

”LÄHEKS RÖÖKILLE”

Ammattikoulun autoalalla opiskelevien nuorten antamia merkityksiä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytölle

Matleena Eemola

Terveyskasvatus pro gradu -tutkielma

Liikuntatieteellinen tiedekunta

Jyväskylän yliopisto

Kevät 2017

TIIVISTELMÄ

Matleena Eemola (2017). ”LÄHEKS RÖÖKILLE”: Ammattikoulun autoalalla opiskelevien nuorten antamia merkityksiä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytölle. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, (terveyskasvatus) pro gradu – tutkielma, 66 s., 13 liitettä.

Vaikka suomalaisten nuorten tupakointi on vähentynyt, on tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö edelleen ongelma ammatillisissa oppilaitoksissa. Pro gradu -tutkielman tarkoituksena oli selvittää ammattikoulussa autolinjalla opiskelevien nuorten käsityksiä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä sekä heidän sille antamia merkityksiä. Tutkielman taustalla on Sosiaalisen markkinoinnin terveyden edistämisen malli, jossa tavoitteena on käyttäytymisen muuttuminen kaupallisen markkinoinnin periaatteita ja käytänteitä hyödyntäen. Tutkielman toteutus on osa mallin määrittelyn vaihetta, jonka tavoitteena on asiakasymmärryksen saavuttaminen. Tutkielman kontekstina on ammatillinen oppilaitos, joka on merkittävä terveyden edistämisen toimintaympäristö nuorten tavoittamisessa.

Tutkimusaineisto kerättiin ryhmähaastatteluilla (9.–10.5.2016) Suomen Syöpäyhdistyksen toteuttaman Nikotiiniton amis -hankkeen taustaselvityksen yhteydessä. Haastatteluun osallistui autoalalla opiskelevia nuoria (N=16), joista suurin osa (N=14) käytti tupakka- ja nikotiinituotteita. Aineisto analysoitiin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.

Nuoret kokivat, että tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö on osa heidän arkeaan ja heidän oli vaikea kuvaila elämää ilman tuotteita. Käytön hyödyt koettiin yleisesti suuremmiksi kuin haitat, mikä vaikeutti myös käytön lopettamista. Käytössä korostuivat erityisesti oman tahdon merkitys sekä käytön tuoma sosiaalinen vahvistus. Koulun mahdollisuudet puuttua käyttöön koettiin vähäisiksi ja monilla tuotteiden käyttö lisääntyikin koulupäivän aikana. Tuotteiden käyttöä vahvistivat niin koulun yleinen asenneilmapiiri kuin tulevaan ammattiin liittyvät positiiviset mielikuvat tuotteista.

Nuorten nikotiinittomuuden edistämässä keskeistä on huomioida nuoren lähipiiri ja toimintaympäristöt. Koulun rooli nuorten nikotiinittomuuden edistämässä on merkittävä. Nikotiinittomuustyössä keskeistä on koko koulun henkilökunnan sitoutuminen sekä koulukohtaiset linjaukset ja niiden toimeenpano. Keskeistä on myös ymmärtää tulevan ammatin sosiokulttuurinen merkitys ammattialaa opiskelevien nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön. Työsäoppimispaikoissa tulisi entisestään vahvistaa nikotiinittomuutta tukevia asenteita ja toimintatapoja.

Avainsanat: nuoret, tupakka, nuuska, nikotiini, sosiaalinen markkinointi, terveyden edistäminen, koulu

ABSTRACT

Matleena Eemola (2017). "WANNA GO FOR A SMOKE" – Meanings for tobacco and nicotine product use given by auto mechanic students in vocational school. Faculty of Sport and Health Sciences. University of Jyväskylä, (health education) Master's Thesis, 66 pp., 13 appendices.

With tobacco use generally declining among youth in Finland, it is still a problem in vocational schools. The purpose of this master's thesis is to examine how tobacco and nicotine product use is perceived by students of one auto mechanic department. The aim is to clarify the meanings they give to these products and their use. The health promotion model of Social Marketing was used as a frame of reference for the empirical results. Social Marketing uses commercial concepts and principals of marketing to promote behavioural changes. The thesis was part of the scoping stage of the model's planning process, which aimed to gain the complete understanding of the auto mechanic students. The context of this thesis is school environment, which is a prominent environment in order to reach and influence the youth.

Qualitative data was gathered 9.-10.5.2016 simultaneously with the background assessment made by Cancer Society of Finland for a project named Nikotiiton amis. Group interviews were conducted with sixteen auto-mechanic students. The interview data was analysed using qualitative inductive content analysis.

The students felt that tobacco and nicotine use was part of their everyday life and they had trouble with imagining their life without it. In general, the benefits were perceived to be greater than the dangers, which made quitting harder. The students' own will and the social acknowledgement that using nicotine products brought were emphasized in the benefits as well as the reasons not to quit. The opportunities for school to intervene with the nicotine product use were seen as scarce and among many students smoking increased during school hours and it was an important daily school routine for them. Most of the students perceived smoking as a part of their professional image, a perception enforced by teachers and professionals at their training sites.

In promoting a nicotine free life, it is crucial to take into consideration the students' whole inner circle and environments. The schools' role was seen as significant. Outcomes emphasize local school-level policy and its implementation. It is crucial to understand the socio-cultural influences on smoking regarding the future profession. In addition, the workplaces where the on-the-job learning period takes place has a significant role, enhancing smokeless attitudes and behavior.

Key words: adolescents, tobacco products, nicotine, social marketing, health promotion, schools

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 NIKOTIINITTOMUUDEN EDISTÄMINEN AMMATILLISISSA OPPILAITOKSISSA ..3	
2.1 Oppilaitos terveyden edistämisen toimintaympäristönä	4
2.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö ja ehkäisy ammatillisissa oppilaitoksissa	6
3 SOSIAALINEN MARKKINOINTI TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖN EHKÄISYSSÄ	10
3.1 Markkinoinnin tekniikat osana tutkielman suunnittelua	11
3.2 Sosiaalinen markkinointi nikotiinittoman oppilaitoksen viitekehystenä.....	12
3.2.1 Sosiaalisen markkinoinnin menestystekijöiden hyödyntäminen nikotiinittomuuden edistämisessä.....	14
3.2.2 Sosiaalisen markkinoinnin mallin hyödyntäminen tupakoinnin lopettamisen interventioissa	17
4 ASIAKASLÄHTÖISYYS – NUORTEN ANTAMIA MERKITYKSIÄ TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖLLE	19
4.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön vaikuttavat tiedot ja asenteet	19
4.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön aloittaminen	20
4.3 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettaminen	22
4.3.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamista tukevat tekijät	23
4.3.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen esteet	25
5 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET	27
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	28
6.1 Tutkimusaineisto	29
6.2 Aineiston analyysimenetelmä ja analyysin toteutus.....	32
7 TUTKIMUSTULOKSET	34
7.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö nuorten elämässä	34
7.1.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön koetut hyödyt ovat haittoja suurempia	37
7.1.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön koetut haitat ovat helppo sivuuttaa arjessa	38
7.1.3 Arki ilman tupakka- ja nikotiinituotteita	41
7.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettaminen – tulevaisuuden haave vai nykyisyyden haaste	42

7.2.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden lopettamisen tuki koetaan tärkeäksi	43
7.2.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen estää käytön tuomat suuremmat hyödyt kuin haitat	46
7.3 Oppilaitoksen ja tulevan ammatin merkitys nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytössä	47
7.3.1 Oppilaitoksen mahdollisuudet nikotiinittomuuden edistämiseksi	48
7.3.2 Tupakka- ja nikotiinituotteet osa tulevaa ammattia	50
8 POHDINTA.....	52
8.1 Tulosten tarkastelu suhteessa aikaisempaan tutkimustietoon	52
8.2 Tulokset Sosiaalisen markkinoinnin ja oppilaitoksen näkökulmasta.....	57
8.3 Tutkimuksen luotettavuus ja tutkimusetiikka	60
8.4 Johtopäätökset ja jatkotutkimustarpeet	65
LÄHTEET	67

LIITTEET 1-13

Tiedonhaun polku – Sosiaalinen markkinointi

Analyysiin mukaan otetut artikkelit – Sosiaalinen markkinointi

Tiedonhaun polku – Tupakka- ja nikotiinituotteet

Analyysiin mukaan otetut artikkelit – Tupakka

Analyysiin mukaan otetut artikkelit – Nuuska

Tiivistelmä havainnoinnista

Kirje vanhemmille

Kutsu haastatteluun

Suostumuslomake

Tehtävä 1 – Nikotiinituotteiden käytön merkitys

Tehtävä 2 – Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö tulevassa ammatissa

Tehtävä 3 – Lopettamisen tuki ja esteet

Analyysikehys

1 JOHDANTO

Tupakointi on yhä tärkein syy ennaltaehkäistävässä oleviin kuolemiin (The Substance Abuse and Mental Health Services Administration (SAMHSA) 2015; World Health Organization (WHO) 2015, ja se aiheuttaa maailmanlaajuisesti vuosittain noin 6 miljoonaa ennen aikaista kuolemaa, joista 5 miljoonaa on seurausta suorasta tupakoinnista ja yli 600 000 passiiviselle tupakoinnille altistumisesta (WHO 2015). Arvioiden mukaan vuonna 2030 tupakkaliitännäisten kuolemien määrä nousee jopa 8.3 miljoonaan (Mathers & Loncer 2006). Tupakoinnin seurauksena jopa puolet sen käyttäjistä kuolee ennen aikaisesti (WHO 2015). Suomen yhteiskunnalle haittakustannuksia tupakoinnista arviointiin aiheutuneen vuonna 2012 noin 1,5 miljardia euroa (Tupakkatilasto 2014).

Vuonna 2014 suomalaisista 15–64-vuotiaista päivittäin poltti noin 16 prosenttia ja 16 -vuotiaista tytöistä ja pojista päivittäin tupakoivia oli 11 prosenttia (Tupakkatilasto 2014). Tupakointi aloitetaan yleisimmin nuorena tai nuorena aikuisena (SAMHSA 2015). Esimerkiksi Yhdysvalloissa jopa yhdeksän kymmenestä tupakoitsijoista aloittaa tupakoinnin ennen 18-vuoden ikää ja joka päivä yli 3 200 alle 18-vuotiasta polttaa ensimmäisen tupakkansa ja arviolta 2 100 nuorta ja nuorta aikuista alkaa päivittäin polttaviksi (U.S. Department of Health & Human Services 2015). Tilastojen mukaan henkilöt, jotka aloittavat tupakoinnin nuorena alkavat tupakoida todennäköisemmin säännöllisesti, ja lopettavat tupakoinnin epätodennäköisemmin kuin aikuisiällä tupakoinnin aloittaneet (Patja & Vertio 2009; WHO EMRO 2015).

Suomessa Nuorten terveystapatutkimuksen (2015) tulosten mukaan sekä tupakkakokeilut että päivittäinen tupakointi ovat vähentyneet 12–18-vuotiaiden suomalaisten nuorten keskuudessa 2000-luvun alusta. Tulosten mukaan tupakoinnin kokeiluikä sekä säännöllisen tupakoinnin aloittamisikä ovat siirtyneet myöhemmiksi (Nuorten terveystapatutkimus 2015). Samankaltaisia tuloksia nuorten tupakointitrendien suunnasta on saatu myös Kouluterveyskyselyistä vuosilta 2000–2015 (Terveystapatutkimus- ja Hyvinvoinninlaitos 2015).

Vaikka suurin osa suomalaisista nuorista ei tupakoi (Nuorten tupakointi 2015), tupakointi on edelleen ongelma erityisesti ammattioppilaitoksissa, joissa opiskelevista nuorista päivittäin polttaa 30 prosenttia, kun taas lukiolaisista yhteensä 6 prosenttia. (Kouluterveyskysely 2015). Myös Euroopan laajuisesti tupakoinnin on todettu olevan yleisempää ammatillisissa oppilaitoksissa opiskelevien nuorten keskuudessa kuin lukioissa (de Looze ym. 2013). Ammatillisissa

oppilaitoksissa myös nuuskan ja sähkösavukkeiden käyttö on yleisempää kuin muissa oppilaitoksissa (Ollila & Ruokolainen 2016). Nikotiinituotteiden käytössä on havaittavissa uusia huolestuttavia trendejä. Vuonna 2015 tehdyn Kouluterveyskyselyn mukaan tupakan ja nuuskan yhteiskäyttö on lisääntynyt, ja pojilla siitä on tullut yleisin tapa käyttää tupakkaa. Pojilla myös nikotiinisähkösavukkeen satunnainen käyttö oli yleisempää kuin tytöillä (Ollila & Ruokolainen 2016). Jo vuonna 1989 ammattioppilaitoksissa niin tupakan kokeilijoita kuin päivittäin tupakoivia oli enemmän kuin lukiossa (Liimatainen-Lamberg 1989, 129).

Nuoret tupakoivat nostaakseen alhaista itsetuntoa, hallitakseen stressiä, kontrolloidakseen ruumiinpainoa sekä taistellessaan negatiivisia tunteita vastaan (WHO EMRO 2015). Alhaisen itesesäätelyn onkin todettu ennustavan tupakoinnin aloittamista (Moffitt ym. 2011). Muita riskitekijöitä ovat muun muassa masennus ja psykososiaaliset stressitekijät, kuten lapsuudessa koettu hyväksikäyttö, epämääräinen stressi, etninen tausta (Schepis & Rao 2005) ja perheväkivalta (Simantov ym. 2000). Tupakoinnin aloittamisen riskiä lisää, jos nuoren lähipiirissä on tupakoivia henkilöitä (Schepis & Rao 2005; Virtanen ym. 2009).

Tämä pro gradu -tutkielma on osa Syöpäjärjestöjen toteuttamaa Nikotiiniton amis -kehittämishanketta. Tutkielman empiirinen aineisto kerättiin kehittämishankkeen taustaselvityksen yhteydessä. Pro gradu -tutkielman tarkoituksena oli selvittää ammattikoulussa autolinjalla opiskelevien nuorten käsityksiä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä sekä heidän sille antamiaan merkityksiä. Niin hankkeen kuin tutkielman taustalla on Sosiaalisen markkinoinnin terveyden edistämisen malli, jossa tavoitteena on käyttäytymisen muuttuminen kaupallisen markkinoinnin periaatteita ja käytänteitä hyödyntäen (Andreasen 2002; French & Gordon 2015, 27). Tutkielman toteutus on osa mallin määrittelyn vaihetta, jonka tavoitteena on asiakasymmärryksen saavuttaminen. Tutkielman kontekstina on oppilaitos, joka on merkittävä terveyden edistämisen toimintaympäristö nuorten tavoittamisessa (Patton ym. 2000; Shackleton ym. 2016).

2 NIKOTIINITTOMUUDEN EDISTÄMINEN AMMATILISSISSA OPPILAITOKSISSA

Tupakkariippuvuus on tupakoinnin aiheuttama fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen riippuvuuden aiheuttama oireyhtymä, jossa keskeistä on fyysinen riippuvuus nikotiinista, mutta riippuvuuteen liittyy myös vahva tapariippuvuus (Tupakkariippuvuus ja tupakasta vieroitus 2012). Tupakka- ja nikotiinituotteista aiheutuva nikotiiniriippuvuus kehittyy yksilöllisesti ja arviolta 10-15 % ei tule nikotiinista riippuvaisiksi, kun taas kolmanneksella fyysinen riippuvuus on voimakas (Patja & Vertio 2009). Postin ym. (2009) tutkimuksen mukaan nuuskan käyttäjillä on yhtäläiset nikotiiniriippuvuudesta johtuvat oireet kuin tupakoijilla. Nuuskan ja tupakan yhteiskäytöllä sekä nuuskan säännöllisellä käytöllä näyttäisi olevan yhteys voimakkaampaan nikotiiniriippuvuuteen kuin pelkällä savukkeiden käytöllä (Post ym. 2009).

Nikotiiniriippuvuuden lisäksi tupakointi tulee liittää siihen sisältyviin tilannekohtaisiin merkityksiin ja käyttökontekstiin (Ojajärvi 2015, 2010). Tupakoinnissa on riippuvuuden lisäksi kyse siitä, miten elinympäristö, sosiaaliset suhteet ja erilaiset arkiset järjestelyt tukevat tupakointia ja millaisia tapoja edellinen sukupolvi siirtää seuraavalle (Katainen 2011, 66). Jos keskitytään ainoastaan riippuvuusnäkökulmaan, voi jäädä huomioimatta nuoret, joiden tupakointi liittyy tiettyihin tilanteisiin ja on satunnaista (Ojajärvi 2015, 197).

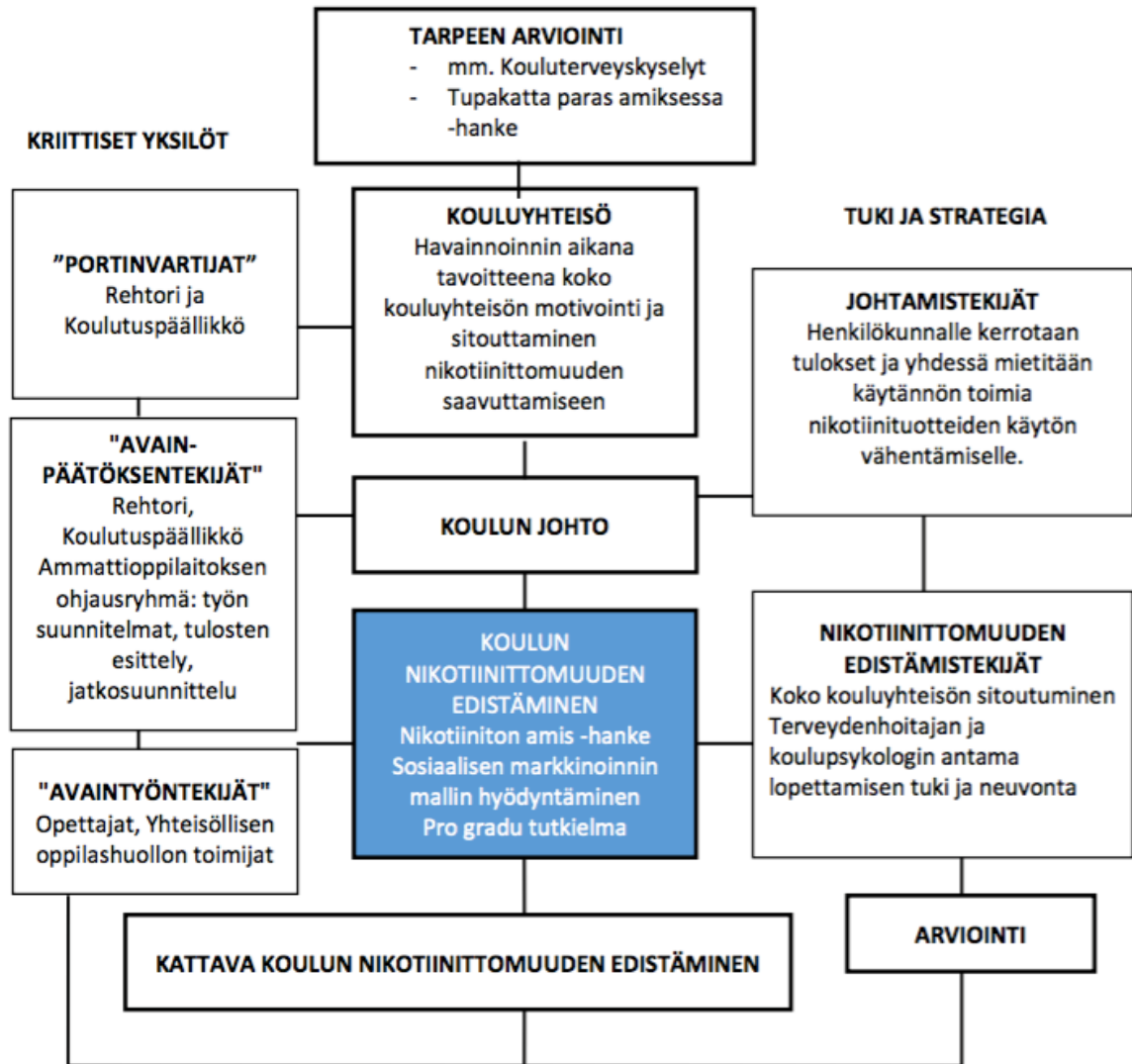
Nuoruus on ikävaihe, joka tarjoaa erinomaiset mahdollisuudet terveyden edistämiseksi niin preventiivisen terveyden edistämisen kuin interventiodien kautta (Patton ym. 2012). Nuoruuden ja lapsuuden aikana tehdään terveystalintoja, jotka säilyvät aikuisuuteen saakka (Gordon-Larsen ym. 2004; Mikkilä ym. 2005). Nuori ei ole vain passiivinen ympäristötekijöille altistuja tai rationaalinen päättelijä tupakoinnin suhteen, vaan nuori tekee valintoja, joihin vaikuttavat nuoren tilannekohtaiset arvot, tupakoinnille antamat merkitykset sekä elämäntyyli ja -tavat (Ojajärvi 2015, 197). Tupakointi tulisi nähdä laajemmin elinolosuhteiden ja arjen kokonaisuuden näkökulmasta, eikä vain tietoisien päätösten tuloksena (Katainen 2011, 66). Toimintaympäristölähtöinen terveyden edistäminen on lähestymistapa, joka tarjoaa terveyden edistämisen toiminnalle laajan pohjan, jolla voidaan saavuttaa tehokkaammin kaikki yksilöt tiettyssä toimintaympäristössä (Whitelaw ym. 2001). Jos ympäristö ei esimerkiksi fyysisten tilajärjestelyjen, käskyjen sisältöjen ja ilmapiirin kautta kannusta tupakoimattomuuteen, voi se pahimmillaan tukea nuoren tupakointia (Ojajärvi 2015, 208).

2.1 Oppilaitos terveyden edistämisen toimintaympäristönä

Oppilaitos nähdään merkittävänä terveyden edistämisen toimintaympäristönä, koska se tavoittaa nuoret, kun he ovat haavoittuvaisimmassa iässä riskikäyttäytymiselle ja tunneperäisille ongelmille (Patton ym. 2000). Shackletonin ym. (2016) systemaattisen katsauksen tulokset vahvistavat tätä näkemystä. Tuloksena löydettiin vahva tieteellinen näyttö sille, että oppilaitos on yksi merkittävä terveyden edistämisen toimintaympäristö, ja sen mahdollisuuksilla vaikuttaa nuorten terveyskäyttäytymiseen, erityisesti tupakointiin sekä alkoholin ja huumeiden käyttöön on merkittävä. Katsauksen mukaan avaintekijät ovat oppilaitoksen ilmapiiri, sisältäen opettaja-oppilas suhteet, oppilaiden sitoutuminen koulunkäyntiin sekä säännöt ja fyysinen ympäristö. Oppilaiden sitoutumisella oppimiseen ja oppilaitoksen yhteisöön näyttäisi olevan vaikutusta muun muassa tupakoinnin vähenemiseen (Shackleton ym. 2016).

Suomessa oppilaitosten rooli tupakoimattomuuden edistäjänä on koettu tärkeänä, koska oppilaitokset ovat keskeisiä kehitysympäristöjä nuorille (Ollila ym. 2012). Mikkosen ja Tynkkysen (2010) mukaan kouluympäristö tulisi muuttaa sellaiseksi, että se tukisi opiskelijoiden terveyden edistämistä. Heidän mukaansa erityisesti ammatilliset oppilaitokset ovat tärkeitä nuoren koko työuran näkökulmasta, koska siellä omaksutaan tulevaan ammattiin liittyvät terveystavat (Mikkonen & Tynkkynen 2010). Oppilaitoksen henkilökunnan esimerkillä on vaikutusta, ja oppilaitoksen henkilökunnan tupakoinnin onkin todettu lisäävän riskiä tupakoinnin aloittamiseen (Virtanen ym. 2009). Olisikin tärkeää, että oppilaitos ei altistaisi nuoria huonoille terveystavoille (Mikkonen & Tynkkynen 2010).

Onnistunut oppilaitoksessa toteutettu interventio vaatii henkilökunnan täyden sitoutumisen koko prosessiin sekä tehokkaita keinoja nuorten osallistamiseen ja sitouttamiseen (Sawyerin ym. 2010). Mcbriden ym. (1999) esittelemän WASH (The Western Australian School Health) -mallin (kuva 1) avulla voidaan kehittää kokonaisvaltaisia oppilaitoksissa toteutettavia terveyden edistämisen interventioita. Malli tarjoaa tieteellisesti testatun viitekehysten, jonka pohjalta voidaan kehittää koko oppilaitosyhteisöä osallistava terveyden edistämisen interventio (Mcbride ym. 1999). Tämä tutkielma on osa oppilaitoksen terveyden edistämistä, ja Sosiaalisen markkinoinnin mallia hyödyntämällä pyritään vahvistamaan terveyden edistämistä, mikä tässä kontekstissa tarkoittaa nikotiinittomuuden edistämistä.



KUVA 1. Oppilaitoksen nikotiinittomuuden edistämisen malli (WASH). Mukailleen McBride ym. (1999).

Deschesnesin ym. (2003) tutkimuksessa esitellään neljä kriittistä edellytystä, jotka tulisi huomioida interventioissa, joissa oppilaitos on terveyden edistämisen toimintaympäristönä. Ensimmäinen edellytys onnistuneeseen toimintaan on systemaattinen ja yhteistyössä tehty suunnittelu ja koordinointi, joka on siirrettävissä käytäntöön. Toisena edellytyksenä on monialainen toiminta, joka pohjautuu tehokkaaseen yhteistyöhön eri toimijoiden välillä. Kolmantena he esittelevät päätöksentekijöiden poliittisen ja taloudellisen sitoutumisen, jolloin käytännön toiminta on turvattu. Neljäs edellytys on prosessin arviointi, joka mahdollistaa toiminnan jatkuvan kehittämisen ja toimeenpanon (Deschesnes ym. 2003).

2.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö ja ehkäisy ammatillisissa oppilaitoksissa

Nuorten tupakoinnin ehkäisyyn ja vähentämiseen tarvitaan sekä yhteiskunnan, yhteisön että yksilöiden toimia (Ollila ym. 2012). Vuonna 2001 valtioneuvoston hyväksymän Terveys 2015 -kansanterveysohjelman tavoitteeksi asetettiin muun muassa nuorten tupakoinnin väheneminen siten, että 16–18-vuotiaista alle 15 prosenttia tupakoi (Terveys 2015 -kansanterveysohjelma). Nuorten terveystapatutkimuksen (2015) tulosten perusteella tavoite saavutettiin, koska vuonna 2015 16–18-vuotiaista pojista tupakoi päivittäin 14 prosenttia ja tytöistä 13 prosenttia. Seuraavana yhteiskunnallisena tavoitteena on Savuton Suomi 2030 -hankkeen tavoite eli tupakaton Suomi vuoteen 2030 mennessä (Savuton Suomi 2030).

Yhteiskunnan tasolla nuorten tupakointiin on todettu eniten vaikuttavan tupakan hinta ja saatavuus (Patja & Vertio 2009). Nuorten tupakointiin ja tupakoinnin aloittamiseen on pyritty vaikuttamaan yhteiskunnan tasolla lakien kautta. Tupakkalaissa (1976b) kielletään tupakkatuotteiden hallussapito alle 18-vuotiailta ja 8 pykälässä kielletään tupakkatuotteiden suora ja epäsuora mainonta (Tupakkalaki 1976c). Pykälässä 10 kielletään tupakkatuotteiden myynti ja luovutus alle 18-vuotiaalle (Tupakkalaki 1976d). Vuonna 2016 voimaan tulleen uuden tupakkalain myötä kiellettiin myös sähkösavukkeen hallussapito, myynti ja luovutus alle 18-vuotiaalle (Tupakkalaki 549/2016b) sekä suora ja epäsuora mainonta (Tupakkalaki 549/2016c). Nuuskan myynti, luovutus ja välitys ovat Suomen laissa kokonaan kiellettyjä (Tupakkalaki 549/2016d).

Oppilaitosten tiukoilla tupakoinnin kieltävillä säännöillä on tutkimusten mukaan tupakointia vähentävä vaikutus alaikäisten tupakointiin (Lovato 2006; Lipperman-Kreda 2009). Tupakkalaki kieltääkin tupakoinnin ammatillista koulutusta antavien oppilaitosten sisätiloissa ja oppilasuntoloissa sekä niiden käytössä olevilla ulkoalueilla (Tupakkalaki 1976a). Vuonna 2016 voimaan astuneen uuden tupakkalain myötä myös nuuskan ja sähkösavukkeen käyttö on kiellettyä ammatillista opetusta antavien oppilaitosten sisä- ja ulkotiloissa (Tupakkalaki 549/2016a).

Terveyserot eri ammatti- ja koulutusryhmien välillä ovat suuret, eivätkä ne ole kaventuneet viimeisten 25 vuoden aikana, vaikka terveyserojen kaventaminen on ollut Suomen terveystalitiikan tavoitteena jo pitkään (Mikkonen & Tynkkynen 2010). Yhtenä keskeisimmistä väestöryhmien terveyserojen selittäjistä pidetään tupakointia, ja eri sosioekonomisten ryhmien välisiä terveyseroja voidaan tutkimusten mukaan kaventaa vaikuttamalla juuri tupakoinnin yleisyyteen

eri sosiaaliryhmissä (Tupakka 2015). Alhaista sosioekonomista asemaa pidetään myös yhtenä ennustavana tekijänä tupakoinnin aloittamisessa (Schepisen ja Raon 2005).

Koska ammatillisista oppilaitoksista valmistutaan alemman sosioekonomisen aseman ammatteihin, ovat ammatillisissa oppilaitoksissa opiskelevat yksi keskeisimmistä ryhmistä terveyserojen kaventamisen näkökulmasta (Mikkonen & Tynkkynen 2010). Tämä todettiin myös kansallisessa terveyserojen kaventamisen toimintaohjelmassa 2008–2011 (2008), jossa yhdeksi linjaukseksi mainittiin terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen ammatillisissa oppilaitoksissa. Tupakoinnin on todettu vaikuttavan myös koulumenestykseen ja huonon koulumenestyksen on todettu lisäävän säännöllisen tupakoinnin riskiä (Vartiainen ym. 2007).

Koulutuksen seurantaraportista (2014) ilmenee, että vuonna 2012 peruskoulun päättäneistä 42 prosenttia aloitti opiskelun ammattikoulussa. Raportin mukaan tekniikka ja liikenteen ala, johon autoalan perustutkinto kuuluu, oli vuonna 2012 suosituin ammatillisten perustutkintojen koulutusaloilta. Ammatillinen perustutkinto on kolmivuotinen ja siihen sisältyy vähintään 20 opintoviikon työssäoppimisen jakso (Koulutuksen seurantaraportti 2014).

Ammattikoulussa opiskelevista 1. ja 2. vuoden opiskelijoista tupakoi päivittäin 30 prosenttia vuonna 2015 kun edellisvuonna tämä osuus oli 36 prosenttia (Kouluterveyskysely 2015). Vaikka selvää laskua tupakointitrendissä on tapahtunut myös ammattikoulussa opiskelevien nuorten keskuudessa, tupakoivien osuus on ammattikouluissa edelleen suuri. Kouluterveyskyselyn (2015) tulosten mukaan vuonna 2015 ammattioppilaitoksessa opiskelevista tytöistä tupakoi päivittäin 33 prosenttia ja pojista 28 prosenttia. Terveystapatutkimuksen (2015) tulosten perusteella 16-vuotiaiden joukosta tupakkaa kokeilleiden osuus oli vielä vähemmistöä (tytöt 44 % ja pojat 43 %), mutta 18-vuotiaista tytöistä jo 62 prosenttia ja pojista 58 prosenttia oli kokeillut tupakkaa. Tupakan kokeileminen ajoittuu juuri ammattikoulun ensimmäisille vuosille.

Ollilan ja Ruokolaisen (2016) mukaan nikotiinia sisältävien sähkösavukkeiden päivittäinen käyttö oli yleisintä ammattioppilaitoksissa opiskelevilla pojilla. Ammattiin opiskelevat tytöt käyttivät sähkösavukkeita muita tyttöjä yleisemmin. Julkaisun mukaan myös satunnainen sähkösavukkeiden käyttö ja nuuskan päivittäinen käyttö oli yleisintä ammatillisissa oppilaitoksissa. Ammattiin opiskelevilla pojilla nuuskan käyttö on yleisintä säännöllisen tupakoinnin rinnalla, ja ammattiin opiskelevien tyttöjen keskuudessa nuuskan ja tupakan yhteiskäyttö on yleistynyt hieman (Ollila & Ruokolainen 2016).

Ammattiin opiskelevien keskuudessa tupakointi liittyy sosiaalisten suhteiden rakentamiseen ja ylläpitoon (Liimatainen-Lamberg 1989,127; Puuronen 2012, 160–172). Tupakoimattomat ja tupakoivat nuoret nähdään osin omina ryhminään (Puuronen 2012, 161). Ammatilliseen oppilaitokseen tullessa nuori on jättänyt taakseen tutun peruskoulun kouluyhteisön ja alkaa orientoitua tulevaan ammattiin – nuori on tilanteessa, jossa hän joutuu hakemaan omaa paikkaansa ja ystäviä uudessa ympäristössä (Liimatainen-Lamberg 1989, 127). Tupakoimattomat ammattiin opiskelevat nuoret kokivat tupakoimattomuuden esteenä ja rajoitteena ystävyysuhteiden muodostumiselle, vaikka tupakoivien nuorten mielestä tupakoinnilla ja kaverisuhteiden muodostumisella ei ollut yhteyttä (Puuronen 2012, 165–170). Ammatillisissa oppilaitoksissa opiskelevien nuorten tupakoinnin tärkeimmät tiedostetut motiivit olivat tupakointitapa, tupakoinnin rauhoittava vaikutus sekä nikotiiniriippuvuus (Liimatainen-Lamberg 1989, 132).

Suomen ammattikouluissa on jo vuosikymmenien ajan pyritty vähentämään ja ehkäisemään nuorten tupakointia. Jo vuonna 1993 on esitetty kysymys siitä, onko oppilaitoksella mahdollisuuksia ohjata nuoria tupakoimattomuuteen samalla, kun se sosiaalistaa ja vahvistaa nuoren ammatti-identiteetin kehitystä (Liimatainen-Lamberg 1993, 132). Jo tällöin todettiin, että savuttomuustyössä keskeistä on työn pitkäjänteisyys sekä koko koulun, vanhempien ja ympäröivän yhteisön sitoutuminen mukaan (Liimatainen-Lamberg 1993, 132).

Lähivuosina Suomessa toteutettuja kampanjoita ovat muun muassa Savutta Savossa (2008), Savuton sohva sakille (2012) sekä Tupakatta paras amiksessa (2016). Savutta Savossa -hankkeen (2008) tavoitteena oli pyrkiä luomaan hyviä käytäntöjä tupakoinnin lopettamiselle oppilaitoksessa ja sen ympäristössä. Savuton sohva sakille -hankkeessa (2012) pyrittiin selvittämään ammattiin opiskelevien hyvinvoinnin nykytilaa. Hankkeesta laadittiin ”Terve amis! - 50 toimenpide-ehdotusta terveysterojen kaventamiseksi” -selvitys, jota jaettiin ammattikoululaisten terveyttä ja hyvinvointia edistäville toimijoille. Vuonna 2011 julkaistiin vielä selvitykset: Savua ilmassa, Tervettä tietoa ja Yhteisöllinen osaaja (Savuton Sohva Sakille 2012).

Savuton Sohva Sakille -hankkeen (2012) päämääränä oli vahvistaa ammattiin opiskelevien ja heidän yhteisöidensä roolia koko oppilaitosyhteisön terveyden edistämässä erityisesti tupakoinnin ehkäisyssä ja vähentämisessä. Hankkeen tavoitteena oli kannustaa opiskelijoita osallistumaan ja ottamaan vastuuta koko kouluyhteisöstä – osa opiskelijoista osallistui suunnitteluun, ideointiin ja kilpailujen järjestämiseen. Nuorten osallistamisessa ei kuitenkaan päästy hankkeen

tavoitteisiin, mutta kohderyhmä tavoitettiin ja savuttomuutta edistettiin positiivisesti tarjoamalla vaihtoehtoja, ei kieltoja. Hankkeen seuranta-analyysi osoitti, että vaikka päivittäisen tupakoinnin aloittaminen enää opintojen alussa on harvinaista, aloitti joka kymmenes tupakoimattomista satunnaisen tupakoinnin ja satunnaisesti tupakoivista 16 % siirtyi päivittäin tupakoiviksi syyslomaan mennessä. Vain harva päivittäin tupakoivista oli lopettanut tupakointia syyslomaan mennessä, mutta lopettamishalukkuus oli heillä selvästi lisääntynyt ja lopettamisyrittäjiä oli useammalla. (Savuton Sohva Sakille 2012).

Tupakatta paras amiksessa -yhteiskehittäminen oli Nikotiiniton amis -hankkeen edeltäjä. Honkanummen (2016) mukaan hankkeen tavoitteena oli löytää uusia keinoja vähentää tupakointia ja nuuskaamista ammattioppilaitoksissa Sosiaalisen markkinoinnin keinoin sekä tuottaa Sosiaalisen markkinoinnista menetelmä palvelutuotantoon, jota voisi jatkossa hyödyntää Sosiaalisen markkinoinnin hankkeissa. Hankkeessa tavoiteltiin käyttäytymisen muutosta, joka syntyi asiakasymmärryksen kautta. Tavoitteena oli nuorten osallistaminen ja toimijuuden vahvistaminen. Kehittämisen haasteina nähtiin kuitenkin toteutettujen muutosinterventioiden irrallisuus ja nuorten osallistumisen satunnaisuus. Loppuraportin mukaan muutostyön olisi pitänyt olla kokonaisvaltaisempaa ja pidempiaikaisempaa (Honkanummi 2016).

3 SOSIAALINEN MARKKINOINTI TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖN EHKÄISYSSÄ

Sosiaalinen markkinointi perustuu kaupallisen markkinoinnin teorian ja käytännön soveltamiseen sosiaalisen muutoksen kampanjoiden suunnittelussa ja ohjauksessa (Dann 2010). Sosiaalisen markkinoinnin malli on systemaattinen prosessi, joka pohjautuu tieteelliseen tutkimukseen ja arviointiin (French ym. 2011, 11-27). Mallia pidetään yhtenä vaikuttavimmista käyttämisen muutokseen pyrkivistä terveyden edistämisen malleista (Nutbeam ym. 2010, 43-44; French ym. 2011; Eagle ym. 2013, 3). Sosiaalisen markkinoinnin tekniikat on kehitetty terveyden edistämiseen, sairauksien, onnettomuuksien ja rikosten ehkäisyyn sekä ympäristölliseen vastuullisuuteen (Eagle ym. 2013, 3; Lee & Kotler 2016, 8). Sosiaalisen markkinoinnin mallia hyödynnetään kampanjoiden ja ohjelmien suunnittelun lisäksi myös strategisessa suunnittelussa ja poliittisessa päätöksenteossa (French ym. 2011, 12).

Sosiaalinen markkinointi rakentuu usean teorian, mallin, tutkimustiedon ja analyysin yhteisymmärrykseen siitä, miksi ihminen käyttäytyy, kuten käyttäytyy (French ym. 2011, 12). Mallin avulla voidaankin kehittää vahvaan näyttöön, käyttäjien näkökulmaan sekä systemaattiseen suunnitteluun pohjautuvia hankkeita (French ym. 2011), joiden tavoitteena on vapaaehtoisen käytöksen hyväksyminen, muokkaaminen tai hylkääminen niin, että se hyödyttää yksilöä, yhteisöä ja yhteiskuntaa (Dann 2010; French ym. 2011, 12; Luca & Suggs 2013). Toimet, joilla tähdätään ainoastaan tietojen, asenteiden, normien ja arvojen muuttamiseen, eivät ole vielä sosiaalista markkinointia, vaan ainoastaan käytöksen muuttamiseen pyrkivät toimet voidaan laskea sosiaalisen markkinoinnin mallin mukaisiksi (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Kirjallisuudessa mallia kuvataan prosessina, jonka tavoitteena on aina vapaaehtoisen käyttäytymisen muuttaminen (Donovan & Henley 2003,1; Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012; Eagle ym. 2013,3).

Keskeistä sosiaalisen markkinoinnin mallissa on se, että siinä pyritään yksilölliseen ja yhteisölliseen hyvään, vaikuttamalla sosiaaliseen käyttäytymiseen markkinoinnin periaatteita ja käytänteitä hyödyntäen (Andreasen 2002; French & Gordon 2015, 27). Andreasen (2002) määritelmän mukaan sosiaalisen markkinoinnin tekee ainutlaatuiseksi sen jopa fanaattinen asiakaslähtöisyys ja se, että käytöksen muuttamiseen pyritään vaihtokaupan kautta, jolloin vaihtokaupasta pyritään tekemään mahdollisimman houkutteleva yksilölle, jotta mahdollisimman moni omaksuisi halutun käytöksen (Andreasen 2002). Sosiaalisen markkinoiden pohjalta luotujen

hankkeiden onnistumista voidaankin mitata sen perusteella, miten se on onnistunut vaikuttamaan kohdejoukon tai yhteiskunnan hyvinvointiin (Nutbeam ym. 2010, 44-45).

Sosiaalisen markkinoinnin käsitteen määritelmä vaihtelee kirjallisuudesta riippuen (French ym. 2011, 11-27). Lokakuussa 2013 Australian Sosiaalisen Markkinoinnin yhdistyksen (AASM), Euroopan Sosiaalisen markkinoinnin yhdistyksen (ESMA) ja kansainvälinen Sosiaalisen Markkinoinnin yhdistyksen (iSMA) johtokunnat hyväksyivät kuitenkin yhdessä konsensuksen sosiaalisen markkinoinnin määritelmäksi: Sosiaalinen markkinointi pyrkii kehittämään ja yhdistämään markkinoinnin käsitteitä muiden lähestymistapojen kanssa tavoitteena käyttäytyminen, josta hyötyvät yksilöt ja yhteisöt ja joka tuottaa sosiaalista hyvää. Sosiaalisen markkinoinnin mallia ohjaa eettiset periaatteet. Se pyrkii yhdistämään tutkimuksen, parhaan käytännön, teorian sekä yleisön ja osallistujien näkökulmat pyrkiessään tiedottamaan sosiaalisen muutoksen ohjelmista, jotka ovat vaikuttavia, oikeudenmukaisia ja pysyviä. (Consensus Definition of Social Marketing 2013.)

3.1 Markkinoinnin tekniikat osana tutkielman suunnittelua

Sosiaalisessa markkinoinnissa käytetään hyödyksi samoja tekniikoita kuin kaupallisessa markkinoinnissa (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Kaupallisen markkinoinnin näkökulmia, periaatteita ja taktiikoita hyödyntäen voidaan parantaa terveystiedon strategista arvoa ja lisätä todennäköisyyttä sille, että ihmiset tekevät terveellisempiä valintoja arjessaan (Storey ym. 2008). Sosiaalisen markkinoinnin erottaa kuitenkin kaupallisesta markkinoinnista se, että sen avulla pyritään yhteiseen hyvään eikä vain yhden organisaation menestymiseen (Donovan & Henley 2003, 4).

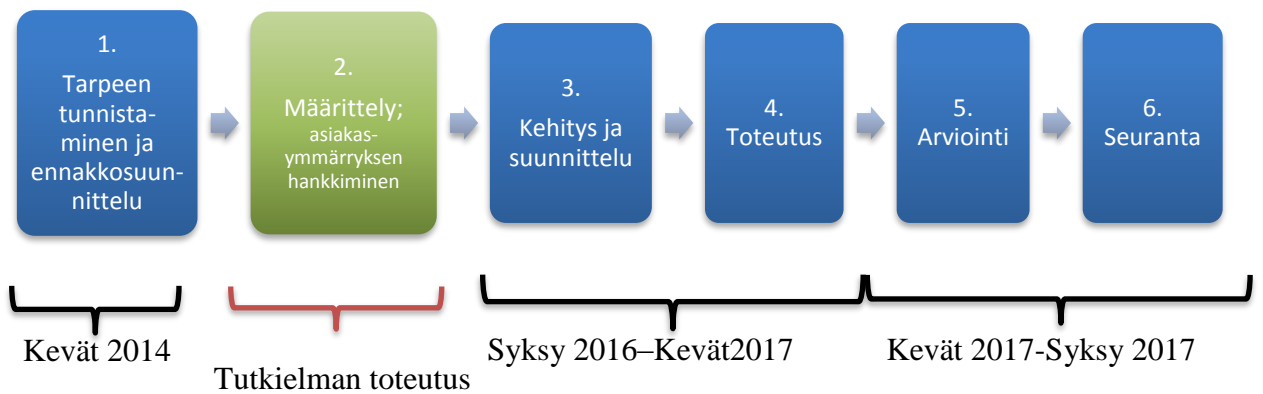
Sosiaalisessa markkinoinnissa vaihtokauppa perustuu vapaaehtoisuuteen, ja tavoitteena on molemminpuolinen hyöty vaihtokaupasta (Nutbeam ym. 2010, 44-45). Storeyn ym. (2008) mukaan vaihtokaupan tulee tarjota asiakkaalle tarpeiden tai toiveiden tyydytys, niin ettei hänen uhrauksensa ole suurempia kuin saamansa hyöty. Sosiaalisessa markkinoinnissa niin asiakkaalla kuin markkinoijalla on sama tavoite, joka on yhteiskuntaa yleisesti hyödyttävä lopputulos, ja sosiaalisessa markkinoinnissa vaikuttavuus lasketaan asiakkaan ja palvelun tarjoajan yhteenlaskettujen hyötyjen ja kustannusten perusteella (Storey ym. 2008).

Sosiaalisessa markkinoinnissa hyödynnetään kaupallisen markkinoinnin taktiikoita, kuten markkinoinnin neljää P:tä (markkinointimix), joita ovat tuote (product), hinta (price), paikka (place) ja myynnin edistäminen (promotion) (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Markkinointimix on keskeisin komponentti, joka erottaa sosiaalisen markkinoinnin muista terveystiedotuksen, -kasvatuksen tai terveyden edistämisen suunnittelumalleista ja viitekehyksistä, jotka tähtäävät käyttäytymisen muuttamiseen (Luca & Succs 2013). Markkinointimixiä on kritisoitu liiallisesta intervention suunnittelijoihin keskittymisestä ja ”tuotteen” korostamisesta, mutta kuitenkin se tarjoaa erinomaisen tarkastuslistan intervention suunnitteluun (French ym. 2011).

Koska markkinointimix tarjoaa erinomaisen tarkastuslistan intervention suunnitteluun, hyödynnetään sitä myös tutkielman suunnittelussa. Tutkielmassa hyödynnettävän markkinointimixin tuote, hinta, paikka ja myynnin edistäminen ovat määritelty Sosiaalisen markkinoinnin ABC -oppaan (2012) pohjalta. Tutkielman näkökulmasta markkinoinnin tuotteeksi (product) määritellään uusi haluttu käyttäytyminen eli nikotiinittomuus. Tuotteita ovat myös uuden käyttäytymisen tuomat hyödyt sekä kaikki ne konkreettiset tuotteet ja palvelut, joiden avulla edistetään nikotiinittomuutta. Hinnaksi (price) määritellään se, mitä nuoret ovat valmiita maksamaan uudesta tuotteesta eli käyttäytymisestä. Hintaan liittyy vahvasti vaihtokaupan teoria, johon vastauksia pyritään saamaan tutkielman empiirisestä osuudesta. Paikka (place) tutkielman tuotteella on ammattioppilaitos, jonka näkökulmasta empiirinen osuus toteutetaan, ja jossa tuotteet ovat nuorille saatavilla. Haastattelussa oppilaat tarkastelevat ilmiötä ensisijaisesti oppilaitoksen näkökulmasta. Haastattelujen pohjalta voidaan suunnitella toimenpiteet, jotka edistävät myyntiä (promotion) eli keinot viestiä uuden tuotteen hyödyistä.

3.2 Sosiaalinen markkinointi nikotiinittoman oppilaitoksen viitekehyksenä

Sosiaalisen markkinoinnin malli on prosessi, johon kuuluu kuusi vaihetta: 1. tarpeen tunnistaminen ja ennakkosuunnittelu, 2. määrittely, 3. kehitys ja suunnittelu, 4. toteutus, 5. arviointi ja 6. seuranta (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Tutkielman toteutus on osa määrittelyn vaihetta (kuva 2). Määrittelyn vaihe on yksi prosessin kriittisimmistä pisteistä, jossa tavoitteena on luoda käsitys siitä, millaiset keinot auttavat käyttäytymisen muuttamisen onnistumisessa sekä millaiset ovat oikeanlaiset toimenpiteet, joilla voidaan aloittaa intervention suunnittelu (French ym. 2011).



KUVA 2. Tutkielma on osa Sosiaalisen markkinoinnin suunnitteluprosessin määrittelyn vaihetta. (Mukailtu Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012, 83)

Määrittelyn vaiheessa toteutetaan kohderyhmäanalyysi, jonka tavoitteena on asiakasymmärryksen hankkiminen. Tutkielman empiirisen osion kautta pyrittiin saavuttamaan tämä asiakasymmärrys. Kohderyhmäanalyysissä pyritään ymmärtämään kohderyhmää kokonaisvaltaisesti ja heidän toimintansa motiiveja ja esteitä (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Tutkielman empiirisen osion ja hankkeen taustaselvityksen kautta luotiin käsitys keinoista ja menetelmistä, jotka auttavat saavuttamaan halutun käytöksen eli tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttämättömyyden. Jotta mallin avulla saavutettaisiin käyttäytymisen muutoksen tavoitteet, tulee mallin hyödyntämisen olla systemaattista ja avointa (French ym. 2011). Sosiaalisen markkinoinnin prosessin ensimmäinen vaihe eli tarpeen tunnistaminen ja ennakkosuunnittelu on toteutettu yhdessä Nikotiiniton amis -hankkeen projektiryhmän kanssa ja jää tutkielman ulkopuolelle, kuten jäävät myös syksyn 2016 aikana toteutettavat vaiheet 3 ja 4 sekä kevään 2017 ja syksyn 2017 aikana toteutettavat vaiheet 5 ja 6 (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012).

Syksyn 2016 ja Kevään 2017 aikana toteutuvat hankkeen kehityksen ja suunnittelun sekä toteutuksen vaiheet. Tutkielman tuloksia on tarkoitus hyödyntää suunnittelun ja toteutuksen eri vaiheissa. Kehitys ja suunnitteluvaiheessa kehitetään edelleen määrittelyvaiheessa valittuja toimenpiteitä ja tässä vaiheessa kohderyhmästä on jo hyvä ymmärtämys, jolloin voidaan alkaa suunnitella itse tuotosta eli eri segmenteille kohdennettua interventiota ja esitellä ne myös kohderyhmälle (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Suunnittelun jälkeen seuraa intervention toteutus käytännössä, jossa keskeistä on toimenpiteen valvonta ja arviointi, joiden pohjalta toimenpidettä muokataan käytännötasolla yhä sopivammaksi (French ym. 2011).

Viimeisinä vaiheina ovat arviointi ja seuranta, joiden tarkoituksena on tunnistaa intervention vahvuudet ja heikkoudet sekä toimenpiteiden vaikutus ja investointien tuotot (Sosiaalisen

markkinoinnin ABC 2012). Tarkoituksena on kerätä yksityiskohtaista tietoa siitä, miten interventio on toiminut ja mitä sillä on saavutettu (French ym. 2011). Kerättävän tiedon avulla on pystyttävä mittaamaan alkuperäisten tavoitteiden toteutumista (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012).

3.2.1 Sosiaalisen markkinoinnin menestystekijöiden hyödyntäminen nikotiinittomuuden edistämiseksi

Andreasen (2002) määritteli ensin kuusi sosiaalisen markkinoinnin menestystekijää, joita noudattamalla voidaan oikeutetusti puhua sosiaalisesta markkinoinnista. Andreasenin (2002) määrittelemiä menestystekijöitä ovat täydentäneet Hopwood ja Merritt (2011) Ison Britannian Kansallisesta Sosiaalisen Markkinoinnin keskuksesta (NSMC). He ovat listanneet sosiaalisen markkinoinnin käsikirjassa kahdeksan menestystekijää, jotka kuvastavat mallin ydintä ja halutun käytöksen muutoksen onnistumisen tekijöitä. Heidän mukaansa menestystekijät eivät ole itsessään sosiaalisen markkinoinnin prosessi, vaan ne auttavat parantamaan mallin pohjalta luotujen interventioiden vaikuttavuutta ja onnistumista (Hopwood & Merritt 2011). Terveystieteiden ja Hyvinvoinnin laitos (THL) on suomentanut NSMC:n käsikirjan pohjalta menestystekijöiksi käyttäytymistavoitteet, asiakaslähtöisyyden, teoreettisen tiedon käytön, ymmärtämyksen, vaihtokaupan, kilpailevat tekijät, segmentoinnin ja monipuoliset menetelmät (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012).

Frenchin ja Gordonin (2015, 27) mukaan kaksi keskeisintä komponenttia sosiaalisen markkinoinnin mallissa ovat osallistujalähtöisyys ja vaihtokaupan teoria. Tässä tutkielmassa keskitytään asiakasymmärryksen ja vaihtokaupan lisäksi, kilpailevien tekijöiden sekä teoreettisen tiedon käytön menestystekijöihin. Tutkimuskysymyksillä pyritään saavuttamaan syvempi ymmärtämys ja selvittämään uuden käytöksen mahdollisia kilpailevia tekijöitä sekä hahmottamaan vaihtokauppaa. Monipuolisten menetelmien käyttö toteutuu vasta syksyllä 2016, kun hankkeen suunnittelu ja käytännön toteutus alkavat.

Segmentointi. Tarkoituksena segmentoinnissa on tunnistaa kohderyhmästä eri segmenttejä eli alaryhmiä, joilla on samankaltaisia erityispiirteitä, uskomuksia, arvoja ja käyttäytymistä, jolloin toimenpiteiden kohdentaminen on tehokkaampaa ja asiakaslähtöisyyden ja ymmärtämyksen

menestystekijöiden kehittäminen mahdollistuu (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Tutkielman kohderyhmän segmentointi autoalan opiskelijoihin oli tehty aiemman hankkeen (Tupakatta paras amiksessa 2016) pohjalta. Hankkeessa toteutettujen laadullisten tutkimusten mukaan eri opiskelualojen nuoret muodostivat segmentoinnin näkökulmasta riittävän samankaltaisia ryhmiä (Tupakatta paras amiksessa 2016).

Asiakaslähtöisyys ja ymmärrys. Tämä pro gradu -tutkielma pohjautuu asiakaslähtöisyyteen ja ymmärtämyksen hankintaan. Tavoitteena on saavuttaa aikaisemman tiedon ja empiirisen tutkimuksen avulla ymmärrys nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä; siihen vaikuttavista motiiveista, asenteista, arvoista ja esteistä (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Frenchin ym. (2011) mukaan asiakaslähtöisyys on enemmän kuin vain ihmisten ymmärtämistä, se sisältää asioiden näkemisen heidän kauttaan, sisältäen ihmisten sosiaalisen kontekstin, haasteet, joita he kohtaavat, sekä heidän hallintakeinonsa. Keskeistä on saada tietoa ihmisten elämästä, tarpeista, peloista, tavoitteista ja huolista (French ym. 2011).

Vaihtokauppa. Sosiaalisen markkinoinnin intervention suunnittelussa tulee huomioida niin ongelmaan kuin haluttuun käytökseen liittyvät esteet ja hyödyt, jotta asiakkaalle voidaan tarjota mahdollisimman houkutteleva vaihtokauppa (French ym. 2011). Vaihtokaupassa tarkoituksena on analysoida uuden käyttäytymisen omaksumisen koetut/todelliset kustannukset suhteessa koettuihin/todellisiin hyötyihin, ja vaihtokauppa on asiakkaan kannalta kannattava, kun sen hyödyt ovat haittoja suuremmat (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Yksilö punnitsee vaihtokaupan arvon itselleen ja sen mukaan tekee päätöksen käyttäytymisensä suhteen (Nutbeam ym. 2010, 44-45). Frenchin ym. (2011) mukaan Sosiaalisessa markkinoinnissa avaintekijänä on kehittää vaihtokauppa, jota kohdeyleisö itse arvostaa ja jossa pyritään maksimoimaan hyödyt ja minimoimaan haitat. Tutkielman tavoitteena onkin asiakasymmärryksen kautta hahmottaa mahdollista vaihtokauppaa, jolla nuoret saataisiin vaihtamaan tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö käyttämättömyyteen.

Kilpailijat. Tutkielman empiirisessä osassa pyritään kartoittamaan halutun käytöksen kilpailevia tekijöitä, jotka heikentävät halutun käytöksen omaksumista (French ym. 2011). Tavoitteena on pyrkiä ymmärtämään millaiset tekijät kilpailevat kohderyhmän huomiosta ja ajasta ja saavat nuoret käyttämään tupakka- ja nikotiinituotteita, jolloin niihin voidaan puuttua ja niiden vaikutusta minimoida kohdennettujen strategioiden avulla (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012).

Tutkielmassa pyritään selvittämään niin nuorten ulkoisia kuin sisäisiä kilpailevia tekijöitä. Ulkoisia tekijöitä ovat yksilön ulkopuolelta tulevat tekijät, kuten sosiaaliset normit, mainonta, ympäristö ja muut ihmiset, ja sisäisillä tekijöillä tarkoitetaan ihmisten tunteita ja asenteita käyttäytymistä kohtaan (French ym. 2011).

Käyttäytymistavoitteet. Nikotiiton amis -hankkeessa, johon tutkielma kuuluu, on määritelty tavoitteeksi tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön vähentyminen sekä tukea jo omaksuttua nikotiinitonta käytöstä. Koska Sosiaalisen markkinoinnin keskeisin tavoite on käyttäytymisen muuttaminen, on ainoastaan toiminnan saavuttaminen onnistuneen intervention tulos (Storey ym. 2008). Sosiaalisen markkinoinnin interventioiden tulee tunnistaa käyttäytymisen dynaaminen ja muuttuva luonne, jolloin keskeistä on ymmärtää käyttäytymisen taustalla olevat tekijät, kuten ihmisten tunneperäinen sitoutuminen (French ym. 2011; Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Tutkielman empiirinen osio pohjautuu pyrkimykseen ymmärtää nuorten sitoutumista tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön.

Teoria. Sosiaalisessa markkinoinnissa teoriaa hyödynnetään niin intervention kohteena olevan ongelman ymmärtämiseen kuin ohjelman suunnitteluun (French ym. 2011). Teorian avulla voidaan paremmin ymmärtää, johtuuko tietty käyttäytyminen asenteista, normeista, minäpystyvyydestä, ympäristöstä tai muista sosiaalisista tekijöistä, vai johtuuko se näistä kaikista yhdessä (Fishbein & Yzer 2003). Käyttäytymismallin ymmärtäminen teorian avulla auttaa suunnittelemaan tehokkaimmat ja vaikuttavimmat menetelmät käyttäytymisen muutoksen aikaansaamiseksi (Luca & Succs 2013). Keskeisin periaate teorian käytölle on juuri merkittävimpien käyttäytymiseen vaikuttavien tekijöiden ymmärtäminen sekä käyttäytymisen muutosta ennakoivien ja selittävien tekijöiden selvittäminen (French ym. 2011). Teoria tulee valita kohderyhmän mukaan ja käytettävät menetelmät tulee muokata teorian pohjalta sekä teoreettiset oletukset tulee testata osana toimenpiteen esitestausta (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012).

Menetelmät. Sosiaalisessa markkinoinnissa pyritään vaikuttamaan käyttäytymisen muutokseen eri menetelmiä yhdistelemällä. Useassa tapauksessa on todettu, että monimenetelmäiset interventiot ovat vaikuttavampia kuin yksittäiseen menetelmään pohjautuvat interventiot (French ym. 2011). Käyttäytymiseen voidaan vaikuttaa Sosiaalisen markkinoinnin ABC:n (2012) mukaan neljällä keinolla, joita ovat tiedotus ja valistus, suunnittelu, tuki ja sääntely. Heidän mu-

kaansa menestyksekkäimmissä sosiaalisen markkinoinnin interventioissa on hyödynnetty ainakin kahta näistä tekijöistä (Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). French ym. (2011) lisäävät listaan vielä kouluttamisen.

3.2.2 Sosiaalisen markkinoinnin mallin hyödyntäminen tupakoinnin lopettamisen interventioissa

Tämän kappaleen teoriaosuuteen tehtiin systemaattinen tiedonhaku helmikuussa 2016, jossa käytettiin tietokantoja: Medline (Ovid), Cinahl ja ProQuest Health & Medical Complete. Tutkimusartikkeleita sosiaalisen markkinoinnin hyödyntämisestä nuorten tupakoinnin ehkäisyssä tai lopettamisessa löytyi kuitenkin hyvin rajallisesti (liite 1). Systemaattisen tiedonhaun tuloksena ei löytynyt yhtään alkuperäistä tutkimusta, jossa olisi systemaattisesti noudatettu Sosiaalisen markkinoinnin mallia intervention suunnittelussa ja toteutuksessa (liite 2). Systemaattisen tiedonhaun tuloksena valikoitui koko teksti vaiheeseen artikkeleita, joista yksi oli tutkimussuunnitelma sosiaalisen markkinoinnin hyödyntämisestä (Khowaja ym. 2010), yksi osajulkaisu sosiaalisen markkinoinnin mallin avulla toteutetusta Truth -kampanjasta (Eisenberg ym. 2004), yksi massamedia kampanjana toteutetun intervention arviointi (Schmidt ym. 2009), jossa ei oltu hyödynnetty Sosiaalisen markkinoinnin mallia, ja yksi käsitteli oikeanlaisen strategian valintaa tupakoinnin lopettamisen interventiossa (Diehr ym. 2011).

Manuaalisten hakujen tuloksena löytyi muutamia raportteja kampanjoista, joissa oli hyödynnetty sosiaalista markkinointia. Näitä olivat Amerikassa vuosina 2000-2001 toteutettu nuorille suunnattu Truth -kampanja (Hicks 2001) sekä Tupakatta paras amiksessa -hankkeen loppuraportti (Honkanummi 2016), joka on esitelty edellä.

Hicksin (2001) esittelemä Truth -kampanja, joka sai alkunsa vuonna 1998 Floridasta, on yksi onnistuneimmista sosiaalisen markkinointia hyödyntäneistä tupakoimattomuuskampanjoista Amerikassa. Yksi onnistumisen suurimmista elementeistä oli nuorten vahva mukaan ottaminen ja keskittyminen sosiaalisen markkinoinnin sijasta nuorten markkinointiin, jossa nuoret markkinoivat nuorille. Kampanjan onnistumisen elementteinä oli ymmärrys nuorten todellisista syistä polttaa eli kontrollin tunteesta ja halusta kapinoida. Kampanjassa osattiin vaihtokaupan kautta tarjota nuorille tupakkakapinan sijasta kapina tupakkateollisuuden manipulointia vastaan – hyökkäyksestä tupakkateollisuutta vastaan tuli Truth -kampanjaan osallistuneiden nuorten

yhteinen kapina (Hicks 2001). Eisenbergin ym. (2004) artikkelissa suositellaan, että sosiaalisen markkinoiden kampanjoissa, joiden kohderyhmänä ovat nuoret, tulisi hyödyntää kenttämarkkinointia, jolla pyritään tavoittamaan nuoret ja välittämään heille terveystietoa heidän ympäristössään ja yhteisössään. Artikkelin mukaan onnistuneen kohderyhmän tavoittamisen taustalla on samankaltaisten nuorten osallistaminen kampanjan suunnitteluun ja toteutukseen. Kampanjan toimet tulee myös aina räätälöidä jokaiselle yhteisölle sopiviksi, jotta toimilla saavutettaisiin mahdollisimman suuri hyöty (Eisenberg ym. 2004).

Diehrin ym. (2011) artikkelissa todettiin Sosiaalisen markkinoiden interventioiden, jotka hyödyntävät primaari ja sekundaari preventioita ja joiden toimet ovat kohdennettu muutosvaihe-mallin mukaisesti ei koskaan polttaneisiin ja ylläpitovaiheessa tai toimintavaiheessa oleviin segmentteihin, saavuttivat korkeimmat tupakoimattomuuden elinajanodotteet. Tutkimuksessa todetaan, että vaikka yksittäisen tupakoijan näkökulmasta tehokkainta olisi, jos hän lopettaisi tupakoinnin, niin suurin hyöty kansanterveyden näkökulmasta saavutetaan interventioilla, joiden kohderyhmänä ovat tupakoimattomat (Diehr ym. 2011). Tämän artikkelin tulosten perusteella kansanterveydellisesti suurin hyöty saavutettaisiin, kun Sosiaalisen markkinoinnin keinoin pyritään vahvistamaan yksilöitä, jotka ovat jo omaksuneet halutun käytöksen eli tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttämättömyyden.

4 ASIAKASLÄHTÖISYYS – NUORTEN ANTAMIA MERKITYKSIÄ TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖLLE

Sosiaalisessa markkinoinnissa keskeistä on pyrkimys ymmärtää, miksi nuoret käyttävät tuotteita; mitkä ovat mahdolliset motiivit, asenteet ja esteet käytön taustalla (Sosiaalisen markkinoinnin ABC). Nuorten antamia merkityksiä, asenteita, kokemuksia ja motivaatioita tupakka- ja nikotiinituotteiden käytölle ja sen lopettamiselle selvitettiin systemaattisen tiedonhaun kautta, joka toteutettiin kesäkuussa 2016. Teoriaosuuden kautta rakennettiin pohjaa Sosiaalisen markkinoinnin asiakasymmärrykselle. Tiedonhaussa tehtiin kaksi erillistä hakua (liite 3): ensimmäinen haku liittyen tupakointiin ja toinen muihin tupakkatuotteisiin. Ensimmäisen haun tuloksena löytyi yhteensä 8 artikkelia (liite 4) ja toisen haun tuloksena 5 artikkelia (liite 5). Manuaalisen lisähaun kautta löytyi 1 laadullinen tutkimus nimeltä Ei pala, palaa, ei pala (Puuronen 2012).

4.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön vaikuttavat tiedot ja asenteet

Tiedon määrällä tupakkatuotteiden käytön vaaroista ei todettu olevan vaikutusta tulevaan tuotteiden käyttöön, vaan tiedon lisäämisellä oli vaikutusta ainoastaan silloin, jos tietoa ei ennestään ollut (Rosendahl ym. 2015). Tutkimuksessa kuitenkin todettiin, että tiedon lisäämisellä tupakkatuotteiden riippuvuutta aiheuttavista tekijöistä saattaa olla vaikutusta tulevaan käyttöön (Rosendahl ym. 2005). Vaikka tietämyksellä ei ole aina suoraa vaikutusta käytökseen, on sillä kuitenkin vahva yhteys tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön liittyviin asenteisiin (Piltzerin 2003). Positiivisten asenteiden on todettu taas myötävaikuttavan satunnaisesti polttavilla siihen, että he alkavat polttaa säännöllisesti ja positiiviset asenteet myös lisääntyivät, mitä pidempi tupakointihistoria nuorella oli ja mitä useammin nuori poltti (Carpenter ym. 2009).

Asenteet ja mielikuvat tupakointia kohtaan olivat myönteisempiä tupakoivilla kuin tupakoimattomilla nuorilla, ja jo satunnaisella polttamisella (1-2 päivää kuukaudessa) todettiin olevan yhteys myönteisempiin näkemyksiin (Carpenter ym. 2009). Positiivisempiin asenteisiin vaikutti Loken ja Wongin (2010) mukaan myös nuoren omien vanhempien tupakointi. Nuorilla, joiden vanhemmat tupakoivat, oli selvästi positiivisempi kuva tupakoinnista kuin tupakoimattomien

vanhempien lapsilla, ja tupakoimattomien vanhempien lapset olivat myös tietoisempia tupakoinnin terveyshaitoista ja sen aiheuttamasta riippuvuudesta kuin tupakoivien vanhempien lapset (Loke & Wong 2010).

Nuorilla oikeuttamisuskomukset, joiden avulla nuori pyrkii järkeistämään ja oikeuttamaan itselleen oman tupakointinsa, ovat hyvin vahvoja ja vahvempia kuin aikuisilla (Kleinjan ym. 2009). Tupakoivat nuoret uskoivat harvemmin, että tupakkaan voi jäädä yhtä helposti riippuvaiseksi kuin muihin huumeisiin, ja että 1-5 tupakkaa päivässä olisi vahingollista terveydelle (Carpenter ym. 2009). Oikeuttamisuskomusten avulla nuoret pyrkivät kieltämään esimerkiksi tiedollisen ristiriidan liittyen terveyshaittoihin vähättelemällä tupakasta johtuvia terveyshaittoja omassa elämässään ja sallivat näin itselleen polttamisen (Kleinjan ym. 2009). Suurin osa esimerkiksi nuuskan käyttäjistä uskoi nuuskan olevan turvallisempi käyttää kuin tupakointi (Piltzer 2003), ja mitä vaarattomampana nuoret nuuskaa pitivät, sitä todennäköisemmin he käyttivät nuuskaa seuraavan puolen vuoden aikana (Larsen ym. 2011). Lisäksi tupakoivat nuoret uskoivat, että tupakoivilla nuorilla on enemmän ystäviä, tupakointi on ”siistiä” ja on turvallista polttaa muutama vuosi ennen lopettamista (Carpenter ym. 2009).

Tupakoivat nuoret kokivat olevansa riippuvaisia tupakasta niin fyysisesti kuin psyykkisesti, vaikka monet heistä ymmärsivät fyysisen riippuvuuden merkityksen vasta koettuaan oireet (McVea ym. 2009). Heidän kokemukset fyysisestä riippuvuudesta sisälsivät tunteet nikotiinin puutteesta johtuvasta unettomuudesta, hermostuneisuudesta, ärtyneisyydestä ja emotionaalista herkkyydestä. Psyykkinen riippuvuus ilmeni nuorilla siinä, että monella heistä tupakointi kuului jo vahvasti arjen rutiineihin ja rutiineiden rikkominen koettiin hyvin vaikeaksi – nuoret kokivat olevansa hukassa, jos totuttuun rutiiniin tuli muutoksia (McVea ym. 2009).

4.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön aloittaminen

Eri tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöille on samankaltaisia ennustavia tekijöitä (Horn ym. 2000). Pääsyyt nuorten tupakoinnille olivat stressi, tylsyys ja sosiaalinen vaikutus, kuten sosiaalinen paine ja muiden ympärillä olevien tupakointi (Cosh ym. 2015), sekä uteliaisuus, ongelmat kotona tai koulussa ja hauskan pitäminen (Loke & Wong 2010). Savuttomien tupakkatuotteiden, kuten nuuskan, käytön syitä olivat ystävien ja sisarusten nuuskan käyttö sekä positiiviset

asenteet nuuskan käyttöä kohtaan (Horn ym. 2000). Lisäksi nuuskan käytön syitä olivat erityisesti nautinto, rentoutuminen, ystävien odotukset sekä lääkinnälliset ja rituaaliset syyt (Peltzer 2003). Esteettisillä syillä, kuten aknella ja painon nousulla ei näyttänyt olevan vaikutusta tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön (Rosendahl ym. 2005). Tuotteiden yhteiskäytön syitä olivat ystävien ja sisarusten käytön ja positiivisten asenteiden lisäksi perheongelmat ja riittämätön tieto käytön vaaroista, ja yhteiskäytön vahvin ennustaja oli miessukupuoli (Horn ym. 2000).

Nuoret, jotka kokivat, että tupakointi voi parantaa heidän sosiaalista imagoaan ja helpottaa heidän murheitaan ja stressiä, polttivat todennäköisemmin, heillä oli positiivisemmat asenteet omaa tupakointia kohtaan, he osoittivat voimakkaampaa aikomusta polttaa ja he olivat heikompia ikätovereiden luomalle paineelle polttaa (Chang ym. 2009). Tupakointi nähtiin keinona hallita stressaavia tilanteita ja pyrkimyksenä rentoutua ja rauhoittua (Chang ym. 2009; Cosh ym. 2015). Nuorille tupakointi oli yksi tärkeä tunteiden hallintakeino (Chang ym. 2009), ja stressi näyttäisi olevan yksi pääsyy nuorten tupakoinnille sekä syy retkahduksiin lopettamisprosessissa (Cosh ym. 2015). Nuoret, jotka uskoivat, että tupakointi voi tarjota heille mielialan nousun ja helpottaa stressiä, polttivatkin todennäköisemmin (Chang ym. 2009).

Suurin osa tupakoivien nuorten perheistä ja ystäivistä myös tupakoi, ja nuoret tupakoivat yleisimmin perheen ja ystävien seurassa (Cosh ym. 2015). Vanhemmat toimivat tupakointikäyttäytymisessä roolimalleina ja nuoret oppivat tupakoinnin vanhemmiltaan mallioppimisen kautta (Loke & Wong 2010). Nuoret, jotka raportoivat perheenjäsenten tai ystävien käyttävän nuuskaa, käyttivät sitä todennäköisemmin myös itse (Peltzer 2003). Vanhempien nuuskan käyttö näyttäisi ennustavan nuorten nuuskan käyttöä ja erityisesti isän nuuskan käyttö oli yhteydessä poikien nuuskan käyttöön (Rosendahl ym. 2016). Tupakoivien vanhempien lapset ystäväystyivät myös todennäköisemmin tupakoivien ikätovereiden kanssa (Loke & Wong 2010).

Nuorilla vertaispaine oli yksi merkittävimmistä syistä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön aloittamiselle ja toisaalta este lopettamiselle (Horn ym. 2000; Peltzer 2003; Rosendahl ym. 2005; Chang 2009; Loke & Wong 2010; Cosh ym. 2015) Ikätovereiden vaikutuksella oli erityisesti merkitystä tupakoinnin aloittamisessa ja jatkumisessa (Cosh ym. 2015). Motivaatio tupakointiin oli pyrkimys parantaa sosiaalista imagoa ja tulla sosiaalisesti hyväksytyksi (Chang ym. 2009). Paine ja halu kuulua joukkoon ja olla hyväksytty olivat merkittäviä nuorten luettelamia syitä tupakoinnille (Cosh ym. 2015). Tupakoivat nuoret uskoivat, että tupakointi auttaa heitä olemaan sosiaalisesti hyväksytympiä ja seurustelemaan paremmin ikätovereiden kanssa

(Chang ym. 2009). Suurin osa nuorista, jotka olivat kokeilleet tupakkaa, olivat saaneet ensimmäisen tupakka- ja nikotiinituotteensa ikätovereiltaan (Peltzer 2003; Loke & Wong 2010). Uskomuksella, että tupakointi voi vähentää vaivautuneisuutta sosiaalisissa tilanteissa ei kuitenkaan vaikuttanut merkittävästi tupakointiin liittyviin asenteisiin tai käytökseen (Chang ym. 2009).

4.3 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettaminen

Nuoret kuvailivat lopettamista hyvin vaikeaksi, ja riippuvuudesta eroon pääseminen vaati heiltä paljon panostusta (McVea ym. 2009). Vaikka melkein kaikki tupakoivista nuorista raportoivat haluavansa lopettaa ja yli puolet yrittivät lopettaa, niin silti suurin osa nuorista siinä epäonnistui, ja lopettamisyrityksiä olikin suurimmalla osalla useampia (Albayrak ja Ergun 2015). Monet nuoret kokivat ristiriitaisia tunteita käyttäytymisen muutosta kohtaan, koska heidän epäröinti halun jatkaa tupakointia ja tarpeen lopettaa tupakointi välillä, aiheutti jännitteitä heidän elämässä – ristiriidasta ylipääseminen oli kuitenkin keskeistä onnistuneessa lopettamisessa (McVea ym. 2009).

Tupakoinnin lopettamisen ennustavia tekijöitä olivat nikotiiniriippuvuus, tupakoinnin määrä, syyt lopettaa, sosiaalinen konteksti, lopettamisen strategiat, oma motivaatio ja oikeuttamiskomukset (Carpenter ym. 2009; Kleinjan ym. 2009; McVea ym. 2009). Nuoren tupakoinnin määrän lisääntyessä halu lopettaa pieneni ja aikomukset polttaa tulevaisuudessa lisääntyivät (Carpenter ym. 2009; Albayrak & Ergun 2015). Harvemmin polttavat osoittivat tutkimuksessa useammin halua lopettaa kuin päivittäin polttavat, ja heillä oli useampia yrityksiä lopettaa, ja harvemmin polttavilla nuorilla oli myös vahvempi luottamus omiin kykyihin lopettaa (Carpenter ym. 2009).

Nuoret, jotka olivat hyvin motivoituneita lopettamaan, usein siinä myös onnistuivat (McVea ym. 2009). Osalla tupakoivista nuorista ei kuitenkaan ollut haluja tai motivaatiota lopettaa (Sharma & Szatkowski 2014; Cosh ym. 2015). Vaikka nuoret tunnistivat erilaisia motivaatiotekijöitä, eivät he kuitenkaan aina olleet motivoituneita lopettamaan ainoastaan näistä syistä (McVea ym. 2009). Nuorilla, jotka kokivat lopettamisen olevan kaukana tulevaisuudessa, oli pienempi motivaatio lopettaa ja monet lopettamista miettineet nuoret kuvailivat lopettamisen tapahtuvan joskus tulevaisuudessa, kun heillä oli mahdollisesti jotain sairauksia (Cosh ym.

2015). Onnistuneella lopettajalla motivaatio rakentui tekijöistä, jotka tapahtuivat välittömästi ja vaikuttivat tunnetasolla ja niitä ei voinut välttää tai sivuuttaa (McVea ym. 2009).

Oma motivaatio oli avain onnistuneeseen lopettamiseen, ja onnistuneet lopettajat käyttivät hyödykseen useampaa lopettamisen strategiaa (McVea ym. 2009). Lisäksi nuoriin vaikutti ensisijaisesti emotionaaliset motiivit, eikä niinkään analyyttiset ja loogiset perustelut (McVea ym. 2009). Nuorten motivaatioon lopettaa tupakointi vaikutti heidän oikeuttamissuhteensa – erityisesti uskomukset, joilla vähätellään terveyden arvoa ja siirretään vastuu terveydestä toisille, oli erittäin negatiivinen vaikutus lopettamiseen (Kleinjan ym. 2009). Tupakoivat nuoret harvoin miettivät käytön aikana tupakoinnin hyötyjä ja haittoja, mutta lopettamisen yhteydessä he joutuvat jatkuvasti punnitsemaan hyötyjen ja uhrausten suhdetta (McVea ym. 2009).

4.3.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamista tukevat tekijät

Yksi keskeisin tekijä lopettaa tupakointi oli tutkimusten mukaan terveydelliset syyt, jotka jaettiin lyhyen ja pitkän aikavälin terveysterveysvaikutuksiin (Chang 2009; McVea ym. 2009; Cosh ym. 2015). Nuorten keskuudessa huoli lyhyen aikavälin haitallisista terveysterveysvaikutuksista todettiin suuremmaksi motivaatioksi lopettaa kuin huoli pitkän aikavälin terveyshaitoista (Chang 2009). Pitkän aikavälin terveysongelmiksi nuoret mainitsevat muun muassa keuhkosityövän, keuhko-ahtaumataudin ja muuten yleisellä tasolla totesivat, että jossain vaiheessa he johonkin tautiin sairastuvat, ja esimerkiksi pelkoa tulevasta syövästä pidettiin yhtenä motivaationa lopettaa tulevaisuudessa (McVea ym. 2009).

Nuoret, jotka miettivät lyhyen aikavälin terveysterveysvaikutuksia, olivat todennäköisemmin polttamatta, heillä oli negatiivisempi asenne tupakointiin ja vähäisempi aikomus polttaa (Chang 2009). Suurin osa tupakoivista nuorista tunnisti jo itsessään tupakasta johtuvia lyhyen aikavälin terveyshaittoja, joista suurin osa liittyi keuhkojen toimintaan, ja näitä olivat yskiminen, astman pahentuminen ja hengen ahdistus (McVea ym. 2009). Muita lyhyen aikavälin terveysterveysvaikutuksia olivat muun muassa pahanhajuinen hengitys ja kehon haju (Chang 2009). Lisäksi nuoret kokivat, että heidän fyysinen kestäväyytensä urheilussa, vapaa-ajan vietossa ja arkisissa askareissa, kuten luokkaan kävelyssä, olivat huonontuneet (McVea ym. 2009).

Terveydellisten syiden lisäksi tupakoinnin lopettamisen motiiveiksi nousi myös tupakan hinta (Coshin ym. 2015). Nuoret kokivat tupakoinnin olevan rahojen tuhlausta (McVea ym. 2009) ja tupakan hinnan nousu voisi saada nuoret jopa lopettamaan tupakoinnin, vaikka yleensä ylimääräiset rahat käytettiin tupakkaan (Coshin ym. 2015).

McVeanin ym. (2009) tutkimuksen vastaajista kaikki luettelivat motiiviksi tupakoinnin hankalutta tuovat tekijät. He kokivat hankalaksi suunnitella tupakointitaukoja kesken oppituntien tai paikoissa, joissa tupakointi ei ollut sallittua. Lopettamisen motivaationa pidettiin lisäksi sitä, jos ei tupakoinnin takia voinut osallistua johonkin mieleiseen aktiviteettiin (McVea ym. 2009). Nuorten miesten keskuudessa urheilu mainittiin yhtenä motiivina lopettaa ja he puhuivat lopettamisesta saavuttaakseen paremman fyysisen kunnon ja keuhkojen toiminnan sekä yleisen terveyden (Coshin ym. 2015). Myös esteettiset syyt nousivat keskeisiksi motivaatiotekijöiksi – nuoret kokivat tupakoinnin tekevän heistä vähemmän viehättäviä esimerkiksi epämiellyttävän hajun takia (McVea ym. 2009). Myös raskaus ja/tai oman lapsen saaminen mainittiin syiksi lopettaa (Coshin ym. 2015).

Kaikilla tupakoinnin lopettamisessa onnistuneilla oli tupakoimattomia kavereita ja he kuvailivat ystävyysuhteita tupakoimattomiin ystäviin hyvin merkityksellisiksi tekijöiksi lopettamisessa ja ystävien takia nuoret olivat valmiita muuttamaan käytöstään (McVea ym. 2009). Tupakoimattomien ystävien ja tyttö- tai poikaystävän antama motivaatio ja tuki koettiin erittäin tärkeiksi onnistuneessa lopettamisessa (Chang 2009; McVea ym. 2009). Ystävyysuhteet vaikuttivat lopettamiseen neljällä eri ulottuvuudella, joita olivat tupakoimattomien läsnäolo kaveriporukassa, ikätovereista muodostuneen ryhmän halu sallia erilaisuus tupakointikäyttäytymisessä sekä houkuttelu ja tuki (McVea ym. 2009).

Nuorilla, jotka olivat onnistuneet lopettamaan tupakoinnin, vanhemmat olivat olleet tukemassa lopettamista, jakaneet omia lopettamisen kokemuksia ja kannustaneet ja antaneet positiivista palautetta tupakoimattomuudesta (McVea ym. 2009). Vanhempien ja perheen tuki koettiin tärkeäksi tupakoinnin lopettamisessa (McVea ym. (2009; Coshin ym. 2015). Lapsen ja vanhemman suhteen läheisyydellä oli positiivinen merkitys lopettamisessa – pelkkä painostus lopettamiseen ei auta, vaan nuoret kaipasivat vanhemmiltaan empatiaa, ymmärrystä ja konkreettista tukea (McVea ym. 2009).

4.3.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen esteet

Keskeisiä tupakoinnin lopettamisen esteitä olivat sosiaalinen vaikutus, lopettaminen nähtiin kaukaisena tapahtumana ja haluttomuus hakea lopettamisen tukea sekä tylsyys (Cosh ym. 2015).

Nuoret, jotka kokivat, ettei heillä ole ketään, joka kannustaisi heitä lopettamaan raportoivat useammin, ettei heillä ole ollut yrityksiä lopettaa (Sharman & Szatkowski (2014). Osa nuorista koki, että perhe ja ystävät vain harvoin tarjosivat apua lopettamisprosessissa ja erityisesti tupakoivilla kavereilla ei todettu olevan positiivista vaikutusta lopettamiseen (McVea ym. 2009). Sosiaalinen vaikutus, johon kuului läheisiltä saaman tuen puute sekä muiden ympärillä olevien tupakointi nähtiin yleisimmiksi esteiksi lopettaa (Cosh ym. 2015). Ryhmät, joissa tupakointi kuului vahvasti ryhmän identiteettiin, sietivät epätodennäköisemmin tupakoinnin lopettamista, ja tällaisen ryhmän nuoret eivät tarjonneet tukea lopettamisessa, vaan aiheuttivat houkutuksia esimerkiksi polttamalla lopettajan edessä tai tarjoamalla hänelle tupakkaa (McVea ym. (2009). Nuorille, jotka olivat yrittäneet lopettaa tai ajattelivat lopettamista, oleminen muiden tupakoivien seurassa ja tupakan savun haistaminen nähtiinkin olevan erityisen vaikeaa ja laukaista tupakan himon (Cosh ym. 2015).

Nuoret, jotka eivät olleet saaneet mitään neuvoja lopettamiseen tai jos he eivät olleet kokeneet lopettamisen tukea hyödylliseksi, raportoivat yli kaksi kertaa todennäköisemmin, ettei heillä ole ollut lopettamisyrityksiä verrattuna niihin, jotka raportoivat saaneensa hyödyllistä tukea (Sharma & Szatkowski 2014). Coshin ym. (2015) tutkimuksen mukaan suurin osa nuorista oli haluttomia hakemaan apua lopettamiselle, koska eivät tieneet mitä siellä tapahtuisi, he eivät kokeneet haluavansa lopettaa tai he kokivat, että palvelut ovat tarkoitettu tupakasta erittäin riippuvaisille. Kuitenkin suurin osa nuorista, jotka olivat kokeilleet nikotiinikorvaushoitoa, olivat olleet siihen tyytyväisiä. (Cosh ym. 2015).

Vaikka tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön terveysvaikutukset nähtiin motiivina lopettaa, oli nuorten ne myös helppo sivuuttaa (Chang 2009; Cosh ym. 2015; McVea ym. 2009). Nuoret, jotka raportoivat oman terveytensä olevan hyvä tai erittäin hyvä raportoivat useammin, ettei heillä ole ollut yrityksiä lopettaa (Sharman & Szatkowski 2014). Uskomisella mahdollisiin pitkän aikavälin terveysvaikutuksiin, ei Changin (2009) tutkimuksen mukaan ollut vaikutusta siihen, miten nuoret näkivät tupakoinnin tämän hetken elämässään. Pitkän aikavälin terveyshaitat

eivät olleet riittävä syy lopettaa, koska nuorten oli vaikea samaistua ihmiseen, joka on vanhempi ja kuolemassa syöpään (McVea ym. 2009). Coshin ym. (2009) tutkimuksen tulokset vahvistavat tätä näkemystä. Heidän mukaansa tupakointi ilmenee nuorten puheessa ikään kuin asiana, jota tehdään nuorina, mutta vanhempana, kun on lapsiakin, niin silloin lopettaminen on vasta tärkeää ja välttämätöntä (Cosh ym. 2015). Lisäksi lyhyen aikavälin terveyshaitat olivat usein helposti sivuutettavissa, koska useat välittömistä terveyshaitoista olivat ajoittaisia tai liittyivät vain tiettyyn tilanteeseen (McVea ym. 2009).

5 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tämä pro gradu -tutkielma toteutettiin osana Syöpäjärjestöjen toteuttamaa Nikotiiniton amis -hanketta ja sen taustalla on Sosiaalisen markkinoinnin terveyden edistämisen malli. Tutkielman tarkoituksena oli selvittää ammattikoulussa autolinjalla opiskelevien nuorten käsityksiä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä sekä heidän sille antamiaan merkityksiä, koska ne antavat pohjan Sosiaalisen markkinoinnin asiakasymmärrykselle. Tavoitteena oli tulosten pohjalta selvittää vaihtokaupan teorian toteutumista niin, että nuoret joko lopettaisivat tupakoinnin tai eivät aloittaisi tupakointia ollenkaan.

Tutkimuskysymykset:

- Mitä tupakointi ja nikotiinituotteiden käyttö merkitsevät autoalan opiskelijoille?
- Miten nuoret näkevät tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön tulevassa ammatissa?
- Miten nuoret kuvailevat tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamista tukevia ja estäviä tekijöitä?
- Mihin autoalan opiskelijat olisivat valmiita vaihtamaan tupakoinnin ja nikotiinituotteiden käytön?

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkielmassa pyrittiin empiirisen havainnoinnin, teoreettisen tiedon ja ryhmähaastattelujen pohjalta luomaan syvempi ymmärrys kohderyhmän käyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä. Peilaamalla ilmiötä eri kulmilta, saavutettiin kokonaisvaltainen ja syvälinen ymmärrys ilmiöstä (Kananen 2014, 28). Sosiaalisen markkinoinnin mallin mukaan asiakasymmärryksen vaiheen tulee sisältää erilaisia tutkimusmenetelmiä kuten suoran kohdejoukon tutkimisen, havainnoinnin, tietojen keräämisen olemassa olevista tutkimuksista sekä kohdejoukon tuntevien tai heihin vaikuttavien ihmisten ymmärryksen hyödyntämisen (French ym. 2011). Ennen varsinaista aineistonkeruuta ilmiötä havainnoitiin oppilaitosympäristössä, koska laadullisessa tutkimuksessa halutessa ymmärtää ilmiötä kokonaisuutena, on sosiaalisen ympäristön kuvailu ja tulkinta välttämätöntä, jotta voidaan ymmärtää, mitä haastatteluissa on todella sanottu (Patton 2002, 59). Havainnoinnin aikana päästiin tutustumaan haastateltaviin nuoriin paremmin sekä näkemään, miten tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö ilmenee koulupäivän aikana. Konteksti tarjoaakin ymmärryksen siitä, miksi yksilö toimii, kuten toimii, ja laadullinen tutkimus korostaakin kontekstin olevan välttämätön pyrkimyksessä ymmärtää (Patton 2002, 63).

Tein havainnointia kolmen päivän ajan (25.4-27.4.2016) Espoon ammattiopisto Omnia Suomenojan toimipisteessä. Havainnoin tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöä halliopetuksen aikana. Havainnoinnin tarkoituksena oli pyrkiä ymmärtämään ilmiön rakenne, toiminta ja prosessi, mikä onnistuu ainoastaan havainnoinnin kautta (Kananen 2014, 27-50). Havainnoidesani tarkkailin niin ulkopuolisena kuin kysellen ja jutellen opiskelijoiden sekä henkilökunnan kanssa, koska kahden eri elämysmaailman rinnakkain asettaminen tuottaa laajempia tulkintoja ja tutkimusaineistosta saa kiinnostavamman (Aarnos 2001). Havainnoin erityisesti sitä, miten tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö ilmenee koulupäivän aikana, miten siitä puhutaan ja miten opettajat ja henkilökunta siihen reagoivat. Kokonaisuudessaan havainnoin tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttökulttuuria. Havainnoinnin aikana sain olla mukana kokemassa ilmiötä ja näin oli mahdollisuus tavoittaa ilmiö autenttisenä (Kananen 2014, 51). Pidin havainnoinnin yhteydessä päiväkirjaa, johon kirjoitin opiskelijoiden kommentteja sekä omia havaintojani. Päiväkirjamerkinnoistani kirjoitin tiivistelmän tutkielmaani (liite 6). Koska havainnointi toteutui hyvin lyhyellä ajanjaksolla, toimii se tutkielmassa ainoastaan ryhmähaastattelujen ja ilmiön ymmärtämisen tukena ei erillisenä tutkimusmenetelmänä.

Ennakkokäsitykseni tutkittavasta ilmiöstä, eli ammattioppilaitoksissa opiskelevien tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä, olivat melko vahvat jo ennen pro gradu -tutkielman aloittamista. Sairaanhoidajan (AMK) ammattini pohjalta minulle oli selkeää tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä aiheutuvat terveydelliset haitat. Nykyisten pääaineopintojen aikana minulle oli muodostunut käsitys siitä, miten sosioekonominen asema voi vaikuttaa terveyteen ja miten tupakka on yksi keskeinen terveyseroja aiheuttava tekijä. Koen tärkeäksi, että terveyden edistämisen toimia kohdennetaan väestöryhmiin, joilla on suurempi riski erilaisten terveyshaittojen kasaantumiseen. Erityisen tärkeäksi ryhmäksi koen ammatillisissa oppilaitoksissa opiskelevat nuoret, koska he valmistuvat alhaisempiin sosioekonomisiin ammatteihin, ja heillä tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö on ennakkokäsitykseni mukaan yleisempää kuin lukiossa opiskelevilla. Koin aiheen hyvin tärkeäksi, koska vaikuttamalla tupakoinnin ehkäisyyn ja lopettamiseen juuri ammattikouluissa, voidaan kaventaa myös terveyseroja. En ole aikaisemmin ollut tekemisissä ammattikoululaisten kanssa, joten nuorten maailma oli itselleni melko tuntematon. Lisäksi autoalalla opiskelevien nuorten maailma ja kiinnostuksenkohteet olivat hyvin vieraita.

6.1 Tutkimusaineisto

Pro gradu -tutkielman aineisto kerättiin Nikotiiniton amis -hankkeen taustaselvityksen yhteydessä. Aineisto kerättiin kevään 2016 aikana Espoon ammattiopisto Omnian autoalan opiskelijoilta.

Yhteensä haastateltavia oli kuusitoista; poikia (n=15) ja tyttöjä (n=1). Ryhmiin otettiin tupakka- ja nikotiinituotteita käyttäviä (n=14) sekä nuoria, jotka eivät olleet koskaan tuotteita käyttäneet (n=2). Haastateltavat olivat iältään 16–21 -vuotiaita (keski-ikä 17.6). Suurin osa (n=14) haastateltavista käytti tupakka- ja nikotiinituotteita päivittäin ja yleisin käytettävä tuote oli tupakka. Ainoastaan yksi tuotteita käyttävistä harkitsi lopettamista. Haastateltavista vain kaksi ei käyttänyt tuotteita ollenkaan. Suurin osa tupakoivista oli aloittanut säännöllisen tupakoinnin yläkoulussa, mutta muutama jo alakoulussa. Nuuskan käytön tutkittavat olivat aloittaneet selvästi vanhempana. Haastateltavista ensimmäisen vuoden opiskelijoita oli viisi, toisen vuoden opiskelijoita 10 ja kolmannen vuoden opiskelijoita 1. Haastateltavien nuorten kiinnostuksen kohteisiin kuuluivat vahvasti mopot, moottoripyörät sekä autot. Suurin osa nuorista kertoi korjaillevansa ja laittavansa mopoja ja autoja myös vapaa-ajalla, ja niillä ajelu kuului isona osana

nuorten vapaa-aikaan. Monilla myös kavereiden kanssa ajan viettäminen ja tietokone- ja rahapeliä pelaaminen olivat osana arkea. Osa nuorista nautti myös seurata urheilua, kuten jääkiekkoa televisiosta. Myös vastakkainen sukupuoli oli monella merkittävässä osassa kiinnostuksen kohteita ja haastatteluissa keskustelu kääntyikin usein vastakkaiseen sukupuoleen.

Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin ryhmähaastattelua. Ryhmähaastatteluihin päädyttiin, koska aiempien tutkimusten mukaan tupakointi kuului nuorilla vahvasti sosiaalisiin konteksteihin ja tutkittavia nuoria yhdisti samanlainen sosiaalinen kulttuuri. Kulttuuri ymmärretään tutkielmassa ihmisten muodostamaksi ryhmäksi, joka sisältää ryhmän toiminnan ja käytänteet (Kananen 2014, 53). Ryhmähaastattelu on myös yleisesti terveystieteellisessä tutkimuksessa käytetty aineistonkeruumenetelmä (Pietilä 2010). Ryhmähaastattelujen rekrytointi tehtiin tutkimusympäristön havainnoinnin yhteydessä kasvokkain. Jokaiselle haastatteluun osallistuvalla alaikäiselle nuorelle annettiin kotiin huoltajille vietävä infokirje (liite 7), kutsu haastatteluun (liite 8) sekä suostumuslomake (liite 9). Ryhmähaastatteluihin rekrytoitiin myös kaksi varahenkilöä. Henkilökohtaisella rekrytoinnilla haluttiin luoda jo ensikontakti nuoriin. Hirsjärvi ja Hurme (2008,132) korostavat, että nuoria tutkittaessa on erityisen tärkeää panostaa heidän sitouttamiseen tutkimukseen.

Ryhmähaastattelut toteutettiin autoalan opiskelijoille 9.-10.5.2016 koulupäivän aikana, oppilaitoksen tiloissa. Yhteensä ryhmähaastatteluja oli kaksi, joista ensimmäisessä oli 9 opiskelijaa ja toisessa 7. Ensimmäinen haastattelu kesti 1h 35 min ja toinen 1 h 24 min. Haastattelut nauhoitettiin digitaalisella nauhurilla ja litteroitiin sanasta sanaan, tavoitteena oli huomioida myös täytesanat. Nauhoja kuunneltiin useamman kerran läpi ja litterointeja pyrittiin korjaamaan tarpeen mukaan. Aineistoa kertyi yhteensä 120 sivua kirjasinkoolla 12 ja rivivälillä 1.

Haastattelutilanteessa tavoitteena oli, että tutkimuskysymysten muodostamien teemojen sisällä nuoret voisivat vapaasti keskustella aiheesta ja haastattelijan roolina olisi toimia keskustelun rakentajana, ohjailijana ja rohkaisijana (Pietilä 2010). Haastattelun alussa nuorille kerrottiin haastattelun tavoitteet ja sisältö, ja nuorille annettiin mahdollisuus kysyä haastatteluun liittyvistä asioista. Haastattelu aloitettiin kuvakollaasi -tehtävällä, jonka tavoitteena oli ymmärtää paremmin nuoren maailmaa ja heidän kiinnostuksen kohteita sekä tutustuminen heihin ja pyrkimys luoda avoin ja luottamuksellinen ilmapiiri haastattelutilanteeseen. Tehtävässä nuoret saivat leikata lehdistä mieleisiä kuvia, jotka kuvastivat parhaiten heidän kiinnostuksenkohteitaan tai vapaa-ajanviettotapojaan, ja liimata ne paperille. Tehtävän kautta pyrittiin saamaan tietoa

nuorten maailmasta, jotta Sosiaalisen markkinoinnin mukaisesti vaihtokauppaa mietittäessä voitaisiin tarjottavat tuotteet rakentaa nuorille mahdollisimman kiinnostaviksi. Tehtävän aikana nuoret saivat keskustella vapaasti. Jokaisen kuvakollaasi käytiin yksitellen läpi ja nuoret saivat kertoa kuvista haluamallaan tavalla.

Ryhmähaastatteluissa tutkittavaa ilmiötä lähestyttiin kolmen eri tehtävän kautta, joita täydennettiin haastatteluilla. Jokainen tehtävä vastasi yhteen tutkimuskysymykseen ja nämä muodostivat haastattelun teemat. Jokainen tehtävä toteutettiin samalla tavalla. Ensin nuorille kerrottiin tehtävän tarkoitus ja tämän jälkeen heille jaettiin tehtäväpaperi. Seuraavaksi nuorille kerrottiin tarkemmin tehtävänanto ja varmistettiin, että jokainen on ymmärtänyt tehtävänannon. Tämän jälkeen nuorille annettiin aikaa kirjoittaa tehtäväpaperiin haluamansa asiat. Nuorille annettiin myös lupa piirtää ja värittää paperiin haluamansa asiat. Työskentelyn aikana tutkija kuunteli nuorten keskustelua ja huomioi myös nämä keskustelut analyysissä. Kun jokainen oli saanut tehtävän valmiiksi, ne käytiin yksitellen läpi. Jokainen sai esitellä oman tuotoksensa, minkä jälkeen niistä keskusteltiin vielä yhdessä. Tässä vaiheessa tutkija esitti nuorille tarkentavia kysymyksiä ja toi esille nuorten vastauksissaan nostamia teemoja. Tehtäviin nuoret kirjoittivat asioita yhdellä sanalla, mutta yleisessä keskustelussa ja tarkentavien kysymysten kautta puhe oli monisanaisempaa.

Ensimmäisessä tehtävässä (liite 10) nuoret miettivät tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön ja käyttämättömyyden hyötyjä ja haittoja oman elämänsä kautta. Tämän tehtävän tavoitteena oli antaa pohjaa vaihtokaupan teorialle, jotta voidaan luoda vaihtokauppa, jossa halutun käytöksen omaksumisen hyödyt ovat haittoja suuremmat. Tupakka- ja nikotiinituotteita käyttämätön nuori pohti käyttämättömyyden hyötyjä omassa elämässään. Seuraavaksi nuoret saivat tehtäväkseen miettiä tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöä tulevan ammatin kautta, koska ammatillisissa oppilaitoksissa nuoret samaistuvat vahvasti myös tiettyyn ammattiin (Mikkonen & Tynkkynen 2010). Tehtävässä (liite 11) heille annettiin tupakoivaa ja tupakoimatonta ammattiedustajaa kuvaavat tikku-ukot, joiden ympärille he kirjoittivat asioita, jotka kuvaavat heidän mielestään parhaiten kyseistä edustajaa. Tehtävän kautta tavoitteena oli saada parempi ymmärrys nuorten käsityksistä ja asenteista ilmiötä kohtaan. Viimeisessä tehtävässä (liite 12) keskityttiin tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamiseen ja tuen tarpeeseen. Tämän tehtävän tavoitteena oli kartoittaa mahdollisia kilpailevia tekijöitä, jotka kilpailevat halutun käyttäytymismuutoksen kanssa. Tavoitteena oli myös kartoittaa tekijöitä ja asioita, jotka tukevat haluttua käytöstä.

6.2 Aineiston analyysimenetelmä ja analyysin toteutus

Tutkielmassa hyväksytään ymmärrys siitä, ettei teoria vastaa täydellisesti todellisuutta, mutta voi lähestyä sitä – tiedostaen, miten yksilöt antavat merkityksiä omille kokemuksilleen ja miten sosiaalinen konteksti vaikuttaa näihin kokemuksiin. Aineiston analyysimenetelmänä oli aineistolähtöinen sisällönanalyysi, jossa hyödynnettiin mukailien temaattista analyysiä. Alussa analyysi eteni mukailien Braunin ja Clarken (2006) artikkelissaan esittelemien temaattisen analyysin kuuden askeleen vaiheita, joita ovat aineistoon tutustuminen, alustavien koodien luominen, teemojen etsiminen, teemojen arviointi, teemojen määrittäminen ja nimeäminen ja raportin kirjoittaminen.

Analyysi alkoi jo haastattelutilanteissa, joissa esiin nousi tiettyjä teemoja, jotka toistuivat molemmissa haastatteluissa. Haastattelun jälkeen analyysi jatkui lukemalla ja kuuntelemalla aineistoa useita kertoja, jotta saatiin mahdollisimman kokonaisvaltainen ja kattava kuva aineistosta (Braun & Clark 2006; Tuomi & Sarajärvi 2009, 109). Lukemisen yhteydessä tehtiin muistiinpanoja ja kirjoitettiin ylös alustavia ajatuksia (Braun & Clark 2006). Seuraavaksi aineisto koodattiin systemaattisesti eli etsittiin tutkimuskysymysten kannalta merkityksellisiä tekstiosioita (Tuomi & Sarajärvi 2009, 109) eli merkitysyksiköitä. Merkitysyksiköllä tarkoitetaan sanaa, lausetta tai kappaletta, jotka liittyvät toisiinsa sisällön ja kontekstin kautta (Graneheim & Lundman 2004). Tässä aineistossa merkitysyksiköt saattoivat olla muutamasta sanasta useampiin lauseisiin, koska vastausten laajuus vaihteli aineistossa suuresti. Tämän jälkeen merkitysyksiköistä pyrittiin tunnistamaan merkitykselliset ilmaukset, jotka alleviivattiin ja koodattiin numeraalisesti. Autenttisista ilmauksista muodostettiin pelkistetyt ilmaukset, joita tuli yhteensä 468 kappaletta. Seuraavaksi pelkistetyt ilmaukset ryhmiteltiin alaluokkiin samankaltaisuutensa perusteella (Tuomi & Sarajärvi 2009, 110).

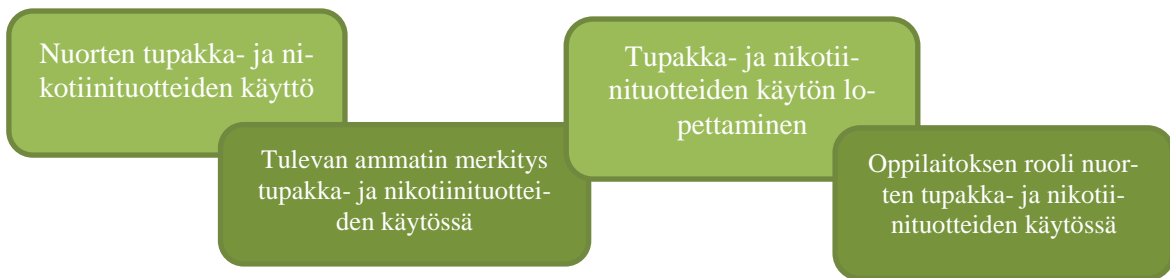
Aineistosta alettiin muodostaa analyysikehystä, joka muodostettiin koko aineistosta. Alaluokkia pelkistettyjen ilmausten ryhmittelyn seurauksena muodostui yhteensä 85. Alaluokista muodostettiin edelleen pääluokkia ja pääluokista alateemoja ja edelleen alateemoista pääteemoja (Tuomi & Sarajärvi 2009, 112). Aineistosta muodostui analyysikehys, joka on kokonaisuudessaan liitteenä (liite 13). Esimerkki aineiston pelkistyksestä ja luokittelusta esitellään taulukossa 1.

TAULUKKO 1. Esimerkki yhden alaluokan muodostumisesta

Alkuperäinen ilmaus	Pelkistetty ilmaus	Alaluokka
”Sit se on myös sosiaalista tiedätsä, silloin on helpompi niin kun jutella ihmisille.”	Tupakan avulla helpompi jutella ihmisille	Tupakointi tekee sosiaalisista tilanteista helpompia
”Kyllä siinä on pakko sanoa, että kyl on itekin aika monta uutta kaveria tullut pelkästään sillä, että on just mennyt röökille tai heittänyt jollekin röökin ja sit jäänyt jubaan tai jotain tällasta. Mut tommosissa niin ku tutustuu paljon ihmisiin.”	Auttaa tutustumaan uusiin ihmisiin	
”Joo, se on ihan totta. Kehittää sosiaalisia taitoja, etenkin jos ne röökaa, niin sit sä vaan siihen suoraan, tossa ja tulta ja mitä kuuluu ja blaablaablaa. Menee aina noin.”	Tupakointi kehittää sosiaalisia taitoja, kun voi sen turvin aloittaa keskustelun	
”Siinä syntyy semmosta juttua aina sitten vähän helpommin kuin, että istuis paikallaan jossain.”	Tupakalla on helpompi jutella	
H: ”Onks se siis helppo tapa tutustua?” V1: ”On” V2: ”On”	Tupakan avulla on helpompi tutustua uusiin ihmisiin	
”Ja sit just, et luo sosiaalisia kontakteja, kun vaan menee röökille, niin pyytää jonkun siihen kaveriks näin.”	Auttaa luomaan sosiaalisia kontakteja	

7 TUTKIMUSTULOKSET

Koska analyysikehys käsitti koko aineiston, kuvaa se itsessään jo hyvin nuorten tupakka- ja nikotiini tuotteiden käyttöä ja käytön lopettamista. Pääteemoja aineistosta muodostui neljä, jotka ovat 1 Nuorten tupakka- ja nikotiini tuotteiden käyttö, 2 Tulevan ammatin merkitys tupakka- ja nikotiini tuotteiden käytössä, 3 Tupakka- ja nikotiini tuotteiden käytön lopettaminen ja 4 Oppilaitoksen rooli nuorten tupakka- ja nikotiini tuotteiden käytössä (kuva 3).

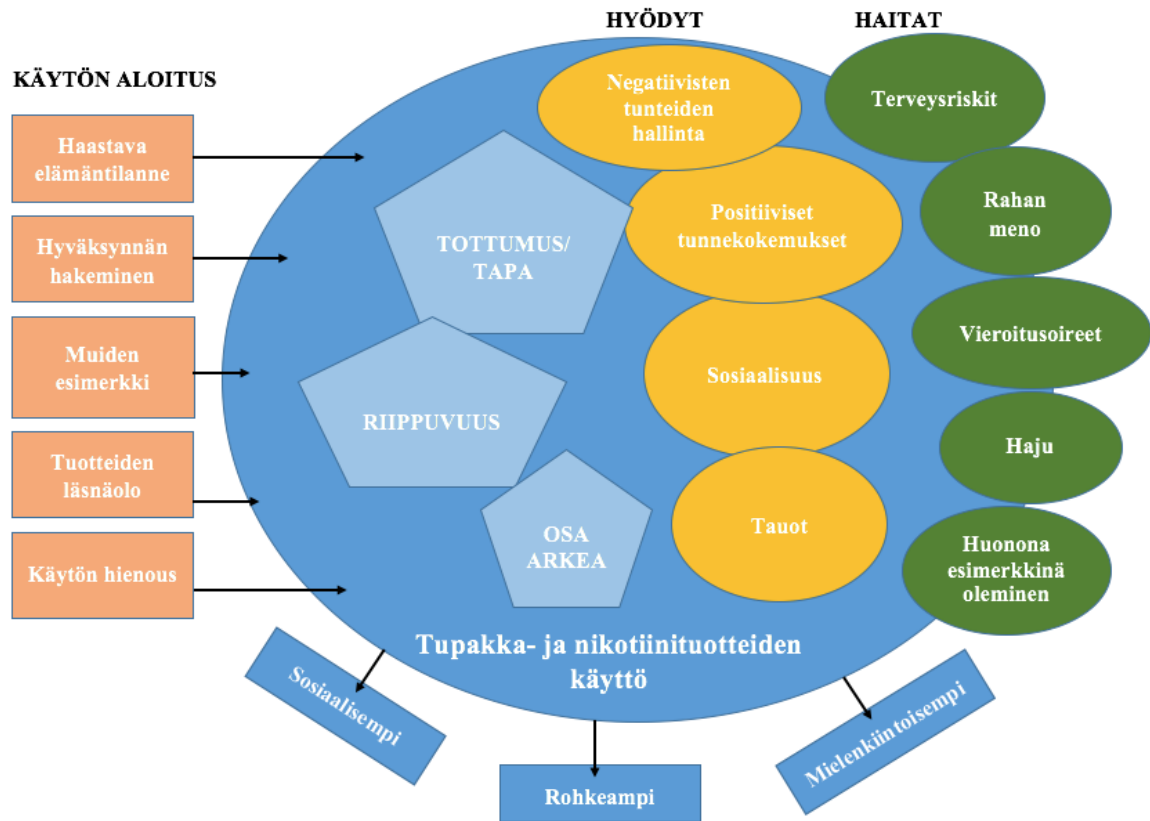


KUVA 3. Aineistosta muodostuneet teemat.

Seuraavassa avataan teemoja tarkemmin.

7.1 Tupakka- ja nikotiini tuotteiden käyttö nuorten elämässä

Nuoret tunnistivat hyvin oman polkunsä kokeilusta riippuvuuteen ja osasivat eritellä oman käytön aloituksen syitä sekä käytön merkitystä omassa arjessaan (kuva 4). Nuoret kokivat, että tupakka- ja nikotiini tuotteiden käyttö kuului jo osaksi heidän arkeaan. Nuoret pitivät käytön tuomia hyötyjä haittoja suurempina, mikä teki lopettamisesta vaikeaa.



KUVA 4. Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön aloittamiseen oli nuorilla vaikuttanut muun muassa haastava elämäntilanne ja halu näyttää ”kovalta jätkältä”. Nuoret kuvailivat, että aloittaessaan käytön elämäntilanne oli vaikea eikä oikein mikään sillä hetkellä kiinnostanut. Tupakointi toi tunteen kovuudesta, ja se oli nuorten mielestä hienoa. Miettiessä aloittaisivatko uudelleen, jos saisivat uuden mahdollisuuden päättää, he totesivat todennäköisesti aloittavansa, vaikka pitivät sitä typeränä päätöksenä.

”Koska sillon joskus nuorena poikana halus olla kova jätkä ja kokeilla tupakkaa. Ja sitten se on jäänyt koukkuun. Sit siitä tulee tapa. Ja sit siitä ei vaan pääse enää pois. Mäkin olin sillon pienenä poikana kova jätkä, kun oli nortti huulella. ”

”Se oli vähän se elämäntilanne sellanen, ei hirveesti kiinnostanu.”

”Luultavasti, jos palais takasin siihen samaan tilanteeseen, olisin ihan yhtä tyhmä ja alottaisin alusta. ”

Käytön aloittamiseen oli nuorten mielestä vaikuttanut voimakkaimmin muiden esimerkki ja se, että tupakka- ja nikotiinituotteita oli ollut lapsuudesta asti esillä. Suurin osa haastateltavien vanhemmista käytti tuotteita, ja he olivat tupakoineet sisätiloissa, kuten olohuoneessa, autossa ja kellarissa. Ensimmäiset nikotiinituotteet nuoret olivatkin saaneet yleisimmin perheenjäseniltä tai tutuilta. Tuotteita käyttävien nuorten kaveripiiristä melkein kaikki käyttivät myös tuotteita.

”Mut eiköhän se, ajattelee sitä, että kaikki meistä on varmaan ruvennu polttaan jonkun takia, että jos joku vanhempi polttaa tai tällei. Mäkin varmaan rupesin sen takia polttaan, kun mun faija poltti koko ajan autossa, kun mä olin jotain kuus-seittemänvuotias, kyl se vaikuttaa siihen aika paljon.”

”Sit sitä on ajatellu ite, että katos, faija on jättäny tohon pöydälle pari röökiä, että jos mä yhden kokeilen.”

Vaikka tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö kuului suurimman osan haastateltavista arkeen, ei se kuitenkaan ollut tärkeimmässä roolissa nuorten arjessa. Useampi nuori oli sitä mieltä, että heidän oli helppo olla päivän aikana ilman tupakka- ja nikotiinituotteita. Suurin osa käytöstä liittyi erilaisiin tottumuksiin ja tapoihin, kuten aamutupakka ja kahvitupakka. Nuoret liittivät käytön vahvasti tiettyihin tilanteisiin ja he kokivat, että heidän käytössään kyse oli enemmän tapa- kuin nikotiiniriippuvuudesta. Myös käytön määrä vaihteli nuorilla suuresti, riippuen ajasta ja paikasta. Nuoret polttivat selkeästi vähemmän kotona kuin esimerkiksi koulupäivän aikana. Nuoret kokivat, että päivän tärkein aika tuotteille on aamu, jolloin tarve on suurin. Aamulla nikotiinituotteen käyttö motivoi nuoria heräämään ja se vaikutti nuorten mielestä voimakkaimmin. Osan mielestä loppupäivän selviäisi ilman tuotteita, kuhan vain aamulla sai nikotiininoksen.

”No joo, ei se oikeestaan sillei, ei se tossa häiritse, kun ei se niinku oo elämän ykkösasia. Se nyt, sit se loppuu ajallaan, jos se loppuu. Jos se ei lopu, toivottavasti ei vaan se röökin niinkun polttaminen, niinkun se määrä ei kasvais, ettei rupee polttaan useimmin. Jos se pysyy tossa samoissa, niin ei se mua häiritse yhtään.”

”Ei kun en mä siis, mä en sillei tupakoi paljoa. Se vähän riippuu niinku aina, missä mä oon. Jos mä oon kotona vaikka koko päivän, niin saatan ehkä polttaa yhden tai kaks tupakkaa. Jos mä oon laittamassa vaikka prätäkää tai autoo, niin sit sitä menee reilusti enemmän. Se vaihtelee tosi paljon, että miten mulla menee tupakkaa. Keskimääräisesti ei mee paljon.”

7.1.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön koetut hyödyt ovat haittoja suurempia

Keskeisenä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön hyötynä nähtiin käytön tuoma sosiaalisuus. Kaikilla nuorilla käytön hyödyt liittyivät erityisesti tupakoinnin tarjoamaan sosiaaliseen hetkeen. Nuuskan käyttäjien keskuudessa sosiaalisuus ei samalla tavalla korostunut, mutta heidänkin kaveripiiristään suurin osa käytti jotain tupakka- ja nikotiinituotetta. Nuoret kokivat, että tupakointi tarjosi keinon luoda sosiaalisia kontakteja ja oli yhdistävänä tekijänä uusien tuttavuuksien kesken. Tupakka tarjosi nuorille yhteisen puheenaiheen ja sen turvin nuori pystyi menemään juttelemaan uusille ihmisille. Nuoret kokivat, että yhdessä tupakointi kehitti sosiaalisia taitoja ja helpotti sosiaalisia suhteita. Koulupäivän aikana nuoret lähtivät aina ryhmässä tupakalle. He pitivät outona, jos joku lähti esimerkiksi koulupäivän aikana tupakalle yksin, pyytämättä ketään mukaan. Osan mielestä tupakalle lähdettiin usein muiden takia, vaikka ei tekisi juuri silloin mieli tupakkaa. Tupakoimattomat lähtivät välillä mukaan tupakkapaikalle, koska eivät halunneet jäädä ulkopuolisiksi.

”Se on ihme runkkari, jos ei kutsu mukaan röökille.”

”Mut se on vähän eri asia siellä, kun röökillä, niin siellä on paljon pienempi porukka, ja kaikilla se joku niinkun yhdistävä tekijä -- miks niinku ollaan ns. yhdessä tai samassa paikkaa. ”

Tupakoinnin positiivisina puolina korostuivat lähes jokaisella sen mahdollistamat tauot koulupäivän aikana. Nuoret kokivat, että tupakalle lähteminen tarjosi heille hyvän syyn pitää taukoja esimerkiksi opiskelusta ja hallityöskentelystä. Koulupäivän aikaisia tupakkataukoja ei pidetty turhina, koska ne motivoivat nuoria työntekoon. Tupakka- ja nikotiinituotteita käyttämätön piti esimerkiksi kännykkätauon, kun muut lähtivät tupakalle. Nuorten mielestä tauko tarjosi hetken omaa aikaa ja tarjosi ulospääsyn tilanteesta, joka vaati ajatusten nollautumista. Nuoret kokivat, että tauolle lähdettiin, jos ei jaksanut enää tehdä töitä tai jokin työ ei meinannut sujua. Taukojen yhteydessä korostui myös rutiinit, joihin kuului tupakka- ja nikotiinituotteet. Tupakkataukoja pidettiin myös tunnelmoimisen hetkinä.

”- - no se on myös hyvä syy pitää taukoa, jos ei jaksa.”

”Niin, no toi on just toi, matkan varrella on mukava pysähtyä johonkin just röökille johonkin pellonreunaan istuun. ”

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön hyötyinä monet nuoret pitivät myös sen tarjoamia rentoutumisen ja mielihyvän tunteita. Nuoret kuvailivat kokemuksia muun muassa sanoilla ”euforia” ja ”hyvä henkinen breikki”. Nuoret kokivat, että nikotiinituotteiden käyttö rauhoitti, poisti ”vitutusta”, ja saattoi parantaa mielialaa. Tuotteiden käytön koettiin myös piristävän ja antavan lisäenergiaa, erityisesti aamuisin. Osan mielestä tuotteita täytyi kuitenkin käyttää jatkuvasti, jotta pirteys säilyi. Osa nuuskan käyttäjistä nukkui nuuska huulella.

”Sitten olis tää rentoutuminen tai tälle, stressi häviää aika mukavastikin. ”

”plussana on euforia, hyvän olon tunnetta ”

Tuotteiden käytön avulla nuoret kokivat pystyvänsä pitämään hermot paremmin kurissa ja lieventämään stressiä. Vastauksissa korostui, että tupakalle lähteminen tarjosi tauon, jonka aikana oli mahdollista ajatella ja työstää ärsytystä. Negatiivisten tunteiden ilmaantuessa nuoret olivat tottuneet lähtemään ensimmäisenä tupakalle ja tällöin tupakalle lähdettiin yksin. Nuuskaa ei kuitenkaan käytetty yhtä usein ärsyyntymisen helpottamiseksi kuin tupakkaa. Tupakoinnin tarjoaman rauhoittumistauon tilalle nuoret eivät osanneet keksiä korvaavaa toimintaa. Heidän sanojensa mukaan pelkkä tilanteesta pois lähteminen ei riitä, vaan siihen tarvittiin tupakka. Muita negatiivisten tunteiden hallintakeinoja olivat nuorten mielestä alkoholi ja kahvitaumat.

”No, kyl se edelleenkin helpottaa, koska kun sä menet esimerkiks röökille, jos sä oot suutus-päissäs, sä harvemmin pyydät siihen ehkä ketään, että sä menet yksin vaan. Ja sit kun sä menet yksin, niin sä, kun sä oot siinä röökillä, niin sen röökin ajan sä mietit aika paljon asioita. Esim. jos on joku tilanne ollu, niin sit sä mietit sen pari kertaa uudestaan.”

”Harvoin mä mihinkään vitutukseen nuuskaa käytän. Tai sillon, kun mua vituttaa, niin mulla on sillonkin todennäköisesti nuuska huulella mut -- ”

7.1.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön koetut haitat ovat helppo sivuuttaa arjessa

Nuoret mainitsivat käytön haittoina terveysriskit ja sen, ettei käyttö tehnyt hyvää terveydelle. Nuoret tunnistivat erilaisia pitkän ja lyhyen aikavälin terveyshaittoja. Terveyshaitoista puhuttaessa nuoret harvoin puhuivat omasta terveydestään ja siinä tapahtuneista muutoksista, vaan puheessa korostui nykyhetken kuvailun sijasta tulevaisuuden uhkakuvat. Lyhyen aikavälin terveyshaitoiksi nuoret luettelivat huonon olon ja huimauksen, kunnon heikkenemisen ja nuuskan ”sätimisen” eli polttelun huulella. Urheillessa nuoret olivat huomanneet lisääntyneen yskän ja liman muodostumisen sekä erilaiset sydämen oireilut. Pitkän aikavälin terveyshaittana nuoret

mainitsivat yleisesti syövän. Nuuskaamisesta puhuttaessa nuoret mainitsivat huulen ja hampaiden kärsimisen ja luiden heikentymisen. Tupakoinnin osalta nuoret mainitsivat ääreisverenkierron heikkenemisen ja keuhkohtaumataudin.

”Mut kyl sen sit huomaa, tai sit on tullu pari kertaa huomattua tilanteissa, että esimerkiks jos on lähteny just juokseen, muistaa että on juossu jotain vaikka jotain jonkun matkan, niin yhtäkkiä sä et jaksakaan juosta, ja sit sä oot sillei, et voi vittu. Ihmettelee, kun rupee räkiin tervaa ja yskii ja vittu, että hyvä että pysyy niinkun pumppu kohdillaan.”

Vaikka nuoret olivat tietoisia erilaisista terveyshaitoista, ei niitä kuitenkaan käytön aikana monikaan miettinyt. Nuorten puheessa korostui ajatus siitä, että erilaiset terveyshaitat tulevat vasta vanhempana, ja nyt nuorena piti saada elää ja nauttia. Nuorilla oli uskomus siitä, ettei tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö vaikuta kovinkaan paljon terveyteen, koska monet tunsivat vanhempia, vuosia polttaneita ihmisiä, joilla ei ollut nuorten mielestä yhtään näkyvää terveyshaittaa. Nuorten puheessa korostui se, kuinka he pyrkivät aktiivisesti sivuuttamaan mahdolliset terveyshaitat omassa elämässään. He vähätelivät tupakasta johtuvia terveyshaittoja sanomalle, että *”Liman voi aina sylkee pois”*. He ajattelivat, että terveyshaittoja tulee ihmisille niin paljon jo ilman tupakkaakin, että tupakka oli enää pieni sivuseikka. Puheessa korostui myös itsenäisten valintojen tekemisen tärkeys. Käytön haitoiksi mainittiin lisäksi tupakoinnista johtuvien ilmaansaasteiden lisääntyminen.

”Ja voihan siihen porkkanaankin tukehtua”

”Vai kuoleeko se viiskymppisenä bilettämällä vielä vikan kerran, ehkä johonkin yliannostukseen jostain alkoholista. Kyl mä valitsisin sen, kun mä vielä pystyn, tai niinkun elintoiminnot pelaa kunnolla. Eikä sitten, kun käykin sillei, että muuttuu vegeks, ja sitten sä jäät himaan tai johonkin laitokseen makaamaan letkuihin.”

Tupakoinnin haittoina nuoret listasivat rahan menon ja tuotteiden kalleuden. Nuoret olivat sitä mieltä, että raha sai aina aika ajoin miettimään lopettamista. Vaikka rahan meno korostui vastauksista, oli moni nuori myös sitä mieltä, että sama raha menisi lopettamisen jälkeen kuitenkin johonkin muuhun. Tupakka- ja nikotiinituotteista säästyneiden rahojen säästämistä nuoret eivät nähneet vaihtoehtona, vaan heidän mielestään rahalle tuli aina jokin toinen käyttökohde. Keskustelussa esille nousi rahapelikoneiden rooli ja nuoret pohtivat, että jos lopettaisi tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön, niin kaikki rahat menisivät pelikoneisiin. Nuoret olivat sitä mieltä, että pelikoneisiin rahojen tuhlaaminen ei olisi yhtään viisaampaa ja enemmän he saivat iloa

tupakasta kuin pelikoneista. Nuoret myös kokivat, että pelikoneissa hävisi enemmän kuin tupakassa ja pelaamista ei myöskään pysty lopettamaan, vaikka haluaisi.

”Siinä lopettamisessakin on se, että niinku että ne rahat mitkä sulla menee röökiin, niin menee ainakin sitten vähintään siihen, että sä niinkun hankit yleensä jotain korvaavaa tai jotain.”

Nuoret pitivät käytön haittoina vaikeutta lopettaa ja vieroitusoireita. Nuoret tunnistivat olevansa jollain tavalla riippuvaisia tupakka- ja nikotiinituotteista ja kokivat lopettamisen hyvin vaikeaksi. Vieroitusoireista päällimmäiseksi nousi ärsytys, jos tuotteita ei saanut.

”Se on niin koukuttavaa, että se on vaikeaa lopettaa”

”Semmonen vitutus, jos ei sitä röökiä saa”

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön haitaksi koettiin tuotteista johtuva pinttynyt haju. Nuorten mielestä niin tupakka kuin nuuska haisivat pahalle ja niistä jäi pitkäksi aikaa pinttynyt haju, joka koettiin haittana. Kuitenkin osa oli sitä mieltä, että haju oli lähinnä muiden ongelma. Tupakan savua pidettiin luonnollisena, koska se haisi kaikkialla.

”Luulis, se on niin luonnollista, että se haisee joka paikassa, niinku kaupan edustalla, taloyhtiön pihassa, se haisee joka paikassa. Niinku mä ihmettelin vähän sitä, että mitä se kävelee käsi nenällä. Hommais pissapojan, se pysyy, ei kun mikä tää, pyykkipoika, se pysyis paremmin.”

Yhtenä merkittävänä käytön haittana nuoret mainitsivat huonona esimerkkinä olemisen nuoremmille. Nuorilla oli vahva halu suojella itseään nuorempia tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöltä. He eivät halunneet polttaa nuorempien edessä, koska he olivat itsekin alkaneet omien sanojensa mukaan polttaa katsomalla vanhempia polttamassa.

”Mut kyl sen huomaa, kun kävelee esimerkiksi, kun pikkulapset tulee esimerkiksi vaikka jonkun röökipaikan ohi, niin en mä tykkää ainakaan ite yhtään polttaa sillä hetkellä. Se ärsyttää, kun ne kattoo ja tuijottaa. Sit sä tajuat, että kyl sä opit itekin tollei kattomalla.”

7.1.3 Arki ilman tupakka- ja nikotiinituotteita

Nuorten mielestä tupakoivan ja tupakoimattoman maailmat eivät eronneet juurikaan toisistaan. Suurimpana erona nuoret mainitsivat ainoastaan sen, että lopetettua käytön tuotteet eivät kuuluisi enää arkeen. Moni toivoikin pystyvänsä joku päivä tulevaisuudessa lopettaa tuotteiden käytön, vaikka tällä hetkellä halusikin edelleen jatkaa käyttöä. Kysyttäessä mitä tupakoimaton maailma voisi heille tarjota, vastauksina olivat: ”paremman kunnon”, ”mieskunnon” ja ”käsi-voiman”. Tupakoimattomuus toisi myös opiskelijoiden mukaan paremman maku- ja hajuaistin. Tupakoimattomuuden seurauksena kuitenkin esimerkiksi koulupäivät tuntuisivat nuorten mielestä pidemmiltä ja yhteinen, tupakan kautta tapahtuva, tekeminen loppuisi.

”Ja sit just kans, jos illalla ajelee tai jotain, niin sit sä soitat jollekin, tuutsä käymään pihalla viis minuuttia, ei kuule. ”

Vaikka arki ei nuorten mielestä kovinkaan paljon tulisi muuttumaan, vaikka tuotteiden käytön lopettaisi, erosivat nuorten puheissa tuotteita käyttävät ja käyttämättömät nuoret. Erityisesti tuotteita käyttävät nuoret erottelivat selkeästi tupakoivat ja tupakoimattomat ikätoverinsa. Tuotteita käyttävät nuoret miellettiin sosiaalisemmiksi kuin tuotteita käyttämättömät. Tuotteita käyttävät nuoret nähtiin viettävän enemmän aikaa ryhmissä ja heidän uskottiin tapaavan useammin koulupäivän jälkeen. Tuotteita käyttävien nuorten mielestä ryhmät erosivat toisistaan jopa luonteiltaan, vaikka kiinnostuksen kohteet olisivat samat. Nuorten mielestä ryhmät erosivat myös sen tähden, koska usein tuotteita käyttävät ja käyttämättömät liikkuiivat eri ryhmissä. Nuorten mielestä tuotteita käyttämättömät eivät ole koskaan aloittaneet käyttöä, koska heillä oli ollut muuta tekemistä, kuten jokin harrastus tai he eivät olleet viettäneet aikaa sellaisissa ryhmissä, joissa tuotteita olisi ollut tarjolla. Toisaalta tuotteita käyttämättömät nähtiin eristäytyneempinä, mutta heidän nähtiin myös olevan hyvässä fyysisessä kunnossa, urheilevan ja tekevän ahkerasti töitä koulupäivän aikana. Tupakoivien nuorten mielestä tupakoimatonta luokkatoveria saattoi ärsyttää, jos he lähtivät tupakalle kesken yhteisen työn.

”Sekään ei välttämättä johdu just tupakoinnista, mut se vaan nyt sopii aina olemukseen, että ne jotka polttaa, niin ne on semmosia, että ne menee ja tekee. Ne jotka ei polta, niin niillä on niin paljon muu... ne ei oo niin ehkä välttämättä just, sosiaaliset taidot puuttuu tai jotain, tai sit ne on vaan vähän semmosia eristäytyneempiä. ”

”Mut sit ne tupakoimattomat, niillä on ehkä niinkun enemmän muita hommia, tiädätsä, että ne ei oo niinku ehk ollu nuorempana, kun muut on alkanu polttaan ja hengailtu tuolla ulkona, niin

ne ei oo ehkä ollu niin läsnä. Ne on niinkun justinsa, niillä on ollu harrastusta tai jotain muuta vastaavaa.”

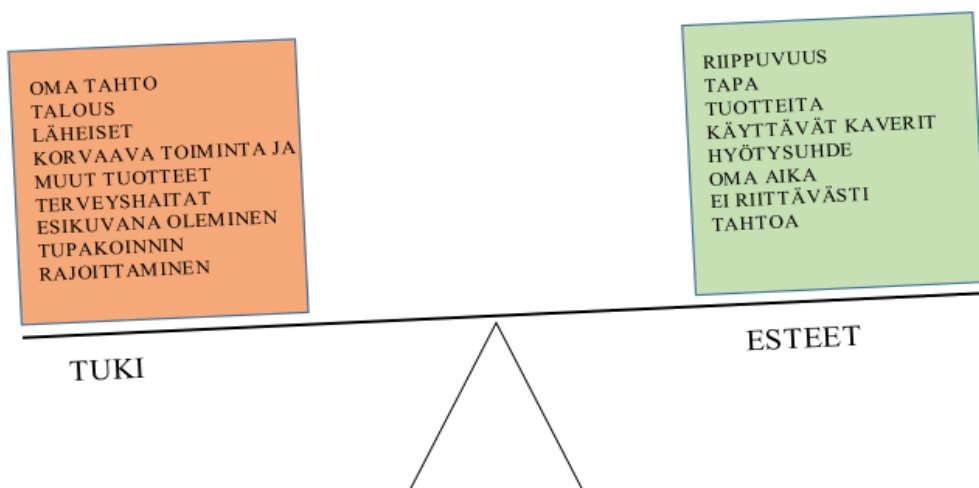
Tupakka- ja nikotiinituotteita käyttämättömät nuoret kokivat käyttämättömyyden hyödyiksi paremman terveyden, kuten pienemmän riskin syöpään, paremman fyysisen kunnon sekä keuhkojen ja ikenien paremman kunnon. Nuoret mainitsivat myös käyttämättömyyden hyväksi puoliksi sen, ettei tarvinnut kärsiä vieroitusoireista, rahaa säästy eikä haissut tupakalle. Lisäksi käyttämättömyyden syiksi luettiin vähäinen kiinnostus käyttää, tuotteiden paha haju ja maku. Lisäksi astma oli syy olla käyttämättä tuotteita. Tupakoimaton nuori koki, että voisi tukea tupakoivia ystäviään ehdottamalla mihin muuhun he voisivat rahansa laittaa.

”Ei kiinnosta polttaa sitä.”

”Sitten ei tartte kärsiä vieroitusoireita”

7.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettaminen – tulevaisuuden haave vai nykyisyyden haaste

Nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen tuet ja esteet (kuva 5) olivat hyvin samankaltaisia haastateltavilla nuorilla. Lopettamiseen vaikuttavat tekijät myös vastasivat hyvin pitkälti nuorten käytölle antamia hyötyjä ja haittoja.



KUVA 5. Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen tuet ja esteet

Nuorten puheessa korostui erityisesti oman tahdon merkitys päätöksessä lopettaa. Nuorten mielestä ulkoisilla tekijöillä ei voitu vaikuttaa lopettamiseen, vaan se tuli lähteä omasta halusta ja

tahdosta. Kysyttäessä, millä omaan tahtoon voitiin vaikuttaa, vastauksena oli, että se riippuu tilanteesta. Joskus se oli elämänmuutos ja joskus esimerkiksi terveydessä tapahtuvat muutokset vaikuttivat päätökseen lopettaa. Nuorten mielestä täytyi itse päättää, onko kova vai heikko, ja päätös tulee aina tehdä itsensä takia. Nuoret vertasivat tupakointia alkoholismiin, jolloin muutos lähtee siitä, että ensin täytyi pystyä myöntämään itselleen, että on ongelma, ja vasta sitten voi muutos alkaa.

”Se on niinku, että ei siihen oikein voi loppujen lopuks, jos mieltii, niin ei siihen voi oikeastaan kukaan auttaa. Se pitää tulla se niinkun tahto ihan omasta päästä, jos sä haluat lopettaa. Kaikki noi nikotiinipurkat on mun mielestä ja nää tämmöset, ne on ihan turhia, et sä tee niillä mitään. Sä lopetat, jos sä lopetat. Pitää oman psyyken kestää sen verran, että pystyy sanomaan itelleen että en halua.”

Nuorilla oli ollut yrityksiä lopettaa tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö. Osa oli kokeillut useitakin kertoja lopettaa, ja lähestulkoon kaikilla oli halu päästä eroon tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä joskus tulevaisuudessa. Lopettamisen syiksi nuoret mainitsivat taloudelliset syyt ja halun kokeilla olla ilman tuotteita. Nuoret kokivat, että lopettaminen tulee ajankohtaiseksi jossain vaiheessa, mutta ei välttämättä vielä. Yrittäessään lopettaa käytön nuoret olivat huomanneet muutoksia omassa olotilassaan. Heidän mielestään tauolla urheileminen oli helpompaa ja olo oli virkeämpi, maku- ja hajuaisti paranivat ja pystyi hengittämään paremmin. Nuuskasta erossa ollessa nuori ei kokenut muuta eroa kuin sen, että häntä ärsytti enemmän.

”No varsinkin se, että jos on on pitäny pienen tauon, niin haju- ja makuaisti vähän paranee ”

”No, mä en kyllä huomannu mitään eroa, kun mä olin joku kaks kuukautta ilman nuuskaa – alko vaan vituttaa ”

7.2.1 Tupakka- ja nikotiinituotteiden lopettamisen tuki koetaan tärkeäksi

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamista tukevat tekijät olivat nuorilla hyvin samankaltaisia. Erityisesti puheessa korostui perheen ja ystävien tuen merkitys. Erityisesti tupakoinmaton perhe ja tupakka- ja nikotiinituotteita käyttämättömät ja niiden käytön lopettaneet ystävät koettiin tärkeäksi tueksi. Nuoret kokivat, että tupakka- ja nikotiinituotteita käyttävien kavereiden seurassa tuli käytettyä itsekin tuotteita enemmän, kun taas tuotteita käyttämättömien seurassa omakin käyttö oli vähäisempää. Lopettamisessa nuoria auttaisi, jos suurin osa myös ka-

vereista lopettaisi tuotteiden käytön. Nuorten mielestä myös tupakoimaton tyttö- tai poikays- tävä motivoisi lopettamaan. Osalla oli kokemuksia siitä, kuinka oli selkeästi vähentänyt poltta- mista halutessaan tehdä vaikutus tuotteita käyttämättömään tyttöön. Kuitenkin osan mielestä tupakoimaton tyttöystävä pitäisi vaihtaa tupakoivaan, kun taas osa pohti sitä, että olisi kauheaa, jos tupakoimaton tyttöystävä alkaisi polttaa seurustelusuhteessa.

”Just toi, että jos niinkun kukaan kaveripiiristä ei niinkun polttais, niin sit sitä ei varmaan itekään polttais niinkään paljoo. ”

”Sanotaan nyt tällai näin, että jos joku, jos niinkun tosi suuri niinku porukka sillai kaveripiiri- reissä lopettais vaikka nuuskan käytön, niin kyl se. ”

Nuorten mielestä myös käytön korvaava toiminta auttaisi lopettamisessa. Nuoret mainitsivat korvaavaksi toiminnaksi erilaiset harrastukset, musiikin, hauskan pitämisen, meditoinnin ja ky- seisen tutkimushaastattelun. Nuorten mielestä tuotteita ei tarvitse, jos oli muuta mielenkiin- toista tekemistä. Osan mielestä muiden tuotteiden, kuten sähkösavukkeen käyttö auttaisi lopet- tamisessa.

”Kumminkinhan tää haastattelukin oli aika sillei, kyl tääkin vähän herätti, anto tää jotain uutta. Niin, ajatella, me ollaan oltu jo pari tuntia ilman röökkiä ”

”Tai no joo, motivaation niin ku aiheet on justinsa, että vaikka harrastus tai joku voi niin kun auttaa lopettamaan tai jotain. ”

Nuorten puheessa korostui tupakka- ja nikotiinituotteiden aiheuttamat terveyshaitat ja lopetta- misen tuomat terveyshyödyt. Vastaukset olivat kuitenkin ristiriitaisia. Vaikka terveyshaitat mainittiin käytön lopettamisen syinä, niitä pidettiin riittävinä lopettamisen syinä vasta kun ne olivat konkreettisesti havaittavissa. Nuorten mielestä kuvilla näytetyt terveyshaitat eivät moti- voineet lopettamisessa, vaan ainoastaan esimerkit todellisesta elämästä. Nuoria motivoi aino- astaan se, kun he olivat itse saaneet nähdä, miten tuotteiden käyttö oli vaikuttanut johonkin henkilöön. Tupakoinnin aiheuttamat terveyshaitat koettiin myös pieniksi verrattuna muihin ym- päristön haittoihin.

”Tai justiin, jos näkee paljon niitä terveyshaittoja. En mä usko, että ne kuvissa yleensä, kun niitä yritetään kuvilla näyttää koulussa, ei se ehkä. Mut sit kun se näet, että se jollekin tapahtuu, niin viimeistään siinä vaiheessa. ”

”Niin ja terve... no terveyshaitathan sit tulee ihmisille anyway nykyään, kaikki lisäaineelliset ruuat ja kemikaalit ja sääs... noi mitkä noi on, päästöt ja kaikki paska, niin ei se, rööki on vaan pieni sivuseikka siinä vaiheessa, kun niitä on niin paljon niitä terveyshaittoja muutenkin nykyään. Sillei.”

Nuoret kokivat myös rahan vaikuttavan lopettamiseen. Erityisesti lopettamista tukisi nuorten mielestä se, jos rahat olisivat vähissä tai jos joku tukisi taloudellisesti lopettamista tai siitä saisi palkkion. Ristiriitaa vastauksissa kuitenkin oli. Vaikka rahan säästyminen nähtiin yhdeksi syyksi lopettaa, ei se kuitenkaan näyttäytynyt keskustelussa niin tärkeäksi, että sen tähden nuoret olisivat valmiit käytön todella lopettamaan. Nuorten mielestä tupakka- ja nikotiinituotteisiin kuluvat rahat he käyttäisivät kuitenkin johonkin muuhun.

”Aina tulee joku toinen käyttö rahalle. Ei se tarkoita, vaikkei polta, että sit se viis euroo joka toinen päivä tai viis euroo päivä, niin menis niinku johonkin muuhun.”

Myös esikuvana nuoremmille oleminen koettiin tärkeäksi tekijäksi tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamiseen pyrkimisessä. Erityisesti esiin nousi oman lapsen syntymän merkitys. Kukaan nuorista ei halunnut oman lapsen aloittavan käyttöä ja altistuvan tupakka- ja nikotiinituotteille.

”En mä tiedä oikeestaan. Varmaan siinä kohtaa, kun tulee just joku oma lapsi, tajuaa, tajuaa, että haluaa lopettaa, ettei halua että lapsikin alkaa polttamaan. Se on ehkä isoin.”

”Se olis vaikka, että jos joskus sais lapsia, niin en mä haluais, että ne altistuis röökille esimerkiksi”

Erilaisten sääntöjen ja kieltojen merkitys lopettamisessa vaihteli nuorten vastauksissa. Osa nuorista koki, että erilaiset kiellot ja säännöt eivät auttaneet päätöksessä lopettaa, vaan lähinnä lisäsivät käyttöä, kun taas osan mielestä tupakkapaikkojen ja -tauojen kieltäminen vaikuttaisi päätökseen lopettaa. Nuorten puheessa nousi esille tupakointikieltojen positiivinen vaikutus käyttöön. Nimittäin, jos tupakointi oli sallittua työharjoittelupaikassa, tuli siellä nuorten mielestä poltettua jopa kaksi tai kolme kertaa enemmän kuin esimerkiksi oppilaitoksessa.

Tupakka- ja nikotiinituotteisiin liittyvä lainsäädäntö nähtiin nuorten keskuudessa hyvin negatiivisena asiana, ja nuorten mielestä tiukennettu laki vain lisäsi tuotteiden käyttöä. Lainsäädäntö toi nuorten mielestä vain lisää ongelmia, koska sitä joudutaan rikkomaan – esimerkiksi tupakan hinnan korotukset lisäsivät nuorten mielestä vain laittoman tupakan maahantuontia. Nuoret ko-

kiivat, ettei ikäraajat estä tupakan saantia, koska halpaa venäläistä tupakkaa sai aina. Tupakka-mainonnan kieltäminen oli nuorten mielestä hidastanut ja vaikeuttanut ainoastaan tupakkatuotteita myyvien kassojen toimintaa.

”Ei se auto, tai sillei, kyl se ehkä vähentää, lieventää, mut sillei just toi, että karsitaan röökipaikkoja, että yritetään saada se kokonaan loppuun, niin ei se, se on ihan niinkun toivotonta, ei se tule koskaan tapahtumaan. ”

”Tossa auttavissa, että jos ei olis röökipaikkaa tai röökitaukoja. ”

7.2.2 Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen estää käytön tuomat suuremmat hyödyt kuin haitat

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen estäviä tekijöitä olivat psyykinen, fyysinen ja sosiaalinen riippuvuus. Nuoret eivät aina osanneet tunnistaa fyysistä riippuvuutta itsessään ja kokivat, että käytön lopettamisen esteenä oli enemmän psyykkisestä riippuvuudesta johtuva tapa kuin fyysinen nikotiiniriippuvuus. Nuoret korostivatkin käytön lopettamisen esteenä erityisesti tavan merkitystä. Nuoret liittivät tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön niin vahvasti tiettyihin tilanteisiin, että heidän oli erittäin vaikea kuvitella luopuvansa käytöstä näissä tilanteissa, kuten laittaessa moottoriajoneuvoa, aamulla herättäessä ja kahvin yhteydessä. Tupakkointi tarjosi osalle nuorista myös omaa aikaa, mistä tuntui olevan vaikea luopua. Kuitenkin osa nuorista koki myös fyysisen nikotiiniriippuvuuden yhdeksi tärkeäksi ja keskeiseksi syyksi sille, ettei käyttöä pysty lopettamaan.

”Ja kun mäkään en oo riippuvainen nikotiinista, vaan se on vaan se tapa, tiedätsä, että aina ruuan jälkeen mä käyn röökillä tai aamulla kun mä herään mä käyn röökillä, tai just jotain tämmösiä. Kun mua vituttaa, mä käyn röökillä. Se on vaan se tapa. Kyl mä voisin olla polttamatta, jos mä keksisin jotain niiden tilalle. Mutta en mä keksi. ”

”Just fifan puoliajalla niin pakko heittää bitti huuleen tai jotain tämmöstä. Aina kun herää tai treenien jälkeen tai...”

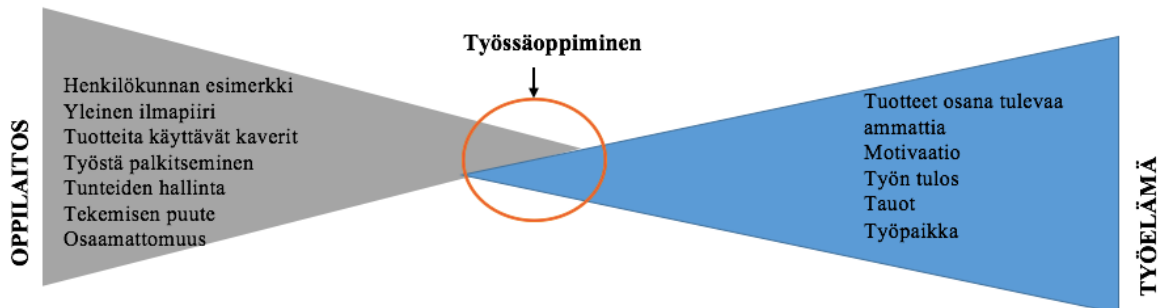
Esteeksi oman käytön lopettamiselle koettiin myös tupakka- ja nikotiinituotteita käyttävät kaverit. Juuri tupakoinnin sosiaalinen luonne vaikeutti nuorten mielestä lopettamista. Nuorten mielestä oli mahdotonta lopettaa, kun melkein kaikki ympärillä olevat käyttivät tuotteita. Sosiaalisessa riippuvuudessa korostui nuorten mielestä oman tahdon merkitys – koska omaa tahtoa lopettaa ei ole, on se mahdotonta lopettaa.

”Se on aika mahdotonta lopettaa, jos melkein koko kaveriporukka käyttää jotain. ”

Nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamisen esteenä oli myös nuorten kokemat käytön tuomat suuremmat hyödyt kuin siitä johtuvat haitat.

7.3 Oppilaitoksen ja tulevan ammatin merkitys nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytössä

Niin oppilaitoksella kuin tulevalla ammatilla näyttäisi olevan suuri merkitys nuoren tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön (kuva 5). Nuorten mielikuvat tulevan ammatin edustajasta olivat hyvin tupakka- ja nikotiinituotemyönteisiä ja käyttö miellettiin osaksi tulevaa ammattia. Oppilaitos nähtiin paikkana, jossa tuotteita on pakko käyttää, ja oppilaitoksella ei nähty olevan mahdollisuuksia puuttua käyttöön.



KUVA 6. Oppilaitoksen ja tulevan työelämän rooli tupakka- ja nikotiinituotteiden käytössä

7.3.1 Oppilaitoksen mahdollisuudet nikotiinittomuuden edistämässä

Oppilaitoksen mahdollisuudet rajoittaa tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöä tai tukea lopettamista, olivat nuorten mielestä hyvin mitättömät. Erilaiset rajoittamisen toimet nähtiin vain lisäävän käyttöä, eikä syitä rajoittamiselle ymmärretty. Vain osa opiskelijoista koki, että tupakataukojen ja -paikkojen kieltäminen vähentäisi tuotteiden käyttöä. Nuoret kokivat rajoittamisen haasteena myös siksi, koska osa henkilökunnastakin käytti tuotteita. Nuorten mielestä koulupäivän aikana oli pakko käyttää tupakka- ja nikotiinituotteita, jotta päivästä selviäisi ja siellä jaksaisi olla. Oppilaitokseen oli nuorten mielestä vaikea tulla muun muassa oppilaitoksen huonon ilmapiirin takia. Oppilaitoksessa oli myös nuorten mielestä liikaa ärsykejä, kuten turhanpäiväiset huutelijat, jotka lisäsivät tuotteiden käyttöä. Oppilaitoksessa myös suurin osa nuorten ikätovereista kävi tupakalla, jolloin vaihtoehtona oli mennä mukaan tai jäädä halliin yksin. Osa tunnisti lisäksi nikotiiniriippuvuuden, joka vaikeutti olemista koulupäivän aikana ilman tuotteita.

” – koululla, täällä on pakko olla nuuska tai rööki.

” – En mä tiedä, kun mä en tajua edes, miks tässä koulussa ei oo. Jos tuolla kaikki ilmoitoinnit pelittää, onko nää päästölehtut, niin mä en tajua, että mitä se röökkin savu siellä keskellä haittais, kun kumminkin me, tuolla ei oo edes kovin montaa, jotka ei niin ku loppujen lopuks polta. Oppilaita on, mut ei niin ku, opettajatkin röökaa.”

Syitä nuorten koulupäivän aikaiselle tupakka- ja nikotiinituotteiden käytölle olivat palkitseminen tehdystä työstä, negatiivisten tunteiden hallinta ja tylsyys. Nuoret kävivät tupakalla, kun he olivat saaneet jonkun työn tai osatyön tehtyä. Tällöin tupakka toimi heille palkintona. Usein pikkutarkat työt ja osaamattomuus lisäsivät nuorten ärsytystä, minkä seurauksena tupakalle lähettiin herkemmin. Nuorten mielestä, jos koulupäivän aikana saisi korjailia autoja rauhassa ja kukaan ei tulisi häiritsemään, auttaisi se rauhoittumaan ilman tupakkaakin. Erityisesti nuoria harmitti se, ettei koulupäivän aikana ollut aina riittävästi tekemistä kaikille, minkä seurauksena he menivät tupakalle. Osa kuitenkin koki, että se on itsestä kiinni, tekikö hallissa töitä vai ei.

”Tänne kouluun ei oikein änge mitään siihen tilalle. Se nyt, että joutuis sen nyt niinku, se on pakko polttaa, jos täällä koulussa on. Ei, ei niinku ei, ei.”

”No jos sen saa tehdä rauhassa sillei, ett jos ei, sanotaan vaikka ei osaa, ja sitten, kunnolla, niin sitten tää yks herrasmies tulee siihen viereen: Vittu sä teet ton ihan päin helvettiä. Sit sä oot siinä sillei, että mene nyt vittuun siitä, mä koitan duunaa täst.”

Henkilökunnan mahdollisuudet tukea lopettamista nähtiin hyvin pieniksi. Suurimman osan mielestä sillä ei ollut merkitystä käyttikö henkilökunta ja erityisesti opettajat tupakka- ja nikotiinituotteita vai eivät. Oppilaat kuitenkin kokivat, että jos opettajat itse polttivat, ei heillä oikein ollut mahdollisuutta puuttua oppilaiden tupakointiin. Tämän nuoret kokivat kaksinaismoralistisena ongelmana. Osa nuorista koki, että opettajien polttaminen voisi olla hyväkin asia, koska tällöin he voisivat paremmin ymmärtää nuorten syitä lähteä tupakalle. Yleisesti nuoret kokivat, ettei opettajia kiinnosta muu kuin se, että työt tuli tehdyksi. He kokivat, ettei opettajia kiinnostanut heidän tupakointinsa. Terveystenhoitajalta nuoret eivät osanneet etsiä apua.

”Mieluum... ne aina haluaa vaan, että me tehdään ne duunit, ei niitä muu kiinnosta.”

”Ei ainakaan siinä vaiheessa oo mitään niinku varaa sanoo, että älä polta.”

Keskusteltaessa millaisia korvaavia tekijöitä koulu voisi tarjota tupakoinnin lopettamisen tueksi esiin nousi erityisesti koulupäivän aikainen välituntitukeminen. Nuorten mielestä koulu voisi tarjota enemmän taukotekemistä. Nuoret puhuivat koripallokentästä ja kiipeilytelineistä, joita voisi hyödyntää tupakalle menemisen sijasta. Opiskelijat kokivat, että koululla ei ole tiloja, joissa tehdä asioita – tai jos tilat oli ollut, niin niitä ei oltu varustettu mielekkäästi. Opiskelijat kaipaisivat mieluisia tiloja, joissa saisi juoda esimerkiksi kahvia koulupäivän aikana. Koulun omaa kahvilaa pidettiin hieman ankeana ja siellä kahvin hinta oli liian suuri opiskelijoille.

”Mut siis just jotain vastaavaa, olis jotain tekemistä, mut kun täällä oikeestaan oo. Ja hallissa-kaan ei saa palloilla ilman opettajaa. Jos opettajat on tauolla, niin hallissa ei periaatteessa saa tehdä mitään.”

Keskusteltaessa siitä, voisiko koulu jollain tavalla korvata tupakoinnin tuoman sosiaalisen hetken tai uusiin ihmisiin tutustumisen, niin opiskelijat kokivat, että sellaisia voisivat olla esimerkiksi taukotila ja yhdessä tekeminen. Nuoret kuitenkin kokivat, että koulupäivän aikana muihin tutustuminen oli haastavaa eikä koulu ainakaan tukenut koulupäivän aikaista tutustumista.

”Menee moikkaan, muuta, niin sanotaan jotain asentajaryhmää, niin sen jälkeen sieltä tulee (-) huutamaan, että painu helvettiin tai jotain.”

”Niin tai jos vaan niinkun laitetaan johonkin tekeen jotain hommia siinä, että esimerkiks vaikka joku muuluokkalainen siinä sit tulee.”

7.3.2 Tupakka- ja nikotiinituotteet osa tulevaa ammattia

Suurin osa nuorista ei osannut erotella tupakoivaa ja tupakoimatonta ammattinsa edustajaa. Heidän mielestään näiden kahden eri ryhmän välillä ei ollut eroja kuin se, että toinen käytti tupakka- ja nikotiinituotteita ja toinen ei. Joidenkin nuorten mielestä kuitenkin tupakka kuului stereotyyppisesti vahvasti tulevaan ammattiin ja he mielsivätkin ammattinsa edustajan yleisemmin tupakka- ja nikotiinituotteita käyttäväksi. Nuoret arvelivat, että suurin osa oman alansa edustajista käytti tupakka- ja nikotiinituotteita tai oli juuri lopettanut käytön. Nuorten vahvat mielikuvat olivat syntyneet elokuvien ja entisaikojen korjaamojen luomien mielikuvien kautta. Myös muut päihdeaineet, kuten kalja, miellettiin osaksi tulevan ammatin edustajan elämää. Alkoholilla nähtiin jopa kuuluvan osaksi työntekeä.

”Mä näin just auton asentajan sillei, että se on auton alla nortti huulessa ja kahvikuppi siinä vieressä. Sit se roppailee siellä.”

”Se oli kai, en mä tiedä, se on kaikissa, se on jotenkin automaattinen, miten niinkun autoasentajat oli ennen nyrkkipajoissa sillei aina. Se oli bisse tai kahvi. Ja sit siinä oli rööki, ja rööki palaa hallissa, ja koko ajan joka paikassa.”

Osa nuorista näki tupakoivan autoalan työntekijän puheliaampana ja sosiaalisempana kuin tupakoimattoman, mutta totesivat sen usein olevan kuitenkin vahva stereotypia. Tupakoiva näyttäytyi nuorille rennompana, mutta tupakan tarpeessa jopa ärtyisänä. Osan mielestä tupakoimaton oli koko ajan kireällä päällä, koska ei polttanut. Pohdintaa oli kuitenkin siitä, että tuleeko tupakoimaton ollenkaan kireäksi ilman tupakasta johtuvia vieroitusoireita. Ulkonäöllisesti tupakoimatonta miellettiin siistimmäksi ja puhtaammaksi kuin tupakoiva.

”Jos just stereotyyppisesti alkaa ajatteleen, niin tupakoiva voi olla sosiaalisempi, mut yhtä hyvin voi sit olla semmonen, että menee sillai niinku yksin tai sillei, ei puhu kellekään mitään. Ei se sillei periaatteessa niinkun vaikuta.”

Tupakointi nähtiin osana työntekeä, ja nuorten mielestä tupakointi motivoi työnteekoon ja sai työt sujumaan paremmin. Jos työpaikalla ei ollut tupakointikieltoja, niin monet polttivat nuorten mielestä myös työn lomassa. Tupakointia ei nähty työn vaaratekijäksi, vaikka autoalan töissä työskenneltiin usein herkästi palavien aineiden kanssa. Tupakoinnin vaarallisuutta ei nuorten mielestä mietitty poltettaessa töitä tehdessä. Työnteon näkökulmasta ainoastaan tupakoivilla oli nuorten mielestä hyvä syy pitää taukoja, ja monen mielestä tupakoiva pitikin enem-

män taukoja kuin tupakoimaton. Yleisesti tupakka- ja nikotiinituotteita käyttävä ammatin edustaja nähtiin hyvänä ja ahkerana työntekijänä. Tupakoimatonta ammatin edustajaa nuoret kuvailivat henkilöksi, joka ei pidä turhia taukoja, vaan hoiti työnsä ensin loppuun ja meni vasta sitten tauolle. Nuorten mielestä tupakoivat työskentelivät pienessä korjaamossa, kun taas tupakoimatomat työskentelivät isossa konsernissa, jossa tupakointi oli kielletty.

”No, tupakoiva on kova duunari. Tupakoimaton on just lopettanu.”

”Eka mielikuva nyt oli, että tupakoimaton on jossain isommassa konsernissa töissä jossain Volkkarilla tai jossain. Sit tupakoiva taas on jossain pienessä autokorjaamossa, jossa voi polttaa just sisällä, voi olla ihan rauhassa.”

8 POHDINTA

Tutkielman tarkoituksena oli selvittää ammattikoulussa autolinjalla opiskelevien nuorten käsityksiä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä sekä heidän sille antamia merkityksiä. Tulosten avulla saavutettiin ymmärrys ammattikoulussa autoalalla opiskelevien nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytölle sekä käsitys käytöksen kilpailevista tekijöistä, joiden pohjalta voidaan rakentaa vaihtokauppaa tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön tilalle.

Nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytölle antamien merkitysten, arvojen ja asenteiden kautta hahmottui asiakasymmärrys kohderyhmän tuotteiden käytön taustalla. Kuten French ym. (2011) toteavat asiakaslähtöisyys on kuitenkin enemmän kuin vain ymmärtäminen – se on asioiden näkemistä kohderyhmän kautta, ymmärtäen sosiaalisen kontekstin, heidän kohtaamansa haasteet ja heidän käyttämänsä hallintakeinot. Tulosten kautta hahmottui se, kuinka tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö oli jo osa autoalalla opiskelevien nuorten identiteettiä ja kasvua. Se määritteli, miten he itsensä sosiaalisissa tilanteissa näkivät ja minkä ympärille he sosiaaliset tilanteet rakensivat. Tupakka- ja nikotiinituotteiden kautta nuori oli oppinut rauhoittamaan itsensä kohdatessaan stressaavia tai negatiivisia tunteita, ja tuotteet tarjosivat nuorille myös keinon rentoutua ja palkita itsensä tehdystä työstä. Lisäksi tuotteet tarjosivat nuorille omaa aikaa silloin kun he sitä tarvitsivat.

Autoalalla opiskelevien nuorten sosiaalinen ympäristö niin kotona, vapaa-ajalla kuin koulussa näytti usein vahvistavan tuotteiden käyttöä, koska suurin osa tuotteita käyttävien nuorten perheistä ja ystäväistä käyttivät tuotteita ja heidän käytöllään oli todettu olevan suuri vaikutus nuorten omaan käyttöön. Koulussa tuotteiden käyttöä ei sallittu, mutta siihen ei myöskään kovin tiukasti puututtu, ja yleinen asenneilmasto oli suopea tuotteiden käytön suhteen. Myös tulevaan ammattiin liittyvät mielikuvat ja monilla myös työharjoittelun tuomat kokemukset vahvistivat tätä käyttäytymismallia.

8.1 Tulosten tarkastelu suhteessa aikaisempaan tutkimustietoon

Ammattikoulun autoalan nuorten antamat merkitykset omasta tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä olivat hyvin samankaltaisia aikaisempiin tutkimuksiin verrattuna. Tutkimuksessa

nuorten puheissa korostuivat erityisesti sosiaalisen tuen merkitys niin tuotteiden käytön aloittamisessa kuin lopettamisessa sekä tunteiden hallinta. Erityisesti koulupäivän aikana käyttö korostui hetkissä, joissa nuorilla oli tylsää, heillä ei ollut tekemistä tai he kaipasivat taukoa. Myös aikaisempien tutkimusten mukaan pääsyyt nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käytölle olivat muun muassa tunteiden hallinta, stressi, tylsyys, sosiaalinen vaikutus sekä nautinto (Horn ym. 2000; Peltzer 2003; Chang 2009; Luke & Wong 2010; Cosh ym. 2015). Eri tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön syyt eivät myöskään eronneet kovinkaan paljon toisistaan tutkimuksen nuorilla. Tämä todettiin myös Hornin ym. (2000) tutkimuksessa, jonka mukaan eri tuotteiden käyttöä selittivät samat ennustavat tekijät. Pieniä vivahde-eroja autoalan opiskelijoiden nuuskan käytöstä kuitenkin löytyi; esimerkiksi nuuskan käytössä sosiaalinen yhteenkuuluvuus ei korostunut samalla tavalla kuin tupakoinnissa eikä nuuskaa käytetty samalla tavalla negatiivisten tunteiden hallintaan kuin tupakkaa.

Tulokset osoittivat, että niin käytön aloittamiseen kuin sen lopettamiseen näyttäisi vaikuttavan vahvasti muiden esimerkki, erityisesti perheen ja ystävien. Myös aiemmissa tutkimuksissa perheen ja ystävien merkitys nuorten tuotteiden käyttöön oli todettu merkittäväksi (Loke & Wong 2000; Peltzer 2003; Cosh ym. 2015; Rosendahl ym. 2016). Tulokset osoittivat, että tupakoimattomat ystävät ja perhe voivat auttaa pääsemään käytöstä eroon, mutta he olivat myös syy käytön jatkumiselle. Tupakointi merkitsi autoalaa opiskeleville nuorille ennen kaikkea sosiaalista yhteyttä muiden kanssa ja koulumaailmassakin se ilmeni sosiaalisena tekemisenä. Myös aiemmissa tutkimuksissa tupakka- ja nikotiinituotteiden käytössä korostui halu olla sosiaalisesti hyväksytympi, ja nuoret kokivat pystyvänsä paremmin seurustelemaan ikätovereiden kanssa, kun heitä yhdisti tuotteiden käyttö (Chang 2009; Cosh ym. 2015). Tuloksista nousi esille, että muiden polttaminen koettiin myös lopettamisen onnistumisessa suurena haasteena, ja tupakoinnin lopettaneet nuoret kokivat välillä suoraa painetta muilta tuotteita käyttäviltä nuorilta aloittaa uudelleen. Myös aikaisempien tutkimusten mukaan vertaispaine oli yksi merkittävimmistä syistä nuorten tuotteiden käytön aloittamiselle, käytön jatkumiselle, mutta myös este lopettamiselle (Horn ym. 2000; Peltzer 2003; Rosendahl ym. 2005; Chang 2009; Loke & Wong 2010; Cosh ym. 2015).

Yhdeksi keskeiseksi tekijäksi niin lopettamisessa kuin tupakoinnin haitoissa nousi tuloksissa esille esikuvana olo nuoremmille. Nuoret eivät halunneet näyttää omalla tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöllä huonoa esimerkkiä itseään nuoremmille. Aiemmista tutkimuksissa esikuvana oleminen ei noussut esille. Coshin ym. (2015) tutkimuksessa esille nousi kuitenkin oman

lapsen syntymä syyksi lopettaa, minkä taustalla voidaan nähdä esikuvana olemisen merkitys. Koska autoalan nuoret tunnistivat oman käytön aloittamisen syyksi mallioppimisen muilta, eivät he halunneet muiden aloittavan heidän esimerkin tähden. Nuoret pitivätkin aloittamista hyvin typeränä tekona, mikä on melko ristiriitaista sen kanssa, että yleisesti käyttöä pidettiin positiivisena asiana kohderyhmässä.

Tuloksista selvisi, että asenteet tupakka- ja nikotiinituotteita kohtaan olivat hyvin myönteisiä tutkimuksen nuorilla. Erityisesti tuotteita käyttävät nuoret pitivät tupakointia ”coolina”, ja he olivat aloittaneet tupakoinnin sen tähden, että halusivat näyttäytyä ”kovina” jätkinä. Myös Carpenterin ym. (2009) tutkimuksen tupakoivilla nuorilla asenteet tupakointia kohtaan olivat hyvin samankaltaiset. Lisäksi autoalan nuorilla positiiviset mielikuvat tupakka- ja nikotiinituotteita kohtaan liittyivät vahvasti tulevaan ammattiin, jossa ammatin edustaja nähtiin usein tupakoivana tai tupakoinnin lopettaneena. Erityisesti tupakoivat nuoret erottivat myös tuotteita käyttävät ja käyttämättömät nuoret – tuotteita käyttäviä nuoria pidettiin sosiaalisempina ja aktiivisimpina. Myös Carpenterin ym. (2009) mukaan tupakoivat nuoret uskoivat, että tupakoivilla nuorilla oli enemmän ystäviä ja Changin (2009) mukaan nuoret, jotka uskoivat tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön parantavan heidän sosiaalista imagoaan, polttivat todennäköisemmin, ja he kestivät ikätovereiden luomaa painetta polttaa heikommin.

Vaikka tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö rytmitti nuorten arkea ja oli tapa, josta oli nuorten omien sanojen mukaan vaikea päästä irti, eivät nuoret kuitenkaan kokeneet käytön olevan tärkeimmässä osassa elämäänsä. Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö nähtiin ikään kuin vain osana arkea, kuten kaikki muukin normaali toiminta. McVean ym. (2009) tutkimuksessa korosti myös arjen rutiinit, joihin tuotteiden käyttö jo vahvasti nuorilla kuului. Tulosten perusteella juuri tuotteiden käytöstä seuranneesta tavasta nähtiin olevan vaikein päästä eroon, ja nuorten puheessa korostui tapa suurimpana esteenä tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön lopettamiselle. Myös McVean ym. (2009) tutkimuksen mukaan tupakoinnin lopettamisessa juuri rutiinien rikkominen koettiin erittäin vaikeaksi ja nuoret kokivatkin olevansa hukassa, jos tupakointirutiiniin tulisi muutoksia.

Vaikka tutkimuksen nuoret tunnistivat oman polkunsä kokeilusta riippuvuuteen, oli monella vaikea tunnistaa tai myöntää fyysistä riippuvuutta. Nuoret eivät mieltäneet olevansa riippuvaisia tuotteista, vaan mielsivät käytön vain tapana, josta voi luopua, kun itse haluaa. Vaikka juuri tapa oli se, mistä nuorten oli omien sanojensa mukaan vaikein luopua. Tulokset ovat hieman

vastakkaisia McVean ym. (2009) tutkimuksen tulosten kanssa, missä nuoret tunnistivat niin fyysisen kuin psyykkisen riippuvuutensa. Samankaltaiset tulokset McVean ym. (2009) kanssa olivat siinä, kuinka nuoret pitivät psyykkistä riippuvuutta usein fyysistä riippuvuutta kovempana.

Erityisesti fyysisen riippuvuuden oireita nuorten oli vaikea tunnistaa ja he usein mielsivätkin vieroitusoireiden aiheuttamat tuntemukset osaksi itseään, johon tuotteiden käyttö toi helpotuksen. Myös aiempien tutkimusten mukaan tupakoivat nuoret harvemmin uskoivat, että tupakkaan voi jäädä koukkuun (Carpenter ym. 2009). Tulosten pohjalta voidaan olettaa, että kykenemättömyyteen tunnistaa tai myöntää riippuvuutta vaikutti mahdollisesti se, että autoalan nuorten käytön määrä vaihteli eri tilanteissa ja paikoissa, ja esimerkiksi kotona monet pystyivät olemaan koko illan ilman tuotteita, vaikka koulussa tarve oli jatkuva. Ehkä monellekaan tutkimuksen nuorelle riippuvuuden syvyys ei ollut vielä selvinnyt, koska todellisia lopettamisyrityksiä oli vain harvalla. McVean ym. (2009) mukaan nuoret ymmärtävätkin fyysisen riippuvuuden merkityksen vasta koettuaan oireet. Vaikka osalla autoalan nuorista lopettamisyrityksiä oli ollut, niin harvalla oli silti halua luopua tuotteiden käytöstä vielä nyt, vaan nuoret ajattelivat lopettavansa joskus tulevaisuudessa. Myös Coshin ym. (2015) mukaan tupakointi ilmeni nuorten ajatuksissa nuoruuteen kuuluvana asiana, mutta vanhempana lopettaminen oli jopa välttämätöntä.

Terveyshaitat ja lopettamisen tuomat terveyshyödyt toistuivat nuorten puheessa. Kuitenkin erilaiset terveyshaitat koettiin vielä hyvin kaukaisiksi. Nuorten puheissa korostuivat mahdollisesti tulevaisuudessa tulevat terveyshaitat, kuten keuhkosityöpä ja keuhkohtaumatauti, jotka eivät kuitenkaan vielä olleet nuorten mielestä riittäviä syitä käytön lopettamiselle. Nuorten omien sanojen mukaan terveydessä pitäisi tapahtua jotain konkreettista, jotta käyttö loppuisi. Changin (2009) tutkimus vahvistaa tätä näkemystä. Vaikka tutkimuksen nuoret uskoivat pitkän aikavälin terveyshaittoihin, eivät uskomukset vaikuttaneet siihen, miten nuoret tupakoinnin omassa elämässään näkivät (Chang 2009). Autoalan nuorten puheessa korostui halu elää ja nauttia nyt ja heidän oli vaikea ajatella itseään vanhana ja sairaana. Myös McVea ym. (2009) toteavat, että nuorten oli vaikea samaistua vanhaan ihmiseen, joka oli kuolemassa esimerkiksi syöpään.

Vaikka nuoret tunnistivat jo tupakka- ja nikotiinituotteista johtuvia erilaisia lyhyen aikaväliin terveyshaittoja, ei niitä mietitty käytön aikana. Myös McVea ym. (2009) mukaan lyhyen aika-

välin terveyshaitat olivat nuorten helppo sivuuttaa, koska ne olivat usein vain ajoittaisia ja liittyivät tiettyyn tilanteeseen. Nuoret myös vähätelivät mahdollisia terveyshaittoja ja kokivat, että niitä tuli nykyään kaikkialta muualtakin niin paljon, että tupakka- ja nikotiinituotteet olivat vain pieni sivuseikka. Myös aiempien tutkimusten mukaan nuoret oikeuttivat itselleen tupakoinnin juuri vähättelemällä tupakasta johtuvia terveyshaittoja ja uskottelivat muutaman vuoden tupakoinnin olevan turvallista (Carpenterin ym. 2009; Kleinjan ym. 2009). Lisäksi nuoret pitivät nuuskaa turvallisempana käyttää kuin tupakointi (Piltzerin 2003). Autoalan nuorten puheissa ei noussut keskustelua nuuskan ja tupakan välisistä eroista, mutta havainnoinnin yhteydessä käydyissä keskusteluissa nuoret mielsivät nuuskan turvallisempana, koska se vaikutti heidän mukaansa vain paikallisesti.

Vaikka tutkimuksen nuorilla oli tietoa erilaisista terveyshaitoista, oli tieto vielä melko suppeaa ja irrallaan heidän omasta kokemusmaailmastaan. Tietoa tulisi lisätä erityisesti riippuvuudesta, koska tiedon lisäämisellä riippuvuutta aiheuttavista tekijöistä oli Rosendahlin ym. (2005) mukaan vaikutusta lopettamiseen. Lisäksi tietoa tulisi lisätä uusien tuotteiden, kuten nuuskan vaarallisuudesta, koska Larsenin ym. (2011) mukaan todennäköisyys nuuskan käyttöön lisääntyi mitä vaarattomampana nuoret nuuskaa pitivät. Erityisesti tupakka- ja nikotiinituotteiden yhteiskäytön syynä voitiin Hornin ym. (2000) mukaan pitää riittämätöntä tietoa tupakkatuotteiden käytön vaaroista.

Käytön lopettamisessa korostui jokaisen oma tahto, johon ei nuorten mukaan ulkopuolelta voitu vaikuttaa. Halu lopettaa täytyi lähteä itsestä, jotta lopettaminen onnistuisi. Omaan motivaatioon taas vaikuttivat erilaiset tekijät, jotka vaihtelivat eri elämäntilanteiden mukaan. McVean ym. (2009) tutkimuksessa korostui myös nuoren oman motivaation merkitys lopettamisen onnistumisessa. Autoalan nuorten puheissa korostui lisäksi tupakan hinta, mikä nähtiin myös käytön haittana. Kuitenkaan tuotteisiin menevää rahaa ei pidetty yksinään riittävänä syynä lopettaa, vaikka nuoret mainitsivatkin taloudellisen tuen yhdeksi motiiviksi lopettamisessa. Myös aiemmissa tutkimuksissa tuotteiden hinta oli yksi motiivi lopettaa tuotteiden käyttö (McVea ym. 2009; Cosh ym. 2015).

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön kieltoihin nuoret suhtautuivat hyvin kielteisesti ja suurimman osan mielestä kiellot vain lisäsivät käyttöä. Tämä oli ristiriidassa aiempien tutkimusten kanssa, joissa hankaloittavia tekijöitä, kuten kieltoja, pidettiin yhtenä lopettamisen motiivina

(McVea ym. 2009). Tutkimuksessa nousi lisäksi esille korvaava tekeminen, kuten erilaiset harrastukset, joita pidettiin keinona lopettaa tuotteiden käyttö. Aiemmissä tutkimuksissa korostui miehillä erityisesti urheilu (Cosh ym. 2015).

8.2 Tulokset Sosiaalisen markkinoinnin ja oppilaitoksen näkökulmasta

Sosiaalisen markkinoinnin näkökulmasta tutkielman empiirisessä osiossa pyrittiin rakentamaan pohjaa vaihtokaupalle asiakasymmärryksen ja kilpailevien tekijöiden määrittelyn kautta.

Koska vaihtokaupassa Sosiaalisen markkinoinnin ABC:n (2012) mukaan nuori joutuu punnitsemaan uuden käyttäytymisen omaksumisen koettua kustannukset suhteessa koettuihin hyötyihin, joutuu hän vaikeiden kysymysten eteen. Lopettaessaan nuori joutuu kohtaamaan kysymyksiä siitä, miten olla sosiaalisissa tilanteissa, miten hallita omia tunteita, miten rytmittää opiskelua ja tehdä töitä, millä täyttää tyhjät hetket ja miten selvitä vieroitusoireista. Nuori on aivan uudenlaisten haasteiden edessä. Hän joutuu etsimään uudenlaisia hallintakeinoja, koska aiemmin tupakka- ja nikotiinituotteet ovat toimineet monella nuorella keinona hallita haastavia ja uusia tilanteita ja tunteita.

Vaihtokauppa, jota nuorelle tarjotaan, tulee olla sellainen, jota nuoret itse arvostavat ja jossa hyödyt ovat haittoja suuremmat (French ym. 2011; Sosiaalisen markkinoinnin ABC 2012). Lopettaessaan tuotteiden käytön nuori kokee menettävänsä muun muassa sosiaaliset hetket, tauot, tunteidenhallintakeinot, tutut rutiinit ja rentoutumisen keinon. Vaihtokaupan tulee siis tarjota jotain näiden tilalle. Oppilaitosympäristössä vaihtokaupassa voisi tarjota mielenkiintoista välituntekemistä, riittävästi ohjausta ja rauhaa koulutöiden tekemiseen sekä ryhmäytymistä, joka toisi sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tunteen. Koulussa tulisi tarjota myös keinoja tunteiden hallintaan, jotka korvaisivat tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön tunteiden hallinnan keinona. Jokainen nuori joutuu punnitsemaan vaihtokaupan arvon itselleen ja tekee sen mukaan päätöksen käyttäytymisen suhteen (Nutbeam ym. 2010, 44-45).

Koska melkein kaikki nuoret tiesivät tupakka- ja nikotiinituotteista aiheutuvat haitat, tulee vaihtokaupassa korostaa niitä positiivisia asioita, joita nuori saavuttaisi uuden käyttäytymisen myötä. Nuorille voisi markkinoida uuden käyttäytymisen esimerkiksi paremman fyysisen jaksamisen kautta niin tulevassa työelämässä, urheilussa kuin moottoriajoneuvoihin liittyvässä

harrastuksessa. Vaihtokaupassa tarjottavat tekijät tulee olla sellaisia, jotka vaikuttavat tunnetasolla, välittömästi ja niitä ei voi sivuuttaa (McVea ym. 2009). Vaihtokauppa tuskin onnistuu, jos tarjotaan parempaa terveyttä vuosien päästä, mutta jos voidaan tarjota terveyshyötyjä, joiden seuraukset nuoret voivat kokea heti, on onnistuminen todennäköisempää.

Kilpailevia tekijöitä, jotka heikentävät halutun käytöksen omaksumista ja kilpailevat nuorten ajasta ja huomiosta on nuorten elämässä useita. French ym. (2011) jakavat kilpailevat tekijät ulkoisiin ja sisäisiin tekijöihin. Nuorten itsensä mielestä haastavimmat ulkopuolelta tulevat kilpailevat tekijät olivat tuotteiden käytöstä muodostunut tapa sekä ystävien ja perheenjäsenten tuotteiden käyttö. Koulussa nuorten käyttöön vaikutti muun muassa koulun ilmapiiri, vaikeat työt, kiire sekä mielekkäiden töiden ja taukotekemisen puute. Myös koulun sosiaaliset normit, jotka hyväksyivät esimerkiksi tupakkatauot, sekä nuoren ystäväpiirin ja tulevan ammatin normit kilpailevat halutun uuden käytöksen kanssa. Sisäisiä kilpailevia tekijöitä olivat yleisesti riippuvuus tuotteisiin, nuorten jopa positiiviset asenteet tuotteiden käyttöä kohtaan ja uskomukset, joiden mukaan tuotteita käyttävä nuori oli sosiaalisempi ja sosiaalisesti hyväksytympi. Myös stereotyyppiset uskomukset tulevan ammatin edustajasta tupakoivana heikentävät halutun käytöksen omaksumista. Onnistuneessa käytöksen muuttamisessa on Sosiaalisen markkinoinnin ABC:n (2012) mukaan onnistuttu puuttamaan näihin kilpaileviin tekijöihin ja ne on onnistuttu minimoimaan erilaisten strategioiden avulla.

Koska tulosten mukaan nuoren keskeisissä sosiaalisissa ympäristöissä ei nikotiinitonta käytös mallia ole tarjolla, on nuoren vaikea ajatella muunlaista käytöstä. Olisikin erityisen tärkeää, että edes koulu tarjoaisi nuorelle käytösmallin ja asenteet, jotka vahvistaisivat nikotiinittomaan elämään. Koska ammattikoulussa omaksutaan myös tulevaan ammattiin liittyvät terveystavat (Mikkonen & Tynkkynen 2010), on koulun nikotiinittomuustyöllä suuri merkitys koko nuoren työuraa ajatellen. Aiempien tutkimusten mukaan oppilaitos nähdäänkin merkittävässä roolissa nikotiinittomuuden edistämisen toimintaympäristönä, koska sen kautta voidaan saavuttaa kaikki nuoret tietystä sosiaalisessa ympäristössä (Patton ym. 2000; Whitelaw ym. 2001; Shackleton ym. 2016).

Sosiaalisen markkinoinnin interventioissa terveyden edistämisen toimenpiteet kannattaisi kohdentaa muutosvaihemallin mukaisesti, ei koskaan polttavien lisäksi myös toiminta- ja ylläpito-vaiheessa oleviin. Tätä tukee myös Carpenterin ym. (2009) tutkimus, jossa todettiin, että satun-

naisesti polttavilla oli useampia yrityksiä lopettaa ja heillä oli vahvempi luotto omiin kykyihinsä lopettaa. Suurin hyöty kansanterveyden näkökulmasta saavutettiin interventioilla, joiden kohderyhmänä olivat tupakoimattomat (Diehr ym. 2011), joten Sosiaalisen markkinoinnin keinoin tulisi vahvistaa yksilöitä, jotka ovat jo omaksuneet halutun käytöksen eli tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttämättömyyden. Ennaltaehkäisevät toimet tulisi suunnata ammattikoulussa opiskelun aloittaneille nuorille, koska tupakan kokeileminen ajoittuu ammattikoulun ensimmäisille vuosille.

Koulun nikotiinittomuustyön keskiössä ovatkin oppilaitos ja toimipistekohtaiset linjaukset ja niiden käyttöönotto. Avaintekijät tupakoinnin vähentämiseen koulussa ovat Shackletonin ym. (2016) mukaan koulun ilmapiiri, säännöt, fyysinen ympäristö sekä erityisesti nuorten sitoutuminen oppimiseen ja koulun yhteisöön. Samat tekijät nousivat esille myös tutkimuksen tuloksista, joten näihin tekijöihin tulisi kiinnittää erityistä huomiota nikotiinittomuuden edistämiseksi. Shackletonin ym. (2016) mukaan keskeistä koulun ilmapiirissä ovat erityisesti oppilaiden ja opettajan väliset suhteet. Tutkimuksen tulosten mukaan nuoret kokivat koulun ilmapiirin huonoksi ja heidän mielestä opettajia eivät kiinnosta riittävästi heidän asiansa muuten kuin, että koulutyöt tulee tehdyksi. Tutkimusten mukaan nuori kuitenkin kaipaisi tukea, ymmärrystä ja kannustusta, jotta lopettaminen onnistuisi (McVea ym. 2009). Oppilaitoksessa tulisi yhdessä miettiä, miten opettajan ja oppilaan välisiä suhteita voisi parantaa. Myös opettajien tupakointiin nuoret suhtautuivat kriittisesti. Koska tutkimusten mukaan henkilökunnan tupakointi lisää riskiä tupakoinnin aloittamiseen (Virtanen ym. 2009), on koulun henkilökunnan sitoutuminen nikotiinittomuuteen erityisen tärkeää.

WASH –mallin (Mcbride ym. 1999) mukaisesti tutkielman empiirinen osio oli osa tarpeen arviointia ja nyt intervention suunnittelussa tulee huomioida kriittiset yksilöt, jotka ovat koulun ylin johto, toimipisteen koulutuspäällikkö, opettajat sekä yhteisöllisen oppilashuollon eri toimijat, kuten kouluterveydenhoitaja, kuraattori, koulupsykologi ja opetuksen tukihenkilöstö. Jos kyse on ympäristöstä, joka tukee nuorten tupakointia ja johon nuoret yhdistävät tupakoinnin, ei yksittäinen valistustunti ole riittävä (Ojajärvi 2015, 209). Keskeistä koulussa toteutetussa intervention onnistumisessa on koko koulun osallistuminen ja erityisesti nuorten osallistaminen ja sitoutuminen (Sawyer ym. 2010). Nuorten osallistamisen tärkeys korostui myös Sosiaalisen markkinoinnin mallia hyödyntäneissä hankkeissa (Hicks 2001; Eisenberg ym. 2004; Honkanummi 2016). Intervention suunnitteluun ja toteutukseen on otettava mukaan koko koulu-

teisö. Yhtenäisten sääntöjen luominen ja niistä kiinni pitäminen ovat erityisen tärkeässä asemassa, koska niillä on todettu olevan vaikutusta tupakoinnin vähenemiseen (Lovato 2006; Lipperman-Kreda 2009). Koska tutkimuksen nuoret suhtautuivat sääntöihin hyvin vaihtelevasti, tulisi nuoret ottaa mukaan myös yhteisten sääntöjen luomiseen.

8.3 Tutkimuksen luotettavuus ja tutkimusetiikka

Tässä työssä on pyritty noudattamaan hyvän tieteellisen käytännön periaatteita läpi koko prosessin. Työn luotettavuutta on arvioitu koko prosessin ajan aina tutkimussuunnitelman teosta lähtien. Työskentely on ollut avoimen reflektointia ja jokaisessa työn vaiheessa on arvioitu niin työn heikkouksia kuin vahvuuksia. Työskentely on ollut syklistä ja prosessissa on palattu aina tarvittaessa alkuun, jotta jokainen vaihe tulisi huomioiduksi. Luotettavuutta ja avointa reflektointia on pyritty vahvistamaan pitämällä tutkimuspäiväkirjaa ja kirjoittamalla oma esiyymmärrys auki heti työn alussa. Prosessin aikana on käyty projektiryhmän kanssa lukuisia keskusteluja tutkielman analyysistä ja tuloksista, mikä on mahdollistanut myös yhä syvenevän reflektoinnin. Luotettavuutta ja avoimuutta on lisännyt myös jokaisen prosessin vaiheen tarkka raportointi. Luotettavuuden arvioinnissa käytettiin Graneheimin ja Lundmanin (2004) artikkelissaan esittelemää kolmea luotettavuustekijää, jotka ovat uskottavuus (credibility), käyttövarmuus (dependability) ja siirrettävyys (transferability).

Graneheimin ja Lundmanin (2004) mukaan tutkimuksen uskottavuus rakentuu siitä, miten hyvin aineisto ja analyysin prosessi tukevat tutkimuksen kohdetta. Uskottavuus rakentuu tutkimuksen kohteen, kontekstin, tutkittavien valinnan ja aineistonkeruumenetelmän ympärille (Graneheim & Lundman 2004). Tutkittavien valinta määrittyi pitkälti tutkielman taustalla olevan Nikotiiniton amis -hankkeen pohjalta. Tutkittavat edustivat kuitenkin kohderyhmää, joka oli tutkimuksen kohteena olevan ilmiön kannalta oleellinen. Koska haluttiin selvittää, miten nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö ilmenee oppilaitoskontekstissa, oli luontevaa kysyä sitä nuorilta itseltään ja valita tutkimusympäristöksi oppilaitos. Havainnoinnilla pyrittiin ymmärtää paremmin ympäröivää kontekstia ja tätä kautta lisäämään uskottavuutta ja vähentämään tutkijan omien tulkintojen muodostumista.

Sosiaalisen markkinoinnin käytön luotettavuuden näkökulmasta tutkittavien segmentointi oli tutkielmassa ehkä hieman liian laava. Frenchin ym. (2011) mukaan tehokkain segmentointi

kohdistuu kohderyhmän käytökseen ja motiiveihin. Nyt segmentointi oli koulutusalan mukaan, mikä ei aina ole riittävän tarkka sosiaalisen markkinoinnin mallin tavoitteiden saavuttamiseksi. Sosiaalisen markkinoinnin näkökulmasta tärkeää on myös ymmärtää miksi osa ihmisistä käyttäytyy jo halutulla tavalla, ja hyödyntämällä näiden ihmisten näkemyksiä voidaan vaihtokaupasta tehdä entistä houkuttelevampi kohderyhmälle (French ym. 2011). Tutkielman tekijän toiveena oli segmentoida kohderyhmä tarkemmin ja huomioida erityisesti myös nuoret, jotka eivät käytä tupakka- ja nikotiinituotteita, mutta hankkeesta johtuvista syistä näin ei onnistuttu tekemään. Nyt tuotteita käyttämättömät nuoret (n=2) jäivät ikään kuin käyttäjien varjoon ja heidän ei ollut helppo kertoa näkemyksiään, jolloin tulokset kuvastavat vahvasti tuotteita käyttävien näkemyksiä. Kohderyhmän edustavuus jää siis tältä osin suppeaksi. Tutkimustehtävän näkökulmasta edustavuus kuitenkin nähtiin riittävänä. Tutkittavien määrä oli myös tutkimuksen kohteen kannalta riittävä, koska aineisto alkoi saturoitumaan ja samankaltaiset teemat nousivat aineistosta esille, mutta variaatiota löytyi myös.

Aineistonkeruumenetelmänä harkittiin yksilö- ja ryhmähaastatteluja, mutta koska aiempien tutkimusten pohjalta tiedettiin, että tuotteiden käyttö liittyy vahvasti myös sosiaaliseen kontekstiin, päädyttiin ryhmähaastatteluihin. Tarkoituksena oli, että haastatteluihin olisi osallistunut myös toinen henkilö, mutta sairastumisen takia haastattelut toteutettiin ainoastaan tutkielman tekijän toimesta. Graneheimin ja Lundmanin (2004) toteavatkin, että uskottavuutta lisääsi useamman haastattelijan ja havainnoijan osallistuminen. Aineiston luotettavuuteen saattaa vaikuttaa myös se, että osa haastattelijan ajasta ja huomiosta meni kurinpidollisiin tehtäviin, miltä oltaisiin vältytty, jos haastattelutilanteissa olisi ollut toinen henkilö läsnä. Haasteena oli myös ryhmän sisäiset roolit, jotka vaikuttivat haastattelun kulkuun. Eskola ja Suoranta (1998, 98) toteavatkin, että haasteena juuri ryhmähaastatteluissa saattaa olla ryhmää dominoivat yksittäiset henkilöt. Erityisesti toisessa haastatteluryhmässä oli selvästi havaittavissa yhden opiskelijan vahva dominointi. Ryhmähaastattelujen tueksi olisi ollut hyvä tehdä myös yksilöhaastatteluja tulosten uskottavuuden parantamiseksi, koska ryhmäkoot olivat käytännön syistä johtuen melko suuret.

Erialaisten tehtävien käyttö ryhmähaastattelussa toimi, koska tehtävien avulla nuoret kokivat helpommaksi lähestyä aiheita ja heillä oli enemmän aikaa prosessoida omia vastauksiaan. Tehtävät myös rytmittivät ja toivat vaihtelevuutta haastattelutilanteeseen, minkä kautta pyrittiin pitämään nuorten motivaatiota yllä. Tehtävien kautta samaa tutkimuskysymystä voitiin myös lä-

hestyä usealta eri kantilta, mikä osaltaan lisäsi luotettavuutta. Tehtäväpapereihin kirjoitetut vastaukset tukivat myös litteroitua aineistoa, jolloin esimerkiksi tietyn vastauksen toistuminen ja sen painottuminen voitiin havaita selvemmin. Näin tulosten uskottavuus lisääntyi.

Hirsjärven ja Hurmeen (208, 132) mukaan nuorten haastattelussa on erityisen tärkeää saada nuoret motivoitumaan vastaamaan, koska he saattavat olla herkkiä sille, että haastattelu edustaa esimerkiksi oppilaitosta, jota vastaan he kapinoivat. Nuorten motivaatiota pyrittiin vahvistamaan sillä, että haastatteluihin rekrytointi tapahtui kasvotusten havainnoinnin yhteydessä, jolloin oli mahdollista jo luoda suhdetta haastateltaviin ja sitouttaa heitä aiheen tärkeyteen. Nuorille myös painotettiin haastatteluihin osallistumisen vapaaehtoisuutta ja mahdollisuutta keskeyttää osallistuminen koska vain.

Haastattelutilanteessa haastattelija pyrki olemaan mahdollisimman pienessä roolissa ja antamaan tilaa nuorten vastauksille. Nuorille onkin tärkeää osoittaa, että heidän mielipiteistään ollaan todella kiinnostuneita (Hirsjärvi & Hurme 2008, 132). Haastattelut toteutettiin oppilaitoksen tiloissa ja koulupäivän aikana, mikä voidaan nähdä etuna, mutta myös haasteena. Oppilaitos tarjosi toisaalta puolueettoman ja tutun ympäristön nuorille, mutta ympäristö saattoi myös liikaa edustaa koulua. Hirsjärvi ja Hurme (2008, 132) toteavatkin, että koulussa pidetty haastattelu saattaa olla nuorille vain syy päästä pois tunneilta ja tästä johtuen vastaukset voivat olla lyhyitä ja ylimalkaisia. Tämä pyrittiin estämään sillä, että haastatteluihin oli varattu reilusti aikaa ja haastattelujen kesto kerrottiin nuorille etukäteen. Nuorille oli luvassa myös pieni palkkio haastatteluihin osallistumisesta.

Tutkimusaineistoa kertyi litteroituna yhteensä 120 sivua. Graneheimin ja Lundmanin (2004) mukaan aineiston määrä suhteessa tutkimuskysymykseen on tärkeä osa uskottavuutta. Riittävän aineiston määrä riippuu ilmiön kompleksisuudesta ja aineiston laadusta (Graneheim & Lundman 2004). Aineiston sisältö oli joltain osin hyvin suppeaa ja haastattelutilanteessa jouduttiin usein kysymään tarkentavia kysymyksiä ja kysyä samaa asiaa usealla eri tavalla, jotta vastauksista saatiin riittävän kuvailevia. Ilmiö itsessään on myös hyvin kompleksinen ja laaja, mikä toi haasteita jo tutkimuskysymysten rajaamiseen. Aineistossa havaittiin kuitenkin saturoitumista ja vastausten kautta voitiin tavoittaa kohteena oleva ilmiö, joten aineiston määrää voitiin pitää riittävänä vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Luotettavuuden varmistamiseksi haastatteluja myös kuunneltiin useampaan kertaan, ja litteroitua tekstiä tarkennettiin ja korjattiin tarpeen mukaan.

Aineiston analyysivaiheessa haasteeksi nousi riittävän kuvailevien merkitysyksiköiden löytäminen. Granaham ja Lundman (2004) painottavatkin merkitysyksiköiden tärkeyttä uskottavuudessa – yksikkö ei saa olla liian laaja, mutta ei myöskään liian suppea. Haastateltavien vastaukset olivat ajoittain hyvin suppeita, jolloin merkitysyksikkö saattoi muodostua vain muutamasta sanasta, kun taas välillä nuorten puhe oli hyvinkin poukkoilevaa ja analyysivaiheessa oli haastavaa löytää tekstistä sen todellinen merkitys. Aineistosta kuitenkin löytyi runsas määrä merkitysyksiköitä, joista pelkistettyjä ilmauksia muodostui yhteensä 468. Työn uskottavuutta lisää se, että analyysinprosessin logiikka on kuvattu taulukossa 1. Näin tutkijan prosessin logiikka on avointa ja lukija voi arvioida analyysin uskottavuutta.

Uskottavuus muodostuu myös siitä, miten hyvin kategoriat ja teemat kattavat koko aineiston (Graneheim & Lundman 2004). Analyysiprosessin eri vaiheissa muodostuneita kategorioita ja teemoja arvioitiin suhteessa koko aineistoon ja suhteessa toisiinsa, millä pyrittiin vahvistamaan tulosten uskottavuutta ja sitä, että kaikki merkityksellinen on huomioitu ja epäoleellinen jätetty huomiotta. Avoimuutta ja tätä kautta tulosten uskottavuutta pyrittiin lisäämään sillä, että tulosten yhteydessä on luettavissa myös autenttisia lainauksia, jolloin lukija voi verrata tutkijan tulkintaa autenttisiin lainauksiin.

Graneheim ja Lundman (2004) korostavat muiden tutkijoiden kanssa käytyä dialogia tulosten uskottavuuden varmistamiseksi. Tutkimuksen eri vaiheissa käytiin keskusteluja projektitiimin jäsenten kanssa ja tuloksista keskusteltiin yhdessä useassa eri tilanteessa. Tuloksista keskusteltiin myös koulun avainhenkilöiden kanssa. Keskustelujen ja tutkimuspäiväkirjan kautta mahdollistui myös tutkijan itsereflektointi suhteessa tulosten objektiivisuuteen ja omaan subjektiiviseen rooliin tulkintojen teossa. Tutkimuspäiväkirjassa pohdittiin myös oman esiyymmärryksen merkitystä tulkintojen teossa läpi koko prosessin. Tutkijan esiyymmärryksen ei voida sanoa muuttuneen prosessin aikana, mutta se syveni ja vahvistui. Ammattikoululaisten maailma ja tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön kompleksisuus avautuivat tutkijalle aivan uudella tavalla.

Toinen luotettavuustekijä on käyttövarmuus, jolla tarkoitetaan prosessin kestoa ja sen aikana tapahtuvia mahdollisia muutoksia aineistossa ja tutkijan päätöksissä (Graneheim & Lundman 2004). Koska haastattelut toteutettiin peräkkäisinä päivinä, ei tässä ajassa tutkijan päätökset tai tutkimuskysymykset ehtineet muuttua. Haastattelut toteutettiin hyvin identtisinä molemmille ryhmille, mitä voidaan pitää käyttövarmuutta lisäävänä tekijänä.

Kolmas luotettavuustekijä on siirrettävyys, jolla tarkoitetaan tulosten siirrettävyyttä toisenlaisiin ryhmiin ja ympäristöihin (Graneheim & Lundman 2004). Tulokset voidaan nähdä olevan jossain määrin siirrettävissä. On kuitenkin huomioitava, että tulokset kuvastavat sen hetken ja siinä sosiaalisessa kontekstissa rakentunutta todellisuutta. Pietilän (2010) mukaan haastattelun ei voida suoraan nähdä heijastavan objektiivista todellisuutta, vaan kuvaukset ja tieto todellisuudesta rakentuu haastattelijan ja osallistujien vuorovaikutuksessa, mistä johtuen haastattelijan toiminta on tärkeä osa aineistoa. Kuitenkin tulosten voidaan nähdä jossain määrin kuvastavan samankaltaisen kohderyhmän ajatuksia, koska tulokset ovat hyvin samankaltaisia aiempien tutkimusten kanssa. Tuloksia ei voida kuitenkaan siirtää suoraan kuvaamaan esimerkiksi nuorten vapaa-ajalla tapahtuvaa tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöä, koska tutkimusympäristönä on ollut oppilaitos.

Hyvän tieteellisen käytännön periaatteita noudatettiin tutkielman jokaisessa vaiheessa. Ennen tutkimuksen alkua hankittiin tarvittavat tutkimusluvut. Jokaiselle haastateltavalle kerrottiin tarkasti haastattelun tarkoitus ja tavoitteet ja haastatteluun osallistuvalla pyydettiin allekirjoituksella suostumus osallistumisesta ja alaikäisten nuorten vanhemmille lähti tutkimuksesta ilmoitus. Jokaisessa tutkimuksen vaiheessa nuorille painotettiin osallistumisen vapaaehtoisuutta ja vielä haastattelujen alussa korostettiin sitä, että he voivat keskeyttää osallistumisensa missä vaiheessa tahansa. Kaikki haastateltavat suostuivat aineiston käyttöön niin pro gradu -tutkielmassa kuin Nikotiiniton amis -hankkeessa. Aineisto käsiteltiin luottamuksella ja säilytetään asianmukaisesti Suomen Syöpäyhdistyksen tiloissa niin, ettei vastaajien tietoturva ole uhattuna.

Sosiaalisen markkinoinnin hyödynnettävyyden luotettavuus tutkielman viitekehyksenä ei täysin vastaa odotuksia, koska systemaattisen tiedonhaun tuloksena ei löytynyt yhtään artikkelia, jota olisi voinut täysin hyödyntää tutkielman teoreettisessa osassa. Tiedonhaun perusteella voidaan todeta, että tutkielmassa käytetyistä tietokannoista ei löydy tupakoinnin lopettamisen interventioita, joissa olisi systemaattisesti hyödynnetty Sosiaalisen markkinoinnin terveyden edistämisen mallia. Tätä huomiota tukee myös aiemmat tutkimukset. Quinnin ym. (2010) systemaattisen kirjallisuuskatsauksen perusteella sosiaalisen markkinoinnin käsitettä on käytetty ja määritelty hyvin vaihtelevasti eri interventioissa. Monissa artikkeleissa oli väitetty käytettävän sosiaalisen markkinoinnin mallia, mutta raportoinnissa ei kuitenkaan oltu riittävän yksityiskohtaisesti selostettu mallin eri vaiheita, joten mallin todellinen hyödyntäminen jäi todentamatta. Katsauksen useissa artikkeleissa sosiaalisen markkinoinnin termiä käytettiin löyhästi

kuvaamaan keinoja välittää terveysviestejä yhteisöille ja ryhmille, eikä sosiaalisen markkinoinnin peruseriaatteita oltu huomioitu ollenkaan tai niistä oli huomioitu vain osa (Quinn ym. 2010). Tonesin ja Tilfordin (2001, 346) mukaan Sosiaalista markkinointia saatetaan käyttää virheellisesti synonyyminä sosiaaliselle medialle, sosiaaliselle mainonnalle tai median kannattamiselle. Heidän mukaansa Sosiaalisen markkinoinnin mallia voidaan kyllä käyttää massamediaa hyödyntävissä terveyttä edistävissä strategioissa, jolla tavoitetaan suuria määriä ihmisiä, mutta se ei vielä itsessään ole sosiaalista markkinointia (Tones & Tilford 2001, 346).

8.4 Johtopäätökset ja jatkotutkimustarpeet

Kuten teoriatausta osoittaa, ovat pyrkimykset tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön vähentämiseen ammatillisissa oppilaitoksissa erityisen tärkeitä, koska onnistuttaessa vähentämään ammattiin opiskelevien nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöä, voidaan samalla vaikuttaa yhä kasvaviin terveyseroihin eri sosioekonomisten ryhmien välillä. Sosiaalisen markkinoinnin mallin mukaisesti nikotiinittomuustyötä tulee tehdä tiedotuksen ja valistuksen, suunnittelun, tuen ja sääntelyn kautta (Sosiaalisen markkinoinnin ABC).

Tämän tutkimuksen perusteella voidaan esittää seuraavia johtopäätöksiä ja jatkotutkimusaiheita:

- Nikotiinittomuustyö tulee lähteä koulun yhteisten nikotiinittomuutta tukevien sääntöjen ja kieltojen luomisesta ja niistä yhdessä kiinnipitämisestä. On erityisen tärkeää keskittyä koulun yleiseen asenneilmapiiriin ja erityisesti murtaa tulevaan ammattiin liittyvät tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöä vahvistavat mielikuvat. Koulun henkilökunnalla on tässä keskeinen rooli; tuotteiden käyttöön ei tule koskaan kannustaa edes huumorin kautta. Lisäksi työssäoppimispaikat tulisi sitouttaa mukaan nikotiinittomuustyöhön, koska niillä on merkittävä rooli nuoren tulevan työelämän näkökulmasta.

- Oppilaitoksen tulisi tarjota tuotteiden käytön tilalle mielekästä tekemistä, panostaa lukuvuoden alussa tapahtuvaan ryhmäytymiseen sekä opettaa läpi opiskelun tunteiden ja elämänhallintakeinoja. Erityisen tärkeää olisi tukea nuorta löytämään oman näköinen polkunsä opintoista työelämään ja perustelemaan omia ratkaisujaan, kuten tupakka- ja nikotiinituotteista kieltäytymistä.

- Nikotiinittomuustyössä tulisi huomioida yhä vahvemmin myös nuorten vanhemmat, koska erityisesti tuotteita käyttävien vanhempien rooli korostui niin syissä aloittaa tuotteiden käyttö kuin käytön lopettamisen vaikeudessa.

- Koska tuotteita käyttävillä nuorilla oli suuri ristiriita halun lopettaa käyttö ja halun jatkaa käyttöä välillä, tulisi heille kohdentaa erityistä tukea lopettamiseen ja siihen motivoimiseen. Satunnaisesti polttavat ja lopettamista harkitsevat ovat kohderyhmiä, joihin tulevaisuudessa kannattaisi erityisesti panostaa.

- Nuorille suunnatun terveystkasvatuksen tulisi kohdentua pitkän aikavälin terveyshaittojen lisäksi välittömiin terveyshaittoihin sekä konkreettisiin esimerkkeihin siitä, miten tupakka- ja nikotiinituotteet vaikuttavat nuoreen. Erityisen tärkeää terveystkasvatuksessa olisi keskittyä tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttämättömyyden hyötyjen korostamiseen. Tietoa tulisi lisätä erityisesti tuotteiden aiheuttamasta riippuvuudesta sekä uusien tuotteiden haitallisuudesta.

Kohderyhmän tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä on paljon kvantitatiivista tutkimusta, mutta edelleen tarvittaisiin lisää ymmärrystä nuorten kokemusmaailmasta ja eri nuorisoryhmien sosiokulttuurisista normeista, jotka vaikuttavat tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön ja sen jatkumiseen. Tutkimuksessa tulisi keskittyä erityisesti uusimpiin tupakka- ja nikotiinituotteisiin kuten nuuskaan ja sähkösavukkeisiin. Oppilaitoksen näkökulmasta tulisi tutkia ja selvittää, miten parhaiten nikotiinittomuuden edistäminen saataisiin implementoitua koulun arkeen, erityisesti niillä ammatillisilla aloilla, joissa tuotteiden käyttö on vahvasti osana myös tulevaa ammattia. Lisäksi keskeistä olisi selvittää tarkemmin syitä siihen, miksi osa nuorista ei käytä tuotteita – mitkä ovat heidän voimavaransa ja keinonsa kieltäytyä sosiaalisessa paineessa. Tärkeää olisi kehittää nuorten lopettamisen tukea ja tutkia millaisin keinoin nuorta voisi parhaiten tukea lopettamaan tuotteiden käyttö. Terveystkasvatuksen näkökulmasta tulisi selvittää millaiset keinot ja interventiot toimisivat parhaiten käsiteltäessä ilmiötä yhdessä nuorten kanssa.

LÄHTEET

- Aarnos, E. 2001. Kouluun lapsia tutkimaan: Havainnointi, haastattelu ja dokumentit. Teoksessa: J. Aaltola & R. Valli. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelavalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Albayrak, S & Ergun, O.A. 2015. Smoking and Desire to Quit Smoking Behavior in a Sample of Turkish Adolescents 26 (1), 41–46.
- Andreasen, A.R. 2002. Marketing Social Marketing in the Social Change Marketplace. *Journal of Public Policy & Marketing* 21 (1), 3–13.
- Braun, V. & Clarke, V. 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology* 3, 77–101.
- Carpenter, M.J., Garret-Mayer, E., Vitoc, C., Cartmell, K., Biggers, S. & Alberg, A.J. 2009. Adolescent nondaily smokers: Favorable views of tobacco yet receptive to cessation. *Nicotine & Tobacco Research* 11 (4), 348–355.
- Chang, C. 2009. Psychological Motives Versus Health Concerns: Predicting Smoking Attitudes and Promoting Antismoking Attitudes. *Health communication* 24, 1–11. DOI:10.1080/10410230802465241.
- Consensus Definition of Social Marketing. 2013. European Social Marketing Association. Viitattu 7.12.2015. <http://www.europeansocialmarketing.org/social-marketing/>
- Cosh, S., Hawkins, K., Skaczkowski, G., Copley, D. & Bowden, J. 2015. Tobacco use among urban Aboriginal Australian young people: a qualitative study of reasons for smoking, barriers to cessation and motivators for smoking cessation. *Australian Journal of Primary Health* 21, 334–341.
- Dann, S. 2010. Redefining social marketing with contemporary commercial marketing definitions. *Journal of Business Research* 63 (2), 147–153.
- de Looze, M., ter Bogt, T, Hublet, A., Kuntsche, E., Richter, M., Zsiros, E. Godeau, E. & Vollebergh, W. 2013. Trends in educational differences in adolescent daily smoking across Europe, 2002-10. *The European Journal of Public Health* 23, 1–6.
- Deschesnes, M., Martin, C. & Jomphe, H. 2003. Comprehensive approaches to school health promotion: how to achieve broader implementation. *Health promotion international* 18 (4), 387–396.
- Diehr, P., Hannon, P., Pixacani, B., Forehand, M., Meischke, H., Curry, S., Martin, D.P., Weaver, M.R. & Harris, J. 2011. Social Marketing, Stages of Change, and Public Health Smoking Interventions. *Health Education & Behavior* 38 (2), 123–131.

- Eagle, L., Dahl, S., Hill, S., Bird, S., Spotswood, F. & Tapp, A. 2013. *Social Marketing*. 1. painos. Harlow: Pearson Education.
- Eisenberg, M., Ringwalt, C., Driscoll, D., Vallee, M. & Gullette, G. 2004. Learning from truth: Youth Participation in Field Marketing Techniques to Counter Tobacco Advertising. *Journal of Health Communication* 9, 223–231. DOI: 10.1080/10810730490447066.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 1. painos. Tampere: Vastapaino.
- French, J. & Gordon R. 2015. *Strategic Social Marketing*. 1. painos. Lontoo: Sage Publications.
- French, J., Merritt, R. & Reynolds, L. 2011. *Social Marketing Casebook*. 1. painos. Los Angeles: Sage Publications LTd. DOI:<http://dx.doi.org/10.4135/9781446250877>
- Gordon-Larsen, P., Nelson, M.C. & Popkin, B.R. 2004. Longitudinal Physical Activity and Sedentary Behavior Trends Adolescence to Adulthood. *American Journal of Preventive Medicine* 27 (4), 277–283. DOI:10.1016/j.amepre.2004.07.006
- Graneheim, U.H. & Lundman, B. 2004. Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today* 24, 105–112.
- Hicks, J. 2001. The strategy behind Florida's "truth" campaign – Cover essay. *Tobacco Control* 10, 3–5. DOI:10.1136/tc.10.1.3.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. 2. painos. Helsinki : Gaudeamus Helsinki University Press.
- Honkanummi, E. 2016. *Tupakatta paras amiksessa –yhteiskehittäminen 2013-2015. Loppuraportti*. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus. Viitattu 21.4.2016. www.stm.fi/kaste.
- Hopwood, T. & Merritt, R. 2011. *Big Pocket Guide – to using social marketing for behaviour change*. The NSMC. Viitattu 5.12.2015.
- Horn, K.A., Gao, X., Dino, G.A. & Kamal-Bahl, S. 2000. Determinants of Youth Tobacco Use in West Virginia: A Comparison of Smoking and Smokeless Tobacco Use. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse* 26(1), 125–138.
- Kananen, J. 2014. *Etnografinen tutkimus. Miten kirjoitan etnografisen opinnäytetyön?*. 1. painos. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kansallinen terveystieteiden tutkimuskeskus. 2008. *Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus. Kansallinen terveystieteiden tutkimuskeskus 2008-2011*. 2008. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus. Viitattu 21.4.2016. www.stm.fi/julkaisut.
- Katainen, A. 2011. *Tupakka, luokka ja terveystieteiden tutkimuskeskus*. Helsingin yliopisto Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2011:2.

- Khowaja, L.A., Khuwaja, A.K., Nayani, P., Jessani, S., Khowaja, M.P. & Khowaja, S. 2010. Quit Smoking for Life – Social Marketing Strategy for Youth: A Case for Pakistan. *Journal of Cancer Education* 25, 637–642. DOI: 10.1007/s13187-010-0088-8.
- Kleinjan, M., van den Eijnden, R.J.J.M. & Engels, R.C.M.E. Adolescents' rationalizations to continue smoking: The role of disengagement beliefs and nicotine dependence in smoking cessation. *Addictive Behaviors* 34, 440–445.
- Kouluterveyskysely 2015. Terveysten- ja Hyvinvoinninlaitos. Viitattu 12.1.2016.
- Koulutuksen tilastollinen vuosikirja 2014. Toim. Timo Kumpulainen. Koulutuksen seurantaraportit 2014:10. www.oph.fi/julkaisut
- Larsen, E., Rise, J. & Astron, A.N. 2011. Expectancies and Intentions to Use Snus Among Norwegian First-Year Students. *Nicotine & Tobacco Research* 13(5), 313–318.
- Lee, N.R. & Kotler, P. 2016. *Social Marketing – Changing Behaviors for Good*. 5. painos. Thousand Oaks, California: SAGE.
- Liimatainen-Lamberg, A.-E. 1989. Ammatillisten oppilaitosten ja lukioiden opiskelijoiden minä-käsitys, tulevaisuus-orientaatio ja tupakointikäyttäytyminen. *Lääkintöhallituksen julkaisuja, Terveysten edistäminen, Tutkimukset* 10/1989.
- Liimatainen-Lamberg, A.-E. 1993. Changes in Students Smoking Habits at the Vocational Institutions and Senior Secondary Schools and Health Education. University of Jyväskylä. *Studies in Sport, Physical Education and Health* 30.
- Lipperman-Kreda, S., Paschall, M.J. & Grube, J.W. 2009. Perceived enforcement of school tobacco policy and adolescents' cigarette smoking. *Preventive Medicine* 48 (6), 562–566.
- Loce, A.Y. & Wong, Y.P.I. 2010. Smoking among young children in Hong Kong: influence of parental smoking. *Journal of Advanced Nursing* 66 (12), 2659–2670. doi: 10.1111/j.1365-2648.2010.05419.x
- Lovato, C.Y., Sabiston, C.M., Hadd, V., Nykiforuk, C.I.J. & Campbell, H.S. 2006. The impact of school smoking policies and student perceptions of enforcement on school smoking prevalence and location of smoking. *Health Education Research* 22 (6), 782–793.
- Luca, N.R & Suggs, L.S. 2013. Theory and Model Use in Social Marketing Health Interventions. *Journal of Health Communication: International Perspectives*, 18 (1), 20–40.
- Mathers, C.D. & Loncar, D. 2006. Projections of Global Mortality and Burden of Disease from 2002 to 2030. *Plos medicine* 3 (11), 2011–2030.

- Mcbride, N., Midford, R. & Cameron, I. 1999. An empirical model for school health promotion: the Western Australian school health project model. *Health promotion International* 14 (1), 17–25.
- McVea, K.L.S.P., Miller, D.L., Creswell, J.W., McEntarrfer, R. & Coleman, M.J. 2009. How Adolescents Experience Smoking Cessation. *Qualitative Health Research* 19 (5), 580–592.
- Mikkilä, V., Räsänen, L., Raitakari, O.T., Pietinen, P. & Viikari, J. 2005. Consistent dietary patterns identified from childhood to adulthood: The cardiovascular Risk in Young Finns Study. *British Journal of Nutrition* 93, 923–931.
- Mikkonen, J. & Tynkkynen, L. 2010. Terve Amis! Ammattiin opiskelevien terveyden taustatekijät: 50 toimenpide –ehdotusta terveysterojen kaventamiseksi. *Elämäntapaliitto*.
- Moffitt, T.E., Arseneault, L., Belsky, D., Dickson, N., Hancox, R.J., Harrington, H., Houts, R., Poulton, R., Roberts, B.W., Ross, S., Sears, M.R., Thomson, W.M. & Caspi, A. 2011. A gradient of childhood self-control predicts health, wealth, and public safety. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 108(7), 2693–2698.
- Nuorten terveystapatutkimus 2015. 2015. Nuorten tupakkatuotteiden ja päihteiden käyttö 1977–2015. Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 2015:31. Helsinki.
- Nuorten tupakointi. 2015. Terveyden- ja Hyvinvoinnin laitos. Viitattu 12.1.2016. <https://www.thl.fi/fi/web/alkoholi-tupakka-ja-riippuvuudet/tupakka/tupakointi-suomessa/nuorten-tupakointi>
- Nutbeam, D., Harris, E. & Wise, M. 2010. Theory in a nutshell. A practical guide to health promotion theories. 3. painos. North Ryde: McGraw-Hill.
- Ojajarvi, A. 2015. Terve sotilas! Etnografinen tutkimus varusmiesten terveystajusta sosiaalisena ilmiönä. *Nuorisotutkimusseura verkkojulkaisuja* 99.
- Ollila, H., Lommi, A., Luopa, P., Jokela, J. & Puusniekka, R. 2012. Tupakointikieltojen toteutuminen oppilaitoksissa – miksi savuttomuustyötä tarvitaan edelleen? Teoksessa: A. Heloma, H. Ollila, P. Danielsson, P. Sandström & J. Vakkuri (toim.) *Kohti savutonta Suomea. Tupakoinnin ja tupakkapolitiikan muutokset*. Tampere: Terveyden ja Hyvinvoinnin laitos.
- Ollila, H. & Ruokolainen, O. 2016. Tupakkatuotteiden yhteiskäyttö yläkouluissa ja toisen asteen oppilaitoksissa 2000–2015. *Terveyden ja hyvinvoinninlaitos – Tutkimuksesta tiiviisti* 2/2016. Viitattu 21.4.2016. www.julkari.fi

- Patja, K. & Vertio, H. 2009. Tupakoimattomuuden edistäminen. Terveyskirjasto. Viitattu 26.1.2016. http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=seh00148
- Patton, G., Coffey, C., Cappa, C., Currie, D., Riley, L., Gore, F., Degenhardt, L., Richardson, D., Astone, N., Sangowawa, A. O., Mokdad, A. & Ferguson, J. 2012. Health of the world's adolescents: a synthesis of internationally comparable data. *The Lancet* 379 (9826), 1665–1675.
- Patton, G.C., Glover, S., Bond, L., Butler, H., Godfrey, C., Di Pietro, G. & Bowes, G. 2000. The Gatehouse Project: a systematic approach to mental health promotion in secondary schools. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 34, 386–593.
- Patton, M.Q. 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3.painos. Kalifornia: Sage Publications.
- Peltzer, K. 2003. Smokeless Tobacco and Cigarette Use Among Black Secondary School Students in South Africa. *Substance use & Misuse* 38 (7), 1003–1016.
- Pietilä, I. 2010. Ryhmä- ja yksilöhaastattelun diskursiivinen analyysi. Kaksi aineistoa erilaisina vuorovaikutuksen kenttinä. Teoksessa: J. Ruusuvoori, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino, 212–243.
- Post, A., Gilljam, H., Rosendahl, I., Bremberg, S. & Galanti, M. R. 2010. Symptoms of nicotine dependence in a cohort of Swedish youths: a comparison between smokers, smokeless tobacco users and dual tobacco users. *Addiction*, 105, 740–6.
- Puuronen, A. 2012. Ei pala, palaa, ei pala... Laadullinen tutkimus nuorten tupakoimattomuuden edistämisestä. *Nuorisotutkimusseura Julkaisuja* 126.
- Quinn, G. P., Ellery, J., Thomas, K. B. & Marshall, R. 2010. Developing a Common Language for Using Social Marketing: An Analysis of Public Health Literature. *Health Marketing Quarterly*, 27, 334–353.
- Rosendahl, K.I., Galanti, M.R., Gilljam, H. & Ahlbom, A. 2005. Knowledge about tobacco and subsequent use of cigarettes and smokeless tobacco among Swedish adolescents. *Journal of Adolescent Health* 37, 224–228.
- Rosendahl, K.I., Galanti, M.R., Giljam, H. & Ahlbom, A. 2016. Smoking mothers and snuffing fathers: behavioural influences on youth tobacco use in a Swedish cohort. *Tobacco control* 12, 74–78.
- Ruokolainen, O., Ollila, H., Sandström, P. & Heloma, A. Sähkösavukkeiden terveyteen liittyvät vaikutukset ja teho tupakoinnin lopettamisessa. *Terveyden ja hyvinvoinninlaitos – tutkimuksesta tiiviisti* 19. Viitattu 21.4.2016. www.julkari.fi

- Savutta Savossa 2008. Salon koulutuskuntayhtymä. Viitattu 9.8.2016. <http://www.sakky.fi/savutta-savossa>
- Savuton Suomi 2030. Suomen ASH ry.
- Savuton Sohva Sakille?. 2012. Savuton Sohva Sakille 2009-2011: Loppuarviointi- ja raportti. Viitattu 9.8.2016. <http://ehyt.emedia.fi/>
- Sawyer, M.G., Pfeiffer, S., Spence, S.H., Bond, L., Graetz, B., Kay, D., Patton, G. & Sheffield, J. 2010. School-based prevention of depression: a randomized controlled study of the beyond blue schools research initiative. *Child Psychology and Psychiatry*, 51 (2), 199–209. Doi; 10.1111/j.1469-7610.2009.02136.x
- Schepis, T.S. & Rao, U. 2005. Epidemiology and etiology of adolescent smoking. *Current Opinion In Pediatrics* 17 (5), 607–612.
- Schmidt, E., Kiss, S.M. & Lokanc-Diluzio, W. 2009. Changing Social Norms: A Mass Media Campaign for Youth Ages 12-18. *The Canadian Journal of Public Health* 100(1), 41–45.
- Shackleton, N., Jamal, F., Viner, R., Dickson, K., Hinds, K., Patton, G. & Bonell, C. 2016. Systematic review of reviews of observational studies of school-level effects on sexual health, violence and substance use. *Health & Place* 39, 168–176. Doi:10.1016/j.healthplace.2016.04.002
- Sharma, A. & Szatkowski, L. 2014. Characteristics of smokers who have never tried to quit: evidence from British Opinions and Lifestyle Survey. *BMC Public Health* 14, 346. doi: 10.1186/1471-2458-14-346
- Simantov, E., Schoen, C. & Klein, J.D. 2000. Health-compromising behaviors: Why do adolescents Smoke or Drink? Identifying Underlying Risk and Protective Factors. *Arch Pediatr Adolesc Med* 154 (10), 1025-1033. Doi:10.1001/archpedi.154.10.1025
- Sosiaalisen markkinoinnin ABC. 2012. Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) opas 18. Tampere.
- Storey, J.D., Saffitz, G.B & Rimón, J.G. 2008. Social marketing. Teoksessa: K. Glanz, B.K. Rimer & K. Viswanath (toim.) *Health behavior and Health Education – Theory, Research and Practice*. 4.painos. San Francisco: Jossey-Bass, 435–461.
- Terveiden- ja Hyvinvoinninlaitos. 2015. Pääteet ja riippuvuudet. Viitattu 12.1.2016. <https://www.thl.fi>
- Terveys 2015 –kansanterveysohjelma. 2001. Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2001:8. Viitattu 12.1.2016. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201309236226>.

- The Substance Abuse and Mental Health Services Administration (SAMHSA). Tobacco. Viitattu 7.11.2015. <http://www.samhsa.gov/atod/tobacco>
- Tobacco Use and the Health of Young People. 2008. U.S. Department of Health and Human Services. Centers for Disease Control and Prevention. Viitattu 27.1.2016. http://www.cdc.gov/HealthyYouth/tobacco/pdf/tobacco_factsheet.pdf
- Tones, K. & Tilford, S. 2001. Health Promotion – effectiveness, efficiency and equity. 3. painos. Cheltenham: Nelson Thornes Ltd.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5. uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tupakka. 2015. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Viitattu 19.1.2016. <https://www.thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/elintavat/tupakka>
- Tupakkalaki 1976a. 12§/20.8.2010/698.
- Tupakkalaki 1976b. 11§/20.8.2010/698.
- Tupakkalaki 1976c. 8§/20.8.2010/698.
- Tupakkalaki 1976d. 10§/20.8.2010/698.
- Tupakkalaki 549/2016a. 74§
- Tupakkalaki 549/2016b. 53§
- Tupakkalaki 549/2016c. 68§
- Tupakkalaki 549/2016d. 51§
- Tupakkariippuvuus ja tupakasta vieroitus. 2012. Käypä hoito –suositus. Suomalaisen Lääkäriseuran Duodecimin ja Suomen Yleislääketieteen yhdistyksen asettama työryhmä. Helsinki: Suomalainen Lääkäriseura Duodecim.
- Tupakkatilasto 2014. Terveyden- ja Hyvinvoinnin laitoksen tilastoraportti 18/2015. Viitattu 12.1.2016. <https://www.thl.fi>
- U.S Department of Health & Human Services. 2015. Tobacco facts and figures. Viitattu 7.11.2015. <http://betobaccofree.hhs.gov/about-tobacco/facts-figures/index.html>
- Vartiainen, E., Pennanen, M., Haukkala, A., Dijk, F., Lehtovuori, R. & De Vries, H. 2007. The effects of a three-year smoking prevention programme in secondary schools in Helsinki. *European Journal of Public Health* 17 (3), 249–256.
- Virtanen, M., Pietikäinen, M., Kivimäki, M. Luopa, P., Jokela, J., Elovainio, M. & Vahtera, J. 2009. Contribution of parental and school personnel smoking to health risk behaviours among Finnish adolescents. *BMC Public Health* 9 (382). DOI: 10.1186/1471-2458-9-382

- Whitelaw, S., Baxendale, A., Bryce, C., Machardy, L., Young, I. & Witney, E. 2001. 'Settings' based health promotion: a review. *Health promotion international* 16 (4), 339–353.
- World Health Organization. 2015. Tobacco. Viitattu 12.1.2016.
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/>
- World Health Organization EMRO. Young people and tobacco use. Viitattu 1.2.2016.
<http://www.emro.who.int/pdf/health-topics/tobacco/young-people-and-tobacco-use.pdf?ua=1>
- Wickholm, S., Lahtinen, A., Ainamo, A. & Rautalahti, M. 2012. Nuuskan terveyshaitat. *Lääketieteellinen aikakauskirja Duodecim*, 128 (10), 1089–96. Viitattu 21.4.2016.

LIITE 1

Tiedonhaku – Sosiaalisen markkinoinnin terveydenedistämisen malli nuorten tupakoinnin interventioissa

Haku tietokannoista:

Medline Ovid: 148
Cinahl: 40
ProQuest: 26
**Yhteensä: 214, joista samoja 34=
180**

Valitut otsikot:

Medline Ovid: 82
Cinahl: 4
ProQuest: 14
Yhteensä: 100

Valitut abstraktit:

Medline Ovid: 10
Cinahl: 2
ProQuest: 2, joista 2 samaa
Yhteensä: 14, joista samoja 2 = 12

Valitut kokotekstit:

Medline Ovid: 4
Cinahl: 0
ProQuest: 0
Yhteensä: 4

Valintakriteerit:

- Suomen- tai englanninkielinen
- Julkaistu vuoden 2000 jälkeen
- Vertaisarvioitu

Poissulkukriteerit:

- ei vastaa tutkimuskysymyksiin
- koko tekstiä ei löydy
- sosiaalisen markkinoinnin mallia ei ole käytetty/ vaiheita ei ole esitelty

Hakusanat:” social marketing” AND smoking AND adolescent* AND (intervention* OR prevention*)

Manuaalinen-, PCI- ja google-haku:

Yhteensä: 3

LIITE 2.

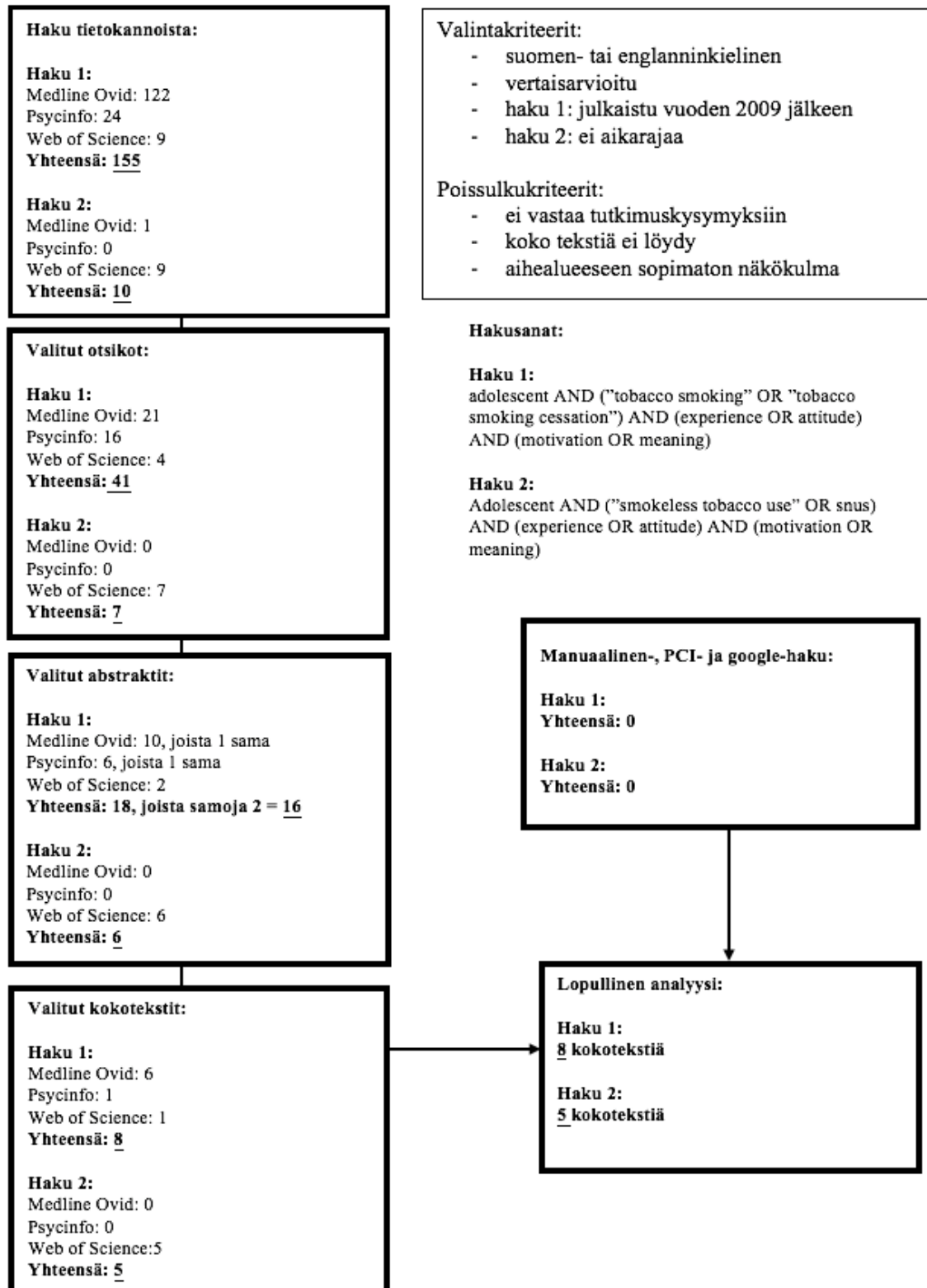
Analyysiin mukaan otetut artikkelit - Sosiaalinen markkinointi

Viite	Kohde-ryhmä	Näkökulma	Metodit	Johtopäätökset	Maa
Diehr ym. 2011 Social Marketing, Stages of Change, and Public Health Smoking Interventions	Aikuiset – tupakoivia ja ei tupakoivia	Tavoitteena määritellä, millainen interventio ja millaiselle kohdejoukolla on tehokkain. Hyödynnetään muutosvaihemallia sosiaalisen markkinoinnin ja julkisen terveyden huollon interventioissa	Pitkittäisdata tupakoinnista – kolmesta eri tutkimuksesta	Parhain julkisen terveydenhuollon hyöty saavutetaan interventiolla, joka on kohdistettu ei-tupakoiviin. Primaari- ja sekundaariprevention interventiot, jotka kohdistetaan segmentteihin: ei koskaan polttaneisiin, ylläpito ja toiminta, saavutetaan korkein ei tupakoiva elinajanodote.	USA
Eisenberg ym. 2004 Learning from truth: Youth Participation in Field Marketing Techniques to Counter Tobacco Advertising	12-17 -vuotiaat nuoret	Lyhyt kuvailu Truth –kampanjan kaupallisen kenttämarkkinoinnin toteutuksesta	Arvioinnissa hyödynnettiin havainnointia, epämuodollista keskustelua sekä puolistrukturoituja ja avoimia haastatteluja.	Sosiaalisen markkinoinnin kampanjoissa, jotka kohdistuvat nuoriin, tulisi hyödyntää nuoria kenttämarkkinoinnissa ja huolehtia, että viesti juurtuu yhteisöön.	USA

<p>Khowaja ym. 2010</p> <p>Quit Smoking for Life – Social Marketing Strategy for Youth: A Case for Pakistan</p>	<p>Koulu- ja lukioikäiset nuoret, jotka tupakoivat tai ovat riskissä alkaa polttaa</p>	<p>Tutkimussuunnitelma siitä, miten sosiaalisen markkinoinnin strategiaa hyödyntämällä voidaan vähentää tupakointia</p>	<p>Tutkimussuunnitelma</p>	<p>Onnistunut Sosiaalisen markkinoinnin työkalun hyödyntäminen terveyden edistämässä muissa maissa tukee sen käyttöä myös Pakistanissa. Tupakoinnin kontrollin nähdään olevan yksi merkittävä alue, johon malli voi tuoda positiivisen muutoksen.</p>	<p>Pakistan</p>
<p>Schmidt ym. 2009</p> <p>Changing Social Norms: A Mass Media Campaign for Youth Ages 12-18</p>	<p>12–18 -vuotiaat nuoret</p>	<p>Arvioitiin massamedia kampanjan markkinointitoimia</p>	<p>Kysely</p>	<p>Osallistujat kokivat kampanjan positiivisena ja pystyivät palauttamaan hyvin mielen intervention sanoman</p>	<p>Kanada</p>

LIITE 3

Tiedonhaun toteutus - Tupakka- ja nikotiinituotteet



LIITE 4

Analyysiin mukaan otetut artikkelit (tupakka)

Viite	Kohderyhmä	Näkökulma	Metodit	Johtopäätökset	Maa
Albayrak & Ergun 2015 Smoking and Desire to Quit Smoking Behavior in a Sample on Turkish Adolescents	14-20 -vuotiaat ammattillisen oppilaitoksen oppilaat (N = 1754)	Määrittää nuorten tupakoinnin tila, tutkia haluja lopettaa ja kokemuksia lopettamisprosessista	Kuvaileva tutkimus, kyselylomake	Yli puolet tupakoivista oli yrittänyt lopettaa, mutta suurin osa oli siinä epäonnistunut. Yleisin syy halulle lopettaa oli pelko sairastumisesta, seuraavaksi yleisin oli raha ja kolmanneksi yleisin halu olla tuhoamatta ympäristöä.	Turkki
Carpenter ym. 2009 Adolescent nondaily smokers: Favorable views of tobacco yet receptive to cessation	Julkisen koulun yläkoulun ja toisen asteen opiskelijat (N = 7 385)	Arvioida nuorten tupakointi käyttäytymistä, asenteita tupakointia kohtaan ja suhtautumista lopettamiseen	Tiedot kansallisesta nuorten tupakkatutkimuksesta (2005-2007), poikkileikkaustutkimus kaksivaiheisella ryväsotannalla.	Vähäisenkin tupakoinnin on todettu olevan yhteydessä hyväksyviin näkemyksiin tupakoinnista.	USA

<p>Chang 2009.</p> <p>Psychological Motives versus Health Concerns: Predicting Smoking Attitudes and Promoting Antismoking Attitudes</p>	<p>Tutkimus 1: 18 toisen asteen koulua rando-roidusti valittu (N = 1200) ; 10 normaalikoulua (n = 662) ja 8 ammatillista oppilaitosta (n = 538)</p>	<p>Tutkimus 1: Arvioida asenteita tupakointiin, psykologisia motiiveja ja terveysmuutosten havainnointia.</p>	<p>Tutkimus 1: Luokissa toteutettu kyselytutkimus</p>	<p>Tutkimus 1: Positiivista asennetta tupakointiin, aikomukseen polttaa ja todellista tupakointikäyttäytymistä voidaan ennustaa motivaatioilla saavuttaa ulkoisia palkintoja, vahvistaa sisäisiä positiivisia tunteita ja vähentää negatiivisia tunteita.</p>	<p>Taiwan</p>
<p>Cosh ym. 2015</p> <p>Tobacco use among urban Aboriginal Australian young people: a qualitative study of reasons for smoking, barriers to cessation and motivations for smoking cessation</p>	<p>Australian alkuperäiskansaan kuuluvat nuoret, 15–29-vuotiaat (N= 32)</p>	<p>Nuorten tupakkakäyttäytyminen: miksi he aloittavat ja jatkavat, esteet lopettamiselle ja motivaatio lopettaa.</p>	<p>Puolistrukturoitu haastattelututkimus, 4 ryhmähaastattelua</p>	<p>Syyt polttaa: sosiaalinen vaikutus, stressi ja tylsyys. Esteenä lopettamiselle: läheisten tupakointi, lopettamisen tuen puute. Motivaatiot lopettaa: hinta, raskaus, kyky urheilla, terveydellä pieni rooli.</p>	<p>Australia</p>

Kleinjan ym. 2009 Adolescents' rationalizations to continue smoking: The role of disengagement beliefs and nicotine dependence in smoking cessation	Toisen asteen opiskelijat (N= 3508)	Arvioida vapauttavien uskomusten (=tupakoinnin järkeistäminen tai oikeuttaminen ristiriitaisista tiedoista riippumatta), nikotiiniriippuvuuden, valmiuksien lopettaa ja tupakoinnin lopettamisen yhteyksiä	Aineisto pitkittäistutkimuksesta, kyselytutkimus	Nuoret tupakoijat pyrkivät järkeistämään ja oikeuttamaan oman tupakanpolton riippumatta terveyshaitoista. Vapauttavat uskomukset olivat yhteydessä myös suurempaan nikotiiniriippuvuuteen ja matalampaan motivaatioon lopettaa.	Hollanti
Loke & Wong 2010 Smoking among young children in Hong Kong: influence of parental smoking	10–12-vuotiaat opiskelijat (N= 644)	Vanhempien tupakoinnin merkitys nuorten tupakointiin	Poikkileikkaustutkimus, kyselytutkimus	Vanhempien tupakoinnilla on vaikutusta nuorten tupakointiin liittyviin tietoihin ja asenteisiin sekä tupakoinnin aloittamiseen.	Hong Kong
McVea ym. 2009 How Adolescents Experience Smoking Cessation	Toisen asteen opiskelijat (N= 15)	Pyrkimyksenä luoda teoria nuorten tupakoinnin lopettamisesta	Laadullinen, prospektiivinen pitkittäistutkimus, puolistrukturoitu haastattelu	Avain onnistuneeseen lopettamiseen on oma motivaatio. Muut syyt, kuten haju ja hinta, eivät riitä motivaatioksi käyttäytymisen muutokseen.	USA

Sharma & Szatkowski 2014	Yli 16 -vuotiaat nuoret (N = 877)	Löytää erityispiirteet nuorille tupakoi-ville, jotka eivät ole koskaan halunneet lopettaa	Aineisto kansallisesta poikkileikkaustutkimuksesta, kyselytutkimus	Tuloksista selvisi neljä itse-näistä riksitekijää sille, miksi osa ei ole koskaan yrittänyt-kään lopettaa; itseraportoitu terveys, halu lopettaa, muiden ihmisten vaikutus ja lopettami-sen tuen hyödyllisyys	Iso -Bri-tannia
--------------------------	-----------------------------------	---	--	---	-----------------

LIITE 5

Analyysiin mukaan otetut artikkelit (nuuska)

Viite	Kohderyhmä	Näkökulma	Metodit	Johtopäätökset	Maa
Horn ym. 2000 Determinants of Youth To- bacco Use in West Vir- ginia: A Comparison of Smoking and Smoke- less Tobacco Use	Yläkouluikäiset nuoret (N=883)	Määrittellä ja vertailla eri tupakka- ja nikotiini- nituotteiden käytön määritteleviä tekijöitä	Kyselytutkimus	Eri tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöllä on samoja ennustavia tekijöitä.	Yhdysvallat
Larsen ym. 2011 Expectancies and Inten- tions to Use Snus Among Norwegian First-Year Students	Yliopisto-opis- kelijat (N=141)	Selvittää nuuskan käy- tön odotuksien vaiku- tusta aikomukseen käyt- tää nuuskaa.	Kyselytutkimus	Odotukset nuuskan käytöstä vaikuttavat ai- komukseen käyttää nuuskaa.	Norja

Peltzer, K. 2003 Smokeless Tobacco and Cigarette Use Among Black Secondary School Students in South Africa	Yläkouluikäiset nuoret (N= 712)	Selvittää nuorten tupakointitilasta sekä tietoja ja asenteita liittyen tupakointiin.	Randomoitu kyselytutkimus. Toteutettu koulussa.	Nuuskan käyttö aloitetaan tupakointia nuoremalla iällä. Suurin osa nuuskan käyttäjästä uskoi nuuskan olevan tupakointia turvallisempaa. Tietämys oli yhteydessä asenteisiin.	Etelä-Afrikka
Rosendahl ym. 2005	Yläkouluikäiset N=2581	Tutkia vaikuttaako tieto tupakka- ja nikotiinituotteiden riskeistä tulevaisuuden käyttöön	Prospektiivinen kohortti tutkimus. Vuosittainen kysely.	Tiedoilla riskeistä ei ollut vaikutusta tulevaan käyttöön. Asenteilla ja odotuksilla oli vaikutusta tietoihin, mutta ei toisinpäin.	Ruotsi
Rosendahl ym. 2016 Smoking mothers and snuffing fathers: behavioural influences on youth tobacco use in a Swedish cohort	Yläkouluikäiset nuoret (N=2232)	Analysoida vanhempien vaikutusta nuorten tupakointiin ja nuuskan käyttöön	Prospektiivinen kohortti tutkimus Vuosittainen kysely	Äidin tupakoinnilla ja isän nuuskan käytöllä on todettu olevan vaikutusta nuorten tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön	Ruotsi

LIITE 6

Tiivistelmä havainnoinnista

Koulun alueella tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö on kiellettyä, mutta havainnoinnin perusteella tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöä näkee silti oppilaitoksessa. Yleinen tupakka- paikka on heti koulun aitauksen ulkopuolella, kulkuväylän reunalla. Tupakalle lähdetään kesken halliopetuksen ja nuuskaa käytetään oppituntien aikana. Tupakka- ja nikotiinituotteita ei yritetäkään piilotella, vaan esimerkiksi tupakat laitetaan suuhun jo koulun sisällä ja nuuskapussi kaivetaan kiekosta kesken opetuksen. Sähkötupakkaa ja sen käyttöä ei havainnoinnin aikana näkynyt.

Nuoret polttavat yleisillä tauoilla, mutta omia tupakkataukoja pidetään myös jatkuvasti. Opiskelijat lähtevät ilman lupaa tupakalle, eivätkä opettajat näytä välittävän tästä. Vain muutama henkilökunnan jäsen näyttäisi puuttuvan tupakointiin tiukasti ja aktiivisesti. Yleisesti tupakointiin suhtaudutaan henkilökunnan suunnalta välinpitämättömästi ja jopa humoristisesti. Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytöstä vitsaillaan paljon opiskelijoiden ja opettajien välillä. Osa henkilökunnasta näyttäisi jopa lähtevän tupakalle opiskelijoiden kanssa. Tupakalle lähdetään usein ryhmissä ja pareittain, vain harvoin yksin. Tupakointi on opiskelijoille sosiaalinen hetki, jolloin on mahdollista jutella kavereiden kanssa. Nuuskan käytölle ei näyttäisi olevan samanlaista sosiaalista kanssakäymistä.

Tupakkapaikalle lähtevät välillä myös ei-tupakoivat, mutta yleensä he jäävät oppitunnille jatkamaan töitään tai taukotilaan viettämään aikaa. Ei-tupakoivat eivät koe paineita aloittaa tupakointia koulussa eikä heidän mielestään eri ryhmät eroa toisistaan. Virallisilla tauoilla ei-tupakoivat lähtevät käymään esimerkiksi lähikaupoissa.

Suurin osa opiskelijoista on aloittanut tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön jo ennen ammatikoulua, yleensä yläkoulussa. Suurella osalla käytön aloitukseen on vaikuttanut lähipiirissä oleva heitä vanhempi tupakka- ja nikotiinituotteita käyttävä henkilö. Suurimman osan tupakoivien ja nuuskaavien ystäväistä ja perheenjäsenistä polttavat tai nuuskaavat. Osa nuorista oli harkinnut lopettamista ja osa oli ollut joskus tauolla. Suurin osa ei kuitenkaan halunnutkaan lopettaa. Lopettamista tukeviksi toimiksi nuoret sanoivat rahallisen korvauksen sekä lähipiirin tupakoinnin lopettamisen.



Omnian autoalalla toteutetaan Nikotiiniton amis –kehittämishanketta kevään 2016 aikana

Tietoa vanhemmille:

Alkavan hankkeen tavoitteena on selvittää nuorten maailmaan liittyviä kiinnostuksen kohteita, ja millaisia merkityksiä tupakoinnilla ja nikotiinituotteiden käytöllä siinä on. Hankkeen yhteydessä toteutetaan myös Jyväskylän yliopistoon pro gradu – tutkielma.

Hankkeen taustalla on Syöpäjärjestöt, ja hanketta rahoittaa Raha-automaattiyhdistys (RAY). Tutkimustulosten pohjalta on tarkoitus toteuttaa syksyn 2016 aikana työpajoja, joissa yhdessä nuorten kanssa pohditaan keinoja ja toimintoja tupakoinnin ja nikotiinituotteiden käytön lopettamiseen ja tupakoimattomuuteen kannustamiseen.

Tutkimuksessa haastatellaan yhteensä noin 32 nuorta. Tarkoituksena on haastatella lähihoitaja- ja autoalanopiskelijoita. Haastattelut tehdään kouluajalla oppilaitoksen tiloissa.

Nuoret osallistuvat ryhmäkeskusteluun (kussakin ryhmässä 8 nuorta). Keskustelut ovat luottamuksellisia ja nuorten nimiä ei julkaista missään. Keskusteluun osallistumisesta saa palkkioksi kaksi Finnkinon elokuvalippua. Ryhmähaastatteluissa keskustellaan nuorten kanssa heidän maailmastaan, tulevasta ammatistaan ja siitä miten tupakka ja nikotiinituotteet nuorten maailmassa ilmenevät ja millaisia merkityksiä niille annetaan. Haastatteluissa tehdään myös toiminnallisia tehtäviä liittyen aiheeseen.

Tutkimushankkeesta vastaa Suomen Syöpäyhdistyksen kehittämispäällikkö Virve Laivisto (līsätietoja: p. 050 588 2700, virve.laivisto@cancer.fi).

Muita hanketyöntekijöitä ovat projektikoordinaattorit Lotta Laine (p. 050 564 3480) ja Matleena Eemola (p. 050 466 2309), jotka vastaavat hankkeen käytännön toteutuksesta ja toimivat ryhmäkeskustelujen ohjaajina.

LIITE 8

Kutsu ryhmähaastatteluun



Tervetuloa mukaan Nikotiiniton amis – hankkeeseen!

Kiitos siitä, että olet lupautunut osallistuman ryhmäkeskusteluun, jossa keskustellaan vapaa-aikaasi, tulevaisuuden ammattiisi ja tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttöön liittyvistä aiheista. Ryhmäkeskustelut ovat rentoja tilaisuuksia, jossa pääset keskustelemaan ja tekemään erilaisia tehtäviä liittyen aiheeseen.

Ryhmäkeskustelut pidetään kouluaikana, koulun tiloissa. Haastattelut kestävät noin 2 tuntia. Haastatteluissa on tarjolla pientä välipalaa, ja kiitokseksi keskusteluun osallistumisesta saat kaksi Finnkinon elokuvalippua.

Sinun ryhmäsi (a1) haastattelu pidetään

Aika: xx.xx.2016

Paikka: xxxxxx

Lisätietoja ryhmähaastatteluista antaa:

Lähihoitajaopiskelijat: Lotta Laine (p. 050 564 3480, lotta.laine@cancer.fi)

Autoalanopiskelijat: Matleena Eemola (p. 050 466 2309, matleena.eemola@cancer.fi)

Tutkimushankkeesta vastaa Suomen Syöpäyhdistyksen kehittämisspäällikkö Virve Laivisto (lisätietoja: p. 050 588 2700, virve.laivisto@cancer.fi).

Syöpäjärjestöt
Cancerorganisationerna
www.cancer.fi

SYÖPÄJÄRJESTÖT • CANCERORGANISATIONERNA
Suomen Syöpäyhdistys / Cancerföreningen i Finland • Syöpäsäätiö / Cancerstiftelsen
Unioninkatu 22, 00130 Helsinki • Unionsgatan 22, 00130 Helsingfors
Puhelin • Tel. 09 135 331



SUOSTUMUSLOMAKE Nikotiininon amis -kehittämishankkeen selvitykseen

Suomen Syöpäyhdistys toteuttaa vuonna 2016 Nikotiininon amis -kehittämishankkeen. Hankkeessa selvitetään nuorten maailmaan liittyviä kiinnostuksen kohteita sekä sitä minkälaisia merkityksiä nuoret tupakoinnille ja nikotiinituotteiden käytölle antavat. Hankkeen yhteydessä toteutetaan myös Jyväskylän yliopistoon pro gradu –tutkielma.

Hankkeen taustalla on Syöpäjärjestöt, ja hanketta rahoittaa Raha-automaattiyhdistys (RAY). Selvitysten pohjalta on tarkoitus toteuttaa syksyn 2016 aikana työpajoja, joissa pohditaan nuorten kanssa yhdessä keinoja ja toimintatapoja tupakoinnin ja nikotiinituotteiden käytön lopettamiseen ja tupakoimattomuuteen kannustamiseen. Hankkeessa haastatellaan yhteensä tupakoivia ja tupakoimattomia nuoria noin 32. Tarkoituksena on haastatella lähihoitaja- ja autoalanopiskelijoita. Haastattelut tehdään kouluajalla oppilaitoksen tiloissa.

Tällä suostumuksella oppilas osallistuu tupakointiin, nuuskaamiseen ja sähkösavukkeiden polttoon liittyviä asenteita, arvoja ja kokemuksia koskevaan ryhmähaastatteluun, jonka tuloksia hyödynnetään myös pro gradu –tutkielmassa.

Olen saanut kirjallista tietoa Nikotiininon amis- hankkeesta, ja mahdollisuuden kysyä siitä lisää puhelimitse tai sähköpostitse. Ymmärrän, että osallistuminen on vapaaehtoista ja keskustelut ovat luottamuksellisia. Nimiä tai muita tunnistettavia tietoja ei julkaista missään. Ymmärrän myös, että tutkimuksessa kerättyjä tietoja käsitellään ja säilytetään tieteellisen tutkimuksen sääntöjen mukaisesti, eikä niitä luovuteta hankeryhmän ulkopuolisille henkilöille.

Allekirjoitus ja nimenselvennys

Aika ja paikka

Yhteystiedot:

Tutkimushankkeesta vastaa Suomen Syöpäyhdistyksen kehittämispäällikkö Virve Laivisto (lisätietoja: p. 050 588 2700, virve.laivisto@cancer.fi).

Lähihoitajaopiskelijoiden osalta: Projektikoordinaattori Lotta Laine (p. 050 564 3480, lotta.laine@cancer.fi)

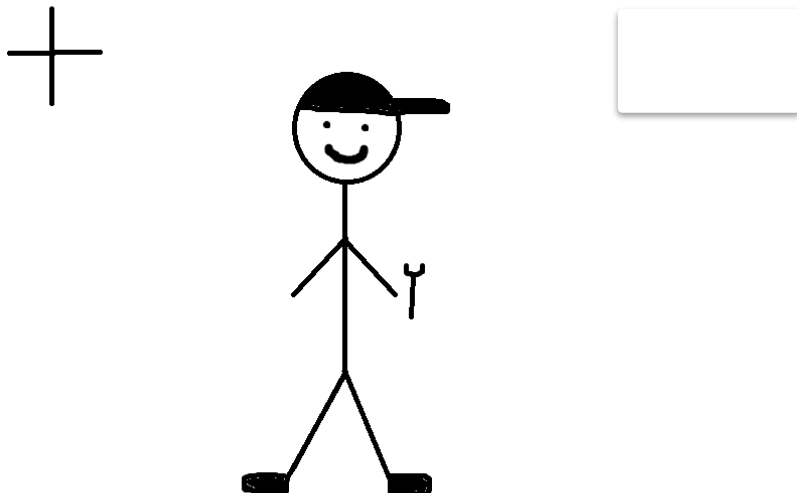
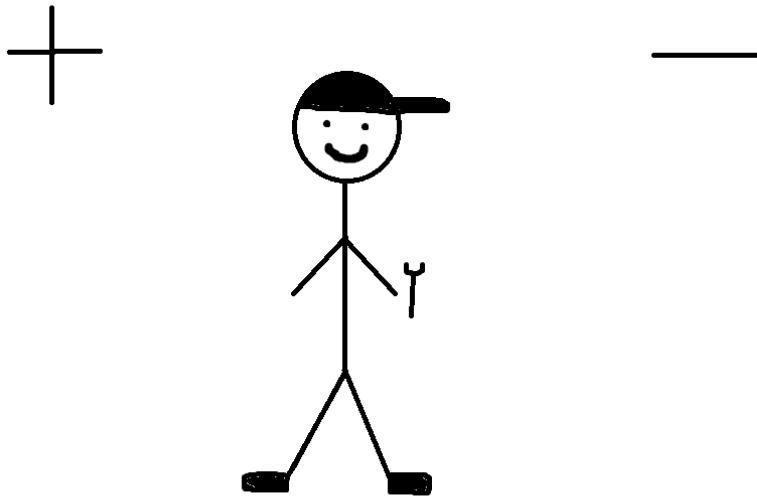
Autoalanopiskelijoiden osalta: Projektikoordinaattori Matleena Eemola (p. 050 466 2309, matleena.eemola@cancer.fi)

LIITE 10

Tehtävä 1 – Nikotiinituotteiden käytön merkitys

Tehtävänanto (tuotteita käyttävä): Mitä tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö sinulle merkitsee? Kirjaa tikku-ukon vasemmalle puolelle käytön hyviä puolia ja oikealle puolelle käytön huonoja puolia.

Tehtävänanto (tuotteita käyttämätön): Mitä tuotteiden käyttämättömyys sinulle merkitsee? Kirjaa tikku-ukon ympärille käyttämättömyyden hyviä puolia.

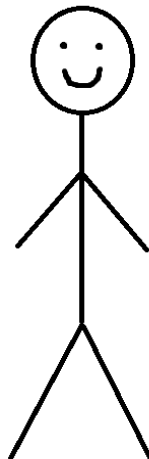
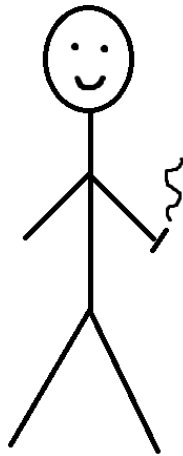


LIITE 11

Tehtävä 2 – Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö tulevassa ammatissa

Miten tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö näyttyy tulevassa ammatissa. Kuvassa on tuotteita käyttävä ja käyttämätön tulevan ammatin edustaja.

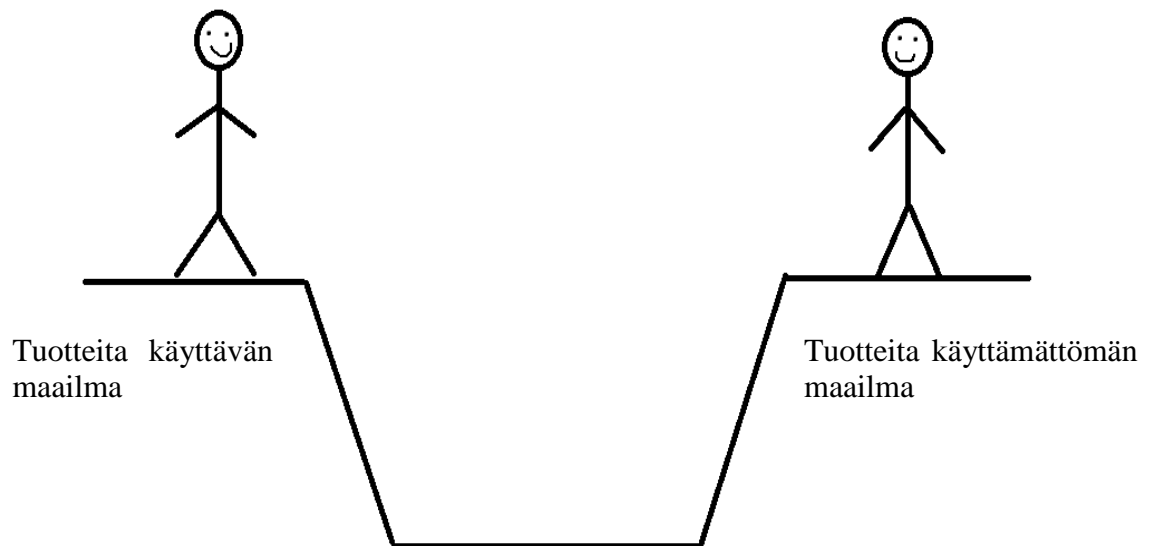
Tehtävänanto: Kirjatkaa tikku-ukkojen ympärille asioita, jotka kuvaavat mielestänne parhaiten tuotteita käyttävää ja tuotteita käyttämätöntä ammatin edustajaa.



LIITE 12

Tehtävä 3 – Lopettamisen tuki ja esteet

Tehtävänanto: Millaiset tekijät tukevat omaa lopettamistasi ja millaiset tekijät estävät lopettamisesi? Kirjoita lopettamista tukevat asiat ikään kuin sillaksi kuilun ylle ja estävät tekijät kuiluun.



LIITE 13

Analyysikehys

pääteema

alateema

pääloukka

alaluokka

I NUORTEN TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖLLE ANTAMIA MERKI- TYKSIÄ

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön merkitys nuorille

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön aloitus

Nuorten antamia syitä käytön aloittamiselle

Läheisten vaikutus nuorten tupakka- ja nikotiinituot-
teiden käyttöön

Ensimmäiset tuotteet saatu läheisiltä

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön merkitys nuorten arjessa

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö kuuluu osaksi
nuorten arkea

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö sivuroolissa
arjessa

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö on tapa, joka
liittyy tiettyihin tilanteisiin

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö riippuvainen paikasta ja ajasta

Kotona käyttö harvinaisempaa

Aamuisin nikotiinin tarve suurin

Tupakoimattoman maailma

Tupakoimattomat viipyvät tauoilla kauemmin

Tupakoivat ovat sosiaalisempia kuin tupakoimatto-
mat

Tuotteita käyttämättömillä muuta tekemistä käytön
sijaan

Elämä ilman tupakka- ja nikotiinituotteita

Syyt sille, miksi tuotteita ei käytetä

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön hyödyt nuorille

Mahdollistaa tauot

Hyvä syy pitää taukoja

Tauolla aikaa miettiä asioita

Auttaa tunteiden hallinnassa

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö rauhoittaa
mieltä

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö antaa hyvän
olon tunteen

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö rentouttaa ja
poistaa stressiä

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö piristää fyysi-
sesti

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttö negatiivisten tunteiden hallintakeino

Sosiaalinen tapahtuma

Tupakointi tekee sosiaalisista tilanteista helpompia
Tupakointi tarjoaa sosiaalista kanssakäymistä

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käytön haitat

Terveys

Tuotteiden käyttö heikentää terveyttä
Pitkän aikavälin terveyshaitat
Lyhyen aikavälin terveyshaitat
Terveyshaittoja ei käytön aikana mietitä
Kevyt suhtautuminen terveyteen
Käytön suhde muihin terveysuhkiin

Haju

Tuotteiden käytöstä johtuva paha haju
Tuotteiden käytöstä johtuvat hajuhaitat muiden ongelma

Esikuvana olo

Tuotteiden käyttö antaa huonon esimerkin pienemmille
Halu suojella nuorempia tuotteiden käytön aloittamiselta

Talous

Tuotteisiin menee paljon rahaa
Käytöstä säästyneet rahat käytetään johonkin muuhun
Käytöstä säästyneet rahat pelikoneisiin

Riippuvuus

Vaikeus lopettaa riippuvuuden takia
Vieroitusoireet käytön haittana

Tupakka- ja nikotiinituotteiden käyttämättömyyden hyödyt

Terveys säilyy parempana
Rahat säästyvät, koska ei tarvitse ostaa tuotteita
Ei haise pahalle

II TULEVAN AMMATIN MERKITYS TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖSSÄ

Tupakka- ja nikotiinituotteita käyttö tulevassa ammatissa

Fyysiset ja psyykkiset eroavaisuudet tupakka- ja nikotiinituotteita käyttävien ja käyttämättömien ammattiedustajien suhteen

Tuotteita käyttävät ja käyttämättömät eivät eroa toisistaan

Tuotteita käyttävät ja käyttämättömät eroavat toisistaan ainoastaan tupakkakäyttäjyytensä suhteen

Tupakoimaton siistimpi ulkonäöltään

Tuotteita käyttävä saattaa olla sosiaalisempi

Tupakoiva saattaa olla ärtyisämpi kuin tupakoimaton

Tuotteiden käytön vaikutus työntekoon

Tupakoiva pitää enemmän taukoja
Tupakoiva hyvä työntekijä
Tupakoiva pienessä korjaamossa töissä ja tupakoima-
ton suuressa konsernissa

Käyttö osana tulevaa ammattia

Mielikuvat ammattiedustajasta

Käyttö kuuluu ammattiin
Alkoholi osana työpäivää
Mielikuvat tupakoivasta autoasentajasta ovat synty-
neet vanhojen tarinoiden pohjalta

Työnteko ja tuotteiden käyttö

Tupakointi työnteon aikana on turvallista
Käyttö motivoi työntekoon

III TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖN LOPETTAMINEN

Suhtautuminen lopettamiseen

Syyt lopettamiselle

Lopettaminen on kiinni omasta tahdosta ja halusta
Päätös lopettaa on tehtävä itsensä takia ei muiden

Konkreettinen lopettaminen

Lopettaminen tulee jossain vaiheessa elämää
ajankohtaiseksi
Lopettamisyriytyksiä on ollut muutamilla nuorista

Yritykset lopettaa tuotteiden käyttö

Rahan meno syynä lopettaa
Halu kokeilla millaista olla ilman tuotteita
Lopettaessa fyysisesti olo virkeämpi

Lopettamisen tuki

Läheiset

Tyttö- tai poikaystävän tuki
Vanhempien tuki
Kavereiden tuki

Muu tekeminen

Harrastukset
Korvaava toiminta
Muiden tuotteiden käyttö

Terveys

Parempi terveys
Konkreettiset terveyshaitat

Talous

Rahaa säästyisi
Rahojen loppuminen
Rahakorvaus

Esikuvana oleminen

Esimerkkinä pienemmille
Oman lapsen syntymä

Tupakoinnin rajoittaminen

Kiellot tupakoinnin rajoittamiseksi
Lainsäädäntö tupakoinnin lopettamiseksi

Lopettamisen esteet

Riippuvuus

Psyykkinen riippuvuus

Fyysinen riippuvuus

Sosiaalinen riippuvuus

Nautinto

Hyödyt suuremmat kuin haitat

IV KOULUN ROOLI NUORTEN TUPAKKA- JA NIKOTIINITUOTTEIDEN KÄYTÖSSÄ

Käyttö koulussa

Syyt koulupäivän aikaiseen käyttöön

Palkitseminen tehdystä työstä

Negatiivisten tunteiden hallinta

Koulu ympäristönä lisää käyttöä

Tylsyys

Koulun mahdollisuudet rajoittaa tuotteiden käyttöä

Henkilökunnan rooli

Koulun tilat

Koulun tarjoama tuki ja käytön rajoittaminen

Koulun mahdollistama sosiaalinen toiminta