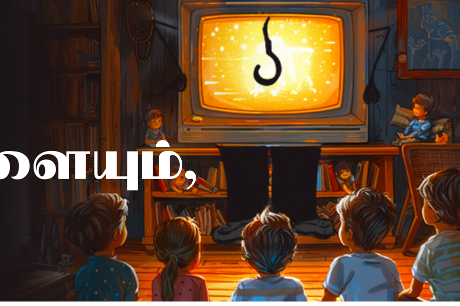
"இன்றைய சிறுவர்கள் எதிர்காலத்தில் எமது நீண்ட கால வாடிக்கையாளர்களாவர். இன்று சிகரட் புகைப்பவர்களில் அதிகமானோர் சிகரட் புகைப்பதற்கு கட்டிளமைப் பருவத்திலேயே ஆரம்பித்திருப்பர்"

பிலிப் மொரிஸ் - புகையிலை நிறுவனம்

புகையிலை நிறுவனத்தின் தந்திரோபாயங்களிலிருந்து சிறுவர்களையும், இளைஞர்களையும் பாதுகாப்போம்.

உலக புகைத்தல் தடுப்பு தினம் : மே 31

புகையிலை நிறுவனத்தின் தந்திரோபாயங்களிலிருந்து சிறுவர்களையும், இளைஞர்களையும் பாதுகாப்போம்.



புகைத்தல் பாவனையானது புற்று நோய் உட்பட பல்வேறு நோய்கள் ஏற்படுவதற்கும், தொற்றா நோய்களால் ஏற்படுகின்ற அகால மரணங்களுக்கும் பிரதான காரணியாக அமைகின்றமைக் குறிப்பிடத்தக்கது.

எமது நாட்டில், புகைத்தல் பாவனையால் தினமும் 50-55 பேர் அகால மரணமடைகின்றனர். இவ்வாறு மரணிக்கும் வாடிக்கையாளர்களை ஈடு செய்வதற்காக இளைஞர்களையும், சிறுவர்களையும் இலக்கு வைத்து பல்வேறு வகையான விளம்பரங்ளை புகையிலை நிறுவனம் மேற்கொண்டு வருகின்றது (2006ம் ஆண்டு 26ம் இலக்க மதுசாரம் மற்றும் புகையிலை தொடர்பான தேசிய அதிகார சபை சட்டத்திற்கமைய சிகரட் விளம்பரங்கள் தடை செய்யப்பட்டுள்ளன) மனிதர்களின் மகிழ்ச்சி, விடுதலை ஆகியவற்றை சிகரட்டிற்கு மாத்திரம் மட்டுப்படுத்தி இலாபம் ஈட்டுவதை மாத்திரமே புகையிலை நிறுவனம் இலக்காகக் கொண்டுள்ளது. இலங்கை புகையிலை நிறுவனம் எனும் பெயரில் இயங்கும் பிரித்தானியா மற்றும் அமெரிக்காவிற்கு சொந்தமான நிறுவனம் ஒரு நாளைக்கு மாத்திரம் ரூபா. 52 கோடி எனும் பெருந்தொகையை எமது நாட்டிலிருந்து சூறையாடுகின்றது.

புகையிலை நிறுவனத்தால் எமது நாட்டிற்கு கிடைக்கப்பெறும் வரி வருமானத்தை விடவும் சிகரட் பாவனையால் அரசாங்கத்திற்கு ஏற்படும் சுகாதார செலவீனங்கள் அதிகமாகும். இந்நிலைமை அரசாங்கத்திற்கு பொருளாதார நட்டத்தை விளைவிக்கின்றது.

புகைத்தல் பாவனைக்கு ஆளாகுவதைத் தடுப்பதே புகைத்தலில் இருந்து விலைதலையாக்குவதற்கு மிகவும் பொருத்தமான வழிமுறையாகும். ஆகவே, புகையிலை நிறுவனத்ததால் மேற்கொள்ளப்படும் விளம்பரங்களிலிருந்து இளைஞர்களையும், சிறுவர்களையும் பாதுகாக்க வேண்டியது மிக முக்கியமானதொன்றாகும்.

கீழ்குறிப்பிடப்பட்டுள்ள வசனங்கள் புகையிலை நிறுவனத்தின் முகவர்களால் கூறப்பட்ட வசனங்களில் சில,

"உதடு இருக்கும் அனைவரும் எமது இலக்கு"

R.J.ரெனோல்ட், புகையிலை நிறுவனத்தின் முகவர்

"இழக்கப்படும் வாடிக்கையார்களை ஈடு செய்வதற்கு எமக்கு இருக்கும் சிறந்த வளம் இளைஞர்களே!"

R.J.ரெனோல்ட், புகையிலை நிறுவனத்தின் முகவர்

உமது பிள்ளைகளை சிகரட் பாவனைக்கு ஆளாக்குவதற்காக புகையிலை நிறுவனம் மேற்கொள்ளும் தந்திரோாயங்களை அறிந்து கொள்வோம்

முதலாவது சிகரட்டை புகைக்கும் போது அர்த்தமற்ற அனுபவமே கிடைக்கும். அந்த அனுபவத்தை தாங்கிக்கொண்டு தொடர்ந்து சிகரட் புகைப்பதற்கு உள ரீதியாக தயாராக வேண்டும். சிகரட் புகைப்பதற்கு ஆரம்பிக்கும் ஒருவர் எனின், " நான் ஒரு வீரர்" என்கின்ற எண்ணத்தை மனதில் பதித்துக்கொள்ள முற்பட வேண்டும்.

பிலிப் மொரிஸ், புகையிலை நிறுவனம் (1969)

பிள்ளைகள் நடமாடும் பிரதேசங்களில் புகைத்தல் பொருட்கள் காணப்படும் அளவை அதிகரித்தல்.

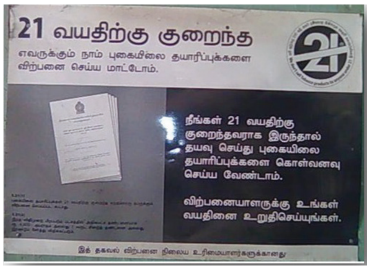
ADIC நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்பட்ட ஆய்வின் படி, 07 மாவட்டங்களில் 34 பாடசாலைகளில், 03 நிமிடங்கள் நடந்து செல்லுமிடத்து புகைப்பொருள் விற்பனை நிலையங்கள் 74 காணப்படுகின்றன. பிள்ளைகள் அதிகம் நடமாடும் இடங்களில் இவ்வாறு சிகரட் கிடைக்கும் தாராளத்தன்மையை அதிகரிப்பதும், பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய விலையில் சிகரட் வகைகளின் தாராளத்தன்மையை அதிகரிப்பதும் சிகரட் நிறுவனத்தின் தந்திரோபாயமாகும்.

பிள்ளைகளின் கண்மட்டத்தில் சிகரட்டை காட்சிப்படுத்தல்

"கண் மட்டமே, கொள்வனவு செய்யப்படும் மட்டம், கண் மட்டத்தில் காணப்படும் பொருட்கள் அதிகளவு கொள்வனவு செய்வதற்கு பழக்கப்படும்"

பிலிப் மொரிஸ், புகையிலை நிறுவனம் (1994)

பிரித்தானியா அமெரிக்கா புகையிலை நிறுவனம்



21 வயதிற்கு குறைந்தவர்களுக்கு சிகரட் விற்பனை தடை எனும் வாசகத்தின் மூலம் சிகரட் பாவனையானது வயது வந்தவதவர்களின் செயல் என்ற எண்ணத்தை ஏற்படுத்துவதற்காக சிகரட் நிறுவனத்தால் கடைகளில் விளம்பரங்கள் காட்சிப்படுத்தப்படுகின்றன.

சிறுவர்களுக்கு சிகரட் விற்பனை செய்வதில்லை என்று கூறி, சிகரட் பாவனையானது வயது வந்தவர்கள் செய்ய வேண்டிய பாவனை எனும் கருத்தைசிறுவர்களின் மனதில் வளர்ப்பதற்கு எமது நிறுவனம் விஷேட வியாபாரத்தை ஆரம்பித்தது.

பிலிப் மொரிஸ், புகையிலை நிறுவனம் (1994)

விளையாட்டுப் போட்டிகள் மற்றும் களியாட்ட நிகழ்வுகள் வாயிலாக சிகரட் புகைத்தலை விளம்பரப்படுத்தல்

பிள்ளைகள் ஆர்வத்துடன் பங்குபற்றும் விளையாட்டுப் போட்டிகள், களியாட்ட நிகழ்வுகளில் சிகரட் பாவனையை விளம்பரப்படுத்துவதானது புகையிலை நிறுவனத்தின் தந்திரோபாயமாகும். புகைத்தல் அவலட்சணத்தை ஏற்படுத்துகின்ற போதிலும் அப்பாவனையை கவர்ச்சிகரமாகக் காண்பிப்பதற்கு இது போன்ற சந்தர்ப்பங்களை புகையிலை நிறுவனம் பயன்படுத்துகின்றன.

விளையாட்டு போட்டிகளை எமது உற்பத்தியை விளம்பரப்படுத்தும் உபாய மார்க்கமாக நாம் பயன்படுத்துகின்றோம்.

வைன் ரொபட்சன், R.J. ரொனாலட் (1983)

சிகரட்டிற்கு தொடர்பற்ற பொருட்களை விளம்பரத்திற்காக பயன்படுத்துதல்

சிகரட்டின் நாமம், நிறம் ஆகியவற்றை பிள்ளைகளின் மனதில் பதிய வைப்பதற்கு சிகரட்டிற்கு தொடர்பற்ற, புகையிலை நிறுவனங்களின் உற்பத்திகள் அல்லாத சிறுவர்கள் பயன்படுத்தக்கூடிய விளையாட்டுப்பொருட்கள், தொப்பிகள், பிள்ளைகளின் ஆடைகள் ஆகியவற்றின் வாயிலாக புகையிலை நிறுவனம் விளம்பரங்களை மேற்கொள்கின்றது.

சிகரட்டிற்கான நேரடி விளம்பரங்களை தடை விதிக்கும் பட்சத்தில், சிகரட்டிற்கு தொடர்பற்ற, புகையிலை நிறுவனத்தின் உற்பத்தியல்லாத பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் ஊடாக இணைத்து விளம்பரங்கள் செய்யப்பட வேண்டும்.

பிரித்தானியா அமெரிக்கா புகையிலை நிறுவனம் 1979

புதிய உற்பத்திகளை அறிமுகம் செய்தல்

புதிய விடயங்களை பரீட்சித்துப் பார்ப்பதற்கு பிள்ளைகள் எப்பொழுதும் ஆர்வமாக இருப்பார்கள். இதனை அறிந்துள்ள சிகரட் நிறுவனமானது, இலத்திரணியல் சிகரட் மற்றும் வெவ்வேறு சுவையுள்ள சிகரட் வகைகளை தற்போதும் சந்தைக்கு அறிமுகம் செய்துள்ளது. இலத்திரணியல் சிகரட் பாவனையானது சிகரட் புகைத்தலால் ஏற்படும் அனைத்து விதமான பாதிப்புக்களையும் ஏற்படுத்தும் என கண்டறியப்பட்டுள்ளது. இதனை எமது நாட்டிற்குள் விற்பனை செய்வது தடை செய்திருந்தாலும் பல்வேறு வகைகளில் சிறுவர்களையும், இளைஞர்களையும் இலக்கு வைத்து இவை விற்பனை செய்யப்படுகின்றது. பிள்ளைகள் சிகரட் பாவனைக்கு ஆளாகும் வீதம் குறைவடைந்து வரும் இச்சந்தர்ப்பத்தில் இலத்திரணியல் சிகரட்டை அறிமுகப்படுத்தியிருப்பதானது சிகரட் பாவனையை தக்க வைத்துக்கொள்வதற்கு மேற்கொண்ட தந்திரோபாயமாகும்.

14–18 வயதிற்கிடைப்பட்டவர்கள் மத்தியில் சிகரட் பாவனை அதிகரிக்க வேண்டும். அவர்களுக்காக ஒரு புதிய வகையை நாம் அறிமுகம் செய்ய வேண்டும். இது எமது நிறுவனத்தை தொடர்ந்து தக்க வைத்துக்கொள்வதற்கு மேற்கொள்ளப்பட வேண்டியதொன்றாகும்.

R.J.ரொனால்ட், புகையிலை நிறுவனம்

இது தவிர, சர்வதேச ரீதியாக சிகரட் பாவனையானது வீழ்ச்சியடைந்து வருகின்ற நிலைமை காணப்படுகின்றது. அதற்கு பதிலாக கஞ்சா வியாபாரத்திற்கு மாற்றமடைவதற்காக சிகரட் நிறுவனம் தற்போதும் பணம் முதலிட்டுள்ளது. கஞ்சா பாவனையை சிறுவர்கள் மற்றும் இளைஞர்கள் மத்தியில் பிரபல்யப்படுத்துவதற்கு சமூக ஊடகங்கள் வாயிலாக விளம்பரங்களை மேற்கொண்டு வருகின்றமைக் குறிப்பிடத்தக்கது.

“நாம் புதிய வகைகளை அறிமுகப்படுத்தும் போது எமது சம்பிரதாயபூர்வமான சிகரட் விற்பனையை வலுவாக தக்க வைத்துக்கொள்ள முடிவதோடு விற்பனையில் வளர்ச்சியும் ஏற்படும். எமது பங்குதாரர்களுக்கு சிறந்த பெறுபேற்றையும் இலாபத்தை பெற்றுக்கொடுக்க முடிவதோடு புதிய உற்பத்திகளுக்காக முதலிடுவதையும் ஊக்குவிக்க முடியும்”

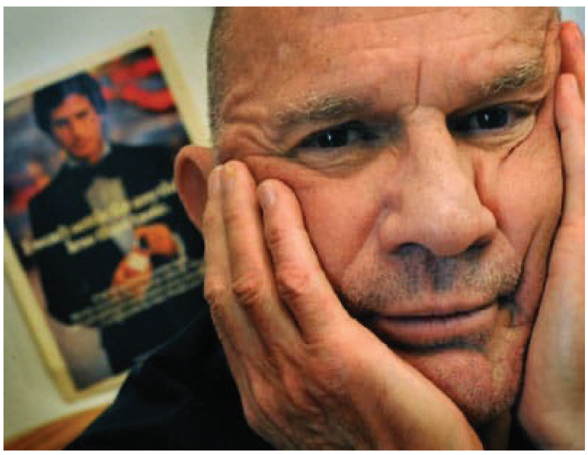
பிரித்தானியா, அமெரிக்கா புகையிலை நிறுவனம், 2018

சமூக ஊடகம்

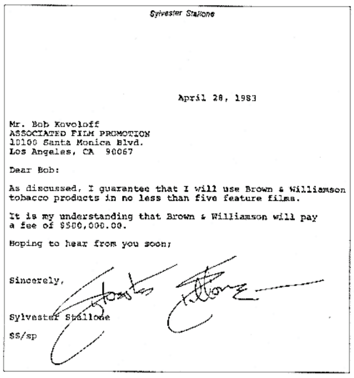
புகையிலை நிறுவனமானது , சிறுவர்கள் மற்றும் இளைஞர்கள் மத்தியில் சிகரட்டை விளம்பரப்படுத்துவதற்கு சமூக ஊடகங்களை பயன்படுத்துகின்றது. சமூக ஊடகங்களினூடாக புகைப்பொருட்களின் விளம்பரங்களை காணும் பிள்ளைகளுக்கு அது தொடர்பான கவர்ச்சியான எண்ணங்கள் தோன்றும் என ஆய்வுகள் குறிப்பிடுகின்றன. தங்களது விளம்பரங்களை ரகசியமாக மேற்கொள்வதற்காக புகையிலை நிறுவனத்தால் சமூக ஊடக செயற்பாட்டாளர்களுக்கு பணம் வழங்கியுள்ளதாக கண்டறியப்பட்டுள்ளது. இது நிறுவனத்தின் நேரடி விளம்பரமாகவன்றி ஹேஸ் டெக் பயன்படுத்தப்பட்டு விளம்பரப்படுத்தப்படும். உதாரணமாக பிரசித்தி பெற்ற நடிகர் ஒருவரின் சிகரட் புகைக்கும் படத்தை சமூக ஊடகத்தில் பதிவு செய்தல், பாடல்களில் உள்ள காட்சிகளுக்கு சிகரட் புகைக்கும் காட்சிகளையும் இணைத்துக்கொள்ளல், டிக் டொக் மூலமாக சிகரட் தொடர்பான கவரச்சிகரமான எண்ணத்தை ஊக்குவிப்பதற்கு முயற்சி செய்தல்.

தொலைக்காட்சி

கார்டூன்கள், திரைப்படங்கள், நாடகங்கள் ஆகியன பிள்ளைகள் மத்தியில் பிரசித்தி வாய்ந்தவைகளாகும். பிள்ளைகளுக்கு சிகரட் மீதான கவர்ச்சியை ஏற்படுத்துவதற்காக திரைப்பட நடிகர், நடிகைகளுக்கும், திரைப்பட தயாரிப்பாளர்களுக்கும் புகையிலை நிறுவனம் பணம் கொடுத்துள்ளமைக்கான ஆதாரங்கள் உள்ளன.



எலன் லெண்டர்ஸ் 2000ஆம் ஆண்டு தொடக்கத்தில் பத்திரிகையொன்றிற்கு வழங்கிய நேர்காணலின் போது, “தொழில் ரீதியாக நான் கடந்து வந்த பாதையை ஒரு கனம் திரும்பிப் பார்க்கும் போது இந்நாட்டின் பிள்ளைகளுக்கும், வளர்ந்தவர்களுக்கும் இது போன்ற (சிகரட்) ஒரு பொருளை விளம்பரப்படுத்தியமையை எண்ணி வெட்கப்படுகின்றேன்” என தெரிவித்தார்.


Sylvester Stallone

April 28, 1983

Mr. Bob Kovoloff
ASSOCIATED FILM PROMOTION
10100 Santa Monica Blvd.
Los Angeles, CA 90067

Dear Bob:

As discussed, I guarantee that I will use Brown & Williamson tobacco products in no less than five feature films.

It is my understanding that Brown & Williamson will pay a fee of $500,000.00.

Hoping to hear from you soon;

Sincerely,

Sylvester Stallone

SS/sp

சில்வஸ்டர் சலோன் - புகைத்தல் விளம்பரங்களுக்காக புகையிலை நிறுவனத்திடம் பணம் பெற்றுக் கொண்டமைக்கான ஆதாரம்

புகையிலை நிறுவனம் பெண்பிள்ளைகளை இலக்கு வைக்கின்றது.

எமது நாட்டில் பெண்கள் மத்தியில் காணப்படுகின்ற புகைத்தல் பாவனையானது மிகவும் குறைவு. எனினும் பெண் பிள்ளைகளையும், யுவதிகளையும் இலக்கு வைத்து அவர்களை புகைத்தல் பாவனைக்கு ஈர்த்துக்கொள்வதற்காக பல்வேறு விளம்பர நடவடிக்கைகளை புகையிலை நிறுவனம் மேற்கொண்டு வருகின்றது. பெண்களின் உரிமை அவர்களின் சுதந்திரம் ஆகியவற்றோடு சிகரட் பாவனையை இணைப்பது புகையிலை நிறுவனத்தின் மாபெரும் தந்திரோபாயமாகும்.

> *“சிகரட் நிறுவனத்தின் சந்தைப்படுத்தல் முகாமையாளராக பொறுப்பேற்கும் போது ஒரு பெரும் பொறுப்பு இருந்தது. இலங்கையிலுள்ள பெண்களுக்கு சிகரட்டை படிக்குமாறு புகையிலை நிறுவனத்தின் தலைவர் என்னிடம் கூறினார்”*
>
> **லோட்டஸ் குணதிலக்க**

“Basic Instinct” எனது திரைப்படத்தில் ஒன்றாகும். அதில் செரன் ஸ்டோன் கதாபாத்திரம் புகை பிடிக்கும் காட்சிகளை உள்ளடக்கியதாகும். மைக்கள் டக்ளஸ் வெளியேற முயற்சிக்கும் போது அவரின் முகத்தில் நேரடியாக பலமான முறையில் சிகரட் புகை முகத்திற்கு ஊதப்படும். அத்திரைப்படத்தின் முக்கியமான காட்சிகளில் அவரின் கையில் சிகரட் காணப்படும். புகையிலை நிறுவனம் **“Basic Instinct”** திரைப்படத்திற்கு அன்பு செலுத்தியதாக நம்புகின்றேன். இத்திரைப்படம் உலகளாவிய ரீதியில் பிரசித்தி பெற்று நீண்ட காலம் திரையில் ஓடியது. சிகரட் நிறுவனமும் **“Basic”** எனும் புதிய வகை சிகரட்டை அறிமுகப்படுத்தியது. எனது திரைப்படம் அதிகளவு பணத்தை உழைத்தது. சிகரட் நிறுவனத்திற்கும் அதே நிலைதான்.

ஜோ எஸ்தர்

1990 காலப்பகுதியில் அதிகளவு சம்பளம் பெற்ற ஹொலிவூடின் பிரசித்தி பெற்ற திரைப்பட நடிகை

புகையிலை நிறுவனத்தின் தந்திரோபாயங்களில் இருந்து பிள்ளைகளை பாதுகாத்துக் கொள்வதற்காக,

- புகையிலை நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் போலியான விளம்பரங்களை அறிந்து கொள்வதற்கு பிளைகளை ஊக்கப்படுத்தல். உதாரணமாக : நடிகர் ஒருவர் புகைத்தல் காட்சியில் நடித்துக் காட்டும் காட்சிகளை பார்க்கும் சிறுவர்களுக்கு உண்மையில் சிகரட் புகைக்கும் ஒருவர் எவ்வாறு தனது வசீகரத்தை இழந்து அவலட்சணமாகிறார் என்பதை தெளிவுப்படுத்தல்

- புகையிலை நிறுவனங்கள் பிள்ளைகளை இலக்கு வைத்து மேற்கொள்ளப்படும் விளம்பரங்களின் பெறுமதியை குறைப்பதற்கு ஆக்கப்பூர்வமான செயற்பாடுகளை மேற்கொள்வதற்கு ஊக்கப்படுத்தல். உதாரணமாக : சமூக ஊடகங்களில் புகைத்தலை விளம்பரப்படுத்தும் படங்கள், பதிவுகள், காணொளிகளுக்கு இவை புகையிலை நிறுவனங்களிடம் பணம் பெற்று பதிவிடப்படுபவை என்கின்ற கருத்துக்களை பதிவிடுதல்.

- புகையிலை நிறுவனத்திற்கு உதவி செய்யும் நடிகர், நடிகைகள், பிரசித்தி பெற்றவர்கள், அரசியல்வாதிகள் **youtubers** போன்றோரை வெளிப்படுத்துவதற்கு உதவி செய்தல். அவர்களுக்கு நாம் விருப்பமற்ற தன்மையை வெளிக்காட்டுதல். (சமூக ஊடகங்கள் வாயிலாக குறுந்தகவலை அனுப்புதல், **SMS** செய்தல், தொலைபேசி அழைப்புக்களை மேற்கொள்ளல், அஞ்சல் அட்டைகளை அனுப்புதல்)

- எமது பிரதேசத்தில் புகையிலை நிறுவனங்களுக்கு உதவி செய்பவர்களை அறிந்து அவர்களை எமது சமூக நலன் தொடர்பாக சிந்திக்கக்கூடிய சிறந்தவர்களாக மாற்றுவதற்கு செயற்படுவோம்.

- மதுசாரம் மற்றும் புகையிலை தொடர்பான தேசிய அதிகார சபை சட்டம், பொலிஸ் ஆகிய ஆகிய அதிகாரமுடைய நிறுவனங்களுக்கு புகையிலை நிறுவனத்தால் பிள்ளைகளை ஈர்த்துக்கொள்வதற்கு மேற்கொள்ளப்படும் விளம்பரங்கள் தொடர்பாக அறியச்செய்து அவற்றை தடுப்போம்.

புகையிலை நிறுவனத்தின் தந்திரோபாயங்களில் இருந்து பாதுகாப்பு பெறுவோம் ஏனையோரையும் பாதுகாப்போம்.

மூலம் :-

https://www.tobaccofreekids.org/global-issues/advocacy-resources/advertising-and-promotion
https://tobaccotactics.org/article/newer-nicotine-and-tobacco-products-british-american-tobacco/
https://tobaccotactics.org/article/targeting-women-and-girls/

ADIC
Alcohol and Drug Information Centre
மதுசாரம் மற்றும் போதைப்பொருள் தகவல் நிலையம்,
40/18, பார்க் வீதி, கொழும்பு 05.
தொ.பே : 011 2584416, தொலைநகல் : +94 112508484
www.adicsrilanka.org