttäisi mukailevan aiempia havaintoja sosiaalisen median tavasta vahvistaa affektiivista polarisaatiota. Oikean elämän poliittisiin keskusteluihin verrattuna sosiaalisessa mediassa tunteisiin perustuvat kannanotot ja väittelyt ovat yleisempiä (Saarinen 2022, 32), joten ne voivat täten vahvistaa polarisoitumiseen johtavia asenteita.

Sosiaalisen median taipumus antaa käsitellyistä aiheista yksinkertaistettuja ja yksipuolisia kuvia sen kaikukammioiden ja sosiaalisten kuplien kautta (Sindermann ym. 2024, 2) voi myös vahvistaa kielteisiä asenteita eri mielipiteitä edustavia ryhmiä kohtaan (Yarchi ym. 2021, 103). Eduskuntavaalien seuraaminen sosiaalisen median välityksellä kertoo myös kannattajien kielteisemmistä asenteista, mutta merkitsevästi vain vihreitä kohtaan. Tämä voisi mahdollisesti olla seurausta juuri vihreiden ja perussuomalaisten välillä vallitsevasta sosiokulttuurisesta vastakkainasettelusta: varsinkin perussuomalaisten somekäyttäytymiseen kuuluu negatiivissävyinen ulosanti vastapuolta kohtaan (Martella & Bracciale 2022), joten kampanjoinnissa ajan tasalla pysyvät perussuomalaisten kannattajat voivat puolestaan omaksua näitä kielteisiä asenteita vahvemmin. Jos sosiaalisen median kaikukammiot ja kuplat niin ikään vaalivat näitä asenteita puoltavaa ilmapiiriä, vaikutukset mielipiteisiin voivat olla vahvemmat.

Luottamus sosiaaliseen mediaan on näiden kahden muuttujan rinnalla poikkeus, sillä vahva luottamus sosiaaliseen mediaan kertoo sekä vihreisiin että perussuomalaisiin kohdistuvien asenteiden olevan positiivisempia. Tuloksen voitaisiin jälleen nähdä olevan mahdollisesti seurausta sosiaalisessa mediassa muodostuvista yhteisöistä. Ihmisten on katsottu identifioituvan vahvasti niihin sosiaalisen median ryhmiin, joissa he vuorovaikuttavat samanlaisten ihmisten kanssa (Sirola ym. 2021). Nämä omia mielipiteitä vahvistavat ja positiivisia tunteita herättävät kohtaamiset oletettavasti luovat myös vahvan luottamussiteen kyseistä ryhmää kohtaan. Sosiaalisen median poliittisten aktiivien keskuudessa tämä kertoisi puoluetta ja siihen kuuluvia henkilöitä kohtaan koetusta vahvasta luottamuksesta. Oman sisäryhmän tuottama sosiaalisen median sisältö voi siten näyttää luotettavammalta, kun siinä korostuvat itselle tärkeät aiheet ja oman ryhmän tukema tieto. Lopputuloksena se voi vahvistaa myönteisiä asenteita omaa puoluetta kohtaan.

18–29-vuotiaiden vastaajien asenteet näyttävät ainakin vihreisiin kohdistuessaan olevan vanhempiin ikäryhmiin verrattuna maltillisempia. Tämän nuorimman ikäluokan vastaajat näyttävät suhtautuvan tulosten perusteella vihreisiin myönteisemmin kuin muut tarkastelussa olleet ikäluokat, joista 45–59-vuotiailla ja sitä vanhemmilla asenteet ovat vihreitä kohtaan paljon kielteisempiä. Tätä eroa voi osaltaan selittää puolueiden sosiodemografinen jakauma, sillä vihreiden kannattajakunnassa on paljon nuoria ja perussuomalaisia taas tukee pääasiassa vanhempien työikäisten väestö (Paloheimo 2024). Ihmisten arvojen muuttuminen konservatiivisemmiksi heidän ikääntyessään voi olla myös yksi selittävä tekijä sille, miksi vanhemmat ikäluokat suhtautuvat vihreisiin nuorempia kielteisemmin (Phillips 2022, 1486). Tämän kehityksen on havaittu myös lisäävän jossain määrin affektiivisesti polarisoituneita asenteita vanhemman väestön keskuudessa (Mt., 1484), joten tunnepolarisaatio voi mahdollisesti kasautua eri tavoin eri ikäluokille. Tähän liittyen kiinnostava tarkastelukohde voisi kohdistua siihen, ilmeneekö affektiivista polarisaatiota puolueiden sosiodemografisen jakautumisen

perusteella sukupolvien välisinä kamppailuina. Sukupuolen osalta havainnot seuraavat teoriassakin nostettuja huomioita. Naiset edustavat suurempaa osuutta vihreissä- ja vasemmistopuolueissa ja miehet puolestaan oikeisto-konservatiivipuolueissa (Rapeli 2023). Naiset ovat lisäksi myötämielisempiä maahanmuuttoa ja ympäristöä koskevissa kysymyksissä, kun taas miesten mielipiteet samoista asioista ovat yleensä kielteisempiä (Isotalo ym. 2024, 263–264). Nämä seikat selittävät hyvin mahdollisesti myös tässä analyysissä, miksi miesten suhtautuminen vihreisiin on todennäköisesti kielteisempää ja perussuomalaisiin myönteisempää ja naisilla päinvastoin. Koulutus näyttää vaikuttavan puolueisiin kohdistuvien mielipiteiden osalta ainoastaan korkeasti koulutettujen suhtautumisessa perussuomalaisiin, joka on tulosten mukaan tällöin todennäköisesti kielteisempää. Varsinkin vihreiden kannattajakunnassa korkeakoulutustausta on korostunutta (Paloheimo 2024, 140), mikä voi muiden tekijöiden lomassa selittää näitä asenteita. Toisaalta myös perussuomalaisiin varsin myönteisesti suhtautuvista kokoomuksen kannattajista valtaosa on korkeakoulutettuja (Rapeli 2023), joten yhtä selkeää johtopäätöstä puoluekannan perusteella ei tämän asian osalta voida tehdä. Koulutustasosta kertovia tuloksia voi osaltaan selittää myös korkeakoulutettujen kannattajien harvinaisuus perussuomalaisen keskuudessa (Mt.).

Yleisesti nämä tulokset osoittavat, että puolueiden kannattajien suhtautuminen vihreisiin ja perussuomalaisiin on polarisoitunutta, mutta sen affektiivinen ulottuvuus jää kuitenkin epäselväksi. Näiden tulosten rinnalla olisi mielekästä tarkastella esimerkiksi sosiaalista etäisyyttä mittaavia kysymyksiä, sillä ne kertoisivat varmemmin polarisaatiosta juuri tunteisiin perustuvana ja muihin ihmisyksilöihin kohdistuvana (Kekkonen ym. 2022). Käytetyn aineiston perusteella nähdään kuitenkin isompia kehityskulkuja puolueisiin kohdistuvissa asenteissa, vaikka sen syvemmin yksilötasolle ei tämän tutkielman puitteissa pystytäkään menemään. Sosiaalisen median vaikutuksesta saadut tulokset ovat mielenkiintoisia ja antavat uusia näkökulmia näiden kehityskulkujen taustojen ymmärtämiseen. Ne näyttäisivät kertovan toimintalogiikkansa sekä sosiaalisten identiteettien mahdollisista vaikutuksista puolueasenteissa niin myönteiseen kuin kielteiseenkin suuntaan. Kuhunkin analyysissä käsiteltyyn sosiaalisen median osa-alueeseen syventyminen antaisi varmasti mielenkiintoisia lähtökohtia jatkotutkimuksille. Sosiodemografisetkin tekijät kertovat tämän tutkielman tulosten perusteella asenteiden eriytyemisestä. Myös niihin keskittyvät jatkotutkimukset voisivat antaa tarkempia tuloksia siitä, missä määrin erilaisten väestöryhmien osuudet vertautuvat affektiivisen polarisaation osalta. Yhteiskunnan polarisaatiokehitys on tunnistettu ongelmalliseksi kehityskuluksi, vaikka affektiivisen polarisaation osuus ainakin Suomessa on vielä hyvin maltillisella tasolla. Arvoristiriitojen jyrkentymistä on kuitenkin havaittavissa yhteiskunnassa yleisesti sekä yhä enemmän myös eri ikä- ja väestöryhmissä (Isotalo ym. 2024), johon erilaiset kriisit ja yhteistyön rakoileminen poliittisella ja käytännön tasolla

tuovat omat huolensa. Affektiivisen polarisaation osalta keskeistä on pyrkiä tunnistamaan yhteiskuntaa polarisoivat kehityskulut, jotka ajavat meitä erilleen.

LÄHTEET

AINEISTO

von Schoultz, Åsa (Helsingin yliopisto) & Kim Strandberg (Åbo Akademi). Eduskuntavaalitutkimus 2023. Sähköinen tietoaineisto.

KIRJALLISUUS

Abramowitz, Alan I. & Steven W. Webster (2018). “Negative partisanship: Why Americans dislike parties but behave like rabid partisans”. *Advances in Political Psychology* 39(S1):119–135. <https://doi.org/10.1111/pops.12479>

Alexander, Amy, Nicholas Charron & Gefjon Off (2024). “For every action a reaction? The polarizing effects of women’s rights and refugee immigration: A survey experiment in 27 EU member states”. *European Journal of Political Research* 3(4):1557–1577. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12664>

Bast, Jennifer (2021). “Managing the image. The visual communication strategy of European right-wing populist politicians on Instagram”. *Journal of Political Marketing* 23(1):1–25. <https://doi.org/10.1080/15377857.2021.1892901>

Birch, Sarah (2020). “Political polarization and environmental attitudes: a cross-national analysis”. *Environmental Politics* 29(4):697–718. <https://doi.org/10.1080/09644016.2019.1673997>

Borbáth, Endre, Swen Hutter, & Arndt Leininger (2023). “Cleavage politics, polarisation and participation in Western Europe”. *West European Politics* 46(4):631–651. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2161786>

Borg, Sami (2012). ”Valitsijoiden liikkuvuus eduskuntavaaleissa 2007–2011”. Teoksessa Borg, Sami (toim.), *Muutosvaalit 2011*, 126–138. Helsinki: Oikeusministeriö.

Bracciale, Roberta & Antonio Martella (2017). “Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter”. *Information, Communication & Society* 20(9):1310–1329. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328522>

Brundidge, Jennifer, & R. Kelly Garrett (2024). “The ‘Clinching’ Effect and Affective Polarization: Exposure to Incivility via Social Media in the Presence of Online News”. *International Journal of Public Opinion Research* 36(3). <https://doi.org/10.1093/ijpor/edae042>

- Druckman, James & Matthew Levendusky (2019). “What do we measure when we measure affective polarization?”. *Public Opinion Quarterly* 83(1): 114–122. <https://doi.org/10.1093/poq/nfz003>
- Gidron, Noam, James Adams & Will Horne (2023). “Who dislikes whom? Affective polarization between pairs of parties in western democracies”. *British Journal of Political Science* 53(3):997–1015. <https://doi.org/10.1017/S0007123422000394>
- Gonzalez-Aguilar, Juan Manuel, Francisco Segado-Boj & Mykola Makhortykh (2023). “Populist right parties on TikTok: spectacularization, personalization, and hate speech”. *Media and Communication (Lisboa)* 11(2):232–240. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6358>
- Hare, Cristopher, & Keith T. Poole (2014). “The Polarization of Contemporary American Politics”. *Polity* 46(3):411–429. <https://doi.org/10.1057/pol.2014.10>
- Harteveld, Eelco, & Markus Wagner (2023). “Does affective polarisation increase turnout? Evidence from Germany, The Netherlands and Spain”. *West European Politics* 46(4):732–759. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087395>
- Herkman, Juha (2019). *Populism in aika*. Tampere: Vastapaino.
- Hooghe, Liesbet & Gary Marks (2018). “Cleavage theory meets Europe’s crises: Lipset, Rokkan, and the transnational cleavage”. *Journal of European Public Policy* 25(1):109–135. <https://doi.org/10.1080/13501763.2017.1310279>
- Hooghe, Liesbet, Gary Marks & Carole J. Wilson (2002). “Does Left/Right Structure Party Positions on European Integration?”. *Comparative Political Studies* 35(8):965–989. <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1177/0010414022363>
- Horsti, Karina (2015). “Techno-cultural opportunities: Anti-immigration movement in the Finnish media environment”. *Patterns of Prejudice* 49(4):343–366. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2015.1074371>
- Ikäheimo, Hannu-Pekka (2022). “Näkökulmalaatikko: Säätely ei yksin ratkaise polarisoitumista sosiaalisessa mediassa”. Teoksessa Saarinen, Arttu (toim.) *Vastakkainasettelujen aika: Poliittinen polarisaatio ja Suomi*, 81–85. Helsinki: Gaudeamus.
- Im, Zhen Jie, Hanna Wass, Anu Kantola & Timo M. Kauppinen (2023). ”With status decline in sight, voters turn radical right: How do experience and expectation of status decline shape electoral

behaviour?”. *European Political Science Review* 15(1):116–135.
<https://doi.org/10.1017/S1755773922000406>

Isotalus, Pekka (2011). “Analyzing Presidential Debates: Functional Theory and Finnish Political Communication Culture”. *Nordicom Review* 32(1): 31–43. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0103>

Isotalo, Veikko, Josefina Sipinen & Jussi Westinen (2024). “Sukupuolikuilu arvoissa ja puoluevalinnassa 2000-luvulla”. Teoksessa Kestilä-Kekkonen, Elina, Lauri Rapeli & Peter Söderlund (toim.), *Pääministerivaalit polarisaation aikakaudella: Eduskuntavaalitutkimus 2023*, 234–274. Helsinki: Oikeusministeriö.

Iyengar, Shanto, Yphtach Lelkes, Matthew Levendusky, Neil Malhotra, Sean J. Westwood, N.L. Rosenblum & M. Levi (2019). “The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States.” *Annual Review of Political Science* 22(1):129–146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>

Iyengar, Shanto, Gaurav Sood & Yptach Lelkes (2012). “Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization”. *Public Opinion Quarterly* 76 (3):405–431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>

Iyengar, Shanto & Sean J. Westwood (2015). “Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization”. *American Journal of Political Science* 59(3):690–707. <https://doi.org/10.1111/ajps.12152>

Kawecki, Daniel (2022). “End of consensus? Ideology, partisan identity, and affective polarization in Finland 2003–2019”. *Scandinavian Political Studies* 45(4):478–503. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12238>

Kawecki, Daniel & Arto Kekkonen (2024). “Affektiivinen polarisaatio ja puoluevalinta”. Teoksessa Kestilä-Kekkonen, Elina, Lauri Rapeli & Peter Söderlund (toim.), *Pääministerivaalit polarisaation aikakaudella: Eduskuntavaalitutkimus 2023*, 234–274. Helsinki: Oikeusministeriö.

Kekkonen, Arto, Aleksi Suuronen, Daniel Kawecki & Kim Strandberg (2022). “Puzzles in Affective Polarization Research: Party Attitudes, Partisan Social Distance, and Multiple Party Identification”. *Frontiers in political science* 4. <https://doi.org/10.3389/fpos.2022.920567>

Kekkonen, Arto & Tuomas Ylä-Anttila (2021). “Affective blocs: Understanding affective polarization in multiparty systems”. *Electoral Studies* 72(102367). <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2021.102367>

- Knudsen, Erik (2021). "Affective Polarization in Multiparty Systems? Comparing Affective Polarization Towards Voters and Parties in Norway and the United States". *Scandinavian Political Studies* 44(1):34–44. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12186>
- Kubin, Emily & Christian von Sikorski (2021). "The role of (social) media in political polarization: A systematic review". *Annals of the International Communication Association* 45(3):188–206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Lauka, Alban, Jennifer McCoy & Rengin B. First (2018). "Mass partisan polarization: measuring a relational concept". *The American Behavioral Scientist (Beverly Hills)* 62(1):107–126. <https://doi.org/10.1177/0002764218759581>
- Lee, Amber Hye-Yon (2022). "Social trust in polarized times: How perceptions of political polarization affect americans' trust in each other". *Political Behavior* 44(3):1533-1554. <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09787-1>
- Lelkes, Yptach, & Sean J. Westwood (2017). "The limits of partisan prejudice". *Journal of Politics* 79(2):485–501. <https://doi.org/10.1086/688223>
- Levendusky, Matthew & Neil Malhotra (2016). "Does Media Coverage of Partisan Polarization Affect Political Attitudes?". *Political Communication* 33(2):283–301. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1038455>
- Lindholm, Jenny, Jesper Eklund, Kim Strandberg, Tom Carlson & Sören Andersson (2024). "Beyond negativity? A laboratory study on emotional responses to populist strategies on social media". *Frontiers in Political Science* 6. <https://doi.org/10.3389/fpos.2024.1415403>
- Lupu, Noam (2015). "Party Polarization and Mass Partisanship: A Comparative Perspective". *Political Behavior* 37(2):331–356. <https://doi.org/10.1007/s11109-014-9279-z>
- Mason, Lilliana (2016). "A cross-cutting calm: How social sorting drives affective polarization". *Public Opinion Quarterly* 80(1):351–377. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw001>
- Mason, Lilliana (2018). *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*. Chicago: Chicago University Press.
- Mudde, Cas & Cristóbal Rovira Kaltwasser (2012). *Populism in Europe and the Americas: Threat or Corrective for Democracy?* Cambridge: Cambridge University Press.

- Nordbrandt, Maria (2023). “Affective polarization in the digital age: Testing the direction of the relationship between social media and users’ feelings for out-group parties”. *New Media & Society* 25(12):3392–3411. <https://doi.org/10.1177/14614448211044393>
- Overgaard, Christian Staal Bruun (2024). “Perceiving Affective Polarization in the United States: How Social Media Shape Meta-Perceptions and Affective Polarization”. *Social Media + Society* 10(1). <https://doi.org/10.1177/20563051241232662>
- Paloheimo, Heikki (2024). “Puoluevalinta eri äänestäjäryhmissä”. Teoksessa Kestilä-Kekkonen, Elina, Lauri Rapeli & Peter Söderlund (toim.), *Pääministerivaalit polarisaation aikakaudella: Eduskuntavaalitutkimus 2023*, 234–274. Helsinki: Oikeusministeriö.
- Patkós, Veronika (2023). “Measuring partisan polarization with partisan differences in satisfaction with the government: The introduction of a new comparative approach”. *Quality & Quantity* 57(1):39-57. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01350-8>
- Pérez-Rajó, Juan (2024). “Does Populism Fuel Affective Polarization? An Individual-Level Panel Data Analysis”. *Political Studies*. <https://doi.org/10.1177/00323217231224579>
- Phillips, Joseph (2022). “Affective Polarization: Over Time, Through the Generations, and During the Lifespan”. *Political Behavior* 44(3):1483–1508. <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09784-4>
- Rapeli, Lauri (2023). ”Puoluevalinta eri demografisissa ryhmissä”. *FNES Vaalivälähdykset* 2023(9).
- Reiljan, Andres (2020). “‘Fear and loathing across party lines’(also) in Europe: affective polarisation in European party systems”. *European Journal of Political Research* 59(2):376–396. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12351>
- Ryan, Alexander (2023). “Exploring differences in affective polarization between the Nordic countries”. *Scandinavian Political Studies* 46(1–2): 52–74. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12244>
- Saarinen, Arttu (2022). *Vastakkainasettelujen aika: poliittinen polarisaatio ja Suomi*. Helsinki: Gaudeamus.
- Schedler, Andreas (2023). “Rethinking Political Polarization”. *Political Science Quarterly* 138(3):335–359, <https://doi.org/10.1093/psquar/qqad038>
- Sindermann, Cornelia, Christian Montag & Jon D. Elhai (2024). ”The Degree of Homogeneity Versus Heterogeneity in Individuals’ Political News Consumption: A Replication and Extension in Two Independent Samples”. *Journal of Media Psychology*. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000417>

Sirola, Anu, Markus Kaakinen, Iina Savolainen, Hye Jin Paek, Izabela Zych, and Atte Oksanen (2021). "Online identities and social influence in social media gambling exposure: A four-country study on young people". *Telematics and Informatics* 60(2021). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101582>

Strandberg, Kim, Tom Carlson ja Wilma Snickars "Nuoret ehdokkaat ja kansalaiset sosiaalisessa mediassa". Teoksessa Kestilä-Kekkonen, Elina, Lauri Rapeli & Peter Söderlund (toim.), *Pääministerivaalit polarisaation aikakaudella: Eduskuntavaalitutkimus 2023*, 234–274. Helsinki: Oikeusministeriö.

Suuronen, Aleksi, Kimmo Grönlund ja Rasmus Sirén (2020). "Puolueiden äänestäjät". Teoksessa Borg, Sami, Elina Kestilä-Kekkonen & Hanna Wass (toim.), *Eduskuntavaalitutkimus 2019*, 260–287. Helsinki: Oikeusministeriö.

Tajfel, Henry & John Turner (1979). "An integrative theory of intergroup conflict". Teoksessa Austin, William G. & Stephen Worchel (toim.), *The social psychology of intergroup relations*, 33–47. Monterey: Brooks/Cole Publishing Company.

Theocharis, Yannis, Shelley Boulianne, Karolina Koc-Michalska & Bruce Bimber (2022). "Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement". *West European Politics* 46(4):788–811. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087410>

Utych, Stephen M., Rachel Navarre & Matthew Rhodes-Purdy (2022). "Fear or loathing: Affect, political economy, and prejudice". *Journal of Race, Ethnicity and Politics* 7(3):505–525. <https://doi.org/10.1017/rep.2021.32>

Vaccari, Christian & Augusto Valeriani (2021). *Outside the bubble: social media and political participation in Western democracies*. New York: Oxford University Press.

Wagner, Markus (2021). "Affective polarization in multiparty systems". *Electoral Studies* 69(102199). <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2020.102199>

Westwood, Sean J, Shanto Iyengar, Stefaan Walgrave, Rafael Leonisio, Luis Miller & Oliver Strijbis (2018). "The tie that divides: Cross-national evidence of the primacy of partyism". *European Journal of Political Research* 57(2): 333–354. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12228>

Wojcieszak, Magdalena & Benjamin R. Warner (2020). "Can Interparty Contact Reduce Affective Polarization? A Systematic Test of Different Forms of Intergroup Contact". *Political Communication* 37(6):789–811. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1760406>

Wollebæk, Dag, Rune Karlsen, Kari Steen-Johnsen & Bernard Enjolras (2019). "Anger, Fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior". *Social Media + Society* 5(2). <https://doi.org/10.1177/2056305119829859>

Yarchi, Moran, Christian Baden & Neta Kligler-Vilenchik. (2021). "Political Polarization on the Digital Sphere: A Cross-platform, Over-time Analysis of Interactional, Positional, and Affective Polarization on Social Media". *Political Communication* 38(1–2):98–139. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1785067>

Zhu, Qinfeng, Brian E. Weeks & Nojin Kwak (2024). "Implications of online incidental and selective exposure for political emotions: Affective polarization during elections". *New Media & Society* 26(1):450–472. <https://doi.org/10.1177/14614448211061336>

MUUT LÄHTEET

Tilastokeskus (2024). Suomen virallinen tilasto: Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö. Verkkojulkaisu. ISSN=2341-8699. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavissa: <https://stat.fi/tilasto/sutivi>, viitattu 4.12.2024.

Väliaverron, Esa (2014). "Sosiaalinen kupla kaventaa mediamaisemaa", *Mediayhteiskunta* (blogi). 21.8.2024. <https://medykblog.wordpress.com/2014/08/21/sosiaalinen-kupla-kaventaa-mediamaisemaa/>, luettu 5.11.2024.

LIITTEET

Liite 1. Ristiintaulukoinnin frekvenssit. Suhtautuminen perussuomalaisiin. (n).

<i>Puoluekanta</i>	<i>Suhtautuminen perussuomalaisiin</i>			
	Kielteinen	Neutraali	Myönteinen	yht.
SDP	161	66	32	259
PS	2	33	240	275
KOK	63	129	42	234
KESK	43	81	24	148
VIHR	94	6	2	102
VAS	89	12	2	103
RKP	68	15	1	84
KD	8	31	6	45
Yhteensä	528	373	349	1250

Liite 2. Ristiintaulukoinnin frekvenssit. Suhtautuminen vihreisiin. (n).

<i>Puoluekanta</i>	<i>Suhtautuminen vihreisiin</i>			
	Kielteinen	Neutraali	Myönteinen	yht.
SDP	95	122	45	262
PS	247	28	0	275
KOK	107	104	27	238
KESK	91	60	3	154
VIHR	0	4	99	103
VAS	13	48	40	101
RKP	23	48	11	82
KD	27	16	1	44
Yhteensä	603	430	226	1259