المتاجر القريبة من المدارس تضع منتجات صناعة التبغ الإدمانية والقاتلة في متناول الأطفال

بيانات من مصر والأردن وباكستان تؤكد الحاجة الملحّة لاتخاذ إجراءات لحماية الشباب من تسويق الصناعة في المتاجر

(نيويورك، الولايات المتحدة الأميركية، 22 أيلول/سبتمبر 2025): يكشف تقرير جديد صادر عن مرصد التبغ، STOPعن الحجم المقلق لتعرّض الأطفال والشباب لتسويق صناعة التبغ في مئات المتاجر القريبة من المدارس في مصر والأردن وباكستان. وقد أظهر تحليل لإعلانات وترويج منتجات التبغ والنيكوتين بالقرب من 327 مدرسة ابتدائية وثانوية في الدول الثلاث أنّ المنتجات الإدمانية والضارة كانت متاحة وبأسعار معقولة ومروّج لها في ما يقارب 900 موقع.

في العديد من هذه المنافذ، عُرضت منتجات التبغ بجوار الحلويات أو الوجبات الخفيفة أو الألعاب، مما جعل من المرجح أن يراها الأطفال، وفي بعض الحالات، كانت في متناول أيديهم. وتربط الأبحاث بين تعرّض الشباب لتسويق التبغ، بما في ذلك في بيئات البيع بالتجزئة، وبين ارتفاع مخاطر استخدام التبغ في المستقبل.

النتائج الرئيسية في التقرير،من الدفاتر إلى النيكوتين:كيف تستهدف شركات التبغ الكبرى الأطفال قرب المدارس في منطقة شرق المتوسط تشمل:

- في الدول الثلاث، حدّد الباحثون ما مجموعه 870 منفذ بيع للتبغ و/أو منتجات النيكوتين بالقرب من المدارس التي شملها المسح. شمل ذلك أكثر من نصف المتاجر في المناطق التي شملها المسح في مصر، وأكثر من ثلثي المتاجر في المناطق التي شملها المسح في الأردن.
- سجّلت مصر أعلى كثافة لمتاجر بيع التبغ، حيث لا توجد قيود على مبيعات التبغ بالقرب من المدارس، إذ كان لكل مدرسة في المتوسط 4.8 متاجر تبيع التبغ، مقارنة بـ 2.3 في الأردن و2 في باكستان.
- المنتجات المعروضة شملت السجائر المفردة، والبيدي (سجائر ملفوفة يدويًا)، ومنتجات التبغ عديم الدخان، إلى جانب السجائر الإلكترونية المنكّهة، ومنتجات التبغ المسخّن، ودبس المعسل للشيشة.
- وجود المنتجات المنكّهة، المعروفة بجاذبيتها للشباب، كان لافتًا. في الأردن: 86% من المتاجر التي تبيع السجائر الإلكترونية تبيع سجائر إلكترونية منكهة، و55.6% من تلك التي تبيع منتجات التبغ المسخّن تبيع منتجات منكّهة. ونحو نصف المتاجر تبيع سجائر منكهة. في مصر، 60% من المتاجر التي تبيع السجائر تبيع سجائر منكهة.
- في باكستان، 65% من المتاجر في العينة عرضت منتجات التبغ والنيكوتين بجوار الحلويات والوجبات الخفيفة والألعاب، كما فعل نصف المتاجر في مصر. في باكستان، 95% من المتاجر عرضت منتجات التبغ على مستوى عين الأطفال.
- في مصر، 85% من المتاجر التي شملها المسح باعت سجائر مفردة؛ أما في باكستان فكانت النسبة أعلى لتصل إلى 99%، على الرغم من حظر بيع السجائر المفردة.

على الرغم من حظر الدول الثلاث للإعلانات عن التبغ في نقاط البيع، لاحظ الباحثون مجموعة من أساليب الترويج، منها: لافتات ملوّنة تعلن عن السجائر معلّقة خارج كشك؛ سجائر إلكترونية منكهة معروضة على مستوى عين الأطفال بجانب الحلوى عند بائع متجوّل؛ وسجائر مفردة موضوعة في كوب ورقي على منضدة الدفع في محل بقالة.

وقال خورخي ألداي، مدير برنامج STOP في مؤسسة "Vital Strategies": تعلم صناعة التبغ أن أكثر عملائها ربحية على مدى الحياة هم أولئك الذين يدمنون في سن مبكرة، لذلك ليس من المستغرب أن نجد جميع أنواع المنتجات بالقرب من المدارس. وأردف قائلًا إنّ النكهات وسهولة الوصول ووسائل الترويج تشكّل وصفةً لتغذية الإدمان لدى الجيل القادم، مما يعزّز أرباح الصناعة على حساب الصحة العامة لأجيال مقبلة.

ومن بين التوصيات الواردة في التقرير، حظر بيع منتجات التبغ والنيكوتين والإعلان عنها ضمن مسافة دنيا محددة من الأماكن التي يتجمع فيها الشباب، مثل الملاعب والمدارس. وقد طبّقت ما لا يقل عن 29 دولة هذا النوع من السياسات، بما في ذلك: بنغلادش، الصين، تشيلي، إثيوبيا، فرنسا، الهند، الأردن، نيبال، باكستان، الفلبين، قطر، وفيتنام. تشير الأبحاث إلى أنّ هذه الإجراءات تساعد

على تقليل كثافة بائعي التبغ مما قد يخفف من تعرّض الأطفال لإعلانات التبغ وتوفّر منتجاته، غير أن تقرير STOP، الذي يتضمّن بيانات من الأردن وباكستان، يضيف دليلاً جديداً على أنّ هناك حاجة ملحّة إلى تعزيز آليات الإنفاذ.

وقال الدكتور رءوف الابشيهى ، مدير فريق في موقع Tobacco Tacticsبجامعة باث وعضو فريق أبحاث مكافحة التبغ ومؤلف أوراق أكاديمية تناولت أثر السياسات الهادفة إلى ضبط بيئة بيع التبغ: "يؤكد هذا التقرير أن تطبيق سياسات صارمة وإنفاذها لضبط كيفية وأماكن بيع التبغ بات أكثر إلحاحاً من أي وقت مضى، من أجل حماية الأطفال والشباب في إقليم شرق المتوسط."
وأضاف: "ينبغي أن تتضمن هذه السياسات تقليص عدد بائعي التبغ، وحظر بيع التبغ بالقرب من المدارس والأماكن الأخرى التي يتجمع فيها الأطفال، وحظر إعلانات التبغ في نقاط البيع."

التقرير متاح عبر الرابط exposetobacco.org

يرجى التواصل مع مكتب STOP الصحفي للحصول على مزيد من المعلومات أو التحدث إلى المتحدث باسم شبكة STOP.

ملاحظات للمحررين:

المنهجية
في الدراسات الثلاث الواردة في تقرير STOP، قام الباحثون برسم نصف قطر يتراوح بين 100 و150 متراً (بحسب كل دراسة) حول مدارس ابتدائية وثانوية مختارة. زار جامعو بيانات مدرَّبون نقاط البيع الواقعة ضمن هذا النطاق، ووثقوا عدد النقاط التي تبيع منتجات التبغ أو النيكوتين، والأساليب التي استخدمتها لجذب الأطفال. وكان عدد المدارس التي حددها الباحثون وعدد بائعي التجزئة الذين وُجد أنهم يبيعون منتجات التبغ والنيكوتين بالقرب منها كما يلي:

عدد المدارس المحددة

مصر	الأردن	باكستان
100	94	133

عدد نقاط البيع التي باعت منتجات التبغ والنيكوتين

مصر	الأردن	باكستان
455	147	268

للمزيد من التفاصيل حول المنهجية متوفرة في التقرير.

استهلاك التبغ في إقليم شرق المتوسط
في ظل التراجع في معدلات التدخين بمناطق أخرى، تعمل صناعة التبغ على زيادة المبيعات في إقليم شرق المتوسط. تُقدَّر نسبة مستخدمي التبغ في الإقليم بحوالي 31% من السكان، وهو الإقليم الوحيد الذي يُتوقَّع أن يرتفع فيه استخدام التبغ بين الرجال في السنوات المقبلة.

يمتلك الإقليم شريحة سكانية شابة ومتنامية تعتبرها الصناعة فرصة: نحو ثلث سكانه تتراوح أعمارهم بين 15 و29 عاماً، وهي فئة ديموغرافية محورية إذ يبدأ معظم من يصبحون مستخدمين للتبغ مدى الحياة قبل سن 21.

تسعى الصناعة إلى زيادة الإنتاج من خلال شراء شركات تبغ محلية وإبرام شراكات، بالإضافة إلى توسيع نطاق منتجات التبغ والنيكوتين الإدمانية المتاحة للبيع.

كما يشهد استخدام الأرجيلة نمواً بين الشباب في الإقليم، ويرجع ذلك جزئياً إلى إدخال نكهات جديدة للتبغ المستخدم فيها وضعف اللوائح المنظمة. وتشير التقديرات إلى أن الفئة العمرية 13-15 سنة تستخدم الأرجيلة أكثر من السجائر.
يموت أكثر من 213,000 شخص سنوياً في مصر والأردن وباكستان نتيجة التدخين.

تقليص وصول الأطفال إلى منتجات التبغ والنيكوتين
يحدد التقرير عدداً من الحلول للتعامل مع هذه المشكلة، منها:

- تطبيق لوائح للبيع بالتجزئة قائمة على المسافة والكثافة السكانية بهدف تقليل العدد الإجمالي لبائعي التبغ
- حظر مبيعات التبغ ضمن مسافات محددة من المدارس والأماكن الأخرى المخصصة للشباب
- اعتماد وتنفيذ حظر شامل لتسويق منتجات التبغ بما في ذلك عند نقاط البيع
- فرض قيود على المبيعات حسب الفئة العمرية

- حظر المنتجات المنكّهة

حول STOP

STOPهو شبكة من المؤسسات الأكاديمية والصحية العامة تعمل على مستوى عالمي في إطار مبادرة بلومبرغ للحد من استخدام التبغ. يعمل STOP على ربط الخبراء في جميع جوانب أنشطة صناعة التبغ لكشف ومواجهة جهودها المستمرة في تسويق منتجات ضارة ومسببة للإدمان. للمزيد من المعلومات، قم زيارة exposetobacco.org.