



Единый день здоровья

31 мая 2025 года

Всемирный день без табака

Всемирный день без табака в 2025 г. пройдет под девизом «**Что скрывается за маской привлекательности: разоблачим тактику производителей табачной и никотинсодержащей продукции!**», направленный на раскрытие приемов, которыми пользуются производители табачных и никотинсодержащих изделий.

ВОЗ и активисты в области общественного здравоохранения со всего мира объединяют усилия для информирования общественности о вредоносных приемах, к которым прибегает табачная индустрия.

В этот раз кампания Всемирного дня без табака посвящена разоблачению стратегий, которыми пользуются производители табачных и никотинсодержащих изделий для того, что-

бы сделать свою вредную для здоровья продукцию более привлекательной, в первую очередь – для молодежи. Разоблачая эти приемы, с целью защиты здоровья людей, ВОЗ повышает осведомленность общественности, выступает за ужесточение антитабачной политики, включая введение запрета на использование в табачных и никотинсодержащих изделиях ароматизаторов, которые делают их более привлекательными.

Несмотря на то, что достигнуты немалые успехи в борьбе против табака, табачная индустрия все так же пытается адаптировать свои приемы к новым условиям, стре-

мля привлекать и удерживать потребителей. Эти действия, подрывающие здоровье людей, направлены прежде всего на уязвимые группы населения, в особенности на молодежь.

Всемирный день без табака 2025 г. обращает внимание на приемы индустрии, вынуждающие людей по-прежнему употреблять табак и никотин, и укрепляет нашу коллективную приверженность построению здорового будущего.



Обратите внимание

По данным ВОЗ:

курение является причиной 85% смертельных исходов от рака легких, бронхов, трахеи, 16% смертей от ишемической болезни сердца, 26% смертей от туберкулеза, 24% от инфекций нижних дыхательных путей;

среди молодежи растут показатели использования никотинсодержащей продукции, такой как электронные сигареты и никотиновые паучи;

в 2022 г. в Европейском регионе электронные сигареты использовали 12,5% подростков и, при этом, всего лишь 2% взрослых;

в некоторых странах показатели использования электронных сигарет среди детей школьного возраста в 2-3 раза превышают показатели курения традиционных сигарет

Приемы табачной индустрии

В настоящее время одной из основных проблем с точки зрения общественного здравоохранения является привлекательность табачных, никотинсодержащих и аналогичных изделий, особенно для молодежи. Производители постоянно ищут все новые и новые способы сделать эти продукты привлекательными, например, добавляя в их состав ароматизаторы и другие добавки, которые меняют их запах, вкус или внешний вид. Эти добавки предназначены для маскировки резкого вкуса или запаха табака и повышение его вкусовой привлекательности, в первую очередь, для представителей молодого поколения. Произво-

дителями используется ряд других приемов и уловок: гламурный маркетинг: элегантный дизайн изделий, яркие цвета и привлекательные вкусы намеренно используются для привлечения более молодой аудитории, в том числе посредством рекламы в цифровых медиа;

обманчивый дизайн: некоторые изделия имитируют сладости, конфеты и даже образы персонажей мультфильмов — все это естественным образом привлекает детей;

охлаждающие добавки и присадки: они позволяют сделать процесс употребления этих изделий более приятным, что повышает вероятность их дальнейше-

го употребления и снижает вероятность отказа от них.

Такая тактика может подталкивать к раннему началу курения или употребления никотинсодержащих изделий, что влечет за собой потенциальное развитие пожизненной зависимости с плачевными последствиями для здоровья. Повышая привлекательность этой продукции, производители не только расширяют непосредственную потребительскую базу, но и усложняют задачу по отказу от употребления этих изделий, в результате чего их вредное воздействие на организм потребителей продолжается.

К сведению

Согласно данным, полученным в 2022 г., в Европейском регионе ВОЗ существуют серьезные пробелы в защите детей от электронных сигарет.

Использование в электронных сигаретах любых ароматизаторов запрещено только в четырех странах, и еще четыре страны регламентируют использование конкретных вкусовых добавок.

Запрет любых форм рекламы, стимулирования продажи и спонсорства электронных сигарет действует лишь в 11 странах, в 36 странах действует частичный запрет, а шесть стран никак не регламентируют эти вопросы.

Эти пробелы делают молодежь особенно уязвимой перед целевым маркетингом электронных сигарет.