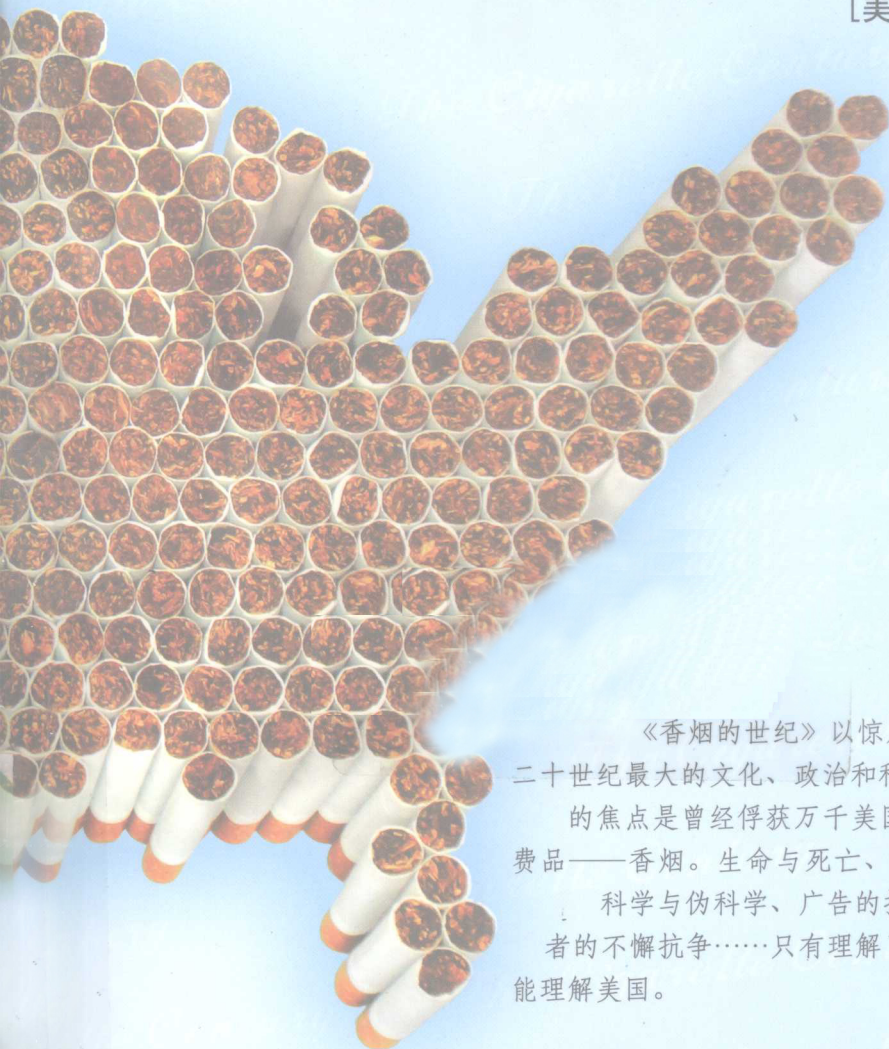


THE CIGARETTE
CENTURY

香烟的世纪

香烟的沉浮史告诉你一个真美国

[美]阿兰·布兰特 著
苏琦 译



《香烟的世纪》以惊人的细节展现了二十世纪最大的文化、政治和科技争议，争议的焦点是曾经俘获万千美国大众身心的消费品——香烟。生命与死亡、管制与反管制、科学与伪科学、广告的持久威力与受害者的不懈抗争……只有理解了香烟，人们才能理解美国。

東方出版社

THE CIGARETTE
CENTURY

香烟的世纪

香烟的沉浮史告诉你一个真美国

[美] 阿兰·布兰特 著
苏琦 译

東方出版社

责任编辑:马长虹

图书在版编目(CIP)数据

香烟的世纪/(美)布兰特著;苏琦译. —北京:东方出版社,2011.7

书名原文:The Cigarette Century

ISBN 978-7-5060-4192-8

I. ①香… II. ①布…②苏… III. ①烟草工业-工业史-美国
IV. ①F471.268

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 065281 号

著作权合同登记号:图字 01-2008-6166

THE CIGARETTE CENTURY:

The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product that Defined America

by Allan M. Brandt

Copyright© 2007 by Allan M. Brandt

Simplified Chinese translation copyright© (year) by The Oriental Press

Published by arrangement with Basic Books, a Member of Perseus Books Group

ALL RIGHTS RESERVED

香烟的世纪

XIANGYAN DE SHIJI

(美)布兰特著 苏琦译

东方出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街166号)

北京新魏印刷厂印刷 新华书店经销

2011年7月第1版 2011年7月北京第1次印刷

开本:710毫米×1000毫米 1/16 印张:21.25

字数:440千字 印数:0,001-5,000册

ISBN 978-7-5060-4192-8 定价:48.00元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街166号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

对于公主来说，为什么所有人都能够吸烟，这是一件难以理解的事情，然而，当我们把自己站到这样的一个立场之上以后，答案看上去就会变得异常简单了——当人们从自然的世界中拿出某样东西并将其纳入到自己的身体之后，就会形成一种深远的自然与文化的结合。

在四种元素中，有三种是被所有的造物所共同拥有的，但火却不一样，它是只属于人类的一种恩赐。在不遭受立刻的折磨的前提下，我们能够最为亲密的接近火的方式，就是吸食香烟。每一个吸烟者都是普罗米修斯的一个化身，是他从神那里窃来了火种并且带回了世间。我们吸烟，是为了俘获太阳的力量，是为了抚慰痛苦，是为了攫住灵感的火花，是为了以熊熊的火焰为能量。我们所追寻的，不是烟草，而是火焰。当我们吸烟的时候，我们正在表演着一种火焰的舞蹈，一种古老的如同闪电一般的仪式。

这是否意味着，连续不断的吸烟者，都是些宗教的狂热分子？不得不承认的是，这二者之间的确存在着一种相似性。

吸烟者的肺，就是一个赤裸的处女，如同一种献祭般，投身到了圣火当中。

——汤姆·罗宾斯，《与啄木鸟一起的日子》，1980

目 录 >>>>>>

楔子：“骆驼人”与我	(1)
第一部分 文化	
第一章 因公益之名	(13)
第二章 香烟重如子弹	(28)
第三章 操纵认同	(46)
第二部分 科学	
第四章 医生就爱抽骆驼	(73)
第五章 因果难题	(88)
第六章 制造争议	(106)
第三部分 政治	
第七章 美国卫生总署署长已作出决定	(139)
第八章 国会：迄今最好的滤嘴	(157)
第九章 你的香烟要我的命	(181)
第四部分 法律	
第十章 尼古丁是罪魁祸首	(205)
第十一章 香烟大佬齐聚华盛顿	(228)
第十二章 烟草巨头受审	(257)
第五部分 全球化	
第十三章 出口瘟疫	(295)
跋：世纪之罪	(328)

楔子

“骆驼人”与我

在1961年,当我七岁的时候,父母第一次带我去纽约。在这次旅途当中,我被引导着参观了这座城市的很多个景点以及那些引人入胜的地方。但是,对于我来说,最能够俘获我的注意力并且让我沉醉的,却是时代广场上隐约呈现的那个著名的骆驼牌香烟的广告牌。在那上面,广告牌上的“骆驼人”对着霓虹灯闪烁的夜空喷出无穷无尽的完美烟圈。当时我就震惊了。广告牌的巨大规模,飘荡的烟雾以及喧哗的商业氛围,完全让我陷入了一种敬畏的状态。当然,我当时已经从父母的一系列警告中明白了,吸烟对于我来说“不是件好事情”。但是实际上,或许正是这种威胁,成为这个骆驼的广告牌之所以能俘获我注意力的原因,而这正是纽约大都会博物馆的艺术品所做不到的。或许有那么一天,我也能够像广告牌上的“骆驼人”一样吐出巨大的烟圈。或许不会有。

1941年12月11日,日本偷袭珍珠港。之后没几天,这个“骆驼人”的香烟广告开始高调面世。想出这个广告牌的创意的,是寥若晨星般杰出的道格拉斯·雷,它被悬挂于克拉瑞奇酒店之上,位于第44大街和百老汇的交界之处。在当时,为了建造这个广告牌,成本就花费了大概3.5万美元,而雷诺兹公司为了雷的这个主意,每月还要再付出1万美元的空间租用费。是他设计了这个广告牌,而且发明了这种吐气的机器,它能够每分钟有节奏地吐出15个烟雾圈,每个烟雾圈的直径都是两英尺。此外,雷还有许多项设计成就,他在时代广场上设计出一个冒着热气的咖啡杯,作为一个A & P公司的广告牌;给百事可乐的广告牌上设计了一个长长的瀑布,它们都像是帝国大厦顶上的那些灯火一样闻名。被广泛地认可为是20世纪的最为伟大的广告牌大亨,雷拒绝接受循规蹈矩所谓的广告牌;他致力于在其中搭建出一派“不凡景象”。作为一个七岁的孩子,我已经折服于雷的成功了。

在这里,在这个举世闻名的十字路口之上,正如美国人在营销和商业领域所取得的成功一样,这个骆驼香烟的广告牌,标志着在20世纪中叶香烟所取得的非凡胜利。在1941年,香烟的使用正处于一个急速上升的轨道,这种行为获得了几乎是通行无阻的认可度以及号召力。这个骆驼人充满自信地向这座“不夜城”不断地吐着他那完美无缺的烟圈,标志着在一段相当短暂的时间内,香烟

已经取得了惊人的认可。在这个美国的销售、演出以及花花世界的中心,这个骆驼人表现的就是那些底层的芸芸众生。在第二次世界大战期间,骆驼烟是军队中的必备品。即便是在战争期间,时代广场的灯火被迫熄灭了一段时间的时候,骆驼人也依然在不停歇地吞云吐雾。在战争之后,他又重新返回到了平民的生活,经常出现在高档的聚会当中。当我在1961年造访纽约的时候,他再次穿上了制服,这一次,他变身成为了一个足球运动员。毫无疑问,对于一个七岁大的男童来说,一个如此强有力的男性符号,将会具备多么大的吸引力。

通过在营销和推广领域里的坚定决心、艰苦工作以及聪明的创新,这个骆驼人获得了自己在时代广场上的统治性地位。晚近如1900年时,香烟还被当成是含有贬义的、消费量很小的产品,它在整个美国的烟草消费中只占据了一个很微小的份额而已。它在20世纪中期成为文化中的标志物,标志着一个引人注目的历史性的转折——既包括在商业组织和消费行为之中的一系列的发展,也包括了美国社会中的一系列的道德规范与风俗的深刻的改变。香烟从边缘文化到主流文化这种改变,凸显的是在生产技术、广告、设计以及社会行为领域中的关键性的革新。烟草工业既利用也帮助了去形成在文化中的这一系列的深刻的改变,其目的,就是为了要推广香烟的使用。在解读并且形塑这些崛起中的新兴文化实力当中,烟草产业的能力是令人震惊的,而且它还让香烟变成了这个世纪的标志性——非常具有象征意义——的产品。香烟变成了吸引力、美丽以及权利的一种核心性的象征。这种转变吻合了有关快乐、休闲、性感以及性别的一系列的社会价值观念。

但是,在这种消费者文化当中,香烟的偶像型地位,只是代表了其历史意义的一个方面而已。毫无疑问,在上个世纪当中,很少有美国生活当中的哪些元素,能够比香烟还能够揭示出更多的东西来。看上去令人感到震惊的是,这样的一种就其本质来说如此不具备过多的实用性,如此短命的产品,在理解过去的时候,却能够成为一种如此强有力的媒介。但是,在整个的20世纪的美国历史当中,香烟的渗透,就如同烟雾渐渐弥漫于一个封闭的房间一样。在上个世纪当中,假如说存在的话,也只有寥寥无几的美国人在观念上能认同绝对的吸烟自由。这本书关注的,是香烟如何深深渗透进美国的文化当中来的。我们既见证了香烟作为一种社会习俗所取得的辉煌成功,也同样见证了它的黯然落幕。在整个20世纪,在文化与实践方面的这一系列转变,深刻地改变了人类健康与疾病的形态。本书就想要尝试着去给香烟这种物质实体的意义进行解读。香烟从根本上见证了文化,生物学以及疾病的这种历史性的变迁。正如我们已经知道的那样,香烟的崛起及地位的维系,不仅仅是源自习俗以及个人的心理,还因为烟草中含有尼古丁这种强有力的成瘾性特质。“骆驼人”就是个十足的香烟的奴隶。

当我着迷于“骆驼人”吐向夜空的蒸汽烟圈的时候,医学界刚刚才达成了一个根本性的认定——对于健康来说,经常性的吸烟,会带来致命性的伤害。即便

是在19世纪刚刚大规模地投入市场的时候，香烟已经招致了来自批评家们的炮火了，他们中有很多人反对吸烟，大声疾呼这会对健康造成危害。在19世纪晚期和20世纪初期的医学出版物上，充斥着证明烟草有害的文章。毫无疑问，随着在1930年代香烟变得无所不在，它已经成功地战胜了这些反对的声音。吸烟开始被认为是一种值得进行医学判断的行为，一些医生们在治疗病人的时候需要注意的问题，吸烟者的咳嗽，或者是吸烟者的心脏，都或许能够揭示他们过度吸食香烟的秘密。

然而，肺癌——作为一种在20世纪初还几乎不为人知的疾病——发病率的大幅度上升，却如同恶兆般的在这次香烟使用量大增之后开始显著上升了。在1950年代，这两种趋势之间的关联变得清晰无误，而且也获得了科学证实。在我1961年拜访“骆驼人”的时候，一系列的重大的科学调查已经得出结论说，吸烟会导致肺癌以及其他一些严重的疾病。虽然随着香烟的消费刚刚变得日益普遍的时候，医学界的担忧就已经开始隐约呈现了，但是当时却很难取得这些科学性的共识。公共健康和卫生官员一直在争辩抽烟对健康的影响以及避免风险的最佳途径。尽管在现代医学中，抽烟和疾病的关联已经是最为显而易见的事实了，但是，在20世纪中叶的时候，要证明这个关联，仍然需要在医学认识方面实现一种根本性的改变。

在1940年代和1950年代对于吸食香烟所造成的一系列的伤害的研究，在现代流行病学领域当中，产生了一系列的突破性的认识。一系列的技术性革新为此作出了贡献，医学知识的不断发展也为此提供了可能。虽然有很多的医生依据他们跟病人们打交道的经验得出结论说，吸烟将会导致疾病和死亡，但是，在1940年代的时候，个体性的医生依然缺乏系统证实这种关联性的能力。各类关于致病原因的创新方法的应用，对于证明吸烟的一系列危害来说，是一种必不可少的尝试。在书中的相关段落中，是一系列的对这些吸烟有害证明的强烈质疑，但是，新的科学知识最终取得了胜利。与此同时，烟草业始终试图去扰乱这些科学研究的过程。烟草业的战略性策略是去阻碍并且弄糊涂那些不断前进中的科学企业家们，这将会显著阻碍公众对这些重大发现的接受程度和理解程度。随着香烟被证实为是一种强有力的导致严重疾病和死亡的原因，一系列的相关知识以及根本性的质疑得到了阐明，阐明的方式就是仔细的审视医学科技以及公众们所遭遇的一系列的障碍。

在1966年1月，也就是美国公共卫生总署署长路德·L·特里召开的那次历史性的新闻发布会之后两年，“骆驼人”戒了烟，广告牌被拆了下来。在那次新闻发布会上，特里毫不含糊地代表美国官方宣布，吸烟将导致肺癌。当R. J. 雷诺兹公司宣布“百老汇最长寿的广告”将被拆除的时候，它的广告代理公司——威廉姆东方公司——依然在否认，这与不断增加的公众对于吸烟有害健康的认识不符。然而，这只不过是一个不诚恳的产业抵死顽抗的另外一个例子罢了。在当时，这个行业依然在继续负隅顽抗说，并没有“证据”表明香烟是有

害的。虽然有关于吸烟的一系列害处的科学研究已经取得了势如破竹的进展，但是这个产业依然在之后的三十年时间里一直争辩说，这些有关于吸烟有害的证据既没有科学性，也无法令人信服。

在美国公共卫生总署报告公布之后的数年时间里，有关于吸烟以及对其监管的争辩，转移到了政治领域。对于香烟进行管理的这一系列的历史性的努力——以及它们相对的无效性——证实了烟草产业去破坏公众健康的强大力量，正如同它们破坏科学研究一样。即便是烟草产业没有投资给特殊的利益游说群体的话，在 1958 年的时候，通过建立烟草研究院，它们也将其上升到了一种新的艺术形式的高度。每一次，当国会提出有关于烟草及公众健康的问题，提议采取措施进行管理时，要么被彻底地瓦解掉，要么产生了近乎讽刺意味的效果——这种提议竟然深得烟草巨头们的喜爱。就在美国公共卫生总署的一系列发现证实吸烟导致肺癌之后，第一次要求香烟的包装上标示出这样一句话：“当心：吸烟可能有害于你的健康。”在美国国会里，有关于培养公众的健康意识以便于减少吸烟量的努力进行了一次又一次。尽管在此次报告公布之后，公众对于抽烟之害的担忧很快上升了，但是，当“骆驼人”被百老汇遗弃的 1966 年，美国人的吸烟率再一次的破了纪录。在 1970 年以前，几乎一半的成人经常性抽烟。

烟草公司们不仅仅有效地阻挠了控烟，它们还让公众们形成了抽烟亦有益处的观点。即便是当抽烟对健康的威胁已经得到了越来越多的认知之后，它们依然在尝试着去抗辩说——是否抽烟，纯粹是个人事。根据这一逻辑（烟草公司们强烈赞同）：一旦被告知了风险（从 1966 年起，每盒香烟都有警示性标识），决定权就应该移交给个人了。控烟的一系列努力之所以步履蹒跚，至少出于两点原因：第一，它们无法有效地与烟草公司们所掌握的强大资源相抗衡；其次，文化观念（这是被烟草公司鼓励和煽起的），也将对于烟草的控制视做是一种令人不快的家长式管制。不管怎么样，抽不抽烟，难道不应该由个人决定吗？烟草公司成功地利用了美国文化中的一种传统而深入人心的价值观——个人是唯一可以对自身健康负责的人。当吸烟有害的知识被广泛传播之后，与其说这引起了大众对这一产业危险性的关注，还不如说，很多人开始认同，应该由个人来决定是远离还是承受风险。限制烟草产业，让一个产业为个人的缺陷负责，看上去伤害了美国人的核心价值观——个人自主，自负其责。在香烟的推广和广告当中，强有力的代表着独立和自主权的一系列形象被塑造了出来。例如，飞利浦·莫里斯烟草公司就寻求着将“万宝路男人”——1950 年代创造出来的一个形象——与孤独的牛仔和边境线上的神秘人联系在一起。在盛行的美国式的个人主义当中，对于烟草的管制进展得跌跌撞撞，因为它将会带来令人生厌的政府管制的后果。

当公众健康的提倡者们没能成功地在华盛顿取得政府支持之后，在这场有关烟草的战争当中，他们很快就开始去开辟一系列新的前线了，在这里，草根的

游击队员们也有机会获得伟大的胜利。在 K 街上,说客们就有关问题进行游说,而在离他们不远的地方,各种反烟的势力,则展示出了新的有关大量吸烟所带来的一系列伤害的新证据,取得了相当的成功。通过这种方式,这些人开始重新形塑烟草监管的政治形势。不断有证据表明,吸烟会伤害那些非吸烟者,而他们并不愿意“承担”这种伤害,这开始动摇了烟草业的传统性论据。假如说美国人对于一系列的“已知的”风险有着很高的容忍度的话,对于不期而来的风险,他们却只有很低——或者是根本没有——容忍度。

虽然反烟者们输掉了在国会山上的大多数战役,但是,他们很快在美国的法院开辟了一条新战线。一开始的时候,烟草公司在坚决抵制这样的诉讼,它们声称——没有令人心服的科学证据可表明吸烟的危害。而且,即便是“个人应对吸烟作自由决定,对健康风险自负其责”的主张大行其道的时候,它们也从未完全放弃过这个狡辩的策略。在法律诉讼中的基本问题是:谁应该对吸烟所造成的一系列危害担负责任?在越来越多的诉讼案中,随着人们开始指控烟草商应该对烟民抽烟所致的伤害负责时,烟草商坚决主张说——这应该是原告们自己的责任。从上个世纪 50 年代的第一起诉讼案出现开始,到上世纪的 80 年代晚期,这一辩论方式让烟草商们在面对烟民们的起诉时无往不胜。一直到上世纪的 90 年代初期,烟草业仍然从未在诉讼中输过哪怕一分钱。这一纪录被烟草商们广为宣传,以期打消那些潜在原告和律师的志气。

然而,到了 1980 年代和 1990 年代的时候,这些主张影响力开始日渐减弱了。而与此同时,一系列的势力,也在根本上震撼了烟草业。随着烟草经历了一次美国文化上的转型,开始放弃香烟的美国人的数量破了纪录。在以健康的名义改变一系列的行为的年代里,美国人戒烟的数字创下了新高。在美国公共卫生总署第一份报告出台 25 周年的时候,新任卫生总署署长 C. 艾弗利特·库普宣布,因为香烟消费量的降低,以及青少年及儿童首次吸烟率的降低,有超过 75 万人的生命得到了拯救。在上世纪 90 年代早期——因为吸烟的社会含义的一系列的强烈改变所导致——美国的吸烟率降到 25% 以下,这是自上世纪 20 年代以来的最低值。

这种趋势性的变化,并没有逃过烟草公司的注意。例如,R. J. 雷诺兹烟草公司就十分清晰地看到,其旗下最为流行的两个品牌,“云斯顿”和“沙龙”——消费者主要是 45—60 岁之间,年龄偏大的烟民——其市场已经随着烟民们的戒烟和死亡而萎缩了。雷诺兹烟草公司对这种危险的新变化进行了评估,决定重新推广其“骆驼”牌香烟了,在“骆驼人”从时代广场消失之后,这么多年以来,这个品牌一直是在惨淡经营当中。正如雷诺兹烟草公司的一位经理所解释的那样,24 至 40 岁这一年龄段的消费者,“代表着烟草商业的未来”。作为该公司一系列重整雄风运动的一部分,在 1989 年 6 月,骆驼牌香烟的广告牌以更加高调的姿态重新回到了时代广场:在广告牌上,一个高 37.5 英尺,名字叫做“乔”的卡通骆驼,被饰以绿、蓝、白三色霓虹灯。在以高科技进行产品推广的程

度上，“乔”打败了“骆驼人”。这个新标识的设计费和制作费花了雷诺兹烟草公司160万美元，以及每个月大约4.5万美元的运营费用。“这个广告牌将比当初的那个骆驼人的广告牌造成更大的影响，而当初它作为时代广场的一个标志，风靡了很多年，”雷诺兹烟草公司的一位经理解释说。这家公司自豪地宣布，建造这个新的“乔”广告牌，耗费了8.5英里的电线，以及超过1.5英里的霓虹灯。

在借用卡通骆驼形象“乔”进行的一系列营销活动当中，这个广告牌只是奢举之一。“乔”的形象能够满足雷诺兹烟草公司创造“更加年轻化”的品牌目标。从诞生开始，这次推广运动就点燃了与组织日益完善的反烟运动之间的激烈战火。毫不令人感到惊奇的是，雷诺兹烟草公司通过卡通骆驼形象“乔”所掀起的这场攻势，立刻就激起了来自烟草控制力量以及公共健康官员们的猛烈反击。无论是“乔”的卡通形象，还是广告中的旋律，都自然地吻合了年轻人的口味，而反烟分子们一开始就在致力于让孩子们远离吸烟。毫无疑问，雷诺兹烟草公司的人清楚——“乔”的形象将成为质疑的中心。而且，针对这次推广运动所招来的批评，他们也准备了一套清晰的对策。他们提议说，从家庭清洁用品（Mr. Clean 清洁先生）到汽车旅馆（Garfield 加菲猫），很多产品的推广都借助了卡通形象。难道绿巨人乔利（美国一著名蔬菜品牌的卡通形象——译者注）真的说服了美国的青少年去购买绿色蔬菜了吗？根据烟草公司的说客们的说法，没有任何人能够断言：这些推广运动的目标主要是针对孩子们的。对于那些在烟草战争中拥有丰富斗争经验的烟草公司高管们来说，应对批评不过是一项具有挑战性的工作而已，根本与道德或者伦理无关。

有着反烟运动经验的批评家们知道，简单地宣称“乔”对于孩子们来说具有吸引力，将不足以构成对烟草产业的强有力打击。这些积极分子们适时地认识到，要把公众注意力从对“乔”诉求点的假设，转移到研究成果上来的重要性。正如20世纪四五十年代的研究者们曾经致力于要证明抽烟和疾病之间的因果联系一样，1990年代的研究者们，则在致力于证明广告和未成年人吸烟之间的因果联系。很快，在深有影响力的《美国医学协会杂志》上，就刊登出了一系列的致力于评估骆驼牌香烟广告对于青少年烟民造成影响的研究。这些文章引起了大众媒体的广泛关注，很多针对广告影响的调查随之出现。在这些研究中，研究者在尝试着针对烟草业的一系列的传统型的烟草广告辩护进行打击。从1950年代起，烟草公司就在坚持说，烟草广告只是为了让顾客坚守或者更换品牌，而不是寻求新的客户；一系列的烟草广告并没有增加使用烟草产品的消费群体的总数；而且，烟草的推广也并没有在儿童和青少年尝试吸烟中起到推波助澜的作用。在这些研究当中，其中有一项比较了高中学生以及成人对骆驼“乔”的认知度。很明显，学生中认识“乔”形象的人数更多，也更能把它和雷诺兹烟草公司联系在一起，对于这个形象也多持肯定态度。这一研究的结论说，自从该推广运动问世以来，骆驼牌香烟在未成年人中的市场占有率从0.5%

他也暴露了烟草业在新的法律管制之下的脆弱性。在1991年下半年,在《美国医学协会杂志》发表文章并引起公众注意之后,旧金山的家庭律师珍妮特·麦吉尼决定起诉雷诺兹烟草公司“它以未成年人为目标客户”。“当我读到《美国医学协会杂志》的报道时,我惊呆了,”麦吉尼说,“米老鼠是如此重要的一个形象,当我看到六岁的孩子对‘乔’的认知和米老鼠相当时,我愤怒了。”根据随后的一些建议,麦吉尼把起诉重点放在了“以未成年人为目标客户”,以及“广告不应该违背公共政策的基本责任”上。麦吉尼要求法庭强制阻止加州的烟草推广活动;要求雷诺兹烟草公司赞助一个纠正性的广告宣传运动,并且接受司法监督;要求雷诺兹烟草公司把在此次骆驼香烟推广运动中赚取的所有利润都用于司法监督以及进行科研活动。随着在1997年秋这个案子接近宣判,雷诺兹烟草公司同意达成和解以终止此次诉讼案,它停止了其在加州的骆驼香烟推广计划,还交出了大量先前机密的、详细记载此次推广计划的商业文件,而且向加州的反烟草运动人士赔偿了1000万美元。

麦吉尼一案显示了烟草业一个重要而且日益清晰的弱点:反烟人士开始诉诸更有效、更富创造性的法律途径了。这些法律手段在社会文化深刻的变革背景之下出现,现在,烟草业开始处在了严格的公共监督之下。麦吉尼和解同样受益于公布机密文件的司法命令,这让骆驼“乔”的商业计划以及其执行前所未有的地暴露在公众视线之下了。这些记录揭示出了雷诺兹烟草公司引导青少年吸烟的目标及其实现途径。通过司法手段来公开商业机密,成为了那些渴望激起公众对烟草工业虚伪行为愤怒情绪的反烟积极分子们最重要的一个策略。司法迫使烟草工业公布其在香烟之战中所采取的最为核心以及最为隐秘的战略。

在某种意义上来说,这本书的完成,也依靠了这些诉讼案中所揭示出来的丰富资料。当我最初涉足香烟历史的调研时,我很快就认识到了,一定会有大量文献来支撑这项工作。在医学图书馆的书架上,满是关于抽烟医学理论的文献;在追寻对于抽烟的社会准则和价值观的变化方面,期刊和报纸上有大量的文章;而海量的广告,也对进行评价和分析提供了附加材料。即便是在1950和1960年代政府评估吸烟和健康之间关系之前,公共卫生官员们就已经发现了香烟和疾病的联系,并为后来的研究者们留下了大量的资料。我刚着手研究时就意识到,这些大量的公布于众的历史资料将让这个项目变得既激动人心又头疼无比。不过,却有一个很重要的例外:我知道,我或许将难以获得那些能够揭露烟草工业的内部运行逻辑的资料。在法庭上,烟草公司们已经在面临着一系列的挑战了,而且,它们还面临着公共意见的审判,它们将它们的商业模式和否认吸烟的伤害当成是自己的必备之策。结果是,我认为我的调查将会聚焦于公共的意见、行为,以及有关于吸烟的辩论,而不是烟草业的战略和行为。虽然如此,在1986年的时候,我依然拜访了烟草研究院,阅读了它的规模庞大的图书馆藏书以及历史资料。很快而且没有任何理由的,我就被撵了出去,我只记得,

我对他们办公室里做工夸张烟灰缸印象深刻。因此，我依然在进行研究，但已经放弃了自己能够把烟草行业的历史作为我研究一部分的期望。我既感到有些失望，也觉得松了一口气。即便缺失了这部分材料，可做的事情也很多。对与任何一项历史研究来说，都会有受限于研究材料的现象出现，此次研究当然也不例外。

在我对烟草研究院进行短暂拜访的时候，我绝没有想到，在十年之后，我会获得大量有关于烟草行业内幕的秘密通信、报道以及回忆录。现在，我的目光所及的，已经不仅仅是“骆驼人”，我还能获得它背后的“个人文件”——那些让它诞生的合同、计划书以及信笺。在烟草诉讼中的“解密”，再加上互联网技术的革命性，已经使得这些文件的获得成为现实的可能。现在，我能够坐在办公室里就下载成千上万页的文档资料，它们揭示了烟草业对于科学所采用的手段，以及营销香烟中的一系列政治策略。为了避免检查内部材料将带来的不利局面，烟草公司一直以“律师和客户之间信息披露豁免权”作为挡箭牌，然而这一策略在 1990 年代的庭审中，则彻底招致了相反的效果。在现代公司史中，我们对上个世纪烟草行业内部信息的了解远远多于美国的其他大型商业机构，这是一个莫大的讽刺。烟草公司曾一直致力于让这些机密材料隔绝于众。如今，在互联网上可以搜索和下载的关于烟草行业的文件大约有 4000 万页。这些材料如何通过丑闻揭发者以及法律程序公布于众的故事本身，也构成了烟草业历史的一个不可或缺的侧面。伴随着这些文件的被披露，烟草业的社会地位——它一度曾经象征着美国创业精神的圣像——已经不断沉至新的低谷。

本书《香烟的世纪》，披露了这种历史变迁中的戏剧性情节，吸烟的转变，它的意义，以及它的影响。如今，我们谈论抽烟会让衣服和头发散发异味，以及被尼古丁染黄的手指和牙齿所带来的不雅。然而，曾经，就在不久以前，人们还一度把吸烟视为一种优雅的举动。本书试图阐释这种翻天覆地变化的过程以及含义。如今，当抽烟成为被争议的行为，而且多半不被公众认可时，很难回想以前那个抽烟意味着美丽、优雅和魅力的年代；在那个年代里，作为一个烟草公司的经营者，意味着很高社会地位而不是羞耻。有的时候，看到亨弗莱·鲍嘉（Humphrey Bogart）和劳伦·白考尔（lauren bacall）在《逃亡》（*To have and have not*）中点燃香烟时，我们才能回到那样的一个时代，抽烟代表着魅力无尽，人们随时随地都在抽烟。

如今，生活在一个抽烟在文化上已经被边缘化并且饱含负面评价的社会里，很难重新回想——在那个消费文化日益兴起的年代，它扮演着如此显赫且主流的角色。今天，当人们如此清晰地认识到抽烟对健康的严重威胁时，我们也很难重现回想——曾经有一段时间，这种伤害本身还是被争辩、被混淆、被迷惑的话题。本书重现这一历史，目的是让一些条理变得清楚，而它们则可以解释香烟消费变迁背后的推力，以及针对 20 世纪内所出现的与此相关的大规模疾病所取得的进展。正是在这种历史研究中——这种研究曾因没有市场，没有

资料而被隔绝——我相信我们可能获得的不仅仅是有关于吸烟,它的含义,它对与健康 and 人口所造成的影响,还包含了社会和文化的深刻演变。最终,对香烟的历史性的解释,彰显了以问题为中心的历史学的优势,它要求不断打破一些传统的边界。通过在研究文化、科学、政治、法律背景下研究吸烟史,上个世纪美国社会的一些关键性的元素浮现了出来。如果不是借助一系列的因缘际遇的话,很明显的是,烟草业的历史或许会朝不同的方向发展,并且取得完全不同的结果。通过对烟草百年历史的研究,为我们提供了一个评估历史变迁偶然性的机会。

成为 20 世纪下半叶标志的烟草行业的陨落,最多被看做是暂时的。超过 1/5 的美国成人仍然经常吸烟,如今香烟每年仍然让 43.5 万美国公民死亡(超过艾滋病、酒精、吸毒、自杀、谋杀致死人数的总和)。前美国公共卫生总署署长 C. 艾弗里特·库珀为了让这些数字更加形象,在公众中引起更大的反响,不断地解释说——香烟造成的死亡,相当于一年之内每天坠毁三架波音 747 飞机,没有任何的幸存者。不过隐君子们并不能够如此迅速而且猝不及防地死亡,他们一般是死在医院里,缓慢的,维持一段时间之后才死去;经常是患上了一系列的疾病,而且异常痛苦;并常常为自种恶果而悔恨。从某种意义上来说,正是这些长期而慢性的风险,让公共卫生部门采取了更加积极的干预政策。在本书所包含的一系列核心问题当中,就包括了对与这些社会进程的检阅,通过它们,我们可以看到美国文化对生命风险和死亡的态度。


然而,和现在全世界因吸烟而死亡的人数相比,美国的死亡人数,真是相形见绌。而且,当很多美国人已经努力尝试戒烟并小有成效时,在世界的其他地区,尤其是在贫困国家,吸烟率却正在急速的上升之中。随着烟草公司在发达国家失去阵地,它们就积极地在发展中国家寻求新的吸烟人群。这本书的最后部分,则展现了历史进程中的当下面貌,香烟的消费以及对它所致疾病的负担已经转移到了发展中国家。这种负担的转移,以及它的社会和伦理含义,在新的世纪里面,投下了一块巨大的阴影。现在就可以估算出的是,在 21 世纪里面,全球将有 10 亿人死于与香烟有关的疾病。与上个世纪相比,这一数字增加了 10 倍。而且,如果没有美国三十年来对香烟重新认识的这段社会进程的话,死亡的人数还将会更多。烟草这种起源于西半球的植物,如今在全球范围内引发了对人口健康的大破坏。从这个角度来说,和所有的历史一样,这是一个让人严肃深思的故事。如同上个世纪医学界和科学界研究出了一系列的克服疾病和人类痛苦的新途径一样,现在,我们也已经发展出了一些能有力对抗疾病和死亡的新方法,并且也发展出了一系列的技术,能够在全球的人口范围内大规模地传播它们。

即便是在 1961 年,当我还是一个七岁的小孩的时候,我就已经知道了,吸烟是件危险的事情。因此,那个广告牌呈现出一种我当时无无论如何也无法清晰理解的矛盾:为什么一个这么辉煌、这么耀眼、这么公开化的东西,推广的却是

在我的认知中如此不好的产品？抽烟的不好，不仅仅体现在它对健康的影响上。在其复杂的历史含义里，沉迷于吸烟，还意味着叛逆和懒散，当然也意味着独立和魅力。每个孩子都被告知抽烟不好，是成年人的专利，这在某种程度上反而造就了香烟给予他们的深刻印象。这种形象是多元的，唯独“不天然”。这有关于一项产业的研究和细致的探寻将会使得我们去理解并——并且加以利用——那一系列的有关于动机、心理，以及人类心理学的关键性的概念。这本书标志着我去解决一个孩子的悖论的尝试——那个有关于普遍的均衡的悖论。

《香烟的世纪》既关注香烟本身，也关注其延伸的含义。它借助香烟来探索美国的主流文化。不过，它亦希望通过对这种文化的研究更好地理解那些为了减少重大疾病而采取的种种策略。我们现在已经知道这些疾病是吸烟所致。毫无疑问，我们对这些疾病的控制能力，将要求我们在医学和科学领域里面有新的见解，在法律和政治领域有新的政策。这本书最终依赖于历史研究的实践和方法中的核心前提，那就是，昨天可能将会为今天的政策和文化的改变提供独特的见解。理解香烟的百年历史，可能会为我们如今正面对的、潜在的健康灾难提供并不简单的答案。但是，更为深刻地理解现代生活中吸烟史的含义和重要性，或许也能够为我们最大限度地限制——假如说不能够控制的话——吸烟在全球范围内造成的一系列危害，提供管窥之见。

第一部分 文化



我的公司碰到了一座石头墙，它无法跟布尔·达勒姆烟草公司竞争。有些事情必须去做，而且立刻去做。我即将投身于香烟生意。

——巴克·杜克，加州，1882年

你必须拿着一根香烟。一根香烟是一种至高无上的享受的典型代表。它精致无比，而且还让人永不厌倦。一个人还能再期待什么？

——奥斯卡·瓦尔德，1891年

