

१२ ते १८ वर्षांची मुले गुटख्याच्या आहारी

मुंबई, दि. ३० (प्रतिनिधी)-एका स्वयंसेवी संस्थेतर्फे करण्यात आलेल्या निरीक्षणात पान मसाल्याच्या जाहिरातीतून तंबाखूच्या उत्पादनांचा प्रचार केला जात असल्याचे निदर्शनास आले आहे. तसेच १२ ते १८ वयोगटातील मुलांमध्ये गुटखा सर्वाधिक लोकप्रिय असल्याचे या संस्थेतर्फे करण्यात आलेल्या सर्व्हेत दिसून आले आहे.

सलाम बॉम्बे फाऊंडेशन संस्थेतर्फे पान मसाल्याच्या उत्पादनाबाबत निरीक्षण चाचणी करण्यात आली. यामध्ये सुमारे तीन हजार जणांचा समावेश होता. ज्यात मुंबईतील १२ ते १७ वयोगटातील १५०० मुलांचा एक गट तर दुसऱ्या गटात १९ ते ५० वयोगटातील तरुण, वृद्धांचा समावेश करण्यात आला होता. ही चाचणी दोन पध्दतीने करण्यात आली. एक फ्लॅश कार्डचा वापर आणि दुसरा

सलाम बॉम्बे फाऊंडेशनने केले सर्व्हेक्षण

प्रश्नावलीचा वापर करण्यात आला. फ्लॅश कार्ड दाखवून त्याआधारे या चाचणीत सहभागी झालेल्या मंडळींना काही प्रश्न विचारण्यात आले. खरोखरच पान मसाल्याची जाहिरात असते की त्यामार्फत तंबाखुचा प्रसार केला जातो आणि जो ब्रॅण्ड आहे तो खरोखरच पान मसाला असतो की तंबाखुने भरलेला गुटखा असतो, असे प्रश्न विचारण्यात आले. तेव्हा ८२ टक्के मुलांनी आणि ८४ टक्के प्रौढांनी तो गुटखा असल्याचे सांगितले. तसेच गोवा १०००, आरएमडी आणि राजश्री हे तीनही ब्रॅण्ड गुटखा असल्याचा दावा या निरीक्षण चाचणीत सहभागी

असलेल्यांनी केला आहे.

१२ ते १८ वयोगटातील मुलांमध्ये गोवा १००० पान मसाला हा गुटखा भलताच लोकप्रिय असल्याचे या निरीक्षणातून दिसून आले आहे. यावरून असे दिसून येते की गोवा १००० हा गुटखा ब्रॅण्ड चांगलाच खपाचा असून पान मसाला म्हणून तो मुलांमध्ये चांगलाच लोकप्रिय आहे. या निरीक्षण चाचणी विषयी सलाम बॉम्बे फाऊंडेशनच्या प्रोजेक्ट संचालक देविका चट्टा म्हणाल्या की, गोवा १०००, आरएमडी आणि राजश्री ही तीनही उत्पादने पान मसाला असल्याचा दावा आपल्या जाहिरातीतून करतात. मात्र प्रत्यक्षात तो गुटखा आहे. आमच्या या निरीक्षण चाचणीद्वारे पान मसाल्याच्या जाहिरातीवर बंदी आणावी व योग्य ती कारवाई करावी, अशी मागणी करण्यात येत आहे.



तंबाखूविरोधी दिन 'विशेष'

आज मंगळवार, ३१ मे

रोजी जागतिक

तंबाखूविरोधी दिन असून

तंबाखूसेवनाचा विळखा

तरुण पिढीभोवती किती

घट्ट होत चालला आहे,

त्यावर टाकण्यात आलेला

हा प्रकाशझोत...

सिगारेट सोडण्यासाठी तो पाठवतोय 'पत्र'

सौरभ शर्मा

मुंबई, दि. ३०- सिगारेटचे व्यसन सोडण्यासाठी जनजागृती अभियान राबवणे, पथनाट्य करणे, जाहिरातींचा वापर करणे यासारख्या गोष्टी आता कॉमन झाल्या आहेत. पण आपल्या निकटवर्तीयांनी सिगारेट सोडावी म्हणून एक व्यावसायिक चक्क त्यांना पत्र पाठवत आहे. विशेष म्हणजे आपल्या कार्यालयातील प्रत्येकाला तो यासंदर्भात या पत्राद्वारे जागृत करत असून सिगारेट सोडविण्यासाठी नव्या गांधीगिरीचा मार्ग त्याने अंगीकारला आहे. या अनोख्या उपक्रमामुळे त्याच्या कार्यालयातील १५७ जणांपैकी तब्बल ११७ जणांनी सिगारेट सोडली आहे.

उद्या जागतिक तंबाखूविरोधी दिनानिमित्त हा व्यावसायिक 'किक ऑफ टोबॅको ड्रॅगन' या विशेष

उपक्रमाला सुरुवात करणार आहे. शेखर बजाज असे या गृहस्थांचे नाव असून ते बजाज इलेक्ट्रीकल या नावाजलेल्या कंपनीत मुख्य व्यवस्थापकीय संचालकपदावर काम करीत आहेत. सिगारेट स्वास्थ्यासाठी हानिकारक असतानादेखील अनेक जण त्या मार्गाने जातात. आज सिगारेटमुळे हजारो लोकांना आपला जीव गमावावा लागतो. हे रोखण्यासाठी सध्या जनजागृती हा एकमेव पर्याय आपल्या समोर आहे. म्हणूनच सिगारेट पिण्याऱ्यांसाठी जनजागृती अभियान राबविण्याची जबाबदारी आपल्या खांद्यावर घेण्याचा निर्णय शेखर बजाज यांनी घेतला आहे. त्याची सुरुवात आपल्या घरातून म्हणजेच आपल्या कार्यालयातून करून त्यांनी जगासमोर जनजागृती करण्याचे उत्तम उदाहरण ठेवले आहे. गेल्यावर्षी मेपासून त्यांनी हे शिवधनुष्य

उचलण्याचा निर्णय घेतला असून यासाठी ते पर्यावरण मित्र या स्वयंसेवी संस्थेची मदतही घेत आहेत. या अनोख्या जनजागृतीसाठी ते ई-मेलद्वारे आपल्या कार्यालयातील सिगारेट ओढणाऱ्यांना पत्र पाठवितात. या पत्रात सिगारेटपासून होणारे रोग, त्यापासून होणाऱ्या विनाशाची माहिती देतातच. पण त्यापेक्षा ते आपल्या निकटवर्तीयांना स्वतःहून याबद्दल मार्गदर्शन करून सिगारेट सोडण्यासाठी प्रवृत्ती करतात. महाराष्ट्रात बजाज इलेक्ट्रीकलच्या जेवढ्या शाखा आहेत त्या सर्व शाखांमध्ये शेखर बजाज हा उपक्रम राबवत असून कामगारांना सिगारेट सोडण्यास प्रवृत्त करत आहेत. उद्या तंबाखूविरोधी दिनानिमित्त ते 'किक ऑफ टोबॅको ड्रॅगन' या उपक्रमाला सुरुवात करणार आहेत. याला भारतभर प्रतिसाद मिळेल असा विश्वास त्यांनी व्यक्त केला.