

8/55



Telewizja Polska - S.A.  
**Ośrodek Badania Opinii Publicznej**

ul. Woronicza 17  
00-999 Warszawa

tel. (48-2) 647 87 91, (48-2) 647 87 92; fax (48-22) 43 46 51

---

## "Rzuć palenie razem z nami"

\* Akcja "Rzuć palenie razem z nami" dotarła do zdecydowanej większości badanych (91%). Co drugi Polak (51%) dużo na ten temat słyszał lub czytał, natomiast 40% odpowiadających osób stwierdziło, że trochę słyszało lub czytało o akcji. Tylko 9% respondentów nie słyszało nic na ten temat.

\* Głównym źródłem informacji na temat akcji "Rzuć palenie razem z nami" była dla większości badanych (89%) telewizja.

\* Spośród ankietowanych, którzy słyszeli o akcji 16% odpowiedziało, że pod jej wpływem starali się rzucić lub ograniczyć palenie.

\* Prawie wszyscy badani (90%) uważają, że akcje typu "Rzuć palenie razem z nami" powinny być nadal w przyszłości organizowane.

W listopadzie Centrum Onkologii wspólnie ze środkami masowego przekazu przeprowadziło akcję propagującą niepalenie pod nazwą "Rzuć palenie razem z nami". Tego typu przedsięwzięcia były organizowane również w dwóch poprzednich latach. Tuż po kulminacyjnym dniu akcji, który miał miejsce 17 listopada 1994r. - Ośrodek Badania Opinii Publicznej zrealizował na zlecenie Centrum Onkologii sondaż<sup>1</sup>, w którym zapytano losowo wybraną reprezentację dorosłych Polaków o opinie na temat tej inicjatywy.

### **Zainteresowanie akcją "Rzuć palenie razem z nami"**

Akcja "Rzuć palenie razem z nami" miała szeroki zasięg, dotarła do zdecydowanej większości badanych (91%). Co drugi Polak (51%) dużo na ten temat słyszał lub czytał, natomiast 40% odpowiadających osób stwierdziło, że trochę słyszało lub czytało o akcji. Tylko 9% badanych nie słyszało nic na ten temat.

**"Czy słyszał(a) lub czytał(a) Pan(i) o organizowanej w listopadzie br. akcji "Rzuć palenie razem z nami"?"**

*dane w proc.*

	1992 r.	1993 r.	1994 r.
dużo słyszał lub czytał o akcji	48	27	51
trochę słyszał lub czytał o akcji	44	51	40
nic nie słyszał, nie czytał o akcji	8	22	9

W tym roku zainteresowanie akcją było większe niż w roku ubiegłym, kształtowało się na podobny poziomie jak w 1992 roku, kiedy to po raz pierwszy środki masowego przekazu przekonywały opinię publiczną o szkodliwości palenia tytoniu, nawołując "Rzuć palenie razem z nami".

### **Tab. Zainteresowanie akcją a wiek badanych**

*dane w proc.*

Wiek badanych	dużo słyszał o akcji		trochę słyszał o akcji		nic nie słyszał o akcji	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994
16 - 19 lat	21	47	50	40	29	13
20 - 29 lat	25	44	49	49	26	7
30 - 39 lat	24	49	57	44	19	7
40 - 49 lat	24	56	56	39	20	5
50 - 59 lat	36	56	44	34	20	10
60 i więcej	32	52	48	35	20	13

<sup>1</sup>Próba losowa mieszkańców Polski od 16 roku życia. Między 18 a 22 listopada 1994 r. zrealizowano 1041 wywiadów. Błąd statystyczny dla takiej wielkości próby nie przekracza  $\pm 3\%$  przy wiarygodności oszacowania równej 95%.

Akcją zainteresowały się bardziej osoby w wieku powyżej czterdziestu lat niż osoby młodsze. Porównując dane z 1993 roku widzimy, że w każdej grupie wiekowej odsetek badanych, którzy dużo słyszeli o akcji wzrósł znacznie, bo ponad 20%.

**Tab. Zainteresowanie akcją a wykształcenie badanych**

*dane w proc.*

Wykształcenie	dużo słyszał o akcji		trochę słyszał o akcji		nie słyszał o akcji	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994
podstawowe	22	45	52	42	26	13
zasadnicze zawodowe	23	47	54	46	23	7
średnie	32	59	49	35	19	6
wyższe	38	60	48	35	14	5

Akcją interesowały się w większym stopniu osoby z wyższym i średnim wykształceniem niż zasadniczym zawodowym i podstawowym. Podobne zależności odnotowano w zeszłorocznym sondażu.

**Tab. Zainteresowanie akcją a miejsce zamieszkania badanych**

*dane w proc.*

Miejsce zamieszkania	dużo słyszał o akcji		trochę słyszał o akcji		nie słyszał o akcji	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994
wieś	22	44	53	45	25	11
miasto do 100 tys. mieszkańców	33	56	48	37	19	7
miasto powyżej 100 tys. mieszkańców	28	57	52	37	20	6

Mieszkańcy miast częściej niż mieszkańcy wsi dużo słyszeli lub czytali na temat akcji "Rzuć palenie razem z nami".

**Tab. Zainteresowanie akcją a palenie tytoniu***dane w proc.*

Palenie tytoniu	słyszeli o akcji		nie słyszeli o akcji	
	1993	1994	1993	1994
regularnie palący	81	93	19	7
nieregularnie palący	69	100	31	0
byli regularni palacze	83	96	17	4
niepalący	75	89	25	11

Jak widać z zaprezentowanych danych tylko co dziesiąty (11%) niepalący nie słyszał nic na temat akcji, a wśród regularnych palaczy tylko 7% przyznało, że nie wie nic o tej sprawie. Zainteresowanie akcją "Rzuć palenie razem z nami" kształtowało się na podobnym poziomie zarówno wśród osób regularnie palących (93%) jak i niepalących (89%).

**Źródła informacji o akcji "Rzuć palenie razem z nami"**

Następnie badanych, którzy słyszeli lub czytali o akcji "Rzuć palenie razem z nami" zapytaliśmy, skąd się o tej akcji dowiedzieli? Można było wskazać kilka źródeł informacji.

Skąd się Pan(i) dowiedział(a) o tej akcji?		
	1993r.	1994r.
1. z telewizji	86%	89%
2. z radia	7%	44%
3. z prasy	18%	31%
4. z rozmów z innymi ludźmi	4%	12%
5. z innych źródeł	-	1%

Podobnie jak w zeszłym roku głównym źródłem informacji na temat akcji "Rzuć palenie razem z nami" była dla zdecydowanej większości badanych telewizja (89%). Udział innych źródeł informacji był w tym roku znacznie większy niż w 1993 roku. Jednak nadal prym wiedzie telewizja.

## Spoleczne zainteresowanie poszczególnymi elementami akcji

### "Rzuć palenie razem z nami"

W ramach akcji "Rzuć palenie razem z nami" Centrum Onkologii, gazety i czasopisma, a także programy radiowe i telewizyjne zorganizowały konkursy z nagrodami, imprezy i festyny. Prasa publikowała artykuły dotyczące palenia tytoniu, w telewizji i radiu nadawano programy, w których poruszono sprawy związane z paleniem.

Zdecydowana większość badanych (78%) zwróciła uwagę na nadawane w telewizji krótkie migawki filmowe zniechęcające do palenia tytoniu. Tylko 18% ankietowanych osób nie widziało takich migawek, a 4% odpowiedziało, że nie pamięta.

Prawie 2/3 (64%) odpowiadających osób stwierdziło, że oglądali w listopadzie nadawane w telewizji programy informacyjne, publicystyczne itp., w których były poruszane sprawy związane z paleniem tytoniu. Nieco mniejszy odbiór niż programy telewizyjne miały nadawane w związku z akcją programy radiowe. Połowa badanych słuchała w radiu programów, w których poruszane były sprawy związane z paleniem tytoniu. Natomiast artykuły prasowe dotyczące palenia tytoniu czytało w tym czasie 41% ankietowanych. Także 41% badanych zwróciło uwagę na organizowane w ramach akcji "Rzuć palenie razem z nami" konkursy z nagrodami. Ze wszystkich elementów składających się na akcję "Rzuć palenie razem z nami" najmniej zainteresowania wzbudziły imprezy i festyny organizowane w różnych miastach w listopadzie. Słyszało o nich 36% ankietowanych.

Poniżej prezentujemy zestawienie danych dotyczących odbioru poszczególnych elementów akcji w porównaniu z wynikami uzyskanymi w roku 1993.

Oglądał, słuchał lub czytał:	tak		nie		nie pamięta	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994
migawki filmowe zniechęcające do palenia	52	78	24	18	24	4
telewizyjne programy, w których były poruszane sprawy związane z paleniem tytoniu	22	64	35	29	43	7
audycje radiowe, w których były poruszane sprawy związane z paleniem tytoniu	21	50	52	43	27	7
artykuły prasowe dotyczące palenia tytoniu	19	41	56	50	25	9
konkursy	12	41	88	59	-	-
imprezy, festyny	17	36	83	64	-	-

### Skuteczność akcji

Zapytaliśmy także respondentów, którzy słyszeli o akcji "Rzuć palenie razem z nami" - czy w związku z tą akcją starali się w ciągu ostatnich trzech miesięcy rzucić lub ograniczyć palenie, używanie tytoniu? 56% odpowiadających osób nie paliło tytoniu w ciągu ostatnich trzech miesięcy. 28% badanych stwierdziło, że akcja ta nie miała wpływu na ich zachowania związane z paleniem czy używaniem tytoniu. Natomiast 16% ankietowanych, którzy słyszeli o akcji "Rzuć palenie razem z nami" odpowiedziało, że pod wpływem tej akcji starali się rzucić lub ograniczyć palenie.

Osoby, które przyznały, że akcja miała wpływ na ich zachowania związane z paleniem tytoniu zapytaliśmy o rezultaty tych działań. Najczęściej (66% z tej grupy) badani starali się ograniczyć w jakiś sposób palenie lub zmienić nawyk palenia (palić mniej papierosów, fajek itp., palić papierosy słabsze, palić papierosy z filtrem zamiast bez filtra itp.). 30% próbowało zaprzestać palenia, ale ponownie zaczęli palić po pewnym czasie. Natomiast 4% spośród osób, które słyszały o akcji i pod jej wpływem starały się zaprzestać lub ograniczyć palenie tytoniu zadeklarowało, że zerwały skutecznie z nałogiem.

### Społeczna ocena skuteczności akcji

Respondentów zapytano, czy uważają, że takie akcje, jak "Rzuć palenie razem z nami", mające na celu zniechęcenie do palenia, mogą przyczynić się do zerwania z nałogiem przez osoby palące? Prawie co trzeci Polak (32%) wierzy w skuteczność akcji propagujących niepalenie. Połowa badanych odnosi się sceptycznie do rezultatów tego rodzaju akcji, twierdząc, że tylko niewiele osób może rzucić palenie pod wpływem propagandy antynikotynowej. Co dziesiąty (11%) zapytany stwierdził, że tego rodzaju akcje nie mają wpływu na zerwanie z nałogiem przez palaczy. Nie miało zdania w tej sprawie 7% respondentów.

**"Czy uważa Pan(i), że takie akcje, jak "Rzuć palenie razem z nami", mające na celu zniechęcenie do palenia, mogą przyczynić się do zerwania z nałogiem przez osoby palące?"**

- tak, jest to dobry sposób na to, aby wielu ludzi rzuciło palenie	32%
- tak, ale tylko niewiele osób rzuci palenie w ten sposób	50%
- nie, tego rodzaju akcje nie mają wpływu na rzucenie palenia tytoniu przez ludzi	11%
- nie wiem, nie mam zdania	7%

Zapytaliśmy także respondentów co sądzą na temat organizowania tego typu akcji w przyszłości? Prawie wszyscy badani (90%) odpowiedzieli, że takie akcje powinny być w przyszłości organizowane. Tylko 5% osób było przeciwnego zdania, nie miało sprecyzowanej opinii w tej sprawie 5% badanych.

**"Czy uważa Pan(i), że tego rodzaju akcje powinny być organizowane w przyszłości?"**

zdecydowanie tak	52%
raczej tak	38%
raczej nie	4%
zdecydowanie nie	1%
trudno powiedzieć	5%