



وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی / معاونت بهداشت / دبیرخانه ستاد
کشوری کنترل دخانیات / دفتر آموزش و ارتقای سلامت / مرکز سلامت محیط و کار

نوجوانان و جوانان، در تیررس صنایع دخانی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

iec.behdasht.gov.ir
webda.behdasht.gov.ir

دخانیات، امروزه عمده ترین عامل قابل پیشگیری از مرگ و میر در جهان است و تنها فرآورده ای است که باعث مرگ مصرف کنندگانش به دست تولیدکنندگان این محصول می شود. این محصول عامل مرگ ۵۰ درصد از مصرف کنندگان می شود. تقریباً ۱/۸ میلیارد جوان در سراسر دنیا زندگی می کنند که ۸۵ درصد آنها در کشورهای در حال توسعه به سر می برند. این افراد پس از گذراندن دوران آسیب پذیر کودکی معمولاً افراد سالمی هستند، ولی متأسفانه مصرف دخانیات به کمک ترکیبات کشنده خود چهره زیبای سلامتی آنها را تغییر می دهد.

جوانانی که با گمراهی و ترفندهای صنایع دخانی برای اولین بار مواد دخانی را تجربه می کنند، به راحتی در آنها وابستگی به نیکوتین ایجاد شده و به یک مصرف کننده دائمی مواد دخانی تبدیل می شوند. یکی از مهمترین اقدامات و راهکارهای حفاظت جوانان از آسیب ها و صدمات ناشی از مصرف دخانیات، ممنوعیت کامل تبلیغات و تشویق صنایع دخانی برای مصرف بیشتر و جلوگیری از حمایت های مالی این صنایع از برنامه ها و فعالیت های اجتماعی است.

دخانیات در جهان، در هر ۴ ثانیه جان یک نفر را می گیرد. صنعت دخانیات ده ها سال است که از طریق همین روش های فریبنده، اغوا کننده و انحرافی توانسته باعث همه گیری و اپیدمی مصرف در جهان و سوق دادن نسل های زیادی به سمت مصرف تنباکو و نیکوتین شود.

بیش از ۱ میلیارد نفر در سراسر جهان، مصرف کننده محصولات دخانی هستند. و سالانه بیش از ۸ میلیون نفر در اثر مصرف دخانیات یا قرار گرفتن در معرض دود دست دوم آن جان خود را از دست می دهند. صنایع دخانی برای حفظ بقا و تجارت چند میلیارد دلاری خود نیازمند جایگزین کردن این تعداد مصرف کنندگانی که در اثر مصرف دخانیات جان خود را از دست می دهند، با تمرکز بر جوانان و نوجوانان هستند. با به دام اعتیاد انداختن هر جوان، این صنایع سود خود را برای سال ها تضمین خواهند کرد.



«آخرین و بزرگترین ترفند های این صنعت تاکنون چیست؟»

صنایع دخانی و عوامل آنها (توزیع کنندگان، فروشندگان و تبلیغ کنندگان) محصولات نیکوتینی جدیدی را به کودکان، جوانان و نوجوانان معرفی کرده اند که در بین آنها بسیار محبوب است. صنایع دخانی از طرق مختلف از جمله تولید محصولات جدید با طعم های متفاوت و متنوع، ارایه نمونه های رایگان، تبلیغات گسترده در فیلم ها و برنامه های تلویزیونی، رسانه های اجتماعی و تاثیر گذار باعث فریب جوانان و نوجوانان می شوند. آینده نسل جوان توسط صنایع دخانی و عوامل آنها مورد تهدید قرار گرفته است. بازار فروش محصولات دخانی، جوانان و نوجوانان را به دام انداخته و نیمی از مصرف کنندگان این محصولات در نهایت به کام مرگ می روند. ممنوعیت کامل تبلیغات در تمام اشکال چه به طور مستقیم و چه غیرمستقیم در حفاظت از جوانان و جلوگیری از اولین تجربه سیگار کشیدن آنان بسیار مؤثر خواهد بود. مواجهه با تبلیغات مواد دخانی، ترویج و حمایت های مالی و

همچنین دسترسی آسان، قیمت مناسب و ارزان و پذیرش اجتماعی نقش بسیار مهمی در تجربه کردن این مواد توسط جوانان و تبدیل شدن آن ها به يك مصرف کننده دائم دارد. مواجهه با تبلیغات و تحریکات صنایع دخانی، زمینه ساز شروع به استعمال دخانیات در جوانان و حتی بزرگسالان می باشد.

صنایع دخانی هرساله ده ها میلیارد دلار در سراسر دنیا برای تبلیغ و بازار فروش محصولات مرگبارشان هزینه می کنند و فعالیت ها و اقدامات بازاریابی آنها با هدف جذب جوانان و مصرف کنندگان جدید که امید به زندگی در آنها بالاست انجام می پذیرد و این گروه به راحتی در این بازار جایگزین مصرف کنندگانی خواهند شد که در اثر بیماری های ناشی از مصرف دخانیات از دنیا رفته اند. اشکال مختلف تبلیغات مستقیم شامل: رادیو، تلویزیون، مجلات، بیلبردهای تبلیغاتی، پوستره های دیواری، پست های الکترونیکی و حمایت های مالی از کارهای عوام پسندانه که جوانان را کاملاً به سمت خود جذب می کنند.



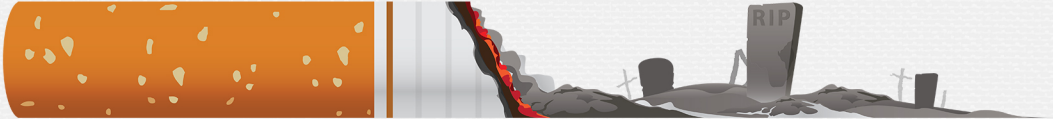
صنایع دخانی در تلاش هستند تا جهان را متقاعد سازند که با تولید محصولات جدید و نوپدید خود و تبدیل محصولات قدیم به محصولات جدید، به دنبال کاهش نرخ مصرف دخانیات هستند و به کاهش مصرف کمک می کنند. این در حالی است که هدف اصلی آنها حفظ و تامین وابستگی به نیکوتین در بین مصرف کنندگان این محصولات بوده تا تضمینی برای توسعه بازار سودآور و مرگبار خود باشد.

افزایش آگاهی و اطلاع از ترفند صنعت دخانیات و روش های مقابله با این ترفند ها

تشویق مصرف کنندگان به ترک، محافظت از آنها در برابر ترفند های صنایع دخانی و حمایت از برنامه های کنترل دخانیات کشور ها بخشی از تعهدات اعضای کنوانسیون جهانی کنترل دخانیات در مقابل صنایع دخانی است. دستور العمل های این معاهده به اعضا توصیه می کند که در مقابل ترفند ها و سیاست های صنعت دخانیات آگاهی لازم را کسب نمایند.

مطابق این دستورالعمل، فعالیت های صنایع دخانی باید مرتباً تحت نظارت باشند و تاکتیک ها و روش های آنها قابل دسترس بوده و به اطلاع دولت ها رسانده شود چراکه اقدامات و فعالیت های این صنایع موجب اپیدمی مصرف دخانیات در جهان و مرگ ۸ میلیون انسان در سال می شود. از این رو همکاری با صنعت دخانیات و پذیرفتن حمایت های مالی از سوی آنها باعث تضعیف اعتبار دولت ها در حفظ سلامت عمومی خواهد شد و هشدار هایی را که در خصوص عدم مصرف دخانیات در زمان بحران کرونا به مردم می دهند را بی اثر خواهد ساخت.

علاوه بر این پیام های صنایع دخانی به سرمایه گذاران آن ها مبین این است که به منظور حفظ سود این صنعت باید محصولات اعتیاد آور جایگزین را افزایش دهند. در نهایت صنایع دخانی از طریق حمایت های مالی و مشارکت در برنامه های عمومی و مداخلات در سیاست های سلامتی کشور ها اقدام به تقویت چهره خود می نمایند تا بتوانند از این روش محصولات اعتیاد آور خود را به بازار های جهانی عرضه نموده و حتی کودکان و نوجوانان را نیز به سمت خود جلب نمایند.



صنعت دخانیات را در قبال خسارات و مرگ و میر ناشی از محصولات شان پاسخگو نمایید

صنایع دخانی و تولید کنندگان این محصولات باید در برابر خسارات و تلفات ناشی از مصرف محصولات شان در پاسخگو باشند. در بسیاری از کشور ها قانون مسئولیت و غرامت در استفاده از محصولات صنایع وجود دارد. معاهده جهانی کنترل دخانیات (ماده ۱۹) اعضای خود را در جهت تقویت قوانین و تسهیل مراحل قانونی و دعاوی علیه صنایع دخانی و نیز ایجاد ساز و کارهای همکاری های بین المللی در این خصوص تشویق می کند. دولت ها باید از این قوانین و فرصت ها برای دریافت خسارت و غرامت از صنایع و تولید کنندگان محصولات دخانی به منظور هزینه آن در درمان و مراقبت های بهداشتی بهره بگیرند. به عنوان مثال نمونه هایی در کشور های کانادا، نیجریه، کره جنوبی و ایالت متحده را می توان دید.



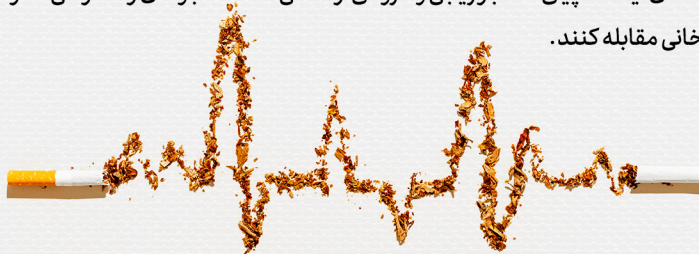
دولت ها می توانند از ابزار های دیگری همچون افزایش مالیات و افزایش غرامت جهت جبران خسارت های ناشی از مرگ و میر و بیماری های گسترده آن در بین مصرف کنندگان محصولات دخانی استفاده نمایند.



محافظت از جوانان در برابر فریبکاری و ترفند های صنایع دخانی و پیشگیری از مصرف دخانیات و نیکوتین در آنها

چندین دهه است که صنایع دخانی عمداً و با روش های استراتژیک، تهاجمی و اغوا کننده سعی در جذب جوانان به سمت مصرف دخانیات و محصولاتی با ترکیب نیکوتین دارند. اسناد داخلی این صنایع حاکی از آن است که تحقیقات وسیع و محاسبه شده ای را با هدف جذب نسل جوان به سمت مصرف کنندگان دخانیات انجام داده اند. از طراحی محصول گرفته تا کمپین های بازاریابی که همگی با هدف جایگزین کردن میلیون ها نفر که هر ساله در اثر بیماری های ناشی از مصرف دخانیات جان باختند با مصرف کنندگان جوان و جدید انجام شده است.

روز جهانی بدون دخانیات سال ۲۰۲۰ در پاسخ به روش ها و تکنیک های منظم، تهاجمی و مداوم صنایع دخانی برای جذب نسل جدیدی از مصرف کنندگان، یک کمپین ضد بازاریابی و فروش ارائه می دهد که جوانان را قادر می سازد که با مصرف دخانیات و ترفند های صنایع دخانی مقابله کنند.



کمپین روز جهانی بدون دخانیات 2020 کمک خواهد کرد تا :

- روش های اغوا کننده و فریبکاری هایی را که توسط صنایع دخانی به کار می رود را افشا نمایید، به ویژه روش های بازاریابی را که با هدف جذب جوانان برنامه ریزی شده ست، از جمله معرفی محصولات جدید با انواع طعم دهنده ها و اسانس ها و سایر ویژگی های جذاب.
- دانش و آگاهی جوانان نسبت به اهداف و روش های صنایع دخانی ارتقا داده شود تا نسل های فعلی و آینده از خطرات محصولات دخانی و نیکوتین آشنایی کامل داشته باشند.
- حمایت از افرادی که می توانند برای محافظت و دفاع از جوانان در برابر ترفند های صنایع دخانی در خانه، اجتماع و مدرسه شبکه های اجتماعی تاثیر گذار باشند حاصل گردد.

ترفند های صنایع تولید محصولات دخانی و نیکوتین چگونه می توانند جوانان را اغوا کنند؟

- استفاده از طعم دهنده های جذاب و اسانس های خاص که برای استفاده جوانان در تنباکو و محصولات نیکوتین به کار می رود، مانند طعم گیلان، آدامس بادکنکی و آب نبات که عاملی است برای ترغیب جوانان به مصرف و باعث می شود که خطرات مربوط به سلامتی را دست کم بگیرند و شروع به مصرف این محصولات کنند.
- طرح های براق و محصولات جذاب که حمل آنها نیز بسیار آسان بوده و فریبنده هستند.



- حمایت های مالی و معنوی صنایع دخانی از برگزاری مسابقات و حمایت افراد مشهور از برند های خاص برای تبلیغ محصولات دخانی و (نیکوتینی) به عنوان مثال افراد تأثیرگذار در اینستاگرام.
- بازاریابی در نقطه فروش در فروشگاه های بزرگ که معمولا محصولات دخانی را در نزدیکی محصولاتی مانند شیرینی جات، تنقلات یا نوشابه که برای کودکان و نوجوانان جذاب هستند قرار می دهند و در نظر گرفتن حق بیمه برای فروشندگان و اطمینان از این که محصولات شان را در معرض نمایش و دید کودکان و جوانان قرار می دهند.



- فروش سیگارهای نخی و سایر محصولات دخانی و نیکوتین در نزدیکی مدارس، که دسترسی کودکان به دخانیات و نیکوتین را برای دانش آموزان ارزان و آسان می کند.
- بازاریابی غیرمستقیم محصولات دخانی از طریق فیلم ها، نمایش های تلویزیونی و نمایش های خانگی و پخش آنلاین.
- دستگاه های فروش خودکار دخانیات در اماکنی که جوانان از آن استفاده می کنند و تردد بیشتری دارند، از طریق تبلیغات جذاب و نمایشگرهای آن.
- تبلیغ محصولات جایگزین به عنوان "کم خطر و کم آسیب" یا "تمیزتر" به جای سیگارهای معمولی.



● انتخاب شکل و نوع تبلیغات

به عنوان مثال تبلیغات رسانه ای، تبلیغات از طریق بازی ها و سرگرمی های ویدیویی و کامپیوتری، اسباب بازی ها و یا تشویق و ترغیب به مصرف دخانیات از طریق نمایش مارک های مختلف در سریال ها و فیلم های سینمایی و تلویزیونی حمایت های مالی از فعالیت های ورزشی و رویدادهای دیگر محصولات خود را در ذهن افراد جوان جای می دهند .

● مکان های دسترسی

به عنوان مثال از طریق قفسه های فروش و طبقات دسترسی رایگان به محصولات دخانی در فروشگاه های بزرگ، فروش اینترنتی محصولات، ماشین های فروش خودکار محصولات دخانی و تخفیف های ویژه برای خرید محصولات که تمامی این ترفندها باعث دسترسی آسان و جذب جوانان به سمت سیگار و سایر محصولات دخانی شده و مصرف کنندگان جدید را به بازار خود وارد می کنند .

● بسته بندی و شکل ظاهری محصولات

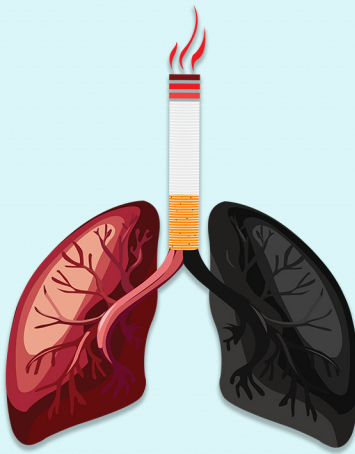
به عنوان مثال استفاده از اصطلاحات و کلمات فریبنده و گمراه کننده مانند لایت، کم قطران، مایلد و سبک بر روی بسته های محصولات دخانی و یا استفاده از طعم های مختلف گل ها و مواد خوراکی مطبوع در ترکیبات محصولات و بهره گیری از رنگ ها و طرح های شکیل به طوری که مورد دلخواه و پسند جوانان باشد .

● راهکار های قیمت

تشویق و تحریک به خرید محصولات دخانی از طریق تخفیف های ویژه با خرید چند بسته سیگار، سیگار رایگان در بسته های کوچک به عنوان جایزه (اشانتیون) که باعث جذب جوانان خواهد شد. مرگ سالانه میلیون ها نفر از مشتریان و مصرف کنندگان محصولات دخانی در اثر ابتلا به بیماری های ناشی از مصرف دخانیات و عده ای هم مصرف دخانیات را ترك می کنند، باعث شده که صنایع دخانی نیازمند جذب مشتریان و مصرف کنندگان جدید برای محصولات شان باشند و هر روزه هزاران عضو جدید به این بازار اضافه کنند. استراتژی صنایع دخانیاتی بر این اصل استوار است که مشتریان جدید را از بین پسران و دختران جوان انتخاب کنند .

«فراخوان برای اقدام

سازمان جهانی بهداشت از هنرمندان، ورزشکاران و افراد مورد اطمینان و تاثیر گذار در اجتماع، شبکه های اجتماعی، خانه و مدرسه می خواهد که با جوانان و نوجوانان ارتباط برقرار نمایند و آنها را با روش ها و راهکار های اغوا کننده و فریبکاری صنایع دخانی آشنا سازند و ترفندهای این صنایع را برای نسل های جدید افشا کنند و این نسل را در مقابل روش های اغوا کننده توانمند سازند که آنها بتوانند از مصرف دخانیات و نیکوتین امتناع کنند .



جهان، توانایی و ظرفیت اینکه اجازه دهد یک نسل دیگری فریب دروغ و ترفند های صنایع دخانی را بخورد و وانمود کردن اینکه آزادی شخصی را ترویج می دهند ندارد. در صورتی که سودهای مادام العمر خود را تضمین می نمایند، این صنایع عامل مرگ میلیون ها انسانی هستند که هر سال بر اثر مصرف دخانیات جان خود را از دست می دهند.

منبع: سازمان جهانی بهداشت

