

# द्वितीय अध्याय

विज्ञापन का सामान्य परिचय

## अध्याय - 2

# पत्रकारिता में विज्ञापन की पृष्ठभूमि

### 1. विज्ञापन का अर्थ एवं परिभाषा

“विज्ञापन बहुमात्र उत्पाद के विपणन तथा उत्पाद की गति बनाए रखने का माध्यम है।”

- गार्डनर

(जनसंचार, जनसंपर्क एवं विज्ञापन; डॉ. सुजाता वर्मा, जी.पी. वर्मा; पृ० 117)

विज्ञापन विकास की धुरी है। 21वीं सदी का युग विज्ञापन का युग है, ऐसा नहीं है, विज्ञापन उतना ही पुराना है जितना वाणिज्य। 21वीं सदी का आधुनिक समाज विज्ञापन के मायावी जाल में फँसता जा रहा है। आज विज्ञापन का ही प्रभाव है कि समाज के विभिन्न क्षेत्रों में जागृति और नयेपन का सूत्रपात हुआ है।

विज्ञापन आज प्रचार व प्रसार का एक सर्वव्यापी व शक्तिशाली माध्यम बन चुका है। सारे जनसंचार माध्यमों (समाचार-पत्रों से लेकर इंटरनेट तक) की मुख्य आमदनी विज्ञापन से होती है। विज्ञापन केवल धनार्जन ही नहीं करता बल्कि सामाजिक परिवर्तन भी करता है। इसके द्वारा लाखों-करोड़ों लोगों

में नये विचारों का सृजन भी होता है। हम अपने चारों ओर दृष्टि दौड़ाए तो प्रतीत होगा कि हम हर तरफ विज्ञापन की अटूट शृंखला में आबद्ध हैं। विज्ञापन शब्द का सन्धि-विच्छेद करने पर इसके अर्थ का बोध होता है। 'वि' उपसर्ग है, जिसका अर्थ है - विशेष और 'ज्ञापन' शब्द का अर्थ है - जानकारी देना, या विशेष सूचना या ज्ञान।

इस प्रकार "विज्ञापन" का शाब्दिक अर्थ हुआ - सार्वजनिक सूचना, सार्वजनिक घोषणा, या ध्यानाकर्षण। 'विज्ञापन' को सूचना या अपील का ललित प्रस्तुतीकरण भी कहा जाता है। यह अँग्रेजी के 'Advertising' शब्द का हिन्दी रूपान्तर है जो लैटिन भाषा के 'Advertere' से बना है जिसकी उत्पत्ति फ्रांसीसी शब्द 'स्वरटिर' से होती है जिसका अर्थ है 'पलटना' अथवा सूचित करना होता है।

'Advertere' का अर्थ है किसी का ध्यान खींचना या विवरण देना। वास्तव में विज्ञापन द्वारा जनसामान्य के ध्यान को किसी सामग्री अथवा सेवा की ओर आकर्षित किया जाता है। 'वि' और 'ज्ञापन' से बने शब्द विज्ञापन के दो अर्थ के लिए जाते हैं :-

❖ विज्ञापन प्रक्रिया (Advertising)

❖ विज्ञापन सामग्री (Advertisement)

विज्ञापन एक ऐसा प्रभावशाली माध्यम है जिसके आधार पर उत्पादित वस्तु के संबंध में जनता की स्वीकृति निर्मित की जा सकती है। अपने समाज के लाभ के लिए जिसमें हम रहते हैं तथा जिसमें व्यापार का विकास आवश्यकता तथा इच्छुक माना जाता है, उसमें व्यापार का स्वयं विकास किया जा सकता है।

## 1.1 विज्ञापन की परिभाषा

विज्ञापन से परिचित सभी हैं। इसके अर्थ को भी सभी समझते हैं। किन्तु इसके कुछ शब्दों में बँध कर परिभाषित करना अत्यन्त दुष्कर कार्य है, क्योंकि प्रत्येक व्यक्ति के लिए विज्ञापन का अर्थ भिन्न है। जहाँ विज्ञापन का प्रकाशन करने वाले माध्यम के लिए यह मात्र आय का प्रमुख स्रोत है, एक उत्पादक के लिए बाजार तलाशने का सशक्त माध्यम है।

एक समाजसेवी संस्था के लिए विज्ञापन केवल विचारों को प्रचारित करने का माध्यम है जबकि एक बेरोजगार को नौकरी ढूँढ़ने में उसके सहायक का कार्य करता है। विज्ञान के इसी विविधा-मय स्वरूप को देखते हुए कहा जाता है कि विज्ञापन एक ऐसा क्षेत्र है जिसमें प्रत्येक व्यक्ति विशेषज्ञ है और वह अपने विवेकानुसार विज्ञापन को परिभाषित करता है।

विज्ञापन एक ऐसी अवैयक्तिक कला है जो वस्तुओं, उत्पाद, विचारों आदि की सूचना देती है तथा बिक्री को बढ़ाने में सहायक हाकती है। विज्ञापन के सार्वभौतिक प्रभाव के परिणामरूप हम यह तो जानते हैं कि विज्ञापन वह

उत्पादकों द्वारा तैयार उत्पादकों की जानकारी ग्राहकों या उपभोक्ताओं तक पहुँचाकर उन्हें सही वस्तु खरीदने में मदद करता है।

### हिन्दी परिभाषाएँ [Hindi Definitions]

✿ “विज्ञापन सूचनाएँ प्रचारित करने का वह साधन है जो किसी व्यापारिक केन्द्र अथवा संस्था द्वारा भुगतान प्राप्त तथा हस्ताक्षरित होता है और इस संभावना को विकसित करने की इच्छा रखता है कि जिनके पास यह सूचना पहुँचेगी वे विज्ञापनदाता की इच्छानुसार सोचेंगे अथवा व्यवहार करेंगे।”

- विलियम एम. वेलबेकर

(जनसंपर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम; एन.सी. पंत; पृ० 104)

✿ “विज्ञापन जन संचार है। इसका उद्देश्य ग्राहकों को समझाना और जीतना है, ताकि विज्ञापनकर्ता को अधिक से अधिक लाभ मिले।”

- प्रोफेसर जेम्स.ए. लिटिल फील्ड

(जनसंचार, जनसंपर्क एवं विज्ञापन; डॉ. सुजाता वर्मा, जी.पी. वर्मा; पृ० 177)

✿ “विज्ञापन एक सुपरिचित विज्ञापन द्वारा अपने विचारों, वस्तुओं या सेवाओं को निर्वैयक्तिक रूप में प्रस्तुत करने तथा संवर्धन करने का भुगतान किया हुआ प्रकार है।”

- अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन

(प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका; कैलाश नाथ पाण्डेय; पृ० 156)

✿ “विज्ञापन विज्ञापक द्वारा इच्छित भुगतान द्वारा दी गई वह घोषणा है जो किसी वस्तु अथवा सेवा के विक्रय, प्रोत्साहन, किसी विचार के विकास अथवा कोई अन्य प्रभाव उत्पन्न करने के उद्देश्य से दी गई है।”

- ब्रिटेनिका कोशकार

(विज्ञापन की दुनिया; कुमुद शर्मा; पृ० 12)

✿ “प्रचार एवं विज्ञापन का घनिष्ठ संबंध है।”

- हर्वर्ड स्टीफेंसन

(जनसम्पर्क विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम; एन.सी. पंत; पृ० 106)

**अंग्रेजी परिभाषाएँ : (English Definitions)**

✿ “A form of paid announcement intends to promote the sale of a commodity or service to advance an idea to bring about some other effect, desired by the advertiser.”

- Encyclopaedia Britanica

(प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका; कैलाश नाथ पाण्डेय; पृ० 156)

✿ “Advertising presents the most persuasive possible selling message to the right prospects for the product or service at the lowest possible cost.”

- London Inst. of Practitioners in Advertising

(भारत में जनसंपर्क; डॉ. बलदेवराज गुप्त; पृ० 102)

⊗ “Advertising is any paid form of non-personal presentation and promotion of goods, services and ideas by an identified sponsor”

- American Marketing Association (AMA-1948)

(मीडिया और प्रसारण; डॉ. रमेश मेहरा; पृ० 264)

⊗ “Present or Described a Product, service or event in a publication or on Television to increase sales, seek to fill a vacancy by placing a notice in newspaper or other publication or to make a fact known”

- Oxford Reference Dictionary

(जनसंचार, जनसंपर्क एवं विज्ञापन; डॉ. सुजाता वर्मा, जी.पी. वर्मा; पृ० 176)

⊗ “An Advertising Media is a vehicle, carrier or means through which an advertisement or advertising message is conveyed to the individuals or groups which he hoped to influence.

- नाइस्ट्रोम

(मीडिया के विविध आयाम; योगेश कुमार गुप्ता; पृ० 158)

⊗ “Advertising is the dissemination of information concerning an idea, services or product to compel action in accordance with the interest of the advertiser.”

- American Journal ‘Advertising Age’

(भारत में जनसंपर्क; डॉ. बलदेवराज गुप्त; पृ० 102)

## 2. विज्ञापन की अवधारणा

“विज्ञापन साधारणतया विक्रय कला का ऐसा माध्यम है-जिसका लक्ष्य ऐसा प्रचार है जो वस्तु सेवा के लिए इच्छुक व्यक्ति की माँग में वृद्धि करें”

- जी.आर. ग्रीयर

(मीडिया और प्रसारण; डॉ रमेश मेहरा; पृ० 265)

विज्ञापन मूलतः सूचनाओं के प्रसार का एक उपकरण है जिसका उपयोग प्रचार एवं प्रभाव स्थापन के लिए मुख्य रूप से किया जाता है। वास्तव में विज्ञापन व्यवसायिक एवं वाणिज्यिक क्षेत्रों की एक ऐसी शाखा है जो प्रचार द्वारा स्वपक्षीय जनमत तैयार करता है। यही वजह है कि आज विज्ञापन की अनिवार्यता एवं लोकप्रियता स्वतः ही सिद्ध होने लगी है।

वर्तमान संदर्भ में बदलती सामाजिक, राजनैतिक एवं आर्थिक व्यवस्थाओं में विज्ञापन को व्यापक एवं प्रभावी संचार उपकरण के रूप में स्वीकार किया गया है। विज्ञापन एक ऐसा सम्प्रेषण का शक्तिशाली माध्यम है, जिसका प्रयोग अन्य व्यक्तियों द्वारा कार्य कराने के उद्देश्य से किया जाता है।

वैबस्टर्स न्यू वर्ल्ड डिक्शनरी ने विज्ञापन की अवधारणा को निम्नलिखित बिन्दु के रूप में प्रस्तुत किया -

- ✘ उत्पाद की विशेषता को मुद्रण-श्रव्य-दृश्य माध्यमों द्वारा प्रस्तुत कर  
विक्रय-वृद्धि एवं उत्पाद प्रोन्नति।
- ✘ उत्पाद/सेवा/संस्थान को जानने योग्य बनाना।
- ✘ उत्पाद/सेवा/संस्थान को जानने योग्य बनाना।
- ✘ जनता को वस्तु, उत्पाद या संगठन के प्रति आकर्षित एवं आमंत्रित करना।

विज्ञान की यह अवधारणा सूचनाओं के उस स्वरूप को स्पष्ट करती है जिसमें उत्पाद या संगठन या सेवा से संबंधित सूचना या संदेश वस्तु के खरीदने या संदेश को स्वीकार करने से जुड़ी होती है। इस सूचना या संदेश में विचारों या सृजन का सीधा संबंध उपभोक्ता को निर्णयात्मक एवं क्रियात्मक रूप तक पहुँचाने से होता है।

विचार किसी क्षेत्र से संबंधित हो सकता है जिसमें सामाजिक कल्याण से लेकर व्यावसायिक लाभ तक शामिल हो सकते हैं। विज्ञापन के अन्तर्गत निहित 'भुगतानपरक' तत्व पर विशेष बल दिया है तथा प्रयोजक के निर्धारण से जुड़े प्रश्नों पर भी प्रकाश डाला गया है। यदि विज्ञापन में प्रयोजक आधिकारिक तौर पर निर्धारित नहीं है तो विज्ञापन का स्वरूप मौलिक न होकर एक प्रचार मात्र रह जाता है।

## 2.1 विज्ञापन का इतिहास

“विज्ञापन जन सम्प्रेषण माध्यम द्वारा नियंत्रित पहचान योग्य सूचना प्रदान करने तथा मनाने का कार्य करता है।”

- जॉन एस. राइट इत्यादि

(जनसम्पर्क विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम; एन.सी. पंत; पृ० 105)

### ❖ प्राचीन युग :

मानव समाज में प्रारम्भ से ही विज्ञापन की प्रवृत्ति रही है। प्राचीन काल में जब मानवीय आवश्यकताओं का इतना विस्तार नहीं हुआ था तो विज्ञापन भी उतना महत्वपूर्ण नहीं था जितना आज है। सर्वप्रथम, मौखिक विज्ञापन की प्रथा प्रारम्भ हुई थी। प्राचीन काल में दुकानों एवं भण्डारों का पता लगाने के लिए ‘फलकों’ (संकेत-चिह्न) का प्रयोग किया जाता था।

वास्तव में विज्ञापन का उपयोग उत्पादक एवं व्यापारी दोनों सैकड़ों वर्षों से करते जा रहा हैं। मनोरंजन कार्यक्रम, खेल, मधुशाला तथा अन्य मनोविनोद से संबंधित स्थलों के विषय में सर्वप्रथम जानकारी प्राचीन रोम की खुदाई से प्राप्त सामग्री द्वारा हुई थी। दीवार-लेखन (पोस्टर) की उस आरम्भिक अवस्था का प्रमाण प्राचीन इटली के पाम्पी नगर में मिला।

आधुनिक युग में जिस प्रकार घर के बाहर नाम पट्टिका (Name-Plate) टाँगने का प्रचलन है ठीक उसी प्रकार प्राचीन काल में विज्ञापनों के लिए 'संकेत-फलक' इत्यादि का प्रयोग होता था।

### ❖ आधुनिक युग :

विज्ञापन की यह प्रारम्भिक प्रक्रिया अपने विभिन्न चरणों से गुजरती हुई जब विकास की अवस्था में पहुँची तो उसका संपर्क अनेक जनमाध्यमों से हुआ। संचार माध्यमों ने संप्रेषण द्वारा बहुतायत जनसंख्या को एक ही समय में अपनी नीति, योजना तथा उत्पाद के गुण एवं विशेषता के विषय में अधिकाधिक सूचनाएँ प्रदान की।

वर्तमान युग यदि 'विज्ञान का युग है' तो साथ ही यह 'विज्ञापन का भी युग' बन चुका है। अब विज्ञापनों के माध्यम से विचारों, भावों, संवादों एवं उत्पादों की महत्ता आदि को जनता के मध्य अभिव्यक्त पर पूर्ण लाभार्जन का प्रयास किया जा रहा है। आज अनेक प्रचार माध्यमों का आविष्कार किया जा चुका है जिसमें विज्ञापन सबसे सफल माध्यम सिद्ध हुआ है।

जनमाध्यम में प्रथम पहचान बनाने वाले पत्रों या मुद्रण माध्यमों में विज्ञापन का अस्तित्व प्राप्त होता है। वस्तुतः 'विज्ञापन को ही पत्रकारिता का जनक' कहा जा सकता है। प्रारम्भ में भारतीय समाचार-पत्रों में छपे विज्ञापन ब्रिटिश शासन पद्धति की नकलमात्र है।

20वीं शताब्दी के प्रारम्भ में अँग्रेजी तथा भारतीय भाषाओं पर आधारित विज्ञापन आर्थिक, वैज्ञानिक, तकनीकी, राजनीतिक तथा सामाजिक परिवर्तनों को प्रदर्शित करते थे। आज विज्ञापन मात्र बाजार ढूँढ़ने अथवा लाभ कमाने के लिए ही नहीं प्रकाशित किये जाते हैं। इनका एक अन्य उद्देश्य भी है-विचारों का प्रचार व प्रसार तथा जन सामान्य का विश्वास जीतना।

## 2.2 विज्ञापन का स्वरूप एवं उद्देश्य

**“Advertising is to promote the public welfare and is called public service”.**

- एच. फ्रेजर मूर

(विज्ञापन की दुनिया; कुमुद शर्मा; पृ० 15)

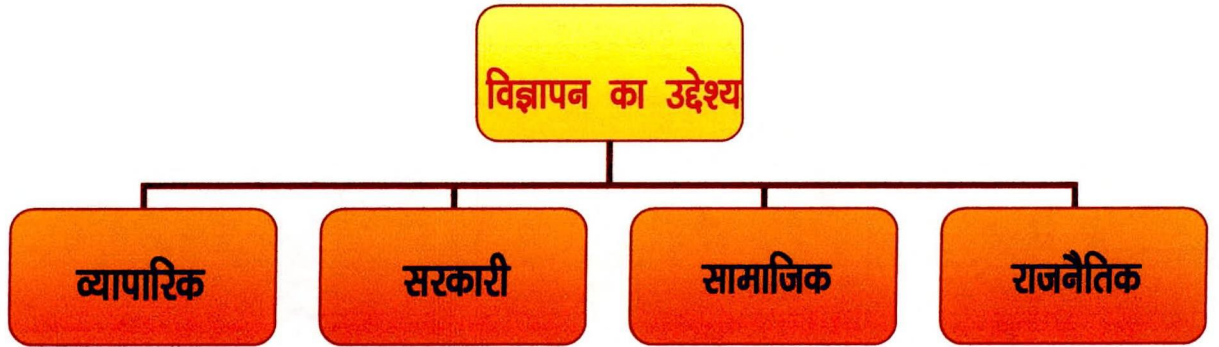
वर्तमान समय में विज्ञापन एक महान व्यापार है। इसमें कई करोड़ व्यक्ति किसी न किसी रूप में जुड़कर अपनी जीविका चला रहे हैं। केवल जनता के समक्ष अपने उत्पादक और उसके कार्यों की कहानी प्रस्तुत करने के लिए अनुमानतः प्रति वर्ष विज्ञापन पर 15 खरब डालर से भी अधिक खर्च किये जाते हैं।

भारत में जहाँ तक संबंध है, सन् 1984 में 403 करोड़ रुपये खर्च किये गये थे। वर्तमान में यह खर्च 500 करोड़ रुपये से भी ऊपर पहुँच चुका है। आज देश में विज्ञापन व्यापार पर लगभग 1500 करोड़ रुपये खर्च करते हैं। प्रश्न यह उठता है कि इतना धन तथा मानव शक्ति को इसमें क्यों व्यय किया गया है? कारण यह है कि आधुनिक जगत में विज्ञापन एक सन्तुलित लाभप्रद कार्य करता है।

यह उत्पादक/निर्माता तथा उपभोक्ता दोनों को ही लाभ पहुँचाता है। वस्तु निर्माता यह जानता है कि इतने अधिक व्यक्तियों के पास पहुँचने का सबसे सरल तथा मितव्ययी मार्ग विज्ञापन का है। एक प्रभावी विज्ञापन अपने सकारात्मक योगदान के रूप में बेचने वाले तथा खरीदने वाले दोनों को ही आर्थिक लाभ पहुँचाने में सक्षम होता है। वर्तमान समय में विज्ञापन की भूमिका का ज्ञान होना आवश्यक है।

विज्ञापन सूचनाओं को प्रदान कर, एक अच्छे उपभोक्ता के व्यवहार को महत्त्वपूर्ण रूप से प्रभावित करता है। विज्ञापन का ज्ञान हमें अपने सीमित धन को असीमित विकल्पों में से किसी एक उचित विकल्प पर खर्च करने में सहयोग प्रदान करता है। विज्ञापन के माध्यम से हम एक अच्छे समझदार उपभोक्ता बन सकते हैं तथा हमारी क्रय योग्यता भी संतोषप्रद होगी। विज्ञापन की जानकारी अच्छे नागरिकों की पृष्ठभूमि भी बन जाती है।

## विज्ञापन का उद्देश्य :



यद्यपि अपने सामान्य अर्थ में विज्ञापन विशेष सूचना या जानकारी देने तक सीमित था आज इसके उद्देश्य बहुमुखी हो गये हैं। विज्ञापन का उद्देश्य उत्पादक द्वारा तैयार वस्तुओं की बाजार में सूचना/जानकारी देकर उपभोक्ताओं में इच्छा या आवश्यकता पैदा करके उन्हें वस्तु/उत्पाद खरीदने के लिए मानसिक रूप से तैयार करना ताकि वस्तु के क्रय से विज्ञापनदाता को लाभ प्राप्त हो।

आज विज्ञापन का उद्देश्य व्यापार के विकास तक ही सीमित नहीं है अपितु सामाजिक और राजनीतिक उद्देश्यों की पूर्ति भी है। इसके प्रमुख उद्देश्य इस प्रकार हैं।

### ❁ व्यापारिक उद्देश्य

विज्ञापन का प्रमुख उद्देश्य व्यापारिक है। उत्पादक जब किसी नयी वस्तु का उत्पादन करता है तो वह अपनी वस्तु की सूचना उपभोक्ताओं को देना चाहता है। विज्ञापन के द्वारा उत्पादक जहाँ अपनी वस्तु की सूचना जन सामान्य

तक पहुँचाता है वहाँ वस्तुओं की माँग भी पैदा करता है। विज्ञापन से वस्तु की बाजार में माँग पैदा होती है तथा उत्पादन को लाभ होता है।

### ❁ सरकारी उद्देश्य

विज्ञापन जानकारी देने का एक सशक्त माध्यम है। सरकार जनकल्याण के लिए अनेक कार्यक्रम तथा योजनाएँ बनाती है। इन्हें देश के कोने-कोने में पहुँचाने के लिए विज्ञापन का आश्रय लेना पड़ता है। सरकार को इससे जन-सहयोग प्राप्त होता है तथा जनता का सरकार के प्रति विश्वास बढ़ता है। परिवार नियोजन, साक्षरता प्रसार, वृक्ष लगाओ अभियान आदि ऐसे कार्यक्रम हैं जो विज्ञापन के सहारे आगे बढ़े हैं।

### ❁ सामाजिक उद्देश्य

किसी घर में नये शिशु का जन्म हो, बच्चे का मुण्डन हो, किसी का विवाह हो, कोई मृत्यु हो जाए इन सब सामाजिक कार्यों के लिए विज्ञापन का सहारा लिया जाता है।

### ❁ राजनैतिक उद्देश्य

राजनीतिक दल विभिन्न अवसरों पर अपने विचार प्रकट करते हैं, चुनाव के अवसर पर राजनीतिक घोषणाएँ और घोषणा पत्र जारी करते हैं। इन कार्यों के लिए वे विज्ञापन को माध्यम बनाते हैं। इस प्रकार राजनीतिक दलों की नीतियों के प्रचार के लिए तथा किसी व्यक्ति विशेष को 'प्रमोट' करने के लिए विज्ञापन एक सशक्त माध्यम है। आधुनिक युग में औद्योगिक प्रगति एवं

सामाजिक परिवर्तन का सशक्त माध्यम विज्ञापन है। विज्ञापन के द्वारा ही प्रगति अथवा विकास की जानकारी या पहचान जनसामान्य तक पहुँचती है।

## 2.3 विज्ञापन की आवश्यकता

किसी वस्तु की आवश्यकता तभी होती है जब उसका महत्त्व होता है। महत्ता ही उसकी आवश्यकता को बढ़ाती है। विज्ञापन के महत्त्व पर इंग्लैंड के प्रधानमंत्री ग्लेडस्टोन ने कहा था 'व्यवसाय के लिए विज्ञापन का वही महत्त्व है जो उद्योग में बाष्प शक्ति का।' विस्टन चर्चिल ने विज्ञापन की आर्थिक उपयोगिता को महत्त्व देते हुए कहा था - 'एकसाल के अतिरिक्त कोई भी बिना विज्ञापन के मुद्रा उत्पन्न नहीं कर सकता'

विज्ञापन अब न केवल सूचना एवं संचार का एक सशक्त माध्यम है बल्कि इसने मानवीय गतिविधि के हर क्षेत्र को प्रभावित किया है। आर्थिक प्रक्रिया से लेकर विपणन के क्षेत्र तक विज्ञापन शक्तिशाली औजार के रूप में काम करता है। विज्ञापन वस्तु का परिचय देने के साथ-साथ माँग बढ़ाता है जिसमें बिक्री बढ़ती है।

अच्छे विज्ञापन से प्रतियोगी विज्ञापन प्रभावहीन होते हैं और यह खरीददारी को विवेकपूर्ण बनाता है। विज्ञापन से वस्तु के नये उपयोगों की जानकारी होती है तथा उत्पादों व ब्राण्डों के बारे में जागरूकता पैदा होती है।

इससे ग्राहकों को वस्तुओं के बारे में सूचना मिलती है, वे शिक्षित होते हैं उनकी प्रवृत्तियाँ प्रभावित होती हैं। विज्ञापन से नये स्थानों पर वस्तु की मांग उत्पन्न होती है, नये बाजार विकसित होते हैं तथा उत्पादन और वितरण की लागत कम होती है। विज्ञापन इन्हीं महत्त्वों को देखते हुए **नाइट्रोम** ने कहा था कि **‘भारी उत्पादन का कारण एवं परिणाम विज्ञापन है।’**

विज्ञापन की आवश्यकता को निम्नानुसार निर्धारित किया गया है -

- ✿ नए उत्पादन का ग्राहकों तक ज्ञान संचार।
- ✿ अपने उत्पादन की विशेषताओं की ओर ग्राहक को आकर्षित करना।
- ✿ अपने विरोधियों के तर्कों को काटना।
- ✿ जनमत जागृत करना।
- ✿ व्ययसायपरक नियुक्ति की सूचना देकर उपयुक्त पात्र खोजने की सुविधा प्राप्त करना।

अतः आवश्यकता ही विज्ञापन के महत्त्व को बढ़ाती है। कहा भी गया है-

**बोले बीका तो बुरा भी बिक जासी,**

**बिन बोला की जुवारँ भी ना बिकासी।**

राजस्थानी भाषा में प्रचलित ये लोक कथन विज्ञापन के महत्त्व को दर्शाता है। इसी प्रकार हरियाणा में भी कहावत है-

**बोलने वाले के बेर बिक जाते हैं,**

**बिन बोलने वाले के सेब भी रह जाते हैं।**

### 3. पत्रकारिता में विज्ञापन की भूमिका एवं स्थान निर्धारण

**“The Newspaper is a collection of advertisement that are sold with the help of the reading matter”.**

- एनीनिमस

(प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका; कैलाश नाथ पाण्डेय; पृ० 156)

विज्ञापन, पत्रकारिता का मेरुदंड है। पत्रकारिता आजकल व्यवसाय बन गया है। पत्रकारिता को चलाने के लिए, प्रतिष्ठा पाने के लिए विज्ञापन का बहुत बड़ा हाथ है। विज्ञापन में एक ऐसी शक्ति है जो पैसा कमाने का एक जरिया बनाता है, पत्रकारिता में एक रक्त स्राव या जान लाने के लिए विज्ञापन की जरूरत है। विज्ञापन, पत्रकारिता में एक सहजता, प्रवाहात्मकता लाता है।

पत्रकारिता और विज्ञापन एक दूसरे पर निर्भर व्यवसाय है। विज्ञापन को पत्रकारिता की रीढ़ कहा जाता है। पत्रकारिता के बिना विज्ञापन प्राण विहीन शरीर के समान है। विज्ञापन प्रचार का एक प्रभावशाली व सशक्त साधन है जिसके द्वारा वस्तुओं और सेवाओं के विक्रय का विकास होता है। पत्रकारिता में प्रकाशित विज्ञापन में वस्तुओं या सेवाओं के विभिन्न गुणों को समझाकर जनता को शिक्षित किया जाता है।

188

Some households may be paying just as much or more for utilities as they are in their rent!

**Toronto largely spared energy price hike**

BY CHRISTOPHER BELL

While other cities in Ontario are bracing for a significant increase in utility costs, Toronto residents will likely see a much smaller hike, according to a report released last week by the Ontario Energy Board (OEB).

The OEB's report, which is the final word on utility rates for the province, shows that Toronto's electricity rates will increase by only 1.5 per cent in 2005, compared with a 3.5 per cent hike for other major cities like Ottawa and Hamilton.

The reason for the lower hike is that Toronto's utility companies have managed to keep their costs lower than those of other cities. This is due to a combination of factors, including the city's investment in energy-efficient buildings and the fact that Toronto's utility companies have not had to pay as much for fuel as those in other cities.

However, the report also notes that Toronto's gas rates will increase by 3.5 per cent, which is the same as other cities. This is because gas prices are a commodity and are not subject to the same local controls as electricity.

Overall, the OEB's report shows that Toronto's utility costs will remain significantly lower than those of other major cities in Ontario. This is good news for Toronto residents, who are already facing high housing costs and a strong economy.

189

When you're watching your brother being stabbed, you're not really there. It's pretty (expensive) emotional!

**Tourism group looks to attract U.S. visitors**

BY JEFFREY H. CLAY

When you're watching your brother being stabbed, you're not really there. It's pretty (expensive) emotional!

A tourism group is looking to attract more U.S. visitors to Toronto. The group, called the Toronto Tourism Board, is currently in the process of developing a new marketing campaign. The campaign will focus on promoting Toronto's many attractions, including its museums, parks, and cultural scene.

The group is also looking to attract more U.S. visitors to Toronto's hotels and restaurants. To do this, the group is planning to offer a variety of incentives, including discounted hotel rates and restaurant vouchers. The group is also planning to offer a variety of other incentives, including discounted airfare and car rental rates.

The group is also looking to attract more U.S. visitors to Toronto's shopping and entertainment districts. To do this, the group is planning to offer a variety of incentives, including discounted shopping and entertainment vouchers. The group is also planning to offer a variety of other incentives, including discounted parking and transportation rates.

Overall, the Toronto Tourism Board is looking to attract more U.S. visitors to Toronto. The group is currently in the process of developing a new marketing campaign. The campaign will focus on promoting Toronto's many attractions, including its museums, parks, and cultural scene.

Room for your life and everything in it.



**City to add four times more defibrillators**

BY JEFFREY H. CLAY

Public health officials are planning to add four times as many defibrillators to Toronto's public health system. The city is currently in the process of purchasing 100 defibrillators, up from the 25 it currently has.

The city is also planning to place the defibrillators in a variety of public locations, including parks, libraries, and community centers. The city is also planning to offer training to the public on how to use the defibrillators.

The city is also planning to offer a variety of other incentives, including discounted parking and transportation rates. The city is also planning to offer a variety of other incentives, including discounted shopping and entertainment vouchers.

Overall, the city is planning to add four times as many defibrillators to Toronto's public health system. The city is currently in the process of purchasing 100 defibrillators, up from the 25 it currently has.

**Accused threatened to kill me, victim's brother tells court**

BY JEFFREY H. CLAY

A man accused of murdering a woman has threatened to kill her brother, the brother tells a court. The man, who is currently on trial for the murder, has made the threat to the brother of the victim.

The brother of the victim has told the court that the man threatened to kill him if he did not stop talking to the media. The brother of the victim has also told the court that the man threatened to kill him if he did not stop talking to the media.

Overall, the man accused of murdering a woman has threatened to kill her brother, the brother tells a court. The man, who is currently on trial for the murder, has made the threat to the brother of the victim.

**It's called Entourage.**

When it comes to luxury hotels, there's nothing else out there. Entourage is the only hotel in the world that offers a truly unique experience. From the moment you step foot on the property, you'll be treated like a VIP. The hotel's amenities are second to none, and the service is impeccable. If you're looking for a truly luxurious experience, Entourage is the only place to go.

पत्रकारिता में विज्ञापन का स्थान निर्धारण

पत्रकारिता में प्रकाशित किये गये विज्ञापनों का कार्य अत्यधिक महत्त्वपूर्ण माना जाता है क्योंकि वे उपभोक्ताओं में एक सतत प्रेरणा उत्पन्न करते हैं। वर्तमान युग में विज्ञापन हमारे देश में औद्योगिक और व्यापारिक जीवन की एक महत्त्वपूर्ण और सुसंगठित शाखा के रूप में प्रतिष्ठित और विकसित हो चुके हैं।

इस प्रकार विज्ञापनों के माध्यम में पत्रकारिता को अत्यधिक आय प्राप्त होती है। विज्ञापन पत्रकारिता की लोकप्रियता और उसकी प्रसार संख्या पर आधारित रहता है। पत्रकारिता में विज्ञापन अन्य साधनों की अपेक्षा सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण स्थान रखता है। विज्ञापन का आधे से अधिक भाग इसी माध्यम पर खर्च किया जाता है। वैसे तो विज्ञापन के लिए अनेक माध्यमों का प्रयोग किया जाता है लेकिन पत्रकारिता द्वारा विज्ञापन सबसे अधिक प्रभावशाली माना जाता है।

विभिन्न प्रकार के विज्ञापन साधनों में पत्रकारिता में विज्ञापन का स्थान सबसे ऊँचा माना जाता है। क्योंकि पत्रकारिता में कुछ विशेष गुण होते हैं, इसलिए पत्रकारिता में विज्ञापन को सर्वोच्च तथा लाभप्रद माना जाता है। विज्ञापन, प्रचार और वितरण विभाग, पत्रकारिता की वित्तीय स्थिति को सुदृढ़ बनाए रखने के लिए जो तोड़ मेहनत करते हैं।

पत्रकारिता में विज्ञापन विभाग का स्थान अधिक महत्वपूर्ण कहा जा सकता है क्योंकि वितरण की तुलना में विज्ञापन से आय प्राप्त करने की प्रतियोगिता इतनी ज्यादा है कि थोड़ी सी भी गलती या भूल हो जाने से अनेक प्रयासों के बावजूद भी परेशानी हो जाती है। विज्ञापन न केवल अधिक से अधिक विज्ञापन प्राप्त करने की कोशिश में रहता है, बल्कि वह पत्रकारिता की रूप सज्जा को सुधारने में भी सहायता करता है।

इस खतरनाक हालत से उबरने का केवल यही उपाय है कि रूप सज्जा में क्रान्तिकारी परिवर्तन किया जाए और विज्ञापनों का प्रस्तुतीकरण भी सुंदर और आकर्षक हो। यदि पत्रकारिता में विज्ञापन विभाग भी सक्रिय और जागरूक होता है, तो वह प्रतियोगिता का सामना करते हुए भी पत्रकारिता की वित्तीय स्थिति सुधार देता है। विज्ञापन पत्रकारिता की माँग यानि समाचार-पत्रों को बढ़ेत्तरी प्रदान करता है।

माँ से बच्चे की पहचान या बच्चे से माँ की पहचान दोनों एक ही बात है किंतु किसमें किसकी महत्ता यानि दोनों ही चीजें अन्योन्याश्रित हैं। विज्ञापन के बिना पत्रकारिता गंधहीन है। फूल है किंतु महक नहीं। ठीक उसी प्रकार समाचार पत्र है किंतु स्वरीयता नहीं। वस्तु की लोकप्रियता के साथ साथ पत्रकारिता भी महत्त्व ग्रहण करती है और समाचार पत्रों की माँग में बढ़ेत्तरी होती है। हर देश में विज्ञापन ने अपना ऐसा स्थान बना लिया है कि उसके बिना किसी भी पत्रकारिता को चलाना कठिन हो जाता है।

विज्ञापन ने समाज में अपना ऐसा स्थान बना लिया है और वह इतना लाभदायी तथा लोकप्रिय भी बनता जा रहा है कि उसी के सहयोग से पत्रकारिता भी स्वतंत्र उद्योग का रूपधारण करते जा रहे है। उनकी आय इतनी अधिक होने लगी है कि उनसे हजारों व्यक्तियों की आजीविका की व्यवस्था भी हो जाती है। जहाँ पत्रकारिता की लोकप्रियता विज्ञापन के लिए आकर्षण का कारण बनती है वहीं अब विज्ञापनों ने भी अपना स्थान ऐसा बना लिया है कि इन्हीं की संख्या और स्थान से किसी पत्रकारिता की लोकप्रियता की जाने लगी है।

पत्रकारिता समाज को सूचित कराने के लिए ही है लेकिन जो विज्ञापन उसमें प्रकाशित होते हैं। वह लोगों से वस्तुओं की त्रुटियाँ छिपा लेता और उन्हें धोखों में रख लेता है। इस तरह विज्ञापन एक व्यक्ति या कुछ व्यक्तियों को आर्थिक लाभ पहुँचाने में विज्ञापन की कला सहायक बनती है यही दूसरी ओर समाज के एक बड़े वर्ग को धोखे में भी रखती है।

#### 4. पत्रकारिता में प्रभावी विज्ञापन की उपयोगिता एवं महत्त्व

**“Advertising is the discovery and communication of a persuasive difference for a brand to the target prospect.”**

**- Subrato Sengupa**

**{Advertising – Jaishree and Jethwaney, Pg- 2}**

आज का युग सूचना क्रान्ति का युग है। सूचना के रूप में विज्ञापन सुबह-शाम घर के अन्दर और बाहर हमारे पास पहुँचते हैं। विज्ञापन एक सर्वव्यापी सूचना देने वाली विधा है। विज्ञापन का महत्त्व निर्विवाद है क्योंकि इससे उत्पादक, उपभोक्ता, मध्यस्थ तथा समाज सभी लाभान्वित होते हैं।

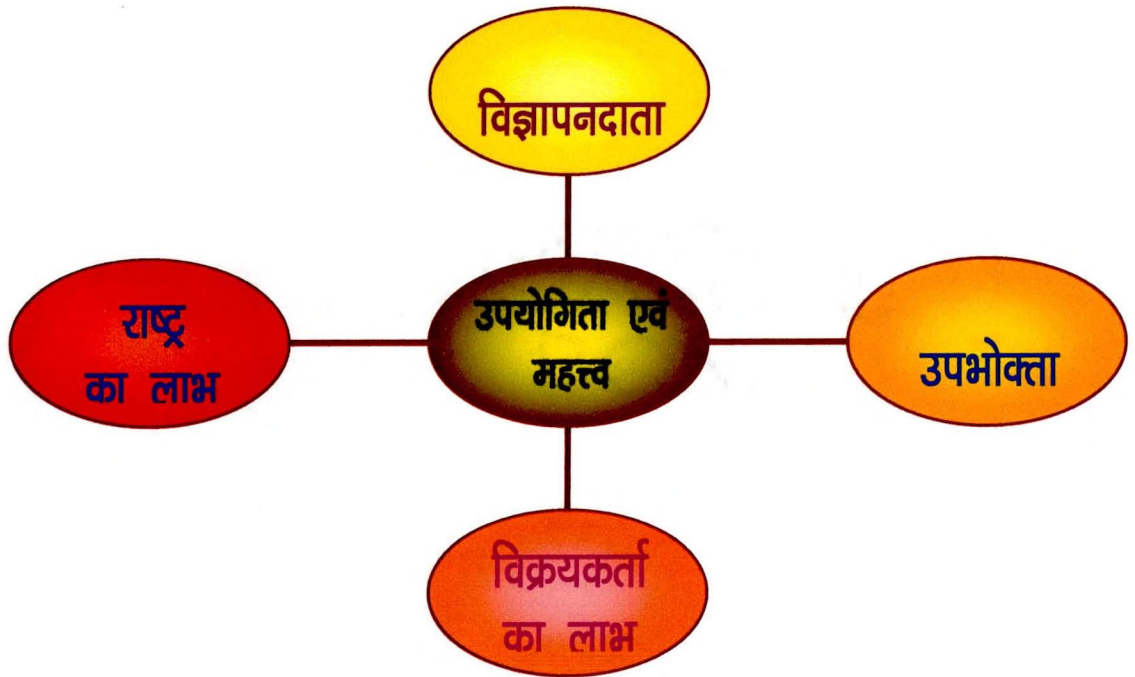
इस बात से इसका महत्त्व और भी सिद्ध हो जाता है कि आज हमें हर कार्य के लिए 'विज्ञापन शरणगच्छामि' होना पड़ता है। आजकल हमारा जीवन पूर्णतः विज्ञापनमय हो गया है। आज विज्ञापन हमारे जीवन में इस प्रकार फैल गया है और फैलता जा रहा है, इसी से विज्ञापन का हमारे जीवन में महत्त्व स्पष्ट हो जाता है।

विज्ञापन से होने वाले लाभ-नवनिर्मित वस्तुओं की माँग, विक्रय की वृद्धि, वस्तु के प्रति जनता में विश्वास, मूल्यों में कमी तथा स्थिरता, उपभोक्ता के ज्ञान में वृद्धि, लोगों के रहन-सहन में सुधार अनेक व्यक्तियों को रोजगार की प्राप्ति, समाचार-पत्रों तथा रेडियो-दूरदर्शन आदि माध्यमों की आय में वृद्धि मध्यस्थों की संख्या में कमी, परिवर्तन की जानकारी आदि इसके व्यापक महत्त्व को प्रतिपादित करते हैं।

तेजी से हुए औद्योगीकरण के परिणामस्वरूप उत्पादन भी तेजी से बढ़ा है। इसकी मात्रा, गुणवत्ता व विविधता का भी क्रमशः विकास हुआ है। अधिक उत्पादन के वितरण विपणन की व्यवस्था में उत्पादक और उपभोक्ता के बीच

संवाद और सम्बन्ध स्थापित करने का महत्वपूर्ण कार्य विज्ञापन द्वारा ही सर्वाधिक मात्रा में प्रभावी ढंग से हो सकता है।

अतः उत्पादन के लाभ से लेकर व्यक्ति की इच्छाओं की पूर्ति उसके जीवन स्तर के सुधार तक में विज्ञापन सहायक सिद्ध होता है। ऐसी स्थिति में विज्ञापन की अहम भूमिक स्वतः सिद्ध है। विज्ञापन के इससे जुड़े विभिन्न वर्गों पर क्या प्रभाव पड़ता है उसे समझने के लिए हम अलग-अलग पक्षों है जैसे



### \* विज्ञापनदाता :

उत्पादक के तैयार माल के लिए विज्ञापन माँग का सृजन करता है, माँग को स्थिर रखता है और उत्पादन में वृद्धि के साथ नए उत्पादों के लिए बाजारों का सृजन भी करता है। विज्ञापन की मदद से उत्पाद के विक्रय में

वृद्धि होती है, जिससे उत्पादन को लाभ होता है। अधिक मात्रा में उत्पादन की लागत भी अधिक होगा। बाजार में होने वाली प्रतियोगिता में विज्ञापन की सहायता से भी विज्ञापनदाता की विजय होती है।

### **\* उपभोक्ता :**

विज्ञापन उत्पादक और उपभोक्ता के बीच की कड़ी है। सूचना प्रसारण के माध्यम से उपभोक्ता को नए-नए उत्पादकों की जानकारी मिलती है। उसे गुणवत्ता, मात्रा, अन्य वस्तुओं से तुलना, मितव्ययिता, उपयोग के तरीके, वस्तुओं के लाभ आदि सूक्ष्म से सूक्ष्म जानकारी मिलती है जिसके आधार पर वह वस्तु की जाँच, तुलना और चयन करके खरीदता है। इससे उसका समय और धन तो बचता ही है मन की सन्तुष्टि और आत्मविश्वास जागता है जो उसके जीवन स्तर को ऊपर उठाने में साधक है।

### **\* विक्रयकर्ता का लाभ :**

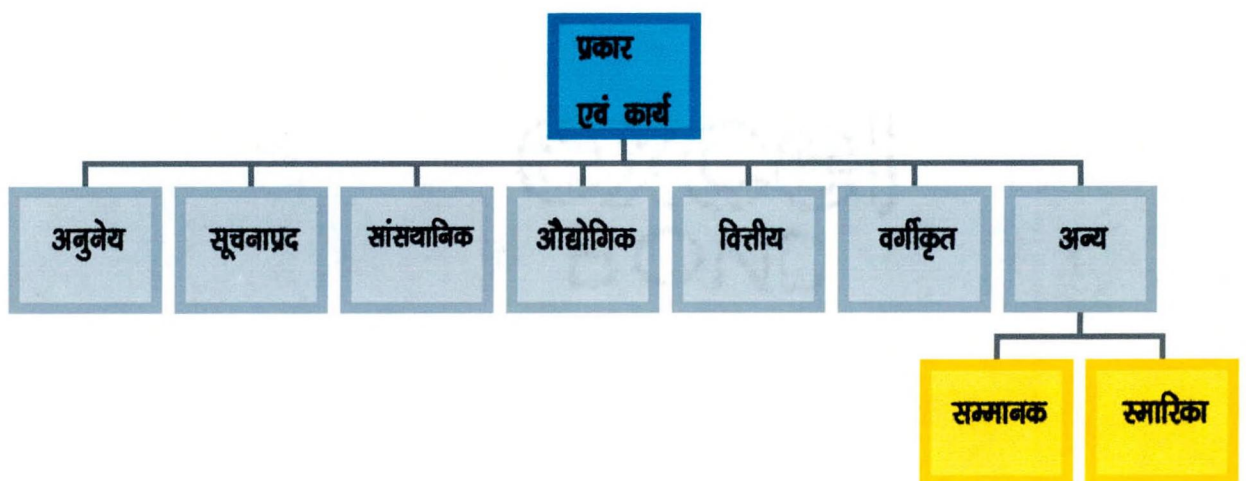
उत्पादक और उपभोक्ता के बीच में स्थित है विक्रेता जो उत्पादक के उत्पाद को बाजार में ले जाकर उसकी बिक्री करता है। विक्रेता को वस्तु को बेचकर लाभ प्राप्त होता है जो उसकी आजीविका का साधन है अतः विक्रेता के लाभ का मार्ग प्रशस्त करता है। विज्ञापन से अनेक वस्तुओं की उपलब्धि, माँग की स्थिति व विक्रय संवर्धन की जानकारी भी विक्रेता को प्राप्त होती है। विज्ञापनकर्ता मूल्य को नियन्त्रित करने में भी अप्रत्यक्ष रूप से सहायक होते हैं।

## \* राष्ट्र का लाभ :

विज्ञापन देश के नागरिकों को नए उत्पाद की जानकारी देता है, उनकी उपयोगिता बताकर क्रय करने की प्रेरणा देता है। इससे उपभोक्ताओं के जीवन स्तर का विकास होता है। उत्पादों की बढ़ती माँग व बाजार में होने वाली स्पर्धा के परिणामस्वरूप नए-नए उद्योग पनपते हैं, इससे व्यापार बढ़ता है, रेडियो, दूरदर्शन, संचार माध्यमों को लाभ मिलता है और सभी पक्षों को लाभान्वित प्राप्त होता है, जिसके परिणामस्वरूप राष्ट्रीय आय में वृद्धि होती है।

## 5. विज्ञापन के विभिन्न प्रकार एवं कार्य

वर्तमान समय में विज्ञापन के अनेक रूप हमारे सामने प्रस्तुत होते हैं। विज्ञापन के इन प्रकारों को निम्न प्रकार समझा जा सकता है :



### ★ अनुनेय विज्ञापन (Persuasive Advertisement) :-

विज्ञापन निर्माता तब प्रसारित करता है जब उसका उद्देश्य ग्राहकों के मन में अपनी वस्तु का नाम स्थापित करना होता है तथा यह आकर्षित करने और रिझाने, उत्पाद की प्रतिष्ठा तथा उसके मूल्य को स्थापित किया जाता है और यह ग्राहक उसे अवश्य खरीदेगा। विज्ञापन विभिन्न माध्यमों के आधार पर विशिष्ट उपभोक्ताओं को अपने उद्देश्य के लिए मनाने की इच्छा रखते हैं।

### ★ सूचनाप्रद विज्ञापन (Informative Advertisement) :-

विज्ञापन सूचनाओं को प्रसारित करने की एक व्यापारिक अभिव्यक्ति के रूप में सामने आता है। इन विज्ञापनों का मुख्य उद्देश्य जन-साधारण को शिक्षित करना, जीवन-स्तर उँचा करना, सांस्कृतिक, बौद्धिक तथा आध्यात्मिक उन्नति करने का भाव निहित होता है।

### ★ सांस्थानिक विज्ञापन (Institutional Advertisement) :-

सांस्थानिक विज्ञापन व्यावसायिक संस्थानों द्वारा प्रकाशित व प्रचारित कराये जाते हैं। अपने उत्पाद की प्रति ग्राहकों में विश्वास अर्जित करने के लिए इस प्रकार के विज्ञापन का प्रचार किया जाता है। संस्थाओं के रूप में बड़े-बड़े उद्योग समूह, अन्तर्राष्ट्रीय अथवा राष्ट्रीय स्तर की कम्पनियाँ आदि विज्ञापन प्रस्तुत कर राष्ट्रहित संबंधी जनमत निर्माण करती हैं।

### ★ औद्योगिक विज्ञापन (Industrial Advertisement) :-

औद्योगिक विज्ञापन कच्चा माल, उपकरण आदि के क्रम में वृद्धि के उद्देश्य से किया जाता है। औद्योगिक विज्ञापनों का प्रमुख उद्देश्य सामान्य व्यक्ति

को आकर्षित करना नहीं होता है, बल्कि औद्योगिक क्षेत्र से संबंधित व्यक्तियों, प्रतिष्ठानों, निर्माताओं को अपनी ओर आकर्षित करना होता है।

### ★ वित्तीय विज्ञापन (Financial Advertisement) :-

वित्तीय विज्ञापन प्रमुख रूप से धन से संबंधित होता है। विभिन्न कम्पनियों द्वारा अपने शेयर खरीदने का विज्ञापन, उपभोक्ताओं को निवेश के लिए प्रोत्साहित करने संबंधी विज्ञापनों को इसी श्रेणी के अन्तर्गत सम्मिलित किया जाता है।

### ★ वर्गीकृत विज्ञापन (Classified Advertisement) :-

इस प्रकार के विज्ञापन अत्यधिक संक्षिप्त एवं कम व्ययकारी होते हैं। शोक संवेदना, ज्योतिष, विवाह, बधाई, क्रय-विक्रय, आवश्यकता, नौकरी, वर-वधू आदि से संबंधित अनेक प्रकार के वर्गीकृत विज्ञापन समाचारपत्रों में मुख्यतया प्रकाशित होते रहते हैं।

### ★ अन्य विज्ञापन :-

उक्त प्रकार के विज्ञापनों के अतिरिक्त कुछ अन्य प्रकार के विज्ञापन भी होते हैं जिनका विवरण निम्न प्रकार है :-

**सम्मानक विज्ञापन** : लोकमत अथवा जनमत तैयार के उद्देश्य से चुनावपूर्ण घोषणापत्र विज्ञापित किया जाता है।

**स्मारिका विज्ञापन** : किसी सांस्कृतिक कार्यक्रम, समाजसेवी संस्था आदि द्वारा आयोजित कार्यक्रम के अन्तर्गत स्मारिका का प्रकाशन किया जाता है

जिसमें सामान्य रूप से आर्थिक सहायता के रूप में विज्ञापन एकत्रित कर प्रकाशित किये जाते हैं। विज्ञापन के प्रति अनेक आलोचनाओं के बावजूद भी विज्ञापन हमारे जीवन स्तर को सुधारने तथा उत्पादन बढ़ाने का प्रभावी माध्यम है। आज विज्ञापन से अपने को अलग रखना असम्भव हो गया है। आज हम विज्ञापन युग के सीमान्त पर आ खड़े हुए हैं।

## 5.1 विज्ञापन के कार्य

- \*\* लोगों को किसी वस्तु, सेवा या उत्पाद को खरीदने या प्राप्त करने के लिए जागरूक करना।
- \*\* नए विचार अथवा नई वस्तुओं से समाज के लोगों को अवगत कराना।
- \*\* व्यावसायिक प्रतिस्पर्धा की चुनौतियों से निपटना।
- \*\* उत्पादों की बिक्री बढ़ाने में सहयोग करना।
- \*\* उत्पाद की बिक्री में हुई हानि (loss) को पूरा करने में सहयोग देना।
- \*\* उत्पादों को नए बाजारों में स्थापित करना।
- \*\* लोगों में उत्पादों व विचारों के प्रति जागरूकता पैदा करना।
- \*\* रोजगार के नए आयाम प्रस्तुत करना।
- \*\* ब्रांड-इमेज (Brand image) को स्थापित करना।
- \*\* प्रवर्तक या प्रतिभु (Sponsor) की सेवाएँ प्राप्त करना।

स्पष्टतः विज्ञापन समाज का एक अंग है। औपचारिक, व्यावसायिक और सामाजिक सेवा में विज्ञापन का खास महत्त्व है। आज विज्ञापन आधुनिक

जीवन-शैली और बाजार संस्कृति की बड़ी शक्तिशाली तथा महत्वपूर्ण अभिव्यक्ति  
के रूप में अपनी पहचान बना रहे हैं।

