अध्याय 7

विज्ञापन की समझ

© BSTPBC WEBCOPY, NOT TO BE PUBLISHED

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 है। 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 की तरफ से पैसा दिए 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 को 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 लग 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 हमारे चारों तरफ विज्ञापनों की भीड़ है। 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 है। वस्तुओं से लेकर शैक्षिक एवं व्यावसायिक

संस्थाओं तक के विज्ञापन बनाये जा रहे हैं, जैसे – कपड़े, कोल्ड्रिंक, 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 व उत्पादों की बिक्री में वृद्धि हो सके। विज्ञापन द्वारा उत्पादक कम्पनियाँ अपने बाज़ार का विस्तार करती है। इसका 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 है?
2. आपको पसंदीदा विज्ञापन कौन-कौन से हैं? ये 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 बाजार में पेंसिलें तो बहुत हैं फिर उनके अलग-अलग नाम क्यों हैं? लिखावट कैसे सुंदर हो सकती है?

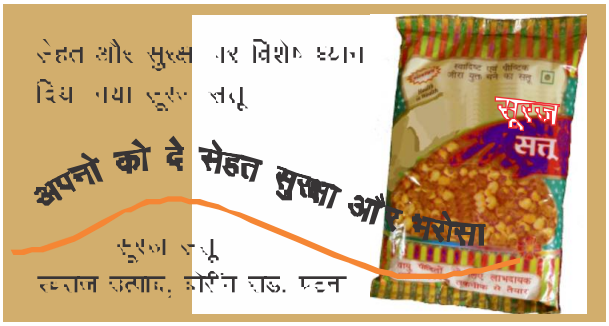
'स्वराज', पेंसिल के ब्रांड का नाम है। विज्ञापन ब्रांड निर्मिति करने के बारे में ही है। एक उत्पाद को बाज़ार में प्रचलित अन्य उत्पादों से भिन्न दिखाने के लिए ब्रांड का नाम दिया जाता है। जिससे एक विशिष्ट पहचान स्थापित करने की कोशिश की जाती है।

केवल ब्रांड के नाम आपको किसी वस्तुओं को खरीदने के लिए प्रेरित नहीं करते। 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 उस खरीदने

के लिए प्रेरित करने में विज्ञापन की भूमिका प्रमुख होती है। एक ब्राण्ड 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 करता हैं। हम इन विज्ञापनों के आधार पर न केवल उत्पाद खरीदते हैं, वरन ब्रांड उत्पादों का उपयोग करने से हम अपने और अपने मित्रों तथा परिवार के बारे में एक अलग तरह से सोचने भी लगते है। आगे दे विभिन्न उदाहरणों 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 बाजार 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 खुले सत्तू से बेहतर होने का दावा करता है प्रायः हर बंद पैकेट वाले सत्तू आस-पास 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।

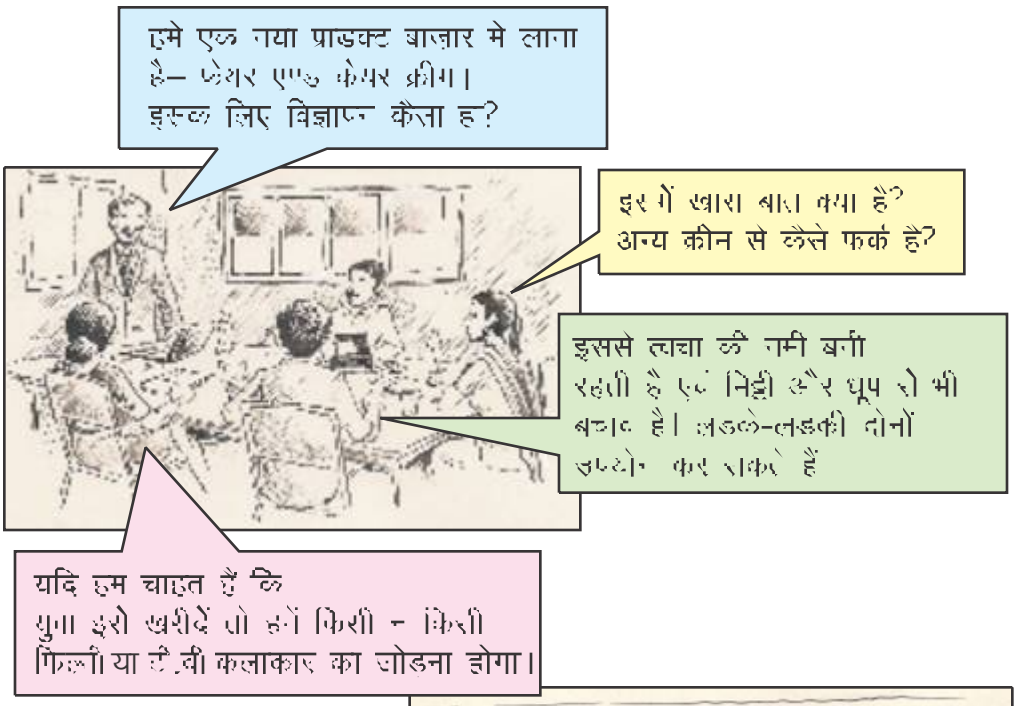
हमारे समाज में गोरा, आकर्षक एवं दूसरों से अलग दिखने की होड़ है। इसे सुन्दरता से जोड़ा जाता है। लड़कियों में गोरा एवं आकर्षक होना विवाह के लिए आवश्यक तत्व के रूप में देखा जाता है।

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

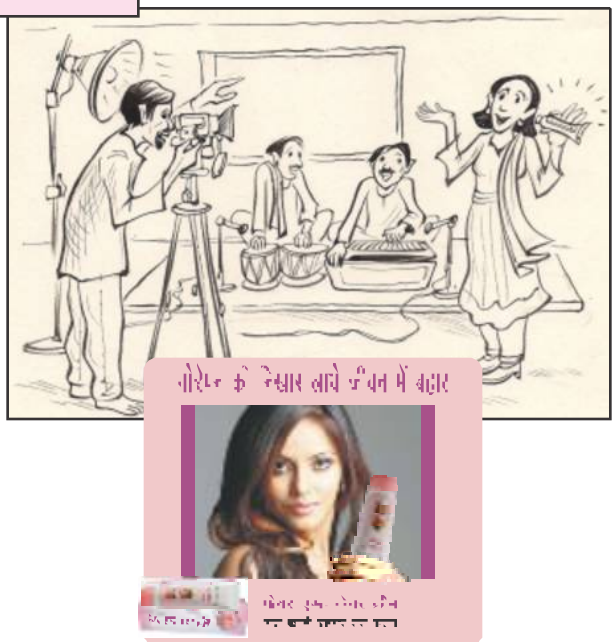
'मेलेनिन' हमें सूरज की नुकसानदायक पराबैंगनी किरणों से बचाता है। जिनकी त्वचा में मिलेनिन की मात्रा ज्यादा होती है वे सांवले दिखते हैं और जिनमें कम वे गोरे दिखते हैं। कोई भी क्रीम मिलेनिन की मात्रा कम या ज़्यादा नहीं कर सकती। गोरा करने वाली क्रीमों में एक ऐसा रसायन होता है जिससे चेहरे के बाल सुनहरे हो 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 गोरापन बढ़ाने वाली क्रीम सच बोल रही है या हमें मूर्ख बना रही है? सबसे बड़ी बात तो यह 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?

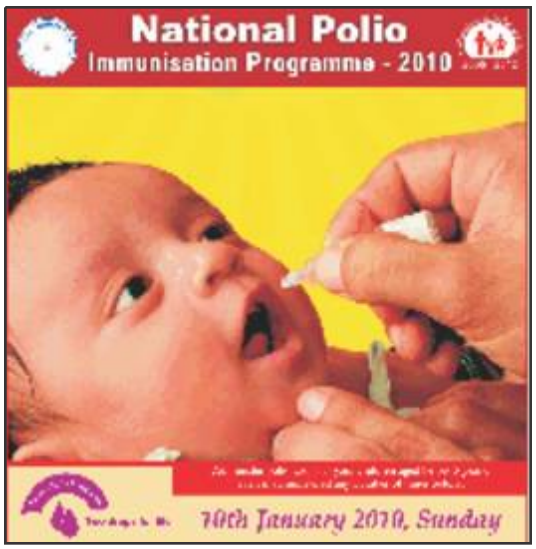
विज्ञापन कैसे बनता है?



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 किए गया। इसके बाद ही टी०वी०, पोस्टर, रेडियो पर यह विज्ञापन दिए गया और बाजार में यह बिकने लगी



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 व्यवसायिक प्रतिष्ठान करोड़ों रुपये खर्च करते हैं। छोटे व्यापारि के साथ स्थानीय उत्पाद इससे प्रभावित होते हैं। पर यह जरूरी नहीं कि पैकेट वाली ब्रांडेड वस्तुऐं 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 ग्रस्त होने लगते हैं। विज्ञापन धनी एवं प्रतिष्ठित वर्ग पर ध्यान केन्द्रित करता है और गरीबी, भेदभाव व आत्मसम्मान के बारे में गलत 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 खरीदते 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.

© BSTBPC WEBCOPY, NOT TO BE PUBLISHED