

विज्ञापन में नारी की भूमिका

प्रा.डॉ. अर्जुन पवार

हिंदी विभाग,

डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर महाविद्यालय, लातूर (MH)

जनसंचार के माध्यमों में विज्ञापन का विशेष महत्व है।

विज्ञापन का अर्थ है- किसी व्यक्ति या वस्तु विशेष के प्रति जानकारी देना। वाणिज्यिक क्षेत्र में इसका अर्थ है- किसी वस्तु के विक्रय के लिए ग्राहकों का ध्यान आकर्षित करना। इसका मूल उद्देश किसी उत्पादन को अधिक से अधिक बाजार उपलब्ध करा देना है। विज्ञापन किसी वस्तु के प्रति उपभोक्ता को मानसिक रूप में तैयार करना है। आज हम विज्ञापन के युग में जी रहे हैं। आज हमारी विभिन्न क्षेत्रों में मांगे इतनी बढ़ गई हैं कि विज्ञापन का स्थान हमारे लिए अनिवार्य हो गया है। व्यक्ति की आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए उसी के अनुसार विज्ञापन क्षेत्र कार्य करता हुआ दिखाई देता है। आज के क्षेत्र में विज्ञापन व्यक्ति के जीवन का अभिन्न अंग बन गया है। वह उपभोक्ता को वस्तु के प्रति रूचि पैदा करने के उद्देश से अपनी विशेष भूमिका निभाता है। जैसे उपभोक्ता को उत्पादन की जानकारी देना, उसके प्रति रूचि पैदा करना, उसका ध्यान केंद्रित करना, उपभोक्ता में उत्पादन के प्रति विश्वास जताना, विक्रय में वृद्धि करना, परिचय देना, उपभोक्ता को प्रभावित करना, नया बाजार विकसित करना आदि। संक्षेप में विज्ञापन का उद्देश उत्पादक को फायदा पहुँचाना और अपने प्रति आकर्षित करना है। वह अपने उद्देशों को सफल बनाने के लिए सबसे प्रभावी साधन के रूप में नारी का उपयोग करता है। नारी के विविध रूपों द्वारा उत्पादक के वस्तुओं की क्रय-विक्रय करना है। वह रेडिओ, दूरदर्शन, प्रेस, समाचार पत्र, सिनेमा आदि द्वारा उत्पादकता की विभिन्न वस्तुओं की नारी के विभिन्न रूपों द्वारा उपभोक्ता तक पहुँचाने का काम करता है।

विज्ञापन और मीडिया में जो आज नारी की बदलती छवि दिखाई दे रही है इस पर गंभीर चिंतन की आवश्यकता है। आज जो नारी का व्यवसायिक उपयोग करके उसमें कामुकता,

प्रेमी, रोमांस, उत्तेजक मुद्राओं का घृणित व्यापार चल रहा है उसे रोकने के लिए बड़ी तैयारी करनी होगी। वैसे तो भारतीय संहिता में स्पष्ट निर्देश है कि, विज्ञापनों में ऐसी किसी बात का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए जो अश्लिल और अरुचिकर हो तथा जिसमें मर्यादा और शालिनता के प्रचलित मानदण्डों का प्रहार होता हो। मॉडेल की स्वकृति के बावजूद मानव के नग्न या अर्धनग्न चित्र विज्ञापन में नहीं होने चाहिए। अश्लिल चित्रण प्रतिबन्ध अधिनियम सन 1986 में कहा गया है कि किसी भी महिला को अनावश्यक रूप से उभारना, जिसका समाज पर प्रतिकूल प्रभाव पड़े और अपमानकारी हो या जिससे समाज में अनैतिक वातावरण उत्पन्न होने का अंदेश हो ऐसे विज्ञापन पूर्णतः प्रतिबंधित हैं। परन्तु आज विज्ञापन एजेंसियाँ सभी आचार संहिताओं तथा नैतिक मूल्यों की छज्जियाँ उड़ाते हुए दिखाई दे रही हैं। इसके लिए स्वयं नारी भी जिम्मेदार दिखाई देती है। विज्ञापन की दुनिया में आज विज्ञापन और स्त्री एक दूसरे के पर्याय बन गये हैं। विज्ञापनों में स्त्री की छवि उसकी देह को कामुक अपील बनाकर प्रस्तुत होती हुई दिखाई देती है। विज्ञापनकर्ता स्त्रियों की कामुक छवि को विज्ञापन में दर्शाकर मुनाफा कमा रहे हैं। बाजार के आवश्यकतानुरूप नारी के विविध रूपों को प्रदर्शित करता है। भूमंडलिय बाजार व्यवस्था की प्रतिस्पर्धा में नारी इस हथियार का इस्तेमाल करने में अधिक सक्षम हुआ है। स्त्री देह का बाजारीकरण करके विज्ञापन एजेंसियाँ अपनी और अपने ग्राहकों की हित साधक बनी हुई हैं। आज नारी अपना बौद्धिक, सांस्कृतिक एवं आर्थिक विकास करने की बजाए सस्ते कामुक और उपभोक्तावादी जाल में फँसती जा रही है। विज्ञापन विभिन्न जनसंचार माध्यमोंद्वारा स्त्रियों से सम्बन्धित वस्तुओं, साडी, गहनों तथा अन्य सौंदर्य प्रसादनों के विज्ञापन में स्त्री के आकर्षित रूप को दिखाया जा रहा है। नारी के शारीरिक सौष्ठव एवं कोमलता के अनुसार

विज्ञापन के लिए बाजार में दाम लगाकर उसे खरिदा जाता है | इसका अर्थ यह है कि आज नारी के विकास को बड़े सस्ते ढंग से खरिदा जा रहा है |

विज्ञापन के क्षेत्र में नारी के विभिन्न रूपों का चित्र दिखाई देता है | एक ओर उसे परम्परागत भारतीय स्त्री तो दूसरी ओर आधुनिक नारी के विविध रूपों का चित्र प्रस्तुत है | परम्परागत रूपों में जैसे नारी के सभी अधिकार पुरुषों के हाथ में है | जो दिन रात परिवार वालों को खुश करने के नुस्खों की तलाश में रहती है | जैसे वह दो रूपये के साबुन से पति की पैंट-शर्ट चमका देना चाहती है जो 'मूव' लगाकर अपने कमर दर्द को तुरन्त दूर कर जल्दी काम पर पुनः जुट जाती है | वह ऐसी लक्ष्मी है, जो घर को ऐसी बरकत देती है कि दो रूपये, चार रूपये की आकर्षक छुट का अवसर भी हाथ से जाने नहीं देती जो लाजवाब खाना बनाती है, जो ऑफिस से लौटे पति का सजधजकर पुरे बनाव श्रृंगार के साथ स्वागत करती है, खास ब्रँड की चाय का कॉफी के प्याले में उसकी थकान दूर करती है, जो टायलट को चमाकर रखती है जो ऑफिस जाते पति को रूमाल देना नहीं भूलती | विज्ञापन में स्त्री की दूसरी छवि आधुनिक स्त्री की है जो रास्ते में किसी अन्य पुरुष को अपने नेत्रों के इशारे से अपने उन्माद का ज्वार ला सकती है | वह अपने सौंदर्य के बल पर उसे अपना बना लेती है | वह सौंदर्य को अपने जीवन का सबसे बड़ा ध्येय मानती है | विज्ञापन की दुनिया में स्वयं के शरीर का व्यापार करने में थोड़ी भी संकुचित नहीं होती | शैम्पू, कोल्डक्रिम, डिटर्जेंट, चनामसाला, फेन लव्हली, साबुन आदि उत्पादनों के विज्ञापन में वह विज्ञापनकर्ता के निर्देशों के अनुसार अपनी अदा पेश करती है | इससे स्पष्ट है कि नारी की थोड़ीशी आजादी ने उसकी विक्री वृद्धि ने भारी विकास पाया है | वह आज पुरुषों को भी लज्जित कर रही है | नारी का यह रूप स्त्री आजादी के नाम पर देहवादी आंदोलन चला रही है | नारी को विज्ञापन क्षेत्र अपना साधक बनाकर किस्म की गुलामी में जीने की मजबुरी यह नारी को बहुत ही कमजोर बनाने की कोशिश है |

विज्ञापन ने जनसंचार माध्यमों के द्वारा वर्चस्ववादी रूप बना लिया है | नारी के विविध रूपों को जनसंचार माध्यमों के द्वारा विज्ञापनकर्ता अपनी चिजें बेचने का प्रयास कर रहे है |

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर भी वह अपना वर्चस्व कर रहा है | समाचा पत्र भी सेक्सी मॉडल के साथ विज्ञापन छपवाने लगे हैं | सेक्सी मॉडल का उपयोग विज्ञापन में आकर्षण लाने के लिए किया जा रहा है | जैसे ऐश्वर्या राय जब किसी मोबाईल का विज्ञापन आकर्षक ढंग से करती है तो देखनेवाले दर्शक उसी मोबाईल को खरिदने के लिए उत्सुक दिखाई देते हैं | आज की स्थिति में विज्ञापन की सत्ता सर्व सम्मति से स्विकार की जा रही है | भारतीय दूरदर्शन, समाचार पत्र-पत्रिकाएँ इनका काम विज्ञापन के बिना नहीं चल सकता | विज्ञापन इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और प्रिंट मीडिया पर हावी हो गया है | मराठी तथा हिंदी के समाचार पत्रों में अधिक से अधिक जगह विज्ञापन से भरी हुई दिखाई देती है | नारी के संदर्भ में कहा जाता है कि अधिक से अधिक पैसा कमाने का साधन ही विज्ञापन है | आजकल बॉलीवुड के सितारे फिल्मों की जगह विज्ञापन फिल्मों की शूटिंग में व्यस्त हो रहे हैं | उत्पादक कंपनियाँ भी विज्ञापन पर पानी की तरह पैसा बहाती दिखाई देती है | विज्ञापन में पुरुष मॉडल भी होते है लेकिन दोनों की तुलना में स्त्री मॉडल का अनुपात बहुत ज्यादा दिखाई देता है | विज्ञापन का मुख्य उद्देश स्त्री के द्वारा वस्तुओं की क्रय विक्रय करना है | विज्ञापन मीडिया के आज की नारी की भूमिका के संदर्भ में डॉ. एम.पी. सिंह का कहना है- 'विज्ञापन मीडिया में नारी की छवि अच्छी नहीं है | यह भारतीय संस्कृति न होकर विदेशी संस्कृति की नकल है | जिससे नारी को जबरन जोड़ दिया गया है |' इसी के साथ डॉ. सतीष पान्डे जी का कहना है - 'विज्ञापन मीडिया में जो खराब छवि आ रही है वह उसकी स्वनिर्मित है, इसमें किसी को जबरन खींच नहीं सकते | उसे वह स्वयं जिम्मेवार है |'

उपर्युक्त विवेचन से यह स्पष्ट है कि, विज्ञापन व्यक्ति के जीवन का एक अभिन्न अंग बन चुका है | विक्रेता की साह्यता करने, उत्पादक तथा उपभोक्ता के बीच मधुर सम्बन्ध स्थापित करने तथा लोकसेवा करने के लिए विज्ञापन अपनी अहम भूमिका निभाता है | वह अपने उद्देश पूर्ति हेतु नारी का मनचाहे इस्तेमाल करते हुए दिखाई देता है | विज्ञापन के कारण नारी सामाजिक मर्यादा एवं दायित्व को समाप्त करती हुई दिखाई दे

रही है | इसका अर्थ यह है कि वह अपने मर्जी के अनुसार
आचरण करती हुई दिखाई देती है |

संदर्भ सूची :-

1. प्रयोजन मूलक हिंदी - माधव सोनटक्के - लोकभारती
प्रकाशन, औरंगाबाद प्र.सं. 2003
2. प्रयोजन मूलक हिंदी- डॉ. गंगा सहाय्य प्रेमी, शैलजा प्रकाशन,
कानपुर, पृ. 106, प्र.सं. 2003
3. आधुनिक विज्ञापन और नारी -डॉ. विद्या शिंदे, पृ. 25,26
बी.एस. पब्लिकेशन, वाराणसी, प्र.सं. 2013
4. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. अंबादास देशमुख, शैलजा प्रकाशन,
कानपुर, पृ. 61, द्वितीय सं. 2006

