

ABSTRACT

For the Thesis Titled “বাংলা পত্রপত্রিকায় মুদ্রিত বিজ্ঞাপনে বাঙালি (১৯৩৯-২০০০)”

Research Scholar :

যশোধরা গুপ্ত

বাংলা বিভাগ, যাদবপুর বিশ্ববিদ্যালয়

উনিশ শতকের উপনিবেশ-পর্বে ভারতবর্ষে পুঁজির চরিত্র যত বদলাতে শুরু করে, পণ্যসংস্কৃতির চেহারাও বদলে যায় সেই অনুসারে। একইসঙ্গে মুদ্রণ-প্রযুক্তির আবির্ভাব ও ক্রমোন্নতির কারণে মুদ্রিত ‘বিজ্ঞাপন’ হয়ে ওঠে সেই পণ্যসংস্কৃতির এক অবিচ্ছেদ্য অংশ। বিশ শতকের মাঝামাঝি, দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের কালপর্বে এই বিজ্ঞাপনের চরিত্র ও ধরনে খুব গুরুত্বপূর্ণ কিছু পরিবর্তন ধরা পড়ে। বিশেষত সমকালীন সমাজ ও রাজনীতির নানা চিহ্ন তার বৈচিত্র্য ও জটিলতা নিয়ে বিজ্ঞাপন-শরীরের অংশ হয়ে উঠতে থাকে। ‘ফ্র্যাঙ্কফুর্ট স্কুল-এর দুই বিখ্যাত তাত্ত্বিক অ্যাডোর্নো এবং হর্কহাইমার তাঁদের ‘কালচার ইন্ডাস্ট্রি’র ধারণার কথা বলতে গিয়ে বিজ্ঞাপনের প্রসঙ্গ বারবার এনেছেন। এবং, সবটাকেই সমাজের পক্ষে চূড়ান্ত ক্ষতিকর, বস্তুত ক্ষমতাতন্ত্রের হাতে তৈরি এক মগজ-ধোলাইয়ের যন্ত্র হিসেবে বুঝতে চেয়েছেন। এই পাঠের আংশিক সত্যতা মানতেই হয়। কিন্তু বিজ্ঞাপনকে কেবল পুঁজিবাদ ও ধনতান্ত্রিক আগ্রাসনকে টিকিয়ে রাখার স্বার্থে ব্যবহৃত এক মেধাহীন ‘ক্লিশে’ হিসেবে দেখার বাইরেও নানাভাবে দেখা সম্ভব। তার ‘আর্ট’ এবং ‘এস্টেটিক্স’ এর জায়গাটা বাদ দিলেও, সমাজ ও রাজনীতির সঙ্গে বিজ্ঞাপনের সম্পর্কটি মোটেই একমাত্রিক নয়, তা বহুমাত্রিক ও বৈচিত্র্যময়। মূল চারটি প্রসঙ্গে এই বহুমাত্রিকতাকে এই গবেষণায় বুঝতে চাওয়া হয়েছে। ‘বাঙালি’ নামক ‘আইডেনটিটি’ নির্মাণে বাংলা ভূমিকা, উনিশ বিশ শতকের অর্থনৈতিক অবস্থার প্রেক্ষিতে বাংলা বিজ্ঞাপনের চলাচল, উপনিবেশ ও উত্তর-উপনিবেশকালে বদলে-যাওয়া জাতীয়তাবাদের চরিত্র ও বাংলা বিজ্ঞাপনের সম্পর্ক এবং

অবশ্যই সমাজে নারীর অবস্থানের সংকট ও উত্তরণের সম্ভাব্য পথরেখাটির সঙ্গে বাংলা বিজ্ঞাপনের সম্পর্কের দিকটি

আমরা আমাদের গবেষণায় ধরতে চেয়েছি।

এই মূল চারটি অধ্যায়ের আগে আছে উনিশ শতকের গোড়ার দিক থেকে আরম্ভ করে বিশ শতকের শেষ পর্যন্ত

বাংলা বিজ্ঞাপনের একটি ইতিহাসগত রূপরেখা নির্মাণ। এবং, শেষে আছে বাংলা সাহিত্য ও সংস্কৃতির সঙ্গে বাংলা

বিজ্ঞাপনের সম্পর্ক-সূত্রটিকে খুঁজে দেখার চেষ্টা। উপসংহার অংশে সামগ্রিক একটি পর্যালোচনার শেষে অ্যাডোর্নো

এবং হর্কহাইমারের তত্ত্ব বিষয়ে আমাদের মতামত প্রতিষ্ঠা করার চেষ্টা করা হয়েছে।