

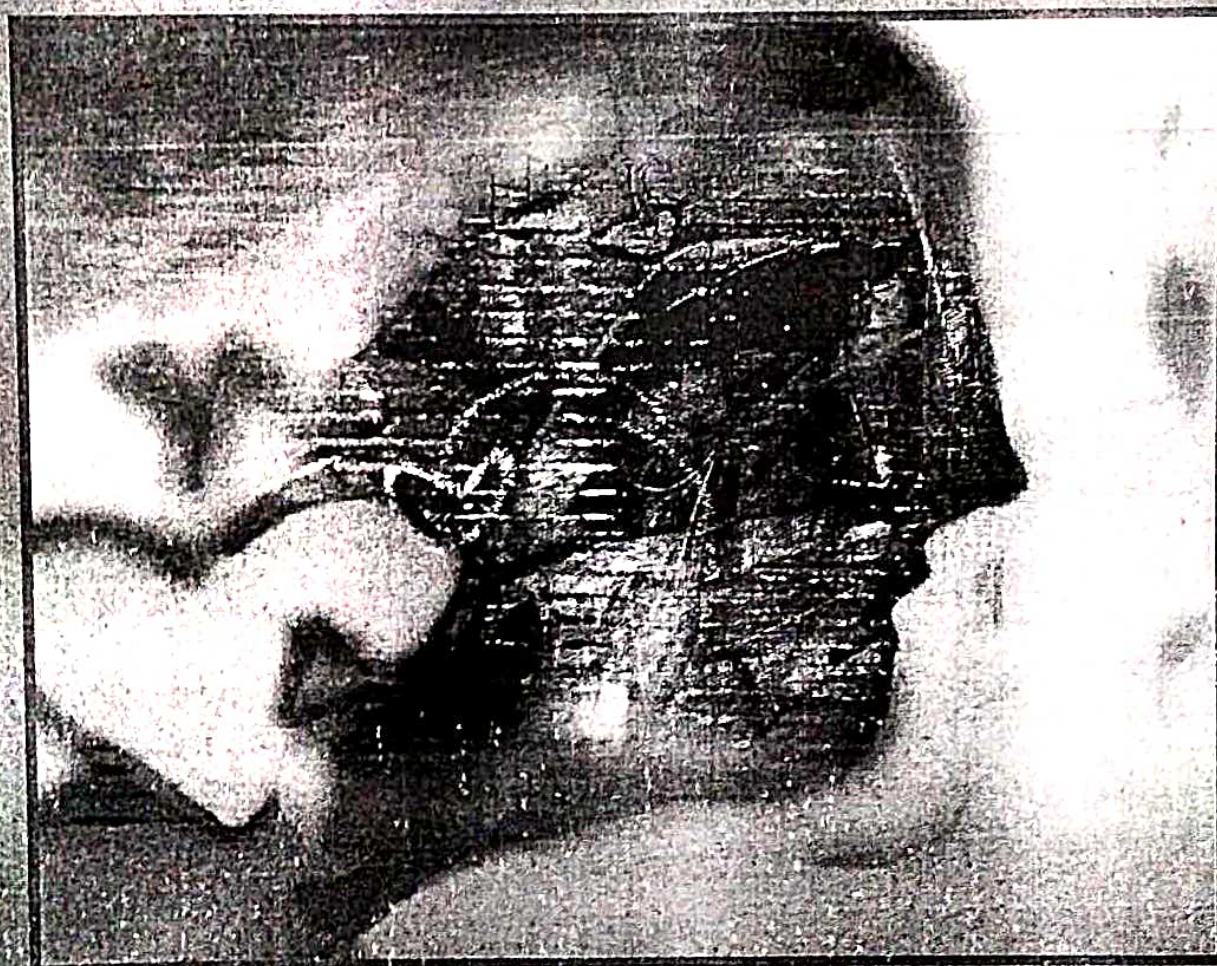
२०१७

२०१७-२०१८

# स्त्री

◆ प्रतिमा आणि वास्तव  
◆ छवि और वथार्थ

मुख्य संपादक  
डॉ. सतीश पावडे



Women: Image and Reality

३५. स्त्री - प्रतिमा आणि वास्तव  
 ३६. मीराबाई उमप : स्त्रीचा लोकरंग  
 ३७. उत्तम बंडू तुपे यांच्या कादंबरीतील स्त्री प्रतिमा  
 ३८. स्त्री: प्रतिमा आणि वास्तव  
 ३९. मनोहर वाकोडे यांच्या कवितेतील स्त्री प्रतिमा  
 ४०. स्त्री : प्रतिमा आणि वास्तव : पुरुषाशिवाय स्त्री  
 ४१. इतिहास आणि स्त्री प्रतिमा  
 ४२. स्त्री-पर्वातील मुरळीचे स्थान : एक दृष्टीक्षेप  
 ४३. ग्रंथपाल स्त्रियांचा प्रश्न आणि प्रतिमा  
 ४४ आईच्या कवितेतील स्त्री प्रतिमा(विशेष संदर्भ: डॉ. गिरीष खारकर यांची कविता)  
 ४५. भारतीय स्त्री काल, आज व उद्‌या  
 ४६. दलित नाट्यातून डॉ. आंबेडकरांचा येणारा स्त्री विषयक दृष्टिकोन  
 ४७. वाघ्या - मुरळी या लोककलेतील स्त्री ची प्रतिमा  
 ४८. उंच माझा झोका : प्रतिमा आणि व्यक्तिरेखा  
 ४९. स्त्री प्रतिमा आणि वास्तव- नाट्यकलेतील स्त्री प्रतिमा  
 ५०. नाट्यकलेतील अभिनेत्री : प्रतिमा आणि वास्तव  
 ५१. स्त्रिया आणि कायदे  
 ५२. स्त्री : प्रतिमा आणि वास्तव  
 ५३. धेरी गाथेतील स्त्री प्रतिमा  
 ५४. भटक्या -विमुक्तांच्या आत्मचरित्रातील स्त्रीजीवन  
 ५५. झोपडपट्टील स्त्री: लिंगभाव परिक्षातून आढावा  
 ५६. भारतीय संविधान सभेतील महिलांची राजकारणातील प्रतिमा  
 ५७ स्त्रियांचे प्रश्न आणि मानवी मूल्ये  
 ५८. जाहिरातीतील स्त्री चित्रणाचा अभ्यास  
 ५९. आदिवासी समाजातील स्त्री प्रतिमा  
 ६० आधुनिक कवयित्रींच्या कवितेतील स्त्री प्रतिमा आणि वास्तव  
 ६१. डॉ. आंबेडकरांच्या दृष्टीतील स्त्री प्रतिमा  
 ६२. राष्ट्रसंत तुकडोजी महाराजांचे ग्रामगीतेतील स्त्रीविषयक विचार  
 ६३. बदलते समाज वास्तव आणि स्त्री प्रतिमा  
 ६५. श्रीगोविंदप्रभु चरित्रातील स्त्री भावविश्व  
 ६६. आधुनिक मराठी काव्याची प्रभात - सावित्रीबाई फुलेची कविता  
 ६७. 'तमाशा' या लोककलाप्रकारातील स्त्री प्रतिमा  
 ६८. संगीत कलेतील संघर्षमय स्त्री प्रतिमा  
 ६९. पर्यावरण व्यवस्थापनात स्त्रियांची भूमिका  
 ७० आंबेडकरवादी कवयित्रींची कविता: एक आकलन  
 ७१. स्त्री चित्रपटातील स्त्री प्रतिमा

- प्रा. डॉ. जयश्री विश्राम कुळकर्णी/१०९  
 अनिल उत्तमराव साळवे/११२  
 प्रा. अश्विनी दे. वऱ्हेकर (मडवे)/११५  
 प्रा. दिनेश ज्ञानेश्वरराव पेटकर /११८  
 भगवान पांडुरंग फाळके/१२२  
 संगीता नारायणराव एकोणकर/१२६  
 गंधार विश्राम कुलकर्णी/१२८  
 हर्षवर्धन सिताराम बाणधूले/१३१  
 उमेश अशोकराव खडसे/१३४  
 प्रमोद चोबितकर/१३६  
 साखरे आशा कारभारी/१४०  
 सोनाली लक्ष्मणराव इंगळे/१४३  
 विशाखा सुखदेव शिरवाडकर/१४५  
 सुजाता मधुकर कांबळे/१४८  
 प्रियंका रामराव जाधव/१५२  
 सौ. आरती मकरंद वडोदकर/१५६  
 प्रा. डॉ. संध्या चर्जन/१५९  
 डॉ.सौ.जोत्सना पुसाटे /१६१  
 प्रा. प्रकाश साहारे/१६४  
 विशाखा जनार्धन आखाडे/१६८  
 ललित थारेश्वर भवरे /१७०  
 डॉ. मोनाली गवई/१७३  
 प्रा. अनिल सखाराम बाभुळकर /१७५  
 प्रा. दिनेश कि. राजत /१७७  
 प्रा. संजय जे. भगत/१७९  
 प्रा.डॉ. शोभा रोकडे / १८३  
 प्रा.डॉ. अपर्णा अभय पाटील / १८६  
 प्रा. दीपक स. वानखडे /१८९  
 डॉ. प्रदीप औजेकर/ १९१  
 डॉ. अण्णा वैद्य /१९४  
 डॉ. पंकज वानखडे/१९८  
 प्रा. जगन्नाथ ख. इंगोले /२०१  
 प्रा. अमोल दशरथराव वाडवे /२०३  
 प्रा. दीपक उदयराज अंबोरे/२०४  
 प्रा.डॉ.प्रशांत धनवीज /२०६  
 प्रा. शांतरक्षित गावंडे /२०८



# जाहिरातीतील स्त्री चित्रणाचा अभ्यास

प्रा. दिनेश कि. राजत  
युवाशक्ती कला व विज्ञान महाविद्यालय, अमरावती  
मो.नं. ९७६४६८८१५८

आपल्या दैनंदिन जीवनात जाहिराती ह्या आपल्याला नेहमीच भेटत असतात. दररोज वर्तमान पत्र उघडले की आपले लक्ष्य त्यातील जाहिरातीवर पडते. जाहिरात ही एक सुंदर व आकर्षक अशी एक स्वतंत्र कला आहे. आजच्या युगाला जाहिरातीचे युग असे म्हणतात. प्रशासनिक लेखन कौशल्या इतकेच आज प्रसार माध्यमांसाठी विविध प्रकारच्या लेखनातील कौशल्यांची गरज ही वाटत आहे.

प्रसार माध्यमापैकी प्रामुख्याने वृत्तपत्रे, आकाशवाणी व दूरदर्शन ही माध्यम आहे. जाहिरात लेखन किंवा जाहिरात निवेदनलेखन यांचे उद्देश त्याची गरज, त्याची माध्यमे इ. विचार कन त्यांचे लेखन केले जाते. जाहिरातीचा कल जो आहे तो थोडे कल्पनेने अतिशयोक्तीने मांडण्यात असतो. साहित्य सम्राट न.चि. केळकरांनी जाहिरातीला पासष्टवी कला असे म्हटले आहे असे म्हणतात. ज्याला जाहिराती करण्यात जमतात तो माती देखील सोन्याच्या किंमतीत विकतो व ज्यास जमत नाही त्याच्या सोन्याला माती एवढी देखील किंमत मिळत नाही. आजच्या युगात जाहिरातीत मोठ्या प्रमाणात बदल झाले आहे. श्राव्य, आकाशवाणी, छापील जाहिरातीमधून स्त्री पात्र चित्रण होते, यामुळे स्त्रीचे नवीन उभरते रूप हे जगासमोर येत आहे. मोहिनी घालण्यासाठी सध्या स्त्रीचा उपयोग यात मोठ्या प्रमाणात केला जातो. यात जाहिरातीत संमोहित व आकर्षक करणारी असते, की लोक वस्तुची पुरी शाहनिशा न करता ग्राहक वस्तु विकत घेतात म्हणून जाहिरात लेखन व प्रकाशन कौशल्यात स्त्रीचे स्वप समजून घेऊन स्त्रीचे जाहिरात युगात कसे वेगळे स्वरूप हे समजून घेऊ. :

उत्कृष्ट जाहिरात करणे ही खरतर एक कलाच, यासाठी गरत असते, ग्राहकांच्या गरजा आणि मानसिकतेच्या अभ्यासाबरोबर मार्केट ट्रेड अचुक हेरायची काळानुप जाहिरातीचे माध्यमे चालले तशी या क्षेत्रातील वेगवेगळ्या विभागातील लोकांची गरज असते विविध माध्यमात जाहिरात करण्यासाठी त्या उत्पादनाची संपुर्ण माहिती घेऊन जाहिरातीचे नियोजन करावे लागते. मोठ्या जाहिरात एजन्सी मध्ये बहुतेक सगळे काम इन हाऊस केले जाते. एक जाहिरात करण्यासाठी उत्कृष्ट कॉपी, उत्तम स्क्रिप्ट याबरोबरच मार्केटींग मिडिया प्लॅनिंग अशा अनेक भागातून प्रवास करावा लागतो. जाहिरात एजन्सीचे मुख्यातः ग्राहक सेवा, दुसरी प्रॉडक्शन / आर्ट, मिडिया बाईंग, फोटोग्राफी, मार्केट

रिसर्च असे विविध विभाग पडतात.

**मुद्रित माध्यम :**

मुद्रित माध्यम हे जाहिरात प्रसारणचे मुख्य माध्यम आहे. मुद्रित माध्यमापैकी दैनिक, साप्ताहिक, मासिके, प्लास्टिके, पुस्तिका, ग्रंथ, फोलडर, व्हीचर, छापील पत्रे इ. गोष्टींचा समावेश होतो.

**श्राव्य माध्यम :**

आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यमातील सरकार नियंत्रित मुख्य माध्यम आहे. या व्यतिरिक्त कॅसेट ध्वनिक्षेपकावरून केल्या जाणाऱ्या जाहिराती, अलबम इ. माध्यमे आहेत त्याची वैशिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे आहेत.

**दृकश्राव्य माध्यम :**

दूरदर्शन तसेच अन्य खाजगी वाहिन्या चित्रपट, लघुपट, व्हिडीओ, कॅसेट्स ही जाहिरातीची दृकश्राव्य माध्यमे आहेत.

**ग्राहकसेवा :**

ग्राहकांच्या गरजा, जाहिरातीचे बजेट या गोष्टींचे ज्ञान असावयास हवे, त्याच बरोबर त्यासाठी आवश्यक तो रिसर्च कल्पक नियोजन, बजेट, जाहिरातीसाठी जातात. आवश्यक ती माहिती पुरवणे हे प्रकार अंतर्भूत होतात.

**प्रॉडक्शन :**

यामध्ये जाहिराती संबंधी संकल्पना आणि रचना तयार केली जाते. यात कॉफी रायटिंग, आर्ट असे दोन मुख्य विभाग असतात.

**आर्ट :**

या विभागात जाहिराती लेआऊट आणि ग्राफिक्स तयार केले जातात. एखाद्या कंपनीचे जाहिरातीसाठी योगदान आवश्यक ठरते.

ग्राहकांचे मन वस्तुकडे आकर्षित करून त्यांच्यामध्ये क्रयतेची भावना निर्माण करणे हा जाहिरातीचे महत्त्वपूर्ण काम झालेले आहे म्हणून उत्पादक किंवा उत्पादक कंपनी आपल्या वस्तु व सेवांची जाहिरात वेगवेगळ्या, मुद्रित, श्राव्य, दृकश्राव्य माध्यमातून ग्राहकांपर्यंत पुरूष तसेच स्त्री पात्राच्या माध्यमाने पोहचवतो. स्त्रीला प्रकृती म्हणले जाते. प्रकृती पासून मोहित होऊन कोणी वाचले नाही. ग्राहकांना वस्तु खरेदी करणे हा उत्पादक व संस्थेचा उद्देश असतो.

१) नित्य, ठराविक कालाने प्रसिद्ध होते यामुळे यातील प्रसारण सातत्य क्रमबद्धता व कालसंगती असते संदेश अत्यंत जलद पोहोचविता येतो.

२) साक्षरांसाठी उपयुक्त व विश्वासार्ह असते अल्प किंमत,

तात्कालिकता, सर्वदूर प्रसार व प्रचंड खप असतो.

३) विशिष्ट दृष्टिकोन, विशिष्ट वाचकवर्ग, विशिष्ट अभिची सांभाळली जाते.

४) अत्यंत ताजेपणा, समयोचिता, भोवतालच्या घडामोडींचा ताबडतोब उपयोग करून घेता येतो.

५) मुखपत्रे, तालुका, जिल्हा, प्रवेश, राज्य, भाषा, देश पत्रे अशी सुक्ष्म व छोट्या गटापासून विशाल गटापर्यंत त्याची व्याप्ती असते.

१. जाहिरात युगात स्त्रीला अधिक महत्त्व आले आहे.

२. स्त्री ही वस्तुकडे लवकर मोहित होते.

३. दिग्दर्शकाने खूप विचार करून जाहिरात युगात स्त्री आणली आहे.

४. ग्राहकांना वस्तू खरेदी करणे हाच उत्पादक संस्थेचा / व्यक्तीचा अंतिम उद्देश असतो.

५. आपल्या उत्पादनाची माहिती कोणत्या कोणत्या पद्धतीने ग्राहकांपर्यंत पोहचवणे हा महत्त्वाचा उद्देश आहे.

६. स्त्रियांचे दर्शन विविधांगी घडते.

७. स्त्रियांमध्ये काहीतरी करून दाखवायची उमेद जागी होते.

८. एक स्त्री दुसऱ्या स्त्रीचे अनुकरण करते.

९. स्त्री जाहिरातीमुळे वस्तुची विक्री मोठ्या प्रमाणात होते.

१०. त्यामुळे उत्पादन प्रक्रियेत वाढ झाल्याचे दिसते.

११. ग्राहक जाहिरातीतून आर्कषित होऊन ठराविक उत्पादन विकत घेते.

: जाहिरातीचा अभ्यास करण्यासाठी ग्रंथालय, आंतरविद्याशाखीय व बदलत्या सामाजिक गरजा यांचे संशोधन करणे.

संदर्भसूची:

- १) गोविलकर डॉ. लीला पाटणकर
- २) डॉ. जयश्री, व्यवहारिक मराठी
- ३) केळकर केशव, जाहिरात युग
- ४) हॉवर राल्फ एम, जाहिरात कंपनीचा इतिहास
- ५) प्रा. डॉ. संजय कामन, जाहिरात विश्व

◆◆◆

