

8. คำเตือนบนซองบุหรี่

*ตลอดเวลาที่ผ่านมา
บริษัทบุหรี่คัดค้าน
การพิมพ์คำเตือนเรื่อง
สุขภาพลงบนซองบุหรี่
ในทุกรูปแบบ*

“ราคาตัดกันอย่างเต็มที่ไม่ได้มีการพิมพ์ฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่ ทั้งนี้ด้วยเหตุผลหลายประการ ประการแรก คำเตือนอาจจะทำให้ประชาชนเข้าใจอย่างไม่ถูกต้องว่า มีข้อยุติทางวิทยาศาสตร์แล้วว่า การสูบบุหรี่ทำให้เกิดโรค”

(บริษัท ฮาร์ เจ เรย์โนลด์ส ปี 2524)

“โดยทั่วไปแล้ว ข้อความคำเตือนที่เสนอมานั้นสื่อความหมายถึงองค์ความรู้ในประเด็นบุหรี่กับสุขภาพซึ่งยังไม่ได้เกิดขึ้นจริง ดังนั้นถ้าหากพิมพ์ฉลาก ‘คำเตือน’ ที่สื่อความหมายว่าการสูบบุหรี่อาจจะทำให้เป็นโรคมะเร็งหรือโรคหัวใจก็จะก่อให้เกิดความเสียหายได้”

(สถาบันการวิจัยเรื่องยาสูบ ไม่ปรากฏชื่อ)

“บริษัทผลิตยาสูบเคารพในสิทธิของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่จะเสนอความคิดเห็นในประเด็นสุขภาพของประชาชน ในสถานการณ์ปัจจุบัน บริษัทบุหรี่เห็นว่าการพิมพ์ฉลากคำเตือนเป็นสิ่งหุ้มเพื่อยและไม่จำเป็น”

(สถาบันยาสูบ ปี 2524)

ปริมาณบุหรี่ได้ค่อนข้างสูงและเพื่อคัดค้านการกำหนดให้มีค่าเดือนบนซองบุหรี่ หรือในกรณีที่มีกฎหมายกำหนดเรื่องนี้อยู่แล้วก็คัดค้านการแก้ไขค่าเดือนเพื่อไม่ให้มีความเข้มข้นมากกว่าที่เป็นอยู่

“จากความพยายาม [ของฟิลลิป มอร์ริส] คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญการศึกษาในห้องปฏิบัติการภายใต้รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขแห่งสภาความร่วมมือแห่งอ่าวเปอร์เซีย ได้ชะลอการกำหนดให้ซองบุหรี่ต้องมีฉลากแสดงค่าเดือนเรื่องสุขภาพและปริมาณส่วนประกอบระดับสูงสุด นอกจากนี้ข้อเสนอให้มีฉลากเดือนอันตรายของบุหรี่ต่อสุขภาพในหลายข้อความหมุนเวียนกันไป และการเปิดประเด็นให้มีกฎหมายห้ามการโฆษณาบุหรี่ก็ถูกล้มไป...เราประสบความสำเร็จในการคัดค้านข้อเสนอของรัฐบาลสวีเดนที่จะให้มีค่าเดือนอันตรายต่อสุขภาพบนซองบุหรี่”

(บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส ปี 2529)

ข้อกังวลประการหนึ่งของอุตสาหกรรมบุหรี่ยุคใหม่คือ การมีค่าเดือนอาจจจะกระทบพฤติกรรมการสูบบุหรี่

“ข้อบังคับต่าง ๆ ที่ไม่ชวนด้วยกรกำหนดให้เปิดเผยส่วนประกอบของบุหรี่และพิมพ์ฉลากค่าเดือนอาจจะลงเอยด้วยการตั้งข้อจำกัดและการห้ามใช้ส่วนประกอบบางอย่างในการผลิตบุหรี่ ซึ่งอาจจะทำให้ผู้บริโภคตกใจและส่งผลกระทบต่อรสชาติของบุหรี่แต่ละยี่ห้อ รวมถึงผลพวงที่อาจจะกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันได้”

(บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส ปี 2525)

“การแสดงข้อความที่เชื่อมโยง การสูบบุหรี่กับโรคมะเร็งปอดเข้าด้วยกัน ดูเหมือนจะใช้ได้ผลกับประชาชนที่ยังไม่เคยลองสูบบุหรี่ การปรับปรุงค่าเดือนให้มี ‘ความถูกต้อง’ ทั้งที่ไม่มีความจำเป็นที่ชัดเจนเช่นนี้ ทำให้ค่าเดือนมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

ผมสงสัยว่าค่าเดือนใหม่นี้เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมบุหรี่ยิ่งหรือ”

(บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส ปี 2537)

ในนอเวย์ ฟิลลิป มอร์ริสได้ใช้ “แผนการต่อสู้ทางกฎหมาย แผนการสร้างความสัมพันธ์กับรัฐบาล และแผนด้านสื่อมวลชน” ในการ “ป้องกัน” ไม่ให้มีการบังคับใช้ข้อความใหม่ในฉลากค่าเดือนเรื่องสุขภาพ

“กลุ่มเป้าหมายหลักของการล็อบบี้นี้จะต้องเป็นข้าราชการอาวุโส และข้าราชการการเมืองในกระทรวงสาธารณสุข เราจะต้องจัดตั้งบุคคลเพื่อการติดต่อล็อบบี้ครั้งนี้ทั้งในกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงยุติธรรม และกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการเตรียมพร้อมของบุคคล ที่อยู่ข้างเราในวงการธุรกิจ รวมถึงในสมาคมการค้าและสหภาพแรงงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระตุ่นวงการอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภควงการอื่น ๆ ให้ระวังภัยคุกคาม ที่อาจจะมาถึงในอนาคต”

6 โลกด้านสื่อมวลชนนั้นประกอบด้วย “การตั้งคำถามในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ภูมิหลังของการกำหนดให้มีฉลากค่าเดือนแบบใหม่, หลักฐานสนับสนุนทางการแพทย์, ความเสี่ยงที่จะเกิดการกระทำผิดกฎหมาย เครื่องหมายการค้าและประสิทธิภาพจากการใช้กฎหมายสูบบุหรี่ปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล เช่น VG และ Dagens Naringsliv จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอให้มีค่าเดือนแบบใหม่ ด้วยความหวังว่าหนังสือพิมพ์เหล่านี้จะแสดงความคิดเห็นในบทบรรณาธิการ และความคิดเห็นดังกล่าวจะเป็นประเด็นให้สื่อมวลชนอื่น ๆ หยิบยกขึ้นมาพิจารณาต่อไป ข้าราชการและนักการเมืองก็จะได้อ่านความคิดเห็นเหล่านั้น นอกจากนี้ยังมีป้อน

ข้อมูลให้แก่กนิยสารธุรกิจต่าง ๆ โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของข้อบังคับใหม่ต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต”

(บริษัท คิลลิป มอริส ปี 2534)

ในประเทศที่บริษัทบุตรีไม่สามารถคัดค้านข้อบังคับให้มีค่าเตือนเบนของบุตรีได้สำเร็จ บริษัทบุตรีก็พยายามบั่นทอนการใช้ข้อบังคับดังกล่าวด้วยการเรียกร้องให้ระบุเพิ่มเติมในคำเตือนว่ารัฐบาลเป็นผู้เขียนคำเตือนนั้น ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมบุตรีได้รับการคุ้มครองทางกฎหมายโดยปริยาย

“สักตั้งกันไม่ให้คำเตือนเรื่องสุขภาพ ที่ยอมรับไม่ได้ ขยายไปสู่ประเทศอื่นๆ คำแนะนำให้มีการระบุหน่วยงานที่ออกคำเตือนนั้น...สำหรับงานในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก ให้จัดเตรียมข้อโต้แย้งและเตรียมการลียบปีไว้ให้พร้อม”

(บริษัท คิลลิป มอริส ปี 2532)

“ในแอลจีเรีย หลังจากการดำเนินการของคิลลิป มอริส ทำให้รัฐบาลตกลงเป็นผู้เขียนข้อความคำเตือนเรื่องสุขภาพ”

(บริษัท คิลลิป มอริส ปี 2539)

การดำเนินการในประเทศนี้ได้ขยายไปถึงจุดที่ส่งออกของบริษัทบุตรีต่าง ๆ ด้วย

“เราควรพิจารณาที่จะพิมพ์คำเตือนเกี่ยวกับสุขภาพบนซองบุตรีส่งออกทุกยี่ห้อของเรา ผมสนับสนุนการพิมพ์คำเตือนอย่างนี้มานานพอสมควรแล้ว ผมเชื่อว่าการพิมพ์คำเตือนเสียเองนี้จะช่วยเสริมจุดยืนของเราในประเด็นการฟ้องร้องคดีความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ให้เข้มแข็งขึ้นได้ไม่มากนักน้อย (ทั้งอาจจะจัดโอกาสไม่ให้องค์กรด้านสาธารณสุข ผู้ถือหุ้นของบริษัทเรา และแม้แต่สมาชิกรัฐสภาบางคนที่เป็นมิตรต่อเรามีบ้างที่จะวิจารณ์เราได้)”

(บริษัท คิลลิป มอริส ปี 2534)

เมื่อรัฐบาลของไอซ์แลนด์เสนอให้กำหนดข้อความว่า “คำเตือน : การสูบบุหรี่อาจจะทำให้เป็นโรคมะเร็งปอดและโรคหัวใจ” บันทึกลงฉบับหนึ่งของบริษัทบุตรีแห่งหนึ่งได้พูดถึงเรื่องนี้ว่า

“กำลังมีการเคลื่อนไหวผ่านกลไกของสภานิติบัญญัติให้มีการตัดสินใจว่ารัฐบาลสหรัฐอเมริกา (ร่วมกับอุตสาหกรรมยาสูบหากเป็นไปได้) จะสามารถโน้มน้าวให้ทางการของไอซ์แลนด์เปลี่ยนแปลงหรือคลายความเข้มข้นของคำเตือนได้หรือไม่ ทั้งนี้อาจจะใช้วิธีเพิ่มความเข้มงวดให้เป็นการโน้มน้าวเป็นไปทางข้อกำหนดของกฎหมายไอซ์แลนด์”

(บริษัท ลอริสซาร์ค ปี 2512)

คิลลิป มอริสได้จ้างเบอร์ลิงเกอร์เทลเลอร์ ซึ่งเป็นบริษัทประชาสัมพันธ์ ที่ใหญ่ที่สุดในโลกให้วาง “แผนการสื่อสาร” เพื่อให้มีการพิมพ์คำเตือนเบนของบุตรีของคิลลิป มอริสโดยสมัครใจ บริษัทเบอร์ลิงเกอร์ ได้เสนอแนะว่าการพิมพ์คำเตือนโดยสมัครใจ

“เป็นสิ่งที่เหมาะสมกว่า... และเราควรเป็นผู้ควบคุมการพิมพ์ข้อความคำเตือนดังกล่าว”

(บริษัท คิลลิป มอริส ปี 2534)

ในปัจจุบันแล้ว อุตสาหกรรมบุตรีได้พลิกเรื่องที่มีแนวโน้มว่าจะสร้างปัญหาให้กลับเป็นความได้เปรียบ นั่นคือ ข้อความเตือนเบนของบุตรีอาจจะกลายเป็นจุดขายให้แก่บุตรีได้

“ดูเหมือนว่าผู้ซื้อรายหนึ่งที่จะจะเป็นลูกค้าประจำรายใหม่ของเราได้คือชื่อ มาร์โลโร จำนวน 100 หรือ 200 ลัง เฉพาะที่พิมพ์คำว่า American Health Warning Notice (คำเตือนเรื่องสุขภาพของอเมริกา) บนซอง ผมถูกคิดได้ว่า เตี้ยวมนั้นทั่วโลกู้กันหมดแล้วว่าบุตรีในอเมริกาและอังกฤษจะต้องมีคำเตือนบนซอง เท่าที่ผมรู้ไม่มีบุตรีอเมริกันยี่ห้ออื่นที่พิมพ์ข้อความอื่นใด นอกจากคำว่า “ผลิตในสหรัฐอเมริกา” เป็นตัวอักษรเล็ก ๆ ดังนั้น

ผู้สูบบุหรี่อาจจะอยากสูบบุหรี่ที่มีค่าเงินของอเมริกา
มากขึ้นก็ได้ เพราะค่าเงินแข็งนั้นทำให้มั่นใจว่า
บุหรี่ยี่ห้อนี้มีผลิตในอเมริกา เนื่องจากปัจจุบันส่วน
แบ่งตลาดของ มาร์ลโบโร ในตลาดประเทศนี้ยังไม่

มากผมเห็นว่าสมควรส่งมาร์ลโบโร ที่มีค่าเงินของ
อเมริกาเข้าไปเพื่อโอกาสที่จะกระตุ้นยอดขายของเรา”
(บริษัท คิสิกป์ มอริส ปี 2516)