



جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

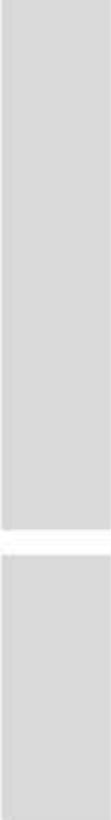
بولتن

هفته ملی بدون دخانیت

افشای ترندهای صنایع دخانی
برای نسلی عاری از دخانیات

۳ تا ۹ خرداد ۱۴۰۴





شعار سازمان جهانی بهداشت برای پویش روز جهانی بدون دخانیات (۳۱ می ۲۰۲۵):

Unmasking the appeal: Exposing industry tactics on tobacco and nicotine products

پرده برداری و افشای تاکتیک های صنعت دخانیات در مورد جذاب نمودن دخانیات و محصولات نیکوتینی

مقدمه

دخانیات مهم ترین عامل قابل پیشگیری مرگ و میر در جهان است که بصورت قانونی تولید می شود و موجب مرگ زود هنگام بیش از نیمی از مصرف کنندگان خود می گردد. دخانیات هر ۴ ثانیه جان یک نفر را در جهان می گیرد.

در سالهای اخیر، صنایع دخانی با اتخاذ راهبردهایی پیچیده و از طریق انواع روش های فریبنده، اغوا کننده و انحرافی تلاش کرده اند تا نسل جوان را به مصرف محصولات دخانی و نیکوتینی ترغیب کنند. این راهبردها شامل استفاده از بسته بندی های رنگارنگ و فریبنده، طعم دهنده های میوه ای در تنباکو و سیگارهای الکترونیکی، قیمت گذاری پایین و تبلیغات هدفمند در مراکز فروش و شبکه های اجتماعی است.

این صنایع با به دام اعتیاد انداختن هر جوان، سود خود را برای سال ها تضمین خواهند کرد. صنایع دخانی هر ساله ده ها میلیارد دلار در سراسر دنیا برای تبلیغ و بازار فروش محصولات مرگبارشان هزینه می کنند و فعالیت ها و اقدامات بازاریابی آن ها با هدف جذب جوانان و مصرف کنندگان جدید که امید به زندگی در آن ها بالاست انجام می پذیرد و این گروه به راحتی در این بازار جایگزین مصرف کنندگانی خواهند شد که در اثر بیماری های ناشی از مصرف دخانیات از دنیا می روند. صنایع دخانی در تلاش هستند تا جهان را متقاعد سازند که با تولید محصولات جدید و نوپدید خود و تبدیل محصولات قدیم به محصولات جدید، به دنبال کاهش نرخ مصرف دخانیات هستند. این در حالی است که هدف اصلی آن ها حفظ و تامین وابستگی به نیکوتین در بین مصرف کنندگان این محصولات بوده تا تضمینی برای توسعه بازار سودآور و مرگبار خود باشند.

سازمان بهداشت جهانی در گزارش رسمی خود برای روز جهانی بدون دخانیات ۲۰۲۵ با شعار «برده برداری از جذابیت» (Unmasking the Appeal) تأکید دارد که صنایع دخانی با ترفندهای گوناگون برای جذب نوجوانان و جوانان، آن ها را به مسیر اعتیاد به نیکوتین سوق می دهند.

افشای این تاکتیک ها نیازمند مشارکت فعال بخش های مختلف جامعه، از جمله خانواده ها، مدارس، دانشگاه ها، رسانه ها، سازمان های مردم نهاد و نهادهای قانون گذار است. تجربه کشورهای موفق در کاهش مصرف دخانیات نشان می دهد که سیاست گذاری مشارکتی، کمپین های مردمی و آموزش عمومی می تواند در افشای ترفندهای صنایع دخانی و جلوگیری از گسترش مصرف دخانیات مؤثر باشد.



افشای جذابیت

شعار و هدف پویش روز جهانی بدون دخانیات

سازمان بهداشت جهانی با هدف آگاه سازی و حساس نمودن جوامع نسبت به تاکتیک‌های تبلیغاتی و ترفندهای صنایع دخانی و هوشیاری عمومی در برخورد با رنگ و لعاب‌های تبلیغاتی، موضوع پویش روز جهانی بدون دخانیات در سال ۲۰۲۵ را «افشای جذابیت: افشای ترفندهای صنعت دخانیات در مورد محصولات دخانی و نیکوتینی» اعلام کرد. این پویش بر افشای تاکتیک‌هایی که صنایع دخانی برای جذاب جلوه دادن محصولات مضر خود استفاده می‌کنند، تمرکز خواهد داشت.



بسته‌بندی، طعم‌دهنده‌ها و تبلیغات دیجیتال

اسب تراوای صنایع دخانی

امروزه یکی از چالش‌های اصلی سلامت عمومی، ترندهایی است که صنایع دخانی برای هرچه جذاب‌تر کردن محصولاتشان به ویژه برای مخاطبان جوان به‌کار می‌گیرند. این صنعت به‌طور مداوم سعی می‌کند راه‌هایی برای جذاب جلوه دادن این محصولات پیدا کند و طعم‌ها و سایر عواملی را اضافه می‌کند که بو، طعم یا ظاهر آنها را تغییر می‌دهد. این افزودنی‌ها برای پوشاندن تسدی تنباکو طراحی شده‌اند و در نتیجه، مقبولیت آن‌را، به‌ویژه در بین جوانان، افزایش می‌دهد. این صنایع همواره در تلاشند تا از طریق بازاریابی پر زرق و برق با کاربرد طرح‌های قابل توجه، رنگ‌ها و طعم‌های جذاب به روش‌های مختلف ارتباطی از جمله از طریق رسانه‌های دیجیتال به‌طور راهبردی، جمعیت جوان‌تر را هدف قرار داده و جذب بازار سودآور خود کند.

در طرح‌های فریبنده برخی از محصولات این صنایع، از شیرینی‌ها، آب‌نبات‌ها و حتی شخصیت‌های کارتونی تقلید می‌شود. اقلامی که کودکان به‌طور طبیعی جذاب می‌دانند. کاربرد انواع مواد معطر، خنک‌کننده‌ها و افزودنی‌ها در تولید مواد دخانی و ابزارآلات انتقال نیکوتین موجب می‌شود با زدودن تلخی و تسدی دود، تجربه مواد دخانی زود هنگام، راحت‌تر و روان‌تر شود تا احتمال ادامه مصرف را در قشر جوان افزایش و احتمال ترک را کاهش دهند.

به گزارش سازمان بهداشت جهانی این تاکتیک‌ها می‌تواند به شروع زود هنگام سیگار کشیدن یا مصرف نیکوتین، با اعتیاد مادام‌العمر و پیامدهای بالقوه برای سلامتی، کمک کنند. با جذاب‌تر کردن این محصولات، صنایع دخانی نه تنها مصرف‌کنندگان خود را افزایش می‌دهند، بلکه ترک را نیز دشوارتر می‌کند و باعث طولانی‌تر شدن مواجهه با مواد آسیب‌رسان سلامت می‌شوند.

در گزارش ۲۰۲۵ سازمان بهداشت جهانی آمده ۳۷ میلیون کودک ۱۳ تا ۱۵ ساله در سراسر جهان دخانیات مصرف می‌کنند. در بسیاری از کشورها، میزان مصرف سیگار الکترونیکی در جوانان از بزرگسالان بیشتر است. محتوای بازاریابی که سیگارهای الکترونیکی، کیسه‌های نیکوتین و محصولات تنباکوی حرارتی را تبلیغ می‌کند، بیش از ۳.۴ میلیارد بار در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مشاهده شده است. طعم‌دهنده‌ها در بسیاری از محصولات نیکوتینی و دخانی یافت می‌شوند. حدود ۱۶۰۰۰ طعم منحصر به‌فرد در محصولات نیکوتینی نظیر سیگار الکترونیکی وجود دارد. طعم‌دهنده‌ها اغلب به عنوان دلیل اصلی شروع مصرف نیکوتین و محصولات دخانی ذکر می‌شوند.



نیکوتین

عامل اعتیاد، بیماری و مرگ زودرس

نیکوتین موجود در تنباکو بسیار اعتیادآور است و مصرف دخانیات یک عامل خطر اصلی برای بیماری‌های قلبی عروقی و تنفسی، بیش از ۲۰ نوع یا زیرگروه مختلف سرطان و بسیاری از بیماری‌های ناتوان‌کننده دیگر است. هر ساله حدود ۸ میلیون و هفتصد هزار نفر بر اثر مصرف دخانیات و مواجهه با دود دست دوم آن جان خود را از دست می‌دهند. بیشتر مرگ‌های مرتبط با دخانیات در کشورهای کم‌درآمد و با درآمد متوسط رخ می‌دهد که اغلب هدف بازاریابی شدید صنعت دخانیات هستند.

دخانیات همچنین می‌تواند برای افراد غیرسیگاری کشنده باشد. قرار گرفتن در معرض دود دست دوم نیز در پیامدهای نامطلوب سلامتی نقش داشته و سالانه باعث ۱,۳ میلیون مرگ می‌شود. تقریباً نیمی از کودکان، هوای آلوده به دود تنباکو را تنفس می‌کنند و ۶۵۰۰۰ کودک هر ساله به علت بیماری‌های مرتبط با دود دست دوم جان خود را از دست می‌دهند. سیگار کشیدن در دوران بارداری نیز می‌تواند منجر به چندین بیماری مادام‌العمر برای نوزادان شود.

صنایع دخانی با هدف حفظ وابستگی به نیکوتین در بین مصرف‌کنندگان مواد دخانی و جذب مشتریان جدید در بازار سودآور خود نسبت به تولید محصولات نوپدید با کاربرد عطر و طعم‌های جذاب و فریبنده نظیر انواع سیگارهای الکترونیکی، ابزارآلات گرم‌کننده تنباکو (HTPS) نظیر (IQOS)، سیستم‌های الکترونیکی تحویل نیکوتین (ENDS) و سیستم‌های الکترونیکی تحویل غیر نیکوتین (ENNDS)، اقدام نمودند. این محصولات نه تنها بی‌ضرر نیستند بلکه به عنوان وسیله‌ای برای ورود به وابستگی جوانان و نوجوانان به نیکوتین شناخته شده‌اند.



رسانه‌ها

میدان نبرد تصویرسازی فریبنده و آگاهی بخشی اجتماعی

رسانه‌ها، چه سنتی و چه مدرن، به‌عنوان یکی از ابزارهای قدرتمند در شکل‌دهی به نگرش‌های اجتماعی، نقش حیاتی در ترویج یا مقابله با مصرف دخانیات دارند. صنایع دخانی با بهره‌گیری از تبلیغات پنهان در فیلم‌ها، سریال‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال، تصویری فریبنده و جذاب از مصرف سیگار و مواد دخانی ارائه می‌دهند. این تصویرسازی که اغلب با ویژگی‌هایی همچون استقلال، جذابیت، و جسارت همراه است، بر ذهن جوانان و نوجوانان تأثیر می‌گذارد و احتمال شروع مصرف را در این گروه حساس سنی افزایش می‌دهد.

سازمان جهانی بهداشت به‌صراحت توصیه می‌کند که ممنوعیت کامل تبلیغات، ترویج و حمایت صنایع دخانی، گامی مؤثر در کنترل این بحران جهانی است. تجربه کشورهای موفق نشان داده است که با ممنوعیت جامع تبلیغات، نرخ مصرف دخانیات در میان جوانان کاهش معناداری پیدا کرده است. بنابراین، فرهنگ و رسانه نه تنها باید برای حفاظت از سلامت عمومی با جلوگیری از به تصویر کشیدن و نمایش مصرف دخانیات در فیلم‌ها و سریال‌های تولیدی، مسئولیت خود را نشان دهند؛ بلکه ابزار آشنایی و روشنگری اذهان عمومی در مورد ترفندهای صنایع دخانی بوده و از ظرفیت هنرمندان و اصحاب رسانه برای تولید محتوای آگاهی‌بخش استفاده نماید.



تقویت آموزش و سواد سلامت خانواده

راهکاری برای محافظت از فرزندان

یکی از مهم‌ترین راهبردهای صنایع دخانی برای گسترش بازار مصرف، تمرکز بر قشر کودک و نوجوان از طریق طراحی محصولات فریبنده و تطبیق‌یافته با ذائقه‌های سنی است. بسته‌بندی‌هایی با رنگ‌های شاد، طعم‌دهنده‌های میوه‌ای، استفاده از طراحی‌های فانتزی برای سیگارهای الکترونیکی و حتی شبیه‌سازی ظاهری محصولات با آب‌نبات یا شکلات از جمله شیوه‌هایی هستند که این صنایع برای جذاب کردن مصرف نیکوتین به کار می‌برند. در چنین شرایطی، افزایش «سواد سلامت خانواده» به‌عنوان یک خط دفاعی اساسی برای پیشگیری از ورود فرزندان

مصرف دخانیات مطرح می‌شود. سازمان جهانی بهداشت در سال ۲۰۲۳ مجموعه ابزارهایی را تحت عنوان Tobacco- and Nicotine-Free School Toolkit منتشر کرد که هدف آن توانمندسازی مدارس، والدین و مربیان برای شناخت تهدیدهای نوظهور محصولات دخانی و ایجاد محیطی ایمن و آگاهانه در محیط‌های آموزشی بود. در این بسته آموزشی، تأکید ویژه‌ای بر گفت‌وگوهای خانواده‌محور، آموزش مهارت‌های «نه‌گویی» و آشنایی با خطرات جدیدترین شکل‌های محصولات نیکوتینی (نظیر ویسپ، سیگار الکترونیک و کیسه‌های نیکوتینی) شده است.

طبق گزارش سازمان جهانی بهداشت، حدود ۸۸ درصد از مصرف‌کنندگان دخانیات، نخستین تجربه خود را پیش از سن ۱۸ سالگی داشته‌اند؛ این یعنی تمرکز آموزشی و آگاهی‌بخشی باید دقیقاً پیش از این بازه صورت گیرد. خانواده، نخستین نهاد تربیتی و اثرگذار در شکل‌گیری نگرش‌های فرزندان نسبت به سلامت است. بنابراین، آموزش والدین برای شناسایی نشانه‌های اولیه مصرف، تسلط به مفاهیم مربوط به وابستگی نیکوتین و استفاده از روش‌های تعاملی و غیرتحمیلی در گفت‌وگو با نوجوانان، از اهمیت بالایی برخوردار است.

همچنین تجربه کشورهایمانند کانادا، فنلاند و استرالیا نشان داده است که کمپین‌های خانوادگی و برگزاری کارگاه‌های گروهی در مدارس نقش بسیار مؤثری در کاهش تمایل نوجوانان به مصرف دخانیات دارد. اجرای این مداخلات در کنار پشتیبانی رسانه‌ای و سازمان‌های سلامت‌محور، می‌تواند ابزار مقابله با ترفندهای فریبنده صنایع دخانی را در اختیار خانواده‌ها قرار دهد.



بازار بی ضابطه دخانیات

تهدیدی جدی علیه سلامت

مصرف و عرضه بی ضابطه محصولات دخانی، به‌ویژه از مسیر قاچاق و فروش غیرمجاز، نه تنها تهدیدی برای سلامت عمومی محسوب می‌شود بلکه چالشی جدی برای اجرای سیاست‌های کنترل دخانیات در کشورها به‌شمار می‌آید. فروش محصولات دخانی به نوجوانان، توزیع سیگارهای فاقد هشدار بهداشتی و قیمت‌گذاری پایین بر کالاهای قاچاق، زمینه‌ساز افزایش دسترسی و تمایل به مصرف میان اقشار آسیب‌پذیر جامعه است. این وضعیت، مسئولیت اجتماعی اصناف، فروشندگان و نظام توزیع را در اجرای قوانین ملی و بین‌المللی بیش از پیش برجسته می‌کند.

سازمان جهانی بهداشت در اسناد مرتبط با کنترل جامع دخانیات تأکید می‌کند که ممنوعیت تبلیغات، فروش به افراد زیر ۱۸ سال، نصب هشدارهای تصویری روی بسته‌بندی‌ها و کنترل زنجیره توزیع محصولات از الزامات اساسی کنترل این همه‌گیری جهانی است. بر اساس پیمان‌نامه بین‌المللی کنترل دخانیات (WHO FCTC)، کشورها موظفند فروشندگان را به رعایت محدودیت‌های سنی، مجوزدار بودن توزیع و عدم تبلیغ محصولات دخانی در محل فروش ملزم کنند.

از سوی دیگر، قاچاق سیگار و محصولات دخانی باعث می‌شود محصولات بدون نظارت رسمی وارد بازار شوند. این محصولات معمولاً فاقد هشدارهای تصویری، فاقد اطلاعات دقیق ترکیبات و بعضاً دارای درصد نیکوتین یا قطران بالاتری هستند که خطرات جدی‌تری برای مصرف‌کننده ایجاد می‌کنند. سازمان جهانی بهداشت هشدار داده است که شبکه‌های توزیع غیرقانونی یکی از موانع اصلی در تحقق اهداف سلامت عمومی در حوزه کنترل دخانیات است.

تعمد صنفی و پایبندی فروشندگان به قانون، نقش محوری در قطع زنجیره دسترسی نوجوانان به این محصولات دارد. اجرای آموزش‌های الزامی برای متصدیان فروش، تدوین دستورالعمل‌های بازدارنده و جریمه فروش غیرمجاز باید به‌طور مستمر و با همکاری نهادهای نظارتی اجرا شود. تجربه کشورهای مانند ترکیه و بریتانیا نشان داده است که نظارت بر محل فروش، ثبت تخلف و درج اخطارهای قانونی و پایش زنجیره عرضه توسط نهادهای نظارتی، می‌تواند سطح رعایت قانون را به‌شکل قابل توجهی افزایش دهد.



قانون گذاری ممنوعیت جامع تبلیغات

گام اول در شکست زنجیره مصرف

یکی از مؤثرترین راهکارها برای کاهش تقاضا و مصرف محصولات دخانی، تصویب و اجرای قوانین بازدارنده‌ای است که تبلیغات، ترویج و حمایت مالی صنایع دخانی را محدود یا حذف می‌کنند. تبلیغات دخانیات، حتی زمانی که به‌طور غیرمستقیم و پنهان صورت می‌گیرد، با ایجاد تصویرهای فریبنده از مصرف دخانیات در اذهان عمومی - به‌ویژه در میان جوانان - خطر اعتیاد و آغاز مصرف را افزایش می‌دهد. در بسیاری از کشورها، تبلیغات پنهان از طریق محصول‌نمایی در فیلم‌ها، شبکه‌های اجتماعی، یا حتی اسپانسرینگ رویدادهای ورزشی و فرهنگی، ابزاری کلیدی برای صنایع دخانی در جذب نسل جدید محسوب می‌شود.

پیمان‌نامه جهانی کنترل دخانیات (WHO FCTC) که از سال ۲۰۰۵ لازم‌الاجرا شده، یکی از فراگیرترین معاهدات سلامت عمومی در جهان است که ۱۸۳ کشور - از جمله ج.ا.ایران به آن ملحق شده‌اند. بر اساس ماده ۱۳ این پیمان‌نامه، کشورها موظف به ممنوعیت کامل تبلیغات، ترویج و حمایت مالی محصولات دخانی هستند. اجرای کامل این ماده منجر به کاهش چشمگیر تمایل به مصرف به‌ویژه در بین نوجوانان و جوانان می‌شود.

سازمان جهانی بهداشت نیز در گزارش‌های متعدد خود تأکید کرده که ممنوعیت کامل تبلیغات از مؤثرترین ابزارهای سیاستی در کنترل اپیدمی جهانی دخانیات است. مطالعات بین‌المللی نشان داده‌اند که در کشورهایی که ممنوعیت جامع بر تبلیغات اعمال شده، نرخ شروع مصرف سیگار در نوجوانان تا ۱۶ درصد کاهش یافته است.

با این حال، چالش‌هایی همچون نبود نظارت مستمر، ضعف در پیگیری تخلفات و گسترش فضای مجازی به‌عنوان بستری برای تبلیغات غیررسمی، اجرای این قوانین را با دشواری مواجه کرده است. در همین راستا، پیشنهاد می‌شود که دولت‌ها با تشکیل نهادهای رصدگر رسانه، همکاری با پلتفرم‌های دیجیتال برای شناسایی محتوای تبلیغاتی و ایجاد سامانه‌های گزارش مردمی، به‌طور فعال با تبلیغات فریبنده صنایع دخانی مقابله کنند.



ورزش، تفریحات سالم و مراقبت های بهداشتی

بی اثر شدن تبلیغات فریبنده صنایع دخانی

پیشگیری از آغاز مصرف دخانیات و حمایت از افراد در حال ترک، تنها از طریق قوتین بازدارنده و نظارت کافی محقق نمی شود؛ بلکه ایجاد بسترهای مثبت و جایگزین، همچون ورزش، تفریحات سالم و دسترسی به خدمات بهداشتی، مکمل این اقدامات هستند. صنایع دخانی، با هدف گیری نوجوانان و جوانان، تلاش می کنند نیکوتین را به عنوان وسیله ای برای کاهش استرس، افزایش تمرکز و حتی جذابیت اجتماعی معرفی کنند. در مقابل، یکی از مؤثرترین راهبردهای مقابله، معرفی سبک زندگی سالم و فعالیت های بدنی منظم است.

مطالعات گسترده ای که توسط سازمان جهانی بهداشت و نهادهای همکار انجام شده اند، نشان داده اند که مشارکت در فعالیت های ورزشی (اعم از تیمی یا فردی) با کاهش تمایل به مصرف دخانیات، به ویژه در نوجوانان، رابطه مستقیم دارد. ورزش با ترشح هورمون های شادی آور مانند اندروفین، احساس رضایت طبیعی ایجاد می کند که می تواند جایگزین مناسبی برای اثرات موقت نیکوتین باشد.

از سوی دیگر، مراقبت های بهداشتی و خدمات ترک دخانیات، بخش جدایی ناپذیر از مسیر کاهش مصرف هستند. سازمان جهانی بهداشت توصیه می کند که کشورها باید دسترسی عمومی و رایگان به مراکز مشاوره ترک سیگار، داروهای کمکی و مشاوران سلامت روان را فراهم کنند. افزون بر این، استفاده از اپلیکیشن ها و ابزارهای دیجیتال ترک سیگار که در سال های اخیر گسترش یافته اند، می تواند نقش مکملی در فرآیند ترک ایفا کند.

تجربه موفق کشورهای چون استرالیا و فنلاند در اجرای برنامه های جامع تربیت بدنی در مدارس، اردوهای تابستانی بدون دخانیات و ایجاد فضاهای عمومی امن و پر نشاط برای جوانان، الگویی عملی و مؤثر برای کشورهای در حال توسعه به شمار می رود.

تلفیق ورزش، هنر، فعالیت های داوطلبانه و ارتباطات اجتماعی سالم، نه تنها از نظر جسمی و روانی اثرگذار است، بلکه نهادینه سازی «سبک زندگی عاری از دخانیات» را در فرهنگ جامعه ترویج می دهد.



نقش آموزه های دینی

در مبارزه با فریب صنایع دخانی

در فرهنگ جوامع اسلامی و بسیاری از ادیان دیگر، سلامت جسم و جان به‌عنوان نعمتی الهی تلقی می‌شود و حفظ آن یک مسئولیت دینی و اخلاقی محسوب می‌شود. این اصل، زمینه‌ای فراهم کرده تا آموزه‌های دینی به‌عنوان ابزار معنوی و فرهنگی، نقش مؤثری در پیشگیری از مصرف دخانیات ایفا کنند. با وجود پیشروی صنایع دخانی در فریب نسل جوان، آموزه‌های دینی می‌توانند به‌عنوان سپری مقاوم در برابر تبلیغات و جذابیت‌های ساختگی این صنعت ظاهر شوند.

سازمان جهانی بهداشت در منطقه مدیترانه شرقی (EMRO) در گزارشی ویژه به نقش دین در کاهش مصرف دخانیات پرداخته و اعلام کرده که در بسیاری از جوامع اسلامی، علمای دینی با صدور فتوای صریح در مورد حرمت یا کراهت مصرف دخانیات، سهم مهمی در آگاه‌سازی عمومی داشته‌اند. برای نمونه، اگرچه در گذشته درباره حکم شرعی سیگار اختلاف نظرهایی وجود داشت، امروزه بسیاری از مراجع، با توجه به اثبات قطعی مضرات آن، مصرف دخانیات را مصداق «اضرار به نفس» دانسته و حرام اعلام کرده‌اند.

در قرآن کریم نیز آیاتی همچون:

«وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ» (بقره/۱۹۵) — «خود را با دست خود به هلاکت نیندازید» و یا

«وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا» (نساء/۲۹) — «و خودتان را نکشید که خداوند نسبت به شما مهربان است» به روشنی بر لزوم پرهیز از هرگونه آسیب به جسم و جان اشاره دارند.

تجربه موفق کشورهای چینی، اندونزی، مصر و عربستان سعودی نشان داده که استفاده از تریبون‌های دینی، خطبه‌های نماز جمعه، سخنرانی‌های مذهبی و فتوای مراجع می‌تواند ابزار مهمی برای آگاهی بخشی عمومی به‌ویژه در مناطق سنتی و روستایی باشد. همچنین در برخی کشورها، کمپین‌های «مساجد بدون دخانیات» راه‌اندازی شده و حتی در برخی اماکن مذهبی، امکان مشاوره ترک سیگار فراهم شده است.

در جامعه‌ای که آموزه‌های دینی بخشی از هویت و رفتار اجتماعی آن را تشکیل می‌دهد، به‌کارگیری مفاهیم اخلاقی، فقهی و قرآنی در مقابله با دخانیات، راهکاری مؤثر برای حفاظت نسل جدید در برابر فریب صنایع دخانی خواهد بود.

روز شمار هفته ملی بدون دخانیات (۳ تا ۹ خرداد ۱۴۰۴)

شنبه

۳
خرداد

عزم، اراده و مشارکت همگانی
پیروزی بر ترندهای صنایع دخانی

یکشنبه

۴
خرداد

فرهنگ، هنر و رسانه
روشنگری ترندهای صنایع دخانی

دوشنبه

۵
خرداد

آموزش و سواد سلامت خانواده
شناخت ترندهای صنایع دخانی

سه‌شنبه

۶
خرداد

صنوف متعهد و قانون مدار
کاهش فریبندگی و قاچاق محصولات دخانی

چهارشنبه

۷
خرداد

قوانین بازدارنده
پیشگیری از تبلیغات فریبنده صنایع دخانی

پنجشنبه

۸
خرداد

ورزش، تفریحات سالم و مراقبت‌های بهداشتی
شکست ترندهای صنایع دخانی

جمعه

۹
خرداد

آموزه‌های دینی
حفاظت در برابر ترندهای صنایع دخانی

