

# AZ 1998. ÉVI DOHÁNYZÁSMENTES VILÁGNAP SIKERÉÉRT 1998. MÁJUS 31

Az 1988. évi Dohányzásmentes Világnap alkalmából a WHO az alábbi jelmondatot választotta "Dohányfüstmentesen felnőni ". Bár a WHO a fiatalság és a dohányzás témájával már foglalkozott 1990-ben, ez egy olyan téma, mellyel ismételten is érdemes foglalkozni. A Dohányzásmentes Világnap alkalmából a WHO ráirányítja a kormányok, szervezetek, lakóközösségek, valamint az iskolák, a családok és az egyes emberek figyelmét a dohányzási járvány komoly veszélyeire, valamint arra, hogy tegyenek erőteljes intézkedéseket a fiatalság nikotinfüggőségének megakadályozására és védjék meg a fiatalokat a passzív dohányzás ártalmaitól. A Dohányzásmentes Világnap alkalmából a WHO felhívja az aktív dohányosokat is, hogy a nikotinfüggőség megszüntetésének első lépéseként legalább 24 órán keresztül ne dohányozzanak.

A "Dohányzási Riadó" mostani különkiadásában szereplő anyagok célja, hogy segítsék az 1998. évi Dohányzásmentes Világnap sikeres megtartását. Bár minden egyes országban és közösségben a saját kulturális, társadalmi és gazdasági adottságainak megfelelő stratégiát és terveket kell kidolgozni és alkalmazni, mindazonáltal reméljük, hogy az itt található gondolatok és ötletek ösztönzőleg fognak hatni a dohányzásmentes világ felé való haladásra.

## **Cselekvési lehetőségek a Dohányzásmentes Világnapon majd azt követően**

Olyan világban élünk, amelyben a dohányzás minden évben három és fél millió embert öl meg és ez a szám folyamatosan növekszik. Egy egynapos tevékenység természetesen nem fogja megállítani a járványt - ehhez az egész év során folytatott szervezett és összehangolt erőfeszítések szükségesek. A Dohányzásmentes Világnap azonban lehetővé teszi a figyelem felkeltését a már folyamatban lévő tevékenységekre valamint új dohányzásellenes kezdeményezések beindítását. Például, a dohányzás törvényi szabályozására törekvő országokban az egészségvédők felhasználhatják az ez évi Dohányzásmentes Világnapot annak hangsúlyozására, hogy a törvények, a szabályozás segít abban, hogy a fiatalokat megvédjük a dohányzás okozta ártalmaktól. Egyes országokban ezt a napot fel lehet használni olyan intézkedések bevezetésére is, amelyek javíthatják a meglévő törvények hatékony alkalmazását.

A lakosság, sőt gyakran még az egészségügy fejlesztéséért felelős személyek is nagymértékben alábecsülik a dohányzás okozta veszélyeket. Sok országban talán éppen ez akadályozza leginkább a dohányzás elleni küzdelem hatékonyságát. A Dohányzásmentes Világnap ideális lehetőséget biztosít arra, hogy felhívjuk a figyelmet a dohányzás által okozott hatalmas veszélyekre. A figyelemfelkeltésnek ezen a napon számos eszköze lehet: előadások, beszédek, viták, televíziós rendezvények, leszokási vetélkedők, stb. A rendezvényeket lehetőleg úgy kell megtartani, hogy hírértékük legyen.

A világnap idején jelszava alkalmas lehet a fiatalok aktív részvételére olyan rendezvényeken mint pl. művészeti vetélkedők, vitafórumok, ahol a fiatalok "kihívást intézhetnek a dohányipar ellen" és a dohányreklámok betiltását jelentő intézkedéseket követelhetnek. Például, a gyerekek leveleket írnak állami vezetőknek valamint a dohányipari cégek vezetőinek és a

levelek másolatát elküldik a nagyobb újságoknak is. A fiatalok feltérképezhetik többek között az iskolájuk közelében elhelyezett dohányreklámokat vagy tiltakozó akciókat szervezhetnek egy dohányipari cég által támogatott kulturális vagy sportesemény ellen. Az ilyenfajta akciók nagyobb nyilvánossága érdekében a média képviselőit mindig meg kell hívni ezekre a rendezvényekre.

Jó szervezéssel és ötletekkel a Dohányzásmentes Világnap nagyon hasznos katalizátorrá válhat a dohányzás elleni küzdelemben. Azonban az igazi kihívást az jelenti, hogy a dohányzás elleni hatékonyabb küzdelmet az egész év során fenn kell tartani. Egyes országok úgy gondolhatják, hogy hasznos lehet az idei Világnap központi témájára építeni a jövőbeni tevékenységeket, tehát egy egész éven át tartó, a fiatalok dohányzására koncentrálnó kampányt indítani el. Más országokban talán egy másféle stratégia lehet megfelelőbb. A lényeg az, hogy sokat kell még tenni a dohányzási járvány visszaszorítása érdekében, de a dohányzás elleni küzdelemben résztvevő szervezetek és egyének összehangolt és jól szervezett erőfeszítésével hamarosan eljön az az idő, amikor minden nap Dohányzásmentes Világnap lesz.

1998-ban a Dohányzásmentes Világnap vasárnapra esik, mely a legtöbb országban pihenőnap. Éppen ezért sok országban az előző hét valamelyik napján, tehát május 25-30 között valamelyik napon szándékoznak megtartani a média- vagy az egyéb rendezvényeket. Alternatív megoldás lehet egy teljes héten át tartó rendezvénysorozat, mely május 31-én vasárnap a Dohányzásmentes Világnappal fejeződik be.

## A DOHÁNYZÁSI JÁRVÁNY: EGY IJESZTŐ MÉRTEKET ÖLTŐ VÁLSÁG

*A dohányzás közel 10,000 embert öl meg naponta*

A tények magukért beszélnek. A dohányzás a világon a globális járvány méretét öltötte fel, és kevés jele van annak, hogy csökkenést mutatna. Évente a dohányzás három és fél millió halálesetet okoz a világban. Ez közel napi tízezer halálesetet jelent. A jelenlegi tendencia alapján az évi halálesetek száma a 2020-as és 2030-as években tíz millióra fog emelkedni és ebből hét millió a fejlődő országokra fog esni. A jelenlegi fogyasztási szokások alapján az előrejelzések szerint a jelenleg élő emberek közül több mint 500 milliót a dohányzás fog megölni.

A fejlett országokban, ahol a dohányzás a 40-es és az 50-es években általánosan elterjedt manapság már jól láthatók a múltbeli dohányzási tendencia katasztrofális hatásai. A fejlődő országokban az összes haláleset mintegy 20%-a tulajdonítható a dohányzásnak. Az előrejelzések szerint 2020-ban a dohányzás fogja okozni az összes haláleset 12%-át. 2020-ban a dohányzás több halálesetet fog okozni mint a HIV vírus, a tuberkulózis, terhesség alatti halálozás, autóbaleset, öngyilkosság és emberölés együttvéve.

### HOGYAN HAT A DOHÁNYZÁS A FIATALOKRA

A dohányzás rendkívül sok módon hat a fiatalokra. A passzív dohányzás és a terhesség alatti dohányzás miatt a gyerekek egészsége már azelőtt károsodhat, még mielőtt a világra jönnének.

Sok országban a gyerekek kavargó dohányfüst közepette nőnek fel és ez további egészségi károsodást okoz. A háztartásokban a dohányzásra költött pénz csökkenti a táplálkozásra, oktatásra és orvosi ellátásra jutó összeget. A gyerekek emellett attól az érzelmi fájdalomtól és pénzügyi bizonytalanságtól is szenvednek, amelyet a szülő vagy gondozó dohányzás miatti halála okoz nekik.

Másrészt viszont hat a gyerekekre az a meggyőzőési nyomásgyakorlás, hogy ők is dohányozzanak. Úgy tűnik, hogy az emberek mindenütt dohányoznak. Nehéz ellenállni a vonzó hirdetéseknek és az izgalmas dohánypropagandának. Különösen akkor, amikor olyan árban vannak, hogy megengedheti maguknak és nem okoz gondot az sem ha a kiskorúak cigarettát vásárolnak.

Még ha meg is értik az egészségi kockázatokat, az az üzenet, hogy a dohányzás ől nem nagyon hat a fiatal dohányosokra, akik azt gondolják magukról, hogy ők örökké fognak élni. Amikor már készek a leszokásra, addigra már kialakult a dohányfüggőségük. Ezek a tényezők mind-mind hozzájárulnak a szomorú statisztikához. A jelenlegi tendenciák alapján 250 millió ma élő gyermeket végül is meg fog ölni a dohányzás.

Az Egészségügyi Világszervezet hisz abban, hogy minden gyermeknek joga van ahhoz, hogy dohányzás nélkül nőjön fel. Ez azt jelenti, hogy anélkül, hogy el kelljen viselnie a dohányzásra bízató hatalmas nyomást, mely sok országban minden pontból sugárzik felé. Olyanná kell változtatni a környezetet, ahol a nem-dohányzást tekintik a normális társadalmi viselkedésnek és ahol a nem-dohányzás választása a könnyebb választás.

## **A dohányzás lassan már több halálesetet és rokkantságot kezd okozni, mint bármely más betegség.**

A kutatások azt mutatják, hogy a dohányzás okozta veszélyeztetettség jelentősen nagyobb mint azt korábban gondolták. Tartós dohányzás mellett a dohányosok halálozási aránya mintegy háromszor akkora mint a nemdohányosoké minden korcsoportban a fiatal felnőttkortól kezdődően. Átlagosan azok a dohányosoknak, akik serdülőkorban kezdik el a dohányzást és utána is rendszeresen dohányoznak 50%-os esélyük van arra, hogy a dohányzástól fognak meghalni. És ezek fele középkorban, még hetven éves kora előtt fog meghalni és ezzel kb. 22 évvel rövidíti meg a várható élettartamát. Tehát valaki, aki egész életében dohányzik éppen olyan valószínűséggel fog a dohányzás közvetlen eredményeként meghalni, mint bármilyen más potenciális haláloktól együttvéve.

A dohányzás mintegy 25 betegség ismert vagy valószínű oka, és a világ betegségterhelésére való hatásának óriási méretével még mindig nincs az emberiség tisztában. Példának okáért az jól ismert, hogy a tüdőrák legfontosabb oka a dohányzás. Kevésbé ismert azonban az a tény, hogy a dohányzás több embert ől meg egyéb betegségeken keresztül beleértve a szervezet egyéb rákos betegségeit, szívbajt, szélütést, ödémát és egyéb krónikus betegségeket. Angliában végzett kísérletek szerint a dohányosoknak 30-as és 40-es éveik során ötször nagyobb valószínűséggel lesz szívrohamuk mint a nemdohányosoknak.

## A DOHÁNYZÁS ISMERT VAGY VALÓSZÍNŰ HALÁLOK AZ ALÁBBI BETEGSÉGEKNÉL:

### Rák:

- Ajak, szájüreg, garat
- Nyelőcső
- Hasnyálmirigy
- Gége
- Tüdő, légcső és hörgő
- Húgyhólyag
- Vese és egyéb vizeletelválasztó szervek

### Szív- és érrendszeri megbetegedések:

- Reumás szívbetegség
- Magas vérnyomás
- Isémiás szívbetegség
- Pulmonális szívbetegség
- Egyéb szívbetegségek
- Agyi erekhez tartozó betegségek
- Atherosclerosis
- Aorta körülírt tágulata
- Egyéb artériás betegségek

### Légzőszervi megbetegedések:

- Tüdőbaj
- Tüdőgyulladás és influenza
- Hörghurut és ödéma
- Asztma
- Krónikus légúti elzáródás

### Gyermekbetegségek:

- Kis születési súly
- Légzési vészhelyzet szindróma
- Újszülötti légzésállapot
- Hirtelen csecsemőhalál

### Passzív dohányzás okozta tüdőrák és egyéb megbetegedések

### Dohányzás okozta tüzesetek

A WHO becslése szerint kb. 1.1 milliárd dohányos van a világon -- ez a világ 15 éven felüli összlakosságának egyharmada. Ebből 800 millió él a fejlődő országokban. A felmérések szerint a világ összlakosságát tekintve a férfiak kb. 47%-a és a nők 12%-a dohányzik. A fejlődő országokban a férfiak 48%-a és a nők 7-a dohányzik, míg a fejlett országokban a férfiak 42%-a és a nők 24%-a dohányos. A 2020-as évek közepére a dohányzási járvány a gazdag országok jórészt át fogják már adni a szegény országoknak, melynek eredményeképp a világ dohányosainak csak mintegy 15%-a fog a gazdag országokban élni. A szegényebb országok egészségügyi intézményeit el fogja lehetetleníteni e járvány kezelése.

Egyes régiókban a dohányzás egészségügyi következmények különösen kétségbeejtőek. A volt szocialista országokban 1995-ben az összes haláleset mintegy 16%-a volt tulajdonítható a dohányzásnak. Ez a szám az előrejelzések szerint növekedni fog és 2020-ban a halálesetek több mint 22%-át fogja a dohányzás okozni. A felmérések szerint 1995-ben ebben a régióban a 35-69 év közötti férfi korosztályban a halálesetek 41%-át okozta a dohányzás.

A néhány országban a dohányzás elleni küzdelemben elért eredményeket érvénytelenítette a dohányzásnak a kevésbé fejlett országokban tapasztalt növekedése. Globálisan tehát nem volt előrelépés a dohányfogyasztás terén. Abszolút számokban a betegségek okozta terhelés a legnagyobb mértékben és a legmeredekebben várhatóan Indiában és Kínában fog emelkedni,

ott, ahol a legmeredekebben nőtt a dohányzás. Csak Kínában, ahol kb. 300 millió dohányos van, a legújabb adatok szerint a dohányzás mintegy háromnegyed millió halálesetet okoz. A mostani tendencia alapján a Kínában ma élő, 20 éven aluli gyerekből és fiatalból legalább 50 millió fog hamarabb meghalni a dohányzás következtében.

Bár az előrejelzések szerint a várható életkor a férfiaknál és a nőknél is emelkedik, a két nem közötti eltérés jelentősen növekszik azon férfiak nagy száma miatt, akik a dohányzással kapcsolatos betegségektől halnak meg. Azonban a dohányzó lányok és nők száma is növekszik és ezzel együtt fog nőni a dohányzás okozta halálozás. P>

- 
- **MILYEN ELŐNYÖKKEL JÁR A DOHÁNYZÁSRÓL VALÓ LESZOKÁS**
  - Egy évvel a leszokás után a koszorúér betegség kockázata 50%-al csökken és 15 éven belül a korábbi dohányos viszonylagos kockázata arra nézve, hogy koszorúér betegségben fog meghalni megközelíti a hosszú ideje nem-dohányzók kockázatát. A tüdőrák, krónikus tüdőelzáródás, és a szélütés kialakulásának relatív kockázata szintén csökken, de lassabban. BR>
  - Tíz-tizenégy évvel a dohányzástól való leszokás után a rák okozta elhalálozás kockázata közel arra a szintre csökken, mint azok kockázata, akik sohasem dohányoztak.
  - A dohányzás abbahagyás jót tesz az egészségnek bármilyen életkorban szokik is le az ember.

---

## **A PASSZÍV DOHÁNYZÁS KOMOLYAN KÁROSÍTJA A NEMDOHÁNYOSOK EGÉSZSÉGÉT**

A levegőben levő dohányfüst alapvetően ugyanazokat a karcinogéneket és toxikus anyagokat tartalmazza mint a dohányosok által beszívott dohányfüst. Gyorsan szaporodnak a bizonyítékok a passzív dohányzás okozta komoly egészségkárosodásra vonatkozóan felnőttek és gyermekek esetében egyaránt. Ezek az eredmények jól alátámasztják azt az igényt, hogy gyorsan kell kemény szabályokat hozni a közterületen való dohányzás korlátozására.

A passzív dohányzás az egészséges nemdohányzóknál betegségeket okoz: tüdőrákot és lehet, hogy koszorúér betegséget. Hosszabb ideig történő passzív dohányzás egészséges felnőtteknél akár 20-30%-al is növelheti a tüdőrák és a szívbetegség kockázatát. P>

A passzív dohányzás emellett súlyos asztmás állapotot, rossz vérkeringést, hörghurutot és tüdőgyulladást eredményezhet. Gyakran okoz szem- és szaglászervi irritációt is.

### **A passzív dohányzás következményei a fiatalokra:**

#### **A passzív dohányzásnak kitett gyerekek**

- többet köhögnek és többször fájnak meg és nagyobb az esélye annak, hogy felső és alsó légutó gyulladástól szenvedjenek. Egy vizsgálat kimutatta, hogy életük első 18

hónapjában passzív dohányzásnak kitett gyerekeknél 60%-al nagyobb a kockázata olyan alsólégúti megbetegedések kifejlődésének mint pl. krupp, hörghurut, kis hörgők gyulladása, és tüdőgyulladás.

- körében nagyobb az asztma kifejlődésének veszélye. A már asztmás gyerekeknél a másodlagos dohányfüst asztmás rohamokat okozhat és állapotukat rontja.
- körében fennáll a csökkent tüdőműködés veszélye és a későbbiekben légzési problémáik is előfordulhatnak.
- körében gyakrabban fordul elő középfül-gyulladás, mely csökkent halláshoz vezethet.
- A terhességük alatt dohányzó nők kisbabáinál valamint a passzív dohányzásnak kitett csecsemőknél nagy a hirtelen csecsemőhalál kockázata.

### **Füstmentes dohányzás- a dohányfüggőség egy gyorsan terjedő új formája**

A dohányt sokféle formában fogyasztják a világban. Az Egyesült Államokban és Európa egyes részein rágódohányként (bagó) valamint szippantott dohányként (tubák) forgalmazzák. A füstmentes dohányzás előfordul Afrika egyes részein valamint a korábbi Szovjetunió országaiban is.

Az Egyesült Államokban a legújabb felmérések a rágott és szippantott dohányfogyasztás aggasztó növekedését mutatják a gyermekek és a fiatalok között. Becslések szerint az Egyesült Államokban egy millió serdülő fiú fogyaszt dohányt rágódohányként. Sok sportoló, különösen az amerikai baseball játékosok is előszeretettel fogyasztják így a dohányt, és ők szolgálnak példaképként a fiatalok számára.

A vizsgálatok kimutatták, hogy a füstmentes dohányfogyasztás (szippantás és rágás) szájrakot (a világban a tíz legelterjedtebb rákbetegség egyike), visszafordíthatatlan fogínysorvadást, egyéb szájbetegségeket, nikotínfüggőséget és szív- és érrendszeri betegségeket okoz.

## **DOHÁNYZÁS A FIATALOK KÖZÖTT**

Sok országban nő a fiatalok körében a dohányzás. Ugyanakkor egyre fiatalabb korban szoknak rá a fiatalok a dohányzásra. A dohányosok többsége tizenévesen vagy még korábbi életkorban kezdi el a dohányzást. Amennyiben a fiatalok nem szoknak rá a dohányzásra 20 éves koruk előtt, akkor már nem valószínű, hogy felnőttként rászokjanak.

A világ minden részén találhatunk példákat arra, hogy a fiatalok milyen nagy számban dohányoznak:

- A tizenévesek dohányzási aránya néhány latin-amerikai országban 50 %.
- Kenyában az általános iskolai tanulók között a dohányosok száma 40% volt 1989, mely igen nagy ugrást jelent a tíz évvel korábbi 10%-hoz képest.
- A dohányzók aránya a koreai tizenéves fiúknál 18%-ról 30%-ra emelkedett egyetlen év alatt azt követően, hogy az USA dohányipari cégek betették a lábukat az országba. A tizenéves lányoknál a dohányzók aránya a 2% alatti értékről közel 9%-ra emelkedett.
- Naponta 3,000 gyermek válik rendszeres dohányossá az Egyesült Államokban.
- Bár a francia fiatalok között a dohányosok aránya 1977 óta csökken, 1995-ben a 12-18 évesek 35%-a dohányzott.

- Ukrajnában 1990-ben a 16-17-évesek 40%-a dohányzott.
- Az elmúlt néhány év során a fiatalok közötti dohányosok számának növekedését jelentették Üzbegisztánból. Taskentben az üzbég fiúk 22.5%-a és a lányok 0.6%-a szívott el legalább egy cigarettát hetente.
- Sok országban a terhes nők és kismamák közül a serdülőkorú terhesek és kismamák között található a legtöbb dohányos.

A WHO/EURO által támogatott "Iskoláskorú gyerekek egészséges magatartása" nevű szervezet (HBSC) közölt adatokat a 15 éves gyerekek dohányzási szokásairól néhány európai országban. Az 1993/1994 évi szakaszban végzett vizsgálatokat össze lehet hasonlítani az 1989/1990-ben kapott eredményekkel. Számos országban emelkedett a dohányzók száma mind a fiúk mind pedig a lányok esetében is. Számos vizsgált országban ma már több dohányos van a lányok mint a fiúk között. BR>

**1.4. táblázat: Hetente legalább egyszer dohányzó fiúk és lányok százalékos aránya (egyes európai országokban), 1989/1990-ben és 1993/1994-ben**

Országok	Fiúk 1989/1990	Fiúk 1993/1994	Lányok 1989/1990	Lányok 1993/1994	
Ausztria	23	29.0	20	31.2	
Belgium (Flamand nyelvű)	15	32.2	17	18.0	
Belgium (Francia-nyelvű)	---	22.6	---	20.7	
Cseh Köztársaság	---	16.0	---	11.9	
Denmark	---	14.4	---	23.6	
Észtország	---	21.6	---	5.7	
Finnország	33	29.8	32	26.2	
Franciaország (Nancy és Toulouse)	---	23.0	---	25.0	
Németország (Észak-Rajna-Vesztfália)	---	20.9	---	28.8	
Grönland	---	48.5	---	46.1	
Magyarország	31	25.0	20	19.1	
Izrael	---	9.3	---	8.8	
Lettország	---	33.1	---	14.1	
Litvánia	---	14.8	---	4.0	
Norvégia	21	20.2	23	21.0	
Lengyelország	20	22.5	10	12.8	
Oroszország (Szentpétervár)	---	19.4	---	9.7	
Szlovákia	---	18.7	---	4.8	
Spanyolország	18	20.3	27	26.9	
Svédország	15	15.1	20	19.3	
Egyesült Királyság és Észak-Írország					
- Észak-Írország			23.4	24.9	
- Skócia		16	20.5	18	25.9
- Wales		14	18.2	22	26.5

## MIÉRT DOHÁNYOZNAK A FIATALOK?

Számos összetett és egymással összefüggő tényező teszi a fiatalokat hajlamossá a dohányzásra és ezek a tényezők egyénenként és az egyes országokban is mások és mások. Azonban sok éves kutatómunkával sikerült olyan tényezőket meghatározni, melyek rendszerint szerepet játszanak a dohányzásra való rászokásban. Ide tartozik, hogy a dohánytermékek társadalmi elfogadottsága magas, a dohánytermékek marketingtevékenysége mindent behálóz, könnyen hozzá lehet jutni a dohánytermékekhez, a szülők és egyéb felnőttek rossz példával szolgálnak, valamint, hogy a többi fiatal között már sokan dohányoznak.

### A kockázat minimálissá tétele

A serdülők gyakran kísérleteznek új magatartásformákkal, de nem gyakran gondolják komolyan végig a hosszú távú következményeket. Egyes fiatal, aki már korán elkezdett dohányozni, magáévá teszi azt az elvet, hogy a dohányzás olyan lélektani előnyöket nyújt, melyek segítenek a serdülőkor gondjain. Számukra a dohányzás veszélyeinél, melyeket különben is távolinak tartanak, sokkal fontosabbak az azonnali lélektani előnyök. A fiatalok általában alulértékelik a nikotinfüggőséget és a leszokás nehézségét, és azt gondolják, hogy egy fiatalnak sokkal könnyebb leszokni a dohányzásról mint egy idősebb embernek. Azonban hamarosan úgy találják, hogy a nikotinfüggőség még mindig megmarad, miután a lélektani előnyök már régen elmúltak. Néhány országban végzett vizsgálat szerint a 100 cigarettát elszívott serdülők négy ötöde két év múlva már dohányozni fog, és ezek fele még 20 év múlva is dohányozni fog. Ez azt jelenti, hogy legalábbis a vizsgált országokban, de valószínű, hogy más országokban is, mindazok fele, akik serdülőkorban rászoktak a dohányzásra még 35 éves korukban is dohányozni fognak.

### A dohányreklámok hatása

A reklámozás kritikus szerepet játszik a serdülők kondicionálásában. A reklámokban a dohányosok nagyszerű, népszerű, önálló, kalandvágyó és férfias figurákként szerepelnek. Az általuk használt cigarettamárkák választásával a fiatalok úgy érzik, hogy ők is átveszik ezeket a tulajdonságokat. Az Egyesült Államokban végzett egyik vizsgálat kimutatta, hogy a dohányzó tizenévesek közül 85% választotta a leginkább reklámozott három márkát, míg a felnőtteknél ez az arány csak 35% volt. Az adatok szerint a fiatalok fogékonyabbak a dohányreklámokban található üzenetekre és képzetekre. A dohányreklámokat jobban ismerő fiatalok, könnyebben válnak dohányossá.

### A felnőttek mintaképül választása

*"A dohányipar jól tudta, hogy mindaddig míg a fiatal felnőttek jelentik a mintaképet a gyerekek számára, bárhogyan is próbáljuk arra tanítani a gyerekeket, hogy ne dohányozzanak, rá se fognak erre hederíteni." Sir Richard Doll, 1991*



A gyerekek a dohányzást felnőtt viselkedésformának tekintik és gyakran azért kezdenek el dohányozni, hogy felnőttebbnek látszódjanak. A vizsgálatok szerint a dohányzó felnőttek hatással vannak a gyerekekre, akik pozitívabb hozzáállást alakítanak ki a dohányzással szemben mint a nemdohányos szülők gyerekei. Ez a társítás már három éves korban megtalálható. Az egyik vizsgálat szerint a dohányosok gyerekei közül kétszer annyian mondták, hogy dohányozni akarnak, mint a nemdohányosok gyerekei. A dohányzásról sikerrel leszokott szülők serdülőkorú gyerekei kisebb valószínűséggel válnak dohányossá mint a dohányosoké.

A felnőttek figyelmét fel kell hívni arra, hogy viselkedésük milyen hatással lesz gyermekeik jövőbeni dohányzási szokásaira. A fiatalok közötti dohányzás csökkentését megcélzó stratégia részeként elengedhetetlen a felnőttek dohányzásának csökkentése is.

A cukor- vagy csokoládé cigaretták jelenthetik az első tapasztalatot a gyereknél a felnőttek utánzásában. Ezek a cigaretták nagyon rossz üzenetet továbbítanak, arra bátorítják a gyereket, hogy utánozza felnőtt viselkedést ezekkel az édes termékekkel. némely országban már be is tiltották ezeket a termékeket.

### **A rászokásra való fogékonyság**

Sok olyan környezeti hatás van, mely segít annak meghatározásában, hogy a serdülő milyen valószínűséggel fog fogékonnyá válni a cigaretta iránt és fog kísérletezgetni vele. Egy serdülőt akkor nevezünk dohányzással szemben kognitívan fogékonynak, ha nem teljesen biztos benne, hogy nem fog-e elszívni egy cigarettát egy adott helyzetben. Akiknél ez a kognitív fogékonyság kialakult, kétszer akkora valószínűséggel fognak kísérletezni a dohányzással mint más serdülőkorú. Az Egyesült Államokban a rászokásra való fogékonyság 10 éves korban kezdődik és 14 éves korban a legnagyobb, megközelítve az ebben a korban levő népesség 60%-át. A cigarettával való próbálkozást követően a serdülőkorúak fele folytatja a dohányzást és dohányossá válik.

### **A társak, barátok által gyakorolt nyomás**

A már dohányzó barátok komoly mértékben növelik a serdülők rászokási kockázatát. Azonban úgy tűnik, hogy ez a hatás akkor válik különösen fontossá, ha a serdülő már fogékonnyá vált a dohányzással szemben. A társak hatása a dohányzással való kísérletezgetési szakaszból a dohányfüggőségbe való átmenetkor a legészrevehetőbb.

## **A REKLÁMOZÁS FONTOS SZEREPET JÁTSZIK AZ ÚJ FOGYASZTÓK KERESÉSÉBEN**

A dohányiparnak minden évben új dohányosokat kell találnia azok helyébe, akik dohányzással kapcsolatos betegségekben haltak meg. Az iparág túlélése az új tizenéves fogyasztóktól függ. Kevesen kezdik el a dohányzást felnőtt korban. Eppen ezért a gyerekek a dohányipar legfontosabb célpontja. A dohányipar saját dokumentumai (lásd a keretben) szolgáltatnak bizonyítékot erre. Nem csoda tehát, hogy a dohányipari cégek milliárd dollárokat költenek arra, hogy a gyerekeket dohányzásra csábítsák.

1984-ben egy dohányipari cég piackutatója azt írta egy korábban még titkos belső jelentésben:

"A fiatalabb felnőtt dohányosok jelentették a kritikus tényezőt az elmúlt 50 év során. Ők továbbra is ennyire fontosak lesznek minden egyes márka illetve vállalat számára az alábbi két egyszerű ok miatt. A piac megújulása szinte teljes mértékben a 18-éves dohányosokból származik. A dohányosok mindössze 5 százaléka szokott rá a dohányzásra 24 éves születésnapja után. A 18 éves dohányosok márkahűsége sokkal nagyobb. Azok a márkák és cégek, melyek nem vonzzák a fiatal felnőtt dohányosokat nehéz helyzetbe kerülnek. A dohányosok új dohányossal való helyettesítésének egyetlen forrása a fiatal felnőttek. Ha a fiatal felnőttek elfordulnak a dohányzástól, akkor az iparág hanyatlani fog éppen úgy, mint egy olyan népesség, ahol nincsenek újszülöttek."

**Stratégiaiák és lehetőségek a fiatal felnőtt dohányosoknál, R.J. Reynolds Tobacco Company, február 29 1984.**

A gyerekek a világ minden részén olyan hirdetésekkel találják szembe magukat, amelyek a dohányzást szórakoztatónak, elegánsnak, modernnek és nyugatiasnak tüntetik fel. Sok országban a tizenévesek kedvenc rádióadóinak reklámjai között a cigarettareklámok viszik a főszerepet. A cigarettareklámok kihasználják a fiatalság sebezhető pontjait azáltal, hogy a cigarettát pozitív önarculat kialakításának és a barátok általi elfogadás eszközeként ajánlják. A reklámok azt az üzenetet továbbítják, hogy a dohányzás "felnőtt" magatartásforma, és a cigarettázás a függetlenség, önállóság és érettség jelképe.

A reklámok azt az üzenetet továbbítják, hogy a dohányzás a társadalmi siker és a társadalmi létrán való felfelé haladás kulcsa. Egyes dohányipari cégek karikatúra figurákat használnak reklámjaikban jelentős sikerrel. A "Joe Camel" kampány a Joe cigarettamárkát három év alatt 1%-ról 30%-ra emelte a 18 éven aluliak piacán. Ugyanez a tevéfigura igen nagy népszerűségnek örvendett a három éves gyerekek között is, éppen úgy ismerték mint a Miki egeret.

1968-ban az Egyesült Államokban a dohányipar agresszív kampányt indított a nők körében a "női cigaretta" bevezetésével. Hat év alatt a dohányzó tizenéves lányok száma több mint megduplázódott. Ugyanezt a mintát ismétlik meg számos más országban is.

A dohányipari cégek azt szokták mondani, hogy a dohányreklámok csak az egyes márkák közötti váltást segítik elő. A vizsgálatok azonban azt mutatják, hogy minél jobban reklámoznak a cégek, annál több ember, és különösen a fiatalok szoknak rá vagy folytatják tovább a dohányzást.

*A dohányreklámok célja a termékeik piacának bővítése különösképpen azon rétegeket célozzák meg, akiknél a potenciális növekedés a legnagyobb, így az ifjúságot is.*

A cigarettareklámok elaltatják a dohányosok biztonságra vonatkozó aggályait és arra szolgálnak, hogy meggyőzzék a dohányosokat arról, hogy a dohányzás nem káros. Sokan

éppen azért nem veszik komolyan a dohányzást, mert a reklámok a dohányzást ártatlannak és nem károsnak mutatják.

### **A dohánygyártók azt állítják, hogy biztosítani kell számukra a termékeik szabad reklámozását.**

Azonban a dohányosok többsége akkor szokik rá a dohányzásra, amikor még túl fiatal arra, hogy megértse a kockázatokat, és amikor elég idős lesz ahhoz, hogy elég információval rendelkezzen a választáshoz, akkor a nikotinfüggőségük aláássa a választási szabadságukat. Amikor nem korlátozzák a tisztességtelen és igaztalan kereskedelmi szólást, akkor olyan fontos szabadságjogok kerülnek veszélybe mint a gyerekek azon szabadságjoga, hogy reklámok révén ne tévesszék meg és pszichológiailag ne manipulálják őket.

### **A termékelhelyezés a dohányzás társadalmi elfogadtatásának egyik eszköze.**

A dohánygyártók nagy összegeket fizetnek ki azért a filmgyártó cégeknek azért, hogy cigarettáik szerepeljenek a filmekben. Például egy híres amerikai színész 500 ezer dollárt kapott azért, hogy a cég cigarettái szerepeljenek a filmjeiben. A termékelhelyezés a forgatókönyvírást is befolyásolhatja. Lois Lane a Superman filmekben dohányos volt, de a folytatásos regényekben szereplő Lois Lane sosem dohányzott!

### **Szponzorálás**

Mivel a világban egyre több ország kezdi betiltani a dohányreklámokat, a dohánygyárak gyorsan átirányították figyelmüket sportesemények és kulturális rendezvények támogatására. Ez ideális lehetőséget ad számukra nagyszámú fiatal elérésére. A dohánygyártók arculatuk, imázsuk javítása céljára is igyekeznek felhasználni ezeket a rendezvényeket.

Sok fejlődő országban a nagyszámú közönséget vonzó rock-koncertek mágnesként hatottak a dohánygyártó cégekre, hogy támogassák e rendezvényeket. Azokban az országokban, ahol a cigaretták reklámozása tiltott, az élő vagy televízió közvetített koncertek támogatása jelentette a kiskaput a tiltás alól való kibújásra. P>

### **Ingyenes cigaretta szóróajándékok**

Egy függőséget okozó termékkel nem nehéz megfogni egy új fogyasztót. A dohánygyártók esetében az ingyenes szóróajándékok költségét elhomályosítják a hosszú távú előnyök, különösen a fiatal fogyasztók körében. Bár néhány ország már betiltotta az ingyenes cigarettaminták osztogatását, de még sok országban él ez a gyakorlat. Rock-koncerteken, diszkókban a világ minden részében vonzó fiatal hölgyek osztogatják a népszerű, nemzetközi cigarettamárkákat. Egyes esetekben, az ott rögtön rágyújtókat egy kis ajándékkal lepik meg.

### **Amikor a gyerekek válnak sétáló cigarettareklámmá: Cigaretta-márkájú árúcikkek**

A cigarettamárkákra való figyelemfelhívás másik eszköze a cigaretta logók és jelvények más termékekre (trikókra, sapkára, stb.) való ráhelyezése. A gyerekek szeretik ezeket a termékeket és így számos gyerek válik sétáló cigarettareklámmá. P>

**Az ellenreklámozás sikeres része lehet a dohányzás elleni kampánynak**

A világ sok országában a fiatalok naponta ki vannak téve az igen hatásos dohányreklámoknak. A dohánygyártók dollármilliárdokat költenek termékeik reklámozására évente, és ezen összegek mellett eltörpül a dohányzás elleni programokra költött pénz. Éppen ezért egy hatékony dohányzás-megelőzési program fontos követelménye az, hogy komoly mértékben korlátozza a dohányipar képességét arra, hogy új fogyasztókat szoktassanak rá a dohányzásra reklámjaik segítségével.

Már sok országban készítenek a különböző médiákon át sugárzott dohányzásellenes hirdetéseket. Ezek közül sok célozza meg a fiatalokat azzal a céllal, hogy elvegye a cigaretta dicsfényét. Gyakran van lehetőség az ilyen hirdetések ingyenes közzelésére közszolgálati hirdetés formájában. Azonban csak akkor hasznosak, ha nem olyankor sugározzák őket, amikor a nézők többsége már alszik.

## A KÖRNYEZET MEGVÁLTOZTATÁSA ANNAK ÉRDEKÉBEN, HOGY A GYEREKEK DOHÁNYZÁS NÉLKÜL NŐJENEK FEL

### *ÁTFOGÓ IRÁNYELVEKRE ÉS PROGRAMOKRA VAN SZÜKSÉG*

A gyerekek nemcsak egyszerűen "választják" a dohányzást. Nagy befolyással van rájuk környezetük, melyet a közvélemény által követett politika nagyban befolyásol. A gyerekek sokkal nagyobb valószínűséggel fognak dohányozni ha vonzó cigarettareklámok veszik őket körül, ha a kedvenc sportjukat egy dohánycég támogatja, ha egy kedvenc filmsztárjuk szerepel a filmben, és ha a dohánytermékek olcsók és könnyen hozzáférhetők.

### **Mely ifjúság-orientált irányelvek működőképesek?**

A szakmapolitikai szakértők egyetértenek abban, hogy az alábbi irányelvek kombinációja jelentősen csökkenti a fiatalok dohányzását, feltéve ha azokat **hosszabb időn át gyakorolják**, és **keményen betartatják**, és **megfelelően finanszírozzák**. A valódi eredmények érdekében fontos az összes javasolt irányelv bevezetése. Bár csupán egyetlen irányelv bevezetése is eredményt hozhat, mégis az átfogó módszer működik a legjobban. Ha a dohánygyártóknak megtiltják, hogy cigarettát forgalmazzanak gyerekek részére, akkor meg fogják kettőzni erőfeszítéseiket olyan területeken, melyek nincsenek megtiltva.

Ezen irányelvek mindegyike szerepel a WHO által készített "A sikeres dohányzás elleni küzdelem tízpontos programjában".

### **A SIKERES DOHÁNYZÁS ELLENI KÜZDELEM TÍZPONTOS PROGRAMJA**

1. Meg kell védeni a gyerekeket a nikotinfüggőségtől.
2. Olyan dohányzásellenes pénzügypolitikát kell folytatni, amely többek között

gyorsabban emeli a cigaretta adóját, mint ahogy az árak és a bérek emelkednek.

3. A cigaretta adójából származó bevétel egy részét dohányzásellenes intézkedések és az egészségügyi propaganda finanszírozására kell fordítani
4. Egészségügyi propaganda, egészségügyi továbbképzési és a dohányzástól való leszokást segítő programok. Az egészségügyi dolgozók és az intézmények azzal mutatnak példát, hogy dohányzásmentesek.
5. A passzív dohányzásnak való akaratlan kitétség elleni védelem.
6. A dohányzást fenntartó és dohányzásra ösztönző társadalmi-gazdasági, magatartási és egyéb ösztönzők megszüntetése.
7. A közvetlen és közvetett dohányreklámozás és szponzorálás megszüntetése.
8. A dohánytermékek szabályozása beleértve a figyelmeztető feliratokat a dohánytermékeken és a még megmaradó reklámokon; a dohánytermékekben és a dohányfüstben levő toxikus alkotórészek felső határának meghatározása és bejelentési kötelezettsége.
9. A dohánytermelés és -gyártás gazdasági alternatíváinak ösztönzése.
10. A dohányzással kapcsolatos kérdések hatékony kezelése, figyelése és kiértékelése.

### **Magasabb adók kivetése a dohánytermékekre**

A vizsgálatok következetesen azt mutatják, hogy a gyerekek érzékenyebbek az árak emelkedésére mint a felnőttek. Az Egyesült Államokban például az áremelésre válaszul a fiatalok háromszor nagyobb valószínűséggel fogják abbahagyni a dohányzást mint a felnőttek. A cigaretta árának emelése akadályt emel a fiatal és a cigarettához való könnyű hozzájutás közé. Ennek következtében a cigaretta adójának emelése jó egészségügyi és jó pénzügyi politika is. Az olcsó cigaretta nem jelent szociális juttatást, mivel nagyobb mértékű dohányzásra ösztönöznek, nagyobb egészségügyi költségeket, több halálesetet és több megbetegedést jelentenek. Az olcsó cigarettákat azzal lehet nehezebben elérhetővé tenni a fiatalok számára, hogyha a törvény tiltaná a cigaretták darabonkénti árusítását valamint a félcsomagok az u.n. "gyerekcsomagok" árusítását.

Számos országban az állam nagy bevételre tesz szert a cigaretták kiskorúaknak történő jogszabályellenes árusításából, de ennek csak igen kis részét fordítja vissza megelőző programokba. Nagyon kívánatos lenne, hogy a cigaretta adójából származó jövedelem egy részéből a gyerekeket védő és a dohányzást csökkentő programokat finanszírozza az állam. Ilyen finanszírozási programokat alkalmaztak Ausztráliában, az egyesült Államokban, Kanadában valamint más országokban is, és hatékonyak és politikailag népszerűnek bizonyultak.

### **Ágazatok közötti együttműködés**

A "21. századba való belépésre vonatkozó Jakartai Nyilatkozat (Jakarta, 1997. július) a dohánytermékek nemzetközi értékesítéséről kimondja, hogy erős negatív hatással van a közegészségügyre és ezen keresztül a gyerekek egészségére is. Egy újfajta egészségügyi partnerkapcsolatra hív fel a kormányzati és nem kormányzati szervezetek között, az állami és a magánszektor között egy globális szövetség létrehozására az egészségügyi propaganda érdekében. Ilyen szektorközi és országok közti együttműködésre van sürgősen szükség a multinacionális dohánygyárak erőfeszítéseinek ellensúlyozására.

### **Forgalmazási korlátozások**

A reklámozás befolyásolja azt, hogy a fiatalok hogyan érzékelik a dohányzás elterjedtségét, imázsát és funkcióit. A vizsgálatok szerint egyes országokban a reklámozás kétszer olyan hatásos a gyerekek cigarettázásra való ösztönzése terén mint a társaik, barátaik példája. A gyerekek általában nagyobb valószínűséggel vásárolják a leginkább reklámozott márkákat. Mivel a dohányreklámok félrevezetőek, be kellene tiltani minden dohányhirdetést és szponzorálást, beleértve az ingyenes minták osztogatását, a cigarettamárkákat viselő termékek árusítását, valamint a sport- és kulturális rendezvények dohánygyárak általi szponzorálását. Azok az országok, amelyek egy átfogó politika részeként megtiltották a dohánytermékek reklámozását jelentős eredményeket értek el a dohányfogyasztás csökkentése terén..

### **Kiskorúaknak történő árusítás megtiltása**

Számos országban rutinszerűen lehet cigarettát árulni gyerekek részére, ugyanakkor a veszélyes gyógyszerek gyerekeknek történő árusítása tilos. Minimálisan 18 éves korhatárt kellene bevezetni a cigarettárusítás terén. A cigarettát áruló boltok csak engedéllyel működhetnének, és az engedélyük a törvény betartásától függne. A büntetés a figyelmeztetéstől az engedély visszavonásáig terjedne. A törvény érvényesítése alapvető fontosságú! enélkül senki sem fogja azt betartani. Az ellenőrzés nélküli dohányárusítás megakadályozása céljából be kell tiltani a cigaretták automatákból történő árusítását.

Az elmúlt években a dohányzáselleni programok számos országban arra törekedtek, hogy korlátozzák a kiskorúak részére történő cigarettárusítást. Azonban, még akkor is ha ezek a programok hatásosak is a tényleges árusítás korlátozása terén, a fiatalok többsége mégis úgy gondolja, hogy a cigarettához való hozzájutás könnyű dolog. A vizsgálatok szerint sok serdülőkorú rendszeres dohányos nem maga vásárolja a cigarettát. Idősebb társak mindig hajlandók számukra vásárolni. Éppen ezért bár a fiatalok cigarettához való jutásának korlátozása fontos stratégiát jelent, hatása csupán korlátozott lesz ha nem kísérik egyéb átfogó dohányzásellenes intézkedések.

### **Dohányzáselleni marketing és oktatási programok**

Sok kormány alakított ki a tömegkommunikáció segítségével olyan sikeres programokat, amelyek hatásos üzenetekkel küzdöttek a dohánytársaságok által kialakított dohányzási imázs ellen, mely azt sulykolja, hogy a dohányzás szexis, elragadó és normális. Éppen ilyen fontosak az iskolai és közösségi programok, melyek ismertetik a gyerekekkel a dohányzás veszélyeit és megtanítják nekik azokat készségeket és képességeket, amelyekkel ellent tudnak állni a reklámozás valamint a társaik által kifejtett hatásoknak. A kutatások szerint koordinált tömegkommunikációs és oktatóprogramok sokkal jobb eredményeket adnak, mint bármelyik módszer egyedül.P>

### **A passzív dohányzás elleni védekezés**

Fontos a dohányzás nyilvános helyeken való betiltása, különösen olyan helyeken, ahol gyerekek is megfordulhatnak. Először, ma már nem vitás, hogy a passzív dohányzás mindenkire káros, de különösen a gyerekekre. Másodsor, ha a nyilvános helyek füstmentesek, akkor a fiatalok kevesebb helyen tudnak rágyújtani és ez nagyban segítheti a dohányzás csökkenését. Végül, azok a gyerekek, akik azt látják, hogy körülöttük mindenütt szabad dohányozni, azt a hibás következtetést fogják levonni, hogy a dohányzás társadalmilag elfogadott dolog.