



# Tobacco Control and Public Health in Eastern Europe

Diatlenko, H. (2013). Tobacco industry marketing strategies that affect perception and use of waterpipe in Ukraine (in Ukrainian). *Tobacco Control and Public Health in Eastern Europe* 3(1), 29-38. doi: 10.6084/m9.figshare.722920

## Tobacco industry marketing strategies that affect perception and use of waterpipe in Ukraine

Hanna Diatlenko

**BACKGROUND:** According to Global Adult Tobacco Survey conducted in Ukraine in 2010, only 31% of adults pointed to health hazards of waterpipe smoking while corresponding levels for cigarettes were much higher. Higher prevalence of use was found in young urban adults with university education. Students lifestyle surveys revealed that up to 70% of students had smoked waterpipe at least once in their lifetime. Thus we aimed to clarify possible mechanisms in charge of widespread use and favorable attitude of young adults towards waterpipe smoking by means of a qualitative study.

**METHODS:** Semistructured interviews were conducted with 27 university students in Kiev city. Respondents were 11 males and 16 females aged 17-26 years. Convenience sampling was applied. Questions encompassed personal experience of, attitudes towards, and perception of waterpipe smoking.

**RESULTS:** Waterpipe is perceived by students as a safer alternative of cigarettes. Less irritating smoke is taken as a sign of no adverse health im-

pact. Students are attracted by sweet smell and taste of tobacco smoke produced by waterpipe. Those who had observed the waterpipe tobacco packages reported that they bear pictures of fruit and create perception of a healthy product inside. On some packages, health warnings and the information regarding content are either absent or written in a language customers cannot read. Tobacco and accessories were reported to have been displayed in most attractive places in supermarkets.

**CONCLUSIONS:** The study reveals the necessity to strengthen the awareness campaign depicting the devastating consequences of waterpipe use. To close the existing loopholes, the Ukrainian legislation needs to require health warnings on waterpipe packages which differ from those on cigarette packs, ban of tobacco products display at the points of sales, and ban of fruity additives to tobacco.

**KEYWORDS:** waterpipe; tobacco; smoking; university students; Ukraine; marketing strategies.

## Маркетинговые стратегии табачной индустрии, которые влияют на восприятие и использование кальяна в Украине

Анна Дятленко

УДК [613.84:339.138.021](477)

**АКТУАЛЬНОСТЬ:** Результаты Глобального опроса взрослых о потреблении табака, проведенного в Украине в 2010 году, указывают, что только 31% опрошенных считают курение кальяна вредным для здоровья, хотя соответствующие уровни, касающиеся сигарет, были намного выше. Кальян более популярен среди молодых групп (15-24 лет) и городского населения с выс-

шим образованием. Опросы студентов, касающиеся их образа жизни, показали, что до 70% студентов имеют опыт курения кальяна. Именно поэтому мы стремились выяснить возможные механизмы, ответственные за широкое использование и позитивное отношение молодежи к курению кальяна, посредством проведения качественного исследования.

**МЕТОДИ:** Для сбора данных использовалась доступная выборка. Опрос проводился путем полуструктурированных интервью. Было опрошено 27 студентов в Киеве в возрасте от 17 до 26 лет: 11 мужчин и 16 женщин. Опорные вопросы интервью касались предыдущего опыта и отношения студентов к курению кальяна.

**РЕЗУЛЬТАТЫ:** Студенты считают кальян более безопасной альтернативой сигаретам. Менее раздражающий дым воспринимается как признак отсутствия вредного воздействия. Аромат и вкус кальянного дыма – факторы, которые привлекают студентов и провоцируют желание покурить кальян. Те, кто видел упаковки кальянного табака, говорят, что на них изображены фрукты, и складывается впечатление, что внутри находится здоровый продукт. Медицинские предупреждения часто либо отсутствуют,

либо написаны на языке, который потребители не понимают. Табак и сопутствующие ему товары выставляются в супермаркетах в наиболее выгодных местах.

**ВЫВОДЫ:** Необходимы информационные кампании, которые бы повысили осведомленность населения Украины по поводу вреда курения кальяна. Чтобы ликвидировать недочеты в законодательстве, необходимо ввести требования, касающиеся медицинских предупреждений на упаковках кальянного табака, которые отличаются от предупреждений, касающихся сигарет. Необходимо запретить выставлять табачные изделия в местах продаж, а также запретить фруктовые добавки в табаке.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** студенты; кальян; курение; Украина; маркетинговые стратегии.

## Маркетингові стратегії тютюнової індустрії, що впливають на сприйняття та споживання кальяну в Україні

Ганна Дятленко

**АКТУАЛЬНІСТЬ:** Результати Глобального опитування дорослих про тютюн, проведеного в Україні 2010 року, вказують, що лише 31% дорослих зазначають, що куріння кальяну шкідливе для здоров'я, хоча відповідні рівні стосовно сигарет були набагато вищими. Кальян більш популярний серед молодих груп (15-24 роки) та міського населення з вищою освітою. Опитування студентів щодо способу життя з'ясували, що до 70% студентів мали досвід куріння кальяну. Саме тому ми мали на меті з'ясувати можливі механізми, що відповідають за поширене вживання та позитивне ставлення молоді до куріння кальяну, за допомогою якісного дослідження.

**МЕТОДИ:** Для збору даних в дослідженні використовували вибірку зручності. Опитування проводилось шляхом напівструктурованого інтерв'ю. Було опитано 27 студентів в Києві, віком від 17 до 26 років: 11 хлопців та 16 дівчат. Опірні питання стосувались попереднього досвіду студентів щодо куріння кальяну та їхнього ставлення до нього.

**РЕЗУЛЬТАТИ:** Студенти вважають кальян безпечнішою альтернативою сигаретам. Менш дра-

тучий дим сприймається як ознака відсутності шкідливого впливу. Аромат та смак під час куріння кальяну – фактори, що приваблюють студентів, провокують бажання курити кальян. Ті, хто бачив упаковки кальянного тютюну, говорять, що на них зображені фрукти, і створюється враження, що всередині здоровий продукт. Медичні попередження досить часто або відсутні, або написані мовою, якої споживачі не розуміють. Тютюн та супутні товари виставляються в супермаркетах у найвигідніших місцях.

**ВИСНОВКИ:** Необхідні інформаційні кампанії, що підвищать обізнаність населення України про шкідливість куріння кальяну. Щоб ліквідувати дірки в законодавстві, потрібні медичні попередження на упаковках з тютюном для кальяну, які відрізняються від попереджень для сигарет. Потрібною є заборона виставляти тютюнові вироби в місцях продажу, а також заборона фруктових добавок до тютюну.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** студенти; кальян; куріння; Україна; маркетингові стратегії.

### ВСТУП

Щороку тютюнова епідемія вбиває близько 6 мільйонів людей у світі (WHO, 2013a). Крім сигарет, у вигляді яких найчастіше вживають тютюн, деякі люди курять сигари, люльки, і зараз надзвичайно популярним серед мо-

лоді стало куріння кальяну. Дослідження виявили, що до 100 мільйонів осіб по всьому світу щодня вживають тютюн за допомогою кальяну (Wolfram, Chohne, Oguogho, & Sinzinger, 2003).

В Україні, за даними опитування дорослих про тютюн (GATS) 2010 року, куріння кальяну про-

тягом останнього тижня є більш поширеним серед чоловіків (3,2%) ніж серед жінок (1,1%) (*Ukraine Global Adult Tobacco Survey country report*, 2010). Як серед чоловіків, так і серед жінок більше курців кальяну було серед вікової групи 15-24 років, людей з вищою освітою, меш-

канців міст. Тобто, молодь та молоді дорослі частіше курять кальян, ніж особи старшого віку. Дослідження, проведене серед студентів, показало, що до 70% студентів мали досвід куріння кальяну протягом життя (Andreeva, 2010).

Як і будь-яка нова форма поведінки, куріння кальяну спершу поширюється серед активнішого населення, молодих дорослих, які мають достатньо грошей на експерименти з новими ризикованими або незнайомими предметами (Andreeva, 2012). Починаючи з 1990-х років куріння кальяну стало поширеним серед нових груп населення, зокрема серед студентів університетів, та загалом серед молоді в США, Бразилії та європейських країнах (WHO, 2005).

Досить широко поширена думка, що куріння кальяну є менш шкідливим, ніж куріння сигарет, оскільки під час куріння кальяну дим проходить через воду, в якій нібито залишаються всі шкідливі речовини. Проте ВООЗ та інші авторитетні організації зазначають, що кальян не є безпечною альтернативою сигаретам ("Hookah Smoking - A Growing Threat to Public Health," 2010; WHO, 2005). Тютюновий дим, який створюється в кальяні, містить канцерогени, так само, як і тютюн в сигаретах, і куріння кальяну, як і куріння сигарет, може призводити до виникнення онкологічних захворювань, зокрема раку легень (Knishkowsky & Amitai, 2005), раку сечового міхура, раку стравоходу, раку носоглотки, раку ротової порожнини (Akl et al., 2011). Крім того, куріння кальяну може викликати нікотинову залежність, як і куріння сигарет (Asfar, Ward, Eisenberg, & Maziak, 2005; Martipasek, 2011). Тютюн для одного сеансу куріння кальяну містить

кількість нікотину, еквівалентну 70 сигаретам (WHO, 2013b). Також, куріння кальяну сприяє поширенню інфекційних захворювань, таких як гепатит, герпес, туберкульоз, оскільки зазвичай група людей курить тютюн через один кальян (Aljarrah, Ababneh, & Al-Delaimy, 2009), більше того, сам пристрій кальяну може бути використано для куріння наркотичних речовин, таких як каннабіс (Eissenberg, Ward, Smith-Simone, & Maziak, 2008). Куріння кальяну під час вагітності спричиняє народження дітей з низькою вагою (Knishkowsky & Amitai, 2005; Mirahmadizadeh & Nakhaee, 2008). Куріння кальяну чоловіком може бути причиною безпліддя пари (Knishkowsky & Amitai, 2005).

Важливою небезпекою для організму від куріння кальяну є чадний газ, що спричиняє виникнення серцево-судинних захворювань (Asfar et al., 2005; Cavus, Rehber, Ozeke, & Ilkay, 2010; El-Nachef & Hammond, 2008). Причиною створення чадного газу, як і інших шкідливих речовин, є згоряння вугілля, яке використовують для спалювання тютюну (Noonan, 2010).

Тютюновий дим від кальяну містить значну кількість важких металів, таких як миш'як, кобальт, хром та свинець (Asfar et al., 2005), спричиняє виникнення високого рівня токсикантів та канцерогенів в повітрі, що несе загрозу здоров'ю не лише курця, а і його оточення (Maziak, 2010). Під час однієї сесії куріння кальяну в повітря виділяється така ж кількість смол, як при викурюванні пачки сигарет (Nakkash & Khalil, 2010). Кальян є джерелом більшої кількості, ніж сигарети, твердих часток розміром менше 10 мікрметрів, які потрапляють до легень людини та створюють

умови для виникнення онкологічних та інших хвороб (Noonan, 2010).

Проте наслідки куріння кальяну більшістю населення не усвідомлюються. Результати Глобального опитування дорослих щодо вживання тютюну (GATS) у 2010 році показали, що лише 31% дорослих в Україні вважають, що куріння кальяну призводить до серйозних захворювань (*Ukraine Global Adult Tobacco Survey country report*, 2010). Такі результати свідчать про низький рівень обізнаності серед дорослого населення щодо впливу кальяну на здоров'я людини та про можливі шкідливі наслідки.

Метою цього дослідження було з'ясувати уявлення, досвід та спостереження молодих дорослих щодо куріння кальяну, його впливу на здоров'я та самопочуття, місце кальяну у суспільстві тощо, на прикладі студентів Національного університету Києво-Могилянська академія (НаУКМА).

Поміж іншим, ми перевіряли гіпотези щодо існування та впливу на українських студентів певних маркетингових стратегій тютюнових виробників, які спеціально створюють міфи щодо куріння кальяну, щоб підвищувати його популярність.

Документи тютюнової індустрії показують, що особи віком від 18 до 24 років складають найбільш значний сегмент їхніх цільових маркетингових зусиль (Smith, Curbow, & Stillman, 2007). Тобто, саме на студентів орієнтуються тютюнові компанії. Як це вже спостерігалось з приводу інших тютюнових виробів, підвищення привабливості може досягатися як через зміну складу тютюну, так і через застосування яскравого оформлення упаковки.

Ми намагалися з'ясувати, чи такі саме зусилля тютюнової індустрії, спрямовані на підвищення популярності кальяну серед студентів, застосовані в Україні та чи це відображається на ставленні студентів до куріння кальяну.

## МЕТОДИ

Дане дослідження є якісним, метод дослідження: опитування шляхом напівструктурованих інтерв'ю, опитування проводилось серед студентів НаУКМА. Для збору даних в дослідженні використовувалась вибірка зручності. Інтерв'ювання проводилось до моменту насичення, тобто до моменту, коли відповіді респондентів почали збігатися, і не з'являлась нова суттєва інформація.

Опитування проводили з кінця лютого до середини квітня 2013 року. Оскільки опитування було серед студентів НаУКМА, то інтерв'ю проводились у місцях, де респондентам було зручно зустрітись: аудиторії НаУКМА, гуртожиток НаУКМА, кафе, вдома у респондента, вдома у інтерв'юера, два інтерв'ю було проведено через Skype (їх так само, як і всі інші інтерв'ю, було записано на диктофон).

Інтерв'ю тривали від 15 хвилин до 1 год. 17 хвилин.

### Характеристика досліджуваної групи

Було опитано 27 студентів НаУКМА віком від 17 до 26 років. Серед опитаних було 11 хлопців та 16 дівчат. На момент опитування 15 респондентів проживали в гуртожитку, 6 проживали на зйомній квартирі та 6 мешкали у власній квартирі в Києві з батьками.

Основний критерій включення: респондент мав бути студентом НаУКМА на момент проведення інтерв'ю.

### Інструменти дослідження

Опитування серед студентів відбувалось шляхом напівструктурованого інтерв'ю, що дозволяло інтерв'юеру ставити додаткові запитання, які виникали в ході розмови, для отримання більш повної або зовсім нової інформації.

Питання гайду мали такі основні блоки:

- досвід куріння кальяну, ставлення до такого досвіду;
- ставлення оточення до куріння кальяну, сприйняття кальяну оточуючими;
- обставини, що впливають на куріння кальяну респондентом;
- ставлення до заборони курити кальян в громадських місцях;
- сприйняття упаковки з тютюном для кальяну;
- соціально-демографічний блок.

### Етичні аспекти

Протокол дослідження було розглянуто та схвалено на засіданні Школи охорони здоров'я НаУКМА.

На початку кожного інтерв'ю респондента було поінформовано про мету дослідження та запитано дозвіл на диктофонний запис, вступні слова були такі: «Доброго дня, мене звати Ганна Дятленко. Я студентка Школи охорони здоров'я Національного університету «Києво-Могилянська академія». Я проводжу дослідження щодо досвіду та сприйняття куріння кальяну серед студентів НаУКМА. Для

мене дуже важлива Ваша думка, тому я прошу приділити мені Ваш час і поділитись власним досвідом та висловити свою точку зору з даної проблематики. Також я прошу Вашої згоди на диктофонний запис. Це необхідно для подальшої обробки отриманих даних та здійснення висновків.»

Усі респонденти надали згоду на здійснення диктофонного запису. Крім цього, респондентів було поінформовано, що отримані результати будуть використані в узагальненому вигляді, імена респондентів не будуть зазначатись у дослідженні.

Під час проведення дослідження до уваги брали неприпустимість використання методів, технік, процедур, що принижують гідність особистості респондентів та їх інтереси. Крім того, бралось до уваги наступне: забезпечення конфіденційності, утримання від критичних суджень, толерантне ставлення до респондента, повага до особистих думок та поглядів респондента.

### Аналіз результатів

Отримані дані було транскрибовано та експортовано в таблиці для зручності, потім дані було закодовано. Коди були ретельно вивчені для виявлення певних закономірностей, що в результаті дало змогу сформуванню окремих категорій даних. Категорії зі своїми кодами було угруповано за темами.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### Ставлення студентів до куріння кальяну

Студенти, яким подобається курити кальян, відзначали, що їх приваблює смак, запах, атмо-

сфера, велика кількість диму. Студенти, яким курити кальян не сподобалось, для опису процесу куріння кальяну використовували такі фрази, як «дуже дере в горлі», «в голові запаморочилось», «болить голова після кальяну», «сухість в роті», «нудило після цього». Одна дівчина зазначала: «Я тоді тільки головний біль отримала. Завжди намагаюсь триматись подалі від таких речей».

Щодо уявлень студентів про куріння кальяну, то часто звучали слова про те, що кальян менш шкідливий, тому ті, хто принципово ніколи не курив і не курить сигарети, спокійно дозволяють собі курити кальян. Студенти висловлювались так: «Я чула, що це нешкідливо, або просто менш шкідливо, ніж куріння сигарет...», «він не настільки шкідливий, як сигарети, друзі так казали, бо там немає нікотину, всіх цих шкідливих домішок...», «я знала, що це краща альтернатива сигаретам». Хоча один респондент мав дещо інше уявлення про кальян: «До 4 курсу я мав певні упередження щодо кальяну, я був не дуже поінформований у цьому плані, я до сигарет ставився негативно, а куріння кальяну взагалі для мене було щось типу куріння наркотиків, марихуани. Потім я зрозумів, що це тютюн звичайний, правда специфічно приготований».

Кілька разів студенти висловлювали думку про те, що кальян не викликає нікотинової залежності, один хлопець сказав таке: «Кальян не викликає залежності, бо його дуже важко і довго готувати, не так швидко, як закурити сигарету. І взагалі, ти знаєш хоч одну людину, у якої залежність від кальяну? От і я не знаю!». Ще одна респондентка казала про те, що не відчуває такої небезпеки від кальяну, як від

сигарет. Хлопець, який ніколи не пробував курити кальян, висловив таку думку: «С взагалі уявлення в суспільстві, що сигарети більш шкідливі, можливо тому що раніше не було кальяну і люди просто не знають, що це таке, це щось нове. От сигарети були в нашому суспільстві давно, і всі вже мають досвід спілкування з курцями, в плані здоров'я. Тобто, знаємо, що людина курить багато років і в неї на старості з'являється захворювання, а в таких ситуаціях, коли в тебе родич курить кальян, і щоб ти побачив його в старості, хворим і так далі, то такого в нас ще не бувало».

Хоча, варто відмітити, що 8 респондентів говорили про можливі негативні наслідки від куріння кальяну, одна дівчина сказала: «Сумніви щодо кальяну у мене закралась, коли я почала його мити, тому що з тої трубки таке вилітало і витікало, і колось на ранок воду побачила, вона чорна була». Ще один хлопець зазначав: «я біолог і чудово знаю, як це все впливає на здоров'я, проте і від сигарет відмовитись не можу», а дівчина, у якої батьки лікарі, відзначила: «Я знаю про вплив кальяну на мій організм, бо батьки мені з дитинства розказували, що куріння – то куріння, і ніяких винятків бути не може, воно всяке шкідливе».

Хоча у попередньому випадку батьки формували негативне ставлення до куріння кальяну у студентів, були виявлені випадки протилежного змісту. Двоє респондентів (хлопець та дівчина) під час інтерв'ю зазначали, що курили кальян з батьками, і їхні батьки мають вдома кальян. Дівчина про батьків розказала: «Ми в ресторані з батьками можемо замовити кальян, це ж так само, як випити вина дітям доз-

воляють, нічого страшного». Хлопець описав ситуацію, коли курил кальян з батьками наступним чином: «У нас вдома у батьків стоїть кальян і на свята ми можемо його покурити. Нас з братом колись запросили до столу, а там уже стояв кальян на столі (батьки з друзями курили) і нам теж запропонували, по колу кальян потрапив до мене». Отже, іноді самі батьки формують позитивне ставлення до куріння кальяну у дітей.

Таким чином, студенти повідомили про сприятливе ставлення до куріння кальяну та про заперечення його негативного впливу на здоров'я, яке існує і серед студентської молоді, і серед людей середнього віку.

### Маркетингові стратегії тютюнових компаній щодо куріння кальяну

Щодо упаковки кальяну, тютюну для кальяну та інших супутніх товарів, то студенти зазначали, що досить рідко звертають увагу на пачки. Одна респондентка, яка кальян курить регулярно і має його вдома, про попереджувальні написи на упаковках казала: «На вугіллі немає ніяких попереджувальних штук, а на тютюну, в принципі, те ж саме, що і на сигаретах, по-моєму, навіть картинки вже є. Розумієш, справа в чому, є деякі точки привозять тютюн нерозмитненим, без акцизу, на тих пачках зазвичай немає надпису, а в звичайних магазинах на тютюні є повністю маркування спереду і ззаду того, що не можна курити, шкода і т.д. і т.п., звичайні стандартні написи». Аналогічно відповів і хлопець, що курить кальян регулярно: «На тютюні пишуть написи. Постійно йдуть написи, як на сигаретах». Ті, хто курять кальян рідко, давали до-

сильні різні відповіді, так, респондентка, яка привезла кальян з-за кордону, про попереджувальні написи зазначила: *«раніше не було ніяких написів, але зараз... якщо я купую десь за кордоном тютюн, на відпочинку, то відповідно на них ніяких написів немає... а тютюн, який привозиться вже до нас, продається у нас, то на ньому є, здається, попереджувальні написи... але не на всіх пачках...»*, ще одна дівчина сказала: *«Я брала тютюн зазвичай якихось східних брендів, але мені здається, там не було ніяких попереджень»*. Цікавим моментом було те, що дев'ять респондентів звернули увагу, що склад тютюну зазвичай пишеться арабською мовою, тобто вони справді не можуть знати, що саме вони курять, крім того, сім людей відзначили, що хотіли б, щоб цей склад писали хоча б англійською мовою.

Майже всі студенти (24), навіть ті, хто кальян ніколи не курив, сказали, що на упаковці завжди зображають фрукти. Один хлопець казав: *«намальовані завжди якісь фрукти і написаний склад арабською мовою. Але мені все одно, що там намальовано: береш те, що ти вже пробував»*, ще одна респондентка зазначила: *«намальовано смак якийсь фруктовий, з іншого боку пишуть склад, але він частіше за все написаний іноземною мовою, навіть не англійською...»*. Одна студентка досить детально описала типове зображення упаковки: *«Зазвичай найбільш популярним є той тютюн, який ароматизований, і я навіть не знаю, чи є для кальяну не ароматизований тютюн, здається, немає такого. І там зазвичай йде упаковка якогось яскравого кольору і крупним планом зображення якогось фрукта, зі сма-*

*ком якого цей кальян. Це зображення або якогось соковитого банану, причому крупним планом. Тобто, зображення фрукта займає десь 2/3 упаковки. Або це зображення соковитої полуниці чи щось таке»*. Інша дівчина також описала упаковку з тютюном досить детально: *«Мені здається, найчастіше там зелений колір самої картонної упаковки. І на ній вже зображення якогось фрукту чи рослини, який саме смак у тютюну. Тобто, якщо це м'ята, то зображено зелену м'яту, якщо яблуко, то воно червоне або салатове... полуниця червона і соковита...»*. Тобто, перше, що згадують респонденти з упаковки тютюну – це зображення якогось фрукту, таким чином, в них існує пряма асоціація «кальян-фрукти».

Крім того, під час інтерв'ювання респондентів просили описати їхні емоції, асоціації від упаковки з тютюном, 8 респондентів з 27 казали, що упаковка в них не викликає ніяких емоцій і їм байдуже до того, що там намальовано чи написано. Проте, дехто з респондентів все ж міг описати більш детально свої емоції щодо зображень на упаковках, одна респондентка відзначила: *«це фактично зображення такого дуже якісного, такого дуже апетитного, такого дуже здорового фрукту. Найчастіше кальяни фруктові. Тобто, у мене викликає такі емоції, як повинна викликати здорова їжа. Так, вони виглядають дуже апетитно. Ці коробки спрямовані на те, щоб показати, що всередині щось дуже смачне, насичене всіма радіощами життя. І можна їх всі отримати від смаку і ароматів»*, ще одна дівчина зазначала: *«сама упаковка викликає асоціацію з солодким присмаком, з чимось смачнень-*

*ким, згадуючи хочеться курити кальян...»*. Цікаво те, що хлопець, який жодного разу не пробував курити кальян, звертав увагу на упаковки з тютюном в магазинах і сказав: *«Емоції від цієї пачки такі, що викликають бажання купити. Таке щось хороше, фрукти»*. Таким чином, виробники через застосування певного оформлення упаковки досягають мети створити у споживачів сприйняття продукту як такого, що асоціюється зі здоровою їжею.

Ще одна респондентка висловила цікаву думку щодо стендів з тютюном, які розміщують в торговельних залах супермаркетів, а саме: *«В дуже вигідних місцях стоять сигари і табаки в супермаркетах і я завжди на них звертаю увагу, вони стоять десь між алкоголем і водою окремою стійкою. Мерчендайзери у них класно працюють, я б заборонила такі стенди взагалі»*.

Таким чином, попереджувальні написи на упаковках з тютюном для кальяну не привертають увагу споживачів. Крім того, саму упаковку та попереджувальні написи відповідно бачить лише той, хто готує кальян. Тютюн для кальяну, який продають нелегально, не має ані попереджувальних написів ані інформації про вміст тютюну українською, російською чи англійською мовами. Зображення на упаковках тютюну для кальяну створюють враження: в середині смачний, корисний, навіть здоровий продукт. Стенди з тютюном для кальяну в супермаркетах розміщують у дуже вигідних місцях, що допомагає підвищувати продажі тютюну.

## ОБГОВОРЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ

Проведене дослідження дало інформацію щодо деяких механізмів, які можуть відповідати за знайдену раніше високу поширеність досвіду куріння (куріння будь-коли у житті, куріння протягом останнього року) кальяну.

Щодо сприйняття куріння кальяну, наше дослідження показало відсутність усвідомлення впливу кальяну на здоров'я, заперечення такого впливу та можливості розвитку тютюнової залежності серед більшості споживачів. Такі хибні уявлення щодо кальяну поширені і серед іноземних студентів. Дослідження 2008 року серед американських студентів показало, що третина опитаних (33,1%) вважають, що кальян менш шкідливий за сигарети, крім того, більше половини студентів (52,1%) вважають, що кальян не викликає нікотинової залежності (Primack et al., 2008).

В даному дослідженні студенти зазначали, що вперше їх привабив та зацікавив аромат кальяну, а в подальшому і смак. Іноземні студенти так само зазначали, що їх приваблює в кальяні саме запах та смак, крім того, студенти відзначали, що їх приваблює можливість поринути в іншу культуру, отримати нові екзотичні відчуття (Grekin & Ayna, 2008). Такі результати досліджень в різних країнах, безперечно, вказують на успіхи тютюнової індустрії у формуванні привабливості кальяну серед молоді.

Також, в даному дослідженні видно, що студенти вважають кальян кращою альтернативою сигаретам, намагаються замінити сигарети кальяном, оскільки вважають його менш шкідливим. Дослідження серед канадських

та англійських студентів 2009 року визначило, що студенти вважають кальян менш шкідливим у порівнянні з сигаретами, оскільки вони не бачили попереджень (реклами, попереджувальних написів) щодо шкідливості кальяну для здоров'я. Канадські та англійські студенти взагалі не пов'язували куріння кальяну з іншими формами куріння, крім тих студентів, хто намагався кинути курити сигарети і замінив їх кальяном (Roskin & Aveyard, 2009).

Також, в даному дослідженні було розглянуто можливі маркетингові стратегії, які застосовують тютюнові компанії щодо кальяну. Вище вже було зазначено, що більшість студентів приваблює аромат та смак кальяну. Крім того, у студентів кальян асоціюється з чимось солодким, приємним, фруктовим. Продаж солодкого та ароматного тютюну є однією з маркетингових стратегій тютюнових компаній. Такий тютюн почали виготовляти ще у 1990-х роках в Єгипті, що дало змогу привабити мільйони нових споживачів кальяну по всьому світу (Lewis & Wackowski, 2006).

В Рекомендаціях Конференції Сторін Рамкової Конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну ("Partial guidelines for implementation of articles 9 and 10 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control: Regulation of the contents of tobacco products and of tobacco product disclosures") зазначено, що в тютюнових виробках використовують деякі інгредієнти, зокрема фрукти і фруктові соки, з метою створення враження, що ці вироби мають переваги для здоров'я. Сторонам Рамкової Конвенції рекомендовано заборонити використання таких інгредієнтів у тютюнових виробках. Очевидно, що такі заборони мають стосуватися і тютюну для кальяну.

Студенти зазначали, що на упаковках з кальяном часто зображують фрукти, а самі упаковки завжди дуже яскраві. Респонденти, згадуючи упаковки, казали, що вони у них асоціюються з фруктами, здоровою їжею, вітамінами, корисними продуктами. Дійсно, існує така маркетингова стратегія, коли на упаковці з тютюном зображують фрукти, що робить товар привабливим і дає хибне уявлення про наявність фруктів у складі тютюну (Khalil et al., 2009). На додаток до цього, виробники не розміщують попереджувальні написи на упаковках з фольгою, пачках з пластиковими мундштуками чи на упаковках з вугіллям (Nakkash & Khalil, 2010). Більше того, реклама в засобах масової інформації робить куріння кальяну модною поведінкою. В американських журналах окремі статті зображують куріння кальяну як нову, модну та безпечну поведінку для студентів та молоді (Hammal et al., 2008).

На упаковках вугілля, що використовують під час куріння кальяну, роблять написи типу «натуральне», «100% зроблене з кокосової шкарлупи», «бездимне», «безхімікатів» (Khalil et al., 2009). Такі написи створюють уявлення про повну відсутність шкоди від згорання вугілля, проте, вугілля, що використовується для підпалення тютюну, під час згорання продукує токсини, що містять значну кількість чадного газу, металів та канцерогенних речовин (Noonan, 2010).

Під час опитування було озвучено спостереження про те, що у великих супермаркетах стенди з сигарами, тютюном та вугіллям

для кальяну розташовують у дуже вигідних місцях з окремими полицями. Відповідно до Закону України № 3778 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів» від 22.09.2011 заборонено розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються чи надаються споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі. Це положення має бути доповнено заборонаю наглядного розміщення тютюнових виробів у місцях торгівлі.

Зазначеним законом також заборонено розміщення інформації з метою стимулювання продажу тютюну безпосередньо на тютюнових виробках та/або їх упаковокці, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки. Рекомендуємо заборонити розміщення на упаковках тютюну для кальяну малюнків фруктів, бо вони явно стимулюють продаж таких виробів.

У тексті закону України № 2899 «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» статтею 1 визначено, що тютюнові вироби - сигарети з фільтром або без фільтру, сигарети, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників для куріння, нюхання, смоктання чи жування. Сам пристрій (слово) кальян не згадується в Статті 1 Закону № 2899, де надано визначення поняття тютюнові вироби, проте, оскільки кальян явно є виробом, в якому використовується тютюн і

його замінники для куріння, то він підпадає під визначення «тютюнові вироби» і тому на нього поширюються всі визначені законом положення щодо реклами, медичних попереджень тощо.

Законом України № 4844 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо вдосконалення окремих положень про обмеження місць куріння тютюнових виробів)», який увійшов в дію з 16 грудня 2012 року, зазначено, що заборонено куріння тютюнових виробів, а також електронних сигарет і кальянів у визначених цим законом громадських та робочих місцях, зокрема, у приміщеннях закладів ресторанного господарства.

Кальян явно підпадає під такі обмеження, тому можна сподіватись на зменшення популярності кальяну через незаконність його споживання в приміщеннях барів, ресторанів, кафе та дискотек.

### Обмеження дослідження

Досліджувана група була обмежена студентами одного навчального закладу, тому можливість переносити результати на інші навчальні заклади та інші групи населення є обмеженою.

Оскільки більшість респондентів на момент опитування проживала в гуртожитку, можливо, опитування більшої кількості тих, хто проживає з батьками (клян) дало б змогу робити зовсім інші висновки.

### Сильні сторони дослідження

Незважаючи на невелику кількість респондентів, досліднику вдалося зібрати інформацію, яка відповідає на раніше сформульовані як нагальні дослідницькі питання щодо механізмів, які мо-

жуть створювати умови для поширення куріння кальяну серед молоді в Україні.

Крім суто психологічних та соціально-психологічних аспектів, які можуть бути важливими для формування поведінки щодо куріння кальяну, дослідження змогло з'ясувати місце та роль тютюнової індустрії та індустрії ресторанного господарства у формуванні привабливості кальяну серед молоді.

Дослідження дає інформацію про необхідність застосування та характер регуляторних заходів, які допоможуть обмежити вплив куріння кальяну на здоров'я населення України.

### Перспективи подальших досліджень

У подальших дослідженнях було б доцільним провести фокус-групу щодо сприйняття студентами упаковки з тютюном для кальяну, що дало б змогу отримати більш повну інформацію щодо сприйняття таких упаковок, оскільки, досить часто, під час інтерв'ю, студенти не могли пригадати, як саме виглядає така упаковка.

### ВИСНОВКИ

Студенти вважають кальян безпечною альтернативою сигаретам. Частіше за все студенти думають, що кальян менш шкідливий, або зовсім не шкідливий та не викликає ніотинової залежності.

Чинні попереджувальні написи на упаковках з тютюном для кальяну не привертають увагу споживачів. На цих упаковках не наведено доступної споживачам інформації про склад цих виробів і можливі наслідки їх споживання.



Аромат, смак, зображення на упаковці з тютюном впливають на бажання курити кальян, підсилюючи його.

Стенди з тютюном для кальяну в супермаркетах розміщують у дуже вигідних місцях, що допомагає підвищувати продажі тютюну.

## РЕКОМЕНДАЦІЇ

Оскільки більшість респондентів вважають кальян менш шкідливим за сигарети, необхідно підвищувати поінформованість населення щодо можливих небезпек від куріння кальяну.

Для уникнення створення хибного уявлення про нешкідливість кальянного тютюну через розміщення зображень фруктів на упаковках рекомендуємо застосувати в Україні стандартизовані упаковки всіх тютюнових виробів.

Для уникнення підвищеної привабливості запаху та смаку кальянного диму рекомендуємо заборонити фруктові домішки для будь-якого тютюну.

Медичні попередження на упаковках тютюну для кальяну мають бути розробленими з урахуванням специфіки споживання та з'ясованих уявлень споживачів про кальян.

## ABOUT THE AUTHOR

Hanna Diatlenko is a student of Master's program at the School of Public Health, National University of Kyiv-Mohyla Academy. The presented research was conducted as a part of her Master thesis. Email: rrrama6ka@gmail.com.

This paper was submitted March 28, 2013; accepted June 16, 2013, published June 20, 2013.

## REFERENCES

- Akl, E. A., Gunukula, S. K., Aleem, S., Obeid, R., Jaoude, P. A., Honeine, R., & Irani, J. (2011). The prevalence of waterpipe tobacco smoking among the general and specific populations: a systematic review. *BMC Public Health*, 11(1), 244.
- Aljarrah, K., Ababneh, Z. Q., & Al-Delaimy, W. K. (2009). Perceptions of hookah smoking harmfulness: predictors and characteristics among current hookah users. *Tobacco Induced Diseases*, 5(1), 16.
- Andreeva, T. I. (2010). Nargile smoking as a new risk factor for tuberculosis spread in Ukraine (in Ukrainian). In T. Semigina (Ed.), *Conteraction of socially insecure illnesses: Ukrainian experience* (pp. 107-119). Kyiv; National University of Kyiv-Mohyla Academy: Pulsary.
- Andreeva, T. I. (2012). Prevalence of waterpipe smoking among university students in Russia and Ukraine is threatening. *Tobacco Control and Public Health in Eastern Europe*, 2(Supplement 1, 2nd conference 'Economics, sociology, theory and practice of public health'), s51. doi: 10.6084/m9.figshare.92813
- Asfar, T., Ward, K. D., Eissenberg, T., & Maziak, W. (2005). Comparison of patterns of use, beliefs, and attitudes related to waterpipe between beginning and established smokers. *BMC Public Health*, 5(1), 19.
- Cavus, U. Y., Rehber, Z. H., Ozeke, O., & Ilkay, E. (2010). Carbon monoxide poisoning associated with narghile use. *Emergency Medicine Journal*, 27(5), 406-406.
- Eissenberg, T., Ward, K. D., Smith-Simone, S., & Maziak, W. (2008). Waterpipe tobacco smoking on a US College campus: prevalence and correlates. *Journal of Adolescent Health*, 42(5), 526-529.
- El-Nachef, W. N., & Hammond, S. K. (2008). Exhaled carbon monoxide with waterpipe use in US students. *JAMA: the journal of the American Medical Association*, 299(1), 36-38.
- Grekin, E. R., & Ayna, D. (2008). Argileh use among college students in the United States: an emerging trend. *J Stud Alcohol Drugs*, 69(3), 472-475.
- Hammal, F., Mock, J., Ward, K., Eissenberg, T., & Maziak, W. (2008). A pleasure among friends: how narghile (waterpipe) smoking differs from cigarette smoking in Syria. *Tob Control*, 17(2), e3-e3.
- Hookah Smoking - A Growing Threat to Public Health. (2010). from <http://www.lung.org/>
- Khalil, J., Heath, R. L., Nakkash, R. T., & Afifi, R. A. (2009). The tobacco health nexus? Health messages in narghile advertisements. *Tob Control*, 18(5), 420-421.
- Knishkowsky, B., & Amitai, Y. (2005). Water-pipe (narghile) smoking: an emerging health risk behavior. *Pediatrics*, 116(1), e113-e119.
- Lewis, M. J., & Wackowski, O. (2006). Dealing with an innovative industry: a look at flavored cigarettes promoted by mainstream brands. *Am J Public Health*, 96(2), 244-251. doi: 10.2105/AJPH.2004.061200
- Martinasek, M. P. (2011). Understanding the Psychosocial Aspects of Waterpipe Smoking Among College Students. University of South Florida. *Graduate School Theses and Dissertations*. <http://scholarcommons.usf.edu/etd/3234>
- Maziak, W. (2010). Commentary: The waterpipe—a global epidemic or a passing fad. *Int J Epidemiol*, 39(3), 857-859.
- Mirahmadizadeh, A., & Nakhaee, N. (2008). Prevalence of waterpipe smoking among rural pregnant women in Southern Iran. *Medical Principles and Practice*, 17(6), 435-439.
- Nakkash, R., & Khalil, J. (2010). Health warning labelling practices on narghile (shisha, hookah) waterpipe tobacco products and related accessories. *Tob Control*, 19(3), 235-239.
- Noonan, D. (2010). Exemptions for hookah bars in clean indoor air legislation: A public health concern. *Public Health Nursing*, 27(1), 49-53.
- Partial guidelines for implementation of articles 9 and 10 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control: Regulation of the contents of tobacco products and of tobacco product disclosures. Retrieved June 11, 2013, from

- [http://who.int/entity/fctc/guidelines/Guidelines\\_Articles9and10\\_COP5.pdf](http://who.int/entity/fctc/guidelines/Guidelines_Articles9and10_COP5.pdf)
- Primack, B. A., Sidani, J., Agarwal, A. A., Shadel, W. G., Donny, E. C., & Eissenberg, T. E. (2008). Prevalence of and associations with waterpipe tobacco smoking among US university students. *Annals of Behavioral Medicine*, 36(1), 81-86.
- Roskin, J., & Aveyard, P. (2009). Canadian and English students' beliefs about waterpipe smoking: a qualitative study. *BMC Public Health*, 9(1), 10.
- Smith, S. Y., Curbow, B., & Stillman, F. A. (2007). Harm perception of nicotine products in college freshmen. *Nicotine & Tobacco Research*, 9(9), 977-982.
- Ukraine Global Adult Tobacco Survey country report*. (2010). Kiev: Ministry of Health of Ukraine.
- WHO. (2005). Waterpipe tobacco smoking: health effects, research needs and recommended actions by regulators. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
- WHO. (2013a). Fact sheet N°339: Tobacco from <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/index.html>
- WHO. (2013b). Waterpipe tobacco use. from <http://www.emro.who.int/fr/health-topics/tobacco/waterpipe-tobacco-use/All-Pages.html>
- Wolfram, R. M., Chehne, F., Oguogho, A., & Sinzinger, H. (2003). Narghile (water pipe) smoking influences platelet function and (iso-) eicosanoids. *Life sciences*, 74(1), 47-53.