

# പ്രണയം സ്പോൺസോർഡായുനു

അഡ്വ. ആർ. സജ്ജ.

സ്കൂളിലും കോളേജിലും സിഗരറ്റ് വലിച്ചു വിലസുന്ന ആൺകുട്ടികൾ, കാമുകനോത്ത് ഐസ്ക്രീം പാർലറുകളിൽ കയറി ഇറങ്ങുന്ന പെൺകുട്ടികൾ, ഇത് കാമ്പസുകളിലെ ഫാഷനാണ്. സിഗരറ്റ് വലി തന്റേടത്തിന്റേയും കരുത്തിന്റേയും നിഷേധത്തിന്റേയും ലക്ഷണമായി പുകവലിക്കുന്ന കുട്ടികൾ കരുതുന്നു. സിഗരറ്റിന്റെ ഉപഭോക്താക്കളിൽ നല്ലൊരു ശതമാനം ഇന്ത്യയിലെ കാമ്പസുകളിൽ സിഗരറ്റ് എത്തിച്ചത് ഒരു ക്രമമായ തന്ത്രത്തിലൂടെയാണ്.

ആയിരത്തിത്തൊള്ളായിരത്തി നാലുതുകളിലാണ് ഈ ക്രമമായ പദ്ധതി അരങ്ങേറിയത്. മദ്രാസിലെ (പുതിയ ചെന്നൈ) കോളേജുകളിലെ മുൻമ്പിൽ രണ്ട് ആകർഷകമായ പാത്രങ്ങളിൽ ഒന്നിൽ സിഗരറ്റുകളും മറ്റൊന്നിൽ ബ്രിട്ടീഷ് വെള്ളിനാണയങ്ങളും കൂമ്പാരം കൂട്ടി പ്രദർശിപ്പിക്കും. അതിന്റെ സമീപത്തു നിന്നും സൂക്ഷ്മനായ ഒരാൾ മെഗാഫോണിലൂടെ വിളിച്ചു പറയും: 'കോളേജ് വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഒരു സുവർണ്ണാവസരം ഇതാ കൈവന്നിരിക്കുന്നു. ഒരു സിഗരറ്റു എടുത്ത് വലിച്ച് തീർത്ത് ഒരു ബ്രിട്ടീഷ് വെള്ളിനാണയം കരസ്ഥമാക്കൂ'. ഒരു ബ്രിട്ടീഷ് നാണയം നേടുന്നതിനു വേണ്ടി സിഗരറ്റ് വലിച്ച് തുടങ്ങിയവരും സിഗരറ്റിന്റെ സ്ഥിരം ഉപഭോക്താക്കളായി മാറുകയുണ്ടായി. സിഗരറ്റ് കോളേജ് കാമ്പസുകളിൽ ഒരു ഫാഷനായി മാറുകയും ചെയ്തു. നാലുതുകളിൽ മദ്രാസിലെ കോളേജുകളിൽ പഠിപ്പിച്ചിരുന്നവരിൽ നിന്നാണ് ഈ വിവരം ലഭിച്ചത്.

ദശാബ്ദങ്ങൾ ശേഷം 1997 മാർച്ചിൽ ചെന്നൈയിൽ സ്കൂൾകുട്ടികളെ സിഗരറ്റ് വലി പഠിപ്പിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി ഒരു പദ്ധതി ITC നടപ്പിലാക്കി. ഹൈസ്കൂൾ വിദ്യാർത്ഥികൾക്കു വേണ്ടി ഒരു ചിത്രരചനാ മത്സരം സംഘടിപ്പിച്ച് അതിന്റെ മറവിലാണ് പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കിയത്. ചെന്നൈയിലെ ഫിലിംസിറ്റിയിൽ വെച്ചാണ് മത്സരം ഒരുക്കിയത്. മത്സരത്തിൽ പങ്കെടുക്കാൻ എത്തിയ വി



ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ലിവറിന്റെ 1999 ലെ വാർഷിക റിപ്പോർട്ടിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ഫോട്ടോ.

ദ്യാർത്ഥികൾക്ക് പേപ്പറും പെയിന്റും നല്കി. ഒപ്പം ഒരു പാസ്റ്റർ സിഗരറ്റും തിരിച്ചു. കുട്ടികളെ സിഗരറ്റ് വലിപ്പിക്കാൻ പ്രേരിപ്പിച്ചു. സിഗരറ്റ് വലിച്ച് തുടങ്ങിയപ്പോൾ കുട്ടികളിൽ കൂടുതൽ ആവേശം ജനിക്കാൻ പ്രത്യേകം മ്യൂസിക്സും അവർ ഇടു. രക്ഷകർത്താക്കളുമായി എത്തിയ വിദ്യാർത്ഥികളുടെ രക്ഷകർത്താക്കളെ പ്രത്യേകം ക്ഷണിച്ച് ബിയർ നല്ലാനും സംഘാടകർ മറന്നില്ല. ഈ സംഭവം ഒരു പത്രവും റിപ്പോർട്ട് ചെയ്തിരുന്നില്ല. ഇത് രാജ്യസഭയിൽ തമിഴ്നാട്ടിൽ നിന്നുള്ള ശ്രീമതി. ജയന്തി നടരാജൻ എം.പി. ഉന്നയിച്ചപ്പോഴാണ് ഈ ക്രമമായ തന്ത്രം ലോകം അറിയുന്നത്.

തങ്ങളുടെ ഉൽപന്നങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ ഉപഭോക്താക്കളെ സൃഷ്ടിക്കാൻ ഏത് മൃഗീയമായ തന്ത്രം സ്വീകരിക്കാനും സിഗരറ്റ് കമ്പനികൾ മടിക്കാണിക്കാറില്ല. നേഴ്സി വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ടൂബാക്കോ അടങ്ങിയ മിഠായി വിതരണം ചെയ്യാൻവരെ അവർ തയ്യാറായേക്കാം.

സിഗരറ്റ് കമ്പനികളിൽ നിന്നുള്ള ആവേശം ഉൾകൊണ്ട് ആയി

രിക്കണം, ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ലിവർ കാമ്പസിലെ പെൺകുട്ടികളെ കാമുകി ആക്കുന്നതിനു വേണ്ടിയുള്ള ഒരു പദ്ധതി ആവിഷ്കരിച്ചത്. ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ലിവറിന്റെ 'ക്യാളിറ്റി' ഐസ്ക്രീമിന്റെ 'മാർക്കറ്റിംഗ്' സ്റ്റ്രാറ്റിജിയിൽ പ്രണയ ജോഡികളാണ് വിലയേറിയ ഐസ്ക്രീമിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ ഉപഭോക്താക്കൾ എന്ന് കണ്ടെത്തുകയുണ്ടായി. കൂടുതൽ ഐസ്ക്രീം വിറ്റഴിയണമെങ്കിൽ കൂടുതൽ പ്രണയജോഡികൾ ഉണ്ടാകണം. അവർ കാമുകനോടൊത്ത് ഐസ്ക്രീം പാർലറുകളിൽ പോകാൻ തയ്യാറാകണം. ചുരുക്കിപ്പറഞ്ഞാൽ പെൺകുട്ടികൾ പരസ്യമായി പ്രേമിക്കാൻ ധൈര്യം നേടണം. പെൺകുട്ടികൾക്ക് അതിനുള്ള ധൈര്യം പകരുന്നതിനു വേണ്ടി, 1999ലെ വാലെൻറയിൻസ് ഡേയിൽ (അന്താരാഷ്ട്ര പ്രണയദിനം) കാമ്പസുകളുടെ മുന്നിൽ ഒരു വലിയ ക്യാൻവാസ് വലിച്ചു കെട്ടി. പെൺകുട്ടികളെ കൊണ്ട് ക്യാൻവാസിൽ കാമുകനുവേണ്ടി പ്രണയസന്ദേശം എഴുതിച്ചു. പ്രണയസന്ദേശം എഴുതുന്ന ഓരോ കുട്ടിക്കും വിലയേറിയ ഒരു ഐസ്ക്രീം സൗജന്യമായി നല്കി. പരസ്യമായി പ്രണയസന്ദേശം എഴുതുന്നതിലൂടെ പരസ്യ പ്രേമപ്രകടനം നടത്താനും ഐസ്ക്രീം പാർലറുകളിൽ പോകാനും അവർ ധൈര്യം നേടുമെന്ന് ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ലിവർ കരുതിയിരിക്കും.

നാലുതുകളിൽ അവർ ആൺകുട്ടികൾക്ക് പണം നല്കി സിഗരറ്റ് വലിക്കാൻ പഠിപ്പിച്ചു. രണ്ടായിരത്തിൽ ഐസ്ക്രീം നൽകി പെൺകുട്ടികളെ പ്രേമിപ്പിക്കാൻ പഠിപ്പിക്കുന്നു. ഇവിടെ പ്രേമം വെറും വാണിഭപരമായ ആവശ്യത്തിനു വേണ്ടി മാത്രമുള്ളതാണ്. സിഗരറ്റും, മദ്യവും, കോളയും തമ്പാക്കും, പാൻപരാഗും, ഐസ്ക്രീമും കാമ്പസുകളിൽ കൊടിക്കുത്തി വാഴുന്നു. ഇതാണ് ആഗോളവൽക്കരണത്തിലൂടെ കാമ്പസിൽ എത്തുന്ന രാഷ്ട്രീയം.