

## مانیٹرنگ

برائے

تمباکو کی تشہیر،

فروغ اور سپانسر شپ (TAPS)

ندیم اقبال کا پیغام  
ایگزیکٹو آڈیٹر، دی نیٹ ورک



پاکستان ہر سال غیر متحدی بیماریوں کی سب سے بڑی وجوہات میں سرفہرست ہے۔ عالمی ادارہ صحت کے مطابق پاکستان میں ہر روز دو سے تین کروڑ افراد اور بارہ سو سے زائد بچے تمباکو نوشی شروع کرتے ہیں۔ تمباکو کا استعمال ہر سال یہاں ایک لاکھ افراد کو موت کے گھاٹ اتار دیتا ہے۔ پاکستان نے 2004 میں FCTC پر دستخط کر دیے تھے اور یہ امر قابل فخر ہے کہ پاکستان کا قومی قانون برائے انسداد تمباکو نوشی (انتہا تمباکو نوشی اور



تمباکو نوشی نہ کرنے والوں کے تحفظ صحت کا آرڈیننس 2002) FCTC سے پہلے بنایا گیا۔

FCTC پر دستخط کرنے سے پہلے ہی ملک میں قومی قانون برائے انسداد تمباکو نوشی (انتہا تمباکو نوشی اور تمباکو نوشی نہ کرنے والوں کے تحفظ صحت کا آرڈیننس 2002) منظور کر لیا گیا تھا۔ اس لیے قومی قانون برائے انسداد تمباکو نوشی میں چھ ایک ہی حصے ہیں جو FCTC کی ہدایات سے مکمل موافقت نہیں رکھتے۔ صارفین کے تحفظ کے ادارے دی نیٹ ورک نے تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ پر لگا رکھے اور اس کی مکمل ممانعت کے لیے ایڈووکیسی کی ہم کا آغاز کیا ہے۔ مجھے امید ہے کہ حکومت مناسب اقدامات اٹھانے کی اور سول سوسائٹی سے مشاورت کے ساتھ تمباکو کی روک تھام کے قوانین میں ضروری ترامیم کرے گی۔ میں امید کرتا ہوں کہ دی نیٹ ورک کا منصوبہ پاکستان میں تمباکو کی روک تھام کے لئے اہم کردار ادا کرے گا۔

بین الاقوامی محاذ پر غیر متحدی بیماریوں سے متعلق ستمبر 2011 میں منعقد ہونے والی اقوام متحدہ کے سمٹ (Summit) میں تمباکو کے استعمال پر غیر متحدی بیماریوں کے خلاف جنگ میں واضح ہدف کے طور پر توجہ مرکوز کی گئی۔ عالمی ادارہ صحت کی ڈائریکٹر جنرل نے یہ کہا کہ ”حالیہ ترین ورلڈ اکٹا کنک فورم اور ہارورڈ یونیورسٹی کی تحقیق سے اندازہ لگایا گیا ہے کہ اگلے بیس سالوں میں غیر متحدی بیماریوں پر 30 ٹریلین ڈالر سے زیادہ رقم خرچ ہوگی جو 2010 میں مجموعی عالمی مقامی پیداوار کے 48 فیصد کے برابر ہے۔ اس حساب سے غیر متحدی بیماریوں کی وجہ سے دنیا کے امیر ترین ممالک کا بھی بے تحاشا سرمایہ صرف ہوگا۔“



**TheNetwork**  
for Consumer Protection

1. تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ (TAPS)
2. TAPS اور POS پر تشہیر سے متعلق پاکستان کی بین الاقوامی ذمہ داریاں
3. تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ پر پابندی (بین الاقوامی مثالیں)
4. دنیا بھر سے خبریں

اس شمارے میں:

## تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ (TAPS)

|   |         |  |
|---|---------|--|
| M | Monitor | تمباکو کے استعمال اور انسداد کی پالیسیوں کی نگرانی       |
| P | Protect | عوام کو تمباکو کے دھوئیں سے بچانا                        |
| O | Offer   | تمباکو کے استعمال کو ختم کرنے کے لیے معاونت فراہم کرنا   |
| W | Warn    | تمباکو کے خطرات سے متنبہ کرنا                            |
| E | Enforce | تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ کی ممانعت ممکن بنانا |
| R | Raise   | تمباکو پر ٹیکسوں کو بڑھانا                               |

فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول (FCTC)، عالمی ادارہ صحت (WHO) کی سرپرستی میں منظور ہونے والا انسداد تمباکو نوشی سے متعلق پہلا بین الاقوامی معاہدہ ہے جو تمام دستخط کنندہ ممالک کو پابند کرتا ہے کہ وہ تمباکو سے متعلق ہر طرح کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ، بشمول دوسرے ملکوں میں تشہیر کو معاہدے کے نافذ العمل ہونے کے بعد پانچ سال کے اندر ممنوع قرار دے۔

FCTC کی دفعہ 13 کے نفاذ سے متعلق تھروڈ کانفرنس آف پارٹیز کی پیش کردہ ہدایات ان بہترین طریقوں کو آشکار کرتی ہیں جو قومی اور بین الاقوامی سطح پر تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ کو ختم کر سکتے ہیں۔ اس سلسلے میں عالمی ادارہ صحت نے تمام رکن ممالک کی سہولت کے لئے MPOWER کے نام سے ایک موثر کلیم متعارف کرایا تاکہ تمباکو کی طلب اور اس سے متعلقہ خدشات کو کم کرنے کے لیے موثر طریقے متعارف کرائے جائیں جو تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ ممنوع قرار دینے کے لیے بھی اقدامات تجویز کریں۔

تمباکو کی صنعت محض اپنے برانڈز کی مشہوری اور مصنوعات کی فروخت کے لیے سالانہ اربوں ڈالر خرچ کرتی ہے۔ تمباکو مصنوعات کی تشہیر و فروغ کے لیے مختلف مہذب طریقے اپناتے ہوئے تمباکو کی صنعت اپنی مصنوعات کو گلیمر، تفریح، مہم جوئی اور کامیابی کے ساتھ جوڑتی ہے تاکہ زیادہ سے زیادہ نوجوانوں کو تمباکو کے استعمال کی طرف راغب کر سکے اور انہیں تمام عمر کے لیے اپنے جال میں پھنسا سکے۔



تمباکو کمپنی کی شہر کاری مہم کے ذریعے تشہیری مہم

تمباکو ساز کمپنیاں اپنے برانڈز کی مشہوری کے لیے پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا سے لے کر تقریبات کی سپانسر شپ، برانڈ کو اجاگر کرنے، برانڈ کو زیادہ سے زیادہ لوگوں تک پہنچانے اور مصنوعات کی قیمت میں رعایت دینے تک تشہیر کے نئے حربے آزما رہی ہیں، یا نئے تمباکو نوشوں کی توجہ حاصل کرنے کے لیے اپنی مصنوعات سے متعلق آگاہی میں اضافہ کرتی ہیں۔

پاکستان کا شمار ان اولین 40 ملکوں میں ہوتا ہے جنہوں نے 2004 میں FCTC کے عالمی معاہدے پر دستخط کئے۔ FCTC کے موثر نفاذ اور تمباکو سے متعلق تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ کے

لیے استعمال کیے جانے والے ہتھکنڈوں پر موثر پابندی لگانے کے لئے پاکستان سمیت ان رکن ممالک کو 27 فروری 2010 تک مہلت دی گئی تھی تاکہ تمباکو کے استعمال سے متعلق بیماریوں اور اموات کے بوجھ میں کمی کی جائے۔ ایک مختط اندازے کے مطابق پاکستان میں تمباکو کے استعمال سے ہر سال ایک لاکھ قیمتی زندگیاں ضائع ہو جاتی ہیں۔ جب کہ پاکستان دنیا میں سب سے زیادہ تمباکو پیدا کرنے والے ممالک میں سرفہرست ہے۔ یہی وجہ ہے کہ یہاں تمباکو کی صنعت کو بہت اثر و رسوخ حاصل ہے جو متعلقہ فیصلوں پر اثر انداز ہوتی اور انسداد تمباکو نوشی کے اقدامات کے نفاذ میں تاخیر کا باعث بنتی ہے۔

اس تہید سے یہ اندازہ لگانا مشکل نہیں کہ پاکستان تمباکو کی صنعت کے لئے بہت ہی موزوں خطہ ہے۔ یہاں یہ صنعت نوجوانوں کو ہر جگہ ان کے سہولت کے مقام اور وقت پر مصنوعات فراہم کرنے کے مقصد کے ساتھ کام کرتی ہے۔ پاکستان میں Pakistan Tobacco Company (PTC) اور Lakson Tobacco (LTC) بڑی کمپنیاں ہیں جو یہاں تمباکو کی مارکیٹ پر چھائی ہوئی ہیں۔ یہاں یہ صنعت برانڈز سے متعلق آگاہی اور برانڈز کی ترجیحات کے ذریعے تمباکو نوشوں کو اپنا ہدف بناتی ہیں۔ یہ دونوں کمپنیاں اپنے برانڈز کے جدت پسندانہ اور تصوراتی طریقہ تشہیر سے صارفین کی برانڈز سے متعلق آگاہی میں اضافہ کرتی ہیں۔

اگرچہ پاکستان میں پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا کے ذریعے تمباکو مصنوعات کی تشہیر اور فروغ پر پابندی عائد ہے۔ مگر یہ صنعت، تجارتی و سماجی ذمہ داری (کارپوریٹ سوشل ریسپانسیبلٹی) اور تجارتی و سماجی سرمایہ کاری (کارپوریٹ سوشل انویسٹمنٹ) کے نام پر امیج سازی کے ذریعے عوام میں اپنے برانڈز کو مشہور کر رہی ہے۔

تمباکو کی صنعت مختلف علاقوں اور خاص طور پر تمباکو کاشت کرنے والے علاقوں میں درخت اگانے کی تحریکوں، پانی کی صفائی کے پلانٹس، تعلیمی منصوبوں اور آفت زدہ علاقوں میں فری طبی کیپوں کے لیے مالی امداد فراہم کرتی ہے۔ تمباکو کی صنعت صارفین کے مزاج، رویے اور توت خرید میں سرمایہ کاری کر کے خریداری کی عادات پر توجہ مرکوز کیے ہوئے ہے۔ تمباکو کی صنعت صارفین کی پسند کے مطابق اپنی مصنوعات کے لیبل اور ڈیزائن کی تیاری سے اپنے فروغ کے لیے کام کرتی ہے جیسے ایک نئے برانڈ کی تشہیر ایک مشہور بھارتی فلم کے ایک مکالمے کی مدد سے کی گئی ”وہی دہنگ مزا“، یہ فقرہ اور فلم دونوں ہی پاکستان بھر میں بہت مشہور ہوئے۔



### سگریٹ کے پیکٹ سادہ بھی تو ہو سکتے ہیں!

ٹوبیکو اینڈ ورژمنٹ گائیڈ لائنز سے متعلق قانونی ادارہ ان گائیڈ لائنز کی خلاف ورزی پر نظر رکھنے کا پابند ہے۔ حکومت نے انسداد تمباکو نوشی کے آرڈیننس 2002 کے تحت ملک کے صوبائی اور وفاقی سطح پر اور چندا اہم اضلاع میں کمیٹیاں تشکیل دی ہیں جن کا کام تمباکو کی تشہیر سے متعلق ہدایات کی خلاف ورزی کو روکنا ہے۔ یہ اہداف حاصل کرنے میں ان کمیٹیوں کی کارکردگی کا جائزہ لینا ضروری ہے۔ ملکی قانون کے تحت مختلف طرح کے میڈیا میں وقت، جگہ، مواد اور حجم کے لحاظ سے تمباکو کی تشہیر پر پابندی عائد کی گئی ہے۔ قانون کے تحت بالواسطہ تشہیر کی بھی ممانعت ہے جیسے تمباکو مصنوعات کی مفت تقسیم اور تقریبات کی سپانسرشپ۔ ضرورت اس امر کی ہے کہ FCTC سے مکمل ہم آہنگ قانون متعارف کرایا جائے اور تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ کی مختلف صورتوں پر مکمل پابندی لگائی جائے۔

یہ واضح ہے کہ تمباکو کی صنعت کی تشہیری اور ترغیبی مہمات پر جزدی پابندی سے متوقع نتائج حاصل نہیں ہو رہے۔ کیونکہ یہ صنعت اپنی مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ کے لئے جدید طریقوں کا استعمال کر رہی ہے جب کہ ناقص قانون سازی سے اسے قواعد و ضوابط کی خلاف ورزی کا واضح موقع ملتا ہے۔

بہت ضروری ہے کہ تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ پر مکمل پابندی لگانے کے لیے متعلقہ قانون میں خامیوں کو دور کیا جائے اور ملکی سطح پر FCTC سے موافق قانون سازی کی جائے۔ یہ وقت ہے کہ پاکستان آگے بڑھے اور ان ملکوں کی فہرست میں شامل ہو جنہوں نے کامیابی کے ساتھ تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ پر پابندی عائد کی اور تمباکو کے استعمال سے پیدا ہونے والی بیماریوں کو کم کیا ہے۔

ملکی قانون برائے انسداد تمباکو نوشی (امتناع تمباکو نوشی اور تمباکو نوشی نہ کرنے والوں کے تحفظ صحت کا آرڈیننس 2002) بلا قیامت یا رعایتی قیمت پر تمباکو کی مصنوعات کی فراہمی اور تحائف کی تقسیم کی اجازت نہیں دیتا۔ لیکن مختلف تحقیقات سے ثابت ہوا ہے کہ تمباکو کی صنعت ملک بھر میں مفت نمونوں، ہاتھ میں باندھنے والی گھڑیوں، دیواروں پر آویزاں کرنے والے کلاس، ٹی شرٹس، چابیوں کے چھلوں، بیگز اور لائٹرز وغیرہ کی صورت میں تحائف تقسیم کر رہی ہے۔ یہ بھی دیکھا گیا ہے کہ تمباکو کی صنعت صارفین تک پہنچ کر انھیں مفت تمباکو نوشی کی سہولت فراہم کرتی ہیں تاکہ وہ اپنے برانڈ بدلیں۔ بد قسمتی سے اس صنعت کی مارکیٹنگ کی اور ترغیبی مہمات جن میں زیادہ تعداد نو جوانوں کی ہے، کی توجہ حاصل کرنے میں غیر معمولی طور پر کامیاب رہی ہیں۔

دوسری طرف صرف سگریٹ اور شیشہ ہی نہیں بلکہ دھواں پیدا نہ کرنے والی تمباکو مصنوعات بھی نو جوانوں میں یکساں پسند اور استعمال کی جا رہی ہیں جن میں گٹکا اور نسوار قابل ذکر ہیں۔ افسوس کی بات یہ ہے کہ غیر وبائی بیماریوں کا بوجھ کم کرنے کے لیے حکومتی اداروں کی عدم توجہی، سیاسی ترجیحات کے فقدان، بے اثر قانون سازی اور ناقص نفاذ قانون کی وجہ سے انسداد تمباکو نوشی کی کوششیں کامیاب نہیں ہو پا رہی ہیں۔

پاکستان میں 'امتناع تمباکو نوشی اور تمباکو نوشی نہ کرنے والوں کے تحفظ صحت کا آرڈیننس 2002' کے نام سے ایک ملکی قانون متعارف کرایا تو گیا ہے مگر اس میں تمباکو مصنوعات، ان کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ سے متعلق ناقص تعریف پیش کی گئی ہے۔ انسداد تمباکو نوشی کا قومی قانون تمباکو مصنوعات میں صرف سگریٹوں کا احاطہ کرتا ہے جب کہ تمباکو نوشی کی دوسری صورتوں جیسے شیشہ پینے، دھویں کے بغیر تمباکو کے استعمال اور تمباکو چبانے پر کوئی بات نہیں کی گئی۔

## TAPS اور POS پر تشہیر سے متعلق پاکستان کی بین الاقوامی ذمہ داریاں

اس پیچیدہ مسئلے کی نوعیت کو سمجھتے ہوئے عالمی ادارہ صحت (WHO) نے 2003 میں 'فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول' (FCTC) کے نام سے صحت عامہ سے متعلق پہلا بین الاقوامی معاہدہ منظور کیا جو بعد ازاں 27 فروری 2005 کو نافذ العمل ہوا اور یہ طے پایا کہ تمام دستخط کنندگان ملکی سطح پر اسے 2010 تک نافذ کرنے کے پابند ہوں گے۔ FCTC کا بنیادی مقصد تمباکو کی صنعت کے غیر اخلاقی اور بے ضابطہ کاروباری رویوں کو قابو میں اور کم کر کے موجودہ اور آنے والی نسلوں کو تمباکو

تمباکو کی مصنوعات کا استعمال صحت پر آنے والے اخراجات میں بے بہا اضافے کا باعث بنتا ہے اور پوری دنیا میں کئی دہائیوں سے لاکھوں لوگوں کی ہلاکت کی وجہ ہے۔ ایک اندازے کے مطابق دنیا بھر میں ہونے والی دس اموات میں سے ایک کی وجہ تمباکو نوشی ہے اور اسے اموات کی دوسری سب سے بڑی وجہ مانا جاتا ہے۔ پھر بھی تمباکو کی صنعت اپنی مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور تقریبات کے لیے امداد کی فراہمی کی صورت میں مسلسل سرمایہ کاری کر رہی ہیں اور اپنے کاروباری مفاد کو صحت عامہ پر ترجیح دیتے ہوئے لاکھوں لوگوں کو روزانہ اپنے جال میں پھنسانے میں کامیاب ہو جاتی ہے۔

## FCTC میں تمباکو مصنوعات کی تشہیر، ترویج اور سپانسرشپ پر پابندی کی دفعات کا تمباکو کی روک تھام کے قومی قانون اور اس کے نفاذ کی صورت حال سے موازنہ

FCTC کی دفعہ 1 (C) کے مطابق ”ایسی ہر تجارتی کمیونیکیشن، تجویز یا عمل تمباکو کی تشہیر اور فروغ کے زمرے میں آتا ہے جس کا مقصد بالواسطہ یا بلاواسطہ طور پر تمباکو کے استعمال یا تمباکو مصنوعات کو فروغ دینا ہو یا اس سے ایسا ممکن ہو۔“

آرڈیننس 2002 کی دفعہ 2(a) میں دی گئی تشہیر کی تعریف، فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول کی دفعہ 1(c) میں پیش کی گئی تمباکو کی تشہیر اور فروغ کی تعریف سے محدود ہے۔ کیوں کہ اس میں فقط سنے اور دیکھے جانے والے اشتہارات، اور تجارتی کمیونیکیشن کے دوسرے الیکٹرانک ذرائع کا ذکر ہے۔ لیکن یہ دوسری ایسی تجارتی سرگرمیوں کا احاطہ نہیں کرتی جو تمباکو کے فروغ کا باعث بن رہی ہیں۔ فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول کی دفعہ 1(C) میں دی گئی ’فروغ‘ کی تعریف، تمباکو کی تشہیر اور فروغ کی تعریف کی نسبت بہت محدود ہے کیوں کہ اس میں صرف ترغیبیاتی تجارتی سرگرمی کی مخصوص سرگرمیوں کا ذکر ملتا ہے نہ کہ سبھی تجارتی سرگرمیوں کا جن سے تمباکو کی فروغ میں مدد ملتی ہے۔ ان دونوں تعریفوں کو اکٹھا کیا جائے تب بھی یہ FCTC میں بیان کی گئی تمباکو کی تشہیر اور فروغ کی تعریف کی نسبت محدود رہتی ہیں۔

آرڈیننس 2002 کی دفعہ 7 میں بیان کی گئی سگریٹ کی تشہیر پر پابندی مبہم ہے اس کے بعد 2003 میں SRO-F 13 کی ہدایات بھی جاری ہوئیں جس سے تمباکو کی صنعت کو پھلنے پھولنے کی بہت گنجائش ملی۔ علاقائی پرنٹ میڈیا جیسے پمفلٹوں، کتابچوں، دستی اشتہاروں اور پوسٹروں پر محدود پابندی عائد ہے۔ جب کہ ان میں تمباکو مصنوعات کی فروخت کی جگہ پر کی جانے والی طباعتی تشہیر شامل نہیں ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر آدھ رات سے صبح چھ بجے تک تمباکو نوشی سے متعلق اشتہارات پر پابندی ہے۔ نوجوانوں کے لیے مختص مطبوعات کے علاوہ دیگر طباعتی ذرائع میں تشہیر کی اجازت ہے۔ اس کے علاوہ تشہیر و ترویج کی دوسری پیشتر اقسام کی اجازت ہے۔ منظور شدہ تشہیر کے ساتھ صحت عامہ کا انتخاب پیش کرنا ضروری ہے۔ تقریبات کی سپانسرشپ منع ہے جبکہ سپانسرشپ کی دوسری اقسام کی اجازت ہے۔

SRO.882(1)/2007 کے مطابق تمباکو مصنوعات کی فروخت کی جگہ (دکانیں، کھوکھے، کریانہ و جنرل سٹور وغیرہ) پر تشہیر کے بورڈ ایک مربع فٹ سے زیادہ بڑے نہ ہوں۔ تمباکو کی صنعت کی اندرونی دستاویزات کے مطابق فروخت کی جگہ پر کی جانے والی تشہیر اس صنعت کے فروغ کے لئے بہت ضروری ہے۔ خاص طور پر جب کہ تشہیر کی باقی اقسام پر پابندی عائد ہے۔ تحقیقات سے ظاہر ہوتا ہے کہ نوجوان نسل فروخت کی جگہ پر ہونے والی تشہیر سے جلد متاثر ہوتے ہیں۔

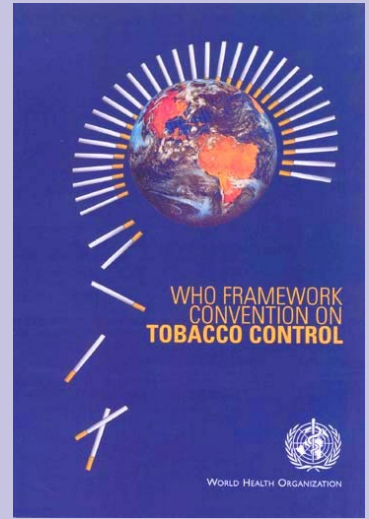
کے استعمال اور اس کے دھوئیں سے صحت، سماج، ماحولیات اور معاش پر ہونے والے نقصانات سے بچانا ہے۔ اب تک 174 ممالک نے FCTC کی تصدیق کی ہے اور اس مسئلے سے متعلق اپنا ہدف حاصل کرنے کے لیے جزوی یا کُل طور پر انسداد تمباکو کے طریقے متعارف کرائے ہیں۔

دیگر پڑوسی ممالک کے مقابلے میں پاکستان نے 2002 میں انسداد تمباکو کے لیے قانون سازی کر کے اس معاہدے کے لیے اپنا تعاون پیش کیا۔ تاہم اس قانون کے نفاذ اور اس پر عمل درآمد کے لیے ضروری اثر پذیر کی کمی ہے کیوں کہ پاکستان میں اب بھی تمباکو کا استعمال وسیع پیمانے پر جاری ہے۔

پاکستان میں انسداد تمباکو سے متعلق دو قوانین ہیں۔ سگریٹس پر انتخابہ کی اشاعت کا آرڈیننس، 1979، اور امتناع تمباکو نوشی اور سگریٹ نہ پینے والوں کے تحفظ صحت کا آرڈیننس 2002۔ اس کے ساتھ ساتھ 2009 میں پاکستان میں مزید ایک SRO-53 کا اطلاق کیا گیا جس کے تحت تمباکو کی مصنوعات کی تشہیر اور فروغ اور اس کی فروخت بڑھانے کے مقصد سے دی جانے والی مفت اشیا، نمونوں، تحفوں اور رعایتوں کی ممانعت کی گئی ہے۔

تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور آمداد پر موثر پابندی اب بھی ضروری ہے۔ بد قسمتی سے امتناع تمباکو نوشی اور سگریٹ نہ پینے والوں کے تحفظ صحت کا آرڈیننس 2002، میں تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ کی جو تعریف پیش کی گئی ہے، وہ فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول میں دی گئی تعریف سے بھی محدود ہے۔ اسی لیے یہ FCTC کے پروڈوکول سے مطابقت نہیں رکھتی۔

عالمی ادارہ صحت کے فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول کی دفعہ 13، (1) پاکستان کو پابند کرتی ہے کہ وہ تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور آمداد کو ممنوع قرار دے۔ اس پابندی کو نافذ کرنے کی آخری تاریخ ایک سال پہلے گزر چکی ہے۔ پاکستان میں فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول کے نفاذ میں بڑی رکاوٹیں حکومتی ارادے کا فقدان اور انتظامیہ کی بے حسی ہیں۔ اس بات کے دستاویزی ثبوت موجود ہیں کہ تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ



اور آمداد پر مکمل پابندی لگا کر ہی تمباکو کے استعمال پر قابو پایا جاسکتا ہے۔

دنیا بھر میں تمباکو مصنوعات کی روک تھام کے لئے کئے گئے موثر اقدامات کے حوصلہ افزا نتائج برآمد ہوئے ہیں۔ تمباکو مصنوعات کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ پر موثر پابندی لگا کر مثال قائم کرنے والے ممالک میں تھائی لینڈ، گھانا، آسٹریلیا، ترکی، پانامہ اور اردن شامل ہیں۔

ہے۔ اس کی علیحدہ تعریف نہیں کی گئی۔ اس بنیادی اصطلاح کی تعریف نہ ہونے سے بہت سی شقوں کی تشریح مشکل ہو جاتی ہے۔ اس سے FCTC کی دفعہ 13 اور اس کی ہدایات کا اطلاق اور عملدرآمد مشکل ہو سکتا ہے۔ FCTC کی دفعہ 1 (g) کی مناسبت سے تمباکو کی سپانسرشپ کی تعریف پیش کی جانی چاہئے۔

FCTC کی دفعہ 1 (F) کے مطابق وہ تمام مصنوعات تمباکو سے متعلقہ تصور کی جائیں گی جن میں جزوی یا کلی طور پر تمباکو کا پتہ استعمال کیا گیا ہو اور انہیں دھواں نکلنے، چوٹ، چبانے یا سونگھنے کیلئے تیار کیا گیا ہو۔

غیر واضح بنیادی اصطلاحات یا مبہم تعریفات قانون کی دیگر ٹھوس شقوں پر عملدرآمد کی راہ میں بہت بڑی رکاوٹ ہیں۔ FCTC کی دفعہ 1 (f) کی روشنی میں تمباکو پر ایڈکٹ کی تعریف ہونی چاہئے۔ قومی قانون کی دفعہ 2 (i) میں صرف تمباکو نوشی (سگریٹ، سگار اور دوسری طرح کی تمباکو نوشی) کا ذکر ہے جبکہ دھوئیں کے بغیر تمباکو بھی صحت کے لئے اتنا ہی نقصان دہ ہے اور معاشرے میں نوجوانوں اور بالغ افراد میں بہت استعمال کیا جاتا ہے۔

دنیا بھر میں مختلف ممالک نے 'تمباکو کی تشہیر، ترویج اور سپانسرشپ' کو ممنوع قرار دے کر تمباکو سے پیدا ہونے والے صحت کے مسائل کم کرنے میں اہم پیش رفت کی ہے۔ گوکہ پاکستان 'تمباکو کی تشہیر، ترویج اور سپانسرشپ' (TAPS) پر جزوی پابندی عائد کر کے اس ضمن میں پیش رفت کر رہا ہے لیکن 'تمباکو کی تشہیر، ترویج اور سپانسرشپ' پر مکمل ممانعت کے ساتھ FCTC سے موافق قانون نافذ کرنے کی ذمہ داری پوری کرنے کے لیے بہت کچھ کرنا باقی ہے۔

اگرچہ آئین میں اٹھارویں ترمیم موجودہ قوانین پر مسلسل عملدرآمد کی سہولت فراہم کرتی ہے مگر موثر نظام کے نفاذ اور انتظامی اداروں کی غیر موجودگی میں ضروری ہے کہ صوبائی اسمبلیاں ان قوانین کو اختیار اور از سر نفاذ کریں۔ تجویز یہ ہے کہ صوبائی حکومتیں خود مختاری کے ساتھ یا وفاقی حکومت کی نگرانی میں فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول سے موافق ایسا ملکی قانون بنائیں جس سے تمباکو کی صنعت کو کسی طور پر نکلنے کا موقع حاصل نہ ہو اور 'تمباکو کی تشہیر، ترویج اور سپانسرشپ' پر موثر پابندی لگائیں۔ مزید معلومات کے لیے ملاحظہ کیجئے:

<http://www.tobaccocontrolaws.org/country/pakistan>

تشہیر کے بہت سے ذرائع ایسے ہیں کہ جن کا ملکی قانون احاطہ نہیں کرتا جیسا کہ، انٹرنیٹ پر تمباکو مصنوعات کی تشہیر، بین الاقوامی اخبارات و رسائل کے ذریعے تشہیر، تمباکو مصنوعات کی فروخت کے مقام پر تشہیر، روایتی ڈاک، موبائل اور دیگر فونز، مخصوص الفاظ، ڈیزائن، امیجز (Images)، لیبیل اور پیکنگ، صارفین سے براہ راست ملاقاتیں، تمباکو کے برانڈز کے نام یا برانڈ کے لوگو یا برانڈ سے متعلق دیگر نشانات استعمال کرنے والی غیر تمباکو مصنوعات اور سروسز (برانڈ شیرنگ)، پرچون فروشوں کے لیے تبلیغی منصوبے (جیسے خاص حد تک فروخت بڑھانے، تشہیر کا دائرہ پھیلانے والے پرچون فروشوں کے لیے انعامات)، یا تمباکو مصنوعات کی فروخت بڑھانے کے لیے دکاندار کو دیا جانے والا



مالی لالچ، تقریبات، کھیلوں، افراد یا گروپس کی تمباکو کی صنعت کی طرف سے مالی یا دیگر امداد (جیسے کھیلوں، فنون، سیاست، فلاح عامہ یا خیراتی سرگرمیوں میں شامل گروپس یا جیسے نوجوانوں کو تمباکو کے استعمال سے

بچانے کے منصوبے وغیرہ)، تمباکو کی تمباکو کی اشیاء یا نمایاں تشہیر تمباکو نوشی میں اضافے کا باعث بنتی ہے؟ کی صنعت کی طرف سے مختلف جگہوں جیسے کلبوں، تفریحی جگہوں یا تمباکو مصنوعات کی فروخت کی جگہوں کے منتظمین کو ان جگہوں کی تعمیر، تزئین و آرائش کے نام پر یوں مالی امداد کرنا جس سے تمباکو کے استعمال کو فروغ ملے، کسی پرچون فروخت یا تقریب کی جگہ پر کسی خاص مصنوعات یا کسی خاص کمپنی کی پراڈکٹ کی بہت خوب فروخت یا نمایاں تشہیر کے بدلے مالی یا دیگر ادائیگی کرنا، کسی بھی ایسے طریقے (بشمول کوئی اصطلاح، بیانیہ، ٹریڈ مارک، تمغہ، تجارتی امیج، لوگو، رنگ، شبیہ یا کوئی اور نشان) سے ترویج کرنا جو غلط، گمراہ کن یا فریب کن ہو یا کسی پراڈکٹ کی خصوصیات، صحت پر اس کے اثرات، خطرات یا اس سے خارج ہونے والی گیسوں سے متعلق ایک نادرست تاثر پیدا کرنے کا باعث بنے۔

فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول کی دفعہ 1 (g) کے مطابق سپانسرشپ یا امداد سے مراد کسی تقریب، سرگرمی یا فرد کو فراہم کی جانے والی کوئی ایسی معاونت ہے جس کا مقصد تمباکو کی کسی پراڈکٹ کے استعمال کو براہ راست متاثر کرنا یا اسے فروغ دینا ہو۔

آرڈیننس 2002 کی دفعہ 2 (F) کے مطابق 'سپانسرشپ' کی تعریف، 'فروغ' کی تعریف کا حصہ

## تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ پر پابندی: بین الاقوامی مثالیں اور بہترین طریقہ ہائے کار

عائد کی گئی، وہاں فقط 1 فیصد کی دیکھی گئی۔ تمباکو کی تشہیر پر جزوی پابندی موثر ثابت نہیں ہوگی کیوں کہ تمباکو کی صنعت کھیلوں، تقریبات یا تجارتی سماجی ذمہ داری کی سرگرمیوں، تمباکو کی فروخت کی جگہوں پر مصنوعات کی نمائش جیسے بالواسطہ تشہیر کے جدید طریقے استعمال کر کے اپنے برانڈ کے فروغ کو ممکن بنا لیتی ہے۔

دنیا بھر میں تمباکو کی روک تھام کے منصوبوں میں تمباکو کی تشہیر اور سپانسرشپ پر پابندی عائد کرنا ایک بہت موثر طریقہ کار ہے۔ اعداد و شمار سے ظاہر ہے کہ سگریٹ کی تشہیر اور اس کے فروغ پر موثر پابندی سے 8 فیصد فی کس تک تمباکو کے استعمال میں کمی لائی جاسکتی ہے۔ وہ ممالک جہاں جزوی پابندی

ہوا۔ اسکے بعد مئی 2003 میں تمباکو کی براہ راست مارکیٹنگ اور بولائی 2003 میں سپانسرشپ پر پابندی عائد کی گئی۔ انگلینڈ میں عمومی طور پر تمباکو کی تشہیر پر پابندی ہے سوائے تمباکو مصنوعات کی فروخت کی جگہ پر کی جانے والی تشہیر کے۔ فروخت کی جگہ پر A.5 سائز کے اشتہار کی اجازت ہے اور کان پر ایک پیکٹ کے سائز سے بڑے اشتہار کی اجازت نہیں ہے۔ تمباکو کے فروغ کی دیگر سرگرمیوں پر پابندی ہے۔ اگرچہ سپانسرشپ پر بھی پابندی ہے مگر مالی معاونت اور تجارتی سماجی ذمہ داری کا ذکر قانون میں نہیں ملتا۔

تمباکو کی تشہیر اور فروغ کے ایکٹ (TAPA) اور تمباکو کی روک تھام کے دوسرے اقدامات کے نفاذ کے بعد طلباء کا ایک سروے کیا گیا جس کے مطابق ان طلباء کے تناسب میں نمایاں کمی دیکھنے میں آئی جنہوں نے کبھی تمباکو نوشی کی۔ اس تناسب کی شرح 1982 میں 53 فیصد تھی جو کم ہو کر 2008 میں 33 فیصد رہ گئی۔ یہ بھی دیکھا گیا کہ 15-11 سال کے بچوں کی جگہ تمباکو نوشی کی ابتداء کی عمر 25 سال تک پہنچ گئی۔ جبکہ ایسے افراد جو ہفتے میں کم از کم ایک دفعہ تمباکو نوشی کرتے ہیں ان کی شرح 2006 میں 9 فیصد سے کم ہو کر 2007 میں 6 فیصد رہ گئی۔ یہ شرح 1982 میں سروے کی ابتداء سے اب تک سب سے کم ہے۔ 2004 میں کی جانے والی ایک تحقیق کے مطابق برطانیہ میں تمباکو کی تشہیر پر پابندی کے بعد تمباکو نوشی ترک کرنے کا ارادہ رکھنے والے ممکنہ افراد میں 1.5 فیصد اضافہ ہوا ہے۔

## آسٹریلیا:

آسٹریلیا میں تمباکو کے خلاف قانون 'آسٹریلیا ٹو بیکوایڈ ورڈمنٹ لاء' 1992 میں نافذ ہوا۔ آسٹریلیا کا 'تمباکو کی تشہیر کی ممانعت کا ایکٹ' تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ پر پابندیاں عائد کرتا ہے۔ یہ قانون ریڈ پو اور پرنٹ میڈیا کے ذریعے تمباکو کی تشہیر کی ممانعت کرتا ہے۔ ان پابندیوں میں پرنٹ میڈیا اور فلموں، ویڈیوز، ریڈیو یا ٹیلی ویژن، ٹکٹوں کے ذریعے تشہیر یا کسی بھی ایسی شے کی فروخت پر پابندی شامل ہے جس پر تمباکو کی تشہیر کی گئی ہو۔ اسی طرح ہل بورڈوں اور پبلک ٹرانسپورٹ پر لگے اشتہارات بھی پابندی کا حصہ ہیں۔ 2000 میں اس قانون میں ایک ترمیم کے ذریعے آسٹریلیا نے کھیلوں اور مختلف تقریبات کی سپانسرشپ پر بھی پابندی عائد کر دی۔

تمباکو کی تشہیر سے متعلق ایکٹ کے نفاذ کے بعد تمباکو کی روک تھام سے متعلق ایک مؤثر پالیسی اپنانے کی وجہ سے تمباکو کے استعمال میں 7 فیصد کمی دیکھی گئی۔ آسٹریلیا میں 1992 میں (اٹھارہ سال اور اس سے زیادہ عمر کے) بالغ افراد میں تمباکو نوشی کی شرح 26 فیصد، مردوں میں 29 فیصد اور عورتوں میں 21 فیصد تھی۔ 2007 میں اس شرح میں بالغ افراد میں 19 فیصد، مردوں میں 21 فیصد اور عورتوں میں 18 فیصد تک کمی آئی۔

مختلف تحقیقات سے یہ بات ظاہر ہوتی ہے کہ تمباکو کی تشہیر اسکے استعمال میں اضافہ کرتی ہے۔ یہ ثابت ہوا ہے کہ اگر دنیا بھر میں تمباکو پر ایسی پابندیاں عائد کی جائیں تو اس کے استعمال میں عالمی سطح پر 7 فیصد تک کمی آ سکتی ہے۔ ان پابندیوں کے بعد سگریٹ کے فی کس استعمال میں فن لینڈ میں

تمباکو کی صنعت تشہیر پر ہر سال اربوں ڈالر خرچ کرتی ہے اور اس کام کے لئے اپنی آمدنی کا 6 فیصد حصہ مختص کرتی ہے۔ FCTC کے رہنما اصول عالمی ادارہ صحت کے رکن ممالک کو تجویز دیتے ہیں کہ وہ تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ پر مؤثر پابندی عائد کریں۔ مختلف ممالک میں تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ پر مؤثر پابندی عائد کر کے نہ صرف تمباکو کے استعمال میں کمی لائی گئی ہے بلکہ اس سے متعلق بیماریوں کی شرح میں بھی کمی دیکھی گئی ہے۔

## تھائی لینڈ:

تمام جنوب مشرقی ایشیائی خطے میں تھائی لینڈ کا تمباکو کی مصنوعات کی روک تھام کا ایکٹ 1992 تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ کے حوالے سے بہتر قانون مانا جاتا ہے۔ اس قانون کے تحت تمباکو مصنوعات کی بالواسطہ یا بلاواسطہ تشہیر پر مکمل پابندی عائد ہوتی ہے۔ تمباکو مصنوعات کے فروغ کے لیے کی جانے والی تمام سرگرمیوں کو یہ قانون ممنوع قرار دیتا ہے جیسے مفت نمونوں اور تحائف کی تقسیم اور ایسی چیزوں کی تشہیر جن کی ہیئت ایسی ہو کہ ان سے تمباکو مصنوعات کی نقل معلوم ہوتی ہوں۔ تھائی لینڈ سے جانے والے افراد کے لیے بنائی گئی ڈیوٹی فری شاپس کے علاوہ تمباکو کی مصنوعات کی نمائش پر مکمل پابندی ہے۔ تمباکو کی صنعت کی جانب سے تقریبات اور مختلف سرگرمیوں کی سپانسرشپ کی ایکٹ میں تعریف نہیں کی گئی۔ مگر اس ایکٹ کے سیکشن 8 کے مطابق سگریٹوں یا سگریٹ کے لوگو کو دکھانے یا اس کا ذکر کرنے پر پابندی ہے۔ لہذا ایسی سپانسرشپ جس میں سگریٹ کے لوگو یا سگریٹ کا نام ظاہر کیا جاتا ہے، غیر قانونی ہے۔ تھائی لینڈ میں عالمی ادارہ صحت کے معاہدے FCTC کی دیگر ہدایات پر بھی عمل کیا گیا ہے اور تمباکو مصنوعات پر بھاری ٹیکس عائد کیے گئے اور یہ پابندی بھی عائد کی ہے کہ تمباکو نوشی سے متعلق مصنوعات پر طبی انتہاء اور متعلقہ تصاویر نمایاں انداز میں شائع کی جائیں۔

تمباکو مصنوعات کی روک تھام کے ایکٹ اور متعلقہ پالیسی کو اپنانے کے بعد ملک میں تمباکو نوشی کی شرح میں 1991 سے 2006 کے دوران 25 فیصد کمی آئی۔ تمباکو نوشی کی شرح 1981 سے 2001 میں 35.2 فیصد سے 22.5 فیصد تک رہ گئی۔ اس دورانیہ میں یہ شرح مردوں میں 63.19 فیصد سے 42.92 فیصد اور عورتوں میں 5.39 فیصد سے 2.36 فیصد تک کم ہوئی۔ 1995 سے 2000 تک سگریٹ کا سالانہ فی کس استعمال 1087 سے کم ہو کر 798 تک رہ گیا۔

## برطانیہ:

برطانیہ، 2004 میں FCTC کا رکن بنا۔ برطانیہ میں 'ٹو بیکوایڈ ورڈمنٹنگ اینڈ پروموشن ایکٹ 2002' (TAPA)، تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ کو قابو کرنے میں مدد و معاون ثابت ہوا۔ علاوہ ازیں برطانیہ میں تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسرشپ سے متعلق یورپی یونین کی ہدایات بھی نافذ العمل ہیں۔

اس قانون کا اطلاق فروری 2003 میں ہل بورڈز اور پرنٹ میڈیا کے ذریعے تشہیر پر پابندی سے

## تمباکو کی تشہیر، ترویج اور سپانسر شپ (TAPS) اور تمباکو مصنوعات کی فروخت کے مقام پر تشہیر کی نگرانی

صارفین کے تحفظ کے ادارے 'دی نیٹ ورک' نے FCTC کے آرٹیکل 13 میں دی گئی ہدایات کے مطابق تمباکو کی تشہیر فروغ اور سپانسر شپ کی روک تھام کے لئے ایک اور مہم شروع کی ہے۔ یہ مہم بلوم برگ گلوبل کے تمباکو کی روک تھام کے منصوبہ (Bloomberg Global Initiative to Reduce Tobacco Use) کے تحت کام کرے گی۔ یہ منصوبہ ملک کے بڑے اضلاع میں تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ اور تمباکو مصنوعات کی فروخت کے مقام پر تشہیر کی نگرانی کا ایک نظام قائم کرے گا تاکہ پیشہ ورانہ اداروں، میڈیا، فعال شہری گروپس، قومی اور ذیلی قومی اراکین پارلیمان اور سیاستدانوں میں اس موضوع سے متعلق حساسیت پیدا ہو اور ان کی آگاہی میں اضافہ کیا جائے۔ اس منصوبے کا مقصد مخصوص اضلاع میں مقامی پریس کلبوں، سماجی سوسائٹی کی تنظیموں، رائے ساز افراد اور سیاستدانوں کیساتھ کام کرتے ہوئے تمباکو کی روک تھام کے موجودہ قوانین پر عملدرآمد کے لئے دباؤ ڈالنا ہے۔

اس منصوبے میں دی نیٹ ورک کے شراکت داروں میں ٹوبیکو کنٹرول سیل (وزارت بین الصوبائی تعاون)، عالمی ادارہ صحت، کولیشن فار ٹوبیکو کنٹرول، پاکستان میڈیکل ایسوسی ایشن، انٹرمیڈیا اور عورت فاؤنڈیشن شامل ہیں۔



37 فیصد، فرانس میں 14 فیصد، نیوزی لینڈ میں 21 فیصد اور ناروے میں 26 فیصد تک کی دیکھی گئی ہے۔ فن لینڈ اور یونان جیسے چند ممالک نے 1991 میں نافذ ہونے والی پابندی سے پہلے ہی ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر تمباکو سے متعلق تشہیر کو غیر قانونی قرار دے دیا تھا۔ پاناما نے بھی تمباکو سے متعلق تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ کی تمام اقسام پر پابندی عائد کر رکھی ہے۔

دوسری طرف برطانیہ اور آسٹریلیا جیسے ممالک نے تمباکو کی تشہیر کے مقابلے میں تمباکو کے خلاف تشہیر شروع کر دی ہے۔

تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ پر مکمل پابندی سے پہلے اور بعد کی صورت حال کا موازنہ کرنے پر یہ بات واضح طور پر ثابت ہوتی ہے کہ اس پابندی سے تمباکو نوشی میں کمی ہوتی ہے۔

پاکستان نے تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ پر جزوی پابندی عائد کی ہے جو تمباکو کے استعمال کو کم کرنے میں مؤثر ثابت نہیں ہوئی کیوں کہ پچھلے چند سالوں میں تمباکو کے استعمال میں اضافہ ہوا ہے۔ لہذا ایک جارحانہ مہم چلانے کی ضرورت ہے تاکہ تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ پر موثر پابندی عائد کی جائے۔ یہ حکومت کی ذمہ داری ہے کہ وہ FCTC کی منظور کی گئی ہدایات کے مطابق تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ پر مکمل پابندی عائد کرے۔

## دنیا بھر سے خبریں

### نیویارک میں انسداد تمباکو کے اقدامات سے تمباکو نوشی کی شرح میں غیر معمولی کمی

نیویارک کے ریاستی شعبہ صحت نے نوجوانوں اور بالغوں میں سگریٹ نوشی کی روک تھام کے لیے جاری کردہ منصوبے کی شاندار کامیابی کا ذکر کیا ہے۔ اگست 2011 میں شائع ہونے والی تازہ ترین رپورٹ کے مطابق 2000 سے 2010 کے دوران تمباکو نوشی میں واضح کمی واقع ہوئی ہے جس کی تفصیل یوں ہے:

- ☆ نڈل اسکول کے طلباء میں 10.2% سے 3.2% تک کمی
- ☆ ہائی اسکول کے طلباء میں 27.1% سے 12.6% تک کمی
- ☆ نوجوانوں میں 33% سے 23.1% تک کمی
- ☆ بالغ افراد میں 21.6% سے 18% تک کمی

نیویارک کی ریاست میں 2010 میں 2000 کی نسبت بالغ تمباکو نوشوں میں تقریباً 4 لاکھ تک کمی ہوئی۔ پچھلے دس سالوں میں نیویارک کی ریاست نے تمباکو کے استعمال میں کمی کے لئے شواہد پر مبنی پالیسیاں اختیار کیں۔ ان پالیسیوں میں ریستورانوں اور بارز سمیت کام کرنے کی اور عوامی جگہوں پر

تمباکو نوشی کی ممانعت، تمباکو کی مصنوعات پر بھاری ٹیکس اور عوام کو تمباکو کے نقصانات سے آگاہ کرنے کے لیے میڈیا کی مہمات شامل ہیں۔ نیویارک کے ریاستی شعبہ صحت کی شائع کردہ رپورٹ میں بیان کیا گیا ہے کہ انسداد تمباکو کی موثر پالیسیاں جیسے کہ بھاری ٹیکس کا نفاذ اور کام کرنے کی اور عوامی جگہوں پر تمباکو نوشی کی مکمل ممانعت سے نوجوان نسل کو تمباکو نوشی سے روکا جاسکتا ہے اور لوگوں کو تمباکو نوشی ترک کرنے میں مدد دی جاسکتی ہے۔

## اقوام متحدہ کا غیر متعدی بیماریوں پر ہونے والے سمٹ (Summit) میں حکومتوں سے تمباکو نوشی ختم کرنے کا مطالبہ

ستمبر 2011 کو ہونے والے غیر متعدی امراض پر اقوام متحدہ کے سمٹ (Summit) برائے 2011 میں حکومتوں سے تقاضا کیا گیا ہے کہ وہ اپنے علاقوں میں تمباکو نوشی کے استعمال کو کم کرنے کے لئے ضروری اقدامات کریں۔ سمٹ میں شریک اقوام متحدہ کے رکن ممالک کے ایک اعلامیے کے مطابق عالمی ادارہ صحت کے معاہدے FCTC پر عملدرآمد تیز کیا جائے گا اور جن ممالک نے اس معاہدے سے اتفاق نہیں کیا، انہیں ایسا کرنے کے لئے حوصلہ افزائی کی جائے گی۔

اعلامیہ یہ بھی تسلیم کرتا ہے کہ تمباکو کے استعمال میں کمی لانا غیر متعدی بیماریوں کو کم کرنے میں بہت اہم کردار ادا کرتا ہے جبکہ ٹیکس اور قیمت میں اضافہ تمباکو کا استعمال کم کرنے میں بہت مؤثر اور اہم ہے۔

سمٹ (Summit) میں یہ فیصلہ کیا گیا کہ عالمی ادارہ صحت کے معاہدے FCTC کا مکمل نفاذ دل کے مرض، کینسر، ذیابیطس اور سانس کی بیماریوں کی شرح میں غیر معمولی کمی کرے گا۔ تمباکو پر ٹیکسوں اور قیمتوں میں اضافہ نہ صرف صحت کے تحفظ کو ممکن بنائے گا بلکہ یہ منافع بخش بھی ہوگا۔ غیر متعدی بیماریوں سے ہونے والی اموات کی تعداد سالانہ تین کروڑ ساٹھ لاکھ ہے جن میں سے ساٹھ لاکھ افراد تمباکو کے استعمال اور اس کے دھوئیں سے دوسروں کو پینپنے والے نقصان سے ہلاک ہو جاتے ہیں۔

اپنی آراء کے اظہار کے لئے ای میل کیجئے  
یا ہمیں لکھیے مندرجہ ذیل پتے پر

[tobaccocontrol@thenetwork.org.pk](mailto:tobaccocontrol@thenetwork.org.pk)



**TheNetwork**  
for Consumer Protection

Flat No. 5, 2nd Floor, 40-A,  
Ramzan Plaza, G-9 Markaz,  
Islamabad, Pakistan.  
Ph: + 92 51 2261085  
Fax: + 92 51 2262495

E-mail; [main@thenetwork.org.pk](mailto:main@thenetwork.org.pk)  
Website: [www.thenetwork.org.pk](http://www.thenetwork.org.pk)

**Disclaimer:** This Newsletter is produced with grant from Bloomberg Grant Initiative (The international Union against Tuberculosis and Lung Diseases & Campaign for Tobacco Free Kids). The contents of this document are the sole responsibility of the authors and can under no circumstances be regarded as reflecting the position of the donors.

## روس میں FCTC سے موافق اسناد تمباکو قانون کے مسودے کی تیاری

آنے والے 12 مہینوں میں روس میں تمباکو کے خلاف جاری مہم نہایت اہم مرحلے سے گزرے گی۔ روسی وزارت برائے صحت و سماجی ترقی نے ایک جامع قانونی دستاویز جاری کی ہے جو FCTC سے مکمل طور پر ہم آہنگ ہے۔ اگرچہ روس نے FCTC کو 2008 میں منظور کر لیا تھا مگر پھر بھی یہ دنیا کے ان ممالک میں شامل رہا جہاں تمباکو کا استعمال سب سے زیادہ ہے۔ روس میں سالانہ 4 لاکھ افراد تمباکو سے متعلقہ بیماریوں سے لقمہ اجل بن رہے ہیں۔ اگست 2011 روس کی تاریخ میں ایک اہم سنگ میل کی حیثیت رکھتا ہے۔ کیوں کہ روسی وزارت صحت نے FCTC کی شرائط سے موافق ایسی قانونی دستاویز جاری کی ہے جس میں ٹیکسوں میں اضافہ، تشہیر پر پابندیاں، تمباکو نوشی سے پاک جگہیں، انتخابی لیبل، ترک تمباکو نوشی میں معاونت اور عوام کی آگاہی کی ہمیں بھی شامل ہیں۔ یہ بات بھی قابل ذکر ہے کہ تمباکو کی صنعت نے اس قانونی دستاویز کے خلاف آواز بلند کر دی ہے۔

ایسی فلمیں دیکھنے والے نوجوان، جن میں اداکاروں کو تمباکو نوشی کرتے دکھایا جائے، اس لٹ کا نسبتاً جلد شکار ہوتے ہیں: نئی برطانوی تحقیق

برطانیہ کی برٹل یونیورسٹی کے ماہرین نے فلموں کو سند دینے کے قانون میں تبدیلی کا مطالبہ کیا ہے تاکہ 18 سال تک عمر کے نوجوان تمباکو نوشی والے مناظر نہ دیکھ سکیں۔ برٹل یونیورسٹی میں 15 سال کی عمر کے پانچ ہزار بچوں کے مشاہدے سے یہ تجزیہ کیا گیا 2001 سے 2005 میں ریلیز ہونے والی 360 امریکی ٹاپ فلموں میں سے چند ایک میں اداکاروں کو تمباکو نوشی کرتے دکھایا گیا ہے جب کہ ایسی فلموں کو دیکھنے والے بچوں میں سے 73% کے بارے میں امکان ہے کہ انہوں نے سگریٹ نوشی کی کوشش کی ہو اور پچاس فیصد بالغوں کے بارے میں امکان ہے کہ وہ باقاعدہ تمباکو نوش بن چکے ہوں۔

یہ تحقیق کرنے والے ماہرین کا کہنا ہے کہ برطانیہ میں فلموں کو سند دینے کو اٹھارہ سال کی عمر سے مشروط کرنے سے نوجوانوں میں تمباکو نوشی کی شرح کم ہوگی۔ برطانیہ میں تمباکو کی روک تھام کے ادارے British Board (UK Center for Tobacco Control Studies) نے of Film Classification برٹش بورڈ آف فلم کلاسیفیکیشن کو لکھا ہے کہ وہ سرٹیفیکٹ جاری کرنے کے عمل پر نظر ثانی کرے تاکہ بچوں کو ان نقصان دہ مناظر سے محفوظ رکھا جاسکے۔



International Union  
Against Tuberculosis and Lung Disease

