

صناعة التبغ ومسؤولية الشركات... تناقض متأصل

أعدت هذه الوثيقة من قبل مبادرة التحرر من التبغ بموجب قرار جمعية الصحة العامة رقم 18/54 المتعلق بشفافية عملية مكافحة التبغ، الذي يدعو منظمة الصحة العالمية إلى مواصلة إعلام الدول الأعضاء بأنشطة صناعة التبغ ذات التأثير السلبي على جهود مكافحة التبغ.

© منظمة الصحة العالمية، 2007
جميع الحقوق محفوظة.

إن التسميات المستخدمة في هذه المنشورة، وطريقة عرض المواد الواردة فيها، لا تعبر عن رأي الأمانة العامة لمنظمة الصحة العالمية بشأن الوضع القانوني لأي بلد، أو إقليم، أو مدينة، أو منطقة، أو لسلطات أي منها، أو بشأن تحديد حدودها أو تخومها. وتشكل الخطوط المنقوطة على الخرائط خطوطاً حدودية تقريبية قد لا يوجد بعد اتفاق كامل عليها.

كما أن ذكر شركات بعينها أو منتجات جهات صانعة معينة لا يعني أن هذه الشركات والمنتجات معتمدة، أو موصى بها من قِبَل منظمة الصحة العالمية، تفضيلاً لها على سواها مما يماثلها ولم يرد ذكره. وفيما عدا الخطأ والسهو، تميّز أسماء المنتجات المسجلة الملكية بوضع خط تحتها.

يتحمل المؤلفون المذكورون أو المحررون وحدهم المسؤولية عن الآراء الواردة في هذه المنشورة.

يمكن الحصول على منشورات منظمة الصحة العالمية من وحدة التسويق والتوزيع، المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية لشرق المتوسط، ص. ب. (7608)، مدينة نصر، القاهرة 11371، مصر (هاتف رقم: +202 2670 2535؛ فاكس رقم: +202 2670 2492؛ عنوان البريد الإلكتروني: DSA@emro.who.int). وينبغي توجيه طلبات الحصول على الإذن باستنساخ أو ترجمة منشورات المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية لشرق المتوسط، سواء كان ذلك لبيعها أو لتوزيعها توزيعاً غير تجاري إلى المستشار الإقليمي للإعلام الصحي والطبي، على العنوان المذكور أعلاه (فاكس رقم: +202 2276 5400؛ عنوان البريد الإلكتروني: HBI@emro.who.int).

صناعة التبغ ومسئولية الشركات...

تناقض متأصل

منظمة الصحة العالمية

لقد أصبحت الأعمال الخيرية التي تتميز بالتخطيط والإدارة الجيدة، بدءاً من رعاية المهرجانات الموسيقية والسينمائية والفنية حتى إعداد البرامج التعليمية للفئات المحرومة، وحماية البيئة، في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات، أصبحت عنصراً ضرورياً ضمن جميع خطط الأعمال الخاصة بالشركات الكبيرة، وذلك بشكل واقعي وعملي.

وهناك العديد من الأعمال التجارية في قطاعات كثيرة تقيم مشروعات وبرامج تهدف إلى الحد من الجور الاجتماعي عن طريق إنشاء مرافق رعاية صحية أو مرافق تعليمية، أو تحسين ما هو قائم منها، وكذلك توفير التدريب المهني والإداري، وتحسين نوعية الأنشطة الترفيهية والثقافية. وهناك قطاعات بعينها أصبحت تدرك مسؤولياتها وتوجه الجهود النابعة من مسؤولياتها الاجتماعية إلى مجالات ذات علاقة، على نحو خاص، بالأعمال التي تزاولها. وعلى سبيل المثال، فإن لشركات الأتعة والمشروبات المتعددة الجنسيات مسؤوليات محددة من حيث تسويق منتجاتها وتغيير عادات الأكل لدى المستهلكين، والظروف التي يجري في ظلها إنتاج السلع الزراعية والتجارة فيها - ويتعين على شركات النقل أن تقرر بتأثير أعمالها على البيئة، وعلى اختناق المرور، وكذلك إهدار الطاقة، والجوانب المتعلقة بالأمن والسلامة، وإتاحة الفرص للمشروعات والأعمال التجارية.

يتزايد الأمل والترقب لدى المستهلكين ولدى الموظفين والمديرين العاملين بالشركات، ولاسيما الكبيرة منها والمتعددة الجنسيات، في أن تتجاوز هذه الشركات دورها التقليدي المتمثل في الابتكار، والإنتاج والتعبئة والبيع من أجل تحقيق الربح. ويرى الجمهور أن مجرد خلق الوظائف وسداد الضرائب، لم يعد كافياً كإسهام وحيد يقدمه القطاع الخاص للمجتمع - فازدهار منتجات المشروعات الاستثمارية ذات المسؤولية الاجتماعية يشهد على صحة هذا الاتجاه حيث يبدي المستثمرون قلقهم ويعلنون عن مواقفهم الأخلاقية والاجتماعية للشركات التي يستثمرون فيها ويقومون برعايتها. وتضم الجهات الاستثمارية ذات المسؤوليات الاجتماعية الأفراد، الهيئات، والجامعات، والمستشفيات، والمؤسسات، وشركات التأمين، وصناديق المعاشات التقاعدية، والمنظمات غير الهادفة إلى الربح، والكنائس، والمعابد، وقد تستبعد استثمارات الصناديق منتجات أو ممارسات بعينها مثل الكحول أو الأسلحة أو المنتجات المسببة للتلوث، أو إجراء التجارب على الحيوانات، أو القمار، أو قد تلجأ إلى التعرف النشط على الجوانب الإيجابية لدى الشركات التي تعتمد سياسات تتسم بالفاعلية من أجل حماية البيئة، وتتبع إجراءات توظيف عادلة، وتبحث في العلاقة بين الأعمال والمجتمع، على سبيل المثال. ويعد استبعاد شركات التبغ القاسم المشترك بين الغالبية العظمى من سياسات الاستثمارات ذات المسؤولية الأخلاقية أو الاجتماعية ومن المنتجات المرتبطة بها.¹

هذه البرامج تخدم، على نحو مقصود، الغرض الذي يجعل شركات التبغ تبدو وكأنها تقدم حلولاً للمشاكل التي تخلقها. وفي حقيقة الأمر، فإن هذه الشركات تصرف الانتباه عن الحلول الفعالة والحاسمة، والتي من بينها رفع سعر منتجات التبغ وزيادة الضرائب المفروضة عليها، وهي أمور ذات حساسية خاصة بالنسبة للشباب الصغار. إن شركات التبغ تعارض بقوة عملية رفع السعر وزيادة الضريبة.

التعليم

من بين المجالات الأخرى التي يركز العديد من شركات التبغ أنشطتها المرتبطة بالمسئوليات الاجتماعية عليها، مجال التعليم. وتأتي هذه الأنشطة غالباً في شكل منح وبعثات دراسية ومناصب استاذية، وقد تصل إلى حد إنشاء مدرسة قائمة بذاتها.

ففي أواخر عام 2000 أعلنت جامعة نوتنجهام عن إنشاء مركز المملكة المتحدة الدولي الأول للمسئوليات الاجتماعية للشركات، وذلك بفضل الـ 3,8 مليون جنيه استرليني التي قدمتها الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ.

وتمثل اختصاصات المركز في دراسة المسئوليات الاجتماعية والبيئية للشركات المتعددة الجنسيات تجاه المجتمعات التي تعمل فيها هذه الشركات. وقد أطلق المركز في كانون الأول/ديسمبر 2002 برنامجه الجديد الخاص بمجستير إدارة الأعمال، وبصفة خاصة، على

إن شركات التبغ لم تفضل عن هذا الاتجاه أو تفرط فيه، حيث أعدت الشركات الكبرى برامج لتنمية الأعمال التجارية الصغيرة في كينيا، ومنع الجريمة في جنوب أفريقيا، وأنشطة التثقيف التجاري في الصين، والحفاظ على التراث الثقافي الشعبي في فنزويلا، وتوفير المعالجة الطبية وأعمال الإغاثة لمنكوبي الضيانات في باكستان. وفي ما يلي بعض الأمثلة المحددة.

وقاية الشباب من التدخين

إن إعداد برامج غير فعالة لوقاية الشباب من التدخين هو واحد من مجالات الدعاية التي تستثمر فيها كل شركات التبغ الكبرى تقريباً جهودها من أجل تحسين صورتها. وبينما يتم إعداد هذه البرامج بحيث تبدو وكأنها تثني الشباب عن التدخين أو تقيهم من الوقوع فيه، تأثيرها غالباً ما يكون عكسياً. فتصوير التدخين على أنه نشاط خاص بالكبار يؤدي بهذه البرامج إلى زيادة إغرائها للمراهقين بالسجائر. كما أن التدابير المقترحة التي تشمل التحقق من عمر الشخص عند التقدم لشراء التبغ هي في النهاية تدابير غير ذات جدوى لسهولة تحايل الشباب على هذه القيود. إن



الصحة وطب المناطق المدارية، إضافة إلى منحه الفرصة للعمل في وحدة الأبحاث والتطوير بالشركة. وذلك في مصنعها في ساوث هامبتون لدى نيله درجته العلمية. وعندما علم البروفيسور ديفيد ليون بهذا العرض طلب من الشركة بأن تذهب بمالها إلى مكان آخر، وأجاب الشركة قائلاً "لا بد أنكم تعتقدون أن الأكاديميين والطلاب الذين يدرسون في مجال الأوبئة أغبياء جداً ومرتفة، وليست هناك حاجة لتذكيركم بمسئولية الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ عن ملايين الوفيات، بينما هي مستمرة في ترويجها للتبغ في سائر أنحاء العالم".⁴

التنمية الصحية وغيرها من الأعمال الخيرية

تشارك شركات صناعة التبغ أيضاً في مشروعات التنمية التي تتم على مستوى المجتمع، مثل مشروع رياح كيريو التجارية في كينيا، وهو عبارة عن شراكة بين المجتمع والشركة البريطانية الأمريكية للتبغ، ويهدف إلى "تطوير أنشطة زراعة التبغ بوصفه خياراً من خيارات استراتيجية تقليص وطأة الفقر".⁵ كذلك انضمت رابطة منتجي التبغ في مالواي إلى جهود مكتب العمل الدولي للحد من الممارسات الانتهاكية المتمثلة في تشغيل الأطفال في زراعة التبغ في مالواي.⁶ كذلك، فقد رعت شركة سوزاكروز، وهي شركة برازيلية تابعة للشركة البريطانية الأمريكية للتبغ، جولة لفرقة موسيقية للاحتفال بتألق أحد أشهر عازفي البيانو البرازيليين على مدى 40 عاماً، وذلك دعماً لحملة الرئيس للقضاء على الجوع "قوم زيرو".⁷ وتأتي هذه الأنشطة بعد مرور أقل من عام على التحقيق الذي أجرته منظمة المعونة المسيحية حول ممارسات العمل المفضوحة للشركة البرازيلية التابعة للشركة البريطانية الأمريكية للتبغ والتي تراوحت بين انتهاكات تمثلت في ادعاءات حول مراقبة الأسعار، والإخفاق في حماية العمال من خطر المبيدات الحشرية وغيرها من الكيماويات الخطرة، وكذلك الإخفاق في تحسين الظروف التي يجبر فيها الأطفال على العمل في حقول التبغ، للمساعدة على التخفيف من عبء الديون الواقع على عاتق الأسر.⁸

وربما كانت أكثر الأشياء الجديرة بالملاحظة، والأكثر سخرية في نفس الوقت هي البرامج التي ترعاها شركات صناعة التبغ في مجال تحقيق مرامي الصحة العمومية. فعلى سبيل المثال، قدم فرع الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ في بنغلاديش الدعم ليا نصيب شانداني أندانيا موتشان (التخفيف من وطأة العمى) الذي نظمته جمعية شانداني الوطنية للتبرع بالعيون، وذلك بشراؤها كمية كبيرة من تذاكر ليا نصيب وتقديم تبرع مالي للجمعية، حيث سلمتها شيكاً في احتفال عام أقامه مصنع الشركة في دكا.⁹



القضايا المتعلقة بالمسئوليات الاجتماعية للشركات. وهناك العديد من المنح والبعثات الدراسية المتاحة في هذا البرنامج.

وتقدم دراسة نشرت مؤخراً في المجلة الطبية البريطانية تفصيلات حول المنح البحثية والتبرعات المقدمة من شركات صناعة التبغ وكذلك المناصب الإدارية العليا في الجامعات التي يتقلدها مسئولون في مجال صناعة التبغ. ومن بين 90 جامعة و16 كلية طب، تلقى 39% منها تبرعات من شركات صناعة التبغ كما تلقت أربع كليات للطب من بين الكليات الـ 16 منحة بحثية. وقد تبين أن مسئولين ومديرين يعملون في مجال صناعة التبغ قد عينوا في 26 منصباً ذات علاقة بالجامعات، وذلك خلال الفترة الواقعة بين عامي 1996 و2001. وقد شملت هذه التعيينات مناصب المدير، والرئيس، والمستشار، وغيرها، إلى جانب تقلد مناصب في مستشفيات تعليمية تابعة للجامعات، وأيضاً في مجال تطوير الجامعات وتحديثها. وقد ذكر الدكتور فيرناند توركوت، من جامعة لافال، وهو أحد المشاركين في إعداد هذه الدراسة، أن مثل هذه التعيينات كانت مخزية. فشركات صناعة التبغ تتسلل إلى الجامعات بهذه الطريقة بسبب الاحترام والهيبة التي يكتسبها المنتمون لهذه المؤسسات، وأضاف "إنها وسيلة لشراء السكوت والرضا".²

وفي أواخر عام 2002، قدم فرع الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ في غانا مبلغ 250 سيدي غاني (حوالي 30 000 دولار أمريكي) كإسهام منها في جامعة غانا في ليغون لتمويل قاعة اليوبيل، وكذلك جامعة كوامي نكروما للعلوم والتكنولوجيا في كوماسي، من أجل إنشاء كرسي للأبحاث في مجال الغابات الزراعية، بمعهد الموارد الطبيعية المتجددة. كما ترعى الشركة أيضاً 44 طالباً من طلبة الدراسات التخصصية في كل عام.³

وفي محاولة أقل نجاحاً، بذلت الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ جهوداً لتقديم منحة قدرها 1500 جنيه استرليني لأحد طلاب كلية لندن للنظافة



وقد ورد في مقدمة التقرير الاجتماعي للشركة البريطانية الأمريكية للتبغ عن عام 2002/2001 أن "إدماج مبادئ المسؤوليات الاجتماعية للشركات الصناعية في المجموعة البريطانية الأمريكية للتبغ يمثل التزاماً خطيراً" وبمضي التقرير في تفسيره لذلك حيث ذكر أنه تم إنشاء "هيكل إداري رسمي خاص بالمسؤوليات الاجتماعية للشركة" وأن هناك الكثير الذي تستطيع الشركة تقديمه في مجال المساعدة على التصدي للمشكلات التي تهم أصحاب الشأن المعنيين بما في ذلك دعم اللوائح السليمة المرتكزة، وتقليل تأثير التبغ على الصحة العمومية.

وكما ذكر مدير عام فرع الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ في بنغلاديش، لدى تلقيه شهادة تقدير من منظمة الإرشاد والزمالة الكشفية في بنغلاديش، "أن الشركة ملتزمة التزاماً تاماً بتنمية البلاد، وستعمل دائماً على تعزيز القيمة الجوهرية للشركة. إن النجاح والمسئولية يسيران على نحو متلازم من خلال الإسهام في قطاعات التنمية الاجتماعية والاقتصادية المختلفة".¹²

إن هذا التقرير، وهذه البرامج التي تقدمها شركات صناعة التبغ التي تنشأ الإسهام في تحقيق مصلحة اجتماعية أكبر، تثير السؤال التالي: كيف يمكن لشركات صناعة التبغ التوفيق بين غايتها الرئيسية وهي تحقيق أقصى ربح من خلال إنتاج وبيع منتج مميّز، وبين الأهداف الخاصة بالمسؤوليات الاجتماعية: وتشمل معايير العمل التجاري المرتكزة على القيم الأخلاقية، واحترام الموظفين، والمستهلكين، والبيئة، وكيف يدعون أنهم يدعون إلى الشفافية في ممارسة الأعمال التجارية مطالبين بحوار مفتوح بين أصحاب الشأن المعنيين، بينما تشهد الاستجابات العامة الشهادات القانونية في المحاكم، حول العالم، على

ولم يتم التعرض بالذكر للصلة بين التدخين وبين الإصابة بالكتاركت، وهو من الأسباب الرئيسية للإصابة بالعمى. كما أقيمت في نفس المصنع حلقة عملية لطلاب جامعة بنغلاديش حول الصحة المهنية.¹⁰

وفي زيمبابوي، استثمرت هذه الشركة ستة ملايين دولار أمريكي، عام 2002، لدى عيادة هراري الطبية لمعالجة عمال مصنع الشركة البالغ عددهم 400 عامل. وقد ذكرت إحدى الصحف المحلية أنه ينبغي تهنئة الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ على اهتمامها بصحة وسلامة موظفيها.

خيارات المسؤوليات الاجتماعية للشركات

في حركة مثيرة للاهتمام، استقبلت شركة فيليب موريس، وهي أكبر شركة تبغ في العالم، العام الجديد باسم جديد وهو "آلتريا"، مستوحية هذا الاسم، كما ذكر، من الاسم اللاتيني "آلتس" بمعنى "عال". وعلى عكس التفسير الذي قدمته الشركة نفسها حول تغيير هويتها، من أن الاسم الجديد يعكس تحولات هامة ضمن مسيرة تطور الشركة، فقد كان هناك انتقاد شديد لهذا التغيير في الاسم باعتباره إحدى حركات العلاقات العامة التي تهدف إلى إبعاد شركات فيليب موريس الأخرى عن شبغ التبغ. لقد علقت كاثرن مولفي، المديرة التنفيذية لمنظمة "إنفاكت"، وهي منظمة غير حكومية لحماية المستهلك، مقرها في الولايات المتحدة، على ذلك قائلة: "إن شركة فيليب موريس تعول على قصر عمر ذاكرة المستهلكين وتأمل في أن تتمكن حملة علاقات عامة شاملة أخرى من استعادة الجمهور الأمريكي الذي رفض رفضاً باتاً ممارساتها التجارية المميّزة".¹¹

وفي وقت لاحق خلال ذلك العام، أعلنت المديرية العامة أن تفهم دور شركات صناعة التبغ في التسبب في حدوث وباء يقتل نحو خمسة ملايين شخص كل عام، واستمرار هذا الوباء، هو السبيل الأساسي الذي يفضي إلى إعداد سياسة لمكافحة التبغ، بوجه عام، واتفاقية إطارية لمكافحة التبغ يمكنها إيقاف هذا المد إن لم تستطع عكسه، بوجه خاص.

وقد عينت الدكتورة برونتلاند لجنة خبراء للبحث في وثائق شركات صناعة التبغ، التي أصبحت متاحة نتيجة للدعاوى القضائية التي رفعت ضد هذه الشركات في الولايات المتحدة. وتشير هذه البيانات المستندية إلى الجهود المنهجية العالمية التي تبذلها شركات صناعة التبغ من أجل تقويض سياسات مكافحة التبغ والتطورات البحثية في هذا المجال.

وقد وجدت اللجنة أن شركات صناعة التبغ اعتبرت منظمة الصحة العالمية واحدة من ألد أعدائها، وقد أعدت استراتيجية محكمة من أجل "احتواء وتخفيف وإعادة توجيه" مبادرات منظمة الصحة العالمية الرامية إلى مكافحة التبغ، وتشير وثائق شركات صناعة التبغ إلى أن هذه الشركات قامت بتنفيذ خطتها من خلال مسرح الأحداث لصرف الانتباه عن قضايا الصحة العمومية التي يثيرها تعاطي التبغ، ومحاولة تقليص الاعتمادات الموجهة إلى الأنشطة العلمية والسياسات التي تنفذها منظمة الصحة العالمية، مؤلفة منظمات الأمم المتحدة الأخرى ضدها، وساعية إلى إقناع البلدان النامية بأن برنامج منظمة الصحة العالمية لمكافحة التبغ ما هو إلا برنامجاً

إجراءات واستراتيجيات شركات صناعة التبغ التي تعمل على إخفاء الطبيعة المميتة لمنتجاتها، وتسبب في إبراز تفصيلات ما تفعله لحماية الصحة العامة، وتدمر الأدلة الدامغة.

وكما هو الحال في كثير من المجالات، فإن شركات صناعة التبغ ببساطة ليست كغيرها من الشركات. فمنتجات التبغ هي منتجات قانونية، غير أنها مهلكة كذلك. إن التبغ هو المنتج الاستهلاكي المتوفر الوحيد الذي يقتل نصف مستهلكيه الاعتياديين. وعلى ذلك، وفي ما يتعلق بالأنشطة الخاصة بالمسؤوليات الاجتماعية، فليس بمقدورهم ببساطة البروز بين صفوف الشركات المنتجة للسلع الاستهلاكية الأخرى.

وعلى الرغم من المحاولات شبه المكشوفة لكسب الاحترام، وادعاءات هذه الشركات بأنها قد غيرت من ممارساتها، فإنها ما تزال تواصل استخدام عدد هائل من الاستراتيجيات غير الأخلاقية، وغير المسئولة، لترويج منتجاتها وتوسيع أسواقها، وزيادة أرباحها.

ففي صيف عام 1999، أشار تقرير داخلي قدم إلى الدكتورة غرو هارلم برونتلاند، المديرية العامة لمنظمة الصحة العالمية، أن ثمة بيانات في وثائق سرية سابقة خاصة بشركات صناعة التبغ تفيد أن هذه الشركات قد بذلت "جهوداً للحيلولة دون تطبيق السياسات الخاصة بالحفاظ على صحة الجماهير، كما بذلت جهوداً أيضاً من أجل تقليص الاعتمادات الموجهة نحو مكافحة التبغ داخل منظمات الأمم المتحدة".



منطقة الشرق الأوسط والسعي إلى تقويضها، بما في ذلك مجلس وزراء صحة دول الخليج العربي، ومنظمة الصحة العالمية، والتحالفات الوطنية لمكافحة التبغ. وتبين وثائق شركات صناعة التبغ أن هذه الشركات وضعت قائمة بالشخصيات السياسية البارزة في منطقة الشرق الأوسط لتزويدهم بالمعلومات وكسب التأييد لهم. بمن في ذلك أحد أعضاء البرلمان المصري، مساعد سابق للأمن العام لجامعة الدول العربية، وحتى، في مرحلة من المراحل، الأمين العام لمجلس وزراء الصحة لدول مجلس التعاون الخليجي، الذي كان في نفس الوقت وكيلاً لوزارة الصحة الكويتية.¹⁴

هذا وقد كرر تقرير صدر مؤخراً عن المنظمة الصحية للبلدان الأمريكية نفس هذه الموجودات. فقد خططت شركات التبغ عبر الوطنية ونفذت حملات خداع شاملة على مدى العقد الماضي في أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي في ما يتعلق بالتأثيرات الضارة للتدخين السلبي وبطبيعة الأنشطة التسويقية لشركات صناعة التبغ. ومن خلال استخدام أشخاص علميين في سائر أنحاء أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي، لأغراض تشويه الحقائق العلمية التي تربط بين التدخين السلبي والإصابة بالأمراض الخطيرة، ومن خلال تصميم حملات وبرامج "لوقاية الشباب من التدخين" كمنشآت من أنشطة العلاقات العامة بالدرجة الأولى، تهدف إلى الحؤول دون خروج أية لوائح هامة تتعلق بتسويق التبغ، فقد سعت شركات



خاصاً بجدول أعمال العالم الأول، ينفذ على حساب العالم النامي، ومشوهة لنتائج دراسات بحثية هامة أجريت على التبغ، ومضعفة للثقة في منظمة الصحة العالمية كمؤسسة.¹³

لقد حفزت هذه الموجودات على بذل الجهود في مكاتب منظمة الصحة العالمية الإقليمية، وكذلك في المكاتب القطرية، لإجراء دراساتها الاستقصائية لأنشطة صناعة التبغ الرامية، من الواجهة العلمية، إلى تخريب العمل الصحي العام. كذلك، فقد استحثت المنظمة ومكاتبها الإقليمية والقطرية تنفيذ عملية تحر منهجية لموظفيها ومشاوريها لمعرفة ما إذا كان هناك أي تضارب في المصالح مع غايات المنظمة. والمطلوب من جميع الموظفين والمشاورين هو أن يعلنوا عن أية مصالح قد تؤثر على موضوعيتهم، بما يشمل ما إذا كانوا يشاركون، أو سبق لهم المشاركة في إنتاج، أو صناعة، أو توزيع، أو بيع التبغ أو أي منتجات للتبغ، أو أنهم يمثلون، على نحو مباشر، مصالح أي من هذه الكيانات.

إن المقر الرئيسي لمنظمة الصحة العالمية لم يكن الهدف الوحيد الذي تعرض لذلك. فقد بدأت أنشطة شركات صناعة التبغ الرامية إلى إضعاف السياسات الصحية العمومية في منطقة الشرق الأوسط، بإقليم منظمة الصحة العالمية لشرق المتوسط، منذ أواخر عام سبعينات القرن الماضي، حيث كانت هناك اجتماعات دورية تعقدها شركات صناعة التبغ المتعددة الجنسيات لمناقشة اللوائح التي لم تكن قد صدرت بعد، ووضع الاستراتيجيات المشتركة في هذا الصدد. وقد ضم فريق الشرق الأوسط العامل، الذي أصبح فيما بعد رابطة صانعي التبغ في الشرق الأوسط، جميع شركات صناعة التبغ الكبرى المتعددة الجنسيات العاملة في منطقة الشرق الأوسط. وقد تشكلت هذه الرابطة من أجل تعزيز مصالح هذه الشركات والدفاع عنها في هذه المنطقة ورصد الأعمال التي يقوم بها مسئولو الصحة العمومية في





كما أنها تنفذ على النحو الذي يخدم فقط مصالح شركات صناعة التبغ ويحقق فائدتها.

وفي نفس الوقت تتصاعد الخسائر ذات الصلة بالأمراض والوفيات الناجمة عن التبغ لتصل إلى 4,9 مليون وفاة في كل عام. وقد فاق هذا الرقم كل التصورات السابقة ليصل إلى أبعاد أكبر وأسرع بكثير مما كان متوقفاً، مما يؤكد مدى الحاجة لاتخاذ إجراء حاسم على المستوى العالمي.

إن شركات صناعة التبغ تطالب بحوار مفتوح، وهم يؤكدون أن الجهود التي تهدف إلى تقويض السياسة العالمية لمكافحة التبغ ما هي إلا نتاج عهد مضى، وأنهم يسعون الآن إلى المشاركة في إقامة حوار بناء مع منظمة الصحة العالمية والحكومات الوطنية، وهم يناشدون "أصحاب المصلحة المتحفظين" الحكم عليهم "ليس بالكلمات الملتفة حول صناعتهم، بل من واقع ما يقومون به من أفعال".¹⁸

إن منظمة الصحة العالمية تقوم اليوم بالعمل، بجرأة وخذ، لتحقيق ما يخدم الصحة العمومية، كما أن الاتفاقية الإطارية لمكافحة التبغ هي حقيقة واقعة، في حيز التنفيذ. إن هناك سبيلاً واحداً للحد من الوفيات وأشكال المعاناة التي يسببها وباء التدخين، ألا وهو تنفيذ سياسات فعالة لمكافحة التبغ. إن اتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية تضع المعايير الخاصة بتنظيم الأنشطة المرتبطة بالتبغ، من جميع الجوانب، كما أن المعاهدة تمهد الطريق لمكافحة التبغ من خلال الأحكام الخاصة بالإعلان عن التبغ، ورعاية شركات صناعة التبغ للأنشطة المختلفة، وزيادة الضرائب ورفع الأسعار على منتجات التبغ، ووضع اللصاقات ذات العلاقة، والأنشطة التجارية غير القانونية والتدخين السلبي.

صناعة التبغ إلى تأخير أو تفادي قيود تسويق التبغ، أو القيود الخاصة بالتدخين. وتظهر وثائق شركات صناعة التبغ كذلك أن هذه الشركات كانت لديها معلومات ومعرفة تفصيلية بشبكات وأسواق التهريب، وسعت بشدة لزيادة حصتها في السوق غير المشروعة من خلال تنظيم حملات تسويق، وإنشاء منافذ توزيع حولها، إلى جانب تمكّنها من الوصول إلى المسؤولين الحكوميين المهمين ومخاطبتها بذلك في إضعاف، أو حتى وأد تشريعات مكافحة التدخين في عدد من البلدان.¹⁵

كل هذه الحقائق تشير بشكل ثابت إلى التناقض بين التدابير التي تدرّك شركات صناعة التبغ في داخلها أنها تشكل أكبر تهديد لمبيعاتها، وتلك التي تؤيدّها وتدافع عنها في العلن. فعلى سبيل المثال، تنكر هذه الشركات، على الملأ، الصلة بين انتشار التدخين، وبين إعلانات التبغ، إلا أنها تقر في داخلها أن حظر الإعلان يمثل تهديداً لمبيعات التبغ، وهو أمر يمثل أولوية للقيام بإجراءات نظامية لإعاقة ذلك. إن شركات صناعة التبغ تصر، باستمرار، على أنها لا تسوق التبغ للشباب، بينما تظهر وثائقها الداخلية بوضوح، غير ذلك.

ففي تقرير صدر حديثاً حول فحص بيانات قدمتها مؤخراً الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ، وفيليب موريس، و. ج. رينولدز، وبراون آند ويليامسون، ولوريلارد، في الدعاوى المدنية التي أقامتها وزارة العدل الأمريكية.¹⁶ وجد هنري أ. واكسمان، ممثل الحكومة الأمريكية، أن معظم شركات التبغ ما تفتأ تطرح التساؤل عما إذا كان التدخين يسبب الأمراض، ولا تقر بأن النيكوتين مسبب للإدمان. لقد أنكرت جميع الشركات أن التدخين السلبي يسبب الأمراض لدى غير المدخنين - على الرغم من وجود بيانات لا تحصى، صادرة عن وزير الصحة الأمريكي، وعن منظمة الصحة العالمية في هذا الخصوص. كما أنكرت شركات التبغ أيضاً أنها تتحكم في معدلات النيكوتين في السجائر أو أنها تسوق السجائر للأطفال أو أنهم يتلفون الوثائق من أجل تفادي استخدامها في الدعاوى القضائية ضدهم - هذا على الرغم من شهادتهم بأنفسهم في المحاكم القضائية بعكس ذلك. إن شركات صناعة التبغ دأبت، على نحو منهجي، على خلق ما يثير الجدل حول تقييم عوامل الاختطار، وحول البيانات العلمية المتعلقة بالمخاطر الصحية لتعاطي التبغ والتدخين السلبي.¹⁷

هذا وقد تمت استجابات واستقصاءات مشابهة، أو أنها لا تزال تحت التنفيذ في بعض البلدان، بما في ذلك سويسرا، وفنلندا، وإسرائيل، وسوريا، وجمهورية إيران الإسلامية، وغيرها من البلدان. وتتم مواءمة الترتيبات بحنكة لتلائم الظروف القطرية المختلفة،

ويتعين على مجتمع الأعمال وجماعات المستهلكين والجمهور أن ينضموا إلى راسمي السياسات ومجتمع الصحة العمومية، ويكونوا أكثر يقظة وأكثر حسماً تجاه شركات صناعة التبغ، وكذلك في ما يتعلق بالمسؤوليات الاجتماعية للشركات والمؤسسات الصناعية، لأنه رغم ادعاءات هذه الشركات، ليس هناك الكثير من البيانات التي تدل على وجود تغيير جوهري في أهدافها وفي ممارستها.

إن وفاة نحو خمسة ملايين شخص كل عام، ووجود نحو 1,3 بليون مدخن في العالم اليوم، وارتفاع معدلات المدخنين بين الشباب، يعزي نوعاً ما، إلى إخفاق الحكومات في تطبيق سياسات مكافحة التدخين الثابتة الفاعلية. وإن تراخي الحكومات، واللامبالاة من جانب الجمهور، عندما تحدث، هي في جزء كبير منها، نتاج عقود من النفوذ والتأثير المعاكس لشركات صناعة التبغ.



المراجع

1. Yach D, Brinchmann S, Bellet S. Healthy investments and investing in health. *Journal of Business Ethics*, 2001, 33(3):191–198.
2. Addiction to Tobacco: Defining Links Between the Tobacco Industry and Canadian Universities and Medical Schools. *British Medical Journal*, 2002, 325:734. <http://bmj.com/cgi/content/full/325/7367/734/a>.
3. *Ghanaian Chronicle (Accra)*, 2002. <http://allafrica.com/stories/200212040313.html>.
4. College tells tobacco company to take its money elsewhere. *British Medical Journal*, 2002, 325:794. <http://bmj.com/cgi/content/full/325/7368/794/c>.
5. <http://www.estandart.net/eahome/story11112002013.htm>.
6. *The Malawi Standard*, 24 December 2002. <http://allafrica.com/stories/200212250001.html>.
7. http://www.souzacruz.com.br/frame_left.asp?n=imprensa&sn=_artigo36.
8. *Hooked on Tobacco*, Christian Aid. <http://www.christian-aid.org.uk/indepth/0201bat/bat1.htm>.
9. *The Daily Star (Bangladesh)*, 30 October 2002. <http://www.dailystarnews.com/200210/30/n2103006htm#BODY4>.
10. *The Daily Star (Bangladesh)*, 23 October 2002. <http://www.dailystarnews.com/200210/23/n2102305htm#BODY13>.
11. *Philip Morris Attempts to Distance Itself From Marlboro Man's Global Rampage With Name Change to Altria Corporate, Accountability Activists Say Massive PR Make-Over Won't Fend Off Tough Regulation in Global Tobacco Treaty*. <http://www.infact.org/012703pm.html>.
12. <http://independent-bangladesh.com/news/dec/23/23122002bs.htm#A6>.
13. *Tobacco Industry Strategies to Undermine Tobacco Control Activities at the World Health Organization*, Geneva, World Health Organization, 2000. <http://www5.who.int/tobacco/page.cfm?tld=174>.
14. *Voice of Truth*. Regional Office for the Eastern Mediterranean, World Health Organization, 2001. <http://www5.who.int/tobacco/repository/tcp48/VoT1-en.pdf>.
15. *Profits Over People, Tobacco Industry Activities to Market Cigarettes and Undermine Public Health in Latin America and the Caribbean*. <http://www5.who.int/tobacco/page.cfm?tld=178>.
16. Tobacco Industry Statements in the Department of Justice Lawsuit, Representative Henry A. Waxman, Minority Staff Report, Special Investigations Division, Committee on Government Reform, U.S. House of Representatives, 17 September 2002. http://www.reform.house.gov/min/pdfs/pdf_inves/pdf_tobacco_doj_rep.pdf.
17. Yach D, Bialous S. Junking Science to Promote Tobacco. *American Journal of Public Health*, 2001, 91(11): 1745–1748.
18. *British American Tobacco Social Report 2001/2002*. http://www.bat.com/oneweb/sites/uk_3mnfen.nsf/vw-pagesWebLive/C83FBD4911F1636280256BF4000331B8?opendocument.



مبادرة التحرر من التبغ

منظمة الصحة العالمية
المكتب الإقليمي لشرق المتوسط
شارع عبد الرزاق السنهوري
ص ب 7608
مدينة نصر
القاهرة 11371
مصر

هاتف: (+202) 2276 5000/562/371

فاكس: (+202) 2276 5415

بريد إلكتروني: TFI@emro.who.int