

चित्रपट आणि जाहिरात मधील महिला प्रतिमा

संगीता बाबासो माने, संशोधक विद्यार्थिनी, शिक्षणशास्त्र अधिविभाग, शिवाजी विद्यापीठ, कोल्हापूर

सारांश :-

चित्रपट आणि जाहिरात हा विषय फक्त मनोरंजनाचा नसून तो समाजातील लोकांच्या मनावर प्रतिबंध करणारा तसेच त्यांना घडवणारा प्रभावी माध्यम तसेच घटक म्हटले तरी वावगे ठरणार नाही. जाहिरात ही केवळ उत्पादनाची विक्री वाढवण्यासाठी नव्हे, तर समाजातील लोकांच्या मनावर प्रभाव टाकण्यासाठी वापरलेली यंत्रणा आहे. जाहिरात म्हणजे माहिती प्रसारित करण्याचे आणि लोकांचे लक्ष वेधून घेण्याचे एक उत्तम साधन आहे आणि या उत्तम साधनाचा उद्देश केवळ विक्री न करता लोकांच्या मनात विशिष्ट विचारसरणी रुजवणे, ओळख निर्माण करणे हाही आहे. चित्रपट हा केवळ मनोरंजनाची साधन नसून समाजातील लोकांच्या जडणघडणीमध्ये महत्त्वाची भूमिका बजावत असतो.

या संशोधनात चित्रपट आणि जाहिरातींमधील महिलांची प्रतिमा कशी सादर केली जाते, ती कालानुरूप कशी बदलत गेली आहे आणि समाजाच्या मानसिकतेवर त्याचा काय परिणाम होतो, याचा सखोल अभ्यास केला आहे. संशोधनात 1950 नंतरच्या हिंदी चित्रपटांमध्ये महिलांचे विविध रूपे, जसे की आदर्श भारतीय स्त्री, स्वतंत्र विचारसरणी असलेली स्त्री, करिअर ओरिएंटेड स्त्री, आणि ग्लॅमरस स्त्री यांचा अभ्यास करण्यात आला आहे. तसेच, जाहिरातींमध्ये महिलांना केवळ ग्राहक म्हणून नव्हे तर उत्पादन विक्रीसाठी आकर्षक साधन म्हणून कसे वापरले जाते, याचे विश्लेषण केले आहे. महिलांच्या प्रतिमेतील भूमिकांचे बंधन, आणि आधुनिक काळातील बदलांचा अभ्यास करून, माध्यमांमध्ये स्त्रियांचे खरे प्रतिनिधित्व कसे असावे, याविषयी विचार मांडले आहेत.

जाहिरातींचे प्रकार

1. प्रिंट मीडिया जाहिरात – वृत्तपत्रे, मासिके, पुस्तिका, पोस्टर्स, पॅम्प्लेट्स
2. दृश्य-श्राव्य जाहिरात – दूरदर्शन, सिनेमा, रेडिओ
3. डिजिटल जाहिरात – सोशल मीडिया, वेबसाइट्स, ईमेल मार्केटिंग, मोबाईल ॲप्स
4. थेट जाहिरात (Outdoor Advertising) – होर्डिंग्ज, फ्लेक्स बॅनर, ट्रान्सपोर्ट जाहिराती (बस, रेल्वे, टॅक्सी)
5. मौखिक जाहिरात (Word of Mouth Advertising) – तोंडी प्रचाराद्वारे एखाद्या उत्पादनाची माहिती पसरवणे
6. व्यावसायिक जाहिरात (Commercial Advertising) – उत्पादन किंवा सेवा विक्रीसाठी केली जाते.
7. सामाजिक जाहिरात (Social Advertising) – समाजप्रबोधनासाठी केली जाते, उदा. स्वच्छता मोहिमा, आरोग्य जनजागृती.
8. राजकीय जाहिरात (Political Advertising) – निवडणुकीदरम्यान उमेदवार किंवा पक्षाच्या प्रचारासाठी केली जाते.
9. सांस्कृतिक जाहिरात (Cultural Advertising) – कला, संगीत, साहित्य, चित्रपट किंवा नाट्य यासंबंधी जाहिराती.
10. थेट जाहिरात (Direct Advertising) – ग्राहकांना थेट पत्रक, ईमेल किंवा फोन कॉलद्वारे संपर्क साधला जातो.
11. अप्रत्यक्ष जाहिरात (Indirect Advertising) – उत्पादनाचे अप्रत्यक्षपणे मार्केटिंग केले जाते, उदा. चित्रपटांमध्ये उत्पादनांचे प्रमोशन.
12. भावनिक जाहिरात (Emotional Advertising) – ग्राहकांच्या भावनांवर परिणाम करून त्यांना उत्पादन विकत घ्यायला प्रवृत्त केले जाते.

चित्रपटाचा इतिहास :-

चित्रपटाचा इतिहास १८९५ मध्ये सुरू झाला, जेव्हा ल्युमिएर बंधूंनी पहिला मूकचित्रपट प्रदर्शित केला. त्यानंतर चार्ली चॅप्लिन यांच्या मूकपटांपासून ते आजच्या तंत्रज्ञानसंपन्न चित्रपटांपर्यंत मोठी प्रगती झाली. भारतात दादासाहेब फाळके यांनी १९१३ मध्ये पहिला भारतीय चित्रपट "राजा हरिश्चंद्र" प्रदर्शित केला. आज बॉलिवूड, हॉलीवूड, टॉलिवूड आणि अन्य चित्रपटसृष्टी जगभर लोकप्रिय आहेत.

चित्रपटांचे प्रकार

1. मनोरंजक चित्रपट – विनोदी, रहस्यमय, ॲक्शन आणि रोमँटिक चित्रपट.
2. सामाजिक चित्रपट – सामाजिक समस्या, स्त्री-पुरुष समानता, भ्रष्टाचार यासारख्या विषयांवर आधारित चित्रपट.

3. ऐतिहासिक चित्रपट – ऐतिहासिक घटनांवर आधारित चित्रपट, उदा. "बाजीराव मस्तानी," "तान्हाजी."
4. शैक्षणिक चित्रपट – विज्ञान, तंत्रज्ञान, इतिहास यांसारख्या विषयांवर शिक्षण देणारे चित्रपट.
5. ऍनिमेशन आणि विज्ञान काल्पनिक चित्रपट (Sci-Fi Movies) – कल्पनारम्य आणि विज्ञानाधारित चित्रपट, उदा. "अवतार," "इंटरस्टेलर."

महिला केंद्रस्थानी असलेले महत्त्वाचे भारतीय चित्रपट

1) "बंदिनी" (1963) चित्रपटातील महिला :-

या चित्रपटातील नायिका कल्याणी (नूतन) पारंपरिक साच्यात बसणारी स्त्री नसून स्वतःच्या निर्णयांवर ठाम राहणारी आहे. प्रेम आणि त्याग यांच्या संघर्षात ती आपले निर्णय स्वतः घेते, जे तत्कालीन समाजव्यवस्थेला एक आव्हान होते. कल्याणी एकेकाळी निष्पाप, साधी तरुणी असते, पण प्रेमभंग आणि परिस्थितीमुळे तिचा आयुष्याकडे पाहण्याचा दृष्टिकोन बदलतो. ती एका स्त्रीवादी भूमिकेतून प्रेमासाठी गुन्हा (हत्या) करण्याइतपत टोकाचा निर्णय घेते, पण तरीही तिच्या निर्णयांना एक नैतिक आधार असतो. पारंपरिक नायिकांप्रमाणे ती केवळ पुरुषावर अवलंबून राहत नाही, तर आपल्या मनातील द्वंदाचा सामना करून स्वतःची वाट निवडते. तुरुंगात शिक्षा भोगल्यानंतरही तिची कणखरता कायम राहते आणि शेवटी ती स्वतःच्या आयुष्याचा मार्ग ठरवते. एका स्त्रीने आपल्या जीवनात प्रेम आणि न्यायासाठी मोठे निर्णय घेणे, हे त्या काळात एक धाडसी कृती मानली जात होती.

2. "सीता और गीता" (1972) चित्रपटातील महिला :-

चित्रपटातील मुख्य पात्रे – सीता आणि गीता (हेमा मालिनी) – या एकमेकींच्या भिन्न स्वभावाच्या जुळ्या बहिणी आहेत. सीता ही संकोची, निरागस आणि दबलेल्या स्वभावाची आहे, तर गीता ही निर्भय, आत्मनिर्भर आणि बंडखोर आहे. गीता ही स्वाभिमानी आणि धाडसी मुलगी आहे, जी अन्यायाचा प्रतिकार करते आणि अत्याचार सहन न करता त्याला उत्तर देते. तिच्या बळकट आणि आत्मनिर्भर स्वभावामुळे ती सीता म्हणून ओळखली गेल्यावर अत्याचारी काकू आणि गुंडांना धडा शिकवते. सीता ही पारंपरिक स्त्री आहे, जी कुटुंबातील अत्याचार सहन करते, तर गीता कोणत्याही अन्यायाविरुद्ध आवाज उठवते. हा फरक समाजातील स्त्रियांवर होणाऱ्या वागणुकीचे प्रतिकात्मक चित्रण आहे – जिथे समाज दुर्बल स्त्रीला सतावतो, पण ताकदवान स्त्रीचा आदर करतो. गीता पारंपरिक पुरुषी भूमिकांवरही मात करते – तिने गुंडांना मारहाण करणे, स्वतःचा बचाव करणे आणि सीतेच्या जागी जाऊन अन्याय करणाऱ्यांना धडा शिकवणे. ही कथा दाखवते की स्त्रियांना केवळ सहनशील आणि कर्तव्यपरायण राहण्याची गरज नाही, तर परिस्थितीनुसार त्या स्वतःचे संरक्षणही करू शकतात.

3. "चांदनी बार" (2001) चित्रपटातील महिला :-

या चित्रपटातील नायिका मुमताज (तब्बू) ही परिस्थितीमुळे मजबूर होऊन बार डान्सर बनते, परंतु तिचा प्रवास हा केवळ अस्तित्व टिकवण्याचा नसून स्वतःच्या आणि मुलांच्या भविष्यासाठी संघर्ष करण्याचा आहे. ती केवळ परिस्थितीला शरण जात नाही, तर त्यातून बाहेर पडण्यासाठी सक्षमपणे प्रयत्न करते. हा चित्रपट समाजातील अशा स्त्रियांवर प्रकाश टाकतो ज्या स्वतःच्या इच्छेविरुद्ध धंद्यात अडकतात. बार डान्सर म्हणून काम करताना तिला पुरुषप्रधान समाजाकडून अनेक प्रकारच्या अत्याचारांना तोंड द्यावे लागते. मुमताजचे पात्र केवळ संघर्ष करणाऱ्या स्त्रीपुरते मर्यादित नाही, तर ती एक सशक्त माता देखील आहे. तिचे पात्र हे बळकट इच्छाशक्ती, संयम आणि धैर्याचे प्रतीक आहे. बारमध्ये काम करणाऱ्या स्त्रियांना केवळ भोगवस्तू समजणाऱ्या मानसिकतेला हा चित्रपट तडा देतो. मुमताज ज्या प्रकारे स्वतःचा मार्ग शोधते आणि एका सामान्य बार डान्सरपासून सभ्य आयुष्य जगणाऱ्या स्त्रीपर्यंत पोहोचते, तो एक प्रेरणादायी प्रवास आहे.

4. "कहानी" (2012) चित्रपटातील महिला :-

विद्या बालन (विद्या बालन) ही एक गर्भवती महिला असूनही ती कोलकातामध्ये आपल्या पतीच्या शोधात येते. तिची हुशारी, आत्मविश्वास आणि चिकाटी हे तिच्या पात्राचे मुख्य वैशिष्ट्य आहे. पारंपरिक हिंदी सिनेमातील "कमकुवत स्त्री" प्रतिमेच्या विरोधात विद्या एक धाडसी, आत्मनिर्भर आणि सूड घेणारी स्त्री म्हणून सादर होते. ती कोणत्याही पुरुषाच्या आधाराने नव्हे, तर स्वतःच्या हुशारीवर सत्याचा शोध घेते. पोलिस किंवा गुप्तचर यंत्रणेकडून फारशी मदत न मिळाल्यावरही ती स्वतःच्या बुद्धीच्या जोरावर गुन्हेगारांना शोधून काढते. विद्या बागची गर्भवती असूनही कुठल्याही परिस्थितीला घाबरत नाही, उलट तिच्या मातृत्वाची प्रतिमा तिच्या संघर्षाला अधिक अर्थपूर्ण बनवते. तिला दिसणारी कमकुवतता ही तिची खरी ताकद असते, कारण लोक तिची गर्भवती स्त्री म्हणून संभावना करतात आणि तिच्या योजनांकडे दुर्लक्ष करतात. तिचा संपूर्ण प्लॅन हा अत्यंत हुशारीने आखलेला असतो आणि ती गुन्हेगारांना धडा शिकवते.

5. "क्वीन" (2014) चित्रपटातील महिला :-

या चित्रपटाची नायिका राणी मेहरा (कंगना रणौत) एका भोळसट, साध्या आणि अबोल मुलीपासून आत्मनिर्भर आणि आत्मविश्वासी स्त्री बनते. सगळी स्वप्ने लगनावर आधारलेली असताना, तिचा साखरपुडा मोडतो आणि त्यानंतर ती स्वतःचा खरा शोध घेण्याचा प्रवास सुरू करते. सुरुवातीला राणी तिच्या आयुष्याचे नियंत्रण कुटुंब आणि भावी नवऱ्यावर सोपवते. भारतीय समाजातील स्त्रीवर लादलेली परंपरागत बंधने – लग्नच स्त्रीचे अंतिम ध्येय असणे, स्वतंत्र आयुष्य न जगणे – यांना राणी आव्हान देते. ती प्रथमच आपल्या आवडीनिवडी, इच्छा आणि आनंद समजून घेते. सुरुवातीला अबोल आणि घाबरणारी राणी नंतर स्वतःच्या पायावर उभी राहते, नवीन मित्र बनवते आणि स्वतःला घडवते. शेवटी, जेव्हा तिचा माजी प्रियकर विजय पुन्हा तिला लग्नासाठी विचारतो, तेव्हा ती त्याला नकार देते. हा निर्णय दाखवतो की ती आता कोणाच्याही आधाराशिवाय आनंदी राहू शकते आणि तिचे आयुष्य स्वतःच्या अटींवर जगू शकते.

6. "पिंक" (2016) चित्रपटातील महिला :-

या चित्रपटातील प्रमुख स्त्री पात्रे मीना (तापसी पन्नू), फलक (कीर्ती कुल्हारी) आणि एंड्रिया (अंड्रिया तारियांग) या तीन स्वतंत्र आणि आधुनिक स्त्रिया आहेत. त्यांच्यावर समाजातील प्रतिष्ठित पुरुष अत्याचार करतात, आणि त्याविरुद्ध लढण्याचा त्यांचा संघर्ष हा चित्रपटाचा गाभा आहे. स्त्री कोणत्याही वयोगटातील, कोणत्याही पोशाखातील असो, ती "नाही" म्हणते तेव्हा तिच्या इच्छेचा आदर व्हायलाच हवा, हा महत्त्वाचा संदेश हा चित्रपट देतो. समाजात अजूनही अशी मानसिकता आहे की जर एखादी स्त्री स्वतःचे निर्णय घेत असेल, एकटी राहत असेल किंवा रात्री उशिरा बाहेर जात असेल, तर तिचे चारित्र्य संशयास्पद धरले जाते. या चित्रपटातील स्त्रिया समाजाच्या अशा द्वेषमूलक मानसिकतेला आव्हान देतात आणि दाखवून देतात की स्त्रीला तिच्या स्वतंत्र अस्तित्वाचा पूर्ण अधिकार आहे. तापसी पन्नूचे पात्र मीना ही एक सामान्य मध्यमवर्गीय स्त्री आहे, जी एका प्रभावशाली व्यक्तिविरुद्ध उभी राहण्याची हिंमत दाखवते. ती दबून राहत नाही, लज्जित होत नाही, उलट तिच्या आत्मसन्मानासाठी आणि न्यायासाठी लढते.

7. "दंगल" (2016) चित्रपटातील महिला :-

या चित्रपटातील प्रमुख स्त्री पात्रे गीता फोगाट (फातिमा सना शेख) आणि बबीता फोगाट (सान्या मल्होत्रा) या कुस्तीपटू आहेत, ज्या पुरुषप्रधान खेळ असलेल्या कुस्तीत आपली ओळख निर्माण करतात. समाजातील विरोध आणि रूढीवादी मानसिकता असूनही त्या आपल्या प्रतिभा आणि मेहनतीच्या जोरावर यश संपादन करतात. गीता आणि बबीता ह्या हरियाणासारख्या ठिकाणी वाढलेल्या मुली आहेत, जिथे स्त्रियांना अनेक बंधनं लावली जातात. मात्र, त्या स्वतःच्या इच्छेच्या जोरावर शिक्षण, मेहनत आणि क्रीडाक्षेत्रात आपले स्थान निर्माण करतात. त्यांची ही प्रवासगाथा स्त्री-स्वातंत्र्य आणि स्वावलंबनाचे उत्कृष्ट उदाहरण आहे. त्यांचा वडील महावीर फोगाट (आमिर खान) त्यांना कुस्ती शिकवण्यासाठी कठोर प्रशिक्षण देतो. दोघीही समाजाच्या टोमण्यांना आणि शारीरिक-मानसिक संघर्षांना तोंड देत कुस्तीत स्वतःला सिद्ध करतात. हरियाणात स्त्रियांना फक्त गृहिणी राहण्याचे शिकवले जाते, पण गीता-बबीता यांनी हे चुकीचे ठरवले. "मुलींनी कुस्ती करू नये" हा समज त्यांच्या विजयामुळे बदलतो. त्यांच्या यशामुळे गावातील लोकांची मानसिकता बदलते आणि स्त्रियांना समान संधी मिळाली पाहिजे हा संदेश दिला जातो. गीता अखेर कॉमनवेल्थ गेम्समध्ये सुवर्णपदक जिंकते, जे तिच्या संघर्षाचे आणि मेहनतीचे प्रतिक आहे. हा क्षण भारतीय महिलांसाठी प्रेरणादायी ठरतो आणि स्त्रिया कोणत्याही क्षेत्रात मागे नाहीत हे दाखवून देतो.

8. "गंगूबाई काठियावाडी" (2022) चित्रपटातील महिला :-

गंगूबाई (आलिया भट्ट) ही एका साध्या मुलीपासून कमाठीपुराच्या सर्वाधिक प्रभावशाली महिलेपर्यंतचा प्रवास करणारी स्त्री आहे. वेश्याव्यवसायात फसवून आणल्यानंतरही ती परिस्थितीशी झगडते आणि स्वतःचे अस्तित्त्व निर्माण करते. ती केवळ स्वतःसाठीच नाही, तर इतर महिलांसाठीही लढते आणि त्यांचे जीवन सुधारण्यासाठी कार्य करते. वेश्याव्यवसायात आणल्यानंतर गंगूबाईची भूमिका एक पीडित स्त्री म्हणून राहत नाही, तर ती सामाजिक स्वीकृती आणि सन्मान मिळवण्यासाठी संघर्ष करते. ती इतर महिलांचे अधिकार आणि सुरक्षिततेसाठी लढते, वेश्या महिलांसाठी शिक्षण आणि चांगल्या जीवनाची मागणी करते. भारतीय समाजात वेश्यांना कमी लेखले जाते, परंतु गंगूबाई या विचारसरणीला आव्हान देते. ती समाजातील दुटप्पी मानसिकतेला समोर आणते आणि वेश्यावस्तीत राहणाऱ्या महिलांनाही मानवी हक्क मिळावेत अशी मागणी करते.

जाहिरातींमधील विविध महिला प्रतिमा

१) पारंपरिक गृहिणी

स्त्रियांना मुख्यतः गृहिणी आणि परिवाराची काळजी घेणाऱ्या भूमिकांमध्ये दाखवले जात असे. उदाहरणे: साबण आणि डिटर्जेंट जाहिराती – स्त्रिया नेहमी कपडे धुणे, घर स्वच्छ ठेवणे यासारख्या कामांमध्ये व्यस्त दाखवल्या जात. (उदा. सर्फ एक्सेल, निरमा). स्वयंपाकसंबंधी उत्पादने – "चांगली स्त्री चविष्ट जेवण बनवते" हा संदेश दिला जात असे. (उदा. मॅगी, ताजटी).

२) सौंदर्य आणि आकर्षणाची मूर्ती

जाहिरातींमध्ये महिलांना सौंदर्य, कोमलता आणि ग्लॅमरशी जोडले जाऊ लागले. उदाहरणे: फेअरनेस क्रीम जाहिराती – गोरी त्वचा म्हणजे यश, असा चुकीचा संदेश देणाऱ्या जाहिराती (उदा. फेअर अँड लव्हली) हेअर केअर आणि कॉस्मेटिक्स – सुंदर केस, गोरी त्वचा असली की संधी मिळतात, असा प्रचार. (उदा. सन्सलक, लक्स साबण).

३) आत्मनिर्भर आणि आधुनिक स्त्री

स्त्रिया आता केवळ घरापुरत्या मर्यादित नसून, त्यांच्या व्यक्तिमत्त्वाचा वेगळा पैलूही दाखवला गेला. उदाहरणे: व्होडाफोन, कोटक बँक जाहिराती – महिला आर्थिकदृष्ट्या सक्षम आहेत आणि स्वतःचे निर्णय घेतात. स्पोर्ट्स ब्रँड्स (Nike, Reebok) – महिलांना फिटनेस आणि मानसिक ताकदीसाठी प्रोत्साहित करणाऱ्या जाहिराती.

४) स्त्री-शक्ती आणि समतोल दृष्टिकोन

स्त्रियांना केवळ सौंदर्यासाठी नव्हे, तर त्यांची बुद्धिमत्ता, ताकद, आत्मनिर्भरता आणि लढाऊ वृत्ती दाखवण्यासाठी जाहिराती येऊ लागल्या उदाहरणे: BIBA – Change the Convention – "लग्नासाठी मुलीला बदलण्याची गरज नाही" असा संदेश. Ariel – #ShareTheLoad – घरकाम ही फक्त स्त्रीची जबाबदारी नाही, हा समतोल विचार मांडणारी जाहिरात. Nike – "Da Da Ding" – महिलांच्या क्रीडाक्षेत्रातील ताकदीला प्रोत्साहन देणारी जाहिरात. Tanishq – "नवा विवाह, नवा आत्मविश्वास" → पुनर्विवाहासारख्या संवेदनशील विषयावर आधारित जाहिरात. Whisper – "Touch the Pickle" → महिलांच्या मासिक पाळीशी निगडित समाजातील चुकीच्या समजूतींना आव्हान देणारी जाहिरात.

जाहिरात यांचा समाजावर प्रभाव

1. Ariel – "Share The Load" → महिलांवर घरकामाची जबाबदारी टाकण्याच्या प्रथेला विरोध करणारी जाहिरात.
2. "पिंक" (2016) → "NO म्हणजे NO" या संकल्पनेचा प्रचार, जो स्त्री-सन्मानासाठी महत्त्वाचा ठरला.
3. "दंगल" (2016) → मुलींना खेळात संधी देण्याचा संदेश.
4. "छपाक" (2020) → ऍसिड हल्ल्याग्रस्त महिलांच्या संघर्षावर प्रकाश टाकणारा चित्रपट.
5. "क्वीन" (2014) → आत्मनिर्भर स्त्रीची कथा, जी विवाह मोडल्यावरही आयुष्य जगायला शिकते.
6. "गंगूबाई काठियावाडी" (2022) → वेश्यावस्तीत जन्मलेल्या स्त्रियांच्या हक्कांसाठी लढणाऱ्या महिलेची कथा.
7. "पॅडमॅन" (2018) → मासिक पाळीबद्दलच्या गैरसमजूतींवर भाष्य करणारा चित्रपट.
8. "थप्पड" (2020) → घरगुती हिंसाचाराविरुद्ध आवाज उठवणाऱ्या स्त्रीची कथा.

जाहिरात आणि चित्रपट यांचे महत्त्व:-

जाहिराती ग्राहकांना नवीन उत्पादने, सेवा आणि तंत्रज्ञानाची माहिती देतात.

उदा.. मोबाईल कार किंवा आरोग्यविषयक उत्पादनांची माहिती देणाऱ्या जाहिराती.

जाहिराती विविध ब्रँड्सची तुलना करून योग्य निवड करण्यास मदत करतात.

उदा.. विमा योजना बँकिंग सेवा, इलेक्ट्रॉनिक्स यासाठी जाहिराती मार्गदर्शक ठरतात.

अनेक जाहिराती सामाजिक विषयांवर भाष्य करतात.

उदा. Ariel – "Share The Load" (घरकामातील समानता), Tata Tea – "Jaago Re" (राजकीय जागरूकता).

जाहिरातींमुळे कंपन्यांची उत्पादने मोठ्या प्रमाणात विकली जातात आणि अर्थव्यवस्था वाढते.

नव्याने बाजारात आलेल्या उत्पादनांना प्रसिद्धी मिळते.

जाहिरातींमुळे कंपन्यांमध्ये स्पर्धा निर्माण होते, त्यामुळे ग्राहकांना चांगली उत्पादने मिळतात.

आरोग्य आणि शिक्षणविषयक जाहिराती समाजात सकारात्मक बदल घडवतात.

उदा. Dettol, Lifebuoy → हात धुण्याची सवय लावणाऱ्या जाहिराती.

उदा. Colgate – "Save Water", Tata – प्लास्टिकविरोधी जाहिरात.

२. चित्रपटांचे महत्त्व

चित्रपट सामाजिक समस्या मांडतात आणि लोकांना विचार करायला भाग पाडतात.

उदा. "Pink" (स्त्री-सन्मान), "Dangal" (स्त्री-सशक्तीकरण), "Chhapaak" (एँसिड हल्ल्याविरोधात जागरूकता).

ऐतिहासिक आणि सांस्कृतिक चित्रपट नवीन पिढीला आपल्या परंपरांची ओळख करून देतात.

उदा. "Bajirao Mastani", "Tanhaji", "Padmaavat".

मनोविनोद आणि विरंगुळा:

चित्रपट तणावमुक्त होण्यासाठी एक उत्तम मार्ग असतो.

इतिहास आणि विज्ञान शिकवणे:

उदा. "Mission Mangal" (अंतराळ संशोधन), "Super 30" (शिक्षणाची ताकद).

कर्तृत्व आणि प्रेरणादायी कथा:

उदा. "MS Dhoni: The Untold Story", "Mary Kom", "Bhag Milkha Bhag".

फिल्म इंडस्ट्री मोठ्या प्रमाणात रोजगार निर्माण करते.

कलाकार, दिग्दर्शक, तंत्रज्ञ, संगीतकार यांना रोजगार मिळतो.

पर्यटनाला चालना मिळते:

उदा. "Zindagi Na Milegi Dobara" नंतर स्पेनला जाणाऱ्या पर्यटकांची संख्या वाढली.

१. आदर्श जाहिरात कशी असावी?

(अ) सत्य आणि नैतिक मूल्यांवर आधारित असावी

(ब) सामाजिक जाणीव निर्माण करणारी असावी

(क) पर्यावरणपूरक आणि जबाबदार जाहिरात असावी

(ड) स्त्री-सन्मान आणि लैंगिक समानता यावर भर असावा

(ई) शिक्षण आणि आरोग्यासाठी प्रेरणा देणारी असावी

२. आदर्श चित्रपट कसा असावा?

(अ) सकारात्मक आणि प्रेरणादायी संदेश असावा

(ब) सामाजिक समस्यांवर प्रकाश टाकणारा असावा

(क) संस्कृती आणि परंपरांचे जतन करणारा असावा

(ड) महिलांचे सशक्तीकरण करणारा असावा

(ई) व्यावसायिक यशासोबत गुणवत्ता जपणारा असावा

संदर्भ

1.NCERT (2020). "Teacher Education Curriculum Framework."

2.Kumar, S. (2019). "Professional Development in Teacher Education."

3. Ministry of Education, India (2021). "National Education Policy 2020."

4. Benegal's New Cinema: Perspectives on Shyam Benegal's Films – Shoma A. Chatterji
Shyam Benegal – Sangeeta Dutta

5.The Cinema of Shyam Benegal – Anuradha Needham

6.Shyam Benegal's Cinema: A Nation Imagined – Edited by Ravi Vasudevan

7.Indian Cinema: The Faces Behind the Masks – Rajesh Kumar Singh

8.Shyam Benegal's Films: Alternative Narratives – John W. Hood