

«شهروند» کمپین‌های موفق در زمینه کاهش اعتیاد به سیگار را معرفی می‌کند

«شاخه گل» به جای «سیگار»

برنامه‌ها و کمپین‌های متعددی تاکنون به‌جای آمده‌است؛ از ترویج نیکوکاران نیکوکاران تا جمع‌آوری سیگارهای شکسته‌دهی محلات عاری از دخانیات و فعالیت‌های ترویجی و اهدای گل به جای سیگار در اماکن عمومی توسط جوانان هلال.

از امروز هفته ملی بدون دخانیات در ایران آغاز می‌شود. هر ساله به مناسبت سال روز جهانی بدون دخانیات، ۳۱ ماه می مصادف با ۱۰ خرداد، اقدامات و فعالیت‌های گسترده‌ای در سطح کشور با همکاری ارگان‌های ذیربط به منظور حمایت‌طلبی برای اجرای سیاست‌های مؤثر بر کاهش مصرف دخانیات و ارتقای سطح آگاهی عمومی به‌ویژه جوانان و نوجوانان نسبت به مضرات استعمال دخانیات انجام می‌پذیرد. با توجه به این که بیماری‌های قلبی و عروقی از جمله سکنه‌های قلبی یکی از عوامل اصلی مرگ‌ومیر در جهان امروز است، موضوع روز جهانی بدون دخانیات سال ۲۰۱۸ با عنوان «دخانیات و بیماری قلبی با شعار «TOBACCO BREAKS HEARTS» از سوی سازمان جهانی بهداشت انتخاب شده‌است. بر همین اساس ۵ تا ۱۱ خرداد ۱۳۹۷ به عنوان هفته ملی بدون دخانیات با شعار ملی «قلبان، سعی برای سلامت خانواده» در نظر گرفته شده‌است.

شهروند | در ایران به عنوان کشوری در منطقه مدیترانه شرقی، آمار بسیار نگران‌کننده‌است؛ در حال حاضر ایران حدود ۱۰ میلیون (۲۷ درصد مردان و ۲۴ درصد زنان ایرانی) سیگاری دارد که با گذر زمان سهم نوجوانان و جوانان در حال افزایش است. اگر چه بیش از نیمی از موارد مرگ‌ومیر ناشی از سیگار در سنین میانسالی (۳۵ الی ۵۹ سالگی) اتفاق می‌افتد، اما مطالعات نشان داده‌اند که ۸۰ درصد افراد سیگاری، کشیدن سیگار را پیش از ۱۸ سالگی آغاز کرده‌اند؛ البته این رقم در ایران کمتر و حدود ۶۰ درصد است. سن شروع مصرف سیگار در ایران از ۱۲ تا ۱۴ سال کاهش پیدا کرده که با توجه به این که ایران از نظر هرم جمعیتی یک جمعیت جوان است، لذا وضعیت نگران‌کننده‌تر از قبل می‌سازد. بنابراین اهمیت مداخله خصوصا در این سنین حساس، به جهت پیشگیری از مصرف سیگار، دو چندان می‌شود. بررسی علل مرگ‌ومیر انسان‌ها در سطح جهان و ایران نشان می‌دهد در دنیا هر ۷ ثانیه و در ایران هر ۱۰ دقیقه یک نفر جان خود را بر اثر ابتلا به عوارض مرتبط با مصرف سیگار از دست می‌دهد که رقم قابل توجهی است. فعالیت‌های مختلفی برای آگاه‌سازی و مبارزه با دخانیات در ایران و دنیا به اجرا در می‌آید. در جمعیت هلال احمر به مناسبت‌های گوناگون به‌ویژه توسط جوانان داوطلب هلال احمر



کمپین محله عاری از دخانیات

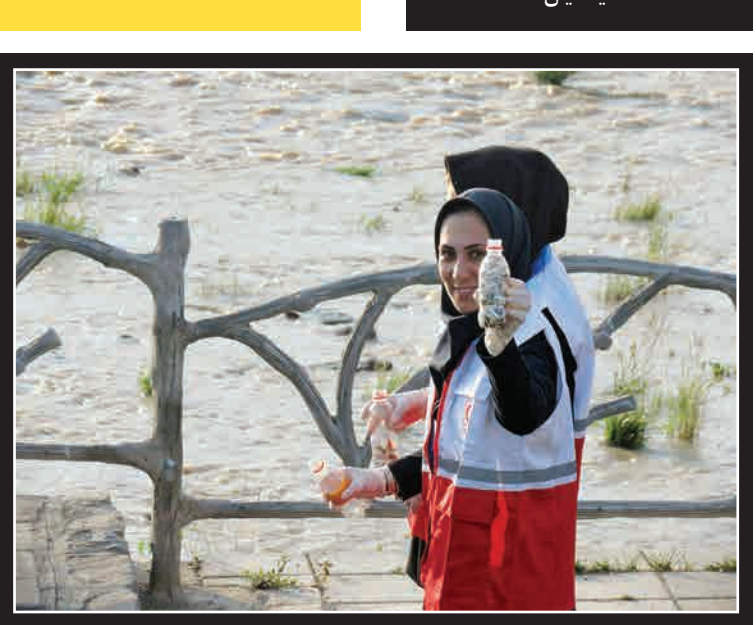
با توجه به عضویت جمعیت هلال احمر در شورای اجتماعی کشور، پیشنهادهای برای پیش‌نویس طرح تقسیم کار ملی برای کنترل و کاهش آسیب‌های اجتماعی با تأکید بر ظرفیت‌های داوطلبانه جمعیت ارائه شد و جمعیت در موضوعاتی چون حاشیه‌نشینی و بافت‌های فرسوده، اعتیاد، زنان سرپرست خانوار، اختلالات روانی و رفتارهای پرخطر (خودکشی و...) آسیب‌های اجتماعی کودکان و... به‌عنوان دستگاه همکار و یامعین مشخص و از ۴ گروه شورای اجتماعی، در دو کارگروه آسیب‌های اجتماعی و مشارکت اجتماعی عضو شد. در این راستا با توجه به مصوبات این کمیته، سازمان جوانان هلال احمر طی تفاهنامه‌ای که با ستاد مبارزه با مواد مخدر داشته، ۱۶۰۰ نفر از جوانان را تحت آموزش همسالان (TOT) قرار داده‌است و هر یک از آنان به ۲۰ نفر از همسالان خود این آموزش‌ها را انتقال دادند. همچنین به‌موجب بند ۳ این تفاهنامه، آموزش پیشگیری مؤثر از اعتیاد جهت نشاط اجتماعی (طرح ملی پیمان) برای ۱۰۰۰ نفر از اعضای فعال و توانمند به‌عنوان سرگروه در ۸ منطقه کشور اجرا شد و ۷ هزار ۷۰۰ نفر از راپلین تشکیل و ضمن آموزش‌های لازم در حوزه پیشگیری از اعتیاد، حرکتی برای حضور جوانان در این زمینه فراهم شد. همکاری با کمیته فرهنگی و پیشگیری ستاد مبارزه با مواد مخدر باعث شد که از سازمان جوانان به‌عنوان عبور تر در کمیته فرهنگی و پیشگیری تقدیر و جمعیت هلال احمر نیز از سوی ستاد مبارزه با مواد مخدر به‌عنوان دستگاه برتر در پیشگیری اولیه معرفی شود.

عناوین روزهای هفته ملی بدون دخانیات

- ۱- شنبه، ۵ خرداد «جوانان علیه قلبان»
- ۲- یکشنبه، ۶ خرداد «خانواده سالم با دوری از قلبان»
- ۳- دوشنبه، ۷ خرداد «قهوه خانه سالم عاری از دخانیات»
- ۴- سه‌شنبه، ۸ خرداد «دوری از دخانیات، حق شهروندی»
- ۵- چهارشنبه، ۹ خرداد «تعهد و مسئولیت اجتماعی در پیشگیری از دخانیات»
- ۶- پنجشنبه، ۱۰ خرداد «دوری از قلبان برای سلامت قلب»
- ۷- جمعه، ۱۱ خرداد «آموزش‌های دینی علیه قلبان»

مشارکت ۷ هزار و ۵۰۰ دانش آموز در «محله عاری از دخانیات»

در برنامه مناسبتی هلال احمر با عنوان طرح محله عاری از دخانیات که با همکاری وزارت آموزش و پرورش و بهداشت و درمان در دو سال متوالی



سیگار در آرزای ۱۱ دقیقه زندگی بیشتر

Aetna که یک شرکت بیمه درمانی در آمریکا است، قصد داشت با رویکردی متفاوت به سلامت، در مورد مضرات سیگار اطلاع‌رسانی کند. تا زمان کمپین Initiative ۱۱ بیشتر کمپین‌های مربوط به سیگار، تهدیدها و چهره‌ها نامیدکننده و سیاهی را از سیگارها به

مردم نشان می‌دادند. اما اگر یک‌بار زبان دیگری برای صحبت با مردم

به کار گرفته می‌شد، چه اتفاقی می‌افتاد؟ دستگامی به نام «دستگاه ۱۱» در معیار عمومی کار گذاشته شد، این دستگاه از مردم می‌خواست سیگارشان را با ۱۱ دقیقه زندگی منحصر به فرد معامله کنند.

چرا ۱۱ دقیقه؟

هسته مرکزی کمپین از این قرار بود: «تحقیقات نشان داده بود که نیکوکاران هر سیگار، ۱۱ دقیقه به عمر انسان اضافه می‌کند. حال بیابید ببینیم چطور می‌توانید از این دقایق بهترین استفاده را بکنید. بله؛ برای هر سیگار ۱۱ دقیقه از عمر گرانبهای انسان صرف می‌شود، پس ترک سیگار این ۱۱ دقیقه‌ها را به مردم برمی‌گرداند. ایده خلاقانه کمپین از این ۱۱ دقیقه‌های الهام گرفته شده بود. کسانی که سیگارهایشان را معاوضه می‌کردند، می‌توانستند ۱۱ دقیقه با سگ‌ها بازی کنند یا این که از تماشای یک شوی اختصاصی جادویی لذت ببرند و حتی شاهد نمایش آکروبات بازی از نزدیک باشند. اینها سناریوهای ویدیوهای آنلاین برای اطلاع‌رسانی مرتبط با موضوع کمپین بود. کمپین در Tumbler آغاز به کار کرد و از کاربران Tumbler خواسته شد در پست‌هایی اعلام کنند دل‌شان می‌خواهد با این ۱۱ دقیقه‌های اضافه چه کنند. کمپین Initiative ۱۱ در تمام شبکه‌های اجتماعی برپا شد، اجرا شد، کاور فیس‌بوک و توییتر Aetna نیز تغییر کرد. تنها جایی که از کمپین خبری نبود، وب‌سایت برن بود. تنها در ۲۴ ساعت، آمار بازدید ویدیوی کمپین به ۷.۱ میلیون بازدید رسید. به نظر می‌رسید سیگارها از این برخورد متفاوت، خرسندند. همه می‌دانستند که این کمپین قرار نیست سیگار کشیدن را از بین ببرد، اما می‌توانست مردم را به فکر وادار تا قدمی برای ترک سیگار بردارند. کمپین همچنین به‌طور غیرمستقیم ماهیت Aetna را برای مردم روشن می‌کرد: سلامت.

کمپین حقیقت

کاهش مصرف دخانیات، مسأله یک کشور یا منطقه خاص نیست؛ موضوعی است که دغدغه بسیاری از سازمان‌های خصوصی و دولتی در سراسر دنیاست. با توجه به کثرت فعالان حوزه مبارزه با مصرف دخانیات، تاکنون اقدامات بسیار متعدد و متنوعی برای پیشگیری و کاهش مصرف دخانیات در سنین و اقشار مختلف صورت گرفته است و کارزارها و برنامه‌های بسیاری در این حوزه شکل گرفته که الزاما هم موفق نبوده است. هر ساله هزینه‌های گزافی از بودجه سازمان‌های دولتی و خصوصی فعال در این حوزه، صرف مبارزه با مصرف دخانیات می‌شود. اما از آن‌جا که بسیاری از شرکت‌های تولید دخانیات از مصرف بیشتر و بیشتر دخانیات توسط مردم سود می‌برند، این مبارزه را حتی نیست؛ از جمله کارزارهای بسیار موفقی که توانست در برابر شرکت‌های سودجو قد علم کند و اقدامی مؤثر در کاهش و حتی پیشگیری از مصرف دخانیات، به‌خصوص در بین قشر نوجوان انجام دهد، کمپین حقیقت است. شناسایی مشکل

نهاد مردمی American Legacy foundation که شاهد بود شرکت‌های

دخانیات قشر نوجوان را هدف جدید محصولات خود قرار داده‌اند، در سال ۱۹۹۹ کمپین Truth (حقیقت) و به دنبال آن، کمپین «تمامش کن» را برای کاهش مصرف دخانیات در بین نوجوانان آمریکایی راه‌اندازی کرد. هدف تغییر هنجارهای اجتماعی در بین نوجوانان به منظور کاهش و در نهایت، توقف مصرف سیگار در بین آنان شعار کمپین براساس تحقیقات گسترده از قشر مخاطب و الگوهای موفق: - ما برای یاری رساندن این‌جا هستیم، نه قضاوت کردن! - ما موعظه نمی‌کنیم، آگاهی می‌دهیم - حقایق را ارائه می‌کنیم، و شما تصمیم می‌گیرید!

استراتژی‌های اقدام و ابزار پس از بررسی تحقیقات علمی در زمینه بازاریابی، تبلیغات و موضوعات اجتماعی و صحبت با نوجوانان: - پرهیز از موعظه و گفتن مستقیم این‌ها؛ سیگار نکشید! - دادن آگاهی و اختیار انتخاب به نوجوانان با ارائه اسناد و بر ملا کردن حقایق پشت پرده شرکت‌های دخانیات برای فریب آنان

- استفاده از روش‌های تبلیغاتی و ابزار مختلف رسانه‌ای و مهم‌ترین آن، آگاهی تلویزیونی برای جلب توجه نوجوانان - استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی مثل فیس‌بوک، توییتر، یوتیوب و اینستاگرام - انتشار داستان‌هایی از دروغ‌ها و فریبکاری‌های شرکت‌های دخانیات، منطبق بر اسناد معتبر و منتشر شده برای عموم نحوه اطلاع‌رسانی به مخاطب و هم‌راه‌سازی

- نمایش پروسه تغییرات، روی وب‌سایت: از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ نوجوانان سیگاری ۲۳٪ بودند تا امروز که ۷٪ هستند. - نمایش میزان گسترش اعضا در فیس‌بوک (۲۰۰۰، ۲۰۰۰۰، ۲۰۰۰۰۰، ۲۰۰۰۰۰۰) توییتر (۹۳،۰۰۰)، یوتیوب، اینستاگرام (۱۹،۰۰۰) و سایر شبکه‌های اجتماعی

طرح پیمان

سازمان جوانان جمعیت هلال احمر به منظور پیشگیری از گرایش جوانان به مواد مخدر طرح پیمان را اجرایی کرده‌است. در این طرح آموزش‌های لازم به یک هزار مربی در راستای شناسایی افراد معتاد و مواد مخدر ارائه می‌شود. انتقال آموزش از مهم‌ترین برنامه‌های این طرح است، به‌طوری که باید آموزش‌های خود را به ۵ نفر دیگر انتقال دهند. این طرح در سراسر کشور اجرا و در پایان دوره، مدرک مربیگری به شرکت‌کنندگان اعطا می‌شود. با اجرایی کردن اصولی طرح پیمان، شاهد رفع معضل اجتماعی اعتیاد در جامعه خواهیم بود و سازمان جوانان جمعیت هلال احمر متفخر است که در راستای ارتقای بویایی و نشاط جوانان گام برمی‌دارد.

