



Упаковка и маркировка табачных изделий

Статья 11: Каждая упаковочная единица табачной продукции и любая наружная упаковка и маркировка должны содержать предупреждения о вреде для здоровья, описывающие вредное влияние от потребления табака, а также могут содержать другие соответствующие послания. Эти предупреждения и послания: (1) должны быть одобрены компетентными национальными органами, (2) должны быть меняющимися, (3) должны быть крупными, четкими, видимыми и понятными, (4) должны занимать 50% и более от основной демонстрационной поверхности и занимать не менее 30% от основной демонстрационной поверхности, (5) могут быть в виде изображения или пиктограммы или содержать таковые.

ПОЧЕМУ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ О ВРЕДЕ ЗДОРОВЬЮ НА УПАКОВКАХ ЯВЛЯЮТСЯ ЭФФЕКТИВНЫМИ?

Предупреждения о вреде здоровью на сигаретных упаковках являются одним из самых важных источников информации о здоровье: курильщики отмечают, что получают информацию о рисках для здоровья от курения с упаковок больше, чем из каких-либо других источников, не считая телевидения¹.

Предупреждения о вреде для здоровья являются чрезвычайно финансово выгодными, с точки зрения социального и здравоохранительного вмешательства, и имеют высокую степень достижения. Курильщики, выкуривающие 1 пачку в день, условно сталкиваются с такими предупреждениями до 7000 раз в год. Среди некурящих, включая детей и молодежь, также выявляется высокий процент осведомленности о предупреждениях о вреде для здоровья на упаковках².

КАКИМ ОБРАЗОМ МОЖНО УЛУЧШИТЬ ЭФФЕКТ ОТ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЙ О ВРЕДЕ ЗДОРОВЬЮ?

Размер и расположение предупреждения о вреде здоровью является крайне важным для его эффективности. Помещение предупреждения на боковую сторону

упаковки имеет лишь незначительный эффект. Крупные предупреждения, расположенные на верхней части основной демонстрационной поверхности предположительно чаще будут замечены и найдут отклик^{3,4}.

Здравоохранительная коммуникация должна быть постоянно обновляемой для поддержания ее эффективности во времени. Для максимизации эффекта предупреждения о вреде здоровью должны обновляться каждые 2 года⁴.

Социальные кампании здравоохранения (с привлечением средств массовой информации), касающиеся предупреждений о вреде здоровью, могут обеспечить эффективное усиление позиций обоих³.



ЯВЛЯЮТСЯ ЛИ ИЗОБРАЖЕНИЯ БОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫМИ ПО СРАВНЕНИЮ В ТЕКСТОВЫМИ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯМИ?

Да. Изображения повышают наглядность и жизнеспособность здравоохранительной коммуникации, и отмечаются курильщиками как более эффективные и захватывающие внимание, чем текстовые предупреждения^{5,6,7}. Предупреждение-картинку ассоциируют с более глубоким знанием в области здоровья, восприятием риска, мотивацией отказаться от пагубной привычки и удержаться от потребления табака^{1,3-8}.

Предупреждения-картинки считаются особенно эффективными в среде молодежи: более 90% молодежи Канады заявляют, что изображения на канадских табачных упаковках обеспечивают их важной информацией о влиянии на здоровье от курения сигарет, они точны и представляют курение менее привлекательным².

Изображения необходимы, чтобы донести информацию до малообразованных и неграмотных курильщиков и помочь уменьшить пробел в знании об охране здоровья. Изображения также важны в странах, где используется несколько языков.



ЯВЛЯЮТСЯ ЛИ ПУГАЮЩИЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ БОЛЕЗНЕЙ ЭФФЕКТИВНЫМИ?



Да. Изображения, вызывающие эмоции посредством графических образов, отражающих риски для здоровья, находят наибольший отклик и считаются курильщиками самыми эффективными^{5,6,8}. Изображения, не содержащие угрожающей здоровью информации, не выполняют своей коммуникационной роли отразить реальный вред здоровью правдивым и наиболее доступным образом.

Нет никаких данных о том, что графические предупреждения имеют обратный эффект, как, например, увеличение курения или уменьшение доверия.

Для увеличения действенности информации, поддерживающей направление отказа от курения, необходимо сопровождать ее изображениями, что подтверждается теориями и исследованиями прошлых лет

эффективности здравоохранительной коммуникации⁹.

Предупреждения о вреде здоровью, содержащие «сдерживающую» информацию, например, телефоны горячей линии для решивших отказаться от пагубной привычки, оказывают огромное влияние на работу подобных служб и представляют собой низкочувствительный метод продвижения и поддержки курильщиков в их «попытках измениться»¹⁰.

ПОДДЕРЖИВАЕТ ЛИ НАСЕЛЕНИЕ КРУПНЫЕ ГРАФИЧЕСКИЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ?

Да, социум, включая и самих курильщиков, активно поддерживает графические предупреждения. Большинство курильщиков хотели бы видеть больше



здравоохранительной информации на упаковках, включая и курильщиков из стран, уже практикующих размещение крупных изображений на упаковках таких, как Канада, Тайланд и Уругвай^{11,12}.

ИТОГИ

- Предупреждения, содержащие крупные изображения, являются эффективным способом донести информацию о рисках для здоровья до курильщиков.
- Предупреждения, где изображения используются в сочетании с полезной информацией для желающих отказаться от курения, представляются наиболее эффективными.
- Крупные графические предупреждения вызывают доверие и получают положительный отклик как со стороны курильщиков, так и со стороны некурящих.

Ссылки

1. Hammond D *et al.* Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control* 2006;15(Suppl III):iii19–iii25.
2. Health Canada. *The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages—Survey of adults and adult smoker: Wave 9 surveys*. Prepared by Environics Research Group, Jan 2005.
3. Strahan EJ *et al.* Enhancing the effectiveness of tobacco package warning labels: a social psychological perspective. *Tobacco Control* 2002; 11(3):183-90.
4. Hammond D *et al.* Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the ITC Four Country Survey. *American Journal of Preventive Medicine* 2007; 32 (3): 202–209.
5. Environics Research Group. *Testing New Health Warning Messages for Cigarette packages: A Summary of Three Phases of Focus Group Research: Final Report*. Prepared for Health Canada; 2000.
6. Elliott & Shanahan (E&S) Research. *Developmental Research for New Australian Health Warnings on Tobacco Products Stage 2*. Prepared for: The Australian Population Health Division, Department of Health and Ageing, Commonwealth of Australia; August 2003.
7. O’Hegarty M *et al.* Reactions of young adult smokers to warning labels on cigarette packages. *American Journal of Preventive Medicine* 2006;30(6):467-73.
8. Hammond D *et al.* The impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking. *Tobacco Control* 2003; 12:391-95.
9. Witte K, Allen M. A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education and Behavior* 2000; 27: 591-615.
10. Willemsen MC *et al.* Impact of the new EU health warnings on the Dutch quit line. *Tobacco Control* 2002; 11:382.
11. Hammond D *et al.* Graphic cigarette package warning labels do not lead to adverse outcomes: Evidence from Canadian smokers. *American Journal of Public Health* 2004; 94 (8): 1442-45.
12. International Tobacco Control (ITC) Project: Findings from ITC Uruguay and ITC Thailand Surveys; 2007.



Prepared by David Hammond, University of Waterloo (Canada),
For more information see www.igloo.org/tobacco_labelling
or Email: dhammond@uwaterloo.ca

