

എയ്ഡ്സിന്റെ മറവിൽ കുട്ടികളെ വഴിതെറ്റിക്കുന്നു

അഡ്വക്കേറ്റ് ആർ. സജു

ശരണിരോധനമെന്ന വിപണിയിൽ മൃഗീയമായ വ്യക്തിത്വങ്ങളുമായി ബഹുരാഷ്ട്രകമ്പനികൾ പ്രവേശിച്ചുകഴിഞ്ഞു. എയ്ഡ്സ് ഏറ്റവും ഗുണപരമായ ശരണിരോധനമെന്ന വിപണിയെയാണ്. ജനന നിയന്ത്രണത്തിലൂടെ ജനസംഖ്യ കുറയ്ക്കുക എന്നതാണ് നിലവിലുള്ള നിരോധനമെന്നതിന്റെ പ്രഖ്യാപന ലക്ഷ്യം. ഇപ്പോൾ ഉറവിടങ്ങളുടെ 85 ശതമാനവും, ഉപയോഗിക്കുന്നത് എയ്ഡ്സിൽ നിന്നുള്ള രക്ഷാകരമായാണ്. ലൈംഗിക അരാജകതയുള്ള സമൂഹമായിരിക്കും ഈ ഉത്പന്നത്തിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ വിപണി. അങ്ങനെയുള്ള സമൂഹങ്ങളെ വാർത്തെടുത്ത് നിരോധനമെന്ന വിപണി ശക്തിപ്പെടുത്താനുള്ള ശ്രമത്തിലാണ് ഉറവിടങ്ങളായ കമ്പനികൾ. ഇവിടെ സ്വദേശികളും വിദേശികളുമായ കമ്പനികളെല്ലാം അതിന് ഉതകുന്ന പരസ്യങ്ങളുമായി രംഗത്ത് എത്തിക്കഴിഞ്ഞു. "സെക്സ് എയിഡ്", "സെക്സ് ആക്സസറി" എന്നീ വിശേഷണങ്ങൾ നൽകിയുള്ള പരസ്യങ്ങൾ കുറച്ച് വർഷങ്ങൾക്കുമുമ്പുതന്നെ മാധ്യമങ്ങളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. വിപണിയുടെ വ്യാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ദുഷ്ടലാഭക്കൊടെ പുതിയ ഉപഭോക്തൃവിഭാഗങ്ങളെ സൃഷ്ടിക്കാനുള്ള ശ്രമത്തിലാണ് ഇത്തരം കമ്പനികൾ. അതിനുപുറമെ ഏറ്റവും വലിയ വിഭാഗമാണ് സ്കൂൾ കുട്ടികൾ.

'ഡ്യൂറക്സ്' എന്ന ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനി പടിഞ്ഞാറൻ രാജ്യങ്ങളിൽ പരീക്ഷിച്ച് വിജയിച്ചതന്ത്രം, ഇപ്പോൾ ഇന്ത്യയിൽ പ്രയോഗിക്കാൻ തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. ഡ്യൂറക്സ് കമ്പനി എയ്ഡ്സിനെ ആയുധമാക്കിക്കൊണ്ട് കുട്ടികൾക്ക് ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുന്ന പ്രത്യേക ഉറ

It's taken 18 quality tests to get this picture just right.

Your love life is important to us. Which is why we put our condoms through a series of the most exacting quality checks in the world. Every batch of condoms is tested, re-tested and tested again before it can bear the Durex seal of quality.

Little wonder then, that Durex condoms consistently surpass all international standards, and have come to be regarded as the global benchmark for condom quality.

Now you know why more people around the world prefer to use Durex condoms. Nobody puts a more on their love life as we do.

durex
CONDOMS

നിർമ്മിച്ചുവെന്ന്. ഹൈസ്കൂളുകളിൽ ഇതിനെ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നതിനുവേണ്ടി സൗജന്യമായി വിതരണം ചെയ്തു. തുടർന്ന് കുട്ടികളെ മോഡലായി ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ടുള്ള പരസ്യങ്ങൾ വിവിധ മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ പ്രചരിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി. ഫലം അത്ഭുതാവഹം. കുട്ടികളെ നിരോധനമെന്ന ഏറ്റവും വലിയ ഉപഭോക്തൃവിഭാഗമാക്കി മാറ്റാൻ കഴിഞ്ഞു.

ഇതിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന

പരസ്യ ചിത്രം 'ഡ്യൂറക്സ്' കമ്പനി 'ഫിലിം ഫെയർ' എന്ന ഇന്ത്യൻ സിനിമ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിൽ നൽകിയതാണ്. കമ്പനി അഴിച്ചുവിടാൻ പോകുന്ന പരസ്യ പരമ്പരയുടെ തുടക്കം മാത്രമാണിത്. ചിത്രത്തിൽ മോഡലായി നൽകുന്നത് പരിനയോ പരിനാരോ വയസ് തോന്നിക്കുന്ന രണ്ടു കുട്ടികളാണ്. ഈ പരസ്യചിത്രം ശ്രദ്ധിക്കുന്ന കുട്ടികളുടെ മനസ്സിൽ ഉണ്ടാകുന്ന ധാരണ 'ഇത് തെറ്റല്ല' വാങ്ങുകയും ഇത് ആവാം

എന്നാകും. ഈ പരസ്യം തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നതും പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരിക്കുന്നതും കൃത്യമായി ഉപയോഗിച്ചാണ്. 'ഫിലിം ഫെയർ' എന്ന ഇംഗ്ലീഷ് സിനിമ മാസിക ഒരു ബ്രൗസിംഗ് മാസികയാണ്. (ഗൗരവമായി വായിക്കാതെ പുറം മാത്രം മറിച്ച് പോകുന്നതിനെയാണ് ബ്രൗസിംഗ് എന്നു പറയുന്നത്). ലൈംഗിക ചുവടുള്ള സിനിമ ചിത്രങ്ങൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന ഫിലിം ഫെയർ കൈയിൽ കിട്ടുന്ന കുട്ടികൾ ഉറപ്പായും ബ്രൗസ് ചെയ്യും. ഒപ്പം തലക്കെട്ടുകൾ അലസമായി വായിക്കും.

ഈ പരസ്യത്തിലെ വലിയ പരസ്യവാചകം പെട്ടെന്നു വായിച്ചപ്പോൾ ക്യൂബോൾ വ്യംഗ്യമായി മനസ്സിൽ ഉണ്ടാകുന്ന ആശയം "നിങ്ങൾക്ക് പരിനയ്ക്ക് വയസ് ആയോ എങ്കിൽ ഇത് തീർത്തും ശരി" എന്നാണ്.

നമ്മുടെ വരുംതലമുറയെ അധർമ്മികമായ ലൈംഗിക അരാജകതയിലേക്ക് തള്ളിവിടുന്നതാണ് ഉറവിടങ്ങളായ കമ്പനികളുടെ ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾ. എന്തും ലാഭക്കൊരിയോടെ മാത്രം കാണുന്ന ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾക്ക് ധർമ്മികതയോ, സമൂഹത്തിന്റെ സുരക്ഷിതത്വമോ പ്രശ്നമേ അല്ല. ഇന്ന് പടിഞ്ഞാറൻ രാജ്യങ്ങളിൽ കാണുന്ന തരത്തിലുള്ള ശിഥിലമായ കുടുംബനന്ധങ്ങളും, വ്യക്തിബന്ധങ്ങളും, ലൈംഗിക അരാജകതയുമായിരിക്കും ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ദുരവ്യാപക പ്രത്യാഘാതം. നിയമപരമായി അലൈഡ്ഡ് ടെൽ മെന്റ് സ്റ്റാൻഡേർഡ് കൗൺസിൽ ഓഫ് ഇന്ത്യയ്ക്ക് ഇത്തരം പരസ്യങ്ങൾ നിരോധിക്കാനാവൂ.