

تدخين الصغار

في عام ١٩٩٦ أشارت إحدى الدراسات إلى أن اتجاهات تدخين الأطفال تشير إلى دلائل خطيرة حيث تم تقدير أنه لو ظلت على وضعها الحالي فإن ٣٠-٤٠% من مجموع ٢,٣ بليون طفل ومراهق حول العالم سيصبحون مدخنين

تأثيرات التدخين على الصغار والمراهقين:

أولاً: الإدمان: الكثير من الصغار والمراهقين يعتقدون أنهم يمكن أن يتوقفوا بسهولة عن التدخين لكنهم يصطدمون بالواقع المرير أنهم قد أصبحوا مدمنين على النيكوتين ، فإذا حاول التوقف فإنه يتعرض للأعراض الإنسحابية الناتجة عن نقص النيكوتين لذلك فإن الكثيرين ممن يحاول التوقف يفشل في ذلك

ثانياً: الأضرار الصحية البعيدة المدى: تلك الأضرار العديدة الناتجة عن التدخين والتي لا تترك جزءاً من الجسم إلا وأضرته وهي تزداد إذا بدأ التدخين في سن مبكرة ، مثال: كلما دخن الشخص في سن مبكرة زاد خطر الإصابة بسرطان الرئة. كذلك فإن خطورة الإصابة بسرطان الرئة وأمراض القلب والأوعية الدموية تكون أعلى مستوى في البالغين الذين بدءوا التدخين قبل سن الخامسة عشرة من العمر

ثالثاً: الأضرار الصحية العاجلة: هناك العديد من المشاكل الصحية والتي تظهر بسرعة في المدخن الصغير أو المراهق مثل الأمراض التنفسية ، مشاكل القلب والأوعية الدموية وضعف المناعة. كما أن الأطفال المدخنون هم الأكثر غياباً عن المدرسة إما نتيجة للمرض أو نتيجة أو الرسوب المتكرر. أيضاً المدخنون الصغار أقل كفاءةً بدنياً من أقرانهم غير المدخنين وذلك لأن أول أكسيد الكربون الناتج عن التدخين يحل محل أكسجين الدم.

مراحل تدخين الشباب والمراهقين:

يمر الشباب خلال سلسلة من المراحل في عملية التدخين حيث تتأثر كل مرحلة بعوامل مختلفة يجب التعرف عليها حتى يمكن التعامل معها لوقاية النشء من الوقوع تحت برائن التدخين مع ملاحظة أن هذه العملية ليست ذات اتجاه واحد لكن هذه المراحل مرنة بحيث يمكن أن يتغير الاتجاه لتبدأ العملية من جديد في اتجاه معاكس وذلك عدة مرات وهكذا.

١- مرحلة Pre contemplation ما قبل التأمل (الاعتزام): في هذه المرحلة لا يفكر الطفل

في التدخين لكنه يتلقى رسائل حول التدخين وفي هذه المرحلة هناك مؤثرا مختلفة هي: تدخين الوالدين ، تدخين الأخوة ، الدعاية ، الأفلام ، التلفزيون ودور القدوة

٢- مرحلة contemplation التأمل (الاعتزام): يتلقى صور أو تأثير الصديق ينمو ليصل إلى

نقطة حب الاستطلاع وعندها يضع الطفل في اعتباره التجربة (يجرب التدخين) . في هذه المرحلة يضاف إلى المؤثرات المرحلة السابقة مؤثر سلوك (تصرف) الأصدقاء

٣- مرحلة البدء في التدخين Initiation : أغلب الصغار يحاولون التدخين لكن معظمهم لا

يدخنون بانتظام. في هذه المرحلة يكون تأثير الأصدقاء عادة هو المؤثر الأقوى

٤- مرحلة التجريب Experimentation : وتشمل محاولات متكررة علما بأن الصغار يمكن أن

يصبحوا مدمنين على النيكوتين بعد تدخين عدد قليل جدا من السجائر وهذا يفسر أن كثيرا ممن يجربون يصبحون مدخنين بانتظام . في هذه المرحلة تظل رابطة الأصدقاء هي المؤثر الأقوى

٥- مرحلة التدخين المنتظم: Regular smoking : وهذه المرحلة قد تشمل مجموعة جديدة من

المؤثرات. مع الإدمان والتعود هناك عوامل شخصية مثل معتقدات الشخص نفسه حول فوائد التدخين ، والتأثيرات والأحاسيس الذاتية التي يحصل عليها من التدخين

٦- مرحلة الاستمرار في التدخين Maintenance : وفيها يكون الاستمرار في التدخين بشكل

منتظم وتشمل هذه المرحلة جميع المؤثرات السابقة لكن يبقى مؤثر الإدمان المؤثر الأكبر .

٧- مرحلة الإقلاع عن التدخين Quitting وهذه المرحلة يحدث فيها تغيير في الأهمية النسبية

للمؤثرات المختلفة ، مثلا: وجود شريك جديد غير مدخن ، زيادة مطردة في سعر السجائر ،

العمل في مكان غير مسموح فيه بالتدخين وكل هذه يمكن أن تكون سببا لاتخاذ القرار بالتوقف

عن التدخين، والآن:

لماذا يدخن الصغار والمراهقون ؟ وماذا يمكن فعله؟

إن عملية تدخين الصغار عملية معقدة (مركبة) ذات أسباب عديدة وفيما يلي بعض تلك الأسباب
١- أسباب مجتمعية: وهي مؤثرات على مستوى الدولة وعادة يمكن تحديدها بسن القانون من
الدولة

- الدعاية: حيث ثبت أن الدعاية تصل إلى الشباب وتؤثر عليهم في اتخاذ القرار بالتدخين وهذه الدعاية تشمل البوسترات أو الدعاية المطبوعة وكذلك الدعاية المرئية مثل التلفزيون والأفلام . لقد وجد أن الأطفال الأولاد من عمر ١٢-١٣ سنة الذين يفضلون مشاهدة الألعاب الرياضية بالتلفزيون والتي تشمل سباقات السيارات وجد أنهم عرضة للتدخين بمقدار الضعف عن الأولاد الذين لا يشاهدون تلك السباقات ففي النرويج على سبيل المثال وجد أن حظر الدعاية لمنتجات التبغ كان لها بالغ الأثر في خفض التدخين عند الشباب.
- مقترح: العمل مع الحكومة للحظر الشامل للدعاية لمنتجات التبغ مع تشجيع كتابة التحذير الصحي على علب السجائر بشكل واضح ومفهوم
- أسعار منتجات التبغ: حيث أن عامل هام في تدخين البالغين حيث أشارت الأبحاث التي أجريت في كندا والولايات المتحدة إلى تراجع في أعداد المدخنين من الشباب نتيجة لرفع الأسعار
- مقترح: لا بد أن تعلم الحكومة أن زيادة الضرائب على منتجات التبغ أمر مفيد مع العمل على زيادة الضرائب بصورة منتظمة
- سهولة توفر منتجات التبغ للصغار تعتبر أمر هام جدا فإنه ليس من المنطق أو من الأخلاق أن يباع دواء مخدرا للطفل
- مقترح: التأكيد على تفعيل قانون عدم بيع التبغ ومنتجاته لمن هم دون ٢١ سنة والتوعية الصحية للبائعين بالمحلات وغيرها للعمل بهذا القانون من أجل صحة الأطفال مع تشديد العقوبة على المخالفين.

٢- مؤثرات علاقة الشخص بالآخرين:

- وهذه مؤثرات قريبة للمراهق وذات علاقة بالمنزل ، المدرسة ، الأصدقاء وكذلك اهتماماته الاجتماعية
- الوالدين: إن أثر الوالدين هو المؤثر الأول وبصفة خاصة للأطفال والصغار فقد وجد أن الأطفال لأباء مدخنون عرضة لأن يصبحوا مدخنين بنسبة الضعف عن

أطفال لآباء غير مدخنين. كما أن رأي الأبوين الإدراكي عامل كبير فلو أن الأطفال يعتقدون أن أبويهم لا يوافقون على التدخين فإنهم أقل احتمالا لأن يدخنوا. إن برنامجا للتوعية الصحية والذي يمكن أن يشمل إشراك الأطفال مع الآباء والمدرسة يعمل على تأخير تدخين الأطفال وعلى بداية التوقف عن التدخين للآباء المدخنين

- الأخوة المدخنون: إن تدخين الأطفال أيضا يتأثر بشكل قوي بتدخين الأخوة الكبار
- مقترح: إنشاء برامج توعية صحية للعائلات ، إشراك مجموعات من الآباء للعمل على الحد من ظاهرة تدخين الأطفال ، التركيز على تقليل انتشار التدخين بين البالغين
- الأصدقاء: تأثير الأصدقاء هو المؤثر الأكبر في تدخين الأطفال والشباب على أي حال ليس بالضرورة ضغط الصديق لكن الارتباط بالصديق . ببساطة البعض يدخل لمجرد الارتباط بمجموعة من الشباب تدخن . والبعض الآخر قد لا يمتلك المهارات اللازمة لرفض التدخين سواء من الزملاء أو الأصدقاء في المدرسة
- مقترح: عقد ندوات وحلقات نقاشية مع الشباب والمراهقين للتعرف على احتياجاتهم ، معتقداتهم والمؤثرات التي يتأثرون بها وإنشاء برامج خاصة ببناء على النتائج . استخدام طرق التعزيز الاجتماعية مثل زيادة الثقة بالنفس لدى الشباب
- القدوة والمثل العليا مثل الفنانين وعارضات الأزياء وغيرهم والذين يجعلون من التدخين شيئا جذابا
- مقترح: الاتفاق مع منتجي الأفلام والتلفزيون بعدم إظهار التدخين في إنتاجهم
- تدخين المدرسين: يعتبر تدخين المدرسين من العوامل الخطيرة في جعل الشباب يعتقدون بأن التدخين أمر مقبول وآمن لذا يجب أن تضع المدرسة السياسات الكفيلة لحظر التدخين بها
- مقترح: إنشاء مدارس بلا تدخين ، مساعدة المدرسين الراغبين في الإقلاع عن التدخين ، إنشاء أماكن خالية من التدخين في أماكن العمل والمواصلات العامة والمطاعم وغيرها لجعل عدم التدخين هو القاعدة وغير ذلك هو الشاذ

٣- مؤثرات شخصية: وهذه عوامل لصيقة للشباب نفسه وتشمل المعتقدات حول التدخين وماذا يمكن أن يفعل التدخين له مثل: تخفيف الوزن ، تهدئة الأعصاب ن الثقة بالنفس ، الإحساس بالرجولة أو الاندماج الاجتماعي أو غير ذلك. الشباب الذين لديهم أحاسيس ضعيفة بالسلوكيات والمستوى العلمي يصبحون مدخنين وكذلك البنات غير السعيدات بمظهرهن يدخن معتقدين أنهن سيكن أكثر جاذبية. والبعض يدخن اعتقادا منه أن التدخين سيساعده على التغلب على التوتر أو القلق أو الخوف أو غير ذلك وتشكل الصور التي يرونها في الصحافة أو الأفلام تعزيزا لهذه الأفكار الخاطئة وتعتبر المعلومات حول الأخطار الصحية الناشئة عن التدخين قليلة وضعيفة في مواجهة هذه المؤثرات الاجتماعية القوية

- مقترح: استخدام برامج اجتماعية فضلا عن البرامج المعلوماتية ، التعرف على مشاكل الشباب والتي تدفعهم للتدخين ، اتخاذ خطوات فعالة بوضع سياسات على مستوى الفرد والمجتمع

الخلاصة:

لا توجد وسيلة واحدة للتغلب على مشكلة تدخين الشباب والصغار إنما يجب أن نعمل في جميع المحاور لوقاية أبنائنا من الوقوع في براثن التدخين

آخر الأبحاث التي أجريت في دولة الكويت عام ٢٠٠١ بين طلاب المدارس للفئة العمرية ١٣-

١٥ سنة في مناطق العاصمة - حولي - الأحمدى وكانت النتائج كالتالي:

٢٨,٨% من الطلاب جربوا التدخين ولو لمرة واحدة

٣٧,٦% ذكور

١٧,٦% إناث

٢٠,٤% من الطلبة يدخنون أنواعا أخرى غير السجائر

٢٤,١% ذكور

١٥,٣% إناث

٢٠% من غير المدخنين لديهم رغبة في التدخين مستقبلا

٢٣,٣% ذكور

١٧% إناث

٦٣,٩% يرغبون في الإقلاع

لكن ٢٧,٦% فقط من جرب وأغلبهم لم ينجح

يتعرض للتدخين السلبي

٥٤,٥% من غير المدخنين

٨٣,١% من المدخنين

• الكويت تنزف ٧٢ مليون دينار في العام الواحد حتى تصل أنواع التبغ إلى المستهلكين

• استهلاك الشخص الواحد بالكويت حوالي ٢٢٨٠ سيجارة بالعام الواحد

• الكويت تنزف ٧٢ مليون دينار في العام الواحد حتى تصل أنواع التبغ إلى المستهلكين

• استهلاك الشخص الواحد بالكويت حوالي ٢٢٨٠ سيجارة بالعام الواحد

سعر توزيع العلبة بالدولار الأمريكي

البحرين ١,٤٦

السعودية ١,٣٢

الكويت ١,١١

قطر ٠,٧٠

الإمارات ١,٥

عمان ١,٥٤

بريطانيا ٦,٢٧

النرويج ٧,٣٠

أمريكا ٢,٤٠

الدعاية للسيجائر

• بليون دولار سنويا في أمريكا

• نفقات شركات التبغ للدعاية لمنتجاتها في منطقة الخليج

• شركة فيليب موريس وحدها أنفقت في عام واحد ما قيمته ١٠ مليون دولار على النحو التالي:

الكويت ٣,٩ مليون دولار

السعودية ٣,٤ مليون دولار

•عمان ٠,٥ مليون دولار

وتكلفة الدعاية للسجائر في أي من تلك الدول تكفي تطعيم أطفال العالم ضد الأمراض الخطيرة
مثل شلل الأطفال والحصبة والدرن والتيتانوس .