

Dorota Kaleta

Anna Kozieł

Paulina Miśkiewicz

OSTRZEŻENIA GRAFICZNE NA OPAKOWANIACH WYROBÓW TYTONIOWYCH JAKO ELEMENT DZIAŁAŃ NA RZECZ WALKI Z EPIDEMIĄ UŻYWANIA TYTONIU

PICTORIAL HEALTH WARNINGS ON TOBACCO PRODUCTS PACKAGES AS A PART OF TOBACCO EPIDEMIC CONTROL

Światowa Organizacja Zdrowia, Biuro WHO w Polsce, Warszawa
Biuro Regionalne dla Europy

STRESZCZENIE

Używanie wyrobów tytoniowych zostało uznane przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) za istotny czynnik ryzyka odpowiedzialny za 6 z 8 najczęstszych przyczyn zgonu na całym świecie. Informowanie o szkodliwości palenia tytoniu może odbywać się na wiele sposobów, w tym poprzez kampanie medialne, ostrzeżenia tekstowe czy etykiety zawierające ostrzeżenia graficzne umieszczone na wyrobach tytoniowych. Celem pracy jest omówienie roli, jaką odgrywają te ostatnie w walce z używaniem tytoniu. W pracy wykorzystano dostępne w tym zakresie piśmiennictwo, włączając w nie opracowania i raporty WHO. Ostrzeżenia w formie graficznej mogą stanowić istotne źródło wiedzy na temat skutków zdrowotnych palenia tytoniu. Ponadto, w porównaniu z informacją tekstową bardziej przyciągają uwagę, w dobitniejszy sposób komunikują zagrożenia wynikające z używania wyrobów tytoniowych, wywierają też większe wrażenie i są lepiej zapamiętywane, a tym samym skuteczniej motywują do podjęcia prób zaprzestania palenia i są akceptowane przez społeczeństwo. Również sami palacze uważają je za skuteczniejsze od ostrzeżeń tekstowych. Ponadto tego typu etykiety na opakowaniach wyrobów tytoniowych zmniejszają atrakcyjność samych opakowań. Wprowadzenie przepisów nakazujących umieszczanie ostrzeżeń o szkodliwych skutkach zdrowotnych nic nie kosztuje, natomiast zastosowanie takiego rozwiązania pomaga także zdobyć społeczną akceptację dla innych metod walki z tytoniem, takich jak np. tworzenie środowiska wolnego od dymu tytoniowego. Med. Pr. 2009;60(5):399–403

Słowa kluczowe: Światowa Organizacja Zdrowia, WHO, tytoń, uzależnienie od nikotyny, choroby odtytoniowe

ABSTRACT

The use of tobacco products has been described by the World Health Organization as the risk factor responsible for six out of eight causes of death in the world. Informing about the harm of smoking may be presented in many ways like media campaigns, text warnings, or graphic warnings placed on tobacco products. The aim of this article is to describe the role of graphic warnings placed on tobacco products in light of tobacco control. In this work, the available current data, including researches and reports of WHO, have been used. Graphic warnings may be a very valuable source of knowledge about health consequences of smoking. They are also much more visible, draw attention much better compared with text warnings and more clearly communicate the threats of tobacco use. They also have a stronger impact, are better memorized and better motivate to quit smoking. Pictorial warnings are also approved by the society. Smokers themselves perceive them as more effective than text warnings. Moreover, this kind of labeling makes tobacco products less attractive. The introduction of legal regulations enforcing these types of warnings does not cost anybody but the tobacco companies. This kind of solution helps to gain public acceptance for other methods of tobacco control like totally free tobacco smoke places. Med Pr 2009;60(5):399–403

Key words: World Health Organization, tobacco, tobacco dependence, tobacco use disorders

Adres autorów: Światowa Organizacja Zdrowia, Biuro Regionalne dla Europy,
ul. Długa 38/40, 00-238 Warszawa, e-mail: dkaleta@op.pl, kad@euro.who.int
Nadesłano: 15 maja 2009
Zatwierdzono: 15 czerwca 2009

WSTĘP

Używanie wyrobów tytoniowych zostało uznane przez Światową Organizację Zdrowia (World Health Organization — WHO) za istotny czynnik ryzyka odpowiedzialny za sześć z ośmiu najczęstszych przyczyn zgonu na całym świecie (1). Szacuje się, że w XXI wieku używanie tytoniu może stać się przyczyną śmierci nawet

miliarda osób. Tytoń jest jedynym legalnym produktem konsumpcyjnym, który szkodzi każdemu, kto jest narażony na jego działanie (2). Co więcej, umiera około połowy osób stosujących go zgodnie z przeznaczeniem (1). Mimo jednoznacznych dowodów naukowych stosunkowo niewielu palaczy w pełni zdaje sobie sprawę z zagrożeń, jakie tytoń stanowi dla ich zdrowia. Często palacze nie wiedzą, że nałóg ten prowadzi

do chorób układu sercowo-naczyniowego i wielu innych schorzeń, w tym różnego rodzaju nowotworów. Informowanie o szkodliwości palenia tytoniu może odbywać się na wiele sposobów, w tym poprzez kampanie medialne, ostrzeżenia tekstowe czy etykiety zawierające ostrzeżenia graficzne umieszczane na wyrobach tytoniowych.

KONWENCJA RAMOWA O ZWALCZANIU TYTONIU

W 2003 roku Światowe Zgromadzenie Zdrowia Światowej Organizacji Zdrowia jednogłośnie przyjęło Konwencję Ramową o Zwalczeniu Tytoniu (Framework Convention on Tobacco Control — FCTC) (3). Traktat ten jest pierwszym traktatem międzynarodowym w zakresie zdrowia publicznego dotyczącym walki ze spożyciem tytoniu. Jego celem ogólnym jest ochrona społeczeństw przed dymem tytoniowym i jego skutkami zdrowotnymi, ekonomicznymi i społecznymi oraz trwałe zmniejszenie spożycia tytoniu na świecie. Traktat ten zawiera wskazówki i plan działania dla krajów chcących obniżyć zarówno podaż tytoniu, jak i popyt na niego.

Konwencja FCTC zawiera między innymi wytyczne mówiące o tym, że każdy powinien być informowany o następstwach zdrowotnych, działaniu uzależniającym oraz śmiertelnym zagrożeniu powodowanym przez używanie wyrobów tytoniowych i bierne narażenie na dym tytoniowy. Artykuł 11. Konwencji FCTC poświęcony pakowaniu i etykietowaniu wyrobów tytoniowych mówi, że opakowanie i etykieta na wyrobie tytoniowym nie mogą reklamować tego wyrobu poprzez podawanie informacji nieprawdziwych, dezorientujących, mylących lub mogących wywołać błędne wyobrażenie o jego charakterze, skutkach zdrowotnych, zagrożeniach dla zdrowia lub produktach spalania. Ponadto, opakowanie czy etykieta na wyrobie tytoniowym nie mogą zawierać jakiegokolwiek wyrażenia, środka opisu, znaku towarowego, metafory lub jakiegokolwiek innego znaku pośrednio lub bezpośrednio stwarzającego błędne wrażenie, że wyrób ten jest mniej szkodliwy niż inne wyroby tytoniowe. Do takich sformułowań zaliczają się np. wyrażenia: „niska zawartość substancji smolistych”, „lekkie”, „ultralekkie” lub „łagodne”.

Konwencja zawiera także zapis informujący, że każde opakowanie indywidualne i zbiorcze wyrobów tytoniowych oraz jakiegokolwiek opakowania i etykiety zewnętrzne muszą zawierać ostrzeżenia opisujące szkodliwy wpływ konsumpcji wyrobów tytoniowych na

zdrowie oraz inne odpowiednie informacje (np. o aktywnych składnikach i produktach spalania wyrobów tytoniowych, zgodnie z przepisami prawa narodowego). Ostrzeżenia te i informacje muszą być zatwierdzone przez kompetentny organ władzy narodowej, być umieszczone na wszystkich stronach opakowania, a także muszą być duże, wyraźne i czytelne. Zgodnie z zapisami FCTC ostrzeżenia powinny stanowić najlepiej 50% lub więcej, ale nie mniej niż 30% widocznej powierzchni opakowania czy etykiety, i mogą występować w formie zdjęć lub piktogramów lub je zawierać. Informowanie o szkodliwych następstwach używania tytoniu stanowi także istotny element zaproponowanej przez Światową Organizację Zdrowia w pakiecie MPOWER strategii walki z rozpowszechnieniem używania tytoniu (1).

W Europie Dyrektywa Komisji Europejskiej odnosząca się do wyrobów tytoniowych (2001/37/EC) zapoczątkowała umieszczanie na paczkach wyrobów tytoniowych nowych ostrzeżeń zdrowotnych, znacząco zwiększając ich wymagany rozmiar (4). Dyrektywa Komisji Europejskiej wskazuje 2 podstawowe ostrzeżenia tekstowe: „Palenie zabija” („Smoking kills”) oraz „Palenie poważnie szkodzi Tobie i osobom w Twoim otoczeniu” („Smoking seriously harms you and others around you”), oraz 14 dodatkowych ostrzeżeń zdrowotnych, które mają być umieszczane na frontowej części paczek papierosów.

Umieszczenie ostrzeżeń tekstowych na opakowaniach wyrobów tytoniowych uznano za skuteczną formę walki z rozpowszechnieniem palenia tytoniu, jednak dla zróżnicowania formy dostarczanej informacji postanowiono komplementarnie wprowadzić ostrzeżenia graficzne. W maju 2005 roku Komisja zaakceptowała zbiór 42 kolorowych fotografii i ilustracji graficznych po 3 w odniesieniu do określonego problemu zdrowotnego powodowanego paleniem tytoniu (5,6). Ostrzeżenia obrazkowe zostały wybrane dla krajów europejskich w tym również Polski. Elementy te mają być rotacyjnie umieszczane na opakowaniach, aby informować o szkodliwości palenia tytoniu.

ROLA OSTRZEŻEŃ GRAFICZNYCH

Celem pracy jest omówienie roli, jaką odgrywają ostrzeżenia graficzne umieszczane na opakowaniach wyrobów tytoniowych w walce z używaniem tytoniu również w Polsce. W pracy wykorzystano dostępne w tym zakresie piśmiennictwo, uwzględniając opracowania i raporty WHO.

Ostrzeżenia graficzne wizualizują szkody zdrowotne powodowane przez używanie wyrobów tytoniowych oraz biernie palenie (7). Ostrzeżenia zdrowotne i informacje o szkodliwości wyrobów tytoniowych zawierające zarówno ilustracje, jak i tekst są znacznie skuteczniejsze od tych zawierających jedynie informację tekstową. Ich dodatkową zaletą jest to, że mogą oddziaływać na osoby o bardzo niskim poziomie wykształcenia, a także posługujące się innym językiem niż użyty w ostrzeżeniach (np. obcokrajowcy). Potencjalnie mogą też oddziaływać na dzieci, które jeszcze nie potrafią czytać. Jest to szczególnie ważne w odniesieniu do dzieci palaczy, w przypadku których zachodzi duże prawdopodobieństwo, że w przyszłości same zaczną palić.

Ostrzeżenia w formie graficznej mogą stanowić istotne źródło wiedzy na temat skutków zdrowotnych palenia tytoniu. Przy tym w porównaniu z informacją tekstową bardziej przyciągają uwagę, w dobitniejszy sposób komunikują zagrożenia wynikające z używania wyrobów tytoniowych, wywierają większe wrażenie i są lepiej zapamiętywane, więc tym samym skuteczniej motywują do podjęcia prób zaprzestania palenia i są akceptowane przez społeczeństwo. Również sami palacze uważają je za skuteczniejsze od ostrzeżeń tekstowych. Ponadto, tego typu etykiety na opakowaniach wyrobów tytoniowych zmniejszają atrakcyjność samych opakowań (11–13).

Dotychczas producenci wyrobów tytoniowych wykorzystywali opakowania swoich wyrobów do zwiększenia przywiązania konsumentów do danej marki i do wzmocnienia efektu utożsamiania się palaczy z określonym produktem (14). Ostrzeżenia znajdujące się na opakowaniach ograniczają skuteczność tego typu praktyk marketingowych (15,16). Ponadto, ostrzeżenia graficzne umieszczane na każdym opakowaniu papierosów docierają do wszystkich palących — w Kanadzie, gdzie stosowanie ostrzeżeń graficznych jest prawnie wymagane, 84% osób palących postrzegало etykiety na opakowaniach jako źródło skutecznej informacji zdrowotnej, podczas gdy w Stanach Zjednoczonych, gdzie wymagane są jedynie ostrzeżenia tekstowe, dotyczyło to tylko 47% osób palących (18). W Brazylii po wprowadzeniu w 2002 roku nowych ostrzeżeń graficznych akceptowanie ich deklarowało 73% osób palących. Równocześnie 54% palaczy zmieniło zdanie na temat zdrowotnych skutków palenia, a 67% stwierdziło, że ostrzeżenia te zmotywowały ich do rzucenia palenia (7,19). Podobnie w Singapurze — aż 71% palaczy deklarowało, że informacje o konsekwencjach

zdrowotnych palenia dotarły do nich dzięki ostrzeżeniom umieszczanym na opakowaniach wyrobów tytoniowych (20).

WZMACNIANIE SIŁY PRZEKAZU

Długie utrzymywanie w obrocie opakowań wyrobów tytoniowych bez zmiany etykiet sprawia, że zmniejsza się siła oddziaływania piktogramów. W związku z tym zaleca się, aby ilustracje graficzne i ostrzeżenia pojawiały się rotacyjnie, co może być realizowane poprzez opracowanie dużej liczby ostrzeżeń i wprowadzanie ich na rynek równoległe lub poprzez ustalanie terminu, po którym wymagana jest zmiana ostrzeżenia (21). Ustanowienie dwu lub większej liczby zestawów ostrzeżeń zdrowotnych i informacji, które mogą być używane wymiennie, co 12–36 miesięcy. Zaleca się, aby na etykietach podawano źródło informacji i zaleceń oraz wskazywano ekspertów czy instytucje rekomendujące dany przekaz (np. Minister Zdrowia). Służy to wzmocnieniu siły przekazu poprzez zwiększanie jego wiarygodności.

Ważne jest także wprowadzanie częstych zmian w szacie graficznej etykiet. Zaleca się używanie raczej ilustracji kolorowych zamiast czarno-białych oraz kontrastowych kolorów jako tła tekstu ostrzeżenia (22). Wskazane jest, aby treść ostrzeżeń zawierała zatwierdzony opis szkodliwych skutków palenia i konkretnych chorób spowodowanych używaniem tytoniu (22–24). Zakres informacji znajdujących się na etykietach ostrzegawczych powinien obejmować również: poradnictwo w zakresie zaprzestania palenia tytoniu, uzależniające właściwości tytoniu, ekonomiczne i społeczne skutki używania tytoniu (np. roczne koszty zakupu wyrobów tytoniowych), wpływ biernego palenia tytoniu. Teksty powinny informować, być autorytatywne, ale pozbawione maniery osądzania.

Ostrzeżenia pisemne powinny być zamieszczane w języku urzędowym danego kraju oraz w określonym kolorze, na określonym tle z użyciem określonego kroju i rozmiaru czcionki. Celem tych wytycznych jest sprawienie, by zamieszczane informacje były możliwie najlepiej widoczne i zrozumiałe. Przekazy generujące negatywne emocje, takie jak np. obawa przed chorobą, mogą być skuteczne zwłaszcza w połączeniu z komunikatem mającym na celu zwiększenie motywacji do rzucenia palenia i utwierdzenie palaczy w przekonaniu, że potrafią rozstać się z nałogiem (10). Istotnie zwiększać skuteczność działań antytytoniowych mogą też umieszczane na opakowaniach papierosów adresy stron

internetowych lub numery linii telefonicznych, gdzie palacze mogą uzyskać wsparcie i poradnictwo na temat metod rzucania palenia „quit line”. Ostrzeżenia należy umieszczać na każdym opakowaniu jednostkowym, na każdym zewnętrznym opakowaniu zbiorczym oraz na reklamach znajdujących się w punktach sprzedaży detalicznej, przy czym muszą być one okresowo zmieniane, aby utrzymać zainteresowanie konsumentów.

OSTRZEŻENIA GRAFICZNE NA ŚWIECIE I W POLSCE

Do października 2008 roku ostrzeżenia graficzne wprowadzono w 17 krajach świata, w tym w Australii, Nowej Zelandii, Belgii, Kanadzie, Brazylii, Rumunii i Wenezueli (10). Mimo że niektóre kraje wprowadziły już ustawy obowiązek umieszczania ostrzeżeń na opakowaniach wyrobów tytoniowych, metody realizacji tego przepisu są bardzo różne. Największe ostrzeżenia obrazkowe drukowane są w Australii i Nowej Zelandii (pokrywają 30% frontowej części opakowania oraz 90% tylnej). W wielu państwach ostrzeżenia te nadal jednak nie są wymagane.

W Polsce obowiązek umieszczania na opakowaniach wyrobów tytoniowych etykiet ostrzegających o ryzyku związanym z paleniem tytoniu wprowadzono w 1996 roku (25). Etykieta ostrzegawcza powinna zajmować 30% największej płaszczyzny opakowania papierosów, natomiast na jego ścianie bocznej zamieszczana jest informacja o zawartości substancji smolistych i nikotyny. Przeprowadzone badania wskazują, że zastosowane ostrzeżenia tekstowe skupiły uwagę konsumentów i w 1998 roku 14% palących mężczyzn oraz 16% palących kobiet podjęło próbę zmiany stosunku do palenia (np. ograniczyło palenie), a 3% mężczyzn i 4% kobiet deklaroowało zaprzestanie palenia pod wpływem tych ostrzeżeń (25).

Ostrzeżenia w formie i treści zgodne z dyrektywą 2001/37/WE, obowiązujące do dzisiaj, wprowadzono w Polsce w 2004 roku. Zgodnie z kierunkiem polityki antytytoniowej przyjętej w Unii Europejskiej oraz z postanowieniami Ramowej Konwencji WHO o Ograniczeniu Użycia Tytoniu przygotowywane jest jednak zastąpienie obecnej formy zamieszczanych informacji ostrzeżeniami mieszanymi, łączącymi dotychczasowe informacje tekstowe z ilustracją graficzną. W tym celu zostanie wykorzystany katalog ilustracji zatwierdzony do użytku decyzją Komisji Europejskiej.

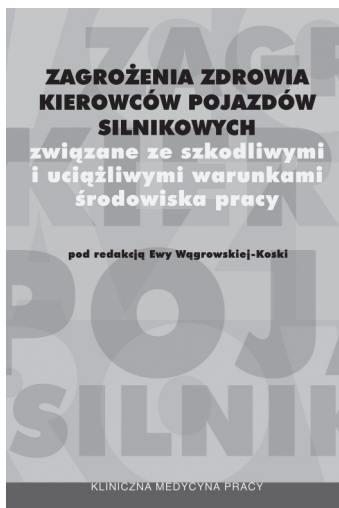
Ostrzeżenia graficzne dobitnie wizualizują szkody wyrządzone przez tytoń, co sprawia, że mogą szczegól-

nie skutecznie przekonać palacza do rezygnacji z nałogu. Wprowadzenie przepisów nakazujących umieszczenia ostrzeżeń o szkodliwych skutkach zdrowotnych nie kosztuje państw, w których są wprowadzane. Ponadto, ostrzeżenia z elementami graficznymi cieszą się ogromnym poparciem opinii publicznej, a sprzeciwiają się im niemal wyłącznie koncerny tytoniowe (1). Obszerne informacje ostrzegawcze zachęcają palaczy do zerwania z nałogiem, a młodych ludzi zniechęcają do sięgania po papierosa. Zastosowanie takiego rozwiązania pomaga także zdobyć społeczną akceptację innych metod walki z tytoniem, takich jak tworzenie środowiska wolnego od dymu tytoniowego.

PIŚMIENNICTWO

1. World Health Organization. WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2008 — The MPOWER package. WHO, Geneva 2008
2. World Health Organization. Tobacco: deadly in any form or disguise. WHO, Geneva 2006
3. World Health Organization. WHO Framework Convention on Tobacco Control. WHO, Geneva 2003
4. The Tobacco Products Directive (2001/37/EC). Adres: http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/pictorial_warnings_en.htm
5. Picture based Cigarette Health Warnings Legislation and Regulations. Adres: <http://www.smoke-free.ca/warnings/countries%20and%20laws.htm>
6. Warning labels: Examples in various countries and jurisdictions. Adres: <http://www.tobaccofreecenter.org>
7. Tuma R.S.: Brazil learns what works in antismoking campaigns: high taxes and graphic photos. J. Natl. Cancer Inst. 2007;99(6):423–423
8. Warning labels: the evidence. Pictorial warning labels are an important opportunity to communicate the risk of tobacco use. Adres: <http://www.tobaccofreecenter.org>
9. Cunningham R.: Package Warnings. Overview of international developments. Canadian Cancer Society 2007. Adres: http://www.smoke-free.ca/warnings/Warnings-Research/Release_WarningLabels_20070320.pdf
10. Warning labels: essential facts. Components of an effective warning label. Adres: <http://www.tobaccofreecenter.org>
11. Freeman B., Chapman S., Rimmer M.: The case for the plain packaging of tobacco products. Addiction 2008;103:580–590
12. Underwood R.L., Klein N.M., Burke R.R.: Packaging communication: attentional effects of product imagery. J. Prod. Brand Manage. 2001;10:403–422

13. Scheffels J.: A difference that makes a difference: young adult smokers' accounts of cigarette brands and package design. *Tob. Control* 2008;17:118–122
14. Slade J.: The pack as advertisement. *Tob. Control* 1997;6:169–170
15. Wakefield M.A., Germain D., Durkin S.J.: How does increasingly plainer cigarette packaging influence adult smokers' perceptions about brand image? An experimental study. *Tob. Control* 2008;17:416–421
16. Moodie C., Mackintosh A.M., Brown A.: Tobacco marketing awareness on youth smoking susceptibility and perceived prevalence before and after an advertising ban. *Eur. J. Public Health* 2008;18:484–490
17. Hammond D., Fong G., Borland R., Cummings M., McNeill A., Driezen P.: Text and Graphic Warnings on Cigarette Packages: Findings from the International Tobacco Control Four Country Study. *Am. J. Prev. Med.* 2007;32(3):210–217
18. Hammond D., Fong G.T., McDonald P.W., Cameron R., Brown K.S.: Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tob. Control*. 2003;12(4):391–395
19. Costa e Silva V.L.: Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil. EU Commission, Brussels 2002
20. Singapore Health Promotion Board Online. Adres: http://www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg_id=2233
21. Hammond D.: Tobacco labelling & packaging toolkit: a guide to FCTC Article 11 [cytowane: 15 października 2008]. Tobacco Labelling Resource Centre 2008. Adres: http://www.igloo.org/tobacco_labelling
22. Hammond D.: Tobacco Labeling Toolkit: Implementation, Chapter 5. Waterloo: University of Waterloo; 2008 [cytowane: 9 kwietnia 2008]. Adres: http://www.igloo.org/tobacco_labelling/download-nocache/tobaccolab/iatld_lab~5
23. Centre for Tobacco Control Research (CTCR) [cytowane: 15 października 2008]. Point of sale display of tobacco products. Cancer Research UK, London 2008. Adres: http://info.cancerresearchuk.org/images/pdfs/tobcon_pointofsalereport
24. Centre for Behavioural Research in Cancer. Health Warnings and Contents Labelling on Tobacco Products. Report prepared for the Ministerial Council on Drug Strategy Tobacco Task Force on Tobacco Health Warnings on Content Labeling in Australia; Commonwealth Department of Health and Aged Care of Canberra, Canberra 2001. [cytowane: 11 maja 2009] Adres: [http://www.drinkingnightmare.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/474DA5DAC70608F2CA2571A1001C7DFE/\\$File/tobacco.pdf](http://www.drinkingnightmare.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/474DA5DAC70608F2CA2571A1001C7DFE/$File/tobacco.pdf)
25. World Health Organization. The current status of the tobacco epidemic in Poland. WHO, Copenhagen 2009



PUBLIKACJE
INSTYTUTU MEDYCYNY PRACY IM. PROF. J. NOFERA W ŁODZI

**ZAGROŻENIA ZDROWIA KIEROWCÓW
POJAZDÓW SILNIKOWYCH**
ZWIĄZANE ZE SZKODLIWYMI I UCIAŹLIWYMI
WARUNKAMI ŚRODOWISKA PRACY

pod redakcją *Ewy Wągrowskiej-Koski*

ISBN 978-83-60818-09-1

Cena: 30,00 zł

Ze względu na rozwój motoryzacji i systematyczny wzrost liczby osób kierujących pojazdami, szereg czynników szkodliwych i uciążliwych występujących w środowisku pracy kierowców, wysoką absencję chorobową w tej grupie zawodowej, konieczne jest podjęcie działań zmierzających do podniesienia świadomości osób wykonujących zawód kierowcy oraz podmiotów realizujących profilaktyczną opiekę zdrowotną nad tą grupą zawodową na temat zagrożeń zdrowia związanych z warunkami środowiska pracy. Działania te powinny służyć przedłużaniu aktywności zawodowej oraz ułatwianiu powrotu do pracy po przebytej chorobie.

W książce, w kolejnych rozdziałach omówiono:

1. Warunki pracy i narażenie na czynniki szkodliwe i uciążliwe w środowisku pracy kierowców
2. Wpływ środowiska pracy kierowcy na ryzyko chorób układu krążenia
3. Źródła i konsekwencje stresu zawodowego w pracy kierowcy
4. Wpływ warunków pracy kierowcy na ryzyko chorób układu ruchu
5. Zmęczenie w pracy kierowcy — przyczyny i skutki
6. Zmęczenie narządu wzroku związane z warunkami pracy kierowcy
7. Skutki zdrowotne pracy zmianowej
8. Uszkodzenia słuchu u kierowców transportu drogowego
9. Wypadki drogowe w Polsce
10. Zapobieganie negatywnym skutkom zdrowotnym związanym z warunkami pracy kierowców pojazdów silnikowych

Zamówienia prosimy kierować pocztą na adres: Oficyna Wydawnicza, Instytut Medycyny Pracy im. prof. dr. med. J. Nofera, ul. św. Teresy 8, 91-348 Łódź, lub faksem na nr: 42 631-47-19, załączając kserokopię przelewu lub odcinka potwierdzenia zapłaty.

Publikację można zamówić też drogą elektroniczną pod adresem: ow@imp.lodz.pl lub wypełniając gotowy formularz na stronie <http://www.imp.lodz.pl/oficyna>.

Wpłat należy dokonywać na konto IMP w Banku Pekao S.A. II O/Łódź, nr 23 1240 3028 1111 0000 2822 2749. Na przelewie prosimy podać tytuł zamawianego wydawnictwa oraz NIP. Publikacja może być przesłana także za zaliczeniem pocztowym.