مقاله پژوهشی

ارزیابی پیام‌های هشداری بهداشتی روی پاکت‌های سیگار از نظر افراد سیگاری

علی اسدیان[1*]، تیمور آقاملایی[1]، فاطمه عطاالهی[2]، عبدالحسین مدنی[1]، امین قنبرنژاد[1]، مهرنوش خدارحمی[3]، مجید نجفی[4]، محسن رجبی‌پور[5]

1- مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی در ارتقای سلامت، گروه بهداشت عمومی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان 2- گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشگاه علوم پزشکی کرمان 3- گروه انگل‌شناسی، دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز 4- گروه پیراپزشکی، دانشکده پرستاری و مامایی، دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان 5- مرکز بهداشت شهرستان بندرعباس، دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان

* نویسنده مسؤول: مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی در ارتقای سلامت، گروه بهداشت عمومی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان، بندر عباس، ایران.

تلفن: 0763-3352032 نمابر: 0763-3339090

پست الکترونیک: asadian.ali007@gmail.com

دریافت: 93/8/20 پذیرش: 93/11/28

چکیده

مقدمه: *درج پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار یکی از روش‌های جهانی برای افزایش آگاهی افراد سیگاری از مخاطرات مصرف سیگار است. تأثیر پیام‌های هشداری بهداشتی روی پاکت‌های سیگار به اندازه، موقعیت و طرح آن‌ها بستگی دارد. هدف این مطالعه ارزیابی پیام‌ها و مقایسه انواع پیام‌های موجود از دیدگاه افراد سیگاری بود.*

روش کار: *این پژوهش مقطعی روی 300 نفر از افراد سیگاری شهر بندرعباس در سال 1393 انجام شد. افراد مورد مطالعه به صورت تصادفی از 10 منطقه شهری انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده، پرسشنامه‌ای شامل مشخصات دموگرافیک، کیفیت پیام‌ها (ساختار نوشتاری و تصویری) و مقایسه تأثیر انواع پیام‌های موجود از نظر افراد سیگاری بود. داده‌های جمع‌آوری شده با نرم‌افزار SPSS 19 و آزمون‌های توصیفی و تحلیلی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.*

یافته‌ها: *میانگین سنی افراد مورد مطالعه 36/8 سال با انحراف معیار 9/9 و دامنه 18 تا 70 سال بود. تعداد زیادی از افراد مورد مطالعه، سابقه مصرف زیر 10 سال و مقدار مصرف بین 20-10 نخ روزانه داشتند. از نظر تحصیلات در بین افراد مورد مطالعه تعداد افراد دارای تحصیلات دیپلم بیشتر (41/3%) بود. به طور کلی فقط ارزیابی 19% افراد از کیفیت پیام‌ها (تمامی موارد مطرح شده در مورد کیفیت) در حد خوب بود و بیش از 80%، ارزیابی ضعیف و متوسط از کیفیت پیام‌ها داشتند. مقایسه سه پیام هشداری نشان داد که پیام سوم (توصیف مرگ، زندگی با تصویر ریه بیمار و ریه سالم) از نظر افراد سیگاری، تأثیر بیشتری داشت.*

نتیجه‌گیری: *طراحان پیام‌ها باید در مورد ساختار پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار مثل طرح، اندازه و تصویر پیام‌ها تجدید نظر کنند و مواردی همچون تکراری بودن تصویر پیام، جلب توجه کم پیام نسبت به جذابیت مارک سیگار اصلاح شود. تعداد و تنوع پیام‌های هشداری محدود می‌باشد و نیاز است پیام‌های بیشتری با تصاویر هشداری متفاوت روی پاکت‌های سیگار درج شود.*

گل‌واژگان: *پیام هشداری، پاکت سیگار، ترک سیگار، پیام‌های تصویری*

مقدمه

الگوی فعلی مصرف دخانیات در جهان نشان می‌دهد که مصرف دخانیات تا سال 2030 سالانه بیش از 10 میلیون نفر را خواهد کشت. با کنترل مصرف دخانیات، بسیاری از مرگ‌های زودرس ناشی از مصرف دخانیات قابل پیشگیری هستند (1). ممنوع کردن تبلیغ سیگار (2) و درج پیام‌های هشداری تصویری روی پاکت‌های سیگار (3)، دو استراتژی کاهش مصرف سیگار

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]

هستند که در فصل 11 و 13 کنوانسیون جهانی کنترل دخانیات[1] به اجرای آن توصیه شده است (4). بسته‌های سیگار با استفاده از رنگ، اندازه و تصاویر به ابزار مهمی برای برقراری ارتباط با مصرف کننده سیگار تبدیل شده است (7 -5). برای سال‌های متمادی، کارخانجات تولید سیگار از بسته‌بندی سیگار به عنوان ابزاری برای جذب مصرف کنندگان استفاده می‌کردند. این وضعیت با قرار دادن اخطارهای تصویری[2] روی پاکت‌های سیگار اصلاح شد (8). پیام‌های هشدار دهنده، روشی است که طی آن مسؤولان بهداشتی جامعه در طول روز با مصرف کننده سیگار و اطرافیان فرد ارتباط برقرار می‌نمایند (9 و 10).

اگر پیام‌های هشداری مناسب بر روی بسته‌های سیگار درج شود آن‌ها به رسانه‌ای مهم تبدیل می‌شوند. تأثیر پیام‌های هشداری[3] روی پاکت‌های سیگار با اندازه، طرح و تصاویر مناسب تغییر می‌یابد (3). پیام‌های هشداری تصویری که قسمت زیادی از سطح پاکت‌ها را پوشش می‌دهد از تصاویر کوچک مؤثرترند زیرا تصاویر بزرگ‌تر در پیام‌های هشداری مخاطرات مصرف سیگار را به افراد سیگاری انتقال داده و باعث ترک سیگار می‌شوند (11). بر اساس بند 5 قانون جامع ملی کنترل دخانیات در ایران، استفاده از کلماتی مثل سبک و قطران[4] پایین در بسته‌بندی سیگار ممنوع شده است و از کارخانجات تولید و بسته‌بندی سیگار خواسته شده حداقل نیمی از رو و پشت بسته سیگار را به تصاویر اخطاری اختصاص بدهند (12). از فوریه سال 2009، وزارت بهداشت ایران، تصاویری تهیه کرد و از کارخانجات تولیدی و وارد کنندگان سیگار درخواست کرد تصاویر را بر روی بسته‌های محصولات تولیدی بومی و وارداتی درج کنند (13). در حال حاضر تمام سیگارهای تولید داخل و وارداتی دارای پیام بهداشتی می‌باشند. اطلاعات اندکی در مورد تأثیر پیام‌های بهداشتی پاکت‌های سیگار روی افراد سیگاری در ایران وجود دارد. مطالعه حیدری و همکاران نشان داد که پیام‌ها نیاز به اصلاح دارد (14) و مطالعه عبدالله‌نیا نشان داد که اکثر افراد سیگاری با درج پیام‌ها در جهت تأثیر روی افراد سیگاری موافق بودند (13). هدف این مطالعه ارزیابی کیفیت پیام‌ها (مطلوب بودن پیام از نظر نوشتاری، تصویری، شفافیت، سادگی و قابل درک بودن پیام)و مقایسه انواع پیام‌های موجود از نظر افراد سیگاری بود.

روش کار

این مطالعه به صورت مقطعی انجام شد. جمعیت مورد مطالعه افراد سیگاری مرد ساکن شهر بندرعباس بودند. حجم نمونه 300 نفر برآورد شد. روش نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای بود. بدین صورت که شهر بندرعباس را به 10 طبقه تقسیم کردیم و در هر طبقه از محل خرده فروشی‌های سیگار و اماکن تفریحی، 30 فرد سیگاری در دسترس به مطالعه دعوت شدند. ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه‌های محقق ساخته بود که شامل مشخصات دموگرافیک افراد سیگاری (سن، تأهل، تحصیلات، سابقه مصرف سیگار، تعداد نخ مصرفی روزانه)، کیفیت پیام‌ها (ساختار نوشتاری و تصویری) و مقایسه تأثیر انواع پیام‌های موجود از نظر افراد سیگاری و یک سؤال در مورد ترک سیگار بود. برای طراحی پرسشنامه‌ها از مطالعات قبلی مرتبط و یک بررسی پایلوت استفاده شد. در مطالعه پایلوت، با 30 نفر از افراد سیگاری مصاحبه شد نظرات آن‌ها در مورد جنبه مختلف پیام‌های هشداری دریافت شد و سؤالات پرسشنامه تنظیم شد.

منظور از کیفیت پیام، مطلوب بودن پیام از نظر نوشتاری، تصویری، شفافیت، سادگی و قابل درک بودن پیام است. برای سنجش کیفیت پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار، 16 آیتم مرتبط با کیفیت پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار از نظر افراد سیگاری مورد ارزیابی قرار گرفت و پاسخ‌ها بر اساس مقیاس لیکرت (کاملاً موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف، کاملاً مخالف) طراحی و از یک تا پنج نمره‌گذاری شدند. حداقل امتیاز این بخش 16 و حداکثر امتیاز 80 امتیاز بود. کیفیت پیام‌ها به سه دسته، خوب با امتیاز 80-60، متوسط با امتیاز 59-38 و ضعیف با امتیاز 37-16 تقسیم شد. مقایسه تأثیر انواع پیام‌های موجود از نظر افراد سیگاری با 10 سؤال پرسیده شد بدین صورت که سه پیام هشداری درج شده بر روی پاکت‌های سیگار با همان کیفیت واقعی به افراد سیگاری نشان داده شد و از آن‌ها سؤال شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و پانل متخصصان استفاده شد. پرسشنامه در اختیار سه نفر از افرادی که در این زمینه صاحب‌نظر بودند قرار گرفت و بر اساس نظرات آن‌ها تغییرات لازم در پرسشنامه داده شد. برای تعیین پایایی، یک نمونه 30 تایی پرسشنامه توسط افراد سیگاری تکمیل شد. میزان آلفای کرونباخ 0/81 به دست آمد که بیانگر همبستگی درونی خوب عبارات پرسشنامه می‌باشد. قبل از اقدام به پر کردن پرسشنامه‌ها، رضایت افراد سیگاری اخذ شد و به آن‌ها اطمینان داده شد که اطلاعات به صورت محرمانه باقی خواهد ماند. نام و نام‌خانوادگی شرکت کنندگان ثبت نشد. تجزیه

[1] Framework Convention on Tobacco Control
[2] Pictorial warnings
[3] Warning messages
[4] Tar

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]

و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده بـه وسـیله نـرم‌افـزار آمـاری SPSS نسخه 19 انجام شد و جهت بررسی ارتباط بین متغیرها از آزمون مجذور کای[5] استفاده شد.

نتایج

میانگین سن افراد مورد مطالعه 36/8 سال با انحراف معیار 9/9 و دامنه 18 تا 70 سال بود. تعداد زیادی از افراد مورد مطالعـه بـا سابقه مصرف زیر 10 سـال و مقـدار مصـرف بـین 20-10 نـخ روزانه بودند. از نظر تحصیلات در بین افراد مورد مطالعـه تعـداد افراد دارای تحصیلات دیپلم بیشتر (41/3%) بود (جدول1).

جدول 1- مشخصات دموگرافیک افراد سیگاری مورد بررسی

متغیر	تعداد	درصد	میانگین	انحراف معیار
سن			36/8	9/9
وضعیت تاهل				
مجرد	48	16		
متاهل	239	79/7		
جدا شده	13	4/3		
تحصیلات				
زیردیپلم	86	28/7		
دیپلم	124	41/3		
دانشگاهی	90	30		
سابقه مصرف سیگار (سال)				
زیر 10 سال	140	46/7		
بین 10-20	70	30		
بالاتر از 20	90	23/3		
نخ مصرفی (روزانه)				
زیر 10 نخ	127	42/3		
20- 10 نخ	152	50/7		
بالای 20 نخ	21	7		

وضعیت کلی کیفیت پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار از نظر افراد سیگاری به سه دسته: ضعیف، متوسط و خوب تقسـیم شد. کیفیت خوب، بیانگر کیفیت مناسب برای پیام هشداری روی پاکت‌های سیگار بود. از نظر بیشتر افراد سیگاری، کیفیت پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار در حد متوسط بود (جدول 2).

جدول 2- وضعیت کلی کیفیت پیام‌های هشداری روی پاکت‌هـای سیگار از نظر افراد سیگاری

کیفیت	تعداد	درصد
ضعیف	5	1/7
متوسط	237	79
خوب	58	19/3
جمع کل	300	100

پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار در سه موضوع: قابـل خواندن بودن، نشان دادن خطرات مصرف سـیگار و قابـل درک بـودن، بـالاترین توافـق را در افـراد سـیگاری داشـت. در بـین موضوعات مورد بررسی از نظر افـراد سـیگاری، کمتـرین درصـد توافق در موضوع "افراد به پیام‌هـای هشـداری بـیش از مـارک سیگار[6] توجه می‌کنند" بود. یعنی این که درصد بـالایی از افـراد سیگاری اظهار داشتند که به پیام‌ها بیش از مارک سـیگار توجـه نمی‌شود. اکثر افراد سـیگاری در مـورد تکـراری بـودن، مناسـب بودن اندازه و شکل پیام‌های هشداری توافق داشتند (جدول 3).

ارتباط بین کیفیت پیام‌های هشداری و متغیرهای دموگرافیـک (سن، وضعیت تأهل، تحصیلات، سـابقه مصـرف سـیگار، مقـدار مصرف سیگار) بررسی شد نتایج آزمون مجذور کـای نشـان داد که بین سابقه مصرف سیگار و مقدار مصرف سـیگار بـا کیفیـت پیام‌های هشداری ارتباط معناداری وجود دارد (جدول 4).

جدول 3- ارزیابی کیفیت پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار از نظر افراد مورد بررسی

ردیف	سؤال	موافق		بی‌نظر		مخالف	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
1	افراد مفهوم هشدارهای تصویری سلامت روی پاکت‌های سیگار را به راحتی متوجه می‌شوند.	239	79/6	29	9/7	32	10/7
2	افراد به متن هشدار سلامت حاشیه پاکت سیگار توجه می‌کنند.	157	52/4	58	19/3	85	28/3
3	متن و تصویر هشدار سلامتی روی پاکت سیگار با هم همخوانی دارد.	198	66/2	67	22/3	35	11/5
4	پیام‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار روی آقایان و خانم‌ها تأثیر یکسان دارد.	160	53/3	77	25/7	63	21
5	پیام‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار، خطرات مصرف سیگار را نشان می‌دهد.	249	83	23	7/7	28	9/3
6	فرد در هر سنی مفهوم پیام‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار متوجه می‌شود.	178	59/3	74	24/7	48	16
7	پیام‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار باعث ترس می‌شوند.	129	33	83	27/7	88	29/3
8	پیام‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار ناخوشایند هستند.	119	39/7	87	29	94	31/3
9	پیام‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار، بسته‌بندی سیگار را جذاب‌تر کرده است.	113	37/7	62	20/7	125	41/6
10	تصاویر هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار جلب توجه می‌کند.	214	71	39	13	47	15/7
11	پیام‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار تکراری است.	237	79	31	10/3	32	10/6
12	نوشته‌های هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار به راحتی قابل خواندن است.	257	85/6	26	8/7	17	5/7
13	تصاویر هشداری سلامت روی پاکت‌های سیگار دارای اندازه و شکل مناسب است.	198	66	69	23	33	11
14	رنگ تصاویر هشدار سلامت روی پاکت‌های سیگار جذاب است	149	49/7	93	31	58	19/3
15	پیام‌های هشداری روی پاکت‌ها بیشتر از مارک سیگار جلب توجه می‌کند.	87	29	60	20	153	51
16	پیام‌های هشداری سلامت درج شده روی پاکت‌های سیگار باعث کاهش کیفیت سیگار شده است.	122	40/7	78	26	100	33/3

[5] Chi-square
[6] Cigarette brands

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]

جدول 4- ارتباط بین کیفیت پیام‌های هشداری با متغیرهای سابقه مصرف و مقدار مصرف سیگار (با استفاده از آزمون مجذور کای)

متغیر	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
سابقه مصرف سیگار (سال)			
کمتر از 10			
بین 20- 10	10/7	4	<0.001
بیشتر از 20			
نخ مصرفی (روزانه)			
کمتر از 10			
بین 20- 10	9/8	4	<0.001
بیشتر از 20			

نظر افراد سیگاری با 10 سؤال در مورد سه پیام هشداری (شکل 1) پرسیده شد.

شکل 1. پیام‌های هشداری مورد مطالعه

در تمام سؤالات، بیشتر افراد سیگاری، بر پیام هشداری سوم تأکید داشتند. در مجموع، نظر افراد سیگاری در مورد پیام اول و دوم تفاوت چندانی نداشت. تأکید افراد سیگاری در سؤال "کیفیت تصویری بهتر" در پیام دوم نسبت به پیام اول، با تفاوت قابل ملاحظه‌ای بیشتر بود (جدول 5). مشاهده پیام‌های هشداری در 16/7% افراد منجر به قصد ترک در ماه آینده شده بود.

جدول 5- دیدگاه افراد سیگاری مورد بررسی در مورد سه پیام هشداری فعلی روی پاکت‌های سیگار

ویژگی پیام هشداری	پیام اول		پیام دوم		پیام سوم		بی‌تفاوت	
	تعداد*	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
پیشگیری از خرید مجدد پاکت سیگار	54	18	57	19	113	37/7	76	25/3
کیفیت تصویری بهتر	49	16/3	90	30	112	37/3	49	16/4
بهتر نشان دادن خطر مصرف سیگار	29	9/7	28	9/3	205	68/3	38	12/7
تأثیر بهتر در کاهش مصرف سیگار	30	10	41	13/7	169	56/3	60	20
پیشگیری از شروع مصرف مجدد سیگار	60	20	53	17/7	130	43/3	57	19
تأثیر بیشتر در جوانان و نوجوانان	82	27/3	74	24/7	105	35	39	13
تأثیر بیشتر در افراد مسن و میانسال	26	8/7	21	7	211	70/3	42	14
تنفر از سیگار	32	10/7	23	7/7	200	66/7	45	15
تأثیر بر اطرافیان و خانواده افراد سیگاری	59	19/7	59	19/7	134	44/7	48	16
تأثیر بیشتر در ترک سیگار	24	8	20	6/7	203	67/7	53	17/7
جمع کل	445		466		1582		507	

*تعداد افراد سیگاری

بحث

پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار یک روش مؤثر کنترل مصرف سیگار می‌باشد زیرا عوارض مصرف سیگار با مشاهده پیام‌ها روی پاکت برای فرد سیگاری یادآوری می‌شود. تأثیر پیام‌های هشداری به اندازه، محل درج پیام روی پاکت و نوع تصویر آن‌ها بستگی داشته و باعث ایجاد انگیزه ترک در افراد سیگاری می‌شود (15). نتایج مطالعه حاضر نشان داد که ارتباط معناداری بین کیفیت پیام‌های هشداری با سابقه مصرف و مقدار مصرف روزانه سیگار وجود داشت به طوری که از نظر اکثر افراد با هر سابقه مصرف (زیر 10، بین 20-10 و بالای 20 سال) کیفیت پیام‌ها در حد متوسط بود و در صد کمی از سیگاری‌ها کیفیت پیام‌ها را خوب بیان کردند. همچنین از نظر اکثر افراد با هر تعداد نخ مصرفی روزانه (زیر 10، بین 20-10 و بالای 20 نخ روزانه)، کیفیت پیام‌های هشداری در حد متوسط بود. این مورد در سایر تحقیقات مشابه بررسی نشده بود اما بیانگر این موضوع است که از نظر تمام افراد سیگاری با هر سابقه و مقدار مصرف، کیفیت پیام‌های هشداری در حد خوب نیست.

نتایج بررسی حاضر نشان داد که از دید افراد سیگاری به ترتیب موارد راحت خواندن (اندازه نوشته‌ها)، نشان دادن خطرات سیگار، ارایه مفهوم (سادگی و شفافیت پیام)، جلب توجه، مناسب بودن اندازه و شکل در پیام‌های هشداری بهتر از سایر موارد رعایت شده است. مطالعات انجام شده در کانادا نشان داده است که اندازه، موقعیت و مدت دوره درج پیام‌های هشداری مهم است و در پیام‌ها رعایت شده است (15 و 16). همچنین نتایج مطالعات در کشورهای مختلف نشان داد ویژگی‌های تشخیص راحت پیام‌ها مثل رنگ، پیش زمینه و رنگ پاکت سیگار باعث راحت خواندن و درک راحت پیام در افراد سیگاری می‌شود (19 -17). مطالعات در فرانسه (19)، بلژیک، اسپانیا (20)، اسکاتلند و ایرلند (21) نشان داد که تطابق متن و تصویر باعث افزایش اثربخشی پیام‌ها می‌شود و همچنین تصاویر و متن مناسب باعث جلب توجه افراد سیگاری و انتقال اطلاعات و در نتیجه باعث ترک سیگار می‌شود. طبق نتایج مطالعه حاضر، بیشتر افراد سیگاری اظهار داشتند که پیام‌ها تکراری است و این عامل باعث کاهش کیفیت پیام‌ها و کاهش اثربخشی آن‌ها شده است. تحقیقات انجام شده در استرالیا و بریتانیا نشان داده است اگر پیام‌ها برای مدت طولانی بدون تغییر باقی بمانند، اثربخشی آن‌ها به طور چشمگیری کاهش می‌یابد (23 -21).

طبق نتایج مطالعه حاضر، بیشتر افراد سیگاری اظهار داشتند که جذابیت پیام‌ها نسبت به مارک سیگار کمتر است اما بررسی‌ها در کشورهای کانادا (24)، برزیل (25) و همچنین سایر کشورها نشان دادند جذابیت پیام‌های پاکت‌های سیگار نسبت به مارک سیگار بیشتر بوده است (30-26). برای مثال 90% از سیگاری‌های جوان کانادایی اظهار داشتند که پیام‌های بهداشتی، جذابیت پاکت‌های سیگار را کاهش داده است (24). این مورد

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]

نشان می‌دهد در کشور ما در مقایسه با کشورهای مذکور (کانادا و برزیل)، پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار نسبت به مارک سیگار جذابیت کمتری دارد و در کشور ما طرح مارک سیگار روی پاکت سیگار، تأثیر پیام‌های هشداری را ضعیف می‌کند. طبق نتایج مطالعه حاضر، به طور کلی فقط ارزیابی 19% افراد از کیفیت پیام‌ها (تمامی موارد مطرح شده در مورد کیفیت) در حد خوب بود و بیش از 80% افراد، ارزیابی ضعیف و متوسط از کیفیت پیام‌ها داشتند. در مطالعه حیدری و همکاران که در تهران انجام شد، 10% از سیگاری‌ها کیفیت پیام‌ها را خوب نشان دادند (14). طراحان پیام‌ها باید در مورد ساختار پیام‌های هشداری روی پاکت‌های سیگار مثل طرح، اندازه و نوع و کیفیت تصویر پیام‌ها تجدید نظر کنند و مواردی همچون تکراری بودن تصویر پیام و جلب توجه کم پیام نسبت به جذابیت مارک سیگار اصلاح شود. جذابیت پاکت سیگار و مارک سیگار باعث جذب مشتریان جدید و افزایش مصرف سیگار می‌شود. درج پیام مناسب باعث کاهش تمایل افراد سیگاری به خرید سیگار و در نتیجه کاهش مصرف سیگار می‌شود.

در مطالعه حاضر دیدگاه افراد سیگاری مورد بررسی در مورد تأثیر سه پیام فعلی موجود روی پاکت‌های سیگار بر پیشگیری از خرید مجدد پاکت سیگار، کیفیت تصویری بهتر، بهتر نشان دادن خطر مصرف سیگار، تأثیر بهتر در کاهش مصرف سیگار، پیشگیری از شروع مجدد مصرف سیگار، تأثیر بیشتر در جوانان و نوجوانان، تأثیر بیشتر در افراد مسن و میانسال، تنفر از سیگار، تأثیر بر اطرافیان، خانواده افراد سیگاری و تأثیر بیشتر در ترک سیگار بررسی شد (شکل 1).

طبق نتایج بررسی حاضر در تمام سؤالات مورد بررسی، افراد سیگاری بیشتر بر پیام سوم "توصیف مرگ و زندگی با تصویر ریه بیمار و ریه سالم" تأکید کردند. اما در مطالعه حیدری، پیام سوم فقط توسط 1/7% از افراد سیگاری تأیید شده بود زیرا در مطالعه حیدری، پیام دیگری به نام پاهای برگر موجود بود که مورد توجه اکثر افراد سیگاری بود و در مطالعه ایشان پیام سوم در مقایسه با پیام پاهای برگر اثربخشی کمتری داشت (14). پاهای برگر در حال حاضر روی پاکت‌های سیگار موجود نمی‌باشد و در مطالعه حاضر بررسی نشد. در بررسی حاضر، بالاترین درصد تأیید ویژگی‌ها به ترتیب مربوط به تأثیر پیام در افراد مسن و میانسال، نشان دادن خطر مصرف سیگار، تنفر از سیگار و تأثیر در ترک سیگار بود. دو پیام دیگر در تمام سؤالات مورد بررسی تفاوت چندانی با هم نداشتند. فقط در سؤال "کیفیت تصویری بهتر"، افراد سیگاری با تفاوت زیادی بین پیام اول و دوم، روی پیام دوم تأکید داشتند. با توجه به تأکید بیشتر افراد سیگاری بر روی پیام سوم می‌توان این نتیجه را گرفت که این پیام به دلیل سادگی،کیفیت تصویری بهتر نسبت به سایر پیام‌ها و نشان دادن مهم‌ترین عارضه سیگار برای افراد سیگاری کاملاً شناخته شده است. پیام اول و دوم به دلیل نامفهوم بودن و کیفیت تصویری نامناسب از نظر افراد سیگاری مورد بررسی تأثیرگذار نبودند و لازم است این پیام‌های هشداری از نظر سادگی و کیفیت تصاویر اصلاح شوند. همچنین در حال حاضر فقط سه نوع پیام تصویری روی پاکت‌های سیگار درج می‌شود و تعداد و تنوع پیام‌های هشداری محدود می‌باشد بنابراین نیاز است پیام‌های متنوع با تصاویر هشداری متفاوت روی پاکت‌های سیگار درج شود. مطالعه انجام شده در کانادا نشان داده است که پیام‌ها در بیش از 40% از افراد سیگاری، انگیزه ترک ایجاد کرده است (23). مطالعات دیگری در استرالیا نشان داد بیش از 57% از سیگاری‌ها در اثر پیام‌ها به ترک سیگار فکر کرده‌اند و 34% از افراد سعی کرده‌اند سیگار را ترک کنند (34-31). اما نتایج این مطالعه نشان داد مشاهده پیام‌های هشداری، فقط در 16/7% افراد منجر به قصد ترک سیگار در ماه آینده شده بود.

نتیجه‌گیری

در کشور ما پیام‌های بهداشتی موجود بر روی پاکت‌های سیگار به دلیل ساختار نامناسب این پیام‌ها (طرح، اندازه، نوع و کیفیت تصویر) تأثیر کمی در ترک سیگار دارند. با توجه به این که تأثیر پیام‌های بهداشتی در کاهش مصرف سیگار در کشورهای زیادی ثابت شده است، لازم است در کشور ما نیز در جهت طراحی و درج پیام‌ها تجدیدنظر شود و حتی از پیام‌هایی که در سایر کشورها اثربخش بوده‌اند استفاده شود. پیشنهاد می‌شود قبل از درج پیام‌ها روی پاکت‌های سیگار، پیام‌ها پیش آزمون شوند تا ابهامات برطرف گردد و تأثیر بر مخاطبین افزایش یابد.

کاربرد در تصمیم‌های مرتبط با سیاست‌گذاری در نظام سلامت

در زمینه اثربخشی پیام‌های هشداری بهداشتی در کشور اطلاعات کافی موجود نیست و در مورد دو پیام هشداری بهداشتی مطرح شده در این مطالعه (پیام اول و دوم)، پیش از این مطالعه‌ای در کشور صورت نگرفته است. با انجام این مطالعه، اطلاعاتی در مورد وضعیت پیام‌های هشداری بهداشتی موجود روی پاکت‌های سیگار به دست آمد.

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]

از محدودیت‌های مطالعه حاضر، عدم بررسی نظرات زنان سیگاری در مورد پیام‌های هشدار دهنده روی پاکت‌های سیگار، به دلیل نداشتن آمار دقیق و مشکل دسترسی به آن‌ها بود. همچنین این مطالعه فقط در جامعه شهری بندرعباس و با حجم نمونه نسبتاً محدود انجام شد. بنابراین به منظور بررسی جامع‌تر تأثیر پیام‌های بهداشتی روی پاکت‌های سیگار توصیه می‌شود مطالعاتی با حجم نمونه بیشتر در سراسر کشور و در سطح وسیع‌تر انجام شود. بهبود ساختار پیام‌های هشداری (تصویر، موضوع، رنگ و متن پیام) و ایجاد تنوع بیشتر در نوع پیام، با اهتمام بیشتر وزارت بهداشت (به عنوان رییس ستاد قانون جامع کنترل دخانیات مصوب مجلس در سال 1385) و با مشارکت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان بازرگانی امکان‌پذیر است.

تشکر و قدردانی

این مقاله حاصل انجام طرح تحقیقاتی مصوب دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان می‌باشد. بدینوسیله از معاونت تحقیقات و فن‌آوری دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان و کلیه افرادی که در انجام این طرح یاری رساندند، کمال تشکر را داریم.

References

1- Frieden TR, Bloomberg MR. How to prevent 100 million deaths from tobacco. Lancet 2007; 369: 1758-61.
2- National Cancer Institute. The Role of the Media in Promoting and Reducing Tobacco Use. Tobacco Control Monograph no.19, Report no. NIH Pub no. 07-6242. Bethesda, MD: US Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute; 2008.
3- Hammond D. Health warning messages on tobacco products: a review. *Tob Control* 2011; 20: 327-37.
4- World Health Organization. World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control. New York: United Nations World Health Organization; 2003.
5- Pollay RW. Targeting youth and concerned smokers: evidence from Canadian tobacco industry documents. *Tob Control* 2000; 9: 136–47.
6- Difranza J, Clark D, Pollay R. Cigarette package design: opportunities for disease prevention. *Tob Induc Dis* 2002; 1:97–109.
7- Scheffels J. A difference that makes a difference: young adult smokers' accounts of cigarette brands and package design. *Tob Control* 2008; 17: 118-22.
8- Hammond D. Tobacco labeling & packaging toolkit: a guide to FCTC Article 11. Waterloo, ON: Tobacco Labeling Resource Centre; 2009. [Cited 13 July 2009]. Available from: http://www.tobaccolabels.ca/tobaccolab/iuatldtook
9- Borland R, Wilson N, Fong GT, Hammond D, Cummings KM, Yong HH, et al. Impact of graphic and text warnings on cigarette packs: findings from four countries over five years. Tob Control 2009; 18 (5): 358- 64.
10- Fong GT, Hammond D, Hitchman SC. The impact of pictures on the effectiveness of tobacco warnings. Bull World Health Organ 2009; 87 (8): 640- 3.
11- Borland R, Yong HH, Wilson N, Fong GT, Hammond D, Cummings KM, et al. How reactions to cigarette packet health warnings influence quitting: findings from the ITC four-country survey. Addiction 2009; 104: 669-75.
12- Islamic parliament research center. Comprehensive national tobacco control law and fight. [cited 2006 Nov 7]. Available from: http://rc.majlis.ir/fa/law/show/97817
13- Abdolahinia A, Maadani MR, Radmand G. Pictorial Warning Labels and Quit Intention in Smokers Presenting to a Smoking Cessation Clinic. Tanaffos 2010; 9(4): 48-52. (in Persian)
14- Heydari GHR, Ramezankhani A, Talischi F. The Impacts of Cigarette Packaging Pictorial Warning Labels on Smokers in the City of Tehran. Tanaffos 2011; 10(1): 40-47. (in Persian)
15- Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings KM, McNeill A, Driezen P. Text and graphic warnings on cigarette packages: findings from the international tobacco control four country study. Am J Prev Med 2007; 32: 202-9.
16- Michael J. Cecil Medicine. In: Michael J. Goldman, 23rd ed. Saunders; 2007.
17-Kalafatelis E, Mcmillen P, Thorburn R. Smoking Health Warnings Study, The effectiveness of different (pictorial) health warnings in helping people consider their smoking-related behaviour. Wellington: BRC Marketing & SocialResearch; 2004.
18- Nilsson T. Legibility of tobacco health messages with respect to distance. A report to the Tobacco Products Division of the Health Protection Branch of Health and Welfare Canada; 1991. [Cited 12 April 2009]. Available from: http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/ Collection/H49-132-1999E.pdf.
19- Centre for Behavioural Research in Cancer, ACCV. Health Warnings and Contents Labeling on Tobacco Products. Centre for Behavioural Research in Cancer; 1992.
20- Portillo F and Antonanzas F. Information disclosure and smoking risk perceptions: potential short-term impact on Spanish students of the new European Union directive on tobacco products. Eur J Public Health 2002; 12: 295-301.
21- Borland R, Yong HH, Wilson N, Fong GT, Hammond D, Cummings KM, et al. How reactions to cigarette packet health warnings influence quitting: findings from the ITC Four-Country survey. Addiction 2009; 104: 669e75.
22- Borland R, Hill D. Initial impact of the new Australian tobacco health warnings on knowledge and beliefs. Tob Control 1997; 6: 317-325.
23- Hammond D, Fong GT, Borland R, Cummings KM, McNeill A, Driezen P. Text and graphic warnings on cigarette packages: Findings from the ITC Four Country Survey. Am J Prev Med 2007; 32: 202-209.
24- Environics Research Group. The Health Effects of Tobacco and Health Warning Messages on Cigarette Packages. Survey of Youth: Wave 12 Surveys. Prepared for Health Canada. 2007.
25- Cavalcante TM (National Cancer Institute, Health Ministry of Brazil). Labeling and packaging in Brazil. Geneva: World

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]

Health. Organization. [cited 2008]. Available from: www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_brazil_labelling.pdf

26- Kees J, Burton S, Andrews JC, Kozup J. Tests of Graphic Visuals and Cigarette Package Warning Combinations: Implications for the Framework Convention on Tobacco Control. Journal of Public Policy & Marketing 2006; 25 (2): 212-223

27- Brubaker RG, Mitby SK. Health-risk warning labels on smokeless tobacco products: are they effective? Addict Behav 1990; 15: 115-8.

28- Thrasher JF, Rousu MC, Ocampo-Anaya R, Reynales-Shigematsu LM, Arillo-Santillán E, Hernández-Ávila M. Estimating the impact of graphic warning labels on cigarette packs: The auction method. Salud Publica Mex 2006; 48 (Suppl 1): S155-66.

29- Sabbane LI, Bellavance F, Chebat JC. Recency versus repetition priming effects of cigarette warnings on nonsmoking teenagers: the moderating effects of cigarette brand familiarity. J Appl Soc Psychol 2009; 39: 656e82.

30- Gallopel-Morvan K, Gabriel P, Le Gall-Ely M, Rieunier S, Urien B. The use of visual warnings in social marketing: The case of tobacco. Journal of Business Research 2011; 64: 7e11.

31- Afifah R, Schwarz E. Patient demand for smoking cessation advice in dentist offices after introduction of graphic health warnings in Australia. Aust Dent J 2008; 53: 208-16.

32- European Commission. Eurobarometer: Survey on Tobacco (Analytical Report).2009. [Cited 12 April 2010]. Available from http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_253_en.pdf

33- Wade B, Merrill RM, Lindsay GB. Cigarette pack warning labels in Russia: how graphic should they be? Eur J Public Health 2010. doi:10.1093/eurpub/ckq098.

34- White V, Webster B, Wakefield M. Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking related beliefs and behaviours? Addiction 2008; 103: 1562e71.

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]

Assessment of Health Warning Messages on Cigarette Packages from Smokers' Viewpoints

Asadian A[1*] (MSc), Aghamolaei T[1] (PhD), Ataollahii F[2] (PhD Candidate), Madani AH[1] (PhD), Ghanbarnejad A[1] (PhD Candidate), Khodarahmi M[3] (MSc), Najafi M[4] (BSc), Rajabipor M[5] (BSc)

[1] *Department of Public Health, Faculty of Health, Hormozgan University of Medical Sciences, Bandar Abbas, Iran.*
[2] *Department of Healthcare Management, Kerman University of Medical Sciences, Kerman, Iran*
[3] *Department of Parasitology, Faculty of Medicine, Shiraz University of Medical Sciences, Shiraz, Iran*
[4] *Faculty of Allied Health, Hormozgan University of Medical Sciences, Bandar Abbas, Iran*
[5] *Department of Health Center, Hormozgan University of Medical Sciences, Bandar Abbas, Iran*

Original Article
Received: 11 Nov 2014, Accepted: 17 Feb 2015

Abstract

Introduction: Health warning messages on cigarette packages provide smokers with universal access to information on the risks of smoking. The effectiveness of package warnings depends on their size, position, and design. The purpose of this study was to assess three health warning messages existing on cigarette packages from smokers' point of view.

Methods: This cross-sectional study was conducted on 300 smokers residing in Bandar Abbas, south Iran in 2014. Participants were randomly selected from 10 urban districts. Data were collected using an instrument including demographic characteristics, attitudes and reaction of smokers. The collected data were analyzed using the descriptive and inferential tests in the SPSS-19.

Results: Mean age of the smokers was 36.8±9.9 with a range varied from 18 to 70 years. Most of the participants had a history of 10 years consumption and between 10 to 20 cigarettes a day. Most of the participants had a high school diploma. Only 19% of smokers assessed the quality of messages as good. The third message (death and life picture, healthy lungs and lungs of a patient) had more impact among the smokers.

Conclusion: Based on the results, message designers should revise the structure of warning messages on cigarette packages. They should pay their attention to the design, size of pictures, and duration of the messages.

Key words: warning message, quitting, cigarette package, pictorial messages

Please cite this article as follows:

Asadian A, Aghamolaei T, Ataollahii F, Madani AH, Ghanbarnejad A, Khodarahmi M, et al. Assessment of Health Warning Messages on Cigarette Packages from Smokers' Viewpoints. Hakim Health Sys Res 2015; 18(1): 34- 41.

*Corresponding Author: Research Center for Social Determinants of Health, Hormozgan University of Medical Sciences, Bandar Abbas, Iran. Tel: +98- 763- 3352032, Fax: +98-76- 33339090, E-mail: asadian.ali007@gmail.com

[Downloaded from hakim.tums.ac.ir on 2025-10-21]