

Streszczenie raportu z ogólnopolskiego badania ankietowego na temat postaw wobec palenia tytoniu

Kantar Public dla Głównego Inspektoratu Sanitarnego

1. Podsumowanie

1.1 Postawy wobec palenia

- Nadal znacząca część Polaków w wieku 15 i więcej lat – jedna czwarta (24%) – regularnie (codziennie) pali tytoń.
- Od 2011 do 2015 roku zauważalna jest tendencja spadkowa odsetka regularnych palaczy – z 31% w 2011 roku do 24% w 2015 roku. W 2017 roku odsetek ten nie uległ zmianie.
- W 2017 roku zauważalny jest spadek odsetka osób, które próbowały rzucić palenie – różnica 6 punktów procentowych w porównaniu z wynikami z 2015 roku (23% wobec 29%).
- W 2017 roku na niższym poziomie niż w poprzednich latach utrzymuje się odsetek dorosłych Polaków, którym udało się zaprzestać palenia w ostatnim roku (6% ogółu, 6% mężczyzn i 6% kobiet).
- Spośród osób, które były regularnymi palaczami, ale rzuciły palenie 17% przestało palić w ciągu ostatniego roku.
- W 2017 roku w populacji mężczyzn odsetek nigdy niepalących (52%) nieznacznie przewyższył odsetek kiedykolwiek palących (48%).
- Wśród kobiet odsetek nigdy niepalących jest natomiast jeszcze wyższy niż w poprzednich latach od odsetka kiedykolwiek palących (71% wobec 29%).
- 12% spośród nałogowych palaczy zaczęło palić tytoń w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Wśród mężczyzn odsetek ten wynosi 11%, natomiast wśród kobiet 13%.

1.2 Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania palenia

- Palenie tytoniu jest zjawiskiem społecznie i ekonomicznie zróżnicowanym, także w grupach wyróżnionych według płci.
- Wśród mężczyzn częściej palą 40-latkowie (40% osób w wieku 40-49 lat), osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym (40%) oraz ci, którzy źle oceniają swoją sytuację materialną (37% z nich).
- Wśród kobiet osobami częściej palącymi tytoń są 30-latki (31%), gospodynie domowe (39%) oraz osiągające niskie dochody (41%).
- Czynnikiem determinującym palenie jest, oprócz płci, wieku czy wykształcenia, także sytuacja materialna. Zdecydowanie najwyższe odsetki palących notuje się wśród bezrobotnych (47% ogółu) oraz wśród osób źle oceniających swój status materialny (30% ogółu), a najmniej wśród osób z wyższym wykształceniem (17% z nich pali) oraz dobrze lub średnio oceniających swoją sytuację ekonomiczną (24% z nich pali). Wpływ oceny sytuacji materialnej w 2017 roku jest mniejszy niż w poprzednich latach.

1.3 Behawioralna charakterystyka palenia

- Trzy czwarte polskich palaczy tytoniu (78%) pali tradycyjne, produkowane fabrycznie papierosy.
- Inną, relatywnie często wybraną formą tytoniu jest tytoń do samodzielnego skręcania (19%). Papierosy typu slim (6%) oraz papierosy mentolowe (3%) palą już tylko nieliczni, częściej kobiety niż mężczyźni.

- Pozostałe wyroby tytoniowe, w tym e-papierosy palone są w marginalnej skali. Część palących e-papierosy pali także papierosy tradycyjne. E-papierosy są najczęściej palone w celu rzucenia palenia papierosów tradycyjnych.
- 3% Polaków zadeklarowało, że przynajmniej raz palili e-papierosa.
- Większość palących Polaków zaczęła codziennie palić tytoń w młodym wieku (na ogół między 15 a 19 rokiem życia: 63% mężczyzn i 53% kobiet) i pali dużo papierosów (60% mężczyzn i 46% kobiet co najmniej paczkę papierosów dziennie).
- Niespełna jedna trzecia regularnie palących (24%) podjęła w ciągu ostatniego roku próbę zaprzestania palenia, a nieco więcej palaczy (27%) planuje rzucić palenie w najbliższym czasie.

1.4 BIERNE NARAŻENIE NA DYM TYTONIOWY

- Tak jak w latach ubiegłych, tak i teraz większości palaczy zdarza się palić w obecności osób niepalących. Niemal co piąty palący Polak przyznaje, że czasem pali w obecności dzieci (17% mężczyzn i 20% kobiet), natomiast w obecności kobiet ciężarnych zdarza się zapalić 5% palącym mężczyznom i 9% palącym kobietom.
- 40% Polaków mówi, że w ich domach pali się tytoń. Częściej jednak jest on palony na zewnątrz lub w miejscach specjalnie do tego celu wyznaczonych.
- Całkowity zakaz palenia w domu (60%) jest zdecydowanie częstszym zjawiskiem niż nieograniczona swoboda palenia (12%).
- Choć bierne narażenie na dym tytoniowy w pracy i niektórych miejscach publicznych wciąż się zdarza, to na ogół ogranicza się do palarni lub przestrzeni na zewnątrz budynków.
- W miejscach publicznych Polacy najczęściej narażeni są na bierne palenie na przystankach i w obiektach komunikacji (23%), w parkach i na plażach (14%), w barach i pubach (12%) oraz dyskotekach i klubach muzycznych (9%) a także w zakładach pracy (8%).
- Choć odnotowano spadek w stosunku do poprzedniego roku (o 6 punktów procentowych) w przypadku nastolatków narażonych w szkołach na bierne palenie, to odsetek ten wciąż jest wyższy niż ten z 2013 roku.
- Bierne narażenie na dym tytoniowy w innych miejscach publicznych jest zjawiskiem rzadszym, w szczególności w miejscach zabaw dzieci (4%), szkołach (3%), szpitalach i innych placówkach służby zdrowia (2%), obiektach kulturalnych (2%) oraz urzędach i instytucjach państwowych (3%).

1.5 OPINIE I POSTAWY WOBEC PROGRAMÓW I POLITYKI ZDROWOTNEJ OGRANICZAJĄCEJ PALENIE

- Polacy są niemal równo podzieleni, jeśli chodzi o opinie na temat tego, jak w miejscach publicznych przestrzegany jest zakaz palenia. 49% Polaków jest zdania, że zakaz ten jest przestrzegany, natomiast 44% jest przeciwnego zdania. 7% nie ma w tej sprawie jednoznacznej opinii.
- Dwie piąte Polaków (39%) ma poczucie, że częściej niż kilka lat temu zdarza się, że osoby niepalące proszą palaczy o niepalenie w miejscach, gdzie jest to zabronione. W każdym z kolejnych pomiarów odsetek osób podzielających taką opinię jest coraz niższy.
- Niewiele osób (5%) osobiście otrzymało lub ktoś z ich najbliższego otoczenia otrzymał mandat za palenie tytoniu w miejscach publicznych.

7.6 Promocja papierosów i kampanie zachęcające do rzucenia palenia

- Wielu Polaków, przede wszystkim palących, zetknęło się z jakąś formą promocji i marketingu papierosów; najczęściej w postaci reklamy papierosów w punktach sprzedaży (31% palących) oraz sprzedaży w promocyjnej cenie (23% palących).
- Z informacjami na temat możliwości rzucenia palenia Polacy zetknęli się najczęściej na opakowaniach wyrobów tytoniowych (37%), w kampanii społecznej (24% palących), a także u lekarza podstawowej opieki zdrowotnej (22% palących).
- Część form reklamy, promocji i marketingu papierosów, z którymi zetknęli się badani jest zabroniona prawem, np. reklama papierosów w punktach sprzedaży czy w Internecie, rozdawanie bezpłatnych próbek papierosów, wręczanie prezentów przy zakupie papierosów, sponsorowanie imprez kulturalnych przez firmy tytoniowe. Mimo tego, to właśnie te formy reklamy wskazywane są najczęściej.
- Za trzy najskuteczniejsze czynniki ograniczające palenie Polacy uważają podniesienie cen papierosów (65% wskazań), wprowadzenie zakazów palenia w miejscach publicznych (50%) a także prowadzenie kampanii społecznych i medialnych oraz programów prozdrowotnych (48%).

2. Rekomendacje

- Wyniki tegorocznego badania potwierdzają pozytywny wpływ ustawy antynikotynowej. Odsetek osób narażonych na bierne palenie pozostaje na relatywnie niskim poziomie. Zaobserwowane zmiany wskazują na zahamowanie tendencji spadkowej, a nawet na nieznaczny wzrost odsetka osób narażonych na bierne palenie w różnych miejscach publicznych.
- Tendencja spadkowa dotycząca palenia tytoniu w 2017 roku się zatrzymała. W 2013 roku nastąpił spadek o 4 punkty procentowe w stosunku do roku 2011 odsetka osób palących, w 2015 – o 3 punkty w porównaniu z 2013, a w 2017 roku wynik pozostał na tym samym poziomie. Nadal więc potrzebne są działania prowadzące do ograniczenia palenia tytoniu – przede wszystkim działania edukacyjno-informacyjne w postaci kampanii społecznych/medialnych oraz akcji prozdrowotnych. Szczególnie ważna jest edukacja dzieci i młodzieży, aby wyeliminować lub opóźnić proces inicjacji tytoniowej, ponieważ jak wskazują przeprowadzone badania nałogowi palacze najczęściej zaczynają palić codziennie w wieku 15-19 lat, a co szósty uczeń jest narażony w szkole na bierne palenie.
- Działania mające na celu ograniczenie palenia tytoniu powinny być skierowane przede wszystkim do osób w średnim wieku (zarówno kobiet, jak i mężczyzn), słabiej wykształconych, które zamieszkują małe i średnie miasta oraz, ze szczególnym uwzględnieniem osób bezrobotnych. Ocena sytuacji materialnej nie ma obecnie tak dużego wpływu, jak w poprzednich latach na stopień palenia papierosów – jest to być może uwarunkowane otrzymywaniem dodatkowych świadczeń (program 500+) przez osoby gorzej sytuowane.
- W walce z ograniczeniem konsumpcji tytoniu nie traci na znaczeniu poszerzanie działań mających na celu zmiany postaw palaczy. Ważne jest wspieranie osób podejmujących starania prowadzące do zerwania z nałogiem. Chodzi przede wszystkim o wzmocnienie motywacji do rzucenia palenia, a także tworzenie, szczególnie w najmłodszych grupach wiekowych, np. mody na niepalenie, aby młodzi nie postrzegali palenia tytoniu jako przejawu dorosłości i powodu do dumy.
- Polacy dostrzegają znaczenie czynników ekonomicznych w walce z konsumpcją tytoniu. Zdecydowana większość badanych (65%) uznaje podniesienie cen papierosów za najskuteczniejszy bodziec wpływający na ograniczenie palenia tytoniu.
- Wyniki badania pokazują (podobnie jak w poprzednich latach), że miejscem, gdzie jesteśmy najbardziej narażeni na bierne palenie, są przystanki autobusowe. 23% badanych deklaruje, że było narażonych na dym tytoniowy w tych właśnie miejscach. Czy jest to skutek braku wiedzy o istniejącym zakazie, czy lekceważenie istniejących przepisów przez osoby palące, czy może szwankuje egzekwowanie zakazu? Warto wciąż przypominać o panujących zakazach. Ze względu na utrzymującą się wciąż tendencję do palenia na przystankach komunikacji miejskiej, miejsca też mogą stanowić dobrą przestrzeń do komunikacji konsekwencji związanych z paleniem.
- Opinie Polaków są niemal równo podzielone, jeśli chodzi o przestrzeganie zakazu palenia tytoniu w miejscach publicznych – 49% uważa, że zakaz ten jest przestrzegany, 44% – że nie jest. Niewielu badanych zetknęło się z

sytuacją ukarania osoby łamiącej zakaz palenia w miejscach publicznych. Nadal istnieje potrzeba wzmocnienia egzekwowania zakazu palenia oraz być może wprowadzenia zmian w zasadach karania palaczy nieprzestrzegających zakazu palenia, gdyż obecny system wydaje się być niewystarczająco skuteczny.

- Choć odsetki palących w obecności dzieci i kobiet w ciąży się zmniejszyły, to znacząco wzrósł odsetek mężczyzn palących w obecności osób niepalących. Jako, że kampanie społeczne/ medialne bądź programy prozdrowotne wskazywane są na trzecim miejscu w najskuteczniejszym ograniczaniu palenia tytoniu, warto zwrócić w nich uwagę na wyżej wymienione problemy oraz uświadamiać palaczy, iż nie należy palić w obecności osób niepalących, podobnie jak w przypadku grup szczególnie narażonych. W takich kampaniach należy zwrócić szczególną uwagę na skutki biernego palenia.
- Podobnie jak dwa lata temu rekomendowane jest, by we wszystkich miejscach publicznych i zakładach pracy wzmocnić egzekwowanie zakazu palenia. Wymaga to nie tylko zmian w prawie w postaci obarczenia odpowiedzialnością za przestrzeganie zakazu właściciela lub zarządcę danego obiektu, ale także zwiększenia społecznej i instytucjonalnej świadomości i asertywności w tym zakresie.
- Mimo wprowadzenia zakazu reklamy, promocji i sponsorowania wyrobów tytoniowych, badani deklarują, że spotykają się z tego typu komunikatami. Najczęściej wspominają o reklamach papierosów w punktach sprzedaży oraz w Internecie i sprzedaży papierosów po promocyjnej cenie. Odpowiedzi badanych wskazują zatem na to, że wprowadzona ustawa o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych nie funkcjonuje w sposób należyty.¹ Warto byłoby rozważyć rozszerzenie działań kontrolnych w tej dziedzinie.
- Wciąż najskuteczniejszym czynnikiem w ograniczeniu palenia papierosów są wzrost cen, zakaz palenia w miejscu pracy i kampanie społeczne. Zmiana w opakowaniach papierosów jest oceniana jako czynnik raczej drugorzędny, choć to właśnie z opakowań palacze najczęściej czerpią informację o możliwości rzucenia palenia. W celu ograniczenia palenia tytoniu należy więc skupić się na tych czynnikach, które mają bezpośredni wpływ na życie Polaków, np. na ich budżet lub przywyczajenia, jak również dobrać komunikaty i treści do publikacji na opakowaniach, które byłyby bardziej skuteczne niż do tej pory.
- Od kilku lat elementem rynku tytoniowego są e-papierosy. Choć ciągle brakuje naukowych badań na temat ich szkodliwości oraz skuteczności jako środka pomagającego rzucić palenie, 13% Polaków jest przekonanych, że e-papierosy mogą pomóc w zerwaniu z nałogiem. Badani deklarują także, że palą e-papierosy na przemian z tradycyjnymi papierosami lub w miejscach objętych zakazem palenia tytoniu. Jednak mimo wszystko e-papierosy nie są jeszcze bardzo popularną formą zażywania tytoniu, nie zmienia to faktu, że należy zwiększyć świadomość Polaków na ich temat.

¹ USTAWA z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych (Dz. U. z 2017 r. poz. 957)