**31 Maj**

**Dita Botërore e Luftës Kundër Duhanit**

Çdo vit në 31 maj, Organizata Botërore e Shëndetësisë (OBSH) dhe partnerët organizojnë Ditën Botërore të Luftës Kundër Duhanit. Kjo ditë është shpallur nga vendet anëtare të Organizatës Botërore të Shëndetësisë në vitin 1987. Qëllimi është, rritja e ndërgjegjësimit lidhur me dëmet dhe rreziqet që sjell konsumi i duhanit, si dhe advokimi (sensibilizimi) për ndërmarrjen e politikave efektive për reduktimin e prodhimit dhe uljen e konsumit të tij.

Tema e këtij viti është mbrojtja dhe fuqizimi i të rinjve ndaj duhanpirjes dhe manipulimit prej industrisë së duhanit

Për dekada të tëra, kjo industri ka përdorur në mënyrë agresive taktika, strategji dhe burime të tjera për të joshur rininë ndaj duhanit dhe produkteve të nikotinës.

Në përgjigje të mënyrave dhe strategjive sistematike, të lartpërmenduara, me fokus një gjeneratë të re të përdoruesve, Dita Botërore e Duhanitsynon një fushatë kundër marketingut të industrive të duhanit dhe rritjen e rolit aktiv apo fuqizmin e të rinjve ndaj kësaj dukurie.

**Fushata globale e Ditës Botërore Pa Duhan do të shërbejë:**

* Për të treguar mënyrat e manipulimit të përdorura nga kompanitë e duhanit dhe industritë e lidhura me të, veçanërisht ato të marketingut ndaj rinisë, përmes prezantimit të produkteve të reja, shijeve dhe tipareve të tjera tërheqëse;
* Për informimin e të rinjve me njohuri në lidhje me dëmet dhe rreziqet e përdorimit të duhanit dhe të produkteve të nikotinës, sot dhe në të ardhmen;
* Për të fuqizuar ndikimin e aktorëve me zë publik (në kulturën pop, në mediat sociale), influencuesve (në shtëpi ose në klasë), për të mbrojtur rininë dhe promovuar ndryshimin duke i angazhuar ata në luftën kundër duhanit.

**Si manipulohet rinia nga industria e duhanit?**

* + Nëpërmjet përdorimit të aromave tërheqëse në duhan dhe produktet e nikotinës, si qershi, çamçakëz flluskë dhe karamele pambuku, e cila inkurajon të rinjtë të nënvlerësojnë rreziqet e lidhura me shëndetin dhe të fillojnë t’i përdorin ato
  + Hedhjes në treg të modeleve me shkëlqim dhe produkteve të tjera të lehta për t'u transportuar dhe konsumuar (të formësuara si një shkop, USB ose karamele)
* Promovimit të produkteve si "dëm i zvogëluar" ose "alternativë më e pastër" ndaj cigareve konvencionale, në mungesë të studimeve objektive që vërtetojnë këto pretendime
* Sponsorizimeve të të “famshmëve” dhe konkurseve të sponsorizuara nga grupi i interesit për të promovuar duhanin dhe produktet e nikotinës (p.sh. influencuesit në Instagram)
* Marketingut dhe bonusit të pikave/subjekteve të shitjes (dyqaneve apo ambiente të tjera), pozicionimin pranë ëmbëlsirave, snacks ose pijeve dhe për të siguruar që produktet e tyre të shfaqen pranë vendeve të frekuentuara nga fëmijët dhe të rinjtë
* Shitjes së cigareve, produkteve të tjera të ngjashme dhe nikotinës pranë shkollave, gjë që e bën më të lirë dhe të lehtë konsumin për fëmijët e shkollës
* Marketimit indirekt të produkteve të duhanit në filma, shfaqje TV dhe shfaqje në internet
* Vendosjes së mjeteve të motorizuara (makina) të shitjes së duhanit në vendet e frekuentuara nga të rinjtë, të mbuluar me reklama tërheqëse dhe shfaqje të paketave

**Thirrje për veprim**

Bota nuk mund të lejojë një gjeneratë tjetër të mashtruar nga gënjeshtrat e industrisë së duhanit, e cila pretendon të promovojë lirinë e zgjedhjes personale duke siguruar në të vërtetë fitime të përjetshme, - pavarësisht nga miliona njerëz që paguajnë me jetën e tyre çdo vit.

**Të dhëna nga Shqipëria:**

**ADHS 2017-2018**

Referuar studimit të ADHS te gratë dhe burrat e moshës 15-59 vjeç, pirja e duhanit është relativisht e rrallë tek gratë (5%), por më shumë se një e treta e burrave (36%) pinë cigare. Pirja e duhanit është më e zakonshme në moshën 30-34 vjeç te burrat (44%) dhe gratë (7%).

* + Më shumë burra dhe gra pinë duhan në zonat urbane (38% dhe 7%, përkatësisht) sesa në zonat rurale (Përkatësisht 32% dhe 2%.
  + Mes burrave, përqindja e duhanpirësve zvogëlohet dukshëm me arsimin, nga 58% në mesin e atyre me arsim 4-vjeçar fillor në më pak se 31% në mesin e atyre me një universitet ose arsim pasuniversitar.
  + Mes burrave proporcioni i duhanpirësve ndryshon gjerësisht nëpër prefektura, nga 23% në Korçë dhe 26% në Kukës, në 42% në Tiranë dhe 45% në Vlorë

**HBSC 2017/18**

Sipas studimit të fundit mbi sjelljet e shëndetshme tek fëmijët e moshës 11, 13 dhe 15 vjeç (HBSC 2017/18) rezulton se;

* + Gati një në dhjetë fëmijë të moshës 11, 13 dhe 15 vjeç e ka provuar duhanin të paktën 1-2 herë gjatë jetës së tij (prevalence 9.7%). Kjo prevalencë ishte në mënyrë sinjifikante më e lartë te djemtë sesa te vajzat (përkatësisht 13.2% kundrejt 6.5%).
  + Prevalenca e duhanpirjes *gjatë gjithë jetës* (të paktën 1-2 ditë në jetë) ishte më e lartë tek të rinjtë më të rritur (rreth 19%) krahasuar me ata të moshës 13 vjeç (5.7%) dhe veçanërisht me fëmijët e moshës 11 vjeç (3.3%).
  + Prevalenca e përgjithshme e pirjes së duhanit *muajin e fundit* para studimit (të paktën 1-2 ditë) ishte 4.6%, një shifër që ishte dukshëm më e lartë te djemtë sesa te vajzat (përkatësisht 6.7% kundrejt 2.7%).