

Univerzita Karlova

1. lékařská fakulta

Studijní program: Specializace ve zdravotnictví

Studijní obor: Adiktologie



Bc. Miroslava Prokešová

Vzorce užívání zahřívaných tabákových výrobků u žen: kvalitativní výzkum

Patterns of heated tobacco products usage among women: qualitative research

Diplomová práce

Vedoucí závěrečné práce: Mgr. Adam Kulhánek, Ph.D., MBA

Praha, 2023

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovala samostatně a že jsem řádně uvedla a citovala všechny použité prameny a literaturu. Současně prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Souhlasím s trvalým uložením elektronické verze mé práce v databázi systému meziuniverzitního projektu Theses.cz za účelem soustavné kontroly podobnosti kvalifikačních prací.

V Praze, 12. 7. 2023

MIROSLAVA PROKEŠOVÁ

Podpis:

Identifikační záznam:

PROKEŠOVÁ, Miroslava. Vzorce užívání zahřívaných tabákových výrobků u žen: kvalitativní výzkum. [*Patterns of heated tobacco products usage among women: qualitative research*]. Praha, 2023. 74 s., 7 příl. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, 1. lékařská fakulta, Klinika adiktologie. Vedoucí závěrečné práce: Mgr. Adam Kulhánek, Ph.D., MBA.

Poděkování:

Chci poděkovat především Mgr. Adamu Kulhánkovi, Ph.D., MBA za odborné vedení, veškeré rady a podněty, a také ochotu a trpělivost v průběhu tvorby mé diplomové práce. Chci také poděkovat všem respondentkám za účast ve studii. V neposlední řadě děkuji blízkým a rodině za podporu během studia.

Abstrakt

Východiska: Poměrně novým trendem, který v posledních letech získává na popularitě, je zahřívání tabák, který se na českém trhu objevuje od roku 2017. Přestože počet uživatelů zahřívání tabákových výrobků v ČR stoupá, je tento fenomén stále poměrně málo zmapován. Je také velmi málo informací o genderových specifikách užívání zahřívání tabáku. Proto se tato studie zaměřuje na mapování a popis vzorců užívání zahřívání tabákových výrobků u žen, které přešly z užívání klasických cigaret na zahřívání tabák.

Cíle: Hlavním cílem výzkumu bylo zmapovat vzorce užívání zahřívání tabákových výrobků u vybraných žen v dospělé populaci uživatelů tabáku v ČR. Dílčími cíli bylo popsat charakter užívání zahřívání tabákových výrobků. Zjistit, co motivovalo uživatelky k přechodu na zahřívání tabákové výrobky. A jaké jsou typické situace, kdy ženy zařízení používají.

Výzkumný soubor: Výzkumný vzorek byl vybrán metodou prostého záměrného (účelového) výběru, zkombinován s metodou sněhové koule. Výsledný výběrový soubor tvořilo 7 respondentek. Věkový průměr činil 25,7 let (nejmladší 21 let a nejstarší 34 let).

Metody: Výzkum byl proveden kvalitativní metodou. Data byla sbírána metodou polostrukturovaného rozhovoru. Rozhovory s respondentkami byly fixovány audiozáznamem. K zachycení sociodemografických údajů a základních informací o užívání tabákových výrobků sloužil záznamový arch k vyplnění. Bylo využito plné (doslovné) transkripce s tzv. redukcí prvního řádu. Pro analýzu dat bylo zvoleno použití tematické analýzy. Výsledky byly tvořeny na základě analyzovaných tematických okruhů a interpretovány dle výzkumných otázek.

Výsledky: Mezi respondentkami převažuje užívání zařízení IQOS. Na druhém místě je zařízení Glo. Motivace k přechodu na užívání zahřívání tabáku se nejčastěji ukazuje absence zápachu cigaretového kouře. Specifikem je užívání mentolových variant tabákových náplní. Časté situace, kdy respondentky zařízení užívají jsou venku a v práci. Respondentky se setkávají s propagací a reklamou na zahřívání tabák. Spíše nevyužívají benefitů a doplňků k zařízení.

Závěr: Jedná se o jednu z prvních kvalitativních studií zaměřených na vzorce užívání zahřívání tabákových výrobků u žen. Byly zmapovány a popsány vzorce užívání zahřívání tabáku IQOS a Glo ve vybraném souboru žen ve věku mladé dospělosti v ČR. Práce může sloužit pro seznámení se s problematikou zahřívání tabáku u žen a sloužit jako podklad pro další studie s touto tematikou.

Klíčová slova: tabák, zahřívání tabákové výrobky, vzorce užívání, závislost, ženy

Abstract

Introduction: A relatively new trend that has been gaining popularity in recent years is heated tobacco, which has been on the Czech market since 2017. Although the number of users of heated tobacco products in the Czech Republic is increasing, the phenomenon is still relatively under-mapped. There is also very little information on the gender specificities of the use of heated tobacco. Therefore, this study focuses on mapping and describing the patterns of use of heated tobacco products among women who have switched from using conventional cigarettes to heated tobacco products.

Aims: The main aim of the research is to map the patterns of use of heated tobacco products among chosen women in the adult population of tobacco users in the Czech Republic. The sub-objectives are to describe the nature of heated tobacco product, find out what motivated female users to switch to heated tobacco products. And what are the typical situations when women use the device.

Sample: the research sample was selected by simple intentional (purposive) sampling method, combined with snowball sampling method. The final sample consisted of 7 female respondents. The mean age was 25,7 years (youngest 21 years and oldest 34 years).

Methods: The research was conducted using a qualitative method. Data was collected by semi-structured interview method. The interviews with the respondents were audio-recorded. A recording sheet was used to capture socio-demographic data and basic information on tobacco use for completion. Full (verbatim) transcription with first-order reduction was used. The use of thematic analysis was chosen for data analysis. The results were formed based on the thematic headings analysed and interpreted according to the research questions.

Results: Among the respondents, the use of IQOS devices is prevalent. The second place is occupied by Glo. The motivation for switching to the use of heated tobacco most often appears to be the absence of cigarette smoke odour. Specific feature is the use of menthol variants of tobacco refills. Frequent situations when respondents use the device are outdoors and at work. Respondents encounter promotion and advertising of heated tobacco. They are more likely not to use the benefits and accessories of the device.

Conclusion: This is one of the first qualitative studies on patterns of use of heated tobacco products among women. Patterns of use of IQOS and Glo heated tobacco in a selected young adult women in the Czech Republic were mapped and described. This thesis may introduce the issue of heated tobacco use in women and serve as a basis for further studies on this topic.

Keywords: tobacco, heated tobacco products, patterns of use, addiction, women

OBSAH

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	10
1. Prevalence užívání tabáku a nikotinu v ČR a zahraničí	10
2. Závislost na tabáku	12
2.1. Nikotin	12
2.2. Vznik a rozvoj	13
2.3. Léčba a prevence.....	14
3. Tabákové a nikotinové produkty	16
3.1. Cigarety	16
3.2. Doutníky a dýmky.....	16
3.3. Elektronické cigarety.....	17
3.4. Bezdýmný tabák.....	18
4. Zahřívání tabáku.....	19
4.1. Specifikace.....	19
4.2. Druhy a typy	20
4.3. Zdravotní dopady užívání zahřívání tabáku	24
4.4. Vzorce užívání	24
4.5. Legislativní rámec.....	25
4.6. Reklama a propagace	26
5. Specifika užívání tabáku u žen	29
5.1. Vzorce užívání tabáku u žen.....	29
5.2. Zdravotní dopady užívání tabáku u žen	30
PRAKTICKÁ ČÁST	31
6. Metodika výzkumu.....	31
6.1. Cíl výzkumu	31
6.2. Výzkumné otázky	31
6.3. Výzkumný soubor.....	31
6.4. Metody tvorby dat	34
6.5. Metody analýzy dat.....	35

6.6.	Kontrola validity	38
6.7.	Etika výzkumu	39
7.	Výsledky výzkumu	40
7.1.	Začátky užívání zahřívaného tabáku	40
7.2.	Výzkumná otázka 1	42
7.3.	Výzkumná otázka 2	46
7.4.	Výzkumná otázka 3	48
7.5.	Výzkumná otázka 4	51
7.6.	Výzkumná otázka 5	54
8.	Shrnutí výsledků výzkumu	56
9.	Diskuze	58
10.	Závěr	60
	POUŽITÉ ZDROJE	61
	PŘÍLOHY.....	67

ÚVOD

Tato diplomová práce se zabývá tématem užívání zahřívaného tabáku u žen. Zahřívaný tabák je nový trend, který je v ČR dostupný od roku 2017 a těší se vzrůstající popularitě. Přestože máme již poměrně dobře zmapovanou prevalenci užívání těchto výrobků, nemáme dostatek dat o vzorcích užívání zahřívaného tabáku.

Dle *Národního výzkumu užívání tabáku a alkoholu (NAUTA)* bylo v roce 2022 mezi každodenními a příležitostnými kuřáky 6,6 % respondentů, kteří užívali zahřívané tabákové výrobky. Oproti roku 2019, kdy byla otázka na zahřívané tabákové výrobky do studie zařazena, se jedná o dvojnásobný nárůst užívání. Nárůst počtu uživatelů zahřívaných tabákových výrobků se týká především žen. V porovnání s předchozím rokem 2021 narostl počet uživatelů zahřívaných tabákových výrobků skoro o jedno procento na 7,5 % (Csémy et al., 2023). Přestože prevalenční data užívání zahřívaných tabákových výrobků u žen známe, doposud nemáme zmapované vzorce užívání.

Teoretická část práce je zaměřena na popis prevalence užívání tabákových a nikotinových produktů v ČR i ve světě, problematiku závislosti na tabáku a představení základních tabákových a nikotinových produktů. Dále blíže seznámí se zahřívanými tabákovými produkty a specifiky užívání tabáku u žen. Praktická část se věnuje především prezentaci výsledků této kvalitativní studie. Je zde popsán charakter užívání zahřívaných tabákových výrobků vybraného výzkumného souboru. Dále motivace přechodu z klasických cigaret na zahřívaný tabák, typické situace užívání zahřívaného tabáku, trendy v této oblasti, výhody a nevýhody užívání těchto zařízení.

TEORETICKÁ ČÁST

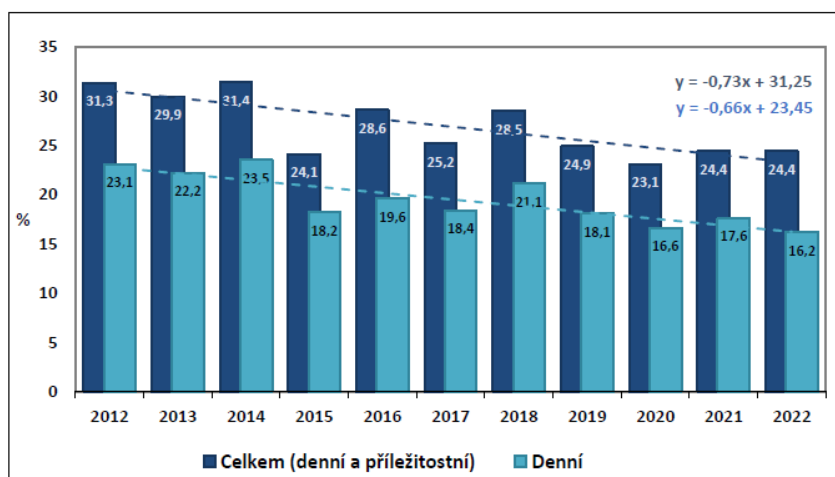
1. Prevalence užívání tabáku a nikotinu v ČR a zahraničí

Tabákový průmysl se začal výrazněji rozvíjet od konce 19. století, kdy byl patentován první stroj na výrobu cigaret. S touto inovací klesly ceny cigaret, které byly dříve spíše luxusní zboží. Staly se tak dostupnější pro širší veřejnost a kuřáctví se v průběhu první poloviny 20. století rozšířilo po celém světě (Kubánek, 2009).

Tabáková epidemie je nyní jednou z největších hrozeb pro veřejné zdraví. Neexistuje žádná bezpečná úroveň expozice tabáku. Ve světě je odhadem přes 1,3 miliardy kuřáků. Každoročně na následky kouření zemře více než 8 milionů lidí, z toho přibližně 1,2 milionů nekuřáků podlehnou následkům pasivního kouření. V roce 2020 užilo tabák 22,3 % světové populace, 36,7 % všech mužů a 7,8 % žen (WHO, 2022).

Situaci v oblasti kouření cigaret a užívání tabákových/nikotinových výrobků sleduje pravidelně několik studií. Od r. 2012 probíhá v ČR každoročně *Národní výzkum užívání tabáku a alkoholu* (NAUTA) pod záštitou Státního zdravotního ústavu (SZÚ). Každé čtyři roky je Národním monitorovacím střediskem pro drogy a závislosti (NMS) realizován *Národní výzkum užívání návykových látek*. Dále jsou nepravidelně ve 3-6letých intervalech Ústavem zdravotnických informací a statistiky ČR (ÚZIS ČR) prováděny studie zaměřené na zdraví populace, např. *Evropské výběrové šetření o zdraví* (EHIS) (Mravčík et al., 2021).

Obrázek č. 1: Prevalence kuřáctví v ČR v letech 2012-2022, kuřáci tabákových výrobků celkem (denní a příležitostní) a denní kuřáci (Csémy et al., 2023)



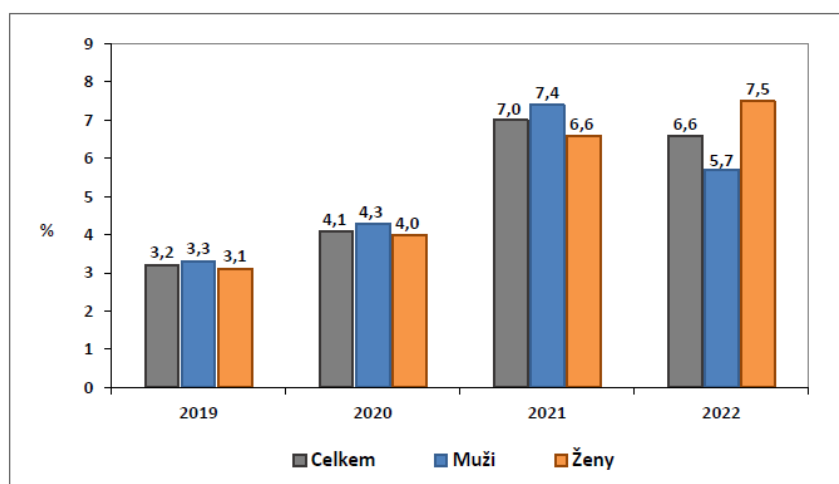
Dle Národního výzkumu užívání tabáku a alkoholu za rok 2022 bylo v ČR 24,4 % současných kuřáků tabákových výrobků, starších 15 let. Podílově je v tomto vzorku více mužů (30,5 %) než žen (18,7 %). Nejvíce kuřáků začalo s pravidelným kouřením ve věku 15-19 let (59,1 %), ženy začínají s kouřením později než muži. Přestože počet kuřáků je stále významný, sledujeme v ČR meziročně pokles jejich počtu. Prevalenci od roku 2012 do roku 2022 znázorňuje graf viz. výše (Csémy, Dvořáková, Fialová, Kodl, Malý, & Skývová, 2023).

Studie shrnuje užívání klasických cigaret, které kouří většina české populace, ale také užívání doutníků a dýmek. Dále je sledováno užívání novějších typů zařízení jako jsou elektronické cigarety, bezdýmné tabákové produkty (určeny ke šňupání, žvýkání či sání) a zahřívané tabákové produkty. Nejnižší je podíl uživatelů bezdýmných tabákových produktů, který činí 5,0 % za rok 2022. Elektronické cigarety užívalo v roce 2022 alespoň jednou měsíčně celkem 10,2 % dotazovaných, což představuje od roku 2021 nárůst o 2,8 %. Současně však více než třetina (34,5 %) uživatelů elektronických cigaret kouří zároveň i klasické cigarety. Podobně je to u zahřívaných tabákových výrobků, kde zároveň s těmito produkty kouří klasické cigarety 42,9 % uživatelů. Někteří respondenti uvádí souběžné užívání zahřívaného tabáku a elektronických cigaret (29,3 %) (Csémy et al., 2023). Patrný je zde fenomén duálního kuřáctví.

Duální kuřáci používají kombinaci kouření klasických cigaret a užívání elektronických cigaret či zahřívaného tabáku. Může se jednat o lidi, kteří usilují o zanechání kouření. Dle Nabi-Burza et al. (2019) plánovali duální kuřáci, oproti kuřákům pouze klasických cigaret, skončit s kouřením v následujícím půl roce a pokusili se s kouřením skončit v uplynulých třech měsících. Piper et al. (2019) naopak ve své studii zmiňují, že duální kuřáci plánovali v užívání pokračovat alespoň další rok. Duální kuřáctví může vést k silnější závislosti na nikotinu, vyššímu riziku kardiovaskulárních onemocnění, depresivním náladám, a ne vždy vede ke snížení počtu klasických cigaret (Kim et al., 2020).

V ČR existuje stále málo dat o užívání zahřívaného tabáku, kterým se tato práce zabývá. Dle Národního výzkumu užívání tabáku a alkoholu (NAUTA) bylo v roce 2022 mezi každodenními a příležitostnými kuřáky 6,6 % respondentů, kteří užívali zahřívané tabákové výrobky. Jedná se o dvojnásobný nárůst v porovnání s rokem 2019 (3,2 %). Přestože počet uživatelů zahřívaných tabákových výrobků v ČR stoupá, je tento fenomén stále poměrně málo zmapován. Nárůst počtu uživatelů zahřívaných tabákových výrobků se týká jak mužů, tak žen (Csémy et al., 2023).

Obrázek č. 2: Uživatelé zahřívaných tabákových výrobků - celkem a podle pohlaví (denní a příležitostní) (Csémy et al., 2023)



Prevalenci užívání zahříváných tabákových produktů se zabývají některé zahraniční studie. Systematický přehled a metaanalýza 45 studií z 5ti databází, uvádějících prevalenci užívání zahříváných tabákových produktů mezi lety 2015 a 2022, shrnují výsledky ze 42 zemí. Nejvyšší souhrnná prevalence celoživotního užívání zahříváných tabákových produktů byla pozorována v zemích Západního Pacifiku (zahrnující mj. Japonsko a Jižní Koreu) a v evropských zemích (Sun et al., 2023). Prevalence užívání zahříváných tabákových produktů se v Japonsku zvýšila mezi lety 2015 a 2019 z 0,2 % na 11,3 %. Dle Odani a Tabuchi (2022) zůstává vysoká i v roce 2022 na 11,8 %.

2. Závislost na tabáku

Závislost na tabáku je jedním z dopadů užívání tabákových a nikotinových výrobků. Jedná se o chronické recidivující onemocnění, které zkracuje život více než polovině kuřáků v Česku v průměru asi o 15 let. Způsobuje především onkologická, kardiologická a chronická plicní onemocnění. Má složku psychosociální/behaviorální (vznik tzv. kuřáckých stereotypů) a složku fyzickou (projevy znaků závislosti dle MKN-10 i DSM-V). Zjednodušeně by se dalo říct, že závislý je ten kuřák, který kouří denně a při vynechání se u něj projevují abstinенční příznaky (Králíková, Zvolská, Štěpánková, & Pánková, 2022).

2.1. Nikotin

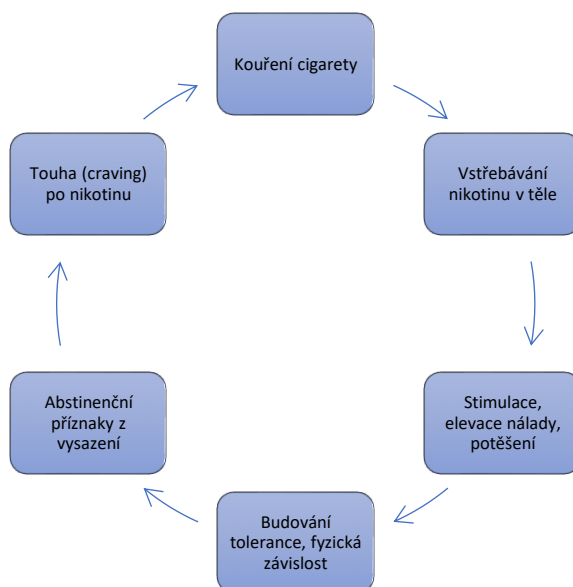
Při rozvoji závislosti na tabáku hraje klíčovou roli nikotin. Jedná se o alkaloid, který se vyskytuje v rostlině tabáku (*Nicotiana tabacum*), v nejvyšších koncentracích v listech. V zásadě se jedná o prudký jed, kdy minimální smrtelná dávka pro člověka je asi 50 mg. Při vdechování cigaretového kouře se dostává nikotin během 15 až 20 vteřin, přes plíce a krevní oběh přímo do mozku. V mozku se nikotin váže na $\alpha 4\beta 2$ acetylcholin-nikotinové receptory, které stimulují aktivitu dopaminových neuronů a uvolňování neurotransmiteru dopaminu v oblasti nucleus accumbens (Prochaska & Benowitz, 2019; Minařík & Kmoch in Kalina et al., 2015).

Nikotin se může vyskytovat v ionizované či neionizované podobě v závislosti na pH. V bezdýmných tabákových výrobcích, doutnících a dýmkách se nikotin vyskytuje v zásaditější formě a je ve větší míře absorbován již v ústech. Zatímco nikotin v cigaretovém kouři má kyselejší pH, kolem 5,5 až 6, a v ústech se vstřebává minimálně. K alkalizaci a vstřebání nikotinu zde dochází až v plicích. Poločas nikotinu se běžně stanovuje na 2 hodiny, ale může být ovlivněn genetikou a enviromentálními faktory. Při kouření se hladina nikotinu zvyšuje v průběhu 4 až 6 hodin, drží se v průběhu dne a klesá přes noc. Nikotin je metabolizován jaterními enzymy za vzniku primárního metabolitu kotininu. Ten je využíván jako biomarker prokazující vystavení osoby tabákovému kouři. Eliminační poločas kotininu je vyšší než u nikotinu a v moči jej lze detekovat i několik dní (Prochaska & Benowitz, 2019).

2.2. Vznik a rozvoj

Klíčovou otázkou pro určení závislosti na nikotinu by mohlo být považováno: „Jak brzy po probuzení si kuřák zapálí první cigaretu dne?“ Závislý kuřák si obvykle první cigaretu zapálí do šedesáti minut po probuzení. Závislost na nikotinu vzniká zmnožením acetylcholin-nikotinových receptorů v mozku a zvýšením hladiny dopaminu v synapsích (Králíková in Kalina et al., 2015). Farmakologická role nikotinu při vzniku a udržování závislosti funguje na pozitivní a negativní zpětné vazbě. U pravidelných kuřáků dochází k opakování cyklu, při kterém se nikotin vstřebává v těle a jeho hladina v krvi se zvýší, s tím dochází k budování tolerance a vzniku fyzické závislosti. Při snížení hladiny nikotinu následují abstinенční příznaky, jako je podrážděnost a nervozita, a silná touha po nikotinu. Užitím nikotinu dochází k úlevě od abstinенčních příznaků a příjemným, uvolňujícím pocitům (Prochaska & Benowitz, 2019).

Graf č. 1: Cyklus nikotinové závislosti (Zpracováno dle *Nicotine addiction cycle*, Prochaska & Benowitz, 2019)



Závislost na tabáku spadá do závislostních diagnóz pod označením F17 dle MKN-10. Přesněji závislost na nikotinu má dvě složky – psychosociální/behaviorální a fyzickou/drogovou. Fyzickou závislost lze typicky diagnostikovat dle kritérií MKN-10 či DSM-V, a závisí také na typu acetylcholin-nikotinových receptorů. Silná však u kuřáků bývá psychosociální a behaviorální závislost, která se pojí s typickými kuřáckými návyky (stereotypy). Jde o naučené chování a zvyky zacházení s cigaretou, které vzniká snáz v mladším věku. Jak brzy po probuzení si kuřák zapálí cigaretu je klíčové pro odhalení závislosti na nikotinu. Pro podrobnější diagnostiku lze provést Fagerströmův test závislosti na nikotinu s šesti otázkami týkajícími se kouření cigaret (Králíková in Kalina, 2015; Kráčíková et al., 2022).

2.3. Léčba a prevence

K léčbě závislosti na tabáku je třeba přistupovat komplexně se zaměřením na psychosociální a behaviorální složku, tak i složku fyzickou. Je možné využít psychobehaviorální terapii i farmakoterapii, dle doporučených postupů. K léčbě je vhodné přistupovat jako k jiným onemocněním, včetně hrazení nákladů v rámci zdravotních systémů. Za úspěšnou, dlouhodobou abstinenci lze považovat 6-12 měsíců bez tabáku a nikotinu. Ověření abstinence je možné stanovením CO ve vydechovaném vzduchu či zjištění výskytu metabolitu kotininu v krvi, moči nebo slinách. Dle Russellova standardu lze tolerovat porušení abstinence v maximální výši 5 cigaret za celé období 6-12 měsíců (Králíková et al., 2013; 2022).

2.3.1. Krátká intervence

Jde o postup, který může využít každý zdravotník bez ohledu na specializaci. Dotaz na užívání tabákových a nikotinových výrobků může využít např. stomatolog či praktický lékař ve své ordinaci, případně nasměrovat pacienta ke specialistovi. Nejjednodušší je schéma „DIK“ – dotaz, intervence, kontakty. Lze také využít strategii motivačních rozhovorů, která může pomoci kuřákovi v rozhodnutí se kouření zanechat (Králíková et al., 2022).

Schéma krátké intervence „DIK“:

1. Položení **dotazu** ohledně kouření či jiné formy užívání tabáku/nikotinu.
2. Provedení **intervence** – podání doporučení přestat kouřit a individuálně zaměřenou radu jak na to. Pomoci může vysvětlení principu závislosti na tabáku a její léčby.
3. Předání **kontaktu** na specialisty či instituce zabývající se léčbou závislosti na tabáku či další formy podpory při odvykání.

(Králíková et al., 2022)

2.3.2. Psychobehaviorální intervence

Jedná se o intenzivní terapii, kterou by měl poskytovat specialista vyškolený v léčbě závislosti na tabáku, např. lékař, stomatolog, adiktolog, psycholog, farmaceut či sestra. Zpravidla jde o dlouhodobý, intenzivní program v ČR poskytovaný v centrech pro závislé na tabáku. Skládá se z motivačních rozhovorů, identifikace rizikových stavů a situací, podpory a prevence relapsu. V prvním kroku je stanoven den D, kdy kuřák přestane s užíváním tabáku/nikotinu. Nejlépe do dvou týdnů od zahájení léčby. Vhodná jsou pravidelná setkávání s odborníkem a podpora v abstinenci také ze strany rodiny a blízkých. Důležité je umět abstinujícího kuřáka ocenit v případě, že se mu daří abstinovat či podpořit a motivovat k dalšímu pokusu při relapsu (Králíková et al., 2013; 2022).

2.3.3. Farmakoterapie

K léčbě závislosti na tabáku lze využít také farmaka, která zajišťují především úlevu od abstinčních příznaků z vysazení nikotinu. Nelze však předpokládat, že pouze užívání těchto léčiv zabráni pacientovi v kouření. Je třeba především jeho rozhodnutí a motivace k přestání s kouřením a aktivní změna životního stylu. Farmakoterapii je vhodné proto doplnit i psychobehaviorální intervencí (Králíková et al., 2022).

První z variant je **náhradní terapie nikotinem (NTN)**. Jedná se o volně prodejná léčiva fungující na principu dodávání nikotinu z jiného zdroje než tabáku. V ČR lze NTN zakoupit ve formě náplastí, žvýkaček, pastilek a orálního spreje (Nicorette či Niquitin). Dalším léčivem je **vareniklin** (v ČR pod obchodním názvem Champix), který je parciální agonistou acetylcholin-nikotinových receptorů. Znamená to, že vareniklin obsadí tyto receptory a nikotin se již nemá kam navázat. Užívání tabáku a nikotinu tak nepřináší očekávaný účinek. Úspěšnost odvykání je při užívání vareniklinu až trojnásobná. Zároveň je výhodný v tom, že nemá žádné lékové interakce, neměl by se užívat pouze v těhotenství. Od poloviny roku 2021 trvá celosvětový výpadek přípravků obsahující vareniklin, některé varianty léčiva jsou dostupné pouze v Kanadě a USA. **Bupropion** (obchodní název Elontril) byl původně používán jako antidepresivum. Jde o inhibitor zpětného vychytávání noradrenalinu a dopaminu. Není zcela jasné jeho fungování v terapii odvykání kouření, avšak při jeho užívání byla zjištěna snížená potřeba kouřit. Jako jediné antidepresivum je dnes indikován pro léčbu závislosti na tabáku i u pacientů bez deprese. **Cytisin** (pod obchodním názvem Defumoxan) se váže na acetylcholin-nikotinové receptory podobně jako vareniklin. Rozdíl je v tom, že cytisin má kratší eliminační poločas a užívá se ve zkrácených intervalech. Je doporučováno jej užívat denně po dobu 3-6 měsíců (Králíková et al., 2022).

2.3.4. Prevence

Hlavními body strategie účinné prevence negativních dopadů kouření jsou: zvýšení daně a tím i ceny tabákových výrobků, nekuřácké veřejné prostory, jednotné balení tabákových výrobků (vzhledem nepoutající pozornost zákazníků), prodej v licencovaných prodejnách (trafiky), zákaz reklamy a vystavování produktů. Důležitá je prevence zaměřená na děti a mládež, protože průměrně začínají s kouřením nejčastěji ve věku 12-14 let. Programy školské prevence je pro jejich účinnost vhodné doplnit volnočasovými intervencemi, zapojením rodičů, přiměřenými mediálními kampaněmi a rozvojem sociálních dovedností (Mravčík et al., 2021; Kráčíková et al., 2022).

3. Tabákové a nikotinové produkty

3.1. Cigarety

Cigarety stále patří mezi nejvíce oblíbené formy užívání tabáku. Při kouření klasické cigarety se kouř vstřebává přímo v plicích. Vstřebání nikotinu do krevního oběhu je zde velmi rychlé, do desítek vteřin nastává příjemný, uvolňující pocit. Z jedné cigarety se do organismu dostane okolo 1-3 miligramů nikotinu (Králíková in Kalina, 2015). V běžné zapálené cigaretě probíhá spalování při teplotách 700-950 °C, především ve žhavém konci cigarety (Mallock, Pieper, Hutzler, Henkler-Stephani & Luch, 2019). Efekty, jako správné praskání při hoření cigarety a vinutí se tabákového kouře, jsou zapříčiněny přidanými chemickými přísadami. Cigaretový kouř obsahuje odhadem 7000 různých chemických sloučenin, z nichž minimálně 70 patří mezi prokázané nebo předpokládané karcinogeny. Jde například o arsen, benzen, formaldehyd, olovo, nitrosoaminy a mnoho dalších. Tabákový kouř obsahuje také jedovaté plyny jako je oxid uhelnatý, kyanovodík, butan, toluen a oxid uhličitý (Prochaska & Benowitz, 2019).

Cigarety prošly za posledních 60.-70. let výraznými změnami a dnes jsou sofistikovaným produktem. Od 50. let, kdy vyšly první studie dávající do souvislosti kouření cigaret a rakovinu plic, usilují tabákové společnosti o to, aby zájem o ně ze strany populace neklesal. Cigaretám byly přidány filtry, u kterých byl prokázán minimální vliv na zmírnění zdravotních dopadů kouření. Následně přišly také „light“ cigarety, které proklamovaly nízký obsah dehtu a nikotinu (Králíková et al., 2013). Přídavné látky zahrnovaly také ovocnou či mentolovou příchuť. Především ta mentolová se ukázala jako toxičtější a návykovější. Mentol dráždí chladové receptory a cigaretový kouř tak lze vzdechnout snáze a hlouběji (Králíková, 2015). V květnu roku 2020 byl zakázán prodej mentolových cigaret ve všech členských státech EU, včetně České republiky. Byla zaznamenána snaha tabákových společností využít tuto situaci jako příležitost k propagaci novějších tabákových produktů (např. zahřívání tabáku), u kterých mentolová příchuť prozatím zakázána nebyla (Kulhánek, Hejlová, Slíž, & Baptistová, 2021).

3.2. Doutníky a dýmky

Při kouření doutníků a dýmek se nikotin vstřebává již v ústech a není tedy třeba potahovat kouř až do plic. Riziko kouření těchto tabákových forem bývá podceňováno. Je zde rozdíl ve vlivu na zdraví, oproti kouření klasických cigaret, ale je poměrně malý (Králíková, 2015). Pokud jde o doutníky, prodávají se v různých velikostech. Ty menší obsahují 1,3-2,5 gramu tabáku, a ty větší až 17 gramů. Kouření klasické dýmky je specifické v tom, že se tabák vkládá do její hlavičky, a následně se pomocí jejího náustku kouří (Králíková et al., 2013). Na nižší oblíbenost těchto produktů ukazují i statistiky za rok 2022, kdy 5,3 % respondentů uvedlo kouření doutníků bez příchuti, 7,1 % současné kouření doutníků s příchutí a 3,4 % uvedlo kouření dýmek plněných tabákem (Csémy et al., 2023).

Především mezi mladými je populární kouření tzv. vodní dýmky. Můžeme se mylně domnívat, že je kouř díky průchodu přes vodu v dýmce méně škodlivý. Naopak, hoří zde uhlík na tabákové placce, tepelný rozklad je méně kvalitní a kouř je proto vysoce koncentrovaný. Je třeba také mnohem intenzivnějšího potahování, aby dýmka nezhasla. Za jedno sezení (seanci) je možné se vystavit koncentraci dehtu a oxidu uhelnatého odpovídajícímu desítkám až stovkám cigaret (Králíková, 2015). Byla prokázána souvislost mezi kouřením vodní dýmky a rakovinou dýchacích cest, jícnu a žaludku. Navíc hrozí riziko přenosu infekce z důvodu sdílení hadice a náustku (Králíková et al., 2013). Dle současných dat kouří vodní dýmku kolem 11,2 % respondentů, nejčastěji ve věku 15-24 let (Csémy et al., 2023).

3.3. Elektronické cigarety

Elektronické cigarety „EN&NNDS“ (electronic nicotine and non-nicotine delivery systems) jsou produkty, které používají elektricky poháněnou cívku, která se zahřívá a přeměňuje speciální tekutinu („e-liquid“) na aerosol, ten poté uživatel inhaluje („vapuje“). E-liquid obsahuje nosné kapaliny (zvlhčující látky) propylenglykol a glycerol, vodu, nikotin a různé příchutě. Na trhu se objevují i varianty neobsahující nikotin. Při použití se kapalina zahřívá na teplotu mezi 100-350 °C (WHO, 2020). Samotné zařízení se skládá z baterie, topného tělíska („atomizéru“) s kovovou žhavicí spirálou, nádržky na e-liquid („tank“) a náustku (Kulhánek & Baptistová, 2020).

Původním záměrem pro uvedení e-cigaret na trh byla pomoc při odvykání kouření, jako méně škodlivá náhrada pro kuřáky klasických cigaret (Farsalinos & Polosa, 2014). Tzv. vapování se během let stalo populární i mezi dospělými nekuřáky či dospívajícími. Dle odhadů užívalo e-cigarety v roce 2021 celosvětově 82 milionů lidí. *United States Surgeon General* označuje užívání e-cigaret jako „epidemii mládeže“. Produkty jsou dostupné v, pro mládež, atraktivních designech a příchutích. K šíření trendu přispívá také propagace e-cigaret na sociálních sítích (Jancey et al., 2023).

Vliv užívání e-cigaret na zdraví není dostatečně prozkoumán. Nejsou známy následky inhalace aerosolu s obsahem propylenglykolu a glycerinu. Není také zcela jasné, jak jednotlivá aromata obsažená v e-liquidu ovlivňují vstřebávání nikotinu, jehož hladina v produktech bývá často vysoká (0-87,2 mg/ml). Nehledě na to, že některé e-liquidy s příchutí obsahují prokazatelně škodlivé, toxické či karcinogenní látky (Kulhánek & Baptistová, 2020). V ČR jsou e-cigarety užívány nejvíce lidmi ve věkové skupině 15-24 let. Denně e-cigarety užívá 5,1 % respondentů, více muži než ženy. 27,7 % dotazovaných jsou bývalými kuřáky klasických cigaret a 37,9 % před užíváním elektronických cigaret nikdy nekouřilo (Csémy et al., 2023).

3.4. Bezdýmny tabák

Bezdýmny tabákové produkty jsou užívány bez zapalování a kouře. Aplikují se nosem (šňupací tabák „snuff“) nebo orálně (žvýkací či porcovaný tabák „snus“). Přestože při užívání bezdýmneho tabáku neprobíhá pyrolýza a je poukazováno na menší rizika než při běžném kouření, není neškodný. Stále obsahuje některé toxické a karcinogenní látky. Dlouhodobé užívání většiny typů bezdýmnych tabákových produktů způsobuje prekancerózní léze v ústech a zvyšuje riziko rakoviny úst, jícnu a pankreatu. Užívání snusu je rozšířené především ve Švédsku, kde se snížila prevalence kouření a úmrtnosti v důsledku užívání tabáku (Králíková, 2015; Truth initiative, 2021). Snus je prodáván ve formě vlhkého tabákového prášku baleného v sáčcích jako porcovaný čaj. Vkládá se mezi horní ret a dásně, kde se ponechává zhruba 10-15 minut, a následně vyndá a zlikviduje. Snuff je jemně namletý tabákový prášek, který se užívá šňupáním nosem. Tabák lze užívat také přímo žvýkáním sušených tabákových listů upravených do smotků či kousků (Srivastav, Kumar, Dony, 2022). V ČR se bezdýmny tabákové produkty užívají v nižší míře. Denně bezdýmny tabák užívá 1,5 % respondentů, především muži (Csémy et al., 2023).

V průběhu posledních let se na trhu objevily nové orální nikotinové produkty k dostání ve formě nikotinových sáčků či tablet rozpustných v ústech. Především jde o iniciativu velkých tabákových společností, které se snaží přizpůsobit klesající poptávce po klasických cigaretách, a nabízet dodávání nikotinu bez kouře (Truth initiative, 2021). Nikotinové sáčky neobsahují tabák, ale bílý prášek s obsahem nikotinu. Jsou vyrobeny z propustných viskózních vláken a obsahují specifickou matici složenou z celulózy, nikotinu, aroma, zahušťovadel, stabilizátorů, soli a sladidel. Užívají se podobně jako snus, vložením mezi horní ret a dásně (Bishop et al., 2020). V ČR se nikotinové sáčky začaly prodávat mezi lety 2018 a 2019. Obsah se liší dle výrobce, jeden sáček obsahuje od 2 mg až do 50 mg nikotinu. Tím výrazně převyšují množství nikotinu obsažené v jedné cigaretě. Jsou dostupné ve spektru různých příchutí od klasické tabákové a mentolové až po ovocnou, čokoládovou či příchutí cukrové vaty a žvýkačky. Zejména sladké a ovocné příchutě oslovují často děti a dospívající.

Fakt, že nikotinové sáčky neobsahují tabák komplikovalo jejich regulaci. Nebylo na ně možno uplatnit platnou legislativu vztahující se na tabákové výrobky, produkty si tak mohli koupit i nezletilí. Csémy et al. (2023) uvádí, že v roce 2022 užívalo v ČR nikotinové sáčky 2,8 % respondentů, nejvíce ve věku 15-24 let. Od 1. července 2023 nabude účinnosti vyhláška stanovující maximální množství v jednom sáčku na 12 mg a zákaz atraktivních příchutí a obalů. 8. března 2023 byla schválena změna zákona č. 65/2017 Sb., který zavádí pro prodej nikotinových sáčků stejnou regulaci, která již platí pro tabákové výrobky či elektronické cigarety. Prodej nikotinových sáčků je zakázán osobám mladším 18 let (Kulhánek, 2023; Úřad vlády ČR, 2023).

4. Zahřívání tabák

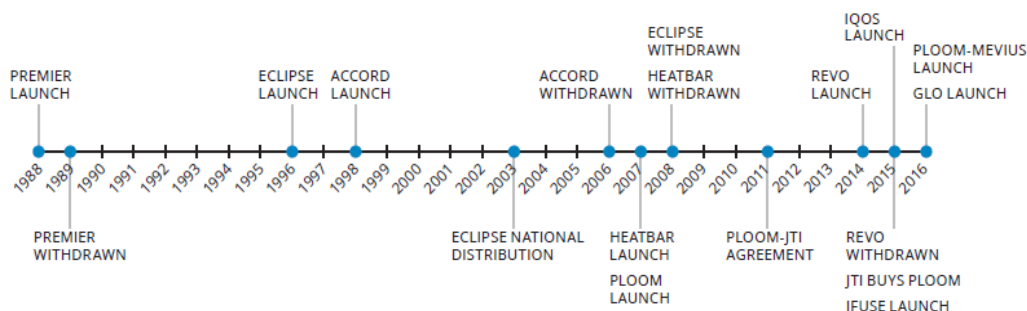
Tato kapitola se věnuje ústřednímu tématu práce, kterým je užívání zahřívání tabákových výrobků (HTP). Budou zde popsána specifika zařízení, jaké druhy těchto zařízení můžeme na trhu nalézt, a jaký vliv mohou mít na zdraví. Blíže se seznámíme také s vzorci užívání, legislativní úpravou a marketingem HTP.

4.1. Specifikace

Moderní zahřívání tabákové výrobky jsou elektronická zařízení, která dodávají nikotin do organismu jiným způsobem než klasické cigarety. Namísto spalování, zahřívají tabák na teplotu nejvýše 350 °C a produkují aerosol. Typicky jde o designové zařízení ve tvaru tužky či malé krabičky, do kterého se používají čistě tabákové nebo ochucené náplně. Tyčinky, které tvarem připomínají cigaretu a obsahují sypký či tuhý tabák, se vkládají do držáku (tzv. holderu) a pomocí topného tělesa se zahřívají, a následně kouří (Jankowski, Brozek, Lawson, Skoczyński, Majek, & Zejda, 2019).

Účelem HTP je poskytnutí nikotinové alternativy k tradičním cigaretám, která je propagována jako „bezpečnější“ a může sloužit kuřákům při odvykání kouření (Panagiotakos, Georgoulis, Kapetanstrataki, & Behrakis, 2023). Poprvé představila produkt z této kategorie společnost R.J. Reynolds v roce 1988 v USA. Zařízení s názvem „Premier“ ve své době příliš popularity nezískalo, a bylo krátce po uvedení z trhu staženo. V následujících letech bylo představeno pár dalších produktů fungujících na principu zahřívání tabáku, ale žádný z nich si příliš obliby u uživatelů nezískal. Až v roce 2014 představila americká tabáková společnost *Philip Morris International* (PMI) nové zařízení zahřívající tabák s názvem *IQOS* (I Quit Ordinary Smoking). První ze zemí, kde byl IQOS představen jako pilotní projekt bylo Japonsko a Itálie. Od roku 2017 došlo k rozšíření do dalších 30 zemí, včetně České republiky. IQOS, jehož popularita stále roste, do roku 2020 expandoval celosvětově do více než 60 zemí. Další podobné zařízení s názvem *Glo* uvedla na trh v roce 2016 britská tabáková společnost *British American Tobacco* (BAT). Ve stejném roce byl japonskou tabákovou společností *Japan Tobacco International* (JTI) uvedeno zařízení *Ploom Tech* (Jankowski et al., 2019; Sun et al., 2023; Tabuchi, Gallus, Shinozaki, Nakaya, Kunugita, Colwell, 2017; WHO, 2018).

Obrázek č. 3: Časová osa uvedení jednotlivých HTP na trh, a jejich stažení z trhu v letech 1988-2016 (WHO, 2018)



4.2. Druhy a typy

V této části budou blíže představeni zástupci zahříváných tabákových výrobků. Především ty, které jsou dostupné v ČR. Pozornost bude věnována třem nejvíce rozšířeným zařízením v ČR - IQOS, Glo a Pulze.

4.2.1. IQOS

Společnost Philip Morris International, která v polovině roku 2017 uvedla v ČR první zařízení IQOS, jej nazývá jako nejdůvěryhodnější značku na českém trhu. V segmentu zahříváného tabáku dostala toto ocenění v roce 2019 v rámci marketingového programu „Důvěryhodné značky“. Ve zprávě také uvádí, že se podařilo převést od cigaret výhradně k užívání IQOS více než 250 tisíc dospělých kuřáků (PM ČR, 2019). Při přebírání ocenění značky *Czech Superbrands* v roce 2021 uvádí již více než 400 tisíc dospělých uživatelů IQOS (IQOS, 2021).

V současnosti jsou dostupné čtyři varianty produktů pro zahřívání tabák. Jsou to zařízení IQOS Iluma, IQOS Iluma one, IQOS Iluma prime a Lil Solid. Tato zařízení nahradila starší varianty, které již nejsou v prodeji. IQOS Iluma a IQOS Iluma one jsou dostupné v pěti barevných provedeních (běžová, šedá, červená, modrá a zelená), IQOS Iluma prime ve čtyřech barvách (zlatá, černá, zelená a bronzová) a Lil Solid ve dvou barevných provedeních (šedá a modrá). Čtvrtá generace IQOS Iluma byla uvedena do prodeje teprve v polovině listopadu 2022 a slibuje revoluci v nahřívání tabáku. Všechna předchozí zařízení IQOS používaly keramickou čepel, na kterou se nasunovaly náplně Heets. Po zahřátí čepele se z náplně začal uvolňovat nikotin a příchutí. Oproti tomu Iluma využívá novou technologii indukčního zahřívání. Používají se zde speciální náplně Terea, kdy každá z náplní obsahuje zabudované nahřívací tělísko ve formě malého plíšku potaženého nerezovou ocelí. Ten se rozežře díky indukčnímu systému zařízení Iluma. Výhodou by mělo být šetrnější zahřívání tabáku (není třeba tolik „potahovat“), lepší chuť, slabší zápach a odpadnutí čištění zařízení. Cena zařízení se pohybuje od 490 Kč pro Lil Solid až po 2790 Kč pro IQOS Iluma prime (IQFAN, 2022).

Náplně k zařízení jsou prodávány ve dvou základních druzích. Heets pro vlastníky starších zařízení IQOS, které jsou dostupné v 11 variantách od klasické tabákové, mentolové až po příchutí maliny a květů (IQFAN, 2021). K novějším zařízením IQOS Iluma jsou určeny náplně Terea ve 13 různých variantách. Opět se u Terea setkáme s klasickou tabákovou příchutí, mentolem, ale také například příchutí s nádechem borůvek. Některé náplně obsahují kapsle, které se před užitím prasknou pro intenzivnější příchutí. V těchto variantách můžeme narazit také na příchutí melounu a mentolu či jablka a mentolu. Zařízení Lil Solid používá náplně Fiit, které jsou k dostání ve čtyřech variantách především v klasické tabákové a mentolové (IQFAN, 2022). Cena jedné krabičky je 95 Kč pro náplně Fiit a 115 Kč pro náplně Heets a Terea.

Obrázek č. 4: Zařízení IQOS Iluma (Tobacco.cz, 2022)

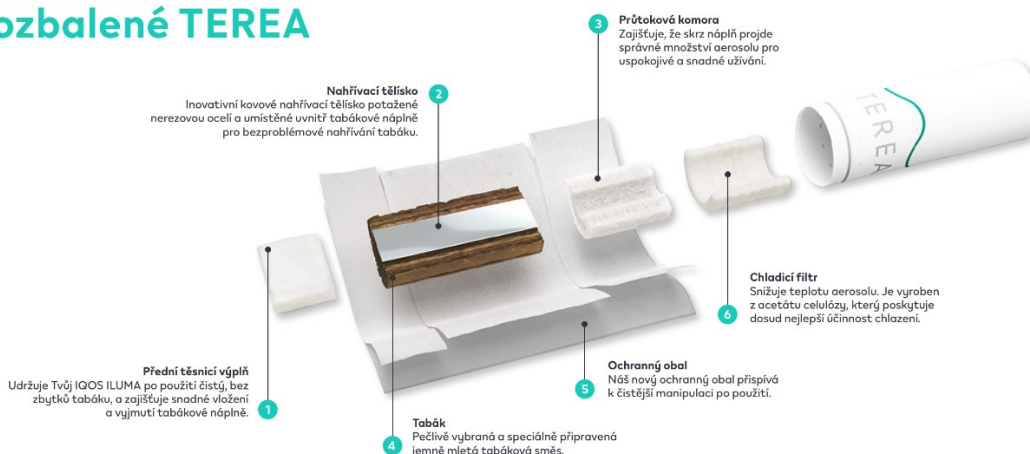


Obrázek č. 5: Náplň Terea v zařízení IQOS Iluma (IQFAN, 2022)



Obrázek č. 6: Rozbalená náplň Terea (IQOS.cz, 2023)

Rozbalené TEREZA



4.2.2. Glo

Zařízení Glo uvedla v roce 2018 na český trh společnost *British American Tobacco* a stalo se tak konkurentem k zařízení IQOS. Společnost reagovala na vzrůstající zájem o tabákové alternativy. V té době byl již produkt dostupný v několika zemích včetně Kanady, Ruska, Jižní Korey a Japonska. V Evropě se zařízení těší oblibě v balkánských zemích, Itálii a Švýcarsku. Zdroj euro.cz (2018) označuje představení produktu jako událost velkých rozměrů: „S trochou nadsázky lze říct, že se příliš nelišilo od show, na jakých novinky představuje Apple a další technologičtí giganti.“ Rok po uvedení na český trh si zařízení Glo pořídilo asi okolo 50 tisíc zákazníků (iDNES, 2019).

Od představení produktu prošlo zařízení Glo určitými proměnami. Dříve prodávané zařízení Glo™ hyper+ UNIQ, které je nyní dostupné pouze v černém provedení, nahradilo novější zařízení Glo™ HYPER X2. To bylo uvedeno v říjnu 2022, a dle výrobce slibuje vylepšenou technologii zahřívání tabáku s pouze jednou cívkou a lepším zážitkem z kouření, lehčí váhu,

až 22 použití na jedno nabití a speciální tlačítko pro úpravu intenzity dle vlastních preferencí. Zařízení Glo funguje na principu indukčního ohřevu, při kterém dochází k zahřívání vodivého materiálu pomocí magnetického pole. Dochází k tvorbě tepla v kovové trubičce, do které se vkládá tabáková náplň. Glo™ HYPER X2 je dostupné v sedmi barevných variantách (bílo-zlatá, zeleno-modrá, černá, modrá, oranžová, khaki a černo-červená). Zařízení lze zakoupit poměrně levněji než konkurenční produkty, Glo™ hyper+ UNIQ za 299 Kč a Glo™ HYPER X2 za 499 Kč (MyGlo, 2023).

Obrázek č. 7: Zařízení Glo™ HYPER X2 (The Korea Times, 2023)

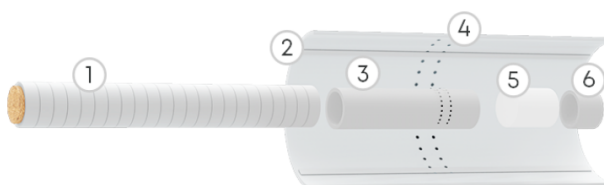


Stejně jako IQOS, tak i Glo má ke svému zařízení vlastní tabákové náplně. NEO™ STICKS obsahují speciálně zpracovaný tabák, glycerol, příchutě, ochucené kapsle, nahřívací hliníkový plíšek a filtr. Momentálně jsou k dostání v 9 základních variantách od klasických tabákových, metolových až po příchutí lesních plodů či ananasu. Některé obsahují také kapsli, která se před užitím zmáčkne a vytvoří intenzivnější chuť. Krabičky náplní mají moderní design a atraktivní barvy. Obvykle jsou k dostání také různé limitované edice příchutí, například aktuální spolupráce Glo™ se značkou Dunhill, která dala vzniku dvou nových příchutí karamelizovaného tabáku s vanilkovo-krémovými tóny a mentolové s nádechem hořké čokolády. Časté je používání uživatelsky atraktivních názvů pro příchutě, které obsahují výrazy jako „svěží malina“, „krémová vanilka“ či „jemná čokoláda“. Cena jedné krabičky s dvaceti náplněmi je nyní 90 Kč, limitované edice i 100 Kč (MyGlo, 2023).

Obrázek č. 8: Složení náplně NEO™ STICKS (MyGlo, 2023)

Z ČEHO SE NEO™ SKLÁDÁ

- | | | |
|---|--|---|
| <p>1 Tabáková náplň
Balena v papíru</p> <p>4 Ventilační otvory
Vytvořeno laserovou technologií. Pomáhají fedit a ochlazovat aerosol</p> | <p>2 Papír obsahující filtr
Spojuje dohromady tabákovou náplň a filtr</p> <p>5 Filtr
Pomáhá regulovat chuť a teplotu aerosolu, ovlivňuje intenzitu potáhnutí</p> | <p>3 Část separující teplo
Dutina uvnitř odděluje ohřívací zónu a umožňuje tvorbu aerosolu</p> <p>6 Náustek
Tenkostěnná papírová trubice, přes kterou se dostává aerosol do úst</p> |
|---|--|---|



4.2.3. Pulze

Zařízení Pulze patří k těm novějším zahřívaným tabákovým produktům na českém trhu. Je dostupné od září 2021, kdy je britská tabáková společnost *Imperial Tobacco* uvedla do prodeje. Česká republika byla společností zvolena jako pilotní země pro Evropu k otestování zájmu o produkt (IQFAN, 2021). Přestože obliba tohoto produktu je aktuálně nižší než u konkurenčních značek IQOS a Glo, zakoupilo Pulze od roku 2021 kolem 86 tisíc zákazníků. V roce 2022 získal Pulze ocenění *Volba spotřebitelů* za nejlepší novinku roku. Díky tomuto úspěchu se společnost chystá expandovat i do dalších evropských zemí (denik.cz, 2023).

V ČR je nyní k dostání zařízení Pulze 2.0, které se začalo prodávat v průběhu března 2023. Nahradilo tak prvotní zařízení Pulze, které již není v prodeji. Pulze 2.0 si ponechalo technologii zahřívání tabákové náplně pomocí speciálního keramického hrotu uvnitř zařízení, který byl obsažen v dřívějších verzích IQOS. Je možné si vybrat mezi dvěma stupni zahřívání pomocí tlačítek na zařízení. Výraznější chuť lze získat při zahřátí na 345 °C a jemnější chuť při zahřátí na 315 °C. Výrobce uvádí 25 použití na jedno nabití. Protože zařízení Pulze využívá technologii zahřívání hrotu, je třeba jej pravidelně čistit. Doporučuje se zařízení hloubkově vyčistit vždy po spotřebování 20 tabákových náplní. Pulze 2.0 je k dostání ve třech barevných provedeních - bronzové, tyrkysově a hnědé barvě. Nové zařízení je možné pořídit za cenu 1090 Kč (Pulze, 2023).

K zařízení Pulze se používají tabákové náplně *iD*, které obsahují speciálně upravený tabák, glycerol, příchutě, kapsli a filtr. K dostání jsou ve 12 základních příchutích, tabákové a mentolové ve třech intenzitách a ovocné s praskací kapslí pro zvýraznění příchuti. Dostupné jsou i méně tradiční příchutě jako například *iD Cosmic Blast* s příchutí borůvek a pomeranče, připomínající chuť energy drinku. Nebo *iD Capsule Polar Yellow* s příchutí máty a žlutého melounu. Jedna krabička s dvaceti náplněmi vychází na 90-100 Kč (Pulze, 2023).

Obrázek č. 9: Zařízení Pulze 2.0 (Pulze, 2023)

Obrázek č. 10: Tabáková náplň *iD Cosmic Blast* (Pulze, 2023)



4.3. Zdravotní dopady užívání zahřívaneho tabáku

Komunikační strategie tabákového průmyslu byly již od počátku rozšíření kouření tabáku spojovány se snahou bagatelizovat či zakrýt zdravotní důsledky kouření. V minulosti se cigarety označovaly také jako „lehké“ či „slim“. Jejich užívání doporučovali lékaři a jiné známé osobnosti, placené tabákovým průmyslem. Tabákové výrobky byly v průběhu 1. poloviny 20. století prodávány, i na našem území, v lékárnách či jako luxusní módní doplněk pro muže i ženy (Hejlová, Schneiderová, Klabíková Rábová, & Kulhánek, 2021).

Tabákové společnosti propagují HTP jako bezpečnější alternativu ke kouření klasických cigaret s nižší mírou zdravotních rizik. Například PMI uvádí, že IQOS vypouští v průměru nejméně o 95 % méně škodlivých chemických látek v porovnání s běžnými cigaretami (Sun et al., 2023). Je již známo, že uživatelé HTP jsou vystavováni o 40-90 % nižším dávkám toxických látek než kuřáci klasických cigaret. Neznáme však zatím dlouhodobé dopady užívání HTP na zdraví. Některé studie, týkající se vlivu užívání HTP na lidské zdraví, jsou financovány tabákovými společnostmi a není tudíž prokázána nezávislost těchto studií (Mravčík et al., 2021).

Tabákové náplně do HTP se skládají z různých materiálů a chemických látek. Detailněji bylo zkoumáno pouze chemické složení náplní Heets do zařízení IQOS. Jedna náplň obsahuje speciálně zpracovaný tabák, vodu, glycerin, gumu guar, celulózo-vláknová vlákna, filtr z polymerní fólie a celulózo-acetátový filtr. Nezávislé studie ukazují, že aerosol vycházející z úst uživatelů HTP obsahuje některé toxické látky a není zcela bez rizika. Hladiny nikotinu obsaženém v aerosolu, který produkují HTP dosahovaly 70-80 % hladiny kouře produkovaného kouřením klasických cigaret (Jankowski et al., 2019).

Je zřejmé, že HTP produkty cílí především na mladé lidi. Tvoří dojem moderního zařízení s absencí zápachu, šetrnějšího ke zdraví i životnímu prostředí (Ratajczak, Jankowski, Strus, & Feleszko, 2020). Králíková (2021) zmiňuje důležitost vysvětlit mladým a dospívajícím, že méně rizikové neznamená neškodné. Závislost na nikotinu a některé další zdravotní potíže se mohou rozvinout stejně snadno i v případě užívání HTP.

Současné studie naznačují potenciál HTP stát se výrobkem se sníženým rizikem pro veřejné zdraví, oproti tradičnímu kouření cigaret. Zejména pokud je zohledněna rizikovost cigaret pro vznik kardiovaskulárních a respiračních onemocnění. Nicméně je zapotřebí dalších studií s odstupem času, pro zjištění dlouhodobých účinků užívání HTP na zdraví (Ratajczak et al., 2020).

4.4. Vzorce užívání

Pod pojmem způsoby, nebo-li vzorce užívání si můžeme představit aplikaci návykové látky po technické stránce, sociální, rituální či psychologický aspekt. Pochopení užívání konkrétní látky přikládáme někdy větší význam, než jejímu farmakologickému účinku (Miovský, 2008).

Vzorci užívání IQOS mezi bývalými kuřáky klasických cigaret v ČR se ve své diplomové práci zabývala Houdková (2019), a přinesla tak první data o vzorcích užívání zahřívaných tabákových výrobků. Kvalitativní studie se účastnilo 10 respondentů (6 žen a 4 muži). Motivací pro přechod z klasických cigaret na zahřívaný tabák byla pro respondenty nejčastěji nižší zátěž organismu, absence kouřového zápachu, a možnost užívání zařízení i ve vnitřních prostorách. Časté situace, kdy respondenti IQOS užívají jsou s přáteli či rodinou, s alkoholem, venku a v pauzách v práci nebo ve škole. Zařízení se dá upravit dle vlastních preferencí. Studie uvádí, že si skoro všechny ženy pořídily nějaké vylepšení zařízení ve formě barevných vrchních krytů, obalů, gravírování či speciálních popelníků. Muži zapojeni do studie těchto vylepšení nevyužili. Zajímavostí je změna vzorců během užívání IQOS v porovnání s předchozím užíváním klasických cigaret.

Dobrovolná (2020) se ve své diplomové práci zaměřila na mapování vzorců užívání zahřívaných tabákových výrobků IQOS a GLO v ČR. Do online dotazníkové studie bylo zapojeno 198 respondentů (68,2 % žen a 31,8 % mužů; věkový průměr 31,4 let). Z výsledků vyplývá že uživatelé zahřívaných tabákových výrobků jsou převážně bývalý kuřáci klasických tabákových produktů, nejčastěji ve věku mladé dospělosti. Mezi hlavní důvody počátku užívání zahřívaného tabáku patří absence zápachu klasických cigaret (79,8 %), snížení rizik z kouření (65,7 %) a možnost kouření v místech se zákazem užívání tabáku (52,5 %). Nejčastěji respondenti užívají zařízení doma, při pití kávy/čaje/alkoholu a ve společnosti přátel. Studie uvádí v menší míře také úpravu vzhledu zařízení pořízením obalu či pouzdra, výměnou plastového krytu nebo gravírováním vlastních motivů.

4.5. Legislativní rámec

Než se dostane tabákový či bylinný výrobek určený ke kouření poprvé na český trh, musí výrobce nebo dovozce splnit informační povinnost podle evropské směrnice o tabákových výrobcích 2014/40/EU a zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. Na dodržování povinností stanovených konkrétním zákonem dohlíží zejména Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI), krajské hygienické stanice (KHS) a Česká obchodní inspekce (ČOI). Regulace v oblasti dostupnosti tabákových a nikotinových výrobků je v ČR předmětem zákona č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek (ZOZNL). Tento zákon stanovuje především věkové omezení prodeje tabákových výrobků (18 let+), reguluje místa prodeje a místa povolená ke kouření tabáku, ale také například zakazuje distribuci potravin a hraček vzhledem připomínající tabákové výrobky (Mravčík et al., 2021).

V ČR nemáme pro zahřívané tabákové výrobky jednoznačnou právní definici. Podléhají zákonu č. 65/2017 Sb., kde spadají do kategorie „tabákový výrobek“. HTP jsou však prezentovány ve stejném zákonu § 2 písm. e) jako elektronické cigarety, proto je také lze užívat i uvnitř stravovacích zařízení (Hejlová et al., 2021). V roce 2019 vstoupila v platnost

novela zákona č. 353/2003 Sb. o spotřebních daních, v které bylo schváleno uvalení spotřební daně na zahřívané tabákové výrobky, na které se spotřební daň do této chvíle nevztahovala.

Od roku 2016 je na základě směrnice EU zakázáno uvádět na trh tabákové výrobky s přísadou aromat. Nařízení se vztahuje pouze na cigarety a tabák určený k ručnímu balení. Zahřívané tabákové výrobky tak mohou být stále prodávány i s obsahem různých příchutí. Změna přichází tento rok, kdy v červenci 2022 vyšla směrnice EU 2022/2100, která mění směrnici 2014/40/EU. Směrnice nařizuje zákaz prodeje HTP s charakteristickou příchutí nebo obsahující aroma v jakékoli z jejich složek (SZPI, 2022).

4.6. Reklama a propagace

Již od počátku uvedení HTP na trh jsou produkty spojovány s jejich propagací prostřednictvím reklamy. V ČR je reklama na tabákové výrobky upravena zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy; zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání; a zákonem č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání (Mravčík et al., 2021). HTP jsou primárně uváděny na trh jako méně rizikové alternativy ke klasickému kouření. Jsou prezentovány jako inovativní designové technologie, odpovědné za snižování rizika pro aktivní i pasivní kuřáky. Tabákové společnosti, které uvádí HTP na trh doporučují konzumentům cigaret, aby přešly na užívání zahřívaného tabáku. Organizace *Truth Initiative* uvádí, že se tabákové společnosti snaží rozšířit portfolio svých produktů a přilákat nové zákazníky. S tím se také pojí aktivita těchto společností, které se prezentují jako motivující své zákazníky k přestání s kouřením a zavádí komunikaci podobnou odborníkům v oblasti veřejného zdraví (Hejlová, 2021).

Studie zaměřená na uživatele IQOS v Japonsku a Švýcarsku zmiňuje propagaci výrobku, který je prezentován jako čistý, minimalistický a kontrolovaný produkt. Zdůrazňuje prezentování IQOS jako exkluzivního a stylového zařízení s mnoha výhodami – čistota, možnost úpravy dle požadavků zákazníka, absence kouře a zápachu (Hair et al., 2018). Podobně jsou zahřívané tabákové produkty prezentovány také na sociálních sítích samotnými společnostmi či prostřednictvím influencerů. Sociální sítě hrají v dnešní době důležitou roli v životě zejména mladých lidí. Influenceři jsou pro mladé a dospívající vzory, které formují jejich chování, včetně kuřáckých návyků (Hejlová, Schneiderová, Klabíková Rábová, Kulhánek, 2019). Tabákové společnosti využívají influencerů k propagaci HTP, ne vždy jsou však splněny všechny náležitosti. Často chybí označení, že se jedná o placenou spolupráci či nesprávné označení reklamy.

Zákon č. 40/1995 Sb. reguluje reklamu a sponzorování akcí zaměřenou na e-cigarety, ale o zahřívaném tabáku zde zmínka není (Hejlová et al., 2021). Tabákovým průmyslem je sponzorována řada veřejných akcí. Philip Morris ČR je partnerem Karlovarského filmového festivalu, která je událostí širokého rozměru. PM ČR zde provozuje IQOS lounge, kde

propaguje vlastní produkt a spolupracuje s různými známými osobnostmi. Akce nese na sociálních sítích označení *#IqosVeVarech* či *#IqosLounge*. Aktivity Philip Morris ČR přesáhly rámec filmového festivalu, když město Karlovy Vary v roce 2019 vyhlásilo ambici stát se prvním českým „městem bez kouře“. V roce 2021 společnost rozjela kampaň *Svět bez kouře*, kde informovala o rizicích kouření a prezentovala zahřívané tabákové produkty a e-cigarety. I další značky HTP podporují velké události. British American Tobacco stojí za projektem koncertů vážné hudby nazvané *gloorchestra* či podporuje různé hudební interprety, například českou rapovou skupinu PSH (Mravčík et al., 2021). Zahříváný tabák Pulze měl v roce 2022 svoji Pulze zónu na tradičním festivalu hudebních kapel *Hrady CZ*, *#PulzeNaHradech*. Bylo zde možné zakoupit jejich produkty, osvěžit se a zahrát si stolní fotbal. Pulze se také stal hlavním partnerem hudebního festivalu *Magnetic*, kde měl opět svoji zónu, *#PulzeNaMagneticu*.

Obrázek č. 11: Ukázka Iqos Lounge na filmovém festivalu v Karlových Varech
(Instagramový profil matkalcz, 2021)



Obrázek č. 12: Ukázka influencer marketingu na sociální síti Instagram – česká zpěvačka Debbi
(Instagramový profil debbiofficial, 2022)



K většině zahříváných tabákových výrobků je dostupné také nejrůznější příslušenství a doplňky. Jde například o designové koše na spotřebované náplně, které je možno zakoupit ve variantě „na doma“ či „do auta“. Dále nabíječky, čistící zařízení, ale také různá vylepšení v podobě náhradních krytů, obalů či krabiček na uložení zařízení i s náplněmi. Především IQOS nabízí pestrou škálu doplňků – na zařízení lze vyměnit vrchní kroužek, boční kryt nebo lze zařízení dovybavit plastovým, silikonovým a látkovým obalem. Doplňky jsou dostupné v různých barvách a designech, aby si každý mohl přizpůsobit zařízení dle vlastních preferencí. Jsou také e-shopy, které se specializují na vylepšení zařízení gravírováním, osazením ozdobnými kamínky či tiskem designu dle vlastního výběru.

V rámci výhod nabízí společnosti uživatelům HTP různé benefity. Lze se přihlásit do věrnostních klubů a získat jako stálý zákazník odměny v podobně zvýhodněných cenových nabídek, balíčků a VIP pozvánek. Jedná se o *IQOS Club* či program *Pulze ON*. Glo nabízí prodej zvýhodněných balíčků v rámci partnerských prodejců či na svém e-shopu. Náplně do zařízení se dají dokupovat také z pohodlí domova přes služby Rohlik.cz či Košík.cz. Společnosti se snaží v posledních letech dbát na udržitelnost a brát ohled na životní prostředí. IQOS má nově také *Program sběru náplní*. Do sběrného sáčku, který je k vyzvednutí na IQOS prodejnách uživatel sbírá použité náplně, které po naplnění vhodí do sběrného boxu na prodejně.

Obrázek č. 13: Reklama na nabídku doplňků k IQOS (Instagramový profil iqos_cz, 2023)



Obrázek č. 14: Koš na použité Heets barevně ladící s IQOS (Instagramový profil _iqos_cz_sk, 2022)



5. Specifika užívání tabáku u žen

Kapitola se věnuje specifikům užívání tabáku u žen, na které se tato diplomová práce zaměřuje. Budou popsány vzorce užívání tabáku u žen, se zaměřením na zahříváný tabák a další specifika včetně zdravotních dopadů užívání tabáku.

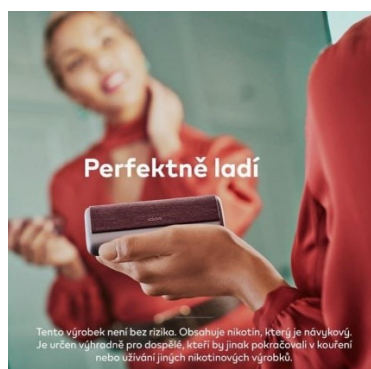
5.1. Vzorce užívání tabáku u žen

Užívání tabáku bylo dlouhou dobu pouze mužská záležitost. Kouření cigaret bylo propagováno jako symbol síly a mužnosti. Tím přicházely tabákové společnosti o velkou část zákazníků, přesněji zákaznic. Navíc v 50. letech minulého století vyšla první studie dávající do souvislosti kouření cigaret a rakovinu plic, a lidé začali mít pochybnosti. Zástupci tabákového průmyslu započali s průzkumem, jak opět zvýšit prodej cigaret a získat si i další část veřejnosti. Zaměřili se na potřeby žen, především přes marketingové strategie. Reklamy cílené na ženy prezentovaly kouření jako módní, stylovou záležitost, která je zdravá a udržuje štíhlou postavu. Cigarety dostávaly názvy jako „slim“ nebo „light“. Cigarety byly propagovány jako módní doplněk a často prezentovány v časopisech s módou s pomocí atraktivních celebrit a známých osobností (Truth Initiative, 2017). Podobnou marketingovou strategii můžeme sledovat u nových zahříváných tabákových produktů. Značky jako IQOS, Glo či Pulze prezentují své výrobky jako stylový módní doplněk pro ženy, který lze barevně sladit s outfitem či mobilním telefonem a jinými doplňky. Lze jej přizpůsobit v rámci dalších komplementů a vylepšení dle vlastních preferencí.

Obrázek č. 15: Propagace cigaret v módním časopisu v minulém století (Truth Initiative, 2017)



Obrázek č. 16: Současná propagace IQOS na Instagramu (Instagramový profil iqos_cz, 2022)



Dle Národního výzkumu užívání tabáku a alkoholu v ČR (2022) užívá tabákové výrobky 18,7 % žen, z toho 12,0 % denně. Prevalence kuřáctví se od roku 2012 snižuje. Pozitivní je poměr celoživotních nekuřáček, kterých bylo ve zkoumaném vzorku 64,0 %. Ženy začínají s užíváním tabáku později než muži, nejčastěji ve věku 15-19 let. Zahřívání tabákové výrobky užívalo v roce 2022 7,5 % žen, z toho 4,8 % denně. V porovnání z předchozím rokem stoupla prevalence užívání HTP u žen o 0,9 %. Z toho 37,3 % žen současně kouří cigarety, 28,9 % užívá zároveň s HTP i elektronické cigarety a 30,1 % jsou bývalé kuřáčky klasických cigaret (Csémy et al., 2023).

5.2. Zdravotní dopady užívání tabáku u žen

Ženy užívající návykové látky obecně mají specifické potřeby na biologické, psychologické i sociální úrovni. Je třeba k nim přihlížet v rámci léčby a prevence relapsu. Ženy nastupující do léčby potíží souvisejících s užíváním návykových látek čelí mnoha překážkám. Ty vyplývají z často nízkého ekonomického postavení, péče o děti, častějšího výskytu traumat a násilí a vyšší míry sociální stigmatizace. V obecném měřítku se dá také říct, že ženy reagují po fyzické stránce na užití návykové látky jinak než muži. Dochází u nich k rychlejšímu rozvoji zdravotních problémů souvisejících s užíváním návykových látek (SAMSHA, 2009).

Dopady kouření se u žen projevují jinak než u mužů, většinou ve větším rozsahu. Účinek nikotinu je v těle ženy výraznější, jelikož se z těla vylučuje pomaleji. Ženy prochází každý měsíc hormonálními změnami, které přináší více stresu. Je to období, kdy jsou ženy více citlivé na podněty a kouří častěji. Organismus ženy je vnímavější vůči oxidačnímu stresu, který vzniká vlivem kouření. Také menopauza přichází u kuřáček dříve než u žen, které nekouří tabákové výrobky. Vlivem kouření dochází ke ztrátě elasticity kůže, zhoršuje se kvalita pleti, vlasů i zubů. Kuřáčky proto také působí, že rychleji stárnou. Kouření způsobuje onemocnění s vysokou mírou úmrtnosti jako jsou nemoci srdce a cév, nádorová onemocnění a nemoci dýchacích cest (Mlčochová, 2013).

Dalším ze specifiky ženských zdravotních rizik je kouření v průběhu těhotenství. V tomto případě je ohroženo, jak zdraví ženy, tak i dítěte. Kouření v těhotenství je spojováno i s vážnými komplikacemi jako je předčasný porod, nízká porodní váha dítěte, potrat či syndrom náhlého úmrtí novorozence a kojence. U dětí, jejichž matky v těhotenství kouří, se mohou vyskytovat různá tělesná postižení, poruchy chování (zejména poruchy pozornosti s hyperaktivitou) či dětská nadváha a obezita (Small, Brennan-Hunter, Yanqing & Porr, 2022). Dopady užívání HTP v průběhu těhotenství jsou, oproti kouření cigaret, méně prozkoumané. Nicméně poslední studie ukazují spojitost s nejrůznějšími zdravotními potížemi. Zjištěny byly například poruchy hmotnosti plodu či zvýšený výskyt alergií u potomků žen užívající HTP v těhotenství (Hosokawa et al., 2022; Zaitso et al., 2022).

PRAKTICKÁ ČÁST

6. Metodika výzkumu

6.1. Cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je zmapovat vzorce užívání zahřívaných tabákových výrobků u vybraných žen v dospělé populaci uživatelů tabáku v ČR.

Díličními cíli výzkumu je popsat charakter užívání zahřívaných tabákových výrobků (zejména co se týče typu produktu a náplní, frekvence a délky užívání, množství užitých tabákových náplní za den, a způsob čištění a údržby zařízení). Dále zjistit, co motivovalo uživatelky k přechodu na zahřívané tabákové výrobky. A jaké jsou typické situace, kdy ženy zařízení používají.

6.2. Výzkumné otázky

1. Jaký je charakter užívání zahřívaných tabákových výrobků mezi ženami? (typ produktu a náplní, frekvence a délka užívání, množství tabákových náplní za den, a způsob čištění a údržby zařízení)
2. Jaká byla pro uživatelky motivace k přechodu na zahřívané tabákové výrobky?
3. Jaké jsou typické situace, kdy je zařízení ženami užíváno?
4. Jaké trendy v oblasti zahřívaných tabákových výrobků uživatelky sledují?
5. Jaké vnímají uživatelky výhody a nevýhody užívání zahřívaného tabáku?

6.3. Výzkumný soubor

Základní soubor tvoří ženy, současné uživatelky zahřívaných tabákových výrobků v ČR. Dle Národního výzkumu užívání tabáku a alkoholu v ČR, který každoročně vydává Státní zdravotní ústav, jde o 6,6 % žen ve věku 15-65 let. Z toho 3,3 % žen užívá tyto produkty denně (Csémy et al., 2022). Toto jsou data za rok 2021, z kterých bylo vycházeno na počátku výzkumu. V průběhu zpracování práce vyšla aktuální verze studie, jejíž výsledky jsou uvedeny v teoretické části práce.

Výběrový soubor tvoří uživatelky zahřívaných tabákových výrobků rekrutované dle stanovených **výběrových kritérií**:

- Žena
- České občanství
- Věk 18-35 let
- Aktuální užívání zahřívaných tabákových výrobků
- Neužívání zároveň jiných tabákových výrobků
- Souhlas s účastí ve výzkumu

Výzkum je soustředěn na ženy kolem věku mladé dospělosti ve věkovém rozmezí 18-35 let. Zvoleno tak bylo z důvodu vysoké míry užívání zahřívání tabáku v této věkové kategorii. Csémy et al. (2022) uvádí, že nejčastěji zahřívání tabákové produkty užívají respondenti ve věku 15-24 (12,1 %) a 25-44 (9,6 %) let. Dále je předpoklad, že mladší ženy budou mít spíše přístup k sociálním sítím a budou sledovat nové trendy v rámci užívání zahřívání tabáku, což je přínosné pro rozvíjení tématu práce. Sociální sítě hrají důležitou roli v životě dnešních mladých lidí. Jak již bylo uvedeno, influenceři jsou důležité vzory, které formují chování mladých, včetně kuřáckých návyků (Hejlová et al., 2019). K výběru výzkumného souboru byla využita metoda **prostého záměrného (účelového) výběru**, která spočívá ve výběru účastníků na základě předem stanovených kritérií a souhlasu s účastí ve výzkumu. Tato metoda byla zvolena pro předpoklad, že výběrový soubor nebude příliš velký a k respondentkám je možné se snadno dostat v blízkém okolí či na základě kontaktu přes sociální sítě (Miovský, 2006). První respondentka byla volena ze známých lidí v blízkém okolí. Byly osloveny ženy, známé tazatelce, které splňovaly výběrová kritéria. Další respondentky byly osloveny prostřednictvím sociálních sítí (Facebook, Instagram). Kandidátky na sociálních sítích byly vybrány pomocí označení hashtagy např. #iqos či #glo nebo na základě příspěvku či komentáře na stránce konkrétního zahřívání tabákového výrobku. Tato první vlna respondentek byla oslovena s prosbou, zda znají další ženy, které užívají zahřívání tabák a splňují výběrová kritéria. Byla tedy využita také **metoda sněhové koule**, která je oblíbenou metodou používanou v kvalitativním výzkumu. Funguje tak, že již dotazovaní jedinci slouží jako zprostředkovatelé dalších kontaktů, a doporučí tak další osoby k provedení rozhovoru (Hendl, 2016).

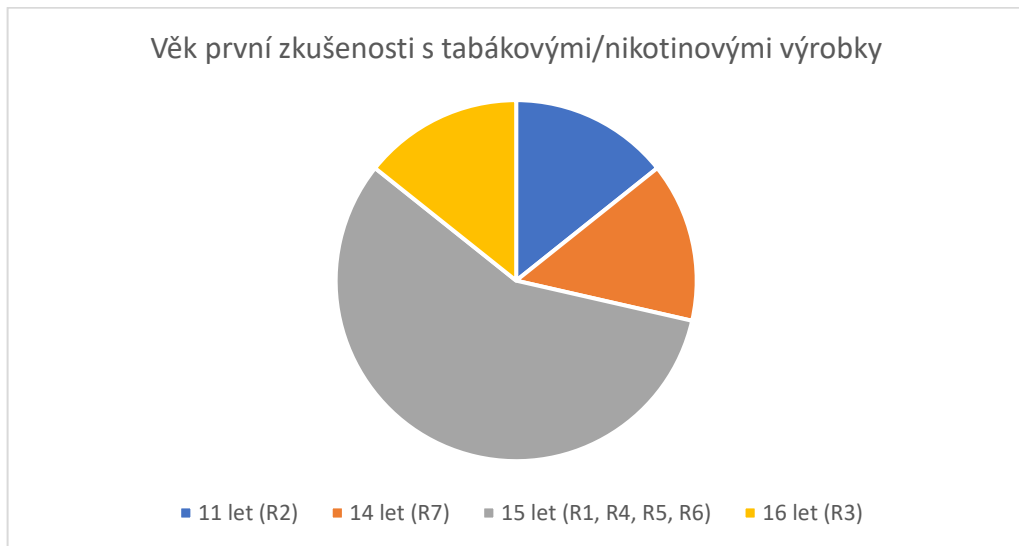
Mišovič (2019) uvádí že tvorba vzorku je dokončena v případě teoretické nasycenosti. Vzorek nemusí být obsáhlý, ale musíme jej dobře zvolit. Zpravidla se jedná o několik až několik desítek respondentů. Počet respondentek ve výběrovém souboru se odvíjel od nasycenosti (saturace) dat. Tedy situace kdy se odpovědi opakují a nepřináší nic nového (Miovský, 2006). Výsledný soubor čítá 7 respondentek s věkovým průměrem 25,7 let. Nejmladší účastnice měla 21 let a nejstarší 34 let. Nejvyšší dosažené vzdělání účastnic bylo různé. Jedna z respondentek uvedla základní vzdělání, jedna střední s výučním listem, tři střední s maturitou a dvě vysokoškolské.

Tabulka č. 1: Věkové složení a nejvyšší dosažené vzdělání respondentek

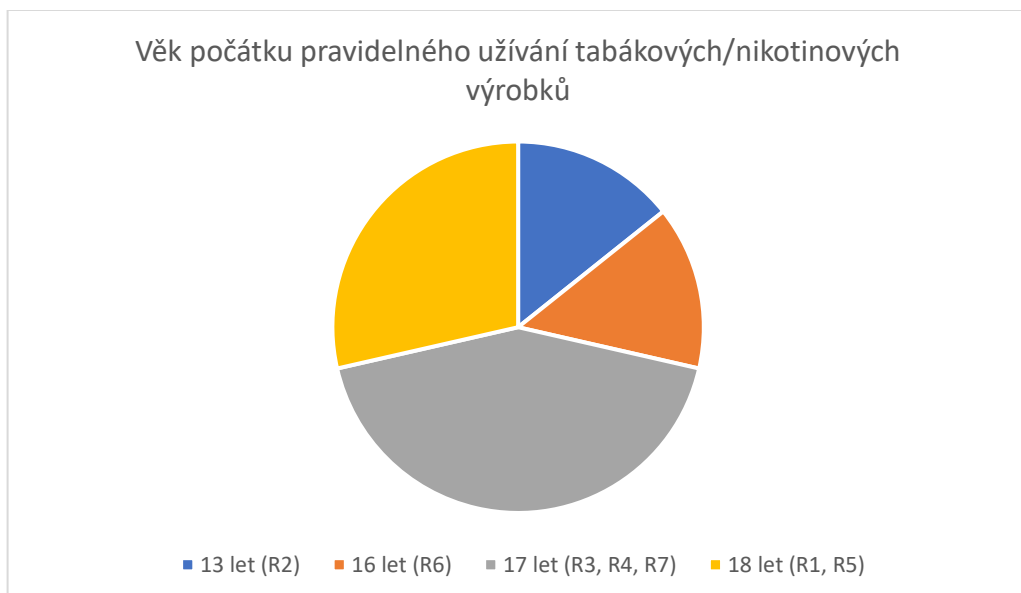
Respondentka	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
Věk	27	30	21	24	27	34	26
Nejvyšší dosažené vzdělání	VŠ	ZŠ	SOU	SŠ	SŠ	SŠ	VŠ

Co se týče věku první zkušenosti s užitím tabákového či nikotinového produktu, uvedly respondentky nejčastěji věk 15 let. Zpravidla šlo o experimenty s kouřením cigaret ve skupině vrstevníků. Pravidelně začínaly respondentky s užíváním tabákových či nikotinových produktů nejčastěji ve věku 17-18 let. Věk první zkušenosti a počátku pravidelného užívání je blíže specifikováno v grafu č. 2 a 3 (viz níže).

Graf č. 2: Věk první zkušenosti s tabákovými/nikotinovými výrobky u konkrétních respondentek



Graf č. 3: Věk počátku pravidelného užívání tabákových/nikotinových výrobků u konkrétních respondentek



6.4. Metody tvorby dat

Výzkum byl proveden kvalitativní metodou pro možnost zkoumat jev do hloubky a vyložit z něj co nejvíce poznatků (Švaříček & Šedová, 2014). Ke sběru dat byl využit soubor nástrojů. V prvním kroku byly respondentkám předloženy **informace pro účastníka** (viz. Příloha č. 3) a **informovaný souhlas** (viz. Příloha č. 4). Dále byly účastnice dotazovány na věk, nejvyšší dosažené vzdělání a základní kuřáckou anamnézu. Tyto informace byly zaznamenány do **záznamového archu** (viz. Příloha č. 5) na počátku interview s respondentkou. Souhlas s účastí ve výzkumu byl nahrán v audiozáznamu před zahájením následného interview.

Dalším nástrojem sběru dat tvořil **polostrukturovaný rozhovor** (viz. Příloha č. 6). Jeho hlavní charakteristikou jsou připravené otázky s tzv. jádrem rozhovoru. Tvoří jej otázky, které se v rámci rozhovoru musí probrat, zároveň připomíná stav rozhovoru a jeho časový průběh. Tato metoda byla zvolena především z důvodu její flexibility, kdy je možné předpřipravené otázky v průběhu rozhovoru doplňovat dalšími otázkami a tématy k vhodnému rozšíření původního záměru (Mišovič, 2019). Má tu výhodu, že kombinuje nestrukturované a strukturované interview a využívá jejich výhod. Příliš mnoho nevýhod nemá, ale nějaké přece jen ano. Může se například stát, že tazatel nedodrží strukturu rozhovoru a bude se doptávat na otázky, které nejsou relevantní k výzkumným cílům a otázkám (Mioviský, 2006). Rozhovory probíhaly formou osobního setkání na příjemném, nerušeném místě (např. klidná část parku či kavárny) nebo online přes platformu MS Teams. Pomocí diktafonu v mobilním telefonu byl pořízen audiozáznam rozhovoru, který sloužil pouze pro účel analýzy dat. Po provedení analýzy byl audiozáznam rozhovoru smazán.

Samotný rozhovor je třeba, pro zvýšení jeho kvality, doplnit také pozorováním (Mioviský, 2006). V průběhu rozhovorů byl kladen důraz na to, jak se respondentka projevuje (např. řeč těla, emoce), a zároveň reflektovány pocity a dojmy z průběhu rozhovoru. Do vyhrazeného deníku byly zapisovány poznámky z pozorování, ke kterým bylo přihlíženo při zpracování dat a tvorbě výsledků práce.

Na počátku výzkumu byly provedeny dva pilotní rozhovory s respondentkami v blízkém okolí tazatelky, které splňovaly výběrová kritéria. Bylo tak učiněno pro ověření osnovy rozhovoru a zkoušky časového rozmezí rozhovorů. Došlo k upravení původní struktury rozhovoru. Některé otázky byly přeformulovány, aby byly srozumitelnější a příjemnější (např. otázka č. 2 byla z původního: „*Co pro vás bylo motivem k přechodu na zahřívání tabák?*“ změněna na: „*Díky čemu jste se rozhodla, že začnete užívat zahřívání tabák? Co vás motivovalo?*“). Některé otázky, které v rozhovoru chyběly byly naopak doplněny (např. otázka č. 11: „*Jak dlouho přibližně trvá, než jednu náplň vykouříte?*“). Každý z rozhovorů trval okolo 45 minut (nejkratší 42 minut a nejdelší 55 minut).

6.5. Metody analýzy dat

Pro potřeby analýzy dat bylo třeba rozhovory převést z audiozáznamu do textové podoby - proces označovaný jako tzv. transkripce. Bylo využito **plné (doslovné) transkripce** s tzv. **redukcí prvního řádu**. Jedná se o doslovný přepis textu s jeho úpravou do plynulejší podoby. Vynechává se zde slovní vata, tzn. nadbytečné zvuky, výrazy a jiné nepotřebné pasáže (Miovský, 2006). Data byla při přepisu anonymizována. Znamená to, že nebyla uváděna žádná konkrétní jména, názvy a osobní informace nepotřebné pro práci.

Pro rozbor dat bylo zvoleno použití **tematické analýzy**. Tato metoda slouží k určení, analýze a interpretaci vzorců (témat) uvnitř dat. Identifikovaná témata slouží poté jako odpovědi na výzkumné otázky a tvoří výsledky výzkumu. Zamýšlíme se nad tím, co počítáme jako téma. Mělo by v datech zachytit důležité informace, které se vztahují k výzkumným otázkám a podat odpověď ve formě určitého vzorce či významu. Tematická analýza byla zvolena především pro její flexibilitu a nevázanost na výslednou tvorbu teorie (Braun & Clarke, 2006).

Braun a Clarke (2006) dělí postup tematické analýzy do **šesti hlavních kroků**:

1. Seznámení se s daty – převedení dat do vhodné podoby, jejich pročitání a hledání významů
2. Generování počátečních kroků – identifikace základních zajímavých rysů a vzorců (kódů)
3. Hledání témat – přezkoumávání kódů a řazení jich do potencionálních témat
4. Přezkoumání témat – znovu pročtení textu a zhodnocení kvality jednotlivých kódů a témat
5. Definování a pojmenování témat – definování témat a určení vztahů mezi nimi
6. Podání zprávy – sepsání závěru analýzy o konečných zjištěních

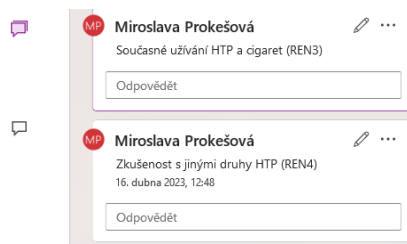
V prvním kroku analýzy došlo k testování jejího postupu. Analýza byla otestována na prvním z pilotních rozhovorů, pro ověření její funkčnosti. V analýze dat bylo v této práci postupováno následovně. Audiozáznam každého rozhovoru byl pomocí plné (doslovné) transkripce za pomoci redukce prvního řádu přepsán do souboru v programu MS Word. Transkript byl důkladně pročten s vyhledáváním prvních témat a vzorců. Ohled byl brán na opakující se a zajímavé vzorce (kódy). V průběhu pročitání byly kódy postupně označovány pomocí funkce *komentáře* v MS Word. Níže je přiložena ukázka části přepisu rozhovoru a zaznačených kódů (viz. Obrázek č. 17).

Obrázek č. 17 : Ukázka tvorby počátečních kódů (rozhovor R1)

R: „Ano, 2 roky užívám jen iqos. Poprvé jsem to zkusila před 4 rokama na takové promo akci, kde jsem to dostala na zkoušku. Pak jsem ještě dva roky k tomu kouřila i cigarety, ale teď dva roky jen ten iqos.“

T: „A kromě iqosu jsi někdy užívala i jiný zahříváný tabák? Třeba glo apod.“

R: „Nene. Vždycky jenom iqos.“



Po označení prvotních kódů byl celý text a poznámky ještě jednou pročteny. Je doporučeno tento krok nevynechat a opravdu text znovu projít a pročíst, i když by to k vynechání mohlo svádět (Braun & Clarke, 2006). Po opakovaném pročtení došlo k přeformulování některých kódů, odstraněny či vytvořeny kódy nové. V komentářích byly kódy opatřeny názvy pro lepší přehlednost, aby se k nim dalo v přepisu rozhovoru jednoduše vrátit. Název kódu byl tvořen dle prvních třech písmen smyšleného jména respondentky a kódy byly očíslovány (např. respondentka R1 Renata -REN1, REN2 atd.). Následně došlo k systematizaci kódů pod sebe do tabulky v MS Word a jednotlivé respondentky byly pro lepší přehlednost barevně odlišeny (viz. Obrázek č. 18).

Obrázek č. 18: Ukázka systematizace kódů do tabulky

„Pak jsem ještě dva roky k tomu kouřila i cigarety, ale teď dva roky jen ten iqos.“ REN3 „...ale ještě chvílku jsem zároveň kouřila cigarety. Asi půl roku.“ SIM2	Současné užívání HTP a cigaret
T: „A kromě iqosu jsi někdy užívala i jiný zahřívaný tabák? Třeba glo apod.“ R: „Nene. Vždycky jenom iqos.“ REN4 „Když jsem žila ještě v Anglii, tak jsem kouřila i Iqos chvíli.“ KLA3 „Ještě jako úplně první jsem měla to glo.“ NEL16 „Kamarádka mi ukázala iqos, který jsem od ní vyzkoušela. Tak jsem si pak koupila svůj, takovej ten vyklápěcí model. A asi před rokem jsem skrz nějakou akci v trafice koupila to Glo a už jsem u toho zůstala.“ SIM3	Zkušenost s jinými druhy HTP

Další krok se zaměřoval již na vzniklé kódy a byla započata tvorba témat. Prvotně spíše subtémat. Související kódy byly nejprve barevně odlišeny a strukturovány dle společného významu pod sebe. Následně z nich vznikala obecnější subtémata. Rozhovor a vytvořená prozatímní témata byla znovu pročtena a došlo ke zhodnocení jejich adekvátního určení. Některá subtémata byla přeskupena. Po dokončení kódování všech rozhovorů byly kódy systematizovány do jedné společné tabulky. Na základě vzniklých subtémat byla určena výsledná témata, která odpovídají výzkumnému cíli a výzkumným otázkám. Na jejich základě byly tvořeny výsledky výzkumu. Ukázka subtémat a výsledných témat je uvedena v následující tabulce (viz. tabulka č. 2).

Tabulka č. 2: Subtémata a výsledná témata analýzy

KÓD	SUBTÉMA	TÉMA
První zkušenost s HTP	První zkušenost	Začátky užívání zahřívaného tabáku
Přechod z cigaret na HTP	Přechod z cigaret na zahřívaný tabák	
Současné užívání HTP a cigaret		
Změna rituálů s přechodem z cigaret na HTP		
Změna návyků s přechodem z cigaret na HTP		

Motivace k přechodu z cigaret na HTP	Zápach	Motivace přechodu na zahřívání tabák
	Vzhled zařízení	
	Zdraví	
	Vliv okolí	
Druh zařízení Barva zařízení Zkušenost s jinými druhy HTP	Typ produktu	Charakter užívání zahřívání tabákových výrobků
Délka užívání pouze HTP Frekvence užívání HTP během typického dne	Délka a frekvence užívání	
Druh náplně zařízení Počet náplní na jedno nabití Počet náplní v typickém dni Doba vykouření jedné náplně	Náplně zařízení	
Čištění zařízení Frekvence čištění zařízení Poruchy zařízení	Čištění a údržba zařízení	
Užívání HTP v běžném pracovním dnu Užívání HTP o víkendu	Běžný pracovní den vs. víkend	
Užívání HTP v práci Užívání HTP a kolegové v práci Pravidla kouření v zaměstnání	V práci	Typické situace užívání zahřívání tabáku
Užívání HTP při čekání na autobus Užívání HTP na procházkách Užívání HTP venku s přáteli	Venku	
Užívání HTP doma	Doma	
Užívání HTP v autě	V autě	
Užívání HTP s alkoholem Užívání HTP s kávou Užívání HTP po jídle	S jídlem a pitím	
Užívání HTP před spaním	Spánek	

Užívání HTP pro pocit uvolnění Užívání HTP a stres	Ve stresu	
HTP a sociální sítě HTP a eventy HTP a reklama HTP a benefity	Propagace a reklama	Trendy v užívání zahříváných tabákových výrobků
Doplňky k zařízením	Doplňky	
Pohled společnosti na kouření cigaret vs. HTP Pohled na ženy kouřící cigarety vs. HTP	Pohled na lidi užívající cigarety vs. zahříváný tabák	
Výhody užívání ZT	Výhody	Výhody a nevýhody užívání zahříváného tabáku
Nevýhody užívání ZT	Nevýhody	

VÝSLEDNÁ TÉMATA (PŘEHLED):

Začátky užívání zahříváného tabáku

Motivace přechodu na zahříváný tabák

Charakter užívání zahříváných tabákových výrobků

Typické situace užívání zahříváného tabáku

Trendy v užívání zahříváných tabákových výrobků

Výhody a nevýhody užívání zahříváného tabáku

Braun a Clarke (2006) uvádí dva přístupy k tematické analýze. Prvním z nich je **teoretický** přístup, kdy je výzkumná otázka stanovena předem a od ní se odvíjí data. Při druhém přístupu, **induktivním**, výzkumná otázka vykristalizuje až během analýzy dat. V analýze byly využity oba přístupy. Tři výsledná témata vznikla na základě předem stanovených výzkumných otázek. Jde o motivaci k přechodu, charakter užívání a typické situace. Další dvě výzkumné otázky byly doplněny dle výsledků analýzy, a to trendy v užívání (*Jaké trendy v oblasti zahříváných tabákových výrobků uživatelky sledují?*), výhody a nevýhody (*Jaké vnímají uživatelky výhody a nevýhody užívání zahříváného tabáku?*).

6.6. Kontrola validity

Při kontrole validity byla využita metoda triangulace zdrojů dat z polostrukturovaného rozhovoru a pozorování. Také triangulace analyzantů s asistencí vedoucího diplomové práce pro ověření dat různými osobami. Validitu může ohrozit zkreslení způsobené badatelem vlastní zaujatostí určitými jevy, vliv badatele na studované prostředí a

nedostatečná sebereflexe. Validitu může narušit také zaměření badatele pouze na odlišnosti a přehlédnutí podobností a souvislostí s jinými jevy, či důraz na vnitřní zkušenost a zanedbání širšího kontextu. Holistické zkreslení hrozí při výkladu událostí jako strukturovanějších a souladnějších, než jsou ve skutečnosti, a zkreslení elitou může nastat při kladení důrazu na data od dobře informovaných a výřečných respondentů (Čermák & Štěpaníková, 1998).

6.7. Etika výzkumu

Je třeba, aby byli všichni účastníci výzkumu seznámeni s účelem sběru dat, účelem jejich použití a způsobem ochrany jejich osobních dat. Nesmí dojít k jakékoliv újmě duševní, zdravotní, hmotné aj. Respondentky před zahájením rozhovorů dostaly k pročetí informace pro účastníka výzkumu a informovaný souhlas s účastí ve výzkumu, který zaručuje ochranu jejich práv a soukromí. Je zde také informace o dobrovolnosti účastnit se výzkumu. Souhlas byl udělen ústně a zaznamenán v audiozáznamu na počátku každého rozhovoru. Aby byla zajištěna ochrana soukromí a osobních údajů respondentů musí být zachována mlčenlivost a důvěrnost informací. Je třeba používat pouze nezbytně nutná data pro uskutečnění výzkumu. Respondentky jsou, pro zachování anonymity, označeny numerickými kódy (R1, R2 atd.). Ohled byl brán na aktuální fyzický a psychický stav respondentů při realizaci rozhovorů (Miovský, 2006).

Práce byla schválena Etickou komisí pro posuzování studentských závěrečných prací Kliniky adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze s č.j. EKSKAD-017/2023.

7. Výsledky výzkumu

Výsledky jsou prezentovány dle výzkumných otázek. Vyplynají z analýzy této kvalitativní studie. Na úvod jsou navíc popsány začátky užívání zahřívaného tabáku, tedy jak se respondentky k užívání dostaly, a jaký pro ně byl přechod z užívání klasických cigaret na zahřívaný tabák.

7.1. Začátky užívání zahřívaného tabáku

První zkušenost se zahřívaným tabákem

Seznámení se zahřívaným tabákem probíhalo u respondentek většinou od někoho v blízkém okolí. Pět respondentek se o zahřívaném tabáku dozvědělo od kamarádů či spolužáků, jedna respondentka od kolegyně v práci a jedna od přítele.

„Poprvé úplně jsem zkusila IQOS od partnera a říkala si, že si koupím svoje. Pak byla nějaká akce v trafice na to Glo. To jsem měla prvně, ale po měsíci asi jsem si koupila svůj IQOS.“ (R4)

Na základě zkušenosti z okolí se rozhodovaly o koupi vlastního zařízení. Tři respondentky si své první zařízení pořídily ve výhodné akci v trafice, jedna je koupila v e-shopu a jedna z respondentek zařízení dostala jako dárek od svého partnera. Dvě respondentky využily promo akce přímo na IQOS stánku, kde si zařízení vypůjčily na zkoušku. Obě uvádí, že si zařízení okamžitě oblíbily a měly jasno, že si pořídí své vlastní.

„Já si pamatuju, že když jsem dostala ten první IQOS do ruky na zkoušku, tak jsem si připadala jako úplně wau, toto je strop, já už nechci nikdy nic jiného. Mám z toho asi fakt jako dobrou zážitek. Hlavně to tady na vesnici ještě nikdo v té době neměl, tak jsem byla za královnu.“ (R1)

Tři respondentky v průběhu užívání zahřívaného tabáku změnilly značku zařízení. Většinou tak učinily z důvodu akční nabídky na čerpací stanici či v trafice. Jedna respondentka značku zařízení změnila na popud sociálního okolí. Respondentka R2 si poprvé pořídila IQOS, když žila v zahraničí. Po návratu do ČR se na chvíli vrátila k užívání klasických cigaret. Poté však přešla opět k užívání zahřívaného tabáku a v rámci výhodné akce na čerpací stanici si pořídila Glo. Respondentka R4 si jako první koupila Glo, protože na zařízení byla akce v trafice. Většina lidí v jejím blízkém okolí ale užívala IQOS, proto značku zařízení také změnila. Respondentka R6 si na popud kamarádky pořídila nejprve zařízení IQOS. Asi rok zpět si v rámci akční nabídky v trafice pořídila zařízení Glo.

Přechod z cigaret na zahřívaný tabák

Většina respondentek uvádí, že jim přechod z cigaret na zahřívaný tabák nečinil větší obtíže. Čtyři z nich přešly na zahřívaný tabák ze dne na den a další cigaretu si od té doby nezapálily.

Dvě se ke kouření cigaret na nějakou dobu vrátily. Pouze jedna respondentka zmiňuje větší obtíže přechodu z užívání cigaret na zahřívaný tabák.

Respondentka R1 poprvé IQOS vyzkoušela na promo akci, kdy si zařízení vypůjčila na zkoušku. Následně si pořídila vlastní zařízení, ale ještě dva roky kouřila zároveň i cigarety. Uvádí, že tak činila především kvůli snadnější dostupnosti cigaret. Respondentka R2 vyzkoušela IQOS poprvé asi před třemi lety, když žila v zahraničí. Po návratu do ČR kouřila pár měsíců klasické cigarety, protože její oblíbená varianta náplní Heets zde nebyla dostupná. S kouřením cigaret však chtěla přestat, proto asi před rokem vyzkoušela zařízení Glo a už u něj zůstala. Respondentka R6 začala užívat zahřívaný tabák před třemi lety. Přechod z cigaret pro ni nebyl jednoduchý, proto prvního půl roku k zahřívanému tabáku kouřila i cigarety.

„No nešlo to hned, ten první půl rok jsem si do toho ještě zapálila. Ten pocit nebyl stejný jako u cigaret. Bez toho kouře to bylo takový divný, a to držení mezi prstama...na to jsem si musela zvyknout, že to tam není. I když mě vadilo, jak ty cigarety smrdí, tak pocitově bylo těžký si na to zvyknout“ (R6)

Respondentka R4 přešla na užívání zahřívaného tabáku ze dne na den, asi tři a půl roku zpět. Od té doby si další cigaretu nezapálila. Potíže s přechodem na zahřívaný tabák neměla ani respondentka R3, která IQOS vyzkoušela poprvé před dvěma lety v rámci promo akce. Respondentka R5 se rozhodla přejít na užívání IQOS před rokem a půl, zároveň se svým partnerem. Zvykla si hned a cigarety jí nechyběly. Respondentka R7 užívá Glo jeden rok. Přechod z cigaret jí nedělal žádné obtíže.

„Jako v pohodě. Ani mně cigarety nechybí. Bylo mně to jedno. Neplánovala jsem to. Prostě jsme se s přítelem jednou rozhodli, že si to koupíme a skončili jsme s těma cigaretama.“ (R5)

7.2. Výzkumná otázka 1

Jaký je charakter užívání zahřívaných tabákových výrobků mezi ženami? Tato otázka je zaměřena na to, jaký typ produktu respondentky aktuálně používají. Jakou značku a konkrétní typ zařízení. Jak dlouho zahřívaný tabák užívají. Jak často jej užívají v typickém dni a kolik náplní za den průměrně spotřebují. Zaměřuje se také na údržbu zařízení, tedy jak často a jakým způsobem respondentky zařízení čistí.

Typ produktu

Do výzkumu se podařilo rekrutovat uživatelky zařízení IQOS a Glo. Jiné značky zařízení se ve vzorku nevyskytují. Může to znamenat, že jiná zařízení zahřívaného tabáku nejsou tak rozšířená nebo nebyla identifikována tazatelkou. V době provádění výzkumu bylo na trhu dostupné nejnovější zařízení IQOS Iluma a Glo™ Hyper X2. V průběhu zpracování výsledků přibyl na českém trhu nový model Glo™ Hyper X2 AIR a zařízení Ploom X, které do této studie nebyly zahrnuty.

Čtyři respondentky momentálně používají zařízení IQOS a tři z dotazovaných používají zařízení Glo. Respondentky R1 a R5 vlastní starší verzi IQOS 3. Respondentky R3 a R4 si pořídily novější model IQOS Iluma. Respondentky R2, R6 a R7 používaly všechny, v době provádění rozhovoru, nejnovější Glo™ Hyper X2.

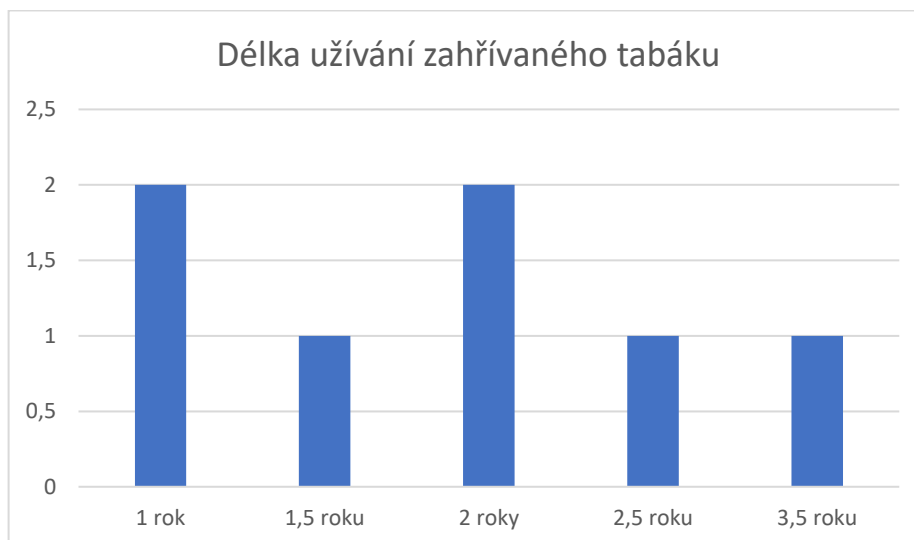
Tabulka č. 3: Druh a barva zařízení zahřívaného tabáku

Respondentka	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
Druh zařízení	IQOS 3	Glo™ Hyper X2	IQOS Iluma	IQOS Iluma	IQOS 3	Glo™ Hyper X2	Glo™ Hyper X2
Barva zařízení	Černá	Bílo/zlatá	Modrá	červená	Zlatá	Černá	Bílo/zlatá

Délka a frekvence užívání

Všechny respondentky užívají zahřívaný tabák po dobu jednoho roku a déle. Jsou každodenními uživatelkami. Zároveň v současné době neužívají jiné tabákové či nikotinové výrobky a jsou bývalými uživatelkami zápalných cigaret. Nejkratší doba užívání zahřívaného tabáku je jeden rok a nejdelší tři a půl roku. Tato délka znamená pouze období, kdy respondentky užívají výhradně zahřívaný tabák bez přerušení. Průměrná délka užívání zahřívaných tabákových výrobků činí přibližně necelé dva roky. Respondentky R2 a R7 užívají zahřívaný tabák jeden rok, respondentka R5 rok a půl, respondentky R1 a R3 dva roky, respondentka R6 dva a půl roku a respondentka R4 tři a půl roku.

Graf č. 4: Délka užívání výhradně zahřívaného tabáku



Jak často v průběhu dne respondentky zařízení užívají se může měnit v závislosti na situaci. Typické situace a specifika jejich užívání jsou blíže rozebrány v kapitole 7.4. Zde se zaměříme na průměrnou frekvenci užívání zařízení a množství spotřebovaných náplní.

Průměrná frekvence, tedy kolikrát respondentky v běžném dni zařízení užívají, se pohybuje v rozmezí 4-6 užití. Čtyři respondentky (R1, R2, R4 a R6) zmiňují, že zařízení užívají 5-6x denně. Dvě respondentky (R3 a R5) 6x denně a jedna respondentka (R7) 4-5x denně.

Respondentky byly dotazovány také na množství náplní užitých na jedno nabití zařízení a dobu vykouření jedné náplně. Pouze jednu náplň na jedno nabití užívají tři respondentky (R2, R5 a R7). Další tři respondentky (R3, R4 a R6) užívají na jedno nabití jednu až dvě náplně, podle situace. Jedna z respondentek (R1) užívá pravidelně dvě náplně na jedno nabití. Doba vykouření jedné náplně vychází průměrně na 2-6 minut.

„Podle situace. Stane se mi, že si na to jedno nabití dám i dvě, ale to není pravidelně. Většinou tu jednu náplň.“ (R6)

Dle počtu vychází, že respondentky užívají 4-12 náplní denně. Respondentka R7 průměrně 4-5 náplní, respondentky R2 a R5 5-6. Respondentky R1 a R6 odhadují, že užívají 8-10 náplní za den. Respondentky R3 a R4 6-12 náplní podle toho, jaký mají den a momentální situace. Respondentka R4 zmiňuje, že se jí výjimečně stane, že v průběhu dne vykouří i celou jednu krabičku.

Náplně zařízení

Náplně používané do zařízení zahřívaného tabáku jsou dostupné v různých variantách. Do starších zařízení IQOS jsou určeny náplně Heets, do novějších IQOS zařízení (Iluma) náplně Terea. Do zařízení Glo jsou k dispozici náplně Neo™ Sticks.

Dle výsledků studie užívají všechny respondentky skoro výhradně mentolové varianty náplní. V začátku užívání HTP zkoušely také varianty s příchutí tabáku či ovoce, ale zůstaly u mentolu. Z rozhovorů s respondentkami je zřejmé, že jejich velká část užívala v minulosti klasické cigarety s příchutí borůvky či mentolu. Prodej mentolových cigaret byl oficiálně zakázán v první polovině roku 2020. Tudíž HTP náplně s příchutí mentolu může být varianta, kterou respondentky nahradily zakázané mentolové cigarety. Některé respondentky tento fenomén v průběhu rozhovorů přímo zmínily.

„Já jsem byla odchovaná ještě na mentolových praskacích cigaretách (smích) a to mě asi zůstalo, takže i ty náplně kupuju teď mentolový. Zkoušela jsem ještě ty klasický tabákový a borůvku myslím, ale to mě moc nechytlo. Hlavně ty tabákový jsou otrěsný.“ (R6)

T: *„Ty cigarety s příchutí se už neprodávají. Je i to něco, co vás na Glo láká.“*

R: *„Rozhodně předtím jako kuřák bych ocenila, když by ty ochucené cigarety ještě byly.“ (R2)*

Respondentky R1 a R5 používají náplně Heets v mentolové variantě (Heets Turquoise Selection). Jedna z dotazovaných (R1) dříve zkoušela také variantu s příchutí lesních plodů (Heets Mauve Wave) a respondentka R5 má zkušenost s testovací krabičkou více variant Heets. Respondentky R3 a R4 kupují náplně Terea. Primárně užívají mentolovou variantu, Respondentka R3 jemnější (Terea Turquoise) a respondentka R4 intenzivnější (Terea Blue). Jedna z dotazových (R3) vyzkoušela také náplně s tóny borůvek (Terea Mauve Wave) či tóny citrusů (Terea Willow). Respondentka R4 zpočátku užívala také klasickou tabákovou variantu (Terea Sienna) nebo variantu náplní s tóny malin (Terea Ruby Fuse). Respondentky R6 a R7 užívají mentolovou variantu Neo™ Sticks (Neo™ Bright Green Click). Obě zkoušely také klasickou tabákovou příchutí (Neo™ Classic Tobacco). Respondentka R6 také příchutí borůvky (Neo™ Purple Splash) a dotazovaná R7 variantu s lesními plody (Neo™ Purple Click) nebo mátou (Neo™ Arctic Click). Respondentka R2 jako jediná užívá ovocné náplně pravidelně. Vybírá mezi variantou s příchutí borůvky (Neo™ Purple Splash), lesních plodů (Neo™ Purple Click) či mentolu (Neo™ Bright Green Click).

Tabulka č. 4: Druhy užívaných náplní do zařízení zahřívání tabáku

Respondentka	Druh náplně
R1 (Renata)	Heets (mentol) – zkoušela lesní plody
R2 (Klaudie)	Neo™ Sticks (borůvka, lesní plody, mentol)
R3 (Zuzana)	Terea (mentol) – zkoušela borůvku a citrus
R4 (Nela)	Terea (mentol) – zkoušela tabák a malinu
R5 (Laura)	Heets (mentol) – zkoušela testovací krabičku příchutí
R6 (Simona)	Neo™ Sticks (mentol) – zkoušela borůvku a tabák
R7 (Kateřina)	Neo™ Sticks (mentol) – zkoušela lesní plody, mátu a tabák

Čištění a údržba zařízení

Výrobce zařízení Neo™ a starších modelů IQOS doporučuje zařízení pravidelně čistit, nejlépe po každých 20 použití. Výjimkou je IQOS Iluma, kterou díky indukčnímu systému nahřívání a uzavřené náplni, není třeba čistit. Základní příslušenství pro čištění zařízení je v obou případech součástí balení. Se zařízením Neo™ je dodáván čistící štěteček a k IQOS je určen čistič zbytků tabáku a tyčinka napuštěná lihem k dočištění okolí nahřívací čepele.

Všechny respondentky, ať už méně nebo více často, zařízení čistí. Tři respondentky (R2, R6 a R7), které užívají zařízení Neo™, k čištění používají přiložený štěteček. Respondentka R2 zařízení čistí 1-2x měsíčně, respondentka R6 1x týdně a respondentka R7 většinou každý den. Dvě respondentky, které vlastní zařízení IQOS 3 (R1 a R5) jej čistí za pomoci čističe zbytků tabáku a originální tyčinkou napuštěnou lihem. Respondentka R1 se čištění zařízení věnuje doma asi 1x za týden a jednou za tři měsíce dává zařízení k důkladnějšímu čištění na IQOS stánek. Respondentka R5 čistí IQOS nepravidelně jednou za pár měsíců doma. Dvě respondentky (R3 a R4) vlastní zařízení IQOS Iluma, které není třeba čistit.

„A když něco potřebuju, tak vyhledám nejbližší stánek IQOS, a tam si to nechám vyčistit nebo udělat diagnostiku, jestli je to ještě funkční a není potřeba to vyměnit. A vím, že dva roky zpátky, když jsem chodila ještě na vejšku, tak byla čistící středa nebo čtvrtek. Na tom stánku to ta paní rozebrala, napuštěným štětečkem v lihu to vyčistila, trošku to i nabila, celej ten boční kryt vyčistila a vrátila kompletně čistý zdarma.“ (R1)

7.3. Výzkumná otázka 2

Jaká byla pro uživatelky motivace k přechodu na zahříváné tabákové výrobky?

V následující kapitole je popsáno, co bylo pro respondentky motivací k přechodu z užívání klasických cigaret na zahříváný tabák. Kapitola je dle nejčastějších odpovědí rozdělena do čtyřech kategorií.

Zápach

Zápach cigaretového kouře zmiňují jako hlavní motivaci k přechodu na užívání HTP šest ze sedmi respondentek (R1, R2, R4, R5, R6 a R7). Postupem času jim začalo vadit, že jsou cítit kouřem ony i lidi a věci v okolí. Absence zápachu při užívání zahříváného tabáku byl u respondentek jednoznačně nejčastější motiv pro přestání s kouřením klasických cigaret. Jedna respondentka (R4) uvádí, že zápach cigaretového kouřen u ní vadil především jejímu partnerovi, který začal užívat IQOS první.

„Jednak mě lákalo určitě to, že to nesmrdí. Člověk z toho nesmrdí. Nějaký žlutý prsty a takový u toho nehrozí. A hlavně kvůli té práci jako. Mně strašně vadilo, že tím člověk smrdí.“ (R5)

„Tak nějak asi partner. On už nějakou chvíli IQOS místo cigaret užíval a navrhnul mně, jestli to nechci taky zkusit. Vadilo mu, že jsem kouřila cigarety. Už mu to smrdělo prostě.“ (R4)

Vliv okolí

Důležitou roli v přechodu z užívání cigaret na zahříváný tabák hrálo také sociální okolí respondentek. Tento faktor zmiňují celkem čtyři ze sedmi dotazovaných (R2, R3, R4 a R7). Často na zahříváný tabák přešly na popud kamarádky, kolegyně či partnera. Respondentku R3 přesvědčilo také to, že viděla na IQOS reklamu. Respondentka R2 začala o znovu užívání zahříváného tabáku uvažovat díky dceři. Respondentka R7 chtěla zvolit vhodnější variantu užívání tabáku kvůli roli učitelky.

„A taky kvůli dceři. My jsme teď sledovali nějakou pořad a tam byli kuřáci, jak je to strašně škodlivý, že vlastně umřou dřív ti lidi. A dcera začala plakat, že máma s tátou umřou.“ (R2)

„Kolegyně měla Glo. Tak jsem se o tom vlastně dozvěděla. Už jsem nechtěla kouřit cigarety, co jsem začala učit. Nechci, aby mě s tím děcka viděli a je to cítit hrozně.“ (R7)

Zdraví

Zdravotní důvody jako motiv přechodu z cigaret na zahříváný tabák hrály roli u třech respondentek (R2, R3 a R7). Nejčastěji zmínily potíže s kapacitou plic, a že se jim nyní v průběhu užívání HTP začalo lépe dýchat. Respondentka R2 sdělila, že jí v průběhu kouření cigaret občas pátilo v krku a motala se jí hlava po první ranní cigaretě. To již s užíváním HTP nezažívá. Respondentka R3 uvedla jako motivační faktor přechodu z cigaret na HTP potíže s astmatem.

Vzhled zařízení

Dvě respondentky (R1 a R6) zmínily jako důvod, proč přešly z cigaret na užívání zahřívaného tabáku také to, jak u kouření vypadají. Dle jejich sdělení působí na okolí lépe, když je vidí užívat zahřívaný tabák, než když by je někdo viděl kouřit cigaretu.

„Určitě ten zápach a celkově si myslím, že to vypadá a působí líp, než když tady stojím s cigárem a kouří se ze mě (smích).“ (R6)

7.4. Výzkumná otázka 3

Jaké jsou typické situace, kdy je zařízení ženami užíváno? Tato otázka je věnována typickým situacím, ve kterých respondentky užívají zahřívaný tabák. Je popsán případný rozdíl užívání v běžném pracovním dni a o víkendu. Dále bylo v rámci analýzy identifikováno sedm nejčastějších situací, v kterých respondentky zahřívané tabákové výrobky užívají.

Běžný pracovní den vs. víkend

Všech sedm respondentek bylo dotazováno na užívání zahřívaného tabáku v běžném pracovním dnu, a zda se užívání nějakým způsobem liší o víkendu. Dotaz byl pokládán pro zjištění, jak často, a v jakých situacích respondentky zahřívaný tabák užívají. Rozdíl v užívání o víkendu oproti běžnému pracovnímu dni uvádí pouze dvě respondentky (R1 a R6). Specifikem je snížení počtu užívaných náplní. Většinou proto, že mají o víkendu naplánované aktivity, u kterých si vzpomenou na cigaretu méně často. Respondentka R1 uvádí, že některý víkend užívá IQOS častěji v případě, že se setká u skleničky s přáteli.

„Když se jedná o víkend, tak o víkendu mě to třeba nenapadne přes den, protože jsem doma, něco dělám a nemám na to pomyslení. Ale zase je to kompenzovaný tím, že večer se jde třeba někam na drink. To vím, že když je dovolený kouřit vevnitř, tak i těch 5-10 za večer vykouřím.“ (R1)

„Když je víkend, tak to jich vykouřím i míň, protože to většinou něco s manželem a synem podnikáme a není tam tolik toho prostoru.“ (R6)

V práci

Jednou z typických situací, kdy respondentky zahřívaný tabák užívají, jsou pauzy v práci. Pravidelně v těchto pauzách užívají HTP tři z respondentek (R1, R3 a R6). Čtyři respondentky (R2, R4, R5 a R7) užívají HTP v pracovní době spíše výjimečně, protože jsou v práci v časové tísní a pauzu na cigaretu stihnou málokdy.

„Pak už tak osm hodin nekouřím, protože ta práce je taková, že jsem ráda, když stihnu pauzu na jídlo.“ (R4)

V některých případech hrají důležitou roli kolegové. Respondentka R1 uvádí, že v práci chodí na kuřácké pauzy výhradně s ostatními kolegy. Respondentka R7 většinou v pracovní době nekouří, výjimečně užívá zahřívaný tabák o přestávce s kolegyní. V žádném ze zaměstnání, které respondentky uvádí, nemají specifická pravidla pro užívání tabákových výrobků. Kromě vyhrazených prostor a zákazu kouření uvnitř, užívání tabáku jinak neomezují.

„Kolegové mají úplně ten stejnej model, takže když už tam stojíme, jeden dokouří a dává si druhou, tak spustí lavinovej efekt, že si ostatní dají hnedka taky.“ (R1)

Venku

Užívání zahřívaného tabáku venku uvedlo všech sedm respondentek. Nejčastěji se jedná o situace, kdy zařízení užívají před domem, před či po práci nebo v práci o pauze. Dále také na zahrádkách nebo před restaurací, když není povoleno užívání uvnitř. Dvě respondentky (R5 a R3) užívají HTP často venku s přáteli. Dvě respondentky (R1 a R3) zmínily užívání HTP při čekání nebo po cestě na MHD. Respondentka R5 také uvádí, že užívá zahřívaný tabák na procházkách se psem.

Doma

Užívání zahřívaného tabáku doma je pro některé respondentky nepřipustné, dalším z nich to nevadí. Pravidelně užívají HTP doma tři respondentky (R1, R4 a R7). Jedna respondentka (R5) uvedla, že v minulosti užívali IQOS doma s přítelem, ale krátce na to s tím přestali.

„A dejme tomu třeba dvě večer. Až mám takovou tu domácí pohodu, můžu si nalít skleničku vína a řeknu si, jo celej den mám už za sebou, tak teďka si můžu dát ten IQOS.“ (R1)

„Jednu dobu jsme to kouřili i s přítelem doma, ale už jsme s tím přestali. Je to nechutný. Nejde o to, že bych to cítila, ale o ten pocit že přece nebudeme kouřit doma.“ (R5)

V autě

Dvě respondentky (R4 a R6) užívají zahřívaný tabák typicky v autě po cestě do práce či z práce. Činí tak výhradně, když jedou v autě samy. V autě užívají především, když ví, že nestihnou pauzu před prací či v průběhu pracovní doby.

„No a když jedu domů, tak ještě v autě po cestě si jednu dám.“ (R6)

S jídlem a pitím

Čtyři respondentky (R1, R3, R5 a R7) mají užívání zahřívaného tabáku spojené s konzumací alkoholu. V tomto případě také často užijí více náplní. Užívání s alkoholem pro většinu z nich znamená rituál, kdy se setkají s přáteli a zrelaxují.

„Občas s kamarádkou posedět. Tak to si dám třeba ke kafi nebo ke skleničce večer, když jsme někde.“ (R7)

Užívání zahřívaného tabáku u pití kávy není výjimkou. Tento návyk si vybudovaly čtyři respondentky (R2, R3, R6 a R7). Respondentky R2 a R6 jsou navíc zvyklé s kávou užívat první ranní cigaretu.

„Tak já jsem zvyklá si dávat tu ranní cigaretu s kávou.“ (R6)

Tři respondentky (R2, R4 a R6) užívají pravidelně zahřívaný tabák po jídle. Zmiňují, že po jídle mají často chuť si zakouřit. Měly to stejně v minulosti, když kouřily klasické zápalné cigarety.

„Nebo po jídle. Po tom jídle je to takový, že to líp chutná jak kdyby.“ (R2)

„A pak po jídle to je taková situace, kdy mám na tu cigaretu chuť většinou.“ (R4)

Spánek

Ze všech sedmi respondentek uvádí dvě z nich (R2 a R6), že užívají zahřívaný tabák těsně před spaním. Respondentka R2 zmiňuje, že před spaním kouřila dříve i cigarety, a to jí vadilo. Od té doby, co užívá zahřívaný tabák, jí to tolik nevadí.

„Nebo ty cigarety před spaním. Před tím spaním ale to už byla často tak hnusná cigareta, že jsem si i říkala, proč musím kouřit tak pozdě večer. U toho Glo to nevadí tolik.“ (R2)

„Takže si většinou zajdu na jednu až ještě, než jdu spát.“ (R6)

Ve stresu

Čtyři ze sedmi respondentek (R1, R2, R3 a R7) sdělily, že užívají zahřívaný tabák často, když jsou ve stresu a potřebují se uvolnit. Nejčastěji stres přináší pracovní vytížení či hádky s blízkými.

„Záleží, jak moc z té práce mám nervy, a potřebuju se nějak uklidnit. Takže jak kdy.“ (R3)

„Určitě nějaké stresové situace, hádky doma třeba.“ (R2)

7.5. Výzkumná otázka 4

Jaké trendy v oblasti zahříváných tabákových výrobků uživatelky sledují? V této otázce jsou popsány trendy v užívání zahříváného tabáku, které se týkají propagace, reklamy a personalizace zařízení za pomoci různých doplňků. Navíc je také popsáno vnímání užívání zahříváného tabáku proti klasickým cigaretám respondentkami, které vyplynulo z analýzy.

Propagace a reklama

Tato část je členěna do čtyř podoblastí. V následujícím textu je popsáno, jak vnímají respondentky zahříváné tabákové výrobky na sociálních sítích, jestli se setkávají s reklamou na zahříváný tabák, a zda navštívily některou z veřejných akcí, kde byl zahříváný tabák propagován. V neposlední řadě bude zmíněno také využití různých benefitů a akčních nabídek zahříváných tabákových výrobků.

Sociálně sítě v určité míře používá všech sedm respondentek. Pouze tři z nich se zde setkaly s propagací zahříváného tabáku. Dvě respondentky (R3 a R7) viděly zařízení na zahříváný tabák na profilu u přátel či známých a jedna respondentka R4 se setkala s propagací zahříváného tabáku influencerky.

„Viděla jsem to u známého na Instagramu. U jednoho kolegy, co to začal kouřit.“ (R3)

„Jo, na Instagramu určitě různé influencerky třeba.../jméno influencerka/..., co mě teď napadá. Někdy propaguje snad cokoliv, co se dá kouřit (smích).“ (R4)

„Já to vidím u známých na Instagramu, že se s tím fotí. Občas mě to přijde trošku úlet.“ (R7)

Pokud se jedná o reklamu na zahříváný tabák setkávají se s ní respondentky, kromě sociálních sítí, v trafikách nebo na čerpacích stanicích. Marketing zahříváných tabákových produktů v trafikách je nejčastější a setkává se s ním všech sedm respondentek. Jedna respondentka se setkává s reklamou na internetu, když si dokupuje náplně přes e-shop.

„Většinou v té trafice, nějaké bannery. Nebo na internetu, když si dokupuju náplně přes e-shop, tak pak mi všude skáče reklama na IQOS.“ (R4)

„S nějakou reklamou se setkávám asi nejčastěji v trafice, kde si chodím kupovat ty náplně. Občas ještě na benzínce mě něco upoutá. Nějaká akce na zařízení nebo náplně třeba.“ (R6)

Respondentky byly dotazovány také, zda využívají některé z benefitů, které tabákové společnosti nabízí. Všechny uživatelky IQOS (R2, R3, R4 a R5) uvedly, že jsou zaregistrované v IQOS Clubu. Pravidelně však žádné výhody nevyužívají. Jednou či dvakrát si některá z respondentek v rámci akční nabídky pořídila nové zařízení či balení náplní. Uživatelky Glo™ (R2, R6 a R7) využijí některé výhodné nabídky výjimečně. Jedná se především o slevu na náplně Neo™ v trafikách.

„Sbírám body zatím, ale ještě jsem je nevyužila. Nic jsem si tam neobjednala. Maximálně teď tu Illumu se slevou a krabičkami náplní navíc, tak to bylo fajn.“ (R3)

„Jen, když je nějaká akce třeba 2+1 zdarma na Neo nebo něco podobného, ale jinak o ničem nevím.“ (R7)

Zmiňované veřejné akce (tzv. eventy) pořádané či sponzorované zahříváními tabákovými výrobky navštívily dvě respondentky (R1 a R7). Setkaly se zde se stánky daných značek zahřívajícího tabáku, kde bylo možné dokoupit si náplně či si nechat zařízení nabít či vyčistit.

„A co se týká tady těch eventů, tak jsem si všimla, že třeba ne festivalech mají většinou nějaké stánky, kde prodávají heety. Může se to tam zadarmo nabít a třeba vyčistit. Takže na festáku jsem si tam ty heety někdy byla koupit, protože tam není žádná trafika.“ (R1)

„Když jsme byli v létě na festáku, tak jsem tam viděla stánek s něčím podobným, ale tuším že Glo to nebylo.“ (R7)

Doplňky

K zařízení je možné dokoupit různá pouzdra, obaly a vyměnitelné součásti, tak aby vyhovovalo uživateli. Především k zařízení IQOS je nabídka rozmanitá. Jak se ukazuje, všechny respondentky mají povědomí o tom, že se doplňky k zařízení dají pořídit, ale žádná z nich na současné zařízení doplňky nevlastní.

Dvě respondentky, které vlastní IQOS 3 (R1 a R2) se doplňky k zařízení příliš nezaobírají a vystačí si s IQOS v základní výbavě.

„Nemám. Vím, že jsou na to různé silikonové obaly a kryty, ale nemám nic takového. Spokojím se se základní výbavou.“ (R1)

„To teda absolutně nesleduju. Ani bych nevěděla, že jen ten nový IQOS.“ (R5)

Dvě respondentky (R3 a R4), které v současnosti užívají IQOS Iluma, měly dříve starší model zařízení IQOS. Na starší zařízení měly speciální pouzdro či vyměnitelný kryt. Na IQOS Iluma si zatím doplňkové vybavení nepořídily. Respondentka R3 však zmiňuje, že koupí doplňků zvažuje.

R: *„Jako mám to v plánu, ale zatím ne.“*

T: *„A co si plánujete pořídit?“*

R: *„Tak jako stoprocentně ten kryt, protože jak se znám, tak mě to občas padá. Takže si na to koupím kryt, ať to nemám hned poškrabaný. A možná i to kolečko si změním, abych to měla nějak barevný.“ (R3)*

„Na starší IQOS jsem měla takovýto pouzdro, kam jsem mohla dát ten IQOS i krabičku zároveň. A měla jsem vyměňený ten umělý kryt, aby byl jinak barevný. Jinak se o to nějak víc nezajímám.“ (R4)

Tři respondentky (R2, R6 a R7), které užívají zařízení Glo™ mají omezené možnosti koupi různých doplňků. Dvě z nich zmiňují vlastnictví doplňků v minulosti, kdy užívaly zařízení IQOS.

„Dřív na IQOS jsem měla různý obaly, ty pouzdra. Různý nástavce a tak. Teď na to Glo ne, ale dřív s tím IQOsem jsem to sledovala.“ (R2)

„Dřív k IQOS jsem měla takový pouzdro silikonový. K tomu Glo toho moc není. Viděla jsem, ale že se na to dají i vygravírovat různý nápisy a obrázky nebo si to zdobí kamínkami. Viděla jsem to takhle na IQOS u jedné kolegyně v práci.“ (R6)

„Vím, že na to existují různý pouzdra, ale spíš u IQOS jsem to viděla. U Glo vlastně nevím, jestli něco takovýho je.“ (R7)

Pohled na lidi užívající cigarety vs. zahřívání tabák

V rámci rozhovorů Čtyři respondentky (R1, R4, R5 a R7) samy zmínily, jak vnímají uživatele klasických zápalných cigaret proti uživatelům zahřívání tabákových výrobků. Často vidí zahřívání tabákové výrobky jako modernější, estetickou a zdravější variantu užívání tabáku. Tři z nich hovořily přímo o tom, jak se dívají na to, když užívají tabákové výrobky ženy.

„Myslím, že i kdo teď kouří normální cigarety, tak se na něho lidi dívají, tak jakože proč ještě kouříš cigarety? Za mě se to v tomhle zlepšilo, je to modernější a asi určitě zdravější než cigarety. A i ta společnost. Když už teda někdo kouří, tak ať to trochu vypadá, ještě k tomu ženská. Když vidím ženskou s cigaretou, tak si říkám, že jsem byla hodně hloupá tehdy. A když vidím ženskou s IQOsem, tak si říkám, jo vlastně vždyť je to v pohodě.“ (R1)

„Určitě na mě působí IQOS líp. Kór u ženy.“ (R4)

„Záleží, v jaké je to situaci. Když by to byla třeba ženská a měl u sebe děti nebo je dokonce těhotná, tak se mi na to nedívá dobře.“ (R5)

„Je to teď takový IN u těch holek. Že to je hezký, ne teda to kouření, ale to zařízení. Je to různě barevný, že se to dá brát vlastně jako doplněk. Vídávám to třeba na Instagramu i u těch elektronek, že si to fotí různě sladěný. U cigaret si nepamatuju, že by to tak někdy bylo. I když taky si pamatuju, že jsme si kupovaly slimky kvůli hezký krabičce (smích).“ (R7)

7.6. Výzkumná otázka 5

Jaké vnímají uživatelky výhody a nevýhody užívání zahřívaného tabáku? V závěrečné otázce je poskytnuto shrnutí toho, jaké vnímají respondentky výhody či nevýhody užívání zahřívaných tabákových výrobků.

Výhody

Většina respondentek vnímá užívání zahřívaného tabáku jako preferovanější variantu před kouřením klasických cigaret. Jako hlavní benefit, který zmínilo všech sedm respondentek, je absence zápachu cigaretového kouře. Ten vnímají, jak u sebe, tak i například na oblečení či vybavení domácnosti. Následují zdravotní benefity, kde respondentky zmiňují především zlepšení dýchání, od té doby kdy skončily s kouřením cigaret. Hovoří také o menším množství škodlivých látek, především dehtu a jiných produktů spalování.

„Takže určitě si myslím, že je to taková designovka v dnešní době. Benefit je taky ten pach, že to nezanechává, ani v domácnosti třeba. Když člověk dokouří, tak z něho nejde nic cítit.“ (R1)

„Prostě je to lepší. Ani vás to nepálí ani se vám nemotá ráno po první cigaretě hlava. Vidím to sama na sobě, že je to lepší. A to, že to nesmrdí je taky obrovská výhoda. Líp se taky dýchá.“ (R2)

„No, tak jako jak jsem říkala, to dýchání se mi zlepšilo. Dýchám docela líp. A vím, že v IQOSce nejsou tak nezdravý věci. Není tam třeba dehet. A nesmrdím aspoň jak po cigaretách.“ (R3)

„Tak hlavní asi to, že člověk nesmrdí. O něco líp se mi dýchá. Předtím jsem kašlala úplně hleny někdy, což je hnus. Asi i ten IQOS bude mít i škodlivý látky, ale moc se po tom nepídím. Připadá mi to míň škodlivý než cigarety.“ (R4)

„Výhody bych řekla určitě ten smrad, že nesmrdí ani prsty. Což je u té mojí práce velice důležitý.“ (R5)

„No, tak každopádně to, že od toho člověk nesmrdí. To je asi největší plus. Pak taky bych řekla, že zdravotně je to lepší. Hlavně na dýchání to poznám. Dýchá se mi teď líp.“ (R6)

„Vnímám to jako lepší variantu, než kouřit cigarety. Nejradši bych s tím, ale přestala úplně někdy. Zásadní je to, že to nesmrdí. A líp se mi dýchá, to cítím.“ (R7)

Nevýhody

Mezi nevýhody řadily respondentky především technické záležitosti zařízení zahřívaného tabáku. Nejčastěji šlo o nutnost nabíjení a čištění. Někdy také technické poruchy, jako například zlomený hrot pro nahřívání tabákových náplní u IQOS. Respondentky také často vnímají, že i užívání zahřívaného tabáku s sebou může nést určitá rizika a není neškodné. Pouze jedna respondentka (R3) nevnímá žádné nevýhody užívání zahřívaného tabáku.

„Tak nabíjení určitě. Problém je taky potom, když se zlomí ten hrot, to je pak tak jako na odpis a koupit celý nový zařízení. Jinak asi v pohodě, myslím si že to nemá nějak extra negativ. Teda pokud se nebavíme o tom, že je to obecně škodlivá látka pro tělo.“ (R1)

„Tak samozřejmě je to pořád kouření. A nevýhoda je ještě, že když zjistím, že to mám vybitý, tak mám prostě smůlu (smích).“ (R2)

„Furt je to cigareta. Furt do sebe cpete nějaký škodliviny. Já bych i chtěla přestat. Mám strach hlavně z těch sraženin a ucpání cév. Takže zdravý to určitě není. Nevýhoda u těch předchozích náplní bylo, že z toho padal ten tabák. Tady ty Terea už to nemají.“ (R4)

„Zase prostě musí se to nabíjet, na co já jsem hrozná, proto to mám většinou vybitý.“ (R5)

„I když si myslím, že je to míň škodlivý než cigarety, tak asi ani úplně neškodný to nebude. Pořád je to kouření, takže ideálně bych se toho někdy zbavila úplně. Jinak taky to nabíjení, že si na to musím myslet.“ (R6)

„Nevýhoda je asi právě to čištění. Nechci, aby se mi to zaneslo, tak čistím často a důkladně. Taky to nabíjení. Když zapomenu, tak prostě musím čekat než to bude nabitý.“ (R7)

8. Shrnutí výsledků výzkumu

Nadpoloviční většina respondentek (5 ze 7) se o zahřívání tabáku poprvé dozvěděla od osob v jejich blízkém okolí. Ze všech 7 respondentek si 3 z nich své první zařízení pořídily ve výhodné akci v trafice, 2 respondentky využily promo akce a zařízení si vypůjčily na zkoušku, 1 koupila první zařízení přes internetový obchod a 1 dostala zařízení darem. 3 respondentky v průběhu užívání změnily značku zahřívání tabáku.

Bez větších obtíží přešly z užívání klasických cigaret na zahřívání tabák 4 ze 7 respondentek. 2 respondentky po určitou dobu užívaly zároveň klasické cigarety a zahřívání tabák. Pouze 1 ze 7 respondentek zmiňuje větší obtíže při přechodu na užívání zahřívání tabáku.

1. Jaký je charakter užívání zahřívání tabákových výrobků mezi ženami? (typ produktu a náplní, frekvence a délka užívání, množství tabákových náplní za den, a způsob čištění a údržby zařízení)

4 ze 7 respondentek používají zařízení **IQOS** (IQOS 3, IQOS Iluma) v černém, modrém, červeném či zlatém barevném provedení. 3 ze 7 respondentek používají zařízení **Glo™** (Glo™ Hyper X2) v černém či bílo/zlatém barevném provedení. Nejčastěji užívaná varianta náplní je s příchutí mentolu. Průměrná délka užívání výhradně zahřívání tabáku činí necelé dva roky (Nejkratší doba 1 rok a nejdelší doba 3,5 roku). Průměrná frekvence užívání zahřívání tabáku v běžném dni se pohybuje v rozmezí 4-6 užití. Doba vykouření jedné náplně vychází průměrně na 2-6 minut. Respondentky užívají 4-12 náplní zahřívání tabáku denně. Čištění a údržbě zařízení se věnuje všech 7 respondentek nejčastěji za pomoci originálního příslušenství doma.

2. Jaká byla pro uživatelky motivace k přechodu na zahřívání tabákové výrobky?

Motivací pro přechod z užívání klasických cigaret na užívání zahřívání tabáku byla pro respondentky **absence zápachu** cigaretového kouře (6 ze 7), **vliv sociálního okolí** (4 ze 7), **zdravotní důvody** (3 ze 7) a **vzhled zařízení** (2 ze 7).

3. Jaké jsou typické situace, kdy je zařízení ženami užíváno?

Užívání zahřívání tabáku v běžném pracovním dnu se liší od užívání o víkendu u 2 ze 7 respondentek. Typické situace, kdy respondentky zařízení užívají jsou: **v práci** (3 ze 7 pravidelně, 4 ze 7 výjimečně), **venku** (7 ze 7), **doma** (3 ze 7), **v autě** (2 ze 7), **s alkoholem** (4 ze 7), **s kávou** (4 ze 7), **po jídle** (3 ze 7), **před spaním** (2 ze 7) a **ve stresu** (4 ze 7).

4. Jaké trendy v oblasti zahřívání tabákových výrobků uživatelky sledují?

Nejčastěji se respondentky setkávají s **reklamou** na zahřívání tabákové výrobky **v trafikách** (7 ze 7). S propagací zahřívání tabáku na **sociálních sítích** se setkávají 3 ze 7 respondentek. **Benefity a akční nabídky** zahřívání tabáku využívají respondentky ve

výjimečných případech. 2 ze 7 respondentek navštívily **veřejnou akci**, kde se setkaly s propagací zahřívaného tabáku. **Doplňky** k zařízení zahřívaného tabáku aktuálně nevlastní žádná z respondentek. 4 ze 7 respondentek zmiňují vlastnictví doplňků (obalů, pouzdra či vyměnitelných krytů) v minulosti ke staršímu zařízení. 4 ze 7 respondentek vnímají pozitivněji pokud na veřejnosti vidí uživatele zahřívaného tabáku oproti kuřákovi klasických cigaret.

5. Jaké vnímají uživatelky výhody a nevýhody užívání zahřívaného tabáku?

Výhody užívání zahřívaného tabáku vnímají respondentky zejména v **absenci zápachu** cigaretového kouře (7 ze 7) a **zdravotních dopadech** (5 ze 7), především zlepšení respiračních obtíží. 3 ze 7 respondentek zmiňují jako výhodu zahřívaného tabáku **méně škodlivých látek** než při kouření klasických cigaret. **Nevýhody** se týkají především **technických záležitostí** jako je čištění, nabíjení či poruchy zařízení (6 ze 7). Respondentky také v určité míře zmiňují **škodlivost užívání zahřívaného tabáku** (4 ze 7).

9. Diskuze

Tato práce se zabývá vzorci užívání zahřívaného tabáku u žen ve věku mladé dospělosti v ČR. Do kvalitativní studie bylo zapojeno 7 žen rekrutovaných dle stanovených výběrových kritérií. Jednalo se o ženy, které zanechaly kouření klasických cigaret a přešly na užívání zahřívaných tabákových výrobků. V době konání studie také zároveň neužívaly jiné tabákové či nikotinové výrobky.

Dle výsledků analýzy dat z rozhovorů s respondentkami, užívají ženy ve větší míře zařízení IQOS. V menší míře bylo zastoupeno zařízení k užívání zahřívaného tabáku Glo™. Převaha vyskytujícího se zařízení IQOS odpovídá rozšíření mezi uživateli. Philip Morris International v roce 2021 uvedl, že IQOS v ČR užívalo více než 400 tisíc dospělých uživatelů (IQOS, 2021). Do studie nebyly zapojeny uživatelky zahřívaných tabákových produktů jiných výrobců (např. Pulze či Ploom). Mohlo to být zapříčiněno tím, že jiné značky nejsou mezi českými uživateli zahřívaného tabáku tolik rozšířeny či byly na trh uvedeny teprve v nedávné době. Zařízení na zahřívání tabák prochází neustále novým vývojem a inovacemi. Některá zařízení (např. Glo™ Hyper X2 AIR a zařízení Ploom X) se na českém trhu objevily až v průběhu zpracování výsledků studie.

Z klíčových zjištění vyplývá charakter užívání zahřívaných tabákových výrobků mezi ženami, co motivovalo ženy k přechodu z klasických cigaret na zahřívání tabák, v jakých typických situacích zařízení užívají, jaké trendy v oblasti zahřívaného tabáku sledují, a jaké výhody či nevýhody užívání zahřívaného tabáku vnímají. Častým motivem k přechodu na užívání zahřívaného tabáku byla pro ženy absence zápachu cigaretového kouře. Tento důvod uvedla nadpoloviční většina respondentek. Důležitým faktorem pro zahájení užívání zahřívaného tabáku bylo také sociální okolí. Ženy uvedly vliv přátel, kolegů či partnera na jejich počátek užívání zahřívaných tabákových výrobků. Neméně důležitým motivem byl vliv kouření zápalných cigaret na zdraví. Některé z respondentek uvedly, že pociťují zlepšení zdravotního stavu (především odeznění či zmírnění respiračních obtíží) po přechodu na užívání zahřívaného tabáku. Doba užívání výhradně zahřívaného tabáku se u respondentek pohybovala v rozmezí od 1 roku až do 3,5 let. Co se týče běžného pracovního dne, užívají ženy zařízení průměrně 4-6 krát za den. Spotřebují denně 4-12 tabákových náplní (Heets, Terea či NeoSticks), kdy jednu náplň spotřebují v průměru za 2-6 minut. Pouze dvě respondentky zmínily změnu v užívání o víkendu oproti běžnému pracovnímu dni. Jednalo se o snížení počtu spotřebovaných tabákových náplní o víkendu. Specifikem je užívání tabákových náplní s mentolovou příchutí, které užívaly všechny respondentky. Jako možný důvod je návyk z doby, kdy ženy kouřily mentolové cigarety. Prodej mentolových cigaret byl zakázán ve všech členských státech EU v květnu roku 2020 (Kulhánek et al., 2021). Tabákové náplně do zařízení pro zahřívání tabáku jsou prozatím v prodeji i různě ochucené. V říjnu tohoto roku nabude účinnosti novela zákona, kdy bude nově zakázáno uvádět na trh

zahříváné tabákové výrobky z charakteristickou příchutí a obsahem aromat v jakékoliv z jejich složek (SZIP, 2023). Do budoucna by mohlo být zajímavé sledovat, zda je to možný krok ke snížení počtu kuřáků a uživatelé přestanou zahříváné tabákové výrobky užívat či najdou jinou alternativu. Z výsledků studie vyplývají také časté situace, kdy respondentky zahříváný tabák užívají. Nejčastěji se jedná o užívání venku či v práci. Dále také ženy zařízení užívají často v souvislosti s pitím kávy či alkoholu, nebo když se potřebují zbavit stresu a trochu se uvolnit. Respondentky se setkávají s reklamou na zahříváné tabákové výrobky, a to především v místech prodeje tabákových výrobků (trafiky či čerpací stanice). Některé se setkaly s propagací zahříváného tabáku na sociálních sítích. Benefity a akční nabídky, které výrobci poskytují, využívají spíše výjimečně. U dvou respondentek se objevila také návštěva veřejné akce, kde byl zahříváný tabák propagován. Žádná z respondentek nevladnula v době studie doplňky ke svému zařízení. Zmínily však vlastnictví doplňků, jako jsou různá pouzdra, obaly a kryty, v minulosti ke staršímu zařízení. Patrná je rozšířená nabídka těchto doplňků především k zařízení IQOS. Zajímavým sdělením bylo to, jak respondentky vnímají kuřáky klasických cigaret oproti uživatelům zahříváného tabáku. Vnímají uživatele zahříváného tabáku na veřejnosti pozitivněji tím spíše, pokud jde o ženu. Mezi hlavní výhody užívání zahříváných výrobků řadí respondentky absenci zápachu cigaretového kouře a zdravotní benefity. Nevýhody užívání zahříváného tabáku se týkají především technických záležitostí (čištění, nabíjení či poruch zařízení).

V porovnání výzkumu s tematicky obdobnými studii jsou patrné podobnosti i rozdíly. Kvalitativní studii o vzorcích užívání zahříváných výrobků mezi výlučnými uživateli IQOS v České republice zpracovala Houdková (2019). Výsledky studie ukazují na podobnost motivace v přechodu z užívání klasických cigaret na zahříváný tabák. Nejčastější motivací byla také zátěž organismu a absence zápachu cigaretového kouře, liší se pouze možnost užívání zahříváného tabáku i ve vnitřních prostorách. Co se týče typických situací byla shledána podobnost v užívání především venku, o pauzách v práci, doma, u pití kávy/alkoholu a v autě. Naopak Houdková (2019) neuvádí užívání zahříváného tabáku ve stresu, před spaním a po jídle. Studie uvádí vlastnictví různých doplňků k zařízení (vrchní kryty, obaly, pouzdra, gravírování) především u žen. V tomto ohledu se výsledky liší. Důvodem může být starší model zařízení IQOS, ke kterému si respondentky v minulosti doplňky pořizovaly ve větší míře. Studie se také nezaměřuje na jiné druhy zahříváných tabákových výrobků. Dobrovolná (2020) zpracovala kvantitativní studii na téma mapování vzorců užívání zahříváných tabákových výrobků IQOS a GloTM u současných uživatelů tabákových výrobků v dospělé populaci v ČR. Výsledky ukazují na převahu bývalých kuřáků klasických tabákových produktů, nejčastěji ve věku mladé dospělosti. Opět je zde podobnost v motivaci k přechodu na užívání zahříváného tabáku, kterou je absence zápachu cigaretového kouře a snížení rizik z kouření. Liší se naopak možnost kouření v místech zákazu užívání klasických tabákových produktů. Podobnost je také v převaze

uživatelů zařízení IQOS oproti Glo™. Nejčastěji uváděné náplně užívané respondenty jsou shodně ty s mentolovou příchutí či aroma lesních plodů. Shodné jsou některé situace, ve kterých respondenti zahřívání tabák užívají jako je doma, u pití kávy či alkoholu nebo venku. Studie opět nezmiňuje užívání zahřívání tabáku ve stresu, po jídle či před spaním.

Studie má své silné stránky, ale také limity. Za zmínku stojí, že se jedná o jednu z prvních studií zaměřenou na vzorce užívání zahřívání tabákových výrobků u žen. Za silnou stránku studie lze považovat adekvátně zvolenou, usazenou metodiku a kvalitně nadefinované výzkumné cíle a otázky. Také přehlednou prezentaci výsledků, která napomáhá k lepší orientaci v nejdůležitějších výstupech studie. Limity práce lze spatřit v menším výzkumném souboru a nemožnosti zobecnění výsledků na celou populaci. Mohlo dojít ke zkreslení již v průběhu rozhovorů s respondentkami ve smyslu chybné interpretace otázek ze strany tazatele a nesprávné či rozdílné pochopení otázek respondentkami. Dojít mohlo také ke zkreslení při přepisu rozhovorů z audiozáznamu do textové podoby.

10. Závěr

V práci byly nastíněny vzorce užívání zahřívání tabákových produktů u žen, bývalých kuřáček klasických cigaret, v ČR. Z výsledků studie je zřejmé, že pro uživatelky zahřívání tabáku je důležitá absence zápachu cigaretového kouře a subjektivně vnímaná nižší míra zdravotních rizik při užívání. Ukazuje se, že uživatelky omezují užívání také zahřívání tabáku doma či jiných vnitřních prostorách. Zřejmá je také obliba tabákových náplní s příchutěmi. Zajímavé by mohlo být zkoumat tento fenomén po plánovaném zákazu těchto náplní s aromatem. Je třeba dále zkoumat míru rizik, které užívání zahřívání tabáku přináší jejich aktivním, ale i pasivním uživatelům. Jedná se o aktuální téma, které stojí za to rozvíjet o další poznatky. Trh se zahříváními tabákovými produkty, ale i dalšími alternativami k užívání klasických tabákových výrobků, se neustále vyvíjí a přibývají nová zařízení. V praxi je možné poznatky této studie využít například při terapii odvykání kouření z důvodu základních poznatků o typických vzorcích užívání těchto produktů mezi ženami. Studie může sloužit také jako podklad pro další studie s touto tematikou.

POUŽITÉ ZDROJE

- Bishop, E., East, N., Bozhilova, S., Santopietro, S., Smart, D., Taylor, M. ...Gaca, M. (2020). An approach for the extract generation and toxicological assessment of tobacco-free 'modern' oral nicotine pouches. *Food and Chemical Toxicology*, 145. <https://doi.org/10.1016/j.fct.2020.111713>.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), pp. 77-101. doi: 10.1191/1478088706qp063oa
- Csémy, L., Dvořáková, Z., Fialová, A., Kodl, M., Malý, M., & Skývová, M. (2022). *Užívání tabáku a alkoholu v České republice 2021*. Praha: Státní zdravotní ústav. Staženo z: https://archiv.szu.cz/uploads/documents/szu/aktual/NAUTA_2021.pdf
- Csémy, L., Dvořáková, Z., Fialová, A., Kodl, M., Malý, M., & Skývová, M. (2023). *Národní výzkum užívání tabáku a alkoholu v České republice 2022*. Praha: Státní zdravotní ústav. Staženo z: https://szu.cz/wp-content/uploads/2023/05/NAUTA_2022.pdf
- Čermák, I., Štěpaníková, I. (1998). Kontrola validity dat v kvalitativním psychologickém výzkumu. *Československá psychologie*, 1, 50-62.
- Denik.cz. (2023). *Obliba zahřívání tabáku je mezi českými kuřáky stále vyšší*. [online] Staženo z: <https://www.denik.cz/podnikani/cesky-uspech-poslal-zarizeni-pulze-2-0-na-dalsi-evropske-trhy-20230427.html>
- Dobrovolná, K. (2020). *Mapování vzorců užívání zahřívání tabákových výrobků IQOS a glo: online dotazníková studie* (Diplomová práce). Praha: Univerzita Karlova.
- Euro.cz. (2018). *Na trhu náhražek kouření přirostuje. V Česku startuje Glo*. [online] Staženo z: <https://www.euro.cz/clanky/na-trhu-nahrazek-koureni-priostruje-v-cesku-startuje-glo-1422675/>
- Farsalinos, K. E., & Polosa, R. (2014). Safety evaluation and risk assessment of electronic cigarettes as tobacco cigarette substitutes: a systematic review. *Therapeutic Advances in Drug Safety*, 2014 Apr; 5(2): 67-86. doi: 10.1177/204209861452430
- Hair, E. C., Bennett, M., Sheen, E., Cantrell, J., Briggs, J., Fenn, Z. ...Vallone, D. (2018). Examining perceptions about IQOS heated tobacco product: consumer studies in Japan and Switzerland. *Tobacco Control*, 27:70-73. doi:10.1136/tobaccocontrol-2018-054322
- Hejlová, D. (2021). Tobacco Industry Lobbying. In: Harris, P., Bitonti, A., Fleischer, C. S., Binderkrantz, A. S. (eds) *The Palgrave Encyclopedia of Interest Groups, Lobbying and Public Affairs*. Palgrave Macmillan, Cham. doi: 10.1007/978-3-030-13895-0_231-1
- Hejlová, D., Schneiderová, S., Klabíková Rábová, T., & Kulhánek, A. (2021). „Užívání necigaret není bez rizika“ aneb Diskurz o zahřívání tabákových produktech v médiích.

Naše řeč, 104(3), 169-185. Staženo z: https://www.researchgate.net/publication/362344572_Uzivani_necigaret_neni_bez_rizik_a_aneb_Diskurz_o_zahrivanych_tabakovych_produktech_v_mediich

Hejlová, D., Schneiderová, S., Klabíková Rábová, T., & Kulhánek, A. (2019). Analysis of presumed IQOS influencer marketing on Instagram in the Czech republic in 2018-2019. *Adiktologie*, 19(1), 7-15. Staženo z: <https://adiktologie-journal.eu/wp-content/uploads/2019/10/kulhanek2.pdf>

Hendl, J. (2016). *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál.

Hosokawa, Y., Zaitso, M., Okawa, S., Morisaki, N., Hori, A., Nishihama, Y. ...Tabuchi, T. (2022). Association between heated tobacco product use during pregnancy and fetal growth in Japan: a nationwide web-based survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2022, 19(18), 11826. <https://doi.org/10.3390/ijerph191811826>

Houdková, D. (2019). *Kvalitativní analýza vzorců užívání IQOS mezi uživateli tabáku v České republice* (Diplomová práce). Praha: Univerzita Karlova.

iDNES. (2019). *Nikotin a Češi: cigarety bez dýmu přitáhly přes 350 tisíc lidí*. [online] Staženo z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/iqos-philip-morris-zahravany-tabak-glo-koureni-vapovani-zdravi.A191002_092954_ekonomika_rts

IQFAN. (2021) *Seznam všech příchutí HEETS, jaké existují varianty ve světě v roce 2022*. [online] Staženo z: https://www.iqfan.cz/Seznam-vsech-prichuti-HEETS-jake-existuji-varianty-ve-svete-v-roce-2022-A_6613

IQFAN. (2021). *Recenze PULZE s tabákovými náplněmi ID, srovnání s IQOS a lil*. [online] Staženo z: https://www.iqfan.cz/Recenze-PULZE-s-tabakovymi-naplneimi-ID-srovnani-s-IQOS-a-lil-A_6689

IQFAN. (2022) *13 příchutí TEREA pro IQOS ILUMA, jaké existují varianty v roce 2023*. [online] Staženo z: https://www.iqfan.cz/13-prichuti-TEREA-pro-IQOS-ILUMA-jake-existuji-varianty-v-roce-2023-A_6739

IQFAN. (2022) *Premiéra čtvrté revoluční generace IQOS ILUMA v prodeji od 15. listopadu 2022*. [online] Staženo z: https://www.iqfan.cz/Premiera-ctvrte-revolucni-generace-IQOS-ILUMA-v-prodeji-od-15-listopadu-2022-A_6733

IQOS. (2021). *Značka IQOS získala prestižní ocenění Czech Superbrands 2021*. [online] Staženo z: <https://www.iqos.com/cz/cs/novinky/iqos-ziskalo-oceneni-czech-superbrands-2021.html>

- Jancey, J., Leaver, T., Wolf, K., Freeman, B., Chai, K., Bialous, S. ...McCausland, K. (2023). Promotion of E-Cigarettes on TikTok and Regulatory Considerations. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2023, 20, 5761. <https://doi.org/10.3390/ijerph20105761>
- Jankowski, M., Brozek, G., Lawson, J., Skoczyński, S., Majek, P., & Zejda, J. (2019). New ideas, old problems? Heated tobacco products – a systematic review. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, 32(5), 595–634. <https://doi.org/10.13075/ijomeh.1896.01433>
- Kim, C.Y. et al. (2020). Dual use of electronic and conventional cigarettes is associated with higher cardiovascular risk factors in Korean men. *Scientific Reports*, 10, 5612. doi: 10.1038/s41598-020-62545-3
- Králíková, E. (2015). *Diagnóza F17: závislost na tabáku*. První vydání. Praha: Mladá fronta.
- Králíková, E. (2015). Závislost na tabáku. In Kalina, K. et al. *Klinická adiktologie*. Praha: Grada Publishing.
- Králíková, E. (2021). Kouření, tabák, nikotin, děti a dospívající. *Pediatric pro praxi*, 22(4), 253-255. Staženo z: <https://www.solen.cz/pdfs/ped/2021/04/02.pdf>
- Králíková, E. et al. (2013). Závislost na tabáku, epidemiologie, prevence a léčba. Břeclav: Adamira.
- Králíková, E., Zvolská, K., Štěpánková, L., & Pánková, A. (2022) Doporučení pro léčbu závislosti na tabáku. *Časopis lékařů českých* 2022, 161(1), 33-43. Staženo z: <https://www.slzt.cz/media/document/79bee9694f97b9bdf14eafaf8f20b392.pdf>
- Kubánek, V. (2009). *Tabák a tabákové výrobky (historie, pěstování, zpracování, legislativa)*. Tribun, 2011.
- Kulhánek, A. (2023). Co jsou nikotinové sáčky a proč se staly „dětským“ fenoménem? *Šance Dětem*. [online] Staženo z: <https://sancedetem.cz/co-jsou-nikotinove-sacky-proc-se-staly-detskym-fenomenem>
- Kulhánek, A., & Baptistová, A. (2020). Chemical Composition of Electronic Cigarette E-Liquids: Overview of Current Evidence of Toxicity. *Adiktologie*, 20(3–4), 137–144. doi: 10.35198/01-2020-002-0007
- Kulhánek, A., Hejlová, D., Slíž, M., & Baptistová, A. (2021). Analysis of tobacco industry marketing and media communication in response to the menthol cigarette ban in the Czech Republic in 2020. *Adiktologie*, 21(2), 75-83. doi: 10.35198/01-2021-002-0001

- Mallock, N., Pieper, E., Hutzler, C., Henkler-Stephani, F., & Luch, A. (2019). Heated Tobacco Products: A Review of Current Knowledge and Initial Assessments. *Front. Public Health* 7:287. doi: 10.3389/fpubh.2019.00287
- Minařík, J., & Kmoch, V. (2015). Přehled psychotropních látek a jejich účinků. In Kalina, K. et al. *Klinická adiktologie*. Praha: Grada Publishing.
- Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. První vydání, 1. dotisk, 2009. Praha: Grada Publishing.
- Miovský, M. (2008). *Konopí a konopné drogy: Adiktologické kompendium*. Praha: Grada Publishing.
- Mišovič, J. (2019). *Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor*. Praha: Sociologické Nakladatelství.
- Mlčochová, V. (2013). Ženy jako oběť kouření a nejen ony... - známé a méně známé následky kouření u žen, muže nevyjímaje... *Alergie, astma a bronchitida*, 3, 2013. Staženo z: <http://www.poradnanutrifit.cz/wp-content/uploads/2014/06/clanekAAB2.pdf>
- Mravčík, V., Chomynová, P., Grohmannová, K., Janíková, B., Černíková, T., Rous, Z. ... Fidesová, H. (2021). *Zpráva o tabákových, nikotinových a souvisejících výrobcích v České republice 2021*. Praha: Úřad vlády České republiky. Staženo z: https://www.drogy-info.cz/data/obj_files/33573/1121/Zprava_o_tabakovych_nikotinovych_vyrobcich_v_CR_2021_fin.pdf
- Nabi-Burza, E., Regan, S., Walters, B. H., Drehmer, J. E., Rigotti, N. A., Ossip, D. J., Gorzkowski, J. A., Levy, D. E., & Winickoff, J. P. (2019). Parental Dual Use of e-Cigarettes and Traditional Cigarettes. *Academic pediatrics*, 19(7), 842–848. doi: 10.1016/j.acap.2019.04.001
- Odani, S. & Tabuchi, T. (2022). Prevalence and denial of current tobacco product use: Combustible and heated tobacco products, Japan, 2022. *Preventive Medicine Reports*, 30(2). doi: 10.1016/j.pmedr.2022.102031
- Panagiotakos, D. B., Georgoulis, M., Kapetanstrataki, M., & Behrakis, P. (2023). Prevalence, patterns, and determinants of electronic cigarette and heated tobacco product use in Greece: A cross-sectional survey. *Hellenic Journal of Cardiology*. doi: 10.1016/j.hjc.2023.01.002
- Philip Morris ČR. (2019). *IQOS je nejdůvěryhodnější značkou na českém trhu: Tisková zpráva*. Staženo z: https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/czech-market/news/08-11-2019-tz---iqos-je-nejd%C5%AFv%C4%9Bryhodn%C4%9Bj%C5%A1%C3%AD-zna%C4%8Dkou-na-%C4%8Desk%C3%A9m-trhu.pdf?sfvrsn=37074cb4_4

Piper, M. E., Baker, T. B., Benowitz, N. L., Kobinsky, K. H., & Jorenby, D. E. (2019). Dual Users Compared to Smokers: Demographics, Dependence, and Biomarkers. *Nicotine & tobacco research*, 21(9), 1279–1284. doi: 10.1093/ntr/nty231

Prochaska, J. J., & Benowitz, N. L. (2019) Current advances in research in Treatment and recovery: Nicotine addiction. *Sci Adv.* 2019 Oct 16;5(10):eaay9763. doi: 10.1126/sciadv.aay9763.

Ratajczak, A., Jankowski, P., Strus, P., & Feleszko, W. (2020). Heat Not Burn Tobacco Product-A New Global Trend: Impact of Heat-Not-Burn Tobacco Products on Public Health, a Systematic Review. *International journal of environmental research and public health*, 17(2), 409. doi: 10.3390/ijerph17020409

SAMSHA - Substance Abuse and Mental Health Services Administration. (2009). *Substance Abuse Treatment: Addressing the Specific Needs of Women*. Treatment Improvement Protocol (TIP) Series, No. 51. HHS Publication No. (SMA) 13-4426. Rockville, MD: Substance Abuse and Mental Health Services Administration, 2009.

Small, S., Brennan-Hunter A., Yanqing, Y., & Porr, C. (2022). The understanding of maternal smoking among women who were smoking or had quit smoking during pregnancy. *Canadian Journal of Nursing Research* 2023, Vol. 55(2) 250-261. doi: 10.1177/08445621221125062

Smokeless tobacco: Facts, stats and Regulations. (2021). *Truth initiative: inspiring lives free from smoking, vaping & nicotine*. Staženo z: <https://truthinitiative.org/research-resources/traditional-tobacco-products/smokeless-tobacco-facts-stats-and-regulations>

Srivastav, M., Kumar T. D., & Dony, E. C. (2022). Are smokeless tobacco less harmful than smoking tobacco products?: A review. *SRM Journal of Reasearch in Dental Science* 2022, 13: 121-6. doi: 10.4103/srmjrds.srmjrds_87_22

Sun, T., Anandan, A., Lim, C. C. W., East, K., Xu, S. S., Quah, A. C. K. ...Chan, G. C. K. (2023). Global prevalence of heated tobacco product use, 2015-22: A systematic review and meta-analysis. *Addiction*. doi: 10.1111/add.16199

SZPI. (2022) *Zrušení některých výjimek u zahříváných tabákových výrobků*. [online] Staženo z: <https://www.szpi.gov.cz/clanek/zruseni-nekterych-vyjimek-u-zahrivanych-tabakovych-vyrobku.aspx>

Švaříček, R., & Šedová, K. (2014). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Druhé vydání. Praha: Portál.

Tabuchi, T., Gallus, S., Schinozaki, T., Nakaya, T., Kunugita, N., & Colwell, B. (2017). Heat-not-burn tobacco product use in Japan: its prevalence, predictors and perceived symptoms

from exposure to secondhand heat-not-burn tobacco aerosol. *Tobacco Control*. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2017-053947

Truth Initiative. (2017) *Slim and stylish: How tobacco companies hooked women by „feminizing“ cigarettes*. [online] Staženo z: <https://truthinitiative.org/research-resources/tobacco-industry-marketing/slim-and-stylish-how-tobacco-companies-hooked-women>

Úřad vlády České republiky. (2023). *Nikotinové sáčky již nebudou dostupné dětem a mladistvým*. [online] Staženo z: <https://www.vlada.cz/cz/ppov/zavislosti/aktuality/nikotinove-sacky-jiz-nebudou-dostupne-detem-a-mladistvym-203750/>

World Health Organization. (2018). *Heated tobacco products (HTPs) market monitoring information sheet*. Staženo z: <https://www.who.int/publications/i/item/WHO-NMH-PND-18.7>

World Health Organization. (2020). *Electronic nicotine and non-nicotine delivery system: a brief*. Staženo z: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/350474>

World Health Organization. (2022). *Tobacco*. Staženo z: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>

Zaitsu, M., Kono, K., Hosokawa, Y., Miyamoto, M., Nanishi, K., Okawa, S. ...Tabuchi, T. (2022). Maternal heated tobacco product use during pregnancy and allergy in offspring. *Allergy: European Journal of Allergy and Clinical Immunology* 2022. doi: 10.1111/all.15536

PŘÍLOHY

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1	Použité zkratky
Příloha 2	Seznam obrázků, grafů a tabulek
Příloha 3	Informace pro účastníka výzkumu
Příloha 4	Informovaný souhlas
Příloha 5	Záznamový arch
Příloha 6	Osnova polostrukturovaného rozhovoru
Příloha 7	Prohlášení zájemce o nahlédnutí do závěrečné práce absolventa

Příloha 1:

Použité zkratky

°C	Stupeň Celsia
BAT	British American Tobacco
CO	Oxid uhelnatý
ČOI	Česká obchodní inspekce
ČR	Česká republika
DSM-V	Diagnostický a statistický manuál duševních poruch
EHIS	Evropské výběrové šetření o zdraví
EN&NNDS	Electronic nicotine and non-nicotine delivery systems
EU	Evropská unie
HTP	Heated Tobacco Products
IQOS	I Quit Ordinary Smoking
JTI	Japan Tobacco International
KHS	Krajská hygienická stanice
mg	Miligram
MKN-10	Mezinárodní klasifikace nemocí
ml	Mililitr
NAUTA	Národní výzkum užívání tabáku a alkoholu

NMS	Národní monitorovací středisko pro drogy a závislosti
NTN	Náhradní terapie nikotinem
pH	Potential of hydrogen
PMI	Philip Morris International
Sb.	Sbírky
SZPI	Státní zemědělská a potravinářská inspekce
SZÚ	Státní zdravotní ústav
Tzv.	Takzvaně
USA	Spojené státy americké
ÚZIS	Ústav zdravotnických informací a statistiky
WHO	World Health Organization

Příloha 2:

Seznam obrázků, grafů a tabulek

Obrázky:

Obrázek č. 1: Prevalence kuřáctví v ČR v letech 2012-2022, kuřáci tabákových výrobků celkem (denní a příležitostní) a denní kuřáci.....	10
Obrázek č. 2: Uživatelé zahřívaných tabákových výrobků - celkem a podle pohlaví (denní a příležitostní).....	11
Obrázek č. 3: Časová osa uvedení jednotlivých HTP na trh, a jejich stažení z trhu v letech 1988-2016.....	19
Obrázek č. 4: Zařízení IQOS Iluma.....	21
Obrázek č. 5: Náplň Terea v zařízení IQOS Iluma.....	21
Obrázek č. 6: Rozbalená náplň Terea.....	21
Obrázek č. 7: Zařízení Glo™ HYPER X2.....	22
Obrázek č. 8: Složení náplně NEO™ STICKS.....	22
Obrázek č. 9: Zařízení Pulze 2.0.....	23
Obrázek č. 10: Tabáková náplň iD Cosmic Blast.....	23
Obrázek č. 11: Ukázka Iqos Lounge na filmovém festivalu v Karlových Varech.....	27
Obrázek č. 12: Ukázka influencer marketingu na sociální síti Instagram – česká zpěvačka Debbi.....	27
Obrázek č. 13: Reklama na nabídku doplňků k IQOS.....	28
Obrázek č. 14: Koš na použité Heets barevně ladící s IQOS.....	28
Obrázek č. 15: Propagace cigaret v módním časopisu v minulém století.....	29
Obrázek č. 16: Současná propagace IQOS na Instagramu.....	29
Obrázek č. 17 : Ukázka tvorby počátečních kódů (rozhovor R1).....	35
Obrázek č. 18: Ukázka systematizace kódů do tabulky.....	36

Grafy:

Graf č. 1: Cyklus nikotinové závislosti.....	13
Graf č. 2: Věk první zkušenosti s tabákovými/nikotinovými výrobky u konkrétních respondentek.....	33
Graf č. 3: Věk počátku pravidelného užívání tabákových/nikotinových výrobků u konkrétních respondentek.....	33
Graf č. 4: Délka užívání výhradně zahřívaného tabáku.....	43

Tabulky:

Tabulka č. 1: Věkové složení a nejvyšší dosažené vzdělání respondentek.....	32
Tabulka č. 2: Subtémata a výsledná témata analýzy.....	36-38
Tabulka č. 3: Druh a barva zařízení zahřívaného tabáku.....	42
Tabulka č. 4: Druhy užívaných náplní do zařízení zahřívaného tabáku.....	44

Příloha 3:

Informace pro účastníka výzkumu

Dobrý den,

jsem studentkou 2. ročníku navazujícího magisterského studia oboru adiktologie a v rámci tvorby mé diplomové práce provádím výzkum na téma *Vzorce užívání zahřívaných tabákových výrobků u žen: kvalitativní výzkum*. Pro účel tohoto výzkumu provádím rozhovory s ženami se zkušeností s přechodem z užívání klasických cigaret na zahřívané tabákové výrobky.

Cílem výzkumu je popsat Vaše typické vzorce užívání zahřívaných tabákových výrobků (jak s produkty zacházíte, kde a v jakých situacích výrobky užíváte apod.) Zjišťuji také charakter Vašeho užívání zahřívaných tabákových výrobků (zejména co se týče typu produktu a náplní, frekvence a délky užívání a množství užitých tabákových náplní za den) a motivaci přechodu z klasických cigaret na zahřívaný tabák.

Rozhovor s Vámi nebude trvat déle než jednu hodinu a budu z něj, s Vaším souhlasem, pořizovat audiozáznam. Ten bude sloužit pouze k získání dat pro účely této diplomové práce a po přepisu dat bude smazán. Veškeré informace, které mi sdělíte budou anonymizovány a nebude z nich tedy možné identifikovat Vaši osobu.

Vaše účast ve výzkumu je dobrovolná a svůj souhlas můžete kdykoliv v průběhu zrušit.

V případě jakýchkoliv dotazů, připomínek či stížností se můžete obrátit na mě nebo na vedoucího mé práce Mgr. Adama Kulhánka, Ph.D., MBA na email adam.kulhanek@lf1.cuni.cz.

S poděkováním

Bc. Miroslava Prokešová

miroslava.prokesova1@gmail.com

Příloha 4:

Informovaný souhlas

Souhlas, který poskytnete slouží k využití nahrávky rozhovoru s Vámi pro účel diplomové práce na téma *Vzorce užívání zahřívaných tabákových výrobků u žen: kvalitativní výzkum*. Práce je vedena na 1. lékařské fakultě Univerzity Karlovy, obor adiktologie.

Cílem práce je mapovat a popsat vzorce užívání zahřívaných tabákových výrobků (IQOS, Glo apod.) u žen v České republice.

Souhlasíte se svojí účastí ve výzkumu a potvrzujete, že jste byla informována o následujících náležitostech, rozumíte jim a souhlasíte s nimi:

- jsem žena s trvalým pobytem na území ČR
- je mi více než 18-35 let
- užívám aktuálně zahřívané tabákové výrobky
- zároveň neužívám jiné tabákové výrobky
- souhlasím s účastí ve výzkumu
- souhlasím s vyplněním záznamového archu
- souhlasím s pořízením audiozáznamu rozhovoru

Souhlasíte, že jste byla informována o účelu a cíli výzkumu, postupech zpracování dat a o tom, co se od Vás očekává. Byla jste informována, že Vaše účast ve výzkumu je dobrovolná a anonymní. Můžete ji kdykoliv přerušit či od ní odstoupit. Vámi sdělené informace budou uchovány pouze po dobu zpracování výzkumu.

Příloha 5:

Záznamový arch

1) Věk:

2) Nejvyšší dosažené vzdělání?

- ZŠ
- SŠ bez maturity
- SŠ s maturitou
- VOŠ
- VŠ

3) Věk první zkušenosti s tabákovými/nikotinovými výrobky?

4) Věk počátku pravidelného užívání tabákových/nikotinových výrobků?

5) Poslední užití následujících výrobků:

	V posledních 12 měsících	V posledních 30 dnech	Pouze jednorázově	Nikdy	Jiná varianta	Pozn.
Cigarety						
Doutníky						
E-cigareta						
Zahřívaný tabák						
Nikotinové sáčky						
Šňupací tabák						
Žvýkáci tabák						
Vodní dýmka						

Příloha 6:

Osnova polostrukturovaného rozhovoru

1. Od kdy, tedy jak dlouho užíváte zahřívané tabákové výrobky?
2. Díky čemu jste se rozhodla, že začnete užívat zahřívaný tabák? Co vás motivovalo?
3. Kde jste se se zahřívaným tabákem setkala poprvé?
4. Kdy jste zahřívaný tabák poprvé vyzkoušela?
5. Jakou značku a druh produktů používáte?
6. Jakou barvu má vaše zařízení?
7. Jaké náplně/příchuť nejčastěji užíváte?
8. Popište mi prosím typický den užívání zahřívaného tabáku?
9. Kolikrát za den si tedy dáte zahřívaný tabák? Kolik tabákových náplní za jeden den spotřebujete?
10. Jak dlouho přibližně trvá, než jednu náplň vykouříte?
11. V jakých situacích nejčastěji/pravidelně užíváte zahřívaný tabák?
12. Kde jste si zařízení pořídila, a kde dokupujete náplně?
13. Změnily se nějak vaše typické návyky s přechodem na zahřívaný tabák? Pokud ano, jak?
14. Sledujete nové trendy v rámci užívání zahřívaného tabáku? Pokud ano, jaké a kde se s nimi setkáváte?
15. Kupujete si k zařízení nějaké doplňky/vychytávky? Pokud ano, jaké to jsou?
16. Setkáváte se s reklamou na zahřívané tabákové výrobky? Pokud ano, kde?
17. Zaznamenala jste někdy v médiích a na sociálních sítích známé osobnosti, které užívají zahřívaný tabák?
18. Jak na Vás propagace zahřívaného tabáku působí?
19. Využíváte některé benefity, které výrobci zahřívaného tabáku nabízejí? (např. věrnostní programy, benefitní body, odebírání newsletterů aj.)
20. Účastnila jste se nějaké akce, kde byl zahřívaný tabákový produkt propagován/představován? Pokud ano, o jakou akci šlo?

Příloha 7:

Prohlášení zájemce o nahlédnutí do závěrečné práce absolventa

Univerzita Karlova, 1. lékařská fakulta

Kateřinská 32, Praha 2

Prohlášení zájemce o nahlédnutí do závěrečné práce absolventa studijního programu uskutečňovaného na 1. lékařské fakultě Univerzity Karlovy.

Jsem si vědom/a, že závěrečná práce je autorským dílem a že informace získané nahlédnutím do zpřístupněné závěrečné práce nemohou být použity k výtěžným účelům, ani nemohou být vydávány za studijní, vědeckou nebo jinou tvůrčí činnost jiné osoby než autora.

Byl/a jsem seznámen/a se skutečností, že si mohu pořizovat výpisy, opisy nebo kopie závěrečné práce, jsem však povinen/a s nimi nakládat jako s autorským dílem a zachovávat pravidla uvedená v předchozím odstavci.

Příjmení, jméno (hůlkovým písmem)	číslo dokladu totožnosti vypůjčitele (např. OP, cestovní pas)	Signatura závěrečné práce	Datum	Podpis