

بطاقات اتال تحذير حقوق ضرورية

إنّ علبة التبغ هي وسيلة الاتصال الضرورية في صناعة التبغ

تعتمد شركات التبغ على تصميم الرزمة لبناء شهرة الاسم والترويج للمبيعات، خصوصاً لأن الإعلان عن التبغ أصبح على نحو متزايد محدود في العديد من الأسواق.

• تغليف يرضع صور تجارية التي غالباً ما تلون تمام عكس الحقائق والمخاطر المرتبطة بمنتجات التبغ.² فشركات التبغ ترضع الصور التجارية التي تعزز المثل العليا، والثروة، والإغراء الجنسي، والفتنة، والنحافة، والرجولة، والرياضية، والصرحة، إلى جانب أمور أخرى.

• للمدخن، خصوصاً المدخن الجراهم، علبة منتج التبغ تمثل الإشارة التي تعكس الكيفية التي يريدها أن يراها فيها الآخرون.³

التحذيرات المصورة هي فعالة!

بعد أن أدخلت سنغافورة بطاقات التحذيرية المصورة في 2004، وجدت دراسة استقصائية صحفية ترويجية أن 28% من المدخنين ذكروا بأنهم يدخنون عدداً أقل من السجائر بسبب تلك التحذيرات؛ وأن 14% من المدخنين قالوا بأنهم يتجنبوا التدخين أمام الأطفال؛ بينما أفاد 12% بأنهم يتفادون التدخين أمام النساء الحوامل وذكروا بأنهم يدخنون أقل في المنزل.⁴

تعبر البطاقات التحذيرية التصويرية عن مخاطر استعمال التبغ بشكل فعال

للسيطرة على تغليف السجائر بأنه حرج بالنسبة لجهود السيطرة على التبغ. غالب السجائر هي أوساط فعالة للإذاعة تلك الرسائل حول التأثير الضار لاستعمال التبغ. يبين البحث بأن بطاقات التحذير هي فعالة لزيادة المعرفة حول المخاطر المرتبطة بالتدخين، ويمكن أن تؤثر على القرارات المستقبلية حول التدخين.^{5,6} بطاقة التحذير التصويرية واللعبيرية يمكن أن تحفز المدخنين على الإقلاع وتشبيط عزيمة غير المدخنين من البدء في التدخين.⁷ وتحفظ على المدخنين السابقين من الرجوع إلى التدخين ثانية.⁸

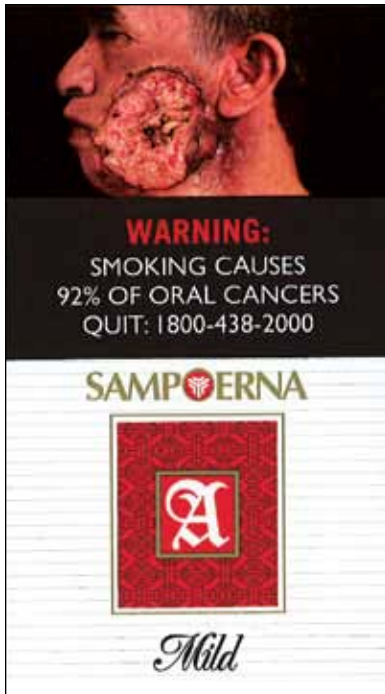
• 84% من المدخنين الذين يعيشون في كندا حيث يتطلب وجود التحذيرات التصويرية، وجدوا بطاقات التحذير الصحفية كمصدر معلومات صحية، بالمقارنة مع 47% من المدخنين الذين يعيشون في الولايات المتحدة، حيث يُطلب تحذيرات نصية فقط.^{5,9}

• بعد أن قدّمت البرازيل تحذيرات تصويرية جديدة في 2002، 73% من المدخنين قالوا بأنهم صدقوهم، و54% قالوا بأنهم غيروا رأيهم حول النتائج الصحية للتدخين، و67% قالوا أن التحذيرات الجديدة جعلتهم يرغبون في الإقلاع عن التدخين.¹⁰

• بعد أن أدخلت بطاقات التحذير الصحفية المصورة في أستراليا، فإن المدخنون التجريبيون والدائمون من المراهقين كانوا على الأرجح أن يفكروا في الإقلاع، ونوايا التدخين كانت أقل بين أولئك الطلاب الذين ناقشوا بطاقات التحذير الجديدة.¹¹

النهائية مع مدخنين
هي العلبة نفسها.
في غياب أي رسائل
تسويقية أخرى،
تغليفاً ... هو
المعبر الوحيد عن
جوهر صنفاً. ضعه
بطريقة أخرى: عندما لا
يوجد لديك أي شيء آخر،
فإن التغليف يكون
لنا بمثابة وسيلتنا
للتسويق.

المدبر التنفيدي لشركة
فيليب موريس، شركة تبغ
عالمية.¹



بطاقة التحذير، سنغافورة

مكوّنات بطاقة التحذير الفعّالة

مكوّن	الوصف	التأثير
الموقع	العلامات يجب أن تظهر على مناطق العرض الرئيسية (جبهة والخلفية المقاطع الكبرى للرزمة	إذا ما كانت الرسالة في موقع بارز فعلى الأرجح أن يتم ملاحظتها.
الحجم	ينبغي لها أن تغطي المساحات الرئيسية لإظهار التعبئة بقدر 50% على الأقل.	الرسائل الكبيرة على الأرجح أن تلاحظ. يزيد تأثير علامة بالحجم. تُشير العلامات الكبيرة ردود عاطفية وتزيد الحافز للترك.
الصور التوضيحية	الصور و/ أو الأشكال التصوييرية يجب أن توضح التأثيرات المهيضة لاستعمال التبغ.	تساعد الصور القوية ورسومات المدخنين تصوّر طبيعة المرض المسبب من التبغ أفضل من الكلمات لوحدها. الصور على الأرجح تجلب الانتباه وعلى الأرجح أن يتم تذكرها عندما يريد الفرد أن يتخذ القرارات حول إذا ما أراد أن يدخن أو أن لا يدخن أو يقلل من التدخين. الصور مهمة خصوصاً في المناطق التي تكون فيها المعرفة بالقراءة والكتابة المنخفضة أو حيث يبين البحث أن المدخنين يملكون البطاقات التحذير ذات الكتابة فقط. التحذيرات التصوييرية من المحتمل أن تصل الأطفال والمراهقين، خصوصاً أطفال المدخنين، والذين هم ضعفاء جداً.
اللون، الخلفية، والخط	استعمل الألوان كاملة. ألوان متفرقة مع الخلفية والنص.	تزيد من الرؤية وسهولة الفهم.
الدوران	التحذيرات والرسائل الصححية المتعددة يمكن أن تظهر على كل منتجات التبغ بنفس الوقت أو أن تدور بشكل زمني.	يمنع من التعرض الشديدي.
النص	يدير قائمة بالخطر بإبراز التأثيرات الضارة وتأثير التعرض للتبغ. يتضمن مقدار المخاطر المعينة. يقدم نصيحة للتوقف ورقم اتصال محلي لمعلومات ألتشر. يحدد الطبعة المسببة للإدمان من التبغ. ينتزع المشاعر العاطفية الغير مناسبة الناجمة عن استعمال التبغ.	تُبرز الرسائل التأثيرات الضارة بالصححة وتزود بمعلومات صححية عامة ومهمة إلى الجمهور والذي قد لا يكون من السهل الوصول إليه في العادة. الرسائل التي تستنبط تكون عاطفية وغير مناسبة حول استعمال التبغ و تكون أكثر تقبل وإقناعاً.
اللغة	العلامة يجب أن تكون في لغة/لغات البلاد الرئيسية.	الرسائل في كل اللغات الرئيسية تضمن وصول أوسع.
مصدر الاقتباس	العلامة يجب أن تميز المصدر مثل هيئة الصححة الوطنية (مثل وزارة الصححة) والتي توصي برسائل صححية.	اعتماداً على الثقافة، ذكر مصدر الاقتباس يمكن أن يضيف مصداقية إلى الرسالة.



بطاقة التحذير، بلجيكا

منظمة الصحة العالمية (هـ) اتفاقية الإطار للسيطرة على التبغ (أف سي سي سي) تتطلب علامات تحذير صريحة فعالة¹²

الـ أف سي سي سي سي، معاهدة الصحة العامة العالمية الأولى في العالم، تؤسس الإطار للسياسة تهدف لتخفيض التأثير المدمر للصحة و الاقتراد بسبب التبغ. الفقرة 11 من الـ أف سي سي سي تتطلب من الأطراف بالـ أف سي سي سي تطبيق إجراءات فعالة للتحذير ضد التأثير الضار لاستعمال التبغ على كل من غلاف منتج التبغ خلال الثلاث سنوات بعد تصديق الـ أف سي سي سي. تطبيق سياسة بطاقة تحذير تصوييرية لن تمثل أي كلفة مالية للحكومات؛ والأجور تحمل لشركات التبغ.

التقدم العالمي في تطبيق العلامات التحذيرية¹³

حققت الحكومات تقدّم استثنائي في تحسين البطاقات التحذيرية للتبغ بتطبيق الإجراءات كما هو مُلخّص من قبل منظمة الصحة العالمية و الـ أف سي سي سي.

اعتباراً من ديسمبر 2010، أكثر من 30 بلداً / سلطات قضائية نفذت البطاقات التحذيرية ذات رسوم تحذيرية على عبوات التبغ والتي تشكل ما لا يقل عن 30% من إجمالي العبوات. لمزيد من التفاصيل حول هذه البلدان مع قائمة محدثة لتلك البلدان، يمكنكم زيارة الموقع التالي:

http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/en/WL_examples_en.pdf.



بطاقة التحذير، تايلاند

الرسائل الرئيسية

- إن رزمة التبغ هي وسيلة الاتصال الضرورية لصناعة التبغ؛ تعتمد شركات التبغ على تصميم رزمة التبغ لبناء شهرة الاسم وللترويج للمبيعات.^{2,3}
- تُبلّغ بطاقات التحذير الصريحة التصوييرية بمخاطر استعمال التبغ. تزيد بطاقات التحذير الفعالة المعرفة حول المخاطر المرتبطة بالتدخين ويمكن أن تخفف من زوايا التدخين بين مُراهقين¹¹ وتقنع المدخنين للتخلي عن التدخين^{6,14} وان تحفظ المدخنين السابقين من البدء مرة أخرى في التدخين.
- بطاقات التحذير التصوييرية لها تأثير أعظم من العلامات الكتابية فقط ويمكن أن تعرف من قبل المشاهدين والأطفال قليالي المعرفة بالقراءة والكتابة و المجموعات السكان الضعيفة.^{5,9}
- البطاقات التحذير الفعالة اللبيرة، والواضحة، الدوارة، والتي تغطّي على الأقل 50% من مساحة علبة التبغ الكلية، وتشمل كل من النص والصور التوضيحية.¹²
- الأطراف بالـ أف سي سي سي تتطلب لتطبيق إجراءات فعالة للتحذير ضد التأثير الضار لاستعمال التبغ على كل من غلافات منتج التبغ خلال الثلاث سنوات من تصديق على الـ أف سي سي سي.¹²



بطاقة التحذير، نيوزيلندا

المراجع

- 1 Hulit M. Presentation at the May 17, 1994 Corporate Affairs Conference: Marketing Issues (internal industry document.) Philip Morris. 1994. Bates No. Bates No. 2504015017/5042. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/jga42e00>
- 2 Center for Behavioural Research in Cancer. Health warnings and contents labelling on tobacco products: Review, research and recommendations/ prepared by the Centre for Behavioural Research in Cancer. Report prepared for the Ministerial Council on Drug Strategy Tobacco Task Force on Tobacco Health Warnings on Content Labelling in Australia. Carlton South: The Center; 1992.
- 3 Cunningham R, Kyle K. The case for plain packaging. *Tobacco Control*. 1995;4(1):80-6.
- 4 Health Promotion Board – Singapore. Graphic health warnings on tobacco packaging inspire smokers to quit the habit. Singapore: 2006. Available from: http://www.hpb.gov.sg/hpb/default.asp?pg_id=2233.
- 5 Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings KM, McNeill A, Driezen P. Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the international tobacco control four country study. *American Journal of Preventive Medicine*. 2007 Mar;32(3):202-9.
- 6 Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. *Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11*. Waterloo: University of Waterloo; 2008.
- 7 Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. *Tobacco Control*. 2003 Dec;12(4):391-5.
- 8 Shanahan P, Elliott D. Evaluation of the Effectiveness of the Graphic Health Warnings on Tobacco Product Packaging 2008 – Executive Summary. Australian Government Department of Health and Ageing; 2009. Available from: [http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/83F397C5993B9AA4CA2575880078FCF2/\\$File/hw-eval-exec-sum.pdf](http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/Content/83F397C5993B9AA4CA2575880078FCF2/$File/hw-eval-exec-sum.pdf).
- 9 Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM. Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control*. 2006 Jun;15 Suppl 3:iii19-25.
- 10 Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil: (2002).
- 11 White V, Webster B, Wakefield M. Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking-related beliefs and behaviours? *Addiction*. 2008 Sep;103(9):1562-71.
- 12 World Health Organization (WHO). WHO Framework Convention on tobacco control. Geneva: WHO; 2003. Available from: http://www.who.int/fctc/text_download/en/.
- 13 Hammond D. FCTC Article 11 Fact Sheet: Health warnings on tobacco packages. Waterloo: University of Waterloo; 2008. Available online: http://www.tobaccolabels.ca/tobaccolab/labelling_.
- 14 Hammond D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Waterloo: University of Waterloo; 2008 [cited on 2008 September 25]. Available from: [http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20\(Hammond%202008\).pdf](http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-Revised%20(Hammond%202008).pdf).