

मुद्रित विज्ञापन एवं संगीत: विवेचनात्मक सम्बन्ध

DR. BAL KRISHAN

Former Assistant Professor, Dept. of Music, Sh. L.B.S. Arya Mahil College, Barnala (Punjab)

सार

तकनीकी युग में जनसंचार के आधुनिकतम माध्यमों के बीच कुछ ऐसे सरल साधन भी हैं, जिनकी पहचान समय के साथ धुमिल न होकर और भी अधिक प्रामाणिक, सुदृढ़ और नवीन हुई है। संचार का ऐसा ही माध्यम है- मुद्रित माध्यम। इस माध्यम का इतिहास मुद्रण प्रणाली के आगमन या जन्म से प्रारंभ होता है। मुद्रण के आविष्कार ने एक संदेशको अनेक ग्राहियों तक पहुंचाने का मार्ग खोल दिया। यह जनसंचार के माध्यमों में एक अत्यंत सशक्त एवं प्रभावशाली माध्यम है। जिसमें मुख्य रूप से मुद्रित सामग्री का समावेश किया जाता है जैसे- पुस्तकें, समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, (जरनल्स) आदि मुद्रित सामग्री के अंतर्गत आते हैं। यद्यपि मुद्रित माध्यम अन्य संचार माध्यमों में सबसे पहले अस्तित्व में आया तथापि बदलते तकनीकी समय ने इसकी उपयोगिता को प्रभावित नहीं किया बल्कि प्रिंट मीडिया के नए नाम व नए रूप से इसने स्वयं को प्रतिष्ठित किया। मुद्रित शब्दों को पढ़ना और सरल होने के कारण आसानी से समझ लेना इसके महत्त्व को और भी बढ़ा देता है, जिसका जन-साधारण पर स्थायी प्रभाव पड़ता है। विज्ञापन ने इन्हीं विशेषताओं को आत्मसात कर मुद्रित माध्यमों के सभी वर्गों यथा समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, पर्चे इत्यादि द्वारा लोगों तक अपनी पहुंच बना कर स्वयं को स्थापित किया। आज जिधर देखें उधर ही मिश्रित माध्यमों के पन्नों पर तरह-तरह के विज्ञापन नजर आते हैं फिर चाहे वह सुबह की चाय के साथ समाचार-पत्र में छपे विज्ञापन हो या समाचार-पत्र में रखे पैम्फलेट या फिर घर की बालकनी से नजर आते साईन-बोर्ड या किसी दीवार पर बने हुए विज्ञापन हो। विज्ञापनों को सरलता से जन-साधारण तक पहुंचाने के लिए मुद्रित माध्यमों की अपनी एक महत्वपूर्ण भूमिका है।

मुख्य शब्द : विज्ञापन, संगीत, समाचार-पत्र, पत्रिका, पैम्फलेट, होर्डिंग्स

मुद्रित विज्ञापन

मुद्रित विज्ञापन को पाठक अपनी सुविधा के अनुरूप पढ़ सकता है। हर व्यक्ति का एक अपना मानसिक स्तर होता है। मुद्रित विज्ञापन को पाठक अपने मानसिक स्तर के साथ पढ़ने की गति पर अपना नियंत्रण रख सकता है अगर समझ में न आने पर उसे बार-बार पढ़ा जा सकता है। मुद्रित विज्ञापन में चिंतन-मनन के भरपूर अवसर की संभावना है। मानव मस्तिष्क को प्रभावित करने के लिए लिखित या मुद्रित विज्ञापन ज्यादा प्रभावी होते हैं, क्योंकि उनका प्रभाव अधिक स्थायी रहता है। मनुष्य के पास पढ़ने के लिए समय का अभाव रहता है। ऐसी स्थिति में विज्ञापन चित्रों के अध्ययन से उसे मानसिक संतोष मिलता है और मुद्रित विज्ञापनों की ओर खिंचा चला जाता है। इस प्रकार विज्ञापनादाता अपने उद्देश्य को पूरा कर लेता है।

समाचार-पत्र सांगीतिक विज्ञापनों के रूप में

समाचार-पत्रों में विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों के अतिरिक्त संगीत से सम्बन्धित विज्ञापनों का मुद्रण भी किया जाता है, जिसके अन्तर्गत सांगीतिक सम्मेलनों, सेमिनार, वर्कशॉप इत्यादि की जानकारी के अलावा संगीतज्ञों को प्राप्त राष्ट्रीय व अन्तर्राष्ट्रीय सम्मानों की जानकारी भी प्राप्त होती है। इन विज्ञापनों के माध्यम से संगीत प्रेमी इस क्षेत्र में नित्य नई सचूनाओं जैसे- किसी गायन प्रतियोगिता के ऑडिशन की सूचना या किसी के गीत-एलबम की विमोचन की रिपोर्ट हो, से अवगत होते रहते हैं। जैसे :-

क) “तानसेन पान मसाला”¹ का विज्ञापन

29 मई 2017, के ‘दैनिक भास्कर’ समाचार-पत्र में तानसेन पान मसाले के इस विज्ञापन को पूरी तरह से संगीत से जोड़ दिया गया है। सबसे पहले इसका नाम, दूसरा इसका स्लोगन ‘अपनी धुन को सुन कर देखें’, तीसरे विज्ञापन में बैठे पाँच व्यक्तियों में से दो के हाथ में गिटार और एक के हाथ में माईक का होना, जो कोई गीत गाते और गिटार बजाते दिखाई दे रहे हैं और चौथा पान मसाले के पैकेट के बाई व दाई ओर संगीत की धुन का छपा होना, जो उपभोक्ता का ध्यान ओर खींचता है।

ख) “हुंडई वेन्यू गाड़ी”² का विज्ञापन

25 अगस्त 2020, के ‘द-ट्रिब्यून’ समाचार-पत्र में सांगीतिक विज्ञापन दिया गया है। जिसमें ‘हुंडई वेन्यू गाड़ी’ की बाहरी व आन्तरिक रूपरेखा के साथ उसकी विशेषताओं को प्रदर्शित किया गया है। विज्ञापन में लड़के को माईक के साथ गाते हुआ एवं लड़की को गिटार वादन करते हुए दिखाया गया है। विज्ञापनदाता ने इस विज्ञापन में यह दिखाने की कौशिश की है कि गाड़ी को खरीदने पर जो खुशी मिलती है उसे संगीत के द्वारा ही पूरा किया जा सकता है। यह विज्ञापन हुंडई वेन्यू गाड़ी को लेकर उपभोक्ता को मिलने वाली सुविधा और खुशी की संभावना को प्रकट करता प्रतीत होता है।

ग) “अजीत वैब टी.वी. पर प्रसारित कार्यक्रम”³ का विज्ञापन

21 फरवरी 2020, के पंजाबी अजीत समाचार-पत्र में सांगीतिक विज्ञापन दिया गया है। प्रस्तुत विज्ञापन डॉ. बरजिन्दर सिंह ‘हमदर्द’ की 16 वीं सांगीतिक एलबम ‘मान न कीजै’ की रिलीज़ की विशेष रिपोर्ट को प्रदर्शित करता है, जिसमें दो कलाकार क्रमशः हरमोनियम और गिटार पर दिखाई दे रहे हैं। हरमोनियम के साथ गायन की प्रस्तुति भी दिखाई दे रही है। विज्ञापन कर्ता द्वारा एलबम की रिपोर्ट के सदर्भ में प्रस्तुत चित्र का सामंजस्य उचित रूप से बिठाया गया है।

घ) “वॉयस ऑफ मालवा प्रतियोगिता”⁴ का विज्ञापन

तिथि 12 अक्टूबर 2019, के पंजाबी अजीत समाचार-पत्र में सांगीतिक विज्ञापन दिया गया है, जिसे संस्था ‘सुर आँगन’ फरीदकोट के द्वारा प्रकाशित करवाया गया। विज्ञापन में वॉयस ऑफ मालवा की प्रतियोगिता के प्रोग्राम संबंधी जारी किए गए पोस्टर में रंगों का प्रयोग इस तरह से हुआ है कि देखने वाला अपने आप मध्य में लगे दो माईकों की ओर अपना ध्यान केन्द्रित कर लेता है। इन दोनों माईकों की स्थिति भी इस तरह रखी गई है कि प्रस्तुत कार्यक्रम एक प्रतिस्पर्धा के रूप में दृष्टिगोचर हो जो देखने वालों के मस्तिष्क में होने वाली प्रतियोगिता के रूप में घर कर जाए।

पत्रिकाएं सांगीतिक विज्ञापनों के रूप में

पत्रिका में सांगीतिक विज्ञापनों से अभिप्राय उन सांगीतिक विज्ञापनों से है जिन विज्ञापनों को पत्रिकाओं में संदेश, वस्तु-वत्पाद इत्यादि को प्रकाशित करने के लिए संगीत का सहारा लेना पड़ता है। यद्यपि पत्रिकाओं से सांगीतिक विज्ञापनों का वैसा संबंध नहीं बैठता जैसा रेडियो और टेलीविज़न से। छपे हुए शब्दों या चित्रों के साथ संगीत सुनाई नहीं दे सकता। फिर भी पत्रिकाओं के विज्ञापनों में सांगीतिक चित्रों इत्यादि को देख कर पाठक संगीत से जुड़ाव अनुभव कर सकते हैं।

क) “नृत्य संस्कार”⁵ द्वारा विज्ञापन

प्रस्तुत विज्ञापन कोल्हापुर शहर में प्रायोजित भरनाट्यम नृत्य की जानकारी देता है, जहां पर 6666 कलाकार एक साथ भरतनाट्य नृत्य प्रस्तुत करेंगे जोकि विश्व में पहली बार होगा। इस विज्ञापन की विशेषता 6666 संख्या को प्रस्तुत करती हुई अनेकों नर्तकियों द्वारा शास्त्रीय नृत्य की मुद्रा का प्रस्तुतीकरण है। दर्शकों के मन में इस कार्यक्रम का भव्यता पहले से ही घर कर जाती है और इसे देखने के लिए लालायित होना, विज्ञापन के लक्ष्य को पूरा कर जाता है।

ख) “Tabla Niketan International School of Indian Drums”⁶ का विज्ञापन

Tabla Niketan International School Of Indian Drums का विज्ञापन दर्शकों को सीमित शब्दों व वाइं ओर सितार व तबला के वाद्य यंत्रों से आकर्षित करता है, जिसमें कैलिफोर्निया, U.S.A. में होने वाली सांगीतिक परीक्षाओं की जानकारी भी दी गई है।

ग) “रियाज सीडीज़”⁷ का विज्ञापन

रियाज सीडीज़ के इस विज्ञापन में प्रसिद्ध सितारवादक व बंदिशकार पं. शंकर अभ्यंकर द्वारा रचित 60 बंदिशो की सीडी के साथ-साथ तबला व तानपुरा, लेहरा व सरगम के साथ रियाज करने वाली सीडी की भी जानकारी दी गई है। इसके अतिरिक्त Online Riyaz की वेब साईट की उपलब्धता भी दिखाई देती है।

घ) “पं. रविशंकर का प्रथम सितार”⁸ का विज्ञापन

अन्तर्राष्ट्रीय ख्याति प्राप्त सितार वादक व ‘भारत रत्न’ से अलंकृत पं. रविशंकर की प्रथम सितार जो कलकत्ता के कन्हाईलाल द्वारा निर्मित है, को बिक्री हेतु इस विज्ञापन में पंडित रविशंकर जो की सितार बजाते छवि प्रस्तुत की गई है। जिसके अभाव में कदाचित्त यह विज्ञापन उतना प्रभावशाली न बन पाता है।

पोस्टर संगीक विज्ञापनों के रूप में

सांगीतिक विज्ञापनों के माध्यम के रूप में पोस्टर की भूमिका कहीं से भी कम महत्वपूर्ण नहीं मानी जा सकती। यह एक ऐसा माध्यम है जो सहज रूप से ही विज्ञापित वस्तु को हमारे अन्तस् में बिठा देता है। बस स्टैंड, चौराहे या किसी भी सार्वजनिक जगह पोस्टरों की उपस्थिति हमें संगीत के आयोजित कार्यक्रमों, आयोजकों, कलाकारों की सूचना के अतिरिक्त स्थान, दिनांक इत्यादि का विवरण भी देते है। यद्यपि इसका भी मूल उद्देश्य जनमानस को आकर्षित करना होता है तथापि अन्य माध्यमों की तरह इसके भी अपने मापदण्ड हैं। स्पष्टतः सांगीतिक विज्ञापनों में पोस्टर अन्य माध्यमों के समकक्ष ही अपनी भूमिका निभा सकते है। जैसे:-

क) “शास्त्रीय संगीत समागम”⁹ का विज्ञापन

पोस्टर के द्वारा दिए गए इस विज्ञापन में यह बताने की कौशिश की गई है कि ‘जगत गुरु श्री गुरु नानक देव जी के 550 सलाना प्रकाश दिवस को समर्पित’ स्थान बाबा झंडा साहिब जी गांव नाहल, जिला जलन्धर में शास्त्रीय संगीत समागम, तिथि 17 नवम्बर 2019, दिनांक रविवार को सांय 3 बजे से सांय 6 बजे तक किया जा रहा है। इस पोस्टर विज्ञापन में आने वाले गायक कलाकारों को गायन करते एवं वादक कलाकारों को वाद्य के साथ प्रकाशित किया गया है। इस प्रकार पोस्टर के माध्यम से होने वाले कार्यक्रमों को विज्ञापित करके कार्यक्रमों के प्रति आकर्षित किया जा सकता है।

ख) “संगीत सम्मेलन”¹⁰ का विज्ञापन

इस पोस्टर विज्ञापन में संगीत प्रेमियों को आमंत्रित करने के लिए, होने वाले ‘संगीत सम्मेलन’ का पोस्टर के द्वारा विज्ञापन दिया गया है। जैसे- ‘श्री सत्गुरु जगजीत सिंह जी के 99 वें प्रकाश पूर्व में दो दिवसय ‘संगीत सम्मेलन’ तिथि 28-29 नवम्बर 2018 को, श्री भैणी साहिब, लुधियाना में करवाया जा रहा है। इस पोस्टर विज्ञापन में मुख्य रूप से पंडित अजय चक्रवर्ती जी को स्वर मंडल के साथ गायन करते एवं उस्ताद ज़ाकिर हुसेन जी को तबले के साथ एक बड़े ही आकर्षक अंदाज़ में बैठे हुए प्रकाशित किया गया है। इसके अतिरिक्त अन्य प्रसिद्ध वादक कलाकारों को भी अपने वाद्यों के साथ दिखाया गया है।

ग) “जुनियर वॉयस ऑफ फ़ाज़िलका”¹¹ का विज्ञापन

इस पोस्टर विज्ञापन के द्वारा छोटे-छोटे बच्चों को संगीत की प्रतियोगिता के लिए आमंत्रित किया गया है। यह विज्ञापन सुर-आँगन संस्था के द्वारा दिया गया ‘स्वः सुखजीत सिंह घई’ की याद में छोटे बच्चों की सांगीतिक प्रतियोगिता का विज्ञापन है, जो तिथि 10 नवम्बर 2018, सुबह 11 बजे, महावीर कलोनी, फ़ाज़िलका में करवाया जा रहा है। इस पोस्टर विज्ञापन में बाईं ओर ‘स्वः सुखजीत सिंह घई’ की फोटो को लगाया गया है एवं दाईं ओर एक गायक कलाकार को तानपुरे के साथ गायन करते हुए दिखाया गया है। पोस्टर को विभिन्न रंगों से तैयार किया गया है, जिसको देखने से बच्चों का सांगीतिक प्रतियोगिता में शामिल होना सुभाविक हो जाता है।

घ) “बावा म्यूजिक शॉप”¹² का विज्ञापन

यह विज्ञापन सांगीतिक वाद्यों की दुकान का विज्ञापन है जिसे दुकानदार के द्वारा पोस्टर के माध्यम से विज्ञापित किया गया है। इसमें दुकानदार ने उपभोक्ताओं की सुविधा के लिए अपना नाम, मुबाइल नम्बर एवं दुकान का पता अंकित किया है। इस पोस्टर विज्ञापन में उपभोक्ताओं को आकर्षित करने के लिए दुकानदार द्वारा विभिन्न प्रकार के वाद्यों को जैसे- तत् वाद्य, अवनद्ध वाद्य, सुषिर वाद्य एवं घन वाद्य को बड़े ही आकर्षक ढंग से चित्रित किया है जो संगीत प्रेमियों को वाद्य खरीदने पर विवश कर देता है। इस प्रकार दुकानदार अपने उद्देश्य को पूरा करने में सफल होता दिखाई देता है।

होर्डिंग्स सांगीतिक विज्ञापनों के रूप में

सांगीतिक विज्ञापनों के प्रचार में होर्डिंग्स माध्यम की अहम भूमिका देखी जा सकती है। आज जिधर भी देखें होर्डिंग्स माध्यम के द्वारा हर तरफ विज्ञापन ही विज्ञापन देखने को मिलते हैं। चाहे वह राष्ट्रहित सम्बन्धी विज्ञापन हो, सौंदर्य सम्बन्धी विज्ञापन हो, वाहन सम्बन्धी विज्ञापन हो या वस्तु-उत्पाद सम्बन्धी विज्ञापन हो। कभी-कभी सांगीतिक विज्ञापनों का भी भरपूर मात्रा में दर्शन हो जाते हैं। जैसे :-

क) “कोका कोला सॉफ्ट ड्रिंक”¹³ का विज्ञापन

कोका कोला सॉफ्ट ड्रिंक के विज्ञापन के होर्डिंग्स में प्रसिद्ध पंजाबी कलाकार (गायक व अदाकार) दिलजीत दोसांझ को कोका कोला सॉफ्ट ड्रिंक पीते हुए दिखाया गया है। चुंकि पंजाबी गायकी की धूम देशों- विदेशों में है, इसलिए इस विज्ञापन की ओर उपभोक्ताओं का आकर्षित होना स्वाभाविक है। यही कारण है कि विज्ञापन निर्माण कर्ता उत्पाद की पहुंच जन-जन तक पहुंचाने के लिए प्रसिद्ध हस्तियों को अपने विज्ञापन का चेहरा बनाते हैं ताकि उनके प्रशंसक उत्पाद को खरीदें और उनकी मांग में वृद्धि हो।

ख) “नागी म्यूजिकल इंस्ट्रूमेंट्स मेकर”¹⁴ का विज्ञापन

प्रस्तुत होर्डिंग पर एक सांगीतिक वाद्यों को बनाने वालों का नाम ‘NAGI SOHAN SINGH, NAGI & SONS’ छपा हुआ है, जिसमें ‘MUSICAL INSTRUMENTS MAKERS’ को नीले व सफेद रंग के इस्तेमाल से लिखा गया है। उसके ठीक नीचे तबला, हरमोनियम, सारंगी, ढोल व गिटार जैसे वाद्य भी दिखाई देते हैं उपभोक्ता की दृष्टि सबसे पहले लालरंग के NAGI शब्द को बाद तीसरी पंक्ति ‘MUSICAL INSTRUMENTS MAKERS’ और फिर तुरंत बाद विभिन्न वाद्यों पर ठहर जाएगी। यहां पर भी विज्ञापन कर्ता ने रंगों, शब्दों और तस्वीरों का प्रयोग बाखूबी किया है, जिसे पीला रंग देखने वालों को अपनी ओर खींचता है।

ग) “VARIANPALLY - DIGITAL FLEX, LASER PRINTING”¹⁵ का विज्ञापन

VARIANPALLY - DIGITAL FLEX, LASER PRINTING के विज्ञापन का होर्डिंग बेहद खूबसूरती से FLEX और PRINTING की DIGITAL और LASER तकनीक को प्रदर्शित कर रहा है। होर्डिंग के आधे हिस्से में जहां हल्के मटमैले रंग पर कम्पनी का नाम, काम, पता व ई-मेल की जानकारी है वहीं बाईं और काले रंग के साथ उभरती हुई कथकली नृत्य की भावभंगिमा को प्रदर्शित करते हुए नर्तक की तस्वीर है, जो FLEX और PRINTING की आधुनिक तकनीक को प्रदर्शित करती है। देखने वाला का ध्यान सर्वप्रथम नर्तक की ओर से होता हुआ दाइन् और जाएगा, जहां पर अपने उत्पाद के विज्ञापन हेतु लोगों को आकर्षित करने में विज्ञापन कर्ता स्वतः ही सफल हो जाएगा।

कैलन्डर्स सांगीतिक विज्ञापनों के रूप में

आजकल कैलन्डरों को भी सांगीतिक विज्ञापनों के रूप में देखा जा सकता है, जैसे:-

क) 'रागगिरी संगीत संस्था'¹⁶ का विज्ञापन

रागगिरी संगीत संस्था के द्वारा साल 2018 का एक सांगीतिक कैलेंडर प्रकाशित किया गया जो संगीत के विभिन्न घरानों पर आधारित है। जैसे- पटियाला घराना, रामपुर सहसवान घराना, किराना घराना, मेवाती घराना, जयपुर अतरौली घराना, ग्वालियर घराना, इंदौर घराना, दिल्ली घराना, बनारस घराना, भेंडी बाजार घराना, आगरा घराना आदि के मूर्धन्य कलाकारों की दुर्लभ तस्वीरों के साथ उनके घरानों की विशेषताओं को भी रेखांकित किया है। इस प्रकार सांगीतिक कैलेंडर के द्वारा रागगिरी संगीत संस्था ने अपना प्रचार विज्ञापन के रूप में किया है।

ख) 'अनमोल रतन 2020 कैलेन्डर'¹⁷ का विज्ञापन

पंजाबी भाषा का वर्ष 2020 का 'अनमोल रतन' का कैलेन्डर एक ही पृष्ठ पर अनेकों वरेण्य पंजाबी कलाकारों की तस्वीरों को समेटे हुए है, जिनमें गायक स्व. मुहम्मद रफी, लाल चन्द यमला जट्ट, आसा सिंह मस्ताना, नरिन्दर बीबा, सुरिन्दर कौर, नूरजहां, गुरदास मान, मुहम्मद सदीक, रंजीत कौर, के. दीप, जगमोहन कौर, रंजीत कौर, कुलदीप माणक व पंजाबी चित्रपट के नायक-नायिकाओं की तस्वीरों को प्रदर्शित किया गया है। इतनी संख्या में इतने दिग्गज कलाकारों को कैलेन्डर के पृष्ठ पर समेटना निस्संदेह अपने आप में आकर्षण का केन्द्र है।

ग) 'मुल्तानी मॉल मोदी कॉलेज पटियाला'¹⁸ का विज्ञापन

MULTANI MAL MODI COLLEGE PATIALA के 2021 के कैलेन्डर का विचार अपने आप में अनूठा है, जहां पर प्रत्येक मास को प्रदर्शित करते हुए संगीत के विभिन्न घरानों के श्रेष्ठ व महान् कलाकारों क्रमशः उस्ताद बड़े गुलाम अली खां, उस्ताद अल्ला रखा, पंडित भीमसेन जोशी, पंडित रवि शंकर, बेगम अख्तर, एम.एस.सुब्बलक्ष्मी, गिरिजा देवी, उस्ताद बिस्मिल्ला खां, सितारा देवी, डॉ. एम. बालामुरली कृष्णा, श्रीमती किशोरी अमोनकर, पंडित जसराज की तस्वीरों के साथ-साथ उनके घराने संगीत में उनके क्षेत्र यथा गायन, वादन के अतिरिक्त उनके जन्म व दिवंगत होने की दिनांक को भी प्रस्तुत किया गया है। कैलेन्डर के आरम्भ में दाइर् ओर HERITAGE शब्द पूरे कैलेन्डर को पूर्णतः परिभाषित करता हुआ प्रतीत होता है।

निष्कर्ष

उपर्युक्त विवरण इस बात को सिद्ध करने में सक्षम है कि विज्ञापनों के लिए आधुनिकता माध्यमों के अतिरिक्त परम्परागत मुद्रित माध्यम का अपना एक विशेष व महत्वपूर्ण स्थान है। भले ही मुद्रित माध्यमों का आविष्कार अन्य माध्यमों से पहले हुआ लेकिन प्रतिस्पर्धा के इस दौर में इसने अपनी पहचान को कायम रखा है, इसलिए टेलीविजन और इंटरनेट के इस युग में इसकी मांग आज भी पर्याप्त है। मुद्रित माध्यम के अन्तर्गत आने वाले कई उपमाध्यम भी विज्ञापनों ने अपना योगदान देते हैं। समाचार-पत्र आज केवल सूचना देने का माध्यम न रह कर विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों का एक प्लेटफार्म बन गया है और यदि देखा जाए तो यह कहा जा सकता है कि इन विज्ञापनों के कारण ही समाचार-पत्र कम कीमत पर आम लोगों को मुहैया हो पाते हैं। सांगीतिक विज्ञापनों के संदर्भ में मुद्रित माध्यमों की आम लोगों के बीच अपनी एक पैठ है। चूकि विज्ञापन कर्ता उपभोक्ता की मानसिकता को भली-भांति समझता है, इसलिए समाचार-पत्र में मुद्रित सांगीतिक विज्ञापन देखने व पढ़ने वाले के मन पर प्रभाव डालते हुए अपने विज्ञापन विशेष की विशेषताओं को प्रस्तुत कर जाते हैं। समाचार-पत्रों की तरह पत्रिकाओं की पहुंच भी विज्ञापन कर्ता के लिए लाभदायक सिद्ध होती है। पत्रिका चाहे किसी भी विषय की हो, उस पर मुद्रित विज्ञापनों पर पढ़ने वालों की दृष्टि स्वाभाविक ही पड़ेगी। इसके अतिरिक्त होर्डिंग और पोस्टर इन दोनों को किसी कीमत पर कम नहीं आंका जा सकता। इनका बड़ा आकार जहां देखने वाले के आकर्षण का केन्द्र होता है, वही इसके निर्माण में उत्पाद की प्रस्तुति के अनूठे तरीके इसके महत्व को और भी बढ़ा देते हैं। मुद्रित माध्यम में कैलेन्डर एक ऐसा माध्यम है, जिसका उपयोग प्रत्येक व्यक्ति अपनी जरूरत के लिए करता है, इसलिए विज्ञापन निर्माण कर्ता विभिन्न सांगीतिक विज्ञापनों को कैलेन्डर में विशेष स्थान देते हैं और कई बार तो पूरा कैलेन्डर ही विभिन्न संगीत मनीषियों से

सुसज्जित रहता है। मुद्रित विज्ञापनों में उपभोक्ता का संगीत से साक्षात्कार मूलतः चित्रों के माध्यम से ही होता है तथापि संगीत का यह मुद्रित रूप उपभोक्ता को वस्तु-विषय की ओर आकर्षित करने में सफल रहा है।

Bibliography

1. दैनिक भास्कर, समाचार-पत्र, 29 मई 2018, पृष्ठ-5
2. दा-ट्रिब्यून, समाचार-पत्र, 25 अगस्त 2020, पृष्ठ-1
3. पंजाबी अजीत, समाचार-पत्र, 21 फरवरी 2020, पृष्ठ-7
4. पंजाबी अजीत, समाचार-पत्र, 12 अक्टूबर 2020, पृष्ठ-8
5. संगीत कला विहार, जुलाई-2011, पृष्ठ-7
6. संगीत कला विहार, दिसम्बर-2013, पृष्ठ-11
7. संगीत कला विहार, दिसम्बर-2013, पृष्ठ-15
8. संगीत, संगीत कार्यलय हाथरस, मई-2009, पृष्ठ-9
9. गांव नाहल, जालन्धर, 10-11-2019
10. भैणी साहिब, लुधियाना, 25-11-2018
11. महावीर कलौनी, फाजिलका, 05-11-2018
12. जलियांवाला बाग, अमृतसर, 05-04-2018
13. लेख राज का ढाबा, कॉलेज रोड, फरीदकोट, 20-06-2018
14. धर्मपूरा बाजार, पटियाला, 19-12-2019
15. <https://www.indiamart.com/proddetail/hoarding-flex-sign-board>
16. रागगिरी संगीत संस्था, सांगीतिक कैलन्डर, उत्तर प्रदेश, 2018
17. 'अनमोल रतन' सांगीतिक कैलन्डर, पंजाब, 2020
18. Multani mal modi college patiala, सांगीतिक कैलन्डर, पटियाला, 2021