



This material was produced by The International Union Against Tuberculosis and Lung Disease and is now supported by the Tobacco Control Division of Vital Strategies.

Find it at VitalStrategies.org/tobaccocontrol

تقييم الامتثال لقرارات حظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS):

دليل يوضح "كيفية" إجراء دراسات الامتثال للإعلان وعرض المنتجات في
نقاط البيع والإعلانات الخارجية وعبوات المنتجات



جدول المحتويات

1	مقدمة
2	الخطوة رقم 1: التعرف على محظورات ولوائح الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته
3	الخطوة رقم 2: تحديد الغرض من تقييم الامتثال
4	الخطوة رقم 3: التعرف على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته
5	الخطوة رقم 4: تقييم الموارد
6	الخطوة رقم 5: توضيح نطاق دراسة الامتثال
7	الخطوة رقم 6: التخطيط لدراسة الامتثال
7	الخطوة رقم 7: موازنة أدوات وإجراءات جمع البيانات
9	الخطوة رقم 8: اختيار العينة
11	الخطوة رقم 9: إجراء ملاحظات الامتثال
12	الخطوة رقم 10: تحليل النتائج
13	الخطوة رقم 11: استخدام النتائج
14	ملخص
15	الملحق أ: نموذج لجدول زمني
16	الملحق ب: نموذج الملاحظات لنقاط البيع (المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ)
17	الملحق ج: نموذج الملاحظات للإعلان الخارجي (المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ)
18	الملحق د: نموذج الملاحظات الخاص بالعبوة والملصقات (المادتين 11 و13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ)
19	المساهمون

تستخدم صناعة التبغ الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته لزيادة استهلاك منتجاتها. تزيد أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته من استهلاك التبغ بين المستخدمين الحاليين، كما تجذب مستهلكين جدد، وتشجع المستهلكين السابقين على العودة لاستخدام التبغ. تستخدم صناعة التبغ تكتيكات خادعة ومضللة ومفترسة لجعل استهلاك التبغ يبدو خلأً ويحظى بالقبول الاجتماعي، مع تقليل الإحساس بالآثار الصحية السلبية للمنتجات.

وقد وجد أن الحظر الشامل للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته يحد من استخدام التبغ. أما الحظر الجزئي فهو أقل فعالية بكثير نظرًا لأن صناعة التبغ ترد عليه بنقل أنشطة التسويق إلى المناطق غير الخاضعة للحظر. وتدعو منظمة الصحة العالمية جميع الأطراف إلى تنفيذ تدابير وبروتوكولات مكافحة التبغ المنصوص عليها في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ؛ إلا أن التشريعات التي تدعم مواد الاتفاقية الإطارية عادة ما تُقر بمرور الزمن. تتناول المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ الحظر والقيود المفروضة على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته، والتي تشمل أنشطة متباينة تنفذ من خلال قنوات عديدة وتتطلب طرقًا مختلفة للتقييم. ولهذا السبب سوف تضم إرشادات تقييم الامتثال للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته - الصادرة عن كلية جونز هوبكنز بلومبرج للصحة العامة، وحملة من أجل أطفال بلا تدخين، والاتحاد الدولي لمكافحة الندرن وأمراض الرئة - سلسلة من الإرشادات التي سوف يركز كلٌّ منها على نطاق ضيق من المواد التي يتضمنها عادة الحظر الشامل للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته.

ويغطي هذا الدليل بصفة خاصة تقييم الامتثال لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته كما تحدث في نقاط البيع والإعلان الخارجي، بالإضافة إلى الأنشطة التي تلاحظ على عبوات التبغ وملصقاته. ومع أن الأحكام المتعلقة بالتعبئة والملصقات والنشرات الخاصة بمنتجات التبغ تتناولها المادة 11 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ، إلا أن عبوات التبغ تعد أداة تستخدمها شركات التبغ كصورة من صور الإعلان. تتعلق المعلومات الموضوعية على عبوات التبغ والملصقات بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته ويسهل تضمين جمع هذه البيانات ضمن بروتوكول دراسة لنقاط البيع والإعلان الخارجي.

يقدم هذا الدليل إرشادات تتعلق بإجراء تقييم امتثال لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في نقاط البيع والإعلان الخارجي وعبوات التبغ وملصقاته. الدليل مصمم بحيث يمكن تخصيصه بما يتناسب مع المنطقة الجغرافية والسياق الثقافي والتشريعي للدراسة. كما يمكن استخدام دراسات لتقييم الامتثال مثل التي يتضمنها هذا الدليل للتعرف على الثغرات في التشريع الحالي بغرض تقوية الحظر على أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته.

الخطوة رقم 1: التعرف على محظورات ولوائح الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته

كما توصي المادة 13 أيضاً باستخدام العبوات العادية لمنتجات التبغ للحد من أثر الدعاية والترويج. يجب أن يكون شكل العبوة وحجمها ومادتها قياسياً، دون وضع أي إعلانات أو ترويج مرفق أو داخل العبوة.

هناك موارد متاحة لتساعدك على تحديد أحدث التشريعات القائمة. معظم الهيئات الحكومية تجعل تشريعاتها متاحة للجمهور ويمكن الوصول إليها من خلال شبكة الإنترنت. وهناك موارد إضافية متاحة من خلال المنظمات غير الحكومية، مثل قاعدة بيانات قوانين مكافحة التبغ التي أنشأتها حملة من أجل أطفال بلا تدخين (www.tobaccocontrol.org).



Kiss Pack، روسيا بتصريح من حملة من أجل أطفال بلا تدخين (CTFK)

تدعو المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ الصادرة عن منظمة الصحة العالمية جميع الأطراف إلى فرض حظر شامل على جميع أشكال الإعلان عن التبغ والترويج له ورعايته. في المناطق التي لا تمتلك فيها هيئات الحكم سلطة فرض مثل هذا الحظر، يتوقع من الأطراف تطبيق أكثر التشريعات الممكنة صرامة. تتباين تشريعات مكافحة التبغ بشدة بين الدول والولايات والمناطق وداخلها. لتقييم الامتثال لإجراءات الحظر القائمة بخصوص الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته، سيتوجب عليك تحديد أحدث التشريعات المطبقة في المنطقة محل الدراسة. يجب وضع كلاً من القيود القومية و ما دون المستوى القومي على أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في الاعتبار عند التخطيط لتقييم الامتثال.

أثناء تقييم مدى امتثال أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته للوائح، يجب أن تكون أيضاً على دراية بأوجه القصور في التشريع الحالي. يمكن أن تؤدي التعريفات القاصرة والحظر غير الشامل إلى توسع المنتجات والإعلان والترويج غير المحظور. قد يتضمن التشريع الخاص بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته ثغرات تستغلها صناعة التبغ لذا فإن أخذ هذه الثغرات في الاعتبار يجب أن يكون متضمناً في أدوات التقييم. سوف تساعدك معرفة القانون بالتفصيل على تحديد وتوثيق هذه الثغرات أثناء دراسة الامتثال.

تعد أماكن عرض منتجات التبغ في نقطة البيع وسيلة تستغلها صناعة التبغ في الإعلان والترويج. يُعد عرض منتجات التبغ إشارة إلى استخدام التبغ للمستخدمين الحاليين، ويروج لاستخدام التبغ بصفته من الأعراف الاجتماعية السائدة، ويدعم جهود الصناعة في جذب مستخدمين جدد، ويحفز الشراء التلقائي لمنتجات التبغ، ويمثل عقبة في طريق الإقلاع عن استخدام التبغ. ومع تقوية الحظر على القنوات التقليدية للإعلان عن التبغ وترويجه، يزداد اعتماد صناعة التبغ على أماكن العرض في نقاط البيع، والتي تشمل عبوات التبغ ذاتها، لترويج منتجاتها وزيادة المبيعات.

توصي المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ الصادرة عن منظمة الصحة العالمية بالحظر الشامل على عرض منتجات التبغ في نقطة البيع. ويشمل حظر العرض الموصى به عرض منتجات التبغ سواء في منافذ البيع الثابتة للجمهور أو بواسطة البائعين الجائلين في الشوارع.

الخطوة رقم 2: تحديد الغرض من تقييم الامتثال

- يجب ألا تجرى دراسات الامتثال إلا إذا كانت تحقق هدفًا استراتيجيًا. فكر في السبب الذي يدعوك إلى إجراء دراسة امتثال وكيف تنوي استخدام النتائج. سوف يساعد توضيح الاستخدام المقصود للنتائج على التركيز على تصميم الدراسة وتحديد أي البيانات تقوم بجمعها وتحليلها وتحديد كيفية إبلاغ النتائج ونشرها.
- يتمثل أكثر الأهداف شيوعًا لدراسة الامتثال في توفير المعلومات للحكومة حول الحاجة إلى تقوية التطبيق وكيفية توجيه موارد التطبيق والتنقيف. على سبيل المثال، يمكن استخدام ضعف الامتثال لتحفيز التطبيق النشط. كما قد تحدد النتائج ثغرات في تخطيط التنفيذ وتشير إلى أنواع أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته التي تتطلب تدخلات أكثر تركيزًا. ومن الأهداف الشائعة الأخرى لدراسات الامتثال:
 - **تقييم التقدم.** يمكن استخدام دراسات الامتثال الدورية لتقييم التقدم المحرز من خلال توثيق التغيير في الامتثال على مر الزمن.
 - **تثقيف الجمهور والبائعين.** يمكن استخدام الدراسات لتثقيف صانعي السياسات، و/أو البائعين و/أو الجمهور حول وجود قيود على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته ومدى الامتثال بذلك.

بيان الامتثال للقانون. أحد ادعاءات صناعة التبغ بعد بدء العمل بقانون قوي بشأن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته يتمثل في أن القانون يتم تجاهله على نطاق واسع. عادة ما تكون هذه الادعاءات كاذبة أو مبالغٌ فيها على الأقل. يمكن أن تبيّن دراسة الامتثال أن نسبة الامتثال للقانون عالية، وبذلك ترد على ادعاءات الصناعة بأن القانون لا يؤدي الغرض منه.

تقديم دليل لتوضيح سبب تعديل أية ثغرات أو قصور في القانون. كما سبق التوضيح في القسم المعنون "اعرف الحظر واللوائح الخاصة بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته"، فإن بعض القوانين قد تحظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته بصورة جزئية فقط. يمكن استخدام دراسة الامتثال لتوضيح لصانعي السياسات كيف تضعف هذه الثغرات من الحصانة التي يوفرها القانون. وعندئذ يمكن استخدام هذه المعلومات كجزء من حملة لإقناع صانعي السياسات بالحاجة إلى تطبيق الحظر على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته بطريقة شاملة فعلاً.



لوحة سامبويرنا في إندونيسيا (أغسطس 2011)
بتصريح من NCCP

الخطوة رقم 3: التعرف على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته

- العروض الترويجية للمنتجات مثل الأسعار الخاصة أو الخصم عند شراء عدة عبوات أو الكوبونات أو الهدايا المجانية التي تمنح عند الشراء أو الجوائز أو المسابقات بالنسبة لمنتجات التبغ.
- تظهر الإعلانات الخارجية في الغالب في صورة لافتات كبيرة وملصقات وطلاء واجهات المحال التجارية والأغراض التي تحمل العلامة التجارية مثل المظلات الكبيرة. تصبح هذه الإعلانات مكونات واسعة الانتشار في العديد من الثقافات وتسهم في الترويج لاستخدام التبغ كعرف اجتماعي، بالإضافة إلى دورها في الإشارة إلى التدخين أو استخدام منتجات التبغ الأخرى.

تعتبر عبوات التبغ قناة أخرى للإعلان والترويج. عادة ما تستخدم عبوات التبغ خصائص تصميمية مثل الشعارات والخطوط والألوان والأوصاف والنشرات والتصميمات المبتكرة لتعجب المستهلكين. تستخدم صناعة التبغ عبوات مبتكرة تضم عناصر مثل الأنوثة أو الموسيقى (على سبيل المثال) لاستهداف مستهلكين محددين مثل النساء أو الشباب من خلال جعل العبوة نفسها شيئاً عصرياً وشائعاً. يمكن أن تساعد هذه الخصائص على جذب مستخدمين جدد، وتشجيع المستخدم الحالي على تجربة منتجات علامة تجارية معينة، وجذب الاهتمام بعيداً عن التحذيرات الصحية الإيجابية. يمكن أن تساعد دراسة الامتثال على تحديد المصنعين الذي يتجاهلون قوانين التعبئة أو المناطق التي تحتاج إلى لوائح أكثر صرامة.

لمعرفة كيفية قياس الامتثال للحظر في الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته، سيتوجب عليك فهم الأشكال المتعددة لقنوات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته والتعرف عليها. وكما سبقت الإشارة، فإن هذا الدليل تحديداً يركز على الإعلان عن التبغ وترويجه في نقاط البيع، والإعلان الخارجي وعبوات التبغ. تتباين أنواع الحظر واللوائح المفروضة على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته تبايناً كبيراً طبقاً للمنطقة، ولذا فإن الامتثال لا بد أن يخصص تحديداً لتقييم اللوائح والتشريعات القومية أو ما دون المستوى القومي.

وقد تشمل أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في نقاط البيع - على سبيل المثال لا الحصر - الأمثلة التالية:

- منصات العرض لمنتجات التبغ والتي قد تضع المنتجات في موضع خاص لغرض الترويج لعلامة تجارية محددة أو منتج محدد.
- أماكن عرض منتجات التبغ على المناضد أو الأرفف أو العربات اليدوية التي تحمل شعار و/أو رمز و/أو اسم علامة تجارية و/أو لون منتجات التبغ. وهي قد تستخدم الإضاءة أو الحركة أو الشعارات أو الألوان لجذب انتباه المستخدمين وللترويج للعلامات التجارية للتبغ أو منتجاته.
- الملصقات أو اللافتات الكبيرة أو الأثاث أو الأغراض أو الأزياء الموحدة في نقاط البيع والتي تحمل شعار منتجات التبغ و/أو رمزها و/أو اسم علامتها التجارية و/أو لونها.
- ملصقات السعر التي تخفي التحذيرات الصحية.



نقطة بيع، البرازيل 2012
كارمن واشنطن، IGTC



الخطوة رقم 4: تقييم الموارد المتاحة وتأمين الحصول على الموارد المطلوبة

التمويل

ليس من الضروري أن تكون دراسة الامتثال مكلفة للغاية. عادة ما تتحدد تكلفة الدراسة بعدد المواقع المراد زيارتها وما إذا كان الأشخاص القائمون بالزيارات مدفوعي الأجر أم متطوعين بوقتهم. يمكن أن تكون جامعة محلية مصدرًا رائعًا للمتطوعين أصحاب الخبرات التقنية نظرًا لأن الطلاب قد يطلب منهم القيام بأعمال تطوعية تحقيقًا لمتطلبات التخرج. سوف تتطلب دراسة الامتثال التي تتضمن شراء منتجات تبغ تمويلًا إضافيًا. ومن البدائل غير المكلفة جمع العيوات التي تم التخلص منها. كما يمكن أن يساعد الحد من عدد المنتجات أو العلامات التجارية على تقليل نفقات الدراسة - وسوف يتم تناول هذا بمزيد من التفصيل في القسم الخاص بأخذ العينات من هذا الدليل.

كجزء لا يتجزأ من التخطيط لدراسة الامتثال، سيتوجب عليك معرفة الموارد التي تمتلكها وما يتوجب عليك شراؤه. ضع خطة واقعية ويمكن تحقيقها. تشمل الموارد الرئيسية لدراسة الامتثال العمالة والتمويل.

العمالة

هناك عدد من المهام المرتبطة بإجراء دراسة امتثال، وبعض المهام تتطلب خبرات تقنية. يمكن للشراكة مع المجموعات التقنية - مثل جامعة أو مجموعة بحثية محلية أو مجموعات السياسات أو المناصرة - أن تجمع بفعالية بين المهارات المختلفة اللازمة. عند تخصيص الأفراد للقيام بمهام مختلفة، تأكد من تحديد ما يلي:

منسق للدراسة سوف يكون مسؤولاً عن التأكد من تنفيذ جميع المهام طبقًا للجدول الزمني والمعايير الموضوعية للدراسة. يتأكد المنسق من توفر جميع المواد اللازمة لجامعي البيانات وتدريبهم قبل الشروع في تجميع البيانات. كما يلعب المنسق دور "المرجع" لجامعي البيانات والذي يلجؤون إليه كلما واجهتهم صعوبات في إجراء عمليات الرصد.

جامعو البيانات يمكن أن يكونوا موظفين مدفوعي الأجر، ولكن يمكن طلب المتطوعين أيضًا لإجراء عمليات الرصد. في كلتا الحالتين، يجب تدريبهم بصورة مناسبة.

الخبراء الفنيون يجب استشارتهم لضمان صحة أسلوب أخذ العينات وتجميع البيانات.

الخطوة رقم 5: توضيح نطاق دراسة الامتثال

بالإضافة إلى ذلك، سيتوجب عليك أن تأخذ في الاعتبار بحرص كيفية تمويل أنشطة التنفيذ وتطبيقها. في العديد من الأماكن، يتم تخصيص موارد التطبيق على المستوى دون القومي، وبالتالي قد تكون الدراسات المجرة على الولايات القانونية المحلية أكثر ملاءمة للتأثير على صانعي القرار المحليين في مجال التطبيق.

نطاق المعلومات

القرار الثاني الذي يجب اتخاذه عند الشروع في دراسة الامتثال يتعلق بنوع المعلومات التي يتم تجميعها. هناك العديد من الجوانب التي يجب أن توضع في الاعتبار في سياق نقاط بيع التبغ، والإعلانات الخارجية، وبخاصة فيما يتعلق بالعبوات مكونات عبوات التبغ عديدة ويمكن أن تكون خاصة بثقافات معينة (بأن تشير إلى ألوان أو رموز أو صور أو لغة تحمل معانٍ معينة). وقد يتطلب التحليل الشامل لهذه الخصائص وقتاً وموارد كبيرة لتنظيم البيانات وإدخالها وتحليلها. ويوصي هذا الدليل بوضع حد معقول لمدى شمولية المعلومات التي يتم تجميعها وتحليلها، وتنظيمها بما يتناسب مع غرضك ومواردك والجدول الزمني اللازمة.

سوف يكون لنطاق دراسة الامتثال التي تقوم بها تضمينات هامة فيما يتعلق بالجدول الزمني وأسلوب أخذ العينات والإجراءات اللازمة لإجراء عمليات الرصد. بالإضافة إلى غرضك والموارد المتاحة، سوف يتحدد نطاق الدراسة أيضاً بجغرافيا منطقة الدراسة والمعلومات الإضافية التي تود تجميعها.

النطاق الجغرافي

أحد العوامل الواجب أخذها في الاعتبار عند تحديد نطاق دراسات الامتثال يتمثل في مستوى السياسة (قومي، على مستوى الولاية/المقاطعة، المدينة، المنطقة أو الولايات القانونية الأخرى) الذي تسعى للتأثير عليه، والطريقة التي تود التأثير بها. ويشكل تحقيق التوازن بين الموارد والنطاق الجغرافي أحد المعضلات الشائعة.

أحد الأسئلة الرئيسية التي يجب الإجابة عليها عند تحديد نطاق الدراسة يتمثل في كيفية استخدام نتائج دراسة الامتثال التي تجريها. إذا كنت تجري دراسة امتثال بهدف التأثير على واضعي القوانين على المستوى القومي لغرض توفير المزيد من الموارد لتطبيق القانون، فيجب أن تضع في اعتبارك بحرص ما إذا كان واضعو القوانين لن يستجيبوا إلا لبيانات مجموعة من استبيان يمثل المستوى القومي. في الدول الكبيرة، يمكن أن يكون الحصول على عينة تمثل المستوى القومي بحق أمراً مكلفاً للغاية. وقد تكفي البيانات المجمع من مدينتين أو ثلاث لإقناع واضعي السياسات. الاختيار الاستراتيجي للمواقع سوف يساعد على دعم الدراسات الأصغر أو ذات الموارد المحدودة. على سبيل المثال، يمكن تقييم الامتثال في ثلاث مدن رئيسية لها خصائص ثقافية أو اقتصادية أو اجتماعية مختلفة. أو يمكن أن تدرس الأحياء داخل المدينة التي تمثل ثقافات أو كثافات أو مستويات اقتصادية مختلفة.



كشك مارلبورو، الأرجنتين (التاريخ غير معلوم)

الخطوة رقم 6: التخطيط لدراسة الامتثال ووضع الجدول الزمني

خطوات دراسة الامتثال

- قم بإجراء بحث عام
- ضع قائمة للتحقق من الامتثال وإجراءاته
- اختبر أدوات والتحقق من الامتثال
- اختر المواقع المراد زيارتها
- قم بإجراء اختبارات التحقق من الامتثال
- حلل نتائج الامتثال التي حصلت عليها
- استخدم النتائج

يشمل التخطيط الجيد وضع جدول زمني لأنشطة دراسة الامتثال والذي يمكنك من الاستعداد على نحو مناسب لجميع الخطوات العملية المرتبطة بإتمام الدراسة وتحقيق أفضل استخدام للنتائج.

عند وضع الجدول الزمني الخاص بك، سينبغي أن تأخذ في الاعتبار إذا كان هناك توقيت مثالي لإعلان النتائج؛ مثلاً، أثناء المناقشات التشريعية المتعلقة بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته، أو في الذكرى السنوية الأولى لبدء سريان القانون. إذا كان الأمر كذلك، فيجب أن يمثل هذا التوقيت نقطة النهاية على الجدول الزمني، ويجب إدخال جميع المهام في الجدول الزمني بالتسلسل العكسي بدءاً من هذه النقطة.

هناك العديد من المهام التي يجب أن تدرج في الجدول الزمني. تجرى هذه المهام عند ثلاث نقاط:

1. قبل التنفيذ، قبل إجراء عمليات رصد الامتثال؛
2. التنفيذ، أثناء جمع البيانات؛
3. بعد التنفيذ، بعد إجراء عمليات رصد الامتثال.

الخطوة رقم 7: مواءمة أدوات وإجراءات جمع البيانات

وضع أداة جمع البيانات

نماذج البيانات

يجب وضع أداة لجمع البيانات لتوجيه عملية جمع البيانات المرصودة في كل موقع. القوائم التي تحتوي على خيارات "نعم/لا" سهلة الاستخدام وتتيح جمع البيانات بصورة قياسية. لضمان ارتفاع جودة البيانات، تأكد من كون الأسئلة واضحة ومحددة.

استخدم المصطلحات التي تعكس الأحكام الرئيسية للقانون الذي تود تقييمه. هذه هي المتغيرات التي سوف تستخدم لتحديد مدى امتثال الموقع للقانون. استخدم أيضاً الأشياء التي سوف تساعد على تحديد الثغرات في التشريع الحالي، مثل التعريفات القاصرة أو الحظر غير الشامل والذي يتيح أنشطة الإعلان والترويج للأنشطة أو المنتجات غير الخاضعة للتنظيم.

يجب أن تطابق قوائم الامتثال وإجراءاته أحكام القوانين المنظمة لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته. ويتعين على المتطوعين أو الموظفين الذي سيقومون بإجراء عمليات الرصد أن يفهموا بدقة ما يجب القيام به عند دخول موقع ما وكيفية تسجيل ما يرصدونه. وبالتالي، فسوف تحتاج إلى تخصيص أدوات جمع البيانات القياسية وأن تضع إجراءات واضحة ومفصلة لإرشاد جامعي البيانات.

سيكون لنطاق دراسة الامتثال أثراً على الأدوات والإجراءات المستخدمة لتقييم الامتثال. على سبيل المثال، سوف تختلف الأدوات والإجراءات اللازمة لتقييم الامتثال لحظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في نقاط البيع أو في الإعلانات الخارجية عن تلك اللازمة لتقييم عبوات التبغ والملصقات والنشرات نتيجة لاختلاف خصائصها.

الخطوة رقم 7: مواءمة أدوات وإجراءات جمع البيانات (تابع)

التجميع الورقي في مقابل تجميع البيانات إلكترونياً

عند اتخاذ القرار بالمفاضلة بين استخدام النماذج الورقية أو المساعدات الرقمية الشخصية المحمولة (PDA) لغرض جمع البيانات، ضع في اعتبارك ما يمكن أن يعمل بأفضل صورة في إطار حالتك ومواردك.

يوفر استخدام المساعدات الرقمية الشخصية فوائد فريدة:

- قد يجذب اهتماماً أقل ويظهر بدرجة أقل أثناء جمع البيانات
- يمكن بدء تحليل البيانات مبكراً للغاية نظراً لعدم الحاجة إلى خطوة إدخال البيانات.

تتطلب المساعدات الرقمية الشخصية موارد أكثر:

- تكلفة ابتدائية لشراء الأجهزة
- يجب برمجة نماذج جمع البيانات داخل أجهزة المساعدات الرقمية الشخصية
- يجب تدريب جامعي البيانات على استخدام أجهزة المساعدات الرقمية

هناك العديد من العناصر التي يمكن استخدامها في تقييم الامتثال في الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته ويجب اختيارها على نحو استراتيجي. تعتمد العناصر الرئيسية التي يجب تسجيلها على طبيعة أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في المنطقة التي يجري فيها تقييمك. هناك عينات من نماذج البيانات متاحة في النماذج ب، ج، د.

اترك مساحة خالية في أسفل النموذج حتى يتمكن جامعو البيانات من تسجيل أية تعليقات إضافية قد يريدون إضافتها. قد يريد جامع البيانات أن يذكر - مثلاً - إن كانت هناك ظروف خاصة تتعلق بملاحظة معينة أو تفاصيل هامة لا يستوعبها النموذج.

وضع الإجراءات

سيوجب عليك وضع إجراءات قياسية لإجراء كل نوع من أنواع الرصد، تحتوي على وصف لكل خطوة في العملية. ومن الأفضل جعل الإجراءات سهلة الاتباع حتى يمكن تدريب جامعي البيانات بسهولة، ولكن يجب أن تكون الإجراءات مفصلة بالقدر الكافي لنتيح لجامعي البيانات جمع بيانات قياسية.

يجب أن تتناول الإجراءات التالي:

- تعريفات لجميع المتغيرات في قائمة التحقق الخاصة بالرصد.
- المكان الذي يتعين على جامعي البيانات الذهاب إليه داخل المنطقة السكنية.
- أي نقاط البيع والإعلانات الخارجية الواجب رصدها.
- أي عبوات التبغ والملصقات والنشرات الواجب تجميعها أو شراؤها.

ما الذي يجب على جامعي البيانات قوله عند زيارة المواقع لجمع البيانات. يجب أن يحدد البروتوكول ما إذا كان يتعين على جامعي البيانات إخبار المدير أو العاملين بما يقومون به، ومقدار المعلومات التي يمكن الإفصاح عنها، وما يجب فعله في حالة كون صاحب الموقع أو المدير معادياً.

سياسات تخص السلامة. يجب أن تتضمن الإجراءات تعليمات حول ما يجب على جامع البيانات القيام به إذا شعر أن المكان غير آمن (لوجود مشاجرات أو بيع للمخدرات أو غير ذلك). يجب أن تقضي التعليمات بترك المكان.

ما يجب على جامعي البيانات القيام به بشأن نماذج جمع البيانات وأمثلة عبوات المنتجات بعد الانتهاء من جمع البيانات. يجب إبلاغ جامعي البيانات بوضوح بمكان وتوقيت إعادة النماذج.

الخطوة رقم 8: اختيار العينة

تصميم أخذ العينات

نقاط البيع والإعلانات الخارجية

لتقييم معدلات الامتثال في نقاط البيع والإعلانات الخارجية، ينصح باستخدام أسلوب أخذ العينات القائم على المجموعات العنقودية. فيما يلي وصفٌ لأساليب أخذ العينات المقترحة على مستوى المدينة مع مناقشة خيارات توسعة الدراسة إلى مستوى الولاية/المقاطعة أو المستوى القومي. عادة ما يستخدم مصطلح "حي" للدلالة على المجموعات العنقودية داخل كل مدينة. يجب تحديد حدود واضحة لكل حي من الأحياء.

أخذ العينات في نطاق مدينة

يجب اختيار أربعة أحياء على الأقل داخل كل مدينة. تأكد من اختيار الأحياء التي تتيح الأنشطة التجارية مثل بيع التجزئة والإعلانات الخارجية. يمكن اختيار مجموعة عينة من خلال تحديد نقطة ارتكاز ثابتة في كل حي من الأحياء واختيار المواقع المحيطة أو المنبثقة من هذه النقطة. على سبيل المثال، في كل حي من الأحياء، يمكن تغطية ثمانية شوارع من خلال رصد شارعين متوازيين في كل اتجاه. قد يدعم اختيار الأحياء عن عمد لتضمينها في عينتك (مثل الاختيار طبقاً للحالة الاجتماعية الاقتصادية) من القدرة على التعميم أو يزيد من اهتمام صانعي السياسات بدراستك. يجب على جامعي البيانات أن يرصدوا نقطتي بيع وإعلان خارجي واحد على الأقل لكل شارع. إذا كان جامعو البيانات يرصدون أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في منطقة ريفية، فيجب توسعة نصف قطر الحي ليشمل الحد الأدنى لحجم العينة.

يجب تحديد الأماكن المراد زيارتها في تقييم الامتثال للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته بناءً على نطاق القوانين التي تحظر أو تقيد أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته والتي سوف تتناولها الدراسة. نظراً لانتشار أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته على نطاق واسع، فيجب وضع أسلوب لاختيار جزء من المناطق لرصدها ضمن الدراسة. يتحدد عدد المدن وأسلوب اختيارها - بالإضافة إلى اختيار العلامات التجارية المراد رصدها فيما يتعلق بالعبوات والملصقات والنشرات - طبقاً لنطاق دراستك (على المستوى المحلي أو مستوى المقاطعة أو المستوى القومي)، ومواصفات حظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في المناطق الجغرافية محل الدراسة. داخل كل مدينة، يجب تحديد أحياء محددة واختيارها لإجراء عمليات الرصد. ينصح بشدة الرجوع إلى التشريرات المطبقة في منطقة الدراسة الخاصة بك أثناء تخطيط أسلوب أخذ العينات، وتضمين عمليات رصد تهدف للكشف عن الثغرات أو المشكلات المتعلقة بالامتثال والتي سوف تحت واضعي السياسات على التصرف.

يقدم القسم التالي توصيات بشأن أساليب أخذ العينات وتصميم العينة. يبدأ هذا القسم بنظرة عامة موجزة على استراتيجيات أخذ العينات، يتبعها إرشادات حول كيفية اختيار العينات للدراسات على اختلاف نطاقها.

أساليب أخذ العينات

بوجه عام، هناك أسلوبان لأخذ العينات وهما: الأسلوب العشوائي والأسلوب الملائم. باستخدام أخذ العينات العشوائي (أو القائم على الاحتمالات)، يتم اختيار كل وحدة عينة عشوائياً من بين التعداد الخاضع للدراسة. يتضمن أسلوب أخذ العينات العشوائي كلاً من (1) أخذ العينات العشوائي البسيط أو المنهجي، حيث تحظى كل وحدة من العينات باحتمال اختيار متساوي، و(2) أساليب أخذ العينات العنقودية، حيث يتم تقسيم التعداد إلى مجموعات فرعية وتختار وحدات العينات عشوائياً من داخل المجموعات العنقودية. وعند تنفيذ أسلوب أخذ العينات العشوائي بطريقة سليمة، فإنه يتيح لك تعميم نتائج دراستك على التعداد الأكثر اتساعاً.

أما بالنسبة للأسلوب الملائم (أو غير القائم على الاحتمالات)، فإن اختيار العينات يقوم على الملائمة أو الاعتبارات اللوجستية أو بعض المعايير الأخرى. على سبيل المثال، قد لا يكون من الممكن اختيار مجموعة من الأحياء عشوائياً داخل مدينة كبيرة للغاية. يمكن اختيار مجموعات عنقودية بناءً على بعض خصائص المجموعة العنقودية أو الاعتبارات اللوجستية المتعلقة بالأماكن التي يمكن لجامعي البيانات الانتقال إليها. أو قد يكون من الأفضل تخصيص الموارد لتقييم الامتثال لقوانين ملصقات التحذير أو غيرها من قوانين العبوات لأكثر العلامات التجارية لمنتجات التبغ شيوغاً، بدلاً من انتقاء عينة عشوائية. ومن المهم إدراك أنه في حالة أخذ العينات بشكل ملائم، لا يمكن استنتاج أن النتائج تمثل التعداد موضع الدراسة بأكمله. ولكنه، إذا أُجري بطريقة سليمة يمكن أن تمثل البيانات التي تم تجميعها مؤشراً مفيداً لمستويات الامتثال في الأماكن الخاضعة للدراسة.

الخطوة رقم 8: اختيار العينة (تابع)

الولاية أو المقاطعة

لإجراء دراسة تقييم لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته على مستوى ولاية أو مقاطعة، يمكن اتباع نفس بروتوكول أخذ العينات داخل المدينة. يمكن اختيار المدن الواقعة داخل نطاق الولاية أو المقاطعة عشوائياً أو باستخدام طرق لا تعتمد على الاحتمالات في أخذ العينات. في الولايات أو المقاطعات الكبيرة، قد يكون من الأنسب اختيار عينة ملائمة أو عينة بعينها من المدن.

يتوقف عدد المدن المختارة على موازنة بين أهداف الدراسة وقابلية التنفيذ. إذا كان الهدف هو إعطاء مؤشر جيد على الامتثال في شتى أرجاء الولاية أو المقاطعة، فيجب اختيار أقصى عدد ممكن من المدن. في معظم الحالات، ينبغي اختيار من أربع إلى ست مدن موضحاً نماذج الامتثال للوائح الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته. بالنسبة للمدن والولايات الكبرى ذات الاختلاف الكبيرة في المنتجات (الاختلاف في أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته وإتاحة منتجات التبغ بين المناطق، تعتمد في العادة على الخصائص الديموغرافية للسكان) قد تكون هناك حاجة لعدد أكبر من المدن ليتمكن بالتعرف على التغيرات الهامة على نطاق المنطقة. ومن المقترح أيضاً أن تقوم بتضمين عدداً من المناطق الجغرافية ضمن عينتك، مثل مدينة ضخمة ومدينة كبيرة ومدينتين متوسطتي الحجم ومنطقة ريفية. ثم يتبع اختيار العينات الباقية الإجراءات المبينة في القسم السابق الخاص باختيار العينات في المدن.

لا يمكن تقييم معدل الامتثال لولاية أو مقاطعة كاملة بدقة باستخدام أسلوب أخذ العينات القائم على المجموعات العنقودية وغير المعتمد على الاحتمالات ويمكن أن تخفي النتائج تباينات هامة في الامتثال عبر المدن. ولكن يمكن دمج بيانات المدن المختلفة للوصول إلى معدل امتثال مجمّع، وهو يعدّ تقديراً للمراكز المجمعّة. عند تقديم معدل الامتثال المجمع، تجدر الإشارة إلى أن هذا المعدل لا يجب أن يفترض أنه يمثل الولاية أو المقاطعة بأسرها. يمكن أن تفيد معدلات الامتثال لكل مدينة في تحديد الأماكن التي تكون فيها حاجة لتوجيه جهود التطبيق.

عدد المدن المطلوب رصدها

يعتمد تقدير عدد المراكز المراد تقييمها بصورة أساسية على ما يلي:

1. الدقة الإحصائية (مثل مستوى الثقة) التي تريد أن تحققها نتائج دراستك
2. الموارد المتاحة لإجراء دراسة الامتثال

إذا كنت تستطيع الوصول إلى خبير في أخذ العينات، يمكنه مساعدتك على اتخاذ قرارات بشأن كيفية الموازنة بين مستوى الثقة الذي يمكن أن تحصل عليه في نتائجك مع مواردك المتاحة.

التعبئة ووضع الملصقات

تتفاوت التشريعات الخاصة بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته وعبوات التبغ تفاوتاً كبيراً بين المناطق والدول. وتعكس عبوات التبغ القرارات المتخذة على مستوى التصنيع. ويسعى تقييم الامتثال - بين أشياء أخرى - إلى تحديد شركات التبغ التي تنتهك القانون. وعادة ما تتسق هذه القرارات التصنيعية (بالامتثال أو عدم الامتثال للوائح القائمة) بين مختلف العلامات التجارية والمناطق، لذا فإن تقييم عبوة تبغ واحدة قد يشير إلى مستوى الامتثال للشركة بأسرها. لتقييم الامتثال لمتطلبات عبوات التبغ ووضع الملصقات، ينصح باستخدام عينة ملائمة تتضمن 10 عبوات للمنتجات كحدٍ أدنى من بين نطاق مصنّعي منتجات التبغ في البلد موضع الدراسة. وسيؤدي أخذ عينة متنوعة لمنتجات التبغ إلى بيانات أكثر فائدة لتقييم أنشطة التعبئة وتحديد الثغرات في التشريعات القائمة. يجب أن تتضمن العينة عبوات تختلف في مظهرها. يمكن العثور على معلومات عن أكثر العلامات التجارية شيوعاً في كل دولة من خلال الاستبيان العالمي لاستخدام البالغين للتبغ (GATS) والذي تصدره منظمة الصحة العالمية.

<http://www.who.int/tobacco/surveillance/gats/en/index.html>

الخطوة رقم 9: إجراء ملاحظات الامتثال

تدريب العاملين

تأكد من تدريب جامعي البيانات على كل جانب من الإجراءات حتى يعلموا ما يجب عليهم فعله وما يجب عليهم البحث عنه. يجب أن تتضمن جلسة التدريب مناقشة الغرض من الدراسة وأن توفر وقتاً كافياً لمراجعة إجراءات القيام بالرصد وتسجيل المعلومات. استخدم الصور الفوتوغرافية بتوسع لتعريف جامعي البيانات على أنواع الأغراض التي سوف يقومون برصدها. يجب تضمين التدريب الميداني وعمليات الرصد التجريبية باستخدام نماذج تجميع البيانات ضمن أنشطة التدريب.

الإشراف على تجميع البيانات

عند خروج جامعي البيانات لإجراء عمليات الرصد، يجب عليهم رفع تقاريرهم إلى منسق الدراسة بصورة منتظمة وتقديم نماذج الاستبيان بعد استكمالها. ويجب أن يراجع المنسق النماذج بحرص لضمان ملئها بصورة مناسبة وأن يعطي تعليقاته لجامعي البيانات حول عملهم.

مثال 1: الامتثال للوائح عبوات السجائر في روسيا وأوكرانيا

أجريت دراسة لتقييم امتثال عبوات السجائر للاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ والتشريع القومي في ثمان من جمهوريات الاتحاد السوفياتي السابق، تشمل روسيا الاتحادية وأوكرانيا. تم تحليل عبوات سجائر لأكثر 10 علامات تجارية يتم تدخينها في كل جمهورية من حيث وضع ملصقات التحذيرات الصحية وحجمها ومحتواها بالإضافة إلى استخدام المصطلحات الخادعة. وأجريت مقارنة بين ملصقات العبوة وبين كل من التشريع القومي والمادة 11 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ لتقييم مدى الامتثال.

في روسيا، تضمنت جميع العبوات تحذيرات صحية، واستخدمت ملصقات التحذير المختلفة، وأظهرت التحذيرات باللغة الرئيسية للدولة، واتبعت الإرشادات التي تحدد حجم الملصق طبقاً لمتطلبات التشريع القومي. لم تمثل العبوات في روسيا لاستخدام ملصقات التحذير المحددة (مقارنة بالعامية)، وتستخدم في المتوسط 2.4 ملصقاً خادعاً لكل عبوة (إلا أن التشريع القومي لا يحظر ذلك). في أوكرانيا، كانت العبوات مطابقة لتضمين ملصقات التحذير الصحية وعرض ملصقات التحذير المختلفة. التشريع القومي في أوكرانيا لا يتطلب تحذيرات صحية محددة، أو عرض التحذير باللغة الرئيسية للبلاد. ولكن القانون يستلزم أن يغطي التحذير الصحي 50% من الواجهتين الأمامية والخلفية للعبوة كحد أدنى. وجدت الدراسة أن العبوات غير مطابقة لهذا القانون، وأن ملصقات التحذير كانت تغطي 30% فقط من الواجهتين الأمامية والخلفية من العبوة. كما يحظر القانون في أوكرانيا استخدام الملصقات الخادعة، رغم أن العبوات لم تكن مطابقة للقانون واستخدمت 2.8 ملصقاً خادعاً في المتوسط لكل عبوة. وتبين هذه النتائج الحاجة لتطبيق لوائح التبعية بصورة أكثر صرامة وبيان الثغرات في التشريعات الوطنية الخاصة بتحذيرات التبغ وملصقاته (وبخاصة في استخدام اللغة الرئيسية للدولة وحظر استخدام الملصقات الخادعة).

الخطوة رقم 10: تحليل نتائج دراسة الامتثال

- بمجرد جمع البيانات، لا بد من التحقق من جودة البيانات والتحليلات التي أجريت للإجابة عن أسئلة الدراسة.
- ما هو المعدل الإجمالي للامتثال لحظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته لجميع المواقع التي تمت زيارتها؟

التحقق من جودة البيانات

- يرتبط ضمان الحصول على بيانات عالية الجودة بالتخطيط الجيد في كل خطوة من خطوات الدراسة. سوف تساعد البروتوكولات التي تقوم بوضعها وتدريب العاملين الذي تجريه في هذه العملية. بمجرد تجميع البيانات، يجب التحقق منها للتأكد من أنها مسجلة بصورة واضحة، ومكتملة ومتسقة مع جميع الإجابات. بمجرد القيام بهذا، يمكن إدخال البيانات على برنامج لتحليل البيانات مثل إكسيل.
- ما هو معدل الامتثال لكل حي من الأحياء وللأحياء مجتمعة (المدينة)؟
- ما هي معدلات الامتثال لعلامات تجارية معينة؟
- ما هي العلاقة بين معدلات الامتثال الحالية مقارنة بالدراسات السابقة؟

تحليل بيانات الرصد

سيتكون تحليل البيانات بصورة رئيسية من الإحصائيات الوصفية مثل النسب المئوية والتعدادات والمتوسطات. هناك العديد من برامج الحاسب الإحصائية المتاحة لإجراء هذه الأنواع من التحليلات منها Microsoft Excel أو Epilnfo أو SPSS أو Stata أو SAS. يجب أن يسترشد تحليل البيانات بالأسئلة الرئيسية التي يجب الإجابة عنها مثل:

مثال رقم 2، رصد اللافتات الكبيرة ونقاط البيع في المكسيك

- في أكتوبر عام 2000، صدر قانون في المكسيك يحظر: الإعلان عن التبغ في الإذاعة والتلفاز ومواقع الإنترنت.
- الإعلان عن التبغ باستخدام لوحات إعلانات الطرق في دائرة نصف قطرها 250 مترًا حول المدارس (بما في ذلك المدارس الثانوية) أو المستشفيات أو المنتزهات أو غيرها من المراكز الرياضية أو العائلية.

وقد أجريت دراسة أولية في مدينتي كويرنافاكا وكولياكان لتقييم مستوى الامتثال للقوانين التي تنظم الإعلان عن التبغ وأثرها على طلاب المرحلة الثانوية. وقد تم رصد وجود أو عدم وجود لوحات إعلانات الطرق تحمل إعلانات التبغ وتم تسجيل ذلك بالقرب من 30 مدرسة و163 نقطة بيع. وقد سجل جامعو البيانات رصد لوحات إعلانات الطرق بجوار المدارس والإعلانات الخارجية في نقاط البيع والإعلانات الداخلية في نقاط البيع. في كويرنافاكا، تم رصد إعلانات عن التبغ على اللافتات الكبيرة بالقرب من المدارس، وفي داخل نقاط البيع وخارجها، مما يوضح عدم الامتثال في الجوانب الثلاثة جميعها. أما في كولياكان، فلم يتم رصد الإعلانات إلا في داخل نقاط البيع. هذه النتائج تشير إلى الحاجة لتطبيق أكثر صرامة للتشريعات القائمة. وبالإضافة إلى ذلك، تم رصد الإعلان عن التبغ بالقرب من محطات الحافلات الخاصة بالطلاب وعلى مسارات المشي أثناء العودة من المدرسة مما يسلب الضوء على المناطق التي يجب تطبيق القانون فيها.

الخطوة رقم 11: استخدام النتائج

هيئات التطبيق

يعد عقد الاجتماعات الخاصة مع هيئات التطبيق من الممارسات الجيدة قبل نشر النتائج على الجمهور. سيؤدي هذا إلى بناء الثقة ويزيد من احتمال قيام تلك الهيئات بما يلزم.

مالكو أو مديرو المواقع التي تمت زيارتها

قد تختار أن ترسل خطابات أو تقدم نتائج الدراسة لأصحاب أو مديري المواقع التي تمت زيارتها لتزويدهم بالمعلومات حول الامتثال بصورة عامة. قد يستخدم تقديم النتائج لتحذيرهم من أن هناك مراجعات للامتثال تُجرى وتشجعهم على الامتثال للقانون. احرص على تهنئة من ثبت امتثالهم للقانون.

الجمهور

يمكن استخدام وسائل الإعلام لتتقيف الجمهور حول مستويات الامتثال للقانون، والدعوة لاستمرار أو زيادة تطبيق القانون من قبل الحكومة. قد يخلق كشف الثغرات الموجودة للجمهور أيضًا طلبًا على تشريعات أقوى مما يضغط على واضعي السياسات لاتخاذ إجراءات.

يجب استخدام نتائج دراسة الامتثال بطرق تناظر الغرض من الدراسة وتعتبر مناسبة بالنظر إلى الأسلوب المستخدم فيها. عند استخدام النتائج، تأكد من تحديد الجمهور، ووضع رسائل أساسية مخصصة لأغراض الدراسة ونشر هذه الرسائل بطرق مصممة لتصل إلى الجمهور المستهدف وتؤثر فيه. يوصي هذا الدليل بالعمل مع مناصرين من أصحاب الخبرة وخبراء التواصل والعلاقات العامة للحصول على إرشادات عند نشر نتائج الدراسة. تتضمن فئات الجمهور واستراتيجيات النشر الشائعة ما يلي:

واضعو السياسات

عادةً ما يكون واضعو السياسات والمسؤولون عن التطبيق هم المستهدفين الرئيسيين من جهود نشر نتائج دراسات الامتثال. يجب أن تبين النتائج بوضوح لوضوح لوضعي السياسات مدى جودة الامتثال للقانون وأن تتضمن نداءً لتخصيص الموارد الإضافية اللازمة لتحسين مستوى الامتثال. كما يجب أن تستخدم البيانات النهائية لبيان الثغرات الموجودة والتي تستغلها صناعة التبغ والتي يجب على واضعي السياسات والقائمين على تطبيقها معالجتها. يمكن عرض النتائج في اجتماعات موجزة خاصة مع المشرّعين وكبار موظفي الحكومة و/أو إرسالها إلى وسائل الإعلام من خلال المؤتمرات الصحفية أو غيرها من الفعاليات.



عربة البرلمان، روسيا (2012)
بتصريح من حملة من أجل أطفال بلا تدخين



إعلان في نقطة بيع، البرازيل 2011
ليه جارفييس

بمجرد تحديد عينة الدراسة، يمكن البدء في جمع البيانات. تبدأ عملية جمع البيانات الفعالة بالتدريب المناسب لجامعي البيانات ويتضمن فرصاً للتدريب على جمع البيانات في مواقع مماثلة لما تتضمنه عينة الدراسة (ولكنها ليست جزءاً منها). يجب الإشراف على جامعي البيانات عند مشاركتهم في الجمع الفعلي للبيانات.

عند استخدام نتائج دراسات الامتثال للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته يجب أن يراجع منظم الدراسة السبب الأولي لإجراء الدراسة. يجب أن ترتبط دراسة الامتثال بخطة استراتيجية أوسع نطاقاً للمناصرة. سوف يساعد استرجاع الغرض من الدراسة والخطة الاستراتيجية الأوسع على تحديد النتائج التي يجب مشاركتها مع الجمهور المستهدف من خلال رسائل رئيسية مصممة بدقة.

قدم هذا الدليل شرحاً لكيفية التخطيط لدراسة امتثال بشأن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته وكيفية تنفيذها لكي تتناول نقاط البيع والإعلانات الخارجية وعبوات التبغ والملصقات والنشرات وهناك العديد من القنوات الأخرى التي يصح إدراجها ضمن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته. وسيتم تناول هذه القنوات الأخرى في كتيبات امتثال أخرى سوف تشكّل في مجموعها إرشادات تقييم الامتثال الصادرة عن كلية جونز هوبكنز بلومبرج للصحة العامة وعن حملة من أجل أطفال بلا تدخين وعن الاتحاد الدولي لمكافحة التدخين وأمراض الرئة.



إعلان في نقطة بيع، اوكرانيا فبراير 2011
الصورة بتصريح من LIFE

الهدف الشامل من دراسة الامتثال للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته يتمثل في تقييم درجة الامتثال للحظر المفروض على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته في منطقة معينة. يحتوي التشريع المتعلق بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته على نصوص تحدد ما هو مسموح وما هو محظور بموجب القانون. تعد معرفة هذه النصوص أمراً أساسياً لفهم مدى جودة تطبيقها. كما يجب أن توجه هذه النصوص أسلوب تصميم وإجراء دراسات الامتثال. يوضح هذا الدليل الخطوات الرئيسية لإجراء دراسة امتثال، مسلطاً الضوء على ما يلي:

دراسات الامتثال يمكن أن تخدم العديد من الأغراض، ولكنها يجب أن ترتبط دائماً بخطة استراتيجية أوسع. وهذا يعني تحديد سبب إجراء الدراسة بدقة وكيفية استخدام النتائج.

ويجب على المنظمات التي تجري الدراسات أن تتحلى بالواقعية بشأن الموارد التي تمتلكها وما سوف تحتاج للحصول عليه حتى تجري دراسة الامتثال.

ويحدد نطاق دراسة الامتثال كيفية تصميمها. يتحدد النطاق بالمستوى الجغرافي الذي سوف يتم تقييم الامتثال فيه، ونوع أو أنواع الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته التي سيتم رصدها وكذلك القوانين المطبقة في منطقتك. ويجب أن تسترشد القرارات الخاصة بنطاق الدراسة بفهم واضح للقانون وكيفية استخدام نتائج دراسة الامتثال. لا توجد طريقة واحدة "صحيحة" لتحديد النطاق، وعادة ما تكون الموارد عنصراً رئيسياً في تحديده.

يجب إجراء دراسة الامتثال بعد وضع جدول زمني شامل وواضح يتيح لجميع المشاركين الفهم والاستعداد المناسب لجميع الخطوات العملية المطلوبة لإجراء عمليات الرصد في المواقع وإصدار النتائج وتعظيم استخدامها.

يتطلب جمع البيانات استخدام أدوات قياسية تطابق أحكام وإجراءات حظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته لضمان جمع البيانات بجودة عالية. يتعين على جامعي البيانات أن يفهموا بدقة ما يجب القيام به عند دخول موقع ما وكيفية تسجيل ما يرصدونه.

تنصح المنظمات بالسعي للحصول على مساعدة شخص ذو خبرة في أخذ العينات عند اتخاذ قرارات بشأن حجم العينة وعند الزيارة أثناء فترة جمع البيانات.

الملحق أ: نموذج لمجدول زمني

المهام	الأسبوع	الأشخاص المخططون	الشخص المسؤول / المشرف	موعد الانتهاء
مهام ما قبل التنفيذ				
تحديد غرض / أهداف الدراسة				
وضع أداة جمع البيانات				
وضع إجراءات الدراسة				
وضع عينة				
تدريب جامعي البيانات				
أدوات وإجراءات الاختبارات الأولية				
مهام التنفيذ				
قم بإجراء اختبارات التحقق من الامتثال				
مهام ما بعد التنفيذ				
إدخال البيانات				
التحقق من جودة البيانات				
تحليل البيانات				
تفسير النتائج				
استخدام نتائج دراسة الامتثال				

الملحق ب: نموذج الملاحظات لنقاط البيع

نموذج الملاحظات الخاص بالإعلان عن التبغ وأنشطة الترويج: الإعلان الخارجي (المادة ١٣ من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ)			
الدولة	المدينة	المنطقة	الشارع
اسم المتجر أو المحل (إن وجد):			تاريخ الملاحظة
العنوان بالكامل وأو الإحداثيات:			
نوع الإعلان الخارجي (اختر النوع الذي ينطبق)			
سوبر ماركت	مقاهي		
متاجر صغيرة/محلات بقالة	كشك دائم		
متجر تبغ	عربة يدوية لبيع التبغ		
غير ذلك (صف من فضلك)			
اسم / رمز جامع البيانات			
الأشياء الملاحظة	مطابقة للقانون	ملاحظات / ملاحظات وأسماء العلامات التجارية المخالفة	موجودة
الإعلانات			
وجود إعلانات لمنتجات التبغ (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل المتعلقة بالحجم والظهور والمكان واللغة)			
وجود هدية عند الشراء. عرض خاص أو عرض لفترة محدودة (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			
وجود تخفيض عند شراء عدة علب (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			
وجود إعلانات مضينة أو ذات خلفية مضينة (بها أضواء) (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			
استخدام إشارات ذات مغزى ثقافي معين (مثل صور أو رموز أو ألوان خاصة وما إلى ذلك) (راجع القانون الخاص بك أو تحدث مع المنصرين المحليين لمعرفة التفاصيل)			
الإعلان عن التبغ اللادخاني أو الزود بنكهة (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			
مكان وضع المنتج (أماكن العرض)			
منتجات معروضة على رفٍ منظم أو منصة عرض (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل المتعلقة بالحجم والظهور والمكان واللغة)			
وجود أغراض تحمل شعار / رمز / علامة تجارية لمنتج التبغ (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل المتعلقة بأشياء مثل الولاعات والظفايات والساعات وسلال التسوق وما إلى ذلك).			
العلامات التحذيرية			
وجود إلزام بوضع علامة (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل المتعلقة بالحجم والظهور والمكان واللغة والصور)			
وجود معلومات للمساعدة على الإقلاع (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			

الملحق ج: نموذج الملاحظات للإعلان الخارجي

نموذج الملاحظات الخاص بالإعلان عن التبغ وأنشطة الترويج: الإعلان الخارجي (المادة ١٣ من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ)			
الدولة	المدينة	المنطقة	الشارع
اسم المتجر أو المحل (إن وجد):		تاريخ الملاحظة	
العنوان بالكامل وأو الإحداثيات:			
نوع الإعلان الخارجي (اختر النوع الذي ينطبق)			
إستناد متنقل بلوحة إعلان أو راية		على المنشآت والمباني ومحطات النقل الجماعي	
شاشة التلفاز العام		على هيكل مركبات النقل الجماعي	
غير ذلك (صف من فضلك)			
اسم/رمز جامع البيانات			
الأشياء الملاحظة	نعم	لا	تعليقات/ملاحظات وأسماء العلامات التجارية الخالفة
هل يمكن رؤية الإعلان بوضوح من مكان مرور المشاة والمركبات بشكل معتاد؟			
هل يلتزم الإعلان بمتطلبات الحجم؟ (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			
وجود تحذير صحي على الإعلان (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل المتعلقة بالحجم والظهور والمكان واللغة والصور)			
استخدام إشارات ذات مغزى ثقافي معين (مثل صور أو رموز أو ألوان خاصة وما إلى ذلك) (راجع القانون الخاص بك أو تحدث مع المنصرين المحليين لمعرفة التفاصيل)			
ترويج التبغ اللادخاني أو المزود بنكهة (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			
هل يستخدم الإعلان أشياء وظيفية ذات علامة تجارية، مثل مظلة أو ما إلى ذلك (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل)			

الملحق د: نموذج الملاحظات للتعبة ووضع الملصقات

نموذج الملاحظات الخاص بالإعلان عن التبغ وأنشطة الترويج: العبوة والملصقات (المادتين ١١ و ١٣ من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ)			
الدولة	المدينة	المنطقة	الشارع
تاريخ الملاحظة			
نوع نقطة البيع التي جُمعت منها العبوة (إن وجدت)			
سوبر ماركت	مقاهي		
متاجر صغيرة/محلات بقالة	كشك دائم		
متجر تبغ	عربة يدوية لبيع التبغ		
غير ذلك (صف من فضلك)			
طريقة ملاحظة العبوة:			
مشتراة	تم جمعها من الأرض	صورة/ملاحظة في نقطة البيع	غير ذلك
اسم/رمز جامع البيانات			
الأشياء الملاحظة		مطابقة للقانون	
		نعم لا	
حجم العبوة وشكلها ولونها ومادتها وملمسها وما إلى ذلك يطابق المعايير التنظيمية (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل) ^{١,٢}			
عدد السجائر في العبوة (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل) ^١			
الأشياء الملاحظة		مطابقة للقانون	
		موجودة	
عرض ملصق التحذير الصحي (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل المتعلقة بالحجم والظهور والمكان واللغة والصور) ^١			
توفير معلومات الإقلاع على العبوة ^١			
استخدام كلمات توحى بوجود نكهة أو بانخفاض الأثر (منخفض، معتدل، خفيف) (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل) ^{١,٢}			
وجود عبوات مزدوجة (راجع القانون الخاص بك لمعرفة التفاصيل) ^٣			
استخدام إشارات ذات مغزى ثقافي معين (مثل صور أو رموز أو ألوان خاصة وما إلى ذلك) (راجع القانون الخاص بك أو تحدث مع المنصرين المحليين لمعرفة التفاصيل) ^٣			
المادة ١١ من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ			
المادة ١٣ من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ			

المؤلفون
حملة من أجل أطفال بلا تدخين
إيلين فيغيري، ماجستير

المعهد العالمي للتحكم في التبغ
كلية جونز هوبكينز بلومبيرج للصحة العامة
جوانا كوهين، دكتورة
أشلي غرانت، ماجستير الصحة العامة
عاصم خان، ماجستير الآداب

الاتحاد الدولي لمكافحة التدخين وأمراض الرئة
إحسان لطيف

شكر وتقدير
تم إعداد هذا الدليل من خلال جهد مشترك بين حملة من أجل أطفال بلا تدخين وكلية جونز هوبكينز بلومبيرج للصحة العامة والاتحاد الدولي لمكافحة التدخين وأمراض الرئة. تم تمويل هذه الوثيقة من قِبَل جمعيات بلومبيرج الخيرية كجزء من مبادرة بلومبيرج للحد من استهلاك التبغ.

هذا الإصدار متاح على:
www.globaltobaccocontrol.org
www.jhsph.edu/igt

للمزيد من المعلومات يرجى الاتصال بـ:
Institute for Global Tobacco Control
2213 McElderry Street, 4th Floor
Baltimore, MD 21205
igt@jhsph.edu