

Защита молодёжи от манипуляций со стороны табачной индустрии



В современном мире нас окружает множество устройств, каждое из них работает по заложенной в него программе.

Но замечаем ли мы, когда программируют нас самих?

Заставляют совершать те или иные поступки?

Программирование сознания человека – это качественно иной уровень манипулирования.

Человек неосознанно делает то, что хотят от него другие.

Один из ярких примеров программирования людей – это курение.

За личный выбор курящий принимает то, что по факту является циничным финансовым расчетом третьей стороны.

Техники и алгоритмы манипуляций различны и позволили втянуть в курение пол мира, и сделать так, чтобы человеку крайне трудно было отказаться от сигареты.

Современная молодёжь, как одна из самых слабозащищённых и уязвимых категорий населения, в силу отсутствия у неё соответствующих знаний, опыта и экономической зависимости, часто выступает объектом для различного рода манипуляций, а также апробаций на ней политических, социально-психологических технологий и экспериментов.

Как индустрия делает молодёжь своей целевой аудиторией

Стремясь манипулировать молодыми людьми, табачная индустрия прибегает к методам «приукрашивания» своей продукции, стараясь сделать ее более привлекательной, в частности при помощи красивой фирменной упаковки или символики. Эти методы стали наиболее очевидными в контексте возникшего в последнее время небывалого интереса к электронным сигаретам и нагреваемым табачным изделиям.

Различные секторы экономики все в большей степени переносят свои рекламные кампании в интернет, и табачная индустрия не является исключением: табачные компании все чаще привлекают влиятельных пользователей социальных сетей к рекламе своей опасной для здоровья продукции. При этом зачастую они действуют в обход традиционных правил и норм, регулирующих рекламу и стимулирование сбыта табачных изделий, так как информация, скрыто продвигающая эту продукцию, не обозначается как рекламное объявление, а негласно встраивается в другие материалы, размещаемые в социальных сетях.

Эта проблема вызывает особую тревогу применительно к молодёжи, которая является главной мишенью рекламы, проводимой через известных пользователей социальных сетей.

Меры по борьбе с курением в современной России

Сегодня в России ведется целенаправленная работа по борьбе с курением. Она включает в себя:

- присоединение Российской Федерации к антитабачной конвенции ВОЗ от 16.04.2008 г.;

- принятие Федерального Закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (от 23.02.2013 г. №15).

В соответствии с принятым законом и идеологией конвенции в России действуют: запреты и ограничения на продажу табака; меры по увеличению стоимости сигарет; налоги на торговлю табачной продукцией; ограничения рекламы табачной продукции и др.

Особая роль отводится организации медицинской и консультативной помощи тем, кто хочет избавиться от вредной привычки.

Мероприятия, приуроченные к Всемирному дню без табака, продемонстрируют подходы, помогающие молодым людям взять свое здоровье под собственный контроль и отвергнуть перспективу табачной зависимости.

Во Всемирный день без табака мы также призываем всех активных сторонников борьбы против табака принять меры для защиты этих возрастных групп, организовав проведение кампаний и мероприятий, направленных на все сферы общественной жизни, чтобы сформировать у следующего поколения молодых людей способность устоять перед соблазном попробовать табак и уверенно двигаться в будущее без табака.

*Информация подготовлена Консультационным центром
ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Красноярском крае» с использованием материала,
опубликованным на сайте b17.ru*