

अध्याय 7

विज्ञापन की समझ

एक विद्यालय के नवनिर्मित भवन का उद्घाटन राज्य के शिक्षा मंत्री के द्वारा होना था। बच्चे बेसब्री से उस क्षण का इंतज़ार कर रहे थे और वे आगे की पंक्ति में बैठने के लिए भागम-भाग कर रहे थे। उसी समय एक शिक्षक ने सूचना दी कि अगली पंक्ति की कुर्सियाँ मीडिया क्षेत्र से जुड़े हुए व्यक्तियों के लिए हैं। इस कार्यक्रम में समाचार पत्र, रेडियो, टी.वी. आदि से जुड़े हुए व्यक्ति आयेंगे।

तभी एक छात्र ने जिज्ञासावश शिक्षक से पूछा कि क्या इन मीडिया वालों को हमारे विद्यालय कोष से पैसे दिये जाएँगे? शिक्षक ने बताया कि उन्हें अपनी संस्था से वेतन मिलता है और संस्था ने ही उन्हें यहाँ भेजा है। ये संस्था चाहे अखबार हो या टी.वी. चैनल, अपनी आमदनी के लिए 'विज्ञापन' पर निर्भर हैं। इस पाठ में आगे विस्तृत जानकारी दी जा रही है।

किसी घटना या कार्यक्रम के प्रकाशित या प्रसारित होने के कई चरण होते हैं। इसमें आधुनिक मशीनों के साथ-साथ कुशल कर्मियों की आवश्यकता होती है। संचार माध्यमों को अधिक लोगों तक पहुँचाने में आधुनिक तकनीक से विशेष मदद मिली है। इन आधुनिक संचार माध्यमों के संचालन में अत्यधिक धन की



आवश्यकता होती है, जो सामान्यतः किसी एक व्यक्ति के द्वारा लगा पाना संभव नहीं होता। इसी कारण टी.वी., अखबार, रेडियो किसी बड़े व्यावसायिक समूह द्वारा संचालित होते हैं।

संचार माध्यम अपने खर्चों को पूरा करने एवं धन कमाने के लिए विभिन्न प्रकार के तरीकों का इस्तेमाल करते हैं। इसके लिए वे विज्ञापनों का सहारा लेते हैं जो उनकी आय का प्रमुख स्रोत है। विज्ञापन का क्षेत्र काफी बड़ा बन चुका है। संचार माध्यमों को अपने खर्चे हेतु विज्ञापनों पर निर्भर होना पड़ता है। विज्ञापन देने वाले मुख्यतः व्यापारिक संस्थान होते हैं। अतः संचार माध्यमों को वे अपने फायदे के लिए प्रभावित भी करते हैं।

विज्ञापन क्या है?

आज हम चारों तरफ विज्ञापनों से घिरे हैं। रेडियो, टी.वी., अखबार, इन्टरनेट से लेकर टैक्सी, रिक्शा और दीवारों पर विज्ञापन देखे जा सकते हैं। एक ही विज्ञापन विभिन्न माध्यमों से कई-कई बार हमारे सामने दिखाई पड़ते हैं। वस्तुओं से लेकर शैक्षिक एवं व्यावसायिक

The collage features several types of advertisements:

- Matrimonial Notices:** Multiple notices for finding partners, including one for a 35-year-old male and another for a 35-year-old female.
- Medical Services:** Advertisements for a clinic in Bihar and a dental service in Patna.
- Food and Beverage:** An advertisement for a burger joint and a large outdoor billboard for 'Thanda Piyo Har din Jeeto' featuring a water bottle and a glass of water.
- Other Services:** Various small advertisements for legal, educational, and other services.

संस्थाओं तक के विज्ञापन बनाये जा रहे हैं, जैसे— कपड़े, कोल्डड्रिंक, दवाएँ, मोटरबाइक, पेंट, साबुन, तेल, आटा, चॉकलेट, बिस्कुट, कलम आदि के साथ-साथ विभिन्न प्राइवेट स्कूलों, मेडिकल एवं इंजीनियरिंग कालेजों के विज्ञापन हम अपने चारों तरफ विभिन्न रूपों में देख सकते हैं। विज्ञापन में कई प्रकार के उत्पादों के गुणों को दिखाकर हमारा ध्यान उस ओर आकर्षित किया जाता है, जिससे वस्तुओं या उत्पादों की बिक्री में वृद्धि हो सके। विज्ञापन द्वारा उत्पादक कम्पनियाँ अपने बाज़ार का विस्तार करती है। इससे उत्पादक को अधिक लाभ मिलता है। इन्हीं विज्ञापनों से होने वाली आय द्वारा संचार माध्यम संचालित होते हैं।

1. विज्ञापन कौन देता है? संचार माध्यम इस पर क्यों निर्भर हैं?
2. आपके पसंदीदा विज्ञापन कौन-कौन से हैं? वे आपको किस तरह आकर्षित करते हैं? शिक्षक के साथ चर्चा करें।



ब्रांड

सोनू पेंसिल खरीदने दुकान जाता है और पेंसिल माँगता है। दुकानदार सोनू को एक पेंसिल देता है। सोनू कहता है, “मुझे स्वराज पेंसिल चाहिए।” दुकानदार पेंसिल देते वक्त सोनू से पूछता है, “स्वराज पेंसिल ही क्यों?” सोनू ने कहा, “मैंने टी.वी. में देखा है कि इस पेंसिल से लिखावट सुन्दर होती है।” वह पेंसिल लेकर घर चला जाता है। सोनू के मन में प्रश्न उठता है कि बाज़ार में पेंसिल तो बहुत हैं फिर उनके अलग-अलग नाम क्यों हैं? लिखावट कैसे सुंदर हो सकती है?

‘स्वराज’, पेंसिल के ब्रांड का नाम है। विज्ञापन ब्रांड निर्मित करने के बारे में ही है। एक उत्पाद को बाज़ार में प्रचलित अन्य उत्पादों से भिन्न दिखाने के लिए ब्रांड का नाम दिया जाता है। जिससे एक विशिष्ट पहचान स्थापित करने की कोशिश की जाती है।

केवल ब्रांड के नाम आपको किसी वस्तुओं को खरीदने के लिए प्रेरित नहीं करती। विज्ञापित कंपनी अपनी वस्तुओं की गुणवत्ता का विश्वास दिलाती है और कई बार तो गुणवत्ता से अधिक के दावे भी करती है। विज्ञापित उत्पाद के प्रति आश्वस्त करने में और उसे खरीदने

के लिए प्रेरित करने में विज्ञापन की भूमिका प्रमुख होती है। एक ब्रांड से प्रभावित होकर हम उस ब्रांड की अन्य वस्तुओं को भी खरीदने लगते हैं।

विज्ञापन के सामाजिक मूल्य

विज्ञापन हमारे जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। हम इन विज्ञापनों के आधार पर न केवल उत्पाद खरीदते हैं, वरन् ब्रांड उत्पादों का उपयोग करने से हम अपने और अपने मित्रों तथा परिवार के बारे में एक अलग तरह से सोचने भी लगते हैं। आगे दो विभिन्न उत्पादों के द्वारा इसे और अधिक समझने का प्रयास करेंगे।



सत्तू के इस विज्ञापन में हमारी सेहत और सुरक्षा पर विशेष ध्यान दिया गया है। बन्द पैकेट वाले सत्तू के तुलना में खुले सत्तू के खराब होने की आशंका को दर्शाया गया है। दरअसल हमारे आसपास के बाज़ार में उपलब्ध खुले सत्तू और बंद पैकेट वाले सत्तू की गुणवत्ता में कोई खास अंतर नहीं पाया जाता है। परन्तु विज्ञापन में पैकेट बंद सत्तू सुरक्षित और अन्य सत्तू से बेहतर होने का दावा करता है। प्रायः यह बंद पैकेट वाले सत्तू आसपास के किराना दुकानों से लेकर बड़े-बड़े मॉल में आसानी से उपलब्ध होते हैं। इस विज्ञापन में सेहत के प्रति हमारी चिंता को आधार बनाया गया है।

पूँजी के अभाव के कारण खुले सत्तू के विक्रेता अपना विज्ञापन नहीं कर पाते और विज्ञापित बंद पैकेट वाले सत्तू से उनकी प्रतियोगिता बढ़ जाती है। अंततः उनकी बिक्री भी प्रभावित होती है और वे व्यवसाय छोड़ने को मजबूर होने लगते हैं।



वधु चाहिए

कायस्थ लड़का NTPC Engr.
M.Tech. 32/5'8" स्मार्ट, पिता
Rtd. Engr. गोरी, सुंदर सुयोग्य
वधु चाहिए। शीघ्र विवाह

हमारे समाज में गोरा, आकर्षक एवं दूसरों से अलग दिखने की होड़ है। इसे सुन्दरता से जोड़ा जाता है। लड़कियों में गोरा एवं आकर्षक होना विवाह के लिए आवश्यक तत्व के रूप में देखा जाता है।

विज्ञापन हमारी इसी भावना का गलत इस्तेमाल करता है। विज्ञापन न केवल हमारी गोरे होने के चाहत को बढ़ावा देता है बल्कि यह आश्वासन भी देता है कि गोरा होकर हम सब कुछ पा सकते हैं। जबकि इसका वैज्ञानिक कारण यह है कि हमारी त्वचा में "मिलेनिन" नाम का पदार्थ होता है जिनसे हमारी त्वचा का रंग तय होता है।

गोरेपन की निखार लाये जीवन में बहार



फेयर एण्ड फेयर क्रीम

नया कंपनी बाजार रोड, पटना

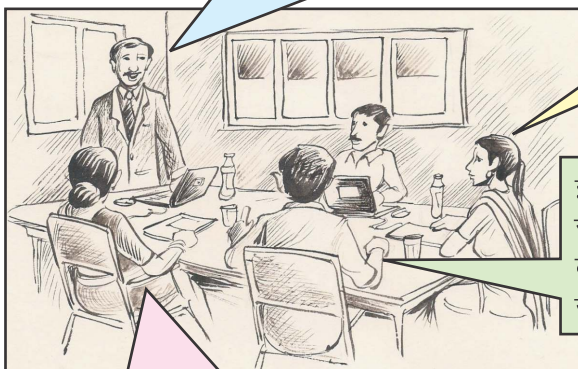
'मिलेनिन' हमें सूरज की नुकसानदायक पराबैंगनी किरणों से बचाता है। जिनकी त्वचा में मिलेनिन की मात्रा ज्यादा होती है वे सांवले दिखते हैं और जिनमें कम वे गोरे दिखते हैं। कोई भी क्रीम मिलेनिन की मात्रा कम या ज्यादा नहीं कर सकती। गोरा करने वाली क्रीमों में एक ऐसा रसायन होता है जिससे चेहरे के बाल सुनहरे हो जाते हैं और चेहरे का रंग कुछ दिनों के लिए साफ दिखता है। ये रसायन त्वचा के लिए अच्छे नहीं होते। तब आप ही सोचें कि गोरेपन बढ़ाने वाली क्रीम सच बोल रही है या हमें मूर्ख बना रही है? सबसे बड़ी बात तो ये पहचानना है कि हम सब के रंग-रूप में कोई न कोई फर्क होता है।

प्रश्न- गोरेपन या सांवलेपन से सुन्दरता को आँकना क्या आपको सही लगता है?



विज्ञापन कैसे बनता है?

हमें एक नया प्रोडक्ट बाज़ार में लाना है— फेयर एण्ड केयर क्रीम।
इसके लिए विज्ञापन कैसा हो?



इसमें खास बात क्या है?
अन्य क्रीम से कैसे फर्क है?

इससे त्वचा की नमी बनी रहती है एवं मिट्टी और धूप से भी बचाव है। लड़के-लड़की दोनों उपयोग कर सकते हैं।

यदि हम चाहते हैं कि युवा इसे खरीदें तो हमें किसी न किसी फिल्मी या टी.वी कलाकार को जोड़ना होगा।

इस चर्चा के बाद क्रीम बनाने वाली कंपनी ने विज्ञापन तैयार करने के लिए एक अन्य कंपनी को काम सौंप दिया। उन्होंने यह सब बातें समझ कर गीत तैयार किया, एक छोटी फिल्म बनाई और पोस्टर भी तैयार किया। फिर कुछ लोगों को दिखा कर उनकी प्रतिक्रिया ली गई उसमें सुधार किया गया। इसके बाद ही टी0वी0, पोस्टर, रेडियो पर यह विज्ञापन दिया गया और बाज़ार में यह बिकने लगी।

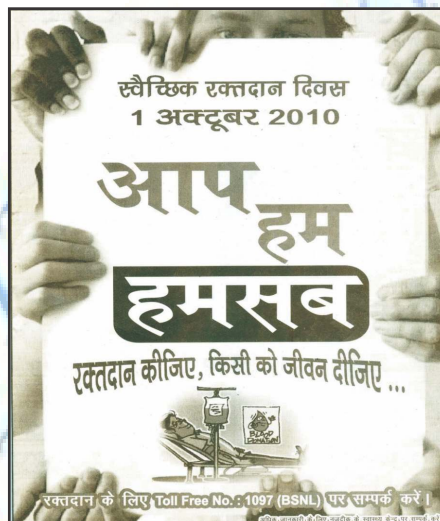
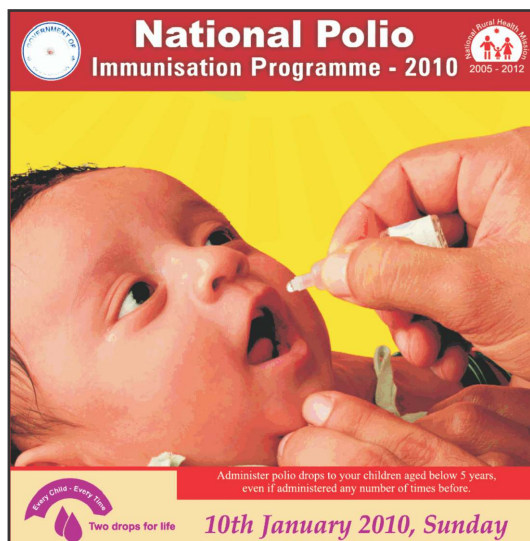


गोरेपन की निखार लाये जीवन में बहार



फेयर एण्ड केयर क्रीम
नया कंपनी बाज़ार रोड पटना

सूचना एवं जनसंपर्क विभाग के द्वारा लोकहित में कुछ विज्ञापन दिए जाते हैं।



इन विज्ञापनों और पूर्व के दोनों विज्ञापनों में क्या अन्तर है?

?

विज्ञापन एवं लोकतंत्र

विज्ञापन में बड़े-बड़े व्यावसायिक प्रतिष्ठान करोड़ों रुपये खर्च करते हैं। छोटे व्यापारी के साथ स्थानीय उत्पाद इससे प्रभावित होते हैं। पर यह जरूरी नहीं कि पैकेट वाली ब्रांडेड वस्तुएँ स्थानीय वस्तुओं से अच्छी ही हों। विज्ञापन से कई बार गरीब लोगों के आत्म सम्मान को ठेस पहुँचती है। जो विज्ञापित वस्तुएँ नहीं खरीद पाते हैं वे हीन भावना से ग्रसित होने लगते हैं। विज्ञापन धनी एवं प्रसिद्ध लोगों पर ध्यान केन्द्रित करता है और गरीबी, भेदभाव व आत्मसम्मान के बारे में हमारे विचारों को प्रभावित करता है। लोकतंत्र में समानता का मूल्य प्रधान होता है। विज्ञापनों से पड़ने वाले प्रभावों पर सजग रहना जरूरी है।

अभ्यास

1. विज्ञापन से हम किस प्रकार प्रभावित होते हैं?
2. पैकेट वाली वस्तु और खुली वस्तु में से आप किसे खरीदना पसन्द करते हैं? क्यों?
3. विज्ञापन को बार-बार प्रसारित क्यों किया जाता है?
4. आप विज्ञापन से प्रेरित होकर कौन-सी वस्तुएँ खरीदे हैं? किन्हीं पाँच वस्तुओं के बारे में लिखें।
5. विज्ञापित वस्तु की कीमत गैर-विज्ञापित वस्तु की तुलना में अधिक क्यों होती है?
6. इनमें से कौन से विज्ञापन सार्वजनिक हैं और कौन से व्यावसायिक? नीचे दी गयी तालिका में भरें। फिर अपने अनुभव के आधार पर कुछ और उदाहरण जोड़ें।

कोल्डड्रिंक्स का विज्ञापन

पल्स पोलियो का विज्ञापन

मोबाइल का विज्ञापन

असुरक्षित रेलवे क्रॉसिंग को पार करने का विज्ञापन

व्यावसायिक विज्ञापन	सार्वजनिक विज्ञापन
1.	1.
2.	2.
3.	3.

