



ШКОЛИ БЕЗ НІКОТИНУ І ТЮТЮНУ

Оцінка ефективності інформаційної кампанії 2022 року

Резюме аналітичного звіту



ЗМІСТ

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ 3

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ 6

ВИСНОВКИ 10

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження провела ГО «Центр громадянського представництва «Життя» у співпраці з Державною установою «Львівський обласний центр контролю та профілактики хвороб Міністерства охорони здоров'я України» в межах реалізації проєкту «Школи без нікотину та тютюну» за підтримки Бюро ВООЗ в Україні. Метою цього дослідження була оцінка ефективності коротких інформаційних інтервенцій у межах тестування посібника ВООЗ «Школи без нікотину та тютюну» (далі — інформаційної кампанії «Школи без нікотину та тютюну») у закладах освіти задля його вдосконалення і розповсюдження позитивного досвіду в Україні та світі.

Дослідження проводилося в 10 закладах середньої освіти Львівської області, у містах і сільській місцевості. До участі в опитуванні були залучені учні 9–11 класів (усього — 73 класи) та працівники школи.

Опитування включало два етапи. Перший раунд опитування був проведений до початку інформаційної кампанії «Школи без нікотину та тютюну», повторне опитування — після проведення інформаційної кампанії задля виявлення можливих змін в обізнаності, установках і поведінці школярів та персоналу школи щодо вживання тютюнових і нікотинових виробів, які могли статись унаслідок впливу інформаційної кампанії. Опитувальник розроблено й надано Бюро ВООЗ в Україні, з певною адаптацією до національного контексту. Аналіз даних провела експертка Київського міжнародного інституту соціології Юлія Сахно.

Інформаційна кампанія включала:

- ▶ створення в школах Комітетів реалізації проєкту зі складу учнів і персоналу;
- ▶ обговорення і затвердження закладами освіти Політики «Школа без нікотину та тютюну»;
- ▶ розміщення на початку інформаційної кампанії на території школи друкованих матеріалів — плакатів і наклейок: 4 різновидів плакатів («Безпечного куріння не існує», «Турбота про здоров'я — це обов'язок кожного під час війни», «Тютюновий дим — невидимий вбивця», «Ті, хто кидають, ті виграють») і наклейок про заборону куріння;
- ▶ проведення онлайн-комунікаційної кампанії (розміщення близько 20 публікацій на всіх онлайн-ресурсах кожної школи: сайтах, сторінках у соцмережах, чатах у спільнотах);
- ▶ проведення навчальних вебінарів для учнів і вчителів та організація школою додаткових заходів, зокрема до Дня відмови від куріння.

Перший раунд опитування проводився протягом вересня 2022 року, другий раунд — у грудні 2022 року.

Опитування проводилося методом самозаповнення анкети за участі й присутності фасилітатора. Учасників дослідження поінформували про цілі дослідження і його тему. Участь в опитуванні була добровільною. Перед початком заповнення анкети учасників ознайомили зі значенням поняття

«вживання тютюнових виробів», а також пояснили, що таке системи для нагрівання тютюну, електронні сигарети, нікотинові подушечки тощо, аби впевнитися, що всі учасники однаково і правильно розуміють поняття, які використовуються в анкеті дослідження. Після заповнення учасники повертали анкету організатору опитування (фасилітатору).

Загалом під час першого раунду в анкетуванні взяли участь 1 378 осіб, під час другого — 1 190 осіб. Максимальна похибка вибірки (із довірчою імовірністю 95 %) становить 1,8 % для першого раунду опитування і 2,1 % для другого раунду опитування. Кількість респондентів і похибка вибірки для кожної школи окремо наведені в Таблиці 1.

Таблиця 1. Кількість респондентів і похибка вибірки, за школами і раундом опитування

	I раунд		II раунд	
	Кількість респондентів	Похибка вибірки*	Кількість респондентів	Похибка вибірки*
Кількість респондентів, усього	1 378	1,8 %	1 190	2,1 %
У тому числі:				
Бірківський заклад середньої освіти I–III ступенів ім. Т. Шевченка	87	6,9 %	79	7,7 %
Середня загальноосвітня школа № 4 I–III ступенів м. Самбора	60	8,3 %	26	16,9 %
Жовківський заклад загальної середньої освіти № 3 I–III ступенів	152	4,9 %	124	6,2 %
Лапаївський ліцей ім. Героя України Георгія Кирпи Зимноводівської сільської ради Львівського району Львівської області	116	6,0 %	102	6,9 %
Буський заклад загальної середньої освіти — Гімназія імені Євгена Петрушевича	68	7,0 %	68	7,0 %
Середня загальноосвітня школа № 3 м. Трускавець	106	8,7 %	60	12,2 %
Червоноградський ліцей III ступеня Червоноградської міської ради	538	2,5 %	486	2,9 %
Родатицький навчально-виховний комплекс I–III ступенів, «Заклад загальної середньої освіти — заклад дошкільної освіти»	66	4,0 %	46	9,1 %
Опорна загальноосвітня школа «Сколівська академічна гімназія»	104	6,2 %	93	7,1 %
Середня загальноосвітня школа № 1 I–III ступенів м. Турки	81	6,7 %	106	3,9 %

* Максимальна похибка вибірки (із довірчою імовірністю 95 %)

Характеристики учасників обох раундів є подібними, що свідчить про відсутність суттєвих зміщень у вибірках двох етапів опитування.

В анкетуванні приблизно рівною мірою взяли участь і чоловіки, і жінки. Вік учасників — від 14 років. Більшість (90 %) учасників опитування — школярі, і близько 10 % — учителі (Таблиця 2).

Таблиця 2. Характеристики учасників дослідження, I і II раунди

	I раунд		II раунд	
	Кількість	Відсоток до тих, хто відповів	Кількість	Відсоток до тих, хто відповів
ВІК				
14 років	356	26 %	209	18 %
15 років	426	31 %	375	32 %
16 років	439	32 %	370	31 %
17 років	47	3 %	104	9 %
18 і більше років	110	8 %	132	11 %
СТАТЬ				
Чоловіча	593	43 %	487	41 %
Жіноча	784	57 %	695	59 %
КЛАС				
9 клас	392	28 %	298	25 %
10 клас	426	31 %	400	34 %
11 клас	450	33 %	360	30 %
Працюють у школі	110	8 %	132	11 %

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ

Уживання нікотинових і тютюнових виробів

- Проведене опитування свідчить про суттєву поширеність уживання тютюнових і нікотинових виробів серед представників цільової аудиторії (учнів старших класів і працівників шкіл). Серед усіх учасників опитування:
 - ▶ будь-коли курили або вживали інші види нікотинових чи тютюнових виробів 39 % учасників і першого, і другого раундів опитування;
 - ▶ протягом останніх 30 днів нікотинові або тютюнові вироби вживали 19 % учасників першого раунду опитування і 16 % учасників другого раунду опитування;
 - ▶ на час опитування курили або вживали будь-які нікотинові чи тютюнові вироби близько 15 % учасників першого раунду і приблизно стільки ж — 13 % — під час повторного опитування (визначаються як **теперішні споживачі** тютюнових / нікотинових виробів).
- Найбільш поширеним видом нікотинових / тютюнових виробів серед учасників опитування є електронні сигарети, вейпи: про вживання таких виробів протягом останніх 30 днів повідомили 16 % усіх учасників першого опитування і 13 % учасників повторного опитування.

Наміри відмовитися від уживання нікотинових і тютюнових виробів

- Серед теперішніх споживачів відсоток тих, хто хотів би відмовитися від цієї залежності, переважає над відсотком тих, хто не хотів би, хоча значна частина споживачів не мали однозначної позиції. Після інформаційної кампанії наміри відмовитися від уживання нікотинових і тютюнових виробів лишилися практично такими ж, як і під час першого опитування:
 - ▶ за даними першого раунду, на час опитування курили або вживали будь-які нікотинові чи тютюнові вироби 15 %, із них 7 % хотіли би відмовитися, 2 % — ні, 6 % — не знали напевно (або ж серед тих, хто вживає нікотинові чи тютюнові вироби, 45 % хотіли би відмовитися, 16 % — ні, 39 % — не знають напевно);
 - ▶ за даними другого раунду, на час опитування курили або вживали будь-які нікотинові чи тютюнові вироби 13 %, із них 6 % хотіли би відмовитися, 2 % — ні, 5 % — не знали напевно (або ж серед тих, хто вживає, 44 % хотіли би відмовитися, 19 % — ні, 37 % — не знають напевно).
- Дві третини теперішніх споживачів (або близько 10 % усіх представників цільової аудиторії) намагалися відмовитися від уживання нікотинових або тютюнових виробів протягом останніх 12 місяців — про це свідчать дані й першого, й другого раундів опитування.
- Після інформаційної кампанії відсоток тих, хто будь-коли отримував допомогу чи пораду, як відмовитися від уживання тютюнових або нікотинових виробів, дещо збільшився:

- ▶ серед усіх представників цільової аудиторії відсоток тих, хто будь-коли отримував допомогу чи пораду, як відмовитися від уживання тютюнових виробів, збільшився із 20 % до 23 %;
- ▶ серед усіх опитаних відсоток тих, хто будь-коли отримував допомогу чи пораду, як відмовитися від уживання нікотинових виробів, збільшився із 18 % до 21 %.

Вплив вторинного тютюнового диму та аерозолів

- Після інформаційної кампанії відсоток тих, хто помічав випадки куріння або вживання нікотинових чи тютюнових виробів у будівлі школи або на її території протягом останніх 14 днів, трохи знизився, хоча й лишається доволі вагомим:
 - ▶ куріння електронних сигарет бачили 33 % учасників першого раунду і 26 % учасників повторного опитування;
 - ▶ уживання тютюнових виробів (сигарет, самокруток тощо) у школі бачили 31 % учасників першого раунду і 26 % учасників повторного опитування;
 - ▶ випадки вживання тютюнових виробів для електричного нагрівання спостерігали 26 % учасників першого раунду і 23 % учасників повторного опитування;
 - ▶ уживання нікотинових подушечок у школі бачили 4 % учасників першого раунду і приблизно стільки ж — 5 % — учасників повторного опитування.
- Дані опитування свідчать, що більшість представників цільової аудиторії знають про шкідливість вторинного тютюнового диму і вторинного аерозолу (викидів), і після інформаційної кампанії обізнаність щодо цього трохи підвищилася:
 - ▶ 86 % респондентів першого раунду опитування і 88 % — другого раунду вважають шкідливим вторинний дим від тютюнових виробів, і відсоток тих, хто вважає його дуже шкідливим, зріс із 54 % до 60 %;
 - ▶ із 79 % до 84 % збільшився відсоток тих, хто знає про шкідливість вторинного аерозолу від тютюнових виробів для електричного нагрівання (зокрема дуже шкідливим — із 40 % до 51 %);
 - ▶ із 75 % до 81 % збільшився відсоток тих, хто назвав шкідливим вторинний аерозоль від електронних сигарет (зокрема дуже шкідливим — із 37 % до 48 %).
- Більшість представників цільової аудиторії знають про шкідливість тютюнових виробів для електричного нагрівання та електронних сигарет для курця, і другий раунд опитування показав деяке посилення переконаності в цьому:
 - ▶ відсоток тих, хто вважає куріння тютюнових виробів для електричного нагрівання шкідливим для курця, і в першому, і в другому раундах становить 87 %, але після інформаційної кампанії відсоток тих, хто вважає його дуже шкідливим, збільшився із 53 % до 61 %;
 - ▶ відсоток обізнаних про те, що вживання електронних сигарет є шкідливим для курця, збільшився із 83 % до 86 %, з-поміж них відсоток тих, хто вважає його дуже шкідливим, — із 44 % до 55 %.

- Проведене опитування продемонструвало збільшення відсотка тих, хто отримував нову інформацію про ризики вживання нікотинових і тютюнових виробів протягом останніх 30 днів на території школи, із 42 % під час першого раунду до 65 % під час другого раунду опитування. Нова інформація, яку бачили найбільше учасників опитування: плакати про шкоду електронних пристроїв для куріння, наклейки про заборону вживання нікотинових і тютюнових виробів, плакати про шкоду пасивного куріння, інформація про ризики нікотинових і тютюнових виробів на інтернет-ресурсах школи або класу.
- Близько 14 % учасників і під час першого, і під час повторного опитування відповіли, що вони протягом останніх 14 днів робили зауваження людям, які курили нікотинові чи тютюнові вироби в школі або на її території.
- Абсолютна більшість опитаних школярів і працівників шкіл знають, що всередині будівлі і на території школи заборонено курити або вживати нікотинові чи тютюнові вироби, й інформаційна кампанія загалом не вплинула на рівень обізнаності стосовно цього:
 - ▶ про заборону курити тютюнові вироби знають 93 % учасників першого раунду і 91 % учасників другого раунду опитування;
 - ▶ про те, що в школі заборонені тютюнові вироби для електричного нагрівання, знають 89 % учасників першого і 87 % учасників другого раунду опитування;
 - ▶ 82 % учасників першого раунду і 81 % учасників повторного опитування відповіли, що всередині будівлі і на території школи заборонено курити електронні сигарети;
 - ▶ 81 % і під час першого, і під час другого раундів опитування вказали, що вживання нікотинових подушечок у школі заборонене.
- Більшість школярів і працівників шкіл (58 % у першому раунді і 60 % під час повторного опитування) підтримують посилення контролю за дотриманням заборони на вживання нікотинових або тютюнових виробів у школі і на її території.

Реклама та просування нікотинових і тютюнових виробів

- Опитування свідчить про доволі високу поширеність випадків реклами й просування нікотинових і тютюнових виробів неподалік навчальних закладів або на їх території:
 - ▶ 36 % учасників першого раунду опитування і 32 % під час повторного опитування вказали, що вони протягом останніх 14 днів бачили певні предмети, пов'язані з курінням (недопалки сигарет чи стіків, попільнички, сірники або запальнички) усередині будівлі школи або на її території;
 - ▶ 35 % учасників першого раунду і 38 % учасників другого раунду опитування повідомили, що вони бачили рекламу або просування нікотинових і тютюнових виробів, нікотинову або тютюнову рекламну продукцію недалеко від території школи протягом останніх 14 днів.

- Водночас заходи з протидії рекламі тютюнових і нікотинових виробів також є активними. За даними опитування, більшість представників цільової аудиторії бачили таблички, які забороняють куріння / вживання нікотинових і тютюнових виробів (сигарет, тютюнових виробів для електричного нагрівання, електронних сигарет, нікотинових подушечок) усередині будівлі школи або на її території, протягом останніх 14 днів, і після проведення інформаційної кампанії відсоток таких зріс із 48 % до 66 %.

ВИСНОВКИ

Проведене опитування свідчить, що інформаційна кампанія мала певний позитивний вплив на обізнаність представників цільової аудиторії стосовно ризиків уживання нікотинових і тютюнових виробів. Зокрема, після інформаційної кампанії:

- ▶ зросла частка людей, які отримували нову інформацію про ризики вживання та способи відмовитися від уживання нікотинових і тютюнових виробів;
- ▶ дещо посилилася обізнаність про те, що вживання тютюнових і нікотинових виробів є шкідливим як для людини, що їх уживає, так і для оточення;
- ▶ збільшився відсоток тих, хто бачив інформаційні таблички, що забороняють куріння / вживання нікотинових і тютюнових виробів усередині будівлі школи або на її території.

Дослідження також фіксує деякий позитивний вплив інформаційної кампанії на поведінку споживачів: за свідченням учасників опитування, після інформаційної кампанії трохи зменшилася поширеність випадків уживання нікотинових і тютюнових виробів у навчальних закладах, зокрема зменшилася частка тих, хто бачив випадки куріння тютюнових виробів, електронних сигарет чи тютюнових виробів для електричного нагрівання на території школи або в будівлі. Також, за даними опитування, у другому раунді дослідження дещо зменшився відсоток тих, хто вживав нікотинові або тютюнові вироби протягом останнього місяця, тобто інформаційна кампанія могла привести до відмови від уживання серед частини нерегулярних споживачів.

Водночас, як свідчать отримані дані, інформаційна кампанія мала невеликий вплив на бажання споживачів припинити вживати нікотинові або тютюнові вироби. Хоча відсоток тих, хто вживав електронні сигарети, вейпи протягом місяця, що передувало опитуванню, після інформаційної кампанії трохи зменшився, проте він усе одно лишається доволі високим. Під час повторного опитування кількість висловлених намірів відмовитися від уживання нікотинових і тютюнових виробів серед теперішніх споживачів лишилася практично такою ж, як і під час першого опитування. На попередньому рівні лишилася готовність людей реагувати на випадки куріння чи вживання нікотинових або тютюнових виробів на території школи. Оскільки формування такої поведінки може потребувати більше часу і зусиль, ефект окремої інформаційної кампанії в цих аспектах міг виявитися менш помітним.

Таким чином, у цілому проведену інформаційну кампанію можна вважати доволі ефективною, а використані матеріали — помітними і зрозумілими для представників цільової аудиторії. Водночас із огляду на неповну обізнаність, можливу нестійкість переконань частини представників цільової аудиторії та поширеність реклами нікотинових і тютюнових виробів доцільним видається регулярне повторення інформаційних кампаній про шкідливий вплив нікотинових і тютюнових виробів на здоров'я курця та його оточення, аби збільшити охоплення цільової аудиторії, підвищити поінформованість

про небезпечність таких виробів, запобігти початку вживання й мотивувати до відмови від використання таких пристроїв серед школярів і працівників шкіл.

Обмеження

Проведене дослідження має певні обмеження. Насамперед потрібно враховувати, що опитування містить похибку, зумовлену тим, що результати опитування частини цільової аудиторії (учнів старших класів і працівників шкіл, які були присутні в навчальному закладі на час опитування й погодилися відповісти на запитання анкети) поширюються на цільову аудиторію в цілому. Хоча на кожному етапі опитування дослідники намагалися якомога повніше охопити представників цільової аудиторії та створити комфортні й конфіденційні умови для проходження опитування, частина потенційних учасників могли бути відсутні в навчальному закладі під час проведення опитування або відмовитися від участі. Загалом у цьому опитуванні статистична похибка вибірки з імовірністю 0,95 для першого раунду опитування не перевищує 1,8 %, для другого раунду — 2,1 %; тобто з упевненістю на 95 % можна сказати, що результати опитування вибірки не відрізняються від ситуації серед цільової аудиторії загалом більше ніж на 1,8 % (для першого раунду) або 2,1 % (для другого раунду).

Також слід зважати на обмеження, пов'язані з умовами проведення інформаційної кампанії. Інформаційна кампанія тривала у вересні — грудні 2022 року й могла мати обмежений вплив через умови навчання (частковий перехід шкіл на дистанційне навчання, відсутність електроенергії, повітряні тривоги тощо) чи психологічний стан представників цільової аудиторії. Під час дистанційного навчання учні й працівники шкіл рідше бувають на території чи в будівлі школи, тож вони могли рідше звертати увагу на друковані матеріали (плакати, наліпки), розміщені в навчальному закладі. Перебої з електропостачанням, а значить, і доступом до інтернету могли обмежити ефективність онлайн-складової проведеної кампанії (вебінарів, публікацій на онлайн-ресурсах). Також через війну і учні, і працівники шкіл можуть перебувати у стресовому стані, меншою мірою звертати увагу на інформацію, що не пов'язана з безпекою в умовах війни, або вважати її менш актуальною тощо.

І все ж попри наявні обмеження й відносно короткий час інтервенції виконане опитування засвідчило ефективність проведеної інформаційної кампанії, зокрема в аспектах обізнаності про шкідливість уживання нікотинових і тютюнових виробів та про те, як відмовитися від уживання таких виробів. Хоч і різною мірою, але позитивний ефект інформаційної кампанії простежується в багатьох закладах освіти, охоплених дослідженням. Тому ми припускаємо, що загалом такі інформаційні кампанії є дієвими й необхідними, оскільки підвищують обізнаність представників цільової аудиторії про ризики вживання нікотинових і тютюнових виробів, а в тривалій перспективі можуть сприяти запобіганню початку вживання та відмові від уживання нікотинових і тютюнових виробів серед школярів та працівників шкіл.