



Тютюнові компанії рекламують електронні пристрої для куріння за допомогою нав'язливої маніпулятивної реклами як нібито менш шкідливі продукти та альтернативу сигаретам. Інформація про них буквально ""навалюється"" на підлітків з усіх боків – зовнішньої реклами, точок продажу виробів, брендованої реклами в соцмережах та навіть на вивісках деяких ресторанів і кафе, які дозволяють куріння таких пристроїв у своїх приміщеннях. Самі тютюнові корпорації відкрито повідомляють, що упродовж останніх років витратили близько 200 мільйонів доларів на те, щоб залучити людей до використання електронних пристроїв для куріння (детальніше <https://cutt.ly/IEOSzG4>) Українці вкрай мало знають про ризики для здоров'я від куріння електронних пристроїв. Як свідчать результати опитування, проведеного Київським інститутом соціології (KMIC),

щодо обізнаності молоді про ризики вживання електронних пристроїв для куріння, майже половина опитаних респондентів вважають, що електронні пристрої для куріння є менш шкідливими, ніж сигарети (<https://cutt.ly/EEOSO3k>). А 37% опитаних — що ці пристрої допомагають людям кинути курити звичайні сигарети. Хоча у ВООЗ неодноразово наголошували на тому, що безпечного куріння не існує, і що такі пристрої – аж ніяк не є методом кинути курити. Навпаки – вони тільки сприяють стійкості цієї залежності. Щоб захистити дітей і молодь від залучення до початку куріння, необхідно запровадити ефективні нецінові заходи контролю над тютюном. Саме такі зміни запропонували депутати Комітету з питань здоров'я нації, медичної допомоги та медичного страхування у доопрацьованому проєкті закону № 4358, який вже пройшов перше читання у Парламенті.

#БезпечногоКурінняНеІснує

#Голосуй4358

#Підтримую4358