NEWSLETTER

مانیٹرنگ
برائے
تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ (TAPS)

قانون سے لاعلمی عذر نہیں ہے!

قانون سے لاعلمی یقیناً کوئی عذر نہیں ہے مگر آپ پاکستان میں چھپنے والے ان اخبارات اور جرائد کے بارے میں کیا کہیں گے جن میں تمباکو کی تشہیر سے متعلق پورے صفحے کے اشتہارات شائع ہوئے۔ دی نیٹ ورک (ادارہ برائے تحفظ صارفین) نے مفادِ عامہ کے لئے کام کرنے والے ادارے کی حیثیت سے پولیس کے پاس فلپ مورس انٹرنیشنل (پاکستان) کے خلاف پاکستان کے انسدادِ تمباکو نوشی کے قانون کی خلاف ورزی کرتے ہوئے تمباکو کے اشتہارات شائع کرنے کی شکایت درج کرائی ہے۔

مگر پولیس بھی ایسے کسی قانون کی موجودگی اور نافذ العمل ہونے کے بارے میں آگاہ نہ تھی۔ مارگلہ پولیس تھانہ جہاں دی نیٹ ورک کی جانب سے شکایت درج کرائی گئی ہے، نے کیس اپنی لیگل برانچ میں بھیج دیا ہے جہاں سے عرصہ گزرنے کے باوجود بھی تاحال کوئی جواب موصول نہیں ہوا۔ یا پھر اسے پولیس تھانے کے ایس۔ ایچ۔ او کی جانب سے ایف آئی آر درج نہ کرنے کا ایک عذر سمجھا جائے۔

اگرچہ دی نیٹ ورک اس کیس کی ایف آئی آر (FIR) درج کرانے کے لیے قانون کی عدالتوں کا دروازہ کھٹکھٹا سکتا ہے مگر کیا ایک ایسے قانون کو درج کرانے کے لئے مزید وقت اور پیسہ خرچ کرنا عقلمندی ہے جس میں زیادہ سے زیادہ جرمانہ صرف پانچ ہزار (5000) روپے ہے؟ دی نیٹ ورک پھر بھی یہ ایف آئی آر درج کرانا چاہتا ہے تاکہ لاکھوں پاکستانی جو اس لعنت کا کسی وجہ سے شکار ہیں اور پولیس کا سہارا لینا چاہتے ہیں ان کے لئے راستہ کھلے۔ اس سارے کیس میں یقیناً کچھ سوال ضرور اٹھتے ہیں۔ کیا (9) نو سالہ انسدادِ تمباکو نوشی کا قانون قابلِ نفاذ ہے یا نہیں؟ کیا اسکے ذریعے عدالتیں انصاف مہیا کرسکتی ہیں؟ اور کیا ایک عام آدمی بھی اس قانون کی خلاف ورزی کے خلاف شکایت درج کرا سکتا ہے؟

PROHIBITION OF SMOKING AND PROTECTION OF NON-SMOKERS HEALTH ORDINANCE, 2002

Section No. 7.
Prohibition on advertisement of cigarettes, etc. Notwithstanding anything contained in any other law for the time being in force, no person or company shall advertise tobacco and tobacco product on any medical or in any place and any public service vehicle, if such advertisement is not in accordance with guidelines prescribed for this purpose by a committee which the Federal Government may, by notification in the official Gazette, constitute.

NOTIFICATION

S.R.O. 882(I)/2007, dated 21.8.2007.....

(i) Tobacco ads in the pres will not be more than one square inch, (effective May 31, 2007)

دی نیٹ ورک کی ٹیم مارگلہ پولیس تھانے میں شکایت درج کراتے ہوئے۔

Herald

December 2011

Apology

The Herald apologises to its readers for a tobacco advertisement printed on page 35 in its November 2011 publication. As a magazine known for championing and maintaining highest ethical standards in professional journalism, the Herald is rightly expected to abide by the laws of the land which in the case of this particular ad seem to have been violated.

The Herald would also like to thank the Anti-Tobacco Forum which voiced their concerns and attracted the magazine's attention to the advertisment. The magazine is pleased to inform its readers that no cigarette ads will be displayed in the future. Our sincere apologies once again to all those who were in any way offended by the advertisement.

دی نیٹ ورک
ادارہ برائے تحفظ صارفین

پاکستان میں انسداد تمباکو نوشی کا نظام غیر موثر؟

جب آسٹریلیا تمباکو کی سادہ پیکنگ (Packaging) کا قانون متعارف کراتے ہوئے انسداد تمباکو نوشی کی تاریخ میں اقوام عالم کے درمیان ایک نئی مثال رقم کر رہا تھا۔

پاکستان میں انسداد تمباکو نوشی کے قانون کی خلاف ورزی کرنے والوں کے خلاف کی جانیوالی کوششیں مسلسل ناکامی سے دوچار تھیں اتوار، 13 نومبر 2011 کو فلپ مورس انٹرنیشنل پاکستان (تمباکو کمپنی) نے ملکی سطح پر شائع ہونے والے اخبارات اور رسائل میں اپنے ایک سگریٹ برانڈ کی تشہیری مہم کا آغاز کیا تمباکو کمپنی کی یہ تشہیر انسداد تمباکو نوشی کے قانون 2002 کی شق 7 کی خلاف ورزی تھی۔ اگرچہ یہ قانون تمباکو کی تشہیر کی حوصلہ شکنی کرنے میں ناکام رہا ہے کیونکہ خلاف ورزی کی صورت میں قانون صرف پانچ ہزار (5000) روپے یعنی تقریباً ساٹھ (60) امریکی ڈالر جرمانہ عائد کرتا ہے۔ اور اگر اس کا موازنہ فلپ مورس کی حالیہ تشہیر سے کیا جائے جس پر مذکورہ کمپنی نے لاکھوں روپے خرچ کیے تو یہ نہ ہونے کے برابر ہے۔ انسداد تمباکو نوشی کے قانون 2002 میں جرم دہرائے جانے کی صورت میں ایک لاکھ روپے یعنی تقریباً ایک ہزار امریکی ڈالر جرمانہ اور تین مہینے کی قید کی سزا عائد ہوتی ہے۔ دی نیٹ ورک، ادارہ برائے تحفظ صارفین نے تمباکو کمپنی کی جانب سے تشہیری مہم کے آغاز کے فوراً بعد ذرائع ابلاغ اور فیڈرل گورنمنٹ کے نیشنل ٹوبیکو کنٹرول سیل (NTCC) کو ہمراہ رکھتے ہوئے احتجاج کا سلسلہ شروع کیا۔ اسی ضمن میں 25 نومبر 2011 کو تھانہ مارگلہ اسلام آباد میں فلپ مورس انٹرنیشنل کے خلاف ایک شکایت جمع کرائی گئی جو کہ تاحال مارگلہ پولیس کے پاس اندراج کے انتظار میں ہے۔

دی نیٹ ورک کی ٹیم مارگلہ پولیس تھانے کے باہر احتجاج کرتے ہوئے۔

ذرائع ابلاغ میں شائع ہونے والی اطلاعات کے مطابق دسمبر 2011 میں فلپ مورس نے نیشنل ٹوبیکو کنٹرول سیل (NTCC) کو قانون کی خلاف ورزی کرنے پر غیر مشروط معافی داخل کی ہے اگرچہ مذکورہ کمپنی کی معافی کو بے حیثیت اور غیر اہم ثابت کیا کیونکہ کمپنی کے پاس اشتہار واپس لینے کے لئے قابل ذکر وقت موجود تھا۔

تمباکو کی اس حالیہ تشہیری مہم نے نہ صرف انسداد تمباکو نوشی کے قانون کے نفاذ کو چیلنج کیا ہے بلکہ اس قانون اور اس کے نفاذ کے نظام میں موجود خامیاں اور سقم بھی نمایاں طور پر ظاہر کیے ہیں۔ نو سالہ انسداد تمباکو نوشی کے قانون کو جس کے اجراء کے بعد درجنوں ایس آر او (SROs) بھی جاری کیے گئے فریم ورک کنونشن آن ٹوبیکو کنٹرول (FCTC) کے ساتھ ہم آہنگ کرنے کی ضرورت ہے۔

یہاں یہ بات قابل ذکر ہے کہ پاکستان پر ایف سی ٹی سی کے عالمی معاہدے کو 2004 میں تسلیم کرنے کے بعد یہ ذمہ داری عائد ہوتی ہے کہ ملکی سطح پر تمباکو کی تشہیر فروغ اور سپانسر شپ پر مکمل پابندی عائد کرے۔ تاہم انسداد تمباکو نوشی کے قانون کے نفاذ کیلئے سرکاری عدم دلچسپی نہ صرف تمباکو نوشی بلکہ پاکستان میں غیر متعدی امراض میں بھی اضافے کا باعث ہے۔

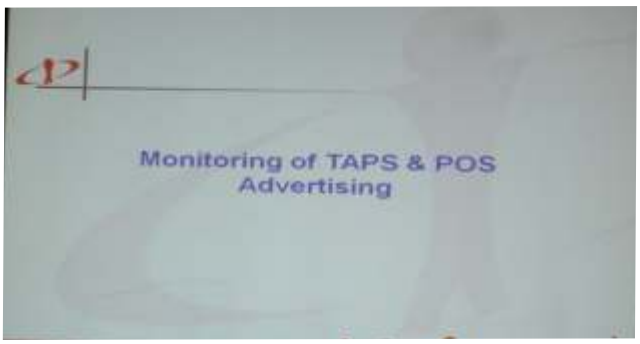
پارٹنرز کے ساتھ میٹنگ

دی نیٹ ورک فار کنزیومر پروٹیکشن 6 پارٹنر اداروں کے ہمراہ ایڈوکیسی کی بھرپور اور موثر مہم کا ارادہ رکھتا ہے۔ یہ پارٹنر ادارے قومی ادارہ برائے انسدادِ تمباکو نوشی (NTCC)، کولیشن فار ٹوبیکو کنٹرول (CTC)، عورت فاؤنڈیشن، انٹرمیڈیا، پاکستان میڈیکل ایسوسی ایشن (PMA) اور عالمی ادارہ صحت (WHO) ہیں۔

دی نیٹ ورک نے پاکستان میں تمباکو کی اشیاء کی تشہیر کی مانیٹرنگ کے لئے اپنی نوعیت کے منفرد انڈیکیٹرز ڈیزائن کئے ہیں۔

دی نیٹ ورک نے مانٹرنگ کے نقطہ نظر سے انڈیکیٹرز (Indicators) ڈیزائن کیے جو کہ پارٹنر اداروں کے ساتھ جمعرات 6 اکتوبر 2011 کو اسلام آباد ہوٹل میں ایک میٹنگ کا انعقاد کیا گیا تا کہ انڈیکیٹرز کو پارٹنرز کی آراء کی روشنی میں فائنل کیا جا سکے۔

میٹنگ کے شرکاء میں سی ٹی سی، ٹی سی سی، دی نیٹ ورک اور انٹرنیشل یونین کے ٹیکنیکل آفیسر، پاکستان ڈاکٹر فواد اسلم بھی شامل تھے۔



1۔ ڈاکٹر حسن محمود، پراجیکٹ کوارڈنیٹر (دی نیٹ ورک) پارٹنرز مانیٹرنگ انڈیکیٹرز کے بارے میں پریزنٹیشن دیتے ہوئے۔

2۔ (بائیں سے دائیں) ڈاکٹر فواد اسلم ٹیکنیکل آفیسر (دی یونین) اور مسٹر خرم ہاشمی، نیشنل پراجیکٹ کوارڈنیٹر (سی ٹی سی)

3۔ (بائیں سے دائیں) ڈاکٹر ضیاالدین اسلام، ڈپٹی پراجیکٹ ڈائریکٹر (انسدادِ تمباکو نوشی سیل)، مسٹر ندیم اقبال ایگزیکٹو کوارڈنیٹر (دی نیٹ ورک)

4۔ مس ہما، پروگرام آفیسر (سی۔ٹی۔سی)

5۔ (بائیں سے دائیں) مس ثروت (عورت فاؤنڈیشن)، مس روبینہ بھٹی، ایڈوکیسی آفیسر (دی نیٹ ورک)، ڈاکٹر حسن، مس عاصمہ قمر، کمیونیکیشن آفیسر (دی نیٹ ورک)۔

TAPS تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ (TAPS) پر تعارفی سیشن

راولپنڈی/اسلام آباد

دی نیٹ ورک نے حال ہی میں پنجاب کے دس اضلاع میں تمباکو کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ کی مانیٹرنگ مہم کا آغاز کیا اور اس سلسلے میں رضا کاروں کے لئے ۱۲۲ اکتوبر کو اسلام آباد، راولپنڈی میں تعارفی سیشن منعقد کیا۔ اس سیشن میں شرکت کرنے والے ۲۰ سرگرم رضا کاروں کا تعلق معاشرے کے مختلف شعبوں بالخصوص سول سوسائٹی اور یونیورسٹیوں سے ہے جنہیں مانیٹرنگ انڈیکیٹر کو پری ٹیسٹ کرنے کے لیے چنا گیا۔ اس سیشن کے لیے مربوط تربیتی ماڈیول ترتیب دیا گیا تا کہ رضا کاروں کی TAPS پر تربیت بہتر طریقوں پر کی جا سکے، اور فروخت کے مقامات اور تشہیری مقامات کی معلومات حاصل کر سکیں۔

یہ ورکشاپ دو حصوں پر مشتمل تھا، پہلا حصہ تعارفی جبکہ دوسرا عملی مشقوں پر مبنی تھا ۔ شرکاء کے رسمی تعارف کے بعد نیٹ ورک کے ایگزیکٹیو کوآرڈینیٹر جناب ندیم اقبال نے شرکاء کو دی نیٹ ورک کی مختلف سرگرمیوں، تمباکو نوشی کی روک تھام سے متعلق کاوشوں اور ورکشاپ کے مقاصد سے آگاہ کیا اس کے بعد ایڈووکیسی افسر محترمہ روبینہ بھٹی نے TAPS پر ایک پریزینٹیشن دی جس میں انہوں نے TAPS کی وضاحت کی اور تمباکو نوشی پر پابندی، اور تشہیری مہم کی روک تھام کے لئے کیے گئے اقدامات کا جائزہ لینے کی اہمیت پر بات کی۔ ڈاکٹر حسن محمود، پراجیکٹ کوآرڈینیٹر نے

(بائیں سے دائیں) رضا کار، ڈاکٹر حسن، مس عاصمہ، مسٹر ندیم اقبال (دی نیٹ ورک) اور مسٹر الیاس (سیٹزن ایکشن کمیٹی)

دوسرے سیشن میں شرکاء کے چار گروپ تشکیل دیئے گئے جس میں ان کو عملی مشقیں کروائی گئیں تا کہ اس بات کا جائزہ لیا جا سکے کہ وہ TAPS پر کس حد تک آگاہی اور مہارت حاصل کر چکے ہیں۔

شرکاء TAPS بلخصوص پراڈکٹ پلیسمنٹ، برانڈز سٹریچنگ، برانڈز شیرنگ وغیرہ کے حوالے سے خاصے آگاہ نظر آئے ۔ اس موقعہ پر پراڈکٹ پلیسمنٹ کی شناخت کے لئے ایک وڈیو گانا بھی دکھایا گیا، جسے دیکھ کر شرکاء نے فوری پہچان لیا۔

مس روبینہ بھٹی شرکاء کو TAPS اور POS کے بارے میں آگاہی دیتے ہوئے۔

ڈاکٹر حسن رضا کاروں کو TAPS کی مانیٹرنگ کے طریقہ کار کے بارے میں بتاتے ہوئے۔

جائزہ کے انڈیکیٹرز، اور معلومات اکٹھا کرنے اور ان کا ریکارڈ مرتب کرنے کے طریقہء کار پر تفصیلی وضاحت کی جس میں شرکاء نے بہت دلچسپی کا اظہار کیا اور اس تربیتی سیشن میں بھرپور شرکت کی اور سوالات پوچھنے کے علاوہ تمباکو ساز اداروں کی پرکشش تشہیری مہم کے حوالے سے اپنے تجربات بتائے۔

دیگر عملی مشقوں میں، تمباکو فروخت کرنے والے دکانداروں سے رابطے اور سروے کرتے ہوئے معلومات کے حصول کو ریکارڈ کرنے کے طریقے جانچے گئے۔ اس کے بعد سولہ رضا کاروں کو ان کی قابلیت اور تربیتی صلاحیتوں کو پرکھتے ہوئے پری ٹیسٹنگ کے لیے منتخب کیا گیا۔

ملتان

تمباکو کمپنیوں کی جانب سے کی جانے والی تشہیر اور فروغ کی سکیمیں تمباکو کے استعمال میں اضافے کی بنیادی وجہ ہیں۔ سگریٹ ساز کمپنیاں ان مہمات کے ذریعے نوجوانوں کو تمباکو نوشی کی جانب راغب کرتی ہیں اور یہ نوجوان ان تشہیری مہمات سے متاثر ہو کر تمباکو نوشی کے عادی ہو جاتے ہیں۔ تمباکو کمپنیوں کی جانب سے چلائی جانے والی تشہیری مہمات کا جائزہ لینے کیلئے ادارہ برائے تحفظ صارفین نے ایک سروے شروع کرنے کا اہتمام کیا ہے۔

اس سروے کے پہلے مرحلے میں اس مقصد کے لئے بنائے جانے والے سوالنامے کی Pre-Testing کی جائے گی یہ سوالنامہ تمباکو کمپنیوں کی جانب سے ذرائع ابلاغ

رضا کاروں کا گروپ ٹریننگ کے دوران۔

اور پوائنٹ آف سیل پر کی جانے والی تمام سرگرمیوں کا احاطہ کرتا ہے۔ اس کے علاوہ تمباکو کے فروغ کے لئے چلائی جانے والی سکیمیں اور اس مقصد کے لئے دی جانے والی سپانسرشپ بھی اس کا حصہ ہیں اس سروے کا مقصد نہ صرف تمباکو کمپنیوں کی موجودہ تشہیری اور فروغ کی مہمات کا جائزہ لینا ہے بلکہ نوجوانوں کو انسداد تمباکو کے لئے کی جانے والی عالمی کوششوں کا حصہ بھی بنانا مقصود ہے۔ اس مقصد کے لئے مختلف تعلیمی اداروں اور مقامی این جی اوز (NGOs) کے کارکنان سے رضا کاروں کو منتخب کیا گیا ہے۔

اس کے بعد عاصمہ قمر، کمیونیکیشن آفیسر نے تمباکو کی تشہیر فروغ اور سپانسرشپ کے لئے استعمال کی جانے والی اصطلاحات سے شرکاء کو متعارف کروایا۔ وحید اقبال، اسسٹنٹ

مسٹر وحید (دی نیٹ ورک) رضا کاروں کو TAPS پہ ٹریننگ دیتے ہوئے۔

پروجیکٹ کوآرڈینٹر نے Pre-Testing سروے فارم اور مانیٹرنگ کے طریقہ کار سے رضا کاروں کو آگاہ کیا۔ تمام شرکاء نے بڑی دلچسپی سے ٹریننگ سیشن میں حصہ لیا اور ادارہ برائے تحفظ صارفین کی کوششوں کو سراہا۔

ان منتخب رضا کاروں کی تربیت کے لئے 17 نومبر 2011 کو ایک ٹریننگ سیشن کا اہتمام کیا گیا جس میں 36 رضا کاروں نے حصہ لیا سیشن کا آغاز ڈاکٹر حسن محمود پروجیکٹ کوآرڈینٹر کے افتتاحی کلمات سے ہوا۔

(بائیں سے دائیں) رضا کار مسٹر طاہر خان، ڈسٹرکٹ کوارڈینیٹر ملتان، ڈاکٹر حسن اور مسٹر وحید (دی نیٹ ورک)

میڈیا کے ساتھ سیشن

دی نیٹ ورک ملتان کے میڈیا کے ساتھ الائنس بناتے ہوئے۔

دی نیٹ ورک (ادارہ برائے تحفظ صارفین) تمباکو نوشی کی تشہیر، فروغ اور سپانسر شپ (Sponsorship) کی مانیٹرنگ کی مہم کے پہلے مرحلے میں مختلف طبقات کے ساتھ پارٹنر شپ کر رہا ہے جن میں قومی اور صوبائی سیاستدان اور عوامی نمائندے، ذرائع ابلاغ، ڈسٹرکٹ بار ایسوسی ایشنز، سول سوسائٹی اور ڈسٹرکٹ کی سطح پر حکومتی ادارے شامل ہیں۔

دی نیٹ ورک نے اس سلسلے میں ابلاغ عامہ کی سپورٹ حاصل کرنے کے لئے ملتان میں ایک سیشن کا اہتمام کیا۔ تا کہ جرنلسٹ کمیونٹی کو تمباکو نوشی کے نقصانات، تمباکو کی تشہیر فروغ اور سپانسر شپ پر پابندی کرنے کی ضرورت اور عالمی معاہدے (ایف سی ٹی سی) اور پاکستانی قوانین میں ہم آہنگی کی ضرورت کے بارے میں آگہی دی جا سکے۔

ملتان کے مختلف میڈیا گروپس سے صحافی صاحبان میٹنگ کے دوران۔

دی نیٹ ورک نے یہ سیشن بدھ 16 نومبر 2011 کو ملتان کے ایک مقامی ہوٹل میں منعقد کیا شہر بھر سے پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا کے نمائندوں کو مدعو کیا گیا تھا اور روزنامہ جنگ، ڈان، دی نیوز، ایکسپریس، نوائے وقت اور ڈان ٹی وی، روہی ٹی وی، جیو اور ایکسپریس ٹی وی کے نمائندوں نے سیشن میں شمولیت اختیار کی۔

دی نیٹ ورک کی جانب سے ڈاکٹر حسن محمود (پراجیکٹ کوآرڈینیٹر) مس روبینہ بھٹی (ایڈوکیسی آفیسر)، مسٹر وحید اقبال (اسسٹنٹ پراجیکٹ کوآرڈینٹر) اور مس عاصمہ قمر (کمیونیکیشن آفیسر) نے جرنلسٹس کو تمباکو کی صنعت کے تشہیر کی غرض سے استعمال کیے جانے والے حربے اور ہتھکنڈوں کے بارے میں آگاہ کیا۔ میڈیا کو دی نیٹ ورک اور اس کی مختلف کمپینز کے بارے میں بھی آگاہی دی گئی۔ میڈیا کو انسداد تمباکو نوشی کی انٹرنیشنل موومنٹ، پاکستان کے انسداد تمباکو نوشی کے قوانین، پاکستان میں تمباکو نوشی کے رجحانات اور استعمال اور ایف سی ٹی سی کی گائیڈ لائنز کے بارے میں ایک پریزنٹیشن بھی دی گئی۔ اس کے علاوہ تمباکو نوشی پر قابو پانے کے لئے میڈیا کے کردار اور ذمہ داری بھی زیر بحث رہی۔ دنیا بھر میں انسداد تمباکو نوشی کے لئے میڈیا ایڈوکیسی موثر ترین ذریعہ ثابت ہوئی ہے اور پاکستان میں بھی تمباکو نوشی کے انسداد کیلئے کام کرنے والے اپنی کوششوں کو بار آور کرنے کیلئے میڈیا ہی کی معاونت چاہتے ہیں میڈیا نمائندوں نے اس ضمن میں حکومتی مشینری اور اداروں کا کردار اور کارکردگی کو اجاگر کرنے کی ضرورت پر زور دیا تا کہ انسداد تمباکو نوشی کے قوانین اور پالیسیوں کو بہتر طور پر نافذ کیا جا سکے۔

آسٹریلیا! سگریٹ کی سادہ ڈبیاں متعارف کرانے والا پہلا ملک

اب سے ایک برس بعد، دسمبر 2012 میں ایک آسٹریلوی سگریٹ نوش کیلئے اپنے پسندیدہ سگریٹ برانڈ کو پہچاننا مشکل ہی نہیں ناممکن بھی ہوگا۔ آسٹریلیا تمباکو کی سادہ پیکجنگ کا قانون متعارف کرانے والا دنیا کا پہلا ملک بن چکا ہے یہ قانون 2012 میں نافذ العمل ہوگا مارکیٹ میں دستیاب تمام سگریٹ کی ڈبیاں ایک جیسی بغیر کسی لوگو یا سمبل (Logo, Symbol) کے صرف تصویری ہیلتھ وارننگز کے ساتھ نظر آئیں گی۔

آسٹریلیا کی پارلیمنٹ نے 21 نومبر 2011 کو آسٹریلین ٹوبیکو پلین پیکجنگ بل (AtPDB) پاس کرتے ہوئے دنیا میں تمباکو نوشی کے انسداد کی کوششوں میں ایک نئی مثال قائم کی۔

2012 سے نافذ ہونے والے یہ قانون تمام سگریٹ ساز کمپنیوں کو ان کی اپنی پیکنگ کے بجائے سگریٹ کی ڈبیاں بغیر کسی لوگو کے ایک بے کشش گہرے بھورے رنگ کی پیکنگ میں فروخت کیلئے پابند کرتا ہے۔ آسٹریلیا کی حکومت کی ریسرچ نے ثابت کیا کہ گہرا بھورا رنگ انتہائی بے کشش ہے آسٹریلیا کی حکومت سادہ پیکنگ اور ٹیکسوں میں قابل ذکر اضافے کے ذریعے 2018 تک سگریٹ نوشی کی سطح 16.6 سے 10 فیصد تک گھٹانے کا عزم رکھتی ہے۔ آسٹریلیا کی حکومت کے اس قدم کو دنیا بھر میں غیر معمولی توجہ اور اہمیت دی جارہی ہے اور دوسری اقوام عالم بھی اس مثال کو پیروی کرنے کے بارے میں سوچ بچار کررہی ہے۔

کینیڈا، برطانیہ اور نیوزی لینڈ اسی طرح کا قانون اپنے اپنے ملک میں متعارف کرانے کا ارادہ رکھتے ہیں یہ بات حیرت انگیز نہیں ہے کہ آسٹریلیا میں تمباکو کمپنیوں نے اس قانون کو قبول نہ کرتے ہوئے اس کے خلاف احتجاج کا اعلان کیا ہے۔ ماہرین کے مطابق تمباکو نوش افراد سگریٹ کی ڈبی سے ہی اس کی طرف متوجہ ہوئے ہیں۔ کیونکہ یہ ان کے رویے اور طرز زندگی کے بارے میں ہی لالچ دیتی ہے۔ سادہ پیکنگ کی ڈبیاں صارفین خصوصاً نوجوانوں کی تمباکو کو طرف کشش کم کرنے میں مددگار ثابت ہوں گی۔ اس کے ساتھ ہی یہ ڈبیوں پہ درج تمباکو کے نقصانات کے بارے میں گمراہ کن دعوے گھٹانے اور تصاویری ہیلتھ وارننگز کو موثر طور پر نمایاں کرنے میں بھی مدد دیں گی۔

دسمبر 12, 2011

یقیناً آسٹریلوی حکومت اس لڑائی میں پیچھے نہیں ہٹے گی۔ تمباکو کمپنیاں اپنی قانونی حربے استعمال کرنے کی عادت سے باز نہیں رہ سکتیں۔ تمباکو کمپنیاں سالہا سال دنیا بھر کی حکومتوں سے انسداد تمباکو نوشی کی کوششوں کو رکوانے کیلئے لڑائیاں لڑ رہی ہیں یہ کمپنیاں صرف ایک وجہ سے آسٹریلوی حکومت سے احتجاج کر رہی ہیں کیونکہ انہیں معلوم ہے کہ سادہ پیکجنگ کا قانون تمباکو نوشی کے انسداد میں موثر ہوگا۔ یہ کمپنیاں اپنے منافع کو بچانے کے لئے لڑ رہی ہیں اور ہم انسانی جانوں کی حفاظت کیلئے۔

دی آسٹریلین

یہ صارفین اور برانڈ کے درمیان ہر طرح کے تعلق کو ختم کردے گا۔

انیڈریو ہیوز، لیکچرر، آسٹریلین نیشنل یونیورسٹی، کنبیرا۔

دسمبر 2012 میں آسٹریلیا میں دستیاب ہونے والے سادہ سگریٹ کے پیکٹوں کی متوقع شکل۔

آسٹریلیا کی حکومت کی ریسرچ نے ثابت کیا کہ بھورا رنگ خصوصاً نوجوانوں کے لئے سب سے بے کشش ہے۔

پروڈکٹ پلیسمینٹ فلموں اور ڈراموں میں تمباکو نوشی اور اس میں اضافے کا باعث بنتی ہے۔

دنیا بھر میں بدلتے ہوئے مارکیٹ رجحانات کی وجہ سے اشتہاری کمپنیاں صارفین کو متوجہ کرنے کے لئے متبادل طریقے اختیار کر رہی ہیں پروڈکٹ پلیسمنٹ (Product Placement) آج کل ایک مقبول عام تشہیری ذریعہ ہے۔ آج کاروباری کمپنیاں پروڈکٹ پلیسمنٹ کو مخصوص برانڈ کے بارے میں آگاہی اور ناظرین کے رویوں پر اثر انداز ہونے کی صلاحیت کی وجہ سے زیادہ اہمیت دے رہی ہیں۔

گزشتہ ایک عشرے کے دوران الیکٹرانک میڈیا پر تمباکو کی تشہیر پر پہلے سے زیادہ پابندیاں عائد کی گئیں اور تمباکو کی صنعت نے اپنی تشہیر کیلئے متبادل حربے اختیار کرنے شروع کیے جن میں پروڈکٹ پلیسمنٹ اور (Cross Border Advertisement) شامل ہے۔ پروڈکٹ پلیسمنٹ (Product Placement) کمپنیوں کی جانب سے کمرشل اشیاء اور برانڈز کو میڈیا میں مارکیٹنگ اور تشہیری غرض سے نمایاں طور پر دکھائے جانے کا نام ہے۔

تمباکو کی اشیاء کی ٹی وی ڈراموں اور فلموں میں پروڈکٹ پلیسمنٹ کے نام پر تشہیر (80) کی دہائی میں زیادہ پروان چڑھی جب تمباکو کی صنعت نے اداکاروں اور پروڈیوسروں کو سگریٹ کے مختلف برانڈز کی تشہیر کیلئے لاکھوں ڈالرز دینے شروع کیے۔ 2010 میں انڈیا میں کیے گئے ایک قومی سروے کے مطابق ابلاغ عامہ دکھائے جانے والے مناظر تمباکو نوشی کے بڑھنے کا ایک سبب ہو سکتے ہیں۔ تمباکو نوشی انڈیا میں بیماریوں اور اموات کی ایک بڑی وجہ ہے اس سروے کا مقصد تمباکو نوشی اور چار اقسام کے ذرائع ابلاغ کے آپس کے تعلق کا تجزیہ کرنا تھا۔ یہ ذرائع ابلاغ اخبارات، ریڈیو، ٹی وی اور فلمیں ہیں۔ سروے کے نتائج کے مطابق بصری ذرائع ابلاغ خواتین، مردوں اور خصوصاً نوجوانوں میں تمباکو نوشی میں اضافے کا باعث بنتے ہیں۔

پاکستان کے ہمسایہ ملک انڈیا نے 2004 میں ڈراموں اور فلموں میں تمباکو نوشی کے دکھائے جانے والے مناظر پر پابندی عائد کرنے کیلئے سگریٹ اینڈ ٹوبیکو پروڈکٹس رولز

2004 پاس کیا۔ تاہم یہ قانون موثر انداز میں نافذ العمل نہ ہو سکا اور حال ہی میں انڈیا کی منسٹری آف ہیلتھ نے ایک بیان کے ذریعے یہ یقین دلایا کہ اس قانون کو بھرپور اور موثر انداز میں نافذ کیا جائے گا۔

چین نے بھی فلموں اور ڈراموں میں تمباکو نوشی کے مناظر پر پابندی لگانے کا ایک اچھا قدم اٹھایا ہے۔ چائنز اسٹیٹ ایڈمنسٹریشن آف ریڈیو، فلمز اینڈ ٹیلی ویژن نے پروڈیوسروں کیلئے آرڈر جاری کیا ہے جسکے مطابق تمباکو نوشی دکھائے اور بولے جانے والے مناظر اور مکالمے حذف کر دیے جائیں گے۔ اس کے علاوہ 18 سال سے کم نابالغ افراد کو سگریٹ خریدتے اور اداکاروں کے کسی عوامی جگہ پر سگریٹ نوشی کے مناظر دکھائے جانے پر بھی پابندی ہوگی۔

پاکستان جہاں تمباکو نوشی میں روز بروز اضافہ ہو رہا ہے۔ اور خصوصاً نوجوان نسل میں بڑھتے ہوئے رجحانات تشویشناک ہیں۔ ٹیلی ویژن ڈراموں، ٹاک شوز اور فلموں میں تمباکو نوشی کے مناظر بڑھتے دکھائی دیتے ہیں۔ شوبز نس کی شخصیات اور ماڈلز مختلف ڈراموں اور فلموں میں تمباکو نوشی کرتے دکھائی دیتے ہیں۔ اور ان شخصیات کے مداح جن میں نوجوانوں کی بڑی تعداد شامل ہے ان کی اندھا دھند پیروی کرتے ہیں۔ ضرورت اس امر کی ہے کہ پاکستان ملک میں دکھائے جانے والے ملکی اور غیر ملکی چینلز کے تمام پروگراموں اور فلموں میں تمباکو نوشی کے دکھائے جانے والے مناظر پر پابندی عائد کرے۔ یقیناً یہ ملک میں انسداد تمباکو نوشی کی کوششوں میں معاون ثابت ہوگا۔

Disclaimer: This Newsletter is produced with grant from Bloomberg Grant Initiative (International Union against Tuberculosis and Lung Disease & 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.

اپنی آراء کے اظہار کے لئے ای میل کیجئے

یا ہمیں لکھیئے مندرجہ ذیل پتے پر

tobaccocontrol@thenetwork.org.pk

دی نیٹ ورک
ادارہ برائے تحفظ صارفین
Flat No. 5, 2nd floor, 40-A, Ramzan Plaza
G-9 Markaz, Islamabad, Pakistan
Ph: +92 51 2261085 Fax: +92 51 2262495
website: www.thenetwork.org.pk

Campaign for Tobacco-Free Kids

International Union Against Tuberculosis and Lung Disease