

## СОЦИАЛНИЯТ ПЪТ НА ТЮТЮНА

### Абстракт

Скромната задача на този материал е да стъпи върху широк набор от изследвания върху културата на тютюнопушене в различни точки по света, за да разкрие разликите и общите модели по отношение на ролята му в обществото. Освен различните времеви периоди и начини на проникване на пушенето, отделните страни и региони получават и различно ниво на влияние от определени групи от обществото, медиите и поп-културата. Основната теза е, че тютюнопушенето не е феномен, възникнал от присъствието на тютюневи изделия, появили се на даден пазар, а се „учи“ в обществото и е типичен пример да силен мем, според определението на Ричард Докинс.

### Димна завеса.

Два са въпросите, които обичайно се задават от специалистите или просто от заинтересованите от темата за тютюнопушенето: първо, защо започват да пушат хората в младежка възраст и, второ, защо не спират да го правят в по-зряла? Логиката на тези въпроси е свързана със съзнанието за вредата, която пушачите си нанасят (или поне така им се казва) и съответно причините то да бъде игнорирано дори от по-възрастните. В Южна Корея например (Turnbull, 2010a,b,c; 2012) се обръща особено голямо внимание на високите нива на пушене сред мъжкото население, но и това сред жените също е над средните стойности за света. По-любопитното е, че жените там започват да пушат с година-две по-рано от момчетата, а пък делът на отказалите тютюна дами от по-високите възрастови групи е по-нисък от наблюдаваното другаде. Страната е сочена също и като един от отрицателните примери на теорията, че с повишаване на икономическото благосъстояние тютюнопушенето сред населението намалява, тъй като правителствата вземат различни, но активни мерки за ограничаване на употребата на тютюневи изделия – информационни кампании, повишаване на данъците (т.е. натоварване на цените за крайните купувачи), драстично ограничаване на местата за пушене, повишаване на възрастовата граница, разрешена за самостоятелно закупуване на пакет цигари от магазина (някъде тя достига 20-21 г.) и пр. Както и на други места, войната на министерства, асоциации и нарочни организации срещу рекламните послания на производителите се оказва не само ниско ефективна, но дори дава обратен ефект (Гладуел, 2010: 242-243).<sup>1</sup>

Редица изследвания например показват (в Чалдини, 2005; Гладуел, 2010), че новините, разпространявани от масмедииите за самоубийства и тежки пътни инциденти вдигат общото ниво на самоубийства и нарочно предизвикани ПТП в следващите десетина дни. Въпросната корелация идва да покаже, че информацията за екстремни

---

<sup>1</sup> Авторът на тези редове бе свидетел на ситуация, при която купувач в магазин за алкохол и цигари поиска кутията на западна марка цигари да бъде заменена с друга, тъй като конкретната алармираща за вредите снимка, поставена върху нея не му хареса.

постъпки на други хора, особено ако те са известни или значително по-възрастни, или пък случката е довела до смърт и/или сериозни наранявания на повече хора, имат силен „пусъков“ ефект най-малкото върху хора, които са предразположени към вземането на фатални решения. Анализът на нагласите на оцелели след такива събития дава смущаваща индикация, че постъпките им са форма на комуникация най-вече към кръга от себеподобни, но и като реакция спрямо наличието на сходен проблем, който е бил изживян и е станал причина някой друг да посегне на живота си по-рано.

### **Портрет на пушача като млад.**

Социалният изследовател Малкълм Гладуел (2010) използва откритията за феномена на „заразяването“, за да попита трийсетина-годишни негови сънародници (САЩ) за причините да започнат на пушат. Оказва се, че сцени от детството им, свързани с някаква положителна емоция, са в основата да вземат решение изобщо да запалят цигара, дори и в някакъв момент след това да са преборили навика. Личността на „подстрекателя“ е от особена важност – родител, близък родственик или приятел извън дома, атрактивен представител на противоположния пол, „големите“ в училище, поп-идол или просто някой връстник, който се „противопоставя на нормите“, и т.н. (също в Chen et al., 2001; Zhang et al., 2012). Тези образи и ситуациите на употреба на цигара от тяхна страна остават дълбоко вкоренени в паметта и придават на пушенето някакъв човешки вид, съчетан с приятен емоционален отпечатък, което потиска разумните доводи за вредите върху здравето. Авторът цитира и британския психолог Ханс Ейсенк относно профила на типичния пушач:

„...екстровеърт, човек, който е общителен и обича купони, има много приятели и с е нуждае от хора, за да разговаря... Той копнее за вълнения, обича да рискува, действа на момента и като цяло е импулсивен... Предпочита да се движи и действа... чувствата му не са под строг контрол и не винаги може да се разчита на него“ (пак там: 252).

Описан по такъв начин пушачът е отворен, емоционален и нарушаващ границите индивид, който, именно бивайки, такъв е сексуално по-активен и по-силен като обект на подражание, отколкото „разумните“ доводи, на които разчитат антиютюневите послания на различни институции. И което е по-важно, много от тях са по-силни „послания“ и по-ефективни като медии, комуникиращи пушенето. Самият Гладуел обобщава - точно обратно на общоприетото и официализирано дори мнение, - че не пушенето, а *пушачите* са атрактивни (2010: 254; Krohn et al., 1983; Luke et al., 2001). В тази връзка рационалните апели донякъде успяват да докоснат възрастните, но сред младежите те не могат да дават резултати, тъй като при тях пушенето (ако все пак прибягнат до него) е социален акт, ритуал, демонстриращ принадлежност (или мнима такава) към определена група, пък била тя и само възрастова (Boddewyn, 1994; Goodman, 2005: 561-566). Мозъкът е много по-социален, отколкото надличностните „институции“ го възприемат и въпреки предупрежденията и личните опасения, той взема решения много по-сложни и дълбоки, отколкото индивидите могат да артикулират на базата на

„разумното“ (Игълман, 2017).<sup>2</sup> По този начин никотинът не може да се посочва като основна или единствена причина (за пристрастяване), нито пък може да се докаже наистина, че всички пушачи са пристрастени до степен да не могат да се откажат. Степента на възприемане и обработване на никотина най-вероятно е генетично обусловена – някои пушачи се справят лесно с него, други – умерено, трети – изобщо не могат да го направят. Причините, т.е. двигателите на значимостта на тютюнопушенето, посочвани от пушачите далеч не включват физическа наслада, нито влияние от рекламата или медиите, но ние знаем, че и тях ги има. Тъй като говорим за култура на пушенето обаче, обичайно посочваният комплекс от причини включва предимно „модата“, „яко е“, „убиване на времето“, „то си е част от живота на хората на ръчния труд“, „усвоен от другите начин на живот“ и/или „близки/приятели са пушачи“ (от изследване в Домениканската република на Dozier et al., 2006: i33)<sup>3</sup>.

### **Всемирното пиене на тютюн.**

В края на 60-те години на 20. век, антропологът Питър Блек посещава о. Тоби, част от архипелага на Микронезия (Black, 1984). Той използва примера на малкото, направо микроскопичното (30 жители върху под територия от под 2 кв. км), но активно употребяващо тютюн общество на острова, за да демонстрира високото ниво на проникване на пушенето като социална практика, която в по-населените части на света изчезва от погледа или се проявява под други форми. Въпреки универсалността си (вж. още Shechter, 2006), тютюнопушенето, за учудване на самия изследовател, не предизвиква почти никакъв интерес от страна на колегите му. Повечето от тях просто са констатирали факта на присъствието на тютюна в ежедневието на изучаваните племена, приемат го за даденост, но така и не си задават въпроса защо всъщност се употребява.

Според проучванията на Блек, на Тоби тютюнът дошъл случайно от преминаващ търговски кораб. Но първият жител, който го придобил в някаква сделка, не знаел какво да го прави, след като установил, че не става за ядене. Тъй или иначе, не след дълго тютюнът се превърнал в една от основните валути в търговската дейност на местните, наред с метала и дрехите, и дори дал сериозен тласък в това, което ние бихме нарекли „глобализация“ – островът рязко напуснал своята капсулованост, за да влезе в мрежата от световни търговски връзки. Тютюнът се вписва лесно в местната култура, тъй като, въпреки малките си практически предимства и за разлика от книгите например, не идва с дълбоки връзки в и наситен с културните специфики на изпращащата го традиция.

---

<sup>2</sup> От резултатите от дългогодишно проследяващо изследване сред американските тийнейджъри (Luke et al., 2001: 202) става ясно, че е налице дисонанс във възприятията, свързани с тютюнопушенето като социална ценност – от една страна, пушачите биват „виждани“ като независими бунтари, което, е безспорно важно за подрастващите, но от друга страна, непушачите не са подценявани, напротив – те биват възприемани като контролиращи себе си и по-слабо податливи на натиска на околните.

<sup>3</sup> Участниците в изследването са доста изненадани, че противно на статистическите данни, според общото мнение „всички пушат“, докато на тях самите им е доста трудно да открият активни пушачи или отказали се такива в общности, които ги интересуват. Дори и в една от страните с най-високи нива на тютюнопушене – Япония, към 2013 г. 35,5% от мъжкото и 11,2% от женското население са редовни пушачи (Tobacco atlas, 2015).

В тамошната организация на обществото само най-„автономният“ (обичайно мъж на над 40 години, считан за достатъчно умен и балансиран вече, за да се грижи за по-младите) има правото и *задължението* да разпределя тютюна за свиване на цигара (обикновено след общия обяд) с цялата идея, че присъствието на последния е от съществено значение за нормалното протичане на отношенията с членовете на мрежата, намираща се под „водача“ (пак там). Сериозността на положението идва от факта, че обществото е силно проникнато от принципа (т.е. етиката) на споделянето. Неговите членове много често провеждат съвместно пушене чрез предаването в кръг на една цигара, която е събрана от дотациите на всеки един от присъстващите. Същевременно обаче тютюнът идва отвън и не е невъзможно да се получат проблеми в наличностите между отделните доставки, поради което подобни събития започват да се разреждат постепенно след последната случила се доставка до острова.

Управлението на разпределението на количествата е всъщност ключ към авторитета на „автономния“. Подаването на тютюна „надолу“ по веригата води до нови преразпределения на количествата и често онези „най-долу“ се оказват с минимални запаси, които бързо привършват, а някои от „средните“ нива - с равни на тези на „автономния“, което изважда системата от баланс. С намаляването на запасите тръгват и слухове, че някой крие тютюн от другите или пък пуши скришом (много лош знак за скъперничество), които почти не се оказват истина в края на краищата, но се отразяват на работата на символичния „вожд“. На него му се налага дори да нарушава собствените си забрани за пушене и да раздава „допълнително“, за да потуши социалното недоволство в случаи на мълви, че някой има и пуши „недекларирани“ количества. Тук буквално се „появява“ един от най-интересните от антропологична гледна точка свръхестествен образ на злото, който плаши шепата жители на Тоби. „Призракът на скрития тютюн“ се описва като висок три метра и пушещ от 3 до 10 цигари едновременно. Както може да се очаква, появата му зачестява в периодите на тютюнев „глад“. Ролята на „призрака“ е на морален коректив, който да пази общността от съблазни, развалящи социалната хармония. Както сам отбелязва Блек, парадоксално тютюнът не само се оказва генератор на социално напрежение и гняв, но служи и като важен лост в овладяването и управлението на негативните емоции (Black, 1984: 485).

В малко по-скорошно изследване пак там, в Микронезия, Мак Маршал (Marshall, 2005) допълва, че жителите на атола Намолук възприемат тютюна като хранителен продукт, наред с всички неща, които подлежат на консумиране през устата.<sup>4</sup> Изследователят посочва още, че това е практика натоварена с богато културно значение, която води до множество смъртни случаи, а в същото време антрополозите продължават да я пренебрегват, сякаш не е по-важна от употребата на забранени упойващи вещества и алкохол. Така например, в контекста на настъпилото там покръстване през 19. и 20. век, за да се афишира като наистина „чист“, „свят“ човек, даден жител на атола не бива да пуши и да употребява алкохол, което особено много засяга жените с напредването на възрастта и изобщо прави пушенето иманентно мъжко занимание. За пушачите обаче е

---

<sup>4</sup> Любопитното е, че и там глаголет е „пия“ за тютюнопушенето, както и на много други места по света, което може да има едно вероятно обяснение назад в историята, когато се е смятало, че подобно на алкохола, пушенето води до „напиване“ (Goodman, 2005).

въпрос на демонстрация на щедрост и знак за приятелство да раздават или споделят цигарите си, което привлича нови и нови пушачи поради важността на връзките в общността (също и в Goodman, 2005: 552).

В Йоханесбург пък изследователите установяват, че докато дискриминацията и виктимизацията увеличават броя на местните подрастващи, които започват да пушат заради експеримента, то процесите по етническа идентификация и утвърждаване служат като значима бариера пред тях да се превърнат в редовни пушачи (Brook et al., 2006). Последното обаче е свързано с наличието на културни норми, които да отричат или поне ограничават тютюнопушенето. В общи линии същото важи и за участието на семейството, тъй като дом с двама родители и ниско ниво на междуличностни конфликти между тях значително намалява риска тийнейджърите да останат пушачи в дългосрочен план, дори и да „пробват“ неколkokратно. В допълнение, както и се очаква, влиянието от „себеподобните“ (които се проявяват криминално или употребяват алкохол) е много силно – както непушачите да се превърнат в експериментиращи пушачи, така и „експериментиращите“ да продължат да употребяват цигари редовно (пак там).

Говорейки за етничността и културната идентификация, южно-азиатските имигранти в Съединените щати активно ползват тютюнопушенето като свой идентификационен маркер (Mukherjea et al., 2012). Проучването показва още, че *експресията на собствената културна идентичност* в нова, доминираща културна среда се усилва и остава дори в следващото поколение, докато вредите от цигарите отиват на заден план. Усещането за „малцинство“ подсилва нуждата от употреба на тютюневи изделия за *разграничаване от средата извън общността*, като в случая на изследваната група те са важна част от провеждането на общи сбирки (игра на карти, гледане на филми), ритуали и церемонии (сватби например). „Тези продукти – посочват авторите – служат за подсещане за общия – понякога отдалечен – произход. Посредством осветляването на изживявания, които произхождат от мястото на произход, употребата на определени продукти подпомага социализацията сред индивидите с обща етническа база“ (пак там: 425).

Също така в социокултурен план има значими разлики между мъжкото и женското пушене (Tsai et al., 2008). Те са и разлики в историята на практиките, но и в тяхното значение по отношение на контекстите. Изследователката на еволюцията на пушенето сред жените Лорейн Грейвс посочва връзката между рекламата и началото на интензивната борба на жените (най-вече в следвоенните години в Западните страни). Индустрията не само излага на показ, но и всячески насърчава пушенето, за да окуражи потребителките да демонстрират желанието си за разчупване на столетни културни стереотипи (като например, че пушенето е непристойно и недостойно за дами, доминирало западните общества [поне] до края на 19. век) (в Almos & Heglund, 2000; Goodman, 2005: 335). Посланията, изготвени и подържани от маркетинга, продължава авторката, както и разпространявани и подсилвани от медиите, играят основна роля за трансформацията в една част от света *от* пушенето като знак към мъжете за „купи ме“ (мен проститутката, която не съм „дама“) *през* „наподобяване“ на мъжете и мъжкото (хомосексуалност/„мъжкаранство“), *до* жената-автономна личност, атрактивна за

мъжете (бляскава, но явно хетеросексуална и дори агресивна в подходите към противоположния пол). С други думи, пушенето придобива стойност на инструмент във феминисткото движение и в крайна сметка в процесите на женска еманципация (пак там).

Екипът Фераро и Джеуел-Патън решава да се насочи към слабо дискутираната на Запад връзка между пушенето и религията (Ferraro & Jewell-Patton, 1988). Последната се оказва инструмент в борбата с тютюнопушенето, тъй като има достатъчно сила да промени обществените нагласи, като някои крайно религиозни групи го обявяват направо за девиантно поведение, равно на хазарта, половите контакти преди и извън брака и употребата на алкохол. Нещо повече, става дума за „религиозно“ противопоставяне на правата на пушачите срещу правата на непушачите. Тук и визуалната представа за ада, чиито казани пушат и е изпълнен с огънове лесно бива вкарана в употреба за сплашване и дамгосване на пушечите. В САЩ възниква обаче доста странна ситуация, при която две баптистки организации се оказват в остър спор, тъй като, докато през 80-те години на миналия век едната искаше от Конгреса да наложи забрана за отглеждане на тютюн и да потисне индустрията, то другата била съставена предимно от фермери, които отглеждат тази култура и дават пари за строителството на църкви. Всичко се оказало въпрос за социален контекст, отличаващ се между отделните щати и дори конкретни региони в даден щат, както и отваряло дискусия върху въпроса за *индивидуалната свобода на избора*, която е сред централните теми за религиозните движения там.<sup>5</sup>

Авторите правят проверка доколко баптистите и „преродените християни“ в Северна Каролина са склонни да пушат или да възприемат пушенето като значимо морално отклонение, дразни ли ги дима от пушачите, ако те самите не пушат и дали биха подкрепили по-сериозни законодателни мерки срещу тютюнопушенето. Оказва си, че проучваните групи не са толкова крайни негови противници и според социолозите, освен че са по-малко склонни към пушене, те не са твърда подкрепа за движението на непушачите, нито пък биха желали да бъдат използвани като „оръжие“ срещу легализирането на определени мерки срещу тютюнопушенето. Онези от тях, заети в тютюнопроизводството, съжителстват съвсем спокойно с противоречието между моралните повели и употребата на цигари. Изводът е, че религията (по-точно религиозната идентификация) не е непременно свързана с моралната основа на ежедневието (неговите възприети морални рамки) и дори се проваля в някои свои опити да се намесва остро в интересите на отделните индивиди.

### **Обобщение вместо заключение.**

В резултат от гореизложеното надали е останало съмнение, че пушенето е практика със силно изразено социално значение, дори и активно пушечите да изживяват много често моменти на „индулгенция“ (само-награждаване), запалвайки цигара в усамотение. Почти навсякъде по света властите поставят забрани и ограничения, за да

---

<sup>5</sup> „Централните теми, които възникват от социологическия поглед върху връзката между личния и социалния контексти обхващат *властта, тялото, идентичността, удоволствието и мястото*“, твърдят авторите на едно изследване с по-различна перспектива по отношение на влиянието на тютюнопушенето върху здравето (Poland et al., 2006: 62; подчертаното мое).

намалят процента на пушещите в съответната страна, но успехите на тези кампании са доста под очакваните нива. Това доказва, че тютюнопушението е мем от най-чиста „проба“, с дълбоки корени като обществена практика, удържащи натиска на интензивния дебат в съвременните медии, тръбящи за вредите от него (Marshall, 2005). Само като историческа справка ще посочим, че то е надживяло дори мъчения и смъртни присъди още от времето на първите опити на някои европейски владетели да го изкоренят (Black, 1984: 477). По отношение на физическите увреждания и продължаването на живота на гените ни ние можем да го поставим не по-ниско от целибата, на който Докинс (1998) обръща внимание като на „анти-генетичен“ мем, или от вълната от самоубийства на млади момчета по островите в Микронезия заради незначителни на пръв поглед скандали в семейството и без наличието на депресивни състояния у извършителите (в Гладуел, 2010).

Може и да има борба за контрол, или по-точно, модифициране на мема. Всъщност прави впечатление, че след 2000 г. заинтересованите неправителствени, национални и наднационални здравни организации влагат сериозни средства да преборят тютюнопушенето посредством същите инструменти, ползвани в продължение на почти 100 години от маркетинговите отдели на производителите на цигари. На последните все по-малко им се дава поле за изява на публични места, в телевизионния прайм-тайм или пред по-млада публика изобщо. Проблемите (защото всъщност те са поне три) на анти-посланията се коренят във факта, че в тях рядко има „социален“ апел, докато личният доминира; на второ място (в резултат на първото), пушачите отхвърлят възможността да се припознаят като „жертвите“ на пушенето, отразени чрез всевъзможни образи в кампаниите (суровата истина рядко е за предпочитане); на трето място, комуникацията на анти-употребата не е способна да генерира вирусния ефект на мема, колкото и да го симулира, докато вместо това тя създава само суха провокация или направо крайна форма на отвращение, която граничи с отчаяние (Boddewyn, 1994; Luke et al., 2001).<sup>6</sup> В същия ред на мисли Розин (Rozin 1999: 219) обръща внимание на резултатите от национално изследване в САЩ сред три поколения, от което става ясно, че понастоящем дори дядовците/бабите са настроени към пушенето като към нещо отвратително и непоносимо подобно на внуците си, въпреки че самите те са отраснали в среда, в която то е било приемливо и дори „нормално“. Причината за това не е в изведнъж възникналата непоносимост към дима или масмедийната атака, а в преобърнатите *морални* подбуди и наслагване на неприязън към пушенето, които, както се оказва, са далеч по-силни от здравната тема и причините за ранната смъртност. Така остава впечатлението, че въпреки обществената шумотевица, морализаторска атака прилича повече на кръстоносен поход с религиозен фундамент (какъвто вече видяхме, че може да има), отколкото „научно-здравословен“, докато в същото време тепърва на някои места по света се прокрадва *култура на отказване от пушенето* (Dozier et al., 2006). Както отбелязва Гуудман (Goodman, 2005: 266), наблюдава се тенденция сред някои западни

---

<sup>6</sup> Резултатите от едно проучване проведено сред близо 590 жени-служителки в авиокомпания в Азия показва, че няма никакво значение доколко пушачите сред тях са информирани по отношение на рисковете за здравето, тъй като това знание не е причина да прекратят пушенето, и дори повече – те са по-склонни да подчертават ползите от него (като контрола над теглото например), както и да възприемат героите от рекламите за цигари като елегантни, атрактивни и социални (Li et al., 1994).

пазари пушачът да се превръща в „аутсайдер“, което се очаква да подейства на непушещите като социална преграда да запалят цигара.

### Източници

Гладуел, М. (2010), *Повратната точка. Как малките неща могат да доведат до големи промени*, София и Пловдив: ИК „Жанет 45“.

Докинс, Р. (1998[1989]), *Себичният ген*, София: УИ „Св. Климент Охридски“.

Игълман, Д. (2017), *Мозъкът. Това си ти*, София: Сиела.

Чалдини, Робърт (2005), *Влиянието. Психология на убеждаването*, София: Изток-Запад.

Almos, A. & Heglund, M. (2000), From Social Taboo to “Torch of Freedom”: The Marketing of Cigarettes to Woman, *Tobacco Control*, 9, pp. 3-8.

Black, P. W. (1984), The Anthropology of Tobacco Use: Tobian Data and Theoretical, *Journal of Anthropological Research*, 40 (4), pp. 475-503.

Boddewyn, J. J. (1994), Cigarette Advertising Bans and Smoking: The Flawed Policy Connection, *International Journal of Advertising*, 13(4), pp. 311-332.

Brook, J. S., Morojele, N. K., Brook, D. W., Zhang, C. & Whiteman, M. (2006), Personal, interpersonal, and cultural predictors of stages of cigarette smoking among adolescents in Johannesburg, South Africa, *Tobacco Control*, 15 (Supplement 1), pp. i48-i53.

Chen, H.-S., Percy, M. S. & Horner, S. D. (2001), Cigarettes: A Growing Problem for Taiwanese Adolescents, *Journal of Community Health Nursing*, 18(3), pp. 167-175.

Dozier, A. M., Ossip-Klein, D. J., Diaz, S., Chin, N. P., Sierra, E., Quiñones, Z., Dye, T. D., McIntosh, S. & Armstrong, L. (2006), Tobacco use in the Dominican Republic: understanding the culture first, *Tobacco Control*, 15 (Supplement 1), pp. i30-i36

Ferraro, K. F. & Jewell-Patton, G. (1988), Filled with the "Holy Smoke": Religion and Tobacco in Carolina, *Review of Religious Research*, 30 (1), pp. 59-72.

Goodman, J. (ed.) (2005), *Tobacco in History and Culture. An Encyclopedia*, Vol. 2, Farmington Hills, MI, USA: Thomson Gale.

Krohn, M. D., Massey, J. L., Skinner, W. F. and Lauer, R. M. (1983), Social Bonding Theory and Adolescent Cigarette Smoking: A Longitudinal Analysis, *Journal of Health and Social Behavior*, 24(4), pp. 337-349.

Li, S., Fielding, R., Marcoolyn, G., Wong, C. M., and Hedley, A. (1994), Smoking Behaviour among Female Airline Cabin Crew from Ten Asian Countries, *Tobacco Control*, 3, pp. 21-29.

Luke, D., Allen, P., Arian, G., Crawford, M., Headen, S., Spigner, C., Tassler, P. and Ureda, J. (2001), Teens' Images of Smoking and Smokers, *Public Health Reports (1974-)*, 116(1), pp. 194-202.



- Marshall, M. (2005), Carolina in the Carolines: A Survey of Patterns and Meanings of Smoking on a Micronesian Island, *Medical Anthropology Quarterly*, 19(4), pp. 365-38.
- Mukherjea, A., Morgan, P. A., Snowden, L. R., Ling, P. M. & Ivey, S. L. (2012), Social and cultural influences on tobacco-related health disparities among South Asians in the USA, *Tobacco Control*, 21(4), pp. 422-428.
- Poland, B., Frohlich, K., Haines, R. J., Mykhalovskiy, E., Rock, M. & Sparks, R. (2006), The social context of smoking: the next frontier in tobacco control?, *Tobacco Control*, 15 (1), pp. 59-63.
- Rozin, P. (1999), The Process of Moralization, *Psychological Science*, 10 (3). pp. 218-221.
- Shechter, R. (2006), *Smoking, Culture and Economy in the Middle East. The Egyptian Tobacco Market 1850-2000*, London & New York: I.B.Tauris.
- Tobacco atlas (2015). *Japan Tobacco Market*, [online] Достъпен на: <http://www.tobaccoatlas.org/country-data/japan/> [посетен на 05.08.2017 г.].
- Tsai, Y-W., Tsai, T-I, Yang, C-I. & Kuo (2008), Gender Differences in Smoking Behaviors in an Asian Population, *Journal of Women's Health*, 17(6), pp. 971–978.
- Turnbull, J. (2010a), *The Gender Politics of Smoking in South Korea: Part 1*, [online] Достъпен на: <https://thegrandnarrative.com/2010/06/06/smoking-korea-women-gender/> [посетен на 05.08.2017 г.].
- Turnbull, J. (2010b), *The Gender Politics of Smoking in South Korea: Part 3*, [online] Достъпен на: <https://thegrandnarrative.com/2010/07/05/the-gender-politics-of-smoking-in-south-korea-part-3/> [посетен на 05.08.2017 г.].
- Turnbull, J. (2010c), *The Gender Politics of Smoking in South Korea: Newsflash*, [online] Достъпен на: <https://thegrandnarrative.com/2010/07/14/korea-smoking-rates/> [посетен на 05.08.2017 г.].
- Turnbull, J. (2012), *Quick Hit: Korea's Hidden Smokers*, [online] Достъпен на: <https://thegrandnarrative.com/2012/02/13/korean-female-women-smokers/> [посетен на 05.08.2017 г.].
- Zhang, J-Y., Chan, S. S., Fong, D. Y-T., Malone, R. E. & Lam, T. (2012), The social context of smoking cessation in China: an exploratory interview study, *Tobacco Control*, 21(1), pp. 57-58