

Предупреждение об опасности табака

Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака гласит:

Статья 11

Каждая Страна . . . принимает меры, с тем чтобы упаковка и маркировка табачных изделий не стимулировали продажу табачного изделия любым путем, который является ложным, вводящим в заблуждение [или] обманным . . .

Каждая Страна . . . обеспечивает . . . на табачных изделиях содержались предупреждения о вреде для здоровья . . . табака . . .

Статья 12

Каждая Страна поддерживает и укрепляет системы информирования населения по вопросам борьбы против табака, используя в соответствующих случаях все имеющиеся средства передачи информации . . .

Техническая и иная помощь в публикации была оказана Международным союзом борьбы против туберкулеза и легочных заболеваний (Союз) при финансировании со стороны Благотворительного фонда Блумберга и при поддержке Всемирного фонда по легочным заболеваниям.

Немногие курильщики и некурильщики в полной мере осознают риск, которому они подвергают свое здоровье

Предупреждения о вреде для здоровья, помещаемые на упаковках табачных изделий, и целенаправленные массово-разъяснительные кампании дают важную информацию об опасностях, связанных с потреблением табака.

Несмотря на убедительные данные, свидетельствующие об опасности табака, немногие потребители табачных изделий в мире в полной мере понимают риск для своего здоровья. Многие курильщики полагают, что они могут ограничить или прекратить использование табака до того, как возникла проблема со здоровьем. Как курильщики, так и некурильщики недооценивают факт привыкания к табаку и риск, который он представляет для здоровья. Как курильщики, так и некурильщики также недооценивают опасность воздействия вторичного табачного дыма. Эти риски не были разъяснены общественности должным образом. Необходимость в просветительской работе среди населения стоит еще более остро в странах с низким и средним уровнем доходов, в которых масштабы потребления табака увеличиваются, а борьба с табаком, как правило, находится лишь на начальном этапе.

Эффективная маркировка, указывающая на вред для здоровья, антитабачная реклама и упреждающее использование средств массовой информации в целях оказания воздействия на общественность и специалистов по разработке политики – три основных способа информирования об опасности табака для здоровья.

Предупреждающая маркировка повышает уровень осведомленности о рисках для здоровья

Наглядная предупреждающая маркировка на упаковке табачных изделий представляет собой наиболее непосредственный способ информирования потребителей табака о рисках для здоровья. Эффективное предупреждение о вреде для здоровья на пачках сигарет побуждает курильщиков к тому, чтобы бросить курить, а тех, кто не курит, – даже не начинать курить.

Наилучшая предупреждающая маркировка, которая соответствует Руководящим принципам осуществления Статьи 11 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака (РКБТ ВОЗ), попадает в поле зрения всех пользователей табака, повышает уровень их осведомленности о рисках для здоровья, хорошо принимается общественностью и практически ничего не стоит для правительств.

Предупреждающая маркировка меняет представление о табаке

Всестороннее предупреждение, указывающее на опасность табака, имеет исключительно важное значение в плане изменения представления о табаке, в особенности среди подростков и взрослых младшего возраста. Люди должны видеть связь между использованием табака и его фактическим воздействием на человека, чрезмерной способностью к привыканию и опасными последствиями для здоровья и рассматривать его в качестве социально нежелательного и негативного фактора.

Курильщики с пониманием относятся к графическим предупреждениям

Воздействие графических предупреждений на бразильских курильщиков



Предупреждение о вреде для здоровья и антитабачная реклама побуждает пользователей табака к тому, чтобы бросить курить, и помогает молодежи принять решение о том, чтобы не начинать курить.

Предупреждения и антитабачная реклама также способствуют тому, что общественность более легко принимает иные меры по борьбе против табака, такие как создание зон, свободных от курения.

Monitor	Мониторинг потребления табака и профилактика
Protect	Защита от табачного дыма
Offer	Помощь в прекращении потребления табака
Warn	Предупреждение об опасности табака
Enforce	Запреты на рекламу, стимулирование продажи и спонсорство табака
Raise	Повышение налогов на табачные изделия

Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака (РКБТ ВОЗ) является единственным в своем роде документом, посвященным борьбе против табака во всем мире, в котором содержатся обязательства Сторон, имеющие юридическую силу, и устанавливается комплексная направленность мер борьбы против табака на всех уровнях. ВОЗ подготовила программу MPOWER, имеющую цель оказать помощь в странах в деле осуществления эффективных мер по снижению спроса на табак, которые содержатся в РКБТ ВОЗ.

Дополнительная информация на эту тему имеется по адресу: www.who.int/tobacco/mpower/publications

Centers for Disease Control and Prevention

Campaign for Tobacco-Free Kids

Международный Союз против туберкулеза и легочных заболеваний

JOHNS HOPKINS BLOOMBERG SCHOOL OF PUBLIC HEALTH

WORLD LUNG FOUNDATION

FRAMEWORK CONVENTION ALLIANCE

Всемирная организация здравоохранения

Характеристики предупреждающей маркировки

Наиболее эффективная маркировка, предупреждающая о вреде для здоровья, должна:

- указывать на вредные последствия потребления табака;
- быть крупной, четкой, видимой и удобочитаемой, занимать 50% или более и ни в коем случае не менее 30% основной стороны пачки (как передней, так и задней);
- периодически меняться, с тем чтобы она привлекала внимание населения;
- печататься на основном языке (языках) данной страны;
- включать графические изображения;
- утверждаться компетентным национальным органом.



Обозначения, которые вводят в заблуждение

Исследования показывают, что более половины курильщиков неправильно понимают значение относящихся к сигаретам терминов «легкие» и «очень легкие», которые, по их мнению, означают, что они менее вредны для их здоровья. Вводящие в заблуждение обозначения, такие как «с низким содержанием смол», «легкие» и «мягкие», и любые упаковки, которые создают ложное впечатление о том, что данное изделие причиняет меньший вред, следует запретить.

Табачные упаковки, которые создают ложное впечатление о том, что данное изделие является менее вредным, по сравнению с другими видами табачных изделий, следует запретить.

Табачные упаковки должны содержать информацию о соответствующих составляющих табачных изделий и выделяемых ими продуктах. Однако указание состава табачных изделий и выделяемых ими продуктах не должно наводить на мысль о том, что данное изделие менее вредно, чем иные табачные изделия.

Доведение воздействия предупреждающей маркировки до максимума

Есть несколько способов довести эффективность предупреждающей маркировки до максимума:

- использование картинок с графическими, приемлемыми для данной культурной среды описаниями болезней и других негативных изображений, выполненных в цвете. Картинки оказывают большее воздействие на большинство курильщиков, нежели только слова. Они также имеют важное значение в том плане, что они понятны для большого числа людей в мире, которые не умеют читать;
- вызывание неблагоприятных эмоциональных ассоциаций, связанных с потреблением табака, с акцентом на пагубные последствия для здоровья, потенциал привыкания и негативные социальные и экономические последствия;
- использование жестких и четких формулировок, описывающих конкретные болезни, вызванные потреблением табачных изделий и воздействием вторичного табачного дыма;
- иные требуемые упаковки, маркировка или знаки не должны закрывать предупреждающую маркировку.
- Следует рассмотреть меры, предусматривающие использование обычных и типовых упаковок, на которых запрещается наносить логотипы, пиктограммы марок или рекламную информацию.

В Сингапуре, где широко используются графические предупреждения, 71% курильщиков сообщают, что им известно о последствиях курения для здоровья по предупреждающей маркировке.



Антитабачная реклама повышает осведомленность о рисках для здоровья

Антитабачная реклама во всех видах массовой информации может помочь обратить внимание общественности на всю степень опасности табака.

Когда курильщики видят по телевизору графически формленную антитабачную рекламу, они скорее могут бросить курить.

Информационные кампании, в которых используются графические изображения, показывающие физический вред, причиняемый в результате потребления табака, особенно эффективны в плане побуждения пользователей к тому, чтобы бросить курить.



Высококачественная реклама вполне возможна

Постоянно действующие, привлекающие широкое внимание и эффективные кампании по контррекламе могут повлечь за собой большие расходы. Однако рекламу можно легко и без больших затрат адаптировать по содержанию, которое успешно используется в других странах.

Снизить расходы можно также за счет получения бесплатного или дешевого времени теле- и радиовещания. В Турции все теле- и радиоканалы должны выделять ежемесячно 90 минут свободного времени вещания на борьбу с табаком и привыканием, в том числе 30 минут лучшего эфирного времени. Остальные расходы можно покрыть за счет налогообложения табачных изделий или иных государственных поступлений.

Для разработки креативных материалов, особенно для телевидения, следует использовать специализированные компании, включая рекламные агентства. Антитабачная реклама должна иметь то же производственное качество и ту же силу убеждения, что и пропаганда табачной промышленности.

Прежде чем показывать рекламу, ее необходимо систематически проверять на целевых группах, с целью убедиться в том, что антитабачная информация производит ожидаемый эффект.

«Бесплатные средства массовой информации» - эффективны и дешевы

Existen diversas actividades de relaciones públicas que pueden reforzar Работу по связям с общественностью можно использовать в целях дальнейшего информирования людей о вреде табака и таким образом противодействовать предвзятости информации табачной промышленности. В качестве таковых антитабачные просветительские кампании должны включать меры по поиску новых способов освещения этой проблемы на основе сотрудничества с журналистами для разработки соответствующих сюжетов или написания писем в редакцию. Эта практика зачастую носит название «бесплатные средства массовой информации», поскольку, в отличие от рекламы, время вещания или место покупать не надо, поэтому расходы в этом случае относительно низки.

Работа по связям с общественностью должна носить упреждающий характер и привлекать средства массовой информации во всех случаях, когда в области борьбы с табаком происходят соответствующие изменения.

Средства массовой информации обычно освещают следующие события, относящиеся к категории новостей:

- введение в действие или принятие новых законов в соответствии с РКБТ ВОЗ;
- осуществление мер MPOWER, таких как создание бездымных зон, антитабачная реклама и предупреждения на упаковках;
- инициирование антитабачной рекламной кампании;
- выход в свет публикаций, содержащих выводы новых исследований.

Пропагандистам необходимо следить за тем, чтобы фактическая информация о борьбе с табаком вклю-чалась во все соответствующие печатные издания.

Средствам массовой информации можно также пред-ложить освещать тактику маркетинга и лоббирования табачной промышленности, показывать вред табака для здоровья и экономики, подчеркивать прогресс в области борьбы с табаком на местном уровне или описывать пропагандистскую деятельность против табака, которую проводит молодежь. Весьма пристальное внимание средств массовой информации и их слушателей и зрителей могут привлечь репортажи с места событий, вызывающие живую заинтересованность людей и подкрепленные соответствующими фактами.

