

LEHDISTÖTIEDOTE

Julkaisuvapaa tiistaina 23.10. klo 12.00

Suomalaiset lapset ja nuoret ovat huolestuneita ilmaston muutoksesta, väkivallasta ja ihmisten välinpitämättömyydestä. Nuoret ovat yllättäen huolissaan myös työn löytymisestä tulevaisuudessa. Terrorismin pelko on tullut jäädäkseen.

Lapsuutta ja nuoruutta pidetään yleisesti varsin huolettomana aikana. Suosikin Nuorisotutkimuksen tulosten perusteella vaikuttaa kuitenkin siltä, että lapset ja nuoret ovat varsin huolestuneita joistakin omaan itseen ja ympäristöön kohdistuvista uhista. Tärkeimmät huolenaiheet 12-20-vuotiaiden keskuudessa ovat ilmaston muutos, väkivalta ja yhteiskunnan arvojen koventumiseen liittyvä ihmisten välinpitämättömyys. Tiistaina 23.10.2007 julkaistavaan tutkimukseen vastasi 1225 iältään 12–20-vuotiasta nuorta 8.6.-12.9.2007 välisenä aikana.

Ilmastonmuutos ja ympäristöongelmat huolestuttavat lähes kaikkia lapsia ja nuoria

Nuorten huoli ympäristöongelmista on noussut merkittävästi viidessä vuodessa. Esimeriksi osuus nuorista, jotka ovat melko tai erittäin huolestuneita ympäristöongelmista ja saasteista, on tällä hetkellä 48 %, mikä edustaa seitsemän prosenttiyksikön kasvua vuodesta 2002. Joka toinen nuori on melko tai erittäin huolissaan ilmastomuutoksesta. 83 % kaikista 12-20-vuotiaista on ainakin jonkin verran huolissaan kyseisestä asiasta.

Huoli koventuneista arvoista ja ihmisten välinpitämättömyydestä

Julkisissa puheenvuoroissa nousee aika ajoin käsitys siitä, että nuoria ei huolestuta muut kuin itseään koskevat asiat. Nuorten individualismi ei kuitenkaan tämän tutkimuksen valossa näytä sulkevan pois toisista ihmisistä ja ympäröivästä maailmasta välittämistä. Päinvastoin eräs tärkeimmistä nuorten huolenaiheista liittyy yhteiskunnan koventuneisiin arvoihin. Esimerkiksi joka toinen 12-20-vuotias on melko tai erittäin huolestunut ihmisten välinpitämättömyydestä. Kolme neljästä on ainakin jonkin verran huolestunut kyseisestä asiasta.

Suomalaiset nuoret ovat huolestuneita työn löytymisestä tulevaisuudessa

Hieman yllättäen suomalaiset nuoret ovat huolestuneita työttömyydestä ja työn löytymisestä tulevaisuudessa. 75 % nuorista on ainakin jonkin verran huolissaan kyseisestä asiasta. Melko tai erittäin huolestuneiden osuus on 45 %. Merkillepantavaa on se, että huoli työttömyydestä ei ole laskenut viiden edellisen vuoden kuluessa talouden voimistumisesta huolimatta. Itse asiassa melko tai erittäin huolestuneiden osuus on noussut viisi prosenttiyksikköä vuodesta 2002. Havainto on mielenkiintoinen tilanteessa, jossa väestörakenteen kehitys on johtamassa ongelmiin työvoiman riittävyyden suhteen.

Terrorismin pelko on tullut jäädäkseen

Vuonna 2002 Suosikin Nuorisotutkimuksen datankeruun aikoihin oli kulunut vajaa vuosi New Yorkiin ja Washingtoniin kohdistuneista terroristi-iskuista Yhdysvalloissa. Ei ollut yllättävää, että tapahtuman jälkimainingeissa suomalaisista nuorista joka toinen oli melko tai erittäin huolestunut terrorismista. Hieman yllättävää on kuitenkin se, että vuoteen 2007 tultaessa huolestuneiden osuus ei ole juuri laskenut. Vaikuttaa siis siltä, että terrorismin pelko on tullut jäädäkseen.

Vanhojen suosikkibrändien, kuten Niken ja Adidaksen, suosio romahtanut viidessä vuodessa

Tuotekategorioissa, joiden voidaan olettaa liittyvän tavalla tai toisella identiteetin rakentamiseen ja siitä viestimiseen, näyttää tapahtuneen pirstaloitumista preferenssien suhteen. Tällaiset kategoriat liittyvät esimerkiksi pukeutumiseen, musiikkiin, kosmetiikkaan ja mediaan. Esimerkiksi urheiluvaatepreferenssejä ovat hallinneet kaksi brändiä, Nike ja Adidas, vuodesta 1998 vuoteen 2002. Kyseiset brändit suosikkibrändeikseen nimenneiden osuus on pudonnut dramaattisesti vuoteen 2007 tultaessa. Tilalle on ilmestynyt monipuolinen suosikkibrändien joukko, mikä osaltaan kertoo nuorten elämäntyylien pirstaloitumisesta.

Lisätiedot

Markus Keränen
Suosikin Nuorisotutkimuksen päätutkija
toimitusjohtaja
15/30 Research
GSM 040-5189032

Kirsi Kupila
tutkimusryhmäpäällikkö
Yhtyneet Kuvalehdet
puh. 09- 1566 782, 0400 453 604

Tietoa Suosikin Nuorisotutkimuksesta

Suosikin Nuorisotutkimus on tutkinut nuorten arvoja, asenteita ja kuluttamista 1970-luvulta lähtien. Suosikin Nuorisotutkimuksen pääfokus on nuorten kuluttamisessa ja siihen liittyvissä ilmiöissä. Se kertoo esimerkiksi,

- *kuinka paljon nuorilla on rahaa käytettävissään*
- *mistä rahat ovat peräisin*
- *mihin varat käytetään*
- *nuorten suosikkibrändit*

Suosikin Nuorisotutkimuksen 2007 on toteuttanut 15/30 Research Yhtyneiden Kuvalehtien toimeksiannosta. 15/30 Research on nuorten tutkimiseen erikoistunut tutkimustoimisto, joka julkaisee vuosittain mm. Kansallisen Nuorisotutkimuksen.