

少年菸癮誰負責？

美、日都認定吸菸是一種病，成癮度比毒品有過之而不及，台灣青少年抽菸的情形有多嚴重？如何幫助青少年遠離菸害？

撰文／溫啟邦

「青少年的吸菸問題」是願者上鉤還是強迫中獎？是小孩子的錯、還是大人的錯？獲利者是誰？將來受害付費的人又是誰？

吸菸的消費行為是很奇怪的，如果根據菸商在商品上標示的使用方法，依循使用多年後，每兩名消費者中，就會有一名因此而死亡。但是對於躍躍欲試的青少年，以及無法自拔的癮君子，對這個警訊卻依然無動於衷，況且菸草公司在他們的網站已經放上「菸會成癮、菸會致癌、菸會致死」等警告標語，等於承認這些事實。而各國政府卻坐視這些菸品繼續在市面上行銷，引誘青少年購買。

台灣每年有兩萬人、每天有50人，因一手菸或二手菸而死亡。所謂「菸草殺人，戒菸救人」，在所有提升國人健康的策略中，菸害防制是最有效也最重要的手段。研究顯示，最能提升人民的健康的方式，不是靠高科技的醫療服務，而是由不吸菸、體重控制等生活習慣的改變著手。台灣的菸害防制雖行之有年，全民也對菸

害有共識，但是目前仍有450萬名吸菸人口，如果不做大幅改善，20年內將會有40萬人死於菸害，這個人數相當於四川大地震災後第十天所統計的死亡人數的10倍。

菸癮是一種病

菸癮屬於「慢性成癮性疾病」，在日本與美國均認定吸菸是一種病。有菸癮者是病人，它的成癮度已被認為比毒品有過之而無不及，成癮原因在於尼古丁，其成癮性之高已經是不爭的事實，科學界對於吸菸成癮的生理反應機制，也有相當透徹的研究。手中燃燒的那根菸，看得見的焦油會累積在體內各組織，造成全身性的健康傷害；看不見的尼古丁則會影響大腦的反應，產生短暫性的愉悅快感，以及長久難以割捨的尼古丁依賴成癮疾病。

當一個有菸癮的人停止吸菸，身體就會開始想念尼古丁，導致心情暴躁、心神不寧、心理不舒服，急著要馬上點燃一根菸，紓解身體的渴望。這是因為燃燒菸所

關於作者



溫啟邦是國家衛生研究院衛生政策研發中心研究員，並擔任「以實證為基礎之白皮書——台灣菸害白皮書」的計畫主持人。他從台大醫學院醫科畢業後，赴美國哈佛大學攻讀公共衛生學博士，並留美習醫教學逾30年，近年返台鼓吹預防醫學，呼籲民眾改變生活習慣、防癌、提升健康，不要過度依賴全民健保，避免看病吃藥，並著有《台灣菸草與健康圖鑑》一書。



台灣青少年吸菸問題日益嚴重，而成年人吸菸者幾乎都是經過青少年吸菸過程而來，因此青少年吸菸問題的影響不容忽視。

產生的尼古丁煙霧，隨呼吸進入人體後，可在五秒內迅速經由血液進入大腦，紓解上述這種「尼古丁戒斷症候群」之痛苦，進而產生快感，紓解緊張。

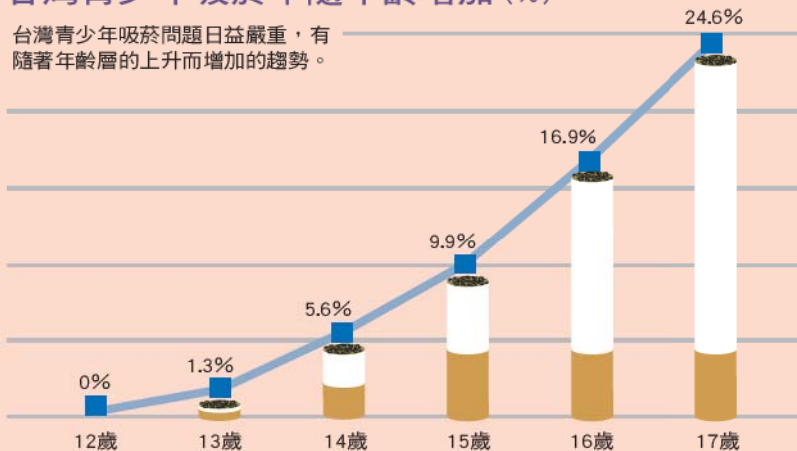
因此所謂的「吸菸能產生快感、靈感」，就在於這種快速紓解尼古丁的癮，並不是真的會產生靈感。如果請不吸菸的人吸菸，他們並不會有如此的感受，就是因為他們沒有尼古丁的癮。而吸菸是輸入尼古丁到體內最有效率的工具，任何替代

品，例如戒菸專用的尼古丁貼片，輸送效率仍然無法與吸菸相比，這也就是戒菸貼片效果不彰、需要口嚼錠或補充其他藥物的原因。

世界衛生組織（WHO）對於吸菸上癮的認定，是以吸完100支菸（五包菸）後，即代表明顯吸菸上癮了。事實告訴我們，每10個嘗試吸菸的人當中，約有6個人會上癮，吸菸上癮代表著從此以後每隔幾小時，身體會開始呼喚、需要尼古丁的補

台灣青少年吸菸率隨年齡增加 (%)

台灣青少年吸菸問題日益嚴重，有隨著年齡層的上升而增加的趨勢。



充，日復一日。

台灣青少年吸菸率 隨年齡三級跳

幾乎每位成年吸菸者，都是經過青少年的吸菸過程而來的，因此青少年吸菸問題之所以需要被重視，除了降低全民吸菸率的考量外，更因為青少年身體發育未成熟，器官容易受菸害的損傷，在18歲法定年齡之前染上菸癮，父母與師長都難辭其咎。

近年來，台灣青少年吸菸問題日益嚴重，青少年吸菸率從13歲的1.3%，到17歲的24.6%，有如三級跳（見上圖）。其中，高中生是國中生的四倍，而17歲的未成年青少年竟然有1/4的人吸菸。

為什麼青少年想吸菸？尤其是第一口菸？好奇、時髦、學大人、裝成熟，都曾為研究者推測的理由，也都言之成理，不過對這問題研究最多的莫過於菸草公司，因為菸草公司知道他們最大的課題，就是要爭取新客戶，而人們只要一開始吸菸，不久就會成癮，日復一日，成為忠誠的顧客。當舊吸菸者老成凋謝，就須由新吸菸者接續遞補。那麼新菸者哪裡來呢？就是我們的青少年。

為了迎合青少年吸菸的需求，菸草公司在台灣做過多項調查研究，包括如何讓青

**菸草公司最大的課題
就是要爭取新客戶，
而人們只要一開始吸
菸，不久就會成癮，
日復一日，成為忠誠
的客戶。**

少年嘗試第一口菸，而且試過就會喜歡！因此菸草公司在各地尋找已經吸菸的青少年，問他們怎麼開始吸菸的？菸草公司根據統計結果，研發出一種「初學者之菸」，這種菸的特色為標榜淡菸（不會嗆喉）、價格便宜、包裝新潮美觀，而且容易取得（例如檳榔攤），讓少年喜歡、少女也喜歡。這種「初學者之菸」剛問世時，還曾經提供免費試抽，但之後即遭禁止，原因是這種菸雖然焦油含量較少，但尼古丁濃度卻一點也不少。

有人說，青少年吸菸問題是一種不文明的象徵。吸菸有百害而無一利，藉由法令、規範、限制吸菸地點，可以凝聚社會的共識，使大多數人產生拒吸二手菸的觀念。青少年的身心健康對社會來說是相當重要的，他們身心發育尚未成熟，判斷力也不足，無法抗拒菸草公司與利益團體排山倒海的誘惑，因此青少年吸菸也是成人的責任。菸草公司賣菸獲利豐厚，留下菸害導致的健康醫療問題，卻必須由全民來買單。

校園傳統菸害防制 效果不彰

國外已有充份的經驗告訴我們，傳統的菸害防制方法，效果不彰，而驗證於國內近年的表現，似乎完全吻合。

以校園的菸害防制為例，包括在課堂上的健康與道德關說、校園禁菸，以及吸菸學生的轉介戒菸，典型的做法通常是由老師在課堂上教導學生吸菸的壞處，勸學生不要吸菸，並說明吸菸對健康的壞處，再加上校園的禁菸措施，以及吸菸學生的轉介戒菸服務。這些傳統方式形成現階段台灣校園菸害防制的共通體系，但是，目前青少年菸害防制效果不彰，原因有很多，例如：

時間太短，資源不足：九年一貫教育所能排進菸害防制的課程，只有一、兩個小時，時間太短，學生無法進入情況，同時

菸商行銷手段無孔不入

在1987年台灣菸品市場開放後，進口菸大舉進入台灣，一步步取得台灣菸品市場佔有率的領先地位。分析進口菸最大也最具爭議性的促銷方式，就是採用「衍生性商品」的行銷手法，例如最常見的日本菸品廣告喜歡把商品商標融入具青春、運動、冒險風格形象的手錶、衣服等周邊商品，而廣告畫面色彩與形象也與菸品包裝類似。

由於台灣「菸害防制法」規定，合法的菸品廣告只限於平面雜誌，每年刊登的數量也有限，但是利用這種「衍生性商品」的廣告方式，巧妙地遊走法律邊緣，無孔不入地在電視與平面媒體上大量曝光。研究也證明這

類商品廣告對於青少年的菸品選擇，產生正向的廣告效益，也達到菸品廣告的實際收益。

局限在校園內的反菸教育成效有限，有時還會有反效果出現，「未滿18歲不得吸菸」這句話顯然對青少年會引申出不同的含意，尤其訓誡式、教條式的反菸訴求，聽在青少年耳中，不僅不容易被青少年認同，有時反而會產生反效果。

而菸商甚至故意標榜吸菸是「大人的行為」，暗示青少年吸菸只是「年齡問題」，而不是不良的行為，反而令青少年產生學習成人行為的挑戰與慾望。

宣導青少年不要吸菸的教育是傳

統菸害防制的方法，其效果不彰的證據是顯而易見的，不僅這幾十年來國內、外青少年的吸菸率沒有多大的變化，連跨國菸草公司（例如Phillip Morris）竟然願意斥資數十億美元，提供做為青少年不要吸菸的教育費用，資助學校或社區從事反菸教育及宣導。

菸草公司就是看出預防青少年吸菸的盲點，並藉此提升跨國菸草公司的形象，不過追根究柢，這項行動的本質是以美化商品印象、加強品牌認同度的成效較多。因為跨國菸草公司早就了解，要青少年不吸菸的教育，效果不但不好，反而可能會產生反作用，導致青少年因此開始吸菸。

老師沒有經專業訓練，雖然很努力，但不知道怎麼教才有效、才會感動學生。尤其課堂教課是瞬間即過，沒有持續加強。研究顯示，教得再好，幾年以後的青少年吸菸率都幾乎一樣，也因為沒有持續加強及長期追蹤，菸害防制課程的效果會隨時間而遞減。

吸菸學生轉介戒菸形同虛設：吸菸的學生被轉介戒菸的人數不但少之又少，最嚴重的是，被轉介的醫護人員幾乎沒有受過針對青少年的戒菸訓練，由於青少年需要的戒菸方式與成年人需要的不同，用成年人方法幫助青少年戒菸，成功率很低，所以校方對於已經染上菸癮的學生，幾乎是一籌莫展。

校園內禁菸執法不嚴：學校對校園禁菸執法不力、罰則不嚴，縱容校園內的吸菸行為。如果老師自己也吸菸，那麼課堂上說得再動聽，看到有老師在學校吸菸，機靈聰敏的學生就很難認同課堂上的大道理。另一方面，對青少年吸菸最嚴重的就是家長吸菸，言教不如身教，在學校得到吸菸有害的資訊，但回家每天看到家長吸菸，形同破功。

最有效的菸害防制： 提高菸價

菸害防制的最佳策略是提高菸價。從國外的經驗得知，菸價上漲衝擊最大的是青少年，他們的吸菸率變動最敏感，菸價每增加10%，青少年吸菸率會減少8%。所以我們的菸價如果加倍，青少年的吸菸率可以減半。在課堂上的健康與道德關說，不管說得多動聽，不如提高菸價，直接控制荷包最有效。

台灣的菸價比其他國家來得低，以一包

一包M牌香菸在各國售價（美元）



台灣的菸價比其他國家來得低，市售1.5美元的菸，在香港賣4.5美元、新加坡賣7.5美元。菸價過低會使青少年容易購買，菸害防制更加困難。

有74%的商店違法賣菸給青少年

台灣法令規定，未成年（18歲以下）不准吸菸，商店也不可賣菸給他們，理論上應該沒有青少年吸菸的問題，可是實際情形卻讓人大吃一驚，2007年國民健康局進行調查，採用喬裝測試的方式，請年滿18歲的學生穿著高中制服前往菸品販賣場所購買菸品，評估商店是否賣菸給青少年、是否有檢查年齡證明，於25個縣市共完成100份樣本，結果發現只有26%的商店過關，有74%的商家不合規定，涉嫌違反菸害防制法第十二條：賣菸給青少年。（資料來源：2007年台灣菸害防制年報）

菸品販賣場所	考評總場所數	合格場所數	總合格率(%)
五大連鎖超商	52	17	32.6
檳榔攤	25	7	28
一般商店	21	2	9.5
其他	2	0	0
總數	100	26	26

（20支）市售1.5美元的進口菸為例，在泰國的售價為2美元、韓國為3美元、香港為4.5美元，新加坡更高達7.5元（參見第47頁圖）。

綜觀世界各國的實例，可以證明菸價是控制吸菸率的最佳手段，例如香港、新加坡，在該國政府逐年調漲菸價的策略下，不但成人吸菸率下降，青少年吸菸率下降的反應更為顯著。在2001年台灣每包菸加徵菸稅5元，區區5元，很多人並不看好，但是四年之後，至少20萬名吸菸者戒菸了，這20萬名戒菸者中，青少年佔了1萬4000人，同時有4000人可因此免於罹患肺癌。

在此我們要呼籲，為了我們下一代著想，應該盡速立法提高菸稅，以達成我們社會雙贏甚至於三贏的局面，因為提高菸稅，健康受益最多的是青少年與窮人，當然這項政策需要有完整的配套措施。

韓國提高菸稅 男性吸菸率下降35%

以鄰近的韓國為例，在1980年代，韓國成年男性的吸菸率一度高達80%、女性12.6%，在亞洲國家中是比較嚴重的。如此的高吸菸率，也讓韓國付出驚人的健康與經濟代價，韓國每年有四萬人因吸菸而

死亡，這個重大菸害的損失，引起韓國政府高度重視。

韓國於1997年開始有計畫地提高菸稅，並將所得來的稅金投入新成立的「國家健康促進基金」獨立運作，主要工作項目之一就是推廣菸害防制工作，菸稅提高使基金的資金充沛，能全力發展促進健康的各項政策。

1997年時，韓國的菸價比台灣還低，每包約合新台幣25元，逐年提高菸稅後2007年為120元，10年來提升幅度最快的是2004與2005年，各提高菸價500韓幣（相當於兩年內提高新台幣40元），這兩年內男性吸菸率就下降了7.5%。

經過10多年的努力，韓國成功將男性吸菸率從近80%降低到今年的45.9%以下，減少了35%，下降速率比台灣快好幾倍，主要的變化就出現在短短幾年中七度增加的菸價，以及成立專責獨立的單位運作，促使韓國政府陸續完成種種菸害防制措施的立法，包括室內公共與工作場所全面禁菸、不設吸菸室，並且禁止誤導語言，例如淡菸、柔和與低焦油，並持續提高菸價等規範。

相較於韓國政府大刀闊斧的菸害防制態度，台灣仍有很大的進步空間。台灣的菸價以生活水平來說，幾乎是全世界最低的，在中國大陸要工作一小時才買得到一包菸，在台灣只要工作15-20分鐘就可以掙得一包菸。

如果我們能仿效韓國增加菸稅的力道，在五年內增加50元的菸稅，不但可以讓更多人免於肺癌之苦，國庫也將會增加近1000億元的收入，做為戒菸經費，提升全民健康。

解決青少年吸菸問題 從成人戒菸開始

而成人不吸菸是菸害防制的另一個有效辦法。青少年吸菸的動機，一直困惑著專家學者，雖有很多推測與分析，但是似乎

戒菸四步驟

1. 立志戒菸：設定一個達成戒菸目標的日期，並公告給身邊的親友知道。
2. 養成運動習慣：例如每天步行一萬步、慢跑幾公里，或是球類運動更佳。
3. 拒絕誘惑：確認親友都知道你已經在戒菸了，讓他們不要在你面前抽菸。
4. 求助專業：向醫師與專業諮詢人員尋求協助。

有無窮的複雜因素，因時代、因人而異。根據青少年吸菸問題的調查研究，最大的發現是青少年吸菸種因於成人吸菸。研究人員問青少年為什麼吸菸，是同儕的誘惑？還是廣告的吸引？青少年回嗆：「笨蛋！是大人吸菸！」研究人員這才恍然大悟，要解決青少年吸菸問題，就要從成人戒菸開始。在課堂上由老師教導青少年不要吸菸，只是因為年齡不足現在不能吸，要等18歲以後再吸，這個邏輯理論，青少年不僅聽不進去的，還會引起反感，成年人可以做的事、很酷的事，說我年紀太小，不能做，那我偏偏要做。

另外，言教不如身教，教師的行為與態度也會影響青少年，因為學生會以教師為榜樣，加上同儕的影響，使得吸菸者常喜歡找同伴一起吸菸、聊天，如果只是孤家寡人吸菸，則顯得孤單。

父母親的態度與行為 影響甚巨

筆者前年分析五萬多名代表全台灣高中、高職生的詳細問卷調查，發現父母對子女吸菸的影響有兩個面向：一為父母親自己吸菸，另一個為父母親對子女的關懷度。父母的行為與態度對青少年影響甚巨，父母親自己吸菸，代表對吸菸之默認與允許，同時也代表家中可以有二手菸暴露的問題。更重要的是父母親吸菸，家中有菸可讓青少年在需要時「暫借」，或是「順手牽羊」，提供了青少年穩定可靠的香菸來源。

研究發現，青少年吸菸行為是否受到父母注意、父母有無表示可否之態度、父母親對吸菸行為有無溝通，都是青少年吸菸與否的關鍵。父母親即使自己吸菸，他們的關懷度仍然可決定青少年對吸菸的態度，例如父母親是否允許家中瀰漫二手菸，或當著孩子的面吸菸，也會影響青少年是否吸菸。

預防青少年吸菸的策略方面，要把父母

向菸商求償

國內、外菸商賣菸獲利豐厚，跨國菸商將利潤匯回歐、美、日等母公司，提高公司營業額與利潤，卻留下吸菸的青少年，長大後遲早會發生與菸害有關的健康醫療問題，而大部份吸菸者使用的醫療照護是由全民健保支付，讓全民買單。台灣每兩名吸菸者，就會有一人因菸害死亡，吸菸者正值生產力旺盛可以回饋社會之際，卻因菸害而停止生命，這就牽涉了社會公平正義的問題。

美國反菸團體經過50年坎坷的路程，才對菸商提出訴訟求償，這也是美國菸草公司在美國境內利潤大量衰退之後，轉向其他國家發展的原因，尤其是亞洲這一大塊市場，是他們專心經營的目標。

從過去幾項案例可見，對菸商提起訴訟進而求償的這條路不好走，菸草公司對於吸菸引發受害人健康傷害的訴訟官司採取焦土策略，以龐大資金對付菸害受害者。撇開律師費用不談，就時效性而言，菸商使用拖延戰術，一拖5年甚至10年，常常尚未宣判，受害者都已過世，所以不靠政府的公權力，很難打贏官司。

對菸商提起訴訟求償的過程，會吸引媒體注意，進而引起全民重新思考菸商與吸菸者之間的責任分擔，逐漸了解菸商的商業策略與社會公平性的問題。所以即使對菸商提出訴訟求償沒有十足的勝算，我們仍然要抱持著「有提訴訟就是贏家」的觀念。

親的參與視為最重要的一環。有吸菸的父母親，要設法請他們戒菸，重身教並樹立榜樣，如果一時做不到，也請他們現身說法，告訴子女自己當初不知吸菸會成癮，如今雖然後悔，但卻難以脫身，做為兒女的前車之鑑。

發揮同儕的影響力也是預防辦法，由青少年自發性展開不吸菸、不吸二手菸活動，藉由青少年告訴青少年的方式，蔚為風氣，較有說服力。此外，大眾媒體對民眾影響範圍大，可利用感人的電視畫面加強宣導不吸菸、拒吸二手菸的文化，如果電影、連續劇中出現吸菸的畫面，字幕就隨即標示「吸菸致癌」的字幕。例如泰國政府曾經在菸盒背面刊登裊裊菸槍對著無助嬰兒的圖片，還配上標語：「爸爸不要用二手菸殺我好嗎？」

預防青少年吸菸的教育千萬不能局限在校園，而預防青少年吸菸的策略，從政府立法提高菸價與菸稅、落實校園管制，到父母親與師長的言教、身教，如此多管齊下，才能直接有效預防青少年吸菸。 SA

泰國政府曾經在菸盒背面刊登的警告標示。

