

استهداف النساء عن طريق مجلات المرأة



نظراً لأن الرجال المدخنين في العالم الصناعي - خاصة المملكة المتحدة والولايات المتحدة - أخذوا يقلعون عن التدخين ، بأعداد كبيرة ، فإن صناعة التبغ تعمل اليوم على استهداف النساء بشكل خاص ، وتؤكد لأصحاب منافذ البيع ضرورة أن تعتمد على السيدات بوصفهن الفئة المنتظرة من الزبائن.

نظراً لحظر الإعلان على شاشات التلفزيون ، فإن الصناعة تتسلل في مطاردتها للنساء عن طريق المجلات النسائية وتقوم في الوقت نفسه بإنتاج سجائر جديدة للنساء فقط.

وباختصار يشير تقرير وضعته الدكتورة أماندا أموس بقسم طب المجتمع في جامعة أدنبره ، أن منتجات التبغ تستهدف الآن النساء وتصنع مع أدواقهن .

ويقول التقرير في توصية رئيسية ، إن هناك حاجة ماسة إلى وقف الإعلانات في المجلات الموجهة لصغار القراء ويضرب لذلك مثلاً الحظر الذي فرضته بريطانيا على الإعلان في المجلات التي تكون قراؤها الرئيسيون من الإناث .

وتشير الاستقصاءات التي أجريت في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية في أن المجالات التي تعتمد على إعلانات التبغ الى أبعد حد أهملت هذه القضية إلى حد كبير.

وقد تبين من الدراسة الاستقصائية البريطانية أن ٣٧% فقط من المجالات النسائية قدمت أو أعدت مقالاً رئيسياً عن تأثير التبغ في الصحة . ويلفت التقرير النظر إلى أن الأكثر إزعاجاً هو أن تناول هذه القضية في مجالات الشباب والمراهقين كان أقل منه في غيرها.

ويذكر التقرير أن موجة الأصناف الجديدة من السجائر الموجهة للنساء بدأت في أواخر الستينات بسيجارة (كيم) وأنتجت منذ ذلك الحين سجائر أخرى للسيدات منها المسماة (إيف حواء) ذات الزهرة المرسوم على طرفها المرشح و (ساتان) ذات الطرف المرشح الشبيهة بالحرير الساتان (الأطلس) وأصناف مصممي الأزياء المسماة (ريتز) التي تحمل شارة إيف سان لوران وسجائر (كارتنيه) .

ويقول التقرير إنه منذ الثلاثينات من هذا القرن حينما نادى إعلان بالمبادرة لتناول سيجارة لاكي Lucky بدلاً من قطعة من الحلوى موحياً بذلك أن التدخين وسيلة للنحافة والرشاقة.

وينقل عن مدير التسويق في فيليب موريس قوله: إنني أعلم أن النحافة صفة يحلو الحديث فيها فهي فكرة مسيطرة على عقول الأمريكيين كما ينقل عن مسؤول تنفيذي بشركة فرجينيا سليمز Virginia Slims قوله إنني في الحقيقة أؤكد على الطول ولم يقتصر الأمر على أن النساء النحيلات كن يخترن ليعملن عارضات أزياء بل استخدمت حيل التصوير كي يبدو أن أطول مما هن.

أضف إلى ذلك أن بعض مصانع التبغ ترعى أحداثاً مثل مباريات التنس وعروض الأزياء ويصرح التقرير أن الهدف هو تعزيز صورة الصنف بربطه بأنشطة تحظى بالتقدير الاجتماعي ، ومن الأجراء ذات الأهمية الخاصة في التقرير مايلي:-

- في المملكة المتحدة ارتفع الدخل من إعلانات التبغ في المجلات النسائية بمقدار ٥٠% بالقيمة الحقيقية وجاء في دراسة كلفت بإجرائها الجمعية الطبية البريطانية أن الدخان يوضع أمام عينيك ١٩٨٥م.

- حصلت المجلة النسائية { وومنز أون } Woman's Own البريطانية على ١,٩ مليون جنيه إسترليني من إعلانات التبغ خلال الشهور التسعة الأولى من السنة الماضية ، بزيادة قدرها ١٢% على ما حصلت عليه خلال الفترة نفسها من عام ١٩٨٧م حسبما ذكرت مجلة مديا ويك Media Week نوفمبر 1988م.

-إن ثمانية من أكثر المجلات العشرين نشرأ لإعلانات التبغ في الولايات المتحدة مجلات نسائية حسبما يتبين من استقصاء أجرته مجلة نيو انجلند الطبية New England Journal of Medicine .

-كانت الإعلانات المنشورة في المطبوعات النسائية والشبابية أكثر منها في المنشورات الموجهة إلى عامة القراء حسب استقصاء جرى في الولايات المتحدة الأمريكية وعرضته مجلة التنقيف الصحي Health Education Quarterly .