



Всемирная организация  
здравоохранения



UN  
DP

Empowered lives.  
Resilient nations.

## НЕИНФЕКЦИОННЫЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ: ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ МИНИСТЕРСТВАМ ИНФОРМАЦИИ И СВЯЗИ

Справочный  
документ для  
министерств связи

### ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ

- Неинфекционные заболевания (НИЗ) являются одной из основных причин болезней, страданий и преждевременной смертности.
- Растущее бремя НИЗ тесно связано с глобальным маркетингом табачной и алкогольной продукции, а также переработанных пищевых продуктов и напитков с высоким содержанием жиров, сахара и/или соли.
- Министерства информации и связи<sup>1</sup> обладают исключительными возможностями для того, чтобы пропагандировать заботу о здоровье и помогать людям снижать риск преждевременной смерти от предотвратимых НИЗ.
- Для ясного доведения информации до населения применяется ряд важных стратегий.

<sup>1</sup> В настоящем документе под министерствами информации и связи понимаются министерства и государственные органы, в компетенцию которых входят телекоммуникации, теле- и радиовещание, потоковое вещание, книгоиздание, кинематография, компьютерные игры, связи с общественностью и работа со СМИ.

## 1. НИЗ являются одной из основных причин болезней, страданий и преждевременной смертности

- НИЗ – наиболее распространенная причина предотвратимой заболеваемости, инвалидности и смертности по всему миру. Они вызывают большее количество смертных случаев, чем все остальные причины вместе взятые<sup>2</sup>.
- НИЗ – общемировое явление. Распространено ошибочное мнение о том, что эта проблема характерна только для богатых стран. Но на самом деле НИЗ ложатся таким же, а то и более тяжелым бременем на страны с низким и средним уровнем доходов (СНСУД). На сегодняшний день уже более 80% всех случаев преждевременной смерти от НИЗ (в возрасте до 70 лет) происходят в СНСУД<sup>3</sup>, причиняя страдания отдельным людям, семьям и сообществам.
- Для перелома текущих тенденций необходимо принимать срочные меры. За период с 1980 по 2013 гг. распространенность избыточного веса и ожирения выросла на 28% среди взрослых и на 47% среди детей и подростков. Сегодня от избыточной массы тела или ожирения страдает более 2 миллиардов человек – почти треть всего населения Земли<sup>4</sup>.
- НИЗ приводят к серьезным социально-экономическим последствиям. Они снижают мировой и национальный совокупный продукт, перегружают системы здравоохранения, обременяют уязвимые группы населения и могут препятствовать достижению всех целей Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года<sup>5</sup>. Они также являются одним из основных негативных факторов, влияющих на производительность в мировой экономике.

Цель в области устойчивого развития 3, касающаяся здоровья и благополучия, включает задачи по профилактике и лечению НИЗ. Залогом выполнения этих задач является предоставление доступа к информации и технологиям, в том числе к Интернету, в соответствии с ЦУР 9.

### Что такое НИЗ и почему необходимо сотрудничество между всеми министерствами и ведомствами?

Существует четырех основных типа НИЗ: сердечно-сосудистые заболевания (включая болезни сердца и инсульт), онкологические, хронические респираторные заболевания и диабет.

Каждый год от НИЗ умирает 38 миллионов человек, из которых 16 миллионов умирают слишком рано – в возрасте до 70 лет. Более 80% случаев преждевременной смерти от НИЗ происходит в странах с низким и средним уровнем доходов. Большинство таких случаев объясняется четырьмя основными поведенческими факторами риска: употреблением табака, вредным употреблением алкоголя, недостаточной физической активностью и нездоровым режимом питания.

Подверженность населения этим поведенческим факторам риска НИЗ в большой степени определяется проводимой политикой в области торговли, труда, налогообложения, городского планирования, образования и в других областях вне здравоохранения. Это означает, что преждевременную смертность и инвалидность из-за НИЗ можно предотвращать, если политика в различных секторах будет более согласованной.

Учитывая социальные, экономические и экологические выгоды от профилактики НИЗ, можно определить стратегии и подходы, приносящие положительные результаты для всех задействованных ведомств.



2 Global Burden of Disease 2013 Mortality and Causes of Death Collaborators (2015). "Global, regional, and national age-sex specific all-cause and cause-specific mortality for 240 causes of death, 1990–2013: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2013." *Lancet*, 385: 117–71.

3 ВОЗ (2015 г.). Информационный бюллетень о неинфекционных заболеваниях <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs355/ru/>

4 The GBD 2013 Obesity Collaboration (2014). "Global, regional, and national prevalence of overweight and obesity in children and adults 1980–2013: A systematic analysis." *Lancet*, 384(9945): 766–781.

5 NCD Alliance (2016). "NCDs across the SDGs: A call for an integrated approach." [https://ncdalliance.org/sites/default/files/resource\\_files/NCDs\\_Across\\_SDGs\\_Infog\\_A4USA\\_EN.pdf](https://ncdalliance.org/sites/default/files/resource_files/NCDs_Across_SDGs_Infog_A4USA_EN.pdf)

## 2. Растущее бремя НИЗ тесно связано с глобальным маркетингом табачной и алкогольной продукции, а также переработанных пищевых продуктов и напитков с высоким содержанием жиров, сахара и/или соли

Прямые иностранные инвестиции, либерализация торговли и интенсивный глобальный маркетинг приводят к росту потребления продуктов, вредных для здоровья человека<sup>6</sup>. Табак (никотин) и алкоголь вызывают привыкание, а пищевые предпочтения, такие как любовь к сахару, фактически начинают формироваться еще в утробе матери и продолжают развиваться в течение всей жизни<sup>7</sup>. Связь этих веществ с НИЗ и преждевременная смертность от них сейчас является доказанной. На то, чтобы склонять людей, в том числе детей и подростков, к потреблению вредных продуктов, тратятся значительные суммы денег. Риски для здоровья, связанные с этими продуктами, впервые проявляются в детстве и усиливаются на протяжении жизни. Ожирение, возникшее в детстве, с большой вероятностью сохранится и в последующие годы<sup>8</sup>, отчего повышается риск преждевременных болезней и ранней смерти во взрослом состоянии<sup>9</sup>. Существенное значение имеет помощь на ранних стадиях.



### Тактика компаний табачной, алкогольной и пищевой промышленности

Компании табачной, алкогольной и пищевой промышленности стремятся повышать свою прибыль за счет: (i) экспансии в развивающиеся страны; (ii) ориентирования маркетинга вредных для здоровья продуктов на детей; и (iii) финансирования научных исследований, ставящих под сомнение связь между потреблением вредных продуктов и здоровьем<sup>10</sup>. Цели этих компаний прямо противоречат национальным целям обеспечения здоровья и развития и подрывают усилия по их достижению.

**Экспансия на рынки развивающихся стран.** По прогнозам, количество курящих людей в Африке вырастет с 77 миллионов в 2013 году до примерно 600 миллионов или более к 2100 году<sup>11</sup>. Особую озабоченность вызывает маркетинг табачных компаний, нацеленный непосредственно на малообеспеченные группы населения и женщин; для последних используются кампании, связывающие курение с независимостью, гламурной внешностью, борьбой с лишним весом и снятием стресса<sup>12</sup>. Похожим путем идут производители алкоголя, и его потребление в развивающихся странах растет. Вредные пищевые продукты и сахаросодержащие напитки часто позиционируются как маркеры амбициозного стиля жизни.

**Ориентирование маркетинга вредных продуктов на детей.** Дети отличаются повышенной уязвимостью и восприимчивостью. Табачная промышленность делает своей мишенью детей и молодых девушек. Ее цель – «поймать их на крючок», пока они молодые, чтобы привычка осталась на всю жизнь. Дети часто подвергаются воздействию массивной рекламы нездоровой пищи: в прайм-тайм на телевидении, в журналах, от спонсоров спортивных и образовательных мероприятий, а также всё больше – в социальных сетях, на веб-сайтах, в интернет-играх, по электронной почте и в SMS-сообщениях.

**Затуманивание связи между потреблением вредных продуктов и здоровьем.** Хотя ученые обращают внимание на связь между потреблением сахаросодержащих напитков и возникновением ожирения, диабета и сердечно-сосудистых заболеваний, исследования, финансируемые их производителями, часто носят предвзятый характер и ставят эти связи под сомнение<sup>13</sup>.

6 См., напр., Hawkes, C, Chopra, M, Friel S (2009). "Globalization, Trade and the Nutrition Transition." В сборнике Globalization and Health: Pathways, Evidence and Policy Edited by Labonte R, Schrecker T, Packer C, Runnels V. New York: Routledge; 2009.  
7 См. ВОЗ. 2016 г. «Заключительный доклад Комиссии по ликвидации детского ожирения». [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/5/9789244510063\\_rus.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/5/9789244510063_rus.pdf)  
8 Litwin, SE (2014). "Childhood Obesity and Adulthood Cardiovascular Disease: Quantifying the Lifetime Cumulative Burden of Cardiovascular Risk Factors." *J Am Coll Cardiol*, 64: 1588-90.  
9 Kelsey, MM, et al. (2014). "Age-related consequences of childhood obesity." *Gerontology*, 60(3): 222-8.

10 См., напр., O'Connor, A. (2016). "How the Sugar Industry Shifted Blame to Fat." *NY Times* [http://www.nytimes.com/2016/09/13/well/eat/how-the-sugar-industry-shifted-blame-to-fat.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2016/09/13/well/eat/how-the-sugar-industry-shifted-blame-to-fat.html?_r=0)  
11 Blecher, E, and Ross, H (2013). "Tobacco Use in Africa: Tobacco Control through Prevention." Atlanta, USA: American Cancer Society. <http://www.cancer.org/acs/groups/content/@internationalaffairs/documents/document/acspc-041294.pdf>  
12 Amos, A, et al. (2012). "Women and tobacco: a call for including gender in tobacco research, policy and practice." *Tab Control*, 21: 236-243.  
13 Bes-Rastrollo, M, et al. (2013). "Financial conflicts of interest and reporting bias regarding the association between sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review of systematic reviews." *PLoS Med*, 10(12): e1001578.

### 3. Министерства информации и связи обладают исключительными возможностями для того, чтобы пропагандировать заботу о здоровье и помогать людям снижать риск преждевременной смерти от предотвратимых НИЗ

Правительства и государственные органы обязаны охранять здоровье населения и обеспечивать социальное и экономическое развитие страны. В отношении НИЗ министерства информации и связи могут выполнять эту обязанность путем:

- Повышения осведомленности об эпидемии НИЗ;
- Предоставления понятной информации, побуждающей людей принимать такие решения, которые снизят вероятность развития НИЗ;
- Привлечения внимания к деятельности компаний, которые в погоне за прибылью игнорируют здоровье потребителей;
- Полного использования (и, при необходимости, расширения) своих официальных полномочий и прав регулирования для ограничения рекламы, стимулирования сбыта и спонсирования вредных для здоровья продуктов<sup>14</sup>.

#### Что могут делать министерства информации и связи?

- Поддерживать всеобъемлющий запрет на рекламу табачных изделий и спонсорскую деятельность их производителей в соответствии с Рамочной конвенцией ВОЗ по борьбе против табака<sup>15</sup>;
- Вести работу с законодателями по ограничению или запрету рекламы, спонсорства и стимулирования продаж алкогольных напитков<sup>16</sup>;
- Содействовать полному выполнению рекомендаций ВОЗ по маркетингу пищевых продуктов и безалкогольных напитков, ориентированному на детей<sup>17</sup>;
- Обеспечивать исполнение Международного свода правил по сбыту заменителей грудного молока и последующих резолюций Всемирной ассамблеи здравоохранения по данному вопросу<sup>18</sup>;
- Выступать в поддержку ограничения рекламы пищевых продуктов и напитков с высоким содер-



жанием жиров, сахара и/или соли, включая сладкие напитки<sup>19</sup>;

- Проводить длительные кампании в СМИ, разъясняя пользу отказа от употребления табака, избегания злоупотребления алкоголем, поддержания здорового режима питания и достаточной физической активности;
- Проводить кампании, призывающие к ранней диагностике и лечению сердечно-сосудистых заболеваний, диабета, рака и хронических респираторных заболеваний, чтобы уменьшать вероятность долговременной потери трудоспособности и преждевременной смерти от НИЗ.

#### Маркетинг: деньги решают все

Ежегодные расходы на маркетинг алкогольных напитков в мировом масштабе приближаются к 1 трлн. долларов США<sup>20</sup>.

Рекламные расходы пищевой промышленности в 2016 г., по прогнозам, должны составить более 30 млрд. долларов, и, видимо, значительная их доля придется на конфеты, сахаросодержащие напитки и сладкие хлопья<sup>21</sup>.

В 2013 году только в США производители сигарет и бездымных табачных продуктов потратили на рекламу и промо-акции более 9 млрд. долларов<sup>22</sup>. Для сравнения, финансирование разработки средств для борьбы с табачной зависимостью по всему миру никогда не превышало 100 млн. долларов США в год<sup>23</sup>.

14 Magnussun, RS, and Patterson, D (2014). "The role of law and governance reform in the global response to non-communicable diseases." *Globalization and Health*, 10:44.

15 В соответствии со ст. 13 Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака.

16 В соответствии с Глобальным планом действий ВОЗ по НИЗ на 2013–2020 гг.

17 Как рекомендовано в заключительном докладе Комиссии по ликвидации детского ожирения. [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/5/9789244510063\\_rus.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/5/9789244510063_rus.pdf)

18 Там же.

19 ВОЗ/ЕВРОПА (2013 г.). «Маркетинг пищевых продуктов с высоким содержанием жира, соли и сахара, ориентированный на детей – обновленная информация за 2012–2013 гг.» <http://www.euro.who.int/ru/health-topics/noncommunicable-diseases/cancer/publications/2013/marketing-of-foods-high-in-fat-salt-and-sugar-to-children-update-20122013>

20 Institute of Alcohol Studies. "Marketing" <http://www.ias.org.uk/Alcohol-knowledge-centre/Marketing.aspx>

21 Maddox, K (2015). "Global Ad spending will be up an average 4.2% next year." Ad age online <http://adage.com/article/btob/global-ad-spending-average-4-2-year/298980/>

22 Federal Trade Commission Cigarette Report for 2013 <https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/federal-trade-commission-cigarette-report-2013/2013cigaretterpt.pdf>

23 Nugent, R (2015). "Bilateral and multilateral financing for NCDs." WHO global coordinating mechanism policy brief. [http://www.who.int/nmh/ncd-coordination-mechanism/Policybrief5\\_2docx.pdf](http://www.who.int/nmh/ncd-coordination-mechanism/Policybrief5_2docx.pdf)

## 4. Для ясного доведения информации до населения существует несколько важных стратегий

- *Не забывайте о том, что сообщаемая информация должна быть географически и культурно близка аудитории.*
- *Говорите о конкретном заболевании.* Почти любой человек в любой стране сталкивался непосредственно или через близких людей с онкологическими, сердечно-сосудистыми заболеваниями, диабетом, гипертонией и сопутствующими нарушениями. Но использование собирательного термина «неинфекционные заболевания» может заглушить ассоциации с личным и конкретным опытом.
- *Старайтесь делать ваши сообщения понятными для малообеспеченных групп населения и людей с невысоким уровнем медицинской грамотности.* Хорошим вариантом являются графические предупреждения. Люди легко понимают системы обозначений на лицевой стороне упаковки (например, «светофорную» маркировку).
- *Привлекайте авторитеты.* Для донесения информации о рисках НИЗ можно привлекать местных знаменитостей и уважаемых общественных деятелей.
- *Пользуйтесь социальными сетями.* Люди всё чаще получают информацию из мобильных телефонов и приложений.
- *Говорите с молодежью на ее языке.* Привлекайте внимание к теме здорового образа жизни и опровергайте дезинформацию, распространяемую корпорациями, пользуясь идеализмом и энтузиазмом молодых людей и их пристрастием к социальным сетям.
- *Не осуждайте.* Стереотипы не способствуют здоровью и развитию. Не допускайте обвинения или осуждения людей, которые потребляют вредные для здоровья продукты или пристрастились к ним. Следует избегать констатации чьей-либо личной безответственности.
- *Расширяйте круг тех, чьи интересы вы представляете.* НИЗ оказывают воздействие не только на здоровье, но и на социально-экономическое развитие в целом. Люди, живущие с ВИЧ, всё чаще умирают не от СПИДа, а от рака и сердечно-сосудистых заболеваний. Привлекайте на свою сторону религиозных и общественных лидеров. Ведите просветительскую работу на рабочих местах и в школах.

### Борьба с мифами о неинфекционных заболеваниях

НИЗ затрагивают только богатых или состоятельных граждан.

НИЗ представляют проблему только для стран с высоким уровнем доходов.

НИЗ возникают только из-за плохой генетики.

НИЗ больше важны для мужчин, чем для женщин.

НИЗ затрагивают только пожилых людей.

НИЗ неизбежны.

НИЗ возникают из-за личной безответственности.

## 5. Первые шаги

В первую очередь министерствам информации и связи следует:

- В сотрудничестве с министерствами здравоохранения и образования и другими ведомствами обеспечивать доступность для людей необходимой информации, чтобы защищать себя от окружающей их табачной и алкогольной продукции и нездоровой пищи;
- Привлекать гражданское общество и группы потребителей и поддерживать их усилия по разъяснению проводимой политики, тщательно избегая при этом организаций, зависимых от отраслевых компаний;
- Содействовать общегосударственным мерам реагирования на НИЗ, признавая, что воздействие коммуникаций по теме борьбы с НИЗ будет чрезвычайно ограниченным, если отсутствуют условия, облегчающие выбор здоровых альтернатив.





© Всемирная организация здравоохранения и Программа развития Организации Объединенных Наций, 2016 г. Все права сохраняются.

Разработка настоящего справочного документа координировалась совместной группой сотрудников ВОЗ и ПРООН. Он предназначен для целей информационно-разъяснительной работы и описывает набор вариантов возможных действий. Он не представляет официальную позицию ВОЗ или ПРООН и не рассылался их руководящим органам для ознакомления. Упоминания государств-членов и партнеров не следует понимать как одобрение ими настоящего документа.

WHO/NMH/NMA/16.91

