

Программы корпоративной социальной ответственности - Общественный Совет по проблеме подросткового курения в России

В России накоплен богатый опыт выявления тактик табачной индустрии, направленных на увеличение спроса табачной продукции и противодействие антитабачным мерам. С момента принятия Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», табачные компании приспособили свои тактики к требованиям закона. Тем не менее программы корпоративной социальной ответственности продолжают оставаться одним из самых распространенных приемов. Помимо щедрых грантов общественным организациям и оказание спонсорской поддержки культурным и благотворительным мероприятиям, табачные компании активно поддерживают программы по снижению уровня курения среди молодежи.

Несмотря на запрет спонсорства федеральным законом №15-ФЗ (ст.16), и в рамках корпоративной социальной ответственности табачные компании продолжают спонсировать проведение программ и курсов по профилактике курения среди несовершеннолетних. Часто табачные компании предпочитают действовать не напрямую, а через общественные структуры. Одна из российских организаций, которая продолжает сотрудничество с табачными компаниями по «профилактической работе» с молодежью – это **Общественный Совет по проблеме подросткового курения** (ОСППК). Совет основан в 2000г. и действует при прямом участии иностранных табачных компаний British American Tobacco – Россия», «Japan Tobacco International», «Лигgett-Дукат», Imperial Tobacco– Россия, «Philip Morris Sales & Marketing.»

Деятельность участников Совета направлена на ограничение и недопущение потребления табачной продукции несовершеннолетними. Участники Общественного Совета и табачных компаний считают, что «проблема курения детей и подростков не может быть решена запретительными или карательными мерами. В основе всех допустимых способов ее решения должны лежать принципы убеждения, полноты информации, доброй воли и соблюдения личных прав.

Каждый человек вправе распоряжаться собственным здоровьем по своему усмотрению: «курить или не курить - является свободным выбором взрослого человека». Дети и подростки не должны курить именно потому, что не достигли возраста, когда могут принять это ответственное решение самостоятельно.»²

Основные формы работы Общественного Совета - формирование инициатив и реализация целевых программ, ориентированных на предупреждение подросткового курения и привлечение общественного внимания к этой проблеме. В 2001 году были созданы региональные Советы в Санкт-Петербурге – Северо-Западный Общественный совет по проблеме подросткового курения и в Краснодаре – Краснодарский краевой Общественный Совет по проблеме подросткового курения.

Общественный совет реализует ряд программ:

- Программа прямой рекламы для подростков;
- Программа социологических исследований
- Всероссийская образовательная программа «Мой выбор»
- Программа «Соревнование классов, свободных от курения»
- Медико-социальная программа по оказанию подросткам помощи в

отказе от курения

- Программа предотвращения продажи сигарет несовершеннолетним

С 2009г. табачная индустрия активно реализует программу предотвращения продаж несовершеннолетним.³ Эта программа, направленная на сокращение доступа молодежи к табачной продукции пропагандируют представление, что возраст – единственная и к тому же временная причина для молодого человека не курить. С помощью таких программ табачный бизнес организует союзы с розничными торговцами, создает у представителей государственных органов и общества ложный образ табачной индустрии как законопослушной и социально ответственной, чтобы таким образом добиться блокирования эффективного противотабачного регулирования.

Всего программа охватывает более 40 регионов России. В 2012 году образовательные мероприятия и круглые столы прошли более чем в 20-ти российских городах. В них принимали участие представители местных

администраций, региональных органов надзора, торговых и общественных ассоциаций, а также представители прессы.⁴

В 2013 г. географию программы Общественного Совета составили: Санкт-Петербург, Москва, Новосибирск, Белгород, Тверь, Брянск, Иркутск, Улан-Удэ, Кемерово, Нижний Новгород, Киров, Екатеринбург, Курск.⁵ На рисунке представлена география деятельности Общественного Совета в 2009-2013г.

Рисунок: Общественный Совет по проблеме подросткового курения в регионах России 2009 – 2013г.

2009-2013г. Программа предотвращения продажи сигарет несовершеннолетним в регионах России



Положительная динамика во всех регионах-участниках программы 2013 года оценивается по итогам социологических исследований проведенных Общественным Советом совместно с Исследовательским Холдингом «Ромир». Однако ни ОСППК, ни Исследовательский Холдинг «Ромир» не являются независимыми экспертами - Общественный Совет напрямую заинтересован в положительных результатах проведенных исследований, Исследовательский Холдинг «Ромир» является давним клиентом/партнером Бритиш Американ Табакко.⁶ В связи с этим, исследования цитируемые ОСППК не являются достоверным источником информации.

Информационный материал для программы ОСППК, включая брошюры, содержащие выдержки из закона и положения Кодекса об административных правонарушениях при продаже табачных изделий детям разрабатываются для

продавцов розничных сетей табачными компаниями. Также табачные компании разработали дизайн наклеек «Мы не продаем табачные изделия лицам моложе 18 лет». Наклейки размещаются в розничных точках по всей территории России.⁷ В брошюрах и наклейках возраст указан как единственная причина, по которой несовершеннолетние не могут курить.

Также на семинарах и тренингах продавцов табачной продукции и руководителей торговой организации обучают технике отказа в продаже, преподнося отказ, как вынужденную меру со стороны продавца, связанную с законодательным запретом. Специалисты считают, что данный способ работы с несовершеннолетними вызывает «подростковое бунтарство», эксплуатируемое табачной отраслью. Очевидно, что в глазах подростков запрет на продажу вызывает протестное поведение, т.к. подростки противятся регламентации, запретам и правилам, считают приобретение сигарет – победой над запретами, доказательством своей взрослости и самостоятельности.

Рисунок: Копия стикера ««Мы не продаем табачные изделия лицам моложе 18 лет»».



Мероприятия Общественного Совета широко освещаются в прессе. Среди традиционных тактик табачной промышленности - ослабление национального законодательства - «Мы поддерживаем разумные законы, и мы

готовы помочь». Табачная индустрия предлагает помощь в разработке национальной политики борьбы против табака или инициирует внесение поправок, ослабляющие законы. Табачные организации через своих агентов влияния уверяют, что поддерживает «разумные» и «эффективные» политики. Но анализ этих инициатив показывает лукавство таких заявлений.

Например, 14 ноября 2013г. в Краснодаре с участием 22 регионов России прошла IV Всероссийская конференция по проблеме подросткового курения «Ограничение доступа несовершеннолетних к табачным изделиям. Актуальные вопросы и эффективные решения».

По результатам конференции, ОСППК разработали меморандум с рекомендациями по совершенствованию законодательства и другими мерами, направленными на дальнейшее сокращение подросткового курения. Меморандум был направлен в Общественную приемную Президента РФ, Совет Федерации РФ, Общественную палату РФ, Государственную Думу РФ, профильные министерства, главам правительств субъектов РФ и муниципальных образований.⁸

Анализ документа показал, что предложенные меры являются декларативными, общеизвестными и не содержат конкретных предложений по совершенствованию законодательства.

ОСППК получает финансовую и программную поддержку от табачных компаний⁹ и согласно Рамочной Конвенции ВОЗ является представителем табачной индустрии. Статья 8 федерального закона №15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» гласит: что при «Взаимодействие органов государственной власти и органов местного самоуправления с табачными организациями по вопросам, являющимся предметом регулирования настоящего Федерального закона, должно осуществляться публично, и обращения табачных организаций, направляемые в письменной форме или в форме электронных документов, и ответы на эти обращения подлежат размещению на официальных сайтах органов государственной власти и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Взаимоотношение ОСППК и органов государственной власти не осуществляется публично.

Позиция Общественного Совета по положениям федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» перекликается с позицией табачных компаний. Например, Общественный Совет неоднократно выражал свою обеспокоенность незаконной торговлей табачными изделиями. “Принятием одного закона и повышением цен на акцизы не снизить уровень подросткового курения”, уверены эксперты Общественного Совета. Похожую озабоченность высказывают представители табачной индустрии, директор по корпоративным вопросам компании "Филип Моррис Интернэшнл" в России, он считает что “принятие содержащихся в законопроекте мер по резкому увеличению акциза на сигареты приведет к галопирующему росту цен на легальный продукт. Это подтолкнет потребителей к приобретению контрафактной продукции”.

Эффективность таких мер как повышение акцизов и цен для блокирования ценовой доступности табака, не обсуждаются, или отрицаются как угрожающие благополучию социально обездоленных, а, следовательно- социальной стабильности.¹⁰

Лицам, принимающих решения в сфере общественного здравоохранения, следует учитывать, что стратегически все усилия корпоративной социальной ответственности табачных компаний так или иначе направлены на сокрытие информации о вреде курения и истинных целях. По сути, они направлены на то, чтобы противодействовать снижению потребления табачной продукции, даже если ради тактических целей заявляется обратное.

Очевидно, что табачная индустрия не может поддерживать мероприятия, угрожающие ее коммерческим интересам, поэтому все программы и мероприятия, продвигаемые Общественным Советом, неэффективны, и только отвлекают внимание руководства от действительно эффективных мер, предпринимаемых государством, по регулированию табачной сферы.

Для достижения реальных результатов по снижению подросткового курения важно избегать сотрудничества с ОСППК и развивать региональные программы профилактики, основанные на рекомендациях Всемирной организацией здравоохранения и ее партнерских организаций¹¹.

¹ БАТ – Россия, Программа по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним http://www.batrussia.ru/group/sites/BAT_7YLHWS.nsf/vwPagesWebLive/DO7YLFSY?opendocument&SKN=1; *Общественный совет по проблеме подросткового курения создан в 2000 году. Штаб-квартира находится в Санкт-Петербурге. Состоит из 26 человек, среди которых спортсмены, ученые, журналисты и деятели искусств. В его состав также входят по одному представителю от ГК «БАТ-Россия», ООО «Торговый дом „Нево Табак“» и ЗАО «Филип Моррис Ижора».* <http://www.detinekuryat.ru/press/smi/5a9436bed8805>

² Общественный Совет по проблеме подросткового курения, О Совете/ Общие принципы и программные документы <http://www.youth-non-smoking.ru/about/Foundations/>

³ Ассоциация «Табакпром» <http://tabakprom.ru/pozitsii-industrii/12/>, Филип Моррис Интернэшнл http://www.lobbying.ru/content/sections/articleid_9422_linkid_.html

⁴ British American Tobacco

http://www.batrussia.ru/group/sites/BAT_7YLHWS.nsf/vwPagesWebLive/DO7YLFSY?opendocument&SKN=1

⁵ Программа предотвращения продажи сигарет несовершеннолетним <http://www.youth-non-smoking.ru/Programs/Program2/>

⁶ Romir, http://romir.ru/news/89_1235937600/

⁷ http://www.batrussia.ru/group/sites/BAT_7YLHWS.nsf/vwPagesWebLive/DO7YLFSY?opendocument&SKN=1

⁸ Представители 22 регионов России приняли участие в конференции по проблеме подросткового курения http://youth-non-smoking.ru/news/news_150.html

⁹ «Финансируют нашу программу табачные компании, которые однозначно с нами согласились, что дети курить не должны», исполнительный директор Общественного совета Анна Сорочинская <http://www.detinekuryat.ru/press/smi/910dad11a84ed/>

¹⁰ Бюллетень гражданского общества России по защите от табачной угрозы № 8 – декабрь 2009 г <http://www.raoz.ru/bulletin/70/>

¹¹ Например, «Международное руководство по планированию и проведению кампаний по борьбе с курением», выпущенное канадской организацией Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns http://global.tobaccofreekids.org/files/global_dialogue/ru/TOC.pdf