

## Füstjelek

Tüdő a dobozon: hazánkban töretlen a cigarettakultusz  
2003. augusztus 16. (21. oldal)

### **Balavány György**

**Beteg ország vagyunk, s halálozásunk okai közt a füstös szenvedély vezet: tényszerű statisztikák szerint negyedóránként egy embert veszítünk dohányzás okozta betegség következtében. Naponta százat. Ha ez igaz, a dohánylobbi hűvös definíció szerint is közvetett tömeggyilkossághoz járul hozzá. Nem mindegy tehát, hogyan viszonyul hozzá a politika. Hatalmában áll, hogy gátat vessen neki, vagy éppen pártolhatja, mint a liberális gazdasági szemléletre felesküdtött jelenlegi kormány.**



Dohányzó anya  
gyermekét szoptatja.  
Kinek érdeke a körforgás?  
Fotó: **REUTERS**

*A dohányárak adóemelése, a köztéri dohányzással és a dohányreklámokkal kapcsolatos szigorú tiltó és korlátozó intézkedések hatására 1995-ben világszerte mintegy huszonhárommillió ember szokott le a dohányzásról.*  
(ENSZ-adat)

*Nem hiszem, hogy tiltással el lehetne érni bármit is.*  
(Csehák Judit)

Az Egészségügyi Világszervezet (World Health Organization, WHO) az idén elkötelezte tagállamait a dohánytermékek hirdetésének, terjesztésének és árusításának szigorú korlátozása mellett. A csomagoláson ezentúl egyharmadnyi felület jut a veszélyekre való figyelmeztetésnek. Várhatóan rákos tüdőket ábrázoló fotókat is láthatunk majd a cigarettásdobozokon – Kanadában ez már most kötelező. A juharlevél országában a felmérések során a dohányzást csökkentők vagy abbahagyók fele azt mondta, e képek hatására döntött így.

A korlátozó egyezmény megszületéséért a világszervezet négy évig harcolt a dohánylobbi ellen. A tagországok közül az Amerikai Egyesült Államok és Németország állt ellen legkeményebben – ezekben az országokban a legmagasabb a cigarettaárusítás adóbevétele –, ám végül úgy döntöttek: kisebb presztízsveszteség, ha beadják a derekukat.

A WHO döntésének és a globális dohányzásellenes kampánynak a hátterében az áll, hogy mostanra minden államnak szembe kell néznie a dohányzás okozta károk elrettentő adataival. Napjainkban a halállal végződő betegségek tíz-tizenhárom százaléka e szenvedély miatt alakul ki, s ez – az ENSZ adatai szerint – évente csaknem ötmillió ember halálát jelenti. Ha nem történik drámai változás, a következő húsz évben ez a szám vélhetően duplájára emelkedik. Leginkább a fejlődő országok lakói vannak veszélyben az alacsony színvonalú felvilágosítás és orvosi ellátás miatt.

Magyarországon, ahol szinte töretlenül folytatódik a sötét évtizedek cigarettakultusza, minden ötödik haláleset a dohányzásra vezethető vissza. A kilencvenes évek végén a szájüreg-, illetve tüdőrák okozta halandóságban világelső voltunk – e betegségek leggyakrabban a krónikus dohányzóknál alakulnak ki. A Központi Statisztikai Hivatal szerint nyolcszáz ezer magyar halt

meg dohányzás miatt az elmúlt harminc évben. A férfi dohányosoknál a szájüregrák aránya négyszeresére nőtt az utóbbi évtizedekben, a tüdőrák miatti halandóság viszont a nőknél mutatott háromszoros emelkedést. Ha ez így megy tovább, egy évtizeden belül több nő fog meghalni dohányzás miatt, mint emlőrákban, pedig annak aránya szintén riasztóan magas.

Nemcsak a WHO-egyezmény, de az európai miniszterelnökök tavaly decemberi találkozásán született megállapodás is a dohányzás visszaszorításának szándékát tükrözi. Ennek némiképp elébe ment a gazdasági reklámtörvény 2001-es (Fidesz-kormányzat alatti) módosítása, amely az újságok oldalairól és a közterekről a cigarettát forgalmazó bolthelyiségekbe számúzi a dohányreklámokat. A rendelet körüli vitában az egyik lehangosabb ellenző az SZDSZ-es Bauer Tamás volt. Csehák Judit jelenlegi egészségügyi miniszter viszont egy internetes interjúban kifejtette: a dohánylobbik elleni harcban órá lehet számítani.

„Tisztában vagyok azzal, hogy miután a dohánylobbi kiszorult Amerikából, jelentős összeget költ arra, hogy Kelet-Európa politikusait megvásárolja, és befolyásolja a fogyasztót” – mondta, ám rögtön hozzátette, hogy nem hisz a tiltások eredményességében.

Az Országos Dohányfüstmentes Egyesület (ODE), illetve más környezet- és egészségvédő szervezetek szerint viszont a gazdasági tárca, illetve a felügyelete alá tartozó Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség – amelynek feladata lenne a jogszabály érvényesítése – akadályozza a törvény végrehajtását, így folyamatos törvénysértést követ el. A civilek már több közös levélben szólították fel Csillag István gazdasági minisztert, hogy vegye figyelembe a hatályos jogszabályokat. A főfelügyelőség ugyanis az eljárások során az Önszabályozó Reklámtestület és a Magyar Dohányipari Szövetség állásfoglalását tekinti mérvadónak, amely szerint nemcsak a bolthelyiségben, de a kirakatban és a bolt előtti területen is lehet dohánytermékeket reklámozni – tehát a törvény szövegével ellentétben az utcán. Ezt az állítást a Gazdasági Minisztériumban cáfolják. A minisztérium fogyasztóvédelmi és belkereskedelmi főosztálya 2002. novemberi megbeszélésén azonban – az ODE és más civil szervezetek képviselői előtt – Boldizs József főosztályvezető bemutatta a cím és aláírás nélküli jogértelmezést, majd a következő kijelentéssel zárta le a vitát: „Engem Réthy Imre államtitkár utasított, hogy a dohányipar és a reklámszervezetek által korábban kidolgozott állásfoglalást kell alkalmazni a továbbiakban. Nincs más választásom. Vagy veszem a kalapomat, és elmegyek, vagy végrehajtom az utasítást.” Az említett szervezetek kényszerítés büncselekménye miatt feljelentették az államtitkárt a Fővárosi Főügyészségen. Később, a nyomozást megszüntető határozat kézhezvétele után panasszal éltek, mert úgy vélik, sem a fővárosi, sem a kerületi ügyészség nem folytatott le megfelelő bizonyítási eljárást. Szécsi László, az ODE tanácsadó testületének tagja szerint a nyomozó hatóság csupán annyit tett, hogy megkérdezte Boldizs Józsefet, kényszerítette-e őt bármire az államtitkár, mire Boldizs azt felelte: nem. Szécsi László szerint ez a természetes válasz egy megfélemlített embertől. Azokat, akik jelen voltak, amikor Boldizs a fenti kijelentést tette, nem hallgatták meg tanúként. Boldizs József elszólása után elvesztette főosztály-vezetői beosztását. Réthy Imre államtitkárt nem tudtuk elérni.

Szécsi László tájékoztatása szerint egy konkrét perben a Fővárosi Bíróság az egészségpártiaknak adott igazat, s bírságot szabott ki eladóhelyen kívüli dohányreklám miatt. Ez a döntés precedensértékű lehet, mivel jogértelmezési vita végére tesz pontot. A testületi tanácsadó felháborodottan közölte, hogy a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség keresettel élt a Legfelsőbb Bíróságon, hogy változtassák meg az ítéletet.

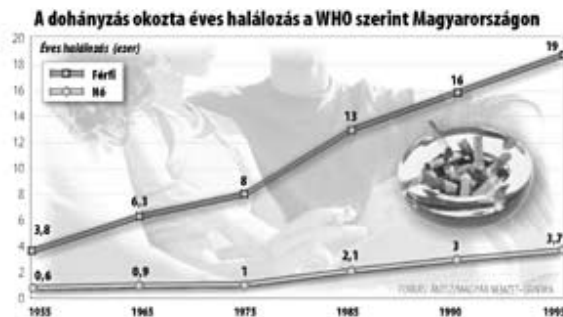
A Gazdasági Minisztérium közlése szerint viszont az illető ügyben a fogyasztóvédelem nem, csak egy dohánygyártó cég élt felülvizsgálati kérelemmel. A minisztérium illetékes levélben biztosította a civil szervezetet, hogy „mindezek ellenére a GKM – önökkel együtt – azt a határozott álláspontot vallja, hogy a fogyasztóvédelemnek a már többször hivatkozott jogerős

ítélet szellemében kell eljárnia. Meggyőződésem, hogy ennek a követelménynek a fogyasztóvédelmi hatóság eleget tesz.”

Szécsi viszont változatlanul állítja ennek ellenkezőjét: a fogyasztóvédelem fellebbezett a dohánylobbi érdekében (keresete a Legfelsőbb Bíróságon a KfV. III. 37. 423/2003 iktatási számot kapta).

Ha e vitában a dohánygyáraké és -kereskedőké lesz az utolsó szó, akkor akár minden élelmiszerüzlet portálján és az elhelyezett kitémasztós táblán megjelenhet a cigarettahirdetés, és a köztéri reklámot tiltó törvény értelmét veszti. A Magyar Köztársaság alkotmányával egyébként ellentétes a különböző érdekcsoportok állásfoglalásainak, jogértelmezéseinek alapján való irányítás. A dohányreklámok utcai elhelyezését pillanatnyilag két törvény, két jogerős bírósági ítélet és egy alkotmánybírósági, valamint egy ombudsmani határozat tiltja.

Az Európai Unióban a dohányzás elleni küzdelem fontos eszköze a dohánytermékek jövedéki adójának emelése. Bár ettől is sokan félnek, a nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy ahol emelték a dohányadót, ott visszaesett a dohányzás. Tízszázalékos cigarettáár-emelés hatására a gazdagabb országokban is legalább négy százalékkal esik vissza az összes dohányfogyasztás, a közepes és alacsony jövedelmű országokban pedig legalább nyolccal. A magas ár visszatartja a leszokottakat az újrakezdéstől. Az EU minden tagországra kötelező előírása szerint a cigaretta adójának legalább ötvenhét százalékosnak kell lennie, azonban Hollandiában például 62,7 százalék, Franciaországban 59,3 százalék. Magyarországon a dohányárak fogyasztási adója átlagosan az ár negyvenöt százalékát teszi ki. A kormány mostani terve, hogy tizenhét százalékkal emeli egyes cigarettafajták adóját, a civil aktivisták szerint üdvözlendő – ám még mindig nem közelít az európai átlaghoz, és a célja, főleg az eddigi stratégia ismeretében, meglehetősen ködös.



Kovács László külügyminiszter az EU-csatlakozási tárgyalások során e stratégiai jelentőségű lépéssel kapcsolatban ugyanis azt kérte, hogy hazánkban ne kelljen adóemelést bevezetni. Ezt itthon azzal indokolta, hogy Szlovákia is megkapta – 2008-ig – a haladékot, s ha e határidő előtt jelentősen emelkedik a dohánytermékek ára, az cigarettacsempészethez vezet. Szécsi László arra hívja fel a figyelmet, hogy a csempészettel való riogatás érvét – amelyet egyébként a Világbank, a WHO, valamint a kanadai és egyéb kormányok által készített szakértői vizsgálatok már régen megcáfoltak – eddig csak a dohánygyáraktól lehetett hallani. Vajon ki súgott Kovácsnak és miért? Bencze József, a VPOP főigazgatója egy interjúban ezzel kapcsolatban elmondta: „... nem látok reális veszélyt arra, hogy az ötmillió szlovák piacon dolgozó dohánygyárak elárasszák a tízmillió magyar piacot... a csempészárú kiskereskedelmi forgalomba nem kerülhetne, a kis piacokon pult alól pedig képtelenség lenne milliárdszálas tételben illegális cigarettát értékesíteni.”

A közgazdászok általában egyetértenek abban, hogy egy piacgazdaságban a fogyasztónak kell

eldöntenie, mire költse pénzét. Lukács András, a Levegő-munkacsoport elnöke szerint azonban ennek két alapfeltétele van. Először is a fogyasztónak ismernie kell döntése összes előnyét és hátrányát, mert ezek alapján hozhat ésszerű döntést. Másodszor: neki kell fizetnie az összes költséget, amelyet választásával előidéz. A dohányzás esetén azonban egyik feltétel sem teljesül. A világ országaiban az egészségügyi kiadások hat-tizenöt százaléka a dohányzás számlájára írható, amit csak részben fedez az adó; a dohánytermékek egészségkárosító és egyéb ártalmas hatásának költségei többszörösét teszik ki a dohányiparból származó állami bevételeknek. A WHO által 2001-ben vizsgált országokban a dohányzás utáni összes bevétel százkétfélmilliárd dollár volt, míg a keletkezett kár hétszázmilliárd dollárra becsülhető. Magyarországon kilenc évvel ezelőtt majdnem háromszáznyolcvanmilliárd forint veszteséggel kellett számolni a dohányzás miatt. Ugyanakkor az említett évben a dohánytermékek fogyasztási adójából származó állami bevétel mindössze negyvennégy milliárd forint volt.

Talán morbidnak tűnik, de a dohányzás gazdasági hátrányai közé kell sorolni a korai halálozás miatti munkaerő-kiesést is. Az Egészségügyi Minisztérium adatai szerint például 1994-ben a férfiak életéből száztizenhétézer, a női népességtől tizenkétezer „munkaévet” vett el a dohányzás miatti halál.

Bár a cigarettareklámok betiltása rengeteg tiltakozást és félelmet vált ki, az eddigi tapasztalatok szerint ez az egyik leghatékonyabb eszköz a dohányzás visszaszorítására. Tény, hogy a magasabb jövedelmű országokban a szigorú tiltás mintegy hét százalékkal csökkentette a dohányzást – a részleges tilalomnak ugyanakkor alig van eredménye. Svájcban a tiltás mellett dohányzásellenes kampányt indítottak, aminek következtében tizenegy százalékkal csökkent a cigarettafogyasztás. Hasonló volt az eredmény Finnországban, Törökországban és több más országban is.

A dohánygyáraknak létérdekük, hogy minél több fiatalt nyerjenek meg a cigarettázásnak, elsősorban a kiesett (meghalt) felnőtt fogyasztók pótlására. Bár a dohánylobbisták esküsznek rá, hogy a reklám nem új fogyasztók megszerzését, hanem a régiek tájékoztatását szolgálja, számos reklámpszichológiai vizsgálat bizonyítja, hogy a dohányreklámok főleg a gyermekekre, fiatalokra vannak ösztönző hatással. A mechanizmus ugyanaz, mint a drogereskedelemben: a függés kialakítása és fenntartása a terjesztő elemi érdeke, biztos piacot jelent.

A dohányreklámok korlátozása a dohányipar képviselői szerint sérti a szólásszabadságot, ellentétes az alkotmánnyal és a reklámtörvény előírásaival is. Szerintük a reklám segíti az egészségre kevésbé káros cigarettafajták elterjesztését (tehát a cigarettahirdetés végső soron egészségbarát). Ezzel szemben az Európai Parlament nemrég javasolta, hogy tiltsák be az „enyhe”, „gyenge”, „könnyű” („light”) és más hasonló feliratokat, amelyek azt sugallják, hogy a dohányzás nem annyira ártalmas; az ilyen feliratok félrevezetők, hiszen ezek egészségkárosító hatása nem kisebb, mint az egyéb cigarettáké. A dohánylobbi minden tiltakozása dacára az Európai Unió hivatalos álláspontja, hogy a dohányreklámok betiltása nem sérti a szólásszabadságot.

A hazai dohánygyárak privatizációja idején még dohányreklám-tilalom volt érvényben. 1997-ben, a gazdasági reklámról szóló új törvény elfogadásakor azonban a gyáraknak sikerült elérniük, hogy a reklámok szabad utat kapjanak, s így az üzemek értéke több tízmilliárd forinttal emelkedett, ám ebből az értéknövekedésből az államnak nem származott haszna.

Egyébként valóban ösztönzi a cigarettacsempészetet a dohányadók emelése, mégis több a haszna, mint a kára. Dél-Afrikában a kilencvenes években végrehajtott, nagymértékű emelésnek tudható be, hogy megindult az addig nem létező cigarettacsempészet, és néhány éven belül az illegális kereskedelem a teljes forgalom hat százalékát tette ki. Viszont az összes cigarettafogyasztás több mint húsz százalékkal csökkent, a dohányadóból származó állami

bevétel pedig kétszeresére emelkedett.

Kanadában a nyolcvanas, majd a kilencvenes évek elején emelték komoly mértékben a dohányadót. Emiatt a tizenévesek körében a dohányzás a korábbinak egyharmadára esett vissza, és a felnőttek körében is jelentősen csökkent, miközben az állam dohányadó-bevételei meredeken emelkedtek. 1993-ban azonban a csempészet miatti aggodalom arra készítette a kormányt, hogy erőteljesen csökkentse a cigaretta adóját. Ekkor a dohányzás megugrott mind a fiatalok, mind a felnőttek körében, az állam dohányadó-bevételei pedig kétszer annyit csökkentek, mint ahogy azt korábban előre jelezték.

A szoros helyzetek kemény intézkedéseket kívánnak, azok pedig következetes ellenőrzést. Ráadásul a neoliberais szemlélettel – amely az „érték” fogalmáról az „azonnali anyagi haszon” fogalmára asszociál – nem fér össze jól prosperáló, multinationális érdekeltségű konszernek háttérbe szorítása csak azért, hogy évtizedek múlva jelentősen egészségesebb nemzetté váljunk. Jó példa a dohánylobbi módszereire az az eset, amely nemrégiben felkavarta a világ tudományos közvéleményét: egy mérvadó orvosi szaklap, a British Medical Journal vezető cikként közölt tanulmányt, mely szerint a másodlagos (passzív) dohányzás valójában messze nem olyan káros, mint azt a dohányzást ellenző kutatók állítják. A tanulmány kaliforniai adatokra hivatkozik, és szembeszáll a WHO hivatalos, számtalan tudományos adattal igazolt álláspontjával, miszerint mások cigarettafüstjének belégzése nagy valószínűséggel tüdőrákot, illetve szív-és érrendszeri megbetegedéseket okoz. Az inkriminált tanulmány szerzője James Enstrom, a California Egyetem egészségügyi intézetének munkatársa és Geoffrey Kabat, a New York Egyetem megelőző orvosi intézetének professzora. Konkrét eseteket vizsgálva arra a statisztikai következtetésre jutottak, hogy egészségesek maradnak azok az emberek, akik – nem dohányzóként – hosszú ideig szenvedik el munkatársaik vagy élettársaik cigarettafüstjét. A kutatók végül elismerték, hogy az elmúlt években támogatást kaptak a dohányipartól. A Newcastle Egyetem ez idő tájt négy millió fontos támogatást kapott a British American Tobacco nevű konszernről, hogy az egyetem kutatói a passzív dohányzás ártalmait cáfoló cikkeket írjanak.