

ძირითადი ფაქტები

- თამბაქო კლავს მომხმარებლების ნახევარს
- თამბაქოს მოხმარების შედეგად გამოწვეული დაავადებებით წლის განმავლობაში დაახლოებით 8 მილიონი ადამიანი იღუპება, აქედან 7 მილიონზე მეტი თამბაქოს მომხმარებელი, ხოლო დაახლოებით 1.2 მილიონი თამბაქოს მეორადი ზემოქმედების მსხვერპლია.
- მსოფლიოში თამბაქოს მომხმარებელთა (1.3 მილიარდი) 80% დაბალ და საშუალო შემოსავლის მქონე ქვეყნებში ცხოვრობს.

კვლევები, რომლებიც მოწევას და ნიკოტინს წარმოაჩენენ COVID-19-სგან თავის დასაცავ საშუალებად, ყალბია!!!

თამბაქოს ინდუსტრია მაქსიმალურად იყენებს COVID-19-ის გამო შექმნილ კრიზისულ მდგომარეობას, რომ გაზარდოს საკუთარი ბრენდების წარმატება, აფინანსებენ კვლევებს და ცდილობენ მოწევა და ნიკოტინი წარმოაჩინონ COVID-19-სგან თავის დასაცავ საშუალებად.

28 აპრილს Bath-ის უნივერსიტეტის მკვლევარებმა გაავრცელეს საფრანგეთში გამოქვეყნებული იმ ორი საკამათო კვლევის, რომლებმაც საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის სპეციალისტებსა და, ზოგადად, საზოგადოებაში დიდი შეშფოთება გამოიწვია, მიმოხილვა. კვლევებით ირწმუნებოდნენ, რომ თითქოს მოწევამ ან ნიკოტინის შემცველმა პროდუქტებმა შეიძლება შეამცირონ COVID-19-ის რისკი. კვლევის ფართოდ გავრცელებამ უბიძგა ადამიანებს, დაეწყოთ მოწევა, ეყიდათ ნიკოტინის პროდუქტები და ბოროტად გამოეყენებინათ ნიკოტინი.

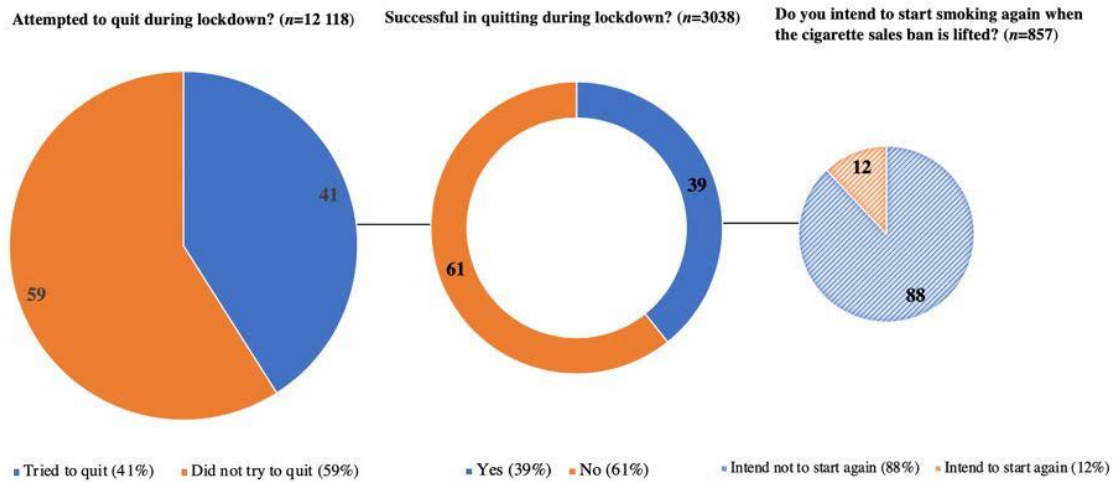
მიუხედავად იმისა, რომ მტკიცებულებათა ბაზა სწრაფად იცვლება, წინამდებარე მიმოხილვა აღნიშნავს, რომ ამ კვლევების მიგნებები არათანმიმდევრულია და მწვევლობასა და COVID-19-ს შორის კვლევით აღწერილი კავშირი სრულიად შეუსაბამოა უკვე არსებულ მტკიცებულებათა ვრცელ ჩამონათვალთან. იგი ასევე შეუსაბამოა ინფექციის წარმოშობისა და გავრცელების ფართოდ ცნობილ და აღიარებულ მექანიზმთან. გარდა ამისა, რაც მთავარია, მიმოხილვა აჩვენებს, რომ მეორე ნაშრომის მთავარ ავტორს Jean-Pierre Changeux-ს ხანგრძლივი კავშირი აქვს თამბაქოს ინდუსტრიასთან.

კვლევებმა გამოიწვია შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციების გაშუქება ფართო სპექტრის მედია საშუალებებში. შედეგად, მივიღეთ სახიფათო გაურკვევლობა. საფრანგეთის მთავრობამ გააკეთა სპეციალური განცხადება და შემდეგში ნიკოტინის შემცველი პროდუქტების რეალიზაციის შეზღუდვის განკარგულება, რათა თავიდან ყოფილიყო აცილებული ნიკოტინის შემცველი პროდუქტების პანიკური ყიდვა და არასწორი გამოყენება. ირანის თამბაქოს საწინააღმდეგო ასოციაციის განცხადების თანახმად, ეს ინფორმაცია ვირუსულად გავრცელდა ქვეყანაში, სადაც COVID-19-ისგან გამოწვეული სიკვდილიანობის მაღალი მაჩვენებელია. ორგანიზაცია იუწყება, რომ არამწვევლი ადამიანები იწყებენ მოწევას იმ რწმენით, რომ დაიცვან თავი COVID-19-სგან. თამბაქოს ინდუსტრია კი, როგორც მწარმოებლები, ასევე საცალო მოვაჭრეები, ამ ფონზე ზრდიან ფასებს სიგარეტებზე და ნიკოტინის შემცველ სხვა პროდუქტებზე.

„დღემდე არსებული მტკიცებულებები მიუთითებს, რომ მწვევლებს აქვთ კორონავირუსის მძიმე გართულებებისა და ნეგატიური გამოსავლის მაღალი რისკი“ - განაცხადა ტომ ჰირდმა, University of Bath-ის მკვლევარმა და STOP-ის პარტნიორმა. „ამიტომ ახლა მოწევისთვის თავის დანებების ჩვეულებრივზე გაცილებით მეტი მიზეზია.“

REEP-მა (Research Unit on the Economics of Excisable Products) 29 აპრილიდან 11 მაისამდე, 2020 ჩაატარა ონლაინ გამოკითხვა რომელიც მოიცავდა 12 000-ზე მეტ მწეველს. ამ კვლევის თანახმად მწეველების 16%-მა თავი დაანება მოწევას ლოქდაუნუს პერიოდში. ხოლო, მწეველების 90% აღნიშნავდა, რომ ლოქდაუნის პერიოდში სიგარეტში ხშირად ღიდი თანხის გადახდა უწევდათ (ფასები იყო გაბერილი).

Figure 1: Percentage of smokers who successfully quit during the lockdown and intention to stay quit after the lockdown



Notes: The data are weighted. The weighting was performed with Wave 5 of NIDS as the reference point. For technical details on the weighting process, see Appendix B.

მსოფლიო დღე თამბაქოს გარეშე - 31 მაისი, 2020

ახალგაზრდების დაცვა თამბაქოს ინდუსტრიის ხრიკებისა და თამბაქოსა და ნიკოტინის მოხმარებისგან

ათწლეულების განმავლობაში თამბაქოს ინდუსტრია მიზანმიმართულად იყენებს აგრესიულ და ყოვლისმომცველ ტაქტიკას თამბაქოს პროდუქტებზე ახალგაზრდების ყურადღების მისაზიდად. არაერთი დოკუმენტით დასტურდება თამბაქოს ინდუსტრიის მიერ ორგანიზებული მრავალი კვლევა და წინასწარ გაანგარიშებული მიდგომები, რომელთა მიზანია თამბაქოს მოხმარებელთა ახალი თაობის მოზიდვა. თამბაქოს პროდუქტების სხვადასხვა დიზაინით დაწყებული და არაერთი მარკეტინგული კამპანიით დამთავრებული. აქტივობები მიზნად ისახავს ყოველწლიურად, თამბაქოს მოხმარების შედეგად გამოწვეული დაავადებებით გარდაცვლილი ადამიანების ახალი მოხმარებლებით, ახალგაზრდებით ჩანაცვლებას. თამბაქოსა და მასთან დაკავშირებული ინდუსტრიების აგრესიული, სისტემატური და მდგრადი ტაქტიკის - მიიზიდონ ახალგაზრდების ყურადღება, საპასუხოდ, მსოფლიო დღე თამბაქოს გარეშე 2020 აკეთებს მარკეტინგული კამპანიის უზრუნველყოფას და ახალგაზრდებს აძლევს საშუალებას ჩაერთონ თამბაქოს წინააღმდეგ მიმართულ დიდ ომში.

გლობალური კამპანია მსოფლიო დღე თამბაქოს გარეშე 2020 მიზნად ისახავს

- გააქარწყლოს მითები და ამხილოს თამბაქოსა და მასთან დაკავშირებული ინდუსტრიების ახალგაზრდებზე მიმართული მარკეტინგული ხრიკები, მათ შორის, თამბაქოს ახალი ნაწარმის, არომატების და სხვადასხვა მიმზიდველი პროდუქტების დანერგვის მცდელობები.
- ახალგაზრდებისათვის ინფორმაციის მიწოდება თამბაქოსა და მასთან დაკავშირებული ინდუსტრიების აგრესიული მარკეტინგის შესახებ, რომელიც მიზნად ისახავს მომავალი თაობების დაინტერესებას თამბაქოს მოხმარებისადმი.
- სხვადასხვა პოპ კულტურაში, სოციალურ მედიაში, კლასში ან სახლში საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მქონე ადამიანების (ინფლუენსერების) წახალისება ახალგაზრდების დასაცავად და თამბაქოს წინააღმდეგ გამართულ ომში ახალგაზრდების ჩართვის სტიმულირება.

როგორ მოქმედებენ თამბაქოს და მასთან დაკავშირებული ინდუსტრიები ახალგაზრდების აზრზე?

- თამბაქოს პროდუქტებში ახალგაზრდებისათვის მიმზიდველი არომატების, მაგალითად ალუბლის, საღეჭი რეზინის და ასე შემდეგ გამოყენება, რაც ხელს უშლის ახალგაზრდებს შეაფასონ თამბაქოს მოხმარებასთან დაკავშირებული რისკები და იწყებენ მათ მოხმარებას
- სხვადასხვა მიმზიდველი ფორმის პროდუქტების შექმნა, რაც ასევე მოსაზრებელია ჯიბით ტარებისათვის, მაგ: (მეხსიერების ბარათი, ტკბილეული).
- თამბაქოს ნაწარმის შეფუთვა, როგორც „ნაკლები ზიანის მქონე“, ან ჩვეულებრივი სიგარეტის „უსაფრთხო ალტერნატივა“ რომელსაც არ აქვს მეცნიერული საფუძველი.

- ცნობილი და საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მქონე ადამიანების სპონსორობა თამბაქოს ნაწარმის რეკლამირებისათვის.
- სხვადასხვა სავაჭრო ობიექტებში ბავშვების მოხმარებისათვის განკუთვნილი პროდუქტების, მაგ: ტკბილეულის, სხვადასხვა წასახემსებლების და გაზიანი სასმელების მახლობლად თამბაქოს პროდუქციის განლაგება; ასევე, დაწესებულების მენეჯმენტის წახალისება, რომ მათი სარეკლამო მასალები განალაგონ ახალგაზრდების მიერ ხშირად მონახულებად ადგილებში.
- სკოლების მახლობლად თამბაქოს ნაწარმის ცალობით გაყიდვა, რაც ამ პროდუქტებს ახალგაზრდებისათვის უფრო ხელმისაწვდომს ხდის.
- თამბაქოს ნაწარმის არაპირდაპირი რეკლამირება სხვადასხვა ფილმებსა და შოუებში.
- მიმზიდველი რეკლამებით გაფორმებული თამბაქოს სავაჭრო ავტომატების განლაგება ახალგაზრდების მიერ ხშირად მონახულებად ადგილებში, რომელიც იძლევა საშუალებას თამბაქოს ნაწარმი არასრულწლოვანმა შეიძინოს.
- თამბაქოს კონტროლის ყველა სახის რეგულაციის შესრულება, მათ შორის: გამაფრთხილებელი წარწერების, სავაჭრო ობიექტებში თამბაქოს ნაწარმის ხილვადობასთან დაკავშირებული რეგულაციების, თამბაქოს ნაწარმზე არასრულწლოვანთა ხელმისაწვდომობის შემზღვეველი რეგულაციების, როგორცაა სკოლების მახლობლად თამბაქოს ნაწარმის გაყიდვისა და რეკლამირების ამკრძალველი რეგულაციების შესუსტება

მოქმედების დროა

მსოფლიოს არ შეუძლია დაუმვას, რომ თამბაქოს ინდუსტრიამ, რომელიც აცხადებს, რომ თავისუფლებისა და თავსუფალი არჩევანის გაკეთების უფლებას იძლევა, სინამდვილეში კი, უდიდეს მოგებას ნახულობს ადამიანებისგან, რომლებიც ყოველწლიურად თავიანთი სიცოცხლით იხდიან ამ საფასურს, მოატყუოს კიდევ ერთი თაობა.

ჯანმრთელობის მსოფლო ორგანიზაცია მოუწოდებს საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მქონე ადამიანებს, ვინც ახალგაზრდებთან კონტაქტში იმყოფებიან გამოაშკარაონ თამბაქოს ინდუსტრიის მანიპულაციები მიმართული ახალგაზრდების ჩასათრევად. ჩვენ უნდა მივცეთ შესაძლებლობა ახალგაზრდებს წინ აღუდგნენ „დიდ თამბაქოს“, მათი ტყუილების მხილებითა და მათი ნაწარმის გამოყენებაზე უარის თქმით.

ძირითადი გზავნილები

- თამბაქოს პროდუქტები წლის განმავლობაში კლავს დაახლოებით 8 მილიონ ადამიანს, თამბაქოს და მასთან დაკავშირებული ინდუსტრიები იძულებული არიან იპოვონ ახალი მომხმარებლები მათი შემოსავლების შესანარჩუნებლად
- თამბაქოს ინდუსტრიებმა წლის განმავლობაში 9 მილიარდ დოლარზე მეტი დახარჯეს თამბაქოს ნაწარმის რეკლამირებისთვის, ხოლო 8 მილიონი სიცოცხლე დაიღუპა თამბაქოს მოხმარებისა და მეორადი კვამლის ზემოქმედების შედეგად გამოწვეული დაავადებებით

თამბაქოსა და მასთან დაკავშირებული ინდუსტრიების ტაქტიკა ბავშვებისა და მოზარდების მოსაზიდად მოიცავს:

- 15 000-ზე მეტ არომატს, რომელთა უმრავლესობა, სწორედ ბავშვების მოსაზიდად არის შექმნილი
 - სოციალური მედიის გავლენა და მარკეტინგი
 - სხვადასხვა ღონისძიებებისა და წვეულებების სპონსორობა
 - სხვადასხვა სახის სტიპენდიები
 - მიმზიდველი, სექსუალური დიზაინები
 - პროდუქტების გასართობ მედიაში განთავსება
 - პროდუქციის უფასო ნიმუშები
 - თამბაქოს ნაწარმის ცალობით გაყიდვა, რაც უფრო აადვილებს მასზე ხელმისაწვდომობას და დამოკიდებულების ჩამოყალიბებას
 - სკოლების მახლობლად პროდუქციისა და რეკლამების განთავსება
-
- გვინდა გვყავდეს თაობა, რომელიც თავისუფალია თამბაქოს, მისი მეორადი კვამლის და თამბაქოს მოხმარების შედეგად გამოწვეული დაავადებებისგან
 - ნუ მოექცევით თამბაქოსა და მასთან დაკავშირებული ინდუსტრიების გავლენის ქვეშ, თქვენი ინფორმირებულობით მათი ტაქტიკებისა და მათი პროდუქციის დამაზიანებელი ეფექტის შესახებ ინფორმაციის ქონით
 - თამბაქო არის პასუხისმგებელი კიბოთი გამოწვეული საერთო სიკვდილიანობის 25% ზე. ნიკოტინის და თამბაქოს ნაწარმის გამოყენება ზრდის კიბოს, კარდიოვასკულური და სასუნთქი სისტემის დაავადებების განვითარების რისკებს.
 - ყოველწლიურად მეორადი კვამლის ზემოქმედების შედეგად იღუპება 1 მილიონზე მეტი ადამიანი
 - ელ. სიგარეტის მომხმარებელ ბავშვებსა და მოზარდებს ორჯერ უფრო მეტი შანსი აქვთ მოგვიანებით გახდნენ თამბაქოზე დამოკიდებულები
 - ელ. სიგარეტის მოხმარება ზრდის გულისა და ფილტვების დაავადებების განვითარების რისკებს
 - ელ სიგარეტების შემადგენლობაში შემავალ ნიკოტინს შეუძლია დამოკიდებულების მაღალი ხარისხის განვითარება რაც შესაბამისად აზიანებს მოზარდის ტვინის ნორმალურ განვითარებას

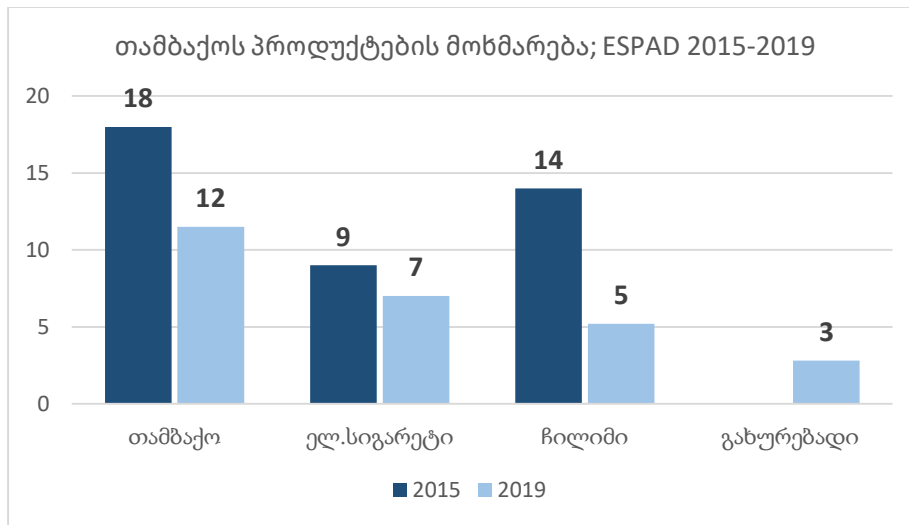
- ჩილიმის მოხმარება ისეთივე საზიანოა, როგორც თამბაქოს სხვა ნაწარმის გამოყენება
- მწველობა ძალიან ძვირი გიჯდებათ და თქვენ ამ საფასურს იხდით თქვენი ჯანმრთელობითა და გარეგნობით. ის იწვევს კბილების გაყვითლებას, კანის დანაოჭებას, არაჯანმრთელ ფილტვებს, იმუნური სისტემის დასუსტებას და ა.შ.
- ჩილიმის კვამლი ტოქსურია და შეიცავს ნივთიერებებს, რომელთაც კიბოს გამოწვევა შეუძლია
- საღეჭი თამბაქოს მოხმარებამ შეიძლება გამოიწვიოს პირის ღრუს კიბო, ღრძილების დაზიანება, ყავისფერი კბილები, ნადები კბილებზე და კბილების დაკარგვა
- ყველას ვურჩევთ მიიღონ და გაავრცელონ ინფორმაცია, რათა გვყავდეს თამბაქოს ზეგავლენისგან თავისუფალი თაობები
- თამბაქოს ინდუსტრია „თავს უსხმის“ ბავშვებს და მოზარდებს სოციალურ მედიაში განთავსებული მესიჯებით, რომელთა ნახვის სიხშირემ 25 მილიარდს მიაღწია.

სტატისტიკური მონაცემები

- 234 COVID-19 პაციენტიდან მწვევლია 15 (6.4%)

ESPAD 2019

- 35.8%-ს ოდესმე მოუწევია სიგარეტი (2016 – 43%)
- 44% მიიჩნევს, რომ მისთვის ადვილია სიგარეტის შოვნა (2016 – 60%)
- 20.5%-მა სიგარეტი პირველად მოწია 13 წლის ან უმცროს ასაკში (2016 - 21%)
- 2.5% ყოველდღიური მწვევლი იყო 13 წლის ან უმცროს ასაკში (2016 – 4%)
- 12% თამბაქოს ამჟამინდელი მომხმარებელია (2016 – 18%)
- 7% ელექტრონული სიგარეტის ამჟამინდელი მომხმარებელია (2016 – 9%)
- 5% ჩილიმის ამჟამინდელი მომხმარებელია (2016 – 14%)
- 3% გახურებადი თამბაქოს ნაწარმის ამჟამინდელი მომხმარებელია



STEPS 2016 – TNS 2019

