



ISSN 2249-894X

Impact Factor : 3.1402 (UIF)

Volume - 5 | Issue - 4 | Jan - 2016



इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : विज्ञापन की हिंदी



प्रा. डॉ. गंगाधर धुळप्पा बिराजदार
हिंदी विभाग प्रमुख, दयानंद कला व शास्त्र महाविद्यालय,
सोलापूर.

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से तात्पर्य –

भारत में जनसंचार माध्यम का प्रयोग कब हुआ यह कहना कठिन कार्य है किंतु इसके प्रथम प्रयोक्ता नारद मुनि माने जाते हैं। वेदों और पुराणों में ऐसे कई परंपरागत जनसंचार माध्यम दिखाई देते हैं, जिनके उदभव का कहीं पता नहीं चलता। आधुनिक युग में लोककथाएँ, लोकगाथाएँ, लोकगीत, कठपुतली, रामलीला, कृष्णलीला विभिन्न शास्त्र त्रितीय नृत्य आदि कई परंपरागत जनसंचार माध्यम अपने अस्तित्व को बनाए हुए थे किंतु इनको आधुनिक जनसंचार माध्यमों ने चुनौती दी। जिसे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी कहा जाता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को दो भागों में विभाजित किया जाता है – 1) श्रव्य माध्यम (रेडिओ तथा आकाशवाणी) 2) दृश्यश्राव्य माध्यम (दूरदर्शन या टेलीविजन)। इन दोनों जनसंचार माध्यमों ने मनुष्य जीवन को अत्यधिक प्रभावित किया है। इसके समाचार से लेकर मनोरंजनपूर्ण कार्यक्रम हमारे जीवन को दिशा प्रदान कर रहे हैं। यह भी उतना ही सच है कि शायद इसी कारण हम अपनी तनावपूर्ण जिंदगी में थोड़ी देर के लिए ही सही आराम दे पाते हैं। इसी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का एक भाग है— श्रव्य माध्यम अर्थात् रेडिओ या आकाशवाणी। रेडिओ यह जनसंचार का सशक्त माध्यम है। इस माध्यम से सूचनाओं, समाचारों को आकाश में प्रसारित कर लोगों तक पहुँचाया जाता है, इसलिए तो इसे 'आकाशवाणी' भी कहा जाता है। यह माध्यम श्रवणेंद्रियों के जरिये सारी दुनिया को श्रोता के निकट ले जाता है और सुदूर दुर्गम में स्थित लाखों-करोड़ों लोग बाहरी दुनिया से जुड़ जाते हैं। जहाँ तक मुद्रण माध्यम की पहुँच नहीं है। जवरीमल्ल पारख ने इसी ओर संकेत करते हुए लिखा है – "रेडिओ निरक्षरों के लिए भी एक वरदान है जिसके द्वारा वे सिर्फ सुनकर अधिक से अधिक सूचना ज्ञान और मनोरंजन हासिल कर लेते हैं। रेडिओ और ट्रांजिस्टर की कीमत भी बहुत अधिक नहीं होती। इसी कारण वह सामान्य जनता के लिए भी कमोबेश सुलभ है। यही कारण है कि टी.वी. के व्यापक प्रसार के बावजूद तीसरी दुनिया के देशों में रेडिओ का महत्व आज भी कायम है।"

रेडिओ का अविष्कार 1815 में इटली में हुआ। इसके अविष्कार का श्रेय मार्कोनी को दिया जाता है। भारतीय रेडिओ का इतिहास अगस्त 1921 से प्रारंभ होता है, जब पोस्ट एंड टेलीग्राम विभाग द्वारा द टाईम्स ऑफ इंडिया के सहयोग से मुंबई में संगीत कार्यक्रम प्रसारित किया। 23 जुलाई 1927 को इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी की स्थापना करके प्रथम प्रसारण सेवा का विधिवत शुभारंभ मुंबई में हुआ। 1 जनवरी 1936 में पहला प्रसारण केंद्र दिल्ली में स्थापित हुआ और 8 जून 1938 को ऑल इंडिया रेडिओ का प्रारंभ हुआ। सन 1957 में

व्यावसायिक प्रसारण के लिए विविध भारती सेवा शुरू की गई। सन 1967 तक आते-आते ऑल इंडिया रेडियो व्यावसायिक बना। जुलाई 1977 में एफ.एम. (फीक्वेंसी मॉड्युलेशन) ट्रांसमीटर चालू होने से आकाशवाणी को नई दिशा मिली। 15 अगस्त 1997 में प्रसारभारती की स्थापना के साथ आकाशवाणी को स्वायत्तता प्राप्त हुई।

दूरदर्शन :-

दृश्य-श्राव्य माध्यम में दूरदर्शन सबसे महत्वपूर्ण माध्यम माना जाता है। आज दूरदर्शन के माध्यम से हम विश्व में घटित होनेवाली घटनाओं, खेलों का सीधा प्रसारण देख सकते हैं। दूरदर्शन तरंगों के माध्यम से एक साथ दृश्य और आवाज को दुनियाभर भेजने में सफल हुआ है। जहाँ रेडियो में सिर्फ आवाज आती थी, वही दूरदर्शन में दृश्य भी दिखाई देने लगे। इसलिए यह जनसंचार के माध्यमों में सबसे प्रभावशाली माध्यम बना है। यद्यपि दूरदर्शन का माध्यम रेडिओ और समाचार पत्र की तुलना में महंगा है, और एक सीमा तक प्रायः शहरी उच्च तथा मध्यमवर्ग तक सीमित रहा, लेकिन अब वह देहातों में भी पहुँच गया है।

यद्यपि 1925 में तस्वीरों का प्रभावशाली प्रसारित करनेवाला उपकरण जे.एल.बेयर्ड ने बनाया, लेकिन वह यांत्रिक प्रणाली पर आधारित था। इलेक्ट्रॉनिक प्रणाली पर आधारित टेलीविजन का विकास 1930 से हुआ। 2 नवम्बर 1936 को लंदन में बी.सी.सी. द्वारा नियमित दूरदर्शन सेवा प्रारंभ की गई। भारत में दूरदर्शन का आगमन प्रायोगिक स्तर पर सन 1959 में हुआ। 15 सितम्बर 1959 को तत्कालीन राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्र प्रसाद के हाथों प्रथम प्रायोगिक टी.वी. केंद्र का उद्घाटन हुआ। इस केंद्र से सप्ताह में दो बार साठ मिनट का कार्यक्रम किया जाता था। 15 अगस्त 1965 से एक घंटे दैनिक सामान्य सेवा प्रारंभ हो गई। भारत में सबसे पहले टेलीविजन समाचार बुलेटिन 15 अगस्त 1965 को प्रसारित हुआ।

दूरदर्शन की व्याप्ति 1975 से बढ़ने लगी। अगस्त 1975 में सेटेलाइट इन्स्ट्रक्शन टेलीविजन एक्सपेरिमेंट के आरंभ होने से भारत आंतरिक्ष युग से जुड़ गया। तत्पश्चात् भारत ने उपग्रह की सहायता से छह राज्यों आंध्रप्रदेश, उड़ीसा, उत्तर प्रदेश, गुजरात, बिहार और महाराष्ट्र के 2400 गांवों में दूरदर्शन सेवा प्रदान की। चौथी पंचवर्षीय योजना में पहली बार दूरदर्शन की नियोजित विकास नीति बनाई गई। इसी बीच 6 केंद्र और 9 प्रसारण केंद्र बनाये गए। 1982 में इनसेट 1 ए प्रक्षेपित किया। इनसेट, उपग्रह मालिका ने भारत में दूरदर्शन प्रसारण के द्रुत विस्तार में बहुत ही उल्लेखनीय भूमिका निभाई इसीकी बदौलत आज देश के 70 प्रतिशत भूभाग और 80 प्रतिशत आबादी तक अब दूरदर्शन पहुँच गया है।

1996 में दूरदर्शन पर विज्ञापन सेवा का शुभारंभ हुआ और दूरदर्शन धीरे-धीरे व्यावसायिक बन गया, : साथ ही आर्थिक रूप में संपन्न भी। केबल के द्वारा आज कई व्यावसायिक देशी-विदेशी चैनल घर-घर में पहुँच गये – लगातार 24 घंटे प्रक्षेपण के साथ। इसमें जहाँ एक ओर झी, स्टार, सोनी, सहारा, सब टी.वी. आदि मनोरंजन के चैनल हैं। तो दूसरी ओर झी. सिनेमा, स्टार गोल्ड, जैसे फिल्म चैनल हैं तो दूसरी ओर डिसकवरी, नेशनल जॉग्राफी आदि विशुद्ध ज्ञान – विज्ञान के चैनल भी हैं।

फिल्म:-

दृश्य-श्राव्य माध्यम के अंतर्गत ही सिनेमा या फिल्म जनसंचार का एक माध्यम है। यह कलात्मक माध्यम होने से इसमें लेखन, अभिनय, नाट्य, संगीत, नृत्य शिल्प आदि कलाओं का समावेश होता है। सिनेमा के लेखक, निर्देशक, गीतकार, संगीतकार, अभिनेता गण समाज के अनुरूप फिल्मों का निर्माण करते हैं। इस दृश्य-श्राव्य माध्यम का संग्राहक अन्य सभी माध्यमों से विशाल है। समाज के हर वर्ग और हर आयु के व्यक्ति पर फिल्म का प्रभाव देखा जा सकता है। आज अनेक बाल फिल्म, एड्स जैसे रोगों पर आधारित फिल्में बनी हैं। जिसमें जनजागृति हो सकती है। फिल्मों में मनोरंजन के साथ-साथ प्रबोधन भी होता है। 28 दिसंबर 1895 में पेरिस में ल्युमियरे बंधु ने विश्व की पहली फिल्म 'ग्रैंड कॅफे' का सार्वजनिक प्रदर्शन किया। भारत में सन 1913 में दादासाहेब फाल्के ने 'राजा हरिश्चंद्र' नाम से पहली फिचर फिल्म बनाई। सन 1931 में अर्देशिर ईरानी ने 'आलम आरा' फिल्म बनाई जिसमें चित्रों के साथ-साथ संवाद भी थे। सन 1937 में बनी किसान कन्या भारत की पहली संपूर्ण रंगीन फिल्म है। आज फिल्मों ने काफी प्रगति की है। आज फिल्म एक बहुत बड़ी इंडस्ट्री बन गई है।

विज्ञापन :-

विज्ञापन यह शब्द विशिष्ट ज्ञापन अथवा सूचना यह अर्थ देता है। अंग्रेजी का 'Advertisement' शब्द आज अधिक प्रचलित है। विज्ञापन देखकर, सुनकर लोक अनायास इतने प्रभावित होते जो कि, अपने जीवन के

रास्ते चुनते हैं। विज्ञापन शब्द से 'प्रचार करना' यह अर्थ भी मिलता है। भूमंडलीय और मुक्त बाजार तथा मुक्त अर्थ व्यवस्था के चलते आज विज्ञापन समाज के विकास का प्रभावी एवं कलात्मक साधन है। विज्ञापन का आकर्षण लोगों के मन में बनाने बढ़ाने में हिंदी भाषा जन-जन और मन की भाषा है। विज्ञापन हिंदी विज्ञापनों का महत्वपूर्ण स्थान है। इसने जीवन को बदल दिया है। इसके रंग में पूरा भारत रंग गया है। विज्ञापन का अर्थ है – "आकर्षित करना" हिंदी विज्ञापन वस्तु को खरीदने की भावना निर्माण करते हैं। हिंदी विज्ञापनों की भाषा मधुर रूचि संयुक्त और मन भावन है, जिसकी ओर अबाल और वृद्ध खिंचे चले आते हैं। कोई भी समाचार पत्र त्र न्न, रेडिओ, टी.व्ही. विज्ञापन से अछूता नहीं है। टी.व्ही. रेडिओ पर हर दस मिनट में रंगीबिरंगी विज्ञापन प्रदर्शित होते हैं। कुछना कुछ नया आकर्षण पैदा करते हैं। हर एक दिन नए विज्ञापन ने बाजार को ग्राहकों से भर दिया है, वे निरंतर चुस्त, आधुनिक हिंदी का सृजन कर रहे हैं। नई-नई शब्दावली के कारण हिंदी का शब्द भंडार बढ़ रहा है।

हिंदी भाषा का विज्ञापनों में अगर उपयोग किया जाता है तो विज्ञापन देखनेवाले उस विज्ञापन की ओर आकर्षित हो जाते हैं। विश्व की बाजार व्यवस्था के प्रसार एवं सूचना माध्यमों में हिंदी की हवा चल रही है, विज्ञापन की भाषा मायावी सृष्टी रचकर जादुई प्रभाव छोड़ती है। अब विज्ञापन, सिनेमा, रेडिओ, प्रसारभारती (दूरदर्शन), चैनल स्तर पर ही ज्यादा प्रभावी ढंग से प्रस्तुत किये जा रहे हैं। विज्ञापन के लिए शब्दों एवं वाक्यों का प्रयोग बहुत ही सोच-समझकर करना पड़ता है। विज्ञापन की भाषा में "गागर में सागर" भरने की क्षमता भी होती है। ऐसे विज्ञापन कम से कम शब्दों में उपभोक्ताओं को आकर्षित एवं प्रभावित करने में सफल हुए हैं।

विज्ञापन लेखन कला भी है और विज्ञापन भी। विज्ञापन के निर्माण से प्रस्तुतिकरण तक की प्रक्रिया विज्ञापन की अपेक्षा रखती है। विज्ञापन लेखन की विज्ञापन कला का ज्ञान होना चाहिए। सुलेख न एवं व्याकरणिक शुद्धता तो उसमें पहली शर्त होती है।

उदाहरणार्थ – "पहले इस्तेमाल करें
फिर विश्वास करें
ससा डिटर्जेंट पावडर"

आज देश के 70 विश्वविद्यालयों में किसी ना किसी रूप में विज्ञापन की शिक्षा दी जा रही है। इस तरह विज्ञापन आज का सच है, जिससे इन्कार नहीं किया जा सकता। "फेवीकाल" को विज्ञापन में "पकड़े रहना छोड़ना मत" जनमानस के कुछ दृढ़ प्रभाव छोड़ जाता है। इसी तरह "ठंडा मतलब कोका कोला" को लोगों ने बहुत पसंद किया।

एक नई चाय कंपनी "बाघ बकरी चाय"का विज्ञापन कविता की शकल में प्रभाव तो छोड़ता है।

छोटा कदम बड़ा कीजिए। एक बार हर एक आदमी को झटका तो देता ही है "साठ साल के बूढ़े या जवान पुत्र प्रत्येक बूढ़े होते मनुज को आश्वस्त करता है।

आज तो विज्ञापनों में हिंदी भाषा का प्रयोग अधिक हुआ है। हिंदी विज्ञापन ज्यादा संख्या में बनाए जाते हैं, उसका मुख्य कारण है, देश के 80 करोड़ से भी ज्यादा लोग हिंदी समझ सकते हैं।

उदाहरणार्थ –

- 1) जो बीबी से करे प्यार वो।
प्रेस्टिज से कैसे करे इन्कार।।
- 2) व्हाॅट अॅन आयडिया सरजी।
- 3) पुश करो-खुश रहो।

1) श्रव्य माध्यमों में विज्ञापन :-

विज्ञापनों को प्रसारित करनेवाला अन्य माध्यम रेडियो है रेडियो में वाक्यों की कमेंट भी गाकर, तुकबंदी, लय, एवं कविता या किसी चर्चित गीत की तर्ज पर प्रसारित होती हैं। विविध विषयों से संबंधित विज्ञापन इसमें रहते हैं।

उदाहरणार्थ :

"आओ करे निर्मल भारत का निर्माण"

(पेय जल एवं स्वच्छता मंत्रालय, भारत सरकार)
इसके साथ व्यापारिक, रोजगार, फिल्म आदि से संबंधित विज्ञापन दृश्य माध्यमों में प्रसारित किए जाते हैं।

2) दृश्य माध्यम में विज्ञापन :

दृश्य माध्यमों के विज्ञापन दो प्रकार के होते हैं लिखित तथा मौखिक। इसमें महत्वपूर्ण रूप से लिखित विज्ञापन में दूकान के बोर्डों बसों पर लगे बड़े-बड़े होर्डिंग से हैं। कपड़ों के दुकान पर बरसात के मौसम में खेल का विज्ञापन लगाया जाता है। जैसे आपके शहर में पहली बार जानदार कपड़ों का शानदार सेल जल्दी कीजिए ऑफर सीमित समय के लिए है।

लिखित और मुद्रित विज्ञापन रहते हैं, जिसमें विभिन्न समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पोस्टर, पौप्लेट आदि केबल तथा इंटरनेट के युग में आज भी इन मुद्रित माध्यमों की महत्वपूर्ण भूमिका बनी हुई है। इसका कारण यह है कि इन माध्यमों की पहुँच आम आदमी तक होती है। जैसे बसों पर फिल्मों की व्याप्ति के लिए लगाए गए पोस्टर आदि।

3) दृश्य-श्राव्य माध्यम विज्ञापन –

दूरदर्शन (प्रसारभारती) सिनेमा, इंटरनेट आदि विज्ञापन के दृश्य श्राव्य माध्यम हैं। इंटरनेट पर विविध कंपनियों अपनी उत्पाद के विज्ञापन वेबसाईट के माध्यम से कर रही है। जिसमें ओ.एल.एक्स.डॉट इन, क्विकर जैसे वेबसाईट हैं। प्रसार भारती पर भी विविध विज्ञापन प्रसारित किए जाते हैं।

- उदा. 1) पेट्रोल का बोझ हटाव
अब इम्प्रेशन जमाव (टी.व्ही.एस.)
2) जिंदगी के साथ भी
जिंदगी के बाद भी (एल.आय.सी.)

इसके साथ ही डिश टी.व्ही. पर हिंदी में सुंदर-सुंदर साडियाँ चादर, रोटी मेकर आदि के विज्ञापन भी दिखाए जाते हैं। इस प्रकार हिंदी भाषा में अलग-अलग उत्पादन के विज्ञापन प्रसारित किए जाते हैं। आज हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स आदि हिंदी के अनेक दैनिक, पाक्षिक, मासिक, वार्षिक पत्र-पत्रिकाएँ, पुस्तक हैं, जहाँ विज्ञापन हिंदी के बारे में नये प्रयोग देख रहे हैं। विज्ञापन की धारा हिंदी में स्थापित हो चुकी है, जो सतत प्रवाहमान है। हिंदी विज्ञापनों के लिए शब्दों को, वाक्य गठन, सादृश्य, , विश्वसनीयता, स्मरणीयता प्रभावोत्पादकता, पठनीयता, गेयता इत्यादि का महत्वपूर्ण स्थान है।

विज्ञापन की भाषा –

विज्ञापन की भाषा में जहाँ एक ओर शृंगारिकता होती है, वहीं दूसरी ओर विशेषणों का प्रयोग भी प्रचुर मात्रा में होता है। विज्ञापन की भाषा में एक विशेषण, दो विशेषण, या तीन विशेषणों का प्रयोग भी देखा गया है। विज्ञापन में शीर्षक, उपशीर्षक विस्तार तथा उपसंहार आदि की जरूरत होती है। विज्ञापन की भाषा में प्रभावात्मकता, सफलता, सरसता, रोचकता, काव्यात्मकता आदि गुणों का विशेष आग्रह होना चाहिए। विज्ञापन के वाक्य छोटे सरल तथा प्रभावी होना चाहिए। ग्राहकों पर विशेष प्रभाव निर्माण करने के उद्देश्य से कई विशेषणों का उपयोग महत्वपूर्ण होते हैं।

निष्कर्ष :-

उपर्युक्त सारे विवेचन मनन चिंतन के उपरांत हम निष्कर्ष निकालते हैं कि, विज्ञापन आधुनिक मनुष्य के जीवन की एक अनिवार्य आवश्यकता बन गया है। जो उत्पादक और उपभोक्ता दोनों के लिए आवश्यक बन बैठा है। इतना ही नहीं तो जिनके पास कल्पना है, शब्द भंडार है, शब्दों का उचित प्रयोग करने की क्षमता एवं कला हैं, ऐसे लोगों के लिए यह क्षेत्र एक नया क्षेत्र है। वे इसमें अपना महत्वपूर्ण उद्योग, सॉफ्टवेयर कंपनी सूचना-प्रौद्योगिकी लिए हिंदी का क्षेत्र एक "दुधारू गाय " उभरा है।

संदर्भ सूची :-

- 1) आधुनिक हिंदी विज्ञापन और जनसंपर्क- डॉ. तारेश भाटिया
- 2) कामकाजी हिंदी - डॉ. कैलाशचंद्र भाटिया
- 3) आधुनिक परिप्रेक्ष्य में हिंदी साहित्य - डॉ. राजेंद्र खैरनार
- 4) विज्ञापन व्यवसाय एवं कला - डॉ. रामचंद्र तिवारी
- 5) संचार माध्यमों में हिंदी - डॉ. सुधाकर गोकककर
- 6) प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. माधव सोनटक्के