

الإعلان عن التبغ وترويجه ورعايته

المسؤولية الاجتماعية للشركات

”...إن برامج صناعة التبغ التي تسعى للإسهام في الصالح الاجتماعي الأكبر تثير تساؤلاً: كيف تستطيع شركات التبغ التوفيق بين غرضها الأساسي، وهو جني أعلى ربح من خلال إنتاج منتج مमित وبيعه، وأهداف المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR): مبادئ العمل المبنية على القيم الأخلاقية واحترام الموظفين والمستهلكين والجماعات والبيئة؟“
منظمة الصحة العالمية، ٢٠٠٢^١

هدف صناعة التبغ: تحقيق نفوذ سياسي من أجل إضعاف تشريعات مكافحة التبغ

• سعت استراتيجية شركة فيليب موريس في الخطة التشريعية لولاية ألاباما عام ١٩٩١ - ٢٠٠٢ إلى ”توسيع اتصالاتها بالمسؤولين والتشريعيين الرئيسيين بالإدارة“ عن طريق ”دعم المناسبات والقضايا الإنسانية...“ و”زيادة الدعاوى لحضور المناسبات الخيرية التي ترعاها فيليب موريس.“^{٤١}

هدف صناعة التبغ: النجاح في الوصول إلى الشباب لأبحاث السوق ولتطبيع العلامات التجارية ومنع حملات مكافحة التبغ الفعالة

• تسعى شركات التبغ لرعاية حملات مكافحة تدخين الشباب بحيث تتمكن من إجراء أبحاث سوق واسعة النطاق على سلوكيات المراهقين تجاه التدخين.^٥ كما تضمن حملاتهم أيضاً أن تتحكم شركة التبغ في تصميم البرامج وأهدافها بما يضمن دعابة جيدة والوصول إلى أسواق الشباب.^{٥١، ٣١}

هدف صناعة التبغ: حماية نفسها من التعرض للمقاضاة أو الدعاوى القضائية

• تنص وثيقة داخلية لشركة فيليب موريس على ”أننا بحاجة لأن نفوق توقعات العامة عن الشركة. حيث سيحد هذا من مخاطر الدعاوى القضائية ويحسن موقفنا عند مقاضاتنا باعتبارنا ”شركة مسؤولة.“^{١١}

تعزز المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) رأياً مفاده أنه ”يجب أن جاهد الشركات لتحقيق الربح والامتثال للقانون وأن تتحلى بالأخلاقيات ومواطنة الشركات الصالحة.“^٢ إلا أن شركات التبغ ليست كالشركات الأخرى. فالتبغ هو المنتج الاستهلاكي الوحيد الذي يقتل نصف مستخدميه عند استخدامه وفقاً لما تم التوجيه به.^١ إن فكرة إمكانية أن شركات التبغ يمكن أن تكون أخلاقية في حين أنها تروج لمنتج مسبب للأمراض فكرة متناقضة أساساً. الاتفاقية الإطارية بشأن مكافحة التبغ (FCTC). وهي أول معاهدة صحة عامة شاملة عالمية. تضع إطاراً لسياسة تهدف إلى الحد من الآثار الصحية والاقتصادية والاجتماعية المدمرة للتبغ.^٢ تفرض المادة ٣١ من الاتفاقية الإطارية بشأن مكافحة التبغ (FCTC) على الأطراف تنفيذ وفرض حظر شامل على الإعلان عن التبغ والترويج له ورعايته بما في ذلك حظر كامل على المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR).^٤

مشاركة شركات التبغ في المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) لتعزيز مصالح الشركات

تزعم شركات التبغ أنها تشارك في المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) كونها شركات مواطنة مهتمة. إلا أن الوثائق الداخلية لشركات التبغ تكشف الأهداف الحقيقية للبرامج التي ترعاها الصناعة. وهي زيادة الأرباح ودفع مصالح الشركة.^٥ في الواقع، لا تكلف أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) شركات التبغ إلا القليل بالنسبة لأرباحها السنوية. فعلى سبيل المثال، بلغت المساهمات الخيرية لشركة فيليب موريس العالمية (PMI) ٧,٢٢ مليون دولار في عام ١٩٠٢. في حين أنها حققت أرباحاً بلغت ٣,٦ مليار دولار. أما الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ (BAT) فقد أنفقت ٣,٢٢ مليون دولار على المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) وذلك مقارنة بما حققت من أرباح بلغت ٨,٤ مليار دولار.^{٧-١٠}

هدف صناعة التبغ: خلق رأي عام إيجابي حول الصناعة

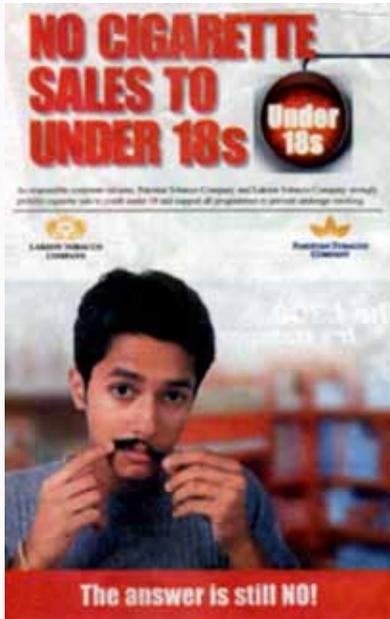
• ترغب شركات التبغ في إعطاء انطباع بأنها مثلها مثل أي شركات كبيرة أخرى مسؤولة عن ومعية بإرضاء عملائها ومساهميها.^{١١، ٥}

• تخدم المسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC) في مواجهة الضغط السلبي وخلق انطباعات عامة إيجابية عن صناعة التبغ وقضايا التبغ دون تغيير فعلي في سلوك الشركة.^{٢١، ٢١}

تكتيكات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR): حملات مكافحة تدخين الشباب

تشارك معظم شركات التبغ في برامج منع تدخين الشباب زاعمة أنها شركات مسؤولة مهتمة بأمر تدخين الشباب. إلا أن برامجهم غير فعالة في منع التدخين بل وغالباً ما تشجع الشباب فعلياً على التدخين بتصوير التدخين باعتباره نشاطاً يمارسه الكبار لتجعله أكثر جاذبية للشباب ولا تتحدث عن الآثار الصحية للتدخين.^١

- تروج شركات التبغ حملاتها لمكافحة تدخين الشباب من خلال التحدث عن كم الأموال التي أنفقتها والأعداد الكبيرة التي استمالتها من الشباب وليس عن معدلات تدخين الشباب.^{٢٢، ٥٢}
- لم تثبت فعالية أي حملة من حملات مكافحة تدخين الشباب التي رعتها شركات التبغ على الإطلاق في خفض معدلات التدخين لدى الشباب. بل أنها في الواقع قد جعل الشباب أكثر ميلاً للتدخين.^{٥١}
- تمول حملات مكافحة تدخين الشباب التي ترعاها شركات التبغ إلى تركيز اللوم على الآباء والشباب أنفسهم والبائعين الذين يسمحون للشباب بشراء التبغ منهم بدلاً من التركيز على الجناة الحقيقيين - استراتيجيات تسويق التبغ التي تستهدف الشباب والإدمان الذي ينتج عن النيكوتين الموجود في التبغ.^{٢٢، ٥١، ١١}
- تستغل شركات التبغ حملات مكافحة تدخين الشباب التي تقوم بها لتقويض أو منافسة الحملات الأكثر فعالية التي ترعاها الحكومة أو المنظمات غير الحكومية.^{٤١}



باكستان، ٢٠٠٢. إعلان منع تدخين الشباب المعروف باسم «مواطنة الشركات المسؤولة» رعت شركة باكستان للتبغ وشركة لاكسون للتبغ حملة منع تدخين الشباب تلك في باكستان.

تكتيكات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) في مجال صناعة التبغ

تُنفذ صناعة التبغ المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) بطرق شتى للفوز بأقصى حد من التعرض للجمهور والتأثير عليه.

تكتيكات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR): العمل الإنساني

تشارك شركات التبغ في النشاط الإنساني بهدف تحسين صورتها العامة كمساهمين في صالح المجتمع الأكبر بل أن بعض الشركات أسست مؤسسات خيرية لتمويل جهودها.^{٦١}

- **التعليم:** في الصين حمل المدارس التي تمولها شركات التبغ شعارات مثل "اسمع للمساهمة في المجتمع/ التبغ يساعدك كي تصبح شخصاً موهوباً" بما يربط بوضوح بين التبغ والنجاح في رأي أطفال المدارس.^{٨١} تدعم شركات التبغ الأنشطة التعليمية. إلا أن العديد من الأطفال يُحرمون من التعليم لأن آباءهم ينفقون المال على التبغ أو لأنهم يتركون المدرسة للعمل في زراعة التبغ وتصنيعه.

- **الصحة:** يشغل كارلوس سليم حالياً مقعد عضو مجلس إدارة شركة فيليب موريس العالمية (IMP) وهو المالك السابق لشركة سيجاتام وهي أكبر شركة تبغ في المكسيك. وقد ساعدت مؤسسة عائلة سليم في إنشاء معهد كارسو دي سالود (معهد كارسو للصحة) في المكسيك بتعهد قيمته ٠٠٥ مليون دولار. تستهدف أولويات المعهد معالجة الأمراض المزمنة مثل أمراض القلب والسرطان^{٩١}؛ وتعاطي التبغ هو سبب مؤدي لكليهما.

- **الفقر:** في ماليزيا تبرع الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ (TAB) فرع ماليزيا بالمال للطلبة الماليزيين المعدمين والعائلات العاملة بالزراعة ومأوى للسيدات زاعمة بأنها تهتم بالفقر ورفاه المجتمع.^{١٠١} إلا أن التدخين يجعل فقراء العالم أشد فقراً؛ ففي ماليزيا يكلف تدخين شخص فقير متوسط لعلبتي سجائر في اليوم ٠.٣٪ تقريباً من دخله أو دخلها.^{١١}

- **إغاثة منكوبي الكوارث:** في أندونيسيا استغلت سامبورنا للتبغ انفجار بركان جبل ميرابي عام ٠١٠٢. كحدث ترويجي بإرسالها عملي إنقاذ ومركبات وخيام عليها شعار سامبورنا لموقع الكارثة.^{١١}



صورة من مقال في جلوبال بوست عن أنشطة الإغاثة التي قامت بها سامبورنا في أندونيسيا.^{٣٣}

تكتيكات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR): برامج

الزراعة

تدعم شركات التبغ برامج في المجتمعات التي تزرع التبغ حيث تنخفض نسبة التعليم وتتسم الأحوال المعيشية بالفقر لصرف الانتباه عن حقيقة أن ممارسات شركات التبغ تُديم الديون والفقر.^{٣٧}

- في مالوي وهي دولة رئيسية في زراعة التبغ شاركت الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ (BAT) في تأسيس مؤسسة القضاء على عمالة الأطفال في صناعة التبغ زاعمة اهتمامها بقضية عمالة الأطفال في الزراعة. إلا أن المؤسسة لم تسهم في أي تغييرات ذات شأن في الممارسات الزراعية ولم تغير الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ (BAT) ممارساتها الشرائية. حيث قُدرت الأرباح التي تجنيها الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ (BAT) وشركة فيليب موريس العالمية (PMI) معاً بنحو ٠١ ملايين دولار من عمالة الأطفال كل عام في مالوي وحدها.^{٣٨}

تكتيكات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR): البرامج

البيئة

تزعم شركات التبغ أنها مسؤولة بيئياً إلا أن زراعة التبغ وتصنيعه ضارين بالبيئة.^{٣٩،٤٠}

- في بنجلاديش تشارك الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ (TAB) في البرامج السنوية لإعادة تشجير الغابات والتبرع بشتلات لزراعتها مروجة للزراعة المسؤولة التي تقوم بها.^{٤١} إلا أن قطع الأشجار للحصول على الوقود أثناء عملية علاج التبغ تمثل ٠٣٪ سنوياً من إزالة الغابات في بنجلاديش.^{٤٢} ما يجعل إسهام الشركة البريطانية الأمريكية للتبغ (TAB) بالشتلات محاولة سطحية لصرف الانتباه عن المشاكل البيئية التي تسببها.

الرسائل الرئيسية

- تفرض المادة ٣١ من الاتفاقية الإطارية بشأن مكافحة التبغ (CTCF) حظراً شاملاً على كافة أشكال الإعلان عن التبغ والترويج له ورعايته بما في ذلك المسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC). يجب حظر المسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC) التي تمارسها صناعة التبغ.
- تعمل المسؤولية الاجتماعية للشركات لصالح صناعة التبغ عن طريق بناء جسر المودة مع صناع السياسة والجمهور والتصدي للتركيز السلبي المحيط بمنتجاتها المميته وتهدة المعارضة من مؤيدي مكافحة التبغ.
- الأثر المدمر على المجتمع والعائلات الذي تتسبب فيه حالات الوفاة والأمراض التي يسببها التبغ يفوق بكثير المزايا الإجمالية للأعمال الإنسانية أو رعاية القضايا الاجتماعية.
- يؤثر استهلاك التبغ سلباً على أولئك الذين يعيشون في فقر، وأي مساهمة مالية تقدمها الشركات المسؤولة عن زيادة الأضرار الصحية والعبء المالي لهذه الفئة من السكان لن تخفف من وطأة الفقر والقضايا البيئية أو الصحية ومن المرجح أن تزيدهم سوءاً.

لماذا ينبغي حظر المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)

تعمل المسؤولية الاجتماعية للشركات في مصلحة صناعة التبغ عن طريق:

- مساعدة صناعة التبغ في تحقيق نفوذ سياسي وتقليل آثار التفاضل.^{٥١،٥٢}
- تطبيع التبغ والعلامات التجارية، وخاصة بالنسبة للأطفال.^{٥٣}
- زيادة استحسان الشباب للتدخين.^{٥٤}
- تقويض محاولات مكافحة التبغ لكشف شركات التبغ على حقيقتها – أنها شركات تستغل الفئات الضعيفة من السكان – وتشويه صورة مؤيدي مكافحة التبغ.^{٥٥}
- التضليل عن الآثار السلبية للتبغ.^{٥٦}

(1) World Health Organization. Tobacco Industry and Corporate Responsibility... an Inherent Contradiction. Tobacco Free Initiative 2004. (2) Carroll AB. Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*. 1999;38(3):268-95. (3) Framework Convention Alliance. What is the Framework Convention on Tobacco Control? Framework Convention Alliance; [cited 2011 Jan 25]; Available from: http://www.fctc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=5. (4) World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control. Guidelines for implementation: Article 13, para. 3, 25-28. Geneva: WHO; 2009. (5) Landman A, Ling PM, Glantz SA. Tobacco industry youth smoking prevention programs: Protecting the industry and hurting tobacco control. *American Journal of Public Health*. 2002 June;92(6):917-30. (6) Collin JaG, A. Corporate (Anti)Social (Ir)Responsibility: Transnational Tobacco Companies and the Attempted Subversion of Global Health Policy. *Global Social Policy*. 2002;2(3). (7) Philip Morris International (PMI). 2009 annual report. New York: PMI; 2010. Available from: <http://investors.philipmorrisinternational.com/phoenix.zhtml?c=146476&p=irol-reportsannual>. (8) British American Tobacco. Corporate social investment. BAT; 2011 [cited 2011 January 31]; Available from: http://www.bat.com/group/sites/uk__3mnnfen.nsf/vwPagesWebLive/DO52FLGE?opendocument&SKN=1. (9) Philip Morris International. Charitable contributions. 2009 [cited 2010 July 1]; Available from: http://www.pmi.com/eng/documents/2009_Charitable_Contributions_Total.pdf. (10) British American Tobacco. British American Tobacco Annual Report 2009. 2009. (11) Hirschhorn N. Corporate social responsibility and the tobacco industry: hope or hype? *Tobacco Control*. 2004;13:447-53. (12) McDaniel PaM, R. The Role of Corporate Credibility in Legitimizing Disease Promotion. *American Journal of Public Health*. 2009 March;99(3):452-61. (13) Leiber CL. Youth campaign for Latin America (internal industry document.) International PM. 1993. Bates No. 2503007040/7041. http://www.pmdocs.com/pdf/2503007040_7041.pdf. (14) SGA 1999 State Legislative Plan (internal industry document.) Philip Morris. 1998. Bates No. 2065450947/1321. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/lzo94a00>. (15) Assunta M, Chapman, S. Industry sponsored youth smoking prevention programme in Malaysia: a case study in duplicity. *Tob Control*. 2004;12:ii37-ii42. (16) Parrish S, and Wall, C. Management of Corporate Issues. Memorandum (Draft 1) to Bill Webb and Geoff Bible. (internal industry document.) Morris P. 2000. Bates No. 2085292292/2298. http://www.pmdocs.com/PDF/2085292292_2298_0.PDF. (17) Putera Sampoerna Foundation. Putera Sampoerna Foundation: Achievements, milestones and awards. 2011 [cited 2011 February 1]; Available from: <http://www.sampoernafoundation.org/en/About-PSF/history-a-achievements.html>. (18) Harmful donation? *China Daily*; 2009 [cited 2011]; Available from: http://www.chinadaily.com.cn/opinion/2009-12/15/content_9178461.htm. (19) Chapman S. Group Carso, health philanthropy, and tobacco. *Lancet*. 2008 April 12;371(9620):1243. (20) Barraclough S, Morrow, M. A grim contradiction: The practice and consequences of corporate social responsibility by British American Tobacco in Malaysia. *Social Science and Medicine*. 2008;66:1784 - 96. (21) Assunta M. Tobacco and poverty. World Health Organization; 1999. Available from: http://www.wpro.who.int/NR/rdonlyres/841E9278-DEF9-4140-B6F2-475DA61528B8/0/Tobacco_and_Poverty.pdf. (22) Carless W. Indonesia: This volcano brought to you by Philip Morris. *globalpost*; 2010 [updated Nov 4; cited 2011 Jan 25]; Available from: <http://www.globalpost.com/dispatch/indonesia/101104/indonesia-volcano-philip-morris>. (23) Wakefield M, McLeod, K, and Perry, C.L. "Stay away from them until you're old enough to make a decision": tobacco company testimony about youth smoking initiation. *Tobacco Control*. 2006;15 (Suppl IV):iv44-iv53. (24) Sebrie EM, Glantz, S. Attempts to Undermine Tobacco Control: Tobacco Industry "Youth Smoking Prevention" Programs to Undermine Meaningful Tobacco Control in Latin America. *Am J Public Health*. 2007 August;97(8):1357 - 67. (25) Wakefield M, Terry-McElrath Y, Emery S, Saffer H, Chaloupka FJ, Szczycka G, et al. Effect of televised, tobacco company-funded smoking prevention advertising on youth smoking-related beliefs, intentions, and behavior. *American Journal of Public Health*. 2006 December;96(12):2154-64. (26) Chaiton M, Ferrence, R., LeGresley, E. Perceptions of industry responsibility and tobacco control policy by US tobacco company executives in trial testimony. *Tobacco Control*. 2006;15. (27) Southeast Asia Tobacco Control Alliance (SEATCA). Cycle of poverty in tobacco farming: Tobacco cultivation in Southeast Asia. SEATCA; 2008. Available from: <http://resources.seatca.org/>. (28) Otañez M, Muggli, M., Hurt, R., Glantz, S. Eliminating Child Labour in Malawi: A British American Tobacco Corporate Responsibility Project to Sidestep Tobacco Labour Exploitation. *Tob Control*. 2006 March:224 - 30. (29) Geist H. Global assessment of deforestation related to tobacco farming. *Tob Control*. 1999;8:18-28. (30) Novotny TE, Zhao F. Consumption and production waste: another externality of tobacco use. *Tobacco Control*. 1999 Spring;8(1):75-80. (31) 31. British American Tobacco. Afforestation in Bangladesh. 2010 [updated 7/5/2010; cited 2010 Dec 27]; Available from: http://www.bat.com/group/sites/uk__3mnnfen.nsf/vwPagesWebLive/DO539N5C?opendocument&SKN=1&TMP=1. (32) Deb R, Sujon I. Tobacco farmers in Bangladesh: Exploitation at the hand of the tobacco companies. In: Efrogmson D, editor. *Tobacco and poverty: Observations from India and Bangladesh*: PATH Canada; 2002. (33) Carless W. Indonesia: This volcano brought to you by Philip Morris. *globalpost*; 2010 [updated Nov 4; cited 2011 March 23]; Available from: <http://www.globalpost.com/dispatch/indonesia/101104/indonesia-volcano-philip-morris>. (34) Barreto J. Cruzada pela consciência. *Diálogo*. 2009 November.