

تنص المبادئ التوجيهية لتنفيذ المادة 11 من اتفاقية منظمة الصحة العالمية الإطارية بشأن مكافحة التبغ على أن: "نظرًا لأنه ثبت بالبيّنات أن فعالية التحذيرات والرسائل الصحية تزداد بزيادة حجمها فإنه ينبغي أن تنتظر الأطراف في استخدام تحذيرات ورسائل صحية تغطي أكثر من 50% من مساحة العرض الرئيسية وأن تسعى إلى تغطية أكبر جزء ممكن بهذه المساحة بالتحذيرات والرسائل"¹، لكن شركات التبغ تعارض استخدام التحذيرات الصحية المصورة الكبيرة الحجم لأنهم يرونها تمثل تهديدًا لأعمالهم التجارية، وتجد أدناه دحضًا لبعض حُجج شركات صناعة التبغ.

حُجة شركات التبغ: تنتهك التحذيرات الصحية الكبيرة الحجم اتفاقيات التجارة الدولية ومعاهدات الاستثمار الدولية؛ حيث أنها تنتهك حقوق الملكية الفكرية وتنزع من شركات التبغ ملكيتها للعلامات التجارية.

الرد: لشركات التبغ تاريخ طويل في استخدام الحُجج الزائفة بشأن انتهاك التزامات الملكية الفكرية واتفاقيات التجارة الدولية لمنع السياسات الفعالة لمكافحة التبغ أو تأخيرها.

لطالما قدمت شركات التبغ مثل هذه الحُجج بشأن التحذيرات الصحية الكبيرة الحجم منذ أوائل تسعينيات القرن الماضي، فمثلاً في عام 1994 حذرت شركة فيليب موريس جنوب أفريقيا من أن تحذيراتها الصحية المقترحة على 25% من مساحة الواجهة الأمامية و50% من مساحة الواجهة الخلفية من عبوات التبغ وإنها بذلك تنزع من شركة التبغ ملكيتها الفكرية وتنتهك التزاماتها القانونية الدولية¹⁰، لكن لم تحقق الطعون القانونية وتقبل شركة فيليب موريس الآن بالحاجة للتحذيرات الصحية على مساحة تصل إلى 50% من عبوات التبغ، وقد أعربت شركات التبغ عن تحذيرات مماثلة بشأن مقترحات لاستخدام حُجج أكبر للتحذيرات الصحية في نيوزيلندا¹¹ وكندا¹² وهونج كونج¹³.

بعد مرور عقود من التحذيرات بدون أن يعقبها اتخاذ أي إجراء متابعة، رفعت شركة فيليب موريس دعوى تحكيم دولية ضد حكومة أوروغواي بموجب معاهدة استثمار ثنائية للطعن في قوانين مكافحة التبغ في بلادها، بما في ذلك «متطلباتها لتغطية مساحة 80% من حجم عبوات التبغ بالتحذيرات الصحية المصورة، وقد رفضت المحكمة التي عقدها «المركز الدولي لتسوية نزاعات الاستثمار» الدعوى في تموز/ يوليو 2016¹⁴ بأشد العبارات، مؤكدة أنه بموجب القانون الدولي لا يتمتع حامل العلامة التجارية بحق مطلق في استخدامها دون الخضوع للوائح التنظيمية.

حُجة شركات التبغ: لا توجد دلائل كافية تبرهن على فعالية التحذيرات الصحية المصورة الكبيرة الحجم؛ فهي لم تفلح في بعض البلدان التي طبقتها.

الرد: توجد كتلة متينة من البراهين العلمية التي توثق فعالية التحذيرات الصحية المصورة، فهي تزيد التوعية بالمخاطر الصحية المرتبطة بالتدخين بالنسبة للمدخين وغير المدخين²، كما أنها تُثني الشباب عن البدء في التدخين³، وتتسبب في تخفيض عدد السجائر التي يدخنها المدخنين وفي تجنب التدخين أمام الأطفال والحوامل وفي التدخين بقدر أقل في المنزل⁴، كذلك يمكن للتحذيرات الصحية المصورة أن تقنع المدخنين بالإقلاع عن التدخين⁵، ويمكنها أيضاً أن تساعد في منع العودة للتدخين.

التحذيرات الصحية المصورة الكبيرة الحجم التي تحتوي على صور لها فعالية أعظم أثراً من تلك الأصغر حجماً التي لا تحتوي إلا على تحذيرات نصية فقط⁶، فالتحذيرات الصحية المصورة ذات أثر أعظم من تلك التحذيرات التي تحتوي على نصوص فقط على مستوى المجموعات المتنوعة الأعراق والأجناس والمتنوعة اجتماعياً اقتصادياً⁸، فمن المرجح للمدخين وغير المدخين على حد سواء أن يلاحظوا التحذيرات الصحية وأن يتذكرونها، وغالباً ما يساوون بين حجم التحذيرات وبين حجم المخاطرة⁷.

لطالما كانت التحذيرات الصحية المصورة فعالة في الحد من انتشار التدخين في كندا، والتي كانت أول بلد تستخدم التحذيرات الصحية المصورة، والتي أدت منذ استخدامها في عام 2001 لانخفاض هائل إحصائياً في انتشار التدخين في كندا، بما في ذلك بين الفئات العمرية الحرجة من المراهقين والشباب⁹.

حُجة شركات التبغ: كل من المدخنين وغير المدخنين يعرفون مخاطر التدخين بالفعل، بل أن البعض يببالغون في المخاطر الصحية للتدخين.

الرد: يشوب القصور معرفة المدخنين بمخاطر التدخين، ويرجح أن المدخنين الذين يلاحظون التحذيرات الصحية المصورة على عبوات التبغ على دراية بالمخاطر الصحية المرتبطة بالتبغ مثل سرطان الرئة وأمراض القلب،¹⁸ ويؤدي المدخنون الذين يعيشون في بلدان تطبق التحذيرات الصحية المصورة وعياً أكبر بالمخاطر الصحية للتدخين،¹⁹ كما يقول المدخنون أنهم يتلقون معلومات أكثر بشأن مخاطر التدخين من عبوة منتج التبغ عن غيرها من المصادر فيما عدا التلفاز،²⁰ وهذا أمر مهم لأن استيعاب كل من مخاطر التدخين وحدة خطورته عاملين مهمين في تشجيع المدخنين على الإقلاع عن التدخين.

من المرجح للأطفال الذين يعيشون في بلدان تتطلب تحذيرات أكبر -والتي تتضمن صوراً مقنعة للأثار الصحية السلبية للتدخين- أن يكونوا على دراية بالمخاطر الصحية لمنتجات التبغ وأن يفهموها.²⁰

حُجة شركات التبغ: ستتسبب التحذيرات الصحية المصورة في ازدهار سوق التبغ غير المشروع، وسينتج عنها انخفاضاً في إيرادات الحكومة

الرد: لا تزيد التحذيرات الصحية المصورة من الطلب على السجائر غير المشروعة، لكنها تخفض من الطلب الكلي على السجائر برفع الوعي بالمخاطر الصحية المرتبطة بتدخين السجائر، كما أن التجارة غير المشروعة تعمل بموجب العرض والطلب،²¹ ويمكن للحكومات أن تخفض من المعروض من السجائر الغير مشروعة في السوق بأن تحافظ على نظم قوية لإدارة الضرائب تتضمن الرصد والإنفاذ.²²

برغم كل الحُجج التي قدمتها شركات التبغ بشأن انتهاك الاتفاقيات التجارية إلا أنه لم يُثر نزاع بشأن التحذيرات الصحية المصورة ضمن منظمة التجارة العالمية؛ فقد وضع ما لا يقل عن 13 بلداً للامسات النهائية على التحذيرات الصحية المصورة التي تغطي ما لا يقل عن 75% من مساحات العرض الرئيسية للعبوة.¹⁵

حُجة شركات التبغ: تُعد حملات تثقيف العامة طريقة أفضل للتعريف بأخطار التدخين من التحذيرات الصحية المصورة.

الرد: الجمهور الرئيسي للتحذيرات الصحية المصورة هو هؤلاء الذين يستخدمون التبغ، فالتحذيرات المصورة على منتجات التبغ فعالة لأن درجة ملاحظة عبوات التبغ عالية جداً بين هذا الجمهور؛ فالمدخنين يرونها في كل مرة يشتررون عبوة، وفي البلدان حيث ليس يمنع عرض محال البيع بالتجزئة لمنتجات التبغ، يمكن أيضاً عرض التحذيرات الصحية المصورة الكبيرة الحجم بشكل بارز لدى نقطة البيع؛ فعند رؤيتها لدى نقاط البيع توصل تلك التحذيرات لكل من مستخدمي التبغ وغير المستخدمين أضرار استخدام التبغ، ومن ضمنهم المراهقين والشباب.

ينبغي للحكومات استخدام منهجية شاملة ومتعددة الأوجه للتعريف بأضرار استخدام التبغ. تثقيف العامة والحملات الإعلامية و التحذيرات الصحية المصورة كل له مكان في منهجية شاملة للتعريف بأضرار التبغ، أما الحملات الإعلامية والتحذيرات المحسنة على العبوات فهي تعمل على نحو أفضل حين تُستخدم مقترنة ببعضها مما لو استخدمت كل منها منفردة للحد من أضرار استخدام التبغ.¹⁷

(1) WHO Framework Convention on Tobacco Control, "Elaboration of Guidelines for Implementation of Article 11 of the Convention", 2008, http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop3/FCTC_COP3_7-en.pdf. (2) Fong, G. et al. The impact of pictures on the effectiveness of tobacco warnings. Bulletin of the World Health Organization. 2009;87:640-643. doi: 10.2471/BLT.09.069575. (3) Vardavas CI, Connolly G, Karamanolis K, Kafatos A. Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels. European Journal of Public Health. 2009 Apr;19(2):212-7. (4) Levis D.M., Stone-Wiggins B., O'Hegarty M., Tong V.T., Polen K.N., Cassell C.H. Women's perspectives on smoking and pregnancy and graphic warning labels. Am. J. Health Behav. 2014;38:755-764. doi: 10.5993/AJHB.38.5.13. (5) Hammond D, Fong GT, McDonald PW, Cameron R, Brown KS. Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behaviour. Tob Control 2003; 12:391-5. (6) Partos, T.R., Borland, R. et al, "Cigarette packet warning labels can prevent relapse: findings from the International Tobacco Control 4-Country policy evaluation cohort study", Tobacco Control 2013;22:e43-e50 doi:10.1136/tobaccocontrol-2011-050254. (7) Hammond, D., "Health warning messages on tobacco products: a review", Tobacco Control. 2011 Sep; 20 (5): 327-37. Epub 2011 May 23. (8) Cantrell, J, Vallone, D.M et al, "Impact of Tobacco-Related Health Warning Labels across Socioeconomic, Race and Ethnic Groups: Results from a Randomized Web-Based Experiment" PLoS ONE 2013, 8(1):e52206. (9) Azagba, S., Sharaf, M.F., "The effect of graphic cigarette warning labels on smoking behavior: evidence from the Canadian experience." Nicotine Tob Res. 2013 Mar; 15 (3): 708-17. Epub 2012 Sep 18. Erratum in Nicotine Tob Res. 2013 May; 15 (5): 1000-2; Health Canada and the Public Health Agency of Canada, "Federal Tobacco Control Strategy 2001-2011, Horizontal Evaluation", June 2012. (10) The Tobacco Institute of Southern Africa, "Submission in respect of Tobacco Products Control Amendment Bill", September 29, 1998, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/lde73a99/pdf>, accessed 11 February 2014; see also: Philip Morris International, draft letter to Director-General, National Health and Population Development, August 23, 1994, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/xot45c00>. (11) Tobacco Institute of New Zealand Limited, Submissions to Ministry of Health, December 1997, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/qee51a99>. (12) Canadian Tobacco Manufacturer's Council, Brief in Response to Health Canada's Proposals for Tobacco Act Regulations, March 12, 1999, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/pqh62c00>. (13) Tobacco Institute of Hong Kong Limited, Letter to Secretary for Health and Welfare, March 14, 1996, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/dpj44a99>; see also <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/zza55d00>. (14) The award and pleadings from the case are available here: <http://www.italaw.com/cases/460>. (15) International Legal Consortium, Tobacco Free Kids. Legislation by Country. Available from: <http://www.tobaccocontrol.org/legislation/>. (16) Hammond D. Tobacco labelling toolkit: Implementation. In: Hammond D, editor. Tobacco Labeling and Packaging Toolkit: a guide to FCTC article 11. Waterloo: University of Waterloo; 2008. (17) World Health Organization (WHO). WHO Report on the global tobacco epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: 2008. Available from: http://www.who.int/entity/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf. (18) Borland R, Hill D. Initial impact of the new Australian tobacco health warnings on knowledge and beliefs. Tobacco Control 1997; 6: 317-25. (19) Hammond D, Fong GT, McNeill A, Borland R, Cummings KM, Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. Tobacco Control. 2006 Jun;15 Suppl 3:iii19-25. (20) Hammond D. Health warnings on tobacco packages: Summary of evidence and legal challenges. Waterloo: University of Waterloo; 2008. Available from: http://tobaccofreecenter.org/files/pdfs/reports_articles/India%20Labelling%20Review-2008.pdf. (21) Joossens L, Raw M From cigarette smuggling to illicit tobacco trade Tobacco Control 2012;21:230-234. (22) WHO. Technical Manual on Tobacco Tax Administration. 2010. Available from: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/44316/1/9789241563994_eng.pdf.