

## ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳೂ, ಜಾಹೀರಾತುಗಳೂ..

ಬಹುತೇಕ ನಟ-  
ನಟಿಯರು  
ಸಾಮಾಜಿಕ  
ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ  
ನಿರೀಮ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯ  
ಹೊಂದಿದ್ದು, ಹಣ  
ಮತ್ತು ಖ್ಯಾತಿ  
ಏನನ್ನು ಮಾಡಲೂ  
ಹಿಂಜರಿಯುವುದಿಲ್ಲ.  
ಇಂತಹ ಪ್ರಕರಣಗಳು  
ಕೋರ್ಟ್ ಮೆಟ್ಟಿಲು  
ಹತ್ತಿದಾಗ, ಅಲ್ಲಿ  
ತಾಂತ್ರಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು  
ಮುಂದೂಡಿದ  
ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ಗೆಲುವು  
ಸಾಧಿಸುತ್ತಾರೆ.

**ಮ**ಲಯಾಳಂನ ಜನಪ್ರಿಯ ನಟ ಮಮ್ಮುಟ್ಟಿ ವಿರುದ್ಧ ಗ್ರಾಹಕರ ನ್ಯಾಯಾಲಯದಲ್ಲಿ ಕಳೆದ ವಾರ ದೂರೊಂದು ದಾಖಲಾಗಿದೆ. 'ಇಂದುಲೇಖಾ ವೈಟ್ ಸೋಪ್'ನ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಮಮ್ಮುಟ್ಟಿ, 'ಬೆಳ್ಳಗೆ ಹೊಳೆಯುವ ಮುಖಕಾಂತಿಗೆ ಈ ಸೋಪ್ ಉಪಯೋಗಿಸಿ' ಎಂದು ಹೇಳಿರುವುದೇ ಮೊಕದ್ದಮೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಕೇರಳದ ಶಿಲ್ಪ ಕಲಾವಿದನೊಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯಕ್ಕೆ ದೂರು ಸಲ್ಲಿಸಿದ್ದು, 'ಮಮ್ಮುಟ್ಟಿ ಇರುವ ಜಾಹೀರಾತು ನೋಡಿದ ಈ ಸೋಪ್ ಖರೀದಿಸಿದೆ. ಕಳೆದ ಒಂದು ವರ್ಷದಿಂದ ಈ ಸೋಪ್ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದರೂ ನಾನು ಬೆಳ್ಳಗಾಗಲಿಲ್ಲ. ದಯವಿಟ್ಟು ಪರಿಹಾರ ಕೊಡಿಸಿ' ಎಂದು ಕೋರಿದ್ದಾನೆ. ಮಮ್ಮುಟ್ಟಿಯ ವಕೀಲರು ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ನೋಟೀಸ್ ಗೆ ಉತ್ತರ ಕೊಡಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾಲಾವಧಿ ಕೇಳಿದ್ದಾರೆ. 'ಮಮ್ಮುಟ್ಟಿ ಖ್ಯಾತ ಕಲಾವಿದರು. ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಟಿಸಿದ್ದಾರೆ ಅಷ್ಟೆ. ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಸ್ಪಿಷ್ಟ ಬರದವರು ಏನು ಬರೆದಿರುತ್ತಾರೋ ಅದನ್ನು ಓದುವುದಷ್ಟೆ ಕಲಾವಿದನ ಕೆಲಸ. ನಟನೆ ಮಮ್ಮುಟ್ಟಿಯವರ ವೃತ್ತಿಯೂ ಹೌದು' ಎಂದು ವಕೀಲರು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ವಿಚಾರಣೆ ಎರಡು ವಾರ ಮುಂದಕ್ಕೆ ಹೋಗಿದೆ.

ಖ್ಯಾತ ಸಿನಿಮಾ ಕಲಾವಿದರು ಹೀಗೆ ಯಾವುದೋ ಉತ್ಪನ್ನದ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡು ಏನನ್ನೋ ಹೇಳುವುದು, ಅವರ ಹೇಳಿಕೆಯಿಂದ ಪ್ರಭಾವಿತರಾಗಿ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಮಂದಿ ಆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವುದು ಬಹಳ ವರ್ಷಗಳಿಂದ ನಡೆದುಕೊಂಡು ಬಂದಿದೆ. ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಈ ತಾರೆಯರಿಗೆ ಕಂಪೆನಿಯವರು ಕೊಟ್ಟಂತರ ರೂಪಾಯಿ ಹಣ ಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಹಣ ಪಡೆದು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಬಹುತೇಕ ನಟ- ನಟಿಯರು ಆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ನಿಜಜೀವನದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಯೂ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಸಿನಿಮಾ ಕಲಾವಿದರು 'ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ದೇವರೆಂದೇ' ನಂಬಿಕೊಂಡಿರುವ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನರು ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನಂಬಿ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿರುತ್ತಾರೆ.

ಮ್ಯಾಗ್ ನೂಡಲ್ಸ್ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಅಮಿತಾಭ್ ಬಚ್ಚನ್, ಪ್ರೀತಿ ಜಿಂಟಾ ಮತ್ತು ಮಾಧುರಿ ದೀಕ್ಷಿತ್ ಅವರೂ ಕೆಲವು ತಿಂಗಳ ಹಿಂದೆ ಇಂತಹದ್ದೇ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಮ್ಯಾಗ್ ನೂಡಲ್ಸ್ ನಲ್ಲಿ ವಿಷಕಾರಿ ಅಂಶಗಳಿವೆ ಎನ್ನುವುದು ಪ್ರಶ್ನೆಯಾದ ಬಳಿಕ, ಈ ನಟ-ನಟಿಯರು ಜಾಹೀರಾತಿನಿಂದ ಕಣ್ಮರೆಯಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮ್ಯಾಗ್ ನೂಡಲ್ಸ್ ಗಳನ್ನೂ ಹಿಂತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಈ ವಿವಾದ ಹುಟ್ಟುಹಾಕಿದ ನೈತಿಕ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಹಾಗೆಯೇ ಉಳಿದುಕೊಂಡಿವೆ. 'ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಲು ನಾವು ತಜ್ಞರಲ್ಲ. ನಮ್ಮ ಕೆಲಸ ಏನಿದ್ದರೂ ಸ್ಪಿಷ್ಟ ನಲ್ಲಿ ಇರುವುದನ್ನು ಉರುಹೊಡೆದು ಹೇಳುವುದಷ್ಟೇ' ಎಂದು ಹೇಳುವ ಈ ನಟ-ನಟಿಯರು, ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ ತಮಗೆ ಯಾವುದೇ ನೈತಿಕ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಇಲ್ಲ ಎಂದೇ ನಂಬಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ಇದರ ಅರ್ಥ ಸ್ಪಷ್ಟ- ತಾರೆಯರು ಟೀವಿಯಲ್ಲೋ, ಸಿನಿಮಾದಲ್ಲೋ ಬಂದು ಹೇಳುವುದನ್ನು ಸತ್ಯ ಎಂದು ಜನರು ನಂಬಬೇಕಿಲ್ಲ. ಜನರು ತಮ್ಮ ವಿವೇಚನೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ ಇಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಾವೇ ನಿರ್ಧಾರ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು. ಆದರೆ ಸಿನಿಮಾ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಕೆಟ್ ತಾರೆಯರು ಹೇಳುವುದು ಅಪ್ಪಟ ಸತ್ಯ ಎಂದು ನಂಬಿಕೊಂಡಿರುವ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಮುಗ್ಧರು ಇರುವ ಈ ದೇಶದಲ್ಲಿ, ಹೀಗೆ ಖ್ಯಾತ ತಾರೆಯರು ಹಣಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವುದು ಎಷ್ಟು ಸರಿ? ಈ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಯಬೇಕಿದೆ.

ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ಬಳಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಷ್ಠೆಗೇಂದೇ ಬಳಸುವ ಯುವಜನರೂ ಇದ್ದಾರೆ. ಅವರಿಗೆ ಇದು ನಟ-ನಟಿಯರ ಜತೆಗೆ ತಮ್ಮನ್ನು ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಒಂದು ವಿಧಾನ. ಆದರೆ ಆಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಇದು ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಯೂ ಆಗಿರುವುದರಿಂದ, ಹೆಚ್ಚು ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಬೇಡುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ತಮಗೆ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲದ ಸಾಮಾಜಿಕ ತಾರತಮ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವುದೂ ಇದೆ. ಐಶ್ವರ್ಯ ರೈ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡ ಆಭರಣ ಕಂಪೆನಿಯ ಒಂದು ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಪ್ಪು ಬಣ್ಣದ ಸಣ್ಣ ಮಗುವೊಂದು ಐಶ್ವರ್ಯಾಳಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ಭತ್ತಿಯೊಂದನ್ನು ಹಿಡಿದುಕೊಂಡದ್ದು ವಿವಾದ ಹುಟ್ಟುಹಾಕಿತ್ತು. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ವರ್ಣಭೇದ ನೀತಿಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಎನ್ನುವ ಆರೋಪವನ್ನು ಐಶ್ವರ್ಯ ಎದುರಿಸಿದ್ದರು. 'ನನಗೆ ತೋರಿಸಿರುವ ಚಿತ್ರವೇ ಬೇರೆ, ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗಿರುವ ಚಿತ್ರವೇ ಬೇರೆ' ಎಂದು ಐಶ್ವರ್ಯ ಸ್ಪಷ್ಟನೆ ನೀಡಿದ್ದರು. 'ಗೌರವರ್ಣ ತಂದುಕೊಡುವ ಕ್ರೀಮ್' ಬಳಸಿದ ಕೆಲವೇ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಕಪ್ಪು ಹುಡುಗಿಯೊಬ್ಬಳಿಗೆ ಕೆಲಸ ಸಿಗುವ ಜಾಹೀರಾತಂತೂ ಬಹಳ ಜನಪ್ರಿಯ. ಈ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಕಪ್ಪು ಬಣ್ಣದವರನ್ನು ಅವಮಾನಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ ಎನ್ನುವುದು ಆ ಕಂಪೆನಿಯ ಮಾಲೀಕರಿಗಾಗಲೀ, ಆ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಟಿಸಿದ ನಟಿಗಾಗಲೀ ಗೊತ್ತೇ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ! ನಮ್ಮ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಆಳದಲ್ಲಿರುವ ಮಾನಸಿಕ ಕೊಳಕನ್ನೇ ಇದು ತೋರುತ್ತದೆ.

ಒಳ ಉಡುಪುಗಳ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ನಗ್ನರಾಗಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಬಹಳಷ್ಟು ಬಾಲಿವುಡ್ ತಾರೆಯರು ಆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಂತೆ ತಾವೂ ಪ್ರಸಿದ್ಧರಾದದ್ದಿದೆ. ಇಲ್ಲಿಯೂ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕ್ಷೇಮ ಮತ್ತು ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆ ನಟ-ನಟಿಯರಿಗೆ ಗೌಣವೇ. ಬಹುತೇಕ ನಟ-ನಟಿಯರು ಹಣ ಮತ್ತು ಖ್ಯಾತಿಗಾಗಿ ಏನನ್ನಾದರೂ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಕರಣ ಕೋರ್ಟ್ ಮೆಟ್ಟಿಲು ಹತ್ತಿದಾಗ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮುಂದೂಡಿದ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ಗೆಲುವು ಸಾಧಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಾಳಜಿಯನ್ನಾದರೂ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳ ಮೇಲೆ ಒತ್ತಡ ಹೇರುವ ಕೆಲಸ ಸಮಾಜದಿಂದಲೇ ಆಗಬೇಕಿದೆ. ಸಂಘ-ಸಂಸ್ಥೆಗಳೂ ಈ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಮುಂದೆ ಬರಬೇಕಿದೆ.

■ ಬಿ.ಎಂ.ಹನೀಫ್



ಈಶ್ವರ್