

СИГАРЕТЫ, РЕКЛАМИРУЕМЫЕ КАК «ЛЕГКИЕ» И «С НИЗКИМ СОДЕРЖАНИЕМ СМОЛ»

Ключевые сообщения просветительской кампании

При реализации любой глобальной просветительской кампании важно определить, какая информация может оказать необходимое воздействие на целевую аудиторию. Приводимая ниже информация о заведомом обмане потребителей мифом о «легких» («с низким содержанием смол») сигаретах может побудить людей к действиям.

Курение «легких» («с низким содержанием смол») сигарет приводит к таким же губительным последствиям, как и курение обычных сигарет. Уже несколько десятилетий табачные компании прекрасно осведомлены о том, что так называемые «легкие» («с низким содержанием смол») сигареты не менее вредны, чем обычные.

Исследования показывают, что курение так называемых «легких» («с низким содержанием смол») сигарет может быть причиной роста заболеваемости аденокарциномой – ранее очень редким заболеванием, которое сегодня является самой распространенной формой рака легких. Исследования выявили четкую взаимосвязь между курением «легких» («с низким содержанием смол») сигарет и заболеваемостью раком легких, что наглядно демонстрирует серьезность вреда, наносимого подобной заведомо ложной рекламой.

Табачная промышленность создала так называемые «легкие» («с низким содержанием смол») сигареты с целью убедить курильщиков, обеспокоенных вредными последствиями курения, перейти на другие марки сигарет вместо полного отказа от курения. Внутренние документы табачной промышленности, охватывающие период в несколько десятков лет, свидетельствуют о том, что «легкие» («с низким содержанием смол») сигареты были умышленно сконструированы так, чтобы они выделяли обманчиво низкие уровни смол и никотина при тестировании курительными машинами. Результаты этих тестов используются табачной промышленностью для рекламы «большой безопасности» таких сигарет. Отраслевые документы также показывают, что табачные компании были осведомлены о том, что результаты машинного тестирования значительно недооценивают реальные объемы выделения смол и никотина.

Во всем мире табачная промышленность ежегодно тратит миллиарды долларов на продвижение «легких» («с низким содержанием смол») сигарет, используя вводящие в заблуждение рекламные приемы для стимулирования продаж. Табачная промышленность, вынужденная реагировать на обеспокоенность курильщиков вредными последствиями курения, использует нечестные рекламные приемы для продвижения «легких» («с низким содержанием смол») сигарет. Табачная промышленность преднамеренно вводит курильщиков в заблуждение утверждениями о большей безопасности этих марок сигарет по сравнению с обычными сигаретами.

Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака (РКБТ) является первым международным договором в сфере общественного здравоохранения и важным инструментом предотвращения дальнейшего распространения эпидемии «легких» («с низким содержанием смол») сигарет. Статья 11 РКБТ требует от стран наложения запрета на заведомо ложные, вводящие в заблуждение и обманные рекламные надписи на упаковках табачных изделий.

В обстановке, когда табачные компании расширяют рекламную деятельность в развивающихся странах, заведомо ложная реклама «легких» («с низким содержанием смол») сигарет должна быть полностью запрещена. Поборники общественного здравоохранения должны положить конец нечестной рекламной деятельности табачной промышленности и способствовать наложению запрета на все заведомо ложные, вводящие в заблуждение и обманные приемы по рекламе табачных изделий.

«...эффективное пропагандистское сообщение является одновременно логически убедительным, имеющим нравственную подоплеку и способным вызывать сильный эмоциональный отклик. Сообщение, передаваемое кампанией, должно взывать не только к уму, но и сердцу людей».

Этель Кляйн (Ethel Klein), ведущий ученый и практик в области политических коммуникаций