

31. мај – Светски дан без дувана

Сваке године 31. маја Светска здравствена организација и њени партнери обележавају Светски дан без дувана, истичу здравствене и друге ризике који се повезују са употребом дувана и залажу се за делотворне политике којима се смањује употреба дувана.

Светски дан без дувана 2020. године обележава се под слоганом „Заштита младих од манипулација дуванске индустрије и спречавање употребе дувана и никотина међу младима”.

Светска здравствена организација је ове године покренула глобалну кампању поводом обележавања Светског дана без дувана са циљем оснаживања младих и укључивања у борбу против тактика дуванских и других индустрија које имају за циљ привлачење нових генерација корисника дувана и никотина.

Циљеви ове глобалне кампање су:

- Разоткривање митова и маркетиншких и других тактика усмерених на младе, укључујући увођење нових производа атрактивних карактеристика као што су разне ароме;
- Едуковање младих о тактикама и начинима дуванске и повезаних индустрија за привлачење садашњих и будућих генерације да користе дуван и никотинске производе.
- Оснаживање „инфлуенсера” тј. утицајних појединаца на различитим местима укључујући друштвене мреже, како би они допринели заштити младих и подстакли их да се укључе у разоткривање и борбу против тактика највећих дуванских индустрија.

Тактике за привлачење нових корисника дуванских и никотинских производа:

- Употреба укуса који су привлачни младима у дуванским и никотинским производима, попут укуса трешања, жвакаћих гума и бомбона, што доприноси потцењивању здравствених ризика повезаних са употребом ових производа и подстиче младе да почну да их користе;
- Атрактивни и модерно дизајнирани производи (нпр. производи у облику USB-а или слаткиша);
- Промоција производа указивањем на њихову мању штетност у поређењу са конвенционалним цигаретама, у одсуству објективних научних доказа који потврђују ове тврдње;
- Спонзорства славних и утицајних личности и брендирање спонзорисаних догађаја и такмичења на којима се промовишу дувански и никотински производи;
- Маркетинг на продајним местима укључујући постављање дуванских/никотинских производа на места видљива деци, а у близини слаткиша, грицкалица или газираних пића, као и давањем премија продавцима како би се осигурало да се њихови производи приказују на начин да их уочи што више младих особа;
- Продаја цигарета на комад и других дуванских и никотинских производа (на пример у близини школа), што чини да дувански и никотински производи буду доступнији и приступачнији школској деци;
- Индиректни маркетинг дуванских производа у филмовима, ТВ емисијама и онлајн-стриминг садржајима;

- Аутомати за продају дувана на местима која посећују млади, са атрактивним рекламама, чиме се у многим земљама заобилазе прописи којима се регулише рекламирање и продаја дуванских производа малолетним лицима;
- Покретање судских спорова намењених слабљењу мера контроле дувана, укључујући сликовна упозорења на паклицима цигарета, излагање производа на местима продаје и ограничавање доступности дуванских и никотинских производа деци (на пример забрана продаје и рекламирања дуванских производа у близини школа).

Више о кампањи Светске здравствене организације на:

<https://www.who.int/news-room/campaigns/world-no-tobacco-day/world-no-tobacco-day-2020>