**Остановить эксплуатацию детей и молодежи со стороны табачных компаний**

Всемирная организация здравоохранения публикует новый набор информационных материалов для учащихся в возрасте 13–17 лет, в которых разъясняется тактика, используемая производителями табака для формирования табачной зависимости у юных потребителей. Каждый год на рекламу своей продукции табачные компании тратят более 9 млрд долл. США. Все чаще и чаще мишенью рекламы становятся подростки, среди которых табачные компании набирают новых потребителей на смену 8 миллионам людей, ежегодно умирающих от употребления табака.

В этом году по случаю проведения антитабачной акции (31.05-21.06.2020) ВОЗ проводит кампанию по пропаганде защиты детей и подростков от эксплуатации со стороны производителей табака и смежной продукции. В новом комплекте информационных материалов содержатся примеры классных мероприятий, в рамках которых учащимся предлагают представить себя на месте производителей табака: так дети лучше понимают, какими уловками пользуется табачная промышленность для манипулирования молодыми людьми. Кроме того, в комплект материалов входит учебное видео, викторина, развенчивающая распространенные мифы о табаке, а также домашние задания.

В этих материалах подробно представлены тактические приемы табачных компаний, такие как организация концертов и вечеринок, использование наполнителей для электронных сигарет, которые могут понравиться юным потребителям (например, с запахом жевательной резинки или конфет), посещение школ представителями производителей электронных сигарет, а также скрытая реклама в популярных сетевых сериалах для юного зрителя.

Даже во время глобальной пандемии, производители табака и никотиносодержащих изделий продолжают навязывать свою продукцию, хотя от нее организму человека труднее справляться с коронавирусной инфекцией и восстанавливаться после болезни. Во время карантина эти компании предлагают бесплатные маски со своим логотипом и доставку продукции на дом; кроме того, они лоббировали включение своей продукции на время карантина в перечень товаров первой необходимости.

Курение негативно влияет на легкие и другие органы, лишая их кислорода, необходимого им для нормальной работы. «Просвещение молодого поколения является крайне важной задачей, потому что почти 9 из 10 курильщиков начинают курить до 18-летнего возраста. Мы хотим дать детям и подросткам знания, которые позволят им сопротивляться манипуляциям табачных кампаний», – заявил РудигерКрех, директор Департамента ВОЗ по вопросам укрепления здоровья.

Более 40 миллионов подростков в возрасте 13–15 лет уже начали употреблять табак. Для охвата максимально широкого числа детей и подростков ВОЗ организовала танцевальный турнир в сети TikTok и предложила сотрудничающим с ней социальным сетям, таким как Pinterest, Tinder, YouTube и TikTok, популяризировать информационные материалы и сообщения ВОЗ.

**ВОЗ призывает все секторы помочь в противодействии рекламной деятельности табачных компаний, направленной на детей и подростков:**

* школам рекомендуется отказываться от любых спонсорских предложений со стороны табачных компаний и запретить их представителям выступать перед школьниками;
* знаменитостям и известным блогерам рекомендуется отказываться от любых спонсорских предложений со стороны табачных компаний;
* телеканалам и стриминговым сервисам рекомендуется прекратить показ сцен употребления табака или электронных сигарет;
* социальным сетям рекомендуется запретить рекламу табака и сопутствующей продукции и запретить популярным пользователям участвовать в маркетинге табака;
* государствам и финансовому сектору рекомендуется прекратить сотрудничество с производителями табака и смежными отраслями;
* государствам рекомендуется ввести запрет на все формы рекламы, продвижения и спонсорства табачной продукции.