



# **Nuorten kulttuuri ja päihteet** **Ehyt ry** **Tutkimusraportti**

Anne Kosonen Senior Insight Manager  
Marko Perälähti Senior Client Director

Taloustutkimus Oy | Luottamuksellinen

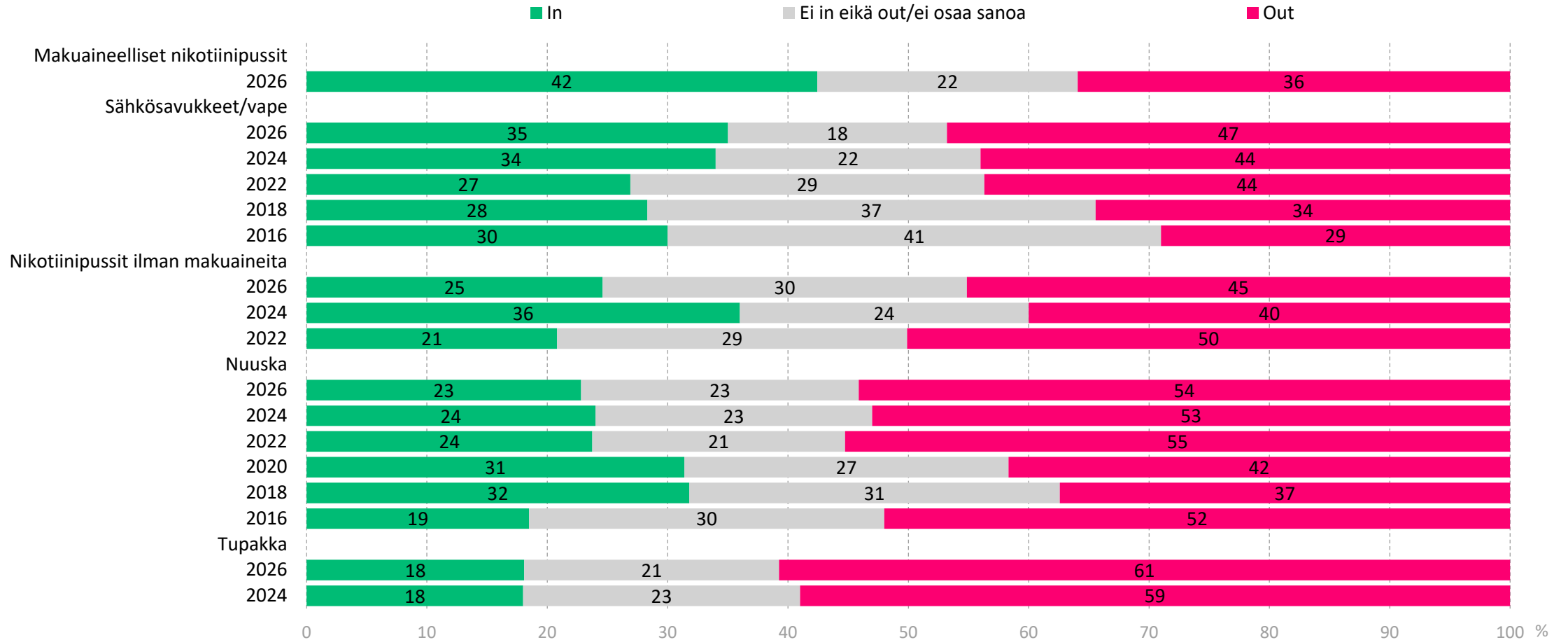
11.2.2026

# JOHDANTO

- Taloustutkimus Oy on toteuttanut tämän tutkimuksen Ehyt ry:n toimeksiannosta. Tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten nuorten kokemuksia, asenteita ja mielikuvia päihteisiin, rahapelaamiseen sekä nuorisokulttuuriin liittyvistä ilmiöistä.
- Kyselyssä kartoitetaan muun muassa nuorten päihteiden ja nikotiinituotteiden käyttöä sekä rahapelaamista, suhtautumista erilaisiin ilmiöihin sekä tiedonlähteitä näihin liittyen.
- Tutkimus toteutettiin Taloustutkimus Oy:n ja kumppaneiden internet-paneeleissa. Kohderyhmänä olivat 15-29-vuotiaat suomalaiset Ahvenanmaata lukuun ottamatta.
- Tutkimukseen vastasi hyväksytysti 1890 kaiken kaikkiaan henkilöä. Tulokset on painotettu kohderyhmää vastaavaksi alueen, iän ja sukupuolen mukaan. Tiedonkeruu toteutettiin 2.-13.1.2026 välisenä aikana.
- Tulostuksessa on käytetty T-testiä, joka testaa kunkin taulukoidun taustamuuttujan kohdalla poikkeako tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95%:n luotettavuustasolla. Tutkimuksen virhemarginaali on kokonaistulosten enimmillään osalta  $\pm 2,2$  % -yksikköä 95 %-luotettavuustasolla.
- Toimeksiantoon sisältyneet kysymykset löytyvät [tästä](#) käytettävissä olevat taustatietokysymykset ovat tämän raportin liitteenä.
- Tutkimusaineisto säilytetään ja on käytettävissä lisätulostuksiin kahden vuoden ajan raportointipäivästä.
- Tutkimuksen tulokset on raportoitu lyhyenä yhteenvetona ja graafisina kuvioina päätuloksista sekä atk-taulukoina (erillinen liite).
- Tämän projektin laatu varmistetaan käsittelemällä kaikkia tutkimukseen liittyviä aineistoja ja syntyneitä tietoja ehdottoman luottamuksellisesti sekä noudattamalla markkinatutkimusalan ISO 20252 -standardia sekä ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan perussääntöjä.
- Tutkimuksen toteutuksesta Taloustutkimuksessa vastaa Anne Kosonen p. +358(0)10 7585 264, [anne.kosonen@taloustutkimus.fi](mailto:anne.kosonen@taloustutkimus.fi) ja Marko Perälähti +358(0)10 7585 290, [marko.peralahti@taloustutkimus.fi](mailto:marko.peralahti@taloustutkimus.fi)

# Mitkä asiat ovat tällä hetkellä in ja mitkä asiat ovat tällä hetkellä out 2016-2026 - Nikotiinituotteet

Mitä mieltä sinä olet seuraavista listatuista asioista? Onko asiat omasta mielestäsi tällä hetkellä in vai out?\*



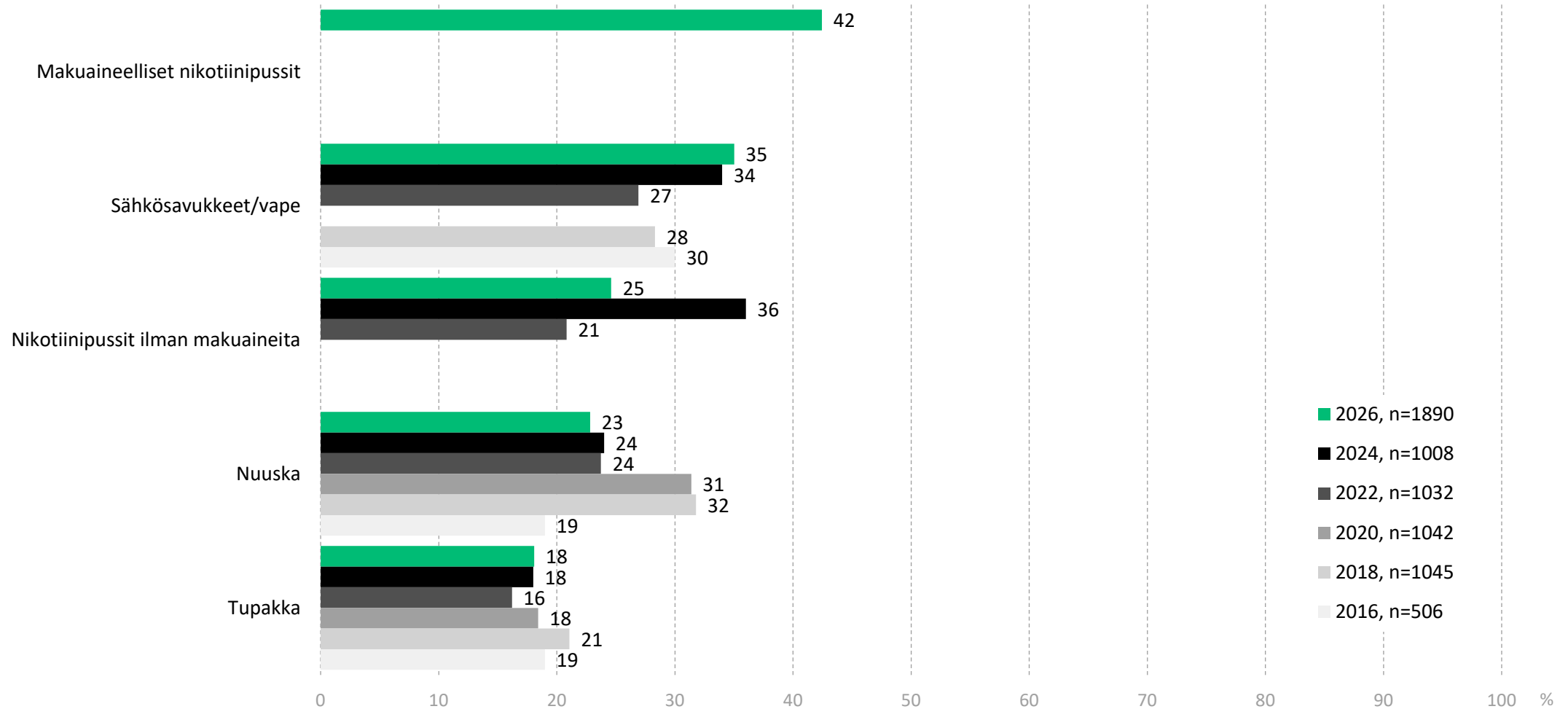
\*) v. 2024: Onko seuraavat asiat sinusta in vai out?  
 v. 2022: Mitä mieltä sinä olet seuraavista listatuista asioista? Onko asiat sinusta in vai out?  
 v. 2020: Mitkä seuraavassa listatuista asioista ovat mielestäsi trendikkäitä (cool, siisti, in) suosittuja (trendaavia, in) ikäistesi nuorten keskuudessa tällä hetkellä ja mitkä asiat mielestäsi eivät ole trendikkäitä (Out)?  
 v. 2018: Mitkä seuraavista ovat mielestäsi trendikkäitä (cool, siisti, in) ja suosittuja (trendaavia, in) ikäistesi keskuudessa nyt, ja mitkä eivät ole trendikkäitä (ovat out)?  
 v. 2016: Mitkä seuraavassa listatuista asioista ovat mielestäsi trendikkäitä (cool, siisti, in) ikäistesi nuorten keskuudessa tällä hetkellä ja mitkä asiat mielestäsi eivät ole trendikkäitä (Out)?

Kaikki vastaajat,

2016 n=506, 2018 n=1045, 2020 n=1042, 2022 n=1032, 2024 n=1008, 2026 n=1890

# Mitkä asiat ovat tällä hetkellä in 2016-2026

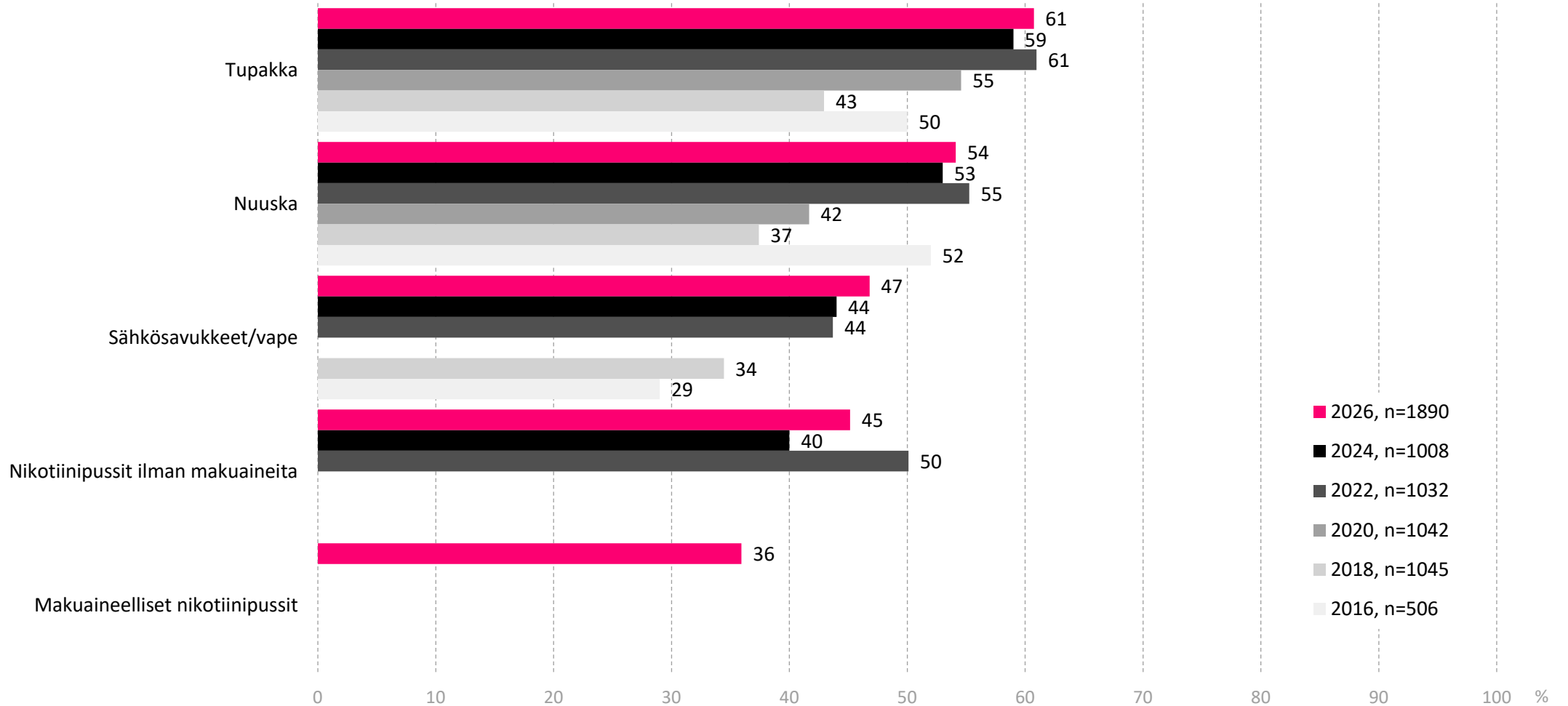
## Nikotiinituotteet



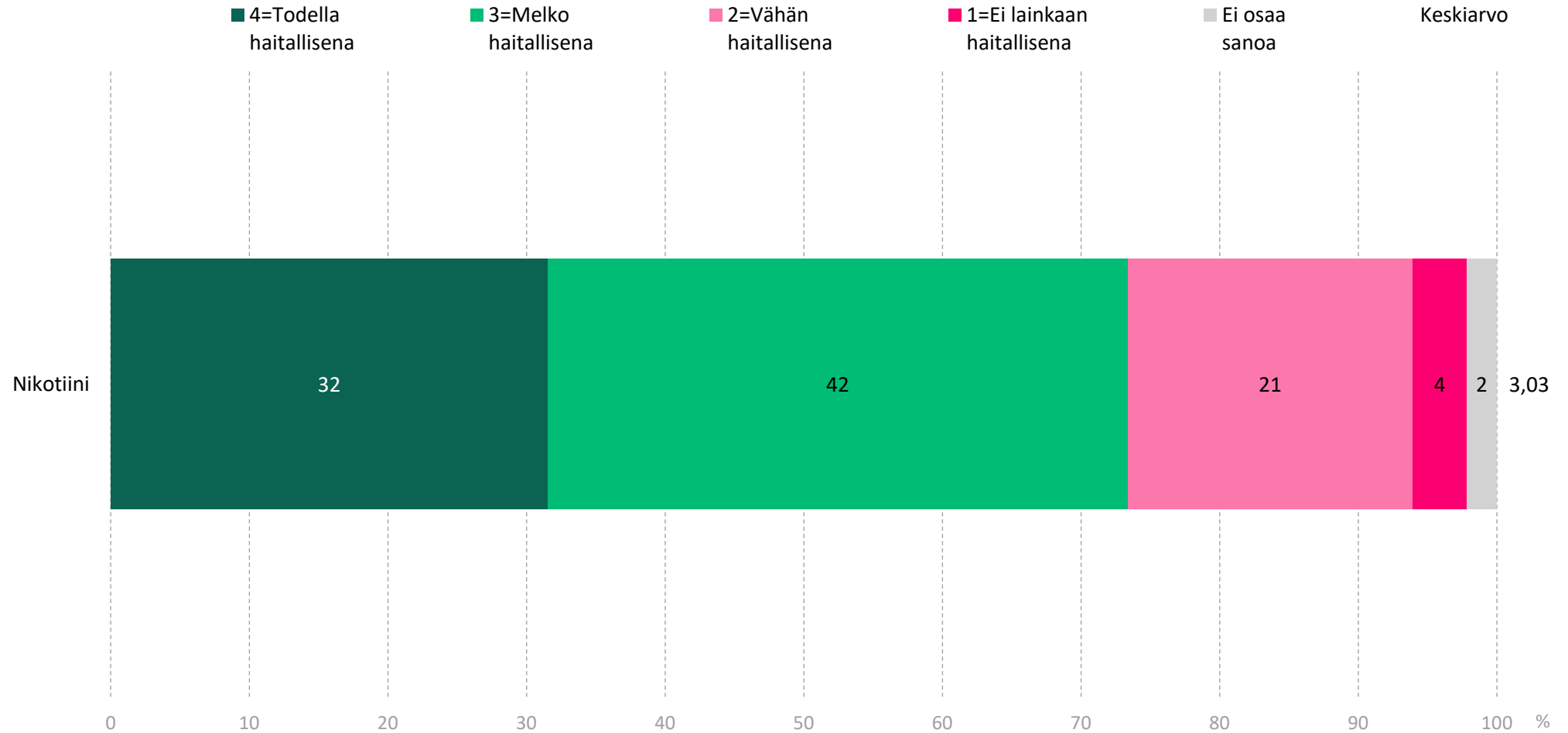
n=kaikki vastaajat

# Mitkä asiat ovat tällä hetkellä out 2016-2026

## Nikotiinituotteet



# Miten haitallisena pidät seuraavien päihteiden käyttöä



# Nikotiinituotteet



# Nikotiinituotteet

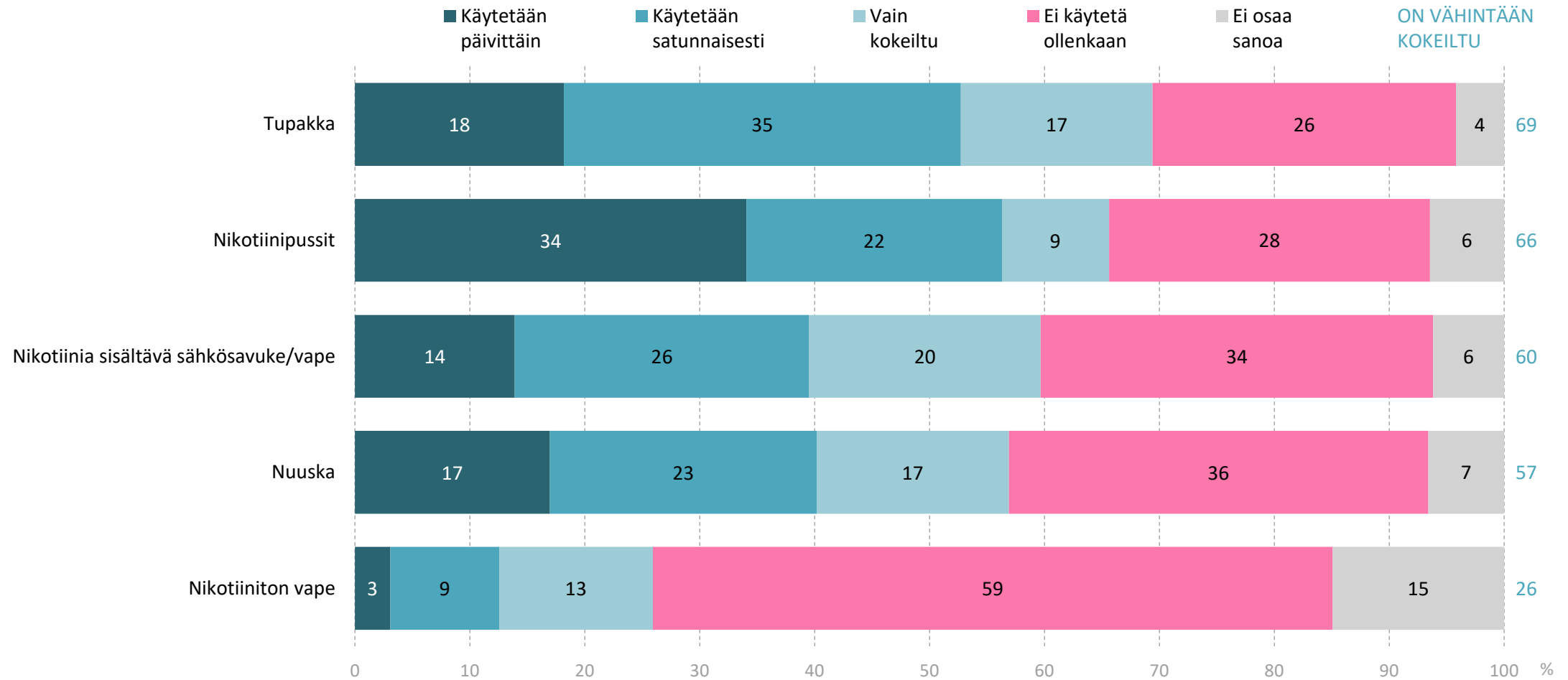
- Suuri osa nuorista **ei käytä itse nikotiinia lainkaan** tai on **lopettanut käytön** kokonaan. Nikotiinituotteisiin liittyvät tulokset osoittavat, että kolmasosa nuorista arvioi ystäväpiirissä käytettävän päivittäin **nikotiinipusseja**, kun taas perinteisempien tuotteiden kuten tupakan ja nuuskan osalta vastaava osuus on vajaa viidennes. Nikotiinipussien suosio näkyy sekä **omassa käytössä** että siinä, miten nuoret arvioivat **kaveripiirinsä käyttöä**. Nuorempien vastaajien ystäväpiirissä ja omassa käytössä korostuu nikotiinia sisältävän vaperin käyttö ja perinteisen tupakan poltto on keskimääräistä vähäisempää. Kaveripiirin kohdalla nikotiinipussit ja tupakka ovat **selvästi yleisimpiä joko päivittäin tai satunnaisesti käytettyjä tuotteita**. Nuuskan käyttö painottuu selvästi **miehiin** sekä **maaseutualueille**. Alle 25-vuotiaat sanovat selvästi vanhempia useammin käyttävänsä itse nikotiinia sisältävää vaperia. Arvoryhmien välillä eroja on siinä, miten vastaajat kuvaavat ympäristöään: **minäkeskeiset konservatiivit arvioivat kaveripiirinsä käyttävän tupakkaa, nuuskaa, ja nikotiinipusseja muita enemmän**.
- Nuorten suhtautuminen nikotiinituotteisiin on kaksijakoista. **Tupakkaan, nuuskaan ja sähkösavukkeisiin/vaperin suhtautumisen arvioidaan muuttuneen useammin kielteisemmäksi kuin sallivammaksi**, kun taas **nikotiinipusseihin liittyy hieman enemmän sallivampia näkemyksiä**. Suhtautuminen vaihtelee taustaryhmittäin: **alaikäiset arvioivat kaveripiirinsä suhtautumisen sähkösavukkeisiin/vaperin muuttuneen keskimääräistä useammin sallivammaksi**. **Menestyshakuisten vastuullisten kohdalla tilanne on sama kaikkien nikotiinituotteiden kohdalla**.
- Nikotiinituotteita on hankittu useimmin joko **itse tai kaverin/tutun kautta**. Kaverin, huoltajan tai sukulaisen kautta hankkineista eniten käytetyt somekanavat ovat Snapchat ja Telegram.
- Suurin osa vastaajista **kokee nikotiinituotteiden hankkimisen alaikäisenä helpoksi**.

# Nikotiinituotteet

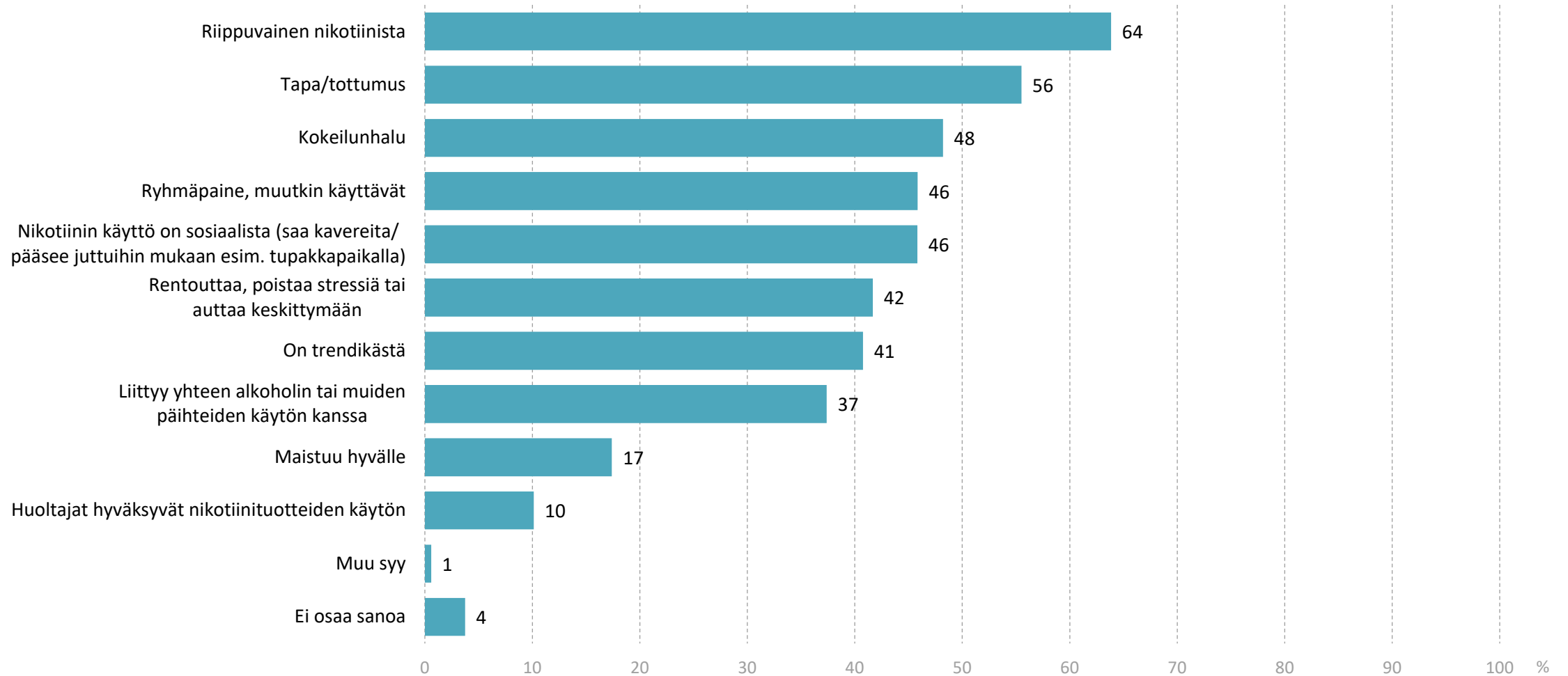
- Syyt käyttää nikotiinituotteita liittyvät ennen kaikkea **riippuvuuteen ja tottumukseen**, mutta myös **kokeilunhalu, sosiaaliset tilanteet ja nikotiinin vaikutukset**, kuten rentoutuminen tai keskittymisen tunne, nousevat esiin. Uudemmille tuotteille tyypillisiä ovat lisäksi **helppokäyttöisyys ja huomaamattomuus**. Syyt olla käyttämättä nikotiinia keskittyvät puolestaan **terveyshaittoihin, hintaan, ulkonäkösyihin** ja siihen, ettei nikotiini sovi omaan arvomaailmaan tai kaveripiirin tapoihin. **Naiset ja nuorimmat ikäryhmät** korostavat terveyteen ja ulkonäköön liittyviä syitä muita useammin.
- Nikotiinituotteisiin liittyvä tiedonhankinta perustuu ennen kaikkea **internetin ja sosiaalisen median käyttöön**, minkä lisäksi tietoa saadaan **kavereilta, koulusta ja vanhemmilta**. **Terveydenhuollon ammattilaiset ovat kohtuullisen merkittävä tiedonlähde**, kun taas **nuorisotyöntekijöiden rooli on selvästi vähäinen**. Vain harva nuori kokee, ettei olisi saanut nikotiinituotteista tietoa.
- Myös hankinnassa korostuu **kaveri- ja tuttavaverkoston merkitys**. Nuoret saavat nikotiinituotteita useimmiten **ystäviltä tai tutuilta**, kun taas omatoiminen ostaminen on **selvästi harvinaisempaa**, etenkin nuorimmissa ikäryhmissä. **Ostaminen somen kautta on marginaalista**. Taustaryhmäkohtaisesti **miehet** sekä **materialistisia arvoja edustavat** kertovat hankinnan olevan selvästi helpompaa kuin naiset ja vastuullisia arvoja edustavat.
- **Uudet nikotiinituotteet ovat nuorten ympäristössä selvästi näkyvimpiä ja yleisimpiä**, samalla kun perinteiset tuotteet ovat selvästi vähemmän hyväksytyjä. Taustaryhmäerot vaikuttavat siihen, **kuinka paljon käyttöä kaveripiirissä nähdään ja millaisena tuotteiden hyväksyttävyyys ja haitat koetaan**, mutta kokonaisuutena trendi on yhtenäinen: nikotiinipussit ja vape ovat tämän hetken **keskeisimmät nikotiinituotteet nuorten ympäristössä**, ja niiden käyttö kytkeytyy ennen kaikkea **kokeiluun ja sosiaalisiin tilanteisiin**.

# **Nikotiinituotteiden käyttö ja niihin suhtautuminen ystäväpiirissä**

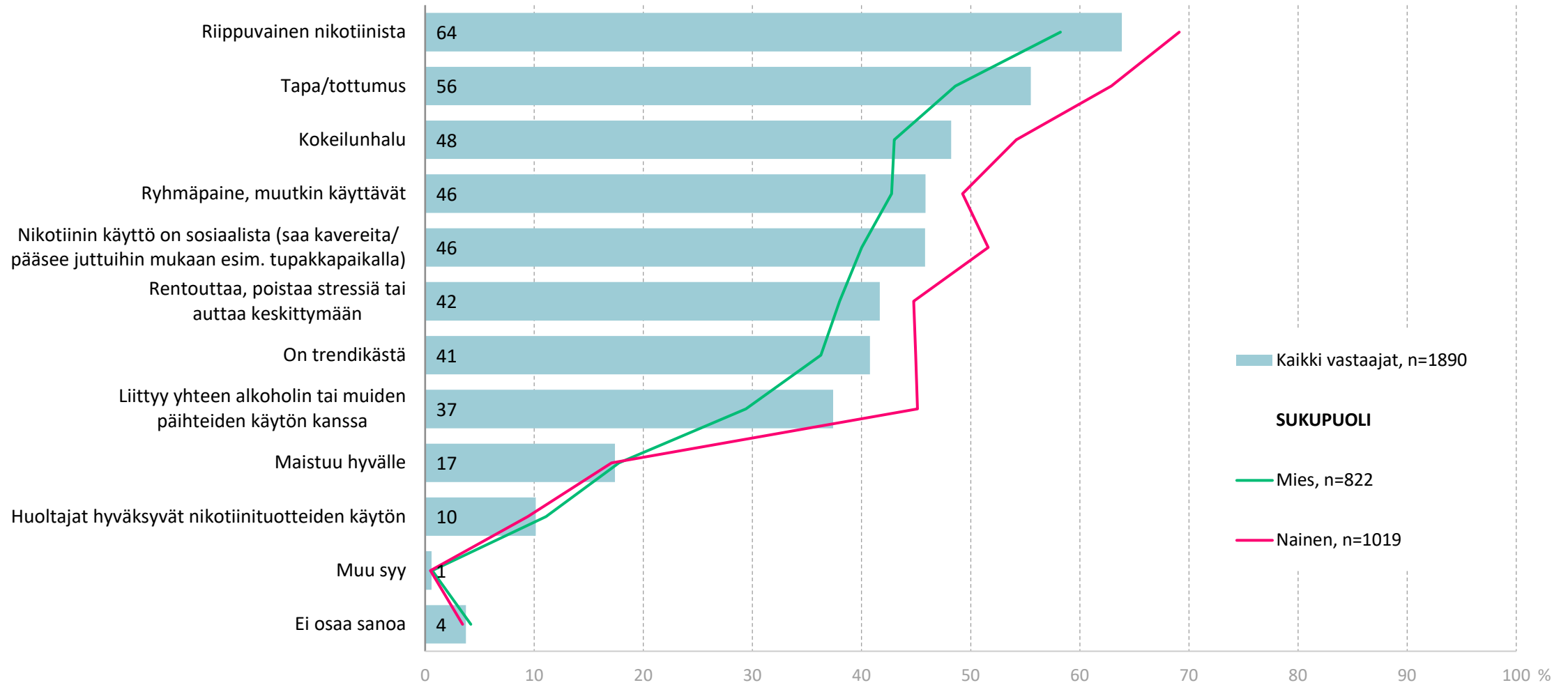
# Nikotiinituotteiden käyttö omassa ystäväpiirissä



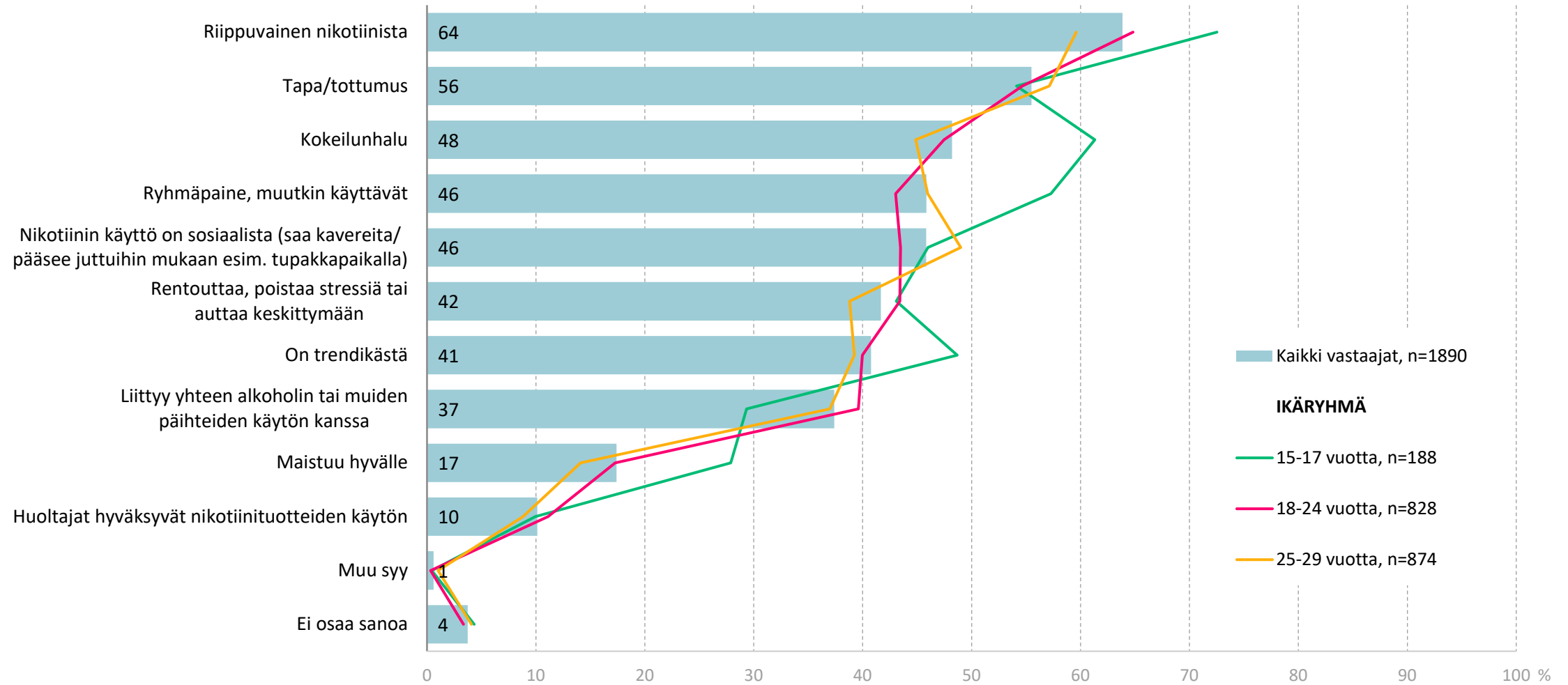
# Miksi nuoret käyttävät nikotiinituotteita



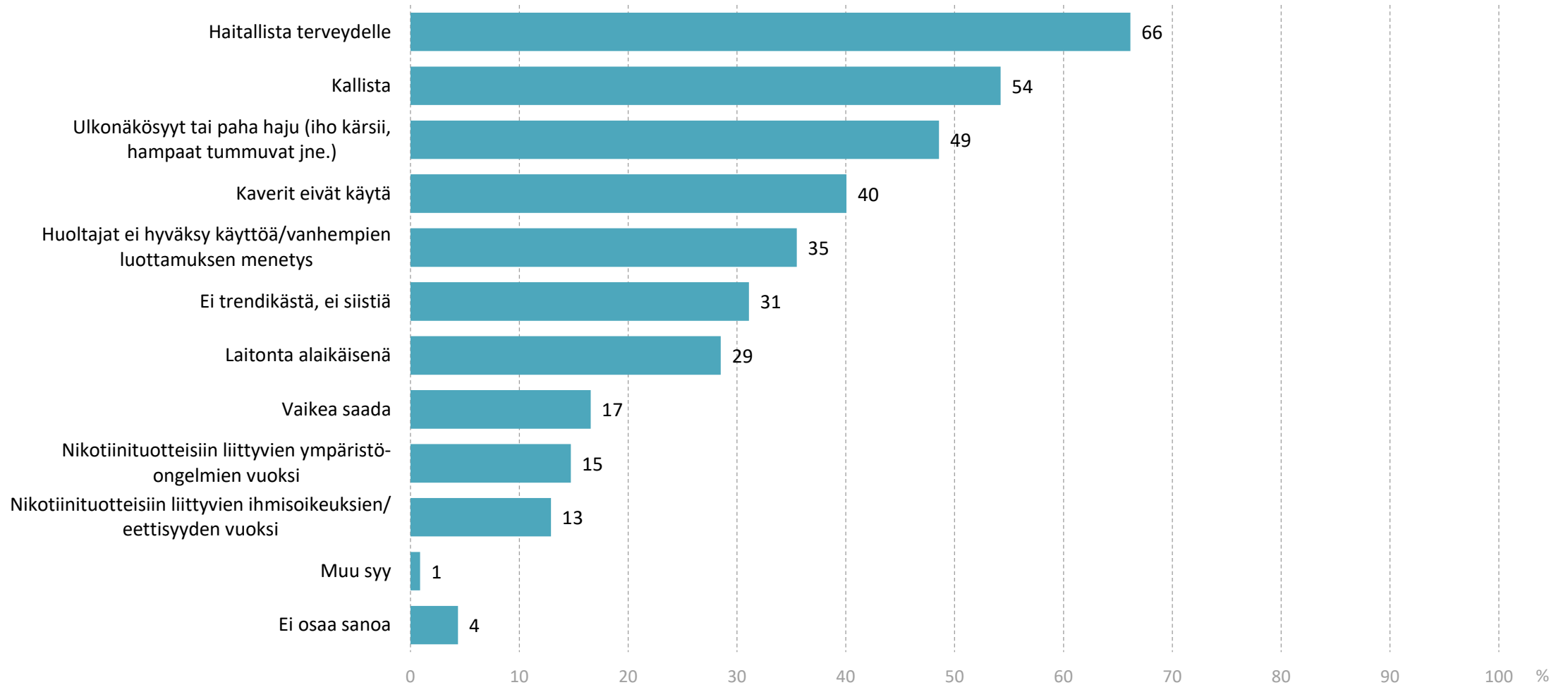
# Miksi nuoret käyttävät nikotiinituotteita



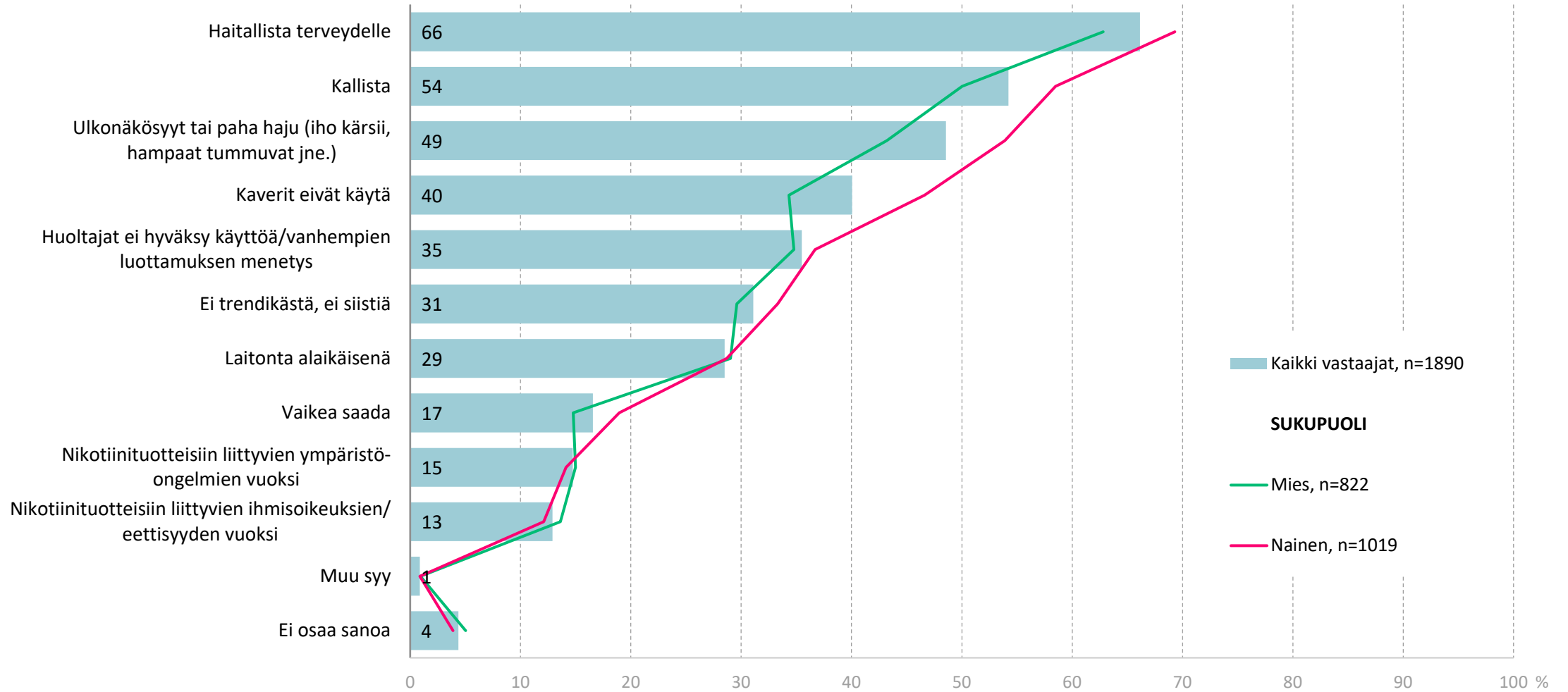
# Miksi nuoret käyttävät nikotiinituotteita



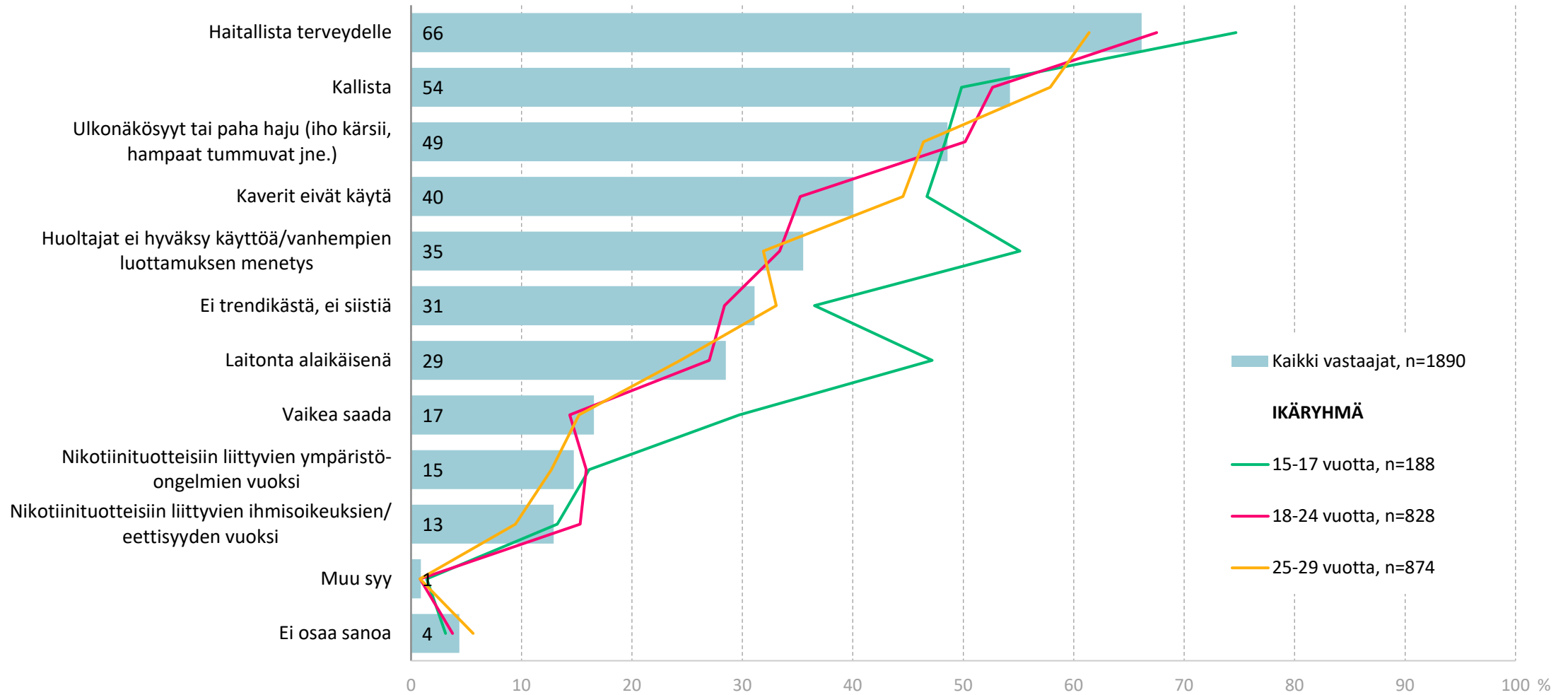
# Miksi nuoret eivät käytä nikotiinituotteita



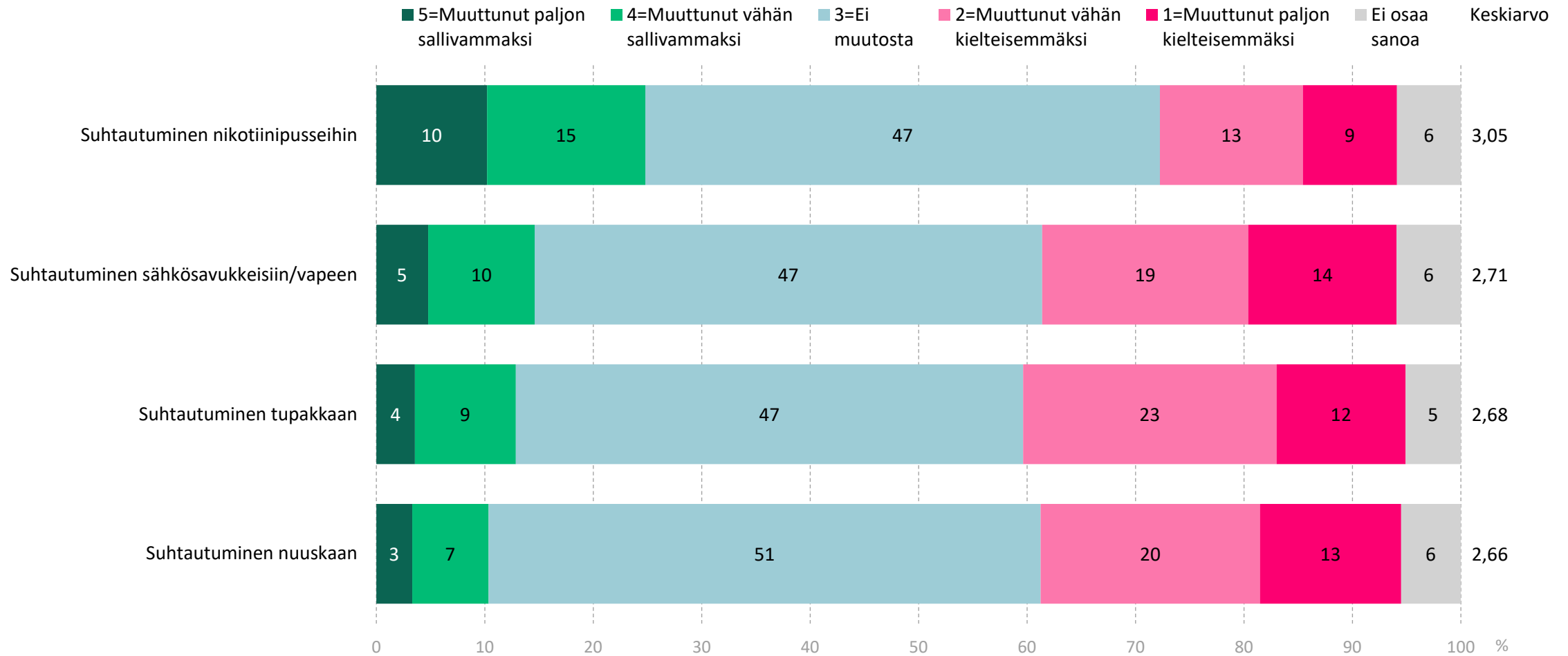
# Miksi nuoret eivät käytä nikotiinituotteita



# Miksi nuoret eivät käytä nikotiinituotteita

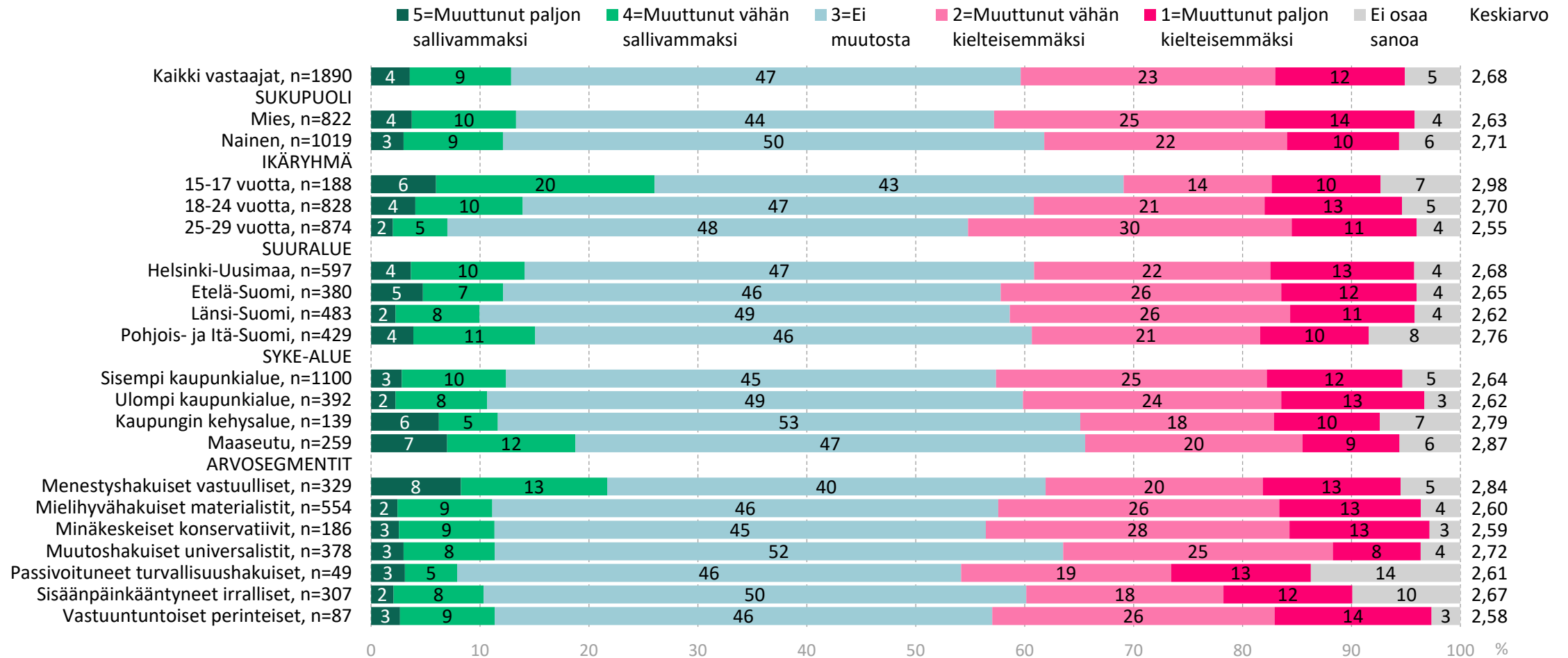


# Suhtautuminen nikotiinituotteisiin omassa ystäväpiirissä



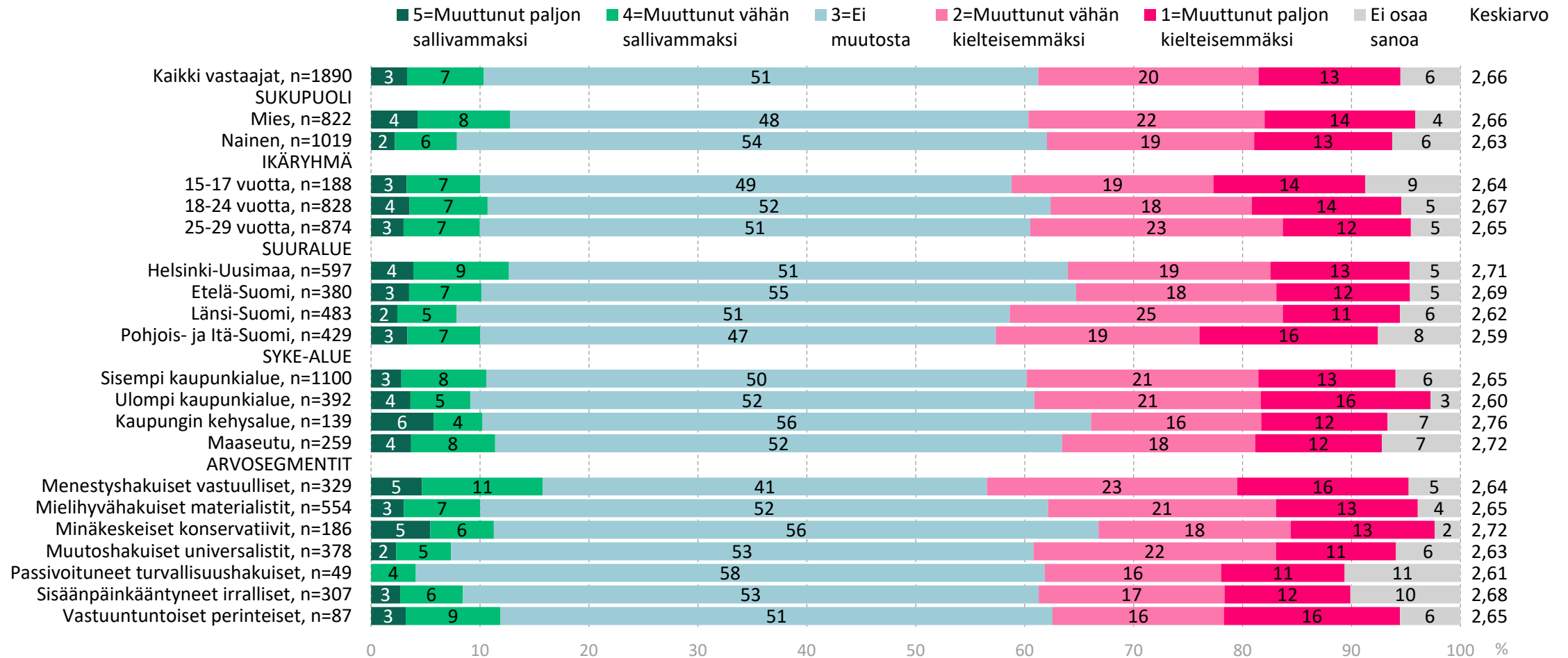
# Suhtautuminen nikotiinituotteisiin omassa ystäväpiirissä

## Suhtautuminen tupakkaan



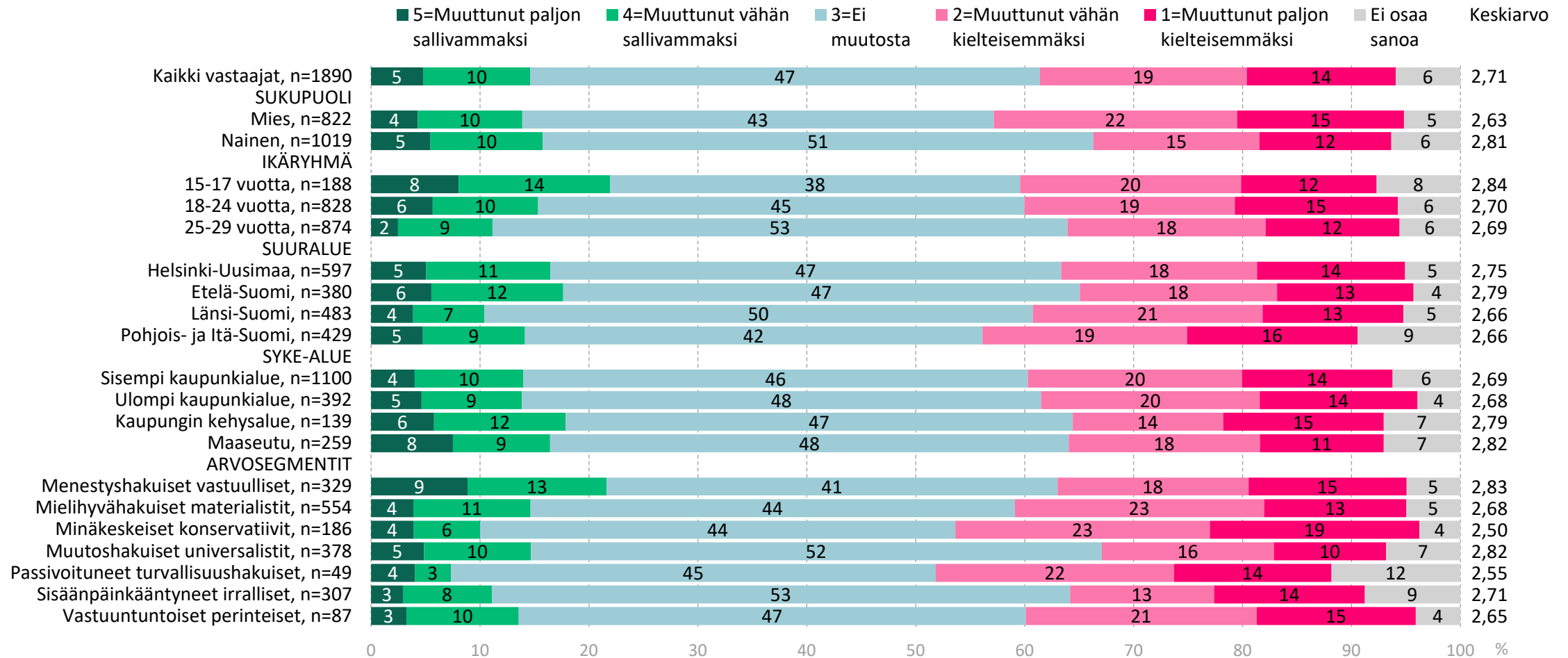
# Suhtautuminen nikotiinituotteisiin omassa ystäväpiirissä

## Suhtautuminen nuuskaan



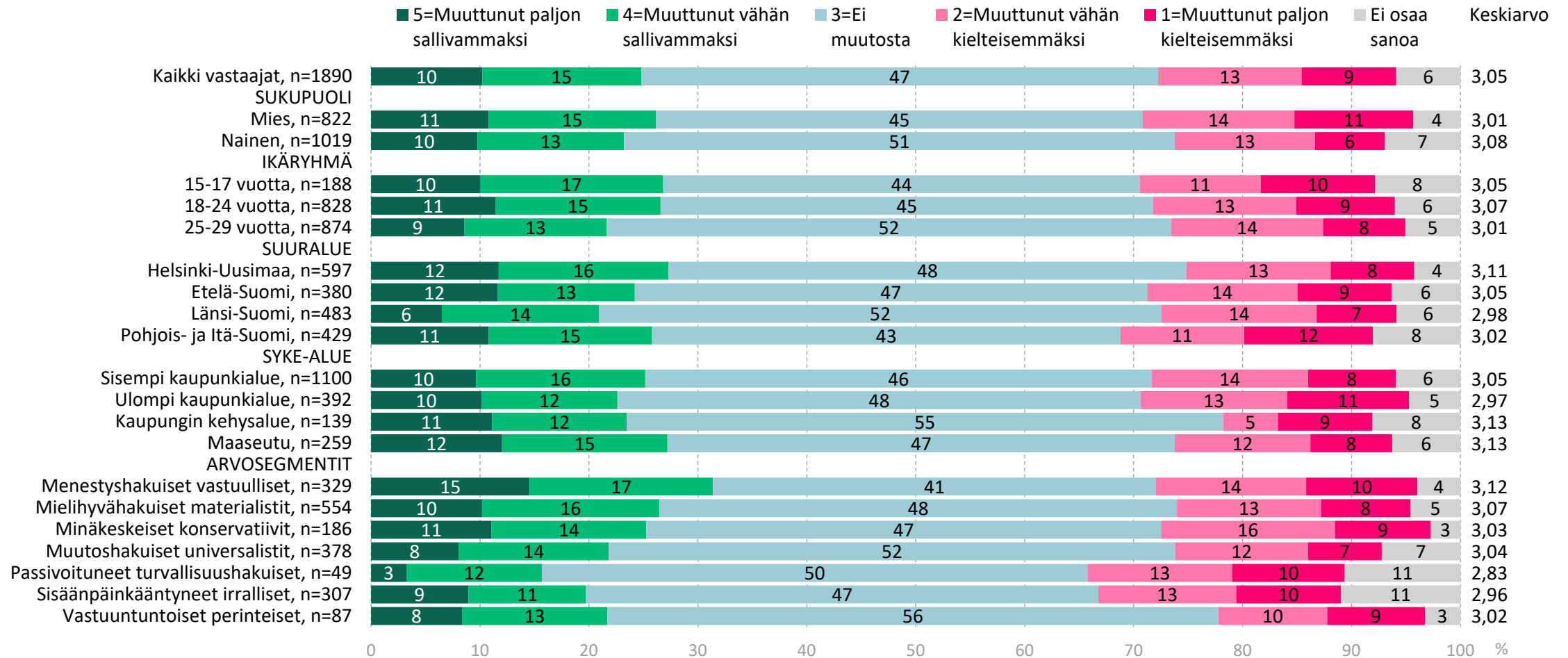
# Suhtautuminen nikotiinituotteisiin omassa ystäväpiirissä

## Suhtautuminen sähkösavukkeisiin/vapeen



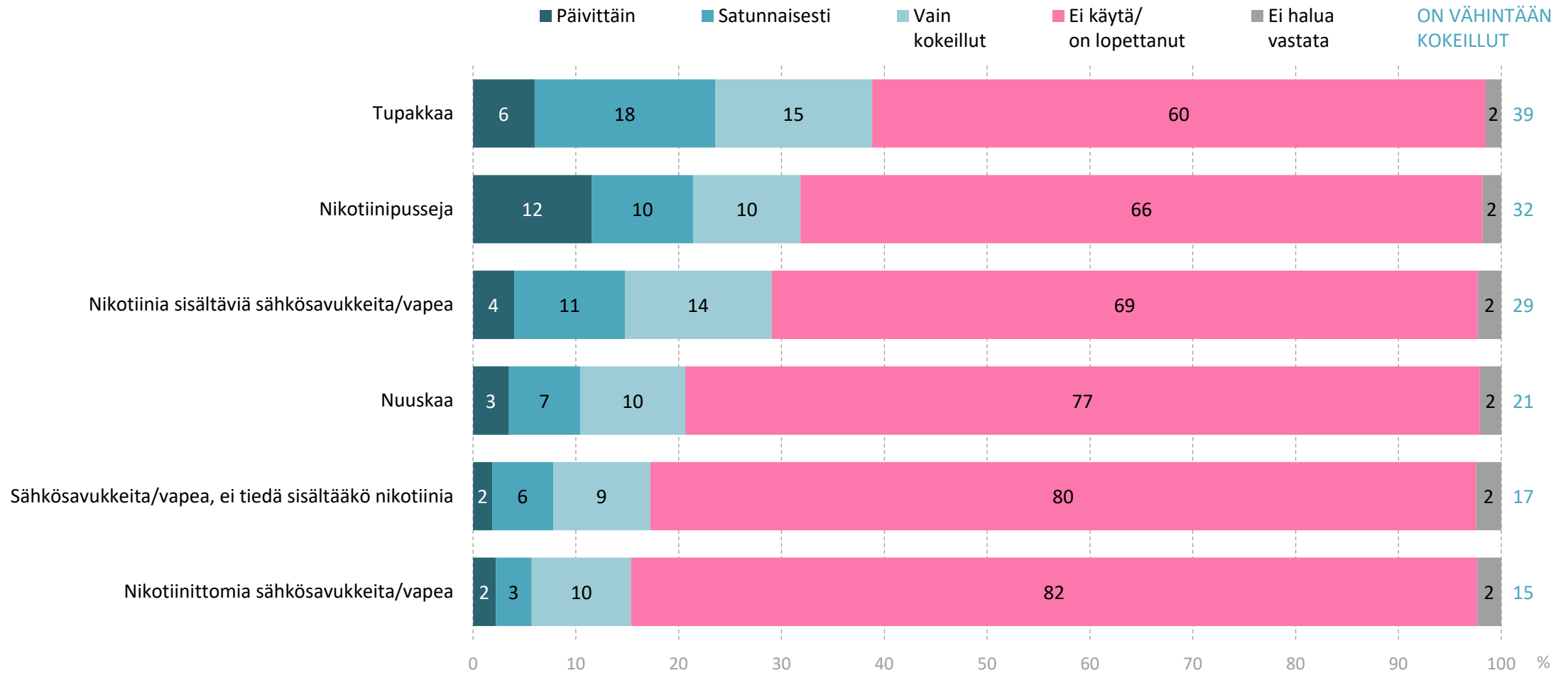
# Suhtautuminen nikotiinituotteisiin omassa ystäväpiirissä

## Suhtautuminen nikotiinipusseihin



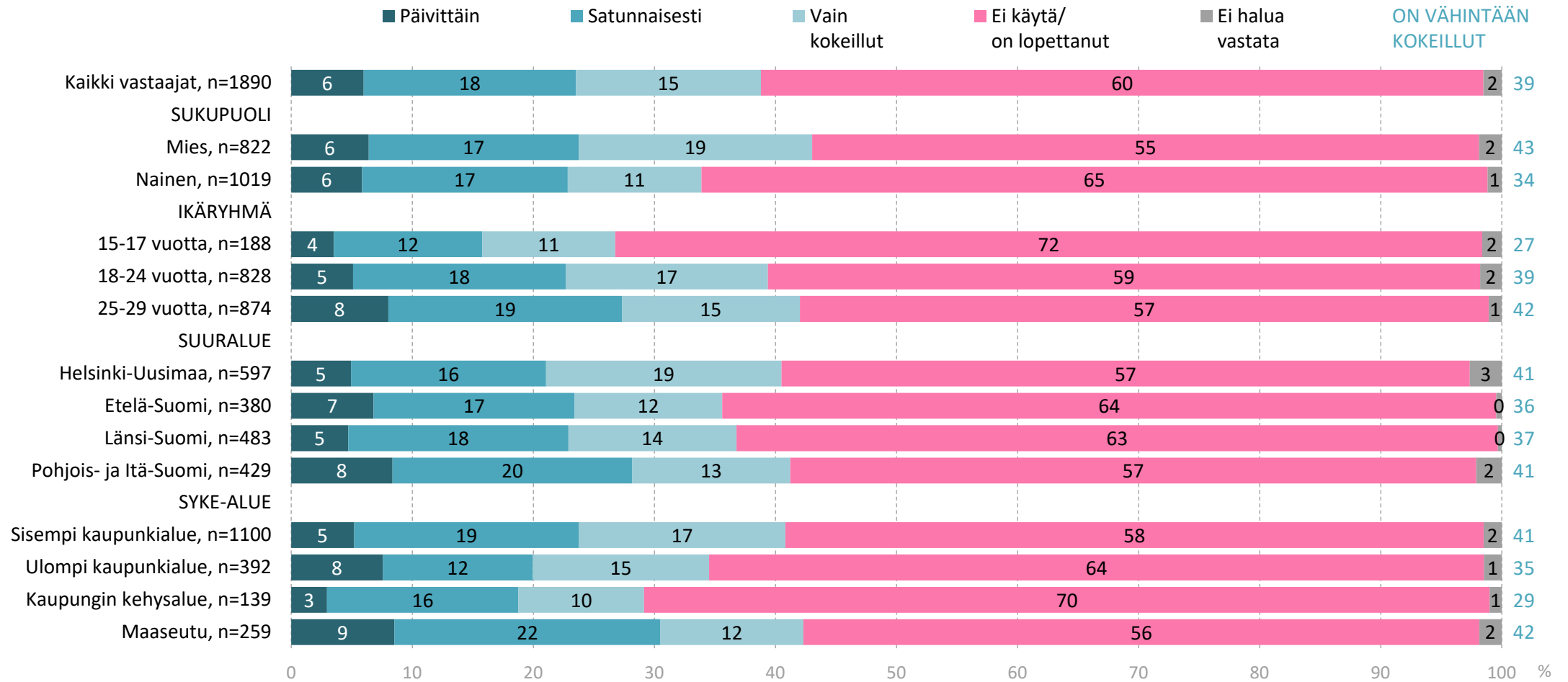
# **Nikotiinituotteiden oma käyttö**

# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana



# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

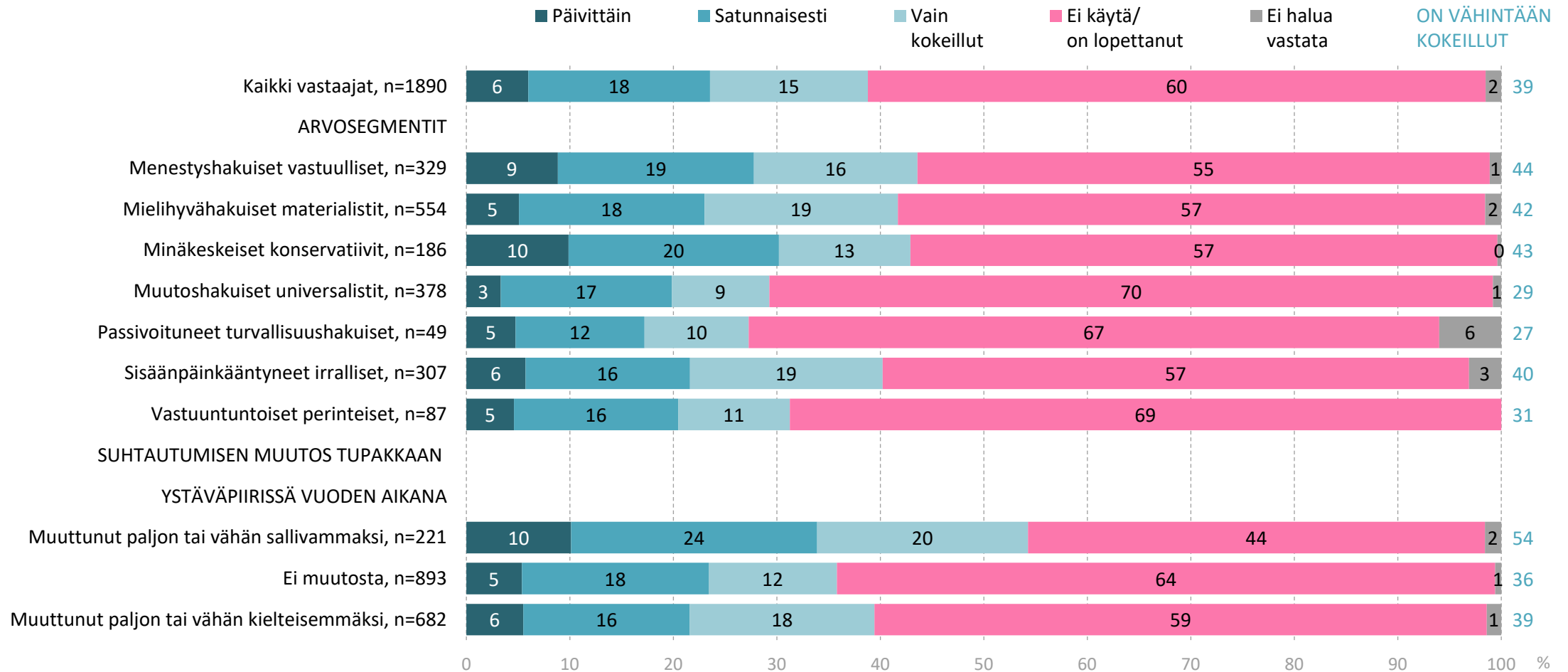
## Tupakkaa 1(2)



n=kaikki vastaajat

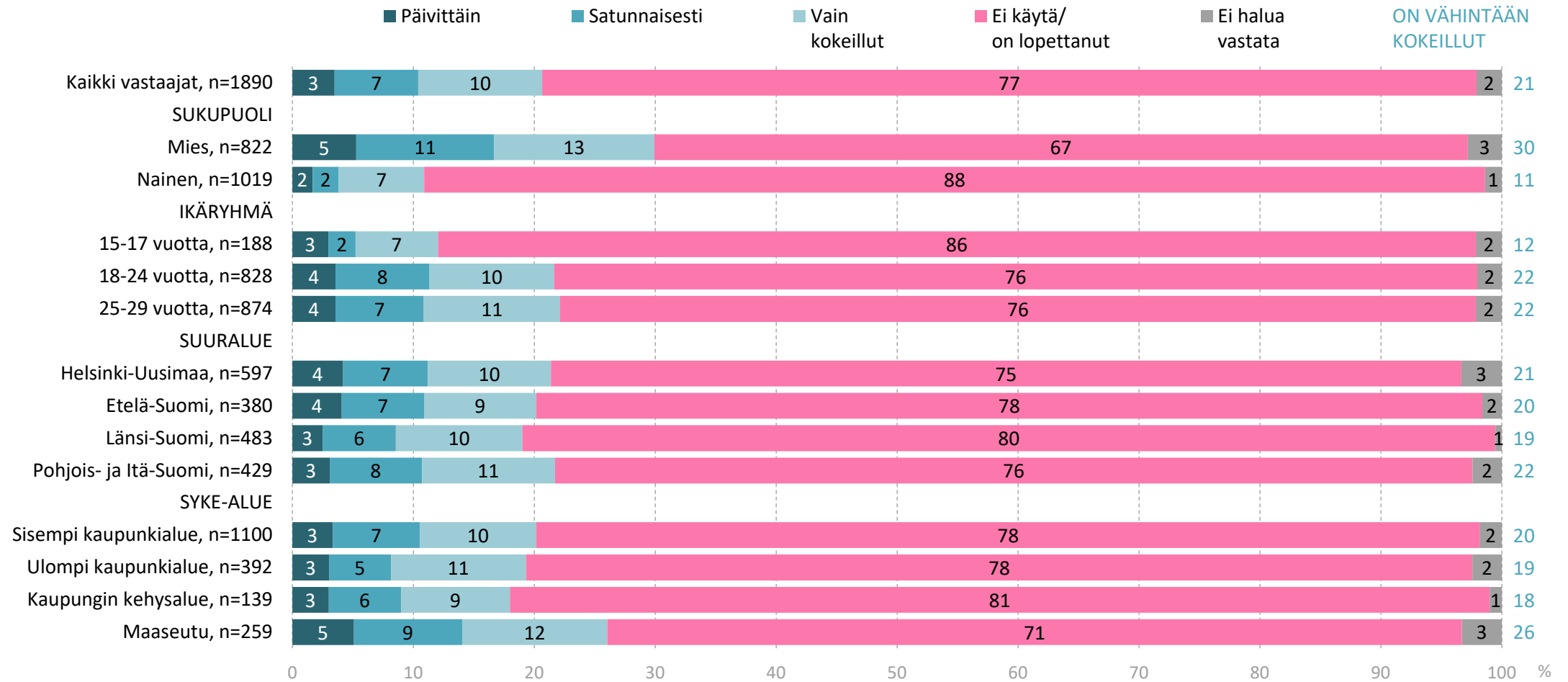
# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

## Tupakkaa 2(2)



# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

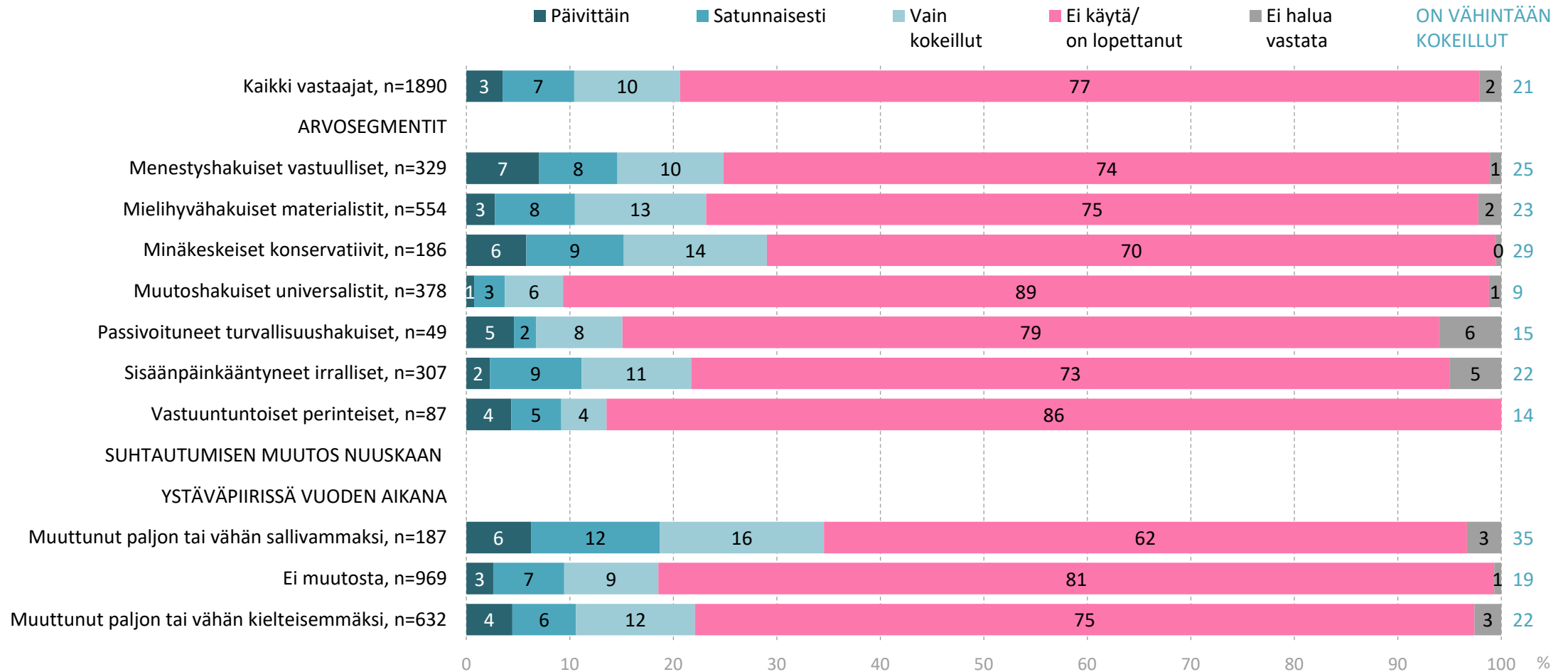
## Nuuskaa 1(2)



n=kaikki vastaajat

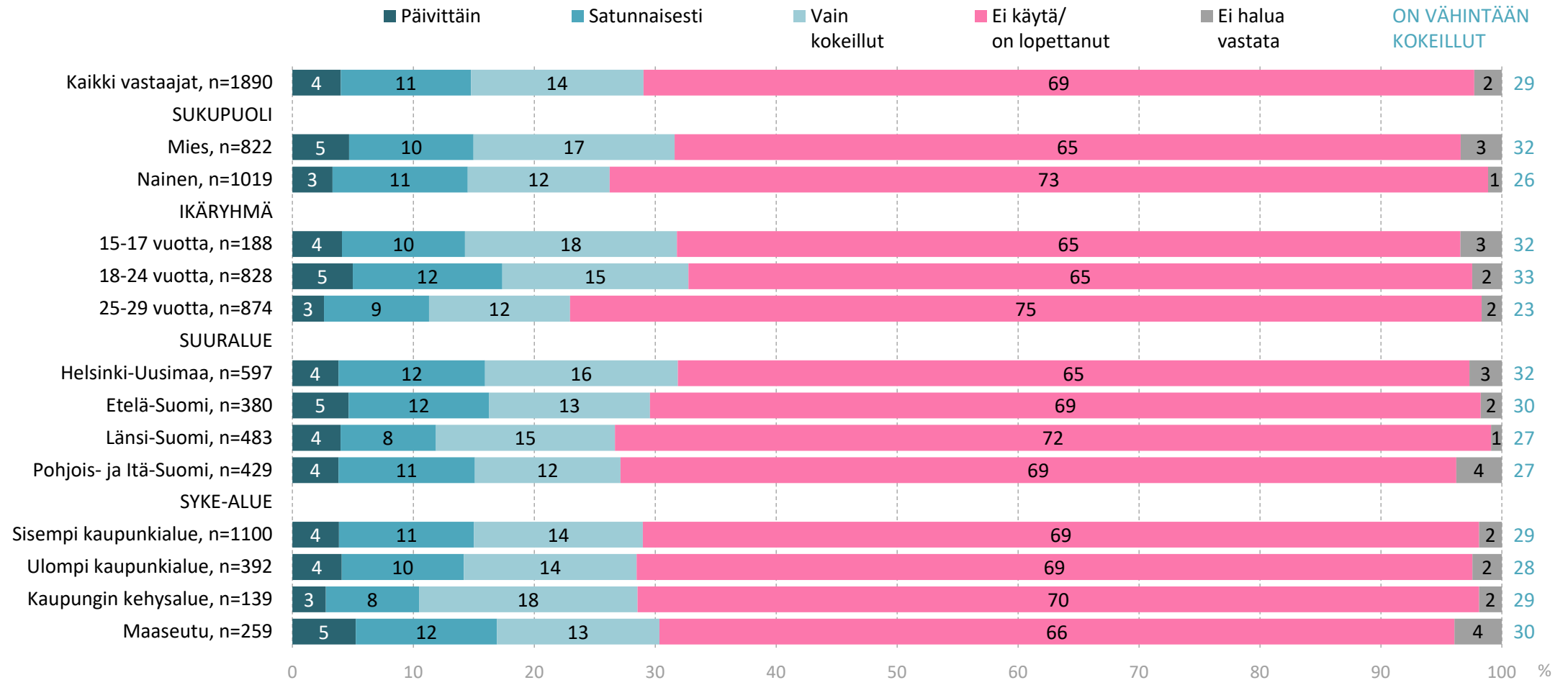
# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

## Nuuskaa 2(2)

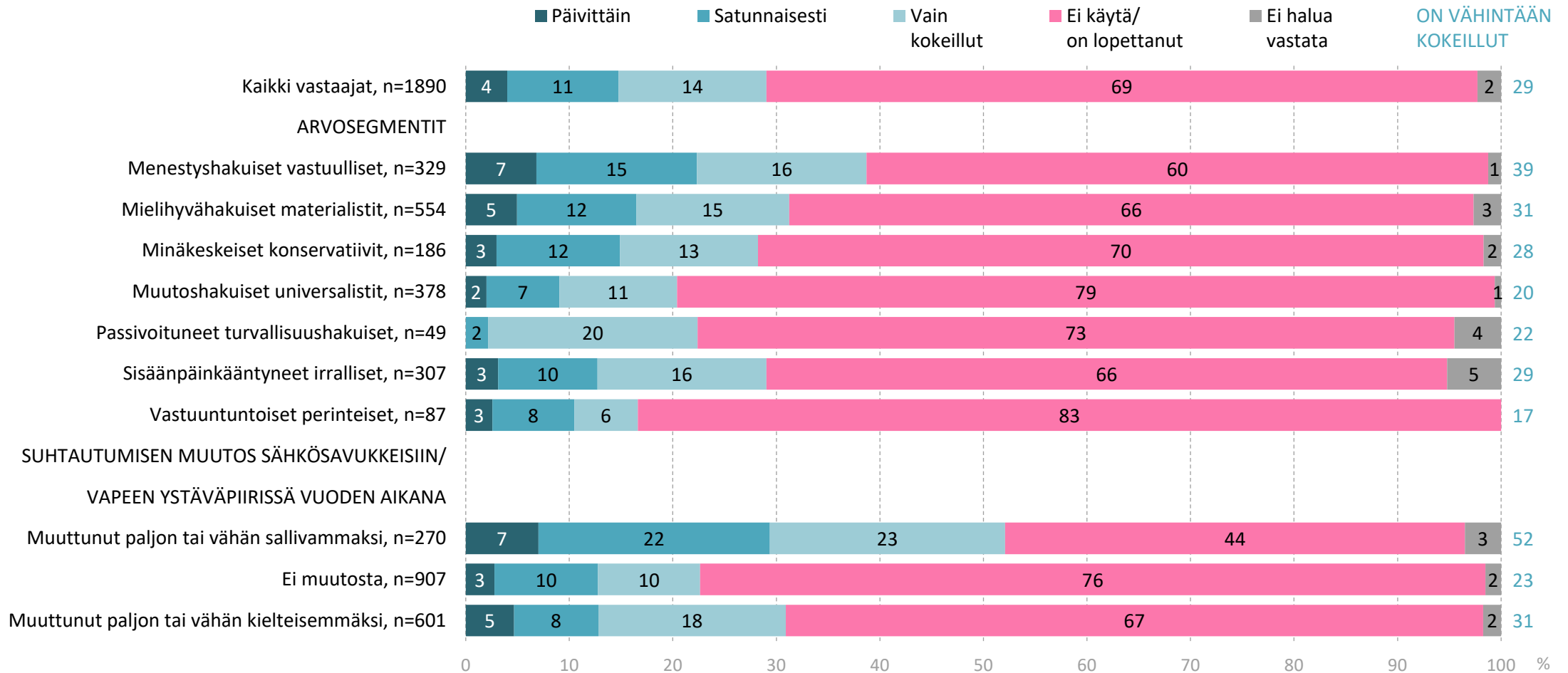


# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

## Nikotiinia sisältäviä sähkösavukkeita/vapea 1(2)

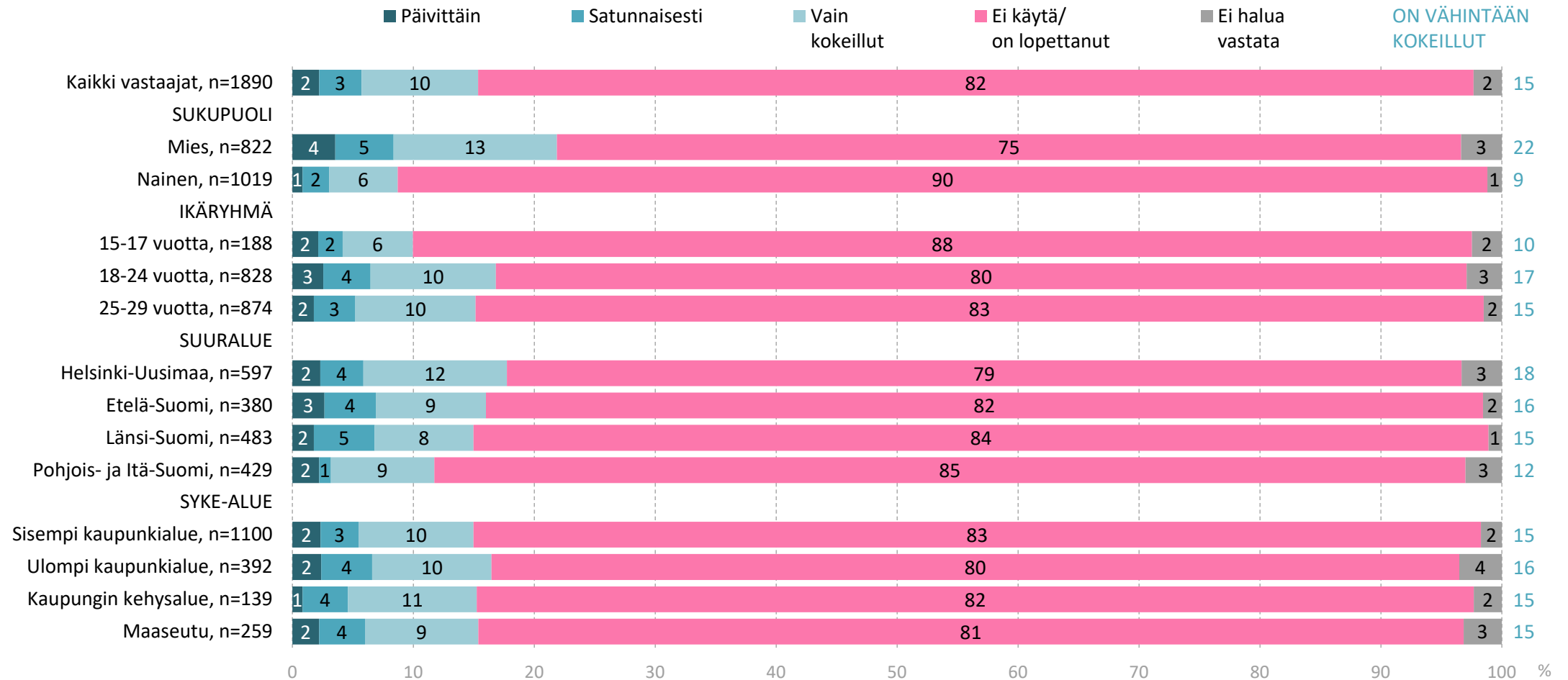


# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana Nikotiinia sisältäviä sähkösavukkeita/vapea 2(2)



# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

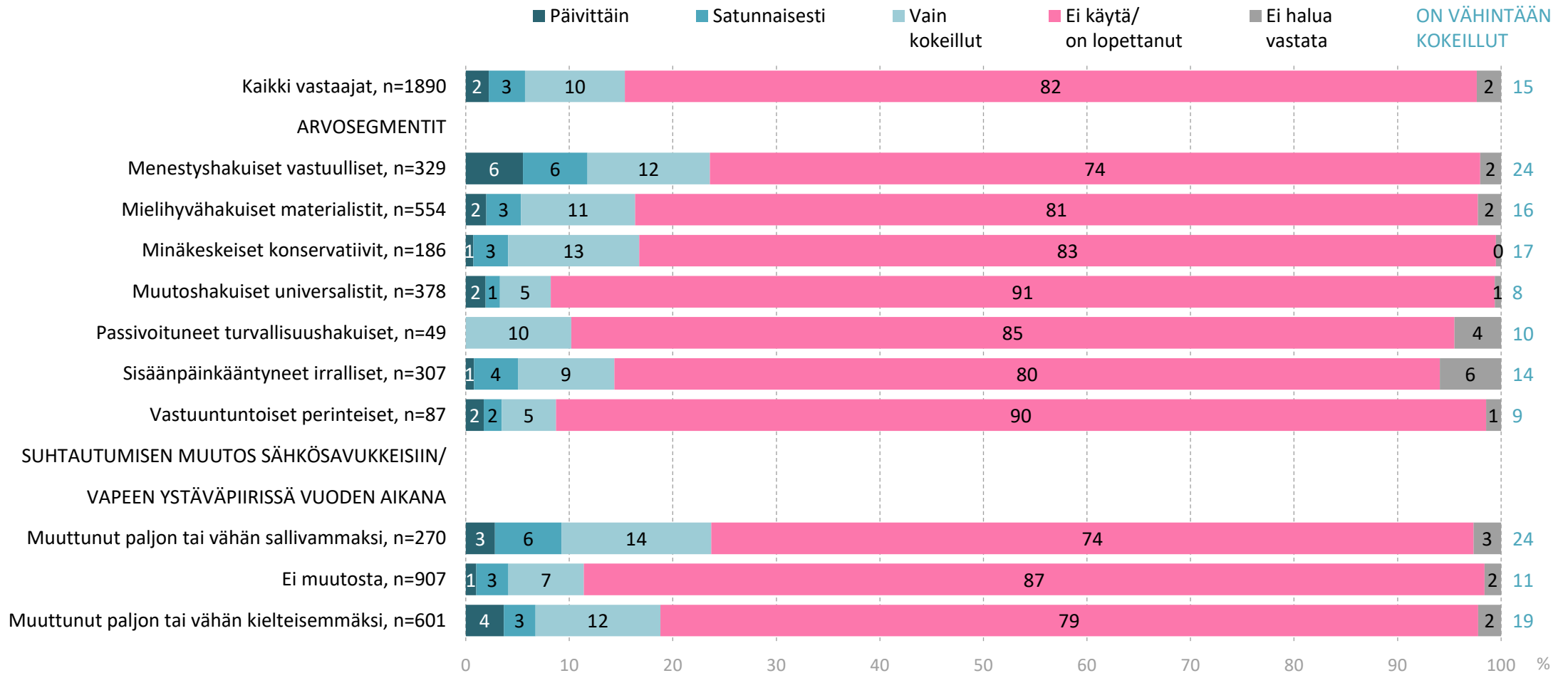
## Nikotiinittomia sähkösavukkeita/vapea 1(2)



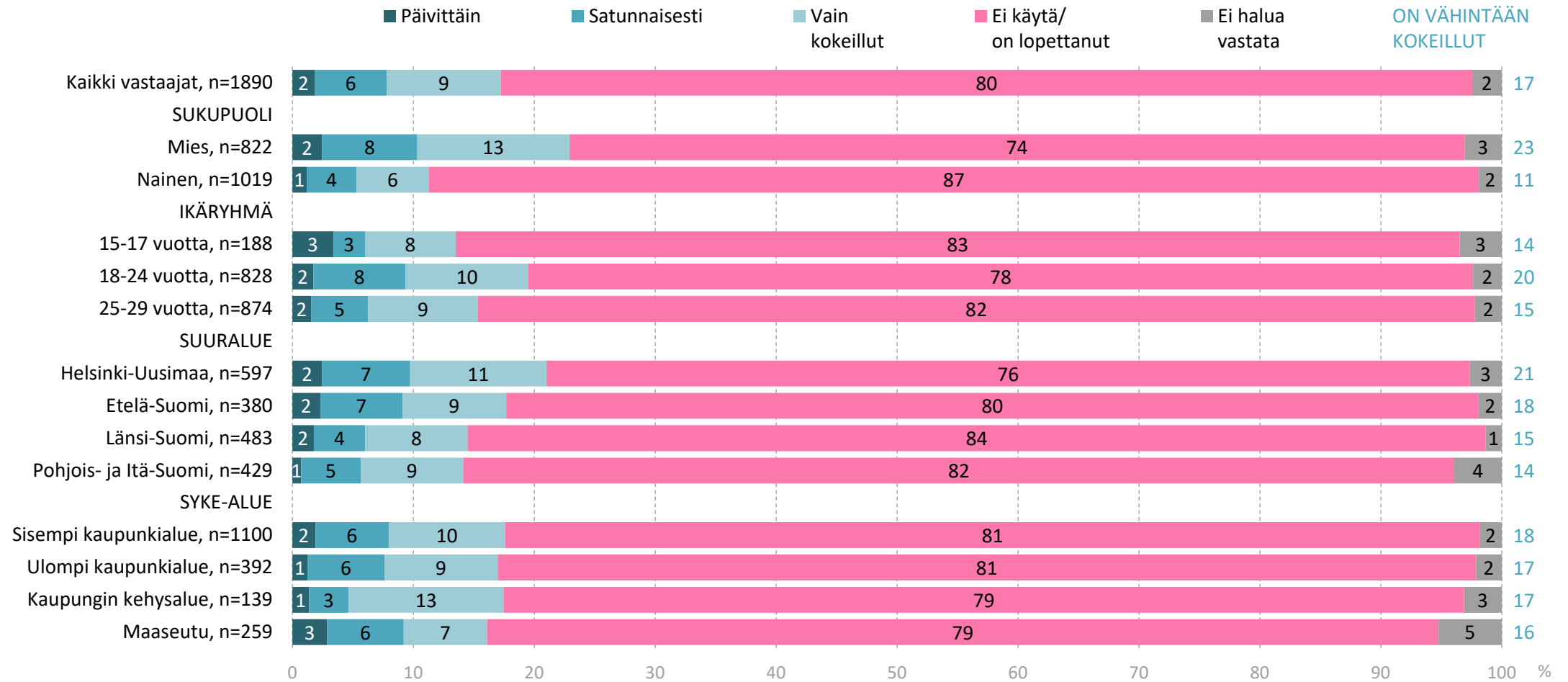
n=kaikki vastaajat

# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

## Nikotiinittomia sähkösavukkeita/vapea 2(2)

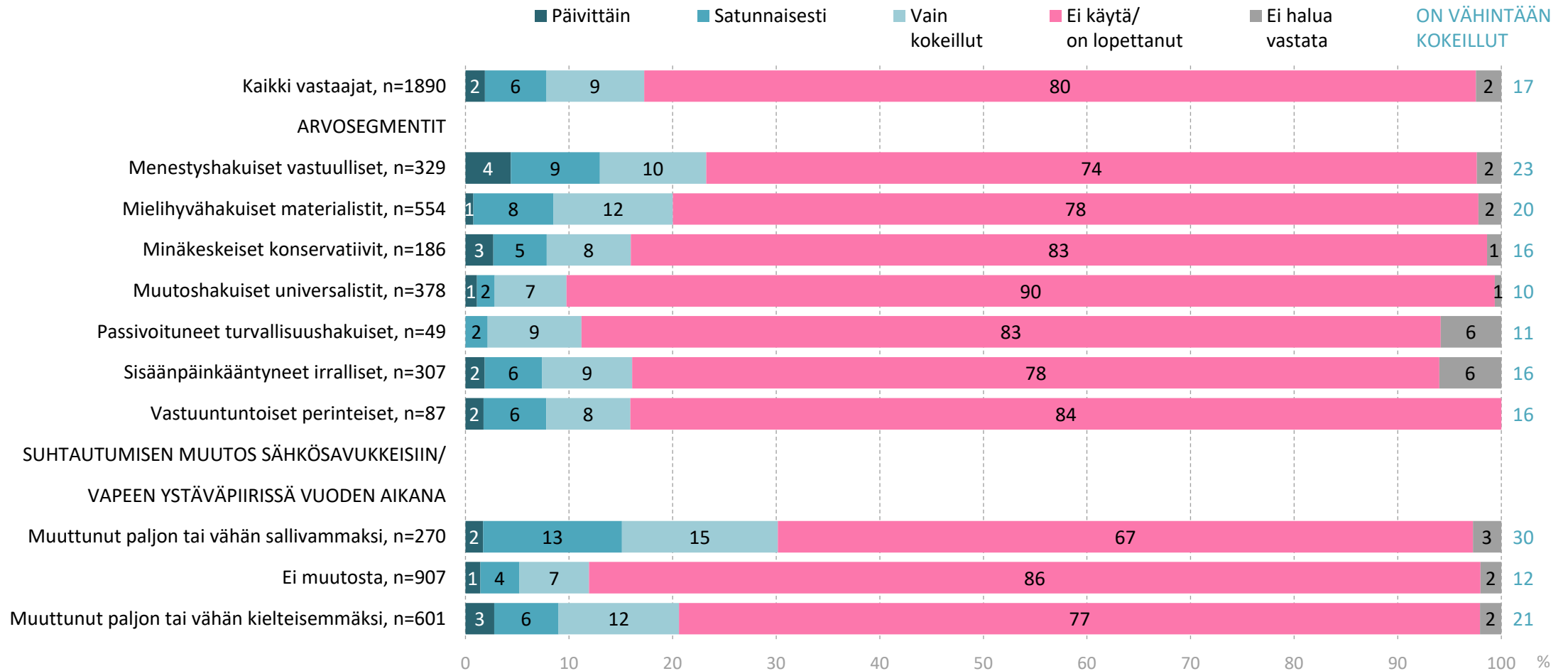


# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana Sähkösavukkeita/vapea, ei tiedä sisältääkö nikotiinia 1(2)



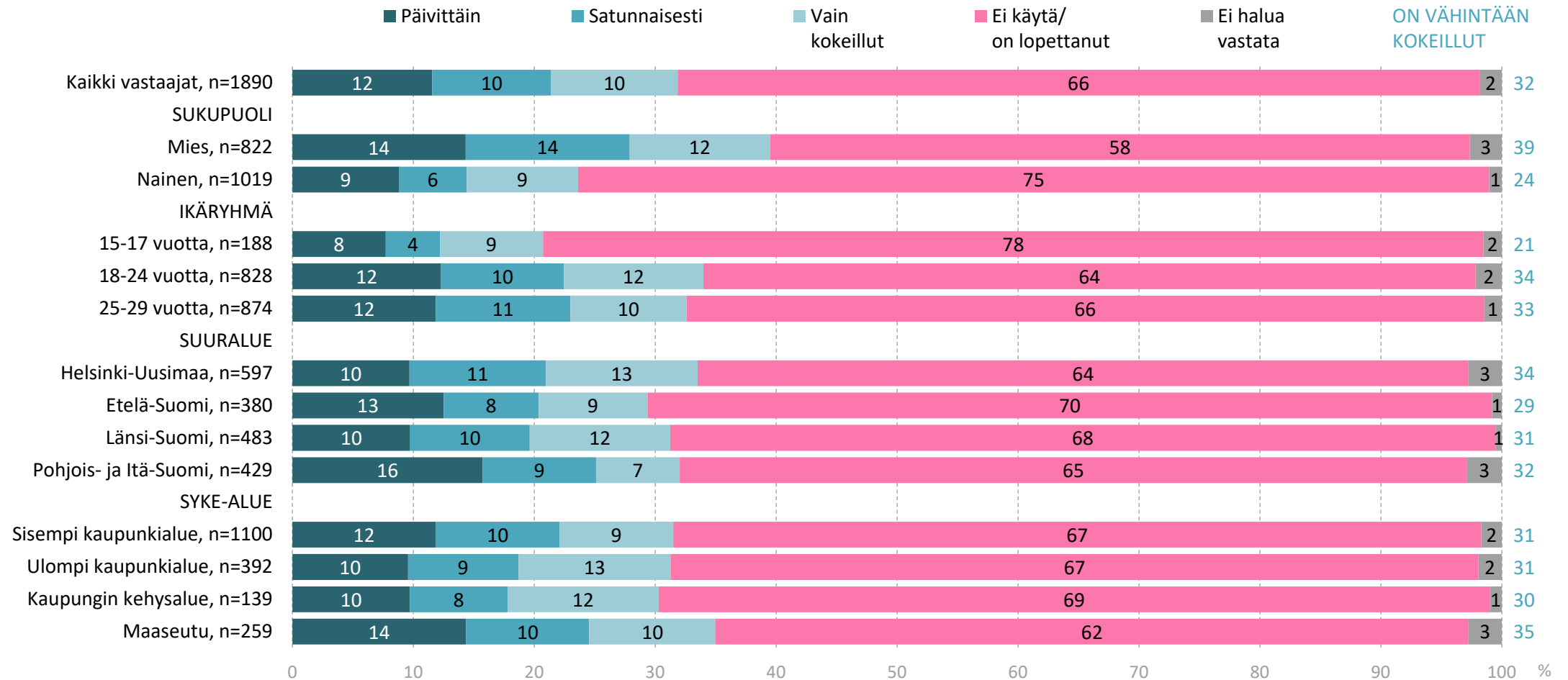
n=kaikki vastaajat

# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana Sähkösavukkeita/vapea, ei tiedä sisältääkö nikotiinia 2(2)



# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

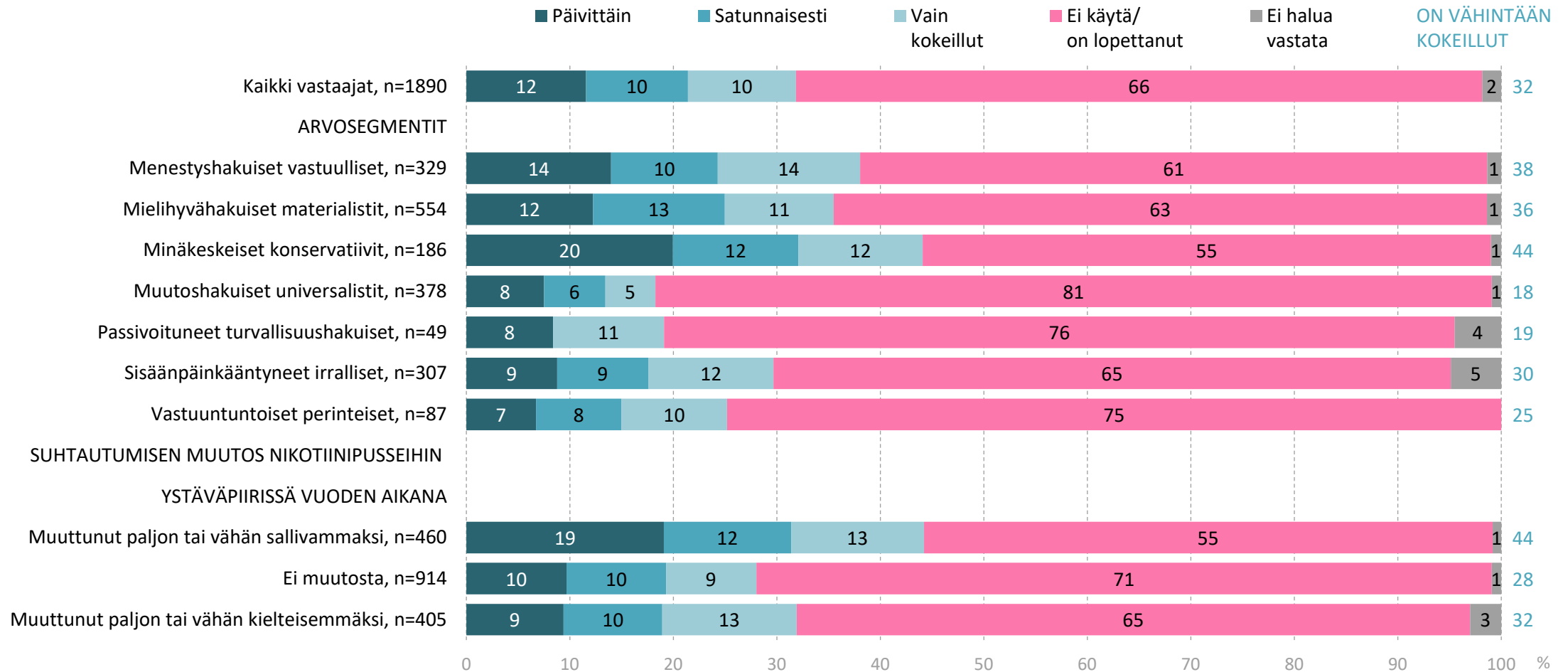
## Nikotiinipusseja 1(2)



n=kaikki vastaajat

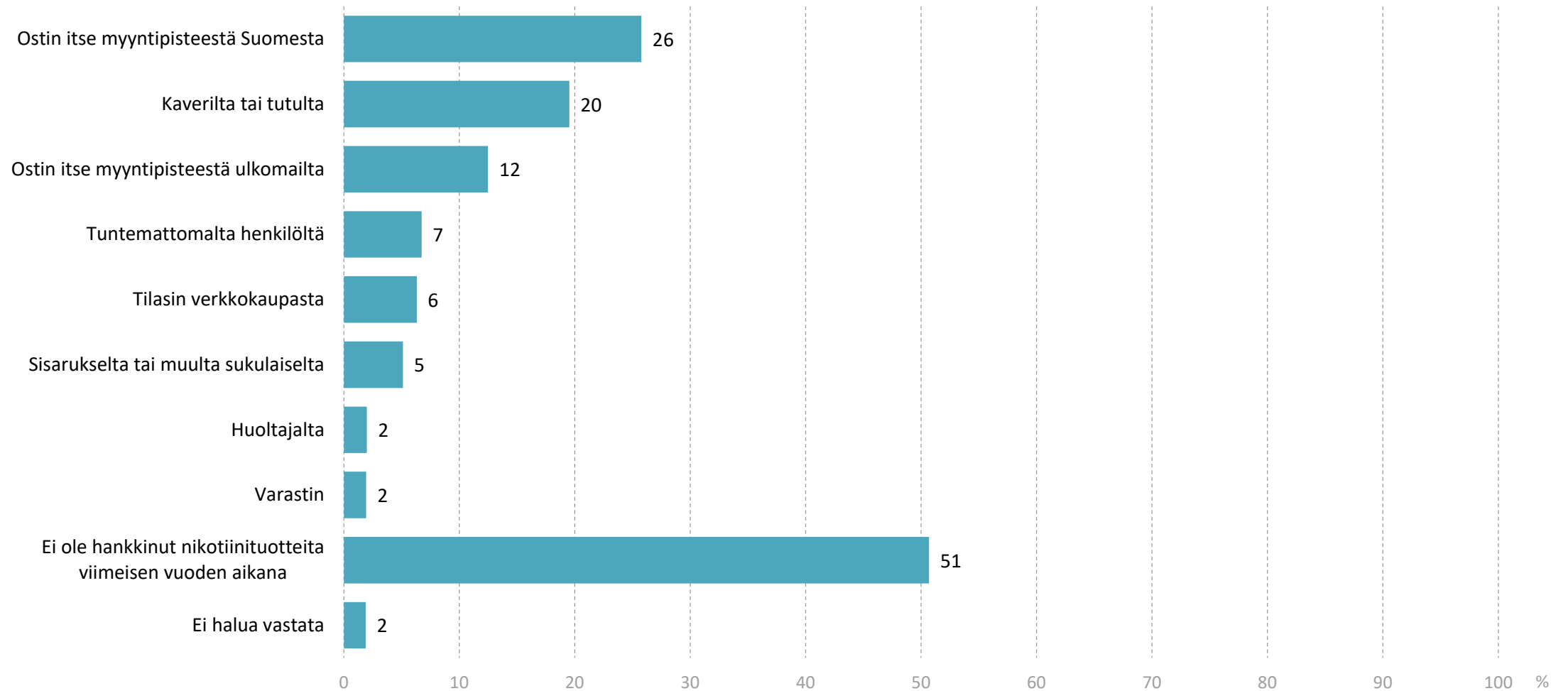
# Onko itse käyttänyt nikotiinituotteita viimeisen vuoden aikana

## Nikotiinipusseja 2(2)

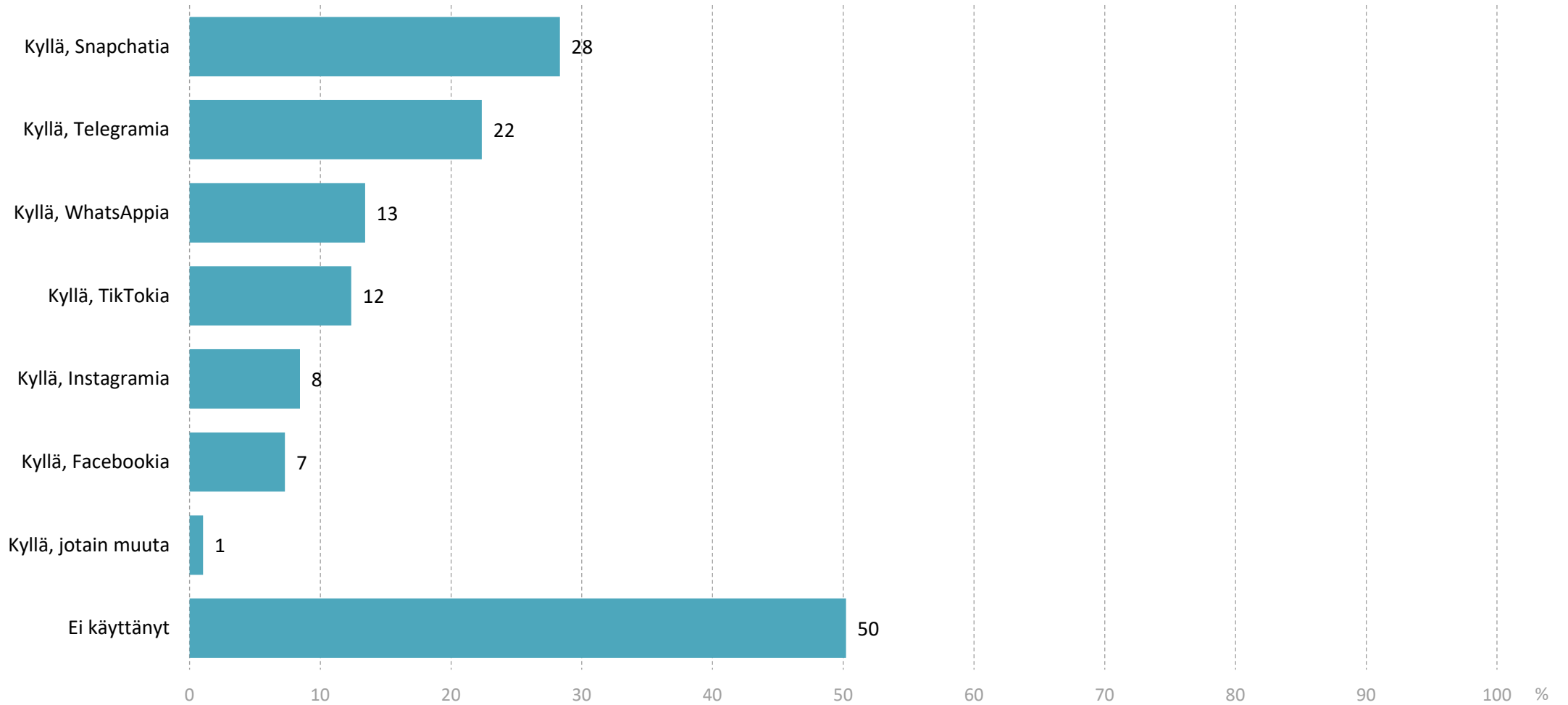


# **Nikotiinituotteiden hankinta**

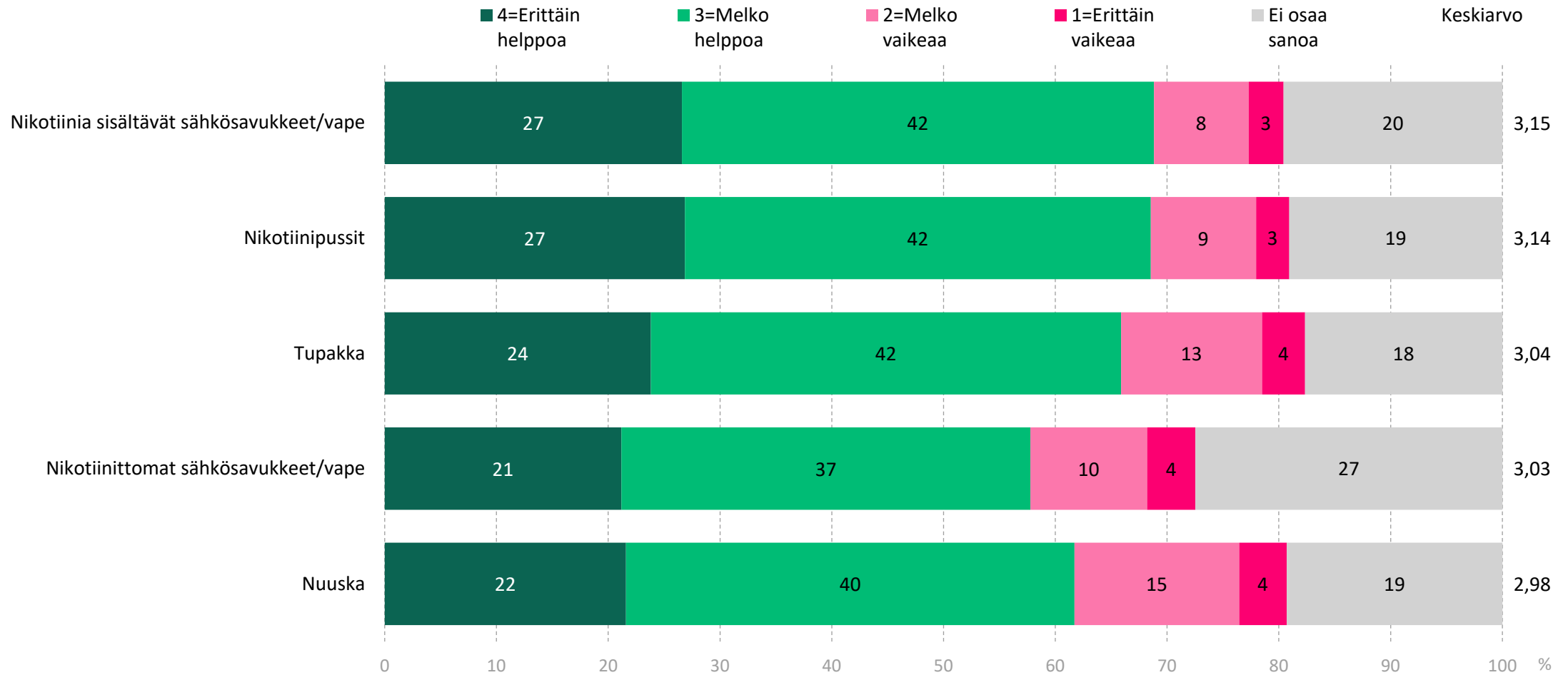
# Mitä kautta on hankkinut käyttämänsä nikotiinituotteet viimeisen vuoden aikana



# Käyttikö nikotiinituotteiden hankkimiseen somea

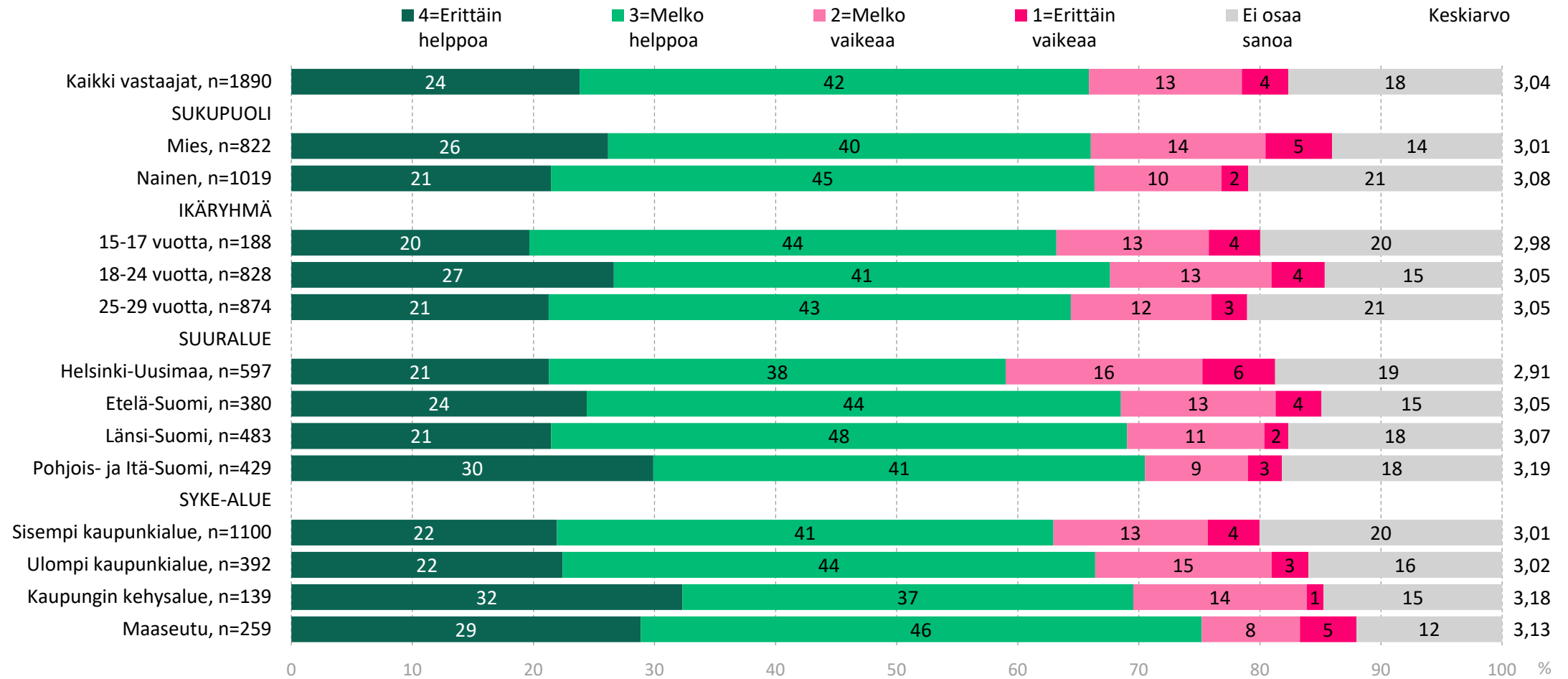


# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita



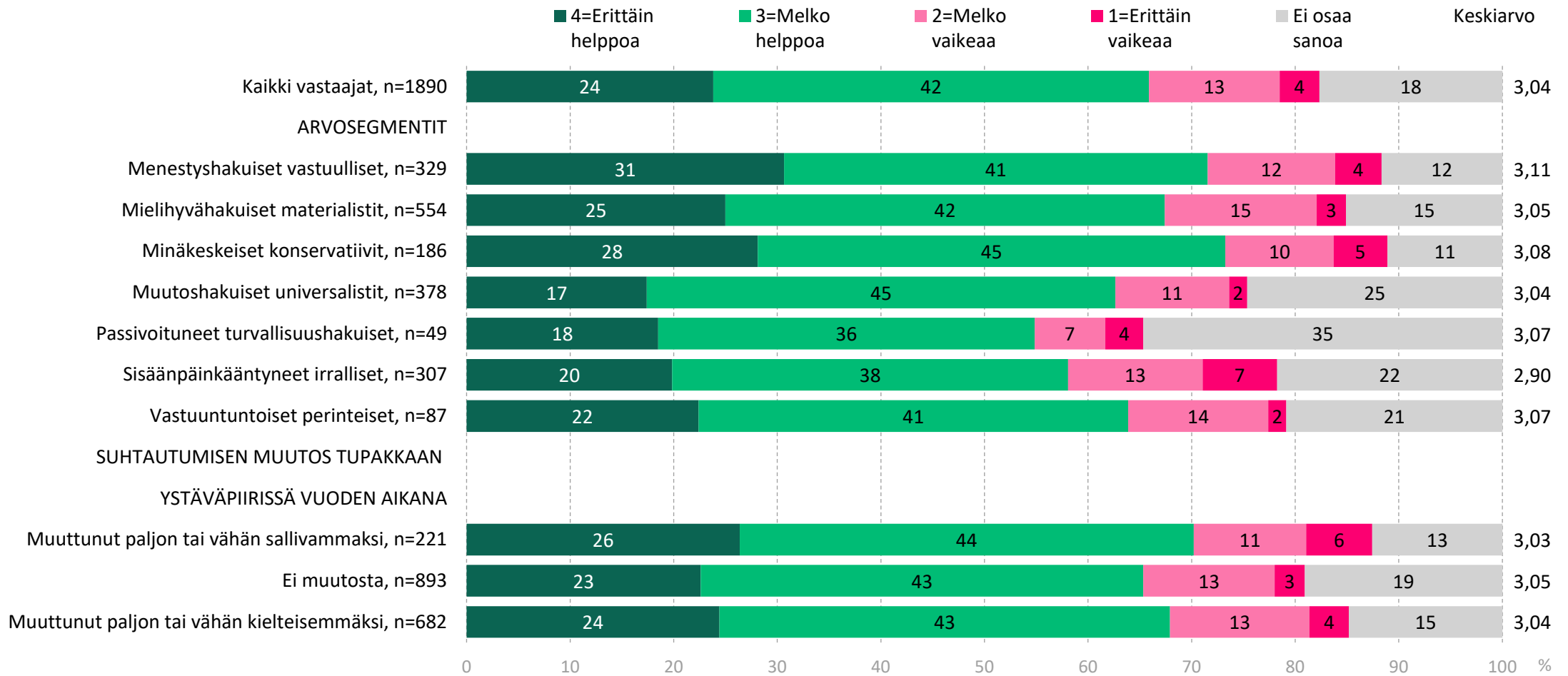
# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

## Tupakka 1(2)



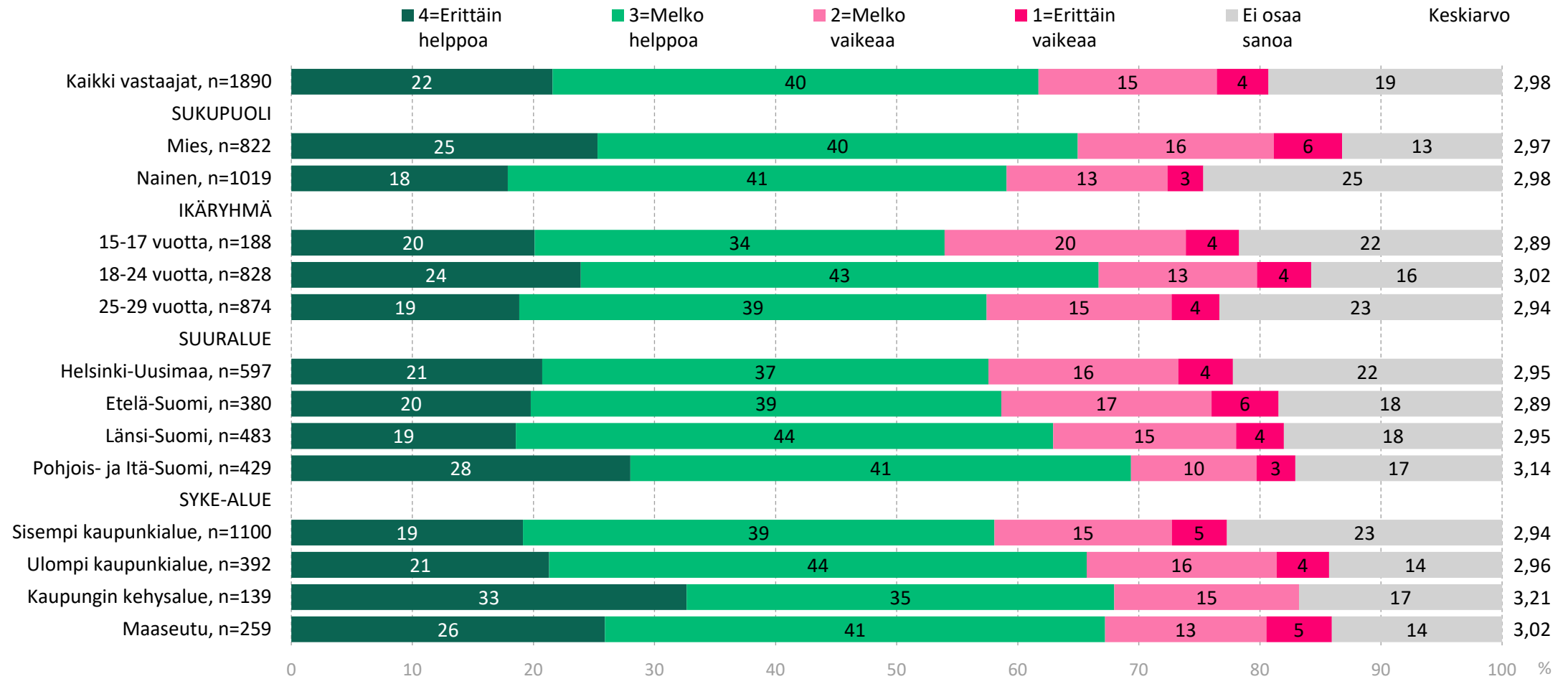
# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

## Tupakka 2(2)



# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

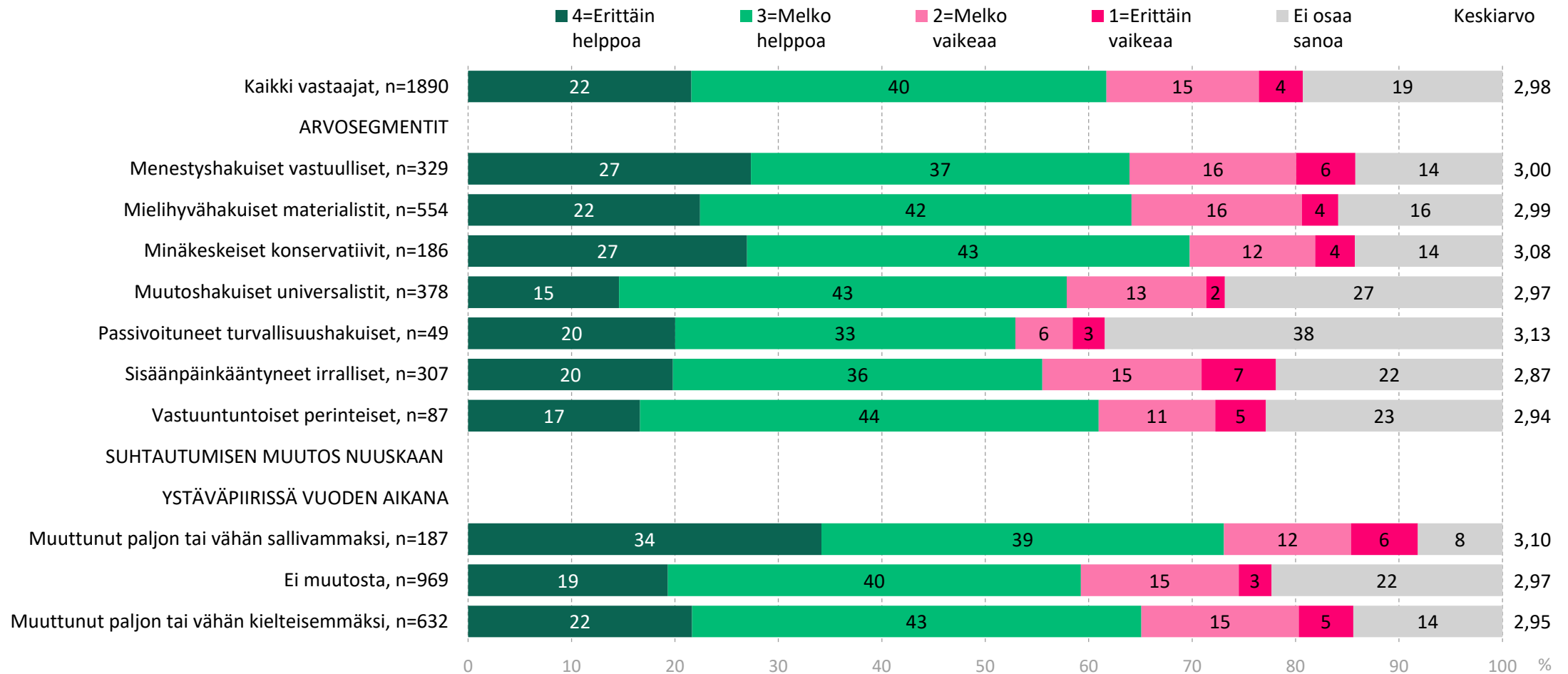
## Nuuska 1(2)



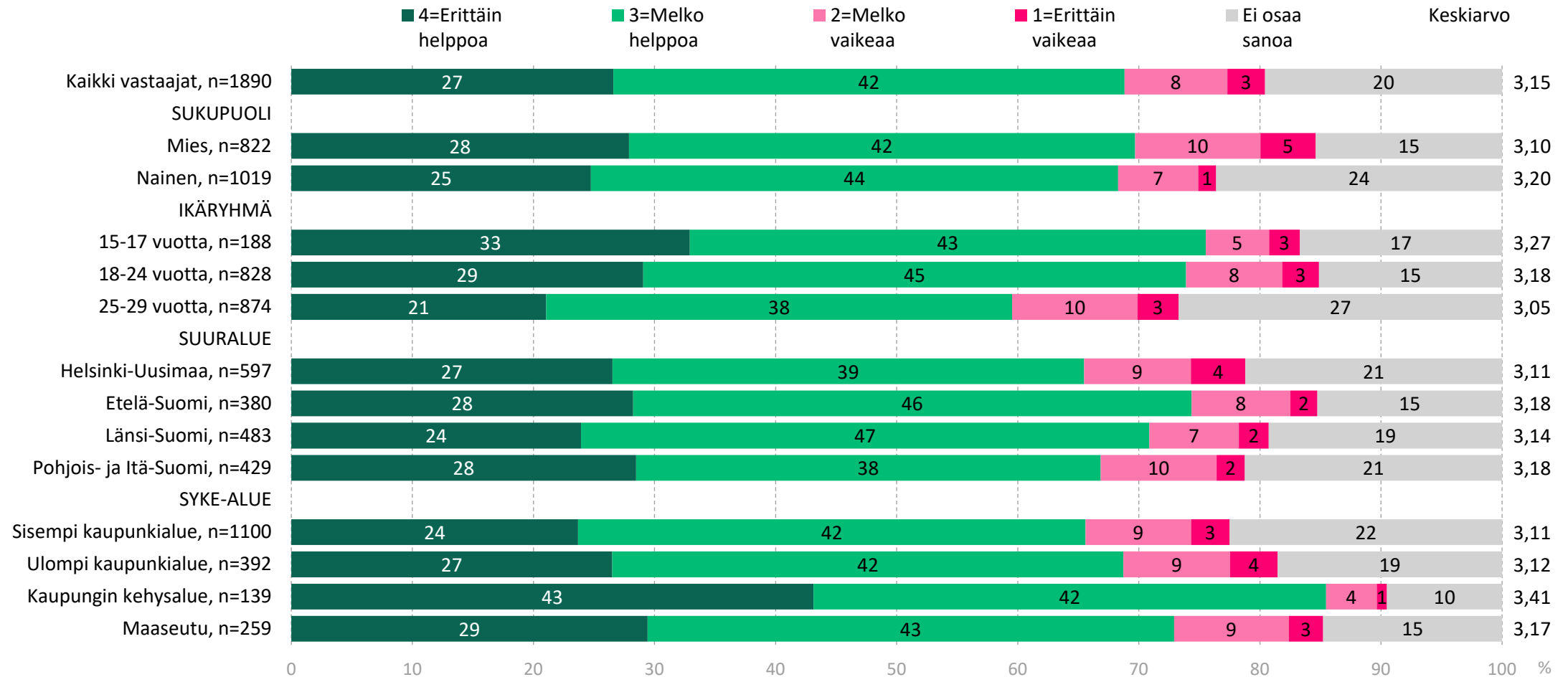
n=kaikki vastaajat

# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

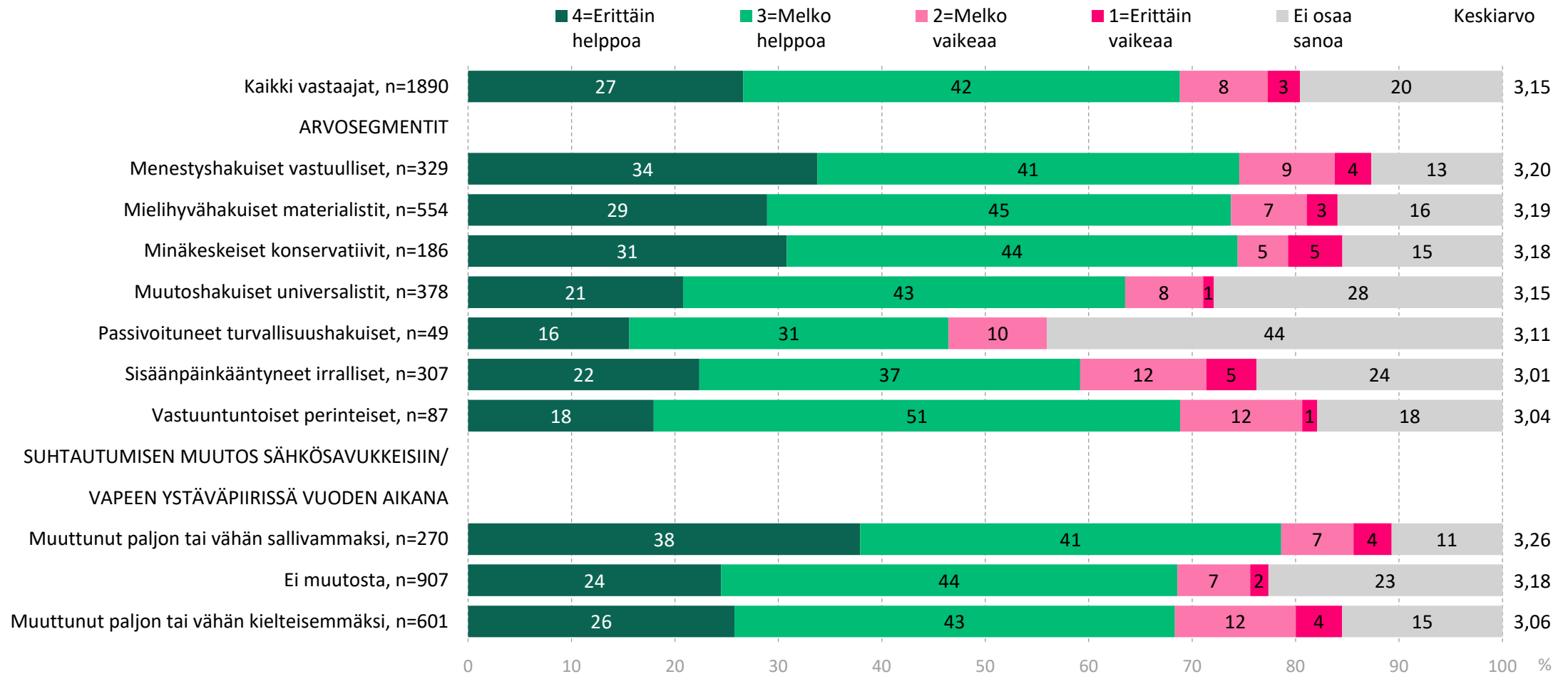
## Nuuska 2(2)



# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita Nikotiinia sisältävät sähkösavukkeet/vape 1(2)

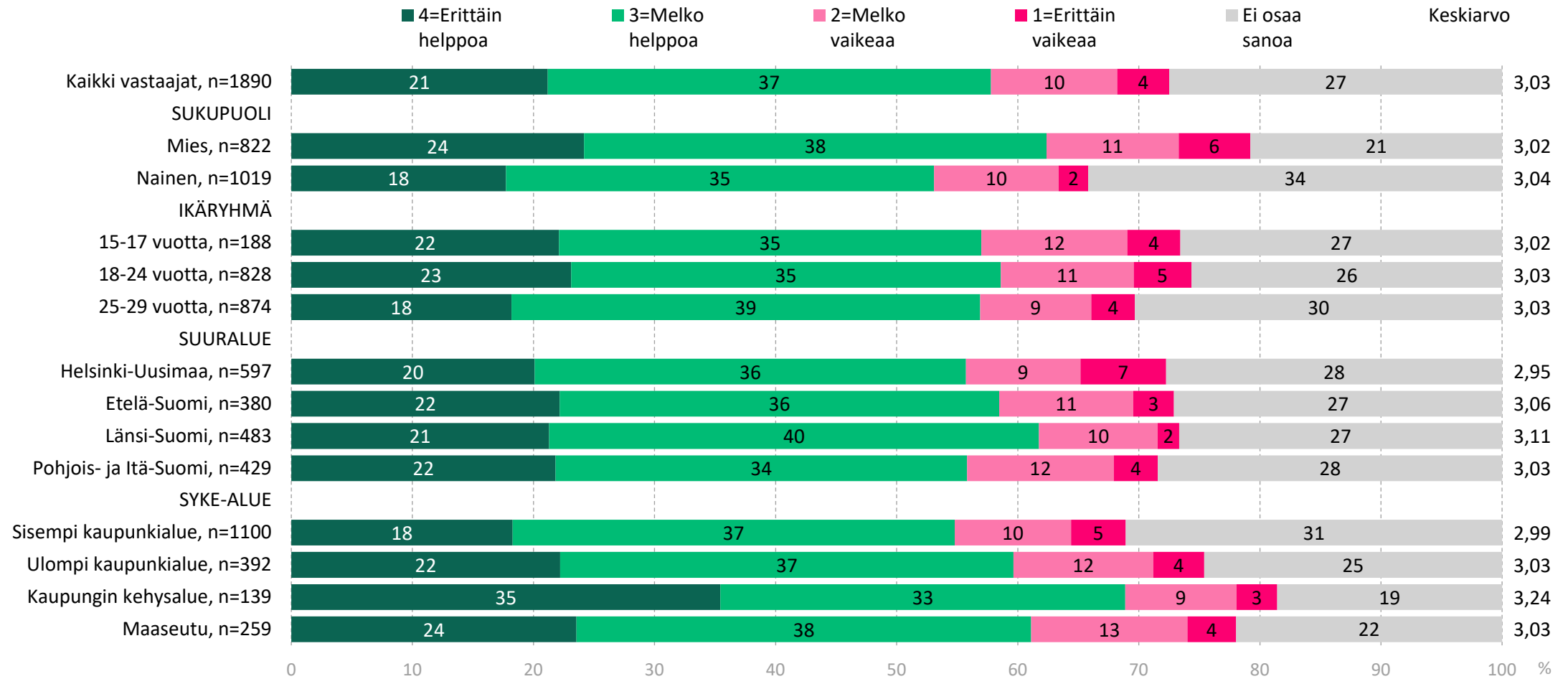


# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita Nikotiinia sisältävät sähkösavukkeet/vape 2(2)



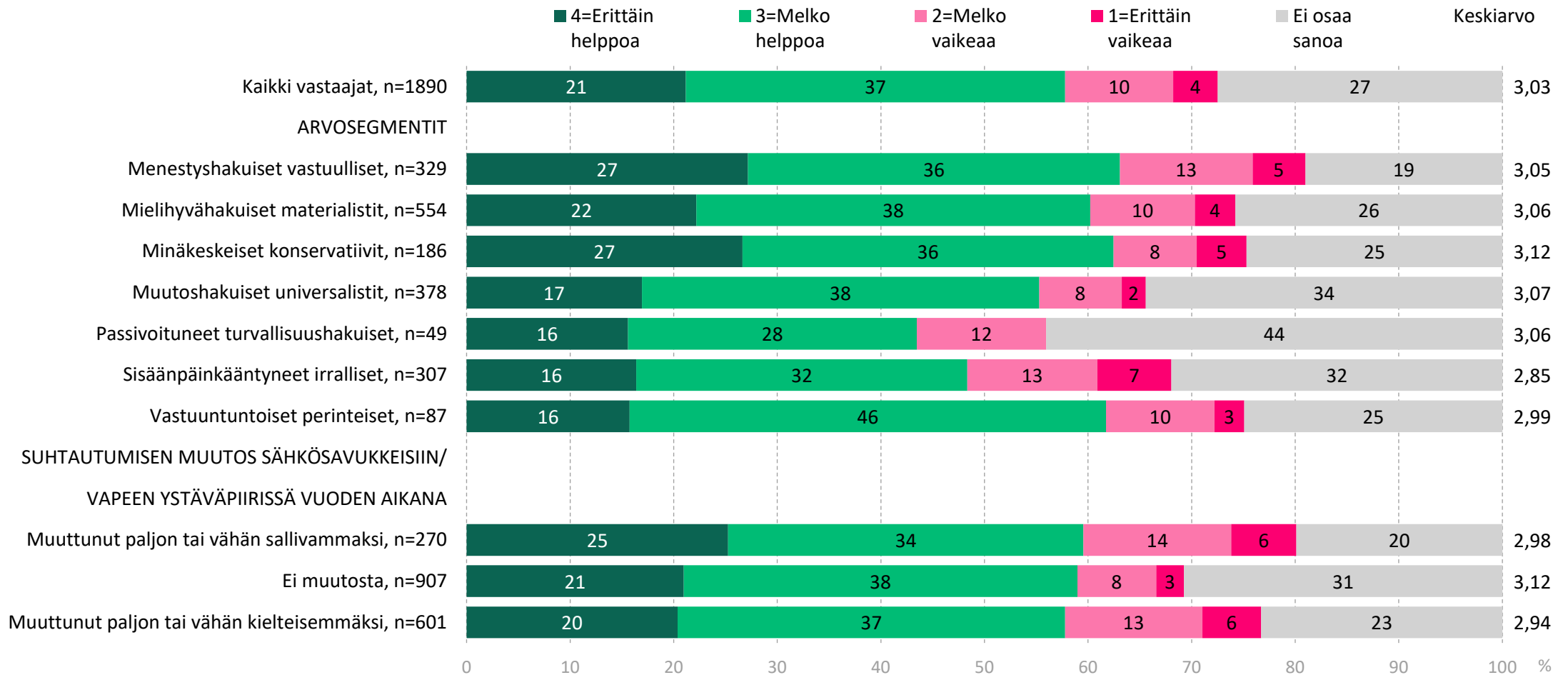
# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

## Nikotiinittomat sähkösavukkeet/vape 1(2)



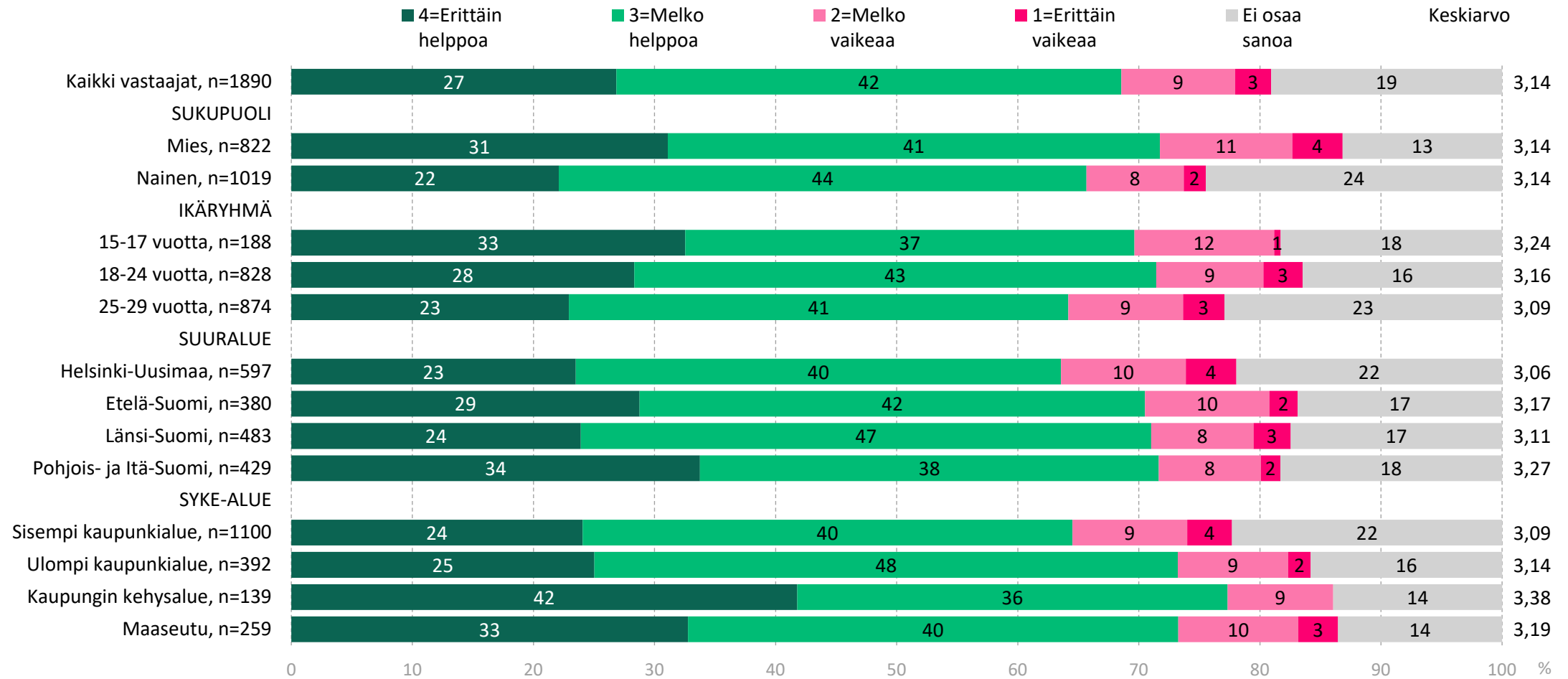
# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

## Nikotiinittomat sähkösavukkeet/vape 2(2)



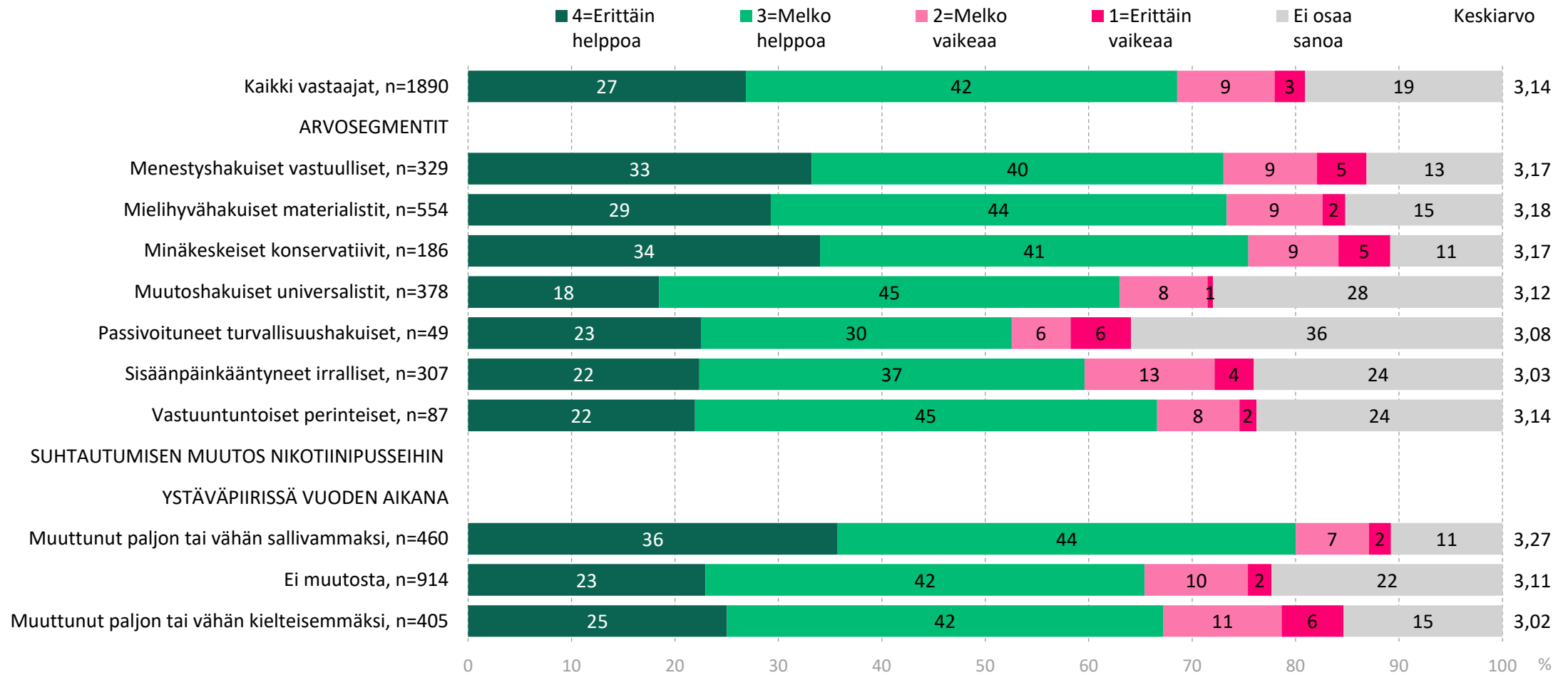
# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

## Nikotiinipussit 1(2)



# Onko alle 18-vuotiaan helppo/vaikea hankkia nikotiinituotteita

## Nikotiinipussit 2(2)

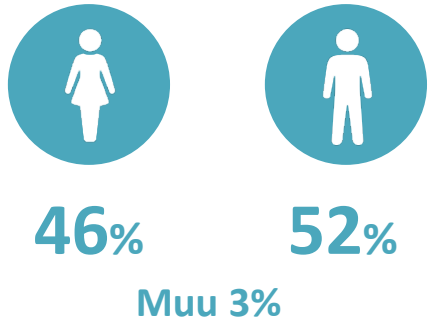


# Vastaajien taustatiedot

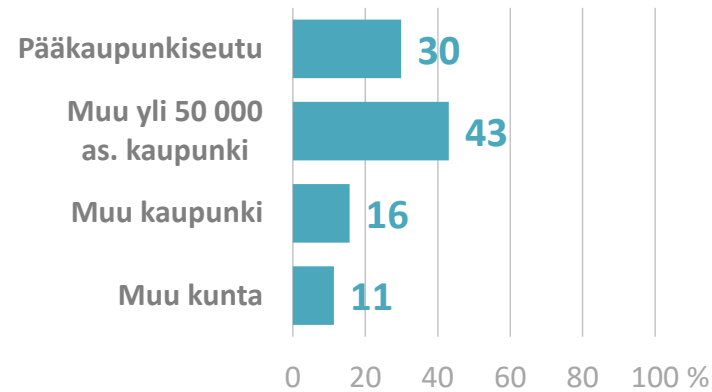
# Vastaajien taustatiedot 1(2)

Kaikki vastaajat, n=1890, N=968 000

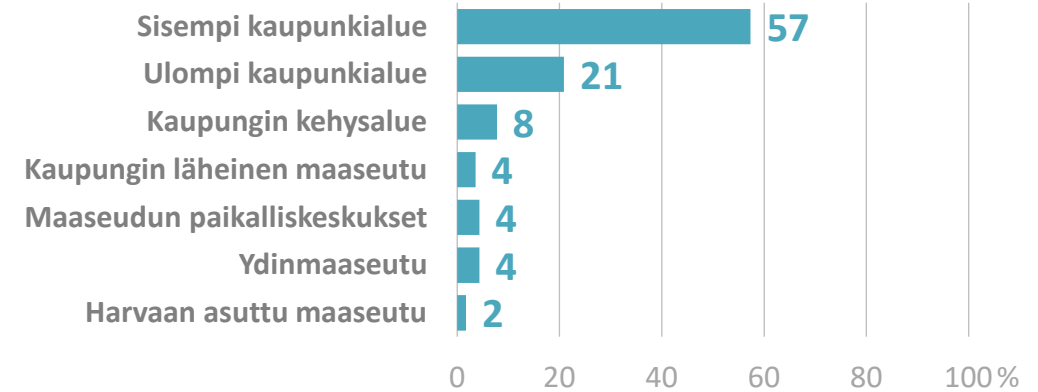
## SUKUPUOLI



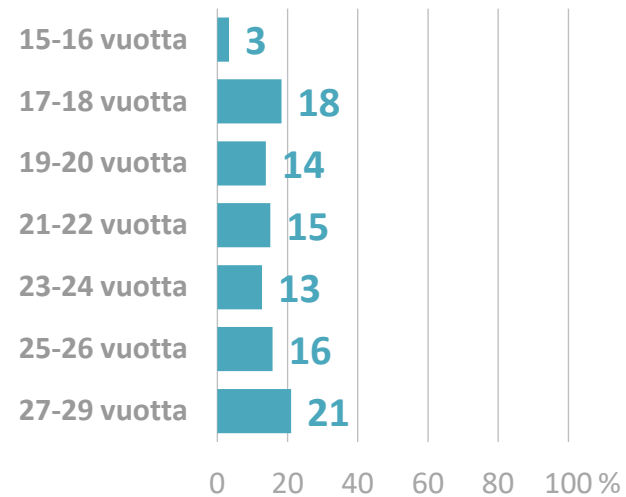
## ASUINPAIKKAKUNTA



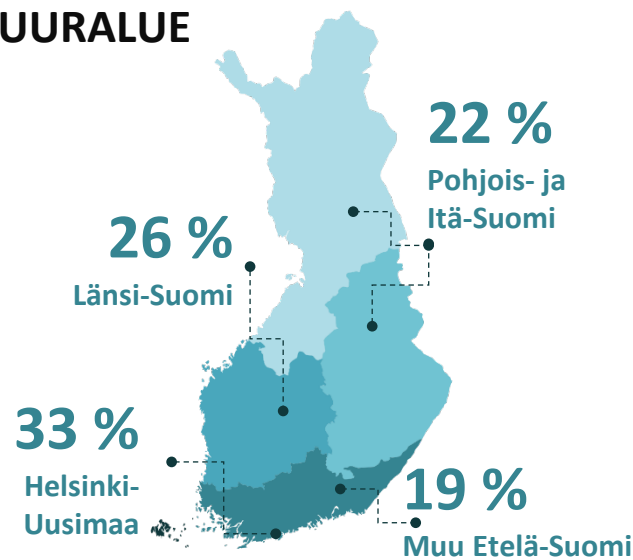
## SYKE-ALUE



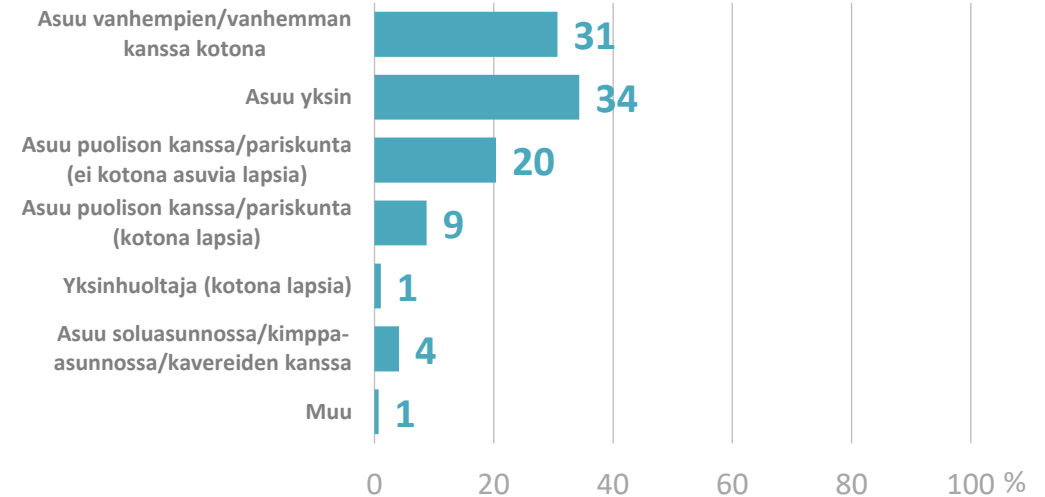
## IKÄRYHMÄ



## SUURALUE



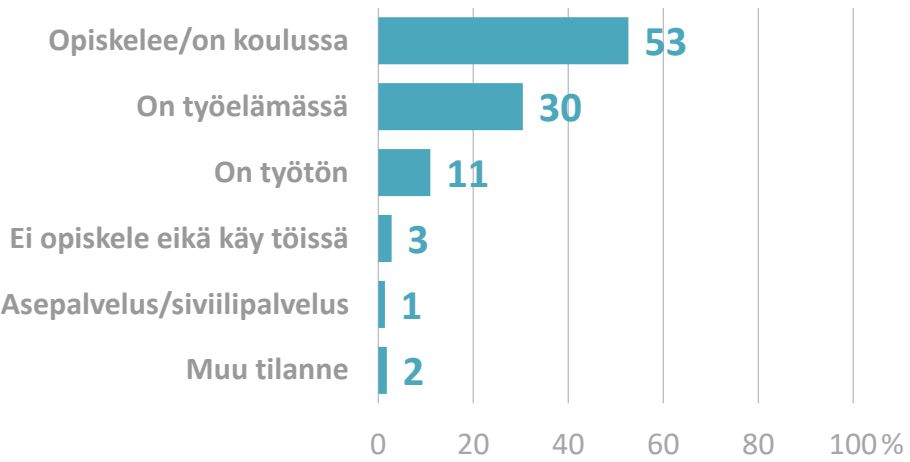
## ASUMISMUOTO



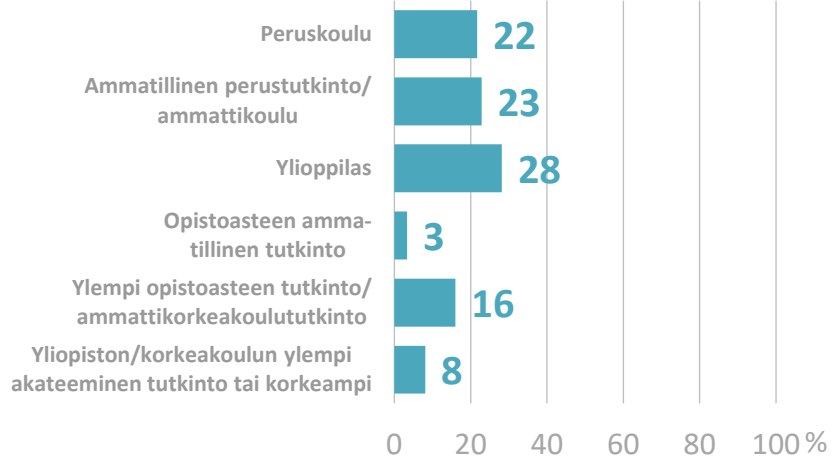
# Vastaajien taustatiedot 2(2)

Kaikki vastaajat, n=1890, N=968 000

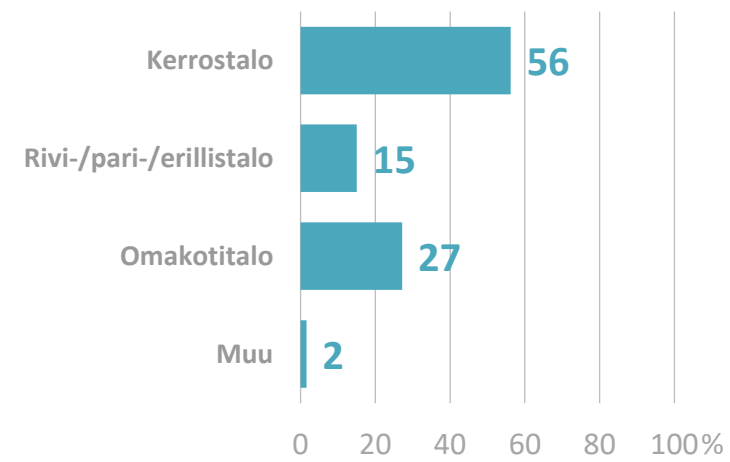
## OPISKELEEKO VAI ONKO TYÖELÄMÄSSÄ



## KOULUTUS

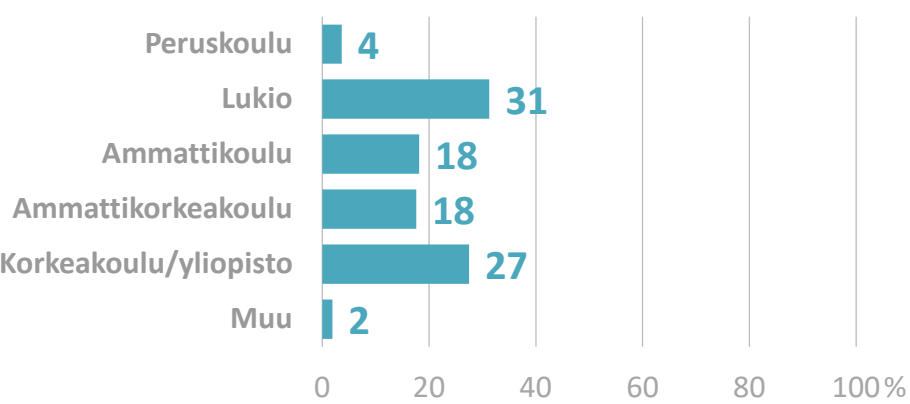


## ASUMISTYYPPI

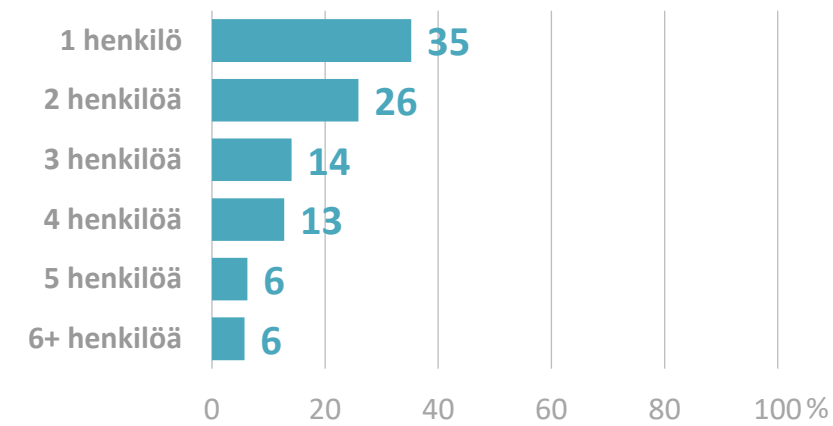


## TÄMÄNHETKINEN OPISKELUPAIKKA

Koululainen/opiskelija, n=926



## TALOUDEN KOKO



## ARVOSEGMENTIT



# Lisätietoja!

**Anne Kosonen** Senior Insight Manager  
010 7585 264  
[anne.kosonen@taloustutkimus.fi](mailto:anne.kosonen@taloustutkimus.fi)

**Marko Perälähti** Senior Client Director  
010 7585 290  
[marko.peralahti@taloustutkimus.fi](mailto:marko.peralahti@taloustutkimus.fi)

[www.taloustutkimus.fi](http://www.taloustutkimus.fi)

