



उपयोजित मराठी



891.464
मारवा

65293

891-464
मारवा संपा
65293

प्रा. नरेंद्र मारवाडे

(३) जाहिरात

आपल्या जीवनावर जाहिरातीचा फार मोठा प्रभाव आहे. जाहिरातीने माणसाला मोहिनी घातली आहे. जाहिरातीचे युगच निर्माण झालेले आहे. शेवटी जाहिरात म्हणजे काय ? तर जाहिरात खरेदीदाराच्या मदतीस धावून येते. स्पर्धात्मक वातावरणात उत्पादकाला जाहिरात करावीच लागते. 'बोलणाराचे कुळीथ विकले जातात पण न बोलणाराचे गहू ही विकले जात नाहीत.' अशी म्हणच जाहिरातीचे महत्त्व सांगून जाते.

जाहिरात म्हणजे काय ?

एखादी वस्तू अथवा सेवेच्या विक्रीसाठी किंवा एखादी कल्पना लोकांपर्यंत पोहोचविण्याच्या विविध माध्यमांद्वारे पैसे देऊन केलेली प्रसिद्धी म्हणजे जाहिरात होय.

जाहिरात ग्राहकाला वस्तूची ओळख करून देते. अधिक माहिती देऊन मागणी निर्माण करते. व वाढविण्यास मदत करते. उत्पादनाचे वैशिष्ट्य सांगून ते इतर उत्पादनापेक्षा कसे वेगळे आहे हे जाहिरात सांगते. संस्थेची प्रतिमा निर्माण करून ती राखण्यास मदत करते.

जाहिरातीचे स्वरूप -

१. कलात्मक जाहिरात

२. साधी जाहिरात

१. कलात्मक जाहिरात-

कलात्मक जाहिरात अधिक आकर्षक तयार करण्यासाठी चित्रांचा उपयोग केला जाते. अक्षरेही कलात्मक असतात. जास्तीत जास्त परिणाम हा चित्रांच्या माध्यमातून साधला जातो.

२. साधी जाहिरात-

या प्रकारच्या जाहिरातीत लेखनतंत्राला, शब्दांना आणि जाहिरातीतून केलेल्या आवाहनाला विशेष महत्त्व असते.

जाहिरात भाषांतरीत असो वा स्वतंत्र, वर्णनात्मक असो वा संवादात्मक, आदेशात्मक असो वा आवाहानात्मक. यशस्वी जाहिरातीचे लेखन व आरेखन करण्यासाठी काही पथ्ये पाळावी लागतात.

जाहिरातीचे प्रकार -

उत्पादनाची जाहिरात, संस्थात्मक जाहिरात, औद्योगिक जाहिरात,

लोकहितासाठी जाहिरात, वर्गीकृत (छोट्या जाहिराती) असे जाहिरातीचे प्रकार आहेत.

१. उत्पादनाची जाहिरात-

प्रारंभी वस्तूची उपयुक्तता, उपलब्धतेची माहिती दिली जाते. नंतर ग्राहकांला वस्तूची गरज वाटू लागली आणि उत्पादनास स्पर्धक निर्माण झाला असेल तर वस्तूची वैशिष्ट्ये, वेगळेपण आदी सांगून ग्राहकास आकृष्ट केले जाते.

२. संस्थात्मक जाहिरात-

जनमानसात संस्थेची संघटनेची प्रतिमा निर्माण करणे व राखणे तसेच लोकांची संदिग्धता मिळविणे यासाठी ही जाहिरात केली जाते.

३. लोकहितासाठी जाहिरात-

कुटुंब नियोजन, राष्ट्रीय एकात्मता, रस्ते वाहतुकीतील सुरक्षितता, यासारख्या विषयावर केवळ लोकहितासाठी जाहिरात करण्यात येते.

४. वर्गीकृत (छोट्या जाहिराती)-

किमान शब्दात लोकांपर्यंत संदेश नेण्याचा प्रयत्न यात असतो. जागा, वाहन खरेदी विक्री, पाहिजेत, भविष्य, विवाह यांसारख्या विषयांच्या जाहिराती या छोट्या जाहिरातीच्या स्वरूपात केल्या जातात. हा प्रकार अत्यंत परिणामकारक आहे. जाहिरातीची विविध माध्यमे-

सर्व साधारणपणे जाहिरातीसाठी मुद्रित, अमुद्रित व इतरही माध्यमाचा वापर केला जातो.

मुद्रित माध्यम	अमुद्रित माध्यम	इतर
१. नियतकालिके (दैनिक, साप्ताहिके, मासिक पाक्षिक, वार्षिक इत्यादी	१. आकाशवाणी	१. विक्रेत्यामार्फत ग्राहकांची प्रत्यक्ष संबध साधणे
२. हस्तपत्रके	२. दूरदर्शन	२. प्रदर्शनाच्या माध्यमातून
३. माहिती पुस्तिका	३. लघुचित्रपट किंवा जाहिरातपट	३. बक्षीस योजना कुपन्स योजना
४. भिन्तीपत्रके	४. चित्रपटिका संगणकपट्टीका	४. स्वस्त दरात विक्री योजना मूळकिमतीवर
५. फलक	५. भिन्तीवरील रंगविलेल्या जाहिराती	५. फिन्ती जाहिरात योजना
६. दिनदर्शिका, दैनंदिनी	६. लोककलेच्या माध्यमातून	६. ध्वनिक्षेपणावरून
७. विविध प्रकारची तिकिटे त्यामागील बाजू, पोस्टकार्ड, अतरदेशीयपत्र, नाणी इ.	७. विशिष्ट गाण्याच्या माध्यमातून	७. समूहस्वनेतून, शोभायात्रेत जाहिरात
	८. क्रीडांगणावर जाहिरात	

जाहिरात लेखन, आरेखन तंत्र-

जाहिरातीचे लेखन करतांना प्रथम माध्यम निश्चित करावे लागते. माध्यम निश्चित केल्यानंतर प्रथम आरेखन करून जाहिरातीचा मसुदा कुठे आणि कसा लिहावयाचा याची जागा व तपशील ठरावयाचा असतो.

यशस्वी जाहिरात लेखन करावयाचे पथ्ये खालील प्रमाणे होय.

१. जाहिरातीची भाषा सरळ, सोपी व सर्वांना समजेल अशी असावी.
२. जाहिरातीतून येणारे आवाहन लक्षवेधक असावे.
३. जाहिरातीतून अतिवीरंजितपणा नसावा. क्लीष्ट व अनाकलनियता नसावी.
४. जाहिरातीतून ज्या वस्तूची माहिती दिली जाते ती सत्यावर पारखून द्यावी.
५. जाहिरातीत वस्तू कुठे सहजासहजी मिळेल याची माहिती द्यावी.
६. जाहिरातीच्या मजकुरात पाल्हाळ नसावा. अशा जाहिराती योग्य परिणाम साधु शकत नाहीत.
७. जाहिरातीचा मजकूर थोडक्यात व परिणाम साधणारा असावा.
८. जाहिरातीचे लेखन करतांना ग्राहकाचे मानसशास्त्र लक्षात घ्यावे. त्यासाठी जाहिरात कोणासाठी आहे व ती कोणत्या भागासाठी प्रसारीत करावयाची आहे त्या भागाचा व लोकांच्या मानसशास्त्रांचा अभ्यास आवश्यक आहे.
९. जाहिरातीची घोष वाक्ये दीर्घकाळ मनावर ठसतात.

उदा. महाराष्ट्र टाईम्सच्या जाहिरातीचे घोषवाक्य 'पत्र नव्हे मित्र' तसेच, 'आयुष्याला पर्याय नाही.' 'लाईफ बॉय ज्याच्या घरी, आरोग्य तेथे वास करी' अशी कितीतरी घोषवाक्ये ग्राहकांच्या मनावर कायमचीच ठसलेली असतात. जाहिरातीतील खास लय व ताल आणि शब्दांतील माधुर्यामुळे अनेक जाहिराती तोंडपाठ होतात. जाहिरात लेखन करतांना सजावटीला महत्त्व असते जाहिरातीत जास्तीत जास्त सहभाग चित्रकाराचाही असतो. जाहिरातीचा मजकूर पाहून चित्रकाराने मांडणी व सजावट करावयास हवी.

- आकर्षक मथळा
 - आटोपशीर व मोजकी वर्णने
 - अर्थपूर्ण घोषवाक्य
 - लोकभावनेचा उपयोग
- ही जाहिरातीची प्राथमिक तत्त्वे होत. वृत्तपत्रे, रेडिओ, दूरदर्शन व इतर माध्यमासाठी जाहिरातीची संहित

लिहितांना त्या त्या माध्यमाची गरज व त्या त्या माध्यमांच्या लेखन तंत्राचा उपयोग करूनच जाहिरात लेखन करावयाचे असते.

जाहिरातीची माध्यमे-

जाहिरात कोणापर्यंत पाहोचवायची आहे ? खर्च किती येईल ? ती किती काळ लोकांसमोर राहील ? माध्यम विशासास प्रतिष्ठित आहे का ? आदी बाबींचा विचार करून माध्यमाची निवड केली जाते. छपाई माध्यम, आकाशवाणी, दूरदर्शन ही प्रमुख माध्यमे होत.

छपाई माध्यम-

वर्तमानपत्रे, मासिके, पाक्षिके, हॅण्डबिल आदी या माध्यमात येतात. वर्तमानपत्राचे स्थानिक, प्रादेशिक, राष्ट्रीय असे प्रकार असतात. लोकहिताची किंवा राष्ट्रीय पातळीवरील संस्थेची जाहिरात तिन्ही प्रकारच्या माध्यमात उचित ठरेल. पण वाहन अथवा भूखंड विक्रीसाठी स्थानिक वर्तमानपत्रातच जाहिरात देणे उचित ठरेल. छपाईसाठी जाहिरातदार कोरी जागा विकत घेत असतो. आकाशवाणी निरक्षरापर्यंत पोहोचविण्यासाठी हे प्रभावी माध्यम आहे. ध्वनीच्या वापरामुळे त्यात लक्ष वेधण्याची क्षमता असते. राष्ट्रीय, प्रादेशिक व स्थानिक केंद्रावरून स्थानिक जाहिरातीसाठी हे माध्यम उपयुक्त आहे. यात जाहिरातदार वेळ विकत घेतो.

दूरदर्शन-

सध्या हे माध्यम अत्यंत लोकप्रिय व प्रभावी असले तरी महाग आहे. आवाजाच्या जोडीला हलकेचित्र येत असल्यामुळे परिणामकारकता वाढते. विविध ग्राहकापयोगी वस्तू, लोकहित, संस्था अशा प्रकारच्या जाहिराती या माध्यमातून गरजेनुसार राष्ट्रीय, प्रादेशिक पातळीवर करता येतात. याशिवाय संगणकाच्या साहाय्याने प्रमुख चौकात उंचावर जाहिरातीचे स्टिकर्स, पोस्टर्स, होर्डिंग्ज, टपालाद्वारे, एस.टी.च्या तिकटाच्यामागे, नाण्यावर टेलिफोन डिरेक्टरी, प्रदर्शने, स्लाईडस अशी अन्य काही माध्यमे आहेत. उत्पादन सेवा, तसेच संभाव्य ग्राहकाच्या अनुरूपतेनुसार वापरली जातात. उदाहरणार्थ, औद्योगिक जाहिरातीस टपालाचे माध्यम अधिक उपयुक्त ठरते.

जाहिरातीचे मसुदा लेखन-

मसुदा हा जाहिरातीचा प्राण आहे. सर्वच माध्यमातील जाहिरातीत शब्दांचा वापर होतच असतो. ग्राहक हा माणूस असतो, त्याचा स्वभाव, बाजारपेठेतील चढउतार, जाहिरात करावयाच्या वस्तू, सेवेची माहिती, माध्यमाचे स्वरूप विचारात घेऊन मसुदालेखन केले जाते.

१. मथळा २. तपशील व ३. घोषवाक्य अशी साधारणतः जाहिरातीच्या मसुदाची रचना असते. लक्ष वेधण्याचे काम मथळा करतो.

मथळा-

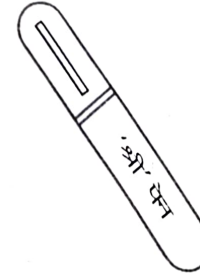
प्रत्येक मथळ्याचे काही वैशिष्ट्य असते. जाहिरातीच्या मसुदातील मध्यवर्ती कल्पना प्रथम मथळ्यातून मांडली जाते. व पुढे स्पष्ट केली जाते. किमान शब्दात मथळ्याने लक्ष वेधाचे अशी अपेक्षा असते. पद्यपंक्ती गाण्यातील ओळी, म्हणी, वाक्प्रचार यांचाही मथळ्यात कौशल्याने वापर केला जातो.

तपशील -

तपशीलात वस्तूचे अंतरंग उलगडून दाखविले जाते. हा मसुदा पद्यात्मक असू शकतो तसा गद्यात्मकही। मध्यवर्ती कल्पना त्यात आणखी स्पष्ट होते. जाहिरातीची भाषा ही लोकांची भाषा असावी. मसुदात सर्वात शेवटी घोषवाक्य येते. ते सहसा बदलत नाही. मध्यवर्ती कल्पनेप्रमाणे मथळा मात्र बदलतो. अल्पाक्षरत्व सहज उच्चारण्याजोगे शब्द ही दोन्हीची वैशिष्ट्ये आहेत. आता ही घोषवाक्ये पहा. 'पत्र नव्हे मित्र' (महाराष्ट्र टाईम्स)

वृत्तपत्रासाठी जाहिरात -

आपला पेन 'श्री' पेन 'श्री' पेनची किमया भारी कोसळतात अक्षरांच्या सरी



परीक्षेत
हमखास
यशासाठी
'श्री'
पेनच
वापरा.

'श्री' पेनची वैशिष्ट्ये
दिसायला छान
सात रंगात उपलब्ध
गळत नाही
तुटत नाही
अक्षर तर असं येतं छान
जणू मोत्यांचा हार

मिळण्याचे ठिकाण : 'श्री' पेन हाऊस, बाजार रोड, पैठण.

आकाशवाणी व दूरदर्शनसाठी जाहिरात लेखन-

आकाशवाणी व दूरदर्शनसाठी जाहिरात लेखन करतांना पुढील सूचना लक्षात घ्याव्यात.

- आकाशवाणीवरील जाहिरातींच्या संहितालेखनात ध्वनी तसेच शब्दांच्या चढउतारांना महत्त्व असते.
- आवाजांचे चढउतार, दृश्ये, अभिनय इत्यादींनाही लेखना इतकेच महत्त्व असते.
- आकाशवाणीवरील जाहिरात फक्त श्राव्य या माध्यमातील आहे. येथे ध्वनी व संवाद यांचा समन्वय साधून जाहिरातीचे संहिता लेखन करावे लागते.
- आकाशवाणी व दूरदर्शनच्या जाहिरातीचे संहिता लेखन करतांना वेळेचे भान राखावे लागते. किमान शब्दात जाहिरातीचा मजकूर बसवून परिणामकारकता साधावी लागते.
- बोलकी बोलभाषा व पुररूकती अधिक परिणाम साधत असते.
- जाहिरातीतील संवाद नाट्यपूर्ण असावा लागतो.

आकाशवाणीसाठी जाहिरात नमुना

घड्याळाची जाहिरात -

(टिक टिक संगीत...)

सूझ माणसांची एकच निवड

भारती घड्याळे

आपल्या पैशाचा योग्य मोबदला

भारती घड्याळे

अचुक वेळ

भारती घड्याळे

आता अनेक आकर्षक आकारात

भारती घड्याळे

प्रत्येक क्षणाला तुमची सोबती

भारती घड्याळे

भारती... भारती... फक्त

भारती घड्याळेच...

तुमच्या जवळच्या घड्याळांच्या दुकानात

भारती घड्याळांची मागणी करा.

नमुना - २

श्री पेनची जाहिरात -

माझा पेन श्री पेन

स्वच्छ मोत्यासारख्या अक्षरांसाठी

श्री पेन

जलद लेखनासाठी

श्री पेन

प्रत्येक क्षणी जवळ असावा

श्री पेन

आकर्षक रंगात

श्री पेन

मजबुतीसाठी

श्री पेनच

जवळच्या पेनच्या दुकानात मागणी करा.

श्री पेनचीच.

दूरदर्शनसाठी जाहिरात नमुना

पैठणीची जाहिरात -

	दृश्य	निवेदन
क्र. १	कॅमेरा पैठणी विणकराच्या हातमागावर. कारागीर पैठणी विणीत आहे.	सनईचे मंद स्वर... हस्तकलेचा बादशाही महावस्त्र पैठणी. पैठणीची पैठणी सौंदर्य शालिनी पैठणी संपूर्ण हाताने विणलेली पैठणी.
क्र. २	पैठणीचे विविध प्रकारावरून कॅमेरा फिरत आहे व गृहिणी पैठणी पाहात कौतुक करीत आहेत.	किती सुंदर आकर्षक रंग. नक्षीतर पहा कशी मनाला मोहून टाकते. हा आकाशी, हा पिवळा, हा मोरपंखी, पसीला, मोतिया ताई नुसते रंगच पहा किती.
क्र. ३	पैठणीचा पदर खांद्यावर घेऊ दाखवितांना	आहाऽऽ काय सुंदर पदर. तोतामैनेची जोडी.
क्र. ४	दुसरा पदर...	बोलते लाडीगोडी, सुंदर अतिसुंदर.
क्र. ५	मोरांची जोडी असलेली पैठणी	पदरावर नाचणारी ही मोरांची जोडी

	नेसून तरुणी हरखून गेली ते दृश्य.	गीत... पदरावरती मोर नाचरा हवा
क्र. ६	दुकानदार दोन्ही तरुणींना पैठणी पॅक करून देतो व पैसे घेतो	पहिली तरुणी हीच पैठणी छान आहे एक द्या. दुसरी तरुणी मला पण हीच हवी.
क्र. ७	पैठणी घेऊन तरुणी हसत हसत दुकानाबाहेर पडतात.	सनईचे स्वर... चढत जातात व मंद मंद होतात.

स्वाध्याय -

उत्पादनाची जाहिरात (वृत्तपत्रासाठी)-

१. अभय पेनची जाहिरातीचे संहितालेखन व आरेखन करा.
२. टॉयलेटच्या साबणाची वृत्तपत्रासाठी जाहिरात संहिता तयार करा.
३. खताच्या जाहिरातीचे संहिता लेखन तयार करा.
४. शिलाई मशीनच्या जाहिरातीचे संहिता लेखन तयार करा.
५. पुस्तकांच्या विक्रीसाठी जाहिरात संहिता लेखन तयार करा.

संस्थेची जाहिरात -

१. आपल्या महाविद्यालयाची वैशिष्ट्ये सांगून नवीन वर्षातील विद्यार्थ्यांच्या प्रवेशासाठी जाहिरात संहिता लेखन तयार करा.
२. साखर कारखान्याच्या प्रगतीची जाहिरात करा.
३. सहकारी बँकेच्या वैशिष्ट्यांची जाहिरात करा.

लोकहितासाठी जाहिरात -

१. नेत्रदानाची जाहिरात करा.
२. व्यसनमुक्तीची जाहिरात करा.
३. वृक्षलागवडीची जाहिरात करा.
४. रक्तदानाची जाहिरात करा.
५. राष्ट्रीय एकात्मतेची जाहिरात करा.

वर्गीकृत जाहिरात -

१. दुकान भाड्याने देणे आहे.
२. स्कुटर विकणे आहे.
३. दुकानासाठी नोकर पाहिजे.

४. पेपर ओरडून विकण्यासाठी मुले पाहिजे.
 ५. प्लॉट विक्री चालू आहे.
- आकाशवाणीसाठी जाहिरात -**
१. अभय पेनची जाहिरात करा.
 २. कुक्करची जाहिरात करा.
 ३. साड्यांची जाहिरात करा.
 ४. घड्याळाची जाहिरात करा.
 ५. रंगाची जाहिरात करा.
- दूरदर्शनसाठी जाहिरात -**
१. अत्तराची जाहिरात करा.
 २. पेनची जाहिरात करा.
 ३. रंगाची जाहिरात करा.
 ४. सायकलची जाहिरात करा.
 ५. रिमोट कंट्रोलची जाहिरात करा.

