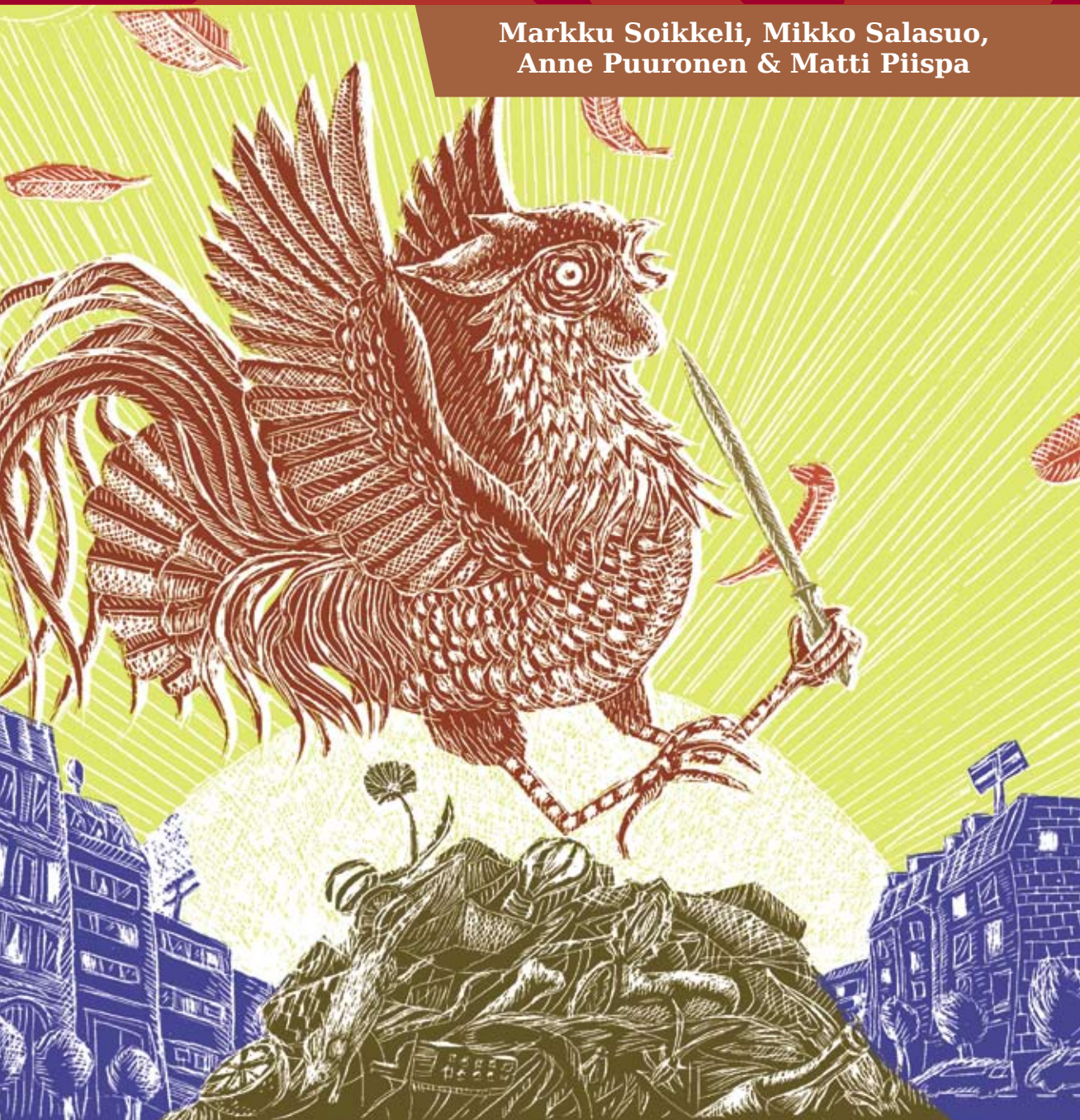


# Och ändå fungerar den

Att bringa klarhet i alkohol- och drogupplysningen

Markku Soikkeli, Mikko Salasuo,  
Anne Puuronen & Matti Piispa



# Och ändå fungerar den

## Att bringa klarhet i alkohol- och drogupplysningen

*Markku Soikkeli, Mikko Salasuo, Anne Puuronen & Matti Piispa*

Översättning: Semantix Finland Oy

Originalverk: Se toimii sittenkin – kuinka päihdevalituksesta saa selvää

Ombrytning: Oona Loman

Pärmbild: Ilmari Hakala

© Ungdomsforskningsnätverket och författarna 2011

ISBN 978-952-5994-21-6

ISSN 1799-9227

Ungdomsforskningsnätverket/Ungdomsforskningsällskapet, nätpublikation 55  
[www.nuorisotutkimusseura.fi/sv](http://www.nuorisotutkimusseura.fi/sv)

# Innehåll

<b>Förord</b>	<b>5</b>
Rätten till upplysning	5
Upplysningens effektivitet	6
<b>Inledning</b>	<b>7</b>
Bokens uppbyggnad	7
Tack	8
<b>1 Metoder för påverkan</b>	<b>10</b>
Alkohol och kultur	11
Berusningens plats	11
Kan berusningens plats ändras?	13
Föremål för de förebyggande åtgärderna, mål och mätbarhet	14
Inre påverkan: fostran och information	14
Yttre påverkan: reglering	14
Kulturell påverkan: upplysning	17
Mätning av effektiviteten och effekten – en olidlig plåga	17
Plats för forskning	19
<b>2 Rusmedelsfostran, alkohol- och drogförebyggande arbete och skolan</b>	<b>21</b>
Undervisning och upplysning om alkohol och droger i skolan	22
Finländska och europeiska modeller för skolans rusmedelsfostran	23
Rusmedelsfostran och god uppfostran: cirkeln är sluten	25
Den finländska modellen står på sig	26
<b>3 Tobaksupplysning under 2000-talet</b>	<b>28</b>
Fritiden och hobbyer i upplysningens tjänst	29
Användning av skönhetsideal i upplysningen	29
Användning av unga kändisar och idoler i upplysningen	30
Upplysning med ”wanted”-metoden?	31
Slutledningar	32
<b>4 Alkohol- och drogupplysningen i ljuset av forskningen</b>	<b>34</b>
Rådande synsätt: upplysningen är ineffektiv och dyr	34
Glimtar av hopp	34
Blinda punkter i dagens forskning	36
Hur ska upplysning studeras och utvärderas	38
”Evidensbaserad prevention” – vad är tillräckligt, vad är för mycket?	39
<b>5 Masskommunikationsforskningens perspektiv: hur och vad påverkar budskapet</b>	<b>41</b>
Hur samhället blir upplyst: teorin om stimulerande upplysning	42
Vad talas det om och vad inte: dagordningsteorin	45

Vem talar, vem tiger: teorin om tystnadsspiralen	46
Vem lyssnar man på: tvåstegshypotesen för kommunikation	48
Hur man ser saker: inramningsteorin	48
Vad behöver inga förklaringar: kultivationsteorin	50
Behållning av teorierna för det praktiska arbetet	51
Behållning av teorierna för utvärderingar och forskning	52
<b>6 Tolkning, användning och missbruk av forskningsdata</b>	<b>54</b>
Forskningsdata, bevis och motivering	55
Vad är forskningsdata och vad inte	55
Bevis, argument, forskningsbaserad uppfattning	55
Enskilda studier och litteraturöversikter	56
När är bevis motstridiga?	57
Vilka bevis räcker?	57
Vilseledande påståenden ( <i>Red herring</i> )	58
Envariabelanalys	58
Kreativ citatteknik	59
Upplysning och förmågan att tåla osäkerhet	60
Information, tolkningsram och betydelse	61
<b>7 Interaktionsfärdigheter öppnar kanaler</b>	<b>63</b>
Hur klara av att hantera massmedierna	63
Massmediernas angelägenhetsordning	64
Vad erbjuda och hur	65
<b>Källor</b>	<b>66</b>



# Förord

Matti Piispa

## RÄTTEN TILL UPPLYSNING

Föreställ dig att du på en vandringstur i naturen möter en annan vandrare. Han är på väg mot en bro som du vet att är i dåligt skick och kanske rasar ihop under vandrarens tyngd. Vad gör du? Sannolikt hejdar du vandraren och varnar honom för att fortsätta över bron. Men du hindrar honom inte om han ändå vill fortsätta över bron, eftersom han verkar vara vid sunnda vätskor och situationen inte utgör någon fara för andra människor även om bron eventuellt rasar.

Den liberala teoretikern John Stuart Mills analogi sammanfattar idén med upplysning. Å ena sidan har vandraren rätt att få veta att bron är i dåligt skick, eftersom vi inte kan utgå ifrån att han vill vara omedveten om riskerna med anknytning till att gå över bron. Av den anledningen har du å din sida rätt eller är till och med skyldig att berätta för vandraren om riskerna. Men om vandraren trots den information han fått ändå vill gå över bron hindrar upplysaren honom endast om hans handling utgör en fara för andra människor eller om han uppenbart är ”omyndig”, dvs. oförmögen att fatta rationella beslut.

Ur det liberala tänkandets perspektiv kan upplysning alltså motiveras på två sätt. Människor har rätt att få veta om de eventuella följderna av sina handlingar, medan upplysning ändå ger dem frihet att fatta beslut endast om handlingar som påverkar dem själva. Av dessa anledningar passar upplysning bra ihop med idealen om individens frihet.

Precis som vandraren har rätt att få veta om den trasiga bron, har alla människor rätt att få veta om riskerna med anknytning till exempelvis alkoholbruk och rökning, och de som redan är medvetna om riskerna har rätt och är skyldiga att berätta om dem. Men om människor även efter att de har fått upplysning vill dricka alkohol och röka får vi bara hindra dem om de är ”omyndiga” eller om deras drickande och rökning skadar andra människor.

Det är naturligtvis en tolkningsfråga vilka faktorer som gör det möjligt att sätta stopp för andra människors handlingar. Under upplysningstänkandets historia har till och med hela folk betraktats som ”omyndiga” (undersåtar) och tvångsåtgärder därmed varit allmänt befogade. Numera förknippas omyndighet framför allt med barn och vi accepterar förbud och begränsningar i syfte att skydda barn mot dåliga val. Den som röker på allmänna platser eller härjar på gatan i berusat tillstånd utgör helt klart en fara för andra människor. Därför accepteras också begränsande åtgärder i syfte att minska tobaksröken i omgivningen eller supande på allmänna platser. Men även faktorer såsom förhöjda hälsovårdskostnader kan betraktas som en olägenhet för andra och kan därför berättiga till striktare regleringsåtgärder än upplysning.



## UPPLYSNINGENS EFFEKTIVITET

Individens rätt till information räcker som motivering till upplysningen. ”Filosofiskt” sett behövs inga andra motiveringar, exempelvis påvisande av nytta. I praktiken mäts berättigande ändå kontinuerligt genom att bedöma om upplysningen har någon effekt: ändrar människor sina handlingar då de får information om de eventuella följderna? I exemplet med den trasiga bron är svaret utan tvivel ja. Men vad händer då riskerna inte är självklara och omedelbara?

I början av förra århundradet ansågs möjligheterna att påverka människors attityder, tänkande och handlingar vara goda. Budskapen antogs gå fram lika lätt som medicin tas upp av kroppen. Den tidens uppfattning har senare kallats ”injektionsmodellen”. Modellen grundade sig på bland annat massamhällets teorier om separata, lättmanipulerade individer och erfarenheterna av krigspropagandans effekt under första världskriget. Den stöddes inte av konkreta vetenskapliga bevis.

Senare under 1900-talet började den konkreta beteendevetenskapliga konsekvensforskningen producera information som motbevisade injektionsmodellen. Möjligheterna att förändra människors attityder och handlande visade sig vara obetydliga. Sedan dess har forskarnas ”lärobokssvar” på frågor om upplysningens effektivitet varit skeptiskt. Exempelvis alkoholupplysningens inverkan på dryckesvanorna har konstaterats vara anspråkslös i allmänna rapporter baserade på utvärderingsstudier. Det verkar alltså som om människor verkligen använder sig av den frihet att ignorera upplysarnas budskap som upplysningen ger dem.

Forskarnas kritik mot upplysningen har varit viktig, eftersom den har tyglat lekmännens och mediernas överoptimistiska förväntningar på upplysningens effektivitet. Samtidigt har forskarna försökt övervinna sin egen pessimism genom att leta efter nya perspektiv på såväl upplysningen som dess utvärdering. I stället för att studera effekten av enskilda budskap på kort sikt och individernas beteende har vi börjat betona den sammantagna effekten av flera olika upplysningsåtgärder under en längre tid och forskning i kulturella processer.

Dessa mer omfattande, samhälleliga perspektiv har visat att upplysningen trots allt kan ha en viss effekt då den genomförs på lång sikt och på många olika håll, då den stöder och tolkar allmänna förändringar i utbildnings- och bildningsnivån samt yrkesstrukturen, och då vi börjar ta i beaktande dess budskap som kulturella normer. Upplysningens effektivitet illustreras av förändringar i exempelvis miljöåtgärderna, disciplinen av barn, kosten och tobaksrökningen. Det förbättrade allmänna välbefinnandet och höjningen av bildningsnivån har skapat förutsättningar för dessa förändringar och upplysningen har ”tagit upp dem till diskussion” i relation till våra dagliga val och följderna av dessa.

Det mest fruktbara perspektivet på upplysningen och dess utvärdering är enligt min åsikt fortfarande teorin om stimulerande upplysning, som utvecklades utifrån bland annat informationsvetenskaplig och psykologisk kunskap på 1980-talet. Konceptet tas också upp flera gånger i detta verk. Men förhåll er till det på samma sätt som konceptet uppmanar er att förhålla er till alla idéer och initiativ: inte som en dogm som blint ska tillämpas, utan som en impuls till diskussion om och utveckling av upplysningen. Texterna som följer erbjuder stora mängder material för den diskussionen.

# Inledning

Ni har hört att det blev sagt: upplysning fungerar inte.  
 Men jag säger er: upplysning fungerar inte så.  
 – Markku Soikkeli

Denna bok riktar sig till såväl yrkesutbildade personer inom alkohol- och drogförebyggande arbetet, tjänstemän och forskare som lärare, ungdomsarbetare och alla vuxna. Bokens primära syfte är att hjälpa läsaren att förstå kommunikationens och upplysningens plats i samhället och betydelse i det alkohol- och drogförebyggande arbetet. Ett annat viktigt mål är att uppmuntra personer som ger alkohol- och drogupplysning att utnyttja olika kommunikationsmetoder och förbättra sina kunskaper om dessa. Trots sitt kontroversiella rykte erbjuder alkohol- och drogupplysningen många outnyttjade möjligheter då den tolkas på rätt sätt. Upplysning som begrepp tolkas på många sätt. Hoppas begreppet i rubriken inte skrämmar någon. Avsikten är inte att återuppväcka traditionen med nykterhetsupplysning på det sätt som många ser den av gammalt: som enkelriktat prackande. Läsarna kan om de så önskar i tankarna ersätta ordet ”upplysning” med exempelvis uttrycket ”användning av kommunikationsmetoder i arbetet med att minska alkohol- och drogproblem”. Vi kör fast i begreppet i fråga, som till och med upplevs som otrevligt, framför allt därför att vi förknippar upplysningen med hela samhällets förmåga att utveckla sig på ett medvetet sätt, såsom docent Juha Partanen har skrivit.<sup>1</sup> Här ger vi begreppet ett starkt normativt innehåll. Som upplysning räcker inte att kunna övertala människor eller att producera marknadsföring som motverkar marknadsföringen av alkohol och droger med samma manipulerande metoder. Upplysningens uppgift är att skapa en upplyst allmänhet, inte att manipulera. Upplysning ges ofta utan att vi förstår vad vi egentligen försöker göra. Därför är det viktigt att klargöra vad upplysning egentligen handlar om. Det leder också till att vi på nytt måste granska de sätt på vilka vi traditionellt har studerat och utvärderat upplysningens effekt.

Vi vill försöka visa att upplysning fungerar och att de upplysningskritiska undersökningarna har fel. Vi efterlyser nya utvärderings- och forskningsmetoder för upplysningen, med hjälp av vilka det är lättare än för närvarande att hitta kommunikationens betydelse och effekt i alkohol- och drogförebyggande arbetet. Det gäller att fokusera på och precisera såväl objekten för utvärderingen som dess mål och teorier.

## BOKENS UPPBYGGNAD

Upplysningen ställs ofta emot de kontrollmetoder som ingår i alkohol- och narkotikapolitiken. Vissa experter betonar kontrollen, eftersom de anser den vara den enda effektiva metoden. Däremot försäkras speciellt alkohol- och drogindustrin att det knappt behövs någon kontroll, eftersom allting kan skötas med hjälp av upplysning. Mikko Salasuo reder ut de här felaktiga motsättningarna i det första kapitlet ”Metoder för påverkan”.

Upplysningen är endast en av flera metoder som kan användas för att minska alkohol-

<sup>1</sup> Partanen 1981, 162.





och drogproblem och den fungerar endast parallellt med de övriga metoderna. I det andra kapitlet pekar Markku Soikkeli ut barndomen och ungdomen som avgörande skeden i livet, som vi ska försöka påverka. Skolan når alla barn och ungdomar, och därför är den så viktig som miljö för rusmedelsfostran samt framför allt som en trygg uppväxtmiljö. Slutsatsen är att skolan har tillgång till all den kompetens som uppgiften kräver och att vi måste lita på vår egen finländska syn på hur arbetet ska utföras.

I det tredje kapitlet belyser Anne Puuronen problematiken i tobaksupplysningen genom att kritiskt analysera genomförandet av ett visst omfattande projekt. Puuronens observationer av målgruppens mottaglighet gäller i lika hög grad också alkohol och droger. Dagens kultur är inte monolitisk och en person som ger upplysning måste vara tillräckligt känslig och förstå ungdomarnas liv.

I kapitel 4 och 5, ”Alkohol- och drogupplysningen i ljuset av forskningen” och ”Masskommunikationsforskningens perspektiv”, motiverar Markku Soikkeli behovet av ett nytt perspektiv och nya metoder både inom upplysningen och med anknytning till forskningen och utvärderingen av den. Avsikten är inte att komma med så konkreta förslag som blir nödvändiga redan under de närmaste åren, men vi hoppas ändå att på nytt öppna dörren för upplysningstänkandet, som så länge har trampat på stället och blivit allt suddigare: uppmuntra till att se kommunikationens outnyttjade möjligheter, bana väg för planering av en allt mer intressant och effektiv kommunikation samt förbättra det här arbetssättets anseende.

Ett hållbart kunskapsunderlag är ett absolut villkor för en effektiv och trovärdig kommunikation, och forskningsdata är dess mest hållbara källa. För dem som förmedlar informationen, dvs. de personer som utför det alkohol- och drogförebyggande arbetet i praktiken, är det ändå en utmaning att tolka och utnyttja dessa forskningsdata. Man drar också nytta av att informationen är svårtolkad genom att hänvisa till forskningsdata på ojusta och missledande sätt. I det sjätte kapitlet, ”Tolkning, användning och missbruk av forskningsdata”, ger Markku Soikkeli råd om hur man kan utveckla sina färdigheter i att läsa forskningsdata med stöd av exempel ur alkohol- och narkotikapolitikens vardag.

I det sista kapitlet, ”Interaktionsfärdigheter öppnar kanaler”, uppmuntrar Markku Soikkeli läsaren att utveckla sin kompetens på det område som enligt boken är speciellt viktigt. Samarbete med massmedierna är ett utmärkt sätt att sprida det alkohol- och drogförebyggande arbetets budskap och förbättra dess anseende, men det kräver också särskilt kunnande.

## TACK

Ett stort tack till social- och hälsovårdsminister Paula Risikko och social- och hälsovårdsministeriets programdirektör Maija Perho för att de har möjliggjort det här bokprojektet och för deras insats till förmån för projektet. Vi vill också tacka ministeriets överinspektör Veli-Matti Risku och Utbildningsstyrelsens Heidi Peltonen för att boken har nått de personer som utför det praktiska arbetet, samt Peltonen för hennes kommentarer till kapitlet som gäller skolan.

Utformningen av boken påverkades väsentligt av diskussionerna som fördes i projektets styrgrupp samt av de kommentarer och förslag vi fick av styrgruppens medlemmar. I styrgruppen ingick utöver gruppens ordförande minister Risikko, programdirektör Perho

och överinspektör Risku även regeringsrådet Ismo Tuominen vid social- och hälsovårdsministeriet, personalpolitiska ombudsmannen för Tehy rf Irmeli Vuoriluoto, specialsakkunnig Leena Hirvonen vid Arbetshälsoinstitutet, utvecklingschef Eija Kempainen vid Finlands Hälsovårdarförbund, Päihdetyön Talentia ry:s ordförande Jyrki Lausvaara, expert på europeisk hälsopolitik Mervi Kattelus vid Läkarförbundet, överdirektör Erkki Vartiainen vid Institutet för hälsa och välfärd samt forskningsdirektör Leena Suurpää och forskningsprofessor Tommi Hoikkala vid Ungdomsforskningsällskapet. Det är trots det inte de här personerna som läsaren ska anklaga för tankegångarna i den här boken, utan oss författare. De har gjort sitt bästa för att upplysa oss.

Vi tackar också Ungdomsforskningsällskapet och -nätverket för att de erbjudit ett hem för det här fascinerande projektet. Ett särskilt tack går till Matti Piispa som har gett innehållet sin välsignelse.

*Helsingfors och Borgå 21.8.2011*  
*Markku Soikkeli & Mikko Salasuo*



# 1 Metoder för påverkan

Mikko Salasuo

”Alkohol- och drogupplysningen” är en mystisk skapelse. Bland medborgarna råder uppfattningen att den omfattar allt från upplysning till rusmedelsfostran och riskinformation – i princip allt som hör till det alkohol- och drogförebyggande arbetets uppgifter. Ordet ”upplysning” har genomgått en värdeminskning under de senaste femtio åren. Numera associerar vi ordet till tidigare drog- och alkoholmissbrukare som predikar i skolorna eller till poliser, som har i uppgift att skrämja barn och ungdomar efter bästa förmåga.

Som ett försök att ge termen upplysning en ny skepnad erbjöd Markku Soikkeli<sup>2</sup> i början av millenniet ett perspektiv som är framsprunget ur historien: *enlightenment*. Syftet med begreppet *enlightenment* var att återbörda upplysningen till dess historiska rötter, dvs. upplysningstidens filosofi. Soikkeli<sup>3</sup> försökte fastställa som mål även för nutidens alkohol- och drogupplysning att fostra upplysta, självständiga och psykiskt mogna människor; individer som kan använda sitt eget förnuft och fatta de rätta besluten också med tanke på användningen av alkohol och droger. Upplysningsfilosofen Immanuel Kant, som helt klart skymtar fram bakom Soikkelis<sup>4</sup> idéer, utformar tanken på följande sätt:

Upplysningen är människans frigörelse från sin självförvållade omyndighet. Omyndighet är oförmögenheten att betjäna sig av sitt förstånd utan att ledas av en annans. Självförvållad är denna omyndighet när orsaken därtill inte är brist på förstånd, utan på beslutsamhet och mod att betjäna sig av sitt eget utan att ledas av en annans. Sapere aude! ”Ha mod att betjäna dig av ditt eget förstånd” är alltså upplysningens valspråk.<sup>5</sup>

Tanken att alkohol- och drogupplysningen har en historiefilosofisk koppling fick trots allt ingen vind i seglen vid den tidpunkten. Uppfattningen att alkohol- och drogupplysning är ett slags negativt fenomen lever fortfarande kvar bland såväl ungdomar som äldre personer. Å andra sidan ser många föräldrar, lärare, beslutsfattare och politiker upplysningen som ett allsmäktigt mirakelverktyg, med vilket det är lätt att åstadkomma en positiv effekt och bakom vilket de kan fly undan sitt eget ansvar. Båda uppfattningarna är rejält felaktiga. Det är alltså motiverat att gå igenom och reda ut effektiviteten av de olika metoder som används i förebyggandet av alkohol- och narkotikaproblem.

Syftet med den grova indelning som presenteras i det här kapitlet är att förklara varför olika åtgärder behövs, vad vi i första hand försöker påverka med åtgärderna och varför de inte uppväger varandra. Det är fråga om en förenklad fördelning, men den kan anses ge en relativt bra beskrivning av de grundläggande verktyg som används inom alkohol- och drogförebyggande arbetet.

<sup>2</sup> 2002, 29–30.

<sup>3</sup> Ovan nämnda verk

<sup>4</sup> Ovan nämnda verk

<sup>5</sup> Kant 1995.

## ALKOHOL OCH KULTUR

Alkohol och droger används till största delen för deras positiva effekt. Med tiden har vi ändå observerat att alkohol och droger vid sidan om glädje och nöje också orsakar många typer av problem: psykiskt lidande, fysiska sjukdomar och eventuellt för tidig död. Dessa problem orsakar också samhället mycket höga kostnader. Alkohol- och drogproblemen påverkar dessutom människors marginalisering, sociala miljö, familj, barn och medmänniskor. Därför försöker vi med hjälp av olika åtgärder direkt eller indirekt påverka människors beteende gällande alkohol och droger.

Rusmedlen utgör också en del av en enorm laglig och olaglig business. Alkohol-, tobaks- och läkemedelsindustrin försöker naturligtvis uppnå så stora ekonomiska vinster som möjligt. Deras intressen sammanfaller inte med de social- och hälsopolitiska strävandena – oberoende av vad industrin påstår. Enorma summor pengar rör sig också i den olagliga droghandeln och det ligger inte på något sätt i brottslingarnas intresse att minska på efterfrågan. Det västerländska samhället är besynnerliga på den här punkten: något som för somliga leder till svåra sjukdomar och för tidig död är samtidigt en ousinlig guldgruva för andra.

På grund av dessa motsatta intressen har exempelvis frågan om alkohol blivit kraftigt politiserad – allt emellanåt råder nästan krig mellan social- och hälsovårdssektorn och alkoholindustrin. Politikerna befinner sig i gränslandet mellan de stridande: vissa försöker uppriktigt minska problemen, medan andra mer eller mindre kämpar för industrin.

I Finland är den totala alkoholkonsumtionen stor och att dricka sig berusad är ett särdrag i vår kultur. I den finländska kulturen finns dolda faktorer som gör oss mottagliga för att använda alkohol och skapar en godtagbar grund för att dricka sig berusad. Dolda faktorer i kulturen kan vara flera olika saker. Ett sätt att uppfatta hur kulturen uppkommer är att utnyttja Jürgen Habermas<sup>6</sup> teori om kommunikation och kultur i något anpassad form. Kommunikation erbjuder människorna verktyg för att förstå varandra samt skapa, upprätthålla och förnya en gemensam kultur.

Habermas teori kan tillämpas genom att förenkla den genom att säga att kultur uppstår ur kommunikation. För människor ur samma kulturella krets har saker gemensamma betydelser och därför kan de tala samma språk, dvs. förstå varandra. De gemensamma betydelserna uppkommer som en del av levnadsvärlden, där observationer och upplevelser organiseras i form av en *kunskapsreserv*. Från och med barndomen observerar vi omgivningen och samlar kontinuerligt information om andras beteende och handlingar. Kunskapsreserven är som en intern hårddisk, där vi sparar dokument och mjukvara som är viktiga med tanke på beteendet och förståelsen.

## BERUSNINGENS PLATS

Berusningen har en särskild plats i kunskapsreserven. Redan i barndomen och ungdomen kan vi se närstående personer i berusat tillstånd i olika situationer. Vi möter också berusade personer på gator och torg. Medierna framställer berusningen på ett finländskt sätt med vissa ordvändningar och olika tecken på berusning finns överallt – vi omges av miljoner ”berus-

<sup>6</sup> 1984; 1987.



ningsdroppar” som är typiska för vår kulturkrets. Berusningen sparas i kunskapsreserven på basis av alla dessa observationer och erfarenheter. Berusningen är ständigt närvarande som ett godtagbart och ofta till och med normalt beteende. Under hela vårt liv socialiseras vi till den ”finländska” berusningen.

Informationen om berusning sparas alltså på den interna hårddisken som ett slags dokument. Eftersom observationerna och erfarenheterna kommer från den finländska kulturen, skapas också en grund för en gemensam tolkning av berusningen. Då vi själva blir berusade plockar vi fram betydelser med anknytning till berusningen ur kunskapsreserven. En allmän uppfattning är exempelvis att ”det räknas inte om man gör bort sig på fyllan” eller att det åtminstone ses med blidare ögon. Vi fördömer eller kritiserar inte andra för att de är berusade, eftersom vi själva också är berusade ibland.

Matti Piispa<sup>7</sup> skriver om Finland som en kultur där reserverad artighet står i centrum. Sociolog Klaus Mäkeläs<sup>8</sup> formulering beskriver väl finländarnas vana att värna om andras frihet och handlingsutrymme – rätten att göra som vi själva finner för gott, utan att andra ingriper. Det gäller också berusning.

Kunskapsreserven som gäller berusning går i arv från generation till generation. Därför framträder berusningen på samma sätt för nya generationer som för tidigare: som en normal, godtagbar del av kulturen. ”Berusningsdropparna” som omger oss kan under decenniernas gång ändra form – numera dricker vi öl på puben, inte bakom bastuhörnet – men berusningen har fortfarande kvar sin givna plats. Här i Finland får vi förklara varför vi firar på nyktert huvud. Berusningens plats i de kulturella underströmmarna är ett av finskhetens mest seglivade särdrag.

Utöver de gemensamma kulturella grunddragen har vi också olika tolkningsramar. Varje människa inhämtar information ur kunskapsreserven genom litet olika tolkningsramar. Ålder, bostadsort, socioekonomisk bakgrund, kön, religion och oräkneliga andra faktorer påverkar hur vi filtrerar den information om berusning som vi får ur kunskapsreserven. I korthet kan vi säga att exempelvis nyansskillnaderna mellan generationerna i fråga om inställningen till alkohol beror på olika tolkningsramar. En ung människa ser sig själv som odödlig och tror inte att riskerna med anknytning till alkohol rör en själv – det här fenomenet benämns ofta ungdomars riskbeteende.

En del av ungdomskulturen består av att besöka barer, restauranger och nattklubbar. Där träffar ungdomarna människor i samma ålder, men parallellt med det sociala umgänget spelar alkoholen en viktig roll som socialt smörjmedel. Då vi blir äldre förändras tolkningsramen med anknytning till alkohol. Umgänget på restaurang byts ut mot drickande i hemmet och bastuöl på sommarstugan. Berusningen finns ändå kvar och dess betydelse kommer fortfarande från den ursprungliga platsen på hårddisken. Ett gott exempel på detta är vår rikliga alkoholkonsumtion under högtider. Det verkar som om finländarna betraktar det som normalt att dricka sig berusad på midsommar och första maj.

Den finländska berusningens plats framträder paradoxalt nog också för dem som inte dricker alkohol. Berusningen har samma plats i deras kunskapsreserv som i andras. Därför blir de i olika situationer tvungna att motivera sin nykterhet, som om de på något sätt vore avvikande. De som avviken blir tvungna att förklara varför deras tolkningsram med anknytning

<sup>7</sup> 2008.

<sup>8</sup> 1999.

till berusning skiljer sig från andras. Absolutism är en avvikelse i Finland. Det åskådliggör mycket tydligt hur djupt och stadigt berusningen har förankrats i kunskapsreserven.

### KAN BERUSNINGENS PLATS ÄNDRAS?

Den enkla kulturtolkning som presenteras ovan leder till slutsatsen att vi måste försöka flytta på alkoholens – exempelvis berusningens – plats i kunskapsreserven. Det skulle leda till en förändring av alkoholkulturen och dryckesvanorna. En ändring av berusningens plats skulle påverka hur vi betraktar berusningen, vilken vår inställning är till den, hur vi tolererar den och framför allt hur vi använder alkohol.

Hos oss betraktas vardagslivets verklighet, där alkoholen är ett njutningsmedel, som en självklarhet. Alkoholens och berusningens plats i kulturen är inte på något sätt permanent förankrad. Under andra omständigheter kunde alkohol vara bara ett desinfektionsmedel som används inom medicinen eller ett giftigt lösningsmedel. En logisk slutledning är att alkoholens och berusningens plats i ”verkligheten” och kulturen kan ifrågasättas.<sup>9</sup> Strävan att påverka alkoholens och berusningens plats i samhället är trots allt mycket vanskelig, eftersom vi för att lyckas måste kunna flytta på innehållet i kunskapsreserverna – både de individuella och de kollektiva. Här ligger nyckeln till hela den finländska alkoholfrågan: hur kan det göras?

Det är omöjligt att ge ett enkelt svar på frågan, och många kritiker kan betrakta målet som en idealistisk dröm. Målet kan kanske tydligast sammanfattas på följande sätt: det långsiktiga makromålet bör vara att förändra alkoholkulturen, men för att nå målet behövs ett flertal olika metoder. Metoder som stöder den kulturella förändringen lika väl som de reglerar beteendet.

En kulturell förändring är en långsam process som kräver mycket långsiktigt arbete. Arbetet kan inte slutföras under en eller två regeringsperioder, eller genomföras på tre år med hjälp av projektsamhällets enskilda småprojekt och sporadiska kampanjer, utan i stället behövs många parallella åtgärder. Även efter dessa kan vi bara hoppas på ett resultat, men inte vara säkra på att en förändring kommer att ske.

Tobaksupplysningen och dess framgång kan ändå betraktas som något slags positivt löfte.<sup>10</sup> Tobakens kulturella plats har ändrats betydligt under de senaste femtio åren. En viktig innovation var att förflytta inriktningen av upplysningen från användaren till miljön. Då tobaksupplysningen inriktades på passiv rökning, luktolägenheter och arbetarskyddsfrågor, började förändringar ske i snabb takt. De mest synliga förändringarna har varit rökningförbudet på allmänna platser, såsom i restauranger och på arbetsplatser. Underrubriken ”Från njutning till problem” i Pekka Hakkarainens<sup>11</sup> bok om tobak har förverkligats mer konkret än författaren kunde föreställa sig år 2000. När det gäller tobak framträder upplysningens effekt och verkningsmekanismernas komplexitet på ett mycket konkret sätt.

<sup>9</sup> Berger & Luckmann 1994.

<sup>10</sup> Hakkarainen 2000; Katainen 2011.

<sup>11</sup> 1999.





## FÖREMÅL FÖR DE FÖREBYGGANDE ÅTGÄRDERNA, MÅL OCH MÄTBARHET

Flera överlappande åtgärder behövs, om det egentliga målet är att förändra alkoholkulturen. Dessa åtgärder påverkar människors attityder och beteende samt kulturen med hjälp av olika slags mekanismer. I debatten om förebyggande av alkohol- och drogproblem hörs ofta inlägg där de olika alternativen på något sätt ses som en enda obestämd helhet. Det föder tanken att det går att förebygga problem bara genom att slumpmässigt välja några verktyg ur helheten. Den slutsatsen är emellertid felaktig, eftersom de olika åtgärderna är avsedda för att nå mycket olika mål. Tredelningen nedan specificerar de viktigaste föremålen för åtgärderna och de verktyg som är avsedda just för dessa.

### INRE PÅVERKAN: FOSTRAN OCH INFORMATION

Rusmedelsfostran samt informationen om riskerna och skadorna strävar efter att påverka individernas attityder, kunskap och beteende. Det är väsentligt att dessa metoder inriktas på att utveckla individens förmåga och beslutsfattande. Det är alltså fråga om intern kontroll på individnivå och utveckling av denna. Det här sker som en del av den normala uppfostran, för vilken ansvaret i första hand vilar på hemmet och skolan, men också på hobbyorganisationer, ungdomsarbetet, kyrkan och många andra aktörer. Dessa ska påverka en ung människa uppväxt så att han eller hon klarar av att fatta självständiga beslut, med Immanuel Kants ord ”att betjäna sig av sitt eget [förstånd] utan att ledas av en annans”. Professor Veli-Matti Värri utformar målet för uppfostran på följande sätt: uppfostran inriktas på barnets behov och strävar efter att hitta barnets styrkor samt stöda barnet i dessa strävanden.<sup>12</sup> Detta arbete kan kallas den grundläggande infrastrukturen i alkohol- och drogförebyggande arbetet.

Det är viktigt att skilja inre påverkan från exempelvis enskilda upplysningsinsatser i skolorna. Inre påverkan uppkommer som en del av uppväxten och uppfostran. Det är fråga om en lång inlärningsprocess, som inte kan överlätas till ”upplysarna”. Olika evenemang med fokus på droger som ordnas i skolor och läroanstalter kan på sin höjd stöda den inre utvecklingen. Det nya läroämnet hälsokunskap, som har införts i skolorna, erbjuder en institutionell möjlighet att förverkliga rusmedelsfostran. Även beväringsstjänsten erbjuder en institutionell arena för rusmedelsfostran som är inriktad på unga män. Dessa kan ändå inte ersätta hemmets och närmiljöns betydelse för fostran.

### YTRE PÅVERKAN: REGLERING

Bakom yttre påverkan skymtar paternalismen, en idé som innebär att man ingriper i en persons valmöjligheter och handlingsfrihet för personens eget bästa. Yttre påverkan omfattar alla samhällets åtgärder som reglerar tillgången till och utbudet av alkohol: pris, beskattning, försäljningsbegränsningar, åldersgränser, öppettider, reklam-begränsningar och många andra

<sup>12</sup> Värri 2000, 29.

åtgärder. I praktiken talar vi alltså om metoder som används för att reglera alkoholpolitiken. Denna yttre reglering existerar i första hand för att människor inte klarar av att kontrollera sitt alkoholintag med hjälp av sina inre regleringsmetoder. Genom yttre påverkan begränsas individernas handlingar med hjälp av olika förbud och begränsningar.

För individen framträder yttre påverkan och reglering på många olika sätt. Alkohol säljs inte till personer under 18 år, de får inte inneha alkohol eller vistas på restauranger. Med tanke på vuxna människor har forskning visat att pris- och skattepolitiken är det snabbaste och effektivaste sättet att påverka den totala alkoholkonsumtionen och därmed minska skadorna.<sup>13</sup>

En sida av denna yttre påverkan som ofta glöms bort är att minska alkoholens närvaro i människornas vardag. Alla signaler med anknytning till alkoholen samlas i kunskapsreserven och upprätthåller i allmänhet alkoholens givna plats. Därför är det viktigt att med olika medel minimera mängden signaler med anknytning till alkoholen i våra livsmiljöer.

Ett försök att minska mängden signaler var exempelvis förbudet mot imagereklam för alkohol, om vilket det fördes en hård politisk kamp under 2010 och början av 2011. Reklam där alkohol kopplas samman med en viss livsstil, kontext för drickandet eller åldersgrupp, förnyar alkoholens plats i kunskapsreserven – eller skapar till och med nya betydelser. Den stärker också alkoholens plats som en del av ungdomens fest och fritid: då Finland vinner världsmästerskapet i ishockey hör vilt supande i offentligheten automatiskt samman med firandet. Personer som kritiserar den här formen av kulturautomation stämplas som ”tanter i blomsterhatt” och moralister. Nedan följer en översättning av en kolumn, som väckte livlig debatt då den publicerades i webbversionen av tidningen *City* 17.5.2011:<sup>14</sup>

### **Sjabblade hockeylejonen eller medierna?**

Mikko Salasuo

Nu blev det uppståndelse kring drickandet under hockeylejonens segerfest. Jag tycker att uppståndelsen både var och inte var det motiverad. Den var motiverad i det avseendet att idrottarna är förebilder för ungdomarna, precis som Stefan Wallin konstaterade. Ur den synvinkeln – oberoende av vad orsaken är – hör det inte till deras jobb att uppträda i berusat tillstånd. Och javisst, just precis deras jobb, eftersom varenda gubbe i landslaget spelar professionellt. Någon nämner här att man inte får lön då man spelar i landslaget. Det stämmer ju, men knappast ses det heller med blida ögon om jag vacklar omkring aspackad till exempel på Rädda Barnen rf:s årsfest. Så i ett nötskal, ingen offentlig fylla inte ens efter ett världsmästerskap: inte bra – Nicht Gut! Det bekräftar den finländska alkoholkulturen och legitimerar berusningen. De kulturella beteendemönstren går i arv eller smittar av sig på ungarna och de finländska dryckesvanorna fortsätter sitt triumftåg.

Men, men, men, bara så här blir frågan lite ytligt behandlad. År 1995 var killarna alldeles säkert lika plakat, men då väckte det ingen större uppståndelse – varför? De sociala medierna är förstas en förklaring, eftersom olika videosnuttar sprids som en löpeld via dem. Jag tycker ändå att medierna borde ta på sig en del av ansvaret för uppståndelsen. Var det verkligen en viktig nyhet att Nurminen ramlade i trappan ut ur flyget och varför hade Aamulehti en länk till den videon

<sup>13</sup> Babor m.fl. 2003.

<sup>14</sup> Salasuo 2011.



på sin webbplats? Hade Yle ingen regissör under folkfesten, som kunde ha valt att inte filma de allra mest berusade deltagarna utan något annat? Vem tvingade kvällstidningarna att inkludera en länk till videon på YouTube, där Mertaranta ”kommenterar” Nurminens störtdykning – till och med Hesari föll för den frestelsen. Och efter matchen, varför måste medierna hänga kvar i omklädningsrummet i timtal? Det är ju klart att laget tar sig en cider eller en öl efter segern, men är det absolut nödvändigt att filma det? En kvart i omklädningsrummet hade varit tillräckligt, sen kunde man ha lämnat killarna i fred. Det moderna reality-TV-konceptet och de normer det skapar har gjort medierna till en smygtittarautomat som snokar reda på socialporr. Lort, säger jag!

Min syntes är denna. Ja, ishockeyförbundet, Kurri och Jutila med sin inflammerade vrist borde ha kunnat förutse situationen. Jalonens festtrötta kommentarer i dagens nyhetsändringar var inte heller de världens smartaste drag. Vi kan alltså låta lagledningen och ishockeyförbundet bära 24 procent av skulden för tabben – och spelarna får bära kanske en procent (gäller bara några spelare). Medierna, som har i uppgift att förmedla nyheter och producera etiskt hållbart program, får däremot en mycket större skuldbörda för att medvetet ha spritt socialporr. Först smygtittar man och filmar fylltrattars dumheter och sen används materialet till att sälja, sälja och sälja. Media får ändå ta på sig skulden för bara 25 procent för att ha förevisat det korkade firandet och medvetet göra ett stort nummer av rumlandet. De övriga 50 procenten får vi alla skriva på vårt eget konto.

Medierna erbjuder det som säljer och alla medborgare påverkar detta med sina konsumtionsvanor.

Det är vi som är orsaken till smygtittandet, socialporren och allt skräp som medierna säljer åt oss. Det är tråkigt att bli tvungen att konstatera att några ishockeyspelares dumheter i berusat tillstånd var ett mikrokosmos av finländskhet och till på köpet inlindat i ett mediespektakel.

I slutändan verkar det som om jag har lagt fram ett cirkelbevis. Jag tror ändå inte att det ligger så värst långt från sanningen. Wallin gjorde alldeles rätt i att ta ställning till frågan, men han tog fel på målet. Rätt fråga skulle ha varit: varför måste medierna visa sådant som inte är värt att visa? (rätt svar är förstås pengar) Sammanfattningsvis kan jag bara ställa ännu en fråga: hur idiotiska är vi själva då vi tillåter att sådant här skräp paketeras som nyheter bara för att vi vill veta vad som sker bakom kulisserna? Svar: mycket idiotiska.

Don't want to be an American idiot.  
Don't want a nation under the new media.  
And can you hear the sound of hysteria?  
The subliminal mind fuck America.  
(Green Day: American Idiot)

Kolumnen ifrågasätter alkoholbruket och att uppträda berusad i offentligheten, men den kan också läsas ur ett annat perspektiv. Syftet med texten var att väcka diskussion om alkoholens plats i den finländska festtraditionen, att starta en offentlig medborgardebatt om ämnet i den stimulerande upplysningens anda.

## KULTURELL PÅVERKAN: UPPLYSNING

Upplysningen har en mångsidig uppgift. Först och främst används den för att upprätthålla och uppdatera de inre regleringsmekanismerna. Det genomförs exempelvis med hjälp av upplysningsinsatser som ordnas i skolorna, där man berättar för eleverna om användning av alkohol och droger. Metoden är ett tillägg till den inre regleringen, men endast ett tillägg.

En viktigare funktion för upplysningen är att få människor att begrunda alkoholbruket med hjälp av kampanjer, debatter och signaler. Då strävar man efter att påverka kulturen i stället för individerna – fokus är på den allmänna folkopinionen. Upplysningen riktar in sig på en kulturell förändring genom att erbjuda stoff för en offentlig debatt.<sup>15</sup> Forskare Matti Piispa<sup>16</sup> ger en träffande sammanfattning av upplysningskampanjernas tids- och åtgärds-perspektiv: ”de är som droppar, som ensamma för sig knappast åstadkommer någonting påtagligt, men tillsammans med de övriga dropparna kan skapa en stark ström, som under en längre tid urholkar också den hårdaste mark”.

Upplysningen är alltså inte avsedd att ha en omedelbar effekt på individens beteende – vilket är en allmänt förekommande felaktig föreställning. I stället riktar den in sig på kulturen, som genom den offentliga debatten matas med initiativ, stoff och inlägg. Dessa verkningar läggs till kunskapsreserven och tvingar medborgarna att begrunda alkoholens plats i samhället och livet. Med hjälp av den offentliga debatten och människors åtgärder försöker man alltså bryta eller flytta på alkoholens plats på den interna hårddisken. Framgångsrik upplysning producerar ett kulturellt och socialt tryck att förändra både attityder och beteende. Det är viktigt att förstå att upplysningen inte kan ersätta inre eller yttre påverkan, utan den fungerar parallellt med dessa med fokus på den kulturella nivån.

Alla tre ovan nämnda strategier påverkar på olika sätt de betydelser som alkoholen ges, människors attityder och eventuellt deras beteende. Med metoderna för inre påverkan utvecklas vår individuella förmåga att fatta förnuftiga beslut och handla enligt dessa. Metoderna för yttre påverkan används till att reglera beteendet med hjälp av olika lagar och bestämmelser. Upplysning med fokus på kulturen strävar efter att påverka alkoholens plats i kunskapsreserven på längre sikt. Om vi verkligen vill åstadkomma förändringar i både individernas beteende och kulturen, måste alla tre metoder för påverkan användas parallellt. Ingen av dem kan bytas ut mot någon av de andra.

## MÄTNING AV EFFEKTIVITETEN OCH EFFEKTEN – EN OLIDLIG PLÅGA

Nutidens megatrend är att bedöma olika förebyggande projekts effektivitet. Dessa mätningar förknippas emellertid med flera problem. Det svåraste problemet är sannolikt idén att *effektiviteten* på lång sikt kan mätas omedelbart efter olika typer av intervention – eller att någon effektivitet över huvud taget finns. Vi förväxlar den kortsiktiga *effekten* med *effektiviteten*. Enskilda upplysningsprojekt kan endast bedömas utifrån deras omedelbara effekt och alltså

<sup>15</sup> Hemánus m.fl. 1987.

<sup>16</sup> Piispa 1999.



inte utifrån effektiviteten, som är avsedd att finnas i flera decennier. Vi kan exempelvis försöka mäta om en intervention väckte debatt, om en mediekampanj diskuterades i olika diskussionsforum på webben och om tidningarna skrev om projektet, samt andra motsvarande omedelbara reaktioner. Däremot kan vi idag inte på något sätt mäta hur en upplysningsinsats i en skola i går kommer att påverka människors beteende om fem eller tio år, i framtiden.

Det verkar som om effektiviteten, den omedelbara effekten och den kulturella förändringen ofta förväxlas inom såväl sektorn för alkohol- och drogförebyggande arbete som forskningen. Mycket ofta mäter bedömningarna fel saker eller söker sådana förändringar som inte ens eftersträvas med åtgärden i fråga. Matti Piispa<sup>17</sup> skriver: ”upplysningens ineffektivitet är en synvilla som beror på att målen för upplysningen har ställts upp fel, orealistiskt, och på att man letar efter verkningar på fel håll”.

Det finns individuella verktyg för mätning av alla tre metoder för påverkan som presenteras ovan. Den inre och kulturella påverkans framgång – effektiviteten – kan inte mätas med hjälp av snabba före–efter-metoder, eftersom det är fråga om mycket långsiktiga processer. Förändringarna som de producerar kan observeras först i efterhand, genom att granska de åtgärder som har vidtagits i det förflutna. Förändringar i kunskapsreserven kan mätas endast indirekt, exempelvis genom att följa upp om människornas inställning till berusning har förändrats under en tidsperiod på tio år. Det är också då svårt att visa vad en eventuell förändring verkligen beror på. Problemet påminner om en situation där man försöker mäta om man har lyckats med uppfostran. Det enda elementet i den inre påverkan som kan mätas på ett rationellt sätt är riskinformationen. Med hjälp av olika enkäter är det möjligt att utreda hur mycket människorna vet om riskerna och problemen som förknippas med alkohol och droger. Tyvärr avspeglas detta inte som sådant i attityderna, för att inte tala om beteendet.

I omfattande internationella metaanalyser<sup>18</sup> kommer man nästan utan undantag fram till att det inte finns några vetenskapliga bevis på upplysningens effekt. Det beror på flera faktorer. Ett uppenbart problem är att termen ”*drug education*” på engelska och vår benämning ”alkohol- och drogupplysning” har mycket olika betydelse. Båda är obestämda begrepp som vid olika tillfällen kan anses omfatta litet olika former av förebyggande verksamhet. Ett annat problem är att endast forskning som med statistikvetenskapliga metoder kan påvisa ett orsaksakssamband väljs ut till metaanalyserna. Såsom redan nämndes ovan är det helt enkelt mycket sällan möjligt att hitta komplicerade och kvalitativa orsaksakssamband med hjälp av kvalitativa forskningsmetoder.

En enkät som genomförs tio år efter en enskild kampanj mot alkohol och droger visar inte hur kampanjen i fråga påverkade individen, särskilt då mycket få människor över huvud taget kommer ihåg kampanjen. Den kan ha haft en märkbar effekt eller ingen effekt alls. På individuell och kulturell nivå kan den enskilda kampanjen ha startat omedelbara processer, som tillsammans med flera senare erfarenheter har förvandlats exempelvis till ett drogfritt levnadssätt. Någon tydligt startpunkt för processen är det emellertid inte möjligt att visa eller hitta, eftersom någon sådan kanske inte ens finns.

Såsom anges ovan är det inte möjligt att åstadkomma en långsiktig förändring med endast en enskild kampanj eller en upplysningsinsats. Många av dem som genomför olika projekt verkar inte vara medvetna om detta. De flesta bedömningar av genomförda projekt är fyllda

<sup>17</sup> Piispa 1999, 8.

<sup>18</sup> Bl.a. Babor m.fl. 2010a.

med berättelser om effektiviteten, som emellertid är både ett felaktigt mål och en variabel som inte kan mätas. Den direkta effekten kan mätas och det är önskvärt att den blir invecklad i den mer omfattande härva av förändringar som produceras av de parallella åtgärderna.<sup>19</sup> Problemet med mätbarheten är ändå ofrånkomligen det att världen förändras snabbt och att det oftast är omöjligt att plocka ut betydelsen av ett enskilt budskap ur mängden av faktorer som påverkar individen.

Yttre påverkan är däremot klart lättare att mäta. Exempelvis alkoholskattens inverkan på den totala alkoholkonsumtionen kan mätas relativt exakt. Detsamma gäller de övriga metoderna för yttre påverkan. Det kan vara motiverat att fråga sig om orsaken till att yttre påverkan ser ut att vara det mest effektiva verktyget i metaanalyserna är att det är möjligt och enkelt att mäta den?<sup>20</sup> En granskning av de olika metoderna för påverkan ger intrycket att speciellt förståelsen för inre och kulturell påverkan är väldigt bristfällig. Följden har varit en störsjö av utvärderingsstudier, med vilka man på olika sätt försöker övertyga läsarna om sådana förändringar som de olika projekten inte kan åstadkomma ens rent teoretiskt.

## PLATS FÖR FORSKNING

I Finland finns ett akut behov av ett akademiskt forskningsprojekt, som fördjupar sig i situationen i fråga om inre och kulturell påverkan, metoderna, utvärderingarna och de möjligheter dessa medför. Forskningsprojektet borde kombinera kompetensen inom samhällsvetenskaperna. Där behövs det förmågor inom såväl sociologi som masskommunikation och alkohol- och drogförebyggande arbete (prevention research). Det enda befintliga forskningsprojekt som kan tas på allvar genomfördes på 1980-talet.<sup>21</sup> Inom ramen för projektet utvecklade en grupp finländska forskare den så kallade teorin om stimulerande upplysning. Forskarna som deltog i projektet har senare upprepade gånger önskat få slutföra arbetet som påbörjades då, och framför allt forska i teorins tillämplighet i praktiken.

Teorin om stimulerande upplysning är framför allt en teori, för vilken man inte ens försökte skapa direkta praktiska tillämpningar. I egenskap av teori är den emellertid exceptionellt förtjänstfull och utgör en utmärkt utgångspunkt för fortsatt forskning. Nästa steg är att föra teorin närmare praktiken. Det innebär grundläggande indelningar av den typ som beskrevs ovan, som reder ut vilka metoder man använder för att förebygga alkohol- och drogproblem, vad de påverkar, hur de påverkar och hur man kan mäta effekten.

Samhället har förändrats märkbart sedan 1980-talet och detta gäller särskilt mediemiljön. Teorin om stimulerande upplysning kom till under en tid innan Internet, sociala medier och hela idén med en informationsmotorväg gjorde sitt intåg. Eftersom forskningsdata saknas vet vi mycket litet om de möjligheter som den nya mediemiljön skapar, exempelvis med tanke på att åstadkomma en kulturell förändring.

Ett annat problem är också att det finns väldigt litet kvalitativ alkoholforskning. I Finland har vi knappt alls forskat i exempelvis alkoholbrukets sociala reglering i kontexter

<sup>19</sup> Se Piispa 2008.

<sup>20</sup> Rönkä 2011.

<sup>21</sup> Bl.a. Pertti Hemánus, Juha Partanen, Matti Piispa & Matti Virtanen.





där ungdomar dricker.<sup>22</sup> Uppfattningarna om alkoholens kulturella plats i ungdomarnas liv verkar också i övrigt grunda sig på instinkt snarare än på forskningsdata.<sup>23</sup> Vi försöker påverka ungdomarnas alkoholbruk, men i själva verket känner vi inte till dess mekanismer och betydelse. Alltså mäter vi effekten och effektiviteten hos förebyggande åtgärder som är baserade på vuxnas ”gissningar”, och dessutom ofta med hjälp av fel mätare.

Litet tillspetsat kan vi säga att vi i alkohol- och drogförebyggande arbetet mycket ofta driver omkring med hjälp av tur och moralisk kraft på grund av att forskningsdata saknas. Det här berättar mycket om nuläget inom upplysningen. Än mer oroande är det att vi blint tror på effekten av att driva omkring, även om vi inte ens förstår de grundläggande mekanismerna i dess kultur. På det här sättet förlorar vi stora mängder resurser, som kunde användas till alkohol- och drogförebyggande arbete med realistiska mål.

---

<sup>22</sup> Hoikkala 2008.

<sup>23</sup> Salasuo & Tigerstedt 2007.

## 2 Rusmedelsfostran, alkohol- och drogförebyggande arbete och skolan

Markku Soikkeli

Precis som upplysningen alltid är endast en metod bland många för att minska alkohol- och drogproblem, utgör också undervisning om alkohol och droger samt rusmedelsfostran endast en del av allt som görs i skolmiljön för att främja elevernas välbefinnande och hälsa samt förebygga alkohol- och drogproblem. Skolans förebyggande och korrigerande alkohol- och drogförebyggande arbete är en vidare fråga än undervisning och fostran.

### Koululaisen turvaverkko



*Bild: Tommi Tossavainen*

Koululaisen turvaverkko = Skolelevens skydds nät

Poliisi = Polisen

Koulu = Skolan

Kodit = Hemmen

Sosiaali- ja terveystoimi = Social- och hälsovårdsförvaltningen

Nuorisotoimi = Barn- och ungdomsförvaltningen

Liikuntatoimi = Idrottsförvaltningen

Kulttuuritoimi = Kulturförvaltningen

Seurakunnat ja järjestöt = Församlingar och organisationer

Perhe = Familjen

Till skolans alkohol- och drogförebyggande arbete hör att utveckla allt skolarbete och hela skolmiljön så att den utgör ett bättre skydd mot alkohol och droger. Sett ur detta perspektiv spelar skolan en viktig roll i ungdomarnas skydds nät, som genom att agera tillsammans strävar efter att ge eleverna bästa möjliga välgång för livet. Alkohol- och drogförebyggande arbetet, liksom förebyggandet av andra hälsomässiga och sociala problem, är inget särskilt



projekt, utan det hör samman med skolans sätt att verka och existera. Skolan är också en del av det lokala nätverket för alkohol- och drogförebyggande arbete, inom vilket man samarbetar med myndigheter och medborgare i syfte att identifiera problem, reagera på dessa och hänvisa den drabbade till lämplig vård. Skolans alkohol- och drogförebyggande arbete består av bland annat:

- stöd för en hälsosam uppväxt och utveckling
- främjande av en hälsosam och trygg inlärningsmiljö
- undervisning och fostran om alkohol och droger
- skolans läroplan och regler gällande alkohol- och drogbruk
- samarbete med hemmen
- stöd för undervisningen i syfte att hjälpa eleverna att stanna i skolan och klara sig där
- multiprofessionellt samarbete inom elevvården, skolhälsovårdens stöd och omfattande hälsokontroller
- planerat och inlärt ingripande på rätt sätt och vid rätt tidpunkt då det gäller användning av alkohol och droger
- samarbete med missbrukarservicen
- samarbete med andra yrkesgrupper och medborgarorganisationer som ingår i det lokala nätverket för alkohol- och drogförebyggande arbete
- fritidsverksamhet.<sup>24</sup>

## UNDERVISNING OCH UPPLYSNING OM ALKOHOL OCH DROGER I SKOLAN

Kunskap och förnuft utgör absolut nödvändig, men inte på långt när tillräcklig, utrustning i livet för att vi inte ska ta skada av alkohol och droger. I Finland ingår rusmedelsfostran i undervisningen i hälsokunskap. Information och diskussion om alkohol och droger ingår som en naturlig del också i undervisningen i andra ämnen. Skolor anlitar ofta utomstående partner för att ta hand om rusmedelsfostran, exempelvis föreningar, företag eller myndigheter. Deras andel av fostran kan variera från enskilda lektioner eller evenemang till gemensamma långsiktiga projekt. Särskilda upplysningsinsatser och temadagar används också allmänt.

Undervisningen om alkohol och droger kan ordnas på olika sätt i skolan:

- Skolan ansvarar för fostran på egen hand hjälp av undervisningen och elevvården.
- Skolan kompletterar sitt eget utbud med utomstående tjänsteproducenter och sakkunnig som håller enskilda föreläsningar eller evenemang.
- Skolan ordnar undervisningen om alkohol och droger genom långsiktigt samarbete med en utomstående tjänsteproducent. Denna har utvecklat ett särskilt program för rusmedelsfostran, som tillämpas på undervisningen.

I Finland följer vi inte regelbundet upp i vilken utsträckningen evenemang med hälso- eller rusmedelstema ordnas utanför läroplanerna och lektionerna, men sådana förekommer relativt allmänt. År 2008 ordnade två tredjedelar av alla högstadier temadagar kring ämnet

<sup>24</sup> Havio m.fl. 2009.

hälsa och fler än vart tionde högstadium ordnade temaveckor.<sup>25</sup> Tiootala föreningar och andra sammanslutningar erbjuder den här typen av tjänster. I och med att läroämnet hälsokunskap infördes har en del aktörer skraddarsytt sitt utbud enligt läroplanen i hälsokunskap, så att skolorna kan använda tjänsterna som sådana. Andra utvecklar tilläggsprogram för temadagar och andra upplysningsevenemang eller erbjuder materialpaket för lärarna, ofta med tillhörande inskolning, för att de ska kunna hålla lektioner och eventuellt också föräldramöten på egen hand. Vissa erbjuder kompletta paket för lektioner, temadagar och föräldramöten.

Ett exempel på programutbud för temalektioner och -dagar är en s.k. drog tunnel, en konstruktion som eleverna går igenom och får ta del av informationsinslag och lära sig om alkohol och droger genom olika upplevelser. Andra exempel är så kallade ”drogbussar”, kortfilmer och videofilmer, små teaterföreställningar, drama- och berättarmetoder, serier, spel och tävlingar samt opinionsmätningar som görs i klassen.

## FINLÄNSKA OCH EUROPEISKA MODELLER FÖR SKOLANS RUSMEDELSFOSTRAN

Vårt sätt att undervisa i hälsokunskap som ett separat läroämne är en relativt ny strategi och internationellt sett fortfarande en nästan unik innovation i syfte att främja hälsan. I det övriga Europa förekommer hälsokunskap som ett läroämne endast på Irland och i Storbritannien. I största delen av Europa föredrar man att använda program för alkohol- och drogförebyggande arbete som har producerats för skolorna av utomstående aktörer. Därför utvecklas och styrs skolornas rusmedelsfostran också på europeisk nivå med betoning på dessa program: med hjälp av forskning och utvärdering försöker man göra programmen allt bättre och beställarna uppmuntras att välja de bästa alternativen. I Finland sätter vi vår tillit i högre grad till skolans egna resurser och kompetens, vilket gör att vi på sätt och vis står utanför den internationella huvudströmningen. Är det en god eller dålig sak?

Behörighetskraven för finländska lärare i hälsokunskap är unika. Efter en övergångsperiod, från och med hösten 2012, krävs hos oss att de har ämneslärarbehörighet i hälsokunskap. I många andra länder har lärarna i hälsokunskap ingen eller en mycket begränsad utbildning. Enligt en färsk utvärderingsstudie är både lärare och elever i Finland mycket motiverade av läroämnet. Idén har varit att göra läroämnet funktionellt och engagerande för eleverna, vilket man också har lyckats med: både lärare och elever anser att det diskuteras mycket på hälsokunskapslektionerna och en stor del av eleverna diskuterar lektionernas teman med kamrater och föräldrar.<sup>26</sup>

I största delen av Europa betraktas skolans egen kompetens och resurser ändå som otillräckliga och man kräver särskilda program som köps in av utomstående. Exempelvis Europeiska centrumet för kontroll av narkotika och narkotikamissbruk EMCDDA rekommenderar dessa program för rusmedelsfostran i EU:s medlemsländer och satsar stora resurser på att utveckla och studera dem. EMCDDA koncentrerar sina egna kvalitetsrekommendationer i följande begrepp: ”*Standardised Programs*”, ”*Programme-based interventions*” och ”*Protocol-delivered prevention*”.<sup>27</sup> Användningen av dessa motiveras med följande argument:

<sup>25</sup> Aira 2010, 114.

<sup>26</sup> Aira 2010, 110.

<sup>27</sup> Burkhardt 2008.



- Programmet för förebyggande är baserat på teorier: det finns en förklaring, baserad på forskningsdata, till varför det påstås fungera.
- Endast tillräcklig intensitet, varaktighet och upprepning ger effekt. Ett enskilt informationsinslag skapar på sin höjd en kortvarig effekt hos åhöraren.
- Undervisningsmetoden ska ha påvisad effekt.
- Lärarna ska vara sakkunniga, motiverade och ha utbildning i den metod som ska tillämpas.
- Interaktiv och samtalande undervisning är mer effektiv än föreläsningar.
- Programmet genomförs på samma sätt överallt. Det garanteras av en detaljerad undervisningsplan, utbildning för lärare som genomför programmet och enhetligt material.

Ad hoc-upplysning är raka motsatsen till EMCDDA:s utvecklings- och upplysningsarbete. Den består normalt av en enskild massföreläsning, lektion, temadag eller ett annat jippo, som ordnas av en utomstående aktör en enda gång och efter vilken skolan kan betrakta sin uppgift som avslutad. Ad hoc-upplysningen kan bestå av exempelvis ett besök av en läkare eller en polis, en föreställning med alkohol och droger som tema eller en s.k. drogtunnel, där eleverna får både upplevelser och information. Tidigare narkotikamissbrukare och tillfrisknade alkoholister utgör en något kontroversiell grupp som levererar den här typen av tjänster. Det finns också fall där religiösa eller skenreligiösa grupper, till exempel scientologerna, har närmat sig skolor för att sprida sitt eget budskap under rusmedelsfostrans täckmantel.

Enligt EMCDDA lönar det sig inte att lita på ad hoc-projektens effekt, eftersom

- de är otillräckliga i fråga om både kvantitet och varaktighet
- de i allmänhet inte är baserade på någon studerad metod eller teori
- tjänsteleverantörerna ofta saknar kunskap och utbildning samt
- informationen som de erbjuder kan vara av sämre kvalitet eller felaktig.

Ur finländsk synvinkel verkar EMCDDA:s antingen/eller-perspektiv trångsynt. Alternativet till program för rusmedelsfostran som köps in av utomstående är inte tillfälliga gäster med program av varierande standard, utan kompetent skolundervisning. Beaktansvärt är också att även om vi i det internationella språkbruket talar om ”program för förebyggande”, når de sällan längre än till undervisningen. Undervisningen är ändå bara en del av det alkohol- och drogförebyggande arbetet: minst lika viktiga är elevvårdens tjänster, samarbetet med hemmen och arbetet med att göra hela skolmiljön allt tryggare och bättre som stöd för ungdomarnas uppväxt – ”god skolhållning”, som Heidi Peltonen vid Utbildningsstyrelsen sammanfattar saken. Vi måste skilja åt å ena sidan det allmänna förebyggandet av alkohol- och drogproblem i undervisningen med tillhörande grundläggande kompetens och å andra sida elevvården med tillhörande samarbete, där man strävar efter att identifiera risker i ett tidigt skede och ingripa i användningen av alkohol och droger.

Vi kan svara på EMCDDA:s kritik genom att granska hur skolan och dess rusmedelsfostran, som en del av hälsokunskapen och andra läroämnena, kan uppfylla ovan nämnda kvalitetskriterier:

Tillräcklig intensitet, varaktighet och upprepning kan säkerställas i läroplanen, likaså sakkännedom och kompetens i fråga om uppfostringsmetoder.

Utomstående och skolväsendets egen sakkännedom och metodkunskap i fråga om förebyggande och korrigerande alkohol- och drogförebyggande arbete kan utnyttjas redan i samband med planeringen av undervisningen.

Lärare som är specialiserade på hälsokunskap och har genomgått fortbildning i rusmedelsfostran är tillgängliga. Hur kan man säkerställa enhetlighet och kvalitet i undervisningen bättre än så här?

Pedagogik av högsta kvalitet är en del av lärarnas yrkeskunskap och undervisningen kan vidareutvecklas utifrån alla forskningsdata och utvärderingar, även utifrån information som fås då dessa program utvärderas.

Eftersom också forskningen visar att interaktiviteten är speciellt viktig, är det bra att komma ihåg det utvärderingsresultat som nämndes ovan: det diskuteras mycket på lektionerna. Lärarna verkar åtminstone i det avseendet ha den metodkunskap som krävs.

## RUSMEDELSFOSTRAN OCH GOD UPPFOSTRAN: CIRKELN ÄR SLUTEN

Genom att studera och utvärdera europeiska och amerikanska program för rusmedelsfostran avslöjas en paradox: rusmedelsprogrammets metoder har utvecklats – till största delen tack vare kritisk forskning och utvärdering – i riktning mot undervisning i levnadskonst (*life skills*), det vill säga i samma riktning som hos oss.

De tidigaste försöken att vända skolungdomar mot alkohol och droger grundade sig på skrämeltaktik och ibland på chockeffekter. Det här var inte bara ineffektivt utan också etiskt tvivelaktigt. Därefter gick man till den andra ytterligheten: faktauppgifter om alkohol och droger delades ut i neutral stil. Pedagogiskt och etiskt var det här en bättre metod, men inte heller den verkade ha någon effekt. I följande omgång fokuserades insatserna på att påverka de förmodade bakgrundsfaktorerna och orsakerna till ungdomarnas användning av alkohol och droger. Man började tala om att stärka de faktorer som skyddar mot alkohol och droger samt om att avlägsna faktorer som gör ungdomarna mottagliga. Dessa faktorer finns hos människan själv, i hennes uppväxtförhållanden och livsmiljö. Ungdomarna fick bland annat lära sig att tacka nej till alkohol och droger och man strävade efter att stärka olika kunskaper, förmågor och egenskaper. Diskussionen om alkohol och droger hade fått en biroll. De bästa resultaten började man få tack vare en approach som kallades undervisning i levnadskonst (*Life Skills*).

Det här är en paradox: visst är det väl just levnadskonst som skolarbetet ska utveckla? Redan som barn får vi höra att vi inte lär för skolan utan för livet. Rusmedelsprogrammen har gå varvet runt i sin utveckling och vi måste nu ifrågasätta om de över huvud taget är nödvändiga. Om skolan fyller sin pedagogiska uppgift kommer den att utrusta ungdomarna med alla de färdigheter som bäst skyddar dem också mot rusmedlens skador. God undervisning och god skolhållning – det är vad som behövs.

Man kan ändå inte påstå att skolan alltid fungerar just så här. Undervisningens innehåll och mål är i sista hand en politisk fråga. Kraven som ställs på skolundervisningens innehåll





kan grovt taget delas in i två huvudtyper: fostran som stöder en persons uppväxt och skolundervisning som producerar arbetskraft. Dessa förväntningar finns alltid i bakgrunden, även om de inte på långt när alltid uttrycks tydligt, då man kämpar för olika läroämnen ställning. Det pedagogiska synsättet betonar inläring av kritiskt tänkande, allmänbildning, färdighetsämnen samt att tillägna sig kulturen. Alla dessa kan stämpas som oväsentliga med tanke på produktionen av arbetskraft. Ur en pedagogisk synvinkel är de den bästa garantin för att utveckla de förmågor som behövs för klara sig i livet.

Åtminstone sedan 1970-talet har det funnits meningsskiljaktigheter gällande i vilken mån det, utöver undervisningen, över huvud taget är skolans uppgift att fostra och beskydda eleverna. Här kan konstateras att den pedagogiska undervisningen är ägnad för att förebygga de problem som belastar skolan.

## DEN FINLÄNDSKA MODELLEN STÅR PÅ SIG

Trots alla försök har det varit svårt att presentera vetenskapliga bevis på effektiviteten hos de program för rusmedelsfostran som har genomförts i skolmiljön. I en färsk forskningsöversikt<sup>28</sup> konstateras helt bryskt om dessa program: några bevis på effektiviteten finns inte, kostnadseffektiviteten är obefintlig eftersom programmen dessutom är dyra, och man har inte kunnat presentera en enda god praxis. De positiva resultatanalyserna som skolprogram såsom Life Skills, Dare m.fl. har fått kritiserats ofta för ensidig rapportering och svagheter i fråga om metoderna.<sup>29</sup> Hur rätt det än är att kräva långsiktig rusmedelsfostran av hög kvalitet i stället för sporadiska upplysningsinsatser, kan man ändå inte visa att skolan inte klarar av det själv inom ramen för sin normala verksamhet och att särskilda rusmedelsprogram därför faktiskt behövs.

Personer som försvarar skolprogrammen har ett trumf på hand, mot vilket den finländska modellen har svårt att hävda sig. Vår modell innebär permanenta strukturer och verksamhetskoncept som omfattar hela livsmiljön, vilket gör att den inte kan studeras med före-eftermetoden eller testgrupp-referensgrupp-metoden. Modellens kompetens kan nog försvaras med att situationen och utvecklingen med tanke på ungdomars användning av alkohol och droger samt alkohol- och drogproblem åtminstone inte är sämre i de nordiska länderna än i länder där man för en annan politik. Tillsammans med de övriga motiveringarna kan detta också vara en motivering till att prioritera den finländska modellen.

I Finland är förvaltningen decentraliserad och beslutanderätten har delegerats till lokal nivå. För skolornas del innebär det att endast undervisningens mål och centrala innehåll har bestämts på högre nivå och att skolorna själva fattar beslut om hur de ska uppnås. I praktiken är det ofta rektorn som bestämmer vilka rusmedelsprogram som anskaffas till en skola. Därför vet vi inte mycket om i vilken omfattning de används. Då vi sedan utifrån dessa sparsamma data rapporterar om situationen i skolorna i Finland till Europeiska centrumet för kontroll av narkotika och narkotikamissbruk, drar de slutsatsen att man hos oss inte gör så mycket åt situationen eller på sin höjd ger litet ad hoc-upplysning av låg kvalitet. Den finländska modellen för alkohol- och drogförebyggande arbetet, som grundar sig på den för de nordiska

<sup>28</sup> Babor m.fl. 2010a.

<sup>29</sup> Brown & Kreft 1998.

länderna typiska idén med universella, jämlika tjänster, passar inte in i det allmäneuropeiska ensidiga mönstret, vilket också gör det svårt att jämföra länder på ett tillförlitligt sätt.

De mål som ställts upp för undervisningen i hälsokunskap, som i praktiken ingår i läroplanen, samt för elevvårdens verksamhet innebär i Finland ett ”nationellt program”, som säkerställer att alla barn och ungdomar har möjlighet att gå jämlik undervisning om hälsan samt stöd för sin uppväxt och utveckling, oberoende av skola eller bostadsort. Jämfört med särskilda rusmedelsprogram, -lektioner och -evenemang, som ofta produceras av utomstående, säkerställer läroplanerna en kvalitetsmässigt och till sin omfattning jämförbar rusmedelsfostran. Tjänster producerade av utomstående kan användas för att komplettera och stimulera undervisningen, men de verkar inte ha något oersättligt budskap. Om de är intressanta och håller hög pedagogisk kvalitet kan de ändå vara ett nyttigt komplement till skolans eget utbud.

Särskilt med tanke på temat narkotika är det lätt att förstå att man vill anlita utomstående hjälp till och med i så hög grad att en utomstående tjänsteleverantör i praktiken ansvarar för skolans undervisning om alkohol och droger. Lärarna upplever ofta att de inte vet tillräckligt mycket om ämnet, särskilt då det bland eleverna verkar finnas personer som vet mycket och gärna diskuterar saken. Det centrala budskapet i det här kapitlet, som är riktat till rektorer, lärare och medlemmar av skolsamfundet, är ändå att det inte finns någon orsak att vara rädd för rusmedelsfostran. Skolan har den grundläggande kompetens som behövs, och ämnet avviker inte väsentligt från skolans övriga undervisnings- och fostringsuppgifter. Om den egna kompetensen ändå inger betänkligheter, är det bättre att utveckla den än att lägga ut ansvaret till en utomstående. Samarbetet med utomstående tjänsteleverantörer kan komplettera men inte ersätta skolans egen insats. I sista hand är det skolan själv som ska klara av ämnet. Därför ska också samarbetet vara sådant att det utvecklar skolans förmåga att ha hand om rusmedelsfostran och behandla frågor om alkohol och droger, i stället för att försöka ersätta den.



### 3 Tobaksupplysning under 2000-talet

Anne Puuronen

Tobaksupplysningens innehåll och praxis verkar ha genomgått en dynamisk utveckling under de senaste tio åren. Under 2000-talet dominerades tobaksupplysningen för ungdomar av kommunikationskampanjer som riktade sig till ungdomarna. Det mest konkreta steget har varit att sprida tobaksupplysningen via Internet, radio och tv i form av omfattande kommunikationskampanjer och avvänjningstjänster på webben. Exempel på dessa är webbplatsen Fressis.fi (tidigare Happi) som riktar sig till ungdomar, samt den mer allmänna webbplatsen Stumppi.fi och den kostnadsfria telefonrådgivningen Stumppi, som inledde sin verksamhet 2002.

En annan aspekt som betonas i tobaksupplysningen för ungdomar är skolornas rökfrihetstävlingar. Den finländska organisationssektorn i samarbete med skolorna har i praktiken ansvarat för genomförandet av de skol- och samfundsbaserade programmen för förebyggande av rökning, alkohol och droger. Även den mer traditionella modellen med upplysare och upplyst samt tillhörande affischer, bilder, burkar med tjära och t-tröjor inpyrda med tobaksrök har kvarstått som en form av tobaksupplysning för ungdomar.

Internet har fört med sig en ny typ av mediefält, som gör det lättare att nå ungdomarna. Det erbjuder också hjälpmedel för den mer traditionella upplysningen ansikte mot ansikte. Exempelvis webbplatsen työkalupakki.net för rökfrihet ”erbjuder information om tobak och idéer för hur man kan behandla ämnet rökning på ett mångsidigare sätt. På webbplatsen finns separata sidor för lärare i lågstudier och högstudier samt som nyhet också lärare i yrkesläroanstalter.”<sup>30</sup>

I tobaksupplysningen för ungdomar har man under 2000-talet allt tydligare lagt märke till kontextens och tidsanpassningens betydelse för spridningen av budskapet. Kommunikationskampanjerna som riktar sig till ungdomar har i regel lyckats väl med att hitta *situationer och platser*, som i dagens ungdomars liv utgör ett gränssnitt med den egna hälsan och välbefinnandet. På så sätt kan de åtminstone potentiellt öppnas som ungdomsnära platser för ungdomscentrerad alkohol- och drogupplysning.

I den här artikeln granskar jag utvecklingen av tobaksupplysningens innehåll och praxis under de senaste tio åren. Med stöd av en fallstudie reder jag ut med vilka kampanjmässiga metoder, budskap och diskussionsöppningar ungdomen kan inbjudas (*stimuleras*) till att begrunda rökfrihet och rökning. Jag diskuterar också vilka teman och åsikter man måste lägga fram offentligt för att främja rökfriheten bland ungdomar. Jag granskar alltså upplysning med kulturell påverkan som mål (för de olika typerna av upplysning se Salasuos artikel i detta verk).

Drivfjädern bakom granskningen är att se upplysningen som *stimulerande*. Med stimulans som ett slags värde mål för upplysningen avses upplysningens möjlighet att skapa en offentlig debatt om önskat ämne. Nedan granskar jag den stimulerande effekten av stimulerande upplysning på det samhälleliga tänkandet och debatten på individuell nivå i stället för samhälls nivå.<sup>31</sup> Som fallstudie presenteras kommunikationskampanjen Fressis, som

<sup>30</sup> Webbplatsen Työkalupakki.

<sup>31</sup> För mera om att kombinera stimulansens samhälleliga och individuella nivå se Virtanen 1986, 1987; Piispa & Kirsi 1989; Piispa 1998.

genomfördes av Cancerföreningen i Finland under senare hälften av 2000-talet. Kampanjens webbplats finns på adressen Fressis.fi.

## FRITIDEN OCH HOBBYER I UPPLYSNINGENS TJÄNST

Som ett arbete bakom kampanjen Fressis har man forskat i de olika subkulturerna inom tobakskulturen särskilt bland unga kvinnor och män som studerar vid yrkesläroanstalter.<sup>32</sup> Användningen av ungdomars åsikter enligt målgrupp inom tobaksupplysningskampanjen Fressis syns på så sätt att tobaksupplysningen som riktar sig till unga män kopplas samman med fritiden samt med musik och bilsport som hobby.

Kommunikationen mellan tobaksupplysningen och de unga männen byggs upp exempelvis med stöd av kampanjaffischerna ”If I Smoked I would quit”. En del av affischerna utmanar den traditionellt röktyngda heavy metal-kulturen till rökfrihet. Den stereotypa rökande heavy metal-musikern presenteras genom Jyrki 69 som en person som engagerar sig i och förespråkar rökfrihet. Med hjälp av Sipe Santapukki och rapmusikern Kimmo Laiho, alias Elastinen, försöker Fressis budskap också associera skapandet av musik med ren ineluft i stället för en sjabbig replokal.<sup>33</sup>

En del av Fressis kampanjaffischer utmanar de unga männens tobakshälsokunskap genom att hänvisa till en traditionell bildsamling med sexuell underton. Dessa kampanjaffischer kopierar framställningssättet från traditionella pinupskalendrar och bilreklamernas klassiska bild av kvinnan som objekt. Som tobaksupplysning på affischerna finns endast kampanjbudskapet ”If I Smoked I would quit”.<sup>34</sup>

Tobaksupplysningskampanjen Fressis, som är kopplad till unga mäns livsstil och subkulturer, är tillgänglig både på webben och i korta blänkare i samband med reklampauserna på tv-kanalen Nelonen: i dessa blänkare förmedlas tobaksupplysningsbudskapet av bland annat Lovex sångare Theo, ishockeyspelaren Tuomo Ruutu, rallyföraren Markus Grönholm och direktören för en modellagentur Anne Kukkohovi.<sup>35</sup>

## ANVÄNDNING AV SKÖNHETSIDEAL I UPPLYSNINGEN

Den typ av upplysning som användes i den senaste Fressis-kampanjen med fokus på unga kvinnor syntes i samband med programmet Finlands toppmodell sökes på kanalen Nelonen under senvåren 2009. Enligt ett pressmeddelande från cancerorganisationerna var syftet med tobakstemat som hade bakats in i programmet att krossa den falska bild som ges av tobaksindustrin, där tobaken presenteras som en del av glamouren i modevärlden.

Modellspiranternas uppgift i programmet var att posera för bilder där de visar upp en klädkollektion och dessutom delta i korta blänkare mot rökning i samband med reklampauserna under programmet.<sup>36</sup> I en av dem konstaterar en av modellspiranterna att ”tobak

<sup>32</sup> Se Salomäki 2006; 2007.

<sup>33</sup> Kampanjaffischer If I Smoked I would quit.

<sup>34</sup> Ovan nämnda verk

<sup>35</sup> ”Savuttomat” blänkare på Nelonen.

<sup>36</sup> Cancerorganisationerna 2009.



luktar illa”.<sup>37</sup> Kampanjbudskapet kan ses sammanfatta information om att ”Andedräkten och kläderna luktar, fingrarna och tänderna börjar bli gula. Naglarna kan också börja gulna, eftersom de kemiska föreningarna i tobaken når också naglarna via blodomloppet. Den ilaluktande andedräkten beror på att tobaken orsakar en permanent tandköttsinflammation, som försämrar vävnaden och gör att tänderna blir lösa.”<sup>38</sup>

Informationen i riktlinjerna för vård<sup>39</sup> om att rökning inte alls minskar vikten, har inte tagits med som budskap i reklamblänkarna. Däremot betonas i tobaksupplysningen för unga kvinnor i första hand utseende och skönhet samt hur de förstörs av rökning: ”en rökares hy är grådaskig, eftersom rökning försämrar blodomloppet i huden och ämnesomsättningen. Av samma orsak börjar en rökares hy åldras och förlorar sin spänst snabbare än en icke-rökares. Rökare löper dubbelt så stor risk att drabbas av akne, jämfört med icke-rökare. Antalet cigaretter man röker dagligen inverkar på mängden akne samt på hur svår den är.”<sup>40</sup>

Upplysningsbudskapet i samband med programmet Finlands toppmodell sökes är alltså att rökfrihet inte ger en ung kvinna lika mycket problem med utseendet som rökning, och de centrala budskapen i sig är insiktsfulla, grundar sig på forskningsdata och vädjar till ungdomarnas hälsomedvetande. Programmet i fråga är ändå inte nödvändigtvis det mest lyckade valet, särskilt som kontext för tobaksupplysning som riktar sig särskilt till unga kvinnor. Fokuseringen på skönhet och utseende har i programmet förts till en nivå som endast en mycket begränsad grupp, dvs. unga kvinnor som satsar på en karriär som modell, har möjlighet att nå. För en rökande ung kvinna framträder skönheten alltså i kontexten för tobaksupplysning i fråga som något som är nästan utom räckhåll och svårt att nå även för en rökfri kvinna.

## ANVÄNDNING AV UNGA KÄNDISAR OCH IDOLER I UPPLYSNINGEN

Besökare på webbplatsen Fressis kan läsa kampanjens tidskrift *Käry*, vars format påminner om tidskriften *7 päivää*. I januarinumret av *Käry* från 2009 ”sätter man dit” bland annat Bratt Pitt, Amy Winehouse och Lily Allen för rökning. Även popsångerskan Britney Spears hy ”bubblar” av akne. Artikeln bygger en bro till kampanjbudskapet om vilka skador rökningen orsakar vår hy. Sångaren Jonne Aaron i gruppen Negative för sin del berättar varför han slutade röka.

Idén med tidskriften är att uppmuntra ungdomar till rökfrihet med hjälp av historier om hur intressanta kändisar har slutat röka och avskräckande historier om rökning. En annan approach är att göra sig lustig på rökande kändisars bekostnad. I enlighet med tidskriftsformatet finns i *Käry* också en läkarspalt, där frågorna som behandlas handlar enbart om rökning, samt ett horoskop.<sup>41</sup>

Kampanjen Fressis har hittat ett delområde som är viktigt för ungdomskulturen, men vars oförutsebarhet kan producera oväntade överraskningar. I de riksomfattande rökfrihetskampanjerna ses ungdomarna i folkhälsomässigt hänseende som en ”massa”. Trots att

<sup>37</sup> Reklamblänkare 2009.

<sup>38</sup> THL 2009.

<sup>39</sup> Riktlinjer för god medicinsk praxis 2006.

<sup>40</sup> THL 2009.

<sup>41</sup> Tidskriften *Käry*.

skillnader i stor utsträckning lokaliseras till traditionella faktorer, utbildningsbakgrund och kön, förhåller man sig ofta monolitiskt till ungdomen. Den här utgångspunkten går stick i stäv mot verkligheten, som till sin natur samtidigt är både homogen och heterogen. På ett enklare sätt kan det uttryckas som att en ungdomsidol som en viss ung person beundrar inte har samma betydelse för en annan ung person. Exempelvis hälsoorganisationerna är kritiskt inställda till användningen av ungdomsidoler i tobaksupplysning som riktar sig till ungdomar. Den här typen av upplysning blir ohjälpligen ytlig: det är omöjligt för planeraren att inkludera element som talar till varje enskild mottagare i sitt upplysningsbudskap.<sup>42</sup> Om ungdomsidoler ändå används i tobaksupplysningen, måste användningen av dem grunda sig på *ingående kunskap om ungdomarnas subkulturer*.

### UPPLYSNING MED ”WANTED”-METODEN?

På Fressis webbplats kan besökare utöver att titta på kampanjaffischer och läsa kampanjtidskriften också se kortdokumentären ”Kaksi askia, dokumenttielokuva riippuvuuden synnystä” (Två askar, dokumentär om hur beroende uppkommer). I dokumentären begrundar man orsakerna till att ungdomar börjar röka. I början av filmen symboliserar två cigarettaskar den mängd cigaretter som räcker för att skapa beroende. De gör en humoristisk förfrågan bland ungdomar om vem som är Finlands mest kända rökande idol. Upp i ledningen bland svaren går, med en av de intervjuades egna ord, ”heavy-Arska”, dvs. Ari Koivunen som vann Idols-tävlingen 2007. Senare i dokumentären framgår att Koivunen via sitt skivbolag har tackat nej till förfrågan om en intervju. Skivbolagets svar lyder ”Ari vill inte kommentera sitt rökande på något sätt, så tyvärr är det absolut omöjligt att ordna en intervju”.

Trots att Koivunen vägrar ställa upp på en intervju, fortsätter de två cigarettaskarna med sina försök att få en intervju med Koivunen om hans rökande. Medan vi får följa med hur Koivunen vägrar att ge en intervju, kommenteras i dokumentären också idolernas ställning med tanke på hur ungdomar börjar röka.<sup>43</sup> Kommentarererna blir ändå åtminstone delvis överkörda av inslagen som visar Koivunen som vägrar att låta sig intervjuas.

I dokumentären blir det allt oklarare, *vem som inkluderas i gruppen ungdomar* som målgrupp för tobaksupplysningen. Ari Koivunen, ungdomsidol och kändis, är också en ung person, och dessutom en ung person som enligt informationen i filmen är beroende av tobak. Han hör alltså själv till den grupp som han enligt dokumentären bär ansvaret för att börjar röka.

Med tanke på tobaksupplysningen för ungdomar är det godtagbart att Koivunen i egenskap av kändis och ungdomsidol förväntas visa en negativ inställning till rökning i offentligheten. Det att han straffas offentligt för att han inte uppfyller förväntningarna och att straffet inriktas på hans beroendeproblem som privatperson, borde däremot inte få höra till tobaksupplysningen för ungdomar. Kärnan i upplysningens etik är rättvisa också i fall där en rökande ung person är en kändis.

<sup>42</sup> Aarva 1991.

<sup>43</sup> [www.fressis.fi/kampanjat/2askia/index.html](http://www.fressis.fi/kampanjat/2askia/index.html).





## SLUTLEDNINGAR

I konsekvensforskningen med anknytning till hälsouppllysning har man mer allmänt analyserat resultaten (se Salasuo och Soikkeli i detta verk). Särskilt har man granskat den eventuella positiva effekten på verksamheten. Som effekt av upplysningen betraktas normalt kampanjernas och upplysningsmaterialets popularitet mätt i den uppmärksamhet de får, kommunikationens tydlighet och/eller den informationsmängd som förmedlas, förändringen av attityder och förhållningssätt, olika reaktioner som kommunikationen föder i individerna och samhället samt beteendeförändringar och/eller dessa förändringars beständighet.<sup>44</sup>

I dagens informationssamhälle och mediekultur klarar tobaksupplysningen inte av konkurrensen med de bilder och den information som är mest utmärkande för den. I den nuvarande tobaksupplysningen för ungdomar har man ändå relativt väl beaktat det *sätt* på vilket ungdomar samlar kapital som gäller den egna hälsan och hälsokunskap: inte genom att aktivt och systematiskt leta efter hälsokunskap, utan snarare genom att *helt oväntat snubbla över och hitta den*. I tobaksupplysningen betonas samma saker som i dagens sexualupplysning för ungdomar: information om de ungas hälsa presenteras på platser och i livssituationer där det som upplysningen handlar om faktiskt sker. Som ett av tobaksupplysningens viktigaste mål betraktas också att få ungdomen att medverka i verksamheten.

Cancerorganisationernas sätt att reda ut sin kampanjmålgrupps ungdomskulturella bakgrund och i sin kampanj rikta sig på olika sätt till exempelvis ungdomar med olika klädstil och musiksmak verkar vara framgångsrikt. Man försöker hålla ungdomarnas intresse för tobaksupplysningen vid liv med hjälp av kampanjer och kommunikation som motsvarar eller antas motsvara dagens ungdomars konsumtionsbeteende, värderingar och deras åldersgrupps tankar om sig själva och andra. Bakom kampanjerna finns enkäter som ger en aktuell bild av dagens ungdoms livsverklighet.<sup>45</sup> Detta sätt att upplysa fungerar bra i ungdomarnas vardag och deras liv för stunden. Cancerorganisationernas kampanj Fressis är ett utmärkt exempel på detta.

Å andra sidan har upplysningen ofta också en negativ eller annan oavsiktlig effekt, eller eventuellt ingen effekt alls.<sup>46</sup> Ovan diskuterade jag också dessa teman.

Idag är det svårt att säkert veta om en person som ger upplysning är expert på sitt ämne. Vem ger upplysning och på vilka villkor? Ofta tror man att all information om hälsan som sprids i medierna kommer från en sakkunnig. Den information som medierna sprider är emellertid i allmänhet sammanställd och filtrerad av journalister eller reklambyråer. Det blir också allt svårare att skilja nonsens från faktabaserad information. Under de senaste par tre decennierna har vi förflyttats till en helt ny värld, där hälsokunskap kommer från många olika källor.<sup>47</sup>

Det här visar också innehållet i tobaksupplysningen för ungdomar. Man försöker skapa en relation till ungdomen på många olika sätt, såsom framgick av diskussionen ovan. Ibland kan det emellertid hända att relationen inte når en enskild ung person eller att den förbigår

<sup>44</sup> Aarva 1991.

<sup>45</sup> Se t.ex. Salomäki & Tuisku 2006; Salomäki & Minkkinen 2008.

<sup>46</sup> Aarva 1991.

<sup>47</sup> Järvi 2011; Helminen 2004.

den här personen. Det är bra om tobaksupplysningen för ungdomar är litet som en ”ryssja”. Man måste hela tiden vara kritiskt inställd till typer av upplysning som inte ger någon fångst, men samtidigt känna de fiskar som inte fastnar i nätet.



## 4 Alkohol- och drogupplysningen i ljuset av forskningen

Markku Soikkeli

### RÅDANDE SYNSÄTT: UPPLYSNINGEN ÄR INEFFEKTIV OCH DYR

Den vetenskapliga uppfattningen om de mest effektiva metoderna för att minska alkohol- och drogproblem har ökat snabbt sedan 1994 och speciellt under de senaste åren.<sup>48</sup> Man har börjat tala om forskningsbaserad alkohol- och drogpolicy och förebyggande arbete.<sup>49</sup> Utgångspunkten är att effektiva metoder för att förebygga alkohol- och drogproblem finns, så nu är det bara fråga om politisk vilja och förmåga att använda dem.

Forskningen har ännu inte lyckats påverka det politiska beslutsfattandet på det sätt som experterna önskar. Det här syns exempelvis i att dåliga och ineffektiva metoder gärna prioriteras framom metoder som har konstaterats vara effektiva. Enligt Robin Rooms kända sammanfattning är de ineffektiva metoderna mer populära, medan de effektiva är politiskt impopulära.<sup>50</sup>

Upplysningen – i första hand program för rusmedelsfostran och masskommunikationskampanjer – har i forskningen behandlats som en fristående metod för att minska alkohol- och drogproblem, enligt samma kriterier som andra metoder. Utvärderad på detta sätt är den en relativt betydelselös metod. Jämfört med andra metoder är upplysnings- och fostringsprojekten dyra och verkar inte ha någon långsiktig effekt. En ansedd översikt över förebyggandet av alkoholskador sammanfattar sitt resultat så här: programmen för förebyggande och masskommunikationskampanjerna som riktar sig till skolorna är inte kostnadseffektiva, eftersom de påverkar varken alkoholbruket eller skadorna.<sup>51</sup>

### GLIMTAR AV HOPP

I forskningsrapporter och -översikter upprepas slutledningen att upplysningen eventuellt har påverkat människors kunskaper och attityder, men inte deras beteende. Man har klarat av att utreda förändringen av kunskaper och attityder, liksom också det i allmänhet självklara faktum att en enskild upplysningsinsats eller ett program inte har åstadkommit några snabba och genomgripande förändringar av målgruppens användning av alkohol och droger. Däremot går det inte att på det här sättet utreda om interventionen i fråga för sin del har påverkat hur relationen till alkohol och droger utvecklas hos medlemmarna i målgruppen.

Påståendet ”påverkade kunskaperna och attityderna, påverkade inte beteendet” är i sig motsägelsefyllt. Om vi frågar vilka faktorer som har ligger bakom människors beteende och

<sup>48</sup> Babor m.fl. 2010b, 769.

<sup>49</sup> Edwards m.fl. 2005.

<sup>50</sup> 2001.

<sup>51</sup> Babor m.fl. 2010a, 252.

val, exempelvis vad som har fått dem att sluta röka eller inte börja röka, har kunskaperna och attityderna ofrånkomligen bidragit till dessa. Å andra sidan är det också ett faktum att en förändring av kunskaper och attityder inte direkt åstadkommer en förändring av beteendet. Att påverka kunskaper och attityder är alltså en nödvändig, men inte en tillräcklig, förutsättning för beteendeförändringar. Alltså anser jag att åtgärder som att påverka kunskaper och attityder samt att påvisa att påverkan har varit effektiv är eftersträvansvärda och godtagbara mål för interventioner av upplysningstyp.

Det här är också rätt plats att påminna läsaren om de mål för det alkohol- och drogförebyggande arbetet som har ställts upp i Finland. Med arbetet strävar man efter att påverka kunskaper och attityder, förverkliga alkohol- och drogbrukarnas och deras närståendes rättigheter samt stöda förmågan att förstå och kontrollera fenomenet.<sup>52</sup> Man ska alltså också utvärdera upplysningens effekt på hur dessa mål framskrider, inte endast på användningen av alkohol och droger. De grundläggande och mänskliga rättigheterna, förutsättningarna för ett gott liv som fostran erbjuder och en upplyst allmän opinion är inte variabler som lätt kan anpassas till forskningsplaner eller indikatorer för hälsan, men de ingår i målen för det alkohol- och drogförebyggande arbetet och upplysningen.

Ett allmänt forskningsresultat är att man speciellt med upplysningsprojekt som riktar sig till ungdomar också åstadkommer beteendeförändringar, men att de blir kortvariga. Än en gång är det lätt att dra slutsatsen att den här typen av effekt inte har något värde och att det inte lönar sig att eftersträva. Följderna då man börjar använda alkohol och droger som mycket ung eller regelbundet redan i tonåren är ändå mer skadliga än följderna av användning senare i livet. De hänför sig till störningar i den normala biologiska, psykologiska och sociala uppväxten, risken att marginaliseras på grund av dessa samt en större sannolikhet att bli beroende av alkohol och droger som vuxen. Särskilt med tanke på att börja röka gäller dessutom att intresset för rökning minskar år för år efter 14 års ålder. Ett viktigt mål för det alkohol- och drogförebyggande arbetet är att skjuta upp experimenterandet med alkohol och droger samt åldern då regelbunden användning inleds, och därför är det viktigt att sträva efter också kortvariga beteendeförändringar i de rätta stadierna i livet. Man har identifierat två stadier under ungdomsåren, under vilka det särskilt lönar sig att fokusera interventioner: det tidiga relevanta stadiet eller inledningsstadiet, och det sena relevanta stadiet, då användningen av alkohol och droger blir mer frekvent och kontexten förändras, exempelvis då man börjar gå på krog eller köra bil.<sup>53</sup> Tidsanpassningen lyckas bara om det finns högklassig information om målgruppens beteende.

I projekt som bevisligen har varit effektiva har det ofta varit fråga om omfattande åtaganden, där man har gått längre än att bara ge upplysning – man har stött familjer, deltagit i förebyggande projekt i samhället, kombinerat informationen med en motiverande intervju m.m.<sup>54</sup>

De program för rusmedelsfostran i skolan som har fått de mest positiva utvärderingarna av effektiviteten har flera gemensamma kvalitetsattribut:<sup>55</sup>

- Interaktiva metoder, som gav eleverna tillfälle att diskutera och lägga fram sina

<sup>52</sup> Stakes 2006.

<sup>53</sup> Hawks m.fl. 2002.

<sup>54</sup> Babor m.fl. 2010a, 215–216.

<sup>55</sup> Hawks m.fl. 2002; Cuijpers 2002; NIDA 2003.



- egna tankar, var mer effektiva än metoder baserade på envägskommunikation. En förutsättning var att också kritiska och avvikande uppfattningar fick uttryckas fritt.
- Program baserade på en modell med social påverkan var effektivare än andra. Av dessa är modellen med undervisning i levnadskonst (*Life Skills*) bättre, man håller så småningom på att sluta med att lära ungdomarna att tacka nej. Antagandet att ungdomar börjar använda alkohol och droger för att de inte kan motstå det sociala trycket i kamratkretsen får inte mycket stöd av forskningsdata.
  - Det är nödvändigt att programmet pågår tillräckligt länge och intensivt. Repetition av samma ämnen under senare lektioner (booster sessions) torde förbättra effektiviteten.
  - Genom att inkludera målgruppen i planeringen och genomförandet av programmet ökar kommunikationens väsentlighet och trovärdighet.
  - Genom att fokusera programmet på både lagliga och olagliga rusmedel blir budskapet mer trovärdigt och lättare att förstå.
  - Kommunikationen varierar beroende på publiken. Någon kulturellt homogen ”ungdom” finns inte längre, utan man behöver känna de mindre subkulturerna och vända sig till just dem.<sup>56</sup>

I den tidvis häftiga debatten som har väckts mellan forskare och aktörer inom alkohol- och drogförebyggande arbetet, på grund av de forskningsresultat som deklarerar att upplysningen är ineffektiv, har forskarna påpekat att de projekt som har studerats enligt deras åsikt ofta har verkat vara av låg kvalitet. Exempelvis har de saknat en ordentlig teoretisk grund eller inte genomförts enligt planerna. Fortfarande genomförs ett stort antal upplysningsprojekt, som inte är har planerats för eller kommer att utvärderas. Utvärderingarna som verkligen görs är ofta orimligt positiva. Med detta i åtanke förnekar forskarna inte möjligheten att upplysningen skulle kunna göras mer högklassig och effektiv.

## BLINDA PUNKTER I DAGENS FORSKNING

Då vi talar om upplysning kan det hända att vi menar många olika saker, såsom inlägg under föräldramöten, insändare, deltagande i diskussioner på webbforum eller administration av sådana diskussionsforum. Inom ramen för evidensbaserad prevention, som gör bedömningen att upplysningen är ineffektiv, har begreppet en snävare betydelse. Ett vanligt begrepp (används t.ex. av Babor m.fl.<sup>57</sup>) är ”*information and education*”, information och fostran. Det inkluderar i det närmaste två vanliga typer av upplysningsmetod och slutledningarna har dragits om utvärderingar och studier som gäller dessa: program för rusmedelsfostran som riktar sig till skolorna och masskommunikationskampanjer.

Syftet med utvärderingen är framför allt praktiskt: att avgöra om det lönar sig att genomföra interventionen i fråga, fortsätta med den, avsluta den, välja något rivaliserande alternativ osv. Det att det inte finns vetenskapliga bevis på effektiviteten hos en viss metod innebär inte nödvändigtvis att metoden inte är effektiv. Då man talar om upplysning måste man framför allt misstänka att forskningsmetoderna som har använts inte klarar av att

<sup>56</sup> Pawson & Tilley 1997.

<sup>57</sup> 2010b.

spåra upp dess effekt, utreda effektiviteten eller stöda utvärderingen av upplysningen, dvs. bestämningen av dess värde.

I utvärderingarna granskas upplysningen, eller i det närmaste två allmänna upplysningsmetoder, som fristående metoder för att förebygga alkohol- och drogproblem. I verkligheten är de typiska projekten inom det alkohol- och drogförebyggande arbetet ofta sektorsövergripande – flera metoder tillämpas parallellt inom projektet – eller så strävar de efter att till någon del förbättra målgruppens livsmiljö och livssituation. I den här typen av arbete utgör upplysningen ett stöd för arbetet, inte en fristående metod. Den har samma roll och betydelse som information till stöd för vilken typ av verksamhet som helst. Dess fristående effekt kan inte avskiljas från den sammantagna effekten av hela arbetet. Trots det är det avgörande att informationen ges på ett kunnigt sätt.

I studier och utvärderingar vill man hitta snabba, omfattande förändringar i målgruppens beteende, som har åstadkommit av en enskild upplysningsinsats eller en intervention. Den här snäva uppfattningen om bevis har sin grund i medicinen och naturvetenskapen. Effekten av ett läkemedel eller vaccin kan på ett tillförlitligt sätt undersökas genom att en testgrupp får läkemedlet eller vaccinet, en annan inte. Därefter kontrollerar man om effekten är den väntade. En väsentlig skillnad är att det i dessa fall finns en förnuftig orsak till den väntade effekten, som grundar sig på tidigare information och den förmodade verkningsmekanismen. För upplysningen finns ingen sådan grund: man kan inte ta någon trovärdig teori inom kommunikationen eller beteendevetenskapen och på den basera en förväntning att en grupp människor snabbt ska ändra sitt beteende på basis av något enskilt budskap eller informationsinslag. Upplysningsforskningens nollresultat ”kullkastar” alltså gång på gång ett antagande, som inte heller ursprungligen är särskilt förnuftigt.

*Upplysningsforskningen kullkastar gång på gång ett antagande, som inte heller ursprungligen är särskilt förnuftigt.*

Dessutom är de väntade förändringarna grundläggande – människor förväntas ändra sitt beteende i väsentliga frågor, snabbt och kännbart – medan mätarna ofta är mycket enkla, i allmänhet endast ja/nej-alternativ med anknytning till alkohol och droger eller användningen av alkohol och droger. Ett allmänt mål för det alkohol- och drogförebyggande arbetet är att minska risker och skador som rusmedlen orsakar, så man eftersträvar alltså många olika typer av beteendeförändringar. Med hjälp av bra upplysning har man exempelvis lyckats minska virusinfektionerna bland intravenösa drogbrukare, trots att man med upplysningsinsatser inte kan få dem att sluta med själva drogbruket.

Effektivitetsforskningens perspektiv är stadigt bundet till individen och dennes beteende. Forskningens inbyggda, i mitt tycke felaktiga, bakomliggande antagande är att upplysningen i första hand påverkar oss alla var för sig och att påverkan är direkt: vad A säger till B och hur det påverkar B:s beteende. Jag anser att upplysningens viktigaste verkningar är samhällliga och politiska: reglering påverkar obestridligen vårt beteende, liksom många andra politiska



val. Det viktigaste resultatet av upplysningen är därför kopplat till dess bevisade förmåga att påverka våra kunskaper och attityder; upplysningen skapar en alkohol- och drogpolitiskt läskunnig och upplyst allmänhet, som godkänner effektiva politiska val och kontrollåtgärder och en samhällspolitik som generellt sett minskar alkohol- och drogproblemen, eller till och med kräver dessa.

En typisk studie- eller utvärderingsrapport som mäter effektiviteten saknar ofta helt och hållet en teori om upplysningens verkningsmekanism eller nämner åtminstone ingen sådan teori. Den har ersatts av en ”svart låda”, i vilken man förväntar sig att något ska hända, men vad och varför anges inte. Av det följer i stället att själva projektet sällan och utvärderingarna ännu mer sällan har en väl underbyggd bild av vilken effekt man över huvud taget kan vänta sig och hur den kan studeras. Projektet kan ha producerat de positiva (eller varför inte negativa) effekterna b, c och d, men man har letat efter och studerat endast effekt a.

Forskningen och utvärderingen ligger efter också kulturellt sett. Deras outtalade bakomliggande antagande är att en viss intervention påverkar alla testgruppens medlemmar på samma sätt men att den inte sträcker sig till referensgruppen. Effektivitet finns alltså om det uppstår en homogen, mätbar skillnad mellan dessa grupper. Det här gäller inte för den senmoderna människan: vi reagerar inte på budskap på ett homogent sätt, utan i stället utifrån våra egna, vitt skilda utgångspunkter. Exempelvis en talare för den svenska antidrogkampanjen Våga, som ställer sig inför sin publik klädd i polisuniform, delar in åhörarna i ett positivt och ett negativt läger innan han ens har öppnat munnen. Betydelsen av denna observation för personer som planerar upplysning är att det är omöjligt att nå en viss åldersgrupp eller ens en hel skolklass med ett enda budskap, utan budskapen bör vara varierande och passa olika mottagares världsbild. För utvärderaren visar detta att skillnader kan uppstå såväl inom en testgrupp som mellan en testgrupp och en referensgrupp.<sup>58</sup>

## HUR SKA UPPLYSNING STUDERAS OCH UTVÄRDERAS

Dagens forskning och utvärdering av det alkohol- och drogförebyggande arbetet når alltså inte fram till de individuella och samhällsliga förändringar, som upplysningen för sin del kan stöda: hur vi förstår rusmedlens verkningar i våra liv, vilka mål vi ställer upp för oss själva med tanke på dessa, vilken alkohol- och drogpolitik vi stöder, om vi klarar av att främja den politik som vi godkänner osv. Vi måste fråga oss vad det är i relation till alkohol och droger som formar oss som individer och som ett samhälle, hur vårt levnadssätt och vår kultur utvecklas på lång sikt och vilken roll upplysningen, oberoende av hur vi har definierat den, spelar i allt detta. Är det här över huvud taget möjligt att studera? Eller är syftet bara att utvidga frågan så att inga bevis för upplysningens effektivitet kan förutsättas och att allting än en gång duger, precis som förr? Mitt svar har flera delar:

Det är möjligt att kombinera starka empiriska bevis med teoretiskt underbyggda uppfattningar så att man kan lägga fram en acceptabel motivering för förväntningarna på en viss interventions effektivitet. En sådan kombination av empirisk och teoretisk argumentation kan bäst byggas upp med stöd av teorin om skyddande faktorer och riskfaktorer.

<sup>58</sup> Pawson & Tilley 1997; Soikkeli 2002.

Det är möjligt att spåra upplysningsbudskapens effekt på den allmänna debatten, förändringen i folkopinionen och de långsiktiga beteendeförändringar som dessa medför, samt åtminstone i efterhand att granska om budskapen har stimulerat eller stött förändringarna.<sup>59</sup>

Det är möjligt att tillämpa forskningsmetoder som används inom sådana vetenskapsgrenar som har en mer realistisk och nyanserad bild av människans beteende och hur det påverkas än preventionsforskningen i dess nuvarande form.

## ”EVIDENSBASERAD PREVENTION” – VAD ÄR TILLRÄCKLIGT, VAD ÄR FÖR MYCKET?

Man är ense om att metoderna för alkohol- och drogförebyggande arbete och interventioner bör vara effektiva, med andra ord bör de kunna åstadkomma en verklig, eftersträvad förändring i målgruppens liv. Man är också överens om att effektiviteten ska gå att påvisa. Omfattande forskningsdata och utvärderingar vägleder de personer som utför det praktiska arbetet till att förstå av vilka interventioner man kan förvänta sig effektivitet och av vilka inte. Litet mer oklart är vilka bevis på effektiviteten man ska kräva. Den här frågan gäller både finansärer och projektpersonalen. Frågan föds ur arbetets vardagsverklighet – i hur stor utsträckning klarar vi av att förverkliga idealet för vetenskapliga bevis med de resurser som står till buds? Relationen mellan vetenskaplig forskning och praktiska val är problematisk.

Inom sektorn för forskning i alkohol- och drogförebyggande arbete (*prevention research*) möter man till och med mycket stränga krav, som uppkommer ur vetenskaplig praxis. Å andra sidan är vissa projekts utvärderingar mycket anspråkslösa med tanke på resultatanalysen, men förklarar ändå projektet en framgång.

De strängaste kraven på bevis kräver insatser och kunnande, som i praktiken är möjliga endast för exceptionellt stora och väl finansierade projekt. Dessa kan inte nå exempelvis inom ramen för små lokala projekt. Om man gjorde ett försök, skulle en orimlig del av finansieringen gå till forskning och utvärdering. Ofta är en resultatanalys som uppfyller de vetenskapliga kraven inte möjlig på grund av för små urval.

Forskningsmetoderna kan nå endast förändringar endast de förändringar som sker på kort sikt tack vare interventionen. Det är mycket svårt att lägga fram bevis på de långsiktiga förändringar som man eftersträvar i det alkohol- och drogförebyggande arbetet.

Om vi tillåter oss endast metoder och interventioner som klar evidensbaserade, kan vi inte nödvändigtvis tillämpa och ännu mindre utveckla våra metoder. Det är inte säkert att de metoder som uppskattats vara bäst verkligen är de bästa metoderna. Det är möjligt att de endast erbjuder den bästa möjligheten att påvisa effektiviteten. Ett annat problem är att kunnandet inte utvecklas trots att metoderna förnyas, om innovationer och risktagning inte tillåts.

Hur kan vi ta de här aspekterna i beaktande utan att ge efter för att användningen av gemensamma resurser kan motiveras endast med dess förväntade effektivitet. Jag föreslår att man accepterar några principer som gör kraven rimligare:

Vi accepterar att ett enskilt praktiskt projekt inte alltid kan studeras enligt de bokstavliga

<sup>59</sup> Detaljerad information om stimulerande upplysning i kapitel 5.





kriterierna för vetenskapligt bevis. Den som rekommenderar och genomför projektet bör ändå kunna ge en motivering till projektets förväntade effektivitet inför en sakkunnig publik.

”Evidensbaserad prevention” är ett etablerat och nödvändigt slagord som beskriver det ovillkorliga kravet på effektivitet, liksom kravet på användning av forskningsbaserade metoder och systematisk utvärdering av verksamheten. Begreppet måste emellertid få en bredare tolkning, som beskrivs av begreppen ”forskningsbaserade metoder” och ”teoribaserade metoder”.

En kombination av empiri och teori kan vara en tillräcklig motivering för ett tilltänk eller ett genomfört och utvärderat projekt. Det är ytterst viktigt att man kan påvisa att en konkret förändring har åstadkommit av interventionen, men det räcker att förändringen har påvisats i de så kallade förmedlande faktorerna, inte nödvändigtvis i projektets slutliga mål, som oftast hänför sig till en minskning av användningen av alkohol och droger eller de problem som den orsakar. En viktig underliggande teori inom det alkohol- och drogförebyggande arbetet, teorin om skyddande faktorer och riskfaktorer, ger många exempel på variabler som kan påverkas i målgruppens beteende, attityder och kunskaper samt livsmiljö, och det är möjligt att påvisa effekten med rimliga ansträngningar.

Centret för hälsofrämjande rf:s webbkampanj ”Kokototuus–puolitotuus” (Hela sanningen-halva sanningen):

Det är naturligtvis omöjligt att mäta om kampanjen som genomfördes åren 2001–2003 minskade narkotikabruk eller -problem. På basis av en tidigare undersökning vet vi att ungdomars egna föräldrar genom att diskutera droger kan skydda ungdomarna mot narkotika. Vi vet också att föräldrarna ofta känner sig oförmögna att diskutera droger, eftersom de inte känner sig tillräckligt sakkunniga. Ett av kampanjens mål var att uppmuntra till dessa diskussioner och erbjuda föräldrar och andra vuxna bakgrundsfakta. I utvärderingarna<sup>60</sup> frågade vi deltagarna om de hade diskuterat drogfrågor i hemmet tack vare kampanjen. Eftersom detta i viss mån hade hänt, kunde vi betrakta som sannolikt att kampanjen hade haft en positiv inverkan på narkotikabruket och -problem. Denna effekt hade inte kunnat påvisas enbart med stöd av siffrorna för utvecklingen av narkotikabruket och problemet under kampanjperioden.

Projektet ”Vantaa välittää” (Vanda bryr sig):

I den i övrigt positiva utvärderingsrapporten<sup>61</sup> påpekas att man inte hade försökt utreda projektets effektivitet, trots att det skulle ha varit möjligt och mycket väl kunde ha producerat bevis. Ett av projektets mål var att göra det svårare för minderåriga att skaffa sig alkohol. Interventionerna i detta syfte riktade sig till bland annat föräldrar, detaljhandeln och restauranger. Man kunde ha genomfört en enkät i skolorna före och efter projektet och på så sätt tagit reda på ungdomarnas uppfattning om hur lätt eller svårt det är att skaffa sig alkohol.

<sup>60</sup> Jallinoja m.fl. 2003.

<sup>61</sup> Kiijärvi-Pihkala & Soikkeli 2010.

## 5 Masskommunikationsforskningens perspektiv: hur och vad påverkar budskapet

Markku Soikkeli

Det är huvudlöst att ens fråga om medierna förändrar världen, eftersom världen är mediernas skapelse.

– Timo Airaksinen<sup>62</sup>

Ovan beskrev jag hur få vetenskapliga bevis det finns på upplysningens effektivitet. Jag påpekade emellertid att effektiviteten mestadels har utvärderats på ett mycket ensidigt och begränsat sätt: forskningsmetoderna som har använts klarar oftast inte ens i princip av att ta fram mer än en bråkdel av vad upplysningens effektivitet kan vara. Jag anser det vara fel att vetenskapliga bevis eller brist på bevis för att ett projekt har åstadkommit snabba och direkta verkningar tolkas som ett centralt mått på projektets värde, såsom i stor utsträckning görs. Upplysning bör förstås som ett sätt att främja många olika mål för det alkohol- och drogförebyggande arbetet på lång sikt.

Det är viktigt att förstå vilken effekt det över huvud taget är förnuftigt att eftersträva med hjälp av kommunikationsmetoder. Effektivitetsforskning som följer den biomedicinska modellen (före/efter, testgrupp/referensgrupp) beaktar inte frågan om upplysningens verkningsmekanismer, och utifrån den kan man inte ställa upp mål för upplysningen för att sedan studera om de har uppnåtts.

För att vi ska kunna bedöma någon tjänst eller produkt, måste vi ha en bild av de förväntningar som tjänsten eller produkten ska uppfylla. Och för att vi ska veta vilka resultat vi kan vänta oss av ett visst projekt, måste vi ha en teori om dess verkningsmekanismer. Först därefter kan vi förstå vilka förväntningar det är förnuftigt att ha på tjänsten eller produkten. Min kritik mot dagens forskning och utvärdering av alkohol- och drogupplysningen kan sammanfattas med att antingen saknas en teori om upplysningens verkningsmekanismer helt och hållet eller så är teorin omedveten och förlegad redan för ett halvt sekel sedan.

*Antingen saknar dagens forskning och utvärdering av alkohol- och drogupplysningen en teori om upplysningens verkningsmekanismer helt och hållet eller så är teorin förlegad redan för ett halvt sekel sedan.*

<sup>62</sup> Forssell 2002.



Dagens forskningsmetoder klarar inte av att reda ut upplysningens omfattande, långsiktiga och samhällseliga verkningar, som indirekt påverkar också vår användning av alkohol och droger. De kan inte heller reda ut vilken betydelse upplysningen allt som allt kan ha på hur vi uppfattar rusmedlen, vilken roll de spelar i vår kultur och vårt levnadssätt samt till slut på hur mycket av dem vi använder och hur skadliga de är.

Nedan presenterar jag några teorier som kan användas för att ställa upp realistiska och nyttiga mål för projekt som är inriktade på eller inkluderar upplysning, för att förstå på vilka olika sätt kommunikation påverkar vårt liv samt för att ta fram förnuftiga metoder också för att studera och utvärdera upplysningen.

Den första teorin som presenteras, *teorin om stimulerande upplysning*, har uppkommit uttryckligen av intresse för alkohol- och drogupplysningen och missnöje med forskningen i den. De övriga är kända, viktiga masskommunikationsteorier, helt elementära för den sektorn, men väldigt litet utnyttjade i planeringen av alkohol- och drogupplysning eller forskningen i den, trots att de behandlar samma slags problematik. Detta kapitel ska inte tolkas som att just masskommunikationsforskningen skulle erbjuda någon avgörande teoretisk vägledning för forskning och utvärdering av alkohol- och drogupplysningen, utan som en möjlighet att fylla det teoretiska tomrum som existerar i forskningen inom sektorn. Minst lika viktiga utgångspunkter finns exempelvis bland beteendevetenskaperna.

Inom masskommunikationsforskningen frigjorde man sig redan på 40-talet från den forskningstradition som uppkommit i början av seklet, vilken antar att masskommunikation snabbt kan förändra människors tänkande och beteende, dramatiskt och utan att de själva kan motstå effekten, dvs. från en stark tro på möjligheterna att manipulera människor och sprida propaganda – på den tiden ingav möjligheten visserligen bekymmer, men av alkohol- och drogupplysningen verkar man fortfarande rent av förvänta sig att människor ska kunna manipuleras på det här sättet. Nu måste vi komma loss från gamla teorier också i forskningen och utvärderingen av kommunikationen om rusmedel. Sedan 1960-talet har frågan inte längre varit vad masskommunikationen gör för oss, utan vad vi gör med masskommunikationen. Vi började fästa uppmärksamhet vid människors frihet, valmöjligheter och egna aktiviteter som tolkar och utnyttjare av de budskap de mottagit. Det skapade en möjlighet att förstå kommunikationens verkliga, långvariga effekt.

## HUR SAMHÄLLET BLIR UPPLYST: TEORIN OM STIMULERANDE UPPLYSNING

Enligt Matti Virtanen<sup>63</sup> är upplysningsbudskapets stimulans dess förmåga att väcka olika reaktioner, såsom tankar, idéer, diskussioner mellan individer och i smågrupper samt olika artiklar, kommentarer och vidareutvecklingar inom masskommunikationen. Den viktigaste tanken som följer teorin är att upplysning kan främja en successiv kulturell förändring, men inte snabbt förändra individers beteende. Individerna kan ändra sitt beteende i masskala först då folkopinionen och de sociala normerna har förändrats. Därför måste upplysaren framför allt påverka pågående privata och offentliga debatter och tillföra dem material, och därför bör upplysningens effekt mätas genom att spåra hur upplysningsbudskapen har påverkat debatternas innehåll.<sup>64</sup>

<sup>63</sup> 1981.

<sup>64</sup> Hemánus m.fl. 1987; Piispa 1999.

Teorin om stimulerande upplysning, som utvecklades på 1980-talet, är ett vittgående försök att ta fram ett realistiskt program för kommunikationen om rusmedel samt för utvärderingen av och forskningen i den. En bild av teorin och hur den har utformats finns i en artikelsamling som publicerades 1987 av Tammerfors universitet.<sup>65</sup> Viktiga personer i arbetet med teorin om stimulerande upplysning var Juha Partanen, Marja Holmila, Matti Virtanen, Pertti Hemánus, Marjatta Montonen och Matti Piispa. Från masskommunikationssektorn diskuterades utöver Hemánus också Veikko Pietiläs och Osmo A. Wiios teorier och texter.

Teorin uppkom under en tid då den konflikt som nu besvärar oss fortfarande var ny: man hade börjat ställa nya, forskningsbaserade kvalitetskrav på alkohol- och drogförebyggande arbetet samt alkohol- och drogupplysningen, och dessa ifrågasatte nykterhetsarbetets metoder som grundade sig på tradition och enbart vardagstänkande. Kritiken var förenlig med den då rådande humana och rationella samhällspolitiska ideologin: problem i samhället ska minskas med de mest ändamålsenliga och ekonomiska av tillgängliga metoder, och forskningsdata är det bästa sättet att visa vilka dessa metoder är. Traditioner och ideologier ska ha sekundär betydelse.

Teoretikerna bakom teorin om stimulerande upplysning var också bland de första som noterade att kraven på det nya, ”evidensbaserade” alkohol- och drogförebyggande arbetet inte helt motsvarade ett så komplicerat koncept som effekten av upplysning och kommunikation. Man har inte hittat någon utvärderingsmetod som motsvarar upplysningens karaktär och inte heller tillämpade metoder motsvarar den till alla delar. Matti Virtanen skrev redan 1981: ”Den traditionella forskningen har betraktat arrangemanget på ett mycket restriktivt sätt: som mål för upplysningen har man behandlat *endast* det som kan utläsas ur upplysningens *innehåll*. Därefter har man försökt utvärdera den *kortvariga* effekten av ett *enskilt* budskap på en *enskild* mottagare.”<sup>66</sup>

Vi lyckades inte särskilt bra med att utnyttja den möjlighet teorin erbjöd att inrikta och utveckla det praktiska alkohol- och drogförebyggande arbetet och forskningen i det i en mer produktiv riktning. Stimulerande upplysning används relativt sällan som teoretisk utgångspunkt för projekt eller forskning. Teorin har ändå grundligt påverkat många aktörers och forskares tänkesätt. Exempelvis Pekka Hakkarainens<sup>67</sup> studie av hur ”tobaken förlorade sitt anseende” beskriver den långsiktiga förändringen av samhällsklimatet och ”hälsofrontens” kommunikationsstrategi på ett sätt som motsvarar den stimulerande upplysningens perspektiv. Teorins effekt syns i det allmänna intryck som kommunikationen om och kampanjerna mot alkohol och droger ger. Ett exempel är Centret för hälsofrämjande rf:s webbforum om droger ”Puolitotuus”: i stället för ett enda budskap erbjöd kampanjen ett forum för diskussion, som inte kunde styras men som man inte heller strävade efter att styra.<sup>68</sup> Teorin om stimulerande upplysning verkar också uppleva en renässans i lärdomsprov som tangerar alkohol- och drogförebyggande arbetet.

Då en individ inte omedelbart ändrar sitt beteende efter att ha fått ta del av någon upplysningsinsats, drar den traditionella preventionsforskaren följande slutsats: upplysning fungerar inte. En forskare som stöder teorin om stimulerande upplysning säger i stället: upplysning

<sup>65</sup> Ovan nämnda verk

<sup>66</sup> Ovan nämnda verk

<sup>67</sup> 2000.

<sup>68</sup> Jallinoja m.fl. 2003.



fungerar inte så. En preventionsforskare som inte känner till kommunikationsteorierna är omedvetet en anhängare av injektionsmodellen för kommunikation, som var förlegad redan på 1940-talet: den dos av ett budskap som mottagaren har fått borde åstadkomma den förändring som sändaren avsett. Om så inte är fallet, innebär det att budskapet, medicinen eller vaccinet inte fungerar.

Enligt teorin om stimulerande upplysning kan kommunikation som slår väl ut nog påverka också beteendet, men inte direkt. En grupp människor ändrar sitt beteende först när samhällsklimatet och en förändring av normerna möjliggör en ändring. En upplysare som använder injektionsmodeller talar även inför den breda allmänheten som om han vände sig till var och en för sig: hur och varför borde du förändra dig. En stimulerande upplysare talar till samhället, allmänheten, den allmänna opinionen.

En upplysare som använder injektionsmodellen framför ofta det personliga budskapet i en form som är befällande eller övertalande, eftersom syftet är att ändra mottagarens beteende. En stimulerande upplysares budskap uppkommer ur andra målsättningar, såsom hur han kan påverka folkopinionen. Det kan inte framföras som en befällning. Den allmänna opinionen uppkommer och ändras genom diskussioner, såväl offentliga som mer privata. Upplysningen utgörs alltså av inlägg i diskussionen. Deras effekt syns inte i beteendet, utan i människornas sätt att tänka. Man påverkar åsikterna genom att lägga fram initiativ, synvinklar och argument samt genom att introducera diskussionsämnen. Upplysaren är en deltagare i en flersidig och icke-linjär diskussion.

För en omedveten anhängare av injektionsmodellen står det klart vilken effekt ett budskap ska ha: effektens ska vara ändamålsenlig. En stimulerande upplysare ser i stället kommunikationen som en komplicerad, långsiktig process, som bildar en kedja. Upplysaren själv kan inte kontrollera eller förutse processen. Han bereder sig på att budskapet han framför kan påverka på många olika sätt. Att budskapet uppmärksammas och påverkar diskussionen är viktigare än att få budskapet i sig att gå fram och accepteras. Diskussionen i sin helhet, inte upplysarens budskap i sig, leder till en samhällelig och kulturell förändring.

Matti Virtanen<sup>69</sup> har gjort en analytisk indelning av de olika typer av reaktioner som ett enskilt upplysande budskap kan väcka. *Vidhäftning* innebär att ord eller slagord tas upp i det allmänna språkbruket. *Tolkning* betyder att man tar fasta på ett budskap och börjar analysera dess synliga innehåll. *Anknytning* är ett anförande som knyter budskapet till något annat tema.

Ett exempel på en förändring av det kulturella klimatet observerades vid utvärderingen av projektet Vantaa välittää (Vanda bryr sig).<sup>70</sup> Ett mål för projektet var att förebygga försäljning, utskänkning och langning av alkohol till minderåriga. I många inlägg i pressen och på webben fick projektets mål ett obrutet enhälligt stöd. Det skulle aldrig ha hänt för tio eller femton år sedan. Då skulle många ha kritiserat projektets målsättning och betraktat förmyndarfasoner som den största orsaken till problemen. Alkoholen har gjorts till en förbjuden frukt, vilket gör att man inte lär sig använda den på ett civiliserat sätt som ung, och därför skulle vi delvis kunna lösa vårt alkoholproblem genom att bjuda minderåriga på alkohol. Nu verkade det här alkoholliberala etoset ha försvunnit ur diskussionen nästan helt och hållet. Orsakerna till förändringen kan spåras åtminstone till inlägg där man har påvisat att alkoholen är särskilt skadlig både fysiskt och psykiskt för personer fortfarande utvecklas. Alkoholen försenar och försämrar mognaden och gör oss mottagliga för senare beroende.<sup>71</sup>

<sup>69</sup> 1987.

<sup>70</sup> Kiijärvi-Pihkala & Soikkeli 2010.

<sup>71</sup> Soikkeli 2010a.

## VAD TALAS DET OM OCH VAD INTE: DAGORDNINGSTEORIN

Medierna kan inte diktera vilka åsikter vi har om frågor, men nog häpnadsväckande effektivt vilka frågor vi har åsikter om.<sup>72</sup> Så här kan man sammanfatta teorin ”agenda setting”, som utformades i början av 1970-talet. ”Agenda” innebär exempelvis dagordningen för ett möte, men också sakers angelägenhetsordning (”*Marriage is not on my agenda*”). *Dagordningsteorin* hjälper oss att uppfatta hur kommunikation kan användas för att främja vissa saker men inte andra, och låter upplysaren bestämma målen och angelägenhetsordningen för sitt arbete.

I experimentsyfte kan vi fundera på varifrån våra dagliga samtalsämnen kommer. Är det kanske från kvällstidningar och TV? Varför är ett visst ämne aktuellt och inte ett annat? Vad gjorde frågan om alkoholreklam till en het politisk fråga åren 2010–2011? Om vi kan förstå det här kan vi också lära oss att lyfta fram saker och hålla dem framme.

För kommunikationsforskningen innebar dagordningsteorin en vändpunkt, som fortfarande ligger framför oss i fråga om forskning och utvärdering av kommunikationen om rusmedel: den var först med att fästa uppmärksamhet vid kommunikationens långsiktiga effekt i stället för den omedelbara effekten.

Teorin hjälper oss att observera det förbryllande faktum att inga samhällsfrågor har identifierats som självklart viktiga och absolut skulle kräva en lösning på grund av sin karaktär eller sina långtgående verkningar. Samhällsproblem existerar inte som sådana: ett problem är något som definieras som ett problem. Alltså måste vi få delta i den här definitionsprocessen. När vi själva har insett betydelsen av ett visst ärende – exempelvis rökning och alkoholbruk bland minderåriga – blir det vår uppgift att få också andra att identifiera den. Vi måste lyfta fram ärendet på dagordningen och hålla det framme.

Teorin betonar massmediernas *prioriterande* effekt. De lyfter fram vissa sakfrågor och lämnar andra i bakgrunden. Ärenden som är viktiga för oss blir tvungna att konkurrera om uppmärksamheten på medborgarnas och beslutsfattarnas dagordningar. Massmedierna fokuserar allmänhetens intresse på vissa frågor eller problem. Den allmänna opinionen å sin sida påverkar vilka politiska beslut som fattas.<sup>73</sup>

Masskommunikationen, den allmänna opinionen och politiken har separat dagordningar.<sup>74</sup> På grund av trycket från den allmänna opinionen kan man exempelvis besluta att något måste göras åt användningen av alkohol och droger bland minderåriga. Endast ärenden som lyfts fram på dagordningen kräver beslut. Ärendet lyfts från allmänhetens dagordning till politikens dagordning. När lobbyister och politiker har gjort ärendet tillräckligt synligt och en skarp debatt börjar uppstå kring ämnet, konsolideras dess ställning på massmediernas dagordning. Eller tvärtom: masskommunikationen kan lyfta fram frågor på både den allmänna opinionens och politikens dagordningar.

Den ursprungliga dagordningsteorin inriktade sig på politiska och samhällsfrågor samt granskade politikens, den allmänna opinionens och masskommunikationens agendor. Med tanke på kommunikationen om rusmedel kan vi lägga till listan också personliga agendor, kommunikationens effekt på våra val med anknytning till vårt privata levnadssätt. Visst är det ju sakers angelägenhetsordning som är avgörande i vardagen. Vilka ärenden orkar och

<sup>72</sup> Dearing & Rogers 1992, 1.

<sup>73</sup> Kunelius 1998, 127.

<sup>74</sup> Dearing & Rogers 1992, 5–6.



hinner vi uppmärksamma och hur seriöst förhåller vi oss till olika impulser som sporrar oss att ändra vårt levnadssätt i någon riktning? Var och en av oss funderar på en mängd olika saker som vi ”borde göra något åt”. Upplysning som belyser exempelvis betydelsen av val och risker med anknytning till användning av alkohol och droger samt eventuella följder, eller ger oss verktyg för att bedöma vår egen situation eller göra förändringar i livet, bearbetar också våra personliga dagordningar på samma sätt som politiska dagordningar: den får oss att välja de frågor som mest behöver lösningar.

Begränsningen av alkoholreklam lyftes fram på den politiska dagordningen då bl.a. experter på alkohol- och drogförebyggande arbete och barnskydd lyckades väcka flera politikernas uppmärksamhet på frågan åtminstone från och med 2006. Frågan lyftes fram på allmänhetens dagordning på allvar först när social- och hälsovårdsministeriets arbetsgrupp lämnade sitt betänkande i ärendet sommaren 2010.<sup>75</sup> Näringslivet hade fått diktera innehållet i betänkandet: inga nya reklambegränsningar behövs. I offentligheten uppmärksammades den haltande argumentationen i betänkandet<sup>76</sup>, liksom också att majoriteten av arbetsgruppen kunde förbigå både oberoende experters och hela social- och hälsovårdssektorns åsikt. Temat blev allt viktigare också på politikens dagordning när majoriteten av riksdagsledamöterna undertecknade en lagmotion som krävde förbud mot imagereklam för alkohol. Även framträdanden av representanter för riksdagens utskott och partier gav en bild av att alla var ense om att förbudet var nödvändigt. Samtidigt publicerades enkätresultat som visade att det här förbudet också stöddes av majoriteten av medborgarna.

Dagordningsteorin tillämpades här av en stor grupp aktiva aktörer, antingen medvetet eller i största allmänhet skickligt. För att ett ärende ska stanna på allmänhetens dagordning får det inte stanna upp. Deltagarna i diskussionen höll temat vid liv och vidgade det på olika sätt, till exempel tillförde kommunikationsforskare ny information och nya perspektiv i tidningsartiklar. Det här motsvarar också teorin om stimulerande upplysning. Diskussionen gagnades dessutom ofrivilligt av de få personer inom näringslivets och politikens inre krets som motsatte sig initiativet. De hittade motiveringar för sin ståndpunkt, som lockade fram protester från både motståndare och oberoende journalister.

## VEM TALAR, VEM TIGER: TEORIN OM TYSTNADSSPIRALEN

Teaterregissören Jouko Turkka kom någon gång i slutet av 1980-talet med en replik som sammanfattar *teorin om tystnadsspiralen*. Han talade om hur samhällsklimatet hårdnar. Någon hade kommit med ett inlägg i den allmänna debatten, där de försvarade kroppsga av barn. Turkka: Nog har det funnits sådana människor också förr, men tidigare har de varit tvungna att hålla käften.

Människor letar i sin närmiljö efter antydningar om vad som är socialt lämpligt att ge uttryck för och i vilken riktning debatten rör sig i dessa frågor. Den tyska sociologen Elisabeth Noelle-Neumanns teori om tystnadsspiralen antar att människan av naturen är rädd för att bli utstött ur samhället och därför är villig att vika sig för den allmänna opinionen. Vår egen åsikt och vårt beteende ändras så småningom för att motsvara socialt accepterade seder och

<sup>75</sup> Social- och hälsovårdsministeriet 2010.

<sup>76</sup> Soikkeli 2010b.

åsikter. Vi läser andras åsikter i massmedierna och anpassar oss till dessa.<sup>77</sup> Det vi tiger om är lika viktigt som det vi talar om. Det bör observeras att vi viker oss för det som vi tror är den allmänna opinionen. Vår tolkning är inte alltid den rätta, eftersom vi till största delen har fått vår uppfattning ur massmedierna.

I det alkohol- och drogförebyggande arbetet känner vi till en metod med ungefär samma utgångspunkt, som i viss mån har bedömts vara effektiv. Metoden kallas modellen för en normativ föreställning. Det bakomliggande antagandet är att ungdomar föreställer sig att deras jämnåriga till exempel använder mera alkohol och droger eller har mer sexuell erfarenhet än ungdomarna själva. Det räcker att man ger dem forskningsbaserade fakta om de jämnårigas verkliga beteende. Genom att befria ungdomarna från den gemensamma villfarelsen minskar trycket att själv bete sig på det sätt de har föreställt sig att andra betar sig.

Tystnadsspiralen förklarar de skenbart snabba och stora svängningarna i den allmänna opinionen. Gruppen som ändrade åsikt är inte nödvändigtvis stor. Förändringen har skett framför allt i fråga om vem som talar och vem som tiger. Majoriteten av finländarna ändrade knappast sina åsikter helt plötsligt vid millennieskiftet, då alkoholliberalismen snabbt förlorade sin kraft och rösterna som krävde reglering blev allt starkare. Anhängarna av en ansvarsfull alkoholpolitik hade varit i underläge i offentligheten på 1980- och 1990-talet, då man i medierna motsatte sig statens förmyndarskap och krävde en friare, europeisk alkoholpolitik. Alkoholliberalismen marknadsfördes till slut av en relativt liten och icke-representativ grupp av journalister och andra likasinnade.

Då man driver en viss politisk agenda kan man välja mellan två motsatta strategier: man kan försöka bryta tystnadsspiralen eller fördjupa den. Att bryta den är inte en bra eller dålig sak i sig, men det främjar önskade eller oönskade förändringar. Tystnadsspiralen är ett vapen på bägge sidor i den politiska kampen.

Det är knappast så att främlingshatet och den direkta rasismen i Finland skulle ha mer eller mindre försvunnit ur landet i slutet av förra decenniet och först nu helt plötsligt fått en del av finländarna i sitt våld, utan klimatet var länge sådant att många medborgare på goda grunder var rädda för att på något sätt stämplas som efterbliven, om de direkt uttryckte sina tankar. Sedan lyckades någon höjare som var lite mer presentabel än de andra och möjligheten att uppträda anonymt på webben bryta tystnadsspiralen kring rasismen och orsakade dessutom att främlingsfientliga attityder ges allt mer utrymme också inom de största partierna och medierna. Inom dessa började man tro att ”invandrarkritikernas” budskap väckte gensvar hos en stor del av befolkningen och därför vågade man inte sätta sig till motvärn. Retoriken inom den grupp som håller till på Homma-forum siktar å sin sida på att skapa en tystnadsspiral kring den medborgaropinion som motsätter sig rasism. I det syftet skapar man en nidbild av majoriteten som motsätter sig Homma-forum-medlemmarnas tankevärld: man talar om tanter i blomsterhatt, mångkulturister, tolerantia och så vidare.

Ett annat exempel: Bryggeriförbundets kampanj ”Kännissä olet ääliö” (På fyllan är du en idiot), som inleddes 2009, försökte påverka ungdomars inställning till att dricka sig berusad. Bakom kampanjen låg vetskapen om att berusning och en berusad persons störande beteende är mer accepterade än i många andra länder, där seder och bruk håller styr på drickandet och berusningen upplevs som något skamligt.<sup>78</sup>

<sup>77</sup> Pietilä 1997.

<sup>78</sup> Bryggeri- och läskedrycksindustriförbundet rf. 2008.





Såsom ovan framgår, är det en omöjlig uppgift att snabbt ändra den rådande opinionen med hjälp av någon kampanj. Kampanjens viktigaste möjligheter att påverka hade ingenting att göra med att målgruppen plötsligt skulle ändra åsikt, utan med att berusning och ”fyllibråk” inte är så accepterade fenomen bland ungdomar som man trodde. Om det stämmer kan man uppmuntra dem som tänker på annat sätt – eventuellt majoriteten – att uttrycka sin åsikt. På detta sätt ändras attityd- och diskussionsklimatet och diskussionen vidgas.

Enligt en utvärderingsrapport<sup>79</sup> stöder de reaktioner som kampanjen väckt exempelvis i olika webbforum antagandet att störande beteende i berusat tillstånd inte på långt när är så accepterat bland ungdomar som man kunde tro. På basis av detta får man dra slutsatsen att kampanjen för sin del lyckades främja en kulturell förändring i enlighet med kampanjmålet, även om det inte är möjligt att skaffa fram vetenskapliga bevis på effektiviteten i relation till ungdomars dryckesvanor.

## VEM LYSSNAR MAN PÅ: TVÅSTEGSHYPOTESEN FÖR KOMMUNIKATION

I analyser av valreklamens effekt har man observerat att reklamen knappast påverkar människor direkt, men nog indirekt. I allas bekantskapskrets finns så kallade *opinionsledare* eller *opinionsbildare*, vilkas ställningstaganden påverkar andras åsikter<sup>80</sup>. I dagligt tal har dessa begrepp förvrängts så att de har fått betydelsen av personer i en inflytelserik ställning eller som ofta framträder i offentligheten. Opinionsbildare är emellertid framför allt personer som man lyssnar på i enskilda diskussioner och som på så sätt påverkar många lyssnares åsikter.

Alkohol- och drogförebyggande arbetets samt alkohol- och drogupplysningens effekt kan förbättras på två sätt med stöd av den här teorin: en enskild aktör inom alkohol- och drogförebyggande arbetet kan först och främst medvetet utveckla sig själv till en opinionsbildare. Aktiva och duktiga kontaktpersoner inom alkohol- och drogförebyggande arbetet i olika kommuner är utmärkta exempel på opinionsbildarnas långtgående arbete. Inflytande kräver inte beslutsmakt eller en ställning nära toppen av hierarkin. En opinionsbildare blir man genom att skaffa sig förtroendekapital, visa sig vara en nyttig källa till information, lägga fram genomförbara initiativ och förslag, bereda ärenden och vara en diskussionspartner. Beslutsfattarna är beroende av experter, och experternas inflytande blir allt starkare ju bättre de klarar av att underbygga sina förslag och ställningstaganden.

För det andra är det viktigt att i den egna informationsstrategin identifiera opinionsbildarna, mata dem med omfattande och ingående information samt hålla tät kontakt, samtidigt som man försöker sprida förenklade budskap vitt och brett. *Tvåstegshypotesen* betonar särskilt vikten av mediepåverkan (*media advocacy*) och -samarbete i allt alkohol- och drogförebyggande arbete, men speciellt inom ramen för lokala projekt.

## HUR MAN SER SAKER: INRAMNINGSTEORIN

Perspektivet på en fråga, dess *tolkningsram*, fastställer också uppfattningen om vad som bör göras åt saken. Masskommunikationen påverkar genom att välja vissa begränsningar och

<sup>79</sup> Piispa m.fl. 2008.

<sup>80</sup> Pietilä 1997.

perspektiv på frågor åt oss. Inramningarna kan spåras exempelvis genom att analysera vilka metaforer som används då man talar om frågorna.<sup>81</sup> Namnet på ett av de centrala verken inom retoriken är beskrivande: ”Metaphors We Live By”.<sup>82</sup> *Inramningsteorin* är nära besläktad med den så kallade nya retorikens teorier, där retoriska val och deras effekt beskrivs för att belysa vissa delar av frågan och dölja andra.<sup>83</sup> Man deltar i väsentliga offentliga debatter genom att erbjuda konkurrerande tolkningsramar för problemet, för att de har kraft att diktera lösningar. Om man börjar debattera inom en ram som har definierats av någon annan, har man redan fått märkta kort i handen. Man måste kämpa uttryckligen om tolkningsramarna.

Internationellt pågår i dessa år en hård kamp om *inramningen* av alkoholproblemet. Vad beror problemen på och hur kan man minska på dem? Nedan jämför vi två olika tolkningsramar för de här frågorna. En mycket enhetlig inramning erbjuds av den europeiska alkoholindustrin i mycket av sitt informationsmaterial, en annan presenteras av forskare och sakkunniga inom sektorn.

Alkoholindustrin belyser fördelarna och nyttan med alkoholen samt handeln med och produktionen av den: för majoriteten av användarna är alkoholen en källa till njutning och välbefinnande, en del av det goda livet och den europeiska kulturen. Alkoholindustrin och -handeln producerar betydande ekonomisk välfärd för samhällena.

Endast en liten minoritet lider av nackdelarna med alkohol. Minoriteten har sig själv att skylla för att den lider: produkten används inte på rätt sätt. Därför ska man inte kontrollera produkten, tillgången på den, marknadsföringen eller priserna, utan endast minoriteten som betar sig fel. Eftersom problemet ligger i kunnandet, är upplysning den bästa lösningen. Majoriteten ska inte straffas för en minoritets beteende genom att införa begränsningar.<sup>84</sup>

I den sakkunnigas forskningsbaserade tolkningsram är alkoholproblemen en oundviklig konsekvens av produktens egenskaper – toxicitet, berusning och beroende – och de flesta av nackdelarna möter måttlighetsbrukarna. Toxiciteten orsakar hälsoproblem hos personer som dricker alkohol i mycket måttlig mängd. Det finns ingen majoritet av måttlighetsbrukare som aldrig någonsin blir berusade, och berusningen i sig höjer bland annat risken för olyckor och våld. Det är inte fel dryckesvanor som till en början gör en individ mottaglig för beroende – vilket som begrepp saknas nästan helt och hållet i alkoholindustrins material – utan till största delen individuella, ärftliga faktorer, livssituationer, kulturmiljön och en mängd andra faktorer. Av det följer att man bör kontrollera själva produkten och inte användare som har stämplats som avvikande: minska alkoholkonsumtionen i allmänhet och sköta problemen solidariskt.<sup>85</sup>

Markku Soikkeli<sup>86</sup> analys av retoriken i den svenska drogpolitiken beskriver de metaforer på vilka retoriken en gång i tiden grundades och följderna av dessa retoriska val. Beskrivningen av droger som en *epidemi* stämplade hur samhället bemöter nybörjare, partybrukare och drogberoende brukare: de är *smittbärare*, som ska isoleras och vårdas, vid behov under tvång om de inte själva förstär sin situation. Man måste spärra epidemins *spridningskanaler*, och därför spelar polisen, tullen och

<sup>81</sup> Kunelius 1998, 128–129.

<sup>82</sup> Lakoff & Johnson 2003.

<sup>83</sup> Perelman 1996.

<sup>84</sup> EUCAM 2011.

<sup>85</sup> Babor m.fl. 2010a.

<sup>86</sup> 2005.



gränsbevakningen en nyckelroll, i stället för exempelvis förebyggande arbete och vård. En epidemi kommer utifrån, så orsaker och lösningar ska inte sökas i den egna livsmiljön. Därför är den också ett hot mot hela samhället, inte endast dess sårbara medlemmar.

*Krig- och kamp-*metaforerna utesluter den humana politiken, med vilken problem och omänskligt lidande kunde lindras, samt gör att drogpolitiken avviker från Sveriges allmänna etos ”ingen lämnas i sticket”. Det är huvudlöst att anpassa sig till en *fiendes* (drogerna) konstanta närvaro, endast *seger* och *nederlag* kommer i fråga. I politiken finns inga andra alternativ än de som följer av målsättningen *ett drogfritt samhälle*. Allt annat innebär att *kapitulera*. Eftersom nederlag inte är ett alternativ, behöver man inte heller hålla de mänskliga och ekonomiska kostnaderna för politiken under kontroll. Flaggan vajar tack vare *offret*. Drogbbrukarna är *förrädare som har gått över till motståndarens sida*, och de som kritiserar politiken *försämrar försvarsviljan*. Politiken kan genomföras på bekostnad av de västerländska grundläggande och mänskliga rättigheterna, exempelvis med hjälp av omfattande urinprovtagning bland tonåringar, eftersom krig alltid innebär också *undantagstillstånd*.

## VAD BEHÖVER INGA FÖRKLARINGAR: KULTIVATIONSTEORIN

Det står klart att masskommunikationens samhälleliga verkningar är framför allt långsiktiga och kumulativa, inverkar på hur vi uppfattar verkligheten: ur vilket perspektiv ser vi den, på vilket språk talar vi om den och hur ser vi andra människor.

Om vi vill *mäta* masskommunikationens verkningar, blir frågan lätt obesvarad. Om vi *tänker* på saken en stund, är det svårt att ifrågasätta verkningarnas omfattning.

– Risto Kunelius<sup>87</sup>

*Kultivationsteorin* fick sin början i en av de eviga frågorna i forskningen under TV-tidsåldern: ökar TV-våldet våldet i verkliga livet? Teoretiska hypoteser om hur det skulle kunna hända var exempelvis en ökning av aggressiviteten och modellinläring. Kultivationsmodellen går djupare: TV-våldet lär inte ut våldsamt beteende utan gör våldet normalt och naturligt. Ökningen av aggressiviteten är varken den enda eller den viktigaste effekten av TV-våldet. Våldet ökar också rädslan och ångesten som reaktion på ett upplevt hot om våld, gör oss okänsliga och vana vid våld samt försämrar vår empatiska förmåga. Med hjälp av upprepade och dominerande budskap bearbetar medierna på lång sikt både oss och vår världsbild i alla sammanhang, lär oss att acceptera attityder och koncept samt gör oss mindre kritiska mot fenomen som beskrivs som normala. Kultivationsteorin går förbi kommunikationens snabba och synliga verkningar. Enligt teorin är masskommunikationens verkningar långsiktiga, kumulativa, obestridliga och viktiga för samhället.

Marknadsföringen av och reklamen för alkohol och tobak stöder sig på att etablera deras ställning som en normal och relevant del av vårt liv, snarare än på att direkt uppmana till köp eller berömma produktens egenskaper. Vilka verkliga egenskaper kan man egentligen berömma hos en typ av cigaretter eller alkoholdryck jämfört med en annan? Alkoholreklamen som riktar sig till ungdomar är en typisk tillämpning av kultivationsteorin. Bilderna fokuseras till största delen på att upprepa hur alkoholdrycker är en självklar del av en ung människas goda liv. Teorin visar hur viktigt det är att å ena sidan kunna begränsa, å andra sidan med

<sup>87</sup> 1998, 132.

motsatt kommunikation (antireklam, mediekritik) ifrågasätta de normaliteter i vardagslivet som medierna visar upp.

## BEHÅLLNING AV TEORIerna FÖR DET PRAKTISKA ARBETET

De teorier jag har presenterat förflyttar upplysaren från att tala från katedern till åhörare som har tvingats att lyssna till att bli deltagare i en öppen och jämlik diskussion, där rollerna inte har fördelats på förhand och yttranderätten inte beror på talarens ställning. Det räcker inte med att upplysaren är en duktig talare, utan han eller hon måste framför allt vara en god lyssnare. En god debattör känner sina samtalspartner: deras levnadsförhållanden, språk, kultur och åsikter.

Diskussioner och resonemang kan inte hållas i gång genom att upprepa ett och samma budskap. Det behövs varierande perspektiv, argumentation som lockar många olika människor och intressen, förmåga att lägga fram sina idéer på ett utmanande och intressant sätt. Budskapen måste kunna leva ett eget liv i den offentliga debatten. Det kan man inte säga om slagord eller budskap som nog kan anses nödvändiga och kanske sanna, men som inte överraskar någon ("Den som är nykter står på egna ben"; "Bli hög på livet"; "Säg nej till droger"). De bästa slagorden kanske man kommer ihåg, men de tillför ingenting nytt och tänkvärt till diskussionen.

Någon form av oförutsebarhet, i kombination med att budskapet är väsentligt och gärna sant, är en förutsättning för stimulans. Budskapet måste sätta igång någon typ av process, dock inte endast med hjälp av en uppseendeväckande stil, utan genom att ta upp någonting väsentligt som inte har fått tillräcklig uppmärksamhet. Stimulans är också avslöjande: budskapet ska göra synligt och förklara orsakerna till varför vi som individer och samhälle betar oss på ett sätt som inte ligger i vårt intresse. I den bemärkelsen är stimulerande upplysning alltid samhällelig: med hjälp av den borde vi kunna kontrollera vår relation till alkohol och droger bättre. Ett stimulerande budskap kan i bästa fall också inspirera till initiativ och handling.

Eftersom upplysningen måste lämnas som ett inlägg bland människor som tänker på annat sätt, bör den problematisera, ta initiativ eller ge förslag snarare än vädja till traditionella motsättningar. Stimulerande upplysning försätter inte mottagarna i en "allt eller inget"-situation utan ger dem utrymme för egna resonemang och i sista hand strävar efter att stöda deras förmåga att förstå och kontrollera de faktorer som påverkar dem i relation till alkohol och droger.

Endast ett trovärdigt budskap, som vid behov kan motiveras och försvaras, kan ta sin plats i den offentliga debatten. Därför är forskningsdata det enda möjliga kunskapsunderlaget för upplysningen. Ett upplysningsbudskap byggs upp genom att tolka forskningsdata och presentera resultaten för allmänheten på ett intressant sätt.

För att de tolkningar och anknytningar som Matti Virtanen beskrev ska vara möjliga, måste upplysningens teman på förhand kopplas till aktuella samtalsämnen eller politiska frågor. Ett tema måste ha en kontaktyta med det som sysselsätter människor. Det här ställer ett särskilt kunskapskrav på den person som planerar budskapen: han eller hon måste känna och kunna tolka målgruppens tankevärld, liv och motiv.

Den upplysning som skisserats upp här genomförs naturligt i massmedierna, trots att strategin i sig inte utesluter någon kanal, inte ens en traditionell masskommunikationskam-



panj. Upplysaren förutsätts ha färdigheter i mediepåverkan, eftersom en debattör inte kan köpa den publicitet som behövs på samma sätt som en reklamfirma eller ett kampanjteam.

Dagordningsteorin befriar oss från att inrikta våra insatser på ett ofruktamt sätt: det finns ingen åsiktsrevolution eller kampanj i världen som kan få den breda allmänheten att ändra åsikt; lyckas övertyga den om att den har fel och någon liten grupp har rätt. Förändringar i den allmänna opinionen sker långsamt i sådana processer och ur sådana impulser som teorierna om stimulerande upplysning och tystnadsspiralen beskriver. Masskommunikationen är ett dåligt verktyg för att berätta hur människor bör tänka. Möjligheterna finns på annat håll: i att lyfta fram frågor så att de blir viktiga.

Vi måste klara av att hålla ärenden framme ihärdigt och skickligt. Det är nästan omöjligt att tvinga på mottagarna färdiga lösningar, men frågor som kräver en lösning går att tvinga på dem riktigt effektivt. Frågorna om alkohol och droger konkurrerar om allmänhetens och beslutsfattarnas uppmärksamhet och försvinner lätt i dunklet, om inte en grupp människor tar till sin uppgift att hålla just dessa frågor framme. Detsamma gäller de mindre kända med beaktansvärda perspektiven på dessa frågor. Man måste vara med om att skriva dagordningen, eftersom dagordningen i sig – det vi talar om sinsemellan, i massmedierna och i politiken – producerar lösningar. Det är viktigare att marknadsföra problemet än sin egen lösning.

## BEHÅLLNING AV TEORIerna FÖR UTVÄRDERINGAR OCH FORSKNING

Trots att teorin om stimulerande upplysning, liksom flera andra masskommunikationsteorier, ger goda grunder för att kritisera det rådande sättet att utvärdera upplysningens effektivitet, är syftet ändå inte att befria planerare, aktörer och beslutsfattare från utvärderingen, som ofrånkomligen omfattar också att dokumentera och mäta effekten, om än inte med på så enkla villkor som i den traditionella utvärderingen av effektiviteten. Det räcker inte att ”arbeta för en god sak” och betona upplysningens etiska motivering, eftersom man åtminstone då offentlig makt och gemensamma medel används måste motivera sina val också med effektivitet, samt utveckla arbetsmetoderna så att de blir allt mer effektiva. Skillnaden jämfört med det strängt formulerade kravet på vetenskapliga bevis ligger i att verkningarna som man letat efter och hittat inte behöver vara direkt kopplade till förändringar i målgruppens levnadssätt, utan de kan på många sätt vara i linje med projektmålen eller arbetets värdemål. Man kan säga att teorin om stimulerande upplysning styr utvärderaren till att spåra upplysningens *effekt*, inte till att direkt påvisa dess *effektivitet*.<sup>88</sup> Man kan alltså sällan lägga fram bindande *vetenskapliga bevis* på effektiviteten, men genom att sammanslå utvärderarens information om den observerade *effekten* med forsknings- och teoridata om så kallade mellanliggande skyddande faktorer och riskfaktorer eller om kommunikationens verkningsmekanismer, kan man lägga fram en välgrundad förväntning på effektiviteten. I stället för att lägga fram *bevis* får man nöja sig med att *argumentera*, presentera goda motiveringar för effektiviteten.

Eftersom stimulerande upplysning i stor utsträckning förekommer i den offentliga debatten är det inte svårt för en utvärderare att hitta material för sitt arbete. Teorin utvecklades också till ett hjälpmedel för utvärdering och forskning, och även om vidareutvecklingen inte har varit så omfattande som man kunde önska, finns det redan i artiklarna från 1980-talet och

<sup>88</sup> Se Salasuo i detta verk.

i vissa av Matti Piispas formuleringar från 1990-talet diskussion om en utvärderingsmetod med stöd av teorin om stimulerande upplysning.

Med tanke på forskningen är den kanske mest betydelsefulla aspekten att man som forskningsobjekt valde diskussioner, av vilka det framgick att de har inletts tack vare vissa upplysningsbudskap, berättade Juha Partanen.<sup>89</sup> Utvärderarens och forskarens uppgift startar med att spåra upplysningsbudskapets effekt, de spår budskapet har lämnat. Matti Piispas<sup>90</sup> ger rådet att utföra uppgiften med öppet sinne, utan strikta förväntningar på riktningen och innehållet i de diskussioner, vidareutvecklingar och andra reaktioner som budskapet har satt i gång. Dessa kan ligga till och med mycket långt ifrån sändarens mål och budskapets manifesta innehåll. För att reda ut alla reaktioner som budskapet har stimulerat måste man använda många olika typer av material: diskussioner och inlägg i pressen och på webben spelar en nyckelroll, men också många traditionella metoder från intervjuer till observationer och enkätundersökningar kan användas.

Teorin om stimulerande upplysning är motsträvig jämfört med den formella effektivitetsforskningen också såtillvida att de komplicerade, indirekta och framför allt samhällsliga verkningar som den söker inte sker på ett ögonblick. De måste studeras på lång sikt och genom att spåra långa utvecklingsprocesser. Det gör inte forskningen mindre användbar, men det producerar argument mera för framtida behov än för att komma med en motivering för interventionen inför finansierarna. Nya interventioner underbyggs med information om den långsiktiga effekten av tidigare upplysning – vad har fungerat och vad inte.

Vi kan sällan svara på frågan om ett eller annat projekt var effektivt, men vi kan lägga fram välgrundade svar på frågor såsom om det finns anledning att tro att projektet för sin del påverkar förändringen i samhället på önskat sätt, om det är befogat att genomföra och stöda liknande projekt samt, om så är fallet, borde de utvecklas och ändas och varför.

<sup>89</sup> Soikkeli 2002, 36.

<sup>90</sup> 1999.



## 6 Tolkning, användning och missbruk av forskningsdata

Markku Soikkeli

På basis av forskningen får man dra slutsatsen att alkoholreklam påverkar ungdomars dryckesbe-  
teende senare i livet – sannolikheten för att de ska börja använda alkohol ökar och de som redan  
har börjat dricker mera.<sup>91</sup>

Det finns inga vetenskapliga bevis på att alkoholreklamen påverkar ungdomarnas användning av  
alkohol.<sup>92</sup>

I ett tidigare kapitel nämns en optimistisk bedömning, enligt vilken forskningsdata skulle ha  
stigit i status i den offentliga och politiska debatten: det hänvisas ofta till dem, det protesteras  
allt mer sällan mot resultaten och det väcker kritik om de förbigås i beslutsfattandet. Det här  
öppnar nya möjligheter för det alkohol- och drogförebyggande arbetet samt alkohol- och  
drogupplysningen, om vi bara själva är beredda att engagera oss i de slutledningar som dessa  
forskningsdata stöder. Ju mer upplysta allmänheten och beslutsfattarna är, desto lättare är  
det att få deras stöd för en effektiv alkohol- och drogpolitik och satsningar på alkohol- och  
drogförebyggande arbetet.

Efter de goda nyheterna kommer de dåliga: man lyckas inte alls alltid lösa menings-  
skiljaktigheter genom att hänvisa till forskningsdata, utan i stället uppstår då en kontrovers  
kring forskningsdata och tolkningen av dessa. Forskningsdata är ofullständiga och skiftande:  
de ger inte alltid grunder för de klara och säkra begrepp som upplysaren önskar. Tills vidare  
är forskningsdata trots allt den bästa informationen, och det är förnuftigast att handla som  
om de vore sanna. Till rationellt tänkande och handlande hör att man ger forskningsdata  
större betydelse än vilken åsikt som helst. I dessa dagar finns visserligen en stark ointellektuell  
strömning, som vill göra alla argument likvärda och forskningsdata till bara en åsikt bland  
många andra.

Upplysarnas inflytande och auktoritet tjänas bäst av att de tar stöd av forskningsdata. De  
behöver alltså färdigheter i att läsa och tolka forskningsdata samt i att argumentera, dvs. lägga  
fram och motivera olika påståenden. I diskussioner dyker det allt oftare upp påståenden,  
enligt vilka forskningen har bevisat det ena och kullkastat det andra. Då är det till stor hjälp  
för upplysarna om de känner till de allmänna principerna för tolkning av vetenskapen och  
dess resultat, samt de viktigaste resultaten inom den egna sektorn i så stor utsträckning att  
de kan förhålla sig kritiskt till de forskningsbaserade påståenden de får höra och vid behov  
kontrollera att de stämmer.

Naturligtvis har endast ett fåtal personer som utför det praktiska arbetet tid och tillfälle att  
sätta sig in i forskningen inom den egna branschen i större utsträckning, men det är viktigt  
att de ändå har en allmän bild och någon kanal genom vilken de kan följa forskningsfronten.

<sup>91</sup> Soikkeli 2010a.

<sup>92</sup> CEPS & EFDR 2009.

En sådan kanal är THL:s webbtjänst för alkohol- och drogförebyggande arbete *www.stakes.fi/neuvoa-antavat*. Tjänstens mål är att förmedla information om forskning och metoder inom sektorn på ett sätt som passar det praktiska arbetets behov.

I det här kapitlet behandlar vi med stöd av exempel några viktiga problem och principer som gäller läsandet och tolkningen av forskningsdata. Jag ger också exempel som hjälper läsaren att lära sig identifiera och avslöja typiska knep som används för att missbruka forskningsdata.

## FORSKNINGSDATA, BEVIS OCH MOTIVERING

### Vad är forskningsdata och vad inte

Vetenskap är ett självkorrigerande system. Det kräver att forskningen publiceras. Vetenskaplig publicering sker i vetenskapliga forum, där man följer vissa spelregler. Man måste redogöra för studien så noggrant att sakkunniga läsare kan bedöma dess kompetens och om de så önskar även återge den. Forskningsartiklar som accepteras för vetenskaplig publicering har oftast genomgått en kollegial granskning: innan de publiceras läses de av experter. Vetenskaplig publicering, kritik och debatt utgör en process och ett test som bekräftar betydelsen av en enskild studie.

Då man i den allmänna debatten hänvisar till forskningsdata blir gränsen mot icke-vetenskaplig publikationsverksamhet lätt oklar. Företag samt intresse- och påtryckningsorganisationer producerar sina egna utredningar eller undersökningar. Det är vanligt att de varken publicerar sitt forskningsmaterial eller rapporterar på det sätt den vetenskapliga publiceringen kräver, utan endast informerar om slutresultatet och sin slutledning. Den här typen av material ska inte ges samma värde som forskningsdata.

## BEVIS, ARGUMENT, FORSKNINGSBASERAD UPPFATTNING

Begreppet *bevis* är viktigt i debatter där man hänvisar till forskningsdata. Man hävdar att vetenskapliga bevis utgör ett bevis på att en ståndpunkt är rätt eller fel. Bevis beskrivs som starka, svaga eller motstridiga. Vi behöver någon typ av ramverk för att tolka detta.

Bevisens styrka kan bedömas exempelvis med hjälp av följande klassificering, som används i läkarföreningen Duodecims riktlinjer för god medicinsk praxis:

*Starka* vetenskapliga bevis: Flera metodologiskt högklassiga studier, vilkas resultat pekar i samma riktning.

*Måttliga* vetenskapliga bevis: Minst en metodologiskt högklassig studie eller flera kvalificerade studier.

*Svaga* vetenskapliga bevis: Minst en kvalificerad studie.

*Inga vetenskapliga bevis*: Experters tolkning (bästa uppskattning) av information som inte uppfyller kraven på vetenskapliga bevis.





”Inga vetenskapliga bevis” orsakar lätt feltolkningar. En av dessa är att det inte finns någon forskningsbaserad vetenskaplig syn på ämnet. Vetenskaplig konsensus, dvs. experternas bästa uppskattning, kan trots allt mycket väl vara en tillräcklig grund för upplysning eller politiska beslut. En annan vanlig feltolkning är att man blandar ihop bristen på bevis med bevis på brist: om man inte har fått bevis som stöder påstående A, föreställer man sig att man har bevisat att påstående A är osant.

I den europeiska alkoholindustrins pressmeddelande påstås att nästan alla genomförda studier visar att de begränsningar av alkoholreklamen som har införts i olika länder inte har någon effekt.<sup>93</sup> I själva verket har begränsningar av alkoholreklamen, liksom avskaffandet av begränsningar, i olika länder alltid varit förknippade med andra åtgärder – ändringar i skatter, tillgång m.m. – som antingen har stramat åt eller liberaliserat alkoholpolitiken. Den sammantagna effekten av dessa kanske märks, men det går inte att skilja effekten av en viss åtgärd från helheten. Experternas bästa uppskattning är raka motsatsen till alkoholindustrins: det mest sannolika scenariot *på basis av tillgänglig teoretisk och empirisk information* är att en heltäckande begränsning av marknadsföringen skulle vara effektiv.<sup>94</sup>

Begreppet bevis har omfattats av samhällsvetenskapernas exakta vetenskaper, med det motsvarar inte helt och hållet den samhällsvetenskapliga kunskapens karaktär, där det ofta inte kan vara fråga om bokstavig bevisning, utan om att hitta de bästa motiveringarna som får stöd av forskningsdata, *argumentation*. Uppfattningen som stöds av de bästa argumenten är tills vidare mest sannolikt sann.

## ENSKILDA STUDIER OCH LITTERATURÖVERSIKTER

En *enskild studie* har ett obetydligt värde som vetenskapligt bevis. Med andra ord: nästan vilket påstående som helst kan underbyggas med en enskild studie. Resultat som avviker från huvudströmningen dyker upp sporadiskt eller studiens kvalitet kan ha producerat ett avvikande resultat. Därför bör man leta efter den mest tillförlitliga informationen i *översiktsartiklar*, dvs. *litteraturöversikter* (*review*, *literary review*). De är omfattande vetenskapliga artiklar i vilka man har samlat en koncis översikt över alla viktiga forskningsdata som hittills har publicerats inom ett ämnesområde. Översiktsartiklarna visar inte endast vilka resultat som är vanligast, utan studier av sämre kvalitet eller med dålig anknytning till frågan rensas dessutom bort med hjälp av på förhand uppgjorda kriterier för vad som kan inkluderas.

En vanlig *litteraturöversikt* samlas befintliga vetenskapliga bevis och utgör en grund då man bedömer bevisets styrka och enhetlighet. En *systematisk litteraturöversikt* (*systematic review*) kallas en artikel som utarbetats med striktare kriterier och metoder. I den strävar man efter att med hjälp av vetenskapliga metoder och utan att vilsledda läsaren identifiera, utvärdera och syntetisera alla relevanta studier i ett visst ämne. En *metaanalys* å sin sida är en *systematisk översikt*, där man använder statistiska metoder för att kombinera resultaten av olika studier.

<sup>93</sup> CEPS & EFDR 2009, 1, 5.

<sup>94</sup> Babor m.fl. 2010a, 196–197.

Cannabisaktivisterna har på senare år spritt information ur enskilda studier, som enligt deras tolkning visar att cannabis botar cancer.<sup>95</sup> I undersökningarna i fråga har man hittat tecken på att det kan vara möjligt att utnyttja vissa beståndsdelar i cannabis i utvecklingen av cancerläkemedel, och man har också beskrivit fall där användare av cannabis har tillfrisknat spontant. Dessa studier kan vara mycket viktiga för läkemedelsutvecklingen, men de generaliserande slutsatserna om cannabis som cancerläkemedel är grundlösa.

## NÄR ÄR BEVIS MOTSTRIDIGA?

Samma fråga kan studeras med många olika metoder. Då en metod producerar vetenskapliga bevis och en annan inte, kan resultaten ifrågasättas genom att hävda att bevisen är motstridiga:

Forskningslitteraturen om alkoholreklamens effekt på konsumtionen är omfattande och till största delen motstridig.

För varje studie där något positivt samband observeras finns en annan studie, i vilken man gör invändningar mot den första studiens sampel, metod eller slutledningar. Nästan alla ekonomiska studier, tvärsnittsstudier och fallstudier har visat att marknadsföring har ingen eller mycket liten inverkan på konsumtionen.<sup>96</sup>

Slutledningsfelet här hänför sig till ovan nämnda problem brist på bevis – bevis på brist, men inte endast till det. Det är helt enkelt ett faktum att vissa metoder lämpar sig bättre för att studera vissa ämnen än andra. När man har hittat starka bevis med en metod, försämrar det inte de övriga metodernas resultatlöshet i andra studier som behandlar samma fråga. Låt oss anta att uppgiften är att utreda om det finns gös i en sjö. Metoderna som används är metspö, gösnät och mjärde. De som fiskar med mjärde och metspö blir utan fisk, men grannen som fiskar med nät får en rejäl fångst. Finns det gös i sjön?

## VILKA BEVIS RÄCKER?

Tobaksindustrin förnekade att det fanns ett samband mellan tobak och lungcancer i flera decennier efter att experterna betraktade det som bevisat. Motiveringen var att det fanns många obesvarade frågor gällande hur sjukdomen uppstår, och att man ännu inte kunde svara på frågan om tobakens roll. Den vetenskapliga insikten kompletteras så småningom, och forskningen ställer ständigt nya frågor: ju större ön är som skapas av kunskapen, desto längre är strandlinjen mot okunskapens hav. ”Vi kan ingenting veta, innan vi vet allt” är alltså ett skenargument, med hänvisning till vilket man kan avvärja hur starka bevis som helst och de politiska slutledningar som följer av bevisen:

Det finns ingen tillförlitlig studie som kunde förklara orsaksambandet mellan reklam och konsumtion (...) därför är det omöjligt att dra slutsatsen att reklam orsakar en viss typ av beteende. (...)

<sup>95</sup> Bloggen Patients for Medical Cannabis

<sup>96</sup> CEPS & EFDR 2009, 3.



Reklam påverkar beteendet genom en process med nio nivåer (...) Största delen av den tillgängliga litteraturen klarar inte av att påvisa en direkt influens på alla de nio nivåerna.<sup>97</sup>

### VILSELEDANDE PÅSTÅENDEN (*RED HERRING*)

Ibland upptäcker läsaren inte en så enkel sak som att de vetenskapliga bevisen som har lagts fram till stöd för ett påstående inte alls stöder påståendet eller gäller något helt annat. En sådan ”svara fastän ingen frågar”-strategi, dvs. att blanda in oväsentliga påståenden och data i bevisföringen, är ett allmänt använt sätt att föra in läsaren på fel spår. Strategin motsvarar en situation där bovar som flyr undan polisen kastar sill åt polishundarna för att de ska tappa spåret – därav taktikens litet konstiga namn på engelska.

De viktigaste riskfaktorerna som leder till att man börjar dricka alkohol under förpuberteten är föräldrarnas och de jämnårigas attityder och förebilder (...) Förväntningarna med anknytning till alkohol, familjehistoria, de jämnårigas påverkan och personligheten kan vara bidragande faktorer mellan att man utsätts för alkoholreklam och börjar använda alkohol.<sup>98</sup>

Forskningsartiklarna har citerats rätt, men observationerna påverkar inte på något sätt bevisen på reklamens effekt.

### ENVARIABELANALYS

Representanter för kommunikations- och alkoholnäringsarna gav en presentation för social- och hälsovårdsministeriets arbetsgrupp för alkoholreklamärendet med statistik och diagram som bevisade att alkoholkonsumtionen i Finland inte har följt samma utveckling som de summor som används till reklam: summorna minskar medan konsumtionen ökar. I tidsperioden som presentationen beskrev ingick bland annat inverkan på konsumtionen av den kraftiga skattesänkningen 2004. Med presentationen ville man alltså kullkasta *envariabelanalysen* att konsumtionen skulle bero på reklam och ingenting annat. För arbetsgruppens expert presenterades också hänvisningar till studier, vilkas resultat påstods avvika från slutledningarna i den forskningsöversikt som hade presenterats för arbetsgruppen. Enligt dem skulle reklam inte all ha någon effekt på ungdomars alkoholkonsumtion, men upplysning skulle ha pekats ut som ett effektivt sätt att påverka saken. Av de ursprungliga texterna framgick att man i studierna i fråga inte alls hade studerat verkningarna av reklam och upplysning, utan ungdomars och ibland deras föräldrars åsikter om dessa.<sup>99</sup> Trycket från den allmänna opinionen har aldrig gjort jordklotet platt, och den allmänna opinionen kan inte heller i övrigt avgöra vad som är sant och falskt.

Envariabelanalyserna upprepas också i vissa typer av tidningsartiklar som behandlar alkohol och droger. Årligen rapporteras antalet människor som har dött av droger, trots att texten är baserad på information om hos hur många av de avlidna man har hittat tecken

<sup>97</sup> CEPS & EFRD 2009, 2.

<sup>98</sup> Ovan nämnda verk 4

<sup>99</sup> Soikkeli 2010b.

på drogbruk. Endast en del av dem har dött av droger. Alkohol å sin sida ska ju vara hälso- samt, eftersom måttligt intag av vin har konstaterats ha en gynnsam hälsoeffekt på en typ av sjukdom, hjärt- och kärlsjukdomar. Nykterhet är farligare än måttlig användning, eftersom måttlighetsbrukare är friskare och lever längre än nykterister. Slutledningsfelet ligger i att man påstår att användning av alkohol är den avgörande delfaktorn i hälsan, men inte tar i beaktande ett stort antal skillnader mellan grupperna av nykterister och måttlighetsbrukare: ärftliga faktorer, utbildning, förmögenhet, näringsintag, motionsvanor osv. Man glömmer också att en del nykterister är tidigare alkoholister som blivit nyktra, men vilkas hälsa redan har skadats av alkoholen.

## KREATIV CITATTEKNIK

Då det är möjligt är det bra att kontrollera hur debattörerna citerar de forskningsrapporter vilkas resultat de hänvisar till. Nedan följer några exempel på mycket vanliga sätt att citera.

Citatet kan helt enkelt *förvanskas*. En detaljhandelsförening i Sverige hävdade att den höga alkoholskatten hade visat sig vara ineffektiv, eftersom den totala alkoholkonsumtionen under 15 år hade ökat med 30 procent.<sup>100</sup> Som källa nämner föreningen institutet Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) ([www.sorad.se](http://www.sorad.se)). Enligt statistiken som man hänvisar till ökade konsumtionen emellertid inte 30 procent utan 23 procent. När de tillfrågades erkände rapportens utgivare att uppgiften var felaktig.<sup>101</sup>

Ett citat kan också *avbrytas* på lämpligt ställe för att skapa ett felaktigt intryck: ”Trots att studiernas resultat är motstridiga, citeras de på ett okritiskt sätt (‘... are cited in an uncritical manner’).”<sup>102</sup>

I den ursprungliga texten riktar författaren emellertid sin kritik mot endast en artikel (”... are cited in an uncritical manner by Siegel et al.”).<sup>103</sup>

En effektiv teknik är att *lösgöra citatet från sin kontext eller placera det i fel kontext*. CEPS och EFDR<sup>104</sup> hävdade att Smith och Foxcroft<sup>105</sup> på basis av omfattande forskningslitteratur hade slutit sig till att alkoholreklamens inverkan på ungdomens dryckesbeteende är en mycket kontroversiell fråga. I själva verket finns den citerade meningen i början av forskningsrapporten och hänvisar inte till den vetenskapliga debatten, utan till den politiska. Författarnas egen slutsats är raka motsatsen: ”På basis av dessa studier får man dra slutsatsen att alkoholreklam påverkar ungdomars dryckesbeteende senare i livet. Effekten var konsekvent i alla studierna, ett tidsmässigt samband mellan reklamen och avsikten att dricka kunde påvisas, och sambandet mellan mängden reklam och antal gånger man drack påvisades klart i tre studier.”<sup>106</sup>

Samma teknik kan enkelt tillämpas för att ifrågasätta kompetensen då det gäller vilka forskningsresultat som helst, eftersom man i varje bra forskningsrapport överväger forskningsprojektets framgång och eventuella brister och osäkra faktorer. Det är väsentligt att

<sup>100</sup> HUI 2009, 3.

<sup>101</sup> E-postmeddelande 12.5.2010 från Jonas Arnberg (HUI) till Markku Soikkeli (THL).

<sup>102</sup> CEPS & EFDR 2009, 3.

<sup>103</sup> Nelson 2008.

<sup>104</sup> Ovan nämnda verk 3.

<sup>105</sup> Smith & Foxcroft 2009.

<sup>106</sup> Ovan nämnda verk 9



slutledningarna utgår från detta. Som exempel ta vi än en gång CEPS och EFDR<sup>107</sup> som citerar Smith och Foxcroft: ”Vi kan inte utesluta möjligheten att verkningarna som observerats i dessa studier har orsakats av någon extern faktor.” Smith och Foxcroft fortsätter: ”De externa faktorerna måste vara mycket stora för att kunna påverka resultaten, och effekten av alla okända faktorer kan inte elimineras ur någon studie.”<sup>108</sup>

## UPPLYSNING OCH FÖRMÅGAN ATT TÅLA OSÄKERHET

Forskningen kan ge endast osäker information om många viktiga frågor som behandlas i alkohol- och drogupplysningen. För upplysarna blir detta framför allt ett etiskt problem: vad är rätt att säga. Upplysarna får ofta försvara sig mot anklagelser att de ringaktar vissa problem som har lyfts fram i forskningen eller att de skrämmer mottagarna genom att tala om risker som inte med säkerhet har påvisats. Problematiken illustreras av följande exempel ur upplysarens vardag:

Två experter från Institutet för hälsa och välfärd fick i uppgift att skriva en tidningsartikel med anledning av att man i en skolhälsoenkät hade observerat att experiment med och användning av cannabis hade ökat. Syftet med artikeln var att ge läsarna, särskilt fostrare, goda råd för hur man kan reagera på situationen. Därför skulle artikeln också omfatta beskrivningar av hälsoriskerna med cannabis.

Det finns överraskande lite och delvis motstridiga forskningsdata särskilt gällande långvarig och riklig användning, åtminstone jämfört med vad vi vet om exempelvis alkoholen. Orsakerna till detta är: kännetecknande för användningen av cannabis är att den används under en kort tid i ungdomen och längdsnittsstudier av hög kvalitet saknas. En stor del av användarna brukar också alkohol och tobak, så det är svårt att skilja de långvariga verkningarna av de olika ämnena från varandra. Det är svårt att bedöma vilken dos en användare av cannabis får, eftersom det inte finns någon standarddos, på samma sätt som en cigarett eller en alkoholportion.<sup>109</sup>

I sin artikel kommenterade THL:s experter vissa risker som har kopplats ihop med användningen av cannabis:

Det finns riktgivande bevis på att användning av cannabis kan framkalla psykos (såsom schizofreni) samt depression och andra störningar i den psykiska hälsan. Man bör varna ungdomar för dessa eventuella följder, särskilt om ungdomarna själva eller någon i deras släkt är känsliga för psykiska störningar, även om det finns invändningar mot de vetenskapliga bevisens styrka (...) Regelbunden rökning av cannabis kan utsätta användaren för samma typer av cancer och sjukdomar i luftvägarna som tobaksrökning.<sup>110</sup>

Artikeln gav upphov till skarpa protester, enligt vilka forskningen antingen hade kullkastat dessa påståenden eller de åtminstone inte hade bevisats och författarna beskyldes därför för att sprida skräckbilder.

<sup>107</sup> Ovan nämnda verk 3.

<sup>108</sup> Ovan nämnda verk 8.

<sup>109</sup> Witton 2008, 117–118.

<sup>110</sup> Puusniekka & Soikkeli 2010.

Var författarnas påstående berättigade i ljuset av befintliga forskningsdata? I långvariga befolkningsundersökningar har man på sin höjd fått riktgivande bevis på sambandet mellan sjukdomar i andningsorganen, cancer och rökning av cannabis. I cell- och fallstudier har man påträffat förändringar orsakade av cannabis, som kan innebära förstadier till cancer. Man vet att cannabisrök innehåller tiotals av samma cancerframkallande beståndsdelar som tobaksrök.<sup>111</sup> Det finns ett obestridligt statistiskt samband mellan riklig användning av cannabis och schizofreni, men orsakssambandet är en öppen fråga: cannabis kan orsaka schizofreni, personer som lider av schizofrenisymptom kan söka lindring med hjälp av cannabis, personer som är disponerade för schizofreni kan också vara mer disponerade för annat beroende, eller cannabis kan utlösa schizofreni hos personer som har ärftliga anlag för sjukdomen.<sup>112</sup>

### INFORMATION, TOLKNINGSRAM OCH BETYDELSE

Mitt exempel beskriver en situation där ingen större oenighet råder angående fakta som grundar sig på forskningsdata, men nog i fråga om informationens tolkning och betydelse. Oenigheten kan emellertid lösas genom att utnyttja inramningsteorin för kommunikation, som presenterades ovan. Med hjälp av den förstår vi att vissa fakta beroende på tolkningsramen kan ha stor eller liten betydelse och att det inom en tolkningsram kan vara mer motiverat att lägga fram dessa fakta än inom en annan.

I debatten som ovan nämnda artikel väckte, och i drogdebatten i allmänhet, kan man urskilja åtminstone tre tolkningsramar:

En *ideologisk/drogpolitisk* tolkningsram leder oss till att granska varje faktapåstående ur en viss drogpolitisk linjes perspektiv: stöder eller undergräver påståendet denna linje. Artikeln kritiserades såväl för att försvara en begränsande drogpolitik och kriminaliseringen av cannabis, som för att ringakta problemen med cannabis och försvaga drogpolitiken som strävar efter att tygla dem.

En *konsumentupplysandel/riskinformerande* tolkningsram ser användningen av droger ur individens synvinkel. Den baserar sig på J. S. Mills liberala etik, som Matti Piispa beskrev i förordet till den här boken. Grundtanken i denna är att människor måste få veta vilka de eventuella verkningarna av deras val är. I annat fall är det inte möjligt att göra ett fritt och medvetet val. Den här tolkningsramen berättigar och till och med ålägger författarna att varna också för sådana risker som forskningen inte har kunnat utesluta, även om bevisen för dessa inte är särskilt starka. Även forskare som inte ser några starka bevis för ett samband mellan cannabis och schizofreni anser det motiverat att varna ungdomar för risken.<sup>113</sup>

En *samhällspolitisk/folkhälsomässig* tolkningsram leder oss till att begrunda drogbrukets samhälleliga effekt samt att bedöma betydelsen av bruket för hela befolkningens eller vissa befolkningsgruppers hälsa, de behov av förebyggande arbete och vård som bruket eventuellt leder till och kostnaderna för dessa samt alternativa åtgärder för att reglera fenomenet.

Trots att informationen om riskerna för cancer och schizofreni som användningen av cannabis orsakar är viktig för individen som bakgrundsfakta för individens egna beslut, verkar

<sup>111</sup> Witton 2008, 121–123.

<sup>112</sup> Ovan nämnda verk 127–132.

<sup>113</sup> Moore m.fl. 2007, 319.



riskerna föga betydande ut ett *sambällspolitiskt/folkhälsomässigt* perspektiv. På befolkningsnivå är rökning av cannabis en så obetydlig delfaktor i fråga om sjukdomar i andningsorganen och cancersjukdomar, att det knappast går att få fram i studier. Det går inte heller att minska antalet schizofrenifall genom att förebygga användningen av cannabis. Enligt beräkningar måste man förebygga att 3 000–5 000 ungdomar blir storkonsumenter av cannabis, för att kunna förebygga ett enda schizofrenifall.<sup>114</sup> Det finns många bra orsaker till att förebygga användningen av cannabis bland ungdomar, men denna hör inte till dem.

En slutledning av det ovsagda: betydelsen av forskningsdata är inte spikat och inte alltid konstant, utan varierar beroende på tolkningsram. Ett visst problem kan på goda grunder definieras som viktigt inom en tolkningsram och mindre betydande inom en annan. Särskilt drogdebatten, -politiken och -upplysningen störs av att olika tolkningsramar blandas ihop. Det är ett allvarligt problem för vår förmåga att tänka och handla rationellt.

---

<sup>114</sup> MacLeod & Hickman 2010, 1328.

## 7 Interaktionsfärdigheter öppnar kanaler

Markku Soikkeli

Nästan alla ställningstaganden i den här boken motiverar varför interaktionen är så viktig inom det alkohol- och drogförebyggande arbetet, och den mest omfattande interaktionen uppnås med hjälp av massmedierna. Därför är det viktigt att skaffa sig färdigheter i *mediepåverkan* (eng. *media advocacy*, bokstavligen att försvara något i medierna). På detta sätt får arbetet synlighet och effektivitet och själva får vi det inflytande som *tvåstegshypotesen för kommunikation* utlovar.

Det är naturligtvis möjligt att köpa synlighet med betalda annonser, och då kan vi också utforma budskapet efter eget gottfinnande. Allmänheten förhåller sig emellertid mer seriöst till journalistiskt innehåll än till reklam.<sup>115</sup> Reklamer, exempelvis annonser om evenemang, har trots allt sin betydelse när det gäller att hålla frågor framme på allmänhetens dagordning.

Det finns ingenting som hindrar att vi försöker nå de största riksomfattande medierna, men det kan vara till större nytta att försöka bygga upp ett bra samarbete med lokala medier. Alkohol- och drogförebyggande arbetet är till sin karaktär till stor del lokalt, och konkurrensen om spaltmillimetrarna eller sekunderna i elektroniska medier inte är fullt så mördande. Mediepåverkan kan vara en del av det alkohol- och drogförebyggande arbetets samarbetsprojekt, som strävar efter att påverka det lokala samhället samtidigt i olika forum och med olika metoder.<sup>116</sup>

Varken mediepåverkan eller alkohol- och drogupplysningen i allmänhet är i första hand avsedda som rådgivning för individer, utan de strävar efter att påverka samhällsklimatet på lång sikt, väcka medborgarna till det gemensamma ansvaret, hålla viktiga ämnen framme på dagordningen och stimulera debatten.

### HUR KLARA AV ATT HANTERA MASSMEDIERNA

Framför allt måste vi lära oss hur massmedierna fungerar och hur de som arbetar i branschen tänker. Det lönar sig att bygga upp ett långvarigt gott samarbete med dessa *portvakter*. Språkbilden är belysande: det finns miljarder budskap i världen, av vilka bara en liten del väljs ut och kommer ut till allmänheten.

Relationen till medierna är ett utbyte som gagnar båda sidor. Du får framföra ditt budskap, men mediet måste också få något i utbyte: tillförlitlig information som är värd att relatera, intressant stoff och tips för artiklar, vid behov välgrundade bakgrundsfakta. Målet är att etablera ett långt personligt samarbete med vissa representanter för medierna, att visa sig vara en sådan nyttig partner vars nummer man alltid nu och då gräver fram på redaktionen.

Medierna slår vakt om sitt oberoende: du kan inte bestämma hur de ska förhålla sig till ditt ämne eller kräva att de för fram de saker som du betraktar som viktigast.<sup>117</sup> Du ska inte

<sup>115</sup> Piispa 2003, 51.

<sup>116</sup> Se t.ex. Hörkkö m.fl. 2010.

<sup>117</sup> Holmila 1997, 122.





försöka få medierna att främja en viss sak, inte ens en god sådan. Men de kan framföra ditt budskap av egen fri vilja, om du lyckas framföra och underbygga det på rätt sätt.

Slösa inte med redaktionens tid: journalister saknar varken kaffe eller tidsfördriv, och om du inte har något väsentligt att berätta kan det hända att de inte bryr sig om att komma till din presskonferens nästa gång.

## MASSMEDIERNAS ANGELÄGENHETSORDNING

Massmediernas kriterier för vad som är intressant avviker ofta från vad vi själva helst vill berätta och hur. Exempelvis filosofin bakom vårt arbete är ett ämne som vi skulle kunna tala om hur länge som helst, men i mediernas vardag har man ingen användning för det.

För massmedierna är det hårda nyheter som gäller. En nyhet är en aktuell händelse eller en förändring. En nyhet kan också bestå av att man försöker presentera ett fenomen som blivit glömt eller fått mindre uppmärksamhet som viktigt, med hjälp av ny information eller ett nytt perspektiv. Närhet är också viktigt, det att ämnet berör mottagaren. Ett ämne kan beröra på två sätt: det kan väcka känslor hos oss eller påverka vårt liv direkt. Vi måste utveckla den empatiska förmågan och lära oss att se på vårt ämne ur andra människors perspektiv, det räcker inte med att det är viktigt för oss.

Medierna vill personifiera ämnen. Inte bara i den bemärkelsen att de hellre skriver om kändisar än om allvarliga samhällsproblem, utan också så att de gärna lägger fram ämnen och problem genom människor, dvs. ger dem ett ansikte. Alla tycker inte om att stå i ramp-ljuset, men det hjälper. Ju mer av vår personlighet vi satsar, desto bättre kommer vi åt att främja vår sak.

Vi sitter med några trumf på hand när det gäller att väcka mediernas intresse: den högklassiga och omfattande forskningen inom sektorn erbjuder precis sådana hårda fakta och beskrivningar av samhällsförändringar, som medierna gillar.<sup>118</sup> Det här intresset kan vi utnyttja också med egna knep: också en liten studie, utredning eller enkät, ibland bara en gatugallup, kan vara ett knep för att få publicitet.

Ett annat trumf är att frågor om alkohol och droger intresserar allmänheten och ofta väcker debatt. Å andra sidan innebär det här en svårighet som vi tidvis stöter på: alkohol och droger är ett personligt och känsloladdat ämne för många av oss – också för många journalister – och därför reagerar man ibland på ämnet på överraskande sätt. Ibland litar man till och med blint på information och åsikter som grundar sig på egen erfarenhet.

Bara vi minns att mediepåverkan framför allt innebär ständig medverkan och att alla journalistiska insatser bara är inlägg i en kontinuerlig debatt, behöver vi inte ta det så hårt om vi någon gång stöter på problem med att få fram vårt ämne eller om vi tycker att en enskild artikel är misslyckad eller har fel betoning.<sup>119</sup> Det viktiga är att vi bidrar till den offentliga debatten med högklassiga inlägg.

<sup>118</sup> Piispa 2003, 51.

<sup>119</sup> Se Piispa 2001, 31–34.

## VAD ERBJUDA OCH HUR

Ingen metod för mediepåverkan är helt betydelselös. Redaktionerna läser responsen på artiklarna, och om de är träffande kan de påverka hur ett ämne behandlas nästa gång. Nyhetströskeln för insändare är ofta ganska låg och insändarna läses flitigt. De är speciellt lämpliga då vi vill reagera snabbt. Att delta i diskussioner på webbforum kan rekommenderas endast med vissa förbehåll, som gäller nivån på olika forum. Kolumner och olika gäst- eller expertinlägg kräver arbete, men ger också trovärdighet och inflytande. Bara tips om artiklar producerar ofta önskat resultat. Pressmeddelanden och -konferenser ska användas med urskillning.

Vi kan glömma vad vi lärde oss om uppsatsskrivning i skolan och utveckla vår skriftliga uttrycksförmåga i riktning mot en mer journalistisk stil. Ett välskrivet inlägg går rakt på sak och nämner det viktigaste i början av texten. Språket ska vara lätt att förstå och tydligt – alla yrken är sammansvärjningar mot lekmännen, sade G. B. Shaw, och fackspråken är alltså dessa sammansvärjningars hemliga språk. Hannu Salama ger det goda rådet att fatta sig kort och lyckas med ett försök. Använd alltid så konkreta ord som möjligt: håll dig till ett ord och blanda inte in andra uttryck. Skriv huvudsatser och undvik långa satskedjor. Använd verb och undvik substantivisering (utvecklande, främjande, genomförande, säkerställande).

Alla bra texter – precis som en diskussion – är en dialog, även om författaren sitter ensam och knappar på sin dator. Det lönar sig att förutse läsarens och lyssnarens reaktioner på vad vi skriver eller säger. Mottagaren märker att kanalen är öppen för interaktion, och kastar sig in i debatten. Han eller hon lyssnar inte bara på orden, utan på dig och dina tankar.



## KÄLLÖR

- Aarva, P. (1991) *Terveysvalituksen kuvia ja mielikuvia*. Tutkimus terveysjulisteiden vastaanotosta. Tammerfors universitets publikationer A/328. Tammerfors: Tammerfors universitet.
- Aira, T. (2010) Terveystieto. I verket M. Rimpelä & S. Fröjd & H. Peltonen *Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen perusopetuksessa 2009. Perusraportti kyseystä 1.–6. vuosiluokkien kouluille*. Uppföljningsrapporter för utbildningen 2010:1. Helsingfors: Utbildningsstyrelsen. [http://www.oph.fi/download/46621\\_hyvinvoinnin\\_ja\\_terveyden\\_edistaminen\\_peruskouluissa2.pdf](http://www.oph.fi/download/46621_hyvinvoinnin_ja_terveyden_edistaminen_peruskouluissa2.pdf). (Hänvisning 6.8.2011.)
- Babor, T. & Caetano, R. & Casswell, S. & Edwards, G. & Giesbrecht, N. & Graham, K. & Grube, J. & Grunewald, P. & Hill, L. & Holder, H. & Homel, R. & Österberg, E. & Rehm, J. & Room, R. & Rossow, I. (2003) *Alcohol: No Ordinary Commodity. Research and Public Policy*. London: Oxford University Press.
- Babor, T. & Caulkins, J. & Edwards, G. & Fischer, B. & Foxcroft, D. & Humphreys, K. & Obot, I. & Rehm, J. & Reuter, P. & Room, R. & Rossow, I. & Strang, J. (2010a) *Drug Policy and The Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Babor, T. & Caetano, R. & Casswell, S. & Edwards, G. & Giesbrecht, N. & Graham, K. & Grube, J. & Hill, L. & Holder, H. & Homel, R. & Livingston, M. & Österberg, E. & Rehm, J. & Room, R. & Rossow, I. (2010b): Alcohol: No Ordinary Commodity. A Summary of the Second Edition. *Addiction* 2010, 105, 769–779.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1994) *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. Helsingfors: Gaudeamus.
- Brown, J. & Kreft, I. (1998) Zero Effects of Drug Prevention Programs: Issues and Solutions. *Evaluation Review* 22 (1), February 1998, 3–14.
- Burkhardt, G. (2008) *Science-based Prevention in the European Union*. Tallinn: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction. [http://www.tai.ee/failid/Handouts\\_final\\_Gregor\\_Burkhardt\\_Talinn\\_prevention.pdf](http://www.tai.ee/failid/Handouts_final_Gregor_Burkhardt_Talinn_prevention.pdf). (Hänvisning 6.8.2011.)
- CEPS & EFDR (2009) *Getting the Facts Right on Alcohol Advertising and Consumption*. [http://www.europeanspirits.org/documents/Factsheets/CPAS0772009\\_Fact\\_Sheet\\_advertising.pdf](http://www.europeanspirits.org/documents/Factsheets/CPAS0772009_Fact_Sheet_advertising.pdf). (Hänvisning 6.8.2011.)
- Cuijpers, P. (2002) Effective Ingredients of School-based Drug Prevention Programs. A Systematic Review. *Addictive Behaviors* 27, 1009–1023.
- Dearing, J. W. & Rogers, E.M. (1992) *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. Thousand Oaks & London: Sage.
- Edwards, G. & Anderson, P. & Babor, T. & Casswell, S. & Ferrence, R. & Giesbrecht, N. & Godfrey, C. & Holder, H. & Lemmens, P. & Mäkelä, K. & Midanik, L. T. & Norström, T. & Österberg, E. & Romelsjö, A. & Room, R. & Simpura, J. & Skog, O-J (2005) *Alcohol Policy and the Public Good*. Oxford, New York, Tokyo: Oxford University Press.
- EUCAM (2011) *The Seven Key Messages of the Alcohol Industry*. [http://www.eucam.info/content/bestanden/seven\\_key\\_messages\\_of\\_the\\_alcohol\\_industry.pdf](http://www.eucam.info/content/bestanden/seven_key_messages_of_the_alcohol_industry.pdf). (Hänvisning 11.3.2011.)
- Forsell, J. (2002) *Tosi vallan käyttäjä*. <http://www.helsinki.fi/jarj/poleemi/forsell.html>. (Hänvisning 11.3.2011.)
- Green Day (2004) *American Idiot*. På albumet *American Idiot*. California: Reprise Records.
- Habermas, J. (1984) *The Theory of Communicative Action, Volume 1. Reason and the Rationalisation of Society*. Boston, MA: Beacon Press.
- Habermas, J. (1987) *The Theory of Communicative Action, Volume 2. System and Lifeworld: A Critique of Functionalist Reason*. Boston, MA: Beacon Press.
- Hakkarainen, P. (2000) *Tupakka. Nautinnosta ongelmaksi*. Tammerfors: Vastapaino.
- Havio, M. & Laine, H. & Peltonen, H. & Soikkeli, M. & Tenkanen, T. & Tossavainen, T. & Ylä-Rautio-Vaittinen K (2009) *Ehkäisevä päihdetyö ja koululainen*. PowerPoint-presentation. Helsingfors: Stakes.
- Hawks, D. & Scott, K. & McBride, N. & Jones, P. & Stockwell, T. (2002) *Prevention of Psychoactive Substance use. A Selected Review of What Works in the Area of Prevention*. Genève: WHO.

- Helminen, M. (2004) Terveystiedon medialukua yhteisöjen ja kulttuurien ympäröimänä. *Promo* 32 (2), 13–14.
- Hemánus, P. & Partanen, J. & Virtanen, M. (1987) *Virittävyiden ongelma*. Tammerfors universitet/institutionen för journalistik och masskommunikation, publikationer, serie C 9. Tammerfors: Tammerfors universitet.
- Hoikkala, T. (2008) Nuoret ja humalan säätely. I verket *Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus ry* (2008), 20–26.
- Holmila, M. (1997) *Yhteisö ja interventio. Alkoholihaittojen paikallinen ennaltaehkäisy*. Stakes undersökningar 73. Helsingfors: Stakes.
- HUI, Swedish Retail Institute (2009) *Swedish Alcohol Policy: an Effective Policy?* [http://www.brewersofeurope.org/docs/publications/HUI\\_2009\\_Swedish\\_alcohol\\_policy\\_study.pdf](http://www.brewersofeurope.org/docs/publications/HUI_2009_Swedish_alcohol_policy_study.pdf). (Hänvisning 18.8.2011.)
- Hörkkö, T. & Markkula, K. (2010) Vantaalla rokataan nyt enemmän. *Slutrapport och extern utvärderingsrapport för projektet Vanda bryr sig*. Vanda: Social- och hälsovårdsförvaltningen.
- Kampanjaffischer If I Smoked I would quit. <http://www.fressis.fi/kampanjat/juliste/index.php>. (Hänvisning 15.6.2009.)
- Jallinoja, P. & Piispa, M. & Tigerstedt, C. (2003) *Koko totuus huumeekampanjasta. Valtakunnallisen kampanjan arviointi*. Publikationer 10/2003. Helsingfors: Centret för hälsofrämjande rf.
- Järvi, U. (2011) *Media terveyden lähteillä. Miten sairaus ja terveys rakentuvat 2000-luvun mediassa*. Jyväskylä: Jyväskylä universitet.
- Kant, Immanuel (1995) Vastaus kysymykseen: Mitä on valistus? I verket Juha Koivisto, Markku Mäki & Timo Uusitupa (red.) *Mitä on valistus?* Vastapaino. Tammerfors. Lånat ur verket P. Salovaara (2007) Ajattelun haaste filosofin vastaanotolla. *Niin & näin* 4/07, 30–35.
- Katainen, A. (2011) *Tupakka, luokka ja terveystietämisen ongelma*. Institutionen för socialvetenskaper, publikationer 2011:2. Helsingfors: Helsingfors universitet.
- Reklamlänkare (2009) på Nelonen: ”Tupakkaa huuleen, naamaan näppyloi”, ”Tupakka vanhentaa ihoa”, ”Ai rööki vanhentaa ihoa?”, ”Tupakka haisee pahalle” (innehåller av forskaren).
- Kiijärvi-Pihkala, M. & Soikkeli, M. (2010) Extern utvärderingsrapport för projektet Vanda bryr sig. I verket T. Hörkkö & K. Markkula (red.) *Vantaalla rokataan nyt enemmän. Slutrapport och extern utvärderingsrapport för projektet Vanda bryr sig*. Vanda: Social- och hälsovårdsförvaltningen.
- Kunelius, R. (1998) *Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin*. Helsingfors: WSOY.
- Tidskriften *Käry*. Cancerföreningen i Finland rf:s kampanj Fressis. <http://www.fressis.fi/kampanjat/kary/kary.pdf>. (Hänvisning 19.2.2008.)
- Riktlinjer för god medicinsk praxis 2006. Duodecim: Rökning, nikotinberoende och avvänjning. <http://www.kaypahoito.fi/kh/kaypahoito:suositus=khp00042>. (Hänvisning 16.4.2009.)
- Lakoff, G. & Johnson, M (2003) *Metaphors We Live By*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- MacLeod, J. & Hickman, M. (2010) How ideology shapes the evidence and the policy: what do we know about cannabis use and what should we do? *Addiction* 105, 1326–1330.
- Moore, T. H. M. & Zammit, S. & Lingford-Hughes, A. & Barnes, T. R. E. & Jones, P. B. & Burke, M. & Lewis, G (2007) Cannabis use and risk of psychotic affective mental health outcomes: a systematic review. *The Lancet*, Vol. 370, July 28, 319–328.
- Mäkelä, K. (1999) Itsen esittäminen Suomessa. I verket Klaus Mäkelä (red.) *Valtio, väkijoumat ja kulttuuri. Kirjoituksia Suomesta ja sosiologiasta*. Helsingfors: Gaudeamus.
- Nelson, J.P. (2008) Reply to Siegel et al: alcohol advertising in magazines and disproportionate exposure. *Contemporary Economic Policy*, 26 (3), 493–504. [http://econ.la.psu.edu/people/biographies/papers/Alochol\\_Advertising\\_in\\_Magazines\\_and\\_Disproportionate\\_Exposure\\_Reply.pdf](http://econ.la.psu.edu/people/biographies/papers/Alochol_Advertising_in_Magazines_and_Disproportionate_Exposure_Reply.pdf). (Hänvisning 18.8.2011.)
- NIDA, National Institute on Drug Abuse (2003) *Preventing Drug Use among Children and Adolescents. A Research-Based Guide*. Second Edition. <http://drugabuse.gov/pdf/prevention/redbook.pdf>. (Hänvisning 22.3.2011.)
- Bryggeri- och läskedrycksindustriförbundet rf. (2008) *Kännissä olet ääliö - valistuskampanja alkoholijuomien väärinkäyttöä vastaan. Toteutus ja arviointi*. Helsingfors: Bryggeri- och läskedrycksindustrin rf.
- Partanen, J. (1981) Teesejä valistuksesta. *Alkoholipolitiikka* 46, 161–168.



- Bloggen *Patients for Medical Cannabis*. <http://patients4medicalmarijuana.wordpress.com/2010/01/04/marijuana-cures-cancer-us-government-has-known-since-1974/>. (Hänvisning 14.8.2011.)
- Pawson, R. & Tilley, N. (1997) *Realistic Evaluation*. London: Sage Publications.
- Perelman, C. (1996) *Retoriikan valtakunta*. Tammerfors: Vastapaino.
- Pietilä, V. (1997) *Joukkotiedotustutkimuksen valtateillä*. Tammerfors: Vastapaino.
- Piispa, M. (1998) Alkoholi ja tupakka suomalaisessa mielipideilmastossa. *Yhteiskuntapolitiikka* 63 (1), 14–28.
- Piispa, M. (1999) *Alkoholi, huumeet ja media*. Centret för hälsofrämjande rf:s publikationer 9/99. Helsingfors: Centret för hälsofrämjande rf.
- Piispa, M. (2001) Johdatusta mediatyöhön. I verket M. Piispa & T. Tammi *Paikallisyhteisö ja media päihdetyössä. Kallio kuplii -projektin kokemuksia*. Centret för hälsofrämjande rf:s publikationer 4/2001. Helsingfors: Centret för hälsofrämjande rf.
- Piispa, M. (2003) Median mahti. I verket R. Varamäki R. & L. Hämäläinen *Järjestöt ehkäisevän päihdetyön toimijoina: näkökulmia kehittämiseen*. Centret för hälsofrämjande rf:s publikationer 10/2003. Helsingfors: Centret för hälsofrämjande rf.
- Piispa, M. (2008) Kännissä olet ääliö -kampanjan arviointi. I verket *Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus ry* (2008), 27–43.
- Piispa, M. & Kirsi, T. (1989) *Hyvää elämää etsimässä. Tutkimus elintavoista ja yhdistystoiminnasta*. Vammala: Finlands Nykterhetsorganisationer rf.
- Piispa, M. & Soikkeli, M. & Salasuo, M. & Hoikkala, T. (2008) Kampanja ja känni. Arvioita valistuksen vaikuttavuudesta. I verket *Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus ry* (2008).
- Puusniekka, R. & Soikkeli, M. (2010) Kannabiksesta on voitava puhua avoimesti. Yläkerta, *Helsingin Sanomat* 14.10.2010.
- Room, R. (2001) *Presenting Alcohol Problems: Popular Approaches are Ineffective, Effective Approaches are Politically Impossible*. De geest uit de fles... National congress over een ontluikend alcoholmatigingsbeleid. Woerden: NIGZ.
- Rönkä, S. (2011) Huumeepoliittista viisastenkiveä etsimässä. *Yhteiskuntapolitiikka* 3 (2011), 350–351.
- Salasuo, M. (2011) Sössikö kiekkkoleijonat vai media? *Tidningen City*, webbversionen 17.5.2011. <http://www.city.fi/yhteisot/blogit/mikkosalasuo/117307/>. (Hänvisning 7.7.2011.)
- Salasuo, M. & Tigerstedt, C. (2007) Miten nuorten juomista on tutkittu 1950–2007? I verket C. Tigerstedt (red.) *Nuoret ja Alkoholi*. Helsingfors: Alkoholi- ja huumeetutkijainseura & Ungdomsforskningsnätverket, 9–32.
- Salomäki, S-M (2006) *Amis-pojat. Tupakkaa ei tueta sitä poltetaan*. Tutkimus ammattikoululaispoikien tupakoinnista ja ammattikouluista tupakoinnin ympäristönä. Helsingfors: Euro RSCG.
- Salomäki, S-M (2007) *Amis-pojat. Naisia hermoromahduksen partaalla*. Helsingfors: Euro RSCG.
- Salomäki, S-M & Minkinen, P. (2008) *Nuorten subtautuminen tupakointiin*. Helsingfors: Kuule Oy, Sulake Oy, TNS-Gallup.
- Salomäki, S-M & Tuisku, J. (2006) *Nuoret nyt!* Helsingfors: Euro RSCG.
- ”Savuttomat” reklamblänkare på Nelonen. <http://www.fressis.fi/kampanjat/paussi/index.html>. (Hänvisning 3.12.2009.)
- Cancerorganisationerna (2009) Huippumalliksi tähtäävä suosii savuttomuutta. Pressmeddelande om kampanjen Skunk Girl. <http://www.sttinfo.fi/pressrelease/detail.do?pressId=24269>. (Hänvisning 3.12.2009.)
- Smith, L. & Foxcroft, D. R. (2009) The effect of alcohol advertising, marketing and portrayal on drinking behavior of young people. A systematic review of cohort studies. *BMC Public Health*, 9:51.
- Soikkeli, M. (2002) *Miten puhua huumeista*. Helsingfors: Stakes.
- Soikkeli, M. (2005) Älä lyö lyötyä paitsi jos on hyötyä. Kuinka poliittinen retoriikka syrjii ja syrjäyttää huumeiden käyttäjiä ja heiksi leimattuja. I verket T. Juvakka (red.) *Puheenvuoroja sosiaali- ja terveysalalta*. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja, sarja A: Raportteja ja tutkimuksia. Jyväskylä: Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulu.
- Soikkeli, M. (2010a) Tutkimusnäyttö alkoholimainonnan vaikutuksista lapsiin ja nuoriin. *Yhteiskuntapolitiikka* 75 (5), 538–546.
- Soikkeli, M. (2010b) Asiantuntijalausunto alkoholimainonnan rajoituksia selvittäneen työryhmän mietinnöstä. I verket *Sosiaali- ja terveysministeriö 2010* (Hänvisning 11.6.2011.)

- Social- och hälsovårdsministeriet (2010) *Alkoholmainonnan rajoituksia selvittäneen työryhmän mietintö*. [http://www.stm.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=39502&name=DLFE-11709.pdf](http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=39502&name=DLFE-11709.pdf). (Hänvisning 11.6.2011.)
- Stakes (2006) *Ehkäisevän päihdetyön laatukriteerit*. Arbetspapper 3/2006. Helsingfors: Stakes. <http://www.stakes.fi/FI/Kehittaminen/valineet/laatusuosituksia/paihdeyto/index.htm>.
- THL (2009) Nuorten tupakointi. [http://www.ktl.fi/portal/suomi/tietoa\\_terveydesta/elintavat/tupakka/nuorten\\_tupakointi](http://www.ktl.fi/portal/suomi/tietoa_terveydesta/elintavat/tupakka/nuorten_tupakointi). (Hänvisning 15.5.2009.)
- Webbplatsen Työkalupakki. <http://www.tyokalupakki.net/pages/index.htm>. (Hänvisning 16.8.2011.)
- Virtanen, M. (1981) Miten arvioida valistuksen vaikutuksia. *Alkoholipolitiikka* 46 (4), 184–191. I verket Hemánus m.fl. (1987).
- Virtanen, M. (1986) Vielä kerran virittävyys. *Tiedotustutkimus* 1 (9), 69–83. I verket Hemánus m.fl. (1987).
- Virtanen M. (1987) Hemánuksen virittävyys. *Alkoholipolitiikka* 54 (3), 129–131. I verket Hemánus m.fl. (1987).
- Värri, V-M (2000) *Hyvä kasvatust. Kasvatust hyvään. Dialogisen kasvatuksen filosofinen tarkastelu erityisesti vanhemmuuden näkökulmasta*. Tammerfors: Tampere University Press.
- Witton, J. (2008) Cannabis use and physical and mental health. I verket R. Sznitman & B. Olsson & R. Room (red.) *A Cannabis reader: global issues and local experiences*, Volume 2. Lisbon: European Monitoring Center for Drugs and Drug Addiction, EMCDDA Monographs 8.