

## 世卫组织力推烟草“平装”

据新华社北京5月30日电 今年世界无烟日(5月31日),世界卫生组织的宣传主题是“平装就绪”,呼吁所有国家做好对烟草制品采取平装(标准化包装)的准备。

平装又称标准化包装,是指烟草制品包装除了使用标准颜色和字体来显示品牌名称和产品名称外,限制或禁止在包装上使用其他标识、颜色、品牌形象或推销文字。

外包装有这么重要吗?世卫组织认为:“平装是减少烟草需求的一项重要措施。”烟盒包装是促进烟草制品消费的移动广告牌,目前的包装力图使产品更有吸引力、为香烟做广告刺激烟草消费、使人们无法专注于烟盒上的健康警示信息,而且有些包装上的推销标识或文字会有欺骗性,使人们相信某些产品的危害不如其他产品大。

有鉴于此,世卫组织将今年无烟日的口号定为“平装就绪”,旨在通过推进平装包装,降低烟草制品的吸引力,消除烟盒包装作为一种广告和促销方式的影响,并使得健康警示信息更明显、更有效。

世卫组织认为,平装烟盒有助于揭示烟草制品的残酷现实。“如果去掉烟盒包装上的装饰、夺目色彩和误导性成分,平装的香烟就只是一包每年杀死600万人且有更多人的健康被其伤害的致命、成瘾性产品”。

实际上,2005年生效的世卫组织《烟草控制框架公约》第11条(烟草制品的包装和标签)和第13条(烟草广告、促销和赞助)实施准则就已经提出,建议缔约方考虑采取平装烟盒包装。但这一建议的响应者寥寥,直到2012年12月,澳大利亚成为首个全面实行烟草制品平装的国家。

世卫组织介绍说,大量研究表明实行平装是有道理的。尤其来自澳大利亚的早期证据显示,烟盒平装以及使用更显眼的健康警示,都使得这个国家的吸烟率进一步下降。

好消息是,越来越多的国家开始考虑在巴掌大的烟盒上做文章。目前,法国、爱尔兰、英国也已通过了实施烟草平装的法律,并于2016年5月开始实行。根据世卫组织的报告,还有一些国家目前正处于平装政策制定的最后阶段。

世卫组织呼吁,更多国家的政策制定者应考虑通过立法,将烟草制品平装作为全面、多方位控烟方法的一部分。

## 新西兰: 涨价是最好的禁烟办法

据新华社惠灵顿5月30日电(记者宿亮)“不要让青少年那么容易买到烟,让他们在选择成为烟民前多考虑一下,没什么不好!”在新西兰首都惠灵顿开出租车的索马里裔司机莫里29日对新华社记者说。

当天,记者坐上莫里驾驶的电动出租车,无意中聊起新西兰不断飙升的烟价。莫里说,他近日回索马里探亲,发现不少当地年轻人都在抽烟,感觉很痛心。

他说,相比索马里,新西兰年轻人“吞云吐雾”的情况并不多,主要原因是新西兰烟价高企,每盒香烟均价超过20新西兰元(约合88元人民币),而索马里每盒香烟价格还不到2美元。在这种情况下,新西兰年轻人买烟前自然会慎重,成为烟民的可能性也更低。

在新西兰,不少烟民都跟记者聊起越来越难以承受的烟价。新西兰政府健康推广机构的禁烟网站对烟价的描述更形象:在新西兰购买一盒香烟的钱可以在超市买到两袋面包片、一盒麦片、一瓶牛奶、一打鸡蛋、一瓶花生酱、一罐意大利面调料和几根香蕉。

时下,在新西兰买烟已经算是高消费,但烟价在可预见的几年里只会越来越贵。新西兰政府刚刚公布的财政预算显示,从2017年开始,连续4年烟草税每年将递增10%。这意味着,现在每根香烟大约1新西兰元的均价将在2020年上涨到1.5新西兰元。

新西兰卫生部助理部长佩塞塔·萨姆·洛图-伊加表示,涨价是最好的禁烟办法。2011年,新西兰政府就公布了一项到2025年实现全国“无烟”的计划。所谓“无烟”,并非是完全禁止吸烟,而是通过政策杠杆把全国烟民的比例降至5%以下。事实上,新西兰政府为了实现这一目标,已经完成了一轮历时4年每年烟草税递增10%的过程。

## 无烟日迎儿童节

# 看禁烟广告 听童言童语

从1989年开始,世界无烟日改为每年的5月31日,选择这一天是因为第二天是国际儿童节,希望下一代免受烟草危害。很多国家采取行动,将青少年的思维方式引入各种广告之的节目和视频里,让孩子们在放松和没有任何抵触的情绪状态下,接受反对吸烟的教育。令人欣慰的是,当成年人与孩子们一起观看这些节目时,他们受到的心灵震撼和教育一点不比青少年少。



资料照片

### 英国

“请不要把孩子孤独地留在世界上。丢掉你的烟卷吧,这样你才能看着你的孩子长大。”

在伦敦繁忙的地铁车站上,一位年轻的母亲带领她帅气的小儿子走到入口。就在孩子好奇地左顾右盼时,镜头里的母亲突然消失了!

大眼睛的小男孩茫然失措地转着身子,四处寻找妈妈。可是在他视力所及的范围只有脚步匆匆的过往人群,没有人停下,也没有人理会他。孩子逐渐从满怀希望,变得一脸惊恐,终于小嘴一瘪,无所适从地哭出声来。可怜的是,就连这无助的哭声,也很快被现代忙碌的人流和嘈杂的声音所淹没。

视频上打出一行字幕:“请不要把孩子孤独地留在世界上。丢掉你的烟卷吧,这样你才能看着你的孩子长大。”

### 法国

“如果你想拥有自由身,那就不要吸烟。”

崇尚自由理念的法国人,连拍摄禁烟广告也离不开对自由的追求。

在这则广告里,主持人告诉青少年,只要你点燃香烟,你就从此变成了它的奴隶。只要烟瘾上来,无论你在做什么,都要乖乖听从烟卷的指挥,放下喜欢的事情,离开友好的朋友,忍受风雨和寒冷去吸烟。染上吸烟的习惯好像遇到了一个暴君,所有行动都不由分说地被它控制了。

只有半分钟长度的广告最后告诫青年们:“如果你想拥有自由身,那就不要吸烟。”

国外在戒烟教育时引进童心和童趣,让儿童和青少年们感到,教育者与他们共携手、同声气,有爱、有痛,也有鼓励,而不是一味简单粗暴地禁止和惩罚,相信他们能有效地管束自己、帮助他人、受益终生。

### 美国

“吸烟就像把这些恶人引进你的身体,让他们砍杀你的内脏。请不要吸烟!”

在视频网站和电视上,美国的一则戒烟广告以划着火柴的动作开始,除了“唻”的一声之外,没有背景语言,画面上随即出现的是动画场景:在暗色的树林里,有人影在晃动,好像是电子游戏即将开始。随即,有人大声命令冲锋。于是,一群难以分辨清楚形态的黑衣甲兵挥舞着刀枪凶猛地冲上来。尘雾里杀气腾腾、鬼影幢幢,非常恐怖。一个眉清目秀的小男孩,正好站在他们进攻的道路上。杀人兵丁们骤然腾起,在空中化作肮脏的烟气,不由分说地灌进男孩张开的嘴里,男孩被呛得连连咳嗽,口鼻里喷出的都是混浊的烟雾。

这时才有一个成年人的声音响起:“吸烟就像把这些恶人引进你的身体,让他们砍杀你的内脏。请不要吸烟!”

整个广告只有这么一句话,但是把吸烟对人的危害用形象的动画语言解释得一清二楚。相信每一个不愿被伤害的孩子,都能明白广告里的忠告。(北晚)

### 泰国

“既然你这样警告我,为何你们自己还要做不应该做的事情呢?”

在泰国的街道上、公园中和商店里,各色人等正在用不同的姿势喷吐烟雾,两个年仅10岁左右的孩子,每人手上夹着一支香烟,分别向正在吸烟的成年人借火,表示他们也想吸烟。

这些成年人一面自己继续吸着烟,一面嘲笑着拒绝为孩子点烟,他们中有人说:“你们太小,不宜吸烟。”有的人说:“吸烟是个坏习惯。”更有的人列举出吸烟的害处:“吸烟会得病,会中风,还会长癌,难道你不怕?”当然也有人直言不讳:“吸烟会让你早死。”

要求借火的孩子耐心听完他们的话之后,一针见血地问道:“那你不是正在吸烟吗?”他们随即递上一份折叠好的宣传品,在吸烟者错愕的眼光中从容离去。

当成年人展开纸条,上面用有礼貌的语言写道:“既然你这样警告我,为何你们自己还要做不应该做的事情呢?”

烟民们面对孩子清澈但是严肃的眼神,回想自己刚刚说过的话,微微一凛。他们纷纷掐灭了烟卷,若有所思地离去。

这是戛纳电影节最佳戒烟作品。