
دود آمريکا، چشم عالم



محمد طيب

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

● دود آمريکا، چشم عالم

● محمد طيب

به سفارش معاونت فرهنگی کمیته امداد امام خمینی (ره)

طیب، محمد، ۱۳۴۳ -

دود آمریکا، چشم عالم/محمد طیب - تهران: مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر، ۱۳۸۴. ۱۰۸ ص.

ISBN: 964-375-069-8 ریال ۶۷۰۰

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا.

۱. سیگار ۲. سیگار - صنعت و تجارت. ۳. سیگار کشیدن - عوارض و عواقب الف. عنوان.

۳۶۲/۲۹۶

HV ۵۷۴۰/ط۹۴د۹

۴۰۶۲۶-۸۴م

کتابخانه ملی ایران



مؤسسه فرهنگی
دانش و اندیشه معاصر

دود آمریکا، چشم عالم

محمد طیب

ناشر: مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

چاپ اول: زمستان ۱۳۸۴، ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۶۷۰ تومان

شابک: ۸-۰۶۹-۳۷۵-۹۶۴

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

فهرست

- ۷ مقدمه
- ۱۷ معانی واژه‌ها
- ۲۱ تاریخ توتون، تنباکو و سیگار
- ۲۷ زیان‌های ناشمردنی
- ۳۹ ترندها در تولید و تبلیغ سیگار
- ۷۱ تجارت بین‌المللی سیگار و سیاست!
- ۹۱ دخانیات در ایران
- ۱۰۱ من سیگار نمی‌کشم چون
- ۱۰۵ منابع

این مجموعه را تقدیم می‌دارم به:

شهید حاج محمدابراهیم همت، فرماندهٔ دلاوری
که الگوی مردانگی، اراده، صداقت و «همت» بود.
چرایبش را در مقدمه می‌یابید.

مقدمه

در مسیر انجام دادنِ هر عمل، به سه مطلب می‌توان توجه کرد:

۱. شناخت: فرض کنیم عاشق سفریم و به دنبال دیدن زیباترین نقاط کشور عزیزمان ایران، هستیم. وقتی کسی، جایی را به ما معرفی می‌کند یا خود با پرس و جو، شهرها، روستاها، کوه، جنگل یا دشتی را شناسایی می‌کنیم در مرحله «شناخت» قرار داریم.

۲. تصمیم: وقتی در پی‌گیری سفرمان، نقطه‌ای را مشخص می‌نماییم و با آماده کردن وسایل و مقدمات سفر، به دیگران اعلام می‌داریم که آماده عزیمتیم، در مرحله «تصمیم» به سر می‌بریم.

۳. عمل: وقتی به جانب مکان مورد نظر حرکت می‌کنیم و عازم می‌شویم در مرحله «اقدام» یا «عمل» می‌باشیم.

هر مسافری آنگاه مسافری واقعی است که مسیرش را بشناسد، به لزوم و حسن انجام سفر، خود، پی برده باشد و در طول سفر نیز با علاقه‌مندی طی طریق کند.

گاه در صحنهٔ زندگی دیده‌ایم، صاحبان تجربه، به بعضی افراد، وقوع رخدادهایی را که برایشان به خاطر نوع عملکرد خود ایشان، پیش خواهد آمد، گوشزد می‌کنند؛ اما این افراد نمی‌پذیرند و ارادهٔ خود را معطوف به انجام همان کاری می‌کنند که نشاید! و از آن بدتر این‌که نهایتاً همان کاری را هم به انجام می‌رسانند که نباید!

گاه می‌شود کسانی که مایل به انجام تغییری در رفتار دیگرانند به جای ایشان «تصمیم» می‌گیرند، یا از آن بدتر به جای دیگران «اقدام» می‌کنند! مثلاً هم اعلام می‌دارند که سفر، خوب و لازم است؛ هم تصمیم می‌گیرند که سفر به کدام نقطه صورت پذیرد و هم به زور، دیگر همسفران را داخل خودروی خود سوار می‌کنند و به مسافرت می‌برند!

باور ما این است که جوانان ما غالباً خودشان مستعدند و با آموزشی مختصر، می‌توانند با تلاشی منسجم، به «شناخت» برسند و خود واجد قدرت تحلیل مسائل شوند. آنان هم قدرت تصمیم‌گیری درست را دارند و هم شجاعت کافی را برای اقدام دارند.

به نظر نگارنده، جوانان ایرانی به چنان درک و فهمی از مسائل رسیده‌اند که نه زینده است و نه شدنی، که کسی به جای ایشان تصمیم بگیرد یا عمل کند.

اگر کسی بخواهد بدون دادن شناخت به دیگران، به جای ایشان تصمیم بگیرد یا عمل کند، باید بداند

بی‌تردید چنین روشی، پایایی نخواهد داشت. تا زور و قدرت هست، پیش می‌رود و به محض حذف قدرت، ساختار چنان اقدامی نیز مضمحل و نابود می‌شود.^۱

از این گذشته تصمیم‌گیری و عمل کردن به جای جوان، برای او موجب محدودیتی می‌شود که با روحیه جوانی سازگار نیست. حتی در مغرب‌زمین که اصحاب سلطه، واقعاً به جای جوانان‌شان هم تصمیم می‌گیرند و هم عمل می‌کنند، این‌طور وانمود می‌سازند که همه چیز با شناخت و انتخاب آزاد خود جوان‌ها به پیش می‌رود. و البته مکارانه نمی‌گویند که به جای دادن شناخت، با قدرت وحشتناک تبلیغات رسانه‌ای، مطالب را به آنان «القاء» می‌کنند.

خدا رحمت کند امام خمینی علیه السلام را؛ که به عوض تصمیم‌گیری و عمل کردن به جای ملت‌ش، به ایشان چنان شناختی داد که به دنبالش قدرت تصمیم‌گیری و عمل هم آمد. دوران انقلاب اسلامی از سال ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۷ و بعد از آن دوران رویارویی با توطئه‌های گوناگون و سپس هشت سال دفاع مقدس، و حتی تحمل

۱. یادمان باشد تنها در مواردی که پای مرگ و حیات فردی در میان باشد می‌توان به جای او تصمیم گرفت یا عمل کرد. مثلاً زمانی که کسی سعی را به جای آب گوارا به اصرار می‌خواهد بنوشد، وظیفه هر ناظر دلسوز، جلوگیری قاطعانه از انجام چنین خطایی است. تازه آن‌هم بلافاصله در اولین فرصت ممکن باید با آگاهی‌بخشی سزاوار، جبران شود.

فراق امام خمینی در سوگ عظیم ارتحالشان توسط
 آحاد ملت، با همین شیوه سپری شد. و این همان
 شیوه‌ای است که به نظر نگارنده به دست باکفایت مقام
 معظم رهبری در مقاطع گوناگون همچنان استمرار
 یافته‌است.

آنچه در تألیف حاضر دنبال شده، مبتنی بر همین
 شیوه است. یعنی کوشیده‌ایم از منابعی پیش چشم و
 نسبتاً در دسترس همگان، «بدون حضورهای مکرر در
 صحنهٔ ارائهٔ مطالب»، «بدون دادن تحلیل‌های متعدّد» و
 «بدون اظهار نظرهای زائد»، به توانایی خواننده -
 خصوصاً خوانندهٔ جوان - در دریافت موضوعات، احترام
 بگذاریم و تنها زمینه‌ای را برای شناخت قوی‌تر او از
 مسئلهٔ مورد بحث فراهم نماییم. شناختی که البته در
 صورت صلاحدید مخاطب، تصمیم و عمل او را نیز به
 همراه خواهد آورد. چرا که به هوشمندی مخاطب در
 تصمیم‌گیری و شجاعت او در اقدام، باور داریم.

نگارنده بر این باور است که ریشهٔ بسیاری از
 اختلافات در «شناخت نادرست از موضوع» نهفته
 است، وگرنه در بسیاری از موارد امکان اتخاذ تصمیمات
 محکم و همچنین عمل جسورانه، برای رفع
 گرفتاری‌های ملی و فرساینده‌ای چون «استعمال
 دخانیات» مفقود نگردیده‌است.

کتابی که پیش‌رو دارید، به شما معلوماتی
 دسته‌بندی‌شده و بدون حواشی اضافه را تقدیم می‌دارد

درباره «دخانیات» و مشخصاً «سیگار». مطالبی که خواهید خواند به آن صورت درباره «تریاک»، «حشیش»، «هروین» و مواد افیونی و شیمیایی جدیدتر نظیر «شیشه» و «قرص‌های اکستازی» نیست؛ بلکه عمدتاً درباره سیگار - این جدّ بزرگ تقریباً همهٔ مواد افیونی که امروزه با آن مواجه هستیم! - و موضوعات مربوط به مصرف آن می‌باشد.

باور مؤلف در پرداختن به سیگار در این مجال - و نه دیگر مواد افیونی - بر این مبنا بوده است: «چون که صد آمد، نود هم پیش ماست!» بی‌تردید اعتیاد و عادت به مصرف سیگار، بستر و زمینه‌ساز مصرف و اعتیاد به تمامی انواع دیگر مواد افیونی (به صورت کنونی) است.

«عادت» با «تأمل» و «تفکر» و «اراده» است که می‌شکند. استاد شهید مرتضی مطهری با ظرافت خاص خود موضوع «ترک عادات ناروا» را به بحث «هجرت» پیوند می‌زند و می‌گوید:

از هجرت تعبیر معنوی هم در احادیث شده است: «الْمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ السَّيِّئَاتِ». ولی گفتیم برخلاف توهم بعضی‌ها، این تعبیر معنایش نفی هجرت ظاهری و جسمانی نیست، بلکه اثبات یک هجرت در سطح روحی و معنوی است. یعنی هجرت اسلامی منحصر به این نیست که انسان از شهر و دیار و ده و منطقه خود هجرت کند، زبون منطقه‌اش

نباشد، اسیر شهر و ده خود نباشد، اسیر آب و هوایی که در آن زیست کرده نباشد، اسیر عوامل جغرافیایی محیط خود نباشد که خود یک نوع آزادی و نفی اسارت است، بلکه همچنین انسان نباید اسیر خصلت‌ها و عادت‌های روحی که به او چسبیده‌است و اسیر منطقه روحی که در آن زندگی می‌کند و اسیر جو روحی خود باشد.

انسان به یک چیزهایی عادت پیدا می‌کند. عرف جامعه برای او یک اصل می‌شود و یک عادت جسمی یا روحی برای او پیدا می‌شود. عادت جسمی مثل عادت به سیگار کشیدن. خیلی از افرادی که سیگار می‌کشند وقتی پزشک به آن‌ها می‌گوید: «سیگار نکش!»، جواب می‌دهند: «عادت کرده‌ام، نمی‌توانم عادتم را ترک کنم؛ ترک عادت موجب مرض است!» که حرف مفتی است. «الْمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ السَّيِّئَاتِ» مرد آنست که از آنچه به آن چسبیده‌است جدا شود و هجرت کند. تو اگر از یک سیگار کشیدن نتوانی هجرت کنی انسان نیستی.

مرحوم آیت‌الله حجّت^۱ (اعلی‌الله مقامه) یک سیگاری‌ای بود که من واقعاً هنوز نظیر او را ندیده‌ام،

۱. آیت‌الله سید محمد حجّت کوه‌کمری تبریزی از استادان شهید مطهری و از مراجع بزرگ شیعه بود که به سال ۱۳۷۲ هجری قمری (۱۳۳۱ هجری شمسی) در قم درگذشت.

گاهی سیگار از سیگار قطع نمی‌شد، گاهی هم که قطع می‌شد طولی نمی‌کشید. اکثر اوقات ایشان سیگار می‌کشید. وقتی مریض شدند، برای معالجه به تهران آمدند و در تهران اطباً گفتند: چون بیماری ریوی هم دارید باید سیگار را ترک کنید.

ایشان ابتدا به شوخی گفته بود: من این سینه را برای سیگار می‌خواهم! اگر سیگار نباشد سینه را می‌خواهم چه کنم؟ گفتند: به هر حال برایتان خطر دارد و واقعاً مضر است.

فرمود: مضر است؟

گفتند: بله.

گفت: نمی‌کشم.

یک «نمی‌کشم» کار را تمام کرد. یک عزم و یک تصمیم، این مرد را به صورت یک مهاجر از یک عادت قرار داد.^۱

اینک سزاوار است از بزرگمردی یاد شود که هم مهاجری الی الله بوده است و هم مجاهدی فی سبیل الله: «شهید حاج محمدابراهیم همت» فرمانده دلاور سپاه اسلام.

در خاطراتی که دوستانش از زندگی او نقل کرده‌اند می‌خوانیم:

۱. گفتارهای معنوی؛ صص ۲۹۱ و ۲۹۲.

مسئله‌ای که زمان ازدواج حاج همّت پیش آمد موضوع سیگار کشیدن او بود. حدود چهارده سال سیگاری بود؛ خیلی هم سیگار می‌کشید. به عنوان مثال، شب عملیات «محمد رسول الله ﷺ» در «قله شمشیر» از ساعت هشت شب تا هشت صبح، سه پاکت «هما چهل تایی»، دو بسته «هما فیلتردار» و یک بسته «هما پنجاه تایی» کشید؛ چیزی حدود ده پاکت! همه این‌ها به خاطر فشار روحی فراوانی بود که در آن لحظات متحمل می‌شد.

با همه این حرف‌ها، وقتی خانمش از او خواست که دیگر سیگار نکشد، همان جا در حضور همسرش، سیگار را خاموش می‌کند و دیگر هرگز لب نمی‌زند. این مسئله عجیب بود. کسی که روزی چند پاکت سیگار می‌کشید، چگونه می‌تواند در یک لحظه تصمیم بگیرد، آن را کنار بگذارد و تا آخر به قولش وفادار بماند؟!

ولی او بر سر تصمیم خود ماند.^۱

اصلی‌ترین چیزی که به نظر نگارنده، ترک اعتیاد به دخانیات را سبب می‌شود «شناختی عمیق و درست» است از یک «عادت غلط». در واقع وقتی شناخت می‌میرد، «عادت» - فارغ از غلط یا درست بودنش - متولد می‌شود. برای میراندن عادت نیز باید دوباره

۱. سردار خیر؛ صص ۸۰ و ۸۱ (خاطره‌ای به روایت از مجتبی صالحی).

«شناخت» را زنده کرد. همه ما به چنین شناختی نیازمندیم:

- چه آنان که به استعمال دخانیات می‌پردازند؛

- چه آنان که به کشیدن سیگار به عنوان یک برنامه

آتی فکر می‌کنند؛

- چه آنان که در کشور مسئولیتی در تولید سیگار،

این رایج‌ترین شکل استفاده از دخانیات دارند؛

- چه کسانی که برای جلوگیری از استعمال دخانیات

در کشور فعالند؛

- چه کسانی که...

همه ما که نسبت به پشت صحنه ماجرای عجیب

ترویج سیگار بی‌توجه و از جنبه‌های گوناگون و پیچیده

آن بی‌اطلاعیم، به شناختنی از نو و با تأمل نسبت به این

مقوله نیاز داریم.

آنچه در این تألیف تقدیمتان خواهد شد، در

راستای رسیدن به شناختی جامع و چند بُعدی از قضیه

سیگار، عبارتست از:

- بازگویی معانی واژگانی که اهل دود کردن سیگار با

آن مواجهند، مثلاً کلمات «توتون» و «سیگار».

- آشنایی با پیشینه و تاریخچه چیزی که امروز به

عنوان سیگار می‌شناسیم.

- مرور فشرده زبان‌های بسیار و گوناگون استعمال

دخانیات.

- معرفی بعضی ترندها و نیرنگ‌هایی که در تولید و

- تبلیغ سیگار به کار رفته است و می رود.
- شناساندن ارتباط تجارت بین المللی سیگار با سیاست در پهنه ای جهانی.
 - وضعیت دخانیات در کشورمان .
 - نکاتی در باب مبارزه با دخانیات.

تلاش ما در مجموعه حاضر بر این متمرکز بوده است که نکات آورده شده، «مختصر و مفید» باشد. دیگر این که در پانوشتهای ارجاعی، به آوردن نام منبع، به صورت کوتاه، اکتفا کرده ایم و نشانی کامل آن را برای ملاحظه خوانندگان علاقه مند در بخش «منابع» در انتهای کتاب تقدیم نموده ایم.

در پایان، وظیفه خود می دانم تشکر خود را از کارشناس زبده و صاحب نظریه در امور فرهنگی جناب آقای محمد احمدی، برای زحماتی که در سیر ارائه اثر حاضر کشیده اند اعلام، دارم.

امیدوارم حاصل این قلم - که از کاستی هایش نزد خوانندگان گرامی عذرخواه می باشم - به گرم خداوند کریم، مورد رضایت حضرتش قرار گیرد و در تغییر عادت زیانبار استعمال دخانیات و از این رهگذر بر نابودی موضوع اعتیاد به مواد مخدر، مؤثر بیافتد؛ ان شاء الله.

محمد طیب

۱۶ آذرماه ۱۳۸۴

معانی واژه‌ها

«تُتُن» چیست؟

طبق آنچه در لغت‌نامهٔ دهخدا آمده، «توتون» کلمه‌ای است ترکی که آن را «تُتُن» هم گفته‌اند به معنای دود.^۱

دود به عربی می‌شود «دخان»، و «دخانیات» اقسام توتون و تنباکوست که برای دود کردن استعمال کنند.^۲ توتون گیاهی است از تیرهٔ بادنجانیان، دارای گل‌های سفید یا زرد که کیسول آن از درازی باز می‌شود و برگ‌های پهن دارد.^۳

بلندی ساقهٔ توتون تا یک‌متر می‌رسد. برگ‌های آن را پس از خشک کردن به اقسام مختلف توتون سیگار، توتون چپق و پیپ، و توتون غلیان (تنباکو) عمل می‌آورند. توتون گیاهی است دارای نیکوتین که برگ‌های آن پس از طی مرحلهٔ فشرده‌شدن برای

۱. لغت‌نامهٔ دهخدا، جلد پنجم؛ ص ۷۱۰۳ و جلد هفتم؛ ص ۱۰۴۹۰.

۲. همان.

۳. همان.

کشیدن، جویدن، انفیه^۱ و تولید نیکوتین از آن استفاده می‌شود.^۲

انواع توتون و شکل‌های مصرف آن

توتون از مناطق «وحشی» آمریکا برخاسته بود و برای بهره‌مندی از فواید آن باید کشت و تولید می‌شد. توتون از یک امتیاز منحصر به فرد برخوردار بود: انعطاف‌پذیری فوق‌العاده‌ای که به آن امکان می‌داد خود را با تمامی شرایط اقلیمی و با هر خاکی تطبیق دهد.^۳

گرچه انفیه کردنِ گردِ توتون دست کم از سال ۱۵۵۸ در لیسبون^۴ معمول بوده، تا قبل از اولین سال‌های قرن هفدهم هیچ‌گونه طرح و خطی از یک تاریخ توتون تجارتي در لیسبون، سویل^۵ و مهمتر از همه در آمستردام^۶ مشاهده نمی‌شود.^۷

از میان سه شکل استفاده از توتون (انفیه، دود کردن

۱. آنف به عربی یعنی بینی و انفیه به مجموعه‌ای از داروهای معطر و مخدر و عطسه‌آور می‌گویند که آن را گاه در بینی کنند و از آن احساس نشئه نمایند. [فرهنگ فارسی، ج ۱؛ ص ۳۸۶].

۲. پژوهشنامه‌ای دربارهٔ بحران جهانی موادمخدر و...؛ ص ۷۳ (با تلخیص).

۳. سرمایه‌داری و حیات مادی ۱۸۰۰-۱۴۰۰؛ ص ۲۶۱.

۴. پایتخت و بندر مهم کشور پرتغال.

۵. شهری در جنوب اسپانیا.

۶. پایتخت هلند.

۷. سرمایه‌داری و حیات مادی ۱۸۰۰-۱۴۰۰؛ ص ۲۶۱.

و جویدن) دو شکل اوّل مهم‌تر بوده‌است. توتون پودر شده به تناسب مواد دیگری که به آن می‌افزودند مانند مُشک، عَنَبَر، اُتْرُج^۱ و بهارنارنج به سرعت انواع گوناگون پیدا می‌کرد، مثلاً توتون «نوع اسپانیایی» یا «توتون عطر مالت^۲» یا «توتون عطر رم» وجود داشت که خانم‌های بسیار آراسته و پر تکلف و همچنین اربابان بزرگ آنها را مصرف می‌کردند. توتون را در آغاز یا به وسیلهٔ پیپ یا به صورت سیگار برگ می‌کشیدند (اروپاییان لوله کردن برگ‌های توتون را که نزد بومیان آمریکای اسپانیا معمول بود فوراً تقلید نکردند). سیگار معمولی (سیگارت) بعدها معمول شد.^۳

«سیگار» یعنی چه؟

سیگار از کلمهٔ اسپانیایی سیگارو (Cigarro) گرفته شده و به زبان‌های دیگر رسیده‌است. کلمهٔ سیگارو نیز از یک کلمهٔ دیگر اسپانیایی سیگارار (Cigarar) به معنی «در کاغذ پیچیدن» مشتق شده‌است.^۴

کلمهٔ «سیگارت» (Cigarette) همان سیگار ایرانی است که در اروپا به این نام مشهور شده است. پس منظور از

۱. ترنج.

۲. جزیره‌ای است در دریای مدیترانه بین ساحل آفریقا و جزیرهٔ سیسیل.

۳. همان.

۴. ر.ک: سیگار و تندرستی؛ صص ۸ و ۹.

سیگار یا سیگارت قراردادن مقداری توتون در یک لوله
 استوانه از کاغذ است که پس از انجام چند عملیات بدان
 صورت در می‌آید. کلمهٔ سیگار در حقیقت به معنای
 سیگار برگ بوده و درست همان سیگاری است که
 بومیان آمریکا، برگ‌ها را به هم پیچیده و در غلافِ لفاقهٔ
 ذرت گذارده و آن را می‌کشیدند.^۱

۱. همان. همچنین می‌توان مراجعه کرد به: لغت‌نامهٔ دهخدا، جلد ۹؛

_____ تاریخ توتون، تنباکو و سیگار

پدرِ یهودی دود!

نخستین اروپایی که به خاک آمریکا گام نهاد یک یهودی به نام لویی دو تورس^۱ بود.^۲ هنری فورد در کتاب «یهود بین الملل»^۳ دربارهٔ او می‌نویسد:

اولین کسی بود که در ساحل پیاده شد، نخستین کسی بود که کاربُرد توتون را کشف کرد؛ او در کوبا سکونت گزید و می‌شود وی را پدر سلطهٔ یهود بر تجارت توتون به شکل امروز دانست.^۴ سلطه‌ای که هنوز هم ادامه دارد.

تجارت توتون و پشتوانه‌ای ناپیدا!

کشف توتون از سال ۱۵۵۸ م. که در اسپانیا آغاز

1. Louis De Torres.

۲. زرسالاران یهودی و پارسی، استعمار بریتانیا و ایران، جلد دوم؛ ص ۴۳.

3. International Jew

۴. یهود بین‌الملل؛ ص ۲۸.

شد، به سرعت به فرانسه، انگلیس، (حدود ۱۵۶۶)، ایتالیا، کشورهای بالکان و روسیه سرایت کرد. زراعت و تولید توتون در ویرجینیا از سال ۱۵۸۸ آغاز شد و بعد از ۱۶۱۲ به شدت افزایش یافت. توتون در ۱۵۷۵ در فیلیپین حضور یافت و کشت آن در ماکائو بعد از ۱۶۰۰ در جاوه ۱۶۰۱ و در هند و سیلان در حدود سال‌های ۱۶۰۵ تا ۱۶۱۰ میلادی معمول شد.^۱

فرنان برودل^۲ می‌نویسد:

«انتشار توتون بدان جهت که بازار تولیدکننده معینی، یعنی تمدن خاصی را پشت سر خود نداشت، قابل ملاحظه بود.»^۳

سپس برودل یادآوری می‌کند که فلفل با تمدن هند، چای با تمدن چین و قهوه با فرهنگ جهان اسلام پشتیبانی می‌شده است لیکن خاستگاه توتون، مناطق وحشی آمریکا بوده است.^۴

به نظر می‌رسد همین سرعت انتشار کشت توتون و تولیدکننده جغرافیایی و تمدنی معین نداشتن، خود مؤید حضور فعال و جدی تاجران، دریانوردان و استعمارگران

۱. سرمایه‌داری و حیات مادی ۱۸۰۰-۱۴۰۰؛ صص ۲۶۰ و ۲۶۱ (با اندکی تغییر).

2. Fernand Braudel

۳. سرمایه‌داری و حیات مادی ۱۸۰۰-۱۴۰۰؛ صص ۲۶۰ و ۲۶۱ (با اندکی تغییر).

۴. همان.

یهودی در این صحنه است.

کشت توتون در آمریکا با یهودیان شروع شده، با ایشان ادامه یافته‌است و امروزه نیز در اختیار ایشان قرار دارد.

روش جدیدی به نام «دود کردن»

«تنباکو» یک کالای آمریکایی است. این گیاه در قاره آمریکا کشت می‌شد و دودکردن و جویدن تنباکو در میان سکنه بومی این قاره رواج داشت. کریستف کلمب و همراهانش نخستین اروپاییانی بودند که با این پدیده آشنا شدند. در حوالی سال ۱۵۵۰ میلادی کشیدن (دودکردن) تنباکو از طریق ماجراجویان دریایی در اسپانیا و پرتغال رواج یافت و در اواخر سده هفدهم، کشیدن (دودکردن) تنباکو در بخش مهمی از جهان معمول بود.^۱

دودکردن تریاک و سیگار تداوم این نوع جدید از مصرف و پدیده‌هایی کاملاً جدید است.^۲

تاریخچه سیگار

سیگار در دوره جنگ‌های ناپلئون در اسپانیا ظاهر

۱. زرسالاران یهودی و پارسی، استعمار بریتانیا و ایران، جلد دوم، ص ۱۶۹ (با تلخیص).

۲. همان.

گشت. در آن زمان رسم پیچیدن توتون لای یک تکه کوچک کاغذ (پابلیتو) رواج یافت. پابلیتو به پاریس رسید و مورد استقبال جوانان قرار گرفت. به مرور زمان، این کاغذ هر چه نازک تر شد و مصرف سیگارت در دوران رمانتیک عمومیت یافت.^۱

البته استعمال توتون با پیچاندن آن در برگ نباتات دیگر که یک نوع سیگارت می باشد، از قرن شانزدهم به وسیله بومیان آمریکا متداول بوده ولی فقط از قرن نوزدهم به بعد است که تهیه سیگارت امری به وسیله کاغذ^۲ در دنیای متمدن توسعه پیدا کرده است. در انگلستان و آمریکا صنعت سیگارت سازی در سال ۱۸۶۶ به وجود آمد ولی مصرف سیگارت از اوایل قرن بیستم شروع و پس از جنگ های بین المللی به شدت رو به ازدیاد نهاد. چنین به نظر می رسد که مصرف سیگارت با زندگی مدرن که توأم با هیجان و سرعت است از مصرف سایر فرآورده های توتون بیشتر مطابقت دارد، به طوری که سالیانه صدها میلیارد سیگارت در جهان تهیه و مصرف می شود.^۳

اروپاییان برای آن که به تولید انبوه به وسیله ماشین دست یابند سیگارت را پدید آوردند. البته سیگار برگ

۱. سرمایه داری و حیات مادی ۱۸۰۰-۱۴۰۰؛ ص ۲۶۱.

۲. بدون تردید تدبیر جهان به اصطلاح متمدن در به کارگیری کاغذ سیگار بر خطرناکی و مضرات آن به طور جدی افزوده است.

۳. سیگار و تندرستی؛ صص ۸ و ۹.

هم با ماشین پیچیده می‌شود، اما سیگار برگِ ماشینی ارزش چندانی ندارد.^۱

سفرِ سریعِ دود!

توتون و تنباکو خیلی زودتر از آنچه تصوّر شود از اسپانیا به فرانسه و انگلستان و از آن‌جا به دیگر کشورهای اروپایی و در آغاز قرن هفدهم میلادی به عثمانی، مصر، هند و هم‌زمان به‌وسیله پرتغالی‌ها در زمان صفویه به ایران راه یافت و با همهٔ سخت‌گیری‌های دولت‌ها و مخالفت علمای دین دیری نگذشت که سراسر اروپا و آسیا در هاله‌ای از دود جهنمی این بلای خانمانسوز قرار گرفت و متعفنّی نکبت‌بار به مُسکّنی آرام‌بخش شهرت یافت و منکری آشکار به‌صورت معروفی مفید! در آمد.^۲

کیفرهای سخت برای دودی‌ها

پاپ اوربن^۳ در سال ۱۶۲۴ میلادی (۱۰۳۴ هجری قمری) سیگارکشان را تکفیر کرد و از جرگهٔ دینداران

۱. ماهنامهٔ صنعت حمل و نقل؛ سال ۱۶، شمارهٔ ۱۶۲؛ مرداد ۱۳۷۶؛ ص ۹۰ [بخشی از مقالهٔ «مایاها بلای جان آمریکایی‌ها»؛ نوشتهٔ مهدی برهانی (با تلخیص)].
۲. همان (با تلخیص).

براند. در ورتنبرک^۱ (آلمان) سیگار کشیدن باز داشته شده بود و در سال ۱۶۳۳ میلادی (۱۰۴۳ هجری قمری) این گونه گناهکاران به سزا می رسیدند. دولت فرانسه در سال ۱۶۸۰ میلادی فرمانی صادر کرد که به موجب آن فقط دارو فروشان مجاز بودند توتون را به عنوان داروی شفابخش بفروشند. در انگلستان نیز در اواخر قرن شانزدهم استعمال دود با اعدام همراه بود. سرهای بریده استعمال کنندگان دود را در حالی که چپق در دهان آنها بود، در میدانها در معرض تماشای عموم قرار می دادند. از اوایل قرن هفدهم که توتون از انگلستان به روسیه آورده شده بود، مبارزه با دخانیات در آنجا شروع گردید و هرکس دود استعمال می کرد بلافاصله اعدام می شد.^۲

1. Württemberg.

۲. از میکده تا ماتمکده اعتیاد: بررسی ابعاد فقهی-اجتماعی اعتیاد؛

زیان‌های ناشمردنی _____

دخانیات دروازهٔ موادّ مخدّر

سیگار یکی از عوامل بسیار مهم است که زمینه را برای گرایش به اعتیاد سایر موادّ مخدّر فراهم می‌نماید. به‌طور کلی سیگار چراغ سبزی برای مصرف سایر موادّ مخدّر محسوب می‌شود.^۱

بسیاری از کارشناسان، روانشناسان و متخصصین علوم رفتاری، عادت به استعمال دخانیات و سیگار را شرط لازم و اولّیه برای ابتلا به اعتیاد می‌دانند. بدین ترتیب به گفتهٔ متخصصین، اولین گام برای مبارزه با اعتیاد و جلوگیری از گسترش دامنهٔ نفوذ موادّ مخدّر، مبارزه با استعمال دخانیات است.^۲

نیکوتین < هروئین!

کنترل مؤثر دخانیات با درک قوی بودن اعتیادآوری دخانیات شروع می‌شود. متخصصان، نیکوتین را

۱. همان؛ ص ۱۰۰.

۲. ماهنامهٔ اصلاح و تربیت؛ سال پنجم، شمارهٔ ۵۷؛ صص ۳ و ۴.

اعتیاد آورتر از هروئین، کوکائین و ماری جوانا می دانند.^۱ به باور کارشناسان، سودآوری قابل توجه صنایع سیگارسازی را باید در خواص توتون جست و جو کرد. نیکوتین از الکل و کوکائین اعتیاد آورتر است. براساس پژوهش های به عمل آمده، عادت و اعتیادی که بر اثر مصرف سیگار در شخصی به وجود می آید، به اندازه اعتیاد هروئین است؛ منتها مصرف سیگار در جامعه قابل قبول تر از مصرف سایر موادّ مخدّر است.^۲

چهارهزار نوع سمّ، یک جا!

تا کنون در مجامع علمی و پزشکی جهان اظهار شده آنچه بر اثر سوختن توتون و تنباکو ایجاد می شود به صورت دود غلیظ مجموعاً بیش از چهار هزار نوع مواد زیان آور است که نیکوتین شناخته شده ترین آنهاست.^۳

آلوده تر از آلودگی هوا!

یکی از دلایلی که آلودگی هوای شخصی (سیگار کشیدن) خطرناک تر از آلودگی هوای کلی و صنعتی

۱. دستورالعمل های کنترل و پایش همه گیری دخانیات؛ ص ۲۷.

۲. روزنامه همشهری؛ سال پنجم، شماره ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸ آبان ۱۳۷۶ (۹ نوامبر ۱۹۹۷)؛ ص ۵.

۳. از میکده تا ماتمکده اعتیاد؛ بررسی ابعاد فقهی-اجتماعی اعتیاد؛ ص ۱۰۰.

است، تفاوت بین غلظت آلاینده‌های مختلف است. در حالی که میزان آلاینده‌ها در یک منطقه شدیداً آلوده صنعتی بین ۰/۰۲ تا ۰/۲ میلی‌گرم است، این میزان در دود ناشی از دود سیگار ۲۱ میلی‌گرم است (۱۰۰ تا ۱۰۰۰ برابر بیش‌تر).

دود آگزوزها، به‌ویژه مونوکسیدکربن ناشی از موتور خودرو، یکی از عوامل آلودگی هواست. تماس یک ساعته با غلظتی معادل ۱۲۰ قسمت در میلیون (P P M) این گاز، موجب از دست رفتن حدود ۵٪ هموگلوبین بدن شده و معمولاً موجب سرگیجه و سردرد می‌گردد. غلظت مونوکسیدکربن در گاراژها، تونل‌ها و پشت خودروها حدود ۱۰۰ قسمت در میلیون است. این مقدار نسبت به غلظت مونوکسیدکربن در دود سیگار (۴۲۰۰۰ قسمت در میلیون)، خیلی ناچیز است.

چندین سال قبل کارشناسان حفظ محیط زیست نسبت به غلظت مونوکسیدکربن در تونل هلند نیویورک نگران شدند؛ چرا که بالاتر از استاندارد تعیین‌شده بود. بنابراین روش‌های بهبود این حالت در اتاق یکی از هتل‌ها مورد بحث قرار گرفت. اتفاقاً وسیله اندازه‌گیری مونوکسیدکربن در زمان بحث در داخل اتاق وجود داشت و جالب این‌که غلظت مونوکسیدکربن در هوای مملو از دود سیگارِ اتاق بیش‌تر از تونل هلند بود!^۱

۱. سیگار: انتخاب بین مرگ و زندگی؛ ص ۲۳.

کارنامه سیاه سیگار!

آمارهای رسمی جوامع پزشکی جهان حاکی است که دود سیگار و اعتیاد به آن موجب اختلالات گوارشی، سوء هاضمه، بی‌اشتهایی، فساد دندان‌ها، عفونت دهان، کاهش مقاومت بدن در مقابل بیماری‌ها، اختلالات شدید قلبی، نامنظمی گردش خون، تصلب شرایین، چین و چروک پوست صورت، پیری زودرس، افزایش فشار خون، سکنه‌های ناگهانی و مهمتر از همه عامل مؤثر ابتلای ریه و مجاری تنفس به سرطان می‌شود. تا آن جا که همه ساله از یک میلیون نفر، ۲۲۷۰ انسان تنها قربانی سرطان ریه ناشی از کشیدن سیگار می‌شوند و حال آن که میزان تلفات دیگر بیماری‌ها در یک میلیون نفر به مراتب از این رقم کمتر است.^۱

سیگار و مرگ نوزادان

دکتر اورت کوپ که از جمله مسئولیت‌های او مشاورت وزیر بهداشتی و ریاست بخش پزشکی ارتش ایالات متحده آمریکا است می‌گوید:

«مرگ جنین و نوزاد به علت سیگار کشیدن مادر بین ۲۸ تا ۶۰ درصد افزایش می‌یابد.»

۱. پژوهشنامه‌ای درباره بحران جهانی مواد مخدر و...؛ ص ۷۵.

یک برداشتِ غلط

برخلاف تاریخچهٔ طبیعی بیماری‌های عفونی، که فاصلهٔ زمانی بین عفونت و تظاهرات بیماری نوعاً کوتاه است، بین تداوم مصرفِ دخانیات و اثراتِ بهداشتی کلی آن، یک تأخیر طولانی وجود دارد. به‌عنوان مثال، خطر ایجاد سرطان ریه، به‌طور قوی براساس طول مدّت مصرف دخانیات در دو یا سه دههٔ قبل تعیین می‌شود. این تأخیر طولانی یک منبع مهم در برداشت غلط از اثرات دخانیات بر سلامتی است.^۱

دههٔ آینده: مرگ با توتون

کارشناسان جهانی پیش‌بینی می‌کنند که در دههٔ آینده توتون به عمده‌ترین عامل مرگ‌ومیر «کشورهای در حال توسعه» تبدیل شود. کاهش نسبی مصرف سیگار در برخی مناطق به‌ویژه ایالات متّحده آمریکا از یک سو و بالا رفتن میزان تولید و توزیع انواع سیگار از سوی دیگر، چنین باوری را به‌وجود آورده است. آموزشِ بهتر و هوشیاری و نگرانی در مورد سلامتی، مصرف سیگار را کاهش داده است. اما بسیاری از مناطق جهان از چنین آموزش و آگاهی بی‌بهره است.^۲

۱. دستورالعمل‌های کنترل و پایش همه‌گیری دخانیات؛ ص ۱۰۶ (با تلخیص).

۲. روزنامه همشهری؛ سال پنجم، شمارهٔ ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸ آبان ۱۳۷۶ (۹ نوامبر ۱۹۹۷)؛ ص ۵.

کشتار مهیب، تولید مخوف

هر سال دخانیات مسئول مرگ حدود ۳/۵ میلیون نفر و یا به عبارتی یک مرگ در هر نه ثانیه است. این تعداد در حال افزایش است و تا دهه ۲۰۳۰-۲۰۲۰ به ۱۰ میلیون نفر در سال خواهد رسید که ۷۰ درصد این موارد در کشورهای در حال توسعه رخ خواهد داد.^۱

در سطح جهانی از سال ۱۹۶۷ تا سال ۱۹۹۲ مصرف سیگارهای تولیدی بیش از دو برابر شده است؛ یعنی از ۲/۸ تریلیون (۲/۸ میلیون میلیون) به ۵/۷ تریلیون (۵/۷ میلیون میلیون) با افزایش ۲۵ درصد مصرف سرانه سیگار در همین دوره زمانی رسیده است.^۲

صد میلیارد دلار ضرر!

در سال ۱۹۸۰ م. از ۶۵ میلیارد دلار کل زیانهای ناشی از دخانیات در آمریکا ۲۴ میلیارد دلار مربوط به مراقبت‌های مستقیم طبی بوده است.^۳

وقتی که محققین آمریکایی هزینه مالی مرگ و میر بیماری‌های مربوط به مصرف سیگار را بررسی کردند، برآورد کردند که هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی تا

۱. دستورالعمل‌های کنترل و پایش همه‌گیری دخانیات؛ ص ۱۷.

۲. همان؛ صص ۲۴ و ۲۵.

۳. همان؛ ص ۹۵.

۵۲ میلیارد دلار برای سال ۱۹۹۳ بوده است. زمانی که تولید از دست رفته به علت بیماری‌های منتسب به سیگار و مرگ‌های زودرس محاسبه شد، کل حجم اقتصادی به‌علاوه مصرف سیگار در ایالات متحده به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۳ رسید.^۱

صد میلیارد دلار فقر!

براساس مطالعه بانک جهانی در سال ۱۹۹۴ م، زیان ناشی از مصرف سالانه دخانیات بالغ بر ۲۰۰۰۰۰ میلیون دلار آمریکا می‌شود که نیمی از آن متوجه کشورهای در حال توسعه است.^۲

این مبلغ شامل: هزینه مراقبت‌های مستقیم پزشکی برای بیماری‌های مرتبط با دخانیات، غیبت از کار، آتش‌سوزی‌ها، کاهش تولید و هزینه‌های غیر قابل اجتناب ناشی از مرگ‌های زودرس است. همچنین مصرف دخانیات هزینه‌های واقعی دیگری نیز دارد که قابل محاسبه نیست؛ مانند کاهش کیفیت زندگی مصرف‌کنندگان دخانیات و افراد رده دوم در معرض دود دخانیات مانند کسانی که با مصرف‌کنندگان دخانیات زندگی می‌کنند.^۳

۱. همان؛ ص ۲۳۴.

۲. همان؛ ص ۲۴.

۳. همان.

حال باید پرسید این ضرر و زیان گسترده به نفع چه مجموعه‌هایی است که این‌گونه هدفمند و گسترده دنبال می‌شود؟

حکمت صادرات!

دیوان عالی ایالات متّحده از کنگره خواسته ست که قوانینی در محدودیت تولید و استعمال دخانیات تصویب کند. از آن‌جا که مصرف این ماده مهلک در آمریکا کاهش یافته و تولیدکنندگان مجبور شده‌اند، غرامت‌های کلان به قربانیان بپردازند، به ناچار بازار خود را به خارج از ایالات متّحده منتقل کرده‌اند.^۱

باید زودتر شروع کرد.

پیشگیری از شروع مصرف دخانیات تا ۳۰ الی ۵۰ سال بعد بر شاخص‌های مرگ و میر تأثیر ندارد.^۲

کلمب کاشفِ سرطان!

دکتر ایسادور روزنفلد پزشک آمریکایی می‌نویسد:
سرطان ریه، سرطان شماره یک است. عادل اصلی
سرطان ریه که در عین حال نوع خطرناک آن است،

۱. دولت‌های سرکش، حکومت زور در امور جهان؛ ص ۱۱۹ و

۱۲۰.

۲. دستورالعمل‌های کنترل و پایش همه‌گیری دخانیات؛ ص ۴۵.

دود کردن سیگار و استنشاق دود سیگار است. تا روزی که خانم‌ها سیگار، دود نمی‌کردند، این نوع سرطان میان آن‌ها نادر بود، به طوری که ما پزشکان آن را سرطان مردانه می‌خواندیم؛ زیرا یک سوّم از همهٔ مردانی که از سرطان فوت می‌شوند، مبتلا به سرطان ریه بوده‌اند. ولی پس از سیگاری شدن خانم‌ها، آن‌ها رکورد مردان را شکسته‌اند.

راه علاج این بیماری، وداع با این دود لعنتی دخانیات است، ای‌کاش کریستف کلمب، بوتهٔ آن را هرگز کشف نکرده بود و باعث مرگ مردم بی‌گناه نمی‌شد.^۱

سیگارهای رادیواکتیو آمریکایی!

دکتر روزنفلد، پزشک آمریکایی، دربارهٔ سیگارهای آمریکایی به نکتهٔ مهمی اشاره می‌کند و می‌نویسد:

مطلبی که می‌خواهم بگویم کمی تازگی دارد. در آمریکا بوته‌های توتون و تنباکو، با کودهای شیمیایی غنی شده با فسفات، تغذیه می‌شوند. این کودهای فسفات‌دار، حاوی مقداری پلونیوم^۲ رادیواکتیو است که طبیعتاً وارد برگ توتون می‌شود و همراه سیگار

۱. آخرین اطلاعات جهان پزشکی؛ ص ۸۰.

۲. پلونیوم (Polonium) عنصری است شیمیایی علامت اختصاری Po که در سال ۱۸۹۸ توسط ماری کوری و پیر کوری کشف گردید.

[ر.ک: تاریخ مختصر علم شیمی؛ صص ۲۶۶ و ۲۸۲]

خواهد بود. موقعی که شما به آن سیگارها پُک می‌زنید، مقداری، حتی اگر خیلی خیلی کم باشد، از این ماده وارد ریۀ شما می‌شود و تا ۶ ماه همان‌جا باقی می‌ماند. از این مواد معمولاً در ریۀ سیگاری‌ها، ۴ بار بیشتر از ریۀ آدم سالم یافت می‌شود. البته در ریۀ کسانی هم که با سیگاری‌ها در یک اتاق، کار یا زندگی می‌کنند، بیشتر از افراد سالم است؛ زیرا دود سیگار، پس از رها شدن، تا دقایقی در هوا باقی می‌ماند.

همچنین اضافه می‌کنم که از نظر تأثیر اشعه نامطلوب، دود کردن ۴۳۰ / پاکت / سیگار در ۲ سال، درست برابر با ۳۰۰ عکسبرداری با اشعه ایکس از سینه، در طول یک سال است.

با یک حساب علمی، کسی که روزانه ۲ پاکت سیگار، دود می‌کند، ۸ سال زودتر از عمر طبیعی، جان می‌سپارد؛ آن هم در میان ناراحتی و درد و عذاب^۱.

سمّ آمریکایی بهتر از داروی آسیا!

بررسی‌های علمی که به وسیله خود آمریکایی‌ها، روی سیگار شده‌است، نشان می‌دهد گذشته از نیکوتین، گاز کربنیک، اکسید کربن، آمونیاک، آلدئیدها و تعدادی

۱. آخرین اطلاعات جهان پزشکی؛ صص ۸۱ و ۸۲.

ترکیبات آلی خمیری که در خود برگ توتون است، از بیست سال پیش تا کنون، همین کمپانی‌های آمریکایی، ماده‌ای اعتیادآور و سرطان‌زا، به توتون سیگارهای خود می‌افزایند.^۱

مسلم است این ماده از مواد مخدّری مانند تریاک و بنگ و حشیش و مشتقات شاهدانه مضرتر و کشنده‌تر است؛ اما این مواد چون در آمریکا تولید نمی‌شود و کشت آن در کشورهای آسیایی متداول است با خشم آمریکاییان روبرو شده‌است و همه کشورهای دنیا تحت تأثیر فعالیت‌ها و تبلیغات بسیار قوی آمریکایی، کشت این مواد را به سود توتون آمریکایی ممنوع کرده‌اند. آمریکا با درآمد سرسام‌آور محصول خود بر دنیا فرمانروایی می‌کند، اما به دنیا اجازه نمی‌دهد رقیبی برای محصول زیانبارش پدید آید. کشورهای آسیایی که البته خود هم به آفت توتون مبتلا شده‌اند و درآمدهای اندکی از کشت این ماده خطرناک به جیب می‌زنند، باید علیه کشت توتون سیگار قد علم کنند و به آمریکا بقبولانند سیگار کشنده را، که به مراتب از بیشتر مواد مخدّر مرگ‌آورتر است، از میان ببرد. زیرا مرفین مصرف دارویی بسیار مؤثّری دارد ولی سیگار بسیاری

۱. ماهنامه صنعت حمل و نقل؛ سال ۱۶، شماره ۱۶۲؛ مرداد ۱۳۷۶؛ ص ۹۰ (بخشی از مقاله «مایاها بلای جان آمریکایی‌ها» نوشته مهدی برهانی).

از انسان‌ها را به خاک افکنده و مولّد درد و مرض
و مرگ است.^۱

توتون چون آمریکایی است در حریم امنیت
قرار گرفته است و خشخاش و شاهدانه چون آسیایی‌اند،
با بدبختی و بیچارگی و فشار و مزیقه روبرو شده‌اند.^۲

۱. همان (با تلخیص).

۲. همان؛ ص ۹۱ (با ویرایش).

_____ ترندها در تولید و تبلیغ سیگار

تبلیغات مرگ آفرین

بمباران تبلیغاتی مستقیم و غیرمستقیم، جهت مصرف سیگار، «شناخت» افراد را از خطرناکی استعمال دخانیات، دچار تحریف می‌کند و بر تصمیم و عمل مخاطبین خود تأثیرات قابل ملاحظه‌ای برجا می‌گذارد.

در این جا توجه به دو نکته لازم است:

۱. وقتی شناخت، اشتباه بود، به دنبال آن، تصمیم و

عمل نیز به نادرستی صورت می‌پذیرد.

۲. گاه می‌شود کسی، با شناخت غلط به اقدام

می‌پردازد، و در اقدام خود، چون گمان می‌کند از

شناختی درست برخوردار است، کوتاه هم نمی‌آید!

تبلیغات تجاری سیگار در زمینه دادن شناخت کاذب و

دروغین به همین گونه عمل می‌کند.

«مهمترین عامل توسعه مصرف سیگار، «تبلیغات»

است و متأسفانه در قوانین کشورهای برای آن

چاره‌اندیشی درستی نشده‌است و حال آن‌که در این‌جا

سلامت جامعه و نجات جان انسان‌ها مطرح است.

سازمان بهداشت جهانی برآورد کرده که میزان تلفات

ناشی از عوارض سیگار در سال ۲۰۲۰ حدود ۱۰ میلیون نفر خواهد بود که ۷۰ درصد آن را اهالی ممالک در حال توسعه تشکیل می‌دهند.»^۱

مخفی کردن جنایت‌های سیگار

وقتی در دههٔ ۱۹۶۰ میلادی زمزمهٔ اعلام نظر محافل طبّی و شخصیت‌های علمی دربارهٔ مضرات سیگار بلند گردید، صاحبان صنایع سیگارسازی تلاش‌های همه‌جانبه‌ای را در آمریکا آغاز کردند و به اغوای مردم، انحراف افکار عمومی و خریدن شخصیت‌های علمی با هزینه‌های هنگفت دست زدند.^۲

حتّی یک مقاله!

«آر.سی.اسمیت»^۳ یکی از نویسندگان نشریه «کلمبیا جورنالیزم ریویو»^۴ با مطالعه محتوای مجلات در طول هفت سال پس از ممنوعیت پخش آگهی‌های مربوط به سیگار از شبکه‌های تلویزیونی در سال ۱۹۷۰ به نتیجه زیر، دست یافت:

مجلاتی که آگهی مربوط به سیگار منتشر می‌کنند در

۱. ماهنامهٔ سُنبله؛ سال دهم، شمارهٔ ۸۷؛ تیر ۱۳۷۶؛ ص ۷۳ (تلخیص از لوموند دیپلماتیک؛ ماه مه ۱۹۹۷).

۲. سیگار و تندرستی؛ ص ۲۱۷ (با تلخیص).

3. R.C.Smith.

4. Columbia Journalism Review.

خلال این هفت سال، حتی یک مقاله نیز که خواننده را از وسعت و ماهیت مخرب سیگار و پیامدهای هولناک آن برای تندرستی افراد و اثرات بد اجتماعی آن آگاه کند منتشر نساخته‌اند. مجلات دیگری که از قبول آگهی‌های مربوط به سیگار خودداری می‌کنند، مقالات مفیدی در زمینه پیامدهای زیان‌بار اعتیاد به سیگار منتشر ساخته‌اند.^۱

تبلیغات ۱۲۰۰ برابر قوی‌تر از هشدارها

صنعت دخانیات آمریکا سالانه برای هر مرد، زن و کودک آمریکایی چهار دلار بابت درج آگهی سیگار در رسانه‌ها پول صرف می‌کند. وزارت بهداشت و خدمات انسانی آمریکا، که اصیل‌ترین ارگان آموزش همگانی در قبال خطرات ناشی از سیگار تلقی می‌شود، سالانه تنها یک سوم سنت برای هر شهروند آمریکایی هزینه می‌کند. نشریات سراسری، به ویژه مجلات خبری، در زمینه انتشار مطالب مربوط به تندرستی و بیماری شهرتی فراوان دارند. دو مجله صاحب‌نام یعنی تایم و نیوزویک، مقالات مفصلی درباره سرطان منتشر ساخته‌اند. مثلاً مجله نیوزویک در شماره ۲۶ ژانویه ۱۹۷۸ خود مطلبی تحت عنوان «چه عاملی باعث

۱. انحصار رسانه‌ها؛ ص ۲۷۱ (با تلخیص).

سرطان می‌شود» منتشر ساخت. این مقاله در ۶ صفحه تهیه شده بود. در صفحه سوم این مقاله در ذکر علل بروز سرطان زمزمه‌ای نیز در مورد عامل اصلی آن یعنی سیگار با این عبارت به چشم می‌خورد: در میان عوامل اصلی ابتلا به سرطان، مصرف دخانیات بیش از عوامل دیگر قطعی به نظر می‌رسد. در این مقاله هیچ اشاره دیگری به آمار تلفات ناشی از مصرف سیگار یا یافته‌های پزشکی در زمینه ارتباط سیگار و سرطان نشده بود و فقط فهرستی از ده عامل مختلف که گفته می‌شود نقش مهم‌تری در پیدایش سرطان دارند به ترتیب حروف الفبا ارائه شده بود که سیگار در ردیف ماقبل آخر جای داشت. در هفته بعد، مجلهٔ تایم در راستای رقابت با نیوزویک مقاله‌ای در دو ستون در رابطه با علل سرطان منتشر ساخت. در این مقاله تنها اشاره‌ای که به سیگار شده بود این بود که بین سیگار و مشروبات الکلی و سرطان ارتباط وجود دارد. چند هفته قبل از انتشار این مقاله مجلهٔ تایمز با انتشار مقاله دیگری از سیگاری‌ها خواسته بود برای جلوگیری از تصویب قانون محدودیت استعمال دخانیات به صورت سازمان‌یافته مبارزه کنند.^۱

تهی کردن از معنا

شبکه‌های تلویزیونی که از سوی کمیسیون ارتباطات

۱. انحصار رسانه‌ها؛ صص ۲۷۰ و ۲۷۱.

فدرال ملزم شده بودند برای مقابله با آنچه این کمیسیون تبلیغات گمراه‌کننده سیگار می‌داند، آگهی‌های مخالف سیگار پخش کنند؛ تنها به پخش چند فیلم مستند که اکثر آنها بر وجود تردید بین مصرف سیگار و ابتلا به سرطان تاکید داشتند مبادرت نمودند. بهترین برنامه در این زمینه را شبکه تلویزیونی سی.بی.اس. در سال ۱۹۶۵ پخش کرد. ولی «هووارد ک. اسمیت»^۱ از شبکه تلویزیونی ا.بی.سی. در یک میزگرد تلویزیونی در بازگو کردن نقطه نظرهای خود که می‌توان از آن به عنوان نحوه برخورد رسانه‌ها با سیگار و بیماری‌های ناشی از آن یاد کرد چنین بیان داشت:

برای من فیلم مستندی که «سی.بی.اس.» پخش کرد، نمونه بارزی از تهی ساختن یک مسئله حاد از معنای واقعی آن است. در آن برنامه پزشکیان حضور داشتند که با استناد به یافته‌های علمی اعلام کردند سیگار و سرطان رابطه علت و معلولی دارند. در مقابل آنها نمایندگان صنعت دخانیات قرار داشتند که بدون هیچ گونه دلیل قانع‌کننده‌ای منکر این واقعیت بودند. فیلم پخش شده این توهم را در میان مردم به وجود آورد که حقیقت، آمیخته‌ای از این دو نظریه است. تا آنجا که من می‌دانم در مورد رابطه علت و معلولی سیگار و سرطان جای هیچ گونه انکار وجود ندارد. تمامی شواهد حاکی از وجود این

1. Hovard K. Smith.

رابطه است و تنها مدرک باقی مانده، اقرار کتبی خود
سیگار در تایید این رابطه است!^۱

داستانِ یک خیانتِ بزرگ

با بررسی‌هایی که در خلال سال‌های متمادی انجام
گرفت، دانشمندان با بهره‌گیری از روش‌های علمی به
این نتیجه رسیدند که برخی از بیماری‌ها، از کشیدن
سیگار ناشی می‌شوند. طی سال‌های ۱۹۲۰ تا ۱۹۳۰
تحقیقات انجام شده در انگلیس نشان داد که مصرف
دخانیات برای انسان زیان‌آور است. در سال ۱۹۳۳
یک گروه تحقیقاتی تحت سرپرستی دکتر «ریموند
پرل»^۲ در دانشگاه جان هاپکینز در یک دوره سه ساله
تمامی بیماران سی و پنج سال به بالا را که به کام مرگ
فرو رفته بودند در سه گروه غیرسیگاری، نیمه‌سیگاری و
شدیداً سیگاری طبقه‌بندی کردند. در این تحقیق،
۶۸۱۳ مورد تحت بررسی قرار گرفتند و نتیجه‌ای که به
دست آمد بسیار واضح بود: سیگاری‌ها خیلی زودتر از
افراد غیرسیگاری بیمار شده و در مجموع کسانی که
بیش‌تر سیگار می‌کشند، زودتر می‌میرند. این گزارش از
سوی یک نهاد علمی در اختیار مجلات و روزنامه‌ها
قرار گرفت. اما شگفت‌آور این که روزنامه‌ها، مجلات و

۱. انحصار رسانه‌ها؛ صص ۲۷۲ و ۲۷۳.

2. Raymond Pearl.

رادیو، که نتایج نه‌چندان قطعی تحقیقات مربوط به علل بیماری‌های فلج اطفال، آنفلوانزا و سل را با آب و تاب گزارش می‌کردند، از انتشار نتایج این بررسی علمی که علل بیماری‌های قلبی و سرطان را مشخص می‌سازد خودداری کردند.^۱

در ۲۴ فوریه ۱۹۳۶ دکتر پرل مقاله‌ای را به آکادمی پزشکی نیویورک ارائه داد. دکتر پرل در مقاله خود چنین نتیجه گرفته بود که مصرف دخانیات عمر انسان را کوتاه می‌کند، خبری که برای میلیون‌ها خواننده مطبوعات و شنونده رادیو بسیار جالب و شیندنی بود. نمایندگان رسانه‌ها در جلسه سخنرانی دکتر پرل حضور داشتند اما همگی یا در برابر این خبر سکوت کردند یا آن را در لابلای گزارش‌ها و اخبار خود مدفون ساختند. در آن زمان در نیویورک ۸ روزنامه منتشر می‌شد. شش روزنامه در مورد این خبر کاملاً سکوت کردند و دو روزنامه دیگر تنها به نقل چند پاراگراف درباره این خبر و آن هم در پایین ستون یکی از صفحات داخلی خود اکتفا کردند.^۲

در سال ۱۹۵۳ «اتحادیه پزشکی آمریکا»^۳ اعلام کرد که از این پس آگهی‌های مربوط به سیگار را در

۱. انحصار رسانه‌ها؛ ص ۲۶۷.

۲. همان؛ صص ۲۶۷ و ۲۶۸.

3. American Medical Association.

نشریات خود از جمله نشریه معتبر و صاحب‌نام اتحادیه پزشکی آمریکا منتشر نخواهد ساخت. در سال ۱۹۵۴ «انجمن سرطان آمریکا»^۱ نتیجه یک بررسی را که بر روی ۱۸۷۰۰۰ مرد صورت گرفته بود منتشر ساخت. براساس یافته‌های این بررسی، مرگ و میر در میان مردان سیگاری که بر اثر بیماری‌های مختلف فوت کرده بودند ۷۵ درصد بیش‌تر از مردان غیرسیگاری بوده است. مرگ ناشی از سرطان ریه در میان مصرف‌کنندگان دخانیات ۱۶ برابر بیش‌تر از افراد غیرسیگاری بوده است. نتایج به دست آمده از این بررسی در واقع اولین نشانه‌های مربوط به یک بیماری فراگیر بود که بیش از هر بیماری مسری دیگر که اخبار آن صفحات اول روزنامه و گزارش‌های دو صفحه مجلات را به خود اختصاص می‌داد، قربانی بر جای گذاشته بود. این نکته هر روز با وضوح بیش‌تری مشخص می‌شد که بیماری‌های ناشی از استعمال دخانیات بیش از هر بیماری دیگری در آمریکا قربانی بر جای می‌گذارد. در آن تاریخ سالانه ۳۰۰ هزار آمریکایی بر اثر بیماری ناشی از استعمال سیگار جان خود را از دست می‌دادند که با احتساب آمار کل مرگ و میر در آمریکا از هر هفت نفر یک نفر قربانی سیگار می‌شود که این تعداد حدود سه برابر کل تلفات سالانه

1. American Cancer Society.

ناشی از حوادث رانندگی است. گر چه اعداد و ارقام فوق در مورد مرگ و میر ناشی از استعمال دخانیات از نظر جامعه پزشکی آمریکا انکارناپذیر می باشد اما رسانه های خبری این کشور در مورد صحت و سُقم آن تردید از خود نشان داده یا منکر وجود چنین اعداد و ارقامی می شدند.^۱

سال ۱۹۵۴ زمانی است که از آن به بعد رسانه های خبری آمریکا دیگر هیچ توجیهی برای کتمان ارتباط میان استعمال دخانیات و مرگ و میر گسترده نداشتند. در سال ۱۹۵۳ وقتی «اتحادیه پزشکی آمریکا» چاپ آگهی سیگار را در نشریه خود ممنوع ساخت، فهرست مطالب روزنامه نیویورک تایمز که احتمالاً بیش از دیگر روزنامه های کشور به درج گزارش های مربوط به ارتباط سیگار و سرطان پرداخته است نشان می دهد که در طول همان سال ۲۴۸ خبر و گزارش مختلف تحت عناوین سرطان و استعمال دخانیات چاپ کرده است. در ۹۲ درصد از این گزارش ها هیچ اشاره ای به وجود رابطه بین سیگار و سرطان نشده و از ۸ درصد بقیه تنها ۲ درصد به ارتباط سیگار و سرطان اختصاص داشته و ۶ درصد بقیه بر تکذیب چنین رابطه ای از سوی صنعت دخانیات پرداخته بود. در سال ۱۹۵۴، یعنی همان سالی که گزارش انجمن سرطان آمریکا منتشر شد، فهرست

عناوین روزنامه نیویورک تایمز، چاپ ۳۰۲ مورد مختلف از اخبار و گزارش‌های مربوط به سیگار و سرطان را نشان می‌دهد. از این تعداد مطلب، که عمدتاً به ارتباط میان سیگار و بیماری‌ها اشاره داشت، ۳۲ درصد به تکذیب چنین رابطه‌ای از سوی صنعت دخانیات و تنها ۲۰ درصد به شواهد پزشکی در این زمینه اختصاص یافته بود.

شانزده سال بعد، مطالب نشریات آمریکا بیش از آن که به علت مرگ و میر ناشی از سیگار که از هر هفت مورد یکی ناشی از مصرف دخانیات می‌باشد پیردازند به علل بیماری‌هایی نظیر آنفلوانزا، فلج اطفال و سل مبادرت ورزیدند.

از این تاریخ به بعد بود که مسئله وجود یک نوع بیماری خاص در میان رسانه‌ها مطرح شد: نوعی ناتوانی خاص در انعکاس اخباری که به سیگار به عنوان عامل قطعی بیماری و مرگ اشاره داشت. از گذشته‌های دور تا حال حاضر، یافته‌های پزشکی در زمینه بیماری‌های ناشی از استعمال دخانیات در رسانه‌های خبری آمریکا به گونه‌ای متفاوت از اطلاعات مربوط به دیگر عوامل بیماری‌زا که ارتباطی با آگهی‌های تجاری ندارند منعکس گردیده است. مطبوعات و رسانه‌های صوتی و تصویری آمریکا در مواردی یافته‌های یک محقق تازه‌کار در زمینه یک بیماری نادر را با آب‌وتاب فراوان در صفحات اول یا صدر برنامه خود منعکس

می‌کنند. اما وقتی مسئله مرگ ۳۰۰ هزار نفر در سال بر اثر بیماری‌های ناشی از مصرف سیگار مطرح می‌شود رسانه‌های خبری یا از انتشار اخبار مربوط به آن خودداری می‌کنند یا در صورت مطرح ساختن آن از یافته‌های پزشکی در این زمینه به عنوان مطالب قابل بحث و انکار از سوی صاحبان صنعت دخانیات یاد می‌کنند.^۱

تاوان آگاهانیدن مردم

مجلاتاتی که مقالات دقیق و جامعی در مورد بیماری‌های ناشی از مصرف دخانیات منتشر می‌کنند از انتشار این مقالات زیان دیده‌اند. هفته‌نامه ریترز دایجست در ماه ژوئیه ۱۹۵۷ مقاله جالبی در زمینه یافته‌های پزشکی علیه سیگار منتشر ساخت. یک ماه بعد یکی از آگهی‌دهندگان بزرگ این نشریه که مدت ۲۸ سال آگهی‌های خود را در این مجله منتشر می‌ساخت اعلام کرد که دیگر با این نشریه کار نخواهد کرد. موسسه تبلیغاتی «بتن، بارتن، دورستاین و اوزبورن»^۲ از طریق آگهی منتشره در ریترز دایجست سالانه یک میلیون و سیصد هزار دلار درآمد کسب می‌کرد اما شرکت دخانیات آمریکا که سالانه ۲۲

۱. همان؛ صص ۲۶۹ و ۲۷۰.

2. Batten, Barton, Durstin, Osborn.

میلیون دلار در اختیار موسسه فوق قرار می‌داد از این موسسه خواست تا بین این شرکت و مجله ریدرز دایجست یکی را انتخاب کند.^۱

در ۱۹۸۰، هفته‌نامه «مادر جونز»^۲ که گرایش‌های چپ لیبرال داشت، سلسله مقالاتی در زمینه ارتباط میان سیگار با سرطان و بیماری‌های قلبی منتشر ساخت و همین اقدام سبب شد تا شرکت‌های تولیدکننده سیگار از دادن آگهی به این مجله خودداری کنند.

«الیزابت. ولان» چنین نوشته است: من اغلب در زمینه مسائل بهداشتی و تندرستی برای مجلات ویژه بانوان مقاله می‌نوشتم و سردبیران این مجلات همواره به من گوشزد می‌کردند که به مسئله سیگار نپردازم.

الیزابت ولان در تلاش برای مقابله با سکوت مجلات در قبال خطرات ناشی از استعمال دخانیات به همکاری با شورای علوم و تندرستی آمریکا پرداخت و از ده مجله صاحب‌نام ویژه بانوان خواست تا همان‌گونه که در راه تصویب قانون برابری حقوق زن و مرد مبارزه کرده‌اند مقالاتی در زمینه رشد بیماری‌های ناشی از سیگار در میان زنان آمریکایی منتشر کنند. هیچ یک از این مجله‌ها درخواست الیزابت ولان را اجابت نکردند.^۳

۱. انحصار رسانه‌ها؛ ص ۲۷۲.

2. Mother Jonse.

۳. همان.

پروندهٔ پر سر و صدای دود!

صاحبان صنایع سیگارسازی در دوران ریاست جمهوری جان اف. کندی^۱، در ماجرای خفت‌بار برای جلوگیری از انتشار حاصل تحقیقات ممتد ده نفر از برجستگان علمی در نشریات بهداشتی آمریکا، کوشیدند تا آنان را بخرند، اما تنها به علت امتناع یکی از آن‌ها از قبول رشوه و کشیده‌شدن موضوع به دادستانی کشور، ماجرا از پرده بیرون افتاد. سپس در اثر فشار سختی که از طرف صاحبان صنایع متوجه مقامات قضایی و دادگستری آمریکا گردید، به‌ناچار پروندهٔ پُر سر و صدایِ دخانیاتِ آمریکا زیر نظر مستقیم «کندی» بررسی شد و در اثر ترور وی مدتی مسکوت ماند. بعضی یکی از علل مهم قتل کندی را پی‌گیری همین پرونده دانسته‌اند.^۲

یک توافق کثیف

یک شرکتِ کوچکِ سیگار در آمریکا با دولت هم‌دست شد و مدارکی در اختیار وکلای دولت قرار داد که ثابت می‌کرد از بیست سال پیش، همهٔ کمپانی‌های سیگار گذشته از افزودن بر نیکوتین سیگار، ماده‌ای اعتیادآور نیز به توتون می‌افزایند که سرطان‌زا است.

۱. ۱۹۶۱ تا ۱۹۶۳ میلادی.

۲. سیگار و تندرستی؛ صص ۲۱۷ و ۲۱۸ (با تلخیص).

این کمپانی خود نیز مبلغ ناچیز صد و بیست میلیون دلار خسارت به دولت پرداخت تا از تعقیب معاف باشد. با رو شدن این مدارک، دولت دست بالا را داشت. شرکت‌های تولید سیگار ناچار شدند بر سر میز مذاکره بنشینند تا از ارائه مدارک به دادگاه جلوگیری شود. پس از مدت‌ها مذاکره سرانجام دولت با کمپانی‌های سیگار به توافق رسید و مقرر شد: کمپانی‌های سیگار مبلغ ۳۶۸ میلیارد دلار به دولت خسارت بپردازند تا از شکایت صرف نظر کند.^۱

همچنین توافق شد تبلیغات سیگار زیر نظر دولت در آید و تصاویر فریبنده تبلیغی از همه جا برداشته شود و در عوض دیگر کسی نتواند هیچ کمپانی سیگاری را به دادگاه بکشد.^۲

اقدامی مشابه

اقدام آمریکایی‌ها را در تولید و افزودن مواد اعتیادآور سمی و سرطان‌زا به سیگار، شاید بتوان تقلیدی دانست از اقدامات پیشینیان ناصالحشان در آنچه به سر چینی‌ها آوردند.

فرنان برودل مورخ فرانسوی می‌نویسد:

۱. ماهنامه صنعت حمل و نقل؛ سال ۱۶، شماره ۱۶۲؛ مردادماه ۱۳۷۶؛ صص ۹۰ و ۹۱ (بخشی از مقاله «مایاها بلای جان آمریکایی‌ها»؛ نوشته مهدی برهانی).

۲. همان.

تمامی انواع و شکل‌های توتون و راه‌های مصرف آن در چین معلوم و مقبول بود از جمله از قرن هفدهم به بعد مخلوط توتون با تریاک بود که رهاورد شرکت هند شرقی هلندی‌ها از مجمع‌الجزایر هند و قُرْمُز به‌شمار می‌رفت.^۱

به‌نظر می‌رسد آمیختنِ تریاک با توتون، زمینه مساعدی را برای ترویج وحشتناک کشیدنِ تریاکِ خالص در چین طیّ دهه‌های بعد فراهم نمود. تریاک‌کشی چینی‌ها برای خودشان مصیبتی ملی و برای غربی‌ها سود فراوان به‌بار آورد.

تشویق سیاهان به دودکشی

در خود ایالات متّحده، ساکنان محلّه هارلم^۲ بیش از سایر شهروندان در معرض خطر سیگار قرار دارند. براساس آمار نشریه پزشکی نیوانگلند، مصرف نیکوتین در میان شش عامل‌کشنده ساکنان محلّه هارلم نیویورک قرار دارد. به‌طوری که تبلیغات سیگار و مشروبات الکلی در محلّات سیاه‌پوست‌نشین، به میزان دو برابر محلّات دیگر است. همچنین ۹۰ درصد بیل‌بوردها^۳ تبلیغاتی مشروبات و سیگار، در این

۱. سرمایه‌داری و حیات مادی ۱۸۰۰-۱۴۰۰؛ ص ۲۶۲.

۲. محلّه سیاه‌پوست‌نشین نیویورک.

۳. تابلوهای خیلی بزرگ تبلیغاتی که کنار بزرگراه‌ها و میدان‌ها نصب می‌شود.

مناطق نصب می‌شود. اما تمامی قلمرو جغرافیایی ایالات متّحده دارای ویژگی‌های محلّات سیاه‌پوست‌نشین نیست. بنابراین شرکت‌های بزرگ سازندهٔ سیگار که با سرمایهٔ آمریکایی کار می‌کنند باید به فکر گسترش بازارهای موجود و یافتن بازارهای جدید باشند.^۱

تطمیع و تحریف برای سودِ بیش‌تر

به گزارش سازمان بهداشت جهانی، براساس اسناد داخلی و محرمانهٔ این صنایع که در برخی موارد افشا شده‌است، بسیاری از صنایع علاوه بر تطمیع برای جلوگیری از انتشار اخبار مربوط به مضرات سیگار، سعی کرده‌اند که با انتشار اخبار جعلی، این عوارض را کم‌اهمیت نیز جلوه دهند.^۲

دست‌کاری در ادبِ مردمان!

در قدیم سیگار کشیدن در حضور دیگران مؤدّبانه نبود؛ ولی کم‌کم این طرز تفکر باب شد که اشکالی ندارد مردها در حضور دیگران سیگار بکشند. به مرور زمان سیگار کشیدنِ خانم‌ها نیز در حضور دیگران خلاف ادب

۱. روزنامهٔ همشهری؛ سال پنجم، شمارهٔ ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸

آبان ۱۳۷۶ (۹ نوامبر ۱۹۹۷)؛ ص ۵.

۲. ماهنامهٔ اصلاح و تربیت؛ سال پنجم، شمارهٔ ۵۷؛ ص ۴.

محسوب نمی‌شد.^۱

بررسی سیری که آداب اجتماعی را به نفع صاحبان کارخانه‌های تولید سیگار، دچار چنین تغییر و تحوّل می‌کند ما را با کارکرد صنایع سیگارسازی و پیوندشان با مراکز و افرادی که به اصطلاح سازنده فرهنگ اجتماعی‌اند بیشتر آشنا خواهد کرد. به عنوان مثال یکی از این شگردها را مرور می‌کنیم:

شرکت‌های تولیدکننده سیگار، برای جلب مشتری، با پرداخت پول‌های کلان به افراد مشهور و شخصیت‌های محبوب هنری و ورزشکاران از آن‌ها در حالی که مشغول کشیدن سیگارهای تولیدی کارخانجات آن‌ها بودند، عکسبرداری می‌نمودند. این‌گونه تبلیغات دامنه وسیعی به خود گرفت و انتشار عکس‌های فوق این عقیده را تبلیغ می‌نمود: «هرکس که بخواهد شخصیتی مشهور و محبوب شود باید از سیگارهای مارکِ فلان استفاده نماید.»^۲

سینمای آمریکا در خدمت سیگار!

توتون محصول آمریکا بود. سیگار هم تحفه آن‌هاست. تبلیغ وسیع برای مصرف سیگار را هم

۱. رویارویی با واقعیت‌هایی به نام: الکل، دخانیات و موادّ مخدّر؛ ص ۹۰.

۲. همان (با تلخیص).

آمریکایی‌ها راه انداختند.

هنوز هم که فیلم‌های قدیمی هالیوود را تماشا می‌کنیم، هنرپیشگان زن و مرد، همگی سیگاری بر لب دارند و این مؤثرترین شیوه ترویج سیگارکشی بین جوانان و هنرمندان بود.^۱

پیوند پنهان سینما و سیگار

در ۶۰۱ فیلم به نمایش در آمده در آمریکا بین سال‌های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۹ یا به عبارتی از هر پنج فیلم یک فیلم، هنرپیشه‌های نقش اول آن، «سیگار به دست» بوده‌اند.^۲

نوجوانان در دوران شباب به فیلم و سینما علاقه زیادی دارند و سیگار کشیدن هنرپیشه‌های محبوب آن‌ها، میل و رغبت آن‌ها را برای سیگاری شدن بیشتر می‌کند.^۳

در تحقیقی از ۵۰۰۰ دانش‌آموز سیگاری، نزدیک به ۳۲ درصد از آن‌ها اذعان داشته‌اند که سیگار کشیدن را از هنرپیشه‌های محبوبشان یاد گرفته‌اند.^۴

۱. ماهنامه سُنبله؛ سال دهم، شماره ۸۷؛ تیر ۱۳۷۶؛ ص ۷۲ (تلخیص از لوموند دیپلماتیک؛ ماه مه ۱۹۹۷).

۲. روزنامه جام‌جم؛ شماره ۵۱۵؛ مورخه ۸۰/۱۱/۱۸؛ ضمیمه هفتگی جام‌جم؛ تعطیلات (شماره ۴۰)؛ ص ۴.

۳. همان.

۴. همان.

از نظر روانشناسان، اعمال جوانان در اجتماع، مرتبط با فیلم‌های تلویزیونی است. این فیلم‌ها بهتر از هر معلّمی به‌طور غیرمستقیم بر جوانان تأثیر می‌گذارد و اولین عامل ترویج و تشویق نوجوانان به سیگارکشیدن است.^۱

این در حالی است که از ژوئن سال ۲۰۰۱ گزارش شده است که هنرپیشه‌های سیگار به‌دست در فیلم‌ها روند رو به افزایشی را نشان داده‌اند.^۲ جالب این است که این همه نمی‌تواند بدون خط‌دهی یهودیان هالیوود که نبض تولید فیلم را در آمریکا در دست دارند رُخ بدهد.

دودزدگی پرده سینما!

دکتر استنتن گلانتز پروفیسور بخش داروی دانشگاه کالیفرنیا که به ثبت روزشمار رفتار هالیوود در قبال سیگار پرداخته می‌گوید در شرایط مشابهی در عالم واقعیت فقط تعداد ۱۹ درصد از مردم دست به استعمال دخانیات می‌زنند، اما بر پرده سینما این مورد به ۷۵ درصد می‌رسد.^۳

۱. همان.

۲. همان.

۳. مجله هفتگی سینما؛ سال پنجم، شماره ۲۴۲؛ چهارشنبه ۱۹ دی ۱۳۷۵؛ ص ۲۲ (گزارشی تحت عنوان «زد و بند شرکت‌های چند ملیتی تولید سیگار و سینمای هالیوود؛ نوشته دیوید کالیس؛ ترجمه کیکاووس زیاری).

انجمن حمایت از بیماران ریوی مطالعه دقیق‌تر و جدیدتری روی ۱۳۳ فیلم که طی سال‌های ۱۹۹۴ و ۱۹۹۵ اکران عمومی داشته‌اند، انجام داده‌است. در گزارش این انجمن آمده‌است که ۱۰۲ فیلم از مجموعه این فیلم‌ها (یعنی ۷۷ درصد آن) شخصیت‌هایی را نشان می‌دهد که یا سیگار می‌کشند و یا یکی از فرآورده‌های دخانیات را در دست دارند.^۱

در مقایسه با برنامه‌های تلویزیونی، در گزارش آمده‌است که فیلم‌های بلند سینمایی پنج بار بیشتر گرایش به تبلیغ استعمال دخانیات دارند.^۲

تبلیغات پنهانی سیگارسازان

نگرانی دربارهٔ تبلیغات غیرمستقیم و پنهانی برای استعمال دخانیات به ۱۹۸۹ م. برمی‌گردد، یعنی زمانی که موضوع آن در سطحی وسیع در کنگره مطرح شد. در آن زمان اعلام شد کمپانی‌های تولیدکنندهٔ سیگار به استودیوها پول می‌دهند تا تولیداتشان در فیلم‌ها به نمایش درآید. گفته می‌شود فیلیپ موریس مبلغ ۳۵۰ هزار دلار پرداخت تا نوعی سیگار در «جواز قتل» تبلیغ شود. همچنین ماگوکیدر ۴۲ هزار دلار «هدیه» در ازای

۱. همان.

۲. همان.

مصرف مارلبورو در «سوپرمن ۲» دریافت کرد.^۱

دلایل فریبنده

سازمان‌های چندملیتی در صنایع دخانیات، از تمامی امکانات برای رسیدن به سود بیشتر استفاده - یا به تعبیر دقیق‌تر سوءاستفاده - می‌کنند. از جمله، ارائه دلایل فریبنده‌ای است که برای حمایت از انجام تبلیغات، به نفع فرآورده‌های دخانیات می‌آورند. این دلایل عمدتاً چهار مورد را در بر می‌گیرد که در ذیل ابتدا هریک را جداگانه ذکر می‌کنیم و بعد آن را نقد و رد می‌نماییم:^۲

۱. به این علّت که فروش دخانیات قانونی است، پس تبلیغات آن نیز بایستی قانونی باشد. براساس این دلیل، تبلیغات هر محصولی که فروش آن قانونی است، پذیرفتنی و مجاز است، و فقط تبلیغات محصول‌ها و فرآورده‌های غیرقانونی، غیرمجاز است. درحالی‌که موضوع، «وضعیت قانونی دخانیات» نیست، بلکه موضوع «وضعیت بهداشت و سلامت عمومی» است.

باید توجه داشت که قوانین روزمره بر مبنای

۱. همان؛ ص ۲۲.

۲. آنچه در پی آمده، با استفاده از این منبع است: دستورالعمل‌های کنترل و پایش همه‌گیری دخانیات؛ صص ۶۵ و ۶۶.

معلوماتِ روز وضع می‌شوند و اینک دربارهٔ دخانیات بیش از گذشته می‌دانیم. گفته شده است که اگر دخانیات در آزمایشگاه‌های پزشکی اختراع شده بود و تمام اطلاعاتِ مشخص شدهٔ امروز در دسترس بود، هیچ دولتی اجازهٔ فروش آن را نمی‌داد، ولی خطرات آن مدت‌ها بعد از مصرف وسیع مشخص شد. البته غیرقانونی اعلام کردن دخانیات به‌سادگی امکان‌پذیر نیست ولی تشویق به مصرف آن از طریق تبلیغات هم توجیه‌ناپذیر است.

روند قانون‌گذاری دربارهٔ دخانیات در طولِ زمانی مناسب باید به‌سوی محدود کردن مصرف آن و سپس ممنوعیت کامل استفاده از آن پیش رود. لیکن تا آن وقت، با جلوگیری از تبلیغ دخانیات در سطحی جهانی، ضروری است که مصرف آن به حداقل رسانیده شود.

۲. تبلیغات، مصرف دخانیات را افزایش نمی‌دهد بلکه مصرف‌کنندگان را به تغییر انواع آن تشویق می‌کند.

نادرستی این سخن از آن‌جا آشکار می‌شود که تبلیغات سیگار فقط سیگاری‌ها را مخاطب قرار نمی‌دهد و هرکسی ممکن است از آن تأثیر بپذیرد.

بمباران تبلیغات مربوط به سیگار، ممکن است حتی کودکانی را که دخانیات مصرف نمی‌کنند، متقاعد کند که مصرف آن را شروع کنند.

۳. تبلیغاتِ مصرفِ دخانیات، بالغین را هدف

گرفته‌اند، نه کودکان را.

سخن فوق نادرست است. چرا که یادگیری مصرف دخانیات تقریباً همیشه یا در دورهٔ کودکی رُخ می‌دهد یا در نوجوانی. فردی که در سنّ بیست سالگی دخانیات مصرف نمی‌کند، غیرمحمّلت است که مصرف آن را در سنین بعد شروع کند.

۴. تبلیغات دخانیات، مصرف‌کنندگان دخانیات را متقاعد خواهد کرد تا از نوع مطمئن‌تر و سالم‌ترِ دخانیات استفاده کنند.

اینجا توجّه به چند نکته لازم است:

الف. هیچ نوعی از انواع دخانیات نه «مطمئن» است

و نه «سالم»!

در واقع باید چنین پرسید که: «آیا تبلیغات می‌تواند

انواع کم‌ضررتر دخانیات را به مردم معرفی کند؟»

پاسخ چنین پرسشی این است: مسلماً نه! چون

تبلیغات همیشه برای فروش بیشتر، توسط صاحب کالا

صورت می‌پذیرد. هرگز در چنین تبلیغاتی نباید انتظار

شنیدن سخن راست را داشت. تبلیغات تجاری همیشه

با انواع دروغ‌های راست‌نما یا کتمان بخشی از

واقعیت‌ها همراه بوده‌است.

ب. متقاعد شدن یا نشدن مصرف‌کنندگان

دخانیات، در کنار توانایی‌های مالی ایشان باید

دیده‌شود. بسیاری از انواع کم‌ضررتر سیگار، گران‌تر نیز

هستند و در این زمینه قدرت خرید افراد تعیین‌کننده

است، نه تبلیغات!

ج. بررسی انواع دخانیات و انتخاب موارد کم‌ضررتر، اساساً وظیفه‌ای است در حیطة مسئولیت‌های مراکز بهداشتی، نه تبلیغاتی!

بنابراین کار اصولی آن است که با جلوگیری از انجام هر سوءاستفاده‌ای، معرفی سیگارهای کم‌ضرر به‌عهدۀ مراکز بهداشتی قرار بگیرد.

طعمه‌های جدید دود: زنان!

شرکت‌های سیگارسازی، روند استقرار و بازاریابی در کشورهای در حال توسعه را از آغاز دههٔ ۱۹۷۰ آغاز کرده‌اند، اما آن‌ها در آن زمان به‌طور اخص بر روی «مصرف‌کنندگان مرد» متمرکز شده بودند. در آغاز زنان به‌عنوان بازار فرعی محصولات دخانیات محسوب می‌شدند.^۱

این مسئله دلایل فرهنگی داشته و تا اندازه‌ای نیز دارد: در جوامع جهان سوّمی، همواره این ایده و احساس مطرح بوده و هست که فقط «دختران بد» سیگار می‌کشند؛ اما این نکته را هم باید در نظر گرفت که زنان جهان سوّمی عموماً درآمدی از خودشان نداشته‌اند تا خرج سیگار کنند. به‌همین دلیل سیگارسازان در گذشته،

۱. روزنامهٔ همشهری؛ شمارهٔ ۲۷۴۲؛ مورخه جمعه ۱۷ خرداد

اغلب به بازارهای زن‌های سیگاری بالقوه سودآورتر، که در اروپا یا ایالات متحده یافت می‌شد توجه داشته‌اند. این‌گونه بود که سیگارهای دارای «مارک‌های زنانه»، همزمان با اوج‌گیری جنبش‌های فمینیستی در اروپا و آمریکا به بازار آمد. شعار «تو هم راه افتادی عزیزم!»^۱ شعار نسل جدیدی از زنان بود که در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ شروع به کار کردند.^۲

سی سال بعد، صنعت سیگارسازی، این پیام را بازیافت می‌کند و با شعار «سیگار مساوی است با رهایی زن» به جهان سوّم سرک می‌کشد. در پلاکاردهای تبلیغاتی این دوره زن دورگه‌ای را می‌بینیم که سیگار بر لب، نگاه مبهم و حاکی از اعتماد به نفس‌اش را به مردی بلوند دوخته‌است. زیر این تصویر نیز جمله «خودت باش!»^۳ نقش بسته است. این تبلیغ باز هم حال و هوایی غربی دارد، اما متأسفانه اثر قابل توجهی نزد زنان جوامع آسیایی و آفریقایی بر جای می‌گذارد. گویی جمله امری «خودت باش!» خطاب به این دسته از زنان نگاشته شده‌است.^۴

سیگارسازان نه تنها پیوند بین سیگار کشیدن و

1. You've Come a Long Way Baby!

۲. روزنامه همشهری؛ شماره ۲۷۴۲؛ مورخه جمعه ۱۷ خرداد ۱۳۸۱؛ ص ۱۲.

3. Be you!

۴. همان.

استقلال را تبلیغ می‌کنند، بلکه همچنین در تبلیغاتشان از تصاویری استفاده می‌کنند که توهم مصرف دخانیات به‌عنوان یک عامل روحی مثبت را رواج می‌دهند. به‌عنوان مثال در یک تبلیغ، زن بلوند خوش قامتی را می‌بینیم که در حال کشیدن سیگار می‌گوید: «کاری را که دلم می‌خواهد انجام می‌دهم.» اثرگذاری چنین تبلیغی در آمریکا و آسیا متفاوت است: در آمریکا، زنان می‌دانند که زن تبلیغ‌یادشده، با کشیدن سیگار، خطر ابتلا به سرطان ریه را به جان می‌خرد؛ اما تحقیقات اخیر در چین نشان می‌دهد که دو سوم زنان عقیده دارند دخانیات خطرناک نیست. فراموش نکنیم که به‌طور بالقوه بیشترین جمعیت زنان سیگاری در این کشور وجود دارد.^۱

نقشه شرکت‌های دخانیات برای زنان

شرکت‌های دخانیات با برنامه‌های حساب شده سعی دارند با تغییراتی در سیگارهای تولیدی خود زنان و دختران جوان را هر چه بیش‌تر سیگاری کنند. به‌نوشته شماره روزنامه «این‌دپندنت»، اسناد جدید نشان می‌دهد، شرکت‌های دخانیات به منظور افزایش میزان استعمال سیگار در میان زنان و دختران جوان،

۱. روزنامه همشهری؛ شماره ۲۷۴۲؛ مورخه جمعه ۱۷ خرداد

تغییرات شیمیایی در سیگارهای تولیدی خود به وجود آورده‌اند تا طعم سیگارها برای زنان مطلوب‌تر باشد. شرکت‌های بزرگ تولیدکننده سیگار همچنین تصمیم دارند با افزودن مواد بازدارنده اشتها به تولیدات خود، سیگار را به نوعی ابزار کنترل‌کننده وزن تبدیل و با تبلیغات وسیع، زنان را هر چه بیشتر به استعمال سیگار جذب کنند.

اسنادی که در نشریه علمی «اعتیاد» به چاپ رسید، نشان می‌دهد شرکت‌های دخانیات بیش از بیست سال یعنی از دهه ۱۹۷۰ تا دهه ۱۹۹۰ را صرف تحقیقاتی مبتنی بر جنسیت برای معتاد کردن زنان به سیگار کرده‌اند.

در حالی که میزان استعمال سیگار در میان مردان رو به کاهش است، پیش‌بینی می‌شود تعداد زنانی که سیگار می‌کشند در ظرف دهه آینده در سراسر جهان بیست درصد افزایش یابد.

به گفته کارشناسان، بخش عمده این افزایش در کشورهای در حال توسعه خواهد بود و میزان اعتیاد به سیگار در میان زنان در این کشورها در بیست سال آینده دو برابر خواهد شد.^۱

۱. روزنامه جمهوری اسلامی؛ یکشنبه ۵ تیر ۱۳۸۴؛ سال ۲۷، شماره

خرج چو از کیسه مهمان بُود...!

از همه جالب‌تر در مبارزه با سیگار در آمریکا، آن است که دولت وادار شده‌است هزینه مبارزه با سیگار را از خود کمپانی‌های سیگار دریافت کند! برای تأمین هزینه تبلیغات و مبارزه با سیگار، مالیات‌های سنگینی بر سیگار وضع کرده‌اند که کمپانی‌های سیگار از این مالیات ضرری نمی‌بینند. چون آن را بر بهای جنس خود می‌افزایند و از مصرف‌کننده دریافت می‌کنند. از محل گردآوری این وجوه، هزینه‌های مبارزه با سیگار تأمین می‌شود.^۱

سیگار سازان رند علیه شیر فروشان!

کمپانی‌های سیگار، خود، به فکر ایجاد سازمان‌های طرفداران سیگار افتاده‌اند و مبالغ زیادی در این راه سرمایه‌گذاری کرده‌اند. به دنبال همین فعالیت‌ها، زنی علیه کمپانی‌های تولیدکننده شیر شکایتی طرح و اعلام کرد مصرف شیرهای پرچربی موجب افزایش چربی خون و ابتلای او به بیماری قلبی شده‌است. مخالفان سیگار اعتراض کردند و گفتند: «شیر ماده غذایی ارزنده‌ای است و برای تغذیه، لازم می‌باشد». اما وکلای زن که

۱. ماهنامه صنعت حمل و نقل؛ سال ۱۶، شماره ۱۶۲؛ مردادماه ۱۳۷۶؛ صص ۹۰ و ۹۱ (بخشی از مقاله «مایاها بلای جان آمریکایی‌ها» نوشته مهدی برهانی).

لابد از سوی همان کمپانی‌های سیگار تغذیه می‌شدند گفتند: «شما چون سیگار را دوست ندارید همه هنگام طرح شکایت از سیگار هم دست شدید و علیه سیگار اقدام کردید. اینک چرا شما از ماده‌ای که دوست دارید و ممکن است عده‌ای را بیمار کند، طرفداری می‌کنید؟»^۱ به هر روی، مراد، نمایاندن پایه استدلال طرفداران سیگار است که می‌کوشند تا در جامعه این تصوّر را جا بیاورند که: «بیشتر مواد مثل گوشت قرمز، شکر، نمک، چربی‌های حیوانی و روغن جامد مانند سیگار زیان‌آورند، اما فایده‌هایی نیز دارند. بشر دارای آزادی و اختیار است؛ می‌تواند از یک ماده زیان‌آور چشم‌پوشد یا آن را مصرف کند.»^۲

روشن است که با این استدلال می‌توان مصرف بسیاری از مواد زیانبار دیگر را هم مجاز شمرد.^۳

محورهای تبلیغ سیگار

به نظر می‌رسد تبلیغ‌گران سیگار تلاش خود را باید در درجه نخست بر رفع نگرانی‌های مخاطب خود از آلودگی سیگار و بدبویی و مضر بودن دود آن، متمرکز کنند. به همین دلیل تبلیغ موفق سیگار تبلیغی است که

۱. همان؛ ص ۹۱ (با تلخیص و ویرایش).

۲. همان.

۳. همان.

«دود بیماری‌زا» را با «سلامت» و حالت‌های «عصبی» فرد سیگاری را با «آرامش و آسودگی» پیوند بزنند. همچنین آگهی‌های موفق تجارتي سیگار باید بین هوای پاک کوه و دریا و جنگل با آلودگی‌های دود سیگار ارتباط برقرار کنند!

البته در سیستم تبلیغی غرب هر چیز مربوط یا نامربوطی به هر نحو از انحاء، به «جنسیت زن» نیز می‌پردازد و سیگار هم از این مقوله مستثنی نیست! در مجموع به نظر می‌رسد عناصر ذیل در آگهی‌های تجاری سیگار مورد سوء استفاده قرار می‌گیرند:

- طبیعت؛
- زن؛
- ورزش و ورزشکاران؛
- قدرتمندی و سلامت؛
- سیر و سفر، تفریح و آرامش؛
- همگانی بودن و جهانی بودن مصرف سیگار.

دلار، محرک اصلی مبارزه!

دیدگاه مهدی برهانی که در مسائل بین‌المللی دخانیات ورود دارد نسبت به مبارزه با سیگار چنین است:

تصوّر نمی‌کنم، مضرات سیگار محرک اصلی مبارزه با آن در آمریکا باشد، بلکه درآمدهای نجومی

کمپانی‌های سیگار سبب شده‌است سازمان‌های متعددی برای مبارزه با سیگار پدید آید.^۱ به دیگر سخن، در کشوری که خدای خدایان آن دلار است^۲، نباید انتظار داشت پس پرده نیت مبارزه‌کنندگان با سیگار جز مادیات باشد.

مادی نگاه نکنیم!

مبارزه با دخانیات به روش آمریکایی شباهتی جدی با تولید و تشویق دخانیات به همان روش دارد و آن عبارتست از: ترویج نگاهی که با کمیت‌گرایی و مادیت پیوند خورده‌است.

سیگارسازان از مبلغ سود خود صحبت می‌کنند و مخالفانشان از مبلغ ضرر سیگاری‌ها. هر دو جا صحبت بر سر «مبلغ» است در حالی که سیگار، بخش مهمی از فرهنگ و رابطه عاطفی انسان‌ها و نوع نگاه بشر به عالم و آدم را دگرگون کرده‌است. این جا سخن از «مبلغ» نیست بلکه بحث بر سر «تبلیغ» راه و روشی است غیردینی و غیرانسانی.

باید به خوبی متوجه این موضوع بود و از مبنا، ریشه

۱. ماهنامه صنعت حمل و نقل؛ سال ۱۶، شماره ۱۶۲؛ مردادماه ۱۳۷۶؛ ص ۹۰.

۲. به تعبیری: «آمریکا کشور سرمایه‌داری است و معروف است که دلار، ژوپیتر آمریکاست، که همه چیز بر گرد کامل آن می‌چرخد.» [آزادی مجسمه؛ ص ۱۴۹].

را اصلاح کرد وگرنه در درازمدت، اقدامات برخاسته از چنان نگاهی، اگر ثمری هم داشته باشد، آفت زده و مسموم خواهد بود؛ گیریم نوع آفتش تغییر کند!^۱

۱. برای نمونه در همین مجموعه می‌توانید مراجعه کنید به این دو عنوان:

- صد میلیارد دلار ضرر!

- صد میلیارد دلار فقر!

این‌جا صحبت بر سر نادرست بودن این قبیل آمارها نیست، چه بسا آمارهای ذکر شده دقیق و درست هم باشند، اصل موضوع گرفتار شدن در چنبره «مادی دیدن» صرف معضلات و یاز هم صرفاً «مادی دیدن» راه‌حلهای آن معضلات است.

_____ تجارت بین‌المللی سیگار و سیاست!

صنعت سنگین سیگار سازی

در نیمه دوم قرن بیستم صنایع سیگار سازی در آمریکا بعد از صنایع فولاد، پنجمین صنایع سنگین آمریکا به‌شمار می‌آید.^۱

جماعتی گره‌خورده با دود

تعداد ۷۶۰۰۰۰ نفر کشاورز آمریکایی، درآمد اساسی زندگی‌شان از کشت توتون تأمین می‌گردد.^۲ در آمریکا تعداد ۷۵۰۰۰۰ نفر در کارخانجات سیگار سازی سهام دارند و تعداد ۹۵۰۰۰ نفر در کارخانجات سیگار سازی آمریکا شاغل بوده‌اند. علاوه بر آن به‌طور کلی امرار معاش میلیون‌ها نفر آمریکایی مرهون رواج صنایع سیگار سازی بوده‌است.^۳ گروهی سودجو، جمعیت آمریکا را در تاروپود تولید

۱. سیگار و تندرستی؛ ص ۲۱۲.

۲. همان؛ صص ۲۰۷ و ۲۰۸ (با تلخیص).

۳. همان.

و تجارت خطرناک توتون و سیگار گرفتار کرده‌اند و چون این جماعت به دلایل اقتصادی و به دست آوردن «سود» حاضر نیستند دست از این کار بردارند، می‌کوشند از طریق صادرات و با جاری کردن تمامی مضرات سیگارسازی به خارج از آمریکا و به خصوص کشورهای جهان سوم، مشکل خود را حل کنند.

هفت خواهرانِ دودی!

چند کمپانی هستند که بر صنایع عمده جهان سیطره دارند. صنعت توتون‌سازی در انحصار و کنترل هفت خواهرانِ سیگاری قرار دارد که عبارتند از:

- بریتیش آمریکن توباکو
- امپریال توباکو
- کمپانی فیلیپ موریس
- ار جی رینولدز
- گلف اند وسترن
- گروه راپرت، رمبراندت، روتمن
- آمریکن براندز^۱

۳۰۰ میلیارد دلارِ ناقابل!

برآوردهای انجام‌شده نشان می‌دهد هر ساله در حدود ۶ هزار میلیارد نخ، سیگار در جهان مصرف

۱. عصر اقیانوس آرام؛ ص ۲۱.

می‌شود. براساس برآوردهای کارشناسان ارزش این میزان سیگار در حدود ۳۰۰ میلیارد دلار است.^۱

«دال» دخانیات!

در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۹۹۶ در آمریکا «طرفداری از کمپانی‌های سیگار» در ردیف مهمترین مواضع «باب دال» از جناح حزب جمهوری‌خواه مطرح بود.^۲

این آمریکایی‌های عجیب!

در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۰ میلادی در آمریکا، کاندیدای حزب دموکرات «آلبرت گور» مشهور به «ال گور» بود.

آلبرت، متولد ۱۹۴۸م.، خواهری به نام نانسی داشت که ده سال از وی بزرگ‌تر بود.^۳

نانسی در سن ۴۶ سالگی بر اثر ابتلا به سرطان ریه فوت می‌کند. او از سن سیزده سالگی سیگار استعمال می‌کرده است. بعدها در کنوانسیون حزب دموکرات در

۱. ماهنامه اصلاح و تربیت؛ سال پنجم، شماره ۵۷؛ ص ۵.

۲. مراجعه کنید به: روزنامه اخبار؛ سال دوم، شماره ۳۰۳؛ مورخه پنجشنبه ۴ مرداد ۱۳۷۵ (۲۵ جولای ۱۹۹۶)؛ ص ۱۲ (ستون دیدگاه» با عنوان «باب دال در آرزوی کاخ سفید»).

۳. ر.ک: سیاست و انتخابات در ایالات متحده آمریکا؛ صص ۱۲۹ و

سال ۱۹۹۶م. «ال» در حالی که اشک در چشمانش حلقه زده بود، ماجرای احتضار خواهرش را برای متنبه ساختن جوانان از مضرات دخانیات بیان کرد. اما فراموش نمود بگوید که در مزرعه خانوادگی اش در تنسی، تا شش سال پس از مرگ خواهرش به کشت توتون ادامه داده است!^۱

کاسترو اهمیت «الگو» را می‌شناسد

بهترین سیگار برگ دنیا، در کوبا تولید می‌شود. فیدل کاسترو رهبر کوبا، عکسی تاریخی در حال سیگار کشیدن دارد که شهرت جهانی یافت و کمک مؤثری برای شناساندن سیگار برگ کوبا بود. خود کاسترو برای حمایت از تولیدات سیگار برگ گام‌های بلندی برداشته‌است. او در یکی از سخنرانی‌های خود در مجمع تولیدکنندگان و معامله‌گران سیگار، اعتراف کرد سیگار را با دشواری بسیار کنار گذاشته‌است. چون اگر او خود سیگار می‌کشید، نمی‌توانست جوانان را از این بلای بزرگ دور نگاه‌دارد. او برای نجات جوانان کشورش، با همه علاقه‌ای که به دودکردن سیگار برگ داشت آن را کنار گذاشت.^۲

۱. همان.

۲. ماهنامه صنعت حمل و نقل؛ سال ۱۶، شماره ۱۶۲؛ مرداد ماه

۱۳۷۶؛ ص ۹۱.

سناتور توتون!

در امر صادرات سیگار و توتون مقامات دولتی همه جور حمایتی از کمپانی‌ها می‌کنند و وسایل و ابزار این پشتیبانی هم جور است. رئیس کمیسیون خارجی سنای آمریکا، آقای جسی هلمز، به «سناتور توتون» شهرت دارد و طبعاً تمام نفوذ خود را برای پیشرفت صادرات به کار می‌بندد و خود کمپانی‌ها هم برای ترویج و تبلیغ از هیچ کاری فروگذار نمی‌کنند روی همین اصل کارشان نیز مرتباً رو به توسعه است.^۱

سهم «فیلیپ موریس» در آتش‌افروزی!

تولید و توزیع سیگار در عرصه جهان در انحصار چند شرکت غول‌آسا است. براساس پژوهش‌های یکی از کارشناسان صنایع سیگارسازی به نام «روی باری» به‌طور متوسط ۳۵ درصد از بهای هر نخ سیگار به‌صورت سود خالص نصیب کارخانه‌های بزرگ سیگار می‌شود. این سود قابل توجه ناشی از خرید توتون ارزان قیمت از کشورهای در حال توسعه و پیشرفت سریع و چشمگیر صنایع سیگارسازی است.^۲

۱. ماهنامه سُنبله؛ سال دهم، شماره ۸۷؛ تیر ۱۳۷۶؛ ص ۷۲ (تلخیص از لوموند دیپلماتیک؛ ماه مه ۱۹۹۷).

۲. روزنامه همشهری؛ سال پنجم، شماره ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸ آبان ۱۳۷۶؛ ص ۵ (بخشی از گزارش «جاده‌های توتون، کابوس سیگار به جای غذا»؛ گزارشگر: محمود اشرفی).

در سال ۱۹۹۱ شرکت‌های بزرگ جهانی تولیدکننده سیگار ۵ تریلیون و ۵۰۰ میلیارد نخ سیگار در جهان توزیع کرده‌اند. شش شرکت بزرگ، بازار جهانی سیگار را به انحصار خود در آورده‌اند که در میان آن‌ها شرکت «فیلیپ موریس» بیش از دیگران سهم دارد. این سهم در بسیاری از موارد بیش از ده درصد بازار جهانی دادوستد و سیگار بوده‌است. شرکت‌های آمریکایی علاوه بر پوشش بازار ملی، عمده محصولات خود را راهی بازارهای خارجی می‌کنند. این در حالی است که شرکت‌های تولیدکننده سیگار بسیاری از کشورها تنها می‌توانند بخشی از بازار مصرف خود را تأمین کنند.^۱

شرکت‌های بزرگ سیگارسازی در سایر کشورهای جهان وجود دارد اما برای این‌گونه شرکت‌ها رسیدن به بازار بین‌المللی دشوار است. کارخانه‌های سیگارسازی تحت انحصار دولت در کشور چین سالانه یک تریلیون و ۵۰۰ میلیارد نخ سیگار تولید می‌کنند که همه آن‌ها در همین کشور مصرف می‌شود. این در حالی است که شش شرکت عمده سیگارسازی جهان به‌جای بازار ملی خودشان، بازار بین‌المللی را هدف گرفته‌اند. اما این هدف‌گیری تحت تأثیر برخی فشارها به ضرر جهان سوم دچار دگرگونی اساسی شده‌است.^۲

۱. همان.

۲. همان.

سیگار می‌خورید؟

شرکت‌های بزرگ تولیدکننده سیگار برای به دست آوردن بازارهای گسترده مصرف تدارک وسیعی دیده‌اند. هر سال در کشورهای جهان سوم زمین‌های بیشتری زیر کشت توتون می‌رود. این در حالی است که این زمین‌ها عموماً قبلاً به کاشت محصولات غذایی اختصاص داشته‌است. امروزه اگر کشاورزان فیلیپینی به جای برنج اقدام به کشت توتون کنند، درآمدشان چهار برابر خواهد شد.^۱

افزایش سطح زیر کشت توتون عواقب زیست‌محیطی قابل توجهی نیز به دنبال داشته‌است. به طوری که در برزیل هر سال برای عمل‌آوری محصول توتون ۶۰ میلیون اصله درخت قطع می‌شود.^۲

شرکت‌های سازنده سیگار در سطح جهان در عمل ثابت کرده‌اند که «سیاست توتون به جای غذا و گسترش بازار فروش سیگار» را دنبال می‌کنند.^۳

دستان دراز «فیلیپ موریس»!

کمپانی فیلیپ موریس، سازنده سیگار مارلبورو در سال ۱۹۶۷ تنها ۲ درصد بازار مصرف را در

۱. روزنامه همشهری؛ سال پنجم، شماره ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸

آبان ۱۳۷۶ (۹ نوامبر ۱۹۹۷)؛ ص ۵.

۲. همان.

۳. همان.

هنگ کنگ، سنگاپور و فرانسه در دست داشت. در ۱۹۸۹ این نسبت به ترتیب به ۳۶/۷، ۲۰/۷ و ۱۸/۲ درصد رسیده است. به طور کلی، پایین آمدن مصرف سیگار را در ممالک صنعتی پیشرفته، افزایش مصرف در کشورهای در حال توسعه جبران می کند چنانکه تنها در ده سال پیش مکزیک واردات سیگار اندکی داشت و در حال حاضر ده برابر شده است.^۱

دود آمریکایی برای سیاه کردن چین!

آنچه برای آمریکایی ها در مورد بازار مصرف سیگار به صورت آرزو درآمده تصرف بازار چین است. این کشور ۳۰۰ میلیون نفر سیگاری دارد که از جمعیت آمریکا زیادتر است. به تنهایی در سال، ۱۷۰۰ میلیارد نخ سیگار مصرف می کند که در واقع یک سوم تولید سیگار جهان است. ۳۵ درصد بچه های ۱۲ تا ۱۵ ساله در چین به سیگار اعتیاد دارند و بدتر آنکه ۱۰ درصد بچه های ۹ تا ۱۲ ساله نیز سیگار می کشند.

صادرکنندگان آمریکایی، در چین برای پیشبرد کار خود سالیانه بیش از ۲۰ میلیون دلار خرج تبلیغات می کنند و در سایه تلاش های مستمر خود توانسته اند توافق دولت را برای استقرار کارخانه های دخانیات در

۱. ماهنامه سُنبله؛ سال دهم، شماره ۸۷؛ تیر ۱۳۷۶؛ ص ۷۲ (تلخیص)

از لوموند دیپلماتیک؛ ماه مه ۱۹۹۷).

کشور به دست بیاورند.^۱

قدرت دود «فیلیپ موریس»!

فروشنندگان آمریکایی تنها در سال ۱۹۹۴ بیش از ۷ میلیارد نخ سیگار به روسیه وارد کرده‌اند. در واقع قسمت اعظم مخارج تلویزیون مسکو از راه تبلیغ برای سیگار و مصرف آن تأمین می‌گردد. مصرف سیگار در اروپای شرقی به صورت وحشتناکی روبه‌روز بیشتر می‌شود و ضمناً همین کشورها بالاترین رکورد سرطان ریه را هم دارند.

هنگامی که به سال ۱۹۹۵ در مجلس اوکراین قانونی برای منع مصرف سیگار به تصویب رسید، فیلیپ موریس تمام مساعی خود را به کار انداخت و سرانجام موفق شد در ژوئیه ۱۹۹۶ تجدیدنظری در قانون فوق را عملی سازد و بعد از آن بود که دامنه تبلیغات برای مصرف سیگار چنان شهر کیف را فراگرفت که گاهی به شوخی نام پایتخت را «سرزمین مالبورو» می‌نامیدند.^۲

تبلیغات آتشین برای دود!

در مناطقی که تبلیغ دخانیات مجاز است؛ صنایع دخانیات به‌طور معمول منابع عظیمی را برای تبلیغات و

۱. همان.

۲. همان.

گسترش محصولات دخانیات تخصیص می‌دهند. در ایالات متحده آمریکا، در سال ۱۹۹۳، شرکت‌های دخانیات، بودجه‌ای معادل ۶۲۰۰ میلیون دلار را برای تبلیغات و گسترش دخانیات صرف کرده‌اند که تقریباً ۵۰۰۰ برابر بودجه کامل سازمان جهانی بهداشت برای فعالیت‌های مرتبط با اثرات بهداشتی دخانیات در همان سال است.^۱

دود کردن سی میلیارد دلار در سال

در سال ۱۹۹۱ ژاپنی‌ها ۳۲۸ میلیارد و ۳۰۰ میلیون نخ سیگار خریده‌اند، به ارزش ۳ تریلیون و ۶۹۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ین (تقریباً معادل سی میلیارد دلار) که این مبلغ ۲/۸ درصد نسبت به رقم سال پیش افزایش نشان می‌دهد.^۲

همه با هم سیگار آمریکایی بکشیم!

بعد از چین و ژاپن و ممالک آسیای جنوب شرقی، خاورمیانه هدف صادرکنندگان سیگار آمریکایی است. در بازار مصرف این کشورها در حال حاضر سالیانه بیش از ۳۱ میلیارد سیگار وارد می‌شود.^۳

۱. دستورالعمل‌های کنترل و پایش همه‌گیری دخانیات؛ صص ۴۰ و ۴۱.
 ۲. پژوهشنامه‌ای درباره بحران جهانی مواد مخدر و...؛ ص ۸۰ (باتلخیص).
 ۳. ماهنامه سنبله؛ سال دهم، شماره ۸۷؛ تیر ۱۳۷۶؛ صص ۷۲ و ۷۳ (تلخیص از لوموند دیپلماتیک؛ ماه مه ۱۹۹۷).

زندگی برای آمریکایی، مرگ برای دیگران!

چند سالی است که در آمریکا سازمان‌های بهداشتی و زیست‌محیطی مبارزه وسیعی را علیه سیگار شروع کرده‌اند و نتایج خوبی هم به دست آمده تا آنجا که مصرف سیگار در آمریکا نصف شده... و اینک کمپانی‌های بزرگ تولید و تجارت سیگار تمام تلاش خود را به کار گرفته‌اند تا در آسیا و اروپا و آفریقا و اروپای شرقی مشتریان تازه‌ای پیدا کنند.

طبق آمار سازمان بهداشت جهانی، در دنیا ۱/۱ میلیارد نفر به سیگار معتاد هستند و ۲۰۰ میلیون نفر آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهند. در عین حال در آمریکا از ۱۹۶۸ به این سو مصرف سیگار ۱۷ درصد کم شده ولی تولید توتون و سیگار همچنان افزایش می‌یابد زیرا در فاصله ۱۹۶۸ تا ۱۹۹۵ صادرات سیگار چهار برابر شده و از ۶۴ میلیارد سیگار به ۲۳۱ میلیارد رسیده است. تنها در فاصله سال‌های ۹۴ و ۹۵ میزان صادرات ۷۰ میلیارد اضافه شده است.^۱

فتح بازار به هر قیمت!

زنان جهان سوّمی هدف جدید در بازار مصرف سیگار هستند. هم‌اکنون بیش از یک میلیارد سیگاری در جهان وجود دارد که حدود ۲۳۶ میلیون نفر از آن‌ها زن

۱. همان؛ ص ۷۲ (تلخیص از لوموند دیپلماتیک؛ ماه مه ۱۹۹۷).

هستند اما در سال ۲۰۲۵ این رقم سه برابر خواهد شد. بیش از ۸۰ درصد زنانی که جدیداً به سیگار روی می‌آورند از کشورهای جهان سوّم هستند. مسئله نگران‌کننده در این میان، خدمات بهداشتی محدود در جهان سوّم و بستر مساعد در کشورهای این منطقه برای ابتلا به سرطان است. اما این اتفاق ناخوشایند اصلاً نگرانی صاحبان صنایع سیگارسازی را برنمی‌انگیزد. آن‌ها پیوسته در جست‌وجوی فتح بازارهای جدید هستند.^۱

سیگاری‌های در حال توسعه!

بیش از ۸۰ درصد از ۱/۱۵ میلیارد سیگاری دنیا در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند که قطعاً به دلیل کنترل نامناسب مصرف سیگار است.^۲

هدف آینده شرکت‌های سیگارسازی

هم‌اکنون شرکت‌های سیگارسازی، کشورهایی را هدف گرفته‌اند که در آن‌ها حقوق فردی چندان رعایت نمی‌شود. مدیران این شرکت‌ها بر این باورند که تا مدت زمان درازی، شکایتی از سوی شهروندان این

۱. روزنامه هم‌شهری؛ شماره ۲۷۴۲؛ مورخه جمعه ۷ خرداد

۱۳۸۱؛ ص ۱۲.

۲. ماهنامه اصلاح و تربیت؛ سال پنجم، شماره ۵۷؛ ص ۵.

کشورها علیه شرکت‌هایشان طرح نخواهد شد.^۱

تجارتِ دود با بویِ خون

ایالات متّحده، کشورهای را که از عقاید معمولاً متلوّن این کشور در مورد «تجارت آزاد» اطاعت نمی‌کنند، به اعمال تحریم تهدید می‌کند. واشنگتن همچنین به شکلی بسیار مؤثر از این تهدیدها (و تأیید کنفرانس عمومی تعرفه و تجارت) برای باز کردن بازارهای آسیایی به روی صادرات تنباکوی آمریکایی و تبلیغ برای آن با هدف عمده توسعه بازار مصرف در میان زنان و کودکان استفاده کرده‌است. وزارت کشاورزی ایالات متّحده اعتباراتی در اختیار شرکت‌های تنباکو قرار داده تا مصرف تنباکو را در کشورهای خارجی افزایش دهند. کشورهای آسیایی کوشیده‌اند دست به اجرای برنامه‌های آموزشی مبارزه با مصرف دخانیات زنند، اما مقهور اقتصاد بازار شده‌اند که با قدرت دولت ایالات متّحده از طریق اعلام تحریم، تقویت می‌شود. شرکت فیلیپ موریس با بودجه تبلیغ و ترویج خود که افزون بر ۹ میلیارد دلار بود، در ۱۹۹۲ به بزرگترین آگهی دهنده در چین تبدیل شد. نتیجه تهدیدهای دولت ریگان به اعمال تحریم، افزایش بسیار تبلیغ و

۱. روزنامه همشهری؛ شماره ۲۷۴۲؛ مورخه جمعه ۱۷ خرداد

ترویج سیگار کشیدن و به ویژه محصولات آمریکایی، در ژاپن، تایوان و کره جنوبی و نیز افزایش استفاده از مواد مهلک بود. برای مثال، در کره جنوبی وقتی بازار به زور به روی مواد مهلک آمریکایی باز شد، میزان سیگار کشیدن در ۱۹۸۸ سه برابر شد. دولت بوش این تهدیدها را در ۱۹۸۹ به تایلند گسترش داد؛ یعنی دقیقاً در همان لحظه‌ای که «مبارزه با مواد مخدر» به شکل چشم‌گیری اعلام شد. رسانه‌های آمریکایی آن قدر مهربان بودند که این هم‌زمانی را نادیده بگیرند و حتی محکومیت‌های آکنده از خشم دولت‌مرد بسیار محافظه‌کاری چون سی اورت کوپ، رئیس اداره بهداشت ایالات متحده نادیده گرفته شد. بنابر تخمین ریچارد پتو، متخصص بیماری‌های واگیر از دانشگاه آکسفورد، ۵۰ میلیون از افراد زیر ۲۰ سال در چین امروز، در نتیجه بیماری‌های مرتبط با کشیدن سیگار خواهند مُرد.^۱

سودآوری دود!

مصرف سیگار در کشورهای ثروتمند رو به کاهش است. با این حال سودآوری سیگارسازان جهان رو به افزایش بوده و این مهم بالاخص به واسطه هجوم سیگارسازان به کشورهای در حال توسعه اتفاق

۱. دولت‌های سرکش، حکومت‌زور در امور جهان؛ صص ۲۱۸ و ۲۱۹.

افتاده است.^۱

هم اکنون ۳۹ درصد مردان در کشورهای صنعتی سیگاری هستند، که نسبت به ۷۰ درصد چند دهه قبل، سقوط قابل توجهی را نشان می‌دهد. به همین ترتیب، در دهه ۱۹۹۰ تنها ۲۳ درصد زنان بالغ ساکن آمریکای شمالی سیگار می‌کشیدند، که نسبت به ۳۳ درصد دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، کاهش چشم‌گیری را نشان می‌دهد. در جهان سوّم، ۵۹ درصد مردان سیگار می‌کشند. درصد زنان سیگاری در جهان سوّم، در حال حاضر ۹ درصد است که البته به ضرب تبلیغات سبک آمریکایی پیوسته افزایش می‌یابد. این افزایش به شکل محسوسی سود شرکت‌های سیگار ساز را بالا برده است: سود خالص شرکت فیلیپ موریس از بازارهای بین‌المللی در ده سال اخیر، ۲۵۶ درصد رشد داشته، در حالی که در همین زمان رشد سودآوری این شرکت در بازار آمریکا ۱۶ درصد بوده است.^۲

سیاستِ دودی!

سود سرشار، شرکت‌های سیگار سازی آمریکایی را به غول‌های جهانی بدل کرده است. ردپای این شرکت‌ها

۱. روزنامه همشهری؛ شماره ۲۷۴۲؛ مورخه جمعه ۱۷ خرداد

۱۳۸۱؛ ص ۱۲.

۲. همان.

در بسیاری از حوادث سیاسی، رویدادهای ورزشی، مسایل فرهنگی و... جهان قابل مشاهده است. زمانی رواج و مصرف مک دونالد و کوکا نشانه‌های رواج فرهنگ غرب بود اما گویا سیگارهای غربی جایگزین این مواد خوراکی شده است.

در سال ۱۹۹۰ هنگامی که اتحاد جماهیر شوروی در حال فروپاشی بود، شرکت فیلیپ موریس ۲۰ میلیارد نخ سیگار مارلبورو با هواپیما به روسیه فرستاد. این سیگارها خیلی زود تمام شد. به طوری که سخنگوی وزارت امور خارجه شوروی سابق در این مورد طی مصاحبه‌ای اعلام کرد: «ما در حال بررسی برای گزینش نام جدیدی به جای اتحاد جماهیر شوروی هستیم. شرکت فیلیپ موریس میلیاردها نخ سیگار به کشور ما فرستاد و گویا برخی مردم پیشنهاد کرده‌اند نام جدید، کشور مارلبورو باشد!»^۱

فیلیپ موریس قاچاقچی!

اتحادیه اروپا پس از سال‌ها تحقیق و مطالعه سرانجام در نوامبر سال ۲۰۰۰ علیه کنسرسیوم رینولدز و شرکت فیلیپ موریس تولیدکننده سیگارهای مارلبورو

۱. روزنامه همشهری؛ سال پنجم، شماره ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸ آبان ۱۳۷۶ (۹ نوامبر ۱۹۹۷)؛ ص ۵ (بخشی از گزارش «جاده‌های توتون، کابوس سیگار به جای غذا»؛ گزارشگر: محمود اشرفی).

در آمریکا به اتهام مشارکت در اعمال تبهکارانه اعلام جرم کردند. اتهامی که متوجه این شرکت‌ها بود، مشارکت در قاچاق سیگار و به تبع آن جلوگیری از حصول درآمدهای مالیاتی در کشورهای عضو اتحادیه اروپا بود. این شرکت‌ها بخشی از محصولات خود را به شرکت‌های اقماری خود در اروپا می‌فروختند و این شرکت‌های اقماری سیگارها را به آمریکای مرکزی می‌فرستادند و از آنجا دوباره سیگارهای قاچاقی به اروپا منتقل می‌شد. این کار به منظور شانه خالی کردن از پرداخت مالیات صورت می‌گرفت.^۱

تنها در ارتباط با دستگیری یکی از قاچاقچیان بزرگ آلمانی، اعتقاد کارآگاهان بر این بود که خزانه آلمان حداقل شش میلیون مارک از درآمدهای مالیاتی خود را از دست داده‌است.^۲

سیگار صهیونی!

آژانس یهودی دیاسبورا که کارش رسیدگی به مسائل یهودیان جهان و جلب حمایت‌های مالی و نظامی برای خدمت به اهداف رژیم صهیونیستی است، اعلام کرد شرکت‌های بزرگ سیگارسازی بیش از هفت

۱. ر.ک: نشریه ترجمان اقتصادی؛ شماره ۴۷؛ صص ۳۲-۳۰ (به نقل

از نشریه اشپیگل مورخه ۲۶ مارس ۲۰۰۱).

۲. همان.

میلیارد دلار در سال جهت کمک به صهیونیسم و رژیم صهیونیستی اختصاص داده‌اند.^۱

دود صهیونیستی!

سیگار امروزه به‌عنوان یک فرآیند سیاسی نیز در خدمت دولت‌ها قرار گرفته‌است و به‌عنوان اشباع‌کننده بازارهای مصرف کشورها درآمد قابل توجهی را به جیب سیاستمداران و در خدمت اهداف نظامی آن‌ها قرار داده‌است.

یکی از شخصیت‌های سیاسی کشورمان در این زمینه گفت: ۴۰۰ میلیون نفر از مسلمانان دنیا با مصرف سیگارهای شرکت‌های تولیدکننده دخانیات برای رژیم صهیونیستی، روزانه ۹ میلیون و ۶۰۰ هزار دلار به این رژیم کمک می‌کنند.^۲

به آمار ذیل توجه کنید:

- جمعیت جهان: ۶/۵ میلیارد نفر
- جمعیت مسلمانان جهان: ۲ میلیارد نفر
- تعداد سیگاری‌های جهان: ۱/۱۵ میلیارد نفر
- تعداد سیگاری‌های مسلمان: ۴۰۰ میلیون نفر
- مبلغ خرید سیگار توسط مسلمانان:

۱. نشریه نداء المقاومة (وابسته به حزب الله لبنان)؛ شماره ۱؛ تیر ماه ۱۳۸۱؛ ص ۲۹.

۲. روزنامه ابرار؛ شماره ۳۸۸۴؛ مورخه یکشنبه ۸ اردیبهشت ۱۳۸۱.

۴۰۰ میلیون دلار در روز^۱

حال باید دانست که کمپانی صهیونیستی فیلیپ موریس، یکی از بزرگترین تولیدکنندگان سیگار در دنیا، تنها از فروش سیگار به مسلمانان هر روز هشتاد میلیون دلار سود می‌برد و ۱۲ درصد سود خود را به خزانه رژیم اسرائیل واریز می‌کند، یعنی مبلغ ۹ میلیون و ۶۰۰ هزار دلار روزانه!^۲ یعنی حدود ۷ میلیارد و ۶۸۰ میلیون تومان (اگر یک دلار را معادل ۸۰۰۰ ریال فرض کنیم) در هر روز!!

۱. البته بدون شک خرید و مصرف این حجم سیگار باعث بیماری‌ها و امراضی می‌شود که برای درمانشان باز باید مبالغ هنگفتی بابت پول دارو و تجهیزات پزشکی به جیب یهودی‌ها - که مالک مجموعه‌ای از بزرگترین کارخانه‌های داروسازی نیز هستند - سرازیر کرد!

۲. ر.ک: هفته‌نامه امید جوان؛ شماره ۲۷۱؛ مورخه ۱۳۸۱/۲/۸؛

دخانیات در ایران _____

ایران و ۱۲۰۰ میلیارد تومان خسارت سالانه!
در یک نگاه کمیّت‌نگر نسبت به ضررهای دخانیات
می‌توان گفت:

آسیب‌های مربوط به مصرف دخانیات هم سلامتی
و هم درآمد را شامل می‌شود و بسیاری از کشورها را از
منابع مورد نیاز برای توسعه محروم می‌سازد. مرگ
زودرس قابل پیشگیری میلیون‌ها نفر از افراد آموزش
دیده و مهارت‌یافته در سنین دارای حداکثر بازدهی،
یک ضایعه همگانی و فراتر از حدود ملی است.^۱
کشور ما ایران نیز به‌طور جدّی با این مشکل مواجه
است؛ به نحوی که هزینه مصرف سالانه دخانیات
حدود ۶۰۰۰ میلیارد ریال و با در نظر گرفتن عوارض
ثانوی، این میزان ۱۲۰۰۰ میلیارد ریال در سال برآورد
شده است. بنابراین بخش بزرگی از سعی و تلاش
همگان، از دست‌اندرکاران فرهنگی گرفته تا مجریان

۱. دستورالعمل‌های کنترل و پایش همه‌گیری دخانیات؛ ص ۱۱
(سخن ناشر).

برنامه‌های بهداشت و درمان کشور، باید صرف مبارزه با دخانیات شود.^۱

۱۲۰۰ میلیارد تومان پولی است که با آن می‌توان هر ساله سی‌هزار واحد مسکونی که هرکدام چهل میلیون تومان هزینه‌اش شده باشد، به رایگان در اختیار مردم نهاد.

سوزاندن سه میلیارد تومان هر روز!

دبیرکل جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات می‌گوید: «سالانه ۵۴ میلیارد نخ سیگار در کشور استعمال می‌شود که از این میزان دوازده میلیارد نخ در داخل تولید و ۴۲ میلیارد نخ از آن به‌صورت قاچاق وارد کشور می‌شود. اگر قیمت هر نخ از ۵۴ میلیارد نخ سیگار بیست تومان باشد سالانه ۱۰۸۰ میلیارد تومان و روزانه حدود سه میلیارد تومان در کشور دود می‌شود.»^۲

وجود ۶۰۰ هزار دانش‌آموز سیگاری در کشور

مسئول دفتر پیشگیری از مواد مخدر وزارت آموزش و پرورش می‌گوید: ۶۰۰ هزار دانش‌آموز در مدارس کشور سیگاری هستند. باید توجه داشت

۱. همان؛ صص ۱۱ و ۱۲ (سخن ناشر).

۲. روزنامه ابرار؛ شماره ۳۸۸۴؛ مورخه یکشنبه ۸ اردیبهشت ۱۳۸۱.

استعمال دخانیات پیش‌زمینه اعتیاد به موادّ مخدّر است و براساس تحقیقات انجام‌شده بیش از ۹۴ درصد از معتادین به موادّ مخدّر در ابتدا سیگاری بوده‌اند.^۱

ایران: مبارزه با دخانیات یا ترویج آن؟!

بعضی معتقدند برای حلّ یک مسئله با توجّه به مجموعه‌ای از قیود باید آن مسئله را حل کرد. البتّه التفات به قیود لازم است، ولی گاه نیز می‌شود که توجّه بیش از اندازه به این قیود، عین بی‌تدبیری است! بعضی قیود هستند که اصلاً حضور دارند و خود را به راه‌حل‌های متین و معقول تحمیل می‌کنند تا مشکلات به صورت لاینحل باقی بمانند.

ما در کشورمان می‌خواهیم کسی سیگار مصرف نکند، ولی به طور همزمان، «شرکت دخانیات» را هم داریم! از این گذشته از وضع و اجرای قوانین هم به شکلی محکم و جدّی خودداری می‌ورزیم.

درآمدی سرشار، امّا به چه قیمت؟!

آشنایان به امور تجارتِ دود، در سال ۱۳۸۲ می‌گفتند: «به ازای هر یک میلیارد نخ واردات رسمی سیگار، چهار میلیارد تومان درآمد از محلّ عوارض و

۱. روزنامهٔ انتخاب؛ سه‌شنبه ۲۳ مهر ۱۳۸۱؛ شمارهٔ ۱۰۰۳؛ ص ۴ (با تلخیص).

سود بازرگانی عاید دولت می‌شود که در این صورت با جلوگیری از قاچاق ۳۵ میلیارد نخ سیگار از طریق واردات رسمی، می‌توان در حدود ۱۴۰ میلیارد تومان درآمد مستقیم برای دولت فراهم کرد^۱، که لابد با توجه به نرخ تورم این مبلغ به صورت چشمگیری افزایش نیز پیدا کرده است.

بسیار خوب! با هدف قرار دادن «درآمد بیش‌تر برای دولت» آیا عیناً این موضوع را دربارهٔ مشروبات الکلی نمی‌توان طرح کرد؟!

در باور درست اعتقادی و اخلاقی ما، مصرف مشروبات الکلی از گناهان کبیره محسوب می‌شود و مشروب‌خوار، معصیت‌کار و جهنمی است.

نگارنده می‌داند حساسیتی که در جامعه و نیز بین دولتمردانمان نسبت به «مُسکرات» وجود دارد، بسی بیش از «دخانیات» است و اتفاقاً جان سخن هم‌همین جاست. هدف از طرح پرسش فوق، «کاستن» از حساسیت نسبت به آشامیدن مسکرات - به‌عنوان گناهی بزرگ - نیست، مقصود «افزودن» بر حساسیت موجود نسبت به دخانیات است.

عرض نگارنده این است که ما حساسیت خود را، نسبت به معقول و مشروع بودن روش‌های کسب درآمد برای دولت، باید حفظ کنیم و به بهانهٔ این که اگر

۱. نشریهٔ اقتصاد ایران؛ مرداد ۱۳۸۲؛ ص ۳۱.

ما تبریم، قاچاقچیان خواهند بُرد و امثال این دلایل واهی از پیمودن یک مسیر حق و درست منصرف نشویم.

یک رپرتاژ آگهی و چند نوع آگاهی!

می‌خواهیم به تأملی پیرامون گزارش مربوط به یکی از فعالیت‌های شرکت دخانیات، که به نقل از خودِ شرکت دخانیات و به گونه «رپرتاژ آگهی»، به چاپ رسیده است، بنشینیم. فرازهایی از خلاصه‌شده گزارش مذکور چنین است:

مدیر عامل شرکت دخانیات ایران در آیین بهره‌برداری از کارخانه فرآوری توتون در ساری طی سخنانی اجرای این پروژه را یکی از نمونه‌های بارزی دانست که با سرعت، دقت و کیفیت خوب انجام شد. وی با اشاره به تحولاتی که در شرکت دخانیات ایران در طی سه سال اخیر شروع شده گفت: برای ارتقاء سطح کیفی محصولات ناچار بودیم با دنیا ارتباط برقرار کنیم. پیش از انجام اصلاحات در شرکت ۷۵ درصد بازار سیگار در اختیار قاچاقچیان بود که ارزش آن ۷۰۰ میلیون دلار و ۳۷ میلیارد نخ سیگار بود. گام اول کار ما تسهیل امر واردات سیگار بود که آن را عملی کردیم. گام دوم برنامه استفاده از مزیت‌ها و ظرفیت‌های داخل بود به گونه‌ای که اگر وارداتی انجام می‌شود، سبب از دست دادن ظرفیت‌های داخل نشود. بر این اساس با شرکت‌های خارجی توافق کردیم که در

داخل کشور تولید سیگار داشته باشیم و برای این منظور تکنولوژی را وارد کشور کردند و نسبت به آموزش کارکنان ما اقدام نمودند.

مدیر عامل شرکت دخانیات ایران گام سوم برنامه اصلاحات را اصلاح کشت و ساماندهی حوزه کشاورزی اعلام کرد و گفت: به این منظور اکنون در پنج استان کشور کارشناسان خارجی در حال بررسی و مطالعه تغییر فرآیند کاشت، داشت و برداشت در مزرعه‌های آزمایشی هستند.

وی صادرات را گام مؤثری برای استفاده از ظرفیت‌ها و ایجاد اشتغال دانست و تصریح کرد: برای انجام صادرات قراردادهایی را با چند کشور خارجی منعقد کردیم و امیدواریم در اواخر سال آینده شعاع صدور کالا را افزایش دهیم.

او به دستاوردهای برنامه اصلاحی شرکت در سال‌های اخیر اشاره کرد و گفت: واردات رسمی سیگار در سال هشتاد، ۵۰۰ میلیون نخ سیگار بود.

وی افزود: سهم قاچاق از بازار سیگار ۷۵ درصد بود و متأسفانه بدترین نوع سیگار که در منطقه قابل فروش نبود وارد کشور می‌شد. در حالی که قاچاق سیگار اکنون به کم‌تر از ۸ میلیارد نخ رسیده است.

مدیر عامل شرکت دخانیات ایران گفت: درآمد دولت در سال ۱۳۸۰ از محل واردات ۳ میلیارد تومان بوده ولی اکنون سالانه ۱۰۰ میلیارد تومان است.

صادرات توتون در سال ۱۳۸۰ حدود یک هزار تن بود ولی خوشبختانه امسال ۱۰ هزار تن افزایش پیدا کرده است.

میزان تولید سیگار در داخل در طی سال‌های اخیر ۱۲ هزار تن (۱۱ تا ۱۲ میلیارد نخ) بود که این تعداد در سال جاری به ۲۲ میلیارد نخ رسید.

پیش‌بینی می‌شود در سال آینده مقدار تولید سیگار در داخل کشور به ۳۰ میلیارد نخ برسد.

۱۰ میلیون نفر از جمعیت کشور عادت به مصرف سیگار دارند و دولت باید برای این تعداد از جمعیت کشور برنامه داشته باشد.

مدیر عامل شرکت دخانیات ایران گفت: آن چه در گذشته بود واردات ۳۷ میلیارد نخ سیگار بدون هیچ گونه کنترلی بود. ولی ما الآن با آزمایشگاه‌هایی که داریم سیگارهایی را وارد می‌کنیم که کم‌ترین ضرر و زیان را داشته باشد.^۱

حال، خود شما خواننده گرامی می‌توانید به تحلیل آن چه خواندید، بپردازید. ما با یک شناخت نادرست از موضوع، مبتنی بر پذیرش و تحمل اصل لازم بودن برقراری استعمال دخانیات مواجه هستیم و بر همین مبنای با دست خودمان حجم بالایی سیگار وارد کشور

۱. روزنامه جام‌جم؛ سال پنجم، شماره ۱۳۹۵؛ پنج‌شنبه ۲۷ اسفند ۱۳۸۳؛ صفحه ۱۲ (گزارشگر: ام‌کلثوم اسدی).

کرده‌ایم و از ترس آن‌که مبادا قاچاقچیان سیگار
نامرغوب به خورد جوانانمان بدهند، خودمان سم
مرغوب تهیّه و به صورت کاملاً قانونی و با کمیّت بسیار
بالا در اختیارشان نهاده‌ایم!

و ایضاً از ترس همان قاچاقچیانِ یادشده در بالا!
انواع و اقسام مستشارانِ دودشناس را به کشور وارد و
فعال نموده‌ایم! و همچنین قراردادهای هنگفت با
خارجیان بسته‌ایم و غیره!

و صد البته درآمد فراوانی نیز برای دولت فراهم
ساخته‌ایم! آیا ما در روزهای آغازین انقلاب اسلامی
نیز چنین قراری با خود داشتیم؟!

یک پیشنهاد و چند پرسش بنیادین

پیشنهاد مشخص نگارنده، تأملی جدی در
داشته‌های فکری و شناختی است که تصمیم‌گیرندگان
ملّی در باب دخانیات خود را به آن مقید کرده‌اند و این
قید و بند به گونه‌ای است که به نظر می‌رسد، امکان
هرگونه نوآوری را از ایشان سلب کرده است. به عنوان
مثال آیا کسی اساساً به پرسش‌های بنیادین ذیل، به
شکلی عمیق و دقیق اندیشیده‌است؟

۱. آیا پیش رفتن به سوی تعطیل ساختن شرکت
دخانیات کشور (ضمن تأمین و چاره‌اندیشی مناسب و
سزاوار مالی و شغلی نسبت به تمام کسانی که معاششان
به هر نحو به دخانیات گره خورده‌است) می‌تواند بخشی

از راه حلی باشد که به صورتی اساسی ریشه این فساد بزرگ را بخشکاند؟ آیا این وجود شرکت دخانیات نیست که عملاً مانع برخورد همه جانبه با پدیده شیطنانی قاچاق سیگار به داخل کشور است؟ آیا اگر هیچ گونه سیگاری - حتی با مجوز - وارد نشود و هیچ نوع سیگاری نیز در داخل تولید نگردد؛ در این صورت با استعمال دخانیات نمی توان راحت تر مواجه شد؟ (چرا که در این صورت هر نخ سیگاری که در دست هر کس، در هر کجای کشور که دیده شود مشخص می شود که ممنوع و غیرقانونی است.)

۲. آیا ممنوعیت کامل استعمال دخانیات و برخورد جدی قانونی و اخلاقی با تمامی قاچاقچیان و توزیع کنندگان و خریداران و مصرف کنندگان دخانیات، می تواند بخشی دیگر از آن راه حل اساسی مورد نظر باشد؟

۳. آیا فرهنگ سازی نسبت به عوارض سوء مصرف دخانیات، که امری لازم و مهم و ضروری و رکن رکن در ساماندهی این گونه جا به جایی های اجتماعی است، بدون پرداختن جدی به دو بخش فوق الذکر شدنی است؟!

این جانب مشکلات و دشواری های اجرایی گوناگونی را که برای رسیدن به پاسخ این پرسش ها باید صرف کرد می شناسم و البته از نیروی عزم و اراده موجود در قشر جوان کشور و میل و اشتیاق فراوان ایشان به

حق جویی و حق پویی نیز آگاهم. راه همین است که عرض شد («شناختن و شناساندن اصلِ معضل، بی‌اثرپذیری از هیچ خدعه و نیرنگی»؛ «تصمیم محکم برای اجرای تشخیص درست» و «اجرای متین و مدبرانه تصمیمات اتخاذشده»). حال اگر این راه را به بهانه ناتوانی مدیریتی^۱، نمی‌خواهیم بپیماییم، حرف دیگری است!

کلام آخر این که جوانان ما خود صاحب تشخیصند و اهل تصمیم؛ و ان شاء الله اجازه نخواهند داد دیگران به جای ایشان آنچه را نباید - چه در زمینه دخانیات، چه در مورد مواد مخدر و چه در زمینه‌های دیگر - به انجام برسانند.

۱. ما در کشور، با وجود تعدد مدیران توانا و متعهدمان، «مدیرانی ناتوان» هم داریم - که متأسفانه تعدادشان اندک هم نیست - اما به هیچ رو «ناتوانی مدیریتی» نداریم. مدیران توانا و توانایی‌های مدیریتی در این آب و خاک ریشه در فرهنگ اصیل اسلامی و ایرانی‌مان دارند. ما اگر خود بخواهیم، «می‌توانیم»، ان شاء الله.

_____ من سیگار نمی‌کشم چون ...

۱. خودم را دوست دارم:

- از بوی سیگار خوشم نمی‌آید.

- می‌دانم سیگار کشیدن شبیه گناه کردن و اراده بر ترک سیگار مثل توبه است. بسیار خوب! چون گناه نکردن از توبه آسان‌تر است، من از همان ابتدا سیگار نمی‌کشم و در برابر وسوسه کشیدن حتی یک دانه سیگار هم مقاومت می‌کنم.

- نمی‌خواهم دری برای ورود به انواع بزهکاری‌های اجتماعی و اعتیاد به مواد مخدر به روی خود بگشایم.

- به دردناکی اعتیاد به دخانیات باور دارم.

- سیگار را راه حل رفع عصبانیت و اضطراب نمی‌دانم.

- آن قدر اعتماد به نفس دارم که بدانم، سیگار، اعتماد به نفس نمی‌آورد.

- دلیلی ندارد خود را به عادت دچار کنم که زشت است.

- نمی‌خواهم پولم را دور بریزم.

- نمی‌خواهم حدود دو برابر پولی را که صرف

کشیدن سیگار می‌کنم، صرف درمان بیماری‌هایی کنم که از رهگذر کشیدن سیگار، جسمم به آن‌ها دچار می‌شود. «سیگار عامل اصلی و یا کمکی در پیدایش بیش از ۵۰ نوع بیماری و ۲۰ نوع سرطان می‌باشد.»^۱
 - نمی‌خواهم جزو یکی از آن ۵۰۰۰۰ نفری باشم که سالانه به سبب مصرف دخانیات در کشورمان می‌میرند.^۲

- شروع نکردن به کشیدن سیگار از ترک آن راحت‌تر است.

- از فرو بلعیدن ۴۰۰۰ نوع ماده شیمیایی که در سیگار وجود دارد و ۲۰۰ نوع آن سمی است، خشنودی‌ای ندارم. از خوردن «د.د.ت.»، «آمونیاک»، «بنزن» و «منواکسیدکربن» خوشم نمی‌آید.^۳

۲. دوستان، بستگان و اطرافیانم را دوست دارم:

- نمی‌خواهم حق اطرافیانم را با فرستادن دود به درون ریه‌هایشان ضایع کنم.

- دوست دارم دیگران را به خوبی‌ها دعوت کنم. نمی‌خواهم وقتی دیگران سیگار کشیدن مرا می‌بینند، آن‌ها هم تشویق به سیگار کشیدن بشوند.

۱. به نقل از «جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران».

۲. همان.

۳. زندگی بدون سیگار؛ صص ۳۶ و ۳۷.

- آخر دیگران چه گناهی کرده‌اند که باید مرا بدبو و با دندان‌های زرد شده از دود سیگار ببینند!

۳. وطنم را دوست دارم؛

- سیگار کشیدن را - چه توتونش وطنی باشد و چه نباشد - نهایتاً کمک به تأمین سود کمپانی‌های آمریکایی می‌دانم.

کمپانی‌های آمریکایی سالیانه بالغ بر شش هزار میلیارد (۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰) نخ سیگار تولید می‌کنند که نزدیک به ۳٪ آن در آمریکا مصرف می‌شود و مابقی آن به خورد مردم سایر کشورها به‌ویژه کشورهای فقیر و در حال توسعه می‌رود. از این رهگذر سالانه بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار (معادل ۲۰ سال فروش نفت ایران) سود شرکت‌های آمریکایی است.^۱

من چرا باید آب به آسیاب دشمن بریزم؟!

۴. خدایم را دوست دارم؛^۲

آیا خدایم دوست دارد که:

- خود را، به عنوان با شرافت‌ترین مخلوقاتش،

۱. به نقل از «جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران»

۲. همه آن‌چه در بالا تقدیم گردید هم، در واقع جزو همین بند است. برای خدا کار کردن و در مسیر دوستی با حضرتش کوشیدن، اصل هر کاری و هر ابراز محبتی است؛ اگر بدانیم!

- دوستان و بستگانم را، به عنوان جمعی از آفریدگان
دوست داشتنی‌اش،
- وطنم را، به عنوان محلّ برپایی و استقرار دینش،
به شیطان
- که نه سلامت مرا می‌خواهد،
- نه ارتباطِ گرمم را با کسانم دوست دارد،
- و نه اعتلای آب و خاکم را؛
بفروشم؟!

کتب

۱. آخرین اطلاعات جهان پزشکی؛ ایسادور روزنفلد؛ ترجمه واحد رسانه‌های خارجی روزنامه همشهری؛ انتشارات همشهری؛ تهران: ۱۳۷۵.
۲. آزادی مجسمه؛ محمدعلی اسلامی ندوشن؛ شرکت انتشارات یزدان؛ تهران: ۱۳۷۳.
۳. از میکه تا ماتمکده اعتیاد: بررسی ابعاد فقهی-اجتماعی اعتیاد؛ محمد برفی؛ دفتر نشر فرهنگ اسلامی؛ تهران: ۱۳۷۸.
۴. انحصار رسانه‌ها؛ بن اچ. بگدیکیان؛ ترجمه داوود حیدری؛ مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)؛ تهران: تابستان ۱۳۷۴.
۵. پژوهشنامه‌ای درباره بحران جهانی مواد مخدر و...؛ سید حسن اسعدی؛ مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی؛ تهران: پاییز ۱۳۷۲.
۶. تاریخ مختصر علم شیمی؛ محمد رضا ملاردی و سید رضا آقاپور مقدم؛ انتشارات مدرسه؛ تهران: زمستان ۱۳۶۹.

۷. دستورالعمل‌های کنترل و پایش همه‌گیری دخانیات (= برنامه ملی اقدام برای کنترل فراگیر دخانیات)؛ تهیّه و تدوین سازمان جهانی بهداشت؛ ترجمه محمد خواجه‌دلوثی و مرضیه مولوی نجومی؛ مرکز نشر صدا؛ تهران: ۱۳۸۰.

۸. دولت‌های سرکش، حکومت زور در امور جهان؛ نوام چامسکی؛ مهرداد وحدتی دانشمند؛ سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ تهران: ۱۳۸۰.

۹. رویارویی با واقعیت‌هایی به نام: الکل، دخانیات و مواد مخدر؛ جی. کی. راش؛ ترجمه محمدتقی علوم‌ی یزدی و ویدا طیبات؛ مؤسسه انتشارات یزد؛ یزد و تهران: ۱۳۸۰.

۱۰. زرسالاران یهودی و پارسی، استعمار بریتانیا و ایران؛ عبدالله شهبازی؛ مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی؛ تهران: ۱۳۷۷.

۱۱. زندگی بدون سیگار، ویکتور جی. استرچر و باربارا رایمر؛ ترجمه ا. کیهان‌نیا؛ نشر یاسمن؛ تهران: ۱۳۷۵.

۱۲. سردار خیبر؛ بازنویس متن: مهدی فراهانی؛ ناشر: «معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» با همکاری «کمیته انتشارات کنگره بزرگداشت سرداران شهید استان تهران»؛ تهران: ۱۳۷۶.

۱۳. سرمایه‌داری و حیات مادی ۱۸۰۰-۱۴۰۰؛ فرنان

- برودل؛ بهزاد باشی؛ نشر نی؛ تهران: ۱۳۷۲.
۱۴. سیاست و انتخابات در ایالات متّحده آمریکا؛ سیّد محمد طباطبایی؛ انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی؛ تهران: بهار ۱۳۸۱.
۱۵. سیگار و تندرستی؛ احمد صبور اردوبادی؛ انتشارات هُدی؛ تهران: ۱۳۶۶.
۱۶. عصر اقیانوس آرام؛ جیمز وینکلر؛ یونس شکرخواه؛ انتشارات کیهان؛ تهران: تابستان ۱۳۶۵.
۱۷. فرهنگ فارسی، ج ۱؛ محمد معین؛ مؤسسه انتشارات امیرکبیر؛ تهران: ۱۳۶۴.
۱۸. گفتارهای معنوی؛ مرتضی مطهری؛ انتشارات صدرا؛ تهران: زمستان ۱۳۶۶.
۱۹. لغت‌نامه دهخدا، جلد پنجم؛ علی اکبر دهخدا؛ مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران: ۱۳۷۷.

نشریات

۲۰. روزنامه ابرار؛ شماره ۳۸۸۴؛ مورخه یکشنبه ۸ اردیبهشت ۱۳۸۱.
۲۱. روزنامه اخبار؛ شماره ۳۰۳؛ مورخه پنجشنبه ۴ مرداد ۱۳۷۵ (۲۵ جولای ۱۹۹۶).
۲۲. روزنامه انتخاب؛ شماره ۱۰۰۳؛ سه‌شنبه ۲۳ مهر ۱۳۸۱.
۲۳. روزنامه جام‌جم؛ شماره ۵۱۵، مورخه ۸۰/۱۱/۱۸؛ ضمیمه هفتگی جام‌جم: تعطیلات (شماره ۴۰).

۲۴. روزنامه جام جم؛ شماره ۱۳۹۵؛ پنجشنبه ۲۷ اسفند ۱۳۸۳.
۲۵. روزنامه جمهوری اسلامی؛ یکشنبه ۵ تیر ۱۳۸۴؛ سال ۲۷، شماره ۷۵۱۵.
۲۶. روزنامه همشهری؛ شماره ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸ آبان ۱۳۷۶ (۹ نوامبر ۱۹۹۷).
۲۷. روزنامه همشهری؛ سال پنجم شماره ۱۴۰۳؛ مورخه یکشنبه ۱۸ آبان ۱۳۷۶ (۹ نوامبر ۱۹۹۷).
۲۸. روزنامه همشهری؛ شماره ۲۷۴۲، مورخه جمعه ۱۷ خرداد ۱۳۸۱.
۲۹. ماهنامه اصلاح و تربیت؛ سال پنجم، شماره ۵۷.
۳۰. ماهنامه سُنبله؛ سال دهم، شماره ۸۷؛ تیر ۱۳۷۶.
۳۱. ماهنامه صنعت حمل و نقل؛ سال ۱۶، شماره ۱۶۲؛ مرداد ۱۳۷۶.
۳۲. مجله هفتگی سینما؛ سال پنجم، شماره ۲۴۲؛ چهارشنبه ۱۹ دی ۱۳۷۵.
۳۳. نشریه اقتصاد ایران؛ مرداد ۱۳۸۲.
۳۴. نشریه ترجمان اقتصادی، شماره ۴۷.
۳۵. نشریه نداء المقاومة (وابسته به حزب الله لبنان)؛ شماره ۱؛ تیر ماه ۱۳۸۱.
۳۶. هفته نامه امید جوان؛ شماره ۲۷۱، مورخه ۱۳۸۱/۲/۸.

منادی-۲



موسسه فرهنگی
دانش و اندیشه معاصر

مرکز توزیع و فروش:

۸۸۵۰۳۳۴۱-۸۸۷۳۰۴۴۶

ISBN:964-375-069-5



9 789643 750695