

Johanna Pääkkönen & Aino Saario

MEDIAN JA MAINONNAN YHTEYS IMETYKSEN TOTEUTUMISEEN

Integroiva kirjallisuuskatsaus

MEDIAN JA MAINONNAN YHTEYS IMETYKSEN TOTEUTUMISEEN

Integroiva kirjallisuuskatsaus

Johanna Pääkkönen & Aino Saario
Opinnäytetyö
Kevät 2018
Hoitotyön tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Hoitotyön tutkinto-ohjelma, Kätilötyön suuntautumisvaihtoehto

Tekijät: Aino Saario ja Johanna Pääkkönen
Opinnäytetyön nimi: Median ja mainonnan yhteys imetyksen toteutumiseen
Työn ohjaajat: Eija Niemelä, Kaisa Koivisto ja Marja Kinisjärvi
Työn valmistusluku ja -vuosi: Kevät 2018 Sivumäärä: sivut 59 + liitteet 4

Media ja mainonta ovat läsnä arjessa aiempaa enemmän. Samaan aikaan imetyssuositukset Euroopassa eivät toteudu. Monet naisista eivät aloita ollenkaan imetystä tai imetyksen kesto jää lyhyeksi. Median ja mainonnan yhteyttä imetyksen toteutumiseen ei ole Suomessa juurikaan tutkittu ja länsimaissa aiheesta on tutkittu jonkin verran. Aihe on kuitenkin ajankohtainen, joten päädyimme tekemään opinnäytetyönä kirjallisuuskatsauksen, jonka tavoitteena on koota yhteen tutkimustietoa aiheesta. Opinnäytetyön tarkoituksena on kirjallisuuden avulla selvittää ja kuvata median ja mainonnan yhteyttä imetyksen toteutumiseen. Lisäksi valituista tutkimuksista voidaan tarkastella, millaisena imetys esitetään mediassa ja mainonnassa. Opinnäytetyö rajattiin koskemaan länsimaita.

Opinnäytetyö on integroiva kirjallisuuskatsaus. Integroivaan kirjallisuuskatsaukseen päädyttiin siksi, että aiheesta löytyi alustavien hakujen perusteella kohtalaisen vähän tutkimustuloksia. Integroiva kirjallisuuskatsaus mahdollistaa väljemmän tutkimuskysymysten asettelun sekä laajemman ja vaihtelevamman tutkimusaineiston. Pystyimme yhdistämään kvantitatiivisten ja kvalitatiivisten tutkimusten tuloksia. Integroiva katsaus kuitenkin sisältää systemaattisen katsauksen piirteitä, sillä katsauksen vaiheet ovat samat ja aineisto analysoidaan sekä arvioidaan tiettyjen kriteereiden mukaan.

Tiedonhaussa käytettiin neljää tietokantaa: Ebsco, Elsevier, ProQuest ja Sage. Tutkimustuloksia tuli runsaasti, mutta koko tekstien ja laadun arvioinnin perusteella aineistoksi valikoitui lopulta neljä tutkimusta. Aineiston analysoinnissa käytettiin apuna Joanna Briggs instituutin suomeksi käännettyjä laadun arvioinnin tarkastuslistoja.

Aineiston mukaan imetyksen näkyminen mediassa oli vähäistä verrattuna äidinmaidonkorvikkeiden mainontaan. Naiset yleisesti ottaen kokivat, ettei mediassa esillä olleilla esimerkeillä vauvan syöttämisestä ollut vaikutusta heidän päätöksentekoonsa. Kuitenkin aineiston mukaan äidit, jotka muistivat nähneensä tietoa äidinmaidonkorvikkeista, todennäköisemmin käyttivät äidinmaidonkorvikkeita ja lopettivat imettämisen aiemmin. Naiset eivät pelkästään passiivisesti altistu medialle, vaan äidit aktiivisesti etsivät tukea internetistä ja sieltä saatu tieto sekä tuki voivat auttaa naisia jatkaamaan imetystä ja vähentämään äidinmaidonkorvikkeiden käyttöä.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että media ja mainonta todennäköisesti vaikuttavat imetyksen toteutumiseen. Median ja mainonnan vaikutukset imetyksen toteutumiseen eivät kuitenkaan ole suoraan selviä, sillä monet tekijät vaikuttavat siihen. Lisätutkimusta aiheesta tarvitaan, erityisesti tietotekniikan nopean kehityksen vuoksi. Tulosten perusteella mediaa ja mainontaa voitaisiin hyödyntää imetyksen edistämässä sekä imetyksen näkyvyyttä mediassa lisätä.

Asiasanat: imetys, äidinmaidonkorvike, media, markkinointi, mainonta, viestintä, terveysviestintä, kirjallisuuskatsaus

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Nursing and Health Care – Option of Midwifery

Authors: Aino Saario and Johanna Pääkkönen

Title of thesis: The connection of media and marketing to breastfeeding outcomes

Supervisors: Eija Niemelä, Kaisa Koivisto and Marja Kinisjärvi

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2018 Number of pages: 59 + 4 appendix pages

Media and marketing are present in our every day life more than before. Meanwhile in developed countries breastfeeding statistics are the world's lowest. Many women do not even start breastfeeding their babies or stop early breastfeeding. The connection of media and marketing to breastfeeding outcomes haven't been researched in Finland. In developed countries there has been done some researches about the subject. We decided to do literature review about the subject to gather information from other studies. Our aim is to investigate how media and marketing are connected to breastfeeding practises. Additionally the chosen researches can be examined how breastfeeding is presented in media and marketing. The thesis was limited to only regarding developed countries.

We chose an integrative literature review as method for our thesis because there was rather low amount of researches in initial search. Integrative literature review enables less strict research questions and more wide and variable sources. We were able to combine quantitative and qualitative results.

Four databases were used for the search: Ebsco, Elsevier, ProQuest and Sage. There were plenty of results from the databases, but only four researches were chosen to this study. The studies were analyzed by using critical appraisal tools from Joanna Briggs institute.

According to the results, media representations of breastfeeding were low compared to marketing of infant formula. Generally speaking women experienced that media representations of infant feeding didn't affect their decisions to infant feeding choices. However, according to other study women who saw information about infant formula were more likely to use breast-milk substitutes and stop breastfeeding their infants earlier. Mothers aren't just exposed to media, they also seek information and support from internet. Information and support from internet may help women to continue breastfeeding and decrease the use of infant formula.

Results of the research indicate that media and marketing most likely have impact on breastfeeding practises. The impact of media and marketing to breastfeeding outcomes are not simple because many different factors influence to the breastfeeding decisions. More research about the subject is needed especially because of fast development of information technology. Based on the results of this study, media and marketing might be useful for the promotion and protection of breastfeeding. Also media coverage of breastfeeding could increase.

Keywords: breastfeeding, infant formula, media, marketing, advertising, communication, health communication, literature review

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	3
ABSTRACT.....	4
1 JOHDANTO.....	7
2 IMETYKSEN TOTEUTUMINEN.....	9
2.1 Suositukset ja niiden toteutuminen.....	9
2.2 Imetyksen edut.....	9
2.3 Imetyksen toteutumiseen vaikuttavat tekijät.....	10
2.4 Imetysohjaus ja imetyksen tukeminen.....	11
2.5 Imetykskulttuuri.....	13
2.6 Äidinmaidonkorvike ja vieroitusvalmiste.....	14
2.7 Markkinointikoodi.....	15
3 MEDIAN, MAINONNAN JA VIESTINNÄN YHTEYS IMETYKSEEN.....	17
3.1 Media.....	17
3.2 Mainonta.....	19
3.3 Viestintä.....	22
4 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET.....	24
5 KIRJALLISUUSKATSAUS.....	25
5.1 Aineiston hankkiminen.....	26
5.2 Hakusanat.....	28
5.3 Tutkimuksen toteuttaminen.....	30
5.4 Laadun arviointi.....	32
5.5 Analysointi.....	33
6 MEDIAN JA MAINONNAN YHTEYS IMETYKSEN TOTEUTUMISEEN.....	40
6.1 Imetykseen vaikuttavat tekijät.....	40
6.2 Imetyksen toteutuminen.....	41
6.3 Imetyksen edistäminen median ja mainonnan keinoin.....	42
7 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	44
8 POHDINTA.....	46
8.1 Tutkimusprosessin ja tulosten tarkastelu.....	46

8.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	46
LÄHTEET	49
LIITTEET	60

1 JOHDANTO

Maailman terveysjärjestö WHO:n laatimien kansainvälisten suositusten tarkoituksena on parantaa imetyksen toteutumista maailmanlaajuisesti. Kansainvälisten suositusten mukaan lasta tulisi täysimettää 4-6 kuukauden ikään saakka ja osittaisimetystä tulisi jatkaa kahden vuoden ikään saakka. Imetyksellä on monia erilaisia terveyshyötyjä sekä sen on todettu edistävän kiintymyssuhteen muodostumista. (WHO & UNICEF 2003, 7-8; Puura & Kaartinen 2010, 410.) Vaikka imetyksen hyödyt tunnetaan hyvin, eivät suositukset siltikään toteudu. Tutkimusten mukaan kehittyneissä maissa haasteena on täysimetyksen lyhyt kesto. Suositusten mukainen kuuden kuukauden täysimetyks ei toteudu. (Koskinen 2008, 10; Victora, Bahl, Barros, França, Horton, Krasevec, Murch, Jeeva, Walker & Rollins 2016, viitattu 23.3.2018.) Syyt, miksi äiti ei halua imettää tai lopettaa sen jo varhain, ovat yleensä mutkikkaat ja monisyiset. Vain harvoilla naisilla imetys ei onnistu fysiologista syistä. (Britton 2003, 301; Deufel & Montonen 2010b, 150).

Samaan aikaan länsimaissa imetyksilukujen laskiessa, median ja mainonnan rooli ihmisten jokapäiväisessä elämässä on muuttunut. Ne ovat aiempaa tiiviimmin mukana ihmisten päivittäisessä elämässä, sillä älylaitteet ja tietokoneet kuuluvat lähes jokaisen arkeen. (Seppänen & Väliaverron 2015, viitattu 15.3.2016.) Tässä raskaana olevat ja tuoreet vanhemmat eivät ole poikkeus (International baby food action network 2010, 7). Sosiaalisen median ja erilaisten internetyhteisöjen tulo onkin luonut uudenlaisia haasteita ja mahdollisuuksia imetyksen tukemiselle, edistämiseksi ja suojelulle. Lisäksi äidinmaidonkorvikkeiden valmistajien käyttämät markkinointikeinot ovat herättäneet huolta mainosten vaikutuksista imetystä koskeviin mielikuviin ja imetyksen toteutumiseen. (Abrahams 2012, 400.)

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää ja kuvata, kuinka media ja mainonta vaikuttavat imetyksen toteutumiseen. Opinnäytetyö on integroiva kirjallisuuskatsaus. Tavoitteena työllä on koota tietoa imetyksen sekä median ja mainonnan välisestä yhteydestä. Lisäksi valituista tutkimuksista voidaan tarkastella, millaisena imetys esiintyy mediassa ja mainonnassa. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää laadittaessa imetystä edistävää materiaalia sekä hoitotyötä kehitettäessä. Kirjallisuuskatsauksen avulla tuotettu tieto onkin vahva pohja näyttöön perustuvalla hoitotyöllä (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 31). Kirjallisuuskatsauksen avulla voidaan muodostaa kokonaiskuva

käsittävistä aihealueista sekä hahmottaa mahdollisia jatkotutkimusaiheita (Stolt, Axelin & Suho-
nen 2016, 4). Mahdollinen jatkotutkimusaihe voisikin olla, kuinka median ja mainonnan keinoja
pystyttäisiin hyödyntämään positiivisten imetystä koskevien asenteiden luomisessa.

Aihe opinnäytetyölle löydettiin Terveystieteiden- ja hyvinvoinnin laitoksen Imetyksen edistäminen Suo-
messä -toimintaohjelmasta, jossa esiteltiin imetyksen edistämisen EU-projektin jatkotutkimustar-
peita. Eräs näistä jatkotutkimusaiheista oli julkisen sanan, median ja markkinoinnin vaikutus ime-
tykseen. Päädyttiin tutkimaan median ja mainonnan yhteyttä imetyksen toteutumiseen, koska aihe
on ajankohtainen ja mielenkiintoinen. Median, mainonnan ja imetyksen yhteyttä ei kuitenkaan ole
juuri tutkittu Suomessa. Tämän vuoksi päätimme kerätä tietoa ulkomaisista tieteellisistä julkai-
suista. Opinnäytetyössä pyritään selvittämään, mikä näiden asioiden välinen yhteys on vai onko
yhteyttä ollenkaan. Opinnäytetyötä tehtäessä saamme imetystä sekä tutkimustyötä koskevaa tie-
toa, mikä tukee ammatillista kasvua tuleviksi kättilöiksi.

2 IMETYKSEN TOTEUTUMINEN

2.1 Suositukset ja niiden toteutuminen

Kansalliset imetystä koskevat suositukset pohjautuvat Maailman terveysjärjestö WHO:n laatimiin kansainvälisiin suosituksiin. Ne kannustavat täysimettämään lasta ensimmäisten kuuden kuukauden ajan ja jatkamaan osittaisimetystä, kunnes lapsi on kaksivuotias. Tämän jälkeenkin perhe halutessaan voi jatkaa imetystä. (WHO & UNICEF 2003, 15.) Tuoreet kansalliset suositukset ohjeistavat täysimettämään lasta 4-6 kuukautta, osittaisimettämään ainakin vuoden ikään saakka sekä jatkamaan imetystä tämänkin jälkeen perheen niin halutessa. Tämä suositus perustuu tutkimustuloksiin, joiden mukaan rintamaito ja 4-6 kuukauden iässä aloitettava kiinteiden ruokien maistelu, tukevat vauvan suoliston kypsymistä sekä ehkäisevät allergioita. (Hakulinen 2017, 15, 19.)

Täysimetys tarkoittaa sitä, ettei lapsi saa äidinmaidon lisäksi muuta kuin D-vitamiinia. Lasta osittain imetetäessä hän saa äidinmaidon lisäksi muutakin ravintoa, kuten äidinmaidonkorviketta, sosetta tai velliä. (Uusitalo, Nyberg, Pelkonen, Sarlio-Lähteenkorva, Hakulinen-Viitanen & Virtanen 2012, 12.) Imetyssuosituksen tarkoituksena on turvata pienten lasten terveys ja ravitsemustila. Neljästä kuuteen kuukauteen kestävä täysimetys mahdollistaa tämän parhaiten. (Erkkola & Lyytikäinen 2010, 9; Hakulinen 2017, 19.)

Yleisesti ottaen imetyksen edut tunnetaan hyvin (Hannula, Kaunonen, Koskinen & Tarkka 2010, 1). Siitä huolimatta, että hyödyt ovat tiedossa, äidit eivät välttämättä aloita imetystä tai lopettavat sen varhaisessa vaiheessa. Näin ollen imetyssuositukset eivät toteudu. (Britton 2003, 297; Bosi, Eriksen, Sobko, Wijnhoven & Breda 2016, 754.) Imetystilastot ovat matalat kautta koko Euroopan, eikä Suomi ole tässä poikkeus (EU 2008, 11). Suomessa täysimetetään keskimäärin 2 kuukautta ja kokonaisimetysten kesto jää noin 7-8 kuukauteen. Lapsista vain noin 1-2 prosenttia saa pelkästään äidinmaitoa ensimmäisen puolen vuoden aikana. Useat vastasyntyneet saavat lisämaitoa jo synnytyssairaalassa. (THL 2016, 64.) Imetyksen varhainen lopettaminen johtuu tutkimusten mukaan pitkälti pätevän imetysohjauksen ja riittävän tuen puutteesta (Kansallinen imetyksen edistämisen asiantuntijaryhmä 2009, 22).

2.2 Imetyksen edut

Rintamaito riittää yleensä täysiaikaisina syntyneille lapsille ainoaksi ravinnon lähteeksi ensimmäisen puolen vuoden ajan. Tutkimukset ovat osoittaneet, että rintamaito on lapselle parasta mahdollista ravintoa, sillä se sisältää lapsen kehityksen kannalta tarpeellisia ravinto- ja suoja-aineita, D-vitamiinia lukuun ottamatta. (THL 2016, 64.) Äidinmaidossa ravintoaineet ovat helposti imeytyvässä sekä hyödynnettävässä muodossa. Sen sisältämät rasvahapot ja glukoosi ovat keskushermoston normaalin kehittymisen kannalta erityisen tärkeitä. Rintamaidon sisältämät immunologiset ainesosat suojaavat lasta esimerkiksi tulehdussairauksilta ja ripulilta. Tutkimusten mukaan imetys vähentää aikuisiän valtimotautien, ylipainon, diabeteksen sekä suolistosairauksien riskiä. (Hermanson 2012, viitattu 30.11.2016; Niemelä & Tammi 2006, 12; Bosi ym. 2016, 753.) Lisäksi lapsen oksitosiinin erityis lisääntyminen imetyksen yhteydessä. Se lisää vauvan kivunsietokykyä, tuottaa mielihyvää sekä rentouttaa ja laskee stressitasoa. (Puura & Kaartinen 2010, 410.)

Vauvan imettäminen on helpoin, luonnollisin, hygieenisin sekä taloudellisin tapa ravita vastasyntynyt. Imetyksellä on lisäksi monia psykologisia ja terveydellisiä hyötyjä myös äidille. (Hannula 2015, 331.) Esimerkiksi vauvan imettäminen nopeuttaa äidin synnytyksestä palautumista sekä auttaa hallitsemaan painoa. Lisäksi imetyksen on todettu edistävän naisen terveyttä pitkällä aikavälillä. Se muun muassa vähentää äidin riskiä sairastua osteoporoosiin sekä munasarja- ja rintasyöpään. (Hermanson 2012, viitattu 30.11.2016.) Imetyksen aikana äidin oksitosiinitaso nousee, mikä aiheuttaa kohdun supistumista, ehkäisee verenvuotoa, rentouttaa, lisää kivun- ja stressinsietokykyä sekä parantaa unenlaatua. Oksitosiini myös lisää äidin kiintymyksen tunnetta lasta kohtaan, mikä edesauttaa kiintymyssuhteen syntymistä ja kehittymistä. (Puura & Kaartinen 2010, 410; Deufel & Montonen 2010a, 61-62.)

2.3 Imetyksen toteutumiseen vaikuttavat tekijät

Imetyksen hyödyt ovat laajasti tunnetut, mutta siitä huolimatta imetyssuosituksia eivät toteudu. Tutkimusten mukaan imetyksen toteutumiseen vaikuttavat sosioekonomiset tekijät, kuten esimerkiksi vanhempien ikä, koulutustausta ja tupakointi. Alle 25-vuotiaat äidit imettävät yleisesti ottaen huomattavasti lyhyemmän aikaa kuin vanhemmat äidit. Korkeakoulutettujen vanhempien lapsia imetetään pidempään kuin matalasti koulutettujen lapsia. Tutkimuksissa on todettu, että imetys kestää lyhyemmän aikaa yksinhuoltajilla, tupakoitsijoilla sekä ensisynnyttäjiillä. Näille ryhmille, joilla imetyksen varhainen loppuminen on todennäköisempää, tulee antaa tehokasta imetysohjausta. Tällä voidaan vähentää terveyserojen kasvamista. (JBI 2011, 1; Uusitalo ym. 2012, 5-6.)

Imetyksen onnistumiseen vaikuttavat sosioekonomisten tekijöiden lisäksi monet äitiin, vauvaan ja ympäröivään kulttuuriin liittyvät tekijät (Kansallinen imetyksen edistämisen asiantuntijaryhmä 2009, 38; Kornides & Kitsantas 2013, 265). Vanhempien imetykseen liittyvillä mielikuvilla on vaikutusta imetystä koskeviin päätöksiin, valintoihin ja imetyskokemuksiin. Positiivinen asenne, äidin voimavarat, lähipiirin tuki ja arvostus ovat yhteydessä imetyksen jatkumiseen. Negatiiviset asenteet, huono imetysohjaus, psyykkiset ongelmat sekä virheelliset ja puutteelliset tiedot voivat johtaa imetykseen liittyviin ongelmiin ja sitä kautta sen varhaiseen lopettamiseen. (Hannula 2003, 14-15, 108.)

Imetyksen toteutumiseen vaikuttavat terveydenhuollon antama tuki, synnytyksen kulku sekä synnytyssairaalassa vallitsevat hoitokäytännöt (Uusitalo ym. 2012, 12). Synnytyssairaalassa toteutettava vierihoito, vauvantahtinen imetys, ihokontakti, yksilöllinen tuki ja ohjaus edistävät imetyksen käynnistymistä. Lisäksi turhan lisämaidon, tuttien ja tuttipullojen välttäminen edesauttavat täysimeityksen toteutumista. Perheen kotiuduttua sairaalasta puolison, sosiaalisen verkoston ja neuvolan tuki edistävät imetyksen jatkumista. Erityisesti puolison vahvalla tuella ja positiivisella asenteella imetystä kohtaan on merkitystä imetyksen aloittamiseen ja sen keston. Lisäksi äiti voi saada tukea imetykseen lähipiiriltään sekä muilta äideiltä muun muassa internetistä ja imetystukiryhmästä. (Deufel & Montonen 2010b, 150; Kornides & Kitsantas 2013, 270; THL 2016, 64.)

Imetyksen etuina yleisesti pidetään lapsen terveyttä edistäviä tekijöitä sekä varhaisen vuorovaikutussuhteen kehittymistä. Huonoina puolina taas nähdään imetyksen sitovuus, fyysinen epämukavuuden tunne, vauvan riippuvuus äidistä sekä se, ettei puoliso voi osallistua lapsen syöttämiseen. Tutkimusten mukaan yleisimmät syyt korvikeruokintaan ovat epävarmuus maidon riittävydestä, imetyksen vaivalloisuus, vauvan rinnan hyljintä, äidin paluu töihin sekä isän asenne imetystä kohtaan. Luottamus maidon riittävyteen vaikuttaa voimakkaasti äidin imetystä koskeviin asenteisiin. Jos äidistä tuntuu, ettei maitoa tule riittävästi, hänen asenteensa imetystä kohtaan muuttuu negatiivisemmaksi. (Niemelä & Tammi 2006, 36, 120-121; Hannula 2003, 14-15, 19, 108.)

2.4 Imetysohjaus ja imetyksen tukeminen

Imetysohjauksella on suuri rooli imetyssuosittelun toteutumisen kannalta. Heikko imetystuki on tutkimusten mukaan yhteydessä imetyksen varhaiseen loppumiseen. (JBI 2010, 1.) Hyvällä ja riittävällä tuella, oikeanlaisella ohjaamisella sekä kannustamisella pystytään ratkaisemaan suurin osa imetykseen liittyvistä ongelmista (Koskinen 2008, 22). Jokaiselle äidille tuleekin antaa apua ja oh-

jeita imetykseen, riippumatta siitä onko hän ensi- vai uudelleensynnyttäjä. Hyvä ohjaus on yksilöllistä, monipuolista ja se lähtee äidin tarpeista. (Hannula 2015, 333.) Imetysohjauksen tulee alkaa jo raskauden alkuvaiheessa ja jatkua aina lapsen rinnalta vieroitukseen saakka. (Hakulinen & Otonen 2017, 80.) Suullisen ohjauksen lisäksi äideille tulee antaa ohjeet myös kirjallisina sekä mahdollisesti ohjata heidät vertaistuen piiriin. Onnistunut imetysohjaus tukee äidin selviytymistä ongelmatilanteissa, lisää luottamusta omaan kykyyn imettää lasta sekä todennäköisesti lisää imetyksen kestoja. (Hannula ym. 2010, 2.)

Useat äidit kaipaavat konkreettisia neuvoja hyvän imemisotteen ja erilaisten imetysasentojen oppimisessa. Lisäksi he tarvitsevat ohjeita maidon riittävyden arvioimisessa, imetykseen liittyvien ongelmien ehkäisyssä ja hoidossa sekä monissa muissa imetykseen liittyvissä kysymyksissä. (Hannula 2015, 333; JBI 2010, 3.) Hyvä ohjaus tutkitusti vähentää ahdistusta, lisää äidin kykyä selviytyä sekä ehkäisee ongelmien syntymistä. Onnistunut, tehokas ja asiantunteva imetysohjaus tukee imetyksen aloittamista, jatkumista sekä lisää täysimetettyjen lasten määrää. Epäonnistunut ja ristiriitainen imetysohjaus puolestaan saa äidit tuntemaan epävarmuutta ja mahdollisesti lopettamaan imetyksen varhaisessa vaiheessa. (Deufel & Montonen 2010b, 165-166, 178.)

Terveydenhuollon ammattilaisilla, jotka hoitavat raskaana olevia sekä lapsiperheitä, tulee olla riittävä koulutus imetyksestä ja sen edistämisestä (Uusitalo ym. 2012, 43). Tämä yhtenäinen hyvä peruskoulutus sekä täydennyskoulutus imetyksestä ja imetysohjauksesta tukee äitien onnistunutta imetystä (Hannula ym. 2010, 1). On kuitenkin huomioitava, että ammattilaisten tekemiin ratkaisuihin sekä neuvontaan vaikuttavat heidän omat asenteensa, kokemuksensa sekä ympäröivä kulttuuri (Hannula 2009, 88). Hoitajan asenteet ja mielipiteet välittyvät sanallisen ja sanottaman viestinnän kautta äidille. Tällä on vaikutusta imetyksen toteutumiseen. (Deufel & Montonen 2010b, 167.)

Siitä huolimatta, että imetystä suositellaan ja siihen kannustetaan ohjeistuksissa, monet äidit kokevat, etteivät he saa riittävästi imetysohjausta (Isola 2009, 52). Tutkimusten mukaan Suomessa haasteita on erityisesti imetyksen käynnistymisen tukemisessa sekä vähintään 4 kuukautta kestävästä täysimetyksen toteutumisesta (THL 2016, 64). Imetysohjauksen tulee olla kannustavaa, rohkaisevaa ja tukevaa, eikä äitejä saa syyllistää valinnoistaan. Myös äidit, jotka päättävät lopettaa imettämisen, tarvitsevat terveydenhuollon ammattilaisten tukea ja ohjausta. (Hannula ym. 2010, 2; JBI 2010, 3.) Äidin jaksaminen on vauvan hyvinvoinnin kannalta tärkeintä. Tästä syystä äitejä ei

tule painostaa imetykseen. Jos tiedon antamisesta, ongelmiin puuttumisesta ja tukemisesta huolimatta äiti päättää lopettaa imetyksen, tulee hänelle antaa puolueetonta tietoa äidinmaidonkorvikkeista. (Hermanson 2012, viitattu 30.11.2016.)

2.5 Imetyskulttuuri

Ympäröivän kulttuurin arvot ja asenteet vaikuttavat vahvasti imetyksen onnistumiseen. (Rollins, Bhandari, Hajeebhoy, Horton, Lutter, Martines, Piwoz, Richter & Victora 2016, 492). Eri kulttuureissa imetykseen liittyvät käytännöt, imetyksen kesto ja hoivakäyttäytyminen poikkeavat toisistaan (Koskinen 2008, 9-10). Imetyksiin liittyvissä päätöksissä ei olekaan kyse pelkästään oikeasta tiedosta, valinnoista ja asenteista. Kulttuuriset ihanteet, mallit sekä säännöt imetyksen oikeasta tavasta, ajasta ja paikasta vaikuttavat taustalla. (Huitti-Malka 2009, 13.) Kulttuurin lisäksi päätöksiin vaikuttavat myös poliittiset ja ekonomiset tekijät sekä äidinmaidonkorvikkeiden markkinointitavat (Britton 2003, 299-300; Isola 2009, 52). Usein imetys koetaan yksilön valintana, eikä huomioida yhteiskunnan ja ympäröivän kulttuurin merkitystä (Rollins ym. 2016, 500).

Arvot, asenteet, normit ja tabut vaikuttavat yksilön toimintaan. Ne ohjaavat ihmisen ajattelua, muistamista, havaitsemista sekä valintojen tekemistä. Arvot ilmaisevat sen mikä on hyvää ja tavoiteltavaa sekä millainen käyttäytyminen on toivottavaa. (Pohjanheimo 2005, 240; Pirttilä-Backman, Ahokas, Myyry & Lähteenoja 2005, 7; Ahokas, Ferchen, Hankonen, Lautso & Pyysiäinen 2006, 65.) Ympäröivän kulttuurin arvot vaikuttavat äitien imetystä koskeviin valintoihin ja mielipiteisiin sekä imetyksen toteutumiseen (Aittokoski & Salokoski 2009, 74). Myös lähipiirin sekä terveydenhuollon ammattilaisten tuella, uskomuksilla, arvoilla ja asenteilla on vaikutusta imetyksen toteutumiseen (Nykyri 2017, 26; Hannula 2003, 109).

Arvot luovat pohjan asenteiden muodostumiselle. Asenteet ovat yksilön mielikuvia sekä ajattelu- ja toimintatapoja, jotka kohdistuvat tiettyyn asiaan tai ihmiseen. (Kuusela 2007, 198; Erwin 2005, 12-13.) Asenteiden ja käyttäytymisen välinen yhteys on epäselvä ja hankalasti tutkittavissa, sillä asenteiden taustalla vaikuttavat monet tekijät (Ahokas ym. 2006, 72). Kuitenkin tutkimusten perusteella äitien myönteiset asenteet imetystä kohtaan ovat yhteydessä onnistuneisiin imetyskokemuksiin sekä pidempään imetyksen keston (Hannula 2003, 14-15).

Useimmiten mediassa vauvoihin yhdistetään äidinmaidonkorvike ja tuttipullot, rintojen ja imetyksen sijaan. Pulloruokinta nähdäänkin länsimaisessa kulttuurissa tavanomaisena. Tavanomaisuudesta

poikkeaminen esimerkiksi imettämällä julkisella paikalla vaatii äidiltä rohkeutta. Imettäminen muiden nähden voidaan kokea ahdistavana sekä kulttuurin kirjoittamattomia sääntöjä rikkovana. (Koskinen 2008, 20; Niemelä & Tammi 2006, 119.) Yleisesti rinnat saatetaan kokea erityisesti median ja pornografian välittämän kuvan vuoksi eroottisina. Nämä mielikuvat välittyvät elokuvien, lehtien ja kirjojen välityksellä. (Britton 2003, 303.) Nämä mielikuvat voivat aiheuttaa naiselle ristiriitaisia ajatuksia imetykseen liittyen. Esimerkiksi rinnat voivat olla vaikea nähdä lapsen ruokintaan tarkoitettuna.

2.6 Äidinmaidonkorvike ja vieroitusvalmiste

Äidinmaidonkorvikkeella tarkoitetaan elintarviketta, joka on tarkoitettu imeväisikäisen lapsen ravinnoksi ensimmäisten 6 elinkuukauden aikana. Sen tarkoituksena on toimia ravintona siihen saakka, kunnes lapselle voi antaa kiinteitä ruokia. Vieroitusvalmisteella puolestaan tarkoitetaan elintarviketta, jota käytetään lapsen monipuolistuvan sekä täydentävän ravinnon ohessa. Imeväisikäinen kuitenkin saa edelleen ruokavalionsa nesteet pääasiallisesti vieroitusvalmisteen muodossa. (Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus äidinmaidonkorvikkeesta ja vieroitusvalmisteesta 1216/2007 3§.)

Suomessa kauppa- ja teollisuusministeriö on tehnyt asetuksen, jossa on laadittu yleiset vaatimukset äidinmaidonkorvikkeelle ja vieroitusvalmisteelle. Sellaisia valmisteita, jotka eivät täytä asetuksen vaatimuksia ei saa myydä. (Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus äidinmaidonkorvikkeesta ja vieroitusvalmisteesta 1216/2007 5§.) Kaikki Suomessa myytävät äidinmaidonkorvikkeet pyrkivät jäljittelemään mahdollisimman tarkasti äidinmaidon koostumusta. Kuitenkin tästä huolimatta äidinmaidonkorvikkeet eivät sisällöltään pysty täysin vastaamaan äidinmaitoa. Lisäksi äidinmaidonkorvikkeen proteiinityyppi poikkeaa äidinmaidon proteiinista. Tyypillisesti äidinmaidonkorvikkeissa hyödynnetään lehmänmaidosta saatavaa proteiinia, jonka määrää sekä koostumusta on muokattu äidinmaitoa vastaavaksi. Vauva voi allergisoitua tälle lehmänmaidon proteiinille, eivätkä proteiinit imeydy yhtä hyvin kuin äidinmaidosta. (Luukkainen 2010, 36-37; Corkins & Shurley 2016, 723.)

Äidin ja lapsen terveydentila sekä heidän tarpeensa vaikuttavat vauvan ravitsemusta koskeviin päätöksiin. Vaikka rintamaito yleisesti ottaen onkin vauvalle parasta mahdollista ravintoa, joissakin tilanteissa äidinmaidonkorvikkeiden käyttö voi olla tarpeen. Syy voi johtua joko lääketieteellisestä tarpeesta, tuen puutteesta tai siitä, ettei äiti halua imettää. Äidillä voi olla myös huoli siitä, ettei rintamaito riitä lapsen tarpeisiin. Äidit, jotka päätyvät käyttämään äidinmaidonkorvikkeita, kokevat

usein epäonnistumista, häpeää sekä syyllisyyttä. (THL 2016, 64; Mikkola 2017, 53; Nykyri 2017, 26.)

Rutiininomaista lisämaidon antamista korvikkeen muodossa tulisi välttää. Varhainen lehmänmaidon proteiineille altistuminen lisää esimerkiksi riskiä sairastua diabetekseen ja lisäksi tuttipulloon tottuminen voi häiritä vauvan imuotetta. (Niemelä & Tammi 2006, 55.) Äidille tulee kertoa imetyksen eduista, mutta häntä ei tule painostaa imetykseen. Äidinmaidonkorvikkeista tulee antaa puolueetonta tietoa sekä ohjata korvikeruokinnan toteuttamisessa. (Hannula ym. 2010, 2.) Äideille tulee kertoa, ettei korvikeruokintaa tee heistä huonoa äitiä, estä kiintymissuhteen muodostumista tai vaaranna vauvan terveyttä (Mikkola 2017, 53).

2.7 Markkinointikoodi

Äidinmaidonkorvikkeiden tulo markkinoille sekä niiden runsas suosio ympäri maailman herätti huolen imetyksen syrjään jäämisestä. Imetyksen suojeleminen ja edistäminen aloitettiin konkreettisesti vuonna 1981, jolloin WHO:n laatima Kansainvälinen äidinmaidonkorvikkeiden markkinointikoodi hyväksyttiin. Markkinointikoodin tehtävänä on säädellä korvikkeiden, tuttien ja tuttipullojen markkinointia. Sen peruseräteenä on imeväisten turvallisen sekä riittävän ravitsemuksen varmistaminen ensisijaisesti imettämällä. (Koskinen 2008, 11-12.) Lisäksi se pyrkii asianmukaisen markkinoinnin ja myynnin avulla varmistamaan äidinmaidonkorvikkeiden oikeanlaisen sekä turvallisen käytön (WHO 1981, 8). Kansalliset lait ja linjaukset pohjautuvat tähän imetystä suojelemaan markkinointikoodiin (EU 2008, 7-8).

Maailman terveysjärjestöön kuuluvien maiden tulee kansainvälisen äidinmaidonkorvikkeen markkinointikoodin mukaan edistää imetystä sekä valvoa äidinmaidonkorvikkeiden markkinointia. Tämä koodi koskee sekä terveydenhuollon henkilöstöä, että niitä, jotka valmistavat tai jälleenmyyvät äidinmaidonkorvikkeita, vierotusvalmisteita sekä niihin liittyviä välineitä. (Deufel & Montonen 2010c, 528.) Näitä koodin piiriin kuuluvia valmisteita ja välineitä ei saa mainostaa, eikä niiden myyntiä saa edistää muillakaan keinoin (WHO 1981, 8). Vuoden 2017 tilaston mukaan 72 maata on hyväksynyt kokonaan tai osittain markkinointikoodin kansallisen lain pohjaksi. Silti sen toimeenpano on hajanaista ja äidinmaidonkorvikkeiden mainonta on laajalle levinnyttä (Yeong 2017, 6). Esimerkiksi Yhdysvalloissa markkinointikoodin rikkomiset ovat yleisiä, sillä yhtään osaa markkinointikoodin artikloista ei ole kirjattu lakiin eivätkä viranomaiset valvo markkinointikoodin toteutumista (Abrahams 2012, 401).

Suomessa on WHO:n suositusten pohjalta annettu asetuksia, joissa säädetään tarkasti äidinmaidonkorvikkeiden ja vierotusvalmisteiden mainonnasta. Mainonnan tulee olla tosiasioihin perustuvaa, eikä se saa välittää mielikuvia korvikkeen yhdenvertaisuudesta imetykseen verrattuna. Pakkauksissa tulee olla suositus siitä, että niitä käytetään vain terveydenhuollon ammattilaisten ohjeiden mukaan. Pakkauksissa ei saa olla vauvojen kuvia eikä tekstejä, joissa suositellaan valmisteen käyttämistä. Ilmaisuja, kuten luonnollinen tai äidinmaidon kaltainen, ei saa pakkauksista löytyä. Myyninedistämislahjat tai ilmaiset näytteet annettuna suoraan perheille tai epäsuorasti terveydenhuollonhenkilöstön kautta ovat ehdottomasti kiellettyjä. (Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus äidinmaidonkorvikkeesta ja vierotusvalmisteesta 1216/2007 12§, 13§, 16§, 17§.)

Markkinointikoodi on rajoittanut äidinmaidonkorvikkeiden mainontaa niin, että sitä saa esiintyä vain terveydenhuollon ammattilaisille suunnatuissa erikoisjulkaisuissa sekä tieteellisissä julkaisuissa (Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus äidinmaidonkorvikkeesta ja vierotusvalmisteesta 1216/2007 16§). Terveydenhuollon ammattilaiset saavat äidinmaidonkorviketta ja vierotusvalmistetta koskevaa kaupallista tiedotusaineistoa, jota he voivat harkinnan mukaan jakaa perheille. Edellytyksenä kuitenkin on, että he ammattilaisten arvion mukaan tarvitsevat aineiston antamia ohjeita äidinmaidonkorvikkeiden käytöstä. Aineistossa ei saa kuitenkaan mainita valmisteita kauppanimillä. (Sosiaali- ja terveysministeriön asetus imeväisen ja pikkulapsen ruokintaa koskevasta tiedotusaineistosta 267/2010 3§, 6§.)

Markkinointikoodi pyrkii lisäämään kuluttajien tietoisuutta siitä, että markkinointi voi vaikuttaa mielikuviin ja sitä kautta ostopäätöksiin. Aiemmin äidinmaidonkorvikkeita markkinoitiin äitien tunteisiin ja asenteisiin vetoamalla. Äitien imetyspäätöksiin vaikuttavatkin osaltaan median ja mainonnan luomat mielikuvat. On todennäköisempää, että kaupallista tiedotusaineistoa lukenut äiti lopettaa imetyksen aiemmin kuin äiti, jolle on tarjottu puolueetonta ja tutkimuksiin perustuvaa tietoa imetyksestä. (Niemelä & Tammi 2006, 118.)

3 MEDIAN, MAINONNAN JA VIESTINNÄN YHTEYS IMETYKSEEN

Viime vuosina median ja asenteiden välisestä yhteydestä on keskusteltu runsaasti. Yleisen mielihiteen mukaan medialla ja mainonnalla on suuri merkitys arvojen ja asenteiden muodostumiseen sekä ihmisten toimintaan. Tutkijoiden mukaan asia ei kuitenkaan ole näin yksinkertainen. Median ja mainonnan vaikutusta asenteisiin ja sitä kautta käyttäytymiseen on hankala todentaa. Tiedetään kuitenkin, että tiedotusvälineet pyrkivät vaikuttamaan asenteisiin tarjoamalla sisältöjä sekä puheenaiheita. Toiset aiheet nostetaan esille ja toisista puolestaan vaietaan. (Erwin 2005, 33-35.) Mainonta ja voiton tavoittelu ovat olennainen osa median toimintaa, ne myös vaikuttavat mediassa käsiteltäviin aiheisiin. Tämä näkyy länsimaissa esimerkiksi siinä, että äidinmaidonkorvikkeet näkyvät mediassa enemmän imetykseen verrattuna. (Aittokoski & Salokoski 2009, 65.) Vanhemmat voivat omaksua median ja mainonnan esittämiä arvoja ja asenteita, jotka puolestaan vaikuttavat imetyksen toteutumiseen. (Williams, Von Rosen-Von Hoewel, Laitinen, Jakobik, Martin-Bautista, Schmid, Egan, Morgan, Decsi, Campoy, Koletzko & Raats 2012, 914, 917-918).

3.1 Media

Medialla tarkoitetaan kaikkia niitä välineitä, joiden avulla voidaan välittää merkityksiä, tuottaa yhteisiä kokemuksia ja kontakteja. Näitä välineitä ovat kuvat, elokuvat, radio, televisio, internet ja sosiaalinen media sekä printtimedia eli lehdet, kirjat ja muu painettu sana. (Nieminen & Pantti 2009, 14; Mustonen 2001, 8.) Median toimintaa ohjaavat useat arvot, normit, lait ja säädökset sekä hyvät tavat (Seppänen & Väliaverronen 2015, viitattu 15.3.2016). Keskeisiä arvoja ovat totuus, objektiivisuus, oikeudenmukaisuus, yksilön kunnioittaminen, vastuullisuus sekä moraalisuus (Nieminen & Pantti 2009, 133-134).

Media on mukana ihmisten elämässä aiempaa tiiviimmin. Ihmiset ostavat erilaisia teknologisia laitteita, joiden avulla he kommunikoivat keskenään sekä käyttävät median tarjoamia sisältöjä. Siten media onkin jatkuvasti läsnä arjessa sekä koko yhteiskunnan toiminnassa. (Seppänen & Väliaverronen 2015, viitattu 15.3.2016.) Ihmiset käyttävät mediaa esimerkiksi tiedon hankkimiseen, tylsyyden ja yksinäisyyden lievittämiseksi, ajan kuluttamiseksi sekä sosiaalisten suhteiden muodostamiseen (Salokoski & Mustonen 2007, 104-105). Median tarjoaa mahdollisuuden tarkastella omia arvoja, ajatuksia, tunteita ja valintoja (Seppänen & Väliaverronen 2015, viitattu 15.3.2016).

Median ollessa aiempaa enemmän läsnä arjessa, on tärkeää ymmärtää miten sen vaikuttaa yksilöön ja yhteiskuntaan (Tomfohrde & Reinke 2016, 556). Tutkimuksia median vaikutuksista ihmiseen on tehty useita. Tutkimusten mukaan mediavaikutukset syntyvät monimutkaisen prosessin tuloksena. Prosessiin liittyvät esimerkiksi ihmisen luonteenpiirteet, käsityskyky, kiinnostuksen kohteet, kokemukset, asenteet ja mielialat. Vaikutukset ihmisten toimintaan eivät ole yksiselitteisiä, mutta tiedetään kuitenkin, että media vaikuttaa yksilöiden tapaan havaita todellisuutta. Sitä kautta se vaikuttaa heidän toimintaansa, asenteisiinsa, arvoihinsa ja identiteetin luomiseen. (Mustonen 2001, 13, 20, 55; Kellner 2000, 9.) Mainostajat ovat kiinnostuneita näistä vaikutusmekanismeista, sillä mediaa käytetään markkinointikanavana (Mustonen 2009, 141).

Raskaana olevat naiset ja pienten lasten äidit kaipaavat usein tietoa uudessa elämäntilanteessa. He etsivät tietoa raskaudesta, synnytyksestä sekä imetyksestä. Yhä useammin he turvautuvat internetistä löytyvään tietoon. (Slomian, Bruyère, Reginster & Emonts 2017, 46.) Sosiaalisessa mediassa naiset voivat keskustella samassa elämäntilanteessa olevien kanssa, saada neuvoja sekä tukea ja rohkaisua (McCann & McCulloch 2012, 450). Naiset etsivät internetistä tietoa ja vahvistusta heidän päätöksilleen. Internetissä on runsaasti tietoa helposti saatavilla, mutta sen luotettavuus ja ajantasaisuus on hyvin vaihtelevaa (Slomian ym. 2017, 51). Hyödyntääkseen mediaa sekä sieltä löytyvää tietoa, tulisi yksilöiden opetella mediataitoja. Niihin kuuluvat taito tulkita ja arvioida median tarjoamia sisältöjä, ilmaisutapoja sekä taustalla vallitsevia arvoja, tekijöitä ja tavoitteita. (Salokoski & Mustonen 2007, 111; Mustonen 2001, 33-34.)

Imetysohjaajien ja terveydenhuollon ammattilaisten tulisi huomioida se, että äidit etsivät internetistä yhä enemmän tietoa imetyksestä. Internetiä ja sosiaalista mediaa voitaisiin pyrkiä hyödyntämään imetyksen edistämässä ja tiedon jakamisessa. (McCann & McCulloch 2012, 450; Tomfohrde & Reinke 2016, 559.) Terveydenhuollon ammattilaiset pystyvät internetin ja sosiaalisen median avulla levittämään tehokkaasti tutkittua ja luotettavaa tietoa laajalle kohderyhmälle. Myös erilaisia sovelluksia voitaisiin hyödyntää imetyksen edistämässä. (Slomian ym. 2017, 51.)

Media säätelee käsiteltäviä aiheita, vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen sekä pyrkii ohjaamaan ihmisten huomiota ja suhtautumista (Mustonen 2001, 67; Seppänen & Väliaverronen 2015, viitattu 15.3.2016). Media voi myös vaikuttaa imetystä koskeviin mielikuviin ja sitä kautta myös imetyspäätöksiin (Britton 2003, 303; Hannula 2003, 18). Median avulla voitaisiin pyrkiä luomaan ihmisille positiivinen mielikuva imetyksestä sekä välittää imetykseen liittyvää tietoa. Tällä hetkellä imetykseen

liittyviä kirjoituksia ja kuvia on mediassa melko vähän verrattuna imetyksen yleisyyteen. (Kansallinen imetyksen edistämisen asiantuntijaryhmä 2009, 39.) Median mielenkiinto imetystä kohtaan on keskittynyt lähinnä siihen liittyviin ongelmiin (Britton 2003, 303). Tämä voi osaltaan lisätä yksilöiden negatiivisia asenteita imetystä kohtaan. Imetys tulisi esittää mediassa normaalina asiana, johon liittyvät haasteetkin olisivat selvitettävissä (Nykyri 2017, 27).

3.2 Mainonta

Mainonta on ilmiö, joka lyhyesti määriteltynä tarkoittaa maksettua näkyvyyttä mediassa. Mediaympäristössä mainontaa esiintyy nykyään kaikkialla, minkä vuoksi mainonnasta on muodostunut erottamaton osa mediaa. Sosiaalisen median ja muiden internetyhteisöjen yleistyminen on tuonut mahdollisuuksia sekä haasteita myös imetyksen edistämiseen sekä suojelulle. Useat äidinmaidonkorvikkeita tuottavat yhtiöt ovat luoneet omat sosiaalisen median tilit sekä omat internetsivut, joiden tarkoituksena on edistää myyntiä. Tämän vuoksi esimerkiksi kaupallisten viestien ja muun mediasisällön välinen rajanveto on usein haastavaa. Muista mediamuodoista mainonnan kuitenkin erottaa sen suunnitelmallisuus ja tavoitteellisuus, joiden tarkoituksena on tuottaa liiketaloudellista voittoa. (Abrahams 2012, 400; Malmelin 2003, 20, 43.)

Mainonnan tavoitteena on herättää yksilön kiinnostus mainostettavia asioita, kuten tuotteita, ideoita, palveluita tai tapahtumia kohtaan. Mainostajan tärkeimpänä tavoitteena on saada vastaanottaja tulkitsemaan mainoksen viesti haluamallaan tavalla. Jotta mainostaja voi onnistua tavoitteessaan, on tärkeää tuntee mainonnan vastaanottaja eli kohderyhmään kuuluva yksilö. (Malmelin 2003, 123, 162; Hopwood & Merritt 2012, 25.) Olennaista on, että vastaanottaja kokee viestin lähetetyn juuri hänelle. Se herättää helpommin kiinnostuksen mainostettavaa asiaa kohtaan. (Rope & Pyykkö 2003, 33, 259.) Esimerkiksi Yhdysvalloissa äidinmaidonkorvikkeiden valmistajat pyrkivät saamaan mainoksia vanhempien lehtiin, sillä lehtiä ostavat raskaana olevat tai tuoreet vanhemmat, joita lehdessä kirjoitettavat asiat koskevat (Basch, Shaffer, Hammond & Rajan 2013, 29, 30).

Ihmisten median käytön lisääntyminen näkyy myös mainonnassa. Aiemmin mainostettiin enimmäkseen tuotteita, mutta nykyään yhä useammin mainostuksen kohteena on jokin asia tai henkilö. Mainonta onkin joutunut sopeutumaan muuttuneisiin olosuhteisiin sekä kehittämään uudenlaisia keinoja vaikuttaa ihmisten ostokäyttäytymiseen ja asenteisiin. (Malmelin 2003, 32-33, 43.) Yhtiöt ovat vastanneet muutokseen esimerkiksi siirtymällä mainostamaan tuotteitaan internetissä, mikä

on halvempaa kuin lehdissä mainostaminen. Mainokset voivat tavoittaa minuuteissa tuhansia ihmisiä vaivattomasti ja jopa ilmaiseksi. Älylaitteiden ansiosta sosiaalisesta mediasta ja puhelimen sovelluksista on tullut tehokkaita markkinoinnin välineitä, jotka mahdollistavat mainostajien tiedon keräämisen käyttäjistä sekä yhteyden ottamisen käyttäjiin. Sosiaalisen median toiminnot, kuten tykkääminen, kommentointi ja aihetunnisteen käyttäminen, ovat muuntuvia myynnin edistämisen keinoja, jotka tekevät mainonnasta entistä vapaaehtoisempaa, henkilökohtaisempaa sekä vuorovaikutteisempaa. (International Baby Food Action Network 2010, 7; Yeong 2017, 8, 9.)

Raskaana olevat ja pienten lasten vanhemmat viettävät paljon aikaa internetissä, minkä myös mainostajat ovat huomanneet. Myös äidinmaidonkorvikkeita tuottavat yhtiöt ovat lisänneet näkyvyytään internetissä hyödyntämällä sosiaalista mediaa kuten Facebookia, Twitteria, YouTubea ja älypuhelimien sovelluksia. (Piwoz & Huffman 2015, 379.) Yhtiöt yrittävät erilaisin keinoin kasvattaa myyntiä, esimerkiksi luomalla mobiilisovelluksia, joiden tarkoituksena on auttaa raskaana olevia ja tuoreita vanhempia. Sovelluksien avulla heille esimerkiksi voi antaa erikoistarjouksia, alennusta ja mahdollisuuksia osallistua kilpailuihin. (Kean, Gray, Iellamo, Brady & Sterken 2014, 5.)

Markkinoilla menestyäkseen mainostajan tulee osata hyödyntää erilaisia suostuttelukeinoja. Suostuttelu on tavoitteellista ohjaamista kohti mainostajan haluamaa käyttäytymistä tai asennetta (Salokoski & Mustonen 2007, 15-16). Mainonnan tavoitteet määrittelevät, mitä suostuttelukeinoja käytetään, mutta onnistuneessa mainonnassa yleensä hyödynnetään sekä rationaalisia että emotionaalisia perusteita. Esimerkiksi vaikka ihminen ajattelee ostavansa tuotteen järkiperaisten syiden vuoksi, kuitenkin tunteet sekä tiedostamattomat tekijät vaikuttavat päätökseen. Myös muut ihmiset ja mielipiteet vaikuttavat ostopäätöksiin. Mainonnan tehtävänä on herättää ihmisessä tarve ostaa sekä ohjata valintapäätöstä haluttuun suuntaan. (Rope & Pyykkö 2003, 19, 65; Hopwood & Merritt 2012, 17, 25.)

Yksilön mielikuvat vaikuttavat hänen tekemiinsä valintoihin. Mielikuvat ovat yksilön omia mielipiteitä asiasta, jotka muodostuvat kokemuksista, asenteista, tunteista sekä uskomuksista. Mielikuvat ovat keskeinen osa mainontaa, koska mainoksella pyritään vaikuttamaan yksilön käsityksiin mainostettavasta asiasta, tuotteesta tai yrityksestä. Tästä tietoisesta ihmisen mielikuvarakenteen kautta tapahtuvasta vaikuttamisesta käytetään nimitystä mielikuvamainonta. (Rope & Methner 2001, 13-14, 242; Malmelin 2003, 78.) Keskeistä mielikuvamainonnassa on luoda tietystä asiasta yksilön mie-

leen myönteinen ja tavoiteltava kuva, joka sopii hänen arvomaailmaansa. Mielikuvan avulla saadaan mainostettava asia vaikuttamaan houkuttelevammalta ja paremmalta kuin kilpailijoiden vastaava tuote tai palvelu. (Rope & Mether 2001, 9, 19; Piwoz & Huffman 2015, 379.)

Mainonta ja voiton tavoittelu vaikuttavat myös imetykseen monin eri tavoin. Kuluttajina äidit suuntaavat kiinnostuksensa vanhemmuuteen liittyviin tuotteisiin, joihin äidinmaidonkorvikkekin kuuluu. Äidinmaidonkorvikkeiden käyttö on vaikuttanut imetykseen maailmanlaajuisesti, sillä sitä valmistavat yhtiöt tavoittelevat laajoja sekä tuottoisia markkinoita. Tämä näkyy länsimaissa esimerkiksi siinä, ettei tuotevalikoiman tarkoituksena ole edistää imetystä vaan tuottaa valmistajilleen mahdollisimman paljon voittoa. (Aittokoski & Salokoski 2009, 65.) Esimerkiksi Isossa-Britanniassa vuosina 2006-2007 mainostajat käyttivät kymmenen kertaa enemmän rahaa äidinmaidonkorvikkeiden mainontaan, verrattuna siihen kuinka paljon hallitus käytti rahaa imettämisen edistämiseen ja suojeleluun (Piwoz & Huffman 2015, 376).

Äidinmaidonkorvikkeiden markkinoinnissa yhtiöt pyrkivät aktiivisesti vaikuttamaan kuluttajien asenteisiin ja mielikuviin. Erityisesti pyritään vaikuttamaan asenteisiin koskien äidinmaidonkorvikkeiden turvallisuutta ja hyötyjä. Äidinmaidonkorvikkeet pyritään esittämään yhtä hyvänä ja jopa parempana vaihtoehtona kuin rintamaito ja esittämään että niiden käyttämisellä on terveyshyötyjä. (Piwoz & Huffman 2015, 379.) Esimerkiksi kaksi äidinmaidonkorvikkeita valmistavaa yhtiötä oli luonut YouTubeen mainosvideon. Videossa oli tietoa heidän valmisteistaan sekä esitettiin niiden tukevan mahdollisesti lapsen kasvua sekä aivojen kehitystä (Abrahams 2012, 403). Yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan yli puolessa äidinmaidonkorvikemainoksissa väitettiin korvikkeiden edistävän lapsen terveyttä, kielen kehitystä sekä vähentävän ruuansulatuskanavan ongelmia ja allergioiden esiintymistä. Tällaiset terveysväitteet voivat vaikuttaa äitien imetyspäätöksiin. (Stang, Hoss & Story 2010, 16.)

Äidinmaidonkorvikkeiden markkinointikoodin tehtävänä on estää kaikki äidinmaidonkorvikkeita koskeva mainonta. Markkinointikoodi ei kuitenkaan onnistu kokonaan tehtävässään, sillä sen toteutumista ei riittävästi valvota eikä mainonnan nopeaa kehitystä ole pystytty ennakoimaan. (Abrahams 2012, 402.) Markkinointikoodi pitäisi päivittää, jotta se kattaisi nykyajan mainonnan. Markkinointikoodin päivittäminen olisi tärkeää, sillä äidinmaidonkorvikkeiden mainonnalla on yhteys pienentyneeseen todennäköisyyteen imettää (Basch ym. 2013, 28).

3.3 Viestintä

Viestintä tarkoittaa ihmisten välistä sanomien vaihtoa, vuorovaikutusta sekä ajatusten, tunteiden ja asenteiden välittämistä. Viestintä on tavoitteellista, tarkoituksenmukaista sekä tehokasta ihmisten välistä vuorovaikutusta, jonka avulla pyritään lisäämään tietoa, vaikuttamaan asenteisiin sekä muuttamaan yksilöiden toimintatapoja. (Niemi ym. 2006, 11, 15; Malmelin 2003, 36-37; Seppänen & Väliaverron 2015, viitattu 15.3.2016.) Media ja mainonta hyödyntävät erilaisia viestinnän keinoja välittääkseen asenteita ja vaikuttaakseen käyttäytymiseen. Siksi viestintä on tärkeä osa mediaa ja mainontaa sekä sitä kautta myös ihmisten arkielämää. (Malmelin 2003, 98.) Joukkoviestinnän avulla voidaan välittää tarkkaan määritelty viesti, laajalle joukolle ihmisiä matalin kustannuksin. (Snyder 2007, 532; Wakefield, Loken & Hornik 2010, 1261.)

Tutkimuksilla on ollut vaikea osoittaa viestinnän vaikutuksia ihmisen toimintaan, sillä vaikutukset ovat usein hitaita, yksilöllisiä sekä monisyisiä. Viestinnän tulkintaan vaikuttavat yksilöön ja ympäristöön liittyvät taustatekijät, jotka tulisi ottaa huomioon sen vaikuttavuutta arvioitaessa. Taustatekijöitä ovat muun muassa asenteet, tunteet, mielipiteet sekä tilanne, jossa viestintä tapahtuu. (Wiio 2000, 70, 81, 103; Wakefield ym. 2010, 1261.) Viestinnän avulla voidaan muuttaa ihmisten käyttäytymistä esimerkiksi kannustamalla heitä muuttamaan elämäntapojaan. (Wakefield ym. 2010, 1262.)

Viestinnän käsitteen alle kuuluu myös terveysviestintä, jolle on ominaista arvolataus ja tavoitteellisuus. Terveysviestinnän voidaan määritellä tarkoittavan terveyteen, sairauteen, terveydenhuoltoon tai lääketieteeseen liittyvää viestintää. Maailman terveysjärjestö WHO määrittelee sen positiiviseksi terveyteen vaikuttamiseksi. Terveysviestinnän tarkoituksena on välittää terveystietoa, virittää keskustelua terveyteen liittyvistä kysymyksistä sekä edistää terveyttä ja ehkäistä sairauksia. (Torkkola 2002, 5; WHO 1986, viitattu 27.2.2018; Wiio & Puska 1993, 16.) Terveysviestinnän tulee olla tutkittua, tosiasioihin pohjautuvaa tietoa, joka antaa valmiuksia oman terveyden edistämiseen sekä yhteiskunnalliseen päätöksentekoon (Wiio & Puska 1993, 23; Schmidt 2013, 82).

Pelkkä terveyttä koskevan tiedon vastaanottaminen ei kuitenkaan automaattisesti johda käyttäytymisen muuttamiseen. Jotta muutos tapahtuisi, tarvitaan tiedon lisäksi motivaatiota muuttaa asenteita ja tottumuksia. Esimerkiksi imetyksen toteutumiseen vaikuttavat äidin motivaatio, lähipiirin asenteet sekä ympäröivä kulttuuri. (Wiio & Puska 1993, 115; Mustonen 2001, 38.) Terveyttä edis-

tävien kampanjoiden tulee kiinnittää huomiota kampanjan tavoitteeseen, kohderyhmään, viestintämuotoon, viestin sisältöön ja sen esittämiseen, jotta päästäisiin haluttuun lopputulokseen. Kampanjan tavoitteen tulee siis olla sellainen, jonka kohderyhmä voi saavuttaa. (Snyder 2007, 538.)

Yhä useammat etsivät terveystietoa internetistä. Sieltä löytyvä tieto voi kuitenkin olla heikkolaatuista tai viestit voivat olla hankalasti tulkittavia. Terveystieteen ammattilaiset voisivat vastata tähän tiedon tarpeeseen tarjoamalla internetissä laadukasta, helposti saatavilla olevaa tietoa ja tukea. Työssään he voisivat ohjata asiakkaita tuottamansa laadukkaan tiedon pariin. (Scullard, Peacock & Davies 2010, 580; Wakefield ym. 2010, 1262.) Esimerkiksi imetyksen edistämiseksi voitaisiin hyödyntää nykyistä enemmän internetiä sekä sosiaalista mediaa (Nykyri 2017, 27).

Viime vuosikymmeninä erilaisilla imetystä edistävillä kampanjoilla on pyritty tuomaan esille rintaruokinnan etuja sekä äidille että lapselle. Tutkimusten mukaan nämä edut ovat naisilla hyvin tiedossa ja siitä huolimatta imetyssuositukset eivät toteudu. (Parkinson, Russell-Bennett & Previte 2012, 16.) Imetyksen terveydellisiä etuja korostava viestintä voi saada imetyshaasteiden kanssa painivan äidin tuntemaan imetyksen täysin saavuttamattomaksi ihanteeksi. Kampanjat voisivat saavuttaa paremmin niille asetetut tavoitteet, jos viestintä keskittyisi katsomaan tilannetta äidin näkökulmasta sekä esittäisi imetyksen normaalina asiana. (Nykyri 2017, 27.)

4 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää ja kuvata median ja mainonnan yhteyttä imetyksen toteutumiseen kirjallisuuden perusteella. Lisäksi valituista tutkimuksista voidaan tarkastella, millaisena imetykseen esiintyy mediassa ja mainonnassa. Tavoitteena on muodostaa aiemman tutkimustiedon pohjalta kokonaiskuva käsiteltävästä aihealueesta. Koottua tietoa voidaan hyödyntää laadittaessa imetystä tukevaa materiaalia sekä hoitotyötä kehitettäessä, sillä kirjallisuuskatsauksen avulla tuotettu tieto on vankka perusta näyttöön perustuvalla hoitotyöllä (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 31). Kirjallisuuskatsaus auttaa hahmottamaan mahdollisia jatkotutkimusaiheita (Stolt, Axelin & Suhonen 2016, 4). Lisäksi opinnäytetyön tekeminen tukee ammatillista kasvua tulevana kättilöinä.

Tutkimuskysymyksen tulee vastata tutkimuksen tarkoitusta ja tavoitetta (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 99). Lisäksi tutkimuskysymyksen tulee olla tarpeeksi kohdennettu, jotta siihen voidaan vastata kirjallisuuden perusteella muttei kuitenkaan liian tiukasti rajattu. Alustavat kirjallisuushaut ovat avuksi tutkimuskysymystä muodostaessa, sillä ne näyttävät saatavilla olevan kirjallisuuden määrän. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 24, 25.) Tutkimuskysymystä muodostaessa hyödynnettiin alustavien kirjallisuushakujen tuloksia, joiden perusteella asetettiin yksi tutkimuskysymys. Aiheesta löytyy kohtalaisen vähän tutkimustuloksia, joten tutkimuskysymys asetettiin tietoisesti hyvin väljästi, etteivät tiukat tutkimuskysymykset rajaa entisestään saatavilla olevaa aineistoa.

Opinnäytetyön tutkimuskysymys on:

Mikä on median ja mainonnan yhteys imetyksen toteutumiseen kirjallisuuden perusteella?

5 KIRJALLISUUSKATSAUS

Opinnäytetyö on toteutettu kirjallisuuskatsauksena. Kirjallisuuskatsauksen avulla voidaan muodostaa kokonaiskuva tutkitusta aihealueesta, sillä se muodostaa synteessin aiemmista tutkimustuloksista. Tiettyä aihealuetta koskevien tutkimusten yhteen kokoamisella saadaan tietoa muun muassa siitä, miten paljon asiaa on tutkittu, millaisia metodeja tutkimuksissa on käytetty sekä millaista tutkimuksen sisältö on. Kirjallisuuskatsauksen tehtävänä on kehittää tieteenalan teoreettista ymmärrystä ja käsitteistöä, kehittää teoriaa tai arvioida olemassa olevaa teoriaa sekä auttaa hahmottamaan tutkimustarvetta. (Suhonen, Axelin & Stolt 2016, 7; Johansson, Axelin, Stolt & Ääri 2007, 3.)

Kirjallisuuskatsauksessa on useita erilaisia katsaustyypppejä. Katsaustyyppin valintaan vaikuttavat aineiston määrä sekä laatu. Riippumatta katsaustyyppistä, sisältää se kirjallisuuskatsaukselle tyypilliset osat: aineiston haun, arvioinnin, aineiston perusteella tehdyn analyysin ja synteessin sekä raportin. (Suhonen ym. 2016, 8.) Kirjallisuuskatsauksen tekeminen aloitetaan tekemällä alustavia hakuja, jotka auttavat muun muassa tutkimuskysymysten, hakustrategian sekä saatavilla olevan aineiston hahmottamisessa. Varsinainen tiedonhaku tehdään valittuihin tietokantoihin ja aineiston hakuprosessi kirjoitetaan tarkasti ylös. Seuraavassa vaiheessa mukaan valitut tutkimukset arvioidaan. Tarkoituksena on selvittää tutkimusten luotettavuutta ja kattavuutta tutkimuskysymyksiin nähden. Analysointivaiheessa valitun analyysimenetelmän avulla tehdään yhteenvetoa saaduista tuloksista. Viimeisessä vaiheessa kirjoitetaan kaikki kirjallisuuskatsauksen vaiheet mahdollisimman tarkasti. Tarkkuus saatujen tulosten raportoinnissa on tärkeää, sillä se lisää luotettavuutta. Tutkimuksen tulee olla toistettavissa myös jonkun muun tekemänä. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 24-25, 27, 28, 32.)

Opinnäytetyön katsaustyyppiksi valikoitui integroiva kirjallisuuskatsaus. Integroiva kirjallisuuskatsaus on kuvailevan katsauksen alalaji. Kuvailevaa katsausta voidaan luonnehtia yleiskatsaukseksi ilman tarkkoja ja tiukkoja sääntöjä, jossa tutkimuskysymykset ovat väljemmin aseteltu kuin systemaattisessa katsauksessa. Integroiva kirjallisuuskatsaus kuitenkin sisältää systemaattisen katsauksen piirteitä. Integroivan katsauksen vaiheet eivät eroa systemaattisen katsauksen vaiheista ja valittu aineisto analysoidaan sekä arvioidaan tiettyjen kriteereiden mukaisesti. (Salminen 2011, 6, 8.)

Integroiva kirjallisuuskatsaus kuvaa tutkittavaa asiaa mahdollisimman monipuolisesti, joten se on hyvä keino tuottaa uutta tietoa jo tutkitusta aihealueesta (Salminen 2011, 7). Integroivaan katsaukseen mukaan valittavalle aineistolle ei ole niin tarkkoja kriteereitä, kuin systemaattisen katsauksen aineistolle. Integroiva kirjallisuuskatsaus mahdollistaa vaihtelevamman ja laajemman tutkimusaineiston, jossa on käytetty erilaisia metodologisia menetelmiä. Kvantitatiivisten ja kvalitatiivisten tutkimusten tulosten yhdistäminen on siten mahdollista. Keskeisin piirre integroivalle kirjallisuuskatsaukselle on muodostaa analyysi ja synteesi erilaisista tutkimustuloksista. Tutkimusten tulosten analysointi ja kokoaminen on haastavaa, sillä menetelmät tutkimusten tulosten yhdistämiseen ovat moninaisia. Tehdyn synteessin avulla saadaan kuitenkin kattavasti tietoa tutkimuksen kohteena olevasta aiheesta. (Suhonen ym. 2016, 13; Sulosaari & Kajander-Unkuri 2016, 108.)

Opinnäytetyön menetelmäksi valittiin kirjallisuuskatsaus, koska aiheesta ei oltu tehty aikaisempia tutkimuksia suomeksi. Alustavien hakujen perusteella tutkimustietoa löytyi kohtalaisesti myös englanniksi, joten päädyttiin tekemään kirjallisuuskatsaus, jossa esitellään kansainväliset tutkimukset ja niiden tuloksista muodostuva synteesi. Integroiva kirjallisuuskatsaus valittiin katsaustyyppiksi, koska sen avulla voidaan esittää ajantasaista tutkimustietoa, tutkimuskysymys voi olla laaja sekä on mahdollista yhdistää eri tutkimusmenetelmin saadut tulokset. Katsausta tehtäessä noudatettiin systemoidun kirjallisuuskatsauksen piirteitä, aineistoon valittiin ainoastaan tutkimuksia ja vaiheet noudattavat systemaattisen katsauksen mallia.

5.1 Aineiston hankkiminen

Alustavien hakujen tekeminen ennen varsinaisia tiedonhakuja tietokantoihin on suositeltavaa. Alustavat haut auttavat tutkimuskysymysten määrittelemisessä sekä niiden avulla voidaan varmistaa, ettei aihetta ole tutkittu viime aikoina. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 24-25.) Alustavista hauista on apua myös tietokantojen valinnassa sekä tutkimuksen sisäänotto- ja poissulkukriteereiden muodostamisessa. Sisäänottokriteerit perustuvat tutkimuskysymyksiin ja niillä voidaan rajata valittavien tutkimusten mukaanottoa. Sisäänotto- ja poissulkukriteereiden avulla voidaan esimerkiksi määritellä mukaan valittavien tutkimusten laatutekijöitä. (Johansson ym. 2007, 59.)

Opinnäytetyön sisäänotto- ja poissulkukriteerit määriteltiin alustavien hakujen jälkeen. Integroivan kirjallisuuskatsaukseen mukaan valitut tutkimukset voisivat olla muitakin kuin tieteellisiä julkaisuja. Mukaan valittiin kuitenkin vain tieteellisiä julkaisuja, sillä ne lisäävät tutkimuksen luotettavuutta. Mukaan valittujen julkaisujen tulee olla julkaistu vuonna 2007 tai sen jälkeen. Tietotekniikan nopean

kehityksen vuoksi kirjallisuuskatsaukseen valittujen tutkimusten tulisi olla mahdollisimman uusia. Lisäksi valittuihin julkaisuihin tulee olla ilmainen pääsy, koko teksti tulee olla saatavilla sekä niiden tulee olla englanninkielisiä. Mahdollisuuksien mukaan niiden tulee myös olla vertaisarvioituja. Analysoitavat julkaisut tulee olla tehty länsimaissa, koska kehittyvässä maissa median ja mainonnan antama kuva voi olla hyvinkin erilainen. Yhdeksi analysoitavaksi tutkimukseksi valikoitui kuitenkin meta-analyysi, jossa oli useita eri tutkimuksia, joista osa oli tehty länsimaissa ja osa kehittyvässä maissa. Mukaan se päädyttiin kuitenkin valitsemaan siksi, että tutkimuksen tuloksissa oli selkeästi eroteltu länsimaissa tehtyjen tutkimusten tulokset. Sisäänotto- ja poissulkukriteerit ovat esitelty taulukossa 1.

TAULUKKO 1. Sisäänotto- ja poissulkukriteerit

Sisäänottokriteerit	Poissulkukriteerit
- Tutkimus julkaistu vuonna 2007 tai sen jälkeen	- Pienistä vähemmistöistä (esim. afrikan-amerikkalaiset) tehdyt tutkimukset
- Tutkimuksen kohteena länsimaat	- Maksulliset tutkimukset
- Ilmainen pääsy, koko teksti	- Ei luettavissa kokonaan
- Englannin kielisiä	
- Luotettavia	
- Vertaisarvioituja	
- Teoreettisia tekstejä	

Aineiston hakeminen tulee tehdä tietokannoista, joista oletetaan löytyvän tietoa tutkimuskysymykseen (Johansson ym. 2007, 59). Alustavien hakujen pohjalta määriteltiin, mihin tietokantoihin kannattaa tehdä aineiston varsinainen haku. Alustavilla hauilla varmistettiin, että mukaan valituista tietokannoista löytyy tutkimuksen kannalta relevanttia tietoa. Käytettäväksi tietokannoiksi valittiin Ebsco, Elsevier, ProQuest ja Sage. Näihin tietokantoihin oli ilmainen pääsy ammattikorkeakoulun kirjaston kautta. Alustavia hakuja tehtiin myös muihin tietokantoihin kuten PubMed, Melinda ja Medic. Esimerkiksi PubMedia suositellaan käytettäväksi kirjallisuuskatsausta tehtäessä, mutta sieltä saaduista hakutuloksista ei löytynyt tutkittavan aiheen kannalta oleellista tietoa.

Varsinainen aineiston hakeminen tehdään valittuihin tietokantoihin järjestelmällisesti ja kattavasti, tarkoituksena löytää kaikki aiheen kannalta relevantit tutkimukset. Jokaisessa tietokannassa on

erilaiset hakustrategiat, joten haut ja hakujen rajaukset määritellään jokaiseen erikseen. (Johansson ym. 2007, 59.) On kuitenkin syytä käyttää tietokannoissa mahdollisimman samantapaisia rajoituksia, jotta haku pysyy mahdollisimman samanlaisena (Lehtiö & Johansson 2016, 51). Hakuprosessi tulee kertoa niin tarkasti, jotta lukija voi halutessaan toistaa sen. Hakuprosessi kannattaa suunnitella mahdollisimman tarkasti etukäteen, sillä hakuprosessin tekeminen on kriittinen vaihe tutkimuksen tekemisessä. Siinä tehdyt virheet johtavat tulosten virheellisyyteen ja siten myös luotettavuus kärsii. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 25, 27; Johansson ym. 2007, 49.) Olemme noudattaneet näitä periaatteita tutkimusta tehdessämme.

5.2 Hakusanat

Tietokantahakuja varten tulee määritellä kirjallisuuskatsauksen kannalta keskeiset hakusanat sekä hakulausekkeet. Tutkimuksen tekijän tulee itse määritellä aiheensa kannalta keskeiset käsitteet, joita voidaan hyödyntää hakusanoina. Apuna voidaan käyttää kirjaston informaatikon asiantuntemusta. On huomioitava, että eri tietokantoihin soveltuvat erilaiset hakutermit. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 25-26).

Hakusanojen muodostamiseen saatiin apua kirjaston informaatikolta. Ennen informaatikon luona käymistä alustavat haut oli tehty ja käytettävät tietokannat päätetty, joten tiedettiin, kuinka paljon aineistoa tutkittavasta aiheesta suurin piirtein oli saatavilla. Informaatikon avulla täsmennettiin hakulausekkeet erikseen jokaiseen tietokantaan sopivaksi. Käytetyt hakusanat ovat määritellyt taulukossa 2.

TAULUKKO 2. Hakulausekkeet, haun rajaukset ja tulokset.

tietokanta	hakusanat	rajaukset	haun tulokset, hakupäivä
Ebsco	“breast feeding” OR breastfeeding* OR “bottle feeding” OR “infant formula*” OR “milk, human”	advanced search OR Ebscon tietokannoista OR Academic search elite ja Cinahl, scholarly journals, koko teksti,	Tutkija 1: Tulokset 245, haettu 22.3.2017

	“breast milk” OR lactation AND advertis* OR marketing OR media OR “mass media” OR “social media” OR communication* OR internet	tammikuu 2007-joulukuun 2017, abstrakti, englanti	Tutkija 2: Tulokset 245, haettu 19.3.2017
Elsevier	tak(breastfeeding OR “breast feeding” {breast-feeding} “breast milk” breastmilk OR lactation OR “infant formula”) AND tak(media OR marketing OR advertis* OR internet) AND NOT tak(“otitis media”)	expert search Subscribed publications, ilmaiset artikkelit, 2007-nykyhetki, otsikko, abstrakti, avainsanat	Tutkija 1: Tuloksia 347, haettu 30.3.2017 Tutkija 2: Tuloksia 347, haettu 6.4.2017
Proquest	ab(breastfeeding OR breast-feeding "breast feeding" "bottle feeding" "breast milk" "breast milk substitute" OR "infant formula") AND ab(media OR internet OR marketing OR advertis* OR communication*)	advanced search, scholarly journals, vertaisarvioitu, koko, tammikuun 1. päivän vuonna 2007 jälkeen ilmestyneet, abstrakti, englanti	Tutkija 1: Tuloksia 147, haettu 23.3.2017 Tutkija 2: Tuloksia 147, haettu 18.3.2017
Sage	breastfeeding OR breast-feeding OR “breast feeding” OR	advanced search, ai-noastaan sisältö, joi-	Tutkija 1: Tuloksia 130, haettu 4.3.2017

“breast milk” OR lactation OR “infant formula” AND media OR marketing OR advertis* OR internet OR communication	den koko teksteihin oikouduksia, vuosi 2007-2017 rajaus abstrakti	Tutkija 2: Tuloksia haettu 130, 30.3.2017
---	---	---

5.3 Tutkimuksen toteuttaminen

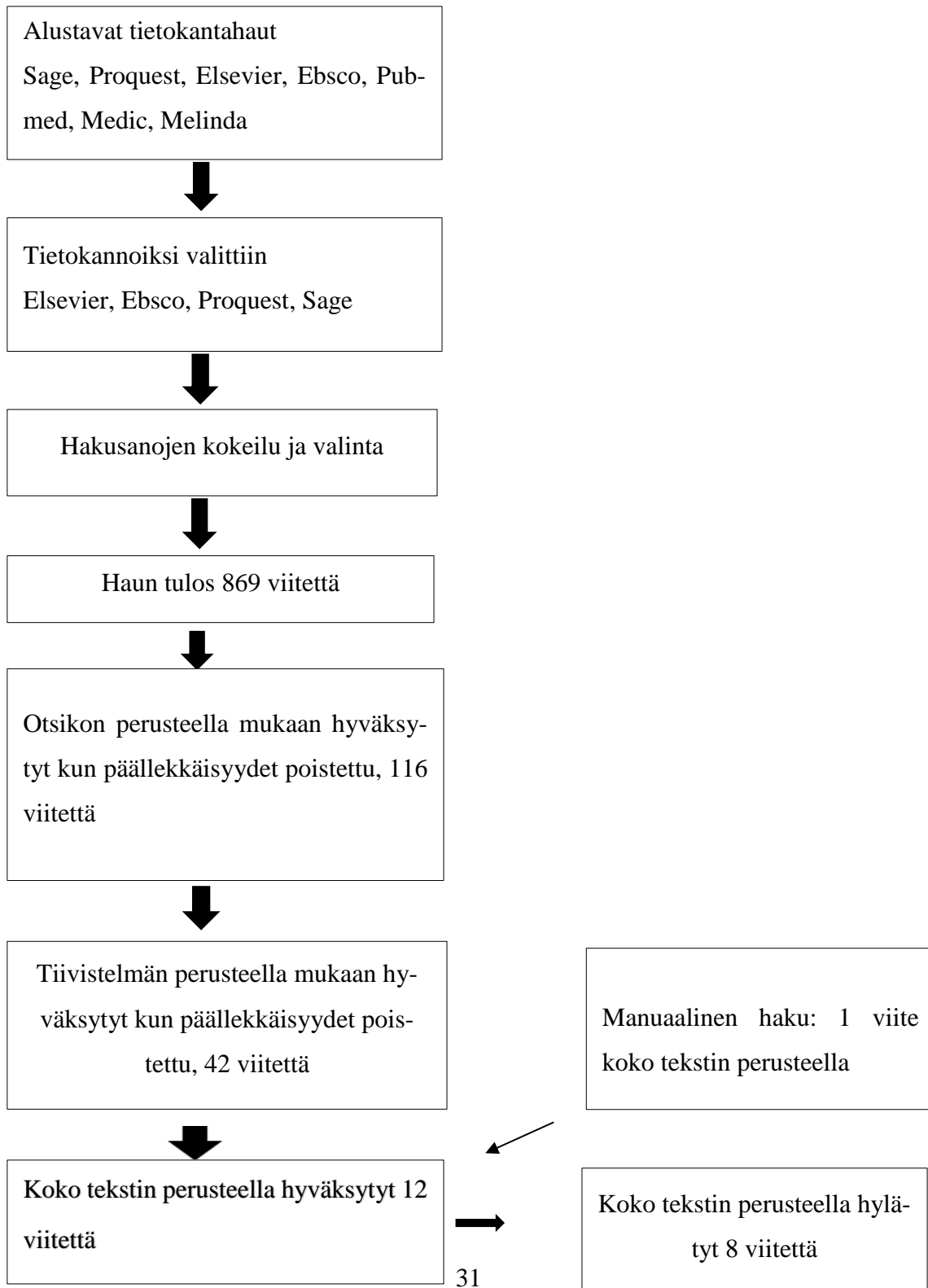
Hakusanojen määrittelyjen jälkeen ryhdyttiin tekemään varsinaisia tietokantahakuja valituista neljästä tietokannasta. Haut tietokantoihin toteutettiin keväällä 2017. Molemmat tutkijat toteuttivat haut itsenäisesti ennalta sovittujen kriteereiden mukaisesti. Käytetyt hakulausekkeet, hakujen rajaukset ja hakujen tulokset ovat nähtävillä taulukossa 2.

Hakutulosten läpikäynnissä hyödynnetään sisäänotto- ja poissulkukriteereitä (Johansson ym. 2007, 51). Aluksi kaikki hakutulokset käytiin läpi otsikkotasolla, joiden perusteella valittiin luettavaksi abstraktit. Yleensä abstrakteista selviää, täyttääkö tutkimus sisäänottokriteerit, joten niiden perusteella voidaan tehdä alustavaa valintaa (Mäkelä, Varonen & Teperi 1996, viitattu 1.12.2017). Suositeltavaa on, että abstrakteja ja tutkimuksia seuloo itsenäisesti kaksi tutkijaa, sillä se vähentää virheitä (Johansson ym. 2007, 51). Molemmat tutkijat lukivat abstraktit ensin itsenäisesti, jonka jälkeen ne käytiin yhdessä läpi. Yhdessä pohdittiin, täyttävätkö abstraktit sisäänottokriteerit ja vastaavatko ne tutkimuskysymykseen. Yhdessä keskustelun pohjalta valittiin tutkimukset, jotka arvioitiin koko tekstin perusteella.

Tietokantoihin tehtyjen hakujen lisäksi kirjallisuuskatsauksessa on syytä tehdä myös manuaalisia hakuja. Manuaalisen haun tarkoituksena on löytää tutkimuksia, joita tietokantahauilla ei ole löydetty. Manuaalinen haku voidaan tehdä esimerkiksi käymällä läpi katsaukseen valittujen tutkimusten lähdeluettelot tai tieteellisten lehtien sisällysluettelot. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 25, 27.) Opinäytetyössä manuaalinen haku toteutettiin käymällä läpi koko tekstin perusteella valittujen tutkimusten lähdeluettelot. Lisäksi käytiin läpi International Breastfeeding Journal-lehden artikkeleita otsikkotasolla sekä selattiin läpi Hoitotiede-lehden sisällysluetteloita. Yliopiston tietokantojen kautta

kokeiltiin aukaista tutkimuksia, jotka eivät auenneet ammattikorkeakoulun tietokantojen kautta. Manuaalisen haun perusteella löytyi yksi tutkimus, joka päädyttiin valitsemaan mukaan laadun arviointiin. Koko tiedonhakuprosessi on esitetty taulukossa 3.

TAULUKKO 3. Tiedonhaku.





Tutkimusten (Laadun- ja sopivuuden) arviointi koko tekstistä. Lopulliset kirjallisuuskatsaukseen mukaan tulevat artikkelit: 4 viitettä.

5.4 Laadun arviointi

Seuraavassa vaiheessa valituista tutkimuksista luettiin koko tekstit, tehden samalla laadun arviointia. Laadun arvioinnin tarkoituksena on arvioida tutkimuksista saadun tiedon kattavuutta oman tutkimuskysymyksen kannalta sekä arvioida tutkimuksien heikkouksia ja vahvuuksia. Arvioinnin pohjalta voidaan päätellä, kuinka paljon painoarvoa tuloksille voidaan antaa kirjallisuuskatsauksessa sekä millaista tietoa tutkittavasta aiheesta tarvitaan tulevaisuudessa. Tutkimusten laadun arvioinnilla pyritään myös lisäämään kirjallisuuskatsauksen yleistä luotettavuutta. (Johansson ym. 2007, 101; Lemetti & Ylönen 2016, 67; Niela-Vilén & Hamari 2016, 28-30.)

Ennen laadun arviointia tulee päättää minimilaatutaso, joka mukaan otettavien tutkimusten tulee täyttää (Johansson ym. 2007, 101). Minimilaatutasoksi määriteltiin, että mukaan otettavien tutkimusten tulee vastata tutkimuskysymykseen, täyttää sisäänottokriteerit, olla luotettavasta lähteestä sekä tieteellinen julkaisu. Laadun arviointi aloitetaan perehtymällä valittuihin tutkimuksiin (Niela-Vilén & Hamari 2016, 28-29).

Laadun arviointivaiheessa tarkasteltiin, vastaavatko mukaan koko tekstien perusteella valitut tutkimukset minimilaatutasoa. Suurin osa mukaan valituista tutkimuksista eivät kuitenkaan täyttäneet vaadittavaa laatutasoa. Tarkempaa laadun arviointia ja analysointia tehtiin 12 tutkimukseen, jotka täyttivät laadun vähimmäisvaatimukset. Analysointi-kappaleessa on kerrottu tarkemmin, millaisia asioita tutkimuksista arvioitiin. Lopulta jäljelle jäivät neljä tutkimusta tarkempaan analyysiin.

Tutkimusten arviointi tulee suorittaa vähintään kahden henkilön toimesta, jotka itsenäisesti arvioivat tutkimukset ja lopuksi vertailevat saatuja tuloksia keskenään (Lemetti & Ylönen 2016, 67). Tutkimukset arvioitiin itsenäisesti minimilaatutason mukaan, jonka jälkeen verrattiin saatuja tuloksia. Apuna käytettiin taulukkoa, johon koottiin keskeiset arvioitavat asiat ja hylkäämisen perusteet jokaisesta tutkimuksesta. Lisäksi keskusteltiin ja pohdittiin, jos tuloksissa oli eroavaisuuksia sekä mistä ne voivat johtua. Keskustelujen perusteella yhteisymmärryksessä valittiin mukaan otettavat tutkimukset analysointivaiheeseen.

5.5 Analysointi

Aineiston analysointivaihe on tutkimuksen kannalta yksi tärkeimmistä vaiheista. Analysointivaihe on myös vaikein ja siten virheille alttein kirjallisuuskatsauksen vaihe. Aineistoa analysoitaessa selviää, millaiset vastaukset saadaan asetettuihin tutkimusongelmiin. Tutkijalle voi myös selvitä, millaiset tutkimuskysymykset hänen olisi pitänyt asettaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 216.; Sulosaari & Kajander-Unkuri 2016, 112.) Käytettävä analyysimenetelmä riippuu valitusta kirjallisuuskatsauksen tyypistä. Analyysin tarkoituksena on järjestää ja tulkita tietoa sekä tehdä yhteenvedoa valittujen tutkimusten tuloksista. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 30.)

Analyysin tekeminen voidaan jakaa vaiheisiin. Ensimmäisessä vaiheessa kuvataan tutkimusten tärkeä sisältö: tekijät, julkaisuvuosi- ja maa, tutkimuksen tarkoitus, aineiston kerääminen, kohdejoukko, otos, päätulokset, heikkoudet sekä vahvuudet. Usein valittujen tutkimusten laadun arviointi ja analysointi ovat kiinteästi yhteydessä toisiinsa. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 30, 31.) Siten opinäytetyötä tehtäessä osaksi päällekkäin arvioitiin tutkimusten laatua sekä tehtiin analyysin ensimmäistä vaihetta. Analysointivaiheessa saadut tiedot täydennettiin samaan taulukkoon, joka oli aloitettu aiemmin.

Analyysin toisessa vaiheessa tekijä lukee aineistoa tehden siitä merkintöjä, joiden avulla voidaan etsiä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia, ryhmitellä, vertailla sekä lopulta tulkita niitä. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 31). Tässä vaiheessa mukaan valitut neljä alkuperäistutkimusta tulostettiin ja ne käännettiin suomeksi. Toisessa vaiheessa analysoinnin tueksi otettiin tarkistuslistat. Tarkistuslistoja voi käyttää arvioinnin tukena (Johansson ym. 2007, 102). Tutkimusten analysoinnissa käytettiin apuna Joanna Briggs instituutin suomeksi käännettyjä laadun arvioinnin tarkistuslistoja. Mu-

kaan valitut tutkimukset olivat sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia, joten analysoinnissa hyödynnettiin kummallekin tutkimustyyppille tehtyjä kaavakkeita. Apuna sopivan tarkistuslistan valitsemiseksi käytettiin Hoitotyön tutkimussäätiön (2013, viitattu 15.11.2017) verkkosivuja.

Tarkistuslistojen avulla arvioitiin jokaisen tutkimuksen tutkimusmetodologiaa, luotettavuutta, analysointia sekä tulosten tulkintaa. Jokaiselle tutkimukselle valikoitui eri tarkistuslista (LIITE 1-4) ja niiden avulla tutkimuksista arvioitiin metodologian perusteella eri asioita. Kvantitatiivisista tutkimuksista arvioitiin muun muassa harhan riskiä, otantaa ja tilastollisten menetelmien soveltuvuutta. Kvalitatiivisista tutkimuksista arvioitiin eettisten toimintamallien toteutumista ja tutkimuksen metodologian sekä tutkimuskysymysten yhteneväisyyttä. Meta-analyysistä arvioitiin sen käyttämää hakustrategiaa, tutkimuskysymystä, sisäänottokriteereitä sekä tulosten analysointia. Tarkistuslistan kysymyksiin vastattiin Kyllä, Ei, Epäselvä ja Ei tietoa. Lisäksi yhdessä arvioitiin, mitkä tekijät johtivat kyseisen tuloksen syntymiseen.

Analyysin kolmannessa vaiheessa alkuperäistutkimusten eroista ja yhtäläisyyksistä sekä tutkimusten yksittäisten tulosten tulkinnasta muodostetaan synteesi, eli looginen kokonaisuus. Lisäksi esitetään mahdolliset ristiriitaiset tulokset. Ristiriitaiset tulokset esittävät jatkotutkimuksen tarpeen. Yhteenveto suositellaan esitettäväksi taulukossa, sillä sen tarkoitus on luoda kokonaiskuva. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 31; Sulosaari & Kajander-Unkuri 2016, 112.) Tarkistuslistojen pohjalta arvioitiin jokaista tutkimusta ensin yksitellen ja lopuksi yhdessä. Keskeisimmät tulokset koottiin taulukoon 4.

TAULUKKO 4. Tutkimusten keskeiset tulokset.

Tekijät, tutkimus, vuosi, tutkimusmaa, tietokanta	Tarkoitus, tutkimuskysymys	Metodologia	Tutkimuksen keskeisimmät tulokset	Laadun arviointi
Newby, R., Brodribb, W., Ware, R.S. & Davies, P.S.W. Internet Use by First-Time Mothers	Tutkimuksen tarkoituksena on arvioida, millaisia lähteitä ensisynnyttäjät käyttävät etsiäkseen tietoa vauvan ravitsemuksesta.	Otantatyyppinä convenience sampling, eli otanta tehty helposti saavutettavissa olevalla väestön osalla (osallistujat rekrytoitu tapahtumista, sosiaalisen- ja	Vauvan ollessa 6kk, äideistä 72% ilmoitti, että lapsi oli saanut rintamaitoa kuluneen 7 vrk:n aikana. 50% vauvoista oli saanut korviketta kuluneen	K: 6 E: 2 ?: 1 n/a: 0

for Infant Feeding Support. 2015. SAGE

Lisäksi tarkoituksena on kuvailla imetyksen ja korvikkeen käyttöä vauvan 6 ensimmäisen elinkuukauden aikana.

Tarkoituksena on myös selvittää, kuinka internetistä saatu vertaistuki on yhteydessä imetyksen toteutumiseen ja korvikkeiden käyttöön.

perinteisen media kautta sekä kuulopuheiden perusteella). Osallistujat terveitä, 18-40-vuotiaita ensimmäisyyttä.

Osallistujat täyttivät kyselyitä netissä koskien vauvan ruokintaa ja siihen liittyviä asenteita. Ensimmäinen kysely täytettiin raskausaikana, sekä lapsen synnyttyä säännöllisesti siihen asti, että vauva täytti vuoden. Kyselyt sisälsivät suljettuja sekä avoimia kysymyksiä. Aineisto kerätty välillä 6/2010-3/2011.

Tämä tutkimus esittää poikkileikkausaineiston, joka kerätty vauvan ollessa 6 kk ikäinen. Osallistujia ollut tällöin 316. Tutkimuksessa kerätty aineisto koskee vauvan kasvua ja kehitystä, ravitsemusta ja lääkitystä, vauvan ravitsemukseen liittyvää tiedonhakua ja äidin saamaa tukea. Lisäksi tutkimuksessa selvitetty sosio-ekonomiset taustat.

Binääristä logistista regressiota käytettiin tutkittaessa internetin & keskustelupalstojen sekä imetyksen tukemisen yhteyttä

kahden viikon aikana. 27% ei saanut rintamaitoa ollenkaan.

Terveysalan ammattilaiset (80%), kirjat (62%), internet haut (53%), keskustelupalstat (19%), perhe ja ystävät (51%) olivat yleisiä lähteitä etsiä tietoa imetyksestä. Korviketietoa haettiin harvemmin (31% netistä ja 9% keskustelupalstoilta).

Tutkimuksen mukaan netistä löytyvä imetystieto ja tuki voivat auttaa naisia jatkamaan imetystä sekä ne vähentävät korvikkeiden käyttöä. Äidit, jotka etsivät tukea internetistä sitä löytämättä, antavat todennäköisemmin vauvoille korviketta eivätkä imetä. Netin keskustelupalstojen tai chatin käytöllä ei löydetty tutkimuksessa yhteyttä imetyksen toteutumiseen.

imeväisikäisten luon-
teenomaiseen ruo-
kintaan 6 kk iässä.

Bylaska-Davies, P. Exploring the Effect of Mass Media on Perceptions of Infant Feeding. 2015. USA. EBSCO	<p>Tarkoituksena tutkia, miten massamedia vaikuttaa naisten imetystä koskeviin päätöksiin. Lisäksi tarkoituksena tutkia naisten käsityksiä massamediasta ja vauvan syöttämisestä.</p> <p>Tutkimuskysymykset: 1. Tarkoituksena tutkia massamedian positiivista tai negatiivista vaikutusta naisten imetyspäätöksiin. 2. Lisäksi tutkittu muita tekijöitä, jotka voivat liittyä massamedian kuviin tai viesteihin ja joilla on yhteyksiä päätöksiin imettää</p>	<p>Kvalitatiivinen (kuvaileva) tutkimus. Kuvailevaa mallia käytettiin tutkimaan massamedian vaikutusta käsityksiin vauvan ruokinnasta. Aineisto kerätty 6 kk aikana vuonna 2010 ympäri Massachusettsia. Haastateltu kasvotusten 20 raskaana olevaa tai synnyttäneitä äitiä. Saatua aineistoa verrattu 12 tutkittuun Internet-sivustoon, jotka käsittelevät kasvatusta & vauvan ruokintaa. Haastattelujen aineisto analysoitiin ja koodattiin, jonka jälkeen sitä verrattiin aiemmin internetistä koodatun aineiston kanssa. Neljä teemaa nousi esiin aineiston analysoinnin jälkeen: julkisuuden henkilöt (kuuluisuus), seksualisaatio, kaupallisuus ja julkinen mielipide.</p>	<p>Osallistujat kertoivat altistuneensa television ohjelmille, elokuville, painetulle medialle ja Internetille.</p> <p>Kaikki osallistujat tunnistivat korkeimainonnan, johon he olivat törmänneet lehdissä, televisiossa tai internetissä. Pulloruokinta esitetään monesti normina.</p> <p>Lisäksi osallistujat kertoivat, että mediassa rinnat nähdään seksuaalisena objektina, eikä sen vuoksi julki-imetystä tueta. Osallistujien mielestä imetyksen näkyminen mediassa on liian vähäistä.</p> <p>Suurin osa äideistä kuvaili, ettei medialle altistuminen vaikuta heidän imetystä koskeviin päätöksiin.</p> <p>Puolison, perheen ja ammattilaisten mielipiteillä oli enemmän vaikutusta päätöksiin. Esillä olleet viestit mediassa olivat sekä positiivisia että negatiivisia.</p>	<p>K: 6 E: 2 ?: 2 n/a: 0</p>
---	---	---	---	--

<p>Zhang, Y., Carlton, E. & Fein, S.B. The Association of Prenatal Media Marketing Exposure Recall with Breastfeeding Intentions, Initiation, and Duration. 2013. SAGE</p>	<p>Tutkimuksen tarkoituksena selvittää, kuinka raskauden aikana mediassa olevalle korvike- ja imetystiedolle altistuminen on yhteydessä aikomuksiin imettää sekä imetykäyttäytymiseen.</p>	<p>Kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimus hyödyntänyt aineistoa the Infant Feeding Practices Study II- tutkimuksesta, joka on pitkäkestoinen raskausajasta vauvan ensimmäisen vuoden loppuun kestävä tutkimus. Otosten määrät vaihtelivat. Yleensä otos oli n. 3000. Aineisto kerätty vuosina 2005-2007. Osallistujat yli 18-vuotiaita, terveitä, vaaleaihoisia, keskipalkkaisia, korkeasti koulutettuja. Syntyneet vauvat terveitä & täysiaikaisia.</p>	<p>Monet raskaana olevista altistui mediassa olevalle tiedolle sekä imetyksestä että korvikkeista. Useat raportoivat nähneensä enemmän tietoa korvikkeista kuin imetyksestä, paitsi internetissä tietoa korvikkeista ja imetyksestä oli yhtä paljon.</p>	<p>K: 5 E: 3 ?: 0 n/a: 0</p>
	<p>Tutkimuksessa oletetaan, että mediassa tapahtuvalle korvikemainonnalle altistuminen yhdistyy matalampaan todennäköisyyteen aloittaa imetys ja aikoa imettää sekä lyhyempään aiotun ja varsinaisen imetyksen keston. Lisäksi oletettiin, että mediassa tapahtuvalla imetyksen mainonnalla on päinvastaiset vaikutukset.</p>	<p>Tilaston analysointimenetelmää (SAS9,2) käytettiin analysoinnissa. Negatiivista binomijaukaamaa, logistista regressiota ja elin-aika-analyysia käytettiin tutkittaessa raskauden aikaisen altistuksen (korviketai imetystieto) välistä yhteyttä imetysaikomuksiin ja käyttäytymiseen.</p>	<p>Altistuminen painetun median korvikeinformaatiolle yhdistettiin lyhyempään aiottuun täysimetyksen keston, mutta myös suurempaan todennäköisyyteen aloittaa imetys. Altistuminen internetissä olevalle tiedolle yhdistettiin matalampaan todennäköisyyteen aloittaa imetys ja imetyaikomuksiin.</p>	
			<p>Äidit, jotka muistavat nähneensä tietoa korvikkeista netissä tai painettuna tekstinä, todennäköisemmin käyttivät korvikkeita, lopettivat imetyksen aiemmin tai eivät välttämättä edes aloittaneet imettämistä.</p>	
			<p>Altistuminen imetystiedolle internetissä ja painetussa mediassa yhdistettiin</p>	

			suurempaan todennäköisyyteen aikoa imettä, aloittaa imetys sekä yhdistettiin pitempään imetyksen keston.	
			Kuitenkin altistuminen televisiossa tai radiossa esiintyvälle imetystiedolle altistuminen yhdistettiin lyhempään kokonaisuimetyksen keston sekä korkeampaan riskiin kokonaan lopettaa imetys.	
Lau, Y., Htun, T.P., Tam, W.S. & Klainin-Yobas, P. Efficacy of e-technologies in improving breastfeeding outcomes among perinatal women: a meta-analysis. 2015. Manuaalinen haku	<p>Tutkimuksen tarkoituksena arvioida onko tietotekniikalla ollut minikäänlaista edistävää vaikutusta imetyksen toteutumiseen. Saadusta tutkimustiedosta on tavoitteena luoda synteesi meta-analyysia käyttäen.</p> <p>Tutkittu eri interventioiden vaikutusta imetyksen toteutumiseen (verrattu tietotekniikkaa käyttävien ja normaalissa hoidossa olleiden välisiä eroja imetyksen toteutumisessa). Kaikkien interventioiden tarkoituksena oli edistää, opettaa ja tukea imetystä.</p>	<p>Tutkimuksia etsitty 9 elektronisesta tietokannasta. Tutkimukset englanninkielisiä, 2007-2014 julkaisuja. Tutkimuksia löytynyt tietokannoista ja manuaalisella haulla yhteensä 1842.16 kokeellista tutkimusta valittiin analysoitaviksi. Tutkimuksiin osallistuneita naisia yhteensä 5505 kuudessa maassa.</p> <p>Alkuperäistutkimuksissa käsitellään eri e-tekniikoiden (netti, CD-levyt, e-oppimislusta, virtuaalisesti tapahtuva vuorovaikutus, tekstiviestit, netin välityksellä tapahtuva neuvonta) avulla toteutettujen interventioiden vaikutusta imetykseen.</p>	<p>Tietotekniikka on huomattavasti lisännyt täysimetyksen aloittamista, täysimetystä 4 viikon ja 6 kuukauden iässä, sekä edistänyt myönteisiä asenteita imetystä kohtaan sekä lisännyt imetystietoutta.</p> <p>Äidit, joilla on kielteiset asenteet imetystä kohtaan, lopettavat imetyksen todennäköisesti.</p> <p>Tietotekniikan avulla voidaan edistää imetystä ja sitä voitaisiin hyödyntää myös hoitotyössä.</p>	<p>K: 9 E: 0 ?: 1 n/a: 0</p> <p>Alkuperäistutkimukset tehty Amerikassa (6 kpl), Iranissa (2 kpl), Suomessa (3 kpl), Kiinassa (2 kpl), Ranskassa (2kpl) ja Espanjassa (1 kpl). Tutkimukset kuitenkin hyvin eroteltu, joten tarkastelimme vain länsimaisia tutkimuksia.</p>

Kaksi tutkijaa itsenäisesti suoritti riskin/viennon arvioinnin jokaisen tutkimuksen kohdalla erikseen.

Käyttäneet laajasti meta-analyysiin sopivia tutkimusmenetelmiä analysoidessaan, tutkimustuloksia vertailtaessaan ja niistä yhteenvedoa tehdessään. Tutkimus noudattanut tiukasti PRISMA menetelmää ja Cochranen kirjallisuuskatsausta koskevaa ohjeistusta.

6 MEDIAN JA MAINONNAN YHTEYS IMETYKSEN TOTEUTUMISEEN

Valituissa tutkimuksissa nousi esille imetykseen vaikuttavat tekijät, imetyksen toteutuminen ja imetyksen edistäminen median ja mainonnan keinoin. Tutkimuksissa käsiteltiin, millaisen kuvan media ja mainonta antavat imetyksestä sekä äidinmaidonkorvikkeista. Nämä teemat myös vastaavat opinäytetyön tarkoitteeseen, tavoitteeseen sekä tutkimuskysymykseen.

6.1 Imetykseen vaikuttavat tekijät

Äitien imetystä koskevaan päätöksentekoon vaikuttavat useat tekijät, muun muassa imetystä koskeva tieto, äitien saama tuki, asenteet, arvot, normit sekä ympäröivä kulttuuri. Äidit etsivät imetystä ja äidinmaidonkorvikkeita koskevaa tietoa useista eri lähteistä. Newbyn, Brodribbin, Waren, & Daviesin (2015) tutkimuksen mukaan yleisiä äitien käyttämiä tiedonlähteitä olivat terveysalan ammattilaiset (80 %), kirjat (62%), internet haut (53%), keskustelupalstat (19%), perhe ja ystävät (51%). Äidit etsivät tietoa äidinmaidonkorvikkeesta harvemmin kuin imetyksestä. (Newby 2015, viitattu 17.10.2017.)

Vauvan ravitsemukseen liittyvää tietoa esiintyy useissa eri median muodoissa. Naiset eivät vain passiivisesti ota vastaan median tarjoamaa tietoa vaan myös itse aktiivisesti etsivät sitä esimerkiksi internetistä (Zhang, Carlton, & Fein 2013, viitattu 17.10.2017). Newbyn ym. (2015) tutkimuksen mukaan äidit etsivät tietoa useammin internet hauilla kuin keskustelupalstoilta. Internetistä löytyvä imetystieto ja tuki voivat auttaa naisia jatkamaan aiottua imetystä sekä vähentää äidinmaidonkorvikkeiden käyttöä. Äidit, jotka löysivät internetistä etsimäänsä tukea, todennäköisemmin imettivät kuin ne, jotka eivät löytäneet tarvitsemaan tukea. Newbyn ym. (2015) huolenaiheeksi nousi se, ettei kaikki naisten internetistä löytämä materiaali välttämättä ole luotettavaa. Äitien sosioekonomisilla taustatekijöillä ei ollut vaikutusta internetissä tapahtuvaan tiedon etsintään. (Newby 2015, viitattu 17.10.2017.)

Zhangin ym. (2013) tekemässä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, kuinka raskauden aikana mediassa olevalle korvike- ja imetystiedolle altistuminen on yhteydessä imetystä koskeviin aikomuksiin sekä imetykäyttämiseen. Zhangin ym. (2013) mukaan eniten korvike- ja imetystiedolle altistuttiin painetun median kautta. Bylaska-Daviesin (2015) tutkimukseen osallistuneet kertoivat puo-

lestaan altistuneensa korvikemainonnalle television ohjelmien, elokuvien, painetun median ja internetin kautta. Zhangin ym. (2013) mukaan useat naisista raportoivat nähneensä enemmän tietoa äidinmaidonkorvikkeista kuin imetyksestä. Internetsivuilla kuitenkin tietoa korvikkeista ja imetyksestä esiintyy yhtä paljon tietoa. Bylaska-Daviesin (2015) mukaan median imetystä ja korviketta koskevat viestit olivat sekä positiivisia että negatiivisia. Rinnat esitetään usein mediassa ja mainonnassa seksuaalisoina, mikä puolestaan vaikuttaa yleiseen asenneilmapiiriin. Rinnat nähdään enemmän seksuaalisina objekteina kuin vauvan ruokintaan tarkoitettuina. Tämä vaikuttaa osaltaan muun muassa äitien imetykseen julkisilla paikoilla. (Bylaska-Davies 2015, viitattu 17.10.2017.)

Median ja mainonnan vaikutukset imetykseen eivät ole suoraviivaisia. Esimerkiksi suurin osa Bylaska-Daviesin (2015) tutkimukseen osallistuneista äideistä kuvaili, ettei medialle altistuminen vaikuta heidän imetystä koskeviin päätöksiinsä. Mediassa esillä olleilla esimerkeillä vauvan ruokinnasta ei ollut äitien mukaan vaikutusta heidän päätöksentekoon. Äitien mukaan puolison, perheen ja ammattilaisten mielipiteillä oli enemmän merkitystä. Kaikki osallistujat tunnistivat korvikemainonnan, johon he olivat törmänneet lehdissä, televisiossa tai internetissä. (Bylaska-Davies 2015, viitattu 17.10.2017.)

6.2 Imetyksen toteutuminen

Bylaska-Daviesin (2015) tutkimukseen osallistuneet äidit eivät kokeneet median ja mainonnan vaikuttavan heidän päätöksiinsä lapsen ruokinnasta. Laun, Htunin, Tamin & Klainin-Yobasin (2015) tutkimus kuitenkin osoitti tietotekniikan edistävän merkittävästi täysimetyksen aloitusta ja täysimeytystä 4 viikon ja 6 kuukauden iässä. Lisäksi tutkimus osoitti, että internetin kautta tapahtuvalla vuorovaikutuksella on merkittävä rooli edistettäessä imetystä koskevia asenteita ja tietoja. Äidit, joilla on negatiivisia asenteita imetystä kohtaan todennäköisemmin lopettavat imetyksen ennen suosituskäytäntöä. (Lau 2015, viitattu 17.10.2017.)

Zhangin ym. (2013) tekemässä tutkimuksessa selvitettiin, kuinka altistuminen mediassa esiintyvälle tiedolle äidinmaidonkorvikkeista ja imetyksestä vaikuttaa imetykseen. Äidit, jotka muistivat nähneensä tietoa äidinmaidonkorvikkeista, todennäköisemmin käyttivät äidinmaidonkorvikkeita, lopettivat imettämisen aiemmin tai eivät välttämättä edes aloittaneet imettämistä. Äidit, jotka puolestaan altistuivat imetystiedolle internetissä ja painetussa mediassa, todennäköisemmin aikoivat

imettää, aloittivat imetyksen sekä imettivät vauvojaan pidempään. Kuitenkin altistuminen televisiossa tai radiossa esiintyvälle imetystiedolle yhdistettiin lyhempään kokonaisimetyksen kestoon sekä korkeampaan riskiin kokonaan lopettaa imetys. (Zhang ym. 2013, viitattu 17.10.2017.)

Mukaan valikoitujen tutkimusten naiset olivat pääosin imetysmyönteisiä, joka näkyy myös imetyksen toteutumisessa. Zhang ym. (2013) tekemässä tutkimuksessa raskauden aikana 83% naisista kertoi aikovansa imettää ja 85% naisista lopulta aloitti imetyksen. Bylaska-Daviesin (2015) tutkimukseen osallistuneista naisista suurin osa imetti vauvojaan. Vain muutamat tutkimukseen osallistuneet äidit valitsivat äidinmaidonkorvikkeiden käytön, siitä huolimatta, että he saivat tietoa äidinmaidon hyödyistä. Tutkimukseen osallistujista yli puolet kertoivat saaneensa äidinmaidonkorvikkeenäytteitä raskauden aikaisilla käynneillään sekä synnytyssairaalassa. Näytteiden saaminen voi vaikuttaa imetyksen kestoon. (Bylaska-Davies 2015, viitattu 17.10.2017.)

Newbyn ym. (2015) tutkimuksessa kartoitettiin imetyksen toteutumista ja äidinmaidonkorvikkeiden käyttöä vauvojen ollessa kuuden kuukauden ikäisiä. 72% vauvoista oli saanut rintamaitoa edeltäneen seitsemän päivän aikana ja 50% oli saanut äidinmaidonkorviketta edeltäneen kahden viikon aikana kyselyyn vastaamisesta. Tutkimukseen osallistuneiden äitien vauvoista 27% ei saanut lainkaan rintamaitoa. (Newby 2015, viitattu 17.10.2017.)

6.3 Imetyksen edistäminen median ja mainonnan keinoin

Tutkimuksissa pohdittiin paljon sitä, kuinka media vaikuttaa imetyksen toteutumiseen ja kuinka media toiminnallaan voisi edistää imetystä. Bylaska-Daviesin (2015) tutkimuksen haastatteluissa naiset toivat ilmi, että imetyksen näkyminen mediassa oli liian vähäistä verrattuna äidinmaidonkorvikkeiden mainontaan. Terveystieteiden ammattilaisten ja imetyksen tukijoiden tulisi lisätä imetystiedon näkyvyyttä mediassa, sillä äidinmaidonkorvikkeiden mainonnalla on todettu olevan vaikutusta naisten imetyspäätöksiin (Newby ym. 2015, viitattu 17.10.2017; Zhang ym. 2013, viitattu 17.10.2017). Hyödyksi tulisi käyttää erityisesti internetiä, sillä sen käyttäminen vertaistuen sekä tiedonsaannin lähteenä on yleistynyt vuosi vuodelta. Luotettava ja suosituksiin perustuva imetystä koskeva tieto olisi internetissä myös helposti saatavilla. Imetystä koskevan materiaalin kehittäminen ja levittäminen voisi auttaa imetyssuositusten saavuttamisessa. Samalla se lisäisi näkyvyyttä mediassa sekä normalisoisi imetystä koskevia asenteita. Lisäksi huomiota tulisi kiinnittää siihen, että imetystieto saavuttaisi naiset jo raskausaikana, sillä imetyspäätökset tehdään usein jo ennen

vauvan syntymää. (Bylaska-Davies 2015, viitattu 17.10.2017; Lau ym. 2015, viitattu 17.10.2017; Newby ym. 2015, viitattu 17.10.2017.)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Analysoitujen tutkimusten tulokset ovat kaikissa tutkimuksissa samansuuntaisia. Tutkimukset osoittivat, että medialla ja mainonnalla on todennäköisesti vaikutusta imetyksen toteutumiseen. Suoraa, ehdotonta yhteyttä näiden välille ei kuitenkaan pystytä luomaan. Kuten tutkimuksissa nousi esiin, vauvan ravitsemusta koskevat päätökset eivät ole kausaalisia, vaan niihin vaikuttavat monet tekijät. (Newby ym. 2015.) Onkin hyvin hankala erotella miten yksittäiset tekijät, kuten lähipiiri, ympäröivä kulttuuri, terveydenhuollon ammattilaiset, media tai mainonta, vaikuttavat imetyksen toteutumiseen. Nämä tekijät ovat yhteydessä toisiinsa, esimerkiksi media ja mainonta voivat vaikuttaa myös äidin lähipiiriin, terveydenhuollon ammattilaisiin sekä ympäröivään kulttuuriin.

Bylaska-Daviesin (2015) tutkimuksessa käy ilmi, etteivät äidit itse koe median ja mainonnan vaikuttaneen heidän vauvan ravitsemusta koskevaan päätöksentekoon. Kokisivatko äidit, että medialla ja mainonnalla olisi suurempi rooli päätöksenteossa, jos terveydenhuollon ammattilaiset tuottaisivat enemmän tietoa mediaan? Bylaska-Davies (2015) ei tutkimuksen pohdinnassa tuo ilmi, tunnistavatko äidit kaikkia päätöksensä taustalla olevia tekijöitä ja niiden keskinäisiä suhteita.

Tutkimustulosten perusteella mediaa ja mainontaa voitaisiin käyttää apuna imetyksen edistämisessä ja imetyssuositusten saavuttamisessa. Imetystä koskevan tiedon levittäminen median ja mainonnan keinoin voisi auttaa imetyssuositusten toteutumisessa. Tutkimusten mukaan äidinmaidonkorvikkeiden mainonta on vaikuttanut naisten imetystä koskevaan päätöksentekoon. Tästä syystä tutkimuksissa esitettiin, että imetyksen näkyvyyttä mediassa tulisi lisätä, sillä sen uskotaan vaikuttavan positiivisesti imetyksen toteutumiseen sekä normalisoivan imetystä koskevia asenteita. (Bylaska-Davies 2015, viitattu 17.10.2017; Newby ym. 2015, viitattu 17.10.2017; Zhang ym. 2013, viitattu 17.10.2017.)

Zhangin ym. (2013) tutkimustuloksissa tuli ilmi, että imetyksen esiintyminen televisiossa tai radiossa yhdistettiin lyhentyneeseen kokonaisimetyksen ja osittaisimetyksen keston. Muissa median muodoissa esiintyvän imetyksen vaikutukset olivat päinvastaisia, sillä yleisesti imetystiedon näkeminen tai hakeminen vaikutti positiivisesti imetyksen toteutumiseen (Zhang ym. 2013, viitattu 17.10.2017). Tulokseen voi vaikuttaa se, että imetys esitetään joissakin median viesteissä ongelmallisena, kun taas pulloruokinta esitetään helppona ja käteväenä tapana ravita vastasyntyneet (Stang, Hoss, & Story 2010, 16).

Tutkimusten mukaan internetistä löytyvä tieto ja tuki voivat auttaa naisia jatkamaan imetystä. Internetin käyttö on lisääntynyt räjähdysmäisesti viime vuosina, mutta sen mahdollisuuksia imetyksen edistämiseksi ei olla vielä täysin hyödynnetty. Esimerkiksi imetyssuositusten mukainen tieto olisi internetissä helposti kaikkien saatavilla. (Lau ym. 2015, viitattu 17.10.2017; Newby ym. 2015, viitattu 17.10.2017.) Terveystieteiden ammattilaisten tulisi huomioida median ja mainonnan vaikutus sekä pyrkiä hyödyntämään sitä työssään, esimerkiksi tiedon välittämisen kanavana. Jatkossa voitaisiin tutkia, kuinka terveydenhuollon ammattilaiset saataisiin helpommin osaksi mediaa sekä millaista tietoa asiakkaat ammattilaisilta internetissä kaipaavat imetykseen liittyen.

Tutkimuksissa nousi esille, että median ja mainonnan yhteyttä imetyksen toteutumiseen on tutkittu vain vähän. Lisätutkimusta aiheesta tarvittaisiinkin, erityisesti tietotekniikan nopean kehityksen vuoksi. Vanhempia tutkimuksia on kyllä saatavilla, mutta tietotekniikan kehittymisen ja lisääntyneen median käytön vuoksi ne eivät ole enää täysin relevantteja. Uusien tutkimusten avulla pystyttäisiin paremmin hyödyntämään sekä ymmärtämään median ja mainonnan vaikutusmahdollisuudet. (Lau ym. 2015, viitattu 17.10.2017; Bylaska-Davies 2015, viitattu 17.10.2017.)

Johtopäätösten perusteella jatkotutkimushaasteita median ja mainonnan vaikutuksista imetykseen nousee paljon. Aiheen tutkiminen jatkossa on tärkeää, jotta ajantasainen ja tutkittu tieto saavuttaisi raskaana olevat ja tuoreet vanhemmat oikeaan aikaan. Mahdollisesti tulevaisuudessa neuvolan ja terveydenhuollon ammattilaisten työ siirtyy entistä enemmän internetiin, joten ammattilaisten olisi hyödyllistä olla ajan tasalla ja tietoisia erilaisista tiedonvälityskanavista. Jatkotutkimushaasteena voisi olla esimerkiksi älylaitteiden ja mobiilisovellusten hyödyntäminen imetyksen tukena arjessa.

8 POHDINTA

8.1 Tutkimusprosessin ja tulosten tarkastelu

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää median ja mainonnan yhteyttä imetyksen toteutumiseen kirjallisuuden perusteella. Aiheesta ei ennestään ollut suomenkielisiä tutkimuksia, joten päädyimme valitsemaan kirjallisuuskatsauksen tutkimusmetodiksi. Kirjallisuuskatsauksen avulla voidaan luoda kokonaiskuva kyseisestä aihealueesta ja huomata mahdollinen lisätutkimuksen tarve (Salminen 2011, 3; Sulosaari & Kajander-Unkuri 2016, 107). Tutkimuksen tavoitteena oli muodostaa kokonaiskuva käsiteltävästä aihealueesta aiempien tutkimusten pohjalta. Katsaustyyppiksi valikoitui integroiva kirjallisuuskatsaus, sillä sen avulla voidaan esittää ajantasaista tutkimustietoa ja se mahdollistaa eri tutkimusmenetelmin saatujen tulosten synteessin. (Salminen 2011, 8.) Tutkimusmetodologia, tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymys ovat yhteensopivia.

Tutkimusaineiston haun, laadun arvioinnin, ja analysoinnin jälkeen loimme valittujen tutkimusten tuloksista synteessin. Tutkimusten tulokset osoittivat, että media ja mainonta todennäköisesti vaikuttavat imetyksen toteutumiseen. Äidinmaidonkorvikkeet näkyvät mediassa imetystä useammin. Tutkimusten vähäisyyden ja syy-seuraussuhteiden hankalan arvioinnin vuoksi, vaikutusta imetykseen ei voida aukottomasti osoittaa. Selvää on, että aihe kaipaa lisää tutkimista. Tutkimuksissa nousi esille, että mediaa ja mainontaa on mahdollista käyttää apuna imetyksen edistämässä ja imetyssuosittelun saavuttamisessa. Jatkossa voitaisiin tutkia, miten esimerkiksi erilaisia mobiilisuositteluita voidaan hyödyntää imetyksen edistämässä.

Opinnäytetyötä tehdessämme opimme paljon uutta kirjallisuuskatsauksesta ja tutkimuksen tekemisestä ylipäättänsä. Lisäksi saimme lisää tietoa imetyksestä ja sen tukemisesta. Tätä tietoa voimme hyödyntää tulevassa työssämme kätilöinä. Olemme myös oppineet soveltamaan tietoa sekä viestintätaitomme ovat kehittyneet. Opinnäytetyömme raportti on sujuvaa, selkeää ja jäsenneltyä tekstiä. Olemme käyttäneet taulukoita havainnollistamaan tekstiä, mikä lisää tutkimuksen ymmärrettävyyttä.

8.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Kirjallisuuskatsauksen luotettavuuden kannalta tärkeää on pyrkiä minimoimaan tutkimusten valintaan liittyvää harhaa, arvioida kriittisesti valittujen tutkimusten laatua sekä luoda tutkimuksista objektiivinen synteesi (Salminen 2011, 9). Kirjallisuuskatsaukseen mukaan otetaan vain korkealaituisia, ajan tasalla olevia tutkimuksia, jotka vastaavat tutkimuskysymykseen. Alkuperäistutkimusten arvioinnissa käytimme apuna Joanna Briggs instituutin suomeksi kääntämiä laadun arvioinnin tarkistuslistoja. Jokainen vaihe kirjallisuuskatsauksessa tulee tehdä huolella ja kirjata tarkkaan virheiden ehkäisemiseksi (Johansson ym. 2007, 4-5; Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 93) Katsauksessa tulee esitellä kaikki tutkimuksen vaiheet selkeästi ja yksinkertaisesti, jotta se pystytään halutessa toistamaan ja arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta (Suhonen, Axelin & Stolt 2016, 7).

Ennen opinnäytetyön aloittamista tutustuimme kirjallisuuskatsauksen tekemiseen. Tutkimusmetodologian tunteminen on tärkeää tutkimuksen toteuttamisen ja luotettavuuden kannalta. Tämän jälkeen laadimme tutkimussuunnitelman, jota pystyimme hyödyntämään opinnäytetyötä tehdessä. Lisäksi teimme alustavia hakuja eri tietokantoihin, joiden perusteella aihetta pystyttiin rajaamaan sekä muodostamaan hakusanat ja tutkimuskysymys. Erityisesti huomiota kiinnitettiin tutkimusten hakuun, sillä se on katsauksen luotettavuuden kannalta tärkeä vaihe. Virheet tietokantahauissa voivat johtaa virheellisiin johtopäätöksiin. Virheiden minimoimiseksi ja luotettavuuden lisäämiseksi hakusanojen ja -lausekkeiden muodostamisessa oli apuna informaattikko (Johansson ym. 2007, 49.) Jokaiseen tietokantaan laadittiin erilaiset, kyseiseen tietokantaan sopivat hakustrategiat. Haut tehtiin itsenäisesti ja valittiin otsikkotasolla mukaan sopivat tutkimukset. Sen jälkeen tarkistettiin, että tietokannoista tuli samanlainen määrä tuloksia ja molemmat ovat valinneet otsikkotasolla mukaan samat tutkimukset. Tietokantahakujen lisäksi tehtiin myös manuaalinen haku, jotta relevantteja tutkimuksia ei jäisi katsauksen ulkopuolelle. Nämä kaikki tekijät lisäävät osaltaan tutkimuksen luotettavuutta. Toisaalta taas resurssit olivat rajalliset ja katsaukseen pystyttiin ottamaan vain ilmaisia tutkimuksia. Tämän vuoksi useita hyviä tutkimuksia saattoi jäädä katsauksen ulkopuolelle.

Tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa tulee kiinnittää huomiota sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäinen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen suunnittelun ja toteutuksen huolellisuutta ja ulkoinen validiteetti kuvaa tulosten yleistettävyyttä. (Mäkelä ym. 1996, viitattu 1.12.2017.) Validiteettivaiheessa voidaan arvioida näytön vahvuutta, uskottavuutta, riittävyttä ja pätevyyttä. Yleisesti ottaen katsotaan, että kirjallisuuskatsaukset edustavat korkeaa näytön astetta, sillä ne kokoavat yhteen aikaisempia tutkimustuloksia. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 34.)

Suunnittelimme opinnäytetyön ja erityisesti tietokantahaut huolellisesti ennen tekemistä. Median ja mainonnan vaikutuksista imetykseen ei löytynyt juurikaan minimilaatutason täyttäviä tutkimuksia, minkä vuoksi katsauksen otanta jäi hieman suppeaksi. Tutkimustuloksia tarkastellessa onkin pohdittu sitä, onko tulos riittävän kattava ja siten yleistettävissä. Kaikki luetut ja mukaan valitut tutkimukset ovat englanninkielisiä. Tämä mahdollisesti vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen, sillä väärinymmärrysten riski kasvaa luettaessa tutkimuksia muulla kuin omalla äidinkielellä. Tutkimusten ollessa kansainvälisiä, tulee myös miettiä voiko katsauksen tuloksia yleistää koskemaan kaikkia länsimaita ja voiko tuloksia soveltaa suomalaisessa yhteiskunnassa. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkkunen 2013, 35.) Esimerkiksi Bylaska-Daviesin (2015) tutkimukseen osallistuneet äidit olivat saaneet äidinmaidonkorvikenäytteitä, joiden jakaminen Suomessa on kiellettyä.

Reliaabelius eli luotettavuus ilmaisee tutkimuksen mittaustulosten toistettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2008, 226.) Kaikki tutkimuksen vaiheet on kuvattu niin tarkasti ja selkeästi, että lukija voi sen halutessaan toistaa. Tässä opinnäytetyössä reliabiliteetti näkyy esimerkiksi siinä, että molemmat tutkijat ovat päätyneet samaan lopputulokseen itsenäisesti. Kirjallisuuskatsauksen luotettavuutta lisää se, että tutkimusta tekee itsenäisesti vähintään kaksi tutkijaa (Johansson ym. 2007, 51). Molemmat tutkijat olivat mukana hakujen suunnitteluvaiheesta lopulliseen raportointiin saakka. Haut tehtiin itsenäisesti, mutta yhdessä pohdittiin vastaavatko ne tutkimuskysymykseen. Yhdessä valittiin tutkimukset, jotka arvioitiin koko tekstien pohjalta ja valittiin neljä tutkimusta tarkempaa analyysia varten. Tässä vaiheessa molemmat analysoivat itsenäisesti tutkimukset, jonka jälkeen saadut tulokset koottiin ja niistä tehtiin synteesi.

Tutkimusta tehdessä olemme toimineet eettisesti ja noudattaneet hyvän tieteellisen käytännön sääntöjä. Olemme toimineet huolellisesti, tarkasti ja rehellisesti tutkimusta tehtäessä ja sen tuloksista raportoitaessa. Olemme huomioineet muiden tutkijoiden työn ja kunnioittaneet sitä huolehtimalla vaadittavista lähdeviittauksista, emmekä ole plagioineet toisten tekstejä. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkkunen 2013, 174-175; Hirsjärvi ym. 2008, 23-24.) Tutkimusta tehtäessä olemme pyrkineet olemaan objektiivisia ja välttämään ennakko-olettamuksia. Tutkijan ennakko-oletukset ja tuloksia koskevat toiveet voivat vääristää tutkimuksen tekemistä ja johtopäätöksiä. (Niela-Vilén & Hamari 2016, 24.)

LÄHTEET

Abrahams, S. 2012. Milk and Social Media: Online communities and the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes. *Journal of Human Lactation* 28(3), 400–406. Viitattu 23.5.2017, http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0890334412447080?url_ver=Z39.88-2003&rfr_id=ori:rid:crossref.org&rfr_dat=cr_pub%3dpubmed

Ahokas, M., Ferchen, M., Hankonen, N., Lautso, A. & Pyysiäinen, J. 2006. *Sosiaali-psykologia*. 2.painos. Helsinki: WSOY

Aittokoski, M. & Salokoski, M. 2009. Äidinmaito kullas? - imetyksen taloudelliset ulottuvuudet. Teoksessa M. Aittokoski, R. Huitti-Malka & M. Salokoski. *Imetyksen aika: Uusi suomalainen imetysskirja*. Riika: Inprint, 64-74.

Basch, C.H., Shaffer, E.J., Hammond, R & Rajan, S. 2013. Prevalence of Infant Formula Advertisements in Parenting Magazines Over a 5-Year Span. *Journal of Pediatric Nursing* (2013) 28, e28–e32. Elsevier. Viitattu 29.10.2017, https://ac.els-cdn.com/S088259631300208X/1-s2.0-S088259631300208X-main.pdf?_tid=619e7cb8-18be-11e8-a0c5-00000aacb35e&acdnat=1519406839_c44c7dfad7681859b6c737997b900f62

Bosi, A., Eriksen, K., Sobko, T., Wijnhoven, T. & Breda, J. 2015. Breastfeeding practices and policies in WHO European Region Member States. *Public Health Nutr.* 2016 Mar; 19(4): 753–764. Viitattu 17.11.2017, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4754616/>

Britton, C. 2003. Breastfeeding: a natural phenomenon or a cultural construct? Teoksessa C. Squire (toim.) *The Social Context of Birth*. Radcliffe Medical Press, 297-310.

Bylaska-Davies, P. 2015. Exploring the Effect of Mass Media on Perceptions of Infant Feeding. *Health Care for Women International*, 36:1056–1070, 2015. EBSCO. Viitattu 17.10.2017, <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=4f46cc2f-2ac7-4d9f-9303-aed95214b76d%40sessionmgr4006>

Corkins, K. & Shurley, T. 2016. What's in the Bottle? A Review of Infant Formulas. *Nutrition in Clinical Practice*. Volume 31 Number 6, December 2016, 723-729. Viitattu 1.12.2017
<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0884533616669362>

Deufel, M. & Montonen, E. 2010a. Maidoneritykseen vaikuttavat hormonit. Teoksessa M. Deufel & E. Montonen (toim.) *Onnistunut imetys*. Helsinki: Duodecim, 56-63.

Deufel, M. & Montonen, E. 2010b. Imetyksen sosiaalinen tuki. Teoksessa M. Deufel & E. Montonen (toim.) *Onnistunut imetys*. Helsinki: Duodecim, 149-190.

Deufel, M. & Montonen, E. 2010c. Imetystä edistävä yhteiskunnan tarjoama tuki. Teoksessa M. Deufel & E. Montonen (toim.) *Onnistunut imetys*. Helsinki: Duodecim, 523-528.

Erkkola, M. & Lyytikäinen, A. 2010. Imetyssuosituksien ja vauvamyönteisyysohjelma. Teoksessa M. Deufel & E. Montonen (toim.) *Onnistunut imetys*. Helsinki: Duodecim, 7-22.

Erwin, P. 2005. Asenteet ja niihin vaikuttaminen. Suom. M. Ahokas. 1.painos. Helsinki: WSOY.

European union. 2008. Protection, promotion and support of breastfeeding in Europe: a blueprint for action. Luxembourg. Viitattu 4.12.2016, http://ec.europa.eu/health/ph_projects/2002/promotion/fp_promotion_2002_frep_18_en.pdf

Hakulinen, T. 2017. Johdanto. Teoksessa Hakulinen, T., Otronen, K. & Kuronen, M. (toim.) *Kansallinen imetyksen edistämisen toimintaohjelma vuosille 2018–2022*. THL, 15-17. Viitattu 10.11.2017, <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135535/Ohjaus%20242017%20netti%202.1.pdf?sequence=1>

Hakulinen, T. & Otronen, K. 2017. Imetysohjaus äitiysneuvolassa. Teoksessa T. Hakulinen, K. Otronen & M. Kuronen (toim.). 2017. *Kansallinen imetyksen edistämisen toimintaohjelma vuosille 2018-2022*. THL, 80-83. Viitattu 10.11.2017, <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135535/Ohjaus%20242017%20netti%202.1.pdf?sequence=1>

Hannula, L. 2003. Imetysnäkömukset ja imetyksen toteutuminen - suomalaisten synnyttäjien seuranta tutkimus. Turun yliopisto. Helsinki: Yliopistopaino.

Hannula, L. 2009. Imetyksen tukeminen terveydenhuollossa. Teoksessa M. Aittokoski, R. Huitti-Malka & M. Salokoski (toim.) Imetyksen aika: Uusi suomalainen imetyskirja. Riika: Inprint, 88-97.

Hannula, L., Kaunonen, M., Koskinen, K. & Tarkka, M-T. 2010. Raskaana olevan, synnyttäjän ja synnyttäneen äidin sekä perheen imetysohjaus. Hoitotyön suositus. Helsinki: Hoitotyön Tutkimussäätiö. Viitattu 29.12.2016, http://www.hotus.fi/system/files/Imetysohjaus_sum.pdf

Hannula, L. 2015. Kätilötyö ja imetys. Teoksessa U. Paananen, S. Pietiläinen, E. Raussi-Lehto & A-M. Äimälä (toim.) Kätilötyö - raskaus, synnytys ja lapsivuodeaika. Helsinki: Edita, 331-338.

Hermanson, E. 2012. Imetys kannattaa. Terveyskirjasto. Viitattu 30.11.2016, http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=kot00402

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.-14., osin uudistettu painos. Keuruu: Otava.

Hoitotyön tutkimussäätiö. 2013. Kriittinen arviointi. Viitattu 15.11.2017, <http://www.hotus.fi/jbi-fi/kriittinen-arviointi>

Hopwood, T. & Merritt, R. 2012. Sosiaalisen markkinoinnin ABC. Suom. Käännös-Aazet Oy. Tampereen yliopistopaino Oy: Tampere. Big Pocket Guide to social marketing. 2011. Viitattu 23.2.2018, http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/90857/URN_ISBN_978-952-245-513-0.pdf?sequence=1

Huitti-Malka, R. 2009. Äidin roolit, resurssit ja imetys. Teoksessa M. Aittokoski, R. Huitti-Malka & M. Salokoski (toim.) Imetyksen aika: Uusi suomalainen imetyskirja. Riika: Inprint, 12-22.

International Baby Food Action Network. 2010. Breaking the rules, stretching the rules. Executive summary. IBFAN's International Code Documentation Centre. Viitattu 26.10.2017, http://www.ibfan.org/art/BTR_2010-ExecSummary%28final%29.pdf

Isola, A-M. 2009. Imettävät äidit politiikan kohteena ja toimijoina. Teoksessa M. Aittokoski, R. Huittimalka & M. Salokoski (toim.) Imetyksen aika: Uusi suomalainen imetykirja. Riika: Inprint, 52-61.

Joanna Briggs Instituutin julkaisema parhaaseen tutkimusnäyttöön perustuva hoitosuositus (JBI-suositus). 2010. Naisten odotuksia ja kokemuksia imetystuesta. Volume 14, Issue 7. Viitattu 22.11.2017.

http://www.hotus.fi/system/files/BPIS_ennakko_2010-7_0.pdf

Joanna Briggs Instituutin julkaisema parhaaseen tutkimusnäyttöön perustuva hoitosuositus (JBI-suositus). 2011. Imetysohjelmat terveydenhuollossa. Hoitotyön tutkimussäätiö. Volume 15, Issue 3. Viitattu 22.11.2017,

http://www.hotus.fi/system/files/BPIS_ennakko_2011-3_0.pdf

Johansson, K. Axelin, A. Stolt, M. & Ääri, R-L. 2007 Systemaattinen kirjallisuuskatsaus ja sen tekeminen. Turun yliopisto.

Kankkunen, P. & Vehviläinen-Julkunen, K. 2013. Tutkimus hoitotieteessä. 3., uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Kansallinen imetyksen edistämisen asiantuntijaryhmä. 2009. Imetyksen edistäminen Suomessa: toimintaohjelma 2009-2012. Raportti 32/2009. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Yliopistopaino: Helsinki.

Kauppa- ja teollisuusministeriö 7.6.2007/1216. Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus äidinmaidonkorvikkeesta ja vierotusvalmisteesta. Viitattu 18.11.2016, <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20071216>

Kean, Y.J., Gray, J., Iellamo, A., Brady, M. & Sterken, E. 2014. Breaking the Rules 2014 (BTR): Evidence of Violations of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes and subsequent resolutions compiled from January 2011 to December 2013 - in brief. International Baby Food Action Network. Viitattu 10.2.2018, <http://www.babymilkaction.org/wp-content/uploads/2014/05/BTR14inbrief.pdf>

Kellner, D. 2000. Mediakulttuuri. Suom. Riitta Oittinen. 3. painos. Tampere: Vastapaino

Kornides, M. & Kitsantas, P. 2013. Evaluation of breastfeeding promotion, support, and knowledge of benefits on breastfeeding outcomes. *Journal of Child Health Care*, Sep2013; 17(3): 264-273. Viitattu 27.11.2017,

<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1367493512461460>

Koskinen, K. 2008. *Imetysohjaus*. 1.painos. Helsinki:Edita.

Kuusela, P. 2007. Sosiaalipsykologian keskeisiä käsitteitä. Teoksessa P. Kuusela (toim.) *Sosiaalipsykologia - yksilöstä yhteiskuntaan*. Kuopio: Unipress, 197-209.

Lau, Y., Htun, T.P., Tam, W.S. & Klainin-Yobas, P. 2015. Efficacy of e-technologies in improving breastfeeding outcomes among perinatal women: a meta-analysis. *Maternal & Child Nutrition*. Manuaalinen haku, Wiley Online Library. Viitattu 17.10.2017, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/mcn.12202>

Lehtiö, L. & Johansson, E. 2016. Järjestelmällinen tiedonhaku hoitotieteessä. Teoksessa M. Stolt, A. Axelin & R. Suhonen. *Kirjallisuuskatsaus hoitotieteessä*. Turun yliopisto: hoitotieteen laitoksen julkaisuja, tutkimuksia ja raportteja, 35-55.

Lemetti, T. & Ylönen, M. 2016. Kirjallisuuskatsaukseen valittujen tutkimusartikkeleiden arviointi. Teoksessa M. Stolt, A. Axelin & R. Suhonen. *Kirjallisuuskatsaus hoitotieteessä*. Turun yliopisto: hoitotieteen laitoksen julkaisuja, tutkimuksia ja raportteja, 67-79.

Luukkainen, P. 2010. Rintamaidon koostumus. Teoksessa M. Deufel & E. Montonen (toim.) *Onnistunut imetys*. Helsinki: Duodecim, 33-37.

Malmelin, N. 2003. *Mainonnan lukutaito: mainonnan viestinnällistä luonnetta ymmärtämässä*. Sisäinen lähde. Viitattu 14.3.2016, <https://www.ellibslibrary.com/book/9516629024>

McCann, A.D. & McCulloch, J. E. 2012. Establishing an Online and Social Media Presence for Your IBCLC Practice. *Journal of Human Lactation*, vol. 28, 4: pp. 450-454. Viitattu 30.1. 2018, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0890334412461304>

Mikkola, K. 2017. Korvikemaitoruokinta ja äitien psyykinen tukeminen. Teoksessa Hakulinen, T., Otronen, K. & Kuronen, M. (toim.) Kansallinen imetyksen edistämisen toimintaohjelma vuosille 2018–2022. THL, 53. Viitattu 10.11.2017, <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135535/Ohjaus%20242017%20netti%202.1.pdf?sequence=1>

Mustonen, A. 2001. Mediapsykologia. Helsinki: WSOY.

Mustonen, A. 2009. Media tunnemyllynä. Teoksessa S. Kotilainen (toim.) Suhteissa mediaan. Jyväskylän yliopisto: Nykyculttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 99, 133-146.

Mäkelä, M., Varonen, H. & Teperi, J. 1996. Artikkelien valinta. Systemoitu kirjallisuuskatsaus tiedon tiivistäjänä. Lääketieteellinen Aikakauskirja Duodecim. Viitattu 1.12.2017, <http://www.duodecim-lehti.fi/lehti/1996/21/duo60413>

Newby, R., Brodribb, W., Ware, R.S. & Davies, P.S.W. 2015. Internet Use by First-Time Mothers for Infant Feeding Support. *Journal of Human Lactation* 2015, Vol. 31(3) 416–424. SAGE. Viitattu 17.10.2017, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0890334415584319>

Niela-Vilén, H. & Hamari, L. 2016. Kirjallisuuskatsauksen vaiheet. Teoksessa M. Stolt, A. Axelin & R. Suhonen. Kirjallisuuskatsaus hoitotieteessä. Turun yliopisto: hoitotieteen laitoksen julkaisuja, tutkimuksia ja raportteja, 23-34.

Niemelä, M. & Tammi, H. 2006. Imetysopas: hyvinvointia vauvalle ja äidille. Helsinki: Helmi.

Niemi, T., Nietosvuori, L. & Virikko, H. 2006. Hyvinvointialan viestintä. Helsinki: Edita

Nieminen, H. & Pantti, M. 2009. Media markkinoilla: johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Uudistettu painos. Helsinki: Loki-kirjat.

Nykyri, A. 2017. Imetys suomalaisessa yhteiskunnassa. Teoksessa T. Hakulinen, K. Otronen, & M. Kuronen (toim.) Kansallinen imetyksen edistämisen toimintaohjelma vuosille 2018-2022. THL, 26-28. Viitattu 10.11.2017, <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135535/Ohjaus%20242017%20netti%202.1.pdf?sequence=1>

Parkinson, J., Russell-Bennett, R. & Previte, J. 2012. Mum or bub? Which influences breastfeeding loyalty. *Australasian Marketing Journal* 20 (2012) 16–23. Elsevier. Viitattu 12.12.2017, https://ac.els-cdn.com/S1441358211000899/1-s2.0-S1441358211000899-main.pdf?_tid=spdf-3e8bc996-867d-428c-94bd-edf2719078b6&ac-dnat=1519636499_09e4b556938cdc695aa909a2edb7fddb

Piwoz, E. G. & Huffman, S. L. 2015. Impact of Marketing of Breast-Milk Substitutes on WHO-Recommended Breastfeeding Practices. *Food and Nutrition Bulletin* 2015, Vol. 36(4), 373-386. Viitattu 25.5.2017, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0379572115602174>

Pirttilä-Backman, A-M., Ahokas, M., Myyry, L. & Lähteenoja, S. 2005. Johdanto: Arvojen, moraalien ja muutoksen yhteiskunta. Teoksessa A-M. Pirttilä-Backman, M. Ahokas, L. Myyry & S. Lähteenoja (toim.) *Arvot, moraalit ja yhteiskunta: Sosiaalipsykologisia näkökulmia yhteiskunnan muutokseen*. Helsinki: Gaudeamus, 7-12.

Pohjanheimo, E. 2005. Pysyvää ja eriytyvää: arvomuutoksia Suomessa 1970-luvulta nykypäivään. Teoksessa A-M. Pirttilä-Backman, M. Ahokas, L. Myyry & S. Lähteenoja (toim.) *Arvot, moraalit ja yhteiskunta: Sosiaalipsykologisia näkökulmia yhteiskunnan muutokseen*. Helsinki: Gaudeamus, 237-257.

Puura, K. & Kaartinen, M. 2010. Imetys äidin ja vauvan välisen kiintymyssuhteen muodostumisen tukena. Teoksessa M. Deufel & Montonen, E. *Onnistunut imetys*. Helsinki. Duodecim, 410-411.

Rollins, N., Bhandari, N., Hajeerhoy, N., Horton, S., Lutter, C.K., Martines, J.C., Piwoz, E.G., Richter, L.M. & Victora, C.G. 2016. Why invest, and what it will take to improve breastfeeding practices? *Lancet* 1/30/2016; 387(10017): 491-50. Viitattu 17.11.2017, https://ac.els-cdn.com/S0140673616002105/1-s2.0-S0140673616002105-main.pdf?_tid=spdf-03171cba-eee2-4852-8929-e82c0db656d6&ac-dnat=1519634861_446fb90e9282ec966e5d773372a770e1

Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi - onnistu mielikuvamarkkinoinnilla. WSOY.

Rope, T. & Pyykkö, M. 2003. Markkinointipsykologia: väylä asiakasmieleiseen markkinointiin. Gummerus.

Salminen, A. 2011. Mikä kirjallisuuskatsaus? johdatus kirjallisuuskatsauksen tyyppeihin ja hallintotieteellisiin sovelluksiin. Vaasan yliopiston julkaisuja. Viitattu 16.11.2017, http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-349-3.pdf

Salokoski, T. & Mustonen, A. 2007. Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin - katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja -sääntelyn käytäntöihin. Mediakasvatusseura. Viitattu 20.3.2016, <http://www.mediakasvatus.fi/publications/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>

Schmidt, M. 2013. Social Marketing and Breastfeeding: A Literature Review. Global Journal of Health Science; Vol. 5, No. 3; 2013; 82-94 Viitattu 1.12.2017, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4776800/pdf/GJHS-5-82.pdf>

Scullard, P., Peacock, C. & Davies, P. 2010. Googling children's health: reliability of medical advice on the internet. Arch Dis Child 2010; 95: 580–582. Viitattu 1.12.2017, <http://adc.bmj.com/content/archdischild/95/8/580.full.pdf>

Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2015. Mediatyhteiskunta. Tampere: Vastapaino. Viitattu 15.3.2016, <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789517684880>

Slomian, J., Bruyère, O., Reginster, J. Y. & Emonts, P. 2017. The internet as a source of information used by women after childbirth to meet their need for information: A web-based survey. Midwifery, Volume 48, May 2017, Pages 46-52. Viitattu 30.1.2018, https://ac.els-cdn.com/S0266613817301936/1-s2.0-S0266613817301936-main.pdf?_tid=spdf-8607ccd3-cde7-45e2-9278-3ab5b663aae2&acdnat=1519639837_a29dedeef48a13a7868816a79771a3e5

Snyder, L. 2007. Health Communication Campaigns and Their Impact on Behavior. Journal of Nutrition Education and Behavior; Volume 39, Number 2S, March/April 2007; 532-540. Viitattu 5.12.2017, https://ac.els-cdn.com/S1499404606006543/1-s2.0-S1499404606006543-main.pdf?_tid=79595a98-1ad6-11e8-a3c7-00000aab0f02&acdnat=1519637089_55bc19a971ee1dd9110b0b813ae0bbb6

Sosiaali- ja terveysministeriö 16.4.2010/267. Sosiaali- ja terveysministeriön asetus imeväisen ja pikkulapsen ruokintaa koskevasta tiedotusaineistosta. Viitattu 18.11.2016, <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100267>

Stang, J., Hoss, K., & Story, M. 2010. Health Statements Made in Infant Formula Advertisements in Pregnancy and Early Parenting Magazines A Content Analysis. Sage. Viitattu 30.10.2017, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1941406409359806>

Stolt, M., Axelin, A. & Suhonen, R. 2016. Lukijalle. Teoksessa M. Stolt, A. Axelin & R. Suhonen. Kirjallisuuskatsaus hoitotieteessä. Turun yliopisto; hoitotieteen laitoksen julkaisuja, tutkimuksia ja raportteja, 4-6.

Suhonen, R., Axelin, A. & Stolt, M. 2016. Erilaiset kirjallisuuskatsaukset. Teoksessa M. Stolt, A. Axelin & R. Suhonen. Kirjallisuuskatsaus hoitotieteessä. Turun yliopisto; hoitotieteen laitoksen julkaisuja, tutkimuksia ja raportteja, 7-22.

Sulosaari, V. & Kajander-Unkuri, S. 2016. Integroitu kirjallisuuskatsaus. Teoksessa M. Stolt, A. Axelin & R. Suhonen. Kirjallisuuskatsaus hoitotieteessä. Turun yliopisto: hoitotieteen laitoksen julkaisuja, tutkimuksia ja raportteja, 107-117.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. 2016. Syödään yhdessä – ruokasuositukset lapsiperheille. Viitattu 29.12.2016, http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/129744/KIDE26_FINAL_WEB.pdf?sequence=1

Tomfohrde, O. & Reinke, J. S. 2016. Breastfeeding mothers' use of technology while breastfeeding. Computers in Human Behavior, Volume 64, November 2016, Pages 556-561. Viitattu 25.1.2018, https://ac.els-cdn.com/S0747563216305477/1-s2.0-S0747563216305477-main.pdf?_tid=0f82e894-1ad8-11e8-b6a5-00000aab0f01&acdnat=1519637771_15267bb44276c3d1e16aaed97b4c3c89

Torkkola, S. 2002. Johdanto: Näkökulmia terveysviestintään. Teoksessa S. Torkkola (toim.) Terveysviestintä. Helsinki: Tammi, 5-10.

Uusitalo, L., Nyberg, H., Pelkonen, M., Sarlio-Lähteenkorva, S., Hakulinen-Viitanen, T. & Virtanen, S. 2012. Imeväisikäisten ruokinta Suomessa vuonna 2010. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Viitattu 19.12.2016, <https://www.thl.fi/documents/10531/95751/Raportti%202012%208.pdf>

Victora, D. G., Bahl, R., Barros, A. J. D., França, G. V. A., Horton, S., Krasevec, J., Murch, S., Jeeva, M. S., Walker, N. & Rollins, N. C. 2016. Breastfeeding in the 21st century: epidemiology, mechanisms, and lifelong effect. *Lancet*; 30(387):475–90. Viitattu 23.3.2018, https://ac-els-cdn-com.ezp.oamk.fi:2047/S0140673615010247/1-s2.0-S0140673615010247-main.pdf?_tid=08c4427f-79eb-4708-be73-1fcc6d340680&ac-dnat=1521792207_e6353a779b5f258cec05eb3ac5699ef4

Wakefield, M. A., Loken, B. & Hornik, R. C. 2010. Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet*. Volume 376, Issue 9748, 9–15 October 2010, Pages 1261-1271. Viitattu 1.12.2017, [http://www.thelancet.com/pdfs/journals/lancet/PIIS0140-6736\(10\)60809-4.pdf](http://www.thelancet.com/pdfs/journals/lancet/PIIS0140-6736(10)60809-4.pdf)

World Health Organization. 1981. International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes. Geneva. Viitattu 18.11.2016, http://www.who.int/nutrition/publications/code_english.pdf

World Health Organization. 1986. Ottawa Charter for Health Promotion. World Health Organization, Geneva. Viitattu 27.2.2018, http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/129532/Ottawa_Charter.pdf?ua=1

World Health Organization & UNICEF. 2003. Global strategy for infant and young child feeding. Geneva, Switzerland. Viitattu 30.11.2016, <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/42590/1/9241562218.pdf>

Williams, P., Von Rosen-Von Hoewel, J., Laitinen, K., Jakobik, V., Martin-Bautista, E., Schmid, M., Egan, B., Morgan, J., Decsi, T., Campoy, C., Koletzko, B. & Raats, M. 2012. Influences on infant feeding decisions of first-time mothers in five European countries. *European Journal of Clinical Nutrition* 66, 914–919. Viitattu 15.2.2018, <https://www.nature.com/articles/ejcn201256.pdf>

Wiio, O. & Puska, P. 1993. Terveysviestinnän opas. Keuruu: Otava

Wiio, O. 2000. Johdatus viestintään. 6-9. painos. Juva: Weilin+Göös.

Yeong, J. K. 2017. Breaking the Rules, Stretching the Rules - executive summary. International Baby Food Action Network. Viitattu 10.2.2018, https://www.ibfan-icdc.org/files/Exec_Sum_E_BTR_2017.pdf

Zhang, Y., Carlton, E. & Fein, S.B. 2013. The Association of Prenatal Media Marketing Exposure Recall with Breastfeeding Intentions, Initiation, and Duration. *Journal of Human Lactation* 29(4) 500–509. SAGE. Viitattu 17.10.2017, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0890334413487256>

LIITTEET



21.5.2013
OHJE

JBI Kriittisen arvioinnin tarkistuslista kohortti/tapaus-kontrolli tutkimukselle

Kriittisen arvioinnin tarkistuslistaa käytetään tutkimuksen metodologisen laadun arviointiin ja tutkimuksen tuloksiin vaikuttavan harhan riskin tunnistamiseen. Arviointikriteerit määrittävät käytetyn tutkimusasetelman mukaisesti. Järjestelmällisen katsauksen teossa edellytetään kahden tutkijan itsenäisesti tekemää arviointia.

JBI-katsausta laadittaessa kohortti/tapaus-kontrolli tutkimusasetelmien mukaisesti tehtyjen tutkimusten arviointi toteutetaan SUMARin MASTARI-moduulissa alla olevien kriteereiden mukaisesti. Arviointikriteerien yksityiskohtaiset sisällöt on kuvattu Joanna Briggs Instituutin julkaisemassa katsauksen tekijöiden käsikirjassa (s. 157-158), johon katsausten tekijöiden on syytä tutustua arviointia tehdessään. Kunkin kriteerin toteutuminen arvioidaan asteikolla: Kyllä (K), Ei (E), Epäselvä (?), Ei sovellettavissa (n/a). (JBI 2011.)

Kirjoittaja _____ Vuosi _____ Nro _____
Arvioija _____ Päiväys _____

Arviointikriteeri	K	E	?	n/a
1. Oliko tulokset mitattu luotettavasti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Olivatko potilaat samassa sairauden vaiheessa/-tilassa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Oliko harhan riski minimoitu tapausten ja vertailtavien valinnassa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Oliko sekoittavat tekijät tunnistettu ja todettiin niiden käsittely?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Arviointiin tulokset objektiivisia kriteereitä käyttäen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Oliko seuranta-aika riittävän pitkä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Oliko otanta edustava suhteessa tutkimuksen kohderyhmään kokonaisuudessaan?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Olivatko tutkimuksen keskeyttäneiden tulokset kuvattu ja sisällytetty analyysiin?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Käytettiinkö soveltuvia tilastollisia menetelmiä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kokonaisarviointi: Hyväksy Hylkää Lisätietoja tarvitaan

Kommentteja (mukaan lukien syy hylkäykseen):

Lähde: Joanna Briggs Institute. 2011. Reviewers' Manual: 2011 edition. The Joanna Briggs Institute, Australia. Saatavilla: <http://www.joannabriggs.org/SUMARI>

JBI Kriittisen arvioinnin tarkistuslista kuvailevalle tutkimukselle/ tapaussarjalle

Kriittisen arvioinnin tarkistuslistaa käytetään tutkimuksen metodologisen laadun arviointiin ja tutkimuksen tuloksiin vaikuttavan harhan riskin tunnistamiseen. Arviointikriteerit määrittyvät käytetyn tutkimusasetelman mukaisesti. Järjestelmällisen katsauksen teossa edellytetään kahden tutkijan itsenäisesti tekemää arviointia.

JBI-katsausta laadittaessa kuvailevien tutkimusten ja tapaussarjojen arviointi toteutetaan SUMARin MASTARI-moduulissa alla olevien kriteereiden mukaisesti. Arviointikriteerien yksityiskohtaiset sisällöt on kuvattu Joanna Briggs Instituutin julkaisemassa katsauksen tekijöiden käsikirjassa (s. 157-158), johon katsausten tekijöiden on syytä tutustua arviointia tehdessään. Kunkin kriteerin toteutuminen arvioidaan asteikolla: Kyllä (K), Ei (E), Epäselvä (?), Ei sovellettavissa (n/a). (JBI 2011.)

Kirjoittaja _____ Vuosi _____ Nro _____
Arvioija _____ Päiväys _____

Arviointikriteeri	K	E	?	n/a
1. Perustuiko tutkimus satunnaistettuun tai näennäisesti satunnaistettuun otantaan?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Olivatko otoksen hyväksymiskriteerit määritetty selkeästi?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Oliko sekoittavat tekijät tunnistettu ja todettiin niiden käsittely?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Arvioitiinko tulokset käyttäen objektiivisia kriteerejä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Jos ryhmiä vertailtiin keskenään, oliko niiden kuvaus riittävä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Oliko seurantajakso riittävän pitkä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Olivatko tutkimuksen keskeyttäneiden tulokset kuvattu ja sisällytetty analyysiin?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Oliko tulokset mitattu luotettavasti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Käytettiinkö soveltuvia tilastollisia menetelmiä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kokonaisarviointi: Hyväksy Hylkää Lisätietoja tarvitaan

Kommentteja (mukaan lukien syy hylkäykseen):

Lähde: Joanna Briggs Institute. 2011. Reviewers' Manual: 2011 edition. The Joanna Briggs Institute, Australia. Saatavilla: <http://www.ioannabriggs.org/SUMARI>

JBI Kriittisen arvioinnin tarkistuslista tulkinnalliselle ja kriittiselle tutkimukselle

Kriittisen arvioinnin tarkistuslistaa käytetään tutkimuksen metodologisen laadun arviointiin. Arviointikriteerit määrittävät käytetyn tutkimusasetelman mukaisesti. Järjestelmällisen katsauksen teossa edellytetään kahden tutkijan itsenäisesti tekemää arviointia.

JBI-katsausta laadittaessa tulkinnallisten ja kriittisten tutkimusasetelmien mukaisesti tehtyjen tutkimusten arviointi toteutetaan SUMARIn QARI-moduulissa alla olevien kriteereiden mukaisesti. Arviointikriteerien yksityiskohtaiset sisällöt on kuvattu Joanna Briggs Instituutin julkaisemassa SUMARI käyttöohjeessa (s.89-92), johon katsausten tekijöiden on syytä tutustua arviointia tehdessään. Kunkin kriteerin toteutuminen arvioidaan asteikolla: Kyllä (K), Ei (E), Epäselvä (?), Ei sovellettavissa (n/a). (JBI.)

Kirjoittaja _____ Vuosi _____ Nro _____
Arvioija _____ Päiväys _____

Arviointikriteeri	K	E	?	n/a
1. Onko kuvattu filosofinen näkökulma ja tutkimusmetodologia yhtenevät?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Onko tutkimusmetodologia ja tutkimuskysymys tai tavoitteet yhtenevät?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Onko tutkimusmetodologia ja aineiston keruumenetelmät yhtenevät?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Onko tutkimusmetodologia ja aineiston esittäminen ja analyysi yhtenevät?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Onko tutkimusmetodologia ja tulosten tulkinta yhtenevät?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Onko tutkijan kulttuurinen tai teoreettinen asemointi ilmaistu?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Onko tutkijan vaikutus tutkimukseen ja päinvastoin kuvattu?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ovatko osallistajat ja heidän äänensä asiaankuuluvasti kuvattu?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Onko tutkimus toteutettu noudattaen nykyisiä eettisiä periaatteita ja onko tarvittava eettisen toimikunnan hyväksyntä hankittu?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Perustuvatko tutkimuksen johtopäätökset analyysiin ja tulosten tulkintaan?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kokonaisarviointi: Hyväksy Hylkää Lisätietoja tarvitaan

Kommentteja (mukaan lukien syy hylkäykseen):

Lähde: Joanna Briggs Institute. SUMARI User Manual: Version 5.0. The Joanna Briggs Institute, Australia. Saatavilla: <http://www.joannabriggs.org/SUMARI>

JBI Kriittisen arvioinnin tarkistuslista järjestelmälliselle katsaukselle

Kriittisen arvioinnin tarkistuslistaa käytetään järjestelmällisen katsauksen metodologisen laadun arviointiin. Arviointikriteerien yksityiskohtaiset sisällöt on kuvattu Joanna Briggs Instituutin julkaisemassa katsauksen tekijöiden käsikirjassa, joihin arvioijan on syytä tutustua arviointia tehdessään. Kunkin kriteerin toteutuminen arvioidaan asteikolla: Kyllä (K), Ei (E), Epäselvä (?). (The Joanna Briggs Institute 2011.)

Kirjoittaja _____ Vuosi _____ Nro _____
Arvioija _____ Päiväys _____

Arviointikriteeri	K	E	?
1. Onko katsauksen kysymys selvästi ja yksiselitteisesti esitetty?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Oliko hakustrategia asianmukainen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Olivatko käytetyt tiedon lähteet riittäviä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Olivatko sisääntokriteerit asianmukaiset verrattuna tutkimuskysymykseen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Olivatko tutkimusten arviointikriteerit asianmukaiset?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Toteutiko tutkimusten kriittisen arvioinnin itsenäisesti vähintään kaksi arvioijaa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Käytettiin tietojen uuttamisvaiheessa menetelmiä virheiden minimoimiseksi?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Käytettiin tutkimustulosten yhdistämisessä asianmukaisia menetelmiä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Tukevatko tutkimusten tulokset tehtyjä suosituksia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ovatko linjaukset lisätutkimuksista asianmukaiset?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kokonaisarviointi: Hyväksy Hylkää Lisätietoja tarvitaan

Kommentteja (mukaan lukien syy hylkäykseen):

Lähde: Joanna Briggs Institute. 2011. Reviewers' Manual: 2011 edition. The Joanna Briggs Institute, Australia. Saatavilla: <http://www.joannabriggs.org/SUMARI>