

Hitlerowska kampania antynikotynowa

„Mówię Ci nie pal, nie pal, nie pal, bo będziesz kaszłał i będzie Ci źle” – ten zabawny tekst piosenki zapewne nikogo nie przekona do rzucenia palenia, ale gdyby te same słowa wypowiedział z całą powagą Adolf Hitler, to kto wie, czy niejeden palacz nie zastanowiłby się poważniej nad swoim zgubnym przyzwyczajeniem.

Młody Hitler palił 25-40 papierosów dziennie. Szybko jednak stwierdził, że jego nałóg to trwonienie pieniędzy i deprawacja. Dlatego skończył z nim i pragnął, by inni również to zrobili. Zachęcał do tego swoich przyjaciół, a nieudane próby nakłonienia najbliższych (m. in. konkubiny Evy Braun) i współpracowników bolały go i denerwowały. Osobista niechęć wodza do tytoniu legła u podstaw kampanii antynikotynowej.

Jednak dezaprobata Führera to nie jedyna przyczyna administracyjno-propagandowego ruchu. Nastroje przeciwne paleniu ujawniały się w Niemczech jeszcze zanim Hitler doszedł do władzy, na początku XX wieku. W 1904 roku utworzono Niemieckie Stowarzyszenie Przeciwników Tytoniu dla Ochrony Niepalących. Organizacja nie działała długo, ale w jej ślady szybko poszły nowe inne związki i zrzeszenia, które istniały także w niemieckiej Austrii czy Czechosłowacji i wydawały swoje czasopisma.

Prowadzono też intensywne badania nad skutkami palenia. Jednak dopiero odkrycie związku między używaniem nikotyny a rakiem płuc już za rządów nazistów sprawiło, że kampania nabrała tempa, a działania na rzecz walki o zdrowie zaczęto prowadzić na szeroką skalę. Wsparcie Hitlera i rządu wspomogło ruch i sprawiło, że był on największym tego typu przedsięwzięciem na świecie.

Poza najważniejszą naukową zdobyczą znaleziono też wiele innych negatywnych skutków nałogu. Dowiedziono zgubnych następstw tzw. biernego palenia (termin ten powstał zresztą w III Rzeszy), potwierdzono, że palenie wywołuje choroby serca, a u ciężarnych niesie ryzyko poronienia bądź urodzenia martwego dziecka. Poza tym nikotyna przenika do mleka matki i może nawet prowadzić do bezpłodności kobiet. Co ciekawe, wiele z tych teorii znalazło potwierdzenia w eksperymentach i badaniach XXI wieku.

Ale tak jak niemal wszystkie akcje hitlerowców również ta musiała mieć swój podtekst propagandowy, dlatego niekorzystne efekty palenia wykorzystywano do szerzenia nazistowskiej ideologii. Przede wszystkim tytoń zagrażał zdrowiu, a zatem również higienie rasowej i czystości cielesnej. Stanowił „truciznę genetyczną”, która mogła zdegenerować plazmę zarodkową rasy panów.

Oddawanie się nałogowi przez kobiety było wysoce niestosowne, jako że w społeczeństwie miały one pełnić funkcję przede wszystkim żon i matek, a zatem wykazywać się wysoką rozrodznością. Co więcej, naziści uważali, że palące panie są mniej atrakcyjne i starzeją się szybciej. Z uwagi na to w czasie wojny Niemki poniżej 25. roku życia i powyżej 55. roku życia nie otrzymywały kartek na wyroby tytoniowe, a sprzedaż takich produktów kobietom była obłożona licznymi restrykcjami. Poza tym zgodnie z zasadami rasizmu i antysemityzmu skłonność do tytoniu uznawano za wadę przede wszystkim Afrykańczyków, a winą za wprowadzenie i rozpowszechnienie go w Europie obarczano Żydów i ich żydowski kapitalizm. Naziści sugerowali, że początkowo to właśnie przedstawiciele zniechęconego narodu kontrolowali przemysł nikotynowy.

Propaganda zdrowotna nazistów miała przekonać ludność Niemiec do rzucenia palenia. Wydawano specjalne czasopisma alarmujące o negatywnych skutkach przyzwyczajenia, rozwieszano plakaty, rozsyłano ulotki, a w latach 30. podjęto nawet bardziej radykalne środki. Uchwalono ustawy i rozporządzenia wprowadzające zakazy i obostrzenia. Odtąd nie można było palić w zakładach opieki zdrowotnej, urzędach publicznych, domach wypoczynkowych, tramwajach, autobusach, szybkiej kolei miejskiej, siedzibach NSDAP, szkołach. Używania tytoniu zabroniono też osobom poniżej 18. roku życia.

Ograniczenia dotyczyły również reklam wyrobów tytoniowych oraz racji papierosowych przydzielanych żołnierzom Wehrmachtu. Służącym w Hitlerjugend zamiast uzależniających, szkodliwych artykułów rozdawano słodycze.

W 1941 roku podwyższono podatek tytoniowy, przez co ceny produktów wzrosły nawet o 80-95%!

Początkowo ruch antynikotynowy nie spotkał się z pozytywną reakcją, a konsumpcja wyrobów tytoniowych paradoksalnie wzrosła. Akcja nie przekonywała, tym bardziej że w reklamach pojawiały się palące modelki, a aktorki, piosenkarki oraz żony wysoko postawionych funkcjonariuszy nazistowskich (np. Magda Goebbels) nie stroniły od publicznego pokazywania się z papierosem.

Jednak pod koniec lat 30., gdy kampania antynikotynowa zaostrzyła się konsumpcja znacznie spadła (aż o 23,4% w porównaniu do czasów sprzed wojny). Zmniejszyła się też liczba osób palących bardzo duże ilości papierosów. W 1944 roku konsumpcja wyrobów tytoniowych w Niemczech wynosiła średnio 743 sztuki na osobę, podczas gdy w Stanach Zjednoczonych w tym samym czasie aż 3039 sztuk! Żadna późniejsza akcja antynikotynowa w Niemczech nie mogła pochwalić się takimi sukcesami ani skutecznością. Naziści mogli zatem mówić o zwycięstwie, ale jak się okazało

krótkotrwałym.

Po przegranej wojnie na niemiecki czarny rynek wdarli się producenci amerykańscy, którzy na nowym biznesie zarabiali krocie. Kwitł przemysł. W 1949 roku aż 69 000 ton tytoniu wysyłano do tego europejskiego kraju. Nie dziwi zatem fakt, że konsumpcja produktów tytoniowych stopniowo zaczęła rosnąć.