



1. प्रतिभा  
2. डॉ० अलका तिवारी

## ग्राफिक डिजाइन और विज्ञापन का विश्लेषणात्मक अध्ययन

1. शोध अध्ययनी- चित्रकला, 2. एसोसिएट प्रोफेसर- चित्रकला विभाग, एन० ए० एस० कॉलेज, मेरठ एवं समन्वयक- ललित कला विभाग चौ० चरणसिंह विश्वविद्यालय, मेरठ (उ०प्र०) भारत

Received-20.06.2022, Revised-24.06.2022, Accepted-27.06.2022 E-mail: alkatiwari151@gmail.com

**साक्षरः—** किसी भी सृजनात्मक कार्य को प्रभावी ढंग से करना कला है। ग्राफिक डिजाइन किसी योजना के तहत की गई संरचना है, जिसमें कुछ सिद्धान्तों के अनुसार तत्वों को व्यवस्थित रूप में प्रदर्शित किया जाता है। किसी भी समाचार-पत्र एवं पत्रिका, विज्ञापन, पोस्टर, श्योकार्ड, होर्डिंग, पुस्तक आवरण, पैकेजिंग आदि के लिये विचार को दृश्यरूप में प्रस्तुत करने की प्रक्रिया (संरचना) ग्राफिक डिजाइन कहलाती है, अर्थात् सम्मोषण के लिये किसी चयनित विचार का दृश्य प्रारूप सृजित करना ही ग्राफिक डिजाइन है जो मुख्यतः विज्ञापन (सम्मोषण) से संबंधित होता है। विज्ञापन के लिए डिजाइन बनाते समय कल्पना शक्ति और व्यावसायिक दक्षता की आवश्यकता होती है। विज्ञापन के लिए ग्राफिक डिजाइन बनाते समय चित्रों (Illustration), मुख्यशीर्षक (Headline), उपशीर्षक (Sub-headline), स्लोगन (Slogan), टैग लाइन (Tag line), लिखित विषय-वस्तु (Copy), प्रतीक चिन्ह (Symbol), आदि तत्वों की आवश्यकता होती है जिनमें से आवश्यकतानुसार इनका प्रयोग किया जाता है। इन तत्वों का प्रयोग कुछ सिद्धान्तों के आधार पर किया जाता है।

**कुंजीशब्द—** सृजनात्मक कार्य, ग्राफिक डिजाइन, समाचार-पत्र, पत्रिका, विज्ञापन, पोस्टर, श्योकार्ड, होर्डिंग, पुस्तक।

प्रागैतिहासिक काल से ही मानव ने अपने आस-पास के वातावरण से प्रभावित होकर अपनी भावनाओं की अभिव्यक्ति के लिए पत्थरों एवं तुलिका द्वारा रेखाओं एवं आकृतियों को गुफाओं की भित्तियों और चट्टानों पर अंकित करना प्रारम्भ किया, जो कला का प्रारम्भिक रूप था। जैसे-जैसे सभ्यता का विकास होता गया कला भी नये स्वरूपों में सामने आती रही। नए-नए मापदण्ड स्थापित होते रहे और कला ने गुफा-चित्रों, चिन्हों, शिल्पकारी आदि विभिन्न चरणों से गुजरते हुए आधुनिक स्वरूप धारण किया। सामान्यतः जब भी कला की बात की जाती है तो इसमें दृश्यकलाओं, संगीत, नाटक, नृत्य एवं लेखन आदि को शामिल किया जाता है। कला के प्रत्येक स्वरूप को देखने वाले की ज्ञानेन्द्रियों द्वारा विभिन्न तरीकों से महसूस किया जाता है। कला के प्रत्येक स्वरूप का विकास एक सामान्य जरूरत को अनुभवों, अनुभूतियों, विचारों एवं अन्तः दृष्टि से अभिव्यक्तिक अर्थ प्रदान करने से हुआ है जिसमें मुख्यतः तीन धाराओं का विकास हुआ— प्रथम “शास्त्रीय कला” जो सात्विक आनन्द का स्रोत थी, दूसरी वह कला जो उपयोगी वस्तुओं में थी तथा तीसरी वह कला जो जन-सामान्य के साथ थी जिसे “लोक कला” कहा जाता है। कला एक व्यापक अवधारणा है जिसे परिभाषित करना मुश्किल है, परन्तु इसे निम्न तथ्यों द्वारा समझा जा सकता है— प्राचीन समय में तो शिल्प में कुशलता ही कला मानी जाती थी और कला के लिए ‘शिल्प’ शब्द का प्रयोग होता था। सर्वप्रथम प्राचीन ग्रन्थ ऋग्वेद में कला शब्द का प्रयोग हुआ है।

कला किसी एक व्यक्ति अथवा समूह से सम्बन्धित न होकर सम्पूर्ण मानव जाति की मानसिक क्रिया है। इसमें उद्भव का प्रश्न बड़ा रोचक है। इसे मनुष्य की जन्मजात प्रवृत्ति माना जाए अथवा ऐतिहासिक विकास से उत्पन्न माना जाए, यह समस्या है। इसके समाधान में आधुनिक मनोशास्त्रियों का मत है कि व्यक्ति के बाहरी संसार से पूर्ण एकात्म होने पर ही कला का सर्वप्रथम उदय हुआ। धीरे-धीरे एक दूसरी अवस्था आई जिसमें व्यक्ति ने बाह्य वस्तु-बोध को बौद्धिक क्रिया से पृथक करना आरम्भ किया। बालकों की कला में भी यह देखा जाता है कि वातावरण का प्रबल प्रभाव पड़ने पर ही बालक कला-कृतियों की रचना करता है। किन्तु इसका कोई प्रमाण नहीं है कि मस्तिष्क का विकास होने पर बालक की सौन्दर्य-वृत्ति का दमन हो जाता है। इसके विपरीत यह देखा जाता है कि उच्चतम विचार के समय भी कल्पना कार्य करती रहती है। वस्तु-बोध भी केवल बाह्य क्रिया मात्र नहीं है। इसमें भी अनेक कारणों का सहयोग रहता है।

शिल्पी की तकनीक क्रिया के विपरीत कला को एक मानसिक क्रिया समझने की प्रवृत्ति लगभग पन्द्रहवीं शती से प्रारम्भ हुई है। दान्ते ने हस्त-शिल्पियों को कलाकार ही कहा है किन्तु पन्द्रहवीं शती में केवल उदार कलाओं का अभ्यास करने वाले को ही कलाकार कहा गया जबकि यान्त्रिक कलाओं का अभ्यास करने वाला शिल्पी कहा जाने लगा। यद्यपि कला शब्द का प्रयोग दोनों क्षेत्रों में होता था तथापि कलाओं के भेद किये जाने लगे थे और उन्हें श्रेष्ठ अथवा निम्न माना जाने लगा था। बौद्धिक कलाओं को वसारी ने रूप योजना की कलाएँ तथा अन्य कलाओं को हस्त शिल्प कहा है। डिजाइन (Design) शब्द का प्रयोग लैटिन साइनेअर (Signare) के अनुकरण पर चौदहवीं शती में चित्रात्मक प्रस्तुतीकरण के हेतु किया गया था।

वर्णनात्मक दृश्यों में प्राचीन प्रतिमा-विधान के मौलिक संयोजनों में इस शब्द का बहुत महत्त्व माना जाने लगा, किन्तु वसारी ने इस शब्द को अन्य अर्थों से पृथक सृष्टि के सौन्दर्य के अर्थ में प्रयुक्त किया है जहाँ विभिन्न कला-रूप व्यक्तिगत



शैली मात्र रह जाते हैं। किन्तु इस शब्द ने कलाओं को किसी एक अथवा दूसरे क्रम में श्रेष्ठ अथवा निम्न सिद्ध नहीं किया है। फिर भी इतिहास इस बात का साक्षी है कि वास्तु, मूर्ति तथा चित्रकला में जिस आविष्कार प्रवृत्ति के दर्शन होते हैं, वह अन्य कलाओं में नहीं है, और सम्भवतः इसी से इन्हे बड़ी कलाएँ (Major Arts) कहा जाता है।

सिद्धान्तवादियों तथा अधिकारी विद्वानों में प्रचलित 'ललित कला' शब्द बहुत संश्लिष्ट है। कला शब्द किसी विचार (आइडिया) तथा उसके प्रस्तुतीकरण दोनों के हेतु प्रयुक्त होता है। 'ललित' शब्द उस कृति के उद्देश्य तथा प्रकृति के सौन्दर्य का बोध कराता है।

मानव ने अपने विचारों की अभिव्यक्ति के लिए सर्वप्रथम सम्भवतः ध्वनि संकेत (भाषा) का प्रयोग किया होगा तथा सम्यता के विकास के साथ-साथ ही मनुष्य ने अपनी भाषा एवं विचारों को सम्प्रेषित करने एवं सुरक्षित रखने (लिखने) के लिए प्रारम्भ में चित्रों एवं संकेतों का प्रयोग प्रारम्भ किया। दृश्य सम्प्रेषण का प्रारम्भिक स्वरूप चित्र था। प्रारम्भिक पाषाण काल से उत्तर पाषाण काल या नव प्रस्तर काल (35000 ई0 पूर्व से 4000 ई0 पूर्व) के गुहा-चित्रों में इसके प्रमाण मिलते हैं। ये प्रारम्भिक गुहा-चित्र केवल कला का प्रारम्भ नहीं थे बल्कि दृश्य-सम्प्रेषण के लिए बनाए गए चित्र थे। इन चित्रों का निर्माण जीवित रहने और व्यावहारिक कर्म-काण्डों के उद्देश्यों के लिए किया गया था।

सम्यता के विकास के साथ-साथ मनुष्य ने इन चित्रों का अपने विचारों की सरल अभिव्यक्ति एवं उन्हें सुरक्षित रखने के लिए सरलीकरण किया और इन प्रारम्भिक गुहा चित्रों को ही 3500 ई0पूर्व में चित्रात्मक लिपि का स्वरूप प्रदान किया गया जिसका प्रमाण मसोपोटामिया (असिरिया, सुमेर, बेबीलोनिया), सिन्धु एवं मित्र की सम्यताओं से मिलती है। प्रारम्भ में इन चिन्हों को सूची मिट्टी की पट्टियों पर खुरच-खुरच कर बनाया जाता था। मेसोपोटामिया का वर्तमान नाम इराक है। सर्वप्रथम 3100 ई0 पूर्व सुमेर के निवासियों ने चित्रात्मक लिपि में चित्रों को एक प्रतीक के रूप में प्रयोग करना प्रारम्भ किया। जैसे- पानी, सूर्य, चेहरा, बर्तन आदि। इन चित्रों के अर्थ इन्हीं वस्तुओं तक सीमित थे। भविष्य में उन्होंने इन चित्रात्मक चिन्हों को भावात्मक स्वरूप देने के लिए एक चित्र के साथ दूसरे चित्र का प्रयोग प्रारम्भ किया। जैसे- चेहरे के साथ प्याला, खाने का भाव प्रदर्शित करता था, चेहरे के साथ पानी पीने का भाव प्रदर्शित करता था।

ग्राफिक डिजाइन को पुनरुत्पादित करने एवं माध्यम में प्रसारित करने से पहले विभिन्न प्रक्रियाओं से गुजरना पड़ता है जिसमें महत्वपूर्ण सृजन के अनुसार विज्ञापन का सृजन (डिजाइन निर्माण) करना है। विज्ञापन सिर्फ देखने व पढ़ने के लिए ही नहीं होता अपितु यह पढ़ने वाले को विशेष कर संदेश सम्प्रेषित करने का कार्य भी करता है और इसके पश्चात् पाठक को वस्तु की खरीद के लिए प्रेरित करता है और ग्राफिक डिजाइन का सृजन एक बहुमुखी विद्या है जिससे दृश्य, श्रव्य और दृश्य श्रव्य माध्यमों के लिए विज्ञापन बनाये जाते हैं तथा अन्य आधुनिक माध्यमों के लिए अलग-अलग तरह से विज्ञापन निर्मित किये जाते हैं।

ग्राफिक डिजाइन के सभी पहलुओं को दृश्य सम्प्रेषण के अन्तर्गत रखा जा सकता है। दृश्य सम्प्रेषण की अवधारणा को मुख्य तीन भागों में वभाजित किया जाता है-

सम्प्रेषण                      कमबद्धता                      दृश्य पारिस्थितिकी।

ग्राफिक डिजाइन का मूल उद्देश्य सम्प्रेषण ही होता है। सम्प्रेषण का अर्थ किसी संदेश या विचार को आगे बढ़ाना है। सम्प्रेषण विचारों भावों और संदेशों के आदान-प्रदान को कहते हैं जिसमें दो पक्षों का होना आवश्यक है। एक व्यक्ति जब दूसरे व्यक्ति से कुछ कहता या सुनता है तो वह व्यक्ति से व्यक्ति, व्यक्तिगत सम्प्रेषण कहलाता है। जब एक व्यक्ति या समूह दूसरे समूह को संदेश देता है तो वह जन- सम्प्रेषण या वृहद- सम्प्रेषण कहलाता है।

यह डिजाइन की कार्यवाही को समस्या के समाधान के रूप में देखा जाता है तो प्रक्रिया की एक निश्चित कमबद्धता सम्भावित समाधान की दिशा में सहायक होगी और यह निश्चित है कि समस्या का समाधान बहुत उपयुक्त और सर्वश्रेष्ठ उत्तर होगा। डिजाइनर की क्रिया विधि में कमबद्धता निम्न प्रकार होगी-

समस्या का विवरण                      समस्या श्रेत्र का सर्वश्रेष्ठ                      समस्या के प्राचलन ज्ञात करना।

जहाँ हम रहते हैं,उसके आस-पास की प्रत्येक वस्तु जो ऐन्द्रिय नहीं है। मानव द्वारा निर्मित और डिजाइन की गई है उससे हमारे आस-पास का दृश्य-वातावरण ग्राफिक आर्ट के प्रभाव से तैयार किया गया है जो हमारे पर्यावरण को प्रभावित करता है तथा साथ ही साथ दृश्य अनुभूति को भी प्रभावित करता है।

सुबह जागने से लेकर रात्री को सोने तक हम सुबह उठते ही समाचार-पत्र पढ़ते समय विज्ञापन, किचन में व बाथरूम में पैकेजिंग, कार्यालय जाते समय रास्ते में होर्डिंग, पोस्टर, बिल बोर्ड आदि देखते हैं। वास्तव में प्रत्येक को असंख्य ग्राफिक चिन्हों और डिजाइनों के द्वारा प्रभावित किया जाता है। ये ग्राफिक तत्व मानव निर्मित वातावरण, वास्तु, आन्तरिक साज-सज्जा,



फर्नीचर और अन्य साजो-सामान आदि सम्बन्धी पारिस्थितिकी को प्रभावित करते हैं और उसके साथ में सेट होते हैं तो इन सभी को हमारी एक दृश्य पारिस्थितिकी माना जाता है।

एजेन्सी की सृजन टीम (कला निदेशक और कॉपी लेखक एवं सहायक मिलकर) सृजनात्मक नीति के अनुसार डिजाइन अवधारणा का विकास करती है। कॉपी लेखक विज्ञापन के लिए अक्षरों का सृजन करता है तथा कला निदेशक उन अक्षरों को दृश्य रूप में अभिव्यक्त करता है। डिजाइन का सृजन एक महत्वपूर्ण एवं संदेश सृजन का कार्य होता है जिसमें डिजाइन का अनुभव एवं सृजनक्षमता बहुत महत्वपूर्ण होते हैं जिनके आधार पर डिजाइनर डिजाइन के लिए दृश्य सोच-विचार प्रारम्भ करता है। अनुभूति और जानकारी दोनों एक दूसरे के प्रतिरूप ही दिखाई देते हैं।

मानव सभ्यता के क्रमिक विकास पथ में विज्ञान और कलाओं के साथ-साथ विज्ञापन का भी विकास होता रहा है। विज्ञापन का इतिहास मानव सभ्यता के विकास के साथ ही जुड़ा है। आदिकाल से आज तक के वैज्ञानिक युग में मानव किसी न किसी रूप में कम या अधिक अपनी आवश्यकताओं के अनुसार विज्ञापन पर निर्भर रहा है। सभ्यता के विकास के साथ साथ संचार माध्यम बदलते रहे हैं और उन्हीं माध्यमों के सहारे विज्ञापनों का स्वरूप भी बदलता रहा है। विज्ञापन युग के इतिहास का अध्ययन हम प्राक्-ऐतिहासिक काल की चित्रकला के अध्ययन से करे तो उसमें ऐसे अनेक उदाहरण मिलते हैं जिनमें चित्रों द्वारा चिन्हों द्वारा, ड्रगडुगी बजाकर मानव अपने विचारों की अभिव्यक्ति करता था जो उस समय के अनुसार किसी न किसी रूप में विज्ञापन कला का ही स्वरूप थे।

किसी भी सृजनात्मक कार्य को प्रभावी ढंग से करना कला है। प्राचीन काल से ही विज्ञापन को एक कला के रूप में माना गया है। विज्ञापन में सृजनात्मकता के साथ-साथ प्रभाव क्षमता का विशेष योगदान रहता है। आधुनिक युग में भी वैज्ञानिक पद्धतियों के प्रयोग ने विज्ञापन में सृजनात्मकता को और अधिक प्रभावशाली बनाया है। विज्ञापन द्वारा उत्पाद या संदेश को कलात्मक दृष्टि से प्रस्तुत किया जाता है जिसमें विभिन्न क्षेत्रों के कला विशेषज्ञों एवं सृजनात्मकताओं का रंगों के संयोजन, शब्दों, संदेश और चित्रों के निर्माण में विशेष योगदान रहता है, जिसके कारण विज्ञापन की कलात्मकता प्रस्तुती उपभोक्ता को प्रभावित करती हैं। एक विज्ञापन विशेष करने वाला एवं प्रभावी तमी बन सकता है जब उसमें कलात्मक बोध होता है। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि विज्ञापन में उद्योग, विज्ञान एवं व्यवसायिक विशेषताओं के होते हुए भी यह एक कलात्मक अभिव्यक्ति है।

“विज्ञापन किसी जाने-माने प्रायोजक द्वारा वस्तु या विचार को प्रस्तुत करना है, जो किसी विशिष्ट एक ही के लिए नहीं होता है और जिसके लिए विज्ञापक द्वारा भुगतान किया जाता है।” – अमेरिकन विपणन संघ

“विज्ञापन एक व्यक्ति के मस्तिष्क से दूसरे व्यक्ति के मस्तिष्क में एक विचार को स्थापित करने की कला है।” – रोजर रीवज  
विज्ञापन के इतिहास को निम्न चार कालों में विभक्त कर सकते हैं :-

मुद्रण से पहले एवं प्रारम्भिक मुद्रण काल (आरम्भ से 1840 ई0 तक)

विज्ञापन का विस्तार काल (1840 से 1900 ई0 तक)

विज्ञान का वैज्ञानिक विकास काल (1900 से 1945 तक)

विज्ञापन का व्यवसायिक एवं आधुनिक विकास काल (1945 से अब तक)

1. प्रारम्भिक काल में व्यक्ति अपने विचारों को अभिव्यक्त करने के लिए चित्रों एवं चिन्हों का प्रयोग करता था। रोम, मिश्र, तथा उसी काल की अन्य सभ्यताओं में भी अपने संदेश को कहने और वस्तुओं को बेचने के लिए चित्रों, चिन्हों से चिल्लाकर एवं ड्रगडुगी बजाकर विज्ञापन किया जाता था।
2. 19वीं सदी का मध्यकाल विज्ञापन के लिए महत्वपूर्ण रहा जब अमेरिका में औद्योगिक क्रान्ति और परिवहन का विकास हुआ तो इसके साथ विज्ञापन का भी विकास हुआ। उद्योगों में अधिक उत्पादन शुरू हुआ और नयी-नयी वस्तुओं का निर्माण होने लगा। निर्मित वस्तुओं की जानकारी देने के लिए विज्ञापनों की संख्या में बढ़ोत्तरी हुई।
3. विज्ञापन का पूर्ण विकास इसी काल में हुआ। इसी समय कला, कॉपी लेखन तथा माध्यम के चुनाव पर भी ध्यान दिया जाने लगा। प्रथम विश्वयुद्ध के बाद विज्ञापन को ज्यादा प्रोत्साहन मिला क्योंकि विश्वयुद्ध के कारण वस्तुओं की मांग में बढ़ोत्तरी हुई और विज्ञापनों की संख्या भी ज्यादा होने लगी। इसी समय विज्ञापन एजेन्सी विज्ञापन के लिए सम्पूर्ण व्यू रचना बनाने लगी और विज्ञापन को विपणन के प्रमुख औजार के रूप में मान्यता मिली। इसी समय कॉपी लेखन पर अधिक ध्यान दिया जाने लगा और विज्ञापन संदेश आकर्षक एवं प्रभावित करने वाले होने लगे।
4. द्वितीय विश्व युद्ध के बाद विज्ञापनों की संख्या में वृद्धि हुई तथा विज्ञापनों पर होने वाला खर्च भी अधिक बढ़ा। विश्वयुद्ध के बाद 1950 में दूरदर्शन एक सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर सामने आया जो दूसरे माध्यमों से अधिक प्रभावी व महंगा



था। दूरदर्शन उस समय प्रेस और डायरेक्ट मेल के बाद तीसरे सशक्त माध्यम के रूप में माना गया था। 20वीं सदी के अन्त में विज्ञापन माध्यमों में आये बदलाव को देखने से लगता है कि भविष्य में विज्ञापन माध्यमों में होने वाले तकनीकी बदलाव विज्ञापन के लिए और अधिक रोमांचकारी सिद्ध होंगे।

**निष्कर्ष-** ग्राफिक डिजाइन एक संरचना होती है और किसी भी संरचना के लिए एक कमबद्ध प्रक्रिया की आवश्यकता पड़ती है। डिजाइन निर्माण की प्रक्रिया में कुछ वर्षों में बहुत अधिक बदलाव आया है। वर्तमान में ले-आउट निर्माण की प्रक्रिया के लिए कम्प्यूटराइज्ड ले-आउट कार्यक्रमों का प्रयोग किया जाता है। दृश्य-सम्प्रेषण के विभिन्न माध्यमों के अनुसार बनाये गये ले-आउट को भी अलग-अलग नाम से जाना जाता है। जैसे किसी भी विज्ञापन के लिए विज्ञापन ले-आउट, समाचार-पत्र लिए प्रेस ले-आउट, पत्रिका, पुस्तकों, फोल्डर, वार्षिक प्रतिवेदन आदि इसी प्रकार पैकेज डिजाइन के त्रिआयामी प्रारूप को भी डम्मी तथा किसी प्रदर्शनीय स्थल एवं स्टॉल आदि के प्रारूप को मॉडल के नाम से जाना जाता है। डिजाइन बनाने से पहले एक विज्ञापन की दिमागी छवि का प्रतिपादन विजुअलाइजेशन है। इसमें विज्ञापन योग्य विचार को विकसित करने के पश्चात् सृजन टीम इस विचार का दिमागी चित्रण करती है। डिजाइन के विभिन्न तत्वों को उनके महत्व के अनुसार विविध प्रकार से संयोजित किया जाता है।

### संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. ग्राफिक डिजाइन- नरेन्द्र सिंह यादव।
2. कला निबन्ध - अशोक।
3. विज्ञापन तकनीक एवं सिद्धान्त - नरेन्द्र सिंह यादव।

\*\*\*\*\*