



## **31 мая – Всемирный день без табачного дыма**

Тридцать первого мая 2020 г. ВОЗ и активисты в сфере охраны общественного здоровья в разных странах мира вместе отметят Всемирный день без табака. Основное внимание в рамках этой глобальной кампании уделяется прогрессу и успехам, достигнутым за предыдущий год на пути к тому, чтобы полностью избавить наш мир от табака.

В этом году главной темой Всемирного дня станет защита подрастающих поколений с особым акцентом на "защиту молодых граждан от манипуляций со стороны табачной индустрии и профилактику употребления ими табака и никотина". Поскольку табачная индустрия все в большей степени нацеливает свою рекламу на молодых людей как на новую потребительскую группу, отличающуюся особой уязвимостью перед вызывающей привыкание табачной продукцией, эта проблема приобретает все более острый и сложный характер для лиц, формирующих антитабачную политику в любой стране.

По данным, опубликованным в 2015 г., во всем мире табак курят 17% молодых людей в возрасте от 15 до 24 лет. В Европейском регионе табак употребляют 11,5% девочек и 13,8% мальчиков в возрасте от 13 до 15 лет. Несмотря на то, что на протяжении последних лет данный показатель снижается благодаря чрезвычайным стараниям активистов и организаций, ведущих борьбу против табака, нам необходимо приложить дополнительные усилия к тому, чтобы защитить эти уязвимые возрастные группы. Как хорошо известно представителям табачной индустрии, человек, который начинает курить в возрасте до 20 лет и несколько старше, не только в большей степени рискует стать зависимым от табака, но также, как правило, утрачивает способность контролировать свое поведение в части курения на более поздних возрастных этапах. Табачная индустрия намеренно навязывает молодым людям смертоносную зависимость, и, поскольку главной темой Всемирного дня борьбы против табака 2020 г. является защита молодежи, 31 мая мы будем иметь возможность продемонстрировать передовые методы борьбы с такими действиями табачных компаний.

## **Как индустрия делает молодежь своей целевой аудиторией**

Стремясь манипулировать молодыми людьми, табачная индустрия прибегает к методам "приукрашивания" своей продукции, стараясь сделать ее более привлекательной для определенных групп населения, в частности при помощи красивой фирменной упаковки или символики. Эти методы стали наиболее очевидными в контексте возникшего в последнее время небывалого интереса к электронным сигаретам и нагреваемым табачным изделиям. Одни из самых новаторских приемов, создаваемых индустрией, находят применение в ее маркетинговых стратегиях. Различные секторы экономики все в большей степени переносят свои рекламные кампании в интернет, и табачная индустрия не является исключением: табачные компании все чаще привлекают влиятельных пользователей социальных сетей к рекламе своей опасной для здоровья продукции. При этом зачастую они действуют в обход традиционных правил и норм, регулирующих рекламу и стимулирование сбыта табачных изделий, так как информация, скрыто продвигающая эту продукцию ("продакт-плейсмент"), не обозначается как рекламное объявление, а негласно встраивается в другие материалы, размещаемые в социальных сетях. Эта проблема вызывает особую тревогу применительно к молодым женщинам и девочкам, которые являются главной мишенью рекламы, проводимой через известных пользователей социальных сетей.

Мероприятия, приуроченные к Всемирному дню без табака 2020 г., продемонстрируют подходы, помогающие молодым людям взять свое здоровье под собственный контроль и отвергнуть перспективу табачной зависимости. Во Всемирный день без табака мы также призываем всех активных сторонников борьбы против табака принять меры для защиты этих возрастных групп, организовав проведение кампаний и мероприятий, направленных на все сферы общественной жизни, чтобы сформировать у следующего поколения молодых людей способность устоять перед соблазном попробовать табак и уверенно двигаться в будущее без табака.