

ПРЕДУПРЕДИТЕЛЬНЫЕ НАДПИСИ

Ответы на аргументы промышленности

Табачные компании выступают против изобразительных предупреждений, потому что они видят в них угрозу своему бизнесу. Ниже излагаются аргументы, выставляемые табачными компаниями по всему миру против изобразительных предупредительных надписей, за которыми следуют контраргументы, опровергающие каждый такой аргумент.

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Ничто не указывает на то, что изобразительные предупредительные надписи являются эффективными.

ОТВЕТ: Исследования показывают, что большие изобразительные предупредительные надписи способствуют тому, что у курящих людей реже возникает желание курить; они также стараются не закуривать при детях и в окружении беременных женщин и курят меньше у себя дома.² Более того, предупредительные надписи повышают уровень информированности касательно рисков, ассоциируемых с курением, и могут послужить убедительным фактором для тех, кто желает бросить курить.^{3, 4} Самые эффективные предупредительные надписи большие, ясно выраженные, занимают, по меньшей мере, 50% основной площади упаковки (передняя и задняя стороны упаковки продукции) и содержат броские фотографии. Обращения должны включать информацию о значительности определенных рисков, наряду с рисунками, в особенности в расчете на аудитории с низким уровнем грамотности.^{5, 6} Предупредительные надписи о вреде здоровью, которые не отвечают требованиям, касающимся размера, обращения или графического изображения не являются столь эффективными. Использование эффективных обращений о том, как можно бросить курить, а также о неблагоприятных экономических и социальных последствиях, негативном воздействии употребления табака на родных и близких с упором на информацию о том, куда следует звонить, чтобы получить помощь в прекращении курения, является действенным способом информирования общественности о негативных последствиях курения и содействия в избавлении от этой привычки. Изобразительные предупредительные надписи также должны содержать номера телефонов служб, предоставляющих помощь и поддержку желающим бросить курить.⁷ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Те, кто курит, уже знают в рисках курения.

ОТВЕТ: Исследования показывают, что большой процент курящих людей неадекватно осведомлены о последствиях для здоровья, ассоциируемых с курением, и недооценивают серьезность и значительность таких рисков.³ Понимание как рисков, так и серьезности курения являются важными факторами в стимулировании у курильщиков желания бросить курить. Предупреждения с рисунками могут эффективно передать серьезность таких рисков.⁸⁻¹² Курящие люди заявляют, что они получают больше информации в отношении рисков курения с упаковки табачной продукции, нежели из любых других источников, за исключением телевидения.^{13, 14} ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Многие люди не умеют читать, поэтому предупредительные надписи неэффективны.

ОТВЕТ: Текстовые обращения должны сопровождаться рисунками. Рисунки могут графически иллюстрировать наносимый курением и пассивным курением вред здоровью, и их можно понять без какого-либо текста.¹⁵⁻¹⁷ ■

«Производители табачных изделий относятся с уважением к праву здравоохранительных органов высказывать свое мнение в отношении вопросов здравоохранения. При таких обстоятельствах, по мнению табачных компаний, предупредительные надписи излишни и не нужны.»¹

— The Tobacco Institute, 1980



Предупредительная надпись, Египет

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Большие графические предупредительные надписи о вреде здоровью посягают на право на имущество производителей табачной продукции, включая защиту торговой марки.

ОТВЕТ: Несмотря на это заявление табачной промышленности, правительства многих стран мира его отвергли и приняли жесткие законы, требующие большие графические предупредительные надписи. В подавляющем большинстве случаев это было осуществлено без каких-либо претензий правового характера со стороны табачной промышленности. В случаях, когда были предъявлены правовые иски, основанные на таких заявлениях, суды вынесли решение не в пользу табачных компаний. К примеру, Судебный орган Европейского Сообщества вынес решение против компании «Бритиш-Америкэн Тобакко» (БАТ) и компании Japan Tobacco International (JTI), заявлявших, что решение Директивы¹⁸ о требовании введения в действие больших предупредительных надписей и запрете вводящей в заблуждение информации посягает на их право на имущество, включая защиту товарных знаков.¹⁹ Канадский Верховный суд отказал в иске табачной промышленности о том, что графические предупреждения посягают на свободу слова согласно Кодексу прав и свободы.^{13, 20} ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Ограничения свободы самовыражения и прав собственности следует допускать только в случае актуальной социальной нужды.

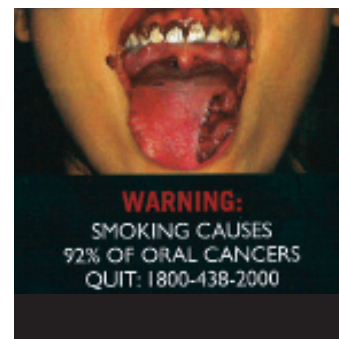
ОТВЕТ: Глобальная табачная эпидемия представляет собой требующую безотлагательных действий проблему в области здравоохранения. Оценивается, что к 2030 году будет насчитываться более 8 млн смертей от потребления табака в год, причем 80% из них будут иметь место в развивающихся странах.²¹ Большие изобразительные предупредительные надписи могут побудить курящих людей бросить курить, а также противодействовать желанию закурить среди некурящих людей и молодежи.^{13, 22, 23} ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Изобразительные надписи о вреде здоровью могут оказаться нарушающими обязательство страны как стороны, подписавшей международные договоры о торговле и интеллектуальной собственности.

ОТВЕТ: Стороны РКБТ следуют принципу, заключающемуся в том, что каждый человек имеет право на информацию о наносимом здоровью вреде, а также о том, что курение вызывает привязанность, а потребление табака и воздействие табачного дыма представляют собой смертельную угрозу.²⁴ Для воплощения данного принципа в жизнь стороны, согласно Статье 11 РКБТ, обязаны принять и внедрить большие, ясно выраженные, хорошо видимые и понятные предупредительные надписи о вреде здоровью, которые могут содержать изображения, в течение трех лет после вступления договора в силу на территории их стран.²⁵ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Предупредительные надписи о вреде здоровью снижают ценность частной собственности, негативно воздействуя на «репутацию» компании, ассоциируемой с упаковкой.

ОТВЕТ: Вопрос ценности брендовой продукции табачных производителей не является более важным по сравнению с приверженностью и правом государства на защиту своих граждан от ложных и вводящих в заблуждение упаковок, которые прямым или косвенным образом утверждают, что один бренд табака является менее вредным, чем другой. ■



Предупредительная надпись, Сингапур



Предупредительная надпись, Бразилия

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Большие предупредительные надписи лишают потребителей информации, в которой они нуждаются, чтобы отличить продукцию одной компании от продукции другой компании.

ОТВЕТ: Упаковка табачной продукции является хорошо продуманным методом рекламирования и инструментом продвижения продукции. Упаковка разрабатывается с целью привлечения внимания целевых потребителей, включая подростков.²⁶ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Отпечатывание графических предупредительных надписей и ротация обращений являются дорогостоящими и трудновыполнимыми задачами.

ОТВЕТ: Технология, необходимая для печати цветных предупреждений, широко распространена.⁴ Табачные компании постоянно видоизменяют свои упаковки в целях продвижения новой продукции и новых ароматических добавок. Добавление новых предупредительных надписей не станет более трудновыполнимой или дорогостоящей задачей.²¹ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Табачным компаниям требуется больше времени для внедрения изобразительных предупреждений, чем позволяет законом.

ОТВЕТ: Табачные компании показали, что они способны внедрить требования в отношении полных цветных изобразительных предупредительных надписей в течение 6-9 месяцев. В Канаде промышленность предприняла действия в течение 6 месяцев после окончательного принятия положений. По закону требовалось, чтобы по истечении 6 месяцев после принятия закона на около 50% табачных упаковок отображались новые предупреждения. Для всех других упаковок давался 1 год.²⁷ Опыт Канады в противодействии аргументам промышленности, нацеленным против внедрения изобразительных предупреждений, подробно описывается в заявлении государства, излагающем анализ эффекта регулирования.²⁸ В Бразилии внедрение требований заняло 9 месяцев, несмотря на заявления промышленности об отсутствии технической базы, требуемой для своевременного производства полных цветных предупредительных надписей.²⁹ Согласно РКБТ внедрение изобразительных предупредительных надписей не должно занимать более 12 месяцев с даты принятия любого правительственного положения.³⁰ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Когда люди покупают сигареты поштучно, упаковок им даже не видно.

ОТВЕТ: Предупредительные надписи необходимо ввести для любого рода табачных упаковок, не только для пачек сигарет.⁴ Если сообщения о вреде здоровью достаточно большие и ясно выраженные, люди их увидят, когда упаковки выставлены на продажу, когда курильщики вынимают их из карманов и сумок или когда сигареты выбрасываются. Предупредительные надписи - это один из самых дешевых и наиболее всеобъемлющих способов образования общественности, имеющих в настоящее время, независимо от того, продаются ли сигареты поштучно или в пачках.³¹⁻³³ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Графические предупреждения «очерняют» тех, кто курит.

ОТВЕТ: Графические предупреждения не «очерняют» тех, кто курит. Согласно исследованиям большинство как курящих, так и некурящих людей высказываются в поддержку больших графических предупреждений.^{16, 34} Графические предупреждения содержат полезную для курящих людей информацию о вреде здоровью, и поддержка больших графических предупреждений со временем,



Предупредительная надпись, Канада



Предупредительная надпись, Бразилия

в принципе, повышается.⁴ Курильщики, проживающие в странах, где уже действуют положения о больших графических предупреждениях, как например, в Канаде, сообщают о своем желании видеть больше медицинской информации на упаковках.³⁵ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Если правительство желает выставлять предупредительные обращения о вреде здоровью, оно должно использовать рекламные щиты или телевидение.

ОТВЕТ: Табачная упаковка характеризуется универсальным доступом, и стоимость предупредительных надписей на упаковках покрывается табачными компаниями, а не правительствами. Более того, в совокупности с информационными кампаниями расширенные предупреждения на упаковках более эффективны, нежели только информационные кампании.²¹ ■

ЗАЯВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: Предупредительные надписи о вреде здоровью должны информировать общественность, а не пугать и чернить курильщиков.

ОТВЕТ: Эффективные предупредительные надписи повышают уровень информированности касательно рисков, ассоциируемых с курением, и могут повлиять на принимаемые в будущем решения в отношении курения.^{3,4} Предупредительные надписи наиболее эффективны в плане предупреждения о вреде, наносимом здоровью курением, когда они содержат как изображения, так и текст, а также являются большими и цветными.^{13,15} Большие изобразительные предупредительные надписи получают поддержку как некурящих, так и курящих людей; изобразительные предупредительные надписи предлагают курильщикам важную информацию о вреде здоровью, и все больше и больше людей поддерживают внедрение больших изобразительных предупредительных надписей.³⁴⁻³⁶ ■



Предупредительная надпись, Пакистан

(1) The Tobacco Institute. Tobacco in the developing nations (internal industry document.) 1980. Bates No. HK1327041/7057. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/iji20a00> (2) Health Promotion Board — Singapore. Graphic health warnings on tobacco packaging inspire smokers to quit the habit: Singapore: 2006. Available from: http://www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg_id=2233. (3) Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings KM, McNeill A, Driezen P. Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the international tobacco control four country study. *American Journal of Preventive Medicine*. 2007 Mar;32(3):202-9. (4) Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. *Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11*. Waterloo: University of Waterloo; 2008. (5) CRÉATEC + Market Studies. Effectiveness of health warning messages on cigarette packages in informing less-literate smokers, final report. Montreal, Quebec: Communications Canada; 2003. Available from: http://www.smoke-free.ca/warnings/WarningsResearch/Createc_LiteracyFinal_EN_Dec03.doc. (6) Millar WJ. Reaching smokers with lower educational achievement. *Health Reports (Statistics Canada)*. 1996;8(2):11-9. (7) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Guidelines to Article 11, para 23. Geneva: WHO; 2009. Available from: http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11/en/index.html. (8) Levie WH, Lentz R. Effects of text illustrations: A review of research. *Educational Communication and Technology Journal*. 1982;30(4):195-232. (9) Braun CC, Kline PB, Silver NC. The influence of colour on warning label perceptions. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 1995. (10) Wogalter WS, Godfrey SS, Fontenelle GA, Desaulniers DR, Rothstein PR, Laughery KR. Effectiveness of warnings. *Human Factors*. 1987;29(5):599-612. (11) Sherman SJ, Cialdini RB, Schwartzmann DF, Reynolds KD. Imagining can heighten or lower the perceived likelihood of contracting a disease: The mediating effect of ease of imagery. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1985;11(1):118-27. (12) Leventhal H. Findings and theory in the study of fear communications. In: Berkowitz L, editor. *Advances in experimental social psychology*. New York: Academic Press; 1970. p. 119-86. (13) Hammond D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Waterloo: University of Waterloo; 2008 [cited on 2008 September 25]. Available from: [http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20\(Hammond%202008\).pdf](http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20(Hammond%202008).pdf). (14) Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM. 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 Jun;15 Suppl 3:iii19-25. (15) Liefeld JP. The relative importance of the size, content and pictures on cigarette package warning messages. Department of Consumer Studies, University of Guelph, Prepared for Health Canada; 1999. (16) O'Hegarty M, Pederson LL, Nelson D, Mowery P, Gable JM, Wortley P. Reactions of young adult smokers to warning labels on cigarette packages. *American Journal of Preventive Medicine*. 2006;30(6):467-73. (17) 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. Available from: <http://www.tobaccolabels.ca/health/canada>. (18) European Union (EU). Directive 2001/37/EC. 2001. Available from: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:194:0026:0034:EN:PDF>. (19) Case C-491/01, The Queen v. Secretary of State for Health, ex parte British American Tobacco (Investments) Ltd. and Imperial Tobacco Ltd., (2002). (20) Canada (Attorney General) v. JTI-Macdonald Corp., [2007] 2 S.C.R. 610, 2007 SCC 30, (2007). (21) World Health Organization (WHO). WHO Report on the global tobacco epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: 2008. Available from: http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf. (22) Vardavas CI, Connolly G, Karamanolis K, Kafatos A. Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels. *European Journal of Public Health*. 2009 Apr;19(2):212-7. (23) White V, Webster B, Wakefield M. Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours? *Addiction*. 2008 Sep;103(9):1562-71. (24) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Article 4. Geneva: 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/. (25) World Health Organization (WHO). Framework Convention on Tobacco Control, Article 11.1(b)(1-v). Geneva: 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/. (26) Wakefield M, Morley C, Horan JK, Cummings KM. The cigarette pack as image: New evidence from tobacco industry documents. *Tobacco Control*. 2002 March;11 Suppl 1:173-80. (27) Mahood G, World Health Organization. Canada's Tobacco Package Label or Warning System: "Telling the Truth" about Tobacco Product Risks. Geneva: World Health Organization; 2003. Available from: http://www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_canada_package.pdf. (28) Health Canada. Tobacco Products Information Regulations. Regulatory Impact Analysis Statement. Canada Gazette Part I; April 1, 2000. (29) Cavalcante T, World Health Organization. Labelling and Packaging in Brazil. Geneva: World Health Organization; 2003. Available from: http://www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_brazil_labelling.pdf. (30) World Health Organization. Guidelines for implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Packaging and labelling of tobacco products). Geneva: World Health Organization; 2008. Available from: http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11/en/index.html. (31) Brown KS, Diener A, Ahmed R, Hammond D. Survey methods. In: *Health Canada, editor. 2002 Youth Smoking Survey Technical Report*. Ottawa: Ministry of Health; 2005. (32) Environics Research Group. The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages--Survey of adults and adult smokers: Wave 9 surveys. 2005. (33) Fong G. International tobacco control policy evaluation. ITC South East Asia Survey; 2007. (34) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tobacco Control*. 2003 Dec;12(4):391-5. (35) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Brown KS, Cameron R. Graphic Canadian cigarette warning labels and adverse outcomes: evidence from Canadian smokers. *American Journal of Public Health*. 2004 Aug;94(8):1442-5. (36) O'Hegarty M, Pederson LL, Yenokyan G, Nelson D, Wortley P. Young adults' perceptions of cigarette warning labels in the United States and Canada. *Preventing Chronic Disease*. 2007.