



تحذير من مخاطر التبغ

أحد الإجراءات الست الخاصة بفعالية التكاليف والمُصدّق عليها من قبل منظمة الصحة العالمية لخفض عدد ضحايا التبغ

التبغ هو منتج إدماني يؤدي إلى الوفاة. إن الإدمان الشديد للتبغ ومجموعة المخاطر الصحية الناجمة عنه لا يُدرّكها أو يُقدّرُها العامة تماماً.

"ينبغي إحاطة كل فرد علماً بما ينجم عن إستهلاك التبغ والتعرض لمدخانه من عواقب صحية وطابع إدماني وتهديد مميت".

- المادة 4-1 من إتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية لمكافحة التبغ

إتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية لمكافحة التبغ (FCTC)

تطالب المادة 11 من الإتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ الأطراف باستخدام تحذيرات صحية كبيرة وواضحة ويجب أن تُغطى 50% من مساحة العرض الرئيسية. كما تُطالب المادة الأطراف أيضاً باتخاذ تدابير فعّالة لضمان عدم الترويج عن طريق تغليف منتج التبغ وتوسيمه لأى منتج من منتجات التبغ بأى وسيلة كاذبة أو مُضلّلة أو خادعة أو قد تُعطى انطباعاً خاطئاً عن خصائصه أو آثاره الصحية أو أخطاره أو إنبعاثاته. ويشمل ذلك تعبيرات مثل "خفيفة" أو "قليلة القار" أو "خفيفة للغاية".

رسائل رئيسية

- التبغ مُميت وإدماني.
- لضمان أن العامة على علم تام بمخاطر التبغ وللتصدى لصور التبغ الجذابة التي ترسمها صناعة التبغ، من الضروري:
- وضع تحذيرات صحية على جميع أغلفة منتج التبغ. ويجب أن تكون التحذيرات على غلاف التبغ واضحة وتتضمن صوراً بيانية لأضرار التبغ كما تُغطى على الأقل نصف الغلاف الخارجى للمنتج بأكمله.
- إطلاق حملات دعائية وأنشطة إعلانية أخرى لمكافحة التبغ والتصدى له. ويجب أن تكون الحملات الدعائية صادمة وتستمر لفترة طويلة كما يجب أن تتصدى بفعالية للوسائل التسويقية والتشجيعية لصناعة التبغ.
- تعبيرات مثل "خفيفة" و"قليلة" تُعدّ مُضلّلة وخادعة. تلك المنتجات لا تُقلّل المخاطر.

تحذير عن مخاطر التدخين

- تُشجّع التحذيرات الصحية المتعاطين على الإقلاع عن التدخين كما تُشجّع صغار السن على عدم البدء فى التدخين. ففى البرازيل، بعد تقديم صوراً جديدة للتحذيرات، وافق عليها 73% من المدخنين بينما غيرَ 54% رأيهم عن العواقب الصحية للتدخين وأقر 67% بأن التحذيرات الجديدة جعلتهم يرغبون فى الإقلاع عن التدخين.¹
- التحذيرات الصحية عن منتجات التبغ مضمون وصولها إلى جميع المتعاطين. إن المدخنين الذين يُدخنون عبوة يومياً من المحتمل تعرضهم للتحذيرات أكثر من 7000 مرة سنوياً.²
- إن السياسات التى تسمح بوجود التحذيرات الصحية على عبوات التبغ لا تُكفّف الحكومات شيئاً لتطبيقها.³ فالتحذيرات المُصوّرة يدعمها العامة بشدة.⁴

- تُقلل الحملات الدعائية لمكافحة التبغ من تعاطيه. فالحملات الدعائية المكثفة والصادمة والتي تستخدم رسوماً بيانية، تُعلم العامة وتُقلل من تعاطي التبغ كما تؤدي إلى زيادة محاولات الإقلاع وارتفاع معدلاته.^{5, 6, 7, 8}.

¹ Costa e Silva VL. Presentation to EU Commission on enforcement of health warnings in Brazil. Brussels 2002.

² Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behavior. *Tobacco Control*. 2003; 12(4):391-395.

³ WHO: *mpower*, 35.

⁴ Ibid.

⁵ Emery S, et al. Televised State-sponsored anti-tobacco advertising and youth smoking beliefs and behavior in the United States, 1999-2000, *Archives of Pediatric and Adolescent Medicine*. 2005;159:639-645.

⁶ US Department of Health and Human Services, Reducing the Health Consequences of Smoking: 25 Years of Progress. A report of the Surgeon General. Rockville, MD: US Department of Health and Human Services, Public Health Service, Centers for Disease Control, Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 1989. Available from: <http://www.cdc.gov/tobacco/sgr/index.htm>.

⁷ Goldman LK, Glantz SA. Evaluation of antismoking advertising campaigns. *JAMA*. 1998;279:772-7.

⁸ Farrelly MC, Davis KC, Haviland L, Messeri P, Heaton CG. Evidence of a dose-response relationship between "truth" antismoking ads and youth smoking prevalence. *American Journal of Public Health*. 2005;95(3):425-431.