



Eiropas
Savienības
Veselības
programmas
ietvaros
finansēts
projekts



ACCESS ZIŅOJUMS

Access stratēģijas pusaudžu iesaistīšanai smēķēšanas atmešanas programmā:



Galvenie vadlīniju principi, stratēģijas un aktivitātes

Šī ACCESS ZIŅOJUMA mērķis ir atbalstīt smēķēšanas atmešanas atbalsta programmu ieviesējus, izstrādātājus, finansētājus un politikas veidotājus efektīvu iesaistīšanas/vervēšanas stratēģiju izstrādē, lai palielinātu smēķējošo jauniešu iesaistīšanos smēķēšanas atmešanas programmās.

Galīgā versija 2010. gada jūlijs

ACCESS Konsorcijs



  ACCESS is funded by the European Union, in the framework of the Health Programme

ACCESS ir ES projekts, kura mērķis ir palielināt pusaudžu smēķēšanas atmešanas programmu ietekmi, atbalsot programmas ieviešējus, attīstītājus, finansiālus atbalstītājus un politikas veidotājus efektīvu vervēšanas stratēģiju izstrādāšanā.

Apskatot sīkāk, projekta mērķis ir iegūt zināšanas par to, kā motivēt smēķējošos jauniešus iesaistīties smēķēšanas atmešanas programmās un šīs zināšanas pārveidot konkrētās rekomendācijās smēķēšanas atmešanas praktiskajā darbībā. Šī mērķa dēļ 10 Eiropas valstīs tika izveidoti nacionāla līmeņa tīkli, kas veicina sadarbību dažādu projektā iesaistīto partneru starpā pusaudžu veselības nodrošināšanai. Lai parādītu daudzsoļošu programmas ieviešanas iespēju ceļus, projekta rezultāti tika apkopoti ziņojumā, kurā parādītas vadlīnijas un vervēšanas stratēģijas principi, kā arī praktiskās motivāciju darbības katalogi, kuros ietverta pusaudžu smēķēšanas atmešanas programmu ieviešēju pieredze ACCESS valstīs.

Projekts uzsākts 2009. gada septembrī un tika ieviests līdz 2010. gada augustam, saņemot Eiropas Savienības līdzfinansējumu Veselības programmas ietvaros. Projektā iesaistīti 11 partneri no visas Eiropas un to koordinē IFT Institut für Therapieforschung, Dr. Anneke Bühler. Partneri:

- IFT – Institut für Therapieforschung München, Germany
- Danish Cancer Society, Denmark
- Maastricht University, The Netherlands
- General University Hospital in Prague, Czech Republic
- Stop smoking NGO, Slovak Republic
- Agencia Formacion Investigacion y Estudios Sanitarios, Spain
- Slovenian Coalition for Tobacco Control, Slovenia
- Rīgas domes Labklājības departaments, Latvija (Riga City Council Department of Welfare, Latvia)
- Foundation Against Respiratory Diseases, Belgium
- Institut für Sozial und Gesundheitspsychologie, Austria
- GABO:mi, Gesellschaft für Ablauforganisation, Germany (project management)

Vairāk informācijas iespējams saņemt tiešsaistē www.access-europe.com

levads

Jaunatne parasti sāk smēķēt aptuveni 13 gadu vecumā, sasniedzot visaugstāko smēķēšanas pakāpi aptuveni 18 gados. Saskaņā ar ESPAD¹ pētījumu 58% no 15 - 16 gadu veciem skolniekiem ir pamēģinājuši uzpīpēt cigareti vismaz vienu reizi, 29% ir pīpējuši cigaretes pēdējo 30 dienu laikā. No tiem 12% izsmēķējuši 1-10 cigaretes dienā, 4% izsmēķējuši 11-20 cigaretes dienā un 2% vismaz 1 paciņu dienā.

No tabakas atkarīgie jauno smēķētāju vidū rodas arvien vairāk. Puse no pusaudžiem smēķētājiem, kuri zaudē savu neatkarību no tabakas, to paveic, izsmēķējot tikai septiņas cigaretes mēnesī, puse no tiem, kas atbilst ICD-10-noteiktajiem atkarības kritērijiem, šo atkarību ieguvuši, izsmēķējot vienu līdz divas cigaretes mēnesī.² Vidējais laika intervāls starp regulāru smēķēšanu un nikotīna atkarības diagnozi smēķējošo jauniešu vidū ir aptuveni pusotrs gads³. Viens no trim smēķējošiem pusaudžiem kļūst klīniski atkarīgs aptuveni 35 gadu vecumā, tādējādi pakļaujot sevi visām labi zināmām briesmām, kas apdraud veselību, ja tiek lietota tabaka.

Tāpat ir konstatēts, ka smēķējošo jauniešu vēlme un mēģinājumi atstāt izveidojas gandrīz tūlīt pēc smēķēšanas uzsākšanas⁴. Jau trīs mēnešu laikā smēķēšanu uzsākušie jaunieši sāk nopietni domāt par atmešanu. Nākošo divu mēnešu laikā smēķētāji pakāpeniski zaudē pārliecību par savu spēju atstāt smēķēšanu. Pēc smēķēšanas pieredzes divarpus gadu garumā, smēķējošie jaunieši pakāpeniski sāk apzināties, ka kļuvuši atkarīgi no nikotīna un, ka atstāt smēķēšanu ir grūti. Starptautiskie dati uzrāda, ka apmēram 60% no smēķējošiem pusaudžiem ir mēģinājuši atstāt smēķēšanu pēdējo sešu mēnešu laikā un 90% no tiem, kas sākotnēji atmetuši, atkal pievērsušies veselībai bīstamajam netikumam šo mēnešu laikā⁵.

Efektīvas jauniešu smēķēšanas atmešanas programmas izveide ir ne tikai nepieciešama no sabiedrības veselības viedokļa, bet tā atbilst arī pašu smēķējošo pusaudžu vēlmēm. Tomēr starptautiskā pieredze liecina, ka smēķējošie pusaudži faktiski nav ieinteresēti piedalīties smēķēšanas atmešanas programmās⁶. Vienlaikus joprojām vairāk kā 80% uzskata, ka viņi paši patstāvīgi var atstāt. Viņi uzskata, ka programma viņus pārāk ierobežo un uzrauga un domā, ka nav nepieciešams meklēt atbalstu no malas, izņemot viņu draugus, ja tas nepieciešams.

¹ ESPAD, 2009 The 2007 Espad Report, Substance among students in 35 European countries. www.espad.org

² Di Franza et al (2007). Symptoms of tobacco dependence after brief intermittent use. *Arch Pediatr Adolesc Med*, 161, 704-710.

³ Wittchen et al (2008). What are the high risk periods for incident substance use and transitions to abuse and dependence? Implications for early intervention and prevention. *Int J Methods Psychiatr Res*, 17 (S1), S16-S29

⁴ O'Loughlin et al (2009). Milestones in the Process of Cessation Among Novice Adolescent Smokers, *American Journal of Public Health*, 99, 499-504

⁵ Bancej et al (2007). Smoking cessation attempts among adolescent smokers: a systematic review of prevalence studies. *Tobacco Control*, 16, e8

⁶ P. Dalum, Events for Adolescent smoking cessation- the Development, Implementation and Evaluation of a Danish Adolescent Smoking Cessation Intervention. Danish Cancer Society, 2009

Gan Eiropas, gan starptautiskā līmenī šī attieksme atspoguļojas zemos piedalīšanās rādītājos, par kuriem ziņo programmas nodrošinātāji. Papildus efektīvai smēķēšanas atmešanas programmai, ļoti svarīga ir dalībnieku vervēšana programmā, kas nosaka smēķējošo jauniešu centienus atnest ietekmi uz sabiedrības veselību kopumā (ietekme x sasniegšana = ietekme uz sabiedrības veselību)⁷.

ACCESS projekta mērķi ir palielināt pusaudžu smēķēšanas atmešanas programmas ietekmi, palīdzot programmas ieviesējiem, veidotājiem, finansētājiem un noteikumu izstrādātājiem izstrādāt efektīvas jauniešu iesaistīšanas/vervēšanas stratēģijas. Šis ziņojums ir mūsu darba rezultāts un atspoguļo identificētos principus, stratēģijas un aktivitātes attiecībā uz jautājumu, kā motivēt jaunos tabakas lietotājus piedalīties atmešanas palīdzības programmā.

Ko piedāvā šis ziņojums

Galvenais šī ziņojuma mērķis ir atbalstīt tās ieinteresētās puses pusaudžu smēķēšanas atmešanā, kas vēlas palielināt savu dalību smēķēšanas atmešanas programmā. *Vadošie principi* skaidro, kas visumā jāņem vērā, motivējot smēķējošos pusaudžus ieskaitīties smēķēšanas atmešanas programmā. *Stratēģijas* ziņojumā aprakstītas šobrīd izmantotās vervēšanas metodes. *Aktivitāšu* sarakstā uzskaitīti šo metožu ieviešanas reālie piemēri pasaulē.

Metode

Ziņojuma saturs balstīts uz trim informācijas avotiem, kuri izveidoti ACCESS projekta ietvaros. Pirmkārt, sistematizētu literatūras apskatu izstrādāja Dāņu Vēža biedrība (Danish Cancer Society). Apskatā ietvertas ziņas par to, kas šodien zināms par jauniešu vervēšanu dalībai smēķēšanas atmešanas programmās un īpaši par to, kādi individuāli, sociāli un strukturāli faktori ir svarīgi šajā sakarā. Literatūras apskata secinājumi pamatojas uz attiecīgo pētījumu sistemātisku meklēšanu. Otrkārt, projektā iesaistīto pušu sanāksmes tika organizētas katrā ACCESS partnervalstī. Šo sanāksmju mērķis bija apspriest esošo praktisko pieredzi. No sapulču rezultātiem tika izdarīti secinājumi par to, kas jāņem vērā, motivējot pusaudžus izmantot palīdzību, atmetot smēķēšanu. Un visbeidzot, pētījums smēķēšanas atmešanas ieviesēju vidū parādīja, kāda veida motivēšanas aktivitātes tiek pielietotas ACCESS valstīs. Katrs partneris izsūtīja vismaz piecas aptaujas lapas, standartizētā veidā ievācot informāciju par praksē piemērojamām vervēšanas aktivitātēm. Kopumā Eiropas valstīs tika apkopota jauniešu vervēšanas prakses informācija par 36 smēķēšanas atmešanas programmām. Informācija no šiem ziņojumiem un no diviem papildus ASV pētījumiem ietvēra 36 identificētas aktivitātes. No atsevišķu aktivitāšu kopuma tika apkopotas vēl 24 stratēģijas. Stratēģiju un aktivitāšu saraksts vēl nav izsmelts.

ACCESS projekta līderis apkopoja no šiem resursiem pieejamo informāciju un izstrādāja vervēšanas principus, stratēģijas un aktivitātes. Principi pārsvarā tika iegūti no nacionālo tīklu sanāksmju rezultātiem un literatūras apskatiem. Stratēģijas un aktivitātes visumā tika veidotas no izpētes. Rezultāts ir politikas (metožu) dokuments, kas apvieno (nepietiekošu) zinātnisku pamatojumu un praktisko pieredzi.

⁷ De Vries & Brug (1999). Computer-tailored interventions motivating people to adopt health promoting behaviours: Introduction to a new approach. *Pat Edu Couns*, 36, 99-105.

Ziņojuma satura validācija notika divos posmos. ACCESS konsorcijs izskatīja pirmo projekta versiju, kura tika pārstrādāta atbilstoši saņemtajiem komentāriem. Ziņojuma konferences versija tika apspriesta konferences gaitā un gala versijā tika veiktas attiecīgas izmaiņas.

1. Vadošie principi dalībnieku skaita palielināšanā jauniešu smēķēšanas atmešanas programmās

Smēķēšanas atmešanas programmu mārketinga un vervēšanas kampaņām vienlaicīgi jābūt neatkarīgām, bet tajā pašā laikā integrētām budžeta ietvaros, kas kopumā paredzēts smēķēšanas atmešanas programmu izstrādāšanai, un jo īpaši tām programmām, kas paredzētas jauniešiem.

Jāizveido veselības profesionāļu un jauniešu smēķēšanas atmešanas programmu ieviešanu tīkli, kuru uzdevums ir apvienot resursus, apmainīties ar pieredzi un zināšanām un palielināt programmu izmaksu efektivitāti.

Vislabāk izstrādātās, zinātniski pamatotās un vismodernākās smēķēšanas atmešanas programmas nedarbosies ar visaugstāko izmaksu efektivitāti, samazinot smēķētāju skaitu, ja šo pakalpojumu jaunieši neizmanto. Tādējādi vervēšana ir vēl svarīgāka par motivāciju atstāt tabakas lietošanu, t.i. mērķis ir veicināt jauniešu vēlmi piedalīties smēķēšanas atmešanas programmās un saņemt palīdzību.

Lai palīdzētu programmas ieviešanai un politikas veidotājiem izstrādāt vispār aptverošas vervēšanas stratēģijas, ir identificēti deviņi principi.

1. princips

ledibināt principu, ka nesmēķēšana ir sociāla norma

Lai motivētu jauniešus atstāt smēķēšanu, *jāveido sociālā vide, kas veicina atmešanu*. Viens no svarīgākajiem pasākumiem, kas mainītu sociālās vides attieksmi un samazinātu tabakas patēriņu, ir pieņemt vispārēju nacionāla un vietēja mēroga tabakas kontroles politiku, īpaši tajā vidē, kurā uzturas pusaudži. Jāveic likumdošanas pasākumi un tie efektīvi jāpiemēro, lai samazinātu tabakas izstrādājumu pieprasījumu un pieejamību.

Ietvara Konvencijā par tabakas kontroli (FTCT)⁸ ir sniegts visaptverošs likumdošanas pasākumu saraksts. Kopā ar 168 valstīm visā pasaulē visas ES dalībvalstis, izņemot Čehijas Republiku, ir ratificējušas un parakstījušas FCTC un iesaistījušās šo pasākumu ieviešanā nacionālā līmenī ar mērķi nostiprināt nesmēķēšanu kā sociālu

⁸ Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) , www.who.int/fctc/en/

normu. Ieviestie pasākumi, kas samazina tabakas izstrādājumu pieprasījumu un patēriņu ir pierādījuši, ka jauniešu vidū smēķēšana ir samazinājusies:

- pilnīgs smēķēšanas aizliegums atklātās publiskās vietās un darba vietās samazina sociālo atbalstu smēķēšanai, ierobežo jauniešu iespējas smēķēt vienatnē vai grupās un apmainīties ar cigaretēm. Tas samazina smēķēšanas progresēšanu, samazina konsolidāciju un palielina atmešanas iespēju⁹;
- visaptverošs aizliegums reklamēt, sponsorēt tabakas izstrādājumus un to lietošanu būtiski un negatīvi ietekmē kopējo tabakas izstrādājumu patēriņu¹⁰;
- regulāra tabakas cenu celšana: 10% tabakas cenu pieaugums var palielināt smēķēšanas atmešanas iespēju par 11-12% 18 gadīgo vidū un aptuveni par 6-7% pusaudžu vidū¹¹.

Ieviešot efektīvus likumdošanas pasākumus un ar tiem saistītās publiskās diskusijas, kā arī efektīva pretsmēķēšanas profilakses pasākumu ieviešana ir ceļš pret nesmēķēšanu kā sociālai normai, tādējādi iespējams veiksmīgi stāties pretī tabakas industrijas smēķēšanas vervēšanas akcijām. Valstī, kur nepastāv šādi apstākļi, jauniešu iesaistīšanas smēķēšanas atmešanas programmās ir daudz grūtāka.

2. princips

Efektīvu, jauniešiem paredzētu smēķēšanas atmešanas programmu pieejamība

Efektīvām smēķēšanas atmešanas programmām jābūt pieejamām bez maksas visos gadījumos, kad jaunieši vēlas atmet smēķēšanu.

Esošās smēķēšanas atmešanas programmas, kas pielāgotas jauniešu vēlmēm, liecina par to, ka šādām programmām jābūt brīvi pieejamām jauniešiem katrā laikā par brīvu vietās, kur jaunieši pavada savu laiku. Tās varētu būt skolas, ārpuskolas pasākumu vietas, veselības iestādes, sociālo pakalpojumu iestādes un internets.

Smēķēšanas atmešanas programmas var būt dažādos formātos, piemēram, grupu kursi, īsas intervijas vai individuālas palīdzības pārrunas, e-apmācība, izmantojot internetu, u.c. Programmas jāizstrādā, pamatojoties uz kognitīvā biheiviorisma un motivāciju veicināšanas teorijām⁸. Tās rūpīgi jāpielāgo, ņemot vērā jauniešu vecumu, dzimumu, izglītības līmeni, sociāli-ekonomisko izcelsmi, jauniešu kultūras un dzīves apstākļus. Smēķēšanas atmešanas programmas jāplāno tā, lai jauniešiem atliktu laiks arī citām aktivitātēm.

⁹ Forster et al (2007). Strategies to Prevent Tobacco Use in Adolescents and Young Adults. Am J. Prev Med, 33 (6S), S335-339

¹⁰ Quentin et al (2007). Advertising bans as a means of tobacco control policy: a systematic literature review of time-series analyses, Int J Public Health, 52, 295-307

¹¹ Sussman &, Sun (2009) Youth tobacco use cessation: 2008 update. Tobacco Induced Diseases, 5, 3

Palīdzība jauniešiem smēķēšanas atmešanā ir neatņemama nacionālās veselības aprūpes programmas un valsts labklājības sistēmas sastāvdaļa. Šādai palīdzībai jāpiešķir pietiekoši līdzekļi, kas nodrošinātu smēķēšanas atmešanas programmu izstrādi ar augstu izmaksu efektivitāti un to plaša mēroga un ilglaicīgu ieviešanu.

Daļa no nodokļiem, kas iegūti no tabakas pārdošanas, jānovirza visaptverošas pusaudžu iesaistīšanas smēķēšanas atmešanas programmās stratēģiju izstrādei.

3. princips

Uz zināšanām balstīta jauniešu iesaistīšana/vervēšana

Lai izstrādātu un ieviestu efektīvu vervēšanas stratēģiju, nepieciešamas plašas zināšanas par pusaudžu uzvedību saistībā ar tabakas lietošanu un viņu attieksmi pret iesaistīšanos smēķēšanas atmešanas programmās. Tas ietver arī šādu metožu ieviešanu:

Pirmkārt, apzināt un uzraudzīt smēķējošo jauniešu skaitu, tos, kas vēlas atmet, atmešanas un atkārtotas smēķēšanas uzsākšanas rādītājus dažādu vecumu, dzimumu un sociāli-ekonomiskā stāvokļa grupās, pareizi dokumentējot smēķēšanas epidēmijas intensitāti pusaudžu vidū, un precīzāk nosakot smēķēšanas atmešanas programmu nepieciešamību un pieprasījumu. Jāizvērtē gan pozitīvā, gan negatīvā attieksme pret smēķēšanu un smēķēšanas atmešanu, kā arī jauniešu uzskati un vērtības. Par cik mūsdienās jauniešu apakšgrupas ir diezgan neviendabīgas attiecībā uz vecumu, dzimumu un sociāli ekonomisko stāvokli, jāievāc ziņas par kombinētiem uz smēķēšanu attiecināmiem dzīves stila rādītājiem, lai veicinātu efektīvu komunikācijas pielāgošanu dažādām mērķa grupām. Cita starpā tas ietver arī jauniešu iecienīto mūziku, izklaidi, modi, sportu, u.c. faktorus.

Otrkārt, nepieciešama skaidra piekļuves punktu analīze, lai varētu dokumentēt, kur efektīvāk iespējams strādāt ar smēķējošiem pusaudžiem, tos motivējot piedalīties smēķēšanas atmešanas programmās.

Treškārt, ES līmenī nepieciešama precīza dokumentācija par pieejamo smēķēšanas atmešanas programmu skaitu un to veidu katrā reģionā/valstī un vietā, kā arī par pieejamo informāciju attiecībā uz šādām programmām, to pieprasījumu un kā šīs programmas izmanto smēķējošie jaunieši. Jāveic pastāvīgs šādas informācijas monitorings. Nepieciešamības izvērtējums programmu pieejamības vietās palīdz veikt jauniešu vervēšanas darbu vietējā līmenī.

Ceturtkārt, vervēšanas stratēģijām jābalstās uz teoriju, empīriski dokumentētiem un pārbaudītiem gadījumiem, lai varētu noteikt šo stratēģiju efektivitāti darbā ar pusaudžiem. Par cik nepastāv teorētiskā bāze, uz kuru šobrīd būtu iespējams

atsaukties¹², pētījumos jāizstrādā modeļi, kas skaidrotu, kāpēc noteiktas stratēģijas darbojas attiecībā uz noteiktām mērķa grupām, kādi faktori veicina vervēšanas darbu un pie kādiem apstākļiem motivēšanas stratēģijas nedarbojas.

4. princips

Smēķēšanas atmešanas programmu pozitīva reklamēšana (pozicionēšana)

Pusaudžu vidū pārsvarā ir negatīva attieksme pret piedalīšanos jauniešu smēķēšanas atmešanas programmās. Lai gan vairums smēķējošo jauniešu vēlas atstāt, viņi neuzskata, ka vajadzētu piedalīties smēķēšanas atmešanas programmās. Visumā viņi uzskata, ka nav atkarīgie, bet spēs paši pārtraukt smēķēšanu, kad vien vēlēties to darīt.

Par cik jaunieši domā, ka smēķēšanas atmešanas programmas ir pārāk pamācošas, garlaicīgas un neefektīvas, nepieciešams nekavējoties uzsākt smēķēšanas atmešanas programmu veicināšanas un reklamēšanas kampaņas, parādot šīs programmas kā vēlamu un lietderīgu patēriņa produktu¹³. Sociālās mārketinga kampaņās jāveido smēķēšanas atmešanas “brends”, kas kalpo kā līdzeklis jauniešu pārliecināšanai atstāt smēķēšanu. Šim “brendam” jānodod ziņa par to, ka programmas sniedz palīdzību, tās ir interesantas un pieņemamas jauniešu kultūrā. Visvairāk vajadzētu uzsvērt pievienoto vērtību indivīda dzīves kvalitātei, nevis koncentrēties tikai uz veselības problēmām, kas rodas no smēķēšanas.

5. princips

Izvēlēties pareizo valodu

Komunikācija par smēķēšanas atmešanu sokas vislabāk, ja tā ir pausta ar cieņu pret indivīdu un nodod viegli uztveramus ziņojumus.

Informācijai, ko sūta smēķēšanas atmešanas programmas ieviesējs, jābūt patiesai, izvairoties no pamācībām¹³. Mērķis ir nevis norādīt jauniešiem, ko darīt, bet ļaut viņiem pašiem pieņemt lēmumus. Raugoties no šāda skatu punkta, visatbilstošāk būtu piedāvāt tiem jauniešiem, kas domā par savu smēķēšanas netikumu, palīdzību attiecībā uz izmaiņām smēķēšanas paradumā, nevis īpaši runāt par atmešanas iespējām.

Jaunieši vēlas, lai viņus uztver kā pieaugušos. Tomēr viņi dzīvo savā pasaulē, ar saviem uzvedības noteikumiem, savu valodu. Vārdi rūpīgi jāizvēlas, lai nodrošinātu, ka mērķa grupas uztver un izprot ziņas pareizi. Pusaudži bieži sevi neatzīst par

¹² Backinger et al (2008). Factors associated with recruitment and retention of youth into smoking cessation intervention studies – a review on the literature. *Health Edu Res*, 23, 359-368

¹³ Dalum et al (2010). Recruitment to Adolescent Smoking Cessation Interventions – A literature review. ACCESS Project

smēķētājiem, lai gan no zinātniskā un veselības viedokļa raugoties, viņi atbilst šiem kritērijiem¹³. Turklāt smēķējošie pusaudži nav tikai smēķētāji vien. Viņi jāuztver kā holistiskas personības ar visām viņu personības rakstura iezīmēm, resursiem un problēmām.

Komunikāciju kanāli jāizvēlas ļoti rūpīgi un tie jāpielāgo mērķa grupu dažādiem paradumiem un dzīves veidam. Jaunieši veido dažādas neviendabīgas grupas pēc vecuma, dzimuma un sociāli ekonomiskā statusa; vislabāk viņi atsauksies uz īpaši pielāgotām ziņām. Lai gan vēlams vienu vispārēju ziņu izvēlēties kā galveno devīzi, iespējams izstrādāt vairākas ziņas/uzdevumus dažāda veida grupām. piemēram, meitenēm, kas dzīvo pilsētas vidē, kam ir daudz draugu (savs bariņš), un kurām patīk HipHop mūzika.

Jaunieši paši vislabāk pārzina savu kultūru. Būtiska ir jauniešu līdzdalība komunikāciju stratēģiju izstrādāšanā un efektīvas mērķa auditorijas noteikšanā.

6. princips

Informācijas izplatīšana par palīdzību smēķēšanas atmešanai

Jaunieši - tabakas lietotāji un viņu apkārtējā sociālā vide (vecāki, skola, skolotāji, sporta klubi, veselības aprūpes darbinieki un plašāka sabiedrība) bieži vien nav informēti par vietējām smēķēšanas atmešanas programmām¹³. Tāpēc informācija par smēķēšanas atmešanas programmām mērķa auditorijai ir jāsniedz regulāri un plaši, izmantojot visus komunikācijas kanālus, ieskaitot tradicionālos un jaunus medijus.

7. princips

Proaktivitāte un personīga attieksme

Proaktivitātes princips prasa, lai programmas ieviesējs aktīvi darbotos, lai sasniegtu smēķējošo jauniešu mērķa auditoriju un negaidītu tikai uz jauniešu sākotnējiem smēķēšanas atmešanas programmas pieprasījumiem¹³. Šāda mērķauditorijas sasniegšana balstās uz savstarpēju komunikāciju ar mērķa auditoriju noteiktajā vietā vai arī situācijās viens pret vienu. Efektīva komunikācija nozīmē runāšanu un klausīšanos, tā jārealizē divos virzienos: programmas ieviesējs – smēķētājs un smēķētājs – programmas ieviesējs. Cienītas un atzītas personas, kurām smēķējošie jaunieši nav tieši pakļauti, piemēram, vienaudžu grupas līderi, darbinieki, kas strādā ar jauniešiem, skolas medmāsas/psihologi visumā ir priecīgi palīdzēt jauniešiem iesaistīties smēķēšanas atmešanas programmās. *Proaktīvas vervēšanas metodi iespējams izmantot kā iespēju smēķējošiem jauniešiem iepazīties ar smēķēšanas atmešanas programmu veidiem, satikt programmu ieviesējus, izprast, kādus rezultātus var sagaidīt.* Mērķis ir nodibināt savstarpējas uzticības attiecības.

Par cik jaunieši bieži smēķē, vecākiem un citiem pieaugušiem par to nezinot, konfidencialitāte ir ļoti svarīgs aspekts¹³. Tomēr galvenajiem cilvēkiem, kas spēlē tīpašu lomu pusaudzū dzīvē, arī aktīvi jāiesaistās vervēšanas procesā un jāatbalsta smēķēšanas atmešanas programmas, piemēram, skolu amatpersonām, vecāku un skolēnu asociācijām, sporta klubiem, kopienu līderiem u.c.

8. princips

Stimulu izmantošana

Smēķēšanas atmešanas programmas konkurē ar citiem produktiem tirgū cīņā par jauniešu uzmanības pievēršanu. Šī sacensība, lai pārliecinātu jauniešus pieņemt noteiktas uzvedības normas vai nopirkt atsevišķus produktus, ir ļoti sīva. Tas attiecas ne tikai uz tabakas rūpniecību, bet arī uz citiem jauniešu dzīves veida produktiem. Jaunieši ir svarīga patērētāju grupa, kura var brīvi izvēlēties, kuru preci vai pakalpojumu pirkt/lietot vai kāda veida uzvedību izvēlēties.

Lai pievērstu smēķējošo jauniešu uzmanību un palielinātu viņu vēlmi piedalīties smēķēšanas atmešanas programmās, iespējams izvēlēties stimulus, piemēram, kuponus žurnālu iegādei vai kino biļetes, ja programmas ieviesēji to finansiāli var atļauties¹³.

9. princips

Partnerības veidošana ar personām, kas ieinteresētas jauniešu (veselības) problēmu risināšanā

Programmu ieviesēju sadarbība ar veselības sfērā strādājošiem profesionāļiem (ārstiem, vecmātēm, veselības aprūpes centriem, zobārstiem, psihologiem - padomdevējiem), sociālajiem darbiniekiem un personām, kas strādā ar jauniešiem ir gandrīz obligāta, jo šeit parādās plašas iespējas vērsties pie jauniešiem un runāt par smēķēšanas atmešanu.

Lai reklamētu smēķēšanas atmešanas programmas jauniešu vidū, jāveido sociālie tīkli ar personām un organizācijām, kas ir jauniešu dzīves neatņemama sastāvdaļa¹³. Jāpēta iespēja sadarboties ar sporta klubiem, kultūras centriem, nakts dzīves vietām, kā arī ar vecāku un skolotāju asociācijām. Kosmētikas vai modes preču tirgotājiem ir vērtīgi argumenti, kas varētu pārliecināt jauniešus piedalīties smēķēšanas atmešanas programmās.

Ir svarīgi veidot tīklus ar jauniešu medijiem, tādējādi reklamējot smēķēšanas atmešanas programmas kā vispār pieņemamu uzvedības normu, identificējot spēles modeļus vienaudžu grupās un atbalstot brīvu mediju ziņu pārklājumu.

Politikas veidotāji, sabiedriskās veselības profesionāļi un vietējās kopienas jāiesaista vervēšanas stratēģiju atbalstā un dažāda līmeņa daudznozaru iesaistīšanu smēķēšanas atmešanas veicināšanā. Viņu ieguldījums veicinās smēķēšanas atmešanas programmu institūciju izveidi un varētu nodrošināt to pastāvīgu finansēšanu.

2. Vervēšanas stratēģijas un aktivitātes

ACCESS projekta ietvaros tika identificētas dažādas stratēģijas, kuras dalībvalstīs tiek piemērotas dažādos apmēros.

Vervēšanas stratēģijas izveidotas, analizējot dažādas uz praksi balstītas aktivitātes (sīkāk par to, kā nonācām pie šīm stratēģijām, skatīt Metožu sadaļu). Šīs stratēģijas papildina vispārējos principus, kas izklāstīti iepriekšējā nodaļā. Ja iepriekšējā nodaļā, apskatot galvenos principus, mēģinājām atbildēt uz jautājumu – kas jādara, tad šajā nodaļā speram soli tālāk, aprakstot stratēģijas un aktivitātes, veidus un paņēmienus, kā iesaistīt jauniešus smēķēšanas atmešanas programmās.

2.1. Stratēģiju identificēšana

Stratēģijas sagrupētas piecās kategorijās:

1. Savstarpēja personīga komunikācija
2. Mārketingis
3. Pielāgošana
4. Uzvedības izziņāšanas metodes
5. Strukturālās izmaiņas

1. Savstarpēja personīga komunikācija

Savstarpēja personīga komunikācija ir vervēšanas veids, ko iespējams realizēt gandrīz jebkurā vietā un tā tiek uzskatīta par ļoti svarīgu faktoru jauniešu pārliecināšanai piedalīties smēķēšanas atmešanas programmā. Savstarpējai personīgai komunikācijai var būt šādi veidi:

a) *Acī pret aci /viens pret vienu* – programmas ieviesējs un tabakas smēķētājs Personīgi kontaktējoties ar ieviesēju, tabakas smēķētājam ir iespēja uzzināt, kuri cilvēki ar viņu turpmāk strādās smēķēšanas atmešanas programmas laikā. Tādējādi tiek samazināts risks attiecībā uz negatīvu attieksmi un nedrošību saistībā ar piedalīšanos programmā. Atmešanas trenera vai programmas ieviesēja atbalsts “aci pret aci” situācijā var būt proaktīvs, izsakot uzaicinājumu tabakas smēķētājam pievienoties atmešanas programmai. Turklāt, trenerim pirms informācijas sniegšanas vai palīdzības piedāvājuma ir iespēja uz klausīt smēķētāja viedokli. Piemēram, informatīvas pārrunas, personīga iepazīšanās, utt.

b) *Vienaudzis pret vienaudzi*
Jebkura veida vienaudžu vai draugu iesaistīšana vervēšanas procesā pamatojas uz vēlmi vieglāk motivēt pusaudžus, jo viņi komunicējoties vairāk uzticas sava vecuma

jauniešiem. Piemējam, nodot ziņu mutiski, informācijas nodošana studentu padomei, vienaudžu vadītas programmas, u.c.

c) Pieaugušie, kuriem jaunieši uzticas

Respektēta pieaugusi persona, kuram pusaudzis uzticas, runā ar smēķētāju par programmu un mēģina pusaudzi motivēt saņemt palīdzību smēķēšanas atmešanai. Attiecības balstītas drīzāk uz uzticēšanos nekā uz atkarības/nevienlīdzības spēku. Piemēram, skolas sociālais darbinieks vai jaunatnes centra personāls.

d) Autoritāte

Amatpersona, persona, kuru pusaudzis respektē, jo viņam/viņai ir augstāks stāvoklis noteiktā vidē, rosina tabakas smēķētāju izmantot palīdzību smēķēšanas atmešanai. Attiecības raksturojamas kā nevienlīdzīgas, tomēr tām nav jābūt "negatīvām". Piemēram, vecāki, skolotājs, skolas direktors, darbu uzraugs un padomdevējs darba vietā.

2. Mārketings

Mārketings ir vervēšanas stratēģijas kategorija, ko pielieto, lai informētu smēķējošos pusaudžus par iespējām piedalīties smēķēšanas atmešanas programmās. Šī kategorija ietver stratēģiju ar mērķi paplašināt lēmuma pieņemšanas pamatojumu smēķējošiem jauniešiem, sniedzot informāciju par atmešanas procesa faktiem.

Mediju kampaņas

Lai reklamētu smēķēšanas atmešanas programmas kā pieņemamu un vēlamu jauniešu uzvedības veidu, tiek izmantota reklāma un sludinājumi nacionālajos un vietējos TV kanālos un laikrakstos, jauniešu žurnālos, sporta žurnālos, "banneri" – reklāmas plakātiņi mājas lapās, plakāti, skrejlapas, pastkartes, u.c. Tā ir pasīva, bet visaptveroša vervēšanas stratēģija, tomēr ir nepieciešams informēt pusaudžus par smēķēšanas atmešanas programmām visās vietās, izmantojot arī citus, ne tik modernus, viegli uztveramus pārliecināšanas ceļus, bet arī pielietojot citas loģiskas metodes, kas sasniedz mērķa auditoriju. Saikne starp jaunajām tehnoloģijām un starp jaunām un konvencionālām metodēm veicina vēstījuma sasniegšanu visās mērķa grupās.

f) Īpaša informācija par programmām

Mērķa grupa tiek informēta par specifiskām programmas īpašībām: Kādi ir mērķi? Kāda veida pieeja problēmām tā ir? Kas notiek programmas apgūšanas laikā? Kas to nodrošina? Cik ilgu laiku tas aizņem? Kur tas notiek? Vai par to jāmaksā? Vai ir kādas balvas? Cik programma ir efektīva? Piemēram, informatīvas pārrunas, apraksts izvietots interneta vietnē (mājas lapā), informatīvi materiāli, skrejlapas, utt.

Izglītošana par atmešanas procesu

Izglītošana par nikotīna atkarības dabu, atmešanas procesu un grūtībām, ar ko saskaras tabakas smēķēšanas atmetēji ceļā uz dzīvi bez tabakas, palīdz pārliecināt klases/grupas izmantot palīdzību smēķēšanas atmešanā, nodrošinot informāciju un pamatojumu, piemēram, pielietojot kognitīvi izstrādātos pārliecināšanas ceļus. Šī stratēģija uzsver atmešanas palīdzības nepieciešamību smēķētājiem, kuri vēlas to pārtraukt. Piemēram, informatīvas pārrunas, interneta vietnes elementi, informatīvie materiāli.

h) Tabakas industrijas manipulācijas

Pusaudži var būt motivēti atmest smēķēšanu un šim nolūkam izmantot palīdzību, ja tos informē par mārketinga stratēģijām, ko izmanto tabakas kompānijas, un kādā veidā tās mēģina manipulēt ar pusaudžu uzvedību. Piemēram, izskaidrot tabakas kompāniju PR aktivitātes, cik naudas nopelna kompānijas par tabaku un salīdzināt to ar cilvēku skaitu, kas miruši smēķēšanas dēļ un slimo ar tabakas izraisītām slimībām, u.tml.

i) Mediju propaganda

Medijos propagandētās ziņas par smēķējošo pusaudžu smēķēšanas atmešanas programmām palīdz ietekmēt jauniešu lēmumu pievienoties smēķēšanas atmešanas programmām, informējot viņus un viņu sociālos tīklus par atmešanas piedāvājumiem, tādējādi veicinot šādu programmu sociālo atzīšanu. Piemēram, raksti jauniešu žurnālos, intervijas radio šovos, TV dokumentālās filmas, u.c.

j) Atsauksmes

Pusaudži, kuri ir jau piedalījušies smēķēšanas atmešanas programmās vai tās jau pabeiguši var pastāstīt saviem vienaudžiem par savu pozitīvo pieredzi un mudināt citus darīt to pašu. Piemēram, atsauksmju video klipi, sarunas, tvīterošana vai blogošana, u.tml.

k) Pārstāvji – vēsts nesēji

Publiskas personas, kuras ir kā paraugs pusaudžiem, ir vinnējuši, pateicoties smēķēšanas pārtraukšanas atbalstam un atmešanas palīdzības izmantošanai. Piemēram, modeles, sportisti, popzvaigznes, u.c.

l) Smieklī

Acīmredzami ir vieglāk pievērst cilvēku uzmanību, ja Jūs viņiem liekat pasmaidīt vai uzjautrināties par Jūsu domu viņus motivēt piedalīties smēķēšanas atmešanas programmā. Piemēram, izmantojot pārsteidzošas vietas informācijas ieguvei, smieklīgus skrejlapu formātus, bezjēdzīgas darbības, stilīgus nesmēķētāju pasākumus/ballītes, u.c.

3. Pielāgošana

Pareizais ziņas/vēstījuma formāts ir svarīgs, lai sasniegtu noteiktu mērķa grupu (smēķējošus pusaudžus) visumā un/vai šo grupu īpašās apakšgrupas.

m) Bez aizspriedumiem

Smēķējošie pusaudži jāuzrunā bez aizspriedumiem, neminot viņu smēķētāja statusu. Bailes no sociālā nosodījuma par tabakas smēķēšanu tiek samazinātas līdz minimumam, tādējādi palielinās iespēja, ka pusaudzis iesaistīsies smēķēšanas atmešanas programmā. Piemēram, kopēji pasākumi ne pārāk kaislīgiem, kaislīgiem smēķētājiem un nesmēķētājiem, dzīves stila semināri, pozitīvas atsauksmes par programmu, u.c.

n) Holistiska personība

Smēķējošie jaunieši jāuzrunā holistiskā veidā. Tas nozīmē, ka tiek apliecināts un uzsvērts, ka viņi nav tikai smēķētāji un ka viņu personību veido daudz kas vairāk nekā smēķēšanas ieradums, ka šī personība ir daudzšķautņaina, pozitīva, resursiem bagāta. Piemēram, sarunājoties ar sportā iesaistītām personām, jaunatnes līderiem, modes elkiem, mūzikas cienītājiem, labu draugu, u.tml.

o) Plašāki uzskati par programmām

Piedāvājot programmā un palīdzības sniegšanā ne tikai atmešanas pasākumus, bet arī ko citu, ieskaitot lietas, kas nav saistītas ar nesmēķēšanu, bet ir svarīgas pusaudžiem, piedāvājums būs vairāk saistīts ar jauniešu auditoriju. Piemēram, kā tikt galā ar stresu, kā iegūt pašnovērtējumu, kā uzvesties problēmu gadījumos, u.c.

p) Dažādi dzimumi

Meitenes un zēni tiek motivēti iesaistīties smēķēšanas atmešanas programmās un saņemt palīdzību, runājot par atmešanu viņu personīgā dzīves stila, prioritāšu un vajadzību kontekstā. Piemēram, skaituma, fiziskā stāvokļa jautājumi, u.tml.

4. Uzvedības izpētes/apzināšanās metodes

q) Pārdomāt savu uzvedību

Smēķējoši jaunieši bieži neuztver sevi kā smēķētājus un tādēļ uzskata, ka uz viņiem neattiecas smēķēšanas atmešanas programmas un palīdzība. Pārdomājot savu uzvedību, jaunieši sāk sevi pareizi novērtēt un apzināties savas problēmas, un tas ir pirmais solis, lai kaut ko mainītu. Tabakas smēķētāji, kuri ir jau motivēti atmest, izturas svārstīgi attiecībā pret smēķēšanas atmešanas programmām un dalību tajās. Šajā gadījumā, pārdomājot savu uzvedību kopā ar piedāvājumu palīdzēt atmest, tiek uzsvērtas tabakas smēķēšanas negatīvās puses, un smēķētājs tuvojas savam lēmumam izbeigt smēķēšanu, izmantojot profesionālus rīkus. Smēķējoši pusaudži, kuri ir jau mēģinājuši atmest pašu spēkiem, bet nav to spējuši, gūst labumu no rūpīgas savas uzvedības izvērtēšanas, jo nonāk pie secinājuma, ka profesionāla palīdzība viņiem vairāk noderētu. Piemēram, smēķēšanas uzvedība un vēstures izvērtēšana atkarībā no veselības pārbaudēm, CO-mērījumiem, u.c.

r) Atkārtošana

Motivēšanas darbību atkārtošana vēlreiz un vēlreiz ir metode pati par sevi. Motivēšana izmantot smēķēšanas atmešanas programmas ir process nevis statuss, kur panākumus var gūt tikai ik pa laikam to atkārtojot. Piemēram, kontakti “aci pret aci” katru dienu, atkārtoti e-pasta sūtījumi vai SMS ar mazliet citādu saturu, individuālas pārrunas tuvina laiku, kad tiek uzsāktas smēķēšanas atmešanas programmas grupu nodarbības, u.c.

s) Stimuli dalībai

Motivācija piedalīties smēķēšanas atmešanas programmā pieaug, ja viņš vai viņa par dalību tiek atlīdzināti ar kādu balvu. Piemēram, kuponi, pasākumi, ikdienā lietojamās preces, stimuli, kas nav saistīti ar naudu, piemēram, kredītpunkti skolā, u.c.

t) Emocionālā iedarbība kopā ar paša lēmumu atnest smēķēšanu

Emocionālā iedarbība ar mērķi motivēt izmantot palīdzību smēķēšanas atmešanai, apvienojot bailes izraisošas ziņas kopā ar elementiem, kas pastiprina paša pieņemto lēmumu atnest smēķēšanu. Piemēram, plaušu vēža attēli kombinācijā ar telefona numuru, pa kuru var pieteikties programmā, neglābjami slimu pacientu - smēķētāju intervijas savienojumā ar piedāvājumu iesaistīties smēķēšanas atmešanas programmā, u.tml.

u) Vizualizācija

Lai ilustrētu smēķēšanas negatīvo ietekmi uz veselību, tabakas lietotāju uzmanību var piesaistīt, izmantojot vizualizācijas rīkus, kas palielina motivāciju atnest smēķēšanu un piedalīties programmā. Piemēram, smēķēšana un asins cirkulācijas pazemināšanās kapilāros, tabakas sastāvdaļu analīze, eksperimentējot ar cigaretēm, intoksikācijas/novecošanas datorprogramma, CO-mērījumi, u.c.

v) SMART mērķu uzstādīšana

Lai palīdzētu smēķējošiem jauniešiem sasniegt savu mērķi un atnest smēķēšanu, jāatgādina par saīsinājumu SMART, kas nosaka, ka mērķiem jābūt noteiktiem (Specific), izmērāmiem (Measurable), sasniedzamiem (Attainable), atbilstošiem (Relevant) un ar noteiktu termiņu to sasniegšanai (Time-bound). Vedot pusaudžus cauri šim mērķu sasniegšanas procesam vai tā daļām, mēs to izmantojam kā vervēšanas stratēģiju, ja tas attiecināms uz mērķi izmantot smēķēšanas atmešanas palīg līdzekļus. Piedalīšanās smēķēšanas atmešanas programmā palielina smēķēšanas atmešanas mērķa sasniegšanas iespēju, palīdz izmērīt progresu, nodrošina mērķa sasniegšanas termiņus, u.tml. Piemēram, ja tiek nosaukti iemesli, kāpēc smēķēšana jāatmet tūlīt, ir vēlreiz jāpārdomā personīgie atmešanas “mērķi” un personīgie iemesli smēķēšanas atmešanai.

w) Normu noteikšana

Normu noteikšanas metode paredzēta, lai “normalizētu” atmešanu un nesmēķētāja uzvedību tā, lai smēķējošie pusaudži justos droši, uzsākot dalību smēķēšanas

atmešanas programmā. Piemēram, atsauksmes par skolas pētījumiem smēķēšanas uzvedības jomā, informācija par sociālajām izmaiņām attieksmē pret nesmēķēšanu, u.c.

5. Strukturālās izmaiņas

Strukturālās aktivitātes, lai veicinātu dalību smēķēšanas atmešanas programmās tieši neattiecas uz smēķējošiem jauniešiem, bet gan uz vietu un vidi, kur viņus motivē izmantot smēķēšanas atmešanas palīg līdzekļus.

x) Politika un infrastruktūra

Infrastruktūra un politika ietekmē svarīgus faktoros motivēšanas procesā: programmu pieejamību un programmas ieviešanos, ieviešanas apstākļus, programmas izmaksas, tabakas politiku noteiktajā ieviešanas vietā, sadarbības līgumus ar citiem veselības industrijas profesionāļiem, mobilās atmešanas nodrošinātājiem lauku rajonos, u.c.

y) Obligātā dalība

Piemēram, tabakas politikas dēļ attiecīgajā situācijā pusaudžu dalība smēķēšanas atmešanas programmā ir obligāta. Piemēram, pēc smēķēšanas aizlieguma, kas balstīta uz ārstu norādījumiem, pārkāpšanas, u.c.

z) Pielāgošana organizatoriskām vajadzībām

Programmas jāpielāgo īpaši jauniešu vajadzībām. Programmu ieviešana jāpielāgo jauniešu organizatoriskām vajadzībām. Piemēram, grafika elastība, atrašanās vietas elastība, u.c.

Identificētās vervēšanas aktivitātes ACCESS partneru valstīs

Jauniešus iespējams savervēt dažādās vietās, kur viņi pavada savu laiku. Ir identificēti seši galvenie piekļuves punkti:

- Veselības aprūpes pakalpojumi, sociālie pakalpojumi/institūcijas.
- Skolas un darba vietas.
- Internets.
- Tradicionālie mediji.
- Ārpus skolas nodarbību/brīvā laika pavadīšanas vietas.
- Īpaši piekļuves punkti smēķētājiem.

Uzskaitītās aktivitātes tika apkopotas ACCESS nacionālā tīkla dalībnieku pārskatā katrā partnervalstī, kur ir smēķēšanas atmešanas programmas pusaudžiem (sīkāk skatīt Metožu sadaļu). Aktivitātes ieviesuši programmu izpildītāji, lai motivētu nepilngadīgos tabakas smēķētājus piedalīties piedāvātajā smēķēšanas atmešanas palīdzībā. Attiecībā uz katras aktivitātes efektivitāti – bija grūti izstrādāt zinātniski precīzu un pamatotu novērtējumu ACCESS projekta ietvaros. Tādējādi netiek izmantoti tādi termini, kā “uz pierādījumiem balstīti” vai “labākā prakse”. Tomēr no

aktivitātēm gūto labumu izvērtēja aktivitāšu ieviesēji un ieinteresētās personas divpakāpju konsultāciju procesā (sīkās skatīt metožu sadaļu).

Lūgums ņemt vērā, ka

- Aktivitātes vairumā gadījumu aprakstītas kā vairāku dažādu variantu izmantošana vienlaicīgi.
- Dažas aktivitātes, kas minētas viena piekļuves punkta sadaļā, iespējams viegli pārnest uz citu piekļuves punktu (piemēram, CO-mērījumi var tikt veikti skolās, atpūtas un veselības aprūpes vietās).
- Zemāk parādītajās tabulās aprakstītas atsevišķas aktivitātes un stratēģijas, kas izmantotas šo aktivitāšu ieviešanā.
- Mūsu tīmekļa vietnē (mājas lapā) būs izvietota aktivitāšu datu bāze ar papildus atsauci uz valstīm, kurās aktivitāte tika ziņota, kā arī izmantotās programmas formāts (www.access-europe.com).

Veselības aprūpes pakalpojumi, sociālie pakalpojumi un institūcijas

Šajā kategorijā ietilpst klīnikas, atbalsta centri, medicīnas kabineti, zobārsti, psihoterapeitu kabineti, vecmātes un māsas, sociālie darbinieki, darbinieki, kas strādā ar jauniešiem, ģimenes palīdzības centri, jauniešu centri, nepilngadīgo likumpārkāpēju centri un cietumi, u.c., tādējādi tas attiecināms uz situāciju, kurā pusaudži meklē atbalstu veselības vai sociālo iemeslu dēļ.

Aktivitāte		Stratēģijas
Novēršanas seminārs	Smēķēšanas novēršanas semināra laikā, kas paredzēts smēķētājiem un nesmēķētājiem, tika apskatīta smēķēšanas atmešanas tēma un semināra dalībnieki tika iepazīstināti ar iespēju saņemt palīdzību smēķēšanas atmešanai (semināru vadīja palīdzības sniedzējs).	<ul style="list-style-type: none"> • g) izglītošana • f) Informācija par programmu • a) aci pret aci • m) bez aizspriedumiem • q) pārdomāt savu uzvedību
Ievada pārrunas	Smēķētāji saņēma individuālas ievada pārrunas par atmešanas programmu, lai samazinātu pārtraukuma laiku un uzturētu motivāciju no brīža, kad tiek pieņemts lēmums dalībai programmā līdz laikam, kad faktiski tiks uzsākta programma.	<ul style="list-style-type: none"> • a) aci pret aci • r) atkārtošana
Sadarbība ar citām jaunatnes (veselības) aprūpes organizācijām	<p>Medicīnas personāls, padomdevēji, jaunatnes labklājības personāls un citi pakalpojumu sniedzēji tika informēti par programmu semināra vai sanāksmes laikā.</p> <p>Sadarbības līgums, kas noslēgts ar ārstiem vai jauniešu psihiatriskajām klīnikām vai jaunatnes labklājības centriem par smēķētāju iesaistīšanu smēķēšanas atmešanas programmā.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • x) politika un infrastruktūra
Sākotnējā informācija	Ārsti un medmāsas tika informēti par smēķēšanas atmešanas programmu.	<ul style="list-style-type: none"> • f) informācija par programmām • c) pieaugušie – uzticības personas • d) autoritātes
Aptaujas un pielāgotas atsauksmes	Pacientiem pusaudžiem tika lūgts aizpildīt aptaujas lapas un saņemt pielāgotas atsauksmes no programmas ieviešēja.	<ul style="list-style-type: none"> • q) pārdomāt savu uzvedību • y) obligāts
Citas svarīgas personas	Vecāki, citi radnieki un draugi, kas vēlējās atbalstīt smēķētāju un meklēja palīdzību, saņēma informāciju par programmu.	<ul style="list-style-type: none"> • b) vienaudzis vienaudzim • c) pieaugušie – uzticības personas
Tabakas politika	Tabakas politika klīnikās, ieskaitot personālam aizliegt smēķēt, nesmēķētāju zonas, informācija par tabakas politiku un piedāvājumu palīdzēt atstāt tika sniegta ievada sanāksmē, smēķēšanas aizlieguma pārkāpuma sekas, tabakas kontroles kvalitātes cikla ieviešana, u. c.	<ul style="list-style-type: none"> • x) politika un infrastruktūra
Medicīniskie (ārsta)	Pacientam, kurš nav sasniegjis 18 gadu vecumu, vai kuram ir plaušu slimības simptomi, obligāti jāpiedalās smēķēšanas atmešanas	<ul style="list-style-type: none"> • x) politika un infrastruktūra • y) obligāts

norādījumi	programmā medicīnisku apsvērumu dēļ saskaņā ar ārsta norīkojumu.	<ul style="list-style-type: none"> d) autoritāte (atbildīgā persona)
------------	--	---

Laicīga informācija	Personīgas vēstules un telefona zvani pirms ārsta vizītes, kurām seko tikšanās ar palīdzības sniedzējiem klīnikā.	<ul style="list-style-type: none"> f) informācija par programmu a) aci pret aci
Adaptēšanās dzīvei klīnikā	<p>Pirms stāvokļa novērtēšanas, kas saistīta ar palīdzību atnest smēķēšanu: praksē sastaptā uzvedība, zināšanas, attieksme un paša lēmums attiecībā uz smēķējoša pusaudža vēlmi atnest.</p> <p>Ciešu darba attiecību nodibināšana starp programmas īstenotāju un medicīnisko personālu, lai nepieļautu papildus darba slodzi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> x) politika un infrastruktūra
<i>Oximobils</i>	Pārvietojama smēķēšanas atmešanas programmas stacija, kas ceļo starp attāliem ciematiem	<ul style="list-style-type: none"> x) politika un infrastruktūra z) pielāgošanās organizatoriskajām vajadzībām

Skolas un darba vietas

Atkarībā no tabakas smēķētāja vecuma, viņš vai viņa ir satiekami skolā vai darba vietā. Iesaistīšana/vervēšana var notikt skolā/darba vietā stundu vai darba laikā vai ārpus stundu vai darba grafika. Stratēģijas var pielietot atsevišķām klasēm vai visai skolai.

Aktivitāte		Stratēģijas
Informatīvas pārrunas plus nodrošinātājs tiekas ar ieinteresētiem smēķētājiem	Pirms sniegt palīdzību smēķēšanas atmešanai, programmas ieviešjs mērķa grupai rīko informatīvas pārrunas. Motivācija smēķēšanas atmešanai un dalībai smēķēšanas atmešanas programmā tika pastiprināta ar diskusijām, paspriežot visus par un pret attiecībā uz smēķēšanas atmešanu, mutiski uzsverot un vizualizējot nesmēķēšanas normu, pastāstot par tabakas industrijas mārketingu attiecībā uz jauniešiem, sniedzot informāciju par programmas būtību un termiņiem. Pārrunas ir obligātas gan smēķētājiem, gan nesmēķētājiem studentiem/skolniekiem mērķa vecuma grupā un notiek stundu laikā. Pēc tam notiek tikšanās programmas ieviešja telpās, kas paredzēta ieinteresētiem smēķētājiem, kas vēlas noskaidrot vēl citus jautājumus un pielāgot programmas laika grafiku savām vajadzībām.	<ul style="list-style-type: none"> g) Izglītošana f) informācija par programmu a) aci pret aci h) tabakas industrija w) normu noteikšana n) bez aizspriedumiem y) obligāts
Atsauksmes pēc skolas pētījuma	<p>Skolas pētījuma rezultāti par smēķētājiem un nesmēķētājiem un smēķēšanas atmešanas uzvedību prezentēti visai mērķa grupai.</p> <p>Personalizētas atsauksmes par obligāti aizpildāmām aptaujas</p>	<ul style="list-style-type: none"> w) normu noteikšana q) pārdomāt savu uzvedību

	anketām programmas ieviesējs nosūta katram personīgi pa pastu.	
Skolas sociālie darbinieki	Skolas sociālie darbinieki, kuri labi pazīst mērķa grupu, vēršas pie potenciālajiem dalībniekiem un atkārtoti uzaicina viņus piedalīties smēķēšanas atmešanas palīdzības programmā, izmantojot motivējošas interviju veida diskusijas. Sociālais darbinieks iepazīstina grupu ar programmas ieviešanu.	<ul style="list-style-type: none"> • c) pieaugušie – uzticības personas • f) Informācija par programmu • a) aci pret aci • r) atkārtošana

Proaktīvie telefona zvani	Programmas nodrošinātājs vēršas pie pusaudžiem, izmantojot proaktīvus telefona zvānus pēc tam, kad viņš vai viņa ir identificēti kā smēķētāji skolas pētījumā.	<ul style="list-style-type: none"> • a) aci pret aci • f) informācija par programmu
Projekta stends	Skolas centrā uzstādītais izstādes stends piesaista skolēnu uzmanību un sniedz informāciju par tabakas smēķēšanu un smēķēšanas atmešanu.	<ul style="list-style-type: none"> • g) Izglītošana • f) Informācija par programmu • a) aci pret aci
Atmešanas konkurss/sacensības	Atmešanas konkurss ar naudas balvām tiek organizēts visā skolā.	<ul style="list-style-type: none"> • t) stimuli • w) normu noteikšana
Kuponi, T-krekli	Dalībnieki saņem kuponus (mediju veikals, kinofilmas) vai T-kreklus par piedalīšanos.	<ul style="list-style-type: none"> • f) stimuli
Tualetes un tualetes papīri	Programmas reklāma izvietota tualetēs vai uz tualetes papīra.	<ul style="list-style-type: none"> • e) kampaņa • l) smieklis
Informatīvi pasākumi ieinteresētām personām	Vienaudži skolas padomē, kas varētu būt viedokļa noteicēji citiem skolēniem, tiek informēti par palīdzību smēķēšanas atmešanai un tiek lūgti atbalstīt programmas ieviešanu. Līdzīgi arī skolotāji un skolas padome tiek iesaistīti vervēšanas procesā.	<ul style="list-style-type: none"> • d) autoritāte • c) pieaugušie – uzticības personas • f) informācija par programmu
Sadarbība ar vietējām ieinteresētajām personām	Vietējie veselības/nesmēķēšanas/bērnu aizsardzības organizāciju pārstāvji tiek lūgti aktīvi atbalstīt vervēšanu un programmu.	<ul style="list-style-type: none"> • x) politika un infrastruktūra

Internets

Internets ir svarīga, lai gan ļoti atšķirīga, bet efektīva vieta piekļuves punktu atrašanai (mājas lapas, interaktīvas e-apmācību sistēmas, sociālās apvienības, tērzēšanas istabas, blogi, u.c.).

Aktivitātes		Stratēģijas
Programmas mājas	Mājas lapa vai kopienas profils par programmu ir izveidots ne tikai informācijas nolūkos par palīdzību smēķēšanas atmešanas procesā	<ul style="list-style-type: none"> • f) Informācija par programmu • g) Izglītošana

lapa	un programmas nodrošinātājiem, bet tajā ir arī diskusiju forums, kurā pusaudži var apmainīties ar viedokļiem un personīgo pieredzi smēķēšanas atmešanā, veikt paštestēšanas testus, saņemt informāciju par smēķēšanu, u.c.	<ul style="list-style-type: none"> e) kampaņa q) pārdomāt savu uzvedību b) vienaudzis vienaudzim
Jauniešu interneta vietnes	Jauniešu vietnes par nesmēķēšanu ir ar hipersaitēm sasaistītas ar smēķēšanas atmešanas programmas mājas lapu vai apmaksāti reklāmas banneri par smēķēšanas atmešanu tiek izvietoti jauniešu vietnēs internetā.	<ul style="list-style-type: none"> e) kampaņa
Personisks kontakts – programmas ieviesējs - smēķētājs	Personalizēta komunikācija starp ieviesēju un smēķētāju, izmantojot e-jaunumu vēstules, e-pastu un SMS.	<ul style="list-style-type: none"> f) Informācija par programmu a) aci pret aci
Ielūgt draugu	Interneta sociālajos tīklos smēķējošie pusaudži tiek aicināti piedalīties programmas ieviesēja fanu klubā, pievienoties programmas ieviesēja profilam, kļūt par viņa draugu, sekot twiterī, utt., kā arī izlasīt vienaudžu atsauksmes par programmu.	<ul style="list-style-type: none"> c) vienaudzis vienaudzim e) kampaņa j) atsauksmes
Pārlūkprogrammas	Nauda tiek ieguldīta tādējādi, ka smēķēšanas atmešanas programma vienmēr atrodas meklētājprogrammu pirmajās lapās.	<ul style="list-style-type: none"> e) kampaņa

Tradicionālie mediji

Salīdzinot ar interneta tīkla aplikācijām, TV, radio un drukātie mediji ir tradicionāli vai veci mediju kanāli.

Aktivitāte		Stratēģija
TV un radio iespējas	Publiskas reklāmas par smēķēšanas atmešanu un programmu tiek izziņotas, raidītas ēterā.	<ul style="list-style-type: none"> e) kampaņa f) Informācija par programmu
Informatīvie materiāli	Nestandarta, acīs krītoši informatīvie materiāli tiek izmantoti, lai informētu mērķa grupu par smēķēšanas atmešanas programmu (pāršķiramas grāmatiņas skrejlapas, pastkartes, bumeranga kartiņas, programmas avīze). Dažādās vietās tiek izplatīti tradicionāli informatīvie materiāli, piemēram, plakāti, skrejlapas, cd-romi, mapes, karodziņi.	<ul style="list-style-type: none"> e) kampaņa f) Informācija par programmu l) smieklī
Kontakts ar presi	Preses relīzes tiek sastādītas vietējiem laikrakstiem. Katrā kontaktā ar presi programmas ieviesējs piemin programmu. Informācija jauniešu žurnālos. Reklāma vietējos laikrakstos.	<ul style="list-style-type: none"> e) kampaņa f) Informācija par programmu i) mediju atbalsts
TV un radio šovi	Programmas ieviesējs piedalās vietējos TV un radio šovos (programmai atbilstošā laikā, piemēram, Vecgada vakarā), lai	<ul style="list-style-type: none"> e) kampaņa f) Informācija par

	reklamētu smēķēšanas atmešanas programmu.	programmu • i) mediju atbalsts
--	---	--------------------------------------

Ārpus skolas/brīvā laika pavadīšanas vietas

Brīvā laika pavadīšanas vietas ir telpas, vietas un sistēmas, kur pusaudži vispirms dodas izklaidēties vai kur viņi pavada laiku ārpus skolas un ģimenes. Tās ietver jaunatnes klubus, kinoteātrus, sporta klubus, iepirkšanās centrus, diskotēkas, nakts dzīves vietas, restorānus, bārus, gadatirgus, atpūtas kūrorta vietas, u.c.

Aktivitāte		Stratēģija
Dzīves stila seminārs plus atbalstītājs (sūtnis)	Smēķējošās un nesmēķējošās sievietes smēķēšanas atmešanas sakarā ir ieinteresētas piedāvājumā apmeklēt skaistuma kopšanas semināru, semināru par romantiskām attiecībām. Populāra modes tērpu modele kopēji ar programmas ieviesēju vada šādu semināru.	<ul style="list-style-type: none"> • o) plašāka pieeja • m) bez aizspriedumiem • p) svarīgs tieši dzimums • k) atbalstītājs (sūtnis)
Auglis vai burkāns	Jaunieši ielās lūdz smēķējošos jauniešus mainīt cigareti pret burkānu, puķi vai augli, tādā veidā iesaistot diskusijā par smēķēšanas atmešanu.	<ul style="list-style-type: none"> • b) vienaudzis vienaudzim • l) izklaide
Sākotnējā informācija	Tāda paša vecuma jaunatnes organizācijas līderis informē smēķētājus par smēķēšanas atmešanas programmu. Pats ziņotājs piedalās programmā vai arī to jau ir pabeidzis.	<ul style="list-style-type: none"> • b) vienaudzis vienaudzim • f) informācija par programmu • j) atsauksmes
Novecošana	Izmantojot "novecošanas" datorprogrammu, smēķētāji var apskatīties, kā viņi vecumā izskatīsies, ja turpinās smēķēt un kā, ja atmetīs.	<ul style="list-style-type: none"> • u) vizualizācija
CO-mērījumi	Ieinteresēto pusaudžu izelpa tiek analizēta un tiek izmērīts CO.	<ul style="list-style-type: none"> • q) pārdomāt savu uzvedību • u) vizualizācija

Īpaši piekļuves punkti tabakas smēķētājiem

Smēķējošus pusaudžus var arī sastapt vietās, kas saistītas ar tabakas lietošanu un tabakas iegādes vietām un kanāliem. Piemēram, tabakas produkti, tabakas tirdzniecības punkti, smēķēšanas zonas, u.c.

Aktivitāte		Stratēģija
Brīdinājuma uzlīmes	Uz cigarešu paciņām izvietots atmešanas telefona numurs ar bailes izraisošu attēlu.	<ul style="list-style-type: none"> • t) emociju izraisīšana • f) informācija par produktu

3. Secinājumi

Lai gan 60% no Eiropā smēķējošiem jauniešiem ir mēģinājuši atstet, tas izdevies tikai nelielam skaitam, bet vēl mazāks skaits mēģina izmantot smēķēšanas atmešanas programmu palīdzību. Iemesls tam ir nedrošības un svārstīguma izjūtas attiecībā uz smēķēšanas atmešanu, vēlēšanās atstet pašiem bez citu palīdzības vai tikai ar draugu palīdzību, sajūta, ka smēķēšanas atmešanas programmas ir uzmācīgas, audziņošas un garlaicīgas, vai arī informācijas trūkums par iespējām piedalīties šādās programmās.

ACCESS projekts ir apkopojis pieejamās liecības un praktisko pieredzi, lai izstrādātu vadlīnijas (galvenos principus) un vervēšanas stratēģijas, kas palīdzēs veselības nozares speciālistiem un politikas veidotājiem iesaistīt vairāk smēķējošos jauniešus dalībā smēķēšanas atmešanas programmā Eiropā. Šo vadlīniju principi un vervēšanas/iesaistīšanas stratēģijas ir izstrādātas, balstoties uz dokumentētiem pierādījumiem un novērojumiem 10 partnervalstīs. Lai savāktu pieejamos zinātniskos pierādījumus, tika veikta starptautiskas literatūras meklēšana. Lai apkopotu Eiropas praksi, tika veikta vervēšanas stratēģiju un smēķēšanas atmešanas programmu izpēte nacionālā līmenī. Zināšanu apkopošanas procesu atbalstīja sadarbības tīkli, ko veido vietējie smēķēšanas atmešanas eksperti jauniešu vidū, ieskaitot komunikācijas ekspertus, kas strādā jauniešu uzturēšanās vidē. Plašais konsultāciju process savu kulmināciju sasniedza ieinteresēto personu konferencē, kas sasauca kopā veselības nozares speciālistus, tabakas kontroles ekspertus, smēķēšanas atmešanas programmas ieviesējus, izglītotājus, jaunatnes komunikāciju ekspertus un politikas veidotājus.

Galvenie rezultāti, kas gūti no visiem projekta avotiem, parāda, ka sekmīga smēķējošo jauniešu iesaistīšana/vervēšana un motivēšana pievienoties smēķēšanas atmešanas programmai palielinās jebkuru šādu programmu izmaksu efektivitāti, jo, lai cik arī efektīva nebūtu programma, tās izdevumi nebūs efektīvi, ja tajā trūks dalībnieku, kas programmu izmanto. Tādēļ ir ļoti svarīgi, lai vervēšanas stratēģijas ir neatņemama programmu sastāvdaļa, un lai nevienai programmai netiktu piešķirts publisks finansējums, ja tām nav izstrādāta efektīva vervēšanas stratēģija, un, lai atsevišķs budžeta apjoms būtu novirzīts tieši stratēģiju izstrādei un ieviešanai.

Vervēšanas pasākumi ir ar mērķi sasniegt jauniešus gan garīgi, gan fiziski, lai varētu viņos radīt pozitīvu attieksmi pret smēķēšanas atmešanas programmām. Lai mainītu jauniešu uzskatus, visas valstis, kas piedalījās projektā, vienojās par to, ka, lai sasniegtu mērķi, ir nepieciešams, lai zināmi priekšnosacījumi prevalētu sabiedrības sociālajā līmenī. Ir jāizveido vispārējs tabakas kontroles ietvars, lai atbalstītu nesmēķēšanu kā sabiedrības uzvedības formu. Jāizveido efektīva monitoringa sistēma, kas pavērtu iespējas pareizi zinātniski izvērtēt jauniešu attieksmi pret tabaku, smēķēšanu, atmešanu un smēķēšanas atmešanas programmu efektivitāti un visbeidzot jaunu, kvalitatīvu, jauniešu vajadzībām pielāgotu programmu izveidi, kas ņemtu vērā jauniešu dzīves apstākļus un būtu pieejamas visiem, kas to vēlas. Projekta gaitā kļuva skaidrs, ka valstis nav vienprātīgas attiecībā uz to, ka tajās būtu

izveidoti visi nepieciešamie priekšnosacījumi, lai tabakas smēķēšanas atmešana jauniešu vidū būtu norma.

Lai šādu normu kā neatņemamu jaunatnes kultūras daļu jaunieši akceptētu, smēķēšanas atmešanas programmām jāizveido savs brends kā visiem vēlamiem un derīgiem patēriņa produktiem. Ar jauniešiem saistīti komunikācijas kanāli jāizmanto informācijas izplatīšanai par smēķēšanas atmešanas programmām. Jāpielieto inovatīvas, uz jauniešiem orientētas mārketinga metodes, kurām jāatrod ceļš pie sabiedrības veselības nozares dalībniekiem.

Programmas ieviesējiem proaktīvi jādarbojas, lai savervētu smēķējošos jauniešus savā programmā. Ir jāizmanto personīgā saskarsme un nav pasīvi jāgaida, kad programma kaut kur ziņās parādīsies pati. Ziņām/vēstīm jābūt patiesām, bez pamācībām un jāpieāvā faktos apstiprināta informācija. Komunikācijā jāizmanto vienkārša valoda, lai jaunieši nepārprastu un izvairītos no pārpratumiem. Jauniešu tiesības ir jāievēro. Pret viņiem jāattiecas kā pret holistiskām personībām nevis vienkārši kā pret smēķētājiem.

Trūkumi pētījumos ir noskaidroti vairākos līmeņos: vispirms ir nepieciešamība empīriski noteikt, kuras vervēšanas stratēģijas darbojas smēķējošu jauniešu motivēšanai atmest smēķēšanu, iestājoties programmā, jānoskaidro, kāda veida jaunieši ir sasniegti un ar kāda veida stratēģiju. Uz šo brīdi nav izstrādāts teorētisks ietvars šāda veida izpētes programmai. Lai gan atsevišķi izvēlēti kontroles mēģinājumi kalpo par lielisku pierādījumu, stratēģiju izvērtēšana var izpausties dažādās formās, kas neprasa tik lielus resursus. Izvērtējums sākas ar sistēmisku novērošanu un datu savākšanu, kas būtu minimāli nepieciešami ieviešanas procesā.

ACCESS projekts identificē deviņus vadlīniju principus un vairākas vervēšanas stratēģijas, kas sagrupētas piecās kategorijās: personīga savstarpēja komunikācija, mārketinga, ziņu, vēstījumu pielāgošana, uzvedības izpratnes metodes un strukturālās izmaiņas. Jauniešus iespējams savervēt dažādās vietās, kur viņi pavada laiku. Identificēti 6 galvenie piekļuves punkti, kuros tiek veiktas attiecīgās aktivitātes: veselības aprūpes pakalpojumi, sociālie pakalpojumi/institūcijas, skolas un darba vietas, internets, tradicionālie mediji, ārpus skolas/brīvā laika pavadīšanas vietas un īpaši piekļuves punkti tabakas smēķētājiem. Kas attiecas uz vervēšanas stratēģijām, ir zināmas tikai divas aktivitātes, kurās izmantoja ģimeni un darbiniekus, kas strādā ar jaunatni. Tabakas tirdzniecības punktos netika ievērota vervēšana, tāpat uz cigarešu paciņām nebija uzliktu attiecīgie brīdinājumi, vervēšana netika novērota arī vietās, kur vēl joprojām atļauts smēķēt. Šeit būtu vēlams pielāgot vervēšanas stratēģijas, izmantojot pieredzi no citām vervēšanas vietām. Daudznozaru sociālo tīklu izveide, kas apvieno veselības nozares profesionāļus, smēķēšanas atmešanas programmu ieviesējus, izglītotājus, komunikāciju speciālistus un politikas veidotājus, ir viens no galvenajiem uzdevumiem.

ACCESS projekta partneri un ieinteresētās puses vienojušās par to, ka, lai sasniegtu vēramā ņemamus rezultātus, informācijas un pieredzes apmaiņa ir jāturpina un jāpaplašina arī ārpus ACCESS projekta budžeta ietvariem. Labai praksei ir nepieciešama datu bāzes uzturēšana. Izmantojot koordinētus pētniecības projektus, esošā, uz praksi balstītā pieredze pakāpeniski pārvērtīsies par zinātniskiem pierādījumiem.

Eiropas ACCESS tīkla dalībnieki nonākuši pie vienota viedokļa, ka vervēšanas kampaņas ir efektīvs instruments uzlabot smēķēšanas atmešanas programmas dalībnieku skaita rādītājus, ar galējo mērķi panākt smēķējošo jauniešu skaitu samazināšanos Eiropā. Tomēr šo instrumentu reti izmanto un tas nav līdz šim brīdim pietiekoši ieviests. Smēķēšanas atmešanas programmu dalībnieku vervēšanas stratēģijas pilnībā jāintegrē FCTC 12. un 14. paragrāfos un sistemātiski jāievieš nacionālā un reģionālā līmenī. Svarīgi, lai šādu vervēšanu drīzumā sabiedrība uzskatītu par atsevišķu elementu jebkurā tabakas atmešanas stratēģijā, un to kā galveno uzdevumu vienādā mērā pieņemtu izglītotāji, veselības nozares speciālisti un politikas veidotāji.

Jāpieliek visas pūles, lai vairāk jauniešu, kas smēķē tabaku, iesaistītos smēķēšanas atmešanas programmā, tādējādi palielinot izmaksu efektivitāti un nākotnē samazinot ar tabaku saistītos nāves gadījumus un slimības.