ಹಾಗೆಂದೇ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. 2015ರಲ್ಲಿ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಮೌಲ್ಯದ ಪಟ್ಟಿಯ ಟಾಪ್ 15ರಲ್ಲಿರುವ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು 205 ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದರು. ಈಗ 2017ರಲ್ಲಿ ಈ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳ ಜಾಹೀರಾತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ 237ಕ್ಕೇರಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಯರ ಪಾಲು ಶೇಕಡಾ 25ರಷ್ಟು.

ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು ಬಂದ ಬಳಿಕ ಉದ್ಯಮದ ಲಾಭ ಹಂಚಿಕೆಯ ಸ್ವರೂಪವೂ ಬದಲಾಗಿದೆ. ತಮ್ಮ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ ಹೆಚ್ಚಳದ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರುವ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ತಾವೇ ಹೊಸ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ತೊಡಗಿದ್ದಾರೆ. ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಬಟ್ಟೆ ಬರೆಗಳ, ಕಾಸ್ಮೆಟಿಕ್ಸ್‌ಗಳ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸತೊಡಗಿದ್ದಾರೆ. ಕೆಲವು ಈಗಾಗಲೆ ಇರುವ ಉತ್ಪದನಾ ಕಂಪೆನಿಗಳ ಜತೆ ಖರೀದಿ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ, ಇನ್ನು ಕೆಲವರು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಉತ್ಪಾದನಾ ಘಟಕಗಳನ್ನು ಆರಂಭಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ದೀಪಿಕಾ ಪಡುಕೋಣೆ ಮೈಂತ್ರ ಜತೆಗೆ ಲಾಭ ಹೂಡಿಕೆಯ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ, ಸೋನಂ ಕಪೂರ್ ಮತ್ತು ರೆಹಾ ಕಪೂರ್ ಹೊಸ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ರೆಸಾನ್ ಅನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತಂದಿದ್ದು, ಶಾಪರ್ಸ್ ಸ್ಟಾಪ್ ಜತೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಸಲ್ಮಾನ್ ಖಾನ್ ಫೌಂಡೇಷನ್, ಮಧುರಾ ಇಂಡಸ್ಟ್ರೀಸ್ ಜತೆಗೆ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಬಿಯಿಂಗ್ ಹ್ಯೂಮನ್ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಬಟ್ಟೆಗಳು ಸಲ್ಮಾನ್ ಪ್ರಚಾರದೊಂದಿಗೆ ಭರ್ಜರಿ ಮಾರಾಟ ಕಂಡಿವೆ. ಈ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಪವರ್ ವೈಚಿತ್ರವೇನೆಂದರೆ, ಸಲ್ಮಾನ್ ಕೃಷ್ಣಮೃಗ ಶಿಕಾರಿಯ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ ಜೈಲು ಸೇರಿದ ವಾರದಲ್ಲೂ ಈ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮಾರಾಟ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿಲ್ಲ, ಬದಲಾಗಿ ಹೆಚ್ಚೇ ಆಗಿವೆ!

ಭಾರತೀಯ ಕಂಪೆನಿಗಳ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಸದ್ಯಕ್ಕೆ ದೀಪಿಕಾ ಪಡುಕೋಣೆ ಜಾಹೀರಾತು ಡಾರ್ಲಿಂಗ್. ಈಕೆ 23 ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ರಾಯಭಾರಿ ಆಗಿದ್ದರೆ, ಶಾರೂಕ್ ಖಾನ್ 21 ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ರಾಯಭಾರಿ ಆಗಿದ್ದಾನೆ. ವಿರಾಟ್ ಕೊಹ್ಲಿ ಹೆಸರಲ್ಲಿ 20 ಪ್ರಮುಖ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳು ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಅಕ್ಷಯ ಕುಮಾರ್ 7 ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ರಾಯಭಾರಿ. ಆದರೆ ಕಳೆದ ವರ್ಷ ಈತ ನಟಿಸಿದ ಚಿತ್ರಗಳೆಲ್ಲ ಸೂಪರ್‌ಹಿಟ್ ಆಗುವುದರೊಂದಿಗೆ ಈತನ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಮೌಲ್ಯ ಶೇಕಡಾ 97ರಷ್ಟು ಏರಿಕೆ ಕಂಡಿದ್ದು 47 ದಶಲಕ್ಷ ಅಮೆರಿಕನ್ ಡಾಲರ್‌ಗೆ ತಲುಪಿದ್ದು ವಿಶೇಷ.

ಈ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ತಾವು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಮಾರಾಟದ ಮೂಲಕ ಹೇಳುತ್ತಿರುವ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪಾಲಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆಯೆ.. ಎನ್ನುವುದು ಸದಾ ಕುತೂಹಲದ ಪ್ರಶ್ನೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಲಕ್ಸ್ ಸೋಪ್ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ನಟಿಯರು ಮನೆಯಲ್ಲೇ ಅದನ್ನೇ ಪ್ರತಿನಿತ್ಯ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆಯೆ? ಸಚಿನ್ ತೆಂಡೂಲ್ಕರ್ ಪ್ರತಿದಿನ ಬೂಸ್ಟ್ ಕುಡಿಯುತ್ತಿದ್ದಾನೆಯೆ? ಈ ಕುರಿತು ಯಾವ ಕಂಪೆನಿಗಳಾಗಲೀ, ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳಾಗಲೀ ತುಟಿಪಿಟಿಕ್ ಎನ್ನುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂದರೆ ಕಂಪೆನಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟವೇ ಬೇರೆ, ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಬಳಕೆಗಳೇ ಬೇರೆ. ತಾವು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಜತೆಗೆ ಬೇರೆ ಕಂಪೆನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನೂ ಈ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುವುದು ಕಟು ಸತ್ಯ. 'ಬಿಯಿಂಗ್ ಹ್ಯೂಮನ್' ಎಂಬ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಸಲ್ಮಾನ್ ಖಾನ್, ಕಾಡಿನಲ್ಲಿ ತಿರುಗಾಡುವ ಪಾಪದ ಕೃಷ್ಣಮೃಗಗಳ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಮಾನವೀಯವಾಗಿ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ನೀವು ಬಯಸಿದರೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆಯೆ?

ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ಕುರಿತು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಚರ್ಚೆಗಳು ನಡೆಯಬೇಕಿದೆ. ಮ್ಯಾಗಿ ನೂಡಲ್ಸ್ ನ ಪ್ರಕರಣ ಕೋರ್ಟ್ ಮೆಟ್ಟಲೇರಿ ಅದು ನಿಷೇಧಕ್ಕೆ ಒಳಗಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮ್ಯಾಗಿ ನೂಡಲ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಚಾರ ರಾಯಭಾರಿಗಳಾಗಿದ್ದ ಚಿತ್ರತಾರೆಯರ ವಿರುದ್ಧವೂ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕೆಂಬ ಕೂಗು ಕೇಳಿಬಂದಿತ್ತು. ಆದರೆ ಕೆಲವೇ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಕೂಗು ಬಲ ಕಳೆದುಕೊಂಡಿತು. ಆದರೆ ಆ ಬಳಿಕ ಸಿಕ್ಕ ಸಿಕ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆಲ್ಲ ಪ್ರಚಾರ ರಾಯಭಾರಿಗಳಾಗಬಾರದು ಎಂಬ ಅರಿವಂತೂ ಕೆಲವು ತಾರೆಯರಲ್ಲಿ ಮೂಡಿರುವುದು ಸುಳ್ಳಲ್ಲ. ■