

जनसंचार माध्यमों में विज्ञापनों का भाषिक विन्यास

जनसंचार माध्यमों में विज्ञापन लेखन एक उच्चकोटि का सर्जनात्मक कार्य है। इसके माध्यम से अल्प समय में श्रोता एवं दर्शकों की किली सामग्री की स्वीकृति करने हेतु ग्राहक को प्रभावित की जाती है। इसके लिए विषय का ज्ञान, भाषा पर पूर्ण अधिकार, तकनीकी शब्दावली का ज्ञान तथा उपभोक्ता-वर्ग और मानव मनोविज्ञान की समझ का होना अत्यंत आवश्यक है। इसके अलावा विज्ञापन-सम्बंधी नियमों और कानूनी प्रावधानों की जानकारी बहुत जरूरी है क्योंकि विज्ञापन प्रसारण में यह जरूरी होता है कि ऐसा कोई विज्ञापन प्रसारित नहीं होने पाये, जो इन अधिनियमों और कानूनों की भंगदारी करता हो।

विज्ञापन की भाषा के लिए आवश्यक है कि शब्द संचयक, स्पष्ट, सरल तथा बोलचाल की भाषा हो ताकि सामान्य आदमी भी अच्छी तरह से समझ सके। यह भी ध्यान दिया जाता है कि प्रिंट मीडिया की भाषा और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की भाषा एक जैसी नहीं हो सकती है। यह भी देखा जा सकता है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत आकाशवाणी और दूरदर्शन के विज्ञापन की भाषा एक जैसी नहीं हो सकती है।

विज्ञापनों का भाषिक विन्यास

विज्ञापन में भाषा का विशेष महत्व होता है। अर्थात् भाषा के यत्कार से वह उपभोक्ता का ध्यानकर्षण करता है। विज्ञापनों में ध्वनि का यत्कार भी उपयोगी एवं महत्वपूर्ण होता है। विज्ञापन में चित्र एवं भाषा के दो युग्मत्व एवं ही उपभोक्ता को प्रभावित करते हैं।

विज्ञापन लेखक विज्ञापन में शब्द संयोजन एवं शब्दों के नए पक्षों से आकर्षण पैदा करता है। विज्ञापन में आलेश्वरु शब्दों को नारे में परिवर्तित करता है। ये दर्शक अथवा श्रोताओं को न केवल सुखदित करता है बल्कि आकर्षण भी पैदा करता है। शब्दों के जादू के माध्यम से ही विज्ञापन लेखक उत्पाद या सेवा के प्रति उपभोक्ता की जिज्ञासा जगाता है।

विज्ञापन में शीर्षक ही प्रथम दृष्टि में आकर्षण पैदा करता है। अर्थात् शीर्षक के बिना किसी भी विज्ञापन की सज्जा की कल्पना नहीं की जा सकती है। जैसे - कौकाकीला का - 'ठंडा मतलब कौकाकीला', 'पिप्री सर ठठके'। पेप्सी का विज्ञापन - 'और बबली'। हथ का एल्टा रिचार्ज, सिर्फ इस उपग्रह में, कबूतर भी गेहगा पड़ जायगा। इन विज्ञापनों में शब्द विन्यास का सौन्दर्य देखा जा सकता है। इसमें अर्थ और भाव की गंभीरता भी है।

विज्ञापन में नाटकीयता, संवाद, गीतात्मकता, ध्वनि मिश्रण आदि का भी समाविष्ट होता है। आकाशवाणी, दूरदर्शन आदि पर आने वाले सैकड़ों विज्ञापन को इस दृष्टि से देखा जा सकता है। भाषिक विन्यास का सही प्रयोग ही जन-सामान्य को प्रभावित कर सकता है। अतः भाषिक विन्यास विज्ञापनों के लिए महत्वपूर्ण है।