

विज्ञापन में संगीत की भूमिका

हरप्रीत कौर

असिस्टेंट प्रोफेसर (संगीत गायन विभाग) आर्या कॉलेज, सिविल लाइन्स, लुधियाना

ARTICLE DETAILS

Article History

Published Online: 15 April 2019

Keywords

विज्ञापन, संगीत, विज्ञापन-निर्माता, उपभोक्ता, जन-साधारण.

ABSTRACT

प्रस्तुत शोध-पत्र में विज्ञापन तथा संगीत के घनिष्ठ सम्बन्ध तथा संगीत की विज्ञापन में भूमिका पर रोशनी डालने का प्रयत्न किया गया है। विज्ञापन में संगीत एक बहुत बड़ी भूमिका निभाता है। विज्ञापन का उद्देश्य मनुष्य को किसी भी विषय, उत्पाद अथवा सेवा के बारे में जानकारी प्रदान करना होता है। विज्ञापन का अर्थ ही है-विषिष्ट सूचना अर्थात् विज्ञापन सूचना प्रसारित करने का एक अत्यन्त प्रभावशाली माध्यम है। विज्ञापन अति प्राचीनकाल से अथवा संभवतः मानव सभ्यता के उद्गम के साथ ही उदय हुआ प्रतीत होता है जबकि तब इसका स्वरूप आज के विज्ञापन जैसा बिल्कुल भी नहीं था। दूसरों तक अपनी बात पहुंचाने तथा अपना भाव व्यक्त करने की आवश्यकता हेतु विज्ञापन का प्रारम्भ हुआ होगा। दूसरी ओर संगीत सभी ललित कलाओं में सर्वोपरि है तथा अपने मनोभाव किसी के समक्ष प्रस्तुत करने का यह सबसे सुंदर तथा सर्वोत्तम साधन है। संगीत की यही विशेषता विज्ञापन-निर्माताओं को विज्ञापन में इसका प्रयोग करने की ओर प्रेरित करती है। कतिपय ऐसे बहुत ही कम विज्ञापन होंगे, जिनमें किसी भी प्रकार के संगीत का प्रयोग न हुआ हो। यह संगीत ही है जिसके प्रयोग के कारण कई विज्ञापन उपभोक्ता के मस्तिष्क पर छा जाते हैं, मन में बस जाते हैं। इसीलिए अधिकतर विज्ञापन-निर्माता संगीत का प्रयोग विज्ञापन में करते हैं। किसी भी विज्ञापन को सफल बनाने में संगीत की बहुत बड़ी भूमिका है। इस शोध-पत्र को पूर्ण करने में किताबों तथा इंटरनेट इत्यादि की सहायता ली गई है। आशा करती हूँ कि इससे संगीत विद्यार्थियों तथा अध्यापक वर्ग को अवश्य ही लाभ होगा।

भूमिका

संगीत ही एक ऐसी ललित कला है, जिसका प्रभाव प्रत्येक जीव पर प्रत्यक्ष दिखाई पड़ता है। यही कारण है कि संगीत सर्वश्रेष्ठ ललित कला मानी जाती है। जब से सृष्टि है, तभी से संगीत भी है। किसी भी मनोभाव को यदि संगीत के द्वारा प्रकट करने की चेष्टा की जाए तो वह सर्वाधिक प्रभावशाली जान पड़ता है। भावाभिव्यक्ति का सबसे सरल तथा सफल माध्यम संगीत ही है।

इसी प्रकार मनुष्य को किसी भी सूचना, सेवा, विषय अथवा उत्पाद से अवगत कराने के लिए विज्ञापन एक बहुत शक्तिशाली माध्यम है। चाहे वह जनसाधारण में जागरूकता लाने की बात हो अथवा व्यापारीकरण के लिए।

अधिकतर विज्ञापन केवल और केवल उनमें प्रयुक्त संगीत के कारण फिल्मी गानों की तरह प्रत्येक व्यक्ति के मन में अपनी छवि छोड़ जाते हैं। ऐसा प्रतीत होता है कि मानव सभ्यता के उदय के साथ ही विज्ञापन की भी कहानी प्रारम्भ हुई होगी क्योंकि सूचना प्रसारित करने अथवा जनसाधारण तक संदेश पहुंचाने की आवश्यकता आदिकाल से ही पड़ती रही है। यह अलग बात है कि प्राचीन काल के विज्ञापन का स्वरूप आधुनिक काल के विज्ञापन से पूरी तरह भिन्न था। देखा जाए तो संगीत और विज्ञापन दोनों ही भावाभिव्यक्ति का एक साधन है, परन्तु विज्ञापन में जब भावाभिव्यक्ति का सर्वोपरि माध्यम संगीत जुड़ जाता है तो सोने पर सुहागा हो जाता है।

विज्ञापन की परिभाषा

विज्ञापन शब्द अंग्रेजी के Advertising (एडवर्टाइजिंग) का हिन्दी रूपांतरण है। अंग्रेजी में कई शब्द विज्ञापन के लिए प्रयोग किए जाते हैं, जैसे Advertising, Advertisement, Broadsheet, Advert, Notification, Announcement, इत्यादि।¹ 'एडवर्टाइजिंग' की उत्पत्ति लैटिन भाषा के Advertor से हुई, जिसका अर्थ है 'टू टर्न टू' यानि किसी ओर मुड़ना अर्थात् किसी के प्रति लोगों को मोड़ना या आकर्षित करना।²

हिंदी में डॉ० विजय कुलश्रेष्ठ ने 'विज्ञापन' शब्द की व्याख्या इस प्रकार की है- 'विज्ञापन' शब्द 'वि' और 'ज्ञापन' इन दो शब्दों के योग से बना है। 'ज्ञापन' शब्द में 'वि' उपसर्ग लगाकर ये शब्द बना है। 'वि' का अर्थ विशेष तथा 'ज्ञापन' का अर्थ सूचना या ज्ञान।³

इसलिए विज्ञापन का अर्थ है किसी वस्तु या तथ्य की विशेष जानकारी या सूचना देना।

1. <http://shabdkosh.raftaar.in> Meaning of विज्ञापन in English

2. विज्ञापन की दुनिया-कुमुद शर्मा-पृष्ठ 12

3. हिन्दी विज्ञापन : भाषिक और शैलीगत चयन - डॉ० कौषल्या पृष्ठ 2

विभिन्न विद्वानों तथा विभिन्न पुस्तकों द्वारा दी गई विज्ञापन शब्द की परिभाषा इस प्रकार है-

1. जॉन एस. राइट का कहना है- 'विज्ञापन जनसंप्रेषण माध्यम द्वारा नियंत्रित, पहचान योग्य सूचना प्रदान करने तथा बनाने का कार्य करता है।'⁴

2. ब्रिटेनिका कोषकार के अनुसार, 'विज्ञापन, विज्ञापक द्वारा इच्छित भुगतान द्वारा दी गई वह घोषणा है, जो किसी वस्तु अथवा सेवा के विक्रय प्रोत्साहन, किसी विचार के विकास अथवा कोई अन्य प्रभाव उत्पन्न करने के उद्देश्य से दी गई हो।'⁵
3. शैल्डन के अनुसार, 'विज्ञापन वह व्यवसायिक शक्ति है जिसमें मुद्रित शब्दों द्वारा विक्रय वृद्धि में सहायता मिलती है तथा ख्याति निर्माण होती है। विज्ञापन से साख बढ़ती है।'⁶
4. आर.डब्ल्यू. हर्बैंड के अनुसार, 'विज्ञापन एक प्रकार का प्रचार है जो कुछ निश्चित वस्तुओं तथा सेवाओं के अस्तित्व तथा विशेषताओं की ओर ध्यान आकृष्ट करता है।'⁷
5. अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन द्वारा की गई परिभाषा के अनुसार, **Any paid form of non-personal presentation of ideas, goods or services by an identified sponsor** अर्थात् विज्ञापन अपने विचारों, वस्तुओं या सेवाओं के अवैयक्तिक प्रस्तुतिकरण के लिए भुगतान देकर किया गया प्रयास है।⁸
6. श्री बी.एस. राठौर ने लिखा है— 'विज्ञापन सूचनाओं को सार्वजनिक भुगतान प्राप्त साधनों द्वारा प्रचारित करता है, जिसका उद्गम स्पष्टतः सौजन्य प्राप्त संगठन के रूप में पहचाना जाता है।'⁹
7. वेबस्टर शब्दकोष (Websters Dictionary) के अनुसार, 'विज्ञापन का अर्थ किसी वस्तु या तथ्य के सम्बन्ध में मुद्रित माध्यम, रेडियो, टेलीविजन या ऐसे ही किसी अन्य साधन के माध्यम से जानकारी देने, विक्रय बढ़ाने हेतु या जनता का ध्यान आकर्षित करने से है।'¹⁰
4. विज्ञापन की दुनिया—कुमुद शर्मा—पृष्ठ 12
5. वही, पृष्ठ 12
6. हिंदी विज्ञापन—भाषिक और शैलीगत अध्ययन— डॉ० कौषल्या, पृष्ठ 29
7. वही, पृष्ठ 29
8. विज्ञापन डॉट कॉम—डॉ० रेखा सेठी — पृष्ठ 17
9. वही पृष्ठ 19
10. आधुनिक विज्ञापन : कला एवं व्यवहार, डॉ० अर्जुन तिवारी, पृष्ठ 13
8. द न्यू एनसाइक्लोपीडिया ब्रिटानिका के अनुसार, 'विज्ञापन संप्रेषण का वह प्रकार है जो उत्पादक अथवा कार्य को उन्नत करने, जनमत को प्रभावित करने, राजनैतिक सहयोग प्राप्त करने, एक विषिष्ट कारण को आगे बढ़ाने अथवा विज्ञापनदाता द्वारा कुछ इच्छित प्रतिक्रियाओं को प्रकाशित करने का उद्देश्य रखता है।'¹¹

विज्ञापन का मानव जीवन में महत्व

“बिना विज्ञापन व्यापार करना किसी खूबसूरत लड़की को अंधेरे में आँख मारने के समान है। अंधेरे में तुम तो जानते हो कि तुम क्या कर रहे हो। लेकिन दूसरा कोई कुछ नहीं जानता, अतः सम्भावित लाभ नहीं होता।”—ब्रिट¹²

आज का युग औद्योगिक युग है। विज्ञापन का जीवन तथा समाज से पुराना सम्बन्ध है। तेज़ी से बदलती हुई अर्थव्यवस्था और बढ़ती प्रतिस्पर्धा के बीच टिके रहना और खुद को मजबूत बनाए रखना, किसी भी उत्पादक, व्यापारी अथवा औद्योगिक प्रतिष्ठान की बहुत बड़ी जरूरत है। विज्ञापन आज व्यापार का एक महत्वपूर्ण अंग बन गया है। आज के इस प्रतिस्पर्धा से पूर्ण दौर में कोई भी व्यवसाय बिना विज्ञापन के चल पाना असंभव सा ही हो गया है।

‘टकसाल के अतिरिक्त कोई भी बिना विज्ञापन के मुद्रा उत्पन्न नहीं कर सकता।’—विन्सटन चर्चिल¹³

विज्ञापन ही किसी भी वस्तु की बिक्री बढ़ाने का सर्वश्रेष्ठ साधन है।

11. जनसंपर्क एवं विज्ञापन, सिद्धांत और व्यवहार, एन.सी.पंत, पृष्ठ 207
12. आधुनिक विज्ञापन : कला एवं व्यवहार, डॉ० अर्जुन तिवारी, पृष्ठ 1
13. वही, पृष्ठ 10

‘विज्ञापन बाजी एक ऐसा विज्ञान है जिसके द्वारा इन्सान की बुद्धि को उस समय तक जकड़ा जाता है जब तक उसकी जेब से पैसा न निकाल लिए जाए।’—स्टीफन ली काक¹⁴

इस प्रकार विज्ञापन का सर्वाधिक महत्व व्यवसायिक रूप में है। इसी के ही अंतर्गत बिक्री बढ़ाने के साथ-साथ ही विज्ञापन किसी भी नए उत्पाद के लिए नए बाजार क्षेत्र भी ढूँढने में सक्षम सिद्ध होता है। विज्ञापन के निर्माण में प्रतिस्पर्धा का भी स्वर सुनाई देता है। अर्थात् विज्ञापन ही अनेक उत्पादों में एक विषिष्ट ब्रांड की अलग पहचान बनाने में सफल है। व्यवसायिक या व्यापारिक महत्व, भले ही विज्ञापन का सबसे प्रमुख पक्ष है, फिर भी सामाजिक तथा मनोवैज्ञानिक तौर पर भी विज्ञापन का बहुत बड़ा महत्व है। जैसे कि विज्ञापन सूचना देने के लिए सबसे उत्तम साधन है। शुरुआत में तो विज्ञापन केवल धार्मिक या राजनैतिक सूचना देने इत्यादि के लिए ही प्रयोग में लाए जाते थे। आज भी सरकारी या गैर सरकारी सूचनाएँ देने, चुनाव में अपने लिए मत माँगने या किसी भी सामाजिक विषय, जैसे राष्ट्रीय चेतना, साक्षरता इत्यादि से अवगत कराने के लिए विज्ञापन का भरपूर प्रयोग होता है। मनोवैज्ञानिक स्तर पर विज्ञापन ग्राहक का भरोसा और उनका दिल जीतने तथा उसे संतुष्ट कराने में एक बड़ी भूमिका निभाता है। आज विज्ञापन ने व्यापार की नीति में एक बड़ी क्रांति लाई है। विज्ञापन समाज के लिए लाभकारी सिद्ध हुआ है। विज्ञापन निरन्तर अग्रसर होता हुआ एक ऐसा व्यवसाय है, जिससे अनेकों ही व्यक्तियों के लिए रोजगार के दरवाजे खुले हैं। इससे कितने ही व्यक्तियों को रोजगार मिलता है। जनसाधारण में जागरूकता लाने हेतु भी विज्ञापन एक शक्तिशाली माध्यम है, पर संगीत ही उसे सर्वशक्तिशाली बनाता

है। ऐसे लगभग सभी विज्ञापनों का संगीत एक महत्वपूर्ण हिस्सा है।

विज्ञापन में संगीत की भूमिका

आधुनिक युग में विज्ञापन के अनेक माध्यम हैं जैसे कि अखबार, टी.वी. रेडियो, इंटरनेट, ब्लॉग, सोशल मीडिया इत्यादि। विज्ञापन उद्योग अति विषाल है। अनुमान है कि 2019 में विश्व भर में विज्ञापन पर खर्चा 560 बिलियन अमेरिकी डॉलर से भी अधिक हो जाएगा।¹⁵ अमेरिका इसमें सबसे आगे है। उत्तरी अमेरिका में सबसे बड़ा क्षेत्रीय विज्ञापन बाजार बने रहने की उम्मीद है।

14. आधुनिक विज्ञापन : कला एवं व्यवहार, डॉ० अर्जुन तिवारी, पृष्ठ 11

15. <http://www.statistic.com>>statistics>global advertising spending>dt.20-04-2019,9.45p.m.

विज्ञापन को सर्वाधिक शक्तिशाली बनाने में संगीत सर्वोपरि माध्यम है। अधिकाधिक विज्ञापनों में संगीत का उपयोग होता है। विज्ञापन प्रसारित करने के कई माध्यमों में से टी.वी. एक ऐसा माध्यम है, जिसके द्वारा सबसे अधिक तथा सबसे सरलता से विज्ञापन लोगों तक पहुंचते हैं इसलिए इस शोध पत्र में भी टी.वी. विज्ञापनों की ही उदाहरण लिए गए हैं। विज्ञापन को और अधिक सफल बनाने के लिए संगीत का इसमें प्रयोग किया जाता है चाहे वह गायन हो, वादन हो अथवा केवल पार्श्व संगीत (background music)। इसका आधार है संगीत का मनोरंजन पहलू तथा विज्ञापन का सौंदर्य मूल्य। इन दोनों के सहयोग से विज्ञापन और अधिक आकर्षक बन जाता है। संगीत का मानव मस्तिष्क पर प्रभाव सर्वमान्य है। विज्ञापन में संगीत के उपयोग से एक और बहुत बड़ा लाभ यह है कि इससे विज्ञापन ग्राहक को याद रह जाते हैं क्योंकि विज्ञापन से जुड़ा संगीत उपभोक्ता के मन में बस जाता है इसलिए विज्ञापन के लिए संगीत का उपयोग करते हुए कुछ आवश्यक तत्वों को ध्यान में रखना अत्यंत महत्वपूर्ण है, जैसे कि उपयुक्त संगीत का चुनाव। संगीत ब्रांड निर्माण में भी सहायक है, किसी विशेष ब्रांड में विशेष संगीत का प्रयोग उस ब्रांड के साथ जुड़ जाता है। उस विषिष्ट संगीत के गूँजने भर से ही उसके साथ संबंधित ब्रांड या उत्पाद उपभोक्ता को याद आ जाता है अर्थात् संगीत के द्वारा विज्ञापन उत्पाद की एक अलग पहचान स्थापित करने में सक्षम हो जाता है जैसे कि एयरटेल की धुन, एयरटेल से ही जुड़ी हुई है। केवल धुन बजने मात्र से ही मस्तिष्क में एयरटेल का नाम आ जाता है। संगीत विज्ञापन और उपभोक्ता के बीच एक गहरा संबंध निर्मित करता है। बच्चों से लेकर बड़ों तक प्रत्येक आयु वर्ग के व्यक्ति को भी संगीत विज्ञापन याद रह जाते हैं। विज्ञापन में संगीत का प्रयोग अत्यन्त प्रभावशाली तथा लाभप्रद रहता है। इसीलिए अधिकतर विज्ञापन निर्माता विज्ञापनों में अच्छे संगीत का प्रयोग करते हैं। कुछ सांगीतिक विज्ञापन रागों पर आधारित होने के कारण अध्यापक वर्ग तथा विद्यार्थी वर्ग के लिए बहुत लाभप्रद होते हैं। जनसाधारण में जागरुकता लाने

के लिए निर्मित विज्ञापन संगीत के प्रयोग के ही कारण अपना लक्ष्य पूर्ण करने में सफल होते हैं। ऐसे कई विषय हैं जिनके बारे में अवगत कराने के लिए अथवा जनचेतना लाने के लिए विज्ञापनों का निर्माण किया जाता है, जैसे राष्ट्रीय एकता, खेल के प्रति उत्साह, साक्षरता इत्यादि। इसके कुछ उदाहरण अग्रलिखित हैं। सन् 1974 में फिल्मस डिवीज़न ऑफ इंडिया, भारत सरकार के द्वारा रिलीज़ किया गया विज्ञापन, अनेकता में एकता ने बच्चे-बच्चे पर प्रभाव डाला था। यह विज्ञापन आज भी इंटरनेट पर सुना तथा देखा जाता है। दूरदर्शन पर प्रसारित इस विज्ञापन के निर्देशक विजय मूले तथा संगीतकार वसंत देसाई थे। साधना सरगम जी की मधुर आवाज़ में 'एक चिड़िया अनेक चिड़िया'¹⁶ गाना अत्यधिक लोकप्रिय हुआ था। सहायक गायक एम.एस. हसन, महेश तावरे तथा गिरीष राव के साथ इस विज्ञापन को 'बेस्ट चिल्ड्रन्स अवार्ड' प्राप्त हुआ था। यह विज्ञापन फिल्म सर्वाधिक देखी जाने वाली तथा सर्वाधिक डाउनलोड की गई एकमात्र विज्ञापन फिल्म है। ऐसी ही राष्ट्रीय एकता को जागृत करता हुआ एक अन्य विज्ञापन था **One tune-languages of India**¹⁷। इस विज्ञापन को अशोक पाटकी ने लुइस बैंक्स के साथ मिलकर संगीत दिया तथा पीयूष पांडे ने लिखा था। सुरेश मलिक द्वारा निर्देशित दूरदर्शन पर प्रसारित इस विज्ञापन को प्रत्येक वर्ग के लोगों पर फिल्माया गया था, जैसे कि प्रसिद्ध गायक, खिलाड़ी, फिल्मी सितारे तथा साधारण जनता इसमें भारत की अनेकता में एकता बहुत ही भलीभांति देखने को मिलती है। क्योंकि इसमें एक ही गाने को भारत की विभिन्न भाषाओं में गाया गया है। यह राग भैरवी में निबद्ध है। इसी प्रकार राष्ट्रीय साक्षरता मिशन द्वारा प्रसारित राग भटियार पर आधारित विज्ञापन 'पूरब से सूर्य उगा, फ़ैला उजियारा, जागी हर दिषा दिषा जागा जग सारा'¹⁸, जिसमें कविता कृष्णमूर्ति की मधुर आवाज़ का उपयोग किया गया था, भी काफी लोकप्रिय रहा। इसी विषय पर एक विज्ञापन है, स्कूल चलें हम। शंकर एहसान लॉय के संगीत से निबद्ध महबूब द्वारा लिखित यह विज्ञापन भी अति प्रसिद्ध हुआ था। इसी प्रकार खेल के प्रति जागृति लाने के लिए फ्रीडम रन वीडियो साँग या टॉर्च साँग¹⁹ केवल वादन संगीत के ही कारण लोकप्रिय हुआ। इसका संगीत लुईस बैंक्स ने दिया था। आज भी इस धुन को सुनकर मन में जोष भर जाता है। ऐसे ही अन्य कई सामाजिक विषय हैं, जिन पर निर्मित विज्ञापन उनमें प्रयोग किए हुए संगीत के कारण इतने लोकप्रिय हुए। इसके अतिरिक्त किसी उत्पाद को बेचने के लिए बने विज्ञापन भी उनमें प्रयुक्त संगीत के साथ एक विषिष्ट पहचान बनाने में सफल होते हैं। जैसे कि टाइटन घड़ी का सुंदर संगीत या एयरटेल की धुन ए.आर. रहमान के संगीत के कारण इन उत्पादों की एक विशेष पहचान बना चुकी है। ऐसे ही नेरोलैक पेंट्स

16. youtube.com, 21-4-19, 3.35 a.m.

17. youtube.com, 21-4-19, 3.41 a.m.

18. youtube.com, 21-4-19, 3.43 a.m.
 19. freedomrun: the torch song from doordarshan, youtube.com, 21-4-19, 3.46 a.m.

का गीत 'जब घर की रौनक बढ़ानी हो' या फिर बजाज स्कूटर का विज्ञापन 'बुलंद भारत की बुलंद तस्वीर, हमारा बजाज' इत्यादि ऐसे अनेक ही संगीतिक विज्ञापन हैं जो उपभोक्ता के मन में बस जाते हैं। संगीत ही विज्ञापन के ब्रांड के परिचय का संबंध उपभोक्ता के साथ बनाता है। इसीलिए विज्ञापन में आकर्षक संगीत तथा जिंगल्स का प्रयोग किया जाता है। इससे लोग ब्रांड और उत्पाद को भली-भांति याद कर लेते हैं। अधिकतर लोग वही उत्पाद खरीदते हैं, जिससे वे अधिक परिचित होते हैं। यह कार्य संगीत ही करता है, विज्ञापन में शब्दों तथा तस्वीरों को प्रतिस्थापित करने में संगीत एक बेहतरीन भूमिका निभाता है। जनसाधारण को कोई संदेश या कहानी बताने में संगीत एक सर्वोत्तम शक्तिशाली माध्यम है। संगीत उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण को अवश्य ही प्रभावित करता है।

प्रसिद्ध संगीतकारों एवं गायकों का विज्ञापन क्षेत्र में योगदान

बॉलीवुड के ऐसे कई प्रसिद्ध गायक तथा संगीतकार हैं, जिन्होंने विज्ञापन-फिल्मों में अपना भरपूर योगदान दिया है। इसीलिए तो ऐसे विज्ञापन अपने संगीत के कारण जनसाधारण के दिलों पर शासन करते हैं। ऐसे कई वरिष्ठ कलाकार हैं, जिन्होंने फिल्मों में आने से पहले अपनी व्यवसायिक शुरुआत ही विज्ञापनों से की। ऐसे कुछ नाम आगे दिए जा रहे हैं।

ए.आर. रहमान— ए.आर.रहमान एक महान संगीतकार हैं, जिन्होंने भारत का नाम पूरे विश्व में ऊँचा किया है। ए.आर. रहमान ने फिल्मों में आने से पहले विज्ञापन-फिल्मों में संगीत देकर अपने कैरियर की शुरुआत की। रहमान जी ने 300 से अधिक विज्ञापन जिंगल्स का संगीत निर्देशन किया है। रहमान जी ने शुरुआत में गार्डन साड़ी, एम.आर.एफ. टायर इत्यादि विज्ञापनों के लिए संगीत दिया। आगे जाकर एयरटेल की धुन, टाइटन घड़ी जैसे विज्ञापनों में मनमोहक संगीत दिया।

इसी तरह कुनाल गांजावाला, आज के एक लोकप्रिय बॉलीवुड गायक, ने ए.आर. रहमान जी के ही संगीत से सजे अमूल दूध के विज्ञापन में 'दूध दूध – दूध है वण्डरफुल' गाना गाया था। कुनाल ने भी जिंगल्स गाकर ही अपना कैरियर शुरु किया।

कैलाश खेर, जो आज एक बहुत बड़ा नाम है, बॉलीवुड में, उनकी शुरुआत हुई नक्षत्र हीरे के विज्ञापन में अपनी आवाज देकर।

20. www.scoopwhoop.com>famous Indian Musician, 4 मई, 2019, 3.51 am

इसी तरह विलंटन ने रेमंड के लिए जिंगल गाया। विज्ञापनों से ही अपनी गायकी की शुरुआत की। शिल्पा राव, शान, अमित त्रिवेदी (आइडिया हनी बनी जिंगल के गायक), इन सबने पहले विज्ञापन क्षेत्र में ही अपनी किस्मत आजमाई।

यही नहीं, प्रसिद्ध गज़ल गायक स्व. जगजीत सिंह जी ने भी जिंगल्स से ही शुरुआत की। उनकी पत्नी चित्रा सिंह भी पहले जिंगल्स ही गाती थीं। शांतनु मोइत्रा (अंकल चिप्स जिंगल), राम सम्पत (सोनी एरिक्सन जिंगल), ये सब पहले विज्ञापन उद्योग में ही आए।

सोनू निगम का नाम कौन नहीं जानता। उनका भी पहला गाना 'जानम' रिलीज़ नहीं हुआ। फिर उन्होंने भी रेडियो जिंगल्स की ओर रुख कर लिया। क्लोज़-अप जिंगल 'पास आओ ना' सब के होठों पर पर चढ़ गया। इसकी गायिका है सोना महापात्रा, जो पहले जिंगल्स गाने की ओर ही आई।

मषहूर बॉलीवुड गायक, अद्भुत आवाज़ के मालिक के. के. ने ही 'देष की धड़कन' जिंगल गाया था। उन्होंने 11 भारतीय भाषाओं में 3500 से भी अधिक जिंगल्स गाए हैं। फिल्मी दुनिया में आने से पहले ऐसे ही कई अन्य गायक हैं, जिनके कैरियर की शुरुआत जिंगल्स से ही हुई, जैसे कारालिसा मोन्टेपिरो, निखिल डिसूज़ा, सूरज जगन, शंकर महादेवन इत्यादि।

यही नहीं, इसके अतिरिक्त भारत के अनेक गायक, संगीतज्ञ, वादक हैं, जिन्होंने अपनी मधुर आवाज़, संगीत तथा वादन देकर कई जिंगल्स को यादगार बना दिया जैसे, 'मिले सुर मेरा तुम्हारा' में पं० भीमसेन जोषी, लता मंगेशकर इत्यादि, 'गूजे बनकर देस राग' में पं० जसराज जी, पं० बालाकृष्ण मूर्ति, इत्यादि। ऐसे अनेकों ही जिंगल्स तथा विज्ञापन फिल्में हैं, जिनमें बड़े-बड़े गायकों ने अपनी आवाज़ दी है।

इसके साथ ही वादकों में उस्ताद अल्ला रक्खा ख़ाँ तथा उस्ताद जाकिर हुसैन (ताजमहल चाय), पं० राहुल कुमार शर्मा (ताजमहल चाय), पं० नीलाद्री कुमार (ताजमहल चाय) तथा फ्रीडम रन साँग में भी केवल वादन-संगीत का ही उपयोग, इस बात को दर्शाता है कि संगीत ही विज्ञापनों को एक नई जान देने में सर्वाधिक सफल है।

उपसंहार

आज के व्यवसायिक युग में तो विज्ञापन का महत्व बहुत ही बढ़ चुका है यह भी सत्य है कि विज्ञापन की महत्वता मानव सभ्यता के उद्गम के साथ ही से मानी जा सकती है। शुरु से ही विज्ञापन की आवश्यकता पड़ती रही है। प्राचीनकाल के विज्ञापन का स्वरूप आधुनिक काल के विज्ञापन से बिल्कुल भिन्न था परन्तु किसी ना किसी रूप में विज्ञापन ने हमारे जीवन में स्थान तो बनाया ही हुआ है। दृष्य और श्रव्य माध्यमों के आने से ही विज्ञापन में संगीत का प्रयोग शुरु हुआ। संगीत विज्ञापन में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। केवल उत्पाद के नाम से ही विज्ञापन से जुड़ा हुआ संगीत अपने आप ही याद आ जाता है। सामाजिक विषयों से जुड़े विज्ञापन भी मधुर संगीत के कारण हमारे मन में एक विशेष स्थान बना लेते हैं। सत्य यही है कि संगीत के सम्मिलित होने से विज्ञापन और अधिक प्रभावशाली और शक्तिशाली हो जाता है क्योंकि संगीत ही एक ऐसी ललित कला है जिसका प्रभाव हमारे मस्तिष्क में

चिरंजीवी रहता है। इसी कारण किसी भी विज्ञापन को असरदार बनाने के लिए संगीत एक सर्वोत्तम शक्तिशाली माध्यम है। सांगीतिक विज्ञापन कई दिशाओं में सार्थक सिद्ध होते हैं, चाहे वह किसी सामाजिक विषय से अवगत कराने की

बात हो, जनचेतना लाने का विषय हो अथवा किसी उत्पाद की जानकारी देना हो, परन्तु वास्तविकता यही है कि संगीत ही विज्ञापन को सशक्त बनाने में सर्वोपरि कार्य करता है।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

पुस्तकें :-

1. शर्मा, कुमुद, विज्ञापन की दुनिया, 2010, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली।
2. डॉ० कौषल्या, हिंदी विज्ञापन—भाषिक और शैलीगत अध्ययन, प्रथम 2016, अमन प्रकाशन, कानपुर।
3. सेठी, डॉ० रेखा, विज्ञापन डॉट कॉम, 2017, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।
4. तिवारी, डॉ० अर्जुन, आधुनिक विज्ञापन—कला एवं व्यवहार, 2010, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
5. पार्थेष्वर, आशुतोष, हिंदी विज्ञापनों का पहला दौर, 2017, अद्वैत प्रकाशन, दिल्ली।

वेबसाइट :-

1. <https://www.shabdkosh.raftaar.in>, 19 अप्रैल, 2019, 21.15
2. <https://www.statista.com> > statistics < global advertising spending 2019, 20 अप्रैल, 2019, 21.45
3. youtube.com, Ek Chidiya Anek Chidiya, 21 अप्रैल, 2019, 03.35
4. youtube.com, Mile Sur Mera Tumhara, 21 अप्रैल, 2019, 03.41
5. youtube.com, Poorab Se Suraj Uga, 21 अप्रैल, 2019, 03.43
6. youtube.com, Freedom run, the torch song from Doordarshan, 21 अप्रैल, 2019, 03.46
7. www.scoopwhoop.com, Famous Indian Musician, 4 मई, 2019, 03