

تقييم الامتثال مع حظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته:

دليل "لشرح الكيفية" لمراقبة الإنترنت والفاعليات المقامة تحت
رعاية الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات.



International Union
Against Tuberculosis
and Lung Disease



JOHNS HOPKINS
BLOOMBERG SCHOOL
of PUBLIC HEALTH

جدول المحتويات

1 كيفية استخدام هذا الدليل
2 مقدمة
3 الخطوة رقم 1: حدّد الولاية القضائية موضع الاهتمام وتعرف على المحظورات واللوائح الخاصة بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) ...
7 الخطوة رقم 2: تعرف على إعلانات التبغ وترويجه ورعايته
9 الخطوة رقم 3: حدّد الغرض من تقييمك للامتنال
10 الخطوة رقم 4: جهّز الموارد اللازمة
12 الخطوة رقم 5: اختر عيناتك ووضح نطاق تقييمك للامتنال
15 الخطوة رقم 6: خطّط لتقييمك للامتنال وضع له جدولاً زمنياً
16 الخطوة رقم 7: قم بمواءمة الإجراءات وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة
20 الخطوة رقم 8: اعقد جلسة تدريبية
21 الخطوة رقم 9: اجمع بياناتك
22 الخطوة رقم 10: حلل النتائج التي حصلت عليها لتقييم الامتنال
23 الخطوة رقم 11: استخدم النتائج
24 المراجع
25 الملحق أ: مسرد المصطلحات
27 الملحق ب: مثال للجدول الزمني للتقييم
28 الملحق ج: قائمة تخطيط التقييم
32 الملحق د: إرشادات حول مواءمة الإجراءات
34 الملحق هـ: أمثلة لمصطلحات البحث
35 الملحق و: مثال لقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة
36 الملحق ز: مثال لقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة المتعمقة
37 المساهمون

كيفية استخدام هذا الدليل

1. اقرأ الدليل بالكامل من البداية إلى النهاية قبل بدء أي خطوات (بما في ذلك البحث المرجعي وأنشطة التخطيط).
2. تأكد من فهمك لجميع المصطلحات الواردة في الدليل قبل تخطيط تقييمك. راجع مسرد المصطلحات (الملحق أ) للمزيد من الإيضاح.
3. يوفر هذا الدليل تعليمات عامة مصممة على وجه الخصوص بما يتناسب مع تقييمات الأفراد القائمة على التشريع وإجاءات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام. تأكد من فهمك الكامل للقوانين المحلية لديك ولسياق الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). وضع هذه العوامل في ذهنك على مدار عملية التخطيط للمشروع وتنفيذه. التقييمات الاستراتيجية مصممة خصيصاً لتعكس أولويات الولاية القضائية موضع الاهتمام حتى تكون النتائج مفيدة لدعم جهود المناصرة و التأييد ودعم سياسة فعّالة لمكافحة التبغ.
4. ابدأ بالخطوة رقم 1 واستخدم جدولاً زمنياً للمشروع وقائمة لتخطيط التقييم لتوجيه عملية التقييم التي سوف تقوم بها (هناك أمثلة في الملحقين "ب" و"ج"). قد يستلزم الأمر العودة إلى الخطوات السابقة أثناء اتخاذك للقرارات أو عند معرفة معلومات جديدة أثناء عملية التخطيط. لا بأس بذلك. وسوف يساعدك على تحسين بروتوكول التقييم واستراتيجيته.
5. اضبط الحدود المناسبة للتقييم بناءً على أولويات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام وكذلك قدرة منظمتك. تتيح لك شبكة الإنترنت الكثير من المعلومات التي يسهل الوصول إليها. والتي يمكن أن تتسبب في "تضخم" البيانات عند جمعها. وقد صُمم هذا الدليل لتنتم مواعيمه وتعديله ولذا يعطي خيارات متعددة لضبط نطاق تقييمك. يمكنك أن تختار نهج تقييم أساسي أو متعمق. وتحديد حجم عينة شركتك/علامتك التجارية. وقنوات الإنترنت الفرعية ومصطلحات البحث والعناصر التي يجب إدراجها على قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة. قد يؤثر كل قرار من هذه القرارات على الوقت والجهد اللازمين أثناء عملية التخطيط. سواء أثناء تدريب جامعي البيانات أو أثناء جمع البيانات أو عند تحليل نتائجك. ضع في اعتبارك أهداف تقييمك وقدراتك التنظيمية عند تحديد نطاق مشروعك.

تستخدم صناعة التبغ الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) لزيادة استهلاك منتجاتها. تزيد أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) من استهلاك التبغ بين المستخدمين الحاليين. كما تجذب مستهلكين جدد. وتشجع المستهلكين السابقين على العودة لاستخدام التبغ. تستخدم صناعة التبغ تكتيكات خادعة ومضللة وهجومية لجعل التبغ يبدو مبهراً ومقبولاً اجتماعياً. مع التقليل من شأن الآثار الصحية الضارة للمنتجات.

وقد وجد أن الحظر الشامل للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) يحد من استخدام التبغ. أما الحظر الجزئي فهو أقل فعالية بكثير نظراً لأن صناعة التبغ ترد عليه بنقل أنشطة التسويق إلى المناطق غير الخاضعة للحظر. وتدعو منظمة الصحة العالمية الأطراف المعنية إلى تطبيق كافة تدابير وبروتوكولات مكافحة التبغ الموضحة في الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ (FCTC). تتناول المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ (FCTC) الحظر والقيود المفروضة على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته. والتي تشمل أنشطة متنوعة يتم تنفيذها من خلال قنوات عديدة وتتطلب طرقاً مختلفة للتقييم. لهذا السبب. فإن إرشادات تقييم الامتثال للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) - التي تقدمها كلية جونز هوبكنز بلومبرج للصحة العامة وحملة الأطفال الحاليين من التبغ (CTFK) والاتحاد الدولي لمكافحة السل وأمراض الرئة (الاتحاد) - سوف تتألف من سلسلة من الأدلة الإرشادية التي سوف يركز كل منها على نطاق ضيق من النصوص التي يتضمنها عادة الحظر الشامل للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

ويغطي هذا الدليل تحديداً تقييم الامتثال لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) التي تحدث على شبكة الإنترنت. وفي الفاعليات المقامة برعاية من الشركات. ومن خلال برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). ورغم أن الفاعليات التي ترعاها الصناعة وأو العلامات التجارية وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) لا تتم عادة على الإنترنت. إلا أنها عادة ما يتم ترويجها على الإنترنت. ويمكن بسهولة دمج جمع هذه البيانات في بروتوكول لتقييم الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت. وقد اختيرت هذه المجالات الثلاثة بناءً على استخدامها كمكونات ضمن حملات تسويقية متكاملة أكبر حجماً تقوم بتوصيل أنشطة الترويج للتبغ عبر وسائط عديدة باستخدام استراتيجيات جديدة

ومبتكرة للوصول إلى العملاء القائمين والمحتملين. وقد دأبت صناعة التبغ على التوسع في أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على قنوات الإنترنت. والتي تضم مشهراً سريع التطور. وتوجد شبكة الإنترنت داخل شبكة اتصالات عالمية يمكن الوصول إليها من أي مكان في العالم. فضلاً عن أنها تقدم فرصاً غير مسبقة للتفاعل مع مجموعات كبيرة من البشر. وتوجيه الرسائل إليهم وجميع البيانات بتكاليف قليلة للغاية. وقد تتخطى قدرات الاتصال لشبكة الإنترنت الحدود المادية التقليدية للولايات القضائية وتشريعاتها الحالية. إن وجدت (على سبيل المثال إذا لوحظ انتهاك لقواعد الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في بلدٍ ما ولكن منشأه بلد آخر. فكيف يمكن تطبيق القانون؟).

ويستخدم التسويق المتكامل حملات واستراتيجيات خلاقة (مثل الإعلان الموجه والعلاقات العامة والترويج للمنتج والإعلام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي) والتي تختار وتنفذ لغرض تحقيق أهداف محددة تتعلق بالعلامة التجارية. وينتج عن توصيل هذه العناصر التسويقية أثراً كبيراً. ويزود العملاء بصوت ومظهر متجانس للعلامة التجارية. وفي عام 2013، أطلقت شركة Camel حملة متكاملة للترويج لليوبييل المئوي لعلامتهم التجارية. واستمرت الأنشطة الترويجية على مدار عدة أشهر. وشملت عناصر مثل "السحب على جوائز فورية". وعلامات واضحة توضع في المتاجر. وعبوات مخصصة. ورسائل ترويجية عبر جميع القنوات المتاحة. وتوجت الحملة بحفل تحت رعاية شركة Camel في هولندا. حيث دُعِيَ 900 ضيفاً للاستمتاع "بتجربة Camel" في فاعلية برعاية الشركة تضمنت أنواعاً متخصصة من الأطعمة وموسيقى حية وفنون وأعمال نحتية مستوحاة من "الجمال" وعرض بالليزر. وقد تم الترويج لمشاهد من هذه الفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب.

يقدم هذا الدليل بروتوكول يمكن تعديله لنهج تقييم أساسي. مع خيار تضمين ملاحظات أخرى إضافية متعمقة. وهو مصمم لكي يتم تخصيصه للمنطقة الجغرافية والثقافة والسياق التشريعي للولاية القضائية موضع الاهتمام. كما يمكن استخدام دراسات تقييم الامتثال - مثل تلك الدراسات الموضحة في هذا الدليل - لتحديد أوجه القصور في التشريع الحالي بغرض زيادة تعزيز الحظر المفروض على أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

الخطوة رقم 1: حدّد الولاية القضائية موضع الاهتمام وتعرف على المحظورات واللوائح الخاصة بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)

والحظر غير الشامل إلى توسع المنتجات والإعلان والترويج غير المحظور. فالتشريعات التي تتعلق بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) قد تتضمن ثغرات يمكن أن تستغلها صناعة التبغ ويجب إدراج هذه الأمور ضمن قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة.

وسوف تساعدك معرفة القانون بالتفصيل على تحديد وتوثيق هذه الثغرات أثناء قيامك بتقييم الامتثال. ويجب أيضًا أن تضع في اعتبارك القوانين بين القطاعات التي تتخطى مكافحة التبغ (المالية والتجارية والإعلام والإعلان وتنظيم محتوى الإنترنت). يجب وضع كلاً من القيود الوطنية ودون الوطنية أو الفرعية على أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الاعتبار عند التخطيط لتقييم الامتثال.

مبيعات التبغ على الإنترنت

تشرح المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ أن بيع التبغ على شبكة الإنترنت ينطوي بطبيعته على الإعلان والترويج ولذا يجب أن يحظر تمامًا. ويجب ألا يفرض هذا الحظر على شركات التبغ فقط. وإنما على الأطراف المسؤولة الأخرى أيضًا مثل تجار التجزئة والموزعين والمستوردين. وكذلك يجب إدراج جهات أخرى مثل شركات بطاقات الائتمان وخدمات البريد أو التوصيل في اللوائح. إذا لم تحظر الولايات القضائية بيع التبغ على شبكة الإنترنت. فإن المادة 13 تنص على أن القوانين يجب أن تحظر الوصول إلى مثل هذه الخدمات طبقًا للسفن والموقع وإلزام البائعين بعرض المنتجات في قائمة خالية من الزينة. دون عرض العبوات أو العروض السعريّة.

الإعلان عن التبغ وترويجه على شبكة الإنترنت

تعدّ التشريعات التي تتناول تنظيم محتوى الإنترنت - بما في ذلك التشريعات المتعلقة بمكافحة التبغ - جديدة نسبيًا وهو مجال أخذ في التطور. وعادة ما تحّد القضايا المحيطة بحدود الولاية القضائية والتكنولوجيا المعقدة من قدرة الهيئات المعنية بتطبيق القانون على رصد أنشطة الإنترنت. مما يترك العديد من اللوائح الخاصة بالإنترنت دون تطبيق أو سهل الالتفاف حولها. وتمثل شبكة الإنترنت وسطًا إعلاميًا قويًا يمكن لصناعة التبغ أن تتفاعل من خلاله مع جمهور كبير ومتنوع ومستهدف بالترويج لمنتجاتها وإجراء بحوث التسويق. ولذا تدعم هذه النقطة فكرة التشريع الشامل بدلاً من الحظر الجزئي.

لتقييم الامتثال مع أنواع الحظر المفروضة على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته. سوف تحتاج أولاً إلى تحديد الولاية القضائية موضع الاهتمام. ثم تحديد أحدث تشريع في هذه المنطقة.

الولاية القضائية موضع الاهتمام

سوف حدّد الولاية القضائية موضع الاهتمام النطاق الجغرافي لتقييم الامتثال للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الذي ستقوم به. ضع في اعتبارك مستوى السياسة (وطني أو ولايات قضائية دون الوطنية أو فرعية) الذي تسعى للتأثير عليه. والأطراف التي ستكون قادرة على اتخاذ الإجراءات (الهيئات المعنية بتطبيق القانون. واضعي السياسات. الأطراف المسؤولة). هناك سؤال رئيسي يجب الإجابة عليه وهو كيف سوف تستخدم نتائج تقييم الامتثال التي تحصل عليها (التي تم تناولها في الخطوة رقم 3). انظر الشكل رقم 1 للمزيد من المعلومات حول تحديد الأطراف المسؤولة.

يختلف تشريع مكافحة التبغ اختلافًا كبيرًا بين مختلف البلدان والقوميات الفرعية. تدعو المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ الأطراف (FCTC) إلى فرض حظر شامل على الإعلان عن التبغ في جميع الوسائط وعلى جميع أشكال الترويج المباشر وغير المباشر والرعاية للتبغ. في المناطق التي لا تمتلك فيها جهات الحكم لهذه الأطراف سلطة فرض حظر شامل على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). فإنه يتوقع من الأطراف أن تقوم بتفعيل أقصى تشريع ممكن.

يتضمن الإعلان عن التبغ وترويجه أي شكل من أشكال الاتصال التجاري أو التوصية أو الإجراءات التي تهدف أو تحدث أو قد تحدث ترويجًا لمنتج من منتجات التبغ أو استخدام التبغ سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. تعرف الرعاية بأنها أي شكل من أشكال المساهمة في أي فاعلية أو نشاط أو مساهمة لشخص بغرض إحداث أو احتمال إحداث ترويج للتبغ سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة¹. وتتضمن هذه التعريفات التقنيات المتطورة مثل شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي حيث عادة ما يكون المستخدمون أصغر سنًا.

وعند تقييم أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وتقييم الامتثال للوائح. يجب أن تكون ملهمًا بأوجه القصور في التشريع الحالي. يمكن أن تؤدي التعريفات القاصرة

وتوضح إرشادات تنفيذ المادة 13 التزامات جميع "الأطراف المسؤولة" للحساب بناءً على دورها في النشر وقدرتها على التحكم في وجود محتوى الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). ويقدم هذا الدليل إطاراً مكثفاً لتحديد الأطراف المسؤولة عن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت، بناءً على الجهات التي تم تحديدها في إرشادات المادة 13 (أنظر الشكل رقم 1 أدناه).

وتوضح إرشادات تنفيذ المادة 13 التزامات جميع "الأطراف المسؤولة" المشاركة في إنتاج أو توزيع أو نشر أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). وسوف يساعدك فهم أدوار والتزامات هذه الأطراف المسؤولة ووجودها في الولاية القضائية موضع الاهتمام لديك على تحديد الغرض من تقييم الامتثال الذي تقوم به، ونطاقه، والتخطيط الاستراتيجي لجهودك للمناصرة والتأييد.

الشكل رقم 1. الأطراف المسؤولة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته على الإنترنت

دور في نشر معلومات بخصوص الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)	طرف مسؤول	توصية المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ
الرئيسي: المنتجون أو الناشرين الذين ينشئون المحتوى أو يختاروه قبل أن يتاح لمستخدمي الإنترنت	<ul style="list-style-type: none"> صناعة التبغ (الشركات والعلامات التجارية) وكالات الإعلان* منتجو الوسائط أو الألعاب مواقع الإنترنت الخاصة بالصحف ومحطات الإذاعة 	يجب أن يحظر عليهم إنتاج أو نشر المحتوى المتعلق بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).
البديل: ناشرو المحتوى، والمضيفون والمتصفحون ومقدمو خدمة الإنترنت الذين ييسرون أو يتيحون نشر محتوى الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). يجب أن يحظر عليهم إنتاج أو نشر المحتوى بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).	<ul style="list-style-type: none"> شبكات التواصل الاجتماعي وكالات الإعلان* مقدمو خدمات الإنترنت الأخرى (برامج التصفح ومحركات البحث والبوابات الإلكترونية) 	يجب أن يلتزموا بنزع أو تعطيل الوصول إلى الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) بمجرد إبلاغهم بالمحتوى.

*قد تعمل وكالات الإعلان - بوصفها الأطراف المسؤولة - من خلال إنشاء وتطوير مواد الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)، كما قد تعمل كأطراف بديلة مسؤولة من خلال استضافة ونشر وتوجيه نشر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) أو قد تلعب كلا الدورين.

كيفية استخدام هذا المخطط

- راجع هذا المخطط لفهم الأطراف المختلفة المشاركة في إنتاج ونشر مواد الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت. (تقوم العديد من هذه المواد بالترويج لفاعليات تحت رعاية الشركات وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) بالإضافة إلى علامات تجارية ومنتجات).
- ضع في اعتبارك أكثر الأطراف المسؤولة نشاطاً في الولاية القضائية موضع الاهتمام. ارجع إلى هذه الأطراف في وقت لاحق من عملية التخطيط عندما تقوم باختيار عيناتك (شركات التبغ والعلامات التجارية وقنوات الإنترنت الفرعية ومصطلحات البحث) وعناصر الملاحظة التي يجب تضمينها في إجراءات جمع البيانات.
- إذا كانت الحكومة في الولاية القضائية موضع الاهتمام تفتقر إلى القدرة أو التقنية اللازمة لتطبيق القانون ورصد الامتثال. ارجع إلى هذه الأطراف المسؤولة الأكثر بروزاً أو نشاطاً على شبكة الإنترنت في الولاية القضائية موضع الاهتمام أثناء تخطيط استراتيجيتك للمناصرة والتأييد، وذلك من خلال تحديد الأطراف التي تبدو أكثر انفتاحاً أو قدرة على الاستجابة لنتائج التقييم.
- في بعض الحالات، قد لا تستطيع تحديد الأطراف المسؤولة المختلفة حين اكتمال جمع البيانات. قد يكون الطرف المسؤول ظاهراً في مثال قد لاحظته عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)، أو قد يتطلب الأمر بحثاً تبعياً لتحديد هذه الأطراف (مثل وثائق صناعة التبغ المتاحة).

وطبقاً لإرشادات المادة 13، فإن المسؤولية الرئيسية يجب أن تقع على من يقوم ببدء أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وهذه الأطراف عادة ما تخضع للولاية القضائية للهيئات المعنية بتطبيق مكافحة التبغ أو التمويل والتجارة، أو الإعلام والإعلان أو تنظيم محتوى الإنترنت) ويجب أن تقع المسؤولية البديلة على ناشري المحتوى، والمضيفين والمتصفحين ومقدمي خدمة الإنترنت الذين ييسرون أو يتيحون نشر وسائل وأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). وتقتصر المادة 13 إلزام الأطراف المسؤولة البديلة بنزع أو تعطيل الوصول إلى وسائل أو أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) بمجرد معرفتهم بالمحتوى.

وتكون الأطراف البديلة المسؤولة في الغالب عبارة عن جهات تجارية لديها الاستعداد والقدرة التقنية لإزالة أو تعطيل المحتوى المحظور بدلاً من الهيئات المعنية بتطبيق القانون. وهي تميل إلى الامتثال للقوانين المحلية وليس لها مصلحة في الإعلان عن التبغ وقادرة على رصد قنواتها والتحكم فيها. وفي بعض الحالات، قد تتبنى هذه الأطراف حظر الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) بصورة أكثر صرامة أو شمولاً من التشريع القائم في الولاية القضائية موضع الاهتمام لديك. وطبقاً لدور الأطراف البديلة وسمعتها في الولاية القضائية موضع الاهتمام، يمكن وضع هذه الجهات في الاعتبار عند اختيار قنوات الإنترنت الفرعية التي سوف يشملها جمع البيانات، وعند نشر النتائج وعند توجيه جهود المناصرة والتأييد. ويوصى هذا الدليل بالتركيز على الأطراف البديلة الأكثر قدرة أو الأكثر احتمالاً للاستجابة لنتائج عملية التقييم الخاصة بك، مثل المواقع الإلكترونية للصحف ومحطات البث وشبكات التواصل الاجتماعي والقنوات الكبرى (مثل جوجل) التي تقدّر قيمة سمعتها أمام الجمهور ويحتمل أن تمتثل للقانون. ويمكن أن تكون هذه استراتيجية مفيدة للمناصرة والتأييد في الولايات القضائية ذات القوانين الضعيفة أو الهيئات المعنية بتطبيق القانون غير الفعالة.

الفاعليات المقامة برعاية الشركات

تتطلب المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ (FCTC) صراحةً حظر أو تقييد رعاية التبغ للفاعليات والأنشطة سواء كانت الرعاية معلنة أم لا. ويشمل هذا الرعاية التي تهدف إلى الترويج لشركات التبغ والعلامات التجارية للتبغ ومنتجات التبغ. وكما هو الحال بالنسبة للأطراف المسؤولة على شبكة الإنترنت، فإن إرشادات المادة 13 توصي بأن تتحمل جميع الجهات المشاركة المسؤولية (ويكون هذا أيضاً بناءً على دورها في بدء أو تيسير أو تمكين الفاعلية المقامة). وقد يشمل هذا منظمي الفاعلية، ومالكي المكان الذي تقام فيه، والرياضيين وغيرهم من المشاهير (بالإضافة إلى صناعة التبغ الفاعلية).

المسؤولية الاجتماعية للشركات

المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) هي صورة خاصة من الرعاية التي تستخدم لتعزيز الصورة العامة لشركات التبغ والعلامات التجارية من خلال برامج رفاهية المجتمع. وتنص إرشادات المادة 13 على أن "المساهمات المقدمة من شركات التبغ إلى أي كيان آخر من أجل "أسباب تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية" أو الدعاية للممارسات التجارية "المسؤولة اجتماعياً ينبغي أن حُظر أيضاً نظراً لأن هذه الأنشطة تمثل شكلاً من أشكال الإعلان والترويج وتهدف إلى الترويج لمنتجات من منتجات التبغ أو لاستخدام التبغ سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. حُت ستار رفاهية المجتمع." قد يحظر القانون. أو قد لا يحظر. في الولاية القضائية موضع الاهتمام أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) أو الإعلان عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR).

هناك موارد متاحة لمساعدتك في تحديد أحدث تشريع قائم في الولاية القضائية موضع الاهتمام. 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 الأطفال الخاليين من التبغ (www.tobaccocontrolaws.org).

تعرف على المحظر المفروض على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)

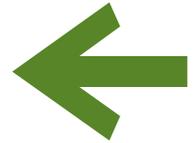
- تذكر الرجوع إلى العديد من المصادر لمعرفة المحظر المفروض على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام، بما في ذلك مكافحة التبغ، وأو التمويل والتجارة وأو الإعلام والإعلان وأو تنظيم محتوى الإنترنت).
- تذكر مراجعة سياسات الاستخدام المنفردة بين قنوات الإنترنت الفرعية (مثل جوجل وتويتر) والتي قد تحتوي على حظر على أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) أكثر صرامة من القانون المحلي.
- تذكر تضمين تكتيكات الترويج للتبغ التي تحدث على شبكة الإنترنت أو في الفاعليات المقامة برعاية الشركات مثل تقديم كوبونات أو مسابقات أو هدايا أو عينات مجانية أو صنع العلامة التجارية أو الإعلان المباشر.

دراسة حالة: فعالية اتفاقات الدولة والحكومة الفيدرالية مع شركات بطاقات الائتمان الكبرى وشركات الشحن لإيقاف عمليات بيع السجائر غير القانونية على شبكة الإنترنت²

قامت هذه الدراسة بزيارة المواقع الإلكترونية لبائعي السجائر بين عامي 2003 و2007 لتقييم حالة أعمالهم التجارية ورصد ممارسات البيع الخاصة بهم. تم تقييم البائعين من ناحية الامتثال للاتفاقات الطوعية بين كبريات شركات بطاقات الائتمان وبين جهات الشحن الخاصة والتي وضعت عام 2005 والتي حظرت الدفع والشحن لجميع مبيعات السجائر عبر الإنترنت. وقد وجدت هذه الدراسة أن نسبة البائعين الذين يقبلون خيارات الدفع المحظورة انخفضت من 99.2% إلى 37.4% في أعقاب فرض الحظر. كما انخفضت نسبة البائعين الذي يقبلون خيارات الشحن المحظورة من 32.2% إلى 5.6%. كما حدثت زيادة في أعداد البائعين الذين يعرضون خيارات دفع أو شحن غير محظورة (مثل الشيكات الشخصية أو خدمات البريد الحكومية بالولايات المتحدة). وقد استنتج الكتاب أن أنواع الحظر قدّمت نهجًا واعدًا لتنظيم مبيعات السجائر. كما تبين الزيادة التي لوحظت في قبول طرق دفع أو خيارات شحن غير محظورة أهمية تطبيق تشريع شامل يحول دون استغلال مثل هذه الثغرات.

بند عمل

تعرف على التشريع في الولاية القضائية موضع الاهتمام وقارنه بمتطلبات المادة 13 وبأي حظر آخر متعلق بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). كن على دراية بالأطراف المسؤولة والثغرات التي قد توجد في القانون.



الخطوة رقم 2: تعرف على إعلانات التبغ وترويجه ورعايته

أو العلامات التجارية أو المنتجات) معروضة بصورة واضحة وفعالة الأداء. كما يتم التواصل بشأن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. والمواقع الإلكترونية الخاصة بالأخبار والبيع والترفيه ونتائج البحث على شبكة الإنترنت. قد يكون الوصول إلى هذه الأمثلة متاحاً للجمهور بوجه عام، أو قد يكون المحتوى محظوراً ويتطلب اشتراكاً وحقاً من العمر أو الإقامة أو حالة التدخين.

وقد تكون بعض أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) أكثر صعوبة في العثور عليها وتقييمها على شبكة الإنترنت، مثل الاتصالات التي تحدث من خلال المدونات أو لوحات المراسلات أو المنتديات أو غرف الدردشة، وعادة ما تتيح هذه القنوات (والتي تكون متاحة عادة من خلال البوابات الإلكترونية) نشر المحتوى بصورة مجهولة وبالتالي يمكن استغلالها من قبل جماعات الجبهة الأمامية للصناعة والتي يصعب تحديدها.

تكتيكات الترويج للتبغ

- التوزيع المجاني للتبغ والمنتجات المرتبطة به (سواء تم تلقيه على بريد مشترك أو خلال الفاعليات التي تقام تحت رعاية الشركات أو بموجب المسؤولية الاجتماعية للشركات)
- إعداد مسابقة أو تقديم تخفيضات ترويجية أو كوبونات (إلكترونية أو من خلال البريد المباشر).
- مد العلامة التجارية - أي وضع العلامة التجارية على منتجات أخرى غير التبغ - وتقديم هدايا مجانية (يتم تلقيها من خلال البريد أو في فاعليات تقام تحت رعاية الشركات أو بموجب المسؤولية الاجتماعية للشركات)
- الظهور في منتجات الترفيه السمعية والبصرية (التلفزيون أو الأفلام) بما في ذلك ما يظهر على شبكة الإنترنت.

لمعرفة كيفية تقييم الامتثال مع الحظر المفروض على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته. يجب أن تفهم الأنواع العديدة لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وأن تستطيع التعرف عليها وعلى القنوات المتاحة في الولاية القضائية موضع الاهتمام. يركز هذا الدليل على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته من خلال شبكة الإنترنت، والفاعليات التي تقام تحت رعاية الشركات، وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR). كما سبق الشرح في مقدمة الدليل، فإن الحملات المبتكرة تستخدم قنوات متعددة وأنشطة متعددة للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) لتنفيذ استراتيجية تسويق متكاملة. وقد يلاحظ جامع البيانات المحتوى على شبكة تواصل اجتماعي، بالنسبة لفاعلية متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، تحت رعاية شركة تبغ أو علامة تجارية خاصة بالتبغ، والذي قد يكون مثلاً لجميع المجالات الثلاثة التي يغطيها هذا الدليل. يجب تدريب جامعي البيانات على التعرف على أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وأن يكونوا ملمين إلى حد ما باتجاهات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) واللوائح المتعلقة به في الولاية القضائية موضع الاهتمام، ويجب أخذ هذه الاتجاهات في أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الاعتبار عند تحديد الغرض من التقييم الذي تقوم به، وعند اختيار عيناتك وعند مواعمة إجراءاتك وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة. تتباين اللوائح الفعلية والحظر المتعلق بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) طبقاً للمنطقة، لذلك فإن تقييم الامتثال الذي تجرّه لابد أن يكون مخصصاً تحديداً ليناسب اللوائح والتشريعات المعمول بها سواء الوطنية أو دون الوطنية أو الفرعية.

الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على

شبكة الإنترنت

وفيما وراء بيع التبغ أو المنتجات المرتبطة بالتبغ على مواقع البيع الإلكترونية، تستخدم أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت تكتيكات الصناعة التقليدية (مثل الإعلان للشباب) والتي طُورت من خلال التكنولوجيا المبتكرة التي تمنح القدرة على الوصول إلى الكثيرين وتوجيه الإعلانات بتكلفة بسيطة. عادة ما تكون المواقع الإلكترونية لصناعة التبغ (التي تروج للشركات

الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات

تمثل الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات إحدى الوسائل التي تستخدمها صناعة التبغ للترويج لشركتها أو منتجاتها. وجعل استخدام التبغ أمرًا عاديًا بين عامة الناس. تتضمن الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات (على سبيل المثال لا الحصر) الفاعليات الرياضية والثقافية والحفلات الموسيقية وغيرها من الفاعليات الخاصة/الترفيهية والمهرجانات والإجازات والاستراحات. كما قد تتم رعاية الفاعليات على نطاق أصغر وعلى فترات منتظمة، مثل سفراء التدخين الذين يروجون للشركات أو العلامات التجارية في الحانات أو الملاهي الليلية أو مواقع الانطلاق أو المحال التجارية أو الأماكن العامة الأخرى. وتعتبر هذه الفاعليات فرصة لتمثيل الشركة أو العلامة التجارية، والتفاعل مع العملاء وجهًا لوجه وجمع معلومات عن العملاء والارتباط بالجهات الشائعة أو المشاهير. وتتطلب الفاعليات عمليات تسويقية وترويجية يحتمل أن يتم التواصل بشأنها على شبكة الإنترنت، وبخاصة من خلال المواقع الإلكترونية للعلامات التجارية الخاصة بالتبغ وشبكات التواصل الاجتماعي.

المسؤولية الاجتماعية للشركات

توفر المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) الدعم لمشروعات المجتمع المحلي الخيرية، والمصالح الصحية وبرامج مكافحة التدخين للشباب والإغاثة من الكوارث والأزمات والأبحاث والبرامج البيئية وبرامج الزراعة. وتستخدم صناعة التبغ المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) للترويج لصورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور، وإجراء البحوث السوقية حول المدخنين الحاليين أو المحتملين وإقناع المستفيدين من دعمهم بتفضيل شركتهم أو علامتهم التجارية. كما تستخدم المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) لكسب استحسان السياسة وصانعي السياسات بصفتهن "شركاء مواطنة مسؤولة". والهدف من المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) هو تحسين نظرة الجمهور إلى الشركة أو العلامة التجارية.

دراسة حالة: مبيعات التبغ والترويج في الحانات، والمقاهي والملاهي الليلية من المدن الكبرى في شتى أنحاء العالم³

قامت هذه الدراسة بإجراء استبيانات لمالكي 231 مكانًا في أكثر من 20 بلدًا في أفريقيا والأميركتين وآسيا وأوروبا الشرقية لتقييم وجود أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الحانات والمقاهي والملاهي الليلية. تم جمع بيانات حول نطاق واسع من أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)، بما في ذلك أنواع العروض الترويجية التي تقدمها شركات التبغ إلى الأماكن. وفي موسكو (روسيا) أفاد 20% من مالكي الأماكن (أو مديريها) أن شركات التبغ قدمت فاعليات تحت رعايتها، كما قدمت السجائر المجانية لأعمالهم التجارية. وفي جاكارتا (إندونيسيا)، وردت تقارير برعاية الفاعليات والتمويل المالي من 20% من أصحاب المحال أو مديريها. وفي أوكرانيا، وجد الباحثون أن شركات التبغ قدمت فاعليات تحت رعايتها، وكذلك سجائر مجانية وتمويلًا ماليًا لنسبة 67% من مالكي/مديري الأماكن المشاركة في الدراسة. وهذه أمثلة من الولايات القضائية التي لديها قوانين ضعيفة أو غير مكتملة للتعامل مع رعاية صناعة التبغ (والإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) بوجه عام). وتبين هذه النتائج الحاجة لحظر شامل على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) يجب أن يشمل أماكن الترفيه والضيافة ضمن نصوصه.

بند عمل

كن ملهمًا بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) واتجاهاته في الولاية القضائية موضع الاهتمام من خلال التحدث مع الخبراء المحليين والسكان الذين يمثلون موضع اهتمامك وإجراء بحث غير رسمي على شبكة الإنترنت لاستعراض أمثلة. كن ملهمًا بأي تكتيكات جديدة أو مبتكرة للصناعة.



الخطوة رقم 3: حدّد الغرض من تقييمك للامتثال

بيان الامتثال للقانون: أحد أكثر حجج صناعة التبغ شيوعاً - في أعقاب دخول قانون قوي بشأن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) حيز التنفيذ - هو أن القانون يتم تجاهله على نطاق واسع. وعادة ما تكون هذه الدعاوى زائفة أو مبالغ فيها. ويمكن أن يبين تقييم الامتثال أن الامتثال للقانون مرتفع. وبذلك ينفي ادعاءات الصناعة بأن القانون لا يطبق بصورة صحيحة.

تقييم التقدم المحرز: يمكن استخدام تقييمات الامتثال الدورية لتقييم التقدم المحرز من خلال توثيق التغييرات في الامتثال مع مرور الزمن. وقد تكون هذه التغييرات بسبب اتجاهات واستراتيجيات تسويق جديدة. أو إصدار تشريعات جديدة أو زيادة جهود تطبيق القانون.

تثقيف الجمهور والمجتمع المدني: يمكن استخدام التقييمات لتثقيف الجمهور بشكل عام والمجتمع المدني حول وجود قيود على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) ومدى الامتثال لها.

يجب ألا تُجرى عمليات تقييم الامتثال إلا إذا كانت تخدم غرضاً استراتيجياً. يجب أن يعكس الغرض من التقييم التشريعات المحلية، والأطراف المسؤولة (تم تحديد كلٍ منهما في الخطوة رقم 1) والاتجاهات الحالية في أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) (تم تحديدها في الخطوة رقم 2). فكر في السبب الذي يدفعك لإجراء تقييم الامتثال وكيف تنوي استخدام النتائج. سوف يساعد توضيح الاستخدام المقصود للنتائج على التركيز على تصميم عملية التقييم الخاصة بك وتحديد البيانات التي ترغب في جمعها وتحليلها وتوضيح لك كيفية إعداد التقارير ونشر النتائج.

الغرض الأكثر شيوعاً لإجراء تقييم الامتثال - الذي يتضمن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت، و الفاعليات المقامة برعاية من الشركات ومن خلال برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات - هو توفير دليل يبين سبب ضرورة التعامل مع الثغرات أو أوجه القصور الموجودة في القانون (أي تعزيز القانون). كما سبق أن ناقشنا في الخطوة رقم 1، فإن لوائح الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت قد تتضمن حظراً جزئياً فقط أو قد لا يكون التشريع موجوداً حتى الآن. الهدف من هذا النوع من التقييم هو توفير أمثلة توضح كيف يتم استخدام الإنترنت كأداة لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) (بما في ذلك الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات) والتي سوف تكون مفيدة للمناصرين وصانعي السياسات. ومن الأغراض العامة الأخرى لتقييم الامتثال:

توضيح انتهاكات القانون: يمكن استخدام التقييمات لتزويد الحكومة بمعلومات حول الحاجة إلى تعزيز التطبيق والأوجه الأنسب لتوجيه الموارد. ويمكن استخدام معدلات الامتثال المنخفضة للبحث على تطبيق القانون بفاعلية من قبل الأطراف المسؤولة المشاركة في إنتاج أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) أو وضعها أو توزيعها (انظر الخطوة رقم 1، الشكل رقم 1). كما قد تحدد النتائج ثغرات في تخطيط التنفيذ وتشير إلى أنواع أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) التي تستلزم المزيد من التدخلات الموجهة.

بند عمل

حدّد الأهداف والأولويات لعملية تقييم الامتثال وحدد الجمهور المستهدف لنشر النتائج وتوجيه جهود المناصرة والتأييد.

الخطوة رقم 4: جهّز الموارد اللازمة

كجزء لا يتجزأ من التخطيط لتقييم الامتثال الخاص بك، سوف تحتاج إلى معرفة الموارد التي تمتلكها والتي تحتاج الحصول عليها. ضع خطة واقعية ويمكن تنفيذها. تشمل الموارد الرئيسية لعملية التقييم العمالة والتمويل (بما في ذلك أي تكاليف تتعلق بحضور الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات أو المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات)، والإمكانيات التكنولوجية.

العمالة

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

منسق للمشروع سيكون مسؤولاً عن التأكد من تنفيذ جميع المهام طبقاً للجدول الزمني والبروتوكول الموضوع للتقييم (بما في ذلك إنشاء الشراكات الاستراتيجية وتنسيق عملية نشر النتائج). يتأكد المنسق من توافر جميع المواد اللازمة لجامعي البيانات والتكنولوجيا والتدريب قبل بدء جمع البيانات، ويلعب دور "الشخص الذي ينبغي الذهاب إليه" عند مواجهة أي صعوبات أثناء التقييم. كما قد يكون المنسق أيضاً مسؤولاً عن استلام البيانات التي يقدمها جامعو البيانات لتحليل وكذلك تخزينها وتنظيمها وإدارتها. قد تتطلب تقييمات الامتثال واسعة النطاق تخزين كميات كبيرة من البيانات، وسوف تساهم إدارة الصور وأو الملاحظات فور تلقيها على الإسراع بعملية تحليل البيانات.

جامعو البيانات يمكن أن يكونوا موظفين مدفوعي الأجر. ولكن يمكن طلب متطوعين أيضاً لإجراء عمليات الملاحظة. في كلا الحالتين، ستكون هناك حاجة لتدريبهم تدريباً شاملاً على التعرف على أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) ذات الصلة وتطبيق إجراءات جمع البيانات وتقديم الأمثلة والملاحظات التي يقومون بجمعها إلى موظفي الدراسة. وسيكون من المفيد أيضاً إذا كان جامعو البيانات لديهم بعض الدراية بالتشريع المحلي والغرض الإجمالي لعملية التقييم. قد يوفر توظيف المتطوعين لإجراء عملية جمع البيانات مزيداً من الحرية في جمع البيانات المحظورة (التي تتطلب اشتراكاً أو تحقّقاً من الهوية للوصول إلى محتوى محظور) أو إجراء تقييم متعمق (من خلال حضور الفاعليات والاشتراك في العروض والتحديثات وما إلى ذلك). إذا كان بعض جامعي البيانات مدخنين حالياً، فيمكنهم الدخول على المحتوى الذي يتطلب من المستخدمين الإدلاء بتفضيلاتهم في التدخين. ومن المحتمل أن يلاحظوا أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الموجهة مباشرة إلى المدخنين المعروفين. يوفر طلب إجراء عملية جمع البيانات من موظفي المشروع ميزة قيام مهنيين من ذوي الخبرة في مكافحة التبغ بتحديد أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وتقييمها (وقد يكون هذا أمراً معقداً أو جزءاً من حملة متكاملة). ولكن، يتطلب هذا كماً كبيراً من مواردك المتاحة ومن وقت الموظفين وفقاً لنطاق تقييمك.

يمكن استشارة الخبراء التقنيين للمساعدة في تحديد شركات التبغ والعلامات التجارية ذات الأولوية، وأو اختبار العينة الخاصة بك (قنوات الإنترنت الفرعية ومصطلحات البحث) وأو مواومة إجراءات جمع البيانات وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة وأو المساعدة في تحليل البيانات وإعداد التقارير (حسب الحاجة).

التمويل

لا يلزم أن يكون القيام بتقييم الامتثال مكلفاً للغاية، فعادة ما تنتج التكلفة من نطاق التقييم والوقت المطلوب لجمع كافة البيانات اللازمة وما إذا كان جامعو البيانات سوف يتقاضون راتباً أو يتم تعويضهم نظير وقتهم. يمكن أن تكون جامعة محلية مصدراً ممتازاً للمتطوعين ذوي الخبرة التقنية لأن التطوع للعمل قد يكون مطلوباً من الطلاب لتحقيق متطلبات التخرج ومن المحتمل أن يكونوا محترفين أو ملمين بالتقنيات الحالية. وقد يتطلب تقييم الامتثال الذي يشمل ملاحظة الفاعليات التي تجرى تحت رعاية الشركات أو المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) تمويلاً إضافياً لتغطية أي تكاليف تتعلق بالحضور (مثل التذاكر أو تكلفة الدخول). ويجب أن تدرج ضمن الميزانية المتوقعة أيضاً أي تكاليف تتعلق بالترويج لنتائج التقييم ونشرها.

الإمكانات التقنية

يتطلب إجراء عملية مسح شبكة الإنترنت المشروحة في هذا الدليل القدرة على الدخول على شبكة الإنترنت وأجهزة كمبيوتر لجمع البيانات وتخزينها وتحليلها. وإذا لم تكن هذه الأجهزة والقدرة على الدخول على شبكة الإنترنت والبرامج المطلوبة متوافرة بالفعل لموظفي المشروع، فيجب أن يرتب منسق المشروع لتوفير هذه الموارد مقدماً لجمع البيانات.

بند عمل



ضع ميزانية وقم بتخصيص الموارد لمتطلبات عملية تقييم الامتثال الخاصة بك.

الخطوة رقم 5: اختر عيناتك ووضح نطاق تقييمك للامتنال

التبغ - أكثر البيانات نفعًا لتقييم الامتنال. كما سيحدد الثغرات في التشريع. ويوصي هذا الدليل بتضمين 9-10 علامات تجارية للتبغ كحد أدنى في تقييمك. ويجب أن تشمل هذه العلامات التجارية السجائر وغيرها من منتجات التبغ (طبقًا للسياق المحلي لديك). ويجب أن تحدد 3-5 شركات تبغ ذات أولوية من الشركات النشطة في الولاية القضائية موضع الاهتمام. مع اختيار 2-3 علامات تجارية من هذه الشركات لتضمينها في العينة. تأكد من أن تضع في اعتبارك كلاً من الشركات و/أو العلامات التجارية العالمية والمحلية عند اختيار عينتك. قد يكفي التقييم الذي يبين أنشطة أو انتهاكات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) بواسطة عدد محدد من الشركات لإعطاء الدافع لوضعي السياسات أو الأطراف المسؤولة لاتخاذ الإجراءات اللازمة.

تتباين تشريعات وأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) بشدة بين المناطق والبلدان. سيكون لنطاق تقييم الامتنال الخاص بك آثارًا هامة على الجدول الزمني. ونهج أخذ العينات، والإجراءات اللازمة لجميع البيانات وتحليلها. وبالإضافة إلى غرضك والموارد المتاحة. فإن النطاق يتحدد أيضًا من خلال الولاية القضائية موضع الاهتمام والمعلومات الإضافية التي قد ترغب في جمعها. ارجع إلى النتائج التي تم الحصول عليها من الخطوة رقم 1 والخطوة رقم 2 والخطوة رقم 3 من تقييم الامتنال أثناء اختيار عينتك وتوضيح نطاق مشروعك.

اختيار العينة

شركات التبغ والعلامات التجارية: سوف تحتاج إلى اختيار مجموعة فرعية. أو عينة. من شركات التبغ والعلامات التجارية لإدراجها في تقييم الامتنال الخاص بك. يعتبر جمع البيانات من عينة منتقاة (من أكثر العلامات التجارية شيوعًا أو نشاطًا) أو من عينة ملائمة (بناءً على إتاحة أو سهولة الوصول إلى البيانات) في الولاية القضائية موضع الاهتمام طريقة عملية لتقييم الامتنال وإعطاء أمثلة توضيحية لانتهاك القانون أو استغلال أوجه القصور في اللوائح. وسوف ينتج عن التقييم - الذي يشمل عينة متنوعة من منتجات

إعلان على شبكة الإنترنت، إندونيسيا 2011⁴

- حفل موسيقي تحت رعاية Djarum
- شبكات التواصل الاجتماعي (قم بتسجيل الدخول عن طريق حساب فيسبوك أو تويتر لشراء التذاكر. استخدم الهاشتاج #FESTIVESOUND لأغراض التسويق)
- وسائل الإعلام التفاعلية ("عودة إلى الاختبار")

أليكسا للإنترنت (Alexa Internet, Inc) على الموقع الإلكتروني
http://www.alexa.com/

مصطلحات البحث: يجب أن تختار 10 مصطلحات بحث على الأقل (بالإضافة إلى شركات التبغ والعلامات التجارية التي اخترتها) والتي ترتبط بالتشريع القائم أو الجهات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الحالية في الولاية القضائية موضع الاهتمام (بما في ذلك الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات). لتضمينها في إجراءات جمع البيانات. انظر الخطوة رقم 7 والملحق ه للحصول على قائمة بمصطلحات البحث.

قنوات الإنترنت الفرعية: بمجرد اختيارك لعينة من شركات التبغ والعلامات التجارية، سوف تحتاج إلى اختيار عينة من قنوات الإنترنت الفرعية (مثل الصفحات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي) والتي سوف يتم تضمينها في التقييم. ويجب أن يتم تحديد هذا أيضًا من خلال مدى شمول هذه القنوات الفرعية ومدى إتاحة الوصول إليها في الولاية القضائية موضع الاهتمام. بالإضافة إلى إرشادات الاستخدام المحددة لكل قناة من القنوات الفرعية المعنية (كما سبق أن ناقشنا في الخطوة رقم 1). بعض الأطراف تمنع طواعية تسويق التبغ على قنواتها. ويجب وضع هذا في الاعتبار عند اختيار القنوات الفرعية التي سوف تتضمنها عينة التقييم. يوصي هذا الدليل بتضمين قناة واحدة على الأقل من كل قنوات الإنترنت المتاحة للملاحظة (انظر الشكل رقم 2 للحصول على وصف وأمثلة القنوات والقنوات الفرعية). هناك معلومات يمكن ترتيبها حول عدد زيارات الويب والتصنيفات العالمية طبقًا للبلد ويمكن العثور على هذا الموضوع من خلال شركة

الشكل رقم 2. أمثلة لقناة الإنترنت وقناة الإنترنت الفرعية

نوع قناة الإنترنت	مثال على قنوات الإنترنت الفرعية	الحد الأدنى المقترح لحجم العينة
المواقع الإلكترونية لشركات التبغ	شركة الصين الوطنية للتبغ. فيليب موريس الدولية (مجموعة التريا). الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ	3-5 شركات ذات أولوية
المواقع الإلكترونية لعلامات التبغ التجارية	Dunhill و Hongtashan مارلبورو	9-10 علامات تجارية ذات أولوية (من بين الشركات ذات الأولوية)
بائعو التبغ (أو منتجات التبغ) على شبكة الإنترنت	Duty Free Depot	1
شبكات التواصل الاجتماعي	Twitter, Orkut, YouTube, Weibo	1
المواقع الإخبارية ومواقع البث	البي بي سي والسي إن إن و reddit	1
صفحات الإنترنت الخاصة بالبيع	Amazon, qq.com, taobao.com	1
نتائج بحث الإنترنت (محركات البحث وبرامج التصفح)	جوجل وسافاري وبينج	1

نطاق المعلومات

وهناك قرار أساسي آخر يجب اتخاذه عند بدء عملية تقييم الامتثال وهو نوع المعلومات - التي يجب على جامعي البيانات جمعها - ومدى اتساعها. ويوفر هذا الدليل إجراءات قابلة للمواءمة لإجراء تقييم أساسي. مع خيار إضافة عناصر للتقييم المتعمق (طبقاً لما يناسب الولاية القضائية موضع الاهتمام وقدراتك التنظيمية) ينطوي التقييم الأساسي على البحث والتصفح على شبكة الإنترنت. في حين يتطلب التقييم المتعمق تفاعلاً أكبر بين جامعي البيانات ونشاط الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) (مثل الأشتراك في العروض الترويجية وحضور الفاعليات المختارة). انظر الخطوة رقم 7 للحصول على مزيد من المعلومات حول الإجراءات الأساسية والمتعمقة.

سيتوجب عليك اتخاذ قرار بشأن العناصر التي ينبغي إدراجها ضمن قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لكي تقيم الامتثال مع أنواع الحظر القائمة على الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وتحديد أمثلة للتغرات وذلك لتشجيع تعزيز القانون. يجب أن تستند العناصر الموجودة في قائمة التحقق على التشريع الحالي وأولويات التقييم والجهات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام (أي نتائج الخطوة رقم 1 والخطوة رقم 2 والخطوة رقم 3). ويجب أن تمثل هذه العناصر إما الامتثال للقانون أو مخالفته. أو أن تبرز أوجه القصور في التشريع التي تستغلها الصناعة.

بند عمل



اختر عيناتك. واختر نهج التقييم. ووضح نطاق تقييم الامتثال الخاص بك لعملية الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

وقد تقرر أيضاً إدراج عناصر على قائمة التحقق لتحديد استراتيجيات جديدة أو مبتكرة تستخدمها صناعة التبغ للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). كما يجب أن تضع في اعتبارك نوع ومدى البيانات التي سوف تحتاج إلى جمعها لكي تحفز صانعي السياسات أو غيرهم من الأطراف المسؤولة على الاستجابة.

ويوصي هذا الدليل بوضع حد معقول ومدى شمولية المعلومات التي سوف يتم جمعها وتحليلها. بحيث يتناسب مع غرضك ومواردك والجداول الزمنية اللازمة بصورة مناسبة. وهناك نموذج لقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة متاح في الملحق و.

الخطوة رقم 6: خَطِّط لتقييمك للامتحان وضع له جدولاً زمنياً

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

1. قبل التنفيذ: قبل البدء في تنفيذ ملاحظات الامتحان.
 2. التنفيذ: أثناء جمع البيانات وتحليلها.
 3. بعد التنفيذ: بعد جمع ملاحظات الامتحان وتحليلها.
- راجع الملحقين "ب" و "ج" للحصول على أمثلة للجدول الزمني وقائمة تخطيط مفصلة للتقييم.

يتضمن التخطيط الجيد وضع خط زمني لأنشطة تقييم الامتحان والذي سيتيح لك الإعداد المناسب لجميع الخطوات العملية التي ينطوي عليها استكمال التقييم وتعظيم استخدام النتائج.

عند وضعك الجدول الزمني، ينبغي أن تضع في اعتبارك الوقت المثالي للإعلان عن النتائج (على سبيل المثال أثناء المناقشات التشريعية المتعلقة بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) أو في ذكرى مرور عام على تطبيق القانون). إذا كان الأمر كذلك، فيجب أن يمثل هذا التاريخ نقطة النهاية على جدولك الزمني. ويجب إدخال جميع المهام الأخرى في الجدول الزمني رحوماً من هذه النقطة.

بند عمل



قم بتخطيط وتنسيق جميع الخطوات المتبقية في تقييمك للامتحان. مع وضع اختيار التوقيت الاستراتيجي لنشر المعلومات في الاعتبار.

الخطوة رقم 7: قم بمواءمة الإجراءات وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة

ورعايته (TAPS) قد يوفر جودة أفضل للبيانات ولكنه يتطلب من موظفي المشروع وقتاً أطول بكثير وعملاً أكثر في مجال إدخال البيانات. ويجب أن يتم تحديد طريقة التقييم بناءً على القدرات التنظيمية وقدرات الموظفين. إذا عمل موظفو المشروع كجامعي بيانات، فيجب أن يقوموا بملء قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لكل مثال من أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) أثناء تنفيذهم لإجراءات مسح شبكة الإنترنت.

قد تستلزم عملية التقييم المتعمق الاشتراك في قوائم بريدية أو عروض ترويجية وحضور فاعليات مختارة مقامة تحت رعاية الشركات أو مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن لجامعي البيانات حفظ لقطات إضافية للشاشة للإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت (مثل الرسائل المباشرة والترويج عن طريق البريد الإلكتروني) وتقديم أمثلة للهدايا أو العروض الترويجية التي تصل عبر البريد والتقاط صور وتقديم ملاحظات للفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات أثناء فترة المتابعة (4-6 أسابيع) باستخدام قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة المخصصة).

يجب أن تتناسب إجراءات التقييم وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة مع نصوص التشريع المنظمة لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في بلدك أو ولايتك القضائية. وينبغي أن يدرك المتطوعون أو الموظفون - الذين سيقومون بجمع البيانات وتقييم الأمثلة - ما ينبغي عليهم فعله بدقة وكيفية تسجيلهم للملاحظات. وبالتالي، فسوف تحتاج إلى وضع إجراءات مفصلة وواضحة لإرشاد جامعي البيانات. وتخصيص قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لإرشاد جامعي البيانات.

الإجراءات

سوف تحتاج إلى وضع إجراءات قياسية لتجميع أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وإجراء ملاحظات التقييم التي تصف كل خطوة في العملية. من الأفضل أن تجعل الإجراءات سهلة الاتباع. حتى يسهل تدريب جامعي البيانات. ولكن الإجراءات يجب أن تكون مفصلة أيضاً.

ويوصي هذا الدليل بأن يستخدم جامعو البيانات سلسلة من الإجراءات الأساسية لمسح شبكة الإنترنت وللبحث والتصفح على شبكة الإنترنت والتقاط أمثلة لعمليات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) من خلال حفظ لقطات الشاشة لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (بما في ذلك تلك الأنشطة المتعلقة بالفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات). سيقوم جامعو البيانات بالتصفح لزيارة كل قناة فرعية تم تحديدها على الإنترنت في العينة، وإدخال عينات من مصطلحات البحث في شرائط البحث المتاحة؛ والنقر على أي صفحات ذات صلة. وحفظ لقطات الشاشة لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) المحددة في الخطوة رقم 2 من التقييم. ويمكن أن يقوم جامعو البيانات بتقييم لقطات الشاشة من ناحية الامتثال والمحتوى أثناء عمليات مسح شبكة الإنترنت. أو تقديمها إلى موظفي المشروع لتحليلها. وقيام جامعي البيانات بملء قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لكل مثال من أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) قد يوفر وقتاً كبيراً لموظفي المشروع وكذلك يوفر جهداً في عملية إدخال البيانات. كما يمكن أن يقدم ميزة تتمثل في قيام المراقب بتقييم المثال في الوقت الحقيقي (بدلاً من تقييم لقطة للشاشة). وفي المقابل، قد يكون موظفو المشروع أكثر دراية بتشريع الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) والاتجاهات التي ينتهجها. ويكونوا أكثر قدرة على تحديد التكتيكات الحديثة والمبتكرة التي تستخدمها صناعة التبغ. وقيام موظفي المشروع بملء قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لكل مثال من أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه

نموذج لإجراءات مسح شبكة الإنترنت

سوف يستخدم جامعو البيانات إجراءات مسح شبكة الإنترنت. وتتطلب هذه الإجراءات بحث وتصفح الإنترنت والتقاط صور للشاشة تعبر عن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). وسوف تقوم بإجراء مسح واحد لشبكة الإنترنت لكل أسبوع. على مدار 3 أسابيع. ويجب أن تجرى عمليات مسح شبكة الإنترنت من مقهى إنترنت محلي داخل الولاية القضائية موضع الاهتمام. وفي نفس اليوم من كل أسبوع. قم بحفظ ملفات لقطات الشاشة بصيغة .jpeg على محرك الأقراص المحمول (الفلاش) الذي حصلت عليه من موظفي المشروع. تأكد من التقاط صورة للشاشة بأكملها (بما في ذلك الوقت والتاريخ وعنوان الموقع الإلكتروني). برجاء إرسال الملفات إلى موظفي المشروع في نهاية كل عملية من عمليات مسح شبكة الإنترنت عن طريق إرفاق الملفات برسالة بريد إلكتروني وإرسالها إلى العنوان projectstaff@gmail.com. نظرًا لحجم الملفات. قد يتطلب الأمر إرسال عدة رسائل بريد إلكتروني. تأكد من تقديم جميع لقطات الشاشة التي قمت بجمعها. في كل رسالة بريد إلكتروني. قم بتضمين تاريخ مسح شبكة الإنترنت الذي قمت بإجرائه. وموقع جهاز الحاسب الذي استخدمته أو نوعه. وحالة التدخين الحالية الخاصة بك.

تتطلب إجراءات مسح شبكة الإنترنت بحث وتصفح صفحات عديدة ومواقع عديدة للتواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت. قم بالبحث والتصفح باستخدام متصفح الإنترنت الذي تختاره. وباستخدام محرك جوجل للبحث. يمكنك استخدام حسابات المستخدم الشخصية الخاصة بك على شبكات التواصل الاجتماعي. أو تسجيل حسابات جديدة على مواقع صناعة التبغ أو المواقع الأخرى. لا تقدم معلومات زائفة لتتمكن من الدخول على محتوى محظور. راجع القائمة المختارة من شركات/مصنعي التبغ والعلامات التجارية وقنوات الإنترنت ومصطلحات البحث المختارة والتي قدمها لك موظفو المشروع للقيام بإجراءات مسح شبكة الإنترنت.

1. تصفح حتى تصل إلى صفحات الإنترنت الخاصة بشركة/مُصنِّع التبغ والعلامة التجارية المختارة.
أ. تصفح الموقع الإلكتروني واحفظ لقطات كاملة للشاشة من أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

2. تصفح حتى تصل إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي المختارة.
أ. ابحث عن شركات/مصنعي التبغ والعلامات التجارية المختارة واحفظ لقطات للشاشة تعبر عن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) (مثل الحسابات التي تدار بواسطة صناعة التبغ).
ب. ابحث عن مصطلحات البحث واحفظ لقطات للشاشة تعبر عن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) (بما في ذلك أي طرف ثالث يقدم خدمة الإعلان).

3. ابحث عن شركات/مصنعي التبغ والعلامات التجارية المختارة ومصطلحات البحث باستخدام محرك جوجل للبحث.
أ. احفظ لقطات للشاشة من نتائج البحث.
ب. تصفح المواقع الإلكترونية ذات الصلة واحفظ لقطات للشاشة تعبر عن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

4. تصفح حتى تصل إلى مواقع البيع والترفيه المختارة.
أ. ابحث عن شركات/مصنعي التبغ والعلامات التجارية المختارة ومصطلحات البحث. واحفظ لقطات للشاشة تعبر عن نتائج البحث وأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

نموذج لإجراءات التقييم المتعمق

الإنترنت: أثناء عملية البحث على شبكة الإنترنت، قم بالتسجيل أو الاشتراك في العروض المتاحة، والعروض الترويجية، والنشرات الإخبارية والمسابقات وما إلى ذلك وتفاعل مع الخصائص أو الألعاب إن كانت متاحة. في أعقاب فترة الثلاثة أسابيع الأولى من عمليات مسح شبكة الإنترنت، انتظر لمدة 4-6 أسابيع إضافية بعد جمع البيانات السلبية. إذا مازلت تلاحظ أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت (بدون إجراء عملية مسح للإنترنت) أو تلقيت أي إعلان للمستهلكين إلكترونياً (على سبيل المثال عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني)، قم بحفظ لقطة للشاشة وتقديمها إلى موظفي المشروع باتباع التعليمات الموضحة أعلاه. إذا تلقيت أي إعلانات موجهة مباشرة للمستهلك عبر البريد (عينات مجانية أو هدايا أو كوبونات أو عروض ترويجية أو لعب)، احتفظ من فضلك بالعينات وقم بتقديمها إلى موظفي المشروع شخصياً في نهاية فترة جميع البيانات (أدخل التاريخ).

الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات والمقامة بموجب المسؤولية الاجتماعية للشركات: عند حضورك للفاعليات المختارة (الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات أو المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات)، التقط صوراً لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) باستخدام كاميرا رقمية أو كاميرا الهاتف وأملأ الاستبيان أدناه. يشجع استخدام الصور الفوتوغرافية في هذه الأنواع من الفاعليات. لذا فإن التقاط الصور لن يثير الشك حولك. قم بإرسال الصور الفوتوغرافية ونواتج الاستبيان إلى العنوان projectstaff@gmail.com على الفور في أعقاب الفاعلية.

جمع البيانات وإدارتها

وسوف تتطلب أي من هذه الطرق أن يخصص جامعو البيانات أرقام تعريف لكل مثال من لقطات الشاشة - التي تعبر عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) - تم جمعها ولصق لقطة الشاشة في ملف نصي (مثل مايكروسوفت وورد أو برنامج الوثائق النصية المجاني المتاح من خلال Google Drive). إذا طُلب من جامعي البيانات ملء قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة، فسوف يحتاجون أيضاً إلى تسجيل رقم التعريف الموجود على مثال لقطة الشاشة المعبر عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الموجود على النموذج (قم بإدراج هذا الحقل في قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة). وسوف يضمن هذا تناظر بيانات التقييم مع المثال الصحيح للقطات الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

وسيتوجب عليك تقديم الإرشادات لجامعي البيانات حول تخصيص أرقام التعريف لكل مثال للقطعة شاشة معبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) حتى يتمكن موظفو المشروع من الرجوع إلى المثال لغرض إجراء عمليات التقييم التالية ولأغراض المناصرة والتأييد. ويمكن إتمام هذا ببساطة عن طريق تخصيص نطاق من الأرقام لكل جامع بيانات (مثل 2,999-1,000) وترقيم أمثلة لقطات الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) التي يقومون بجمعها (0001 و0002 و0003 وهكذا). يمكن أن يكتب جامعو البيانات رقم التعريف أعلى مثال لقطة الشاشة التي يقومون بجمعها أو أسفله عند لصقها في مستند النص الذي سوف يقدمونه إلى موظفي المشروع. يجب أن تكون إرشادات تخصيص أرقام التعريف واضحة وبسيطة ويسهل على جامعي البيانات تطبيقها.

• هناك العديد من الخيارات المتاحة لجمع وإدارة بيانات التقييم الخاصة بك. ويجب أن تتلاءم طريقة جمع البيانات وإدارتها التي تستخدمها مع نطاق عملية التقييم ومواردك المتاحة وقدرة موظفي المشروع لديك. وفيما يلي عدة أمثلة على الأساليب المختلفة لجمع البيانات وتحليلها:

• قم بإنشاء ملف جدول بيانات أو نموذج جمع بيانات على شبكة الإنترنت يحتوي على قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة (باستخدام برامج مثل Microsoft Excel أو خدمات مجانية مثل Survey Monkey أو نموذج من Google Drive وبرامج الجداول الإلكترونية) واطلب من جامعي البيانات ملء قائمة التحقق لكل مثال من لقطات الشاشة التي تعبر عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) والتي يقومون بجمعها أثناء قيامهم بإجراءات مسح لشبكة الإنترنت. ويمكن أن يساعد هذا على خفض الزمن اللازم لاستكمال إدخال البيانات و/أو تحليلها. يمكن إرسال البيانات الموجودة في قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة إلى موظفي المشروع عن طريق البريد الإلكتروني أو تقديمها مباشرة من خلال خدمات الإنترنت المتاحة في نهاية كل عملية مسح لشبكة الإنترنت.

• اطلب من موظفي المشروع ملء قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لكل مثال من لقطات الشاشة التي تعبر عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) والتي يقوم جامعو البيانات بتقديمها في نهاية كل عملية مسح شبكة الإنترنت. يمكن أن يستخدم موظفو المشروع برامج للجداول الإلكترونية أو نماذج لجمع البيانات على شبكة الإنترنت أو غيرها من موارد جمع البيانات المتاحة لملء قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة.

- ويجب تسجيل اسم كل جامع بيانات أو رقم تعريفه وتاريخ إجراء عملية مسح شبكة الإنترنت و/أو المراقبة سواء على قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة أو بواسطة موظفي المشروع أثناء تلقي ملفات وبيانات المسح.

قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة

يجب مواءمة قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لإرشاد جامعي البيانات و/أو موظفي المشروع في عملية تقييم الامتثال وتحديد الثغرات من خلال أمثلة لقطات الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) والتي تم جمعها أثناء مسح شبكة الإنترنت. وتعتبر قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة التي تحتوي على خيارات "نعم/لا" سهلة الاستخدام وتوفر أسلوباً موحداً لجمع البيانات. لضمان الارتقاء بجودة البيانات، تأكد من كون الأسئلة واضحة ومحددة. يمكن إدخال البيانات مباشرة على جداول البيانات الإلكترونية (باستخدام علامة تبويب جديدة لكل مثال في مصنف مسح شبكة الإنترنت) أو برنامج للنماذج (مثل Microsoft Excel أو خدمات Google Drive) أو من خلال نماذج الاستبيان مثل تلك النماذج التي توفرها خدمات Survey Monkey. قم بتضمين حقل في قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لإدخال رقم التعريف المخصص على مثال لقطة الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

قم بتضمين العناصر التي تعكس النصوص الرئيسية للقانون والتي تود تقييمها. أو قم بإلقاء الضوء على الأنشطة التي تستغل الثغرات التشريعية (مثل تلك التي تم تحديدها خلال الخطوة رقم 1 والخطوة رقم 2 والخطوة رقم 3 والخطوة رقم 5 من التقييم). هذه هي المتغيرات التي سوف تستخدم لتحديد ما إذا كانت شركة التبغ أو الطرف المسؤول (الأساسي أو البديل) قد امتثلت للقانون. قم أيضاً بإدراج العناصر التي سوف تساعدك على تحديد الثغرات في التشريع الحالي مثل التعريفات غير السليمة وأنواع الحظر غير الشاملة والتي تتيح الإعلان أو الترويج أو البيع أو الأنشطة أو المنتجات التي لا تخضع للتنظيم.

خصص مساحة في قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة لجامعي البيانات وموظفي المشروع (إذا لم يكونوا هم أنفسهم جامعي البيانات) لتسجيل أي تعليقات إضافية قد يرغبون في تسجيلها. قد ترغب في وضع ملاحظة - على سبيل المثال - إذا كانت هناك ظروف تتعلق بملاحظة معينة أو تفاصيل هامة ولا يمكنك تسجيلها في قائمة التحقق (مثل مقطع فيديو أو غيره من العناصر التفاعلية). قم بتضمين قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة التي تمت مواءمتها في التدريب على جمع البيانات والمواد المرجعية (حتى إذا كان جامعو البيانات لن يقوموا بملء قوائم التحقق).

ترويج عبر الإنترنت⁵ 2014

- الترويج لموقع إلكتروني يبيع السجائر
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر)
- الترويج لمسابقة
- عرض هدايا مجانية



بند عمل

قم بمواءمة الإجراءات وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة بناءً على نطاق تقييم الامتثال لقواعد الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الذي تجرّبه وعلى القوانين واللوائح الموجودة في الولاية القضائية موضع الاهتمام.



الخطوة رقم 8: اعقد جلسة تدريبية

تدريب جامعي البيانات

تأكد من أن جامعي البيانات مدربين على كل جوانب إجراءات مسح شبكة الإنترنت حتى يدركوا كيفية البحث عن أمثلة لقطات الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وحديدها والتقاطها وحفظها وإرسالها وكذلك بالنسبة لقوائم التحقق الخاصة بالملاحظة. يجب أن تتضمن جلسة التدريب مناقشة الغرض من التقييم ووقتًا كافيًا يسمح باستعراض كل الإجراءات. استخدم الأمثلة بكثافة لكي يصبح جامعو البيانات ملمين بأنواع أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) التي سوف يبحثون عنها. يجب تضمين جلسة تدريبية على جمع البيانات (مسح شبكة الإنترنت) وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة التي تمت مواعمتها في أنشطة ومواد التدريب.

قد يلزم إجراء تدريب إضافي إذا طلبت من جامعي البيانات الاشتراك في العروض الترويجية والمشاركة في المسابقات وحضور الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات أو المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. وسوف يحتاجون لمعرفة كيفية تسجيل الملاحظات، والمعلومات التي ينبغي تسجيلها وكيفية تقديم البيانات وكيفية الرد إذا تم التواصل معهم أو سؤالهم في أي فاعلية. ويوصي هذا الدليل باستخدام قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة التي تمت مواعمتها من نهج التقييم الأساسي وإجراء التعديلات اللازمة أو الإضافات طبقًا لما هو مناسب. ويمكن تقديم البيانات إما إلكترونيًا (باستخدام لقطات الشاشة وقوائم التحقق الخاصة بالملاحظة بعد ملئها، والصور الرقمية للمراسلات المباشرة والفاعليات

المقامة تحت رعاية أو المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات) أو من خلال البريد (إرسال أو استقبال أي مواد ترويجية تم استلامها مباشرة إلى موظفي المشروع).

تدريب العاملين

يجب أن يكون موظفو المشروع ملمين بالإجراءات وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة التي تمت مواعمتها بالإضافة إلى القانون المحلي وأجاءات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام. يجب أن يكون الموظفون على دراية خاصة بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الجديدة والمبتكرة والجارية في الولاية القضائية موضع الاهتمام إذا كانوا سيقومون بملء قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة المستخدمة في التقييم.

بند عمل

قم بتدريب جامعي البيانات و/أو موظفي المشروع على استخدام إجراءات جمع البيانات ومل قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة.

الخطوة رقم 9: اجمع بياناتك

على الرغم من أن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت عادة ما تتخطى الحدود الجغرافية التقليدية، إلا أن جمع البيانات لا بد أن يحدث داخل الولاية القضائية موضع الاهتمام. وبالمثل، فإن الملاحظات التي تتم شخصيًا حول الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات أو المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات يجب أن تمثل أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام.

سيقوم جامعو البيانات بسلسلة من إجراءات مسح شبكة الإنترنت على مدار أسابيع (3 أسابيع على الأقل) وتقديم أمثلة من لقطات الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) إلى موظفي المشروع. يجب أن يستخدم الموظفون نظامًا واضحًا لتسمية الملفات التي تحتوي على الأمثلة وأن يتأكدوا من نسخها احتياطيًا في مكان آخر. أثناء فترة جمع البيانات، يجب أن يراجع الموظفون الأمثلة التي تم تقديمها أثناء استلامها لضمان اتساقها مع بروتوكول التقييم. يجب أن يكون منسق المشروع متاحًا لمساعدة جامعي البيانات في أية موضوعات أو أسئلة قد تظهر أثناء فترة التقييم.



موقع بيع على شبكة الإنترنت، 2014⁶

- بيع السجائر
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, Pinterest)
- طلب الاشتراك ("قم بالتسجيل الآن! لكي يتم إبلاغك بصفقاتنا الرائعة")

بند عمل

قم بإجراء مسح لشبكة الإنترنت وحضور الفاعليات المختارة إذا كنت تقوم بتنفيذ تقييم متعمق. مع رصد جودة الأمثلة والملاحظات التي تم جمعها أثناء ورودها.



الخطوة رقم 10: حل النتائج التي حصلت عليها لتقييم الامتثال

- بمجرد جمع أمثلة لقطات الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وملء قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة، يجب تحليل الامتثال والمحتوى للإجابة على أسئلة التقييم الخاصة بك.
- أي الشركات/المصنعين تمثل للقانون أو تنتهكه؟
- أي القنوات أو القنوات الفرعية يستخدمها صناع التبغ في أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على شبكة الإنترنت.

التحقق من جودة البيانات

- يستلزم الحصول على بيانات عالية الجودة التخطيط الجيد في كل خطوة من عملية التقييم التي تجربها. سوف تساعد البروتوكولات التي تقوم بوضعها وتدريب العاملين الذي تجربه في هذه العملية. أثناء إجراء جامعي البيانات لعملية مسح شبكة الإنترنت وتقديم أمثلة لقطات الشاشة المعبرة عن الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)، يجب أن يتحقق موظفو المشروع من الملفات للتأكد من التقاطها بصورة صحيحة. ومن استكمالها واتساقها مع بروتوكول التقييم.
- إذا كان جامعو البيانات يقومون بملء قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة، فيجب أن يراجع موظفو المشروع هذه النماذج أيضًا.
- أي تكتيكات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) يستخدمها صناع التبغ للترويج لعلاماتها التجارية ومنتجاتها على شبكة الإنترنت. وفي الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات ومن خلال برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- من هو الجمهور المستهدف لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) هذه؟
- من هي الأطراف المسؤولة (الأساسية أو البديلة) عن أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) هذه؟ انظر (الخطوة رقم 1. الشكل رقم 1) قد يكون هذا واضحًا من خلال مثال الصورة المتقطعة لشاشة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وقد يتطلب بحثًا تتبعيًا. أو قد لا تكون المعلومات متاحة.

تحليل البيانات التي حصلت عليها

- بمجرد التحقق من جودة البيانات، يمكن تحليل النتائج باستخدام برامج الجداول الإلكترونية مثل Microsoft Excel أو خدمات Google Drive، أو من خلال الخدمات المجانية المتاحة على شبكة الإنترنت مثل Survey Monkey أو غيرها من موارد تحليل البيانات المتاحة. ويجب أن تكون أداة تحليل البيانات و/أو البرامج المستخدمة لتحليل البيانات مناسبة لمهارات وقدرات موظفي المشروع (بالإضافة إلى نطاق التقييم). وستكون تحليل البيانات بصفة رئيسية من تحديد أكثر أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) جذبًا والتي تم جمعها خلال عملية مسح شبكة الإنترنت ووضع الإحصائيات الوصفية (أعداد ونسب) في صورة جداول تبين أنواع أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). ويمكن إجراء هذا التحليل باستخدام نفس البرامج المقترحة لإدخال البيانات (انظر أعلاه). ويجب أن تظهر النتائج دليلاً على الامتثال أو الانتهاكات أو أوجه القصور في القانون. وأن توجهها الأسئلة الرئيسية التي يجب الإجابة عليها. مثل:
- هل تبين الأمثلة أوجه قصور في القانون؟ إذا كان الأمر كذلك، فكيف تقوم صناعة التبغ باستغلال هذه الثغرات؟
- البحث التبعي: قد تحتاج إلى إجراء بحث للمتابعة (من خلال البحث على شبكة الإنترنت أو الأخبار الحديثة أو الرجوع إلى وثائق صناعة التبغ المتاحة) لتحديد بعض الأطراف المسؤولة المشاركة في إنتاج و/أو نشر أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). تذكر أن تضع في اعتبارك قدرات الحكومة المحلية على الرصد وتطبيق القانون وأن تسعى إلى تحديد الأطراف المسؤولة والتي يمكنها الاستجابة أو غالباً ما تستجيب لنتائج التقييم.

بند عمل



تحقق من جودة البيانات وقم بتحليل نتائج قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة التي سبق ملئها وحدد مدى الامتثال. وأجب عن أسئلة التقييم الأخرى ذات الأولوية.

الخطوة رقم 11: استخدم النتائج

الأطراف المسؤولة

قد تختار تقديم نتائج التقييم إلى الأطراف الرئيسية أو البديلة المسؤولة لغرض إنتاج و/أو توزيع أمثلة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) التي تم جمعها في الولاية القضائية موضع الاهتمام (انظر الخطوة رقم 1: الشكل رقم 1). قد يستخدم تقديم النتائج في تزويدهم بالمعلومات حول القوانين والامتثال من خلال قنواتهم (قنواتهم) أو لتشجيعهم على الامتثال للقانون. تعتبر بعض الأطراف البديلة أكثر قدرة من الناحية التقنية على تطبيق بعض أنواع القيود. ولديها قدر أقل من المصالح المرتبطة بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) بوجه عام بالمقارنة بصناعة التبغ.

الجمهور والمجتمع المدني

يمكن استخدام وسائل الإعلام لتثقيف الجمهور حول مستويات الامتثال للقانون. والدعوة لاستمرار أو زيادة تطبيق القانون من قبل الحكومة. وقد يؤدي أيضا كشف الثغرات للجمهور إلى المطالبة بتشريع أكثر قوة وسوف يضغط على صانعي السياسات لاتخاذ الإجراءات.

يجب أن تستخدم النتائج بطرق تناسب الغرض من تقييم الامتثال. وقدرات الهيئات المعنية بتطبيق القانون والقدرة على الوصول إلى الأطراف المسؤولة. عند استخدام النتائج. تأكد من تحديد الجمهور، ووضع رسائل أساسية مخصصة لأغراض التقييم ونشر النتائج بطرق مصممة للوصول إلى جمهورك المستهدف والتأثير عليه. ويوصي هذا الدليل بالعمل مع خبراء المناصرة والتأييد والاتصال والعلاقات العامة ذوي الخبرة للحصول على توجيهاتهم بشأن نشر نتائجك. تتضمن فئات الجمهور واستراتيجيات النشر الشائعة ما يلي:

واضعو السياسات

عادة يمثل صانعو السياسات الأهداف الرئيسية لنتائج تقييم الامتثال. يجب أن تظهر النتائج بوضوح ما إذا كان القانون يتم الالتزام به أم لا وأن تتضمن طلب الموارد الإضافية اللازمة لتحسين الامتثال. كما يمكن 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 بالإحاطة مع المشرّعين وكبار موظفي الحكومة و/أو إرسالها إلى وسائل الإعلام من خلال المؤتمرات الصحفية أو غيرها من الفاعليات.

هيئات التطبيق

يعتبر عقد الاجتماعات الموجزة الخاصة بالإحاطة مع الحكومة و/أو الهيئات المعنية بتطبيق القانون (بما في ذلك الهيئات المختصة لتنظيم التمويل والإعلام والإعلان على شبكة الإنترنت) من الممارسات الجيدة قبل الإعلان العلني عن النتائج. سيؤدي هذا إلى بناء الثقة ويزيد من احتمال قيام تلك الهيئات بما يلزم.

بند عمل

حدّد الجمهور المستهدف وحدد أفضل وسيلة للوصول إلى هذا الجمهور ونشر النتائج.



1. مؤتمر الدول الأطراف (COP). المبادئ التوجيهية لتنفيذ المادة 13 من الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ الصادرة عن منظمة الصحة العالمية (الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته)، 2013. http://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/guidel_2011/en
2. Ribisl, K. M., Williams, R. S., Gizlice, Z., Herring, A. H., & Ross, J. (2011). فعالية اتفاقات الدولة والحكومة الفيدرالية مع شركات بطاقات الائتمان الكبرى وشركات الشحن لإيقاف عمليات بيع السجائر غير القانونية على شبكة الإنترنت مجلة بلوس ون، 6(2)، إي.16754. تم الحصول عليها في 15 يناير 2014، من الموقع <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0016754>
3. شهرير، إس.، وييفلاي، إتش.، أفيلتا تانغ، إي.، بريسي، بي. إن.، سامت، جيه. إم.، نافاش-آسين، إيه. (2011). دراسة حالة: مبيعات التبغ والترويج في الحانات، والمقاهي والملاهي الليلية من المدن الكبرى في شتى أنحاء العالم. مكافحة التبغ، 20(4)، 285-290. تم الحصول عليها في 15 يناير 2014، من الموقع <http://dx.doi.org/10.1136/tc.2010.040220>
4. L.A. Lights Indiefest, Festive Sound [لقطة للشاشة]. (2014) تم الحصول عليها في 11 يونيو، 2014، من الموقع <http://www.ajita.co.id/work/detail/lalights-festivesound>
5. حساب تويتر الخاص بموقع Duty Free Depot [لقطة للشاشة]. (2014) تم الحصول عليها في 11 يونيو، 2014، من الموقع <https://twitter.com/Dutyfreedepot>
6. موقع Duty Free Depot الإلكتروني [لقطة للشاشة]. (2014) تم الحصول عليها في 11 يونيو، 2014، من الموقع <http://www.dutyfreedepot.com>

الملحق أ : مسرد المصطلحات

راجع المصطلحات والتعريفات المبينة أدناه أثناء تخطيط وتنفيذ تقييم الامتثال لقواعد الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الخاص بك. قد ترغب في توفير مسرد مختصر للمصطلحات لجامعي البيانات لديك وأو لموظفي المشروع لديك يمكنك صياغة التعريفات بما يناسب خصائص تقييم الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الذي تقوم به وإضافة مصطلحات جديدة إلى مسرد مشروعك.

المصطلحات	التعريفات
فقاعة الفرز	يمكن أن تحدث "فقاعة الفرز" عند استخدام الصفحات الإلكترونية خوارزميات لافتراض أن هناك معلومات يرغب المستخدم في الاطلاع عليها بشكل انتقائي. ثم تقدم المعلومات إلى المستخدم بناءً على هذا الافتراض. وتبني المواقع الإلكترونية هذه الافتراضات بناءً على معلومات تتعلق بالمستخدم، مثل سلوكه في النقر على المواقع في السابق وتاريخ تصفحه للإنترنت وتاريخ بحثه وموقعه. ولهذا السبب يحتمل ألا تقدم المواقع الإلكترونية سوى المواقع التي تتفق مع النشاط السابق للمستخدم. لذلك، قد تتسبب فقاعة الفرز في عدم تعرض المستخدمين بشكل كبير إلى وجهات النظر المضادة، مما يجعل المستخدم يصبح معزولاً من الناحية الفكرية.
قنوات الإنترنت	الأنواع المختلفة لأوساط الإرسال المستخدمة لتوصيل المعلومات. من مستخدم واحد أو عدة مستخدمين إلى مستخدم واحد أو إلى عدة مستخدمين على شبكة المعلومات العنكبوتية. تتضمن قنوات الإنترنت محركات البحث وشبكات التواصل الاجتماعي والبوابات الإلكترونية والمواقع الإلكترونية والصفحات الإلكترونية.
قنوات الإنترنت الفرعية	قناة خاصة على شبكة الإنترنت تحتفظ بمكانها المخصص على شبكة المعلومات
التصفح	عملية التنقل على شبكة الإنترنت من خلال البحث أو النقر على الروابط أو إدخال عنوان مباشرة على شبكة المعلومات العنكبوتية.
محرك البحث	محرك البحث على شبكة الإنترنت هو نظام برامج مخصص للبحث عن المعلومات واستعادتها على شبكة المعلومات العنكبوتية.
شبكات التواصل الاجتماعي	يشير مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي إلى أسلوب تفاعل بين الأشخاص يقومون من خلاله بإنشاء و/أو مشاركة و/أو تبادل المعلومات والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية.
المستخدم	المستخدم هو الشخص الذي يستخدم جهاز حاسب أو خدمة شبكية وعادة ما يكون للمستخدم حساب مستخدم ويتم تعريفه باسم مستخدم وتضمن المصطلحات الأخرى التي تعبر عن اسم المستخدم "اسم تسجيل الدخول" أو "اسم الشاشة" أو "المقبض".
برنامج تصفح شبكة الإنترنت	برنامج تصفح شبكة الإنترنت (والذي يطلق عليه عادة اسم المتصفح) هو عبارة عن تطبيق لاستعادة وتقديم ونقل موارد المعلومات على شبكة المعلومات العنكبوتية. تشمل برامج تصفح شبكة الإنترنت الرئيسية كلاً من Mozilla و Google Chrome و Safari و Opera و Internet Explorer و Firefox.

البوابة الإلكترونية

البوابة الإلكترونية هي صفحة إلكترونية مصممة خصيصاً لموقع إلكتروني بحيث تجمع المعلومات من مصادر مختلفة بطريقة موحدة. عادة يحصل كل مصدر معلومات على مساحة مخصصة من الصفحة لعرض المعلومات، وعادة يستطيع المستخدم تهيئة المساحات التي يرغب في عرضها.

مسح شبكة الإنترنت

عملية البحث في شبكة الإنترنت وتصفحها لغرض مراقبة وجمع معلومات معينة.

صفحة إلكترونية

مستند على الشبكة العالمية للمعلومات يتألف من ملف بصيغة HTML وأي ملفات مرتبطة به للنصوص والرسوم وعادة ما يرتبط بارتباطات تشعبية بمستندات أخرى على شبكة الإنترنت. عادة ما يتم الوصول إلى محتوى الصفحات الإلكترونية من خلال مُتصفح.

موقع إلكتروني

موقع متصل بشبكة الإنترنت يحتفظ بصفحة واحدة أو أكثر على شبكة المعلومات العنكبوتية.

الملحق ب: مثال للجدول الزمني للتقييم

المهام	الأسبوع	الشخص المنوط	الشخص المسؤول/المشرف	موعد الانتهاء
مهام ما قبل التقييم:				
تحديد الغرض / الأهداف				
اختيار العينة				
وضع الإجراءات				
مواءمة قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة				
تدريب جامعي البيانات وموظفي المشروع				
إجراءات وأدوات الاختبارات الأولية				
مهام التقييم				
إجراء مسح شبكة الإنترنت (جمع البيانات)				
التحقق من جودة البيانات				
تحليل البيانات وتفسير النتائج				
مهام ما بعد التقييم				
استخدام نتائج دراسة الامتثال				

الملحق ج: قائمة التخطيط للتقييم (أسئلة توضع في الاعتبار ومهام ينبغي إنجازها)

ما قبل التقييم:

الخطوة رقم 1: حدّد الولاية القانونية التي تهتمك واعرف المحظورات واللوائح الخاصة بالإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) **بند عمل:** تعرّف على التشريع في الولاية القضائية موضع الاهتمام وقارنه بمتطلبات المادة 13 وبأي قيد آخر ذي صلة بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS). كن على دراية بالأطراف المسؤولة والثغرات التي قد توجد في القانون.

- هل بيع التبغ أو المنتجات ذات الصلة بالتبغ محظورٌ في الولاية القضائية موضع الاهتمام؟ هل هناك أنواع من القيود على الوصول لمنتج التبغ طبقاً للعمر أو الموقع أو على عرض قوائم المنتجات أو العروض السعرية؟
- هل حظرت التشريعات الحالية الإعلان عن التبغ و/أو ترويجه على شبكة الإنترنت؟ هل هناك أنواع من القيود على الإثابة طبقاً للعمر أو الموقع أو على محتوى وسائط الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)؟
- هل يحظر التشريع الحالي قيام صناعة التبغ برعاية الفاعليات و/أو برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات؟ هل هناك لوائح تخص الإعلان عن مثل هذه الرعاية؟
- هل التشريع الحالي شامل ومحدد بوضوح؟ أم هل هناك لوائح غير شاملة تتيح للصناعة استغلال الثغرات؟
- أي الهيئات الحكومية مسؤولة عن تطبيق هذه القوانين؟ ما هي قدراتهم للرصد وتطبيق الامتثال لهذه اللوائح؟
- هل حظرت أو قيدت قنوات الإنترنت الفرعية في الولاية القضائية موضع الاهتمام أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) على قنواتها الخاصة رغم إجازتها بموجب التشريع الحالي؟

الخطوة رقم 2: تعرف على إعلانات التبغ وترويجه ورعايته

بند عمل: كن ملماً بأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وإجاءاته في الولاية القضائية موضع الاهتمام من خلال التحدث مع الخبراء المحليين والسكان الذين يمثلون موضع اهتمامك وإجراء بحث غير رسمي على شبكة الإنترنت لاستعراض أمثلة. كن ملماً بأي تكتيكات جديدة أو مبتكرة للصناعة.

- هل التبغ والمنتجات المرتبطة به تباع على شبكة الإنترنت؟
- هل تقوم الشركات أو العلامات التجارية برعاية مواقعها الإلكترونية الخاصة. حسابات التواصل الاجتماعي؟
- هل الشركات والعلامات التجارية تروج التبغ من خلال إعلانات خاضعة لرعاية من الشركات على شبكة الإنترنت (والتي تظهر في نوافذ منبثقة أو في جزئها العلوي أو السفلي أو على الجانبين. أو أثناء تحميل الصفحة)؟
- هل هناك فاعليات مقامة تحت رعاية الشركات حدث في الولاية القضائية موضع الاهتمام؟ أين يتم الترويج لهذه الفاعليات على شبكة الإنترنت (مثل شبكات التواصل الاجتماعي)؟
- هل هناك برامج تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في الولاية القضائية موضع الاهتمام؟ ما الذي تركز عليه هذه البرامج؟ أين وكيف يقومون بالترويج لهذه البرامج (مثل المواقع الإلكترونية الخاصة بالعلامات التجارية)؟

الخطوة رقم 3: حدّد الغرض من تقييمك للامتثال

بند عمل: حدّد الأهداف والأولويات لعملية تقييم الامتثال وحدد الجمهور المستهدف لنشر النتائج وتوجيه جهود المناصرة والتأييد.

- بناءً على نتائج الخطوة رقم 1 والخطوة رقم 2 من تقييمك، ما هو الغرض الذي يمكن أن يكون أكثر أهمية من الناحية الاستراتيجية لحالة التشريع وإجاءاته الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الحالية في الولاية القضائية موضع الاهتمام؟
- كيف يمكنك توجيه جهود المناصرة والتأييد بناءً على النتائج المحتملة لتقييمك؟

بند عمل: ضع ميزانية وقم بتخصيص الموارد لمتطلبات عملية تقييم الامتثال الخاصة بك.

- ما هي الموارد المادية التي تستطيع الوصول إليها بالفعل (أجهزة كمبيوتر لجمع البيانات وتحليلها وتخزينها)؟
- هل ستوظف جامعي البيانات أم هل سينفذ موظفو المشروع بروتوكول التقييم؟ هل ستدفع أجرًا لجامعي البيانات الذين تم توظيفهم؟
- هل ستطلب من جامعي البيانات حضور الفاعليات؟
- ما الذي سوف تنطوي عليه خطة نشر المعلومات واستراتيجية المناصرة واتباع الخاصة بك؟
- ما هي التكاليف المرتبطة بهذه الأنشطة؟
- هل هناك موارد إضافية سوف تحتاجها لإجراء تقييم الامتثال الخاص بك؟

الخطوة رقم 5: اختر عيناتك ووضح نطاق تقييمك للامتثال

بند عمل: اختر عيناتك، واختر نهج التقييم ووضح نطاق تقييم الامتثال الخاص بك لعملية الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).

- حدد مجموعة من شركات التبغ أو العلامات التجارية ذات الأولوية والتي تخطى بنشاط في الولاية القضائية موضع الاهتمام. يمكنك اختيار بعض العلامات التجارية لمنتجات التبغ الغير مدخن إذا كان ذلك مناسبًا لسياقك المحلي. يجب أن تختار 3-5 من كبريات شركات التبغ و9-10 من العلامات التجارية ذات الأولوية داخل هذه الشركات.
- اختر عينة من قنوات الإنترنت الفرعية لإدراجها في جمع البيانات: شركة التبغ والمواقع الإلكترونية للعلامات التجارية وبائعي التبغ وشبكات التواصل الاجتماعي والصفحات الإلكترونية للأخبار ومحطات الإذاعة والصفحات الإلكترونية الترفيهية أو البوابات الإلكترونية ونتائج من محركات البحث على شبكة الإنترنت. اختر 1 على الأقل من كل نوع من القنوات الفرعية لإدراجه في تقييم الامتثال الخاص بك.
- اختر عينة من مصطلحات البحث لاستخدامها عند تنفيذ إجراءات جمع البيانات ذات صلة بالتشريع المحلي وإجاءات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام (اختر 10 على الأقل بالإضافة إلى شركات التبغ والعلامات التجارية الموجودة ضمن عينتك، والتي يجب أيضًا أن يتم إدراجها في مصطلحات البحث). تذكر أن تدرج مصطلحات البحث التي تتعلق بالفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- اختر نهجًا للتقييم (أساسي أو متعمق) وحدد نطاق المعلومات (النوع ومدى الاتساع) التي تريد جمعها من قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة. اختر عناصر الملاحظة التي تعتبر استراتيجية بالنسبة لغرض التقييم الخاص بك مع وضع حدود مناسبة لكمية البيانات التي سوف تجمعها وتحللها وتخزينها.

الخطوة رقم 6: خطّط لتقييمك للامتثال وضع له جدولًا زمنيًا

بند عمل: قم بتخطيط وتنسيق جميع الخطوات المتبقية في تقييمك للامتثال. مع وضع اختيار التوقيت الاستراتيجي لنشر المعلومات في الاعتبار.

- حدد جدولًا زمنيًا للخطوات المتبقية في تقييم الامتثال بناءً على نطاق مشروعك. ضع في اعتبارك الوقت والجهد اللازمين لمواصلة إجراءات قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة بناءً على نهج التقييم ونطاق المعلومات.
- كم سيستغرق تحليل البيانات؟ هل هناك فرص استراتيجية أو فاعليات يمكن نشر نتائج التقييم أثناءها (مثل في العيد السنوي لتطبيق سياسة جديدة)؟

الخطوة رقم 7: قم بمواءمة الإجراءات وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة

بند عمل: قم بمواءمة الإجراءات وقائمة التحقق الخاصة بالملاحظة بناءً على نطاق تقييم الامتثال لقواعد الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) الذي جريه وعلى القوانين واللوائح الموجودة في الولاية القضائية موضع الاهتمام.

- راجع النطاق والأولويات وأساليب التقييم التي تم تحديدها على مدار الخطوات السابقة من عملية التقييم واختر أساليب جمع البيانات وإدارتها الممكنة عملياً بالنسبة لأغراض مشروعك والوقت الزمني والموظفين.
- قم بمواءمة إجراءات مخصصة واضحة ومحددة لإرشاد العاملين في مشروعك و/أو جامعي البيانات طوال عملية مسح شبكة الإنترنت وفترة جمع البيانات بالكامل.
- قم بمواءمة قائمة التحقق المخصصة للملاحظة التي تقيّم الامتثال في ظل أنواع الحظر القائمة على الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS). وبيّن أوجه القصور في التشريع القائم أو حدد الجهات جديدة ومبتكرة في الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) على شبكة الإنترنت. وفي الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات. ومن خلال برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات.

الخطوة رقم 8: اعقد جلسة تدريبية

بند عمل: قم بتدريب جامعي البيانات و/أو موظفي المشروع على استخدام إجراءات جمع البيانات واستكمال قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة.

- تأكد من تفهم جامعي البيانات لخلفية تقييم الامتثال للإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) والغرض منه.
- قم بتدريب جامعي البيانات على إجراء مسح لشبكة الإنترنت باستخدام قنوات الإنترنت وقنوات الإنترنت الفرعية التي اخترتها وباستخدام مصطلحات البحث التي قمت بتحديدتها.
- إذا كنت تقوم بتقييم متعمق. فقم بتدريب جامعي البيانات على الاشتراك في العروض الخاصة أو حضور الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات.
- تأكد من أن جامعي البيانات ملمين بالمهارات الفنية المطلوبة لإجراء مسح لشبكة الإنترنت (مثل تصفح الإنترنت والتقاط لقطات للنشأة وتقديمها وتقديم العروض التي تلقوها من خلال البريد أو البريد الإلكتروني أو تقديم قائمة تحقق للملاحظة بعد استكمالها).

التقييم:

الخطوة رقم 9: اجمع بياناتك

بند عمل: قم بإجراء مسح لشبكة الإنترنت وحضور الفاعليات المختارة إذا كنت تقوم بتنفيذ تقييم متعمق. مع رصد جودة الأمثلة والملاحظات التي تم جمعها أثناء ورودها.

- راجع أمثلة لقطات الشاشة و/أو قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة أثناء ورودها للتأكد من أن جامعي البيانات يتبعون تعليمات مسح شبكة الإنترنت بصورة صحيحة.
- تأكد من أن منسق المشروع متاح للرد على جامعي البيانات لتناول الأسئلة أو لتتبع الأخطاء التي قد تظهر وإصلاحها.

الخطوة رقم 10: حلل النتائج التي حصلت عليها لتقييم الامتثال

بند عمل: خُقق من جودة البيانات وقم بتحليل نتائج قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة المملوءة وحدد مدى الامتثال.. وأجب عن أسئلة التقييم الأخرى ذات الأولوية.

- خُقق من جودة بيانات تقييم الامتثال الخاص بك (أمثلة من لقطات شاشة تبين الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) وقوائم خُقق للملاحظة بعد استكمالها).
- قم بوضع حالات الامتثال أو الانتهاك أو تكتيكات الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) المحددة في جداول.
- حدد العلامات التجارية وشركات التبغ الممتثلة أو المخالفة.
- حدد الأطراف المسؤولة الأولية أو البديلة الممتثلة أو المخالفة المشاركة في إنتاج أو توزيع هذه الأمثلة من الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS).
- حدد أوجه القصور في القانون التي تستغلها صناعة التبغ.
- حدد الأنشطة الجديدة أو المبتكرة أو المستمرة للإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام.

ما بعد التقييم:

الخطوة رقم 11: استخدم النتائج

بند عمل: حدّد الجمهور المستهدف وحدد أفضل وسيلة للوصول إلى هذا الجمهور ونشر النتائج.

- حدد الجمهور المستهدف ذو الأولوية بناءً على نتائج تقييم الامتثال لقواعد الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) الذي قمت به وطبيعة الهيئات المعنية بتطبيق القانون وغيرها من الأطراف المسؤولة في الولاية القضائية موضع الاهتمام.
- قم بتحسين الرسائل الرئيسية لخطّة نشر البيانات الخاصة بك لإبراز أهم نتائج التقييم واقتراح الخطوات التالية (أو بنود العمل) بالنسبة للجمهور المستهدف أو الجماهير المستهدفة.
- قم بتحديد موعد لاجتماعات موجزة خاصة بإحاطة واضعي السياسات والهيئات المعنية بتطبيق القانون والأطراف المسؤولة حسب الاقتضاء لبناء الثقة من خلال عرض نتائج التقييم قبل إعلانها للجمهور.
- قم بتبادل النتائج والترويج لها بين الجمهور العام والمجتمع المدني.

الملحق د: إرشادات حول تعديل الإجراءات

يجب أن تتناول إجراءات مسح شبكة الإنترنت (والمواد التدريبية المرتبطة بها) ما يلي:

- الشخص الواجب الاتصال به عند وجود أسئلة أو لاستكشاف الأعطال وإصلاحها أثناء فترة التقييم (منسّق المشروع).
- ما إذا كان جامعو البيانات من المتطوعين أو من موظفي المشروع (وقد يؤثر هذا على إجراءات مسح شبكة الإنترنت وطرق جمع البيانات ومدى التدريب المطلوب).
- ما إذا كان جامعو البيانات سيكونون من المدخنين أو من غير المدخنين (أو من كليهما).
- ما إذا كان جامعو البيانات سوف يقومون بملء قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة أو سوف يقوم موظفو المشروع باستكمال قائمة التحقق بعد تلقي أمثلة لقطات الشاشة التي تبين الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) (إذا أجرى موظفو المشروع عملية مسح الشبكة، فيجب أن يقوموا باستكمال قوائم التحقق الخاصة بالملاحظة أثناء هذا الإجراء).

٤

- تعريفات جميع الجهات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) وأنشطته والشركات والعلامات التجارية والفنوات الرئيسية والفنوات الفرعية ومصطلحات البحث أو أي عناصر أخرى تتعلق بالتقييم (مع إعطاء اهتمام خاص لموضوعات الإنترنت والفاعليات الخاصة وبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركات).
- أي متصفح وأو محرك بحث ينبغي استخدامه.

- يقترح هذا الدليل تخصيص نطاق من محركات البحث لجامعي البيانات المكلفين بمسح الإنترنت (على سبيل المثال باستخدام محرك مختلف من أشهر 3 محركات بحث في الولاية القضائية موضع الاهتمام لكل عملية مسح لشبكة الإنترنت أو لكل فرد من جامعي البيانات) لتقليل أثر "فقاعات الفرز" التي تنشأ من تحسين أداء محرك البحث والتي يمكن أن تجعل نتائج البحث على الإنترنت منحازة.

- ما هو الإجراء المتبع في حال طرأ لجامعي البيانات سؤال أو واجهوا مشكلة (ارجع إلى بروتوكول التقييم واتصل بمنسّق المشروع).
- أي معلومات إضافية يمكن جمعها أو عرضها.

ماذا

- أين يتم إجراء مسح شبكة الإنترنت
 - يجب إجراء عمليات مسح شبكات الإنترنت من داخل الولاية القضائية موضع الاهتمام.
 - يجب إجراء عمليات مسح شبكة الإنترنت على جهاز حاسب غير مرتبط بالعاملين في المشروع أو بالمنظمة التابع لها المشروع (أي في مقهى للإنترنت أو حاسب شخصي خاص بالشخص الذي تم توظيفه لجمع البيانات) وذلك لإزالة أي أثر للإعلانات الموجهة سلوكيًا والتي قد تميل ناحية مكافحة التبغ بناءً على أبحاث تصفح الإنترنت السابقة.
- أين يتم حضور الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات أو المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. إذا كنت تجري تقييمًا متعمقًا. يجب أن توفر هذه المعلومات وخيارات النقل المتاحة لجامعي البيانات في أقرب وقت ممكن.

- مدة ومعدل جمع البيانات.
 - يوصي هذا الدليل بإجراء 3 عمليات مسح للإنترنت على الأقل لكل جامع بيانات على مدار فترة زمنية مقدارها 3 أسابيع (أو عملية بحث واحدة على شبكة الإنترنت لكل أسبوع).
 - إذا كان من المخطط إجراء تقييم متعمق. فيجب أن يمنح جامعو البيانات وموظفو المشروع فترة زمنية إضافية مقدارها 4-6 أسابيع من جمع البيانات للرصد السلبي لشبكة الإنترنت (الاتصالات التي تتم مباشرة مع المستهلك).
- متى يجب استكمال قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة (يعتمد هذا أيضًا على من سيقوم باستكمال قائمة التحقق). يجب أن يدرك جامعو البيانات وموظفو المشروع متى يجب تقييم لقطات الشاشة التي تم جمعها لأنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) من خلال قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة وتقديمها لموظفي المشروع.
- أين يتم حضور الفاعليات المقامة تحت رعاية الشركات أو المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. أعط هذه المعلومات لجامعي البيانات في أقرب وقت ممكن.

- سوف يحسّن وجود فهم عام لسبب إجراء التقييم (الغرض) من جودة جمع البيانات والملاحظات التي سيتم تسجيلها.
- كيفية الوصول إلى المواقع التي تتطلب تسجيل الدخول (إلى أي مدى يجب الاستمرار وما إذا كان سيتم استخدام بياناتهم الشخصية/حساباتهم الشخصية للدخول أو الاشتراك في أنشطة الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS)).

- لا يشجّع هذا الدليل على إعطاء معلومات زائفة للدخول على المحتوى المحظور. ويقترح توظيف جامعي بيانات قادرين على الدخول إلى المحتوى المحظور باستخدام حساباتهم ومعلومات المستخدم الحقيقية (مثل طلاب الجامعات والمدخنين).
- كيفية التقاط لقطة للشاشة وحفظ الملفات (الإجراءات وشكل الملف).
- كيفية تخصيص أرقام تعريف لأمثلة لقطات الشاشة التي تبين الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS).
- كيفية تقديم أمثلة لقطات الشاشة وأو قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة بعد استكمالها (من خلال البريد الإلكتروني أو تقديم نماذج على شبكة الإنترنت أو رفع البيانات وما إلى ذلك) إلى موظفي المشروع (إذا كان جامعو البيانات من المتطوعين).
- كيفية تقديم مواد الإعلان أو الترويج التي تم استقبالها في البريد (استكمال قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة وتقديم المادة أو صورة من المادة من خلال البريد أو البريد الإلكتروني).

الملحق ه: أمثلة لمصطلحات البحث

توضح القوائم أدناه عينة غير شاملة لمصطلحات البحث التي يمكن استخدامها في تقييم الامتثال الخاص بك. ويجب أن يتم مزاججة مصطلحات البحث هذه معاً حسب الاقتضاء وتقديمها في صورة قائمة لموظفي المشروع وجامعي البيانات. تأكد من تضمين جميع مصطلحات البحث ذات الصلة بالتشريع والجهات الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام.

مصطلحات البحث الخاصة بالإعلان والترويج

- حانة
- ادعاء
- نادي
- حفل موسيقي
- مسابقة
- كوبون
- صفقة
- تخفيض
- ادخل
- فاعلية
- مهرجان
- تابع
- اجتماع
- موسيقى
- سباق
- سحب
- مكافأة
- مبيعات
- التسجيل
- الرياضة
- اشتراك
- دوري
- فوز

مصطلحات البحث الخاصة بالتبغ

- البيدي
- مضع
- سيجار
- سيجارة
- السيجارة صغيرة الحجم (السيجارلو)
- القرنفل
- قابل للذوبان
- سيجارة إلكترونية
- سيجارة إلكترونية
- الغوتكا
- الهوكا أو الشيشة
- الخايني
- الكريتيك
- الغليون
- التبغ الغير مدخن
- تدخين
- نشوق
- السعوط الرطب (السناس)
- تبغ
- استنشاق البخار
- بخار
- شيشة

مصطلحات البحث الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات

- نظيف
- مجتمع
- الأرض
- تعليم
- بيئة
- الزراعة
- غابة
- عطاء
- صحة
- مساعدة
- أرض
- حفاظ
- منع
- إغاثة
- حفظ
- مدارس
- مستدام
- مياه
- حياة برية
- شباب

الملحق و: مثال لقائمة تحقق خاصة بالملاحظة

يجب موازنة قائمة التحقق الخاصة بالملاحظة هذه لكي تعكس التشريع الحالي واتجاهات الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) في الولاية القضائية موضع الاهتمام. يجب أن تحذف العناصر التي لا تنطبق من قائمة التحقق قبل إجراء التقييم.		
ملاحظات/تعليقات	الامتثال/الانتهاك	نعم/لا
شركة التبغ/المصنع أو العلامة التجارية التي لوحظت:		
قناة الإعلان عن التبغ وترويجه وراعيته (TAPS) (وقناة الإنترنت/القناة الفرعية، إن وجدت):		
عناصر الملاحظة		
هل هذا المثال يبيع السجائر؟		
هل هذا المثال يبيع منتجات تبغ أخرى؟		
هل هذا المثال يبيع بضائع التبغ؟		
هل هذا المثال محظور بواسطة العمر أو الموقع أو حالة التدخين؟		
هل يحتوي هذا المثال على علامات التحذير المطلوبة؟		
هل يحتوي هذا المثال على المعلومات المطلوبة للمساعدة على الإقلاع؟		
هل يستخدم هذا المثال كلمات توجي بالنكهة؟		
هل يستخدم هذا المثال كلمات توجي بالقوة المخففة (متوسط، متوسط، خفيف)؟		
هل المثال يروج لتخفيضات عند شراء عدة علب؟		
هل يعرض أو يمنح المثال هدايا أو أشياء تحمل أو لا تحمل شعار/رمز/علامة تجارية لمنتج (مثل ولاعات السجائر والساعات وألعاب الرماية والملابس)؟		
هل يروج المثال لمسابقة أو يانصيب أو سحب؟		
هل يتضمن المثال وسائط تفاعلية أو عرض لألعاب؟		
هل يتضمن المثال مكّون من شبكات التواصل الاجتماعي؟		
هل يروج المثال لتفاعلية تحظى بترقية من الشركات؟ (إذا كانت الإجابة بنعم، من فضلك صف ذلك في قسم التعليقات)		
هل يروج المثال للمسؤولية الاجتماعية للشركات؟ (إذا كانت الإجابة بنعم، من فضلك صف ذلك في قسم التعليقات)		

الملحق ز: مثال لقائمة تحقق الملاحظة المتعمقة

1. التاريخ:
2. الموقع:
3. الشركة الراعية/المُصنِّع أو العلامة التجارية:
4. اسم الفاعلية:
5. اختر نوع الفاعلية:
 - أ. فاعلية تحت رعاية شركة
 1. رياضة
 2. موسيقى
 3. فنون أو ترفيه
 4. ثقافية
 5. حانة أو ملهى ليلي
 - ب. المسؤولية الاجتماعية للشركات
 1. تعليمية
 2. بيئية/زراعة
 3. صحة أو رفاهية المجتمع
 4. منع تدخين الشباب
 5. إغاثة من كارثة أو أزمة
6. قائمة الشركات الراعية المشاركين:
7. هل كان التبغ أو منتجات التبغ تباع في الفاعلية؟
8. هل مُنحت منتجات أو عينات مجانية؟
9. هل مُنحت كوبونات؟
10. هل تم جمع معلومات عن العميل (مثل الاسم والعنوان وعنوان البريد الإلكتروني وتفضيلات التدخين)؟

المؤلفون

حملة الأطفال الخاليين من التبغ

إيلين فيغيري، ماجستير
إرنستو سيبري، طبيب، ماجستير الصحة العامة

المعهد العالمي لمكافحة التبغ، كلية جونز هوبكنز بلومبرج للصحة العامة

جوانا كوهين، دكتورة
أشلي غرانت، ماجستير الصحة العامة
عاصم خان، ماجستير الآداب

الاتحاد الدولي لمكافحة السل وأمراض الرئة

إحسان لطيف، طبيب، ماجستير الصحة العامة

المراجعون

أبوديجي أوبيجا، دكتوراه في الطب، ماجستير الصحة العامة
شوانغ رين، ماجستير العلوم
فيرونيكاشواي، طبيبة

شكر وتقدير

تم وضع هذا الدليل كثمره جهد تشاركي بين حملة الأطفال الخاليين من التبغ، وكلية جونز هوبكنز بلومبرج للصحة العامة والاتحاد الدولي لمكافحة السل وأمراض الرئة. تم تمويل هذه الوثيقة من قبل جمعيات بلومبرج الخيرية كجزء من مبادرة بلومبرج للحد من استهلاك التبغ.

هذا الإصدار متاح على:

www.globaltobaccocontrol.org

www.jhsph.edu/igt

للمزيد من المعلومات يرجى الاتصال بـ:

المعهد العالمي لمكافحة التبغ

2213 McElderry Street, 4th Floor

Baltimore, MD 21205

igt@jhu.edu