സാരിയും ചുരിദാറും വിദേശകുത്തകകൾക്ക് തലവേദനയാവുമ്പോൾ

അഡ്വ. ആർ. സജു

പാശ്ചാത്യലോകത്തിന്റെ ഉത്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കുന്നതിനുള്ള ഒരു പുത്തൻ കോളനിയായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ് ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങൾ. ബഹുരാഷ്ട്ര കുത്തകകളെല്ലാം അവരുടെ വേഗം വിറ്റഴിയുന്ന ഉത്പന്നങ്ങളുടെ ഒരു വമ്പൻ വിപണനശൃംഖല ഇവിടെ സൃഷ്ടിക്കാനുള്ള തീവ്ര പരിശ്രമത്തിലാണ്. സ്വാഭാവികമായും ഇന്ത്യപോലുള്ള രാജ്യങ്ങളിൽ അവർക്ക് കടുത്ത വെല്ലുവിളികളാണ് നേരിടേണ്ടിവരുന്നത്.

വ്യത്യസ്തങ്ങളായ ഭാഷയും സംസ്കാരവും ജീവിതരീതിയും പുലർത്തുന്ന ചെറിയ സമൂഹങ്ങളാണ് പ്രധാനമായും അവർക്ക് പ്രശ്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. നൂറ്റാണ്ടുകൾ പഴക്കമുള്ള ഇവിടത്തെ ജീവിതരീതി മാറ്റിയെടുക്കുകയെന്നത് അത്ര എളുപ്പമുള്ള സംഗതിയല്ലല്ലോ. മാത്രമല്ല, ഉത്പന്നങ്ങൾ മനുഷ്യവാസമുള്ള എല്ലാ മുക്കിലും മൂലയിലും എത്തിക്കുവാനുള്ള അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളും ഇവിടെ കുറവ്. പുതിയ ഉത്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങി ഒന്നു പരീക്ഷിച്ചുനോക്കാൻ വേണ്ട അത്യാവശ്യം സാങ്കേതികബോധം ഭീകരമായ നിരക്ഷരത കാരണം നമ്മുടേതുപോലുള്ള രാജ്യങ്ങളിൽ ഇല്ലതാനും. അതുകൊണ്ടൊക്കെ മേൽപ്പറഞ്ഞ വെല്ലുവിളികളൊക്കെ ഒന്നൊന്നായി തരണം ചെയ്ത് ഏഷ്യയെ നല്ലൊരു മാർക്കറ്റാക്കി മാറ്റിയെടുക്കുകയെന്നത് ദുഷ്കരമായൊരു ദൗത്യം തന്നെ. എന്തായാലും ബഹുരാഷ്ട്ര കുത്തകകൾ ആ ദൗത്യം ഏറ്റെടുത്തുകഴിഞ്ഞു.

ലോകത്തിന്റെ രാഷ്ട്രീയ ശാക്തിക ചേരികളെ തകിടം മറിച്ചും ഐ.എം.എഫിലൂടെയും ലോകബാങ്കിലൂടേയും ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളെ ഭീമമായ കടക്കെണിയിൽ പെടുത്തിയും ഉദാരവത്കരണവും ആഗോളവത്കരണവുമൊക്കെ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന പുത്തൻ സാമ്പത്തികനയം സ്വീകരിക്കാൻ അവർ നമ്മളെ നിർബന്ധിതരാക്കി. വിദേശനിക്ഷേപത്തിന്റെ പേരിൽ തുറന്നിടപ്പെട്ട പുത്തൻ സാമ്പത്തിക നയങ്ങൾ, യഥാർത്ഥത്തിൽ ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾക്ക് ഏഷ്യൻ വിപണിയിലെ കൊത്താനുള്ള ഒരു 'സൂപ്പർ ഹൈവേ' മാത്രമാണ്.

ചിത്രം -2

ഉത്പന്നങ്ങൾ വിപണിയിൽ വിറ്റുപോകണമെങ്കിൽ അവയെ രണ്ടു കൈയും നീട്ടി സ്വീകരിക്കാൻ കഴിയുംവിധത്തിൽ ജീവിതരീതിയിലും സംസ്കാരത്തിലും മാറ്റമുണ്ടാവണം. ചലനാത്മകമായ പണവും വേണം. തലയിൽ തേയ്ക്കാൻ താളിക്കു പകരം ഷാമ്പൂ, പല്ലുതേക്കാൻ പേസ്റ്റ്, കുളിക്കാൻ സോപ്പ്, ദാഹമകറ്റാൻ കോള, ചായപ്പീടികയ്ക്കു പകരം ഫാസ്റ്റ് ഫുഡ് കൗണ്ടറുകൾ, ബാർബർ ഷാപ്പിനു പകരം ബ്യൂട്ടി പാർലർ, തയ്യൽകടയ്ക്കുപകരം റെഡിമെയ്ഡ് സെന്റർ, കള്ളുഷാപ്പുകൾക്കു പകരം ബാറുകൾ, ഇതൊക്കെ എത്ര പെട്ടെന്നാണ് ഇവിടെ വേരോടിയത്. ഇന്ന് വളരെ പ്രകടമായ ഈ മാറ്റങ്ങൾ ഒരു സ്വാഭാവിക പ്രകൃതിയിലൂടെ ഉരുത്തിരിഞ്ഞുവന്നതാണെന്നു കരുതിയാൽ തെറ്റി. ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികളുടെ എത്രയോ നാളത്തെ പഠന ഗവേഷണങ്ങളിലൂടെ വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത തന്ത്രങ്ങളാണതിനു പിന്നിൽ.

പരമ്പരാഗത ജീവിതശൈലി പുത്തൻ ഉത്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കുന്നതിനായി മാറ്റിയെടുക്കുന്നതിനെ

ശേഷം 5-ാം പേജിൽ

സാരിയും ചുരിദാറും....

ഒന്നാം പേജ് തുടർച്ച

FGFSM (Fertile Ground Factor Strategy Management) എന്നാണവർ വിളിക്കുന്നത്. 1985 മുതൽ FGFSMനു വേണ്ടി പ്രത്യേക കമ്പനികൾ ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളിൽ 'ഓപ്പറേഷൻ' ആരംഭിച്ചു. വിദ്യാഭ്യാസം, പത്രങ്ങൾ, മാസികകൾ, സിനിമകൾ, പരസ്യങ്ങൾ, ടിവി പ്രോഗ്രാമുകൾ, മതസ്ഥാപനങ്ങൾ, സന്നദ്ധ സംഘടനകൾ, രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കൾ എന്നിവരെ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ടാണ് ജനങ്ങളുടെ മനോഭാവത്തിൽ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കിയെടുത്തത്.

ലോകബാങ്ക് ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങൾക്ക് നൽകുന്ന ലോണുകളിൽ കൂടുതലും ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾക്ക് വിപണി ഉണ്ടാക്കുന്നതിനു വേണ്ടിയുള്ള അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനുവേണ്ടിയാണ്. 1986-ൽ ലോകബാങ്കിന്റെ വിദ്യാഭ്യാസ വിദഗ്ധരായ ജി പെഗ്റ്റാനും, അലൻ മിക്റ്റനും ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളിലെ പ്രൈമറി വിദ്യാഭ്യാസത്തെക്കുറിച്ച് പഠന റിപ്പോർട്ട് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു. ഇന്ത്യയിൽ 6 വയസിനു മുകളിലുള്ള 30 ശതമാനം കുട്ടികൾ മാത്രമേ സ്കൂളിൽ പോകുന്നുള്ളൂ. ഇതിൽ 35 ശതമാനം പ്രൈമറി തലത്തിൽ തന്നെ കൊഴിഞ്ഞുപോകുന്നു. പ്രൈമറി വിദ്യാഭ്യാസം വിപണിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ജീവിതനിലവാരത്തെ എങ്ങനെ സ്വാധീനിക്കുന്നുവെന്ന് റിപ്പോർട്ടിൽ പറയുന്നുണ്ട്.

പ്രൈമറി വിദ്യാഭ്യാസത്തിൽ ഒരു വർഷത്തെ വർധനവ് ഉണ്ടായാൽ വിപണിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ജീവിത നിലവാരത്തിൽ 13 ശതമാനം ഉയർച്ച ഉണ്ടാവും. ഈ റിപ്പോർട്ട് പുറത്തുവന്നതിനുശേഷം ODAയും IDAയും സ്കൂൾ പ്രവേശനം വർധിപ്പിക്കുന്നതിനുവേണ്ടിയുള്ള പ്രൊജക്ടുകൾ ആരംഭിച്ചു. ഡി.പി.ഇ.പി.യുടെ തുടക്കം ഇതാണ്.

1998-ൽ ഡേവിഡ് ഡോളറിന്റെ ഒരു പഠന റിപ്പോർട്ട് ലോകബാങ്ക് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു. ('Assessing Aid, What works, What doesn't And why not') ഈ റിപ്പോർട്ടിൽ ഒരു ഡോളർ വിദേശസഹായം (തിരിച്ചടയ്ക്കുന്ന ലോണുകൾ) രണ്ട് ഡോളർ വിദേശ നിക്ഷേപം ആകർഷിക്കും എന്ന് വ്യക്തമാക്കുന്നുണ്ട്..

ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾക്കു വേണ്ടി ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങൾ കേന്ദ്രീകരിച്ച് സാമ്പത്തിക വാർത്തകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ABN വിയറ്റ്നാമിൽ എങ്ങനെയാണ് കടന്നുകയറി മാർക്കറ്റ് ഓപ്പറേഷൻ നടത്തേണ്ടത് എന്നതിനെക്കുറിച്ച് 5 വീഡിയോ കാസറ്റുകൾ തയാറാക്കി. അതിന്റെ പരസ്യം - ചിത്രം 1 നോക്കുക, വേൾഡ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഡൈജസ്റ്റിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചത്) ആ പരസ്യത്തിൽ പച്ചയായിത്തന്നെ പറയുന്നു. 'ഇന്നാണ് സമയം, നാളേയ്ക്കുവച്ചാൽ ഏറെ വൈകും'. ലോകബാങ്കും ADBയും നമുക്കുവേണ്ടി അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളൊരുക്കുന്നു എന്ന്. പരസ്യത്തിന്റേയും ഏറ്റവും അടിയിൽ വിയറ്റ്നാമിൽനിന്നും ചെങ്കൊടി കടലിലേക്ക് താഴുന്ന ഒരു ചിത്രവും കൊടുത്തിട്ടുണ്ട്.

അമേരിക്കയ്ക്ക് ആയുധം കൊണ്ട് തോല്പിക്കാൻ കഴിയാത്ത ഈ കൊച്ചുരാജ്യത്തെ എത്ര നിസാരമായി FGSM (പരമ്പരാഗത ജീവിത ശൈലി പുത്തൻ ഉത്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കാനായി മാറ്റിയെടുക്കുന്ന തന്ത്രം) കൊണ്ട് ശിഥിലമാക്കുന്നുവെന്ന് നോക്കുക.

ലോകബാങ്ക്, ഐ.എം.എഫ്., എ.ഡി.ബി. മറ്റ് മൾട്ടി ലാറ്ററൽ സാമ്പത്തിക സഹായ സംഘടനകൾ ഇവയൊക്കെയൊരുക്കുന്ന അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തി ബഹുരാഷ്ട്ര കുത്തകകളുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ വിറ്റുപോകുന്നതിനുവേണ്ടി വളക്കൂറുള്ള മണ്ണുണ്ടാക്കുന്ന കമ്പനികൾ 1990 മുതലാണ് ഗണ്യമായ പ്രവർത്തനങ്ങളാരംഭിച്ചത്. FGSM ഓപ്പറേഷനുകൾ എങ്ങനെയാണെന്നതിന് ഒരു ചെറിയ ഉദാഹരണം പറയാം.

ഫിലിപ്സ് ഇന്ത്യയിൽ സ്ത്രീകൾക്കുവേണ്ടിയുള്ള ഇലക്ട്രോണിക് ഷേവർ ഇറക്കുന്നു. അതിനു വില നിശ്ചയിക്കുന്നു. ആ വിലയ്ക്ക് പരമാവധി വിറ്റുപോകാനിടയുള്ള പ്രദേശങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നു.

ആ പ്രദേശത്തെ സ്ത്രീ ശരീരത്തിലെ രോമങ്ങളെക്കുറിച്ച് പഠിക്കുന്നു. കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകളുടെ കാലിൽ കറുത്ത രോമങ്ങൾ കൂടുതലാണ് എന്ന് കണ്ടെത്തുന്നു. അവർ ഉന്നംവയ്ക്കുന്ന സ്ത്രീകളുടെ പ്രധാന വസ്ത്രം സാരിയും ചുരിദാറുമാണെന്നു മനസിലാക്കി, അതിനു മാറ്റമുണ്ടാക്കണമെന്ന് ലക്ഷ്യമിടുന്നു. മിഡിയും മിഡിഗ്രോക്കും കാൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നയിനം പുത്തൻ വസ്ത്രങ്ങളും ഫാഷനാക്കുവാനുള്ള പദ്ധതി തയാറാക്കുന്നു. സിനിമയേയും സ്ത്രീ, ഫാഷൻ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളേയും ഫാഷൻ ഡിസൈനർമാരേയും ബ്യൂട്ടീഷ്യന്മാരേയും സ്വാധീനിച്ച് പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കുന്നു. പിന്നെ, നിരന്തര പരസ്യവും. അങ്ങനെ ഫിലിപ്സ് ഷേവറിന്റെ നല്ലൊരു മാർക്കറ്റായി മാറുന്നു കേരളം.

ഇങ്ങനെയൊക്കെ സംഭവിക്കുമോ? ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ബഹുരാഷ്ട്ര കുത്തകകളെ സഹായിക്കുന്ന സ്ഥാപനമാണ് ലണ്ടൻ കേന്ദ്രമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന 'nb'. 'nb'യുടെ ഉടമ ജോൺ നിഡാസെറ്റ് ഏഷ്യയെ മൊത്തത്തിൽ പാശ്ചാത്യവത്കരിക്കുന്നതിനും അതിലൂടെ കുത്തകകളുടെ വിപണിയാക്കി മാറ്റുന്നതിനും വേണ്ടിയുള്ള പ്രായോഗിക പദ്ധതികൾ അവതരിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് 'ASIA' എന്ന ഒരു പുസ്തകം പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. (അതിന്റെ പരസ്യം ചിത്രം - 2). രാഷ്ട്രങ്ങളെ വിപണികളുടെ ശൃംഖലയായും, സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിൽനിന്നും മാർക്കറ്റിംഗ് നിയന്ത്രണത്തിലേക്ക് മാറ്റിയ, ഗ്രാമങ്ങളെ പട്ടണങ്ങളാക്കിയും, തൊഴിലാളികളെ കുറയ്കുന്ന സാങ്കേതികവിദ്യയ്ക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകിയും, ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളെ മാറ്റിമറിയ്ക്കുന്നതിനുള്ള നിഗൂഢ പദ്ധതികളാണ് ജോൺ നിഡാസെറ്റ് അവതരിപ്പിക്കുന്നത്.

ജി.പി.മോർഗൻ, MOEA, CRG, തായ്പീക്ക് വേൾഡ് ട്രേഡ് സെന്റർ തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളിൽ മേൽപറഞ്ഞ വിധത്തിലുള്ള ഓപ്പറേഷനുകൾ നടത്തുന്നത്.

സിംഗപ്പൂരും തായ്‌ലന്റും കേന്ദ്രീകരിച്ച് അവരുടെ പ്രാദേശിക ഓപ്പറേഷൻ സെന്ററുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. നമ്മളടക്കമുള്ള ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങൾ എങ്ങനെ ചിന്തിക്കണം, എന്ത് ആസ്വദിക്കണം, എന്ത് ആഹാരം കഴിക്കണം, എങ്ങനെ തുണിയുടുക്കണം, എങ്ങനെ ജീവിക്കണം എന്നൊക്കെ തീരുമാനിക്കുന്നത് ഈ കമ്പനികളാണ്. രണ്ടാം കൊളനിവത്കരണമാണ് സാംസ്കാരികാധിനിവേശത്തിലൂടെ ഇവിടെ നടപ്പിലാക്കുന്നത്. ലജ്ജിക്കുക, നമ്മളിപ്പോഴും അടിമകൾ തന്നെ. മുന്നത്തേക്കാൾ മോശപ്പെട്ട തരം അടിമകൾ.