

# चतुर्थ अध्याय

पत्रकारिता में विज्ञापन का महत्त्व

## अध्याय - 4

### पत्रकारिता में विज्ञापन का महत्त्व

#### 1. पत्रकारिता में विज्ञापन की महत्त्व एवं समस्याएँ

“पत्रकारिता ज्ञान और विचार को शब्दों एवं चित्रों के माध्यम से दूसरों तक पहुँचाने की पत्रकला है।”

- रामकृष्ण रघुनाथ

{आधुनिक पत्रकारिता की रूपरेखा; इन्द्र चन्द्र रजवार; पृ० 21}

#### 1.1 पत्रकारिता में विज्ञापन की महत्त्व

पहले की तुलना में शहरों की तरह गाँव का थोड़ा - सा भी साक्षर व्यक्ति पत्रकारिता का जागरूक और नियमित पाठक हो गया है। उसे सुबह की चाय के साथ बौद्धिक भूख मिटाने के लिए एक हाथ में पत्रकारिता यानि समाचार भी चाहिए। पत्रकारिता में समाचारों को पढ़ते-पढ़ते उसकी निगाह उसमें छपे विज्ञापनों पर जाती है। ये विज्ञापन पत्रकारिता की आय के मुख्य साधन होते हैं।

पत्रकारिता यदि राष्ट्रीय स्तर की चेहरा है, तो इनमें विज्ञापन छपाई का मूल्य होता है। वस्तुतः पत्रकारिता की आय और दूसरे मुद्रित प्रतियों की बिक्री

से होने वाली आय आम तौर पर पत्रकारिता की कुल आय का लगभग आधा हिस्सा विज्ञापनों से प्राप्त होता है। कुछ ऐसी पत्रकारिता भी है जो 50 प्रतिशत से अधिक स्थान विज्ञापनों को देते हैं। एक अध्ययन के अनुसार अखबारों में छपे विज्ञापनों का सार्वधिक प्रभाव पाठकों पर पड़ता है इसलिए उपभोक्ता वस्तुओं से संबंधित विज्ञापनों की संख्या अधिक होती है।

पत्रकारिता में विज्ञापन का महत्त्व बहुत ज्यादा है क्योंकि वस्तु या समान-विशेष के प्रचार और महत्त्ववृद्धि के लिए जो-जो काम एक विज्ञापन अपने ढंग से करता है उस काम से पत्रकारिता के वृद्धि के लिए लाभदायक होता है। पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापन किसी व्यक्ति अथवा संस्था या सिद्धांत विशेष को महत्त्व दिलाकर समाज के हित-साधन के योग्य बनाने के लिए काम करता है।

विज्ञापन अपने महत्त्व को प्रमाणित करते समय पत्रकारिता कभी उसकी त्रुटियों या दुर्गुणों पर पर्दा डालने का प्रयास भी नहीं करती उसकी क्षमताओं को आँकना तथा समाज-सेवा के योग्य बनाना भी उसका एक लक्ष्य होता है। पत्रकारिता का प्रचार मात्र करके सन्तोष नहीं कर लेती अपितु उन्हें इस योग्य भी बनाती है कि वे दूसरों का हित-साधन भी कर सकें। अतः उसकी कृति पर पाठकों का उसी रूप में भरोसा और विश्वास भी होता है। पत्रकारिता में विज्ञापन का अलग स्थान होते हैं जो पाठक की आँखों को आकर्षित कर देते हैं। पत्रकारिता में विज्ञापन की महत्ता और उस पर निर्भरता उसके अर्थतंत्र की विशिष्टताओं से जुड़ी हुई है। पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापन मौलिक उद्भावना

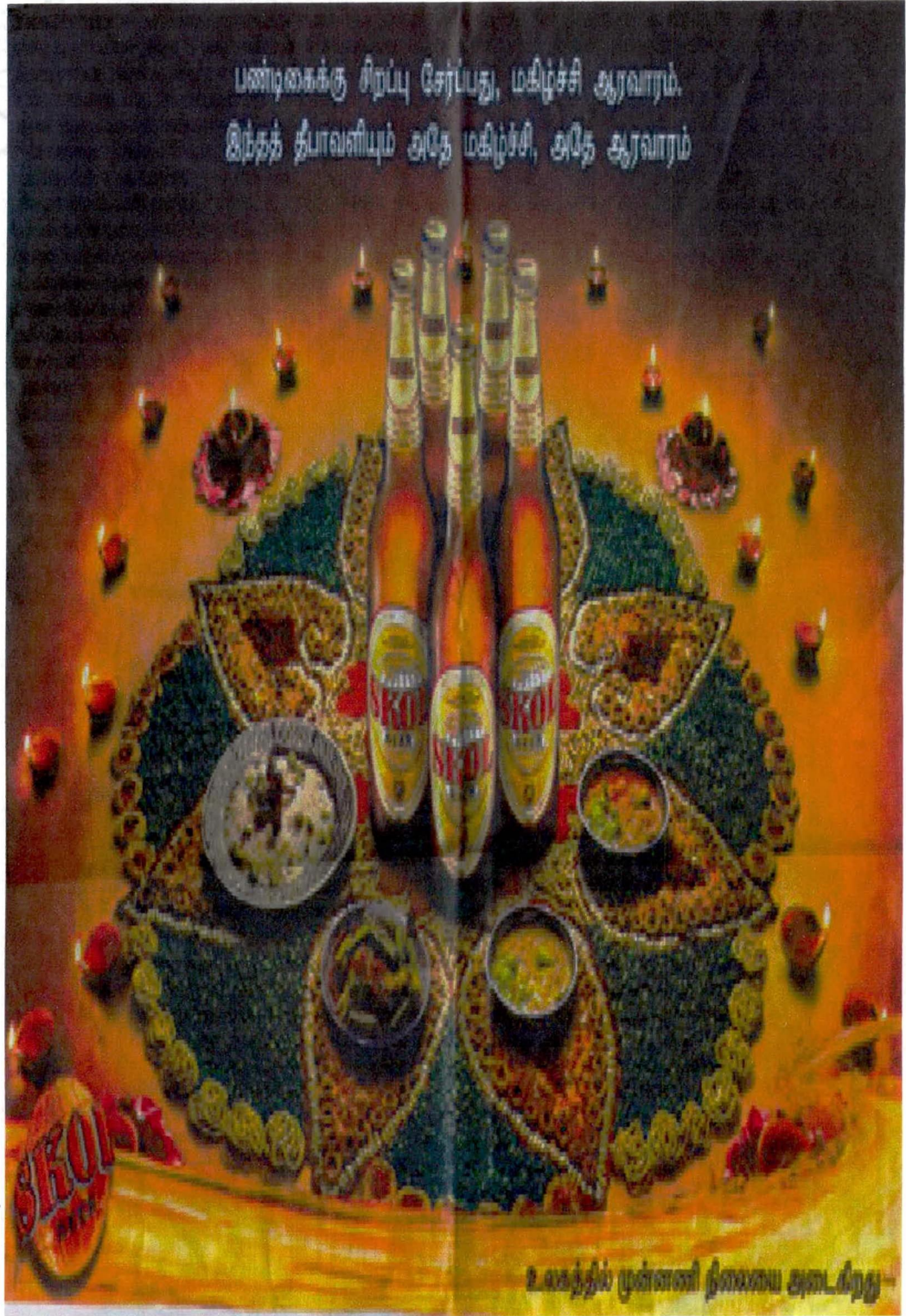
तथा सृजनात्मक कला-दृष्टि का होने के कारण समाचार-पत्रों के बिक्री में वृद्धि होती है। पत्रकारिता में विज्ञापन भी एक प्रकार से बिक्री का साधन होता है जो बिक्री-कला का निर्वैयक्तिक स्वरूप होता है जिसमें एक साथ ही बहुत से लोगों तक बात/सूचना पहुँचाने का प्रयास करता है।

विज्ञापन पत्रकारिता को गंभीर आर्थिक संकट से ऊपर उबारने में भी सहायक सिद्ध होता है। आजकल पत्रकारिता में विज्ञापन का महत्त्व इतना अधिक है कि पत्रकारिता का पूरा पृष्ठ ही विज्ञापन घेर लेता है या किसी पृष्ठ पर केवल एक खबर होती है, बाकी जगह विज्ञापन प्रकाशित होते हैं। अतः विज्ञापन ही खबर बन रहे हैं।

खबर बने विज्ञापन पत्रकारिता के कलेवर को अधिकाधिक आकर्षक रूप दे रहे हैं। प्रथम पृष्ठ के काफी हिस्से पर आज विज्ञापन कब्जा जमाए बैठे हैं। जिससे पत्रकारिता के लिए ज्यादा पैसा मिलता है। अतः विज्ञापन के बिना पत्रकारिता अधूरा है। दोनों एक दूसरे के लिए बने हैं। स्पष्टतः दोनो एक दूसरे के बिना अधूरे हैं।

**“Advertising devoted primarily to selling the corporate personality with its first objective going beyond the direct sale of a single product or service.”**

- राष्ट्रीय विज्ञापनदाता एवं प्रकाशन सूचना संघ  
(विज्ञापन की दुनिया; कुमुद शर्मा; पृ०14)



विज्ञापनों द्वारा समाज पर विपरीत प्रभाव

पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापन की अनेकविध उपयोगिताओं के बाद भी इसका एक सीमा तक समस्याएँ होता है। आजकल विज्ञापन समाज के महत्त्वपूर्ण वर्ग को विशेषतः पढ़े-लिखे समाज को उनकी ओर से विमुख भी किया है। जिससे अनपढ़ लोगों को लाभदायक नहीं बनाता है।

पत्रकारिता को विज्ञापन के सशक्त माध्यम के रूप में अपनाने में महत्त्वपूर्ण समस्याएँ भी होती हैं, जैसे :

- ◆ पत्रकारिता का जीवन एक दिन या इससे भी कम होता है और हर अगले दिन आज का पत्रकारिता बासी हो जाता है।
- ◆ पत्रकारिता के लिए विज्ञापन तैयार कराने पर खर्च अधिक आता है और प्रति पाठक के हिसाब से विज्ञापन महँगा बैठता है।
- ◆ पत्रकारिता समाचारों के लिए ही जल्दबाजी में पढ़ा जाता है, इसलिए विज्ञापन की ओर ध्यान जाना आवश्यक नहीं होता। जिन पृष्ठों में विज्ञापन ही भरे होते हैं, उन्हें “समाचार का भूखा” माना जाता है।
- ◆ हजारों-लाखों की संख्या में शीघ्रता से छपाई होने के कारण मुद्रण की उत्तमता पत्रकारिता में नहीं होती।
- ◆ पत्रकारिता में विज्ञापन काफी पहले से भेजना होता है, अतः विज्ञापनों में सामयिकता का तत्त्व समाविष्ट नहीं किया जा सकता।
- ◆ राष्ट्रीय स्तर पर विज्ञापन-अभियान पत्रकारिता के माध्यम से चलाना बहुत व्ययसाध्य है। अतः इस ओर बढ़ने से पहले पर्याप्त सोच-विचार आवश्यक

- है।
- ◆ विशिष्ट वर्ग के लोगों तक पत्रकारिता के माध्यम से पहुँचने में बहुत-सा खर्च करना होता है।
  - ◆ भाषायी पत्रकारिता का मुद्रण-स्तर प्रायः उत्कृष्ट नहीं होता। फिर भी, प्रसार-संख्या की दृष्टि से विशिष्ट वर्ग तक विज्ञापन-संदेश पहुँचाने के लिए उन्हीं पत्रकारिता का चयन करना होता है जिनसे वांछित प्रभाव नहीं हो पाता।
  - ◆ अगर विज्ञापन एक से अधिक रंगों में होता है तो हर अतिरिक्त रंग का कुछ अधिक खर्चा करना पड़ता है।
  - ◆ पत्रकारिता माध्यम में प्रसार-संख्या तो अधिक है, लेकिन ग्राहक उसमें प्रकाशित विज्ञापनों को गंभीरता से न पढ़ता हो तो उस प्रसार-संख्या का अर्थ ही नहीं होता।
  - ◆ अधिकांश पत्रकारिता के मुद्रण का स्तर बहुत अधिक अच्छा नहीं है अतः उसमें प्रकाशित विज्ञापन समाज को अधिक आकर्षित नहीं कर पाते।
  - ◆ अशिक्षित लोगों को पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापनों का कोई लाभ नहीं मिलता।
  - ◆ छोटे पत्रकारिता का प्रसार क्षेत्र सीमित होता है। जिसके कारण उनमें प्रकाशित विज्ञापनों को बहुत कम महत्त्व होता है और बहुत कम लोग पढ़ पाते हैं।
  - ◆ आजकल दूरदर्शन, की लोकप्रियता और प्रसार क्षेत्र बढ़ जाने के बाद

पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापनों का प्रभाव बहुत कम हो गया है।

◇ पत्रकारिता में छोटे बड़े विज्ञापन साथ-साथ प्रकाशित होते हैं जिससे छोटे विज्ञापनों की ओर कोई ध्यान नहीं देता है।

◇ पत्रकारिता में छोटे या दैनिक प्रयोग की घरेलू वस्तुओं की विज्ञापन अधिक छपते हैं।

## 2. जनसंचार माध्यमों में समाचार-पत्र का योगदान

“विज्ञापन बिक्रीकारी के किसी अन्य प्रकार की भाँति लोगों के विचारों और क्रियाओं को प्रभावित करने का प्रयास है।”

- जॉन वी. ल्युंड

(विज्ञापन की दुनिया; कुमुद शर्मा; पृ० 13)

आज के इस बदले हुए परिदृश्य में जब समाचारों को प्राप्त करने के लिए अनेक जनसंचार माध्यम मौजूद हैं जिसमें पत्रकारिता की उपयोगिता बड़े पैमाने पर बढ़ी है। ऐसे समय में समाचार पत्रों में छपने वाले समाचार विलम्ब से जनता तक पहुँचते हैं। जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में समाचार का विशेष महत्त्व है।

आज जब हमारे सामने आकाशवाणी, दूरदर्शन, समाचार एजेंसियाँ, टेलीफिल्म, टेलेक्स, वेबसाइट, इंटरनेट, हॉट लाइन आदि सूचना के तीव्रगामी साधन उपलब्ध हैं ऐसे में समाचार-पत्र की भूमिका पर प्रश्न किया जाना

स्वाभाविक है। इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के आगमन के साथ ही यह भय उत्पन्न हुआ था कि कहीं समाचार-पत्र समाप्त न हो जाए। लेकिन जनसंचार के इन तमाम माध्यम के बीच समाचार की भूमिका अपनी जगह पहले से और अधिक मजबूत हुई है। जनसंचार माध्यम के इन तीव्रगति साधनों से समाचार-पत्र को सजने और संवरने में और अधिक सहायता मिली है तथा अन्य माध्यमों को भी समाचार-पत्र से मदद मिलने लगी है।

जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में समाचार-पत्र ही ऐसा माध्यम है जो समय और साधनों की सीमाओं को समाप्त कर हमेशा अपनी भूमिका निभाती रहती है। आज का मनुष्य सूचनाओं के बिना विकास नहीं कर सकता और सूचनाओं के बिना विकास नहीं कर सकता और सूचनाओं के इस बाजार में पत्रकारिता अपनी अहम् भूमिका निभा रही है।

यही कारण है कि आज भी समाचार-पत्रों की संख्या बढ़ रही है। समाचार-पत्रों में छापे गए चित्र बहुत लंबे समय तक पाठक के मन में अपना प्रभाव डालते रहते हैं। कभी-कभी तो पीढ़ी दर पीढ़ी तक वह संग्रहित चित्र अपना कार्य करते रहता है। इस प्रकार नई तकनीकी आने से समाचार-पत्र और अधिक मजबूत तथा सुसज्जित हुई है।

यह युग समाचार-पत्रों और जनसंचार माध्यमों का है। स्वतंत्रता के बाद क्रमशः भारतीय समाचार-पत्रों का व्यवसाय बहुत अधिक विकसित होता जा रहा है। इनकी प्रसार संख्या लगातार बढ़ रही है। आज समाचार-पत्रों का स्वरूप पहले जैसा नहीं रहा। उनका प्रस्तुतिकरण जनसंचार माध्यमों के साथ और

अधिक विकसित हुआ है। इस प्रकार जनसंचार से समाचार-पत्र का प्रस्तुतिकरण पहले की तुलना में अधिक उपयुक्त और मनोरम हो पाया है। अतः आज जनसंचार की उपलब्धता ने समाचार-पत्रों की जीवन कहानी को बहुत रोचक बना दिया है। आजकल समाज में बहुत तेजी से घटनाएँ घटती हैं जिसके कारण समाचार-पत्रों का अभाव है।

सामाजिक मूल्यों और मानवीय सरोकारों की स्थापना में समाचार-पत्रों की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है। जीवन और जगत को सुन्दर बनाने की चिन्ता का संवाहन समाचार-पत्रों के द्वारा ही होता है। अतः जनसंचार माध्यमों की विकास यात्रा को देखने से यह कहा जा सकता है कि आगामी समय में इस क्षेत्र में और विकास सम्भव है और अधिक सुसज्जित समाचार-पत्र पाठकों के लिए उपलब्ध हो सकेंगे।

### 3. समाचार-पत्र - विज्ञापन का सशक्त संचार माध्यम

“विज्ञापन वह वाहक अथवा माध्यम है जिसके द्वारा विज्ञापित संदेश एक व्यक्ति या समुदाय को प्रभावित करने की दृष्टि से पहुँचाया जाता है।”

- नाइस्ट्रोम

{जनसम्पर्क विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम; एन.सी.पंत; पृ०105}

विज्ञापन माध्यम उन साधनों को कहा जाता है जो किसी वस्तु या सेवा को भावी उपभोक्ताओं तक पहुँचाने की व्यवस्था करते हैं; जिसके परिणामस्वरूप

उत्पाद या सेवा का विक्रय और उत्पादक को लाभ मिल सके। देश में विज्ञापन माध्यमों पर प्रतिवर्ष करोड़ों रुपए खर्च होते हैं और ज्यों-ज्यों उत्पादन बढ़ता है त्यों-त्यों समाचार पत्र पर व्यय होने वाली लाभ भी तेज गति से बढ़ती जाती है। विज्ञापनों पर काफी धन व्यय किया जा रहा है। इसके प्रतिशत समाचार पत्रों में निरन्तर वृद्धि हो रही है। समाचार पत्रों के अस्तित्व में आने पर भी आज विज्ञापन व्यापक रूप से लोगों के पास समाचार ले जाने का श्रेष्ठ संचार माध्यम है।

आधुनिक संचार माध्यमों में समाचार-पत्र का संबंध विज्ञापन के सशक्त संचार माध्यम से है। संचार माध्यमों में समाचार-पत्र का महत्वपूर्ण स्थान है किसी भी समाचार-पत्र में जब तक विज्ञापन का प्रकाशन न हो तब उस समाचार-पत्र को आकर्षक बनाना सम्भव नहीं होता। इसलिए समाचार-पत्र - विज्ञापन का सशक्त संचार माध्यम माना जाता है। समाचार-पत्र में विज्ञापन का व्यापक स्थान है।

समाचार-पत्र की बढ़ती माँग को देखते हुए विज्ञापनों के लिये संचार माध्यमों में व्यवस्थाएँ भी की गयी है। संचार माध्यमों में समाचार-पत्र का सबसे महत्वपूर्ण कला माना जाता है क्योंकि विभिन्न माध्यमों से प्राप्त समाचारों को निर्धारित पृष्ठों में प्रस्तुत करना और ज्यादा - से - ज्यादा विज्ञापनों को प्रकाशन करके समाचार-पत्र को आकर्षण बनाना आसान कार्य नहीं है।

जितने संचार माध्यमों को पारकर विज्ञापन समाचार-पत्रों तक आती ही उनकी गुणवत्ता और सत्यता उतनी ही अधिक बनी रहती है। अतः समाचार-पत्रों ने ही हमारे समाज को आधुनिक बनाया। संचार माध्यमों में समाचार-पत्रों में भी भारी परिवर्तन ला दिया है। समाचार-पत्र में जिस प्रकार परिवर्तन आया है उससे अब विज्ञापन की भूमिका अत्यन्त महत्त्वपूर्ण हो गयी है।

समाचार-पत्र जनता की आवाज़ देश और विश्व में पहुँचाने में प्रभावशाली भूमिका का निर्वाह करते हैं तो विज्ञापन समाचार-पत्र के बिक्री तथा वितरण को बढ़ाने में मदद करता है। समाचार-पत्रों का मूल आधार तो विज्ञापन ही होता है, फिर भी विज्ञापन ने संचार माध्यमों के साथ ही, संसार को भी व्यापक रूप से महत्त्व दिया है।

#### 4. विज्ञापनों की चुम्बकीय आकर्षण शक्ति एवं जनता की प्रतिपुष्टि

“विज्ञापन एक ऐसा साधन है जिसके द्वारा पहुँचाया जाने वाला संदेश व्यक्ति अथवा लोगों को प्रभावित करता है। उत्पाद, सेवा, विचार और इनसे संबंधित सूचना का विस्तार ही विज्ञापन कहलाता है।”

- अमेरिकी जर्नल 'एडवर्टाइजिंग एज'

(मीडिया के विविध आयाम; योगेश कुमार गुप्ता; पृ० 159)

वर्तमान समय में विज्ञापनों द्वारा उत्पाद को बेचने की रणनीति ने व्यक्ति की जरूरतों के मायने ही बदल दिए हैं। बुनियादी उत्पाद संबंधी सूचना या

संचार का आज उपभोक्ता की नजर में अधिकतम महत्त्व हैं। आजकल विज्ञापन जनता को उनकी ओर आकर्षण करने की सशक्त माध्यम है। विज्ञापनों के आय का स्रोत है जनता। जो विज्ञापन से आकर्षित होकर उनकी बिक्री में मदद करते हैं। वास्तव में विज्ञापन सूचनाओं को इतने सृजनात्मक एवं कलात्मक रूप में संप्रेषित एवं प्रस्तुत करता है कि पत्रकारिता को देखने से ही जनता की नजर विज्ञापन की ओर ही जाता है।

विज्ञापन के द्वारा समाचार-पत्र जनता को इतना आकर्षित करते हैं कि उनकी बिक्री में लाभदायक कीमत प्राप्त कर सके। विज्ञापन द्वारा समाज को अधिकतम सूचना प्राप्त हो जाती है अतः वह पूर्ण संतुष्ट होकर तब वे पत्रकारिता को खरीददारी का निर्णय लेता है। विज्ञापन का महत्त्वपूर्ण कार्य है कि जनता को उनकी आकर्षण शक्ति के द्वारा उनकी ओर खींच ले ताकि विभिन्न संचार माध्यमों को लाभ मिले।

पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापन जनता को आकर्षित करने के लिए यह आवश्यक ध्यान रखना चाहिए कि विज्ञापन की विषयवस्तु संक्षिप्त, पूर्ण और सहज भाषा का होना चाहिए। क्योंकि तभी जनता को आकर्षण करने में लाभदायक हो सकता है और जनता आसानी से समझ सकता है।

विज्ञापनों की चुम्बकीय आकर्षण के निम्नलिखित आधार होते हैं :-

- ‡ मूल्य और मितव्ययिता।
- ‡ समय और शक्ति की बचत।
- ‡ उत्पाद की गुणवत्ता, शुद्धता और उसका टिकाऊपन।

- ‡ शारीरिक मानसिक स्वास्थ्य हेतु आश्वासन।
- ‡ रंग-रूप का दिखावा तथा फैशन की अनुरूपता।
- ‡ सामाजिक अनुमोदन।

जनता विज्ञापन में आर्थिक प्रक्रिया का अकाट्य अंग बन गया है। जनता विज्ञापन में सर्वव्यापी उत्पादन बन गया है। अतः यह आवश्यक हो गया है कि विज्ञापन की आर्थिक व सामाजिक दृष्टि से जाँच-परख की जाए बल्कि समय-समय पर होती रहनी चाहिए। ताकि इसका कुप्रभाव जनता पर न पड़े।

जनता के हर वर्ग के लिए अधिक - से - अधिक लाभ पहुँचाने के उद्देश्य से विज्ञापन कार्य करता है। समाज में पत्रकारिता के द्वारा विज्ञापन में अनेक संबंध स्थापित हो रहे हैं। आजकल पत्रकारिता में सूचनाओं की जगह विज्ञापनों की भरमार हो रही क्योंकि आज का व्यस्त मनुष्य उत्तम वस्तुओं के चुनाव के लिए जनता विज्ञापनों का सहारा लेता है।

ये चुनाव के लिए पत्रकारिता जनता को मदद करते हैं। इसलिए जनता के लिए पत्रकारिता लाभदायक साधन है। आजकल समाज में होने वाली बुराइयों को जनता तक ले आने का कार्य पत्रकारिता करता है।

जिसमें प्रकाशित विभिन्न विज्ञापनों के द्वारा जनता को जागरूक करने में लाभदायक कार्य करता है। जनता को वस्तुओं के बारे में सचाई को सीधे-सादे तरीके से बताकर जनता के बीच विश्वास पैदा करने में पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापन के द्वारा यह काम लागू होता है।

आज के युग में विज्ञापन जनता के लिए लाभदायक चीज है जिसके बिना जीवन अधूरा-सा दिखाई देता है। जनता को आकर्षित करने के लिए पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापन एक सशक्त माध्यम का कार्य करता है। इसलिए विज्ञापन पत्रकारिता का जीवनरक्त है।

## 5. विज्ञापनों के द्वारा पत्रिकाओं की बिक्री तथा वितरण

“विज्ञापन एक व्यक्ति के मस्तिष्क में एक विचार को स्थानान्तरित करने की कला है।”

- रोजर रीवज

{आधुनिक विज्ञापन; डा० प्रेमचंद पातंजलि; पृ० 13}

पत्रकारिता की उपादेयता तभी पूरी होती है जब वह पाठकों तक पहुँच जाए। जिस तरह से तमाम सूचनाएँ समाज से एकत्रित कर पत्रकारिता कार्यालय को पहुँचाना कठिन कार्य है ठीक उसी तरह से छपे हुए विज्ञापनों को पाठकों तक पहुँचाना एक श्रमसाध्य कार्य है।

विज्ञापन का काम वस्तु या सेवा के विषय में शीघ्रता से व्यापक स्तर अधिक से अधिक लोगों तक जानकारी पहुँचाना, उसके गुणों से परिचित कराना तथा उनमें उसके विषय में जागरूकता पैदा करना ही तो है। लेकिन यदि पत्रकारिता चतुराई से, धैर्यपूर्वक, साहस के साथ लगातार लाभ मिलता है तो विज्ञापन बिक्री का एक सर्वाधिक उपयोगी साधन हो सकता है। पत्रिकाओं की बिक्री विज्ञापन की कुशलता पर निर्भर है। इसलिए आजकल घर-घर विज्ञापन के

द्वारा पत्रिकाओं की बिक्री को बढ़ाया जा रहा है। कुछ पत्रकारिता पुरस्कार योजनाएँ देकर पाठक संख्या बढ़ा रहे हैं। पत्रकारिता के एक अंक पर लाखों रूपयों का व्यय होता है।

उसकी लगत प्रायः पत्रकारिता में छिपे विज्ञापनों में पूरा होती है। पत्रकारिता का वितरण सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण कार्य होता है। पत्रिकाओं की बिक्री में पुस्तक विक्रेता और चौराहों तथा रेलवे स्टेशनों पर आवाज लगाकर बेचने वालों की भूमिका भी महत्त्वपूर्ण होती है। पत्रकारिता का वितरण तुरन्त किया जाना जरूरी होता है।

आज के समय में सूचनाएँ अन्य माध्यमों से समाज तक पहुँचती हैं और वे माध्यम इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम हैं। अतः पत्रकारिता का तुरन्त वितरण न हो पाने से उसकी प्रासंगिकता समाप्त हो जाती है। पत्रकारिता की बढ़ती संख्या और उनके बीच रोज-रोज बढ़ती जा रही विज्ञापनों ने वितरण प्रणाली पर अधिक ध्यान देने के लिए मजबूर किया है।

पत्रकारिता के व्यवसाय का संबंध उसके विज्ञापन से ही है। पत्रकारिता का प्रसार उसका विज्ञापन, कच्चे माल की खरीद, मुद्रण, बिक्री तथा वितरण विभाग का ही होते हैं। पत्रिकाओं की बिक्री तथा वितरण से जो लाभ प्राप्त होती है उससे विज्ञापनों के प्रकाशन का व्यय शामिल होता है।

अतः विज्ञापन ही इसकी आमदानी बढ़ाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करते हैं। आधुनिक युग में पत्रिकाओं के बिक्री से यह पता चलता है कि इसके

बढ़ाने के लिए यही उपाय है कि पत्रकारिता में विज्ञापन का अभिन्न अंग है। भारत के सभी पत्रिकाओं बिक्री और वितरण की व्यापक व्यवस्था से जुड़े हैं।

पत्रिकाओं का विक्रय मूल्य और पृष्ठों की संख्या में सन्तुलन बनाये रखने के लिए अब अनेक प्रकार के प्रयास किये जा रहे हैं। पत्रिकाओं कितना भी कुशल क्यों न हो और वह कितना भी अच्छा विज्ञापनों को निकाले जब तक उसका विक्रय ठीक से नहीं होता तब तक उस पत्रिकाओं का जीवित रह पाना सम्भव नहीं हो पाता।

अतः पत्रिकाओं के वितरण और बिक्री की उचित व्यवस्था अत्यन्त आवश्यक है। तभी उस पत्रकारिता का नाम आगे बढ़ सकता है। पत्रिकाओं की बिक्री तथा वितरण अधिक होता है तो वे लाभ प्राप्त करते हैं और अनेक समस्याओं का सामना करने में मदद करता है। समाज में विज्ञापन को सामूहिक माध्यम के रूप में उपयोग होने के कारण विज्ञापन की योगदान को बढ़ोत्तर देने में बिक्री तथा वितरण सहयोग देता है।

आज के लोकतांत्रिक देशों में पत्रकारिता को व्यापक रूप से विज्ञापन प्राप्त होते हैं और वे अनेक प्रकार के उन ग्राहकों से प्राप्त होते हैं जो इन पत्रिकाओं के पाठक होते हैं। आज के युग में पत्रकारिता से प्रतिवर्ष 10 करोड़ रुपये से भी अधिक लाभ प्राप्त होते हैं जिससे यह समाज के लिए लाभ प्राप्त करके देते हैं।

हमारे जीवन में पत्रकारिता का इतना महत्त्वपूर्ण स्थान हो गया है कि हमारे जीवन का एक भाग बन गया है। पत्रकारिता की अपनी एक विशिष्ट

सजावट होती है और उसका विन्यास भी एक कला बन गया है। पत्रकारिता में रंगीन विज्ञापन को प्रकाशित करके समाज को लाभदायक सूचना देने का कार्य करते हैं। इस युग में पत्रकारिता शहरों में ही नहीं गाँवों में भी संवाद और संचार का महत्त्व बढ़ता है।

पत्रिकाओं का बिक्री तथा वितरण की व्यवस्था अब छोटे-छोटे गाँवों तक भी फैल गया है। भारत जैसे विशाल देशों में जनसंचार माध्यमों के लिए बिक्री तथा वितरण उतना आवश्यक चीज बना गया है कि जितना बिक्री होती है तो उसका वितरण करना होता है। वितरण की अच्छी व्यवस्था से बिक्री बढ़ जाती है। यह क्षेत्र भी अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है क्योंकि जब तक पत्रकारिता में विज्ञापन न हो तब तक उसके प्रकाशन का कोई महत्त्व नहीं है।

पत्रकारिता का प्रकाशित होना ही महत्त्वपूर्ण नहीं है उसका आम लोगों तक पहुँचाना भी अत्यन्त आवश्यक है और यह विज्ञापन के द्वारा संभव है। पत्रिकाओं की बिक्री ज्यादा होने के कारण विज्ञापन का उत्पाद भी बढ़ गया है। इस प्रकार पत्रकारिता के आर्थिक विकास में विज्ञापन अपना हाथ बटाता है। बिना विज्ञापन के पत्रकारिता का चलाना बेकार ही है, इसलिए यह कहना ठीक है कि विज्ञापन पत्रकारिता का जीवनरक्त है।

