



टिप्पणी

17

## विज्ञापन : एक परिचय

**सब पढ़ें सब बढ़ें**

क्या आपको कुछ याद आया?

अंदाज लगाइये

सर्वशिक्षा अभियान।

**भारत सरकार का सर्वशिक्षा अभियान या एजूकेशन फॉर ऑल। ध्यान दीजिये कि इस लोकप्रिय कार्यक्रम का नाम याद रखना कितना आसान था। यही विज्ञापन की शक्ति है।**

विज्ञापन किसी उत्पाद, सेवा या विचार को खरीदने या स्वीकार करने के लिए लोगों को सूचित करने तथा सहमत करने के लिए की गयी एक जन उद्घोषणा है।

विज्ञापन में नोटिस, सर्कुलर, लेबल, रैपर या अन्य अभिलेख या मौखिक रूप से की गयी उद्घोषणा या प्रकाश, ध्वनि या धुँ के माध्यम से संचार सम्मिलित है।

क्या आपने ऐसे लोगों के बारे में पढ़ा है जो संदेश देने के लिए धुँ के संकेत का उपयोग करते हैं।

प्रतिदिन हम सैकड़ों विज्ञापन सुनते तथा देखते हैं। आइये हम उनमें से कुछ पर विचार करें।

- सिनेमाघरों में शुरू होने वाली ताजी बालीवुड फिल्मों की सूचना देने वाले पोस्टर।
- बड़े होर्डिंग्स जो हमें बताते हैं कि कौन सा टूथपेस्ट हमारे दाँत को सबसे साफ और मजबूत बनाता है।
- रेडियो जॉकी जो हमारे शहर के मध्य में स्थित एक बड़ी दुकान से अत्याधुनिक कपड़े खरीदने के लिए कहता है।



- एक बड़ी दीवार जिस पर स्थानीय ब्यूटी पार्लर का नाम और पता लिखा होता है, जिसमें यह बताया जाता है कि एक सामान्य दिखने वाली महिला को भी वह फिल्म तारिकाओं जैसा ग्लैमरस बना सकते हैं। क्या आप इस आकर्षक प्रक्रिया के बारे में और अधिक नहीं जानना चाहेंगे?

इस पाठ में आप विज्ञापन की रचनात्मक दुनिया के बारे में जानेंगे।



### उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप निम्नलिखित कर सकेंगे:-

- विज्ञापन के उद्भव को जानना;
- भारत में विज्ञापन उद्योग के इतिहास की व्याख्या;
- माध्यमों पर आधारित विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों का वर्गीकरण;
- विज्ञापन के विभिन्न प्रकारों के बीच अन्तर।

## 17.1 उद्भव और विकास

क्या आप उन दो व्यक्तियों की कल्पना कर सकते हैं जो आपके द्वारा पहले इतिहास के पाठ में पढ़े गये सिन्धु घाटी की सभ्यता के एक नगर मोहनजोदड़ो की सड़कों पर ढोल बजाकर चलते हुए अपना या किसी और का संदेश बोलते थे? लोग रुक कर इसे सुनते रहे होंगे वैसे ही जैसे आप सड़क पर रुक कर विज्ञापन पढ़ते हैं, जैसे आप टेलीविजन पर विज्ञापन देखते हैं। उस समय की मदिरा की दुकानों पर दुकान तथा उसके स्वामी के नाम के संकेत होते थे। उस समय के नगरीकृत हड़प्पा तथा मोहनजोदड़ो के नगरों में उन कलाकृतियों तथा हस्तशिल्प के अनेक प्रकारों को बेचने के लिए संकेत चिन्हों का प्रयोग किया जाता था जिसके लिए हमारी प्राचीन सभ्यता प्रसिद्ध है।

सम्राट अशोक के शासनकाल में भारतीय उपमहाद्वीप में पत्थरों या स्तम्भों का प्रयोग लोक उद्घोषणा के लिए किया जाता था। अतीत काल में सदैव किसी न किसी तरह के विज्ञापनों का अस्तित्व रहा है। सूचना देने के लिए विज्ञापन का रूप प्राचीन यूनान और रोम में प्रचलित था जब शहर में मुनादी करने वालो, ढोल बजानेवालो और चिन्हों का उपयोग उत्पाद तथा सेवाओं के विज्ञापन की सूचना देने के लिए होता था। प्राचीन रोम के पाम्पेई नगर में किये गये उत्खनन में विज्ञापन के कुछ रूपों के प्रमाण मिले हैं।

लैटिन भाषा में प्राप्त एक विज्ञापन में इस प्रकार लिखा हुआ है:



टिप्पणी

‘इस दुकान से एक ताँबे का बर्तन चुरा लिया गया है। जो इसे वापस लायेगा वह 65 सेंटरसेस पायेगा। अगर कोई चोर को भी सुपुर्द करता है तो उसे और अधिक पुरस्कार दिया जायेगा।

प्राचीन रोम के लोग दिखाये जानेवाले नाटकों, खेलों, मनोरंजन तथा जन आयोजनों की सूचनाएं नगर के व्यस्त केन्द्रों में दीवारों पर रंगकर लिखते थे। रोमन डायरियाँ पर बकरी के चिन्ह बने मिलते हैं और उनके विद्यालयों के ऐसे बच्चे का चित्र होता है जिसे चाबुक मारा जा रहा है। प्रायः इन चिन्हों का प्रयोग इसलिए किया जाता था कि बहुत से लोग पढ़ नहीं सकते थे। आप एक विद्यालय के लिए किस चिन्ह का प्रयोग करेंगे? बहुत समय बाद जन सूचनाओं को ‘एक्टा डाइअर्ना’ में स्थान दिया जाता था। यह दीवार पर लगाया जाने वाला एक समाचारपत्र था जो ईसा पूर्व 131 में प्राचीन रोम की राजनीति के दैनिक समाचार उपलब्ध कराता था। पैपाइरस पर खोया और पाया विज्ञापन प्राचीन यूनान तथा रोम में अत्यन्त सामान्य था।

क्या आप जानते थे?

- मिस्र के लोग पैपाइरस कागज पर विक्रय संदेश और दीवार के पोस्टर बनाते थे। यह कागज पेपाइरस पौधे को पट्टियों में छील कर बनाया जाता था जिसका उपयोग प्राचीन यूनान तथा रोम के लोग भी करते थे।
- प्राचीन अरब के खंडहरों में व्यावसायिक संदेश तथा राजनीतिक अभियान के प्रचार भी मिले हैं।
- व्यावसायिक विज्ञापन के लिए दीवार या चट्टानों पर बनाये गये चित्र प्राचीन विज्ञापन रूपों का अन्य उदाहरण हैं जो आज भी एशिया, अफ्रीका और दक्षिणी अमरीका के अनेक हिस्सों में मिलते हैं।
- ईसा पूर्व 4000 के भारतीय पाषाण कलाचित्र में भी भित्तिचित्र की परम्परा मिलती है।

क्या आपको याद है कि संप्रेषण के पहले मॉड्यूल में आपने हैंडबिल, पोस्टर और पैम्फलेट के बारे में पढ़ा है? क्या आप जानते हैं कि मुद्रण उद्योग की सफलता के कारण ही आधुनिक विज्ञापन संभव हो सका? हैंडबिल, पोस्टर, पैम्फलेट और लीफलेट बड़ी संख्या में छापे जाने लगे और शहरभर में इन्हें वितरित किया जाने लगा तथा इसे आम स्थानों पर दीवार पर भी लगाया जाने लगा।

शीघ्र ही विज्ञापन सेफ्टी पिन से लेकर सिलाई मशीन तक कारखानों में उत्पादित वस्तुओं के विपणन का एक सशक्त उपकरण बन गया। समाचारपत्रों ने अब विज्ञापन हेतु स्थान को बेचना शुरू किया। जल्द ही अखबारों में समाचार से ज्यादा विज्ञापन छपने लगे।

क्या आप जानते थे?

पहली आधुनिक विज्ञापन एजेंसी संयुक्त राज्य अमरीका में 1875 के लगभग प्रारम्भ हुई जब फिलाडेल्फिया के श्री एन.डब्ल्यू अयर एंड सन्स ने विज्ञापन बनाने का प्रस्ताव दिया और समाचारपत्रों में इसके लिए स्थान का कॉन्टैक्ट (संविदा) भी प्रस्तावित किया।

इस देश में एक लोकप्रिय माध्यम के तौर पर रेडियो और टेलीविजन के आगमन से विज्ञापन के क्षेत्र में क्रांति आ गयी। जबकि मुद्रित माध्यम मात्र साक्षर लोगों के लिए थे, रेडियो और टेलीविजन का लाभ साक्षर तथा निरक्षर दोनों को मिलने लगा। नगरों के साथ-साथ ग्रामीण क्षेत्रों में भी टेलीविजन और रेडियो सर्वाधिक लोकप्रिय माध्यम बन गये। 1990 के दशक के दौरान सैटेलाइट टेलीविजन और इंटरनेट के आगमन के परिणामस्वरूप इस क्षेत्र में महत्वपूर्ण परिवर्तन आये।

### स्मरण हेतु वस्तुएं

हैंडबिल	कागज का एक छोटा पन्ना जिसमें विज्ञापन संदेश होता है और जिसका वितरण हाथ से किया जाता है। हैंडबिल प्रायः सफेद, गुलाबी या पीले कागज पर बने होते हैं। छात्र तथा समाचारपत्र वितरक हैंडबिल के वितरण का कार्य करते हैं।
पोस्टर	एक विज्ञापन के तौर पर यह अधिक आमदरफ्त वाली जगहों पर लगाया जाता है। एक पोस्टर में केवल एक शब्द या ग्राफिक छवि तथा फोटोग्राफ हो सकता है। गोंद या फेविकोल से एक पोस्टर दीवारों पर चिपकाया जा सकता है।
लीफलेट	एक छोटी पुस्तिका जिसपर कागज का आवरण होता है। इसमें सामान्यतः बेहद कम तथा पतले कागज लगाये जाते हैं।
एड	एक एडवर्टाइजमेंट या विज्ञापन को एड भी कहते हैं।



### पाठगत प्रश्न 17.1

- प्राचीन सभ्यताओं की एक सूची नीचे दी जा रही है। उनको उस काल में प्रयुक्त समुचित विज्ञापन के प्रकार के साथ सम्बन्धित कीजिए—
  - हड़प्पा और मोहनजोदड़ो
  - सम्राट अशोक
  - जन उद्घोषणा करने वाले पत्थर तथा स्तम्भ
  - ढोल बनाने वाले और मुनादी करने वाले उद्घोषणा करते थे।





टिप्पणी

- |                    |  |
|--------------------|--|
| (iii) यूनान और रोम | ग) कलाकृति तथा हस्तशिल्प बेचने के लिए चिन्हों का प्रयोग करते थे। |
| (iv) मिस्त्र       | घ) एकटा डाईअर्ना — एक दीवार समाचारपत्र                           |
| (v) रोम            | ङ) पैपाइरस पर विक्रया संदेश तथा दीवार के पोस्टर।                 |



### क्रियाकलाप 17.1

लीफलेट, पोस्टर और हैंडबिल में से प्रत्येक के दो-दो नमूने एकत्र कीजिये।

## 17.2 भारत में विज्ञापन

भारत में समाचारपत्रों के इतिहास के समानान्तर ही विज्ञापनों का इतिहास भी है। आपने मुद्रित माध्यम के मॉड्यूल में सीखा है कि भारतीय उपमहाद्वीप के पहले समाचारपत्र का पहला संस्करण 'बेंगाल गजट' और 'कैलकटा जनरल एडवर्टाइजर' था जिसे जेम्स आगस्टस हिम्की ने 29 जनवरी 1780 को शुरू किया। क्या आपको मालूम है कि इसमें कुछ विज्ञापन होते थे? प्रारम्भ के दिनों में समाचारपत्र जन्म, मृत्यु, नियुक्ति, जहाजों के आगमन व प्रस्थान, फर्नीचर की बिक्री की घोषणा छापते थे। उन्नीसवीं सदी के प्रारम्भ से विज्ञापन के तौर-तरीके में एक परिवर्तन आया। उस समय प्रकाशित पत्रिकाओं में दैनिक समाचारपत्र भी अपना विज्ञापन करने लगे। व्यापार व वाणिज्य में वृद्धि के साथ विज्ञापन की शक्ति भी तेजी से बढ़ी।

आपके परिवार में कौन सा समाचारपत्र पढ़ा जाता है? क्या इसमें बहुत से विज्ञापन होते हैं?

वर्ष 1830 तक लगभग तीन दर्जन समाचारपत्र व पत्रिकाएँ भारत में नियमित रूप से प्रकाशित होने लगे थे। नये उद्योगों की स्थापना के साथ ब्रिटिश कंपनियों के विज्ञापन भी आने लगे। भारत में विज्ञापन की वृद्धि का सम्बन्ध स्वदेशी आन्दोलन (1920-1922) से भी है, जिसने भारतीय उद्योग को एक आवेग दिया। क्या आपको स्वदेशी आन्दोलन से जुड़े कुछ स्वतंत्रता सेनानियों के नाम याद हैं? महात्मा गाँधी ने स्वदेशी आन्दोलन को "उन उपभोक्ताओं को जागरूक करने का आह्वान जो गरीबी बढ़ाने वाले, श्रमिकों, मानव तथा अन्य जीवों को क्षति पहुँचाने वाले उद्योगों का समर्थन करने की हिंसा करते हैं" कहा। स्वदेशी आन्दोलन देश में बने उत्पादों के उपयोग के माध्यम से अंग्रेजों के हाथ से आर्थिक शक्ति वापस लेने का एक प्रयास था। चरखा कातना और खादी के वस्त्र पहनना ब्रिटिश सरकार से संघर्ष का एक सशक्त तरीका बना।

आइये अब हम जानें कि कैसे आधुनिक भारतीय विज्ञापन विकसित हुए। क्या आप



टिप्पणी

जानते हैं कि कब भारतीय विज्ञापन एजेंसियों ने काम करना शुरू किया? पहली भारतीय एड एजेंसी, इंडियन एडवर्टाइजिंग एजेंसी बीसवीं सदी के प्रारम्भिक दिनों में स्थापित हुई। दूसरी ओर 1905 में स्थापित और मुम्बई के गीरगाम में स्थित बी दत्ताराम एंड कंपनी भी सबसे पुरानी अब तक काम करने वाली एजेंसी होने का दावा करती है। इसके बाद 1909 में कैलकटा एडवर्टाइजिंग एजेंसी शुरू हुई। 1920 तक भारत के बड़े शहरों से अनेक भारतीय एजेंसियों ने काम करना शुरू किया जिनमें मद्रास की माडर्न पब्लिसिटी कंपनी, कलकत्ता व बम्बई की 'सेन्ट्रल पब्लिसिटी सर्विस' और तिरुचिरापल्ली की 'ओरियंटल एडवर्टाइजिंग एजेंसी' थी। वर्ष 1931 में भारत में पहली पूर्ण विकसित एजेंसी, 'नेशनल एडवर्टाइजिंग सर्विस' की स्थापना हुई। स्वतंत्रता पश्चात काल के दौरान विज्ञापन व्यवसाय अधिक पुष्पित-पल्लवित होने लगा। वर्ष 1951 में 'इंडियन सोसाइटी ऑफ एडवर्टाइजर्स' बना और मई 1958 में द सोसाइटी ऑफ एडवर्टाइजिंग प्रैक्टिशनर्स स्थापित हुआ। साथ-साथ बम्बई और कलकत्ता में इस कार्य के उच्च मानकों की उन्नति के लिए एडवर्टाइजिंग क्लब भी गठित किये गये। बाजार अनुसंधान (मार्केट रिसर्च) तथा पाठक सर्वेक्षण (रीडरशिप सर्वे) के कारण विज्ञापन उद्योग और अधिक पेशेवर बन गया। टेलीविजन रेटिंग प्वाइंट जिसे टी.आर.पी. मापन भी कहते हैं, उपभोक्ता/दर्शक की पसन्द और नापसंद सम्बन्धी आँकड़े एड एजेंसियों को उपलब्ध कराने लगा और इससे एजेंसियों को प्रभावी मीडिया योजना तथा विज्ञापन अभियान बनाने में मदद मिलने लगी। क्या आप जानते हैं कि टेलीविजन के किस समाचार चैनल की टी.आर.पी. अधिकतम है?

बहुरंगी छपाई, विकसित मुद्रण मशीनों के आगमन और व्यावसायिक कला के विकास से विज्ञापन व्यवसाय में और अधिक उछाल आया। विज्ञापन एजेंसियों और उनके द्वारा प्रस्तुत सेवाओं का विस्तार हुआ और ऐसा जन माध्यमों में असाधारण विकास के कारण हुआ। समाचारपत्रों व पत्रिकाओं में स्थान बेचने के साथ इन्होंने कलाकार्य, समारोह और प्रदर्शनी आयोजन तथा बाजार अनुसंधान आदि सेवाएं देना भी शुरू कर दिया।

विज्ञापन के इतिहास में कुछ महत्वपूर्ण वर्ष

1780	वर्गीकृत विज्ञापनों के साथ आधुनिक विज्ञापन इतिहास का आरम्भ। हिंदी के साप्ताहिक पत्र 'बंगाल गजट' में पहली बार प्रिंट मीडिया में विज्ञापन मुद्रित हुए।
	समाचारपत्र स्टूडियो ने मुद्रित माध्यम में विज्ञापन तैयार करने के लिए विजुअलाइजर व इल्यूस्ट्रेटर्स (विज्ञापन की कल्पना तथा चित्रण करने वाले पेशेवर) को प्रशिक्षित किया।
1905	समाचारपत्रों के लिए विज्ञापन बनाने वाली एक प्रारम्भिक कंपनी बी. दत्ताराम एंड क. मुम्बई में स्थापित।



टिप्पणी

1920-1922	स्वदेशी आंदोलन के वर्ष
1920-1929	विदेशी स्वामित्व की एड एजेंसी सक्रिय
1931	पहली पूर्ण विकसित एजेंसी नेशनल एडवर्टाइजिंग सर्विस स्थापित
1951	द इंडियन सोसाइटी ऑफ एडवर्टाइजर्स गठित



**पाठगत प्रश्न 17.2**

- (i) भारत में छपने वाला पहला समाचारपत्र किसने शुरू किया?
  - क) महात्मा गाँधी
  - ख) बेनेट एंड कोलमेन
  - ग) जेम्स आगस्टस हिकी
  - घ) जेम्स कैमरान
- (ii) हमारे देश में स्थापित पहली विज्ञापन एजेंसी का क्या नाम है?
  - क) ओगिल्बी एण्ड मैथर
  - ख) इंडियन एडवर्टाइजिंग एजेंसी
  - ग) माडर्न पब्लिसिटी कंपनी
  - घ) इंडिया एडवर्टाइजिंग कंपनी
- (iii) विज्ञापन के विकास में किसका योगदान था?
  - क) स्वदेशी आन्दोलन
  - ख) समाचार एजेन्सियाँ
  - ग) नये उद्योग
  - घ) नयी मुद्रण तकनीकी का आगमन
- (iv) ब्रिटिश से संघर्ष हेतु उपयोग किये गये एक शक्तिशाली तरीके का नाम बताएँ?
  - क) खादी
  - ख) वस्त्र उद्योग

- ग) विज्ञापन उद्योग  
घ) समाचारपत्र
- (v) आप टी.आर.पी. से क्या समझते हैं?
- क) टेलीविजन रीडरपोल  
ख) टेलीविजन रेटिंग पोल  
ग) टेलीविजन रेटिंग प्वाइंट  
घ) टेलीविजन रेटिंग प्रोग्राम



### 17.3 विभिन्न माध्यमों के अनुरूप विज्ञापनों का वर्गीकरण

विज्ञापनों के वर्गीकरण के विभिन्न तरीके हैं। इनमें सबसे लोकप्रिय है विज्ञापन के माध्यम के आधार पर वर्गीकरण आइये अब हम जन माध्यमों में मिलने वाले विज्ञापन के विभिन्न प्रकारों की चर्चा करें।

#### मुद्रित (प्रिंट)

यह विज्ञापन के सबसे लोकप्रिय प्रकारों में से एक है। मुद्रित विज्ञापनों के अनेक प्रकार हो सकते हैं— समाचारपत्र और पत्रिकाएं, बिल, दीवार का पोस्टर, बैनर, कैलेंडर आदि। जैसी चर्चा हमने पहले भी की है मुद्रित विज्ञापनों के विकास का सम्बन्ध समाचार पत्र उद्योग की वृद्धि से है। 1907 में कैलकटा में स्टेट्समैन द्वारा पहले लिनोटाइप मुद्रण मशीन की अधिष्ठापना तथा सफलता इस उद्योग के लिए एक बड़ा प्रोत्साहन सिद्ध हुई। कुछ ही वर्षों में अन्य समाचारपत्रों ने यह मशीन लगायी। इससे मुद्रण सस्ता, तेज और बेहतर हुआ। इसी दौरान पहली विज्ञापन एजेंसी भी स्थापित की गयी।

मुद्रित विज्ञापन को क्लासीफाइड (वर्गीकृत) तथा डिस्प्ले एड्स की श्रेणी में रखा जा सकता है।

वर्गीकृत विज्ञापन सीधे-सादे तरीके से बिना साज-सज्जा के महत्वपूर्ण सूचनाएँ उपलब्ध कराते हैं।

वर्गीकृत विज्ञापनों में केवल तथ्य होते हैं। आपने प्रापर्टी मार्केट, शेयर, विवाह, जासूसी एजेंसियों, आवास, जन्म व मृत्यु सम्बन्धी विज्ञापन अधिकांश राष्ट्रीय दैनिकों के वर्गीकृत पृष्ठों पर देखे होंगे। डिस्प्ले विज्ञापन अधिक बड़े तथा अधिक स्थान में होते हैं। ये प्रायः रंगीन होते हैं तथा इनमें आकर्षक चित्र होते हैं। चमकदार पृष्ठों वाली पत्रिकाओं में अनेक डिस्प्ले एड्स होते हैं।





टिप्पणी

## इलेक्ट्रॉनिक

इलेक्ट्रॉनिक विज्ञापन सामान्यतः अधिक सनसनीपूर्ण होते हैं। इन्हें रेडियो पर सुना और टेलीविजन पर देखा जा सकता है। टेलीविजन उद्योग के विकास से विज्ञापन उद्योग को तीव्र गति मिली है— इतनी अधिक कि प्रायः लोग विज्ञापनों को टेलीविजन कार्यक्रम से भी अधिक दिलचस्पी से देखते हैं।

क्या आप जानते हैं कि टी.वी. विज्ञापनों को कॉमर्शियल भी कहते हैं। इसे कमर्शियल कहते हैं क्योंकि अपने उत्पाद का विज्ञापन करनेवाली कंपनी विज्ञापन के माध्यम से व्यवसाय वृद्धि के लिए धन का भुगतान करती है।



### क्रियाकलाप 17.2

कुछ लोकप्रिय टी.वी. कामर्शियल की लिस्ट बनाइये।

इलेक्ट्रॉनिक विज्ञापनों को बड़े मॉनिटर तथा लाइट बोर्ड पर लिखे गये शब्दों तथा चित्रों के तौर पर भी प्रदर्शित किया जा सकता है। बड़े शहरों और महानगरों में ट्रैफिक सिग्नल पर अनेक टेक्स्ट बोर्ड लगे होते हैं। इन विज्ञापनों का लक्ष्य ट्रैफिक सिग्नल पर ग्रीन सिग्नल की प्रतीक्षा कर रहे लोग होते हैं।

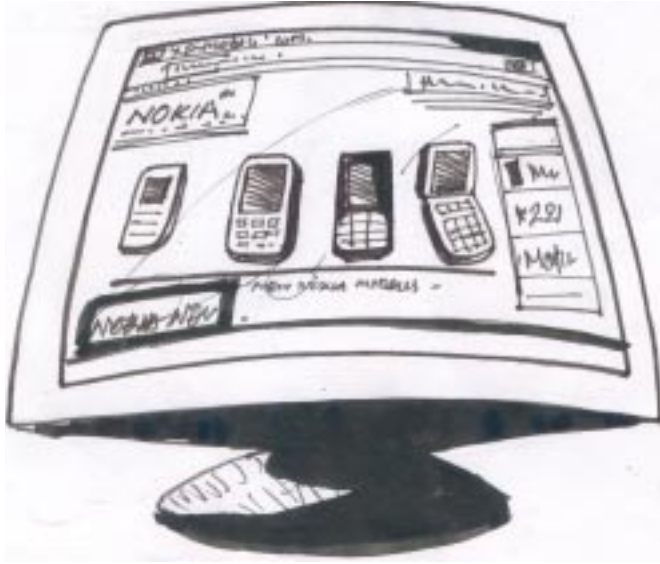


चित्र 17.1: व्यस्त सड़क पर इलेक्ट्रॉनिक सिग्नल

## न्यू मीडिया

अगर आपने एक सेलफोन का उपयोग किया है तो आप विभिन्न विज्ञापनों से भी परिचित होंगे जो आपसे एक लोकप्रिय फिल्मी गीत डाउनलोड करने या एक टेलीविजन शो के अपने पसंदीदा उम्मीदवार के पक्ष में वोट देने के लिए कहते हैं। इंटरनेट के आगमन और सेलफोन की लोकप्रियता के साथ विज्ञापन का एक नया दौर आ गया है। कम्प्यूटर तथा सेलफोन अधिक सस्ते और आसानी से प्राप्त होने

वाले बन गये हैं। इक्कीसवीं सदी के लिए विज्ञापनों के नये मंच आ गये हैं। क्या आप उन विज्ञापनों को तंग करने वाला समझते हैं जो वेबसाइट पर आते रहते हैं।



चित्र 17.2: वेबसाइट पर विज्ञापन



टिप्पणी



### क्रियाकलाप 17.3

अगर आपने इंटरनेट विज्ञापन नहीं देखे हैं तो संभव हो तो एक साइबर कैफे जाइये और कम्प्यूटर ऑपरेटर से कुछ विज्ञापन दिखाने के लिए कहिये।

अब हम संक्षेप में देखें कि आपने विभिन्न माध्यमों पर आधारित विज्ञापनों के वर्गीकरण के विषय में क्या सीखा। नीचे दी हुई तालिका देखें—

विज्ञापन के विभिन्न माध्यम

मुद्रित	इलेक्ट्रॉनिक	डिजिटल/नया माध्यम
समाचारपत्र	टेलीविजन	इंटरनेट वेबसाइट
हैंडबिल	रेडियो	फिल्मों और संगीत के
पोस्टर	केबल नेटवर्क	सीडी व डीवीडी
बैनर (कपड़े तथा कागज के)		सेलफोन
पैम्फलेट		
ब्रोशर		
लीफलेट		
किताबें		
पत्रिकाएँ		



टिप्पणी



### क्रियाकलाप 17.4



### पाठगत प्रश्न 17.3

1. वर्गीकृत विज्ञापन क्या है?
2. वर्ष 1907 भारत में मुद्रण उद्योग के लिए महत्वपूर्ण क्यों है?
3. विज्ञापन के नये मंच कौन-कौन से हैं?

स्मरण हेतु कुछ विज्ञापन शब्दावली

### टैगलाइन

टैगलाइन एक रचनात्मक, प्रायः बुद्धिमत्तापूर्ण विज्ञापन स्लोगन है जो लोगों को एक उत्पाद विशेष याद रखने में मदद करता है। क्या आप एक लोकप्रिय टैगलाइन सोच सकते हैं?

### ब्रांड

ब्राण्ड किसी उत्पाद या सेवा का वह नाम है जिसकी आसानी से पहचान की जा सकती है। लोग ब्रांड नाम के कारण कोई उत्पाद खरीदते हैं। कुछ प्रसिद्ध ब्रांड डेटॉल, पेप्सी कोला, पारलैजी, हॉकिंस प्रेशर कुकर, बजाज स्कूटर, यामाहा मोटरबाइक, कैडबरी चॉकलेट, पॉन्ड्स सोप, सनसिल्क शैम्पू, बैंड एड, डालडा, हमाम, लाइफबॉय साबुन है।

### अभियान (कैम्पेन)

एक विज्ञापन अभियान विज्ञापन संदेशों की एक श्रंखला है जिसमें एक जैसे विचार तथा होते हैं जो एक दूसरे के साथ किसी उत्पाद, सेवा या संस्था के लिए विज्ञापन रणनीति का निर्माण करते हैं। विज्ञापन अभियान विभिन्न माध्यमों में एक विशेष समयावधि में जारी होते हैं।

### लक्षित श्रोता (टारगेट ऑडियन्स)

टारगेट ऑडियंस या लक्षित समूह लोगों का वह प्राथमिक समूह है जिसकी ओर विज्ञापन अभियान या कोई अन्य संदेश लक्षित होता है। लक्षित श्रोता एक निश्चित आयु समूह, लिंग, वैवाहिक स्थिति आदि के लोग हो सकते हैं। (उदाहरण: किशोरावस्था के लोग, स्त्री, अविवाहित आदि) एक विशेष सम्मिश्रण जैसे बीस से तीस वर्ष आयु के पुरुष प्रायः लक्षित श्रोता होते हैं। अन्य समूह जो विज्ञापन के

केन्द्रबिन्दु पर नहीं होते, फिर भी इसमें रुचि ले सकते हैं। अपने लक्षित श्रोता को जाने बिना विज्ञापन तथा एक उत्पाद विशेष की बिक्री एक कठिन तथा खर्चीला काम बन सकती है।

## 17.4 विज्ञापन के प्रकार

विज्ञापनों को थीम तथा विषयवस्तु के अनुसार वर्गीकृत किया जा सकता है। मोटे तौर पर इस प्रकार कुल चार तरह के विज्ञापन होते हैं—

### उत्पाद विज्ञापन

क्या आपने देखा है कि छोटे बच्चे वही शीतलपेय पीना चाहते हैं जो उनके पसंदीदा क्रिकेटर या फिल्मी सितारे पीते हैं? यह उत्पाद विज्ञापन का प्रभाव है और यह विज्ञापन का सबसे अधिक पाया जाने वाला प्रकार है क्योंकि इसे सबसे आसानी से पहचाना जा सकता है।

एक उत्पाद वह वस्तु है जिसे बड़ी तादाद में मानव, यंत्र या प्राकृतिक प्रक्रिया से उत्पादित किया जाता है। अतएव उत्पाद फल, सब्जी से लेकर अचार, जैम तथा स्कूटर तथा कार कुछ भी हो सकता है।

इस स्थिति में विज्ञापन का केन्द्रबिन्दु कंपनी या उत्पादक न होकर उत्पाद ही होता है। सामान्यतः इन विज्ञापनों की प्रकृति मनोविनोदपूर्ण होती है। इनमें उत्पाद के विषय में सूचना कम तथा विशिष्ट शैली का प्रयोग अधिक होता है। शीतलपेय, जूतों, कार, सेलफोन और खाद्य सामग्री के विज्ञापन इसी श्रेणी में आते हैं।



चित्र 17.3: उत्पाद विज्ञापन

लोक सेवा विज्ञापन इसे समाजसेवा विज्ञापन या विकास विज्ञापन भी कहते हैं। इसमें व हद स्तर पर समाज पर प्रभाव डालने वाले मुद्दे केन्द्रबिन्दु में होते हैं जैसे परिवार



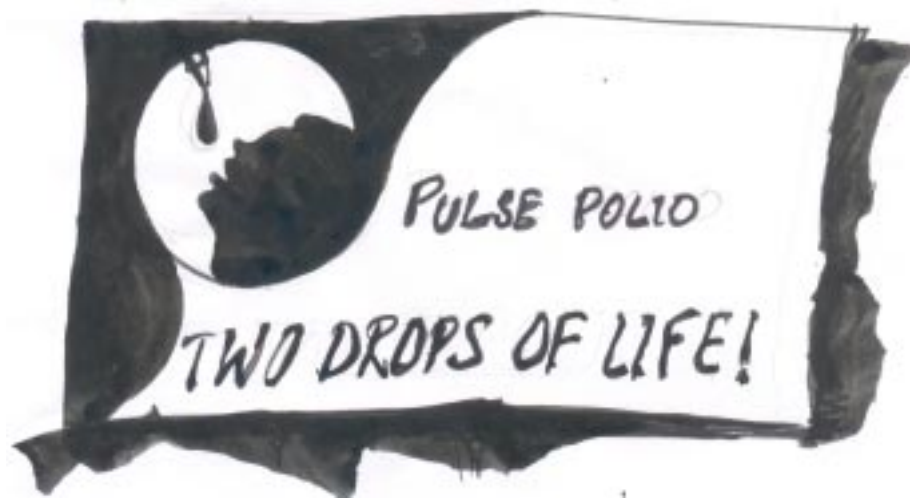


टिप्पणी

नियोजन, राष्ट्रीय एकता, पोलियो उन्मूलन तथा प्रदूषण नियंत्रण। इसका प्रमुख उद्देश्य सीधा असर पहुँचाने वाले संदेशों के माध्यम से लोगों को जागरूक करना होता है। ऐसे विज्ञापन उत्पाद या सेवा का नहीं बल्कि विचार का प्रसार करते हैं।

हम पोलियो उन्मूलन अभियान का उदाहरण लें। यह विज्ञापन पोलियो उन्मूलन पर जागरूकता उत्पन्न करने के लिए विभिन्न जन माध्यमों जैसे समाचारपत्र, रेडियो और टेलीविजन पर जारी होते हैं।

यह लोगों को अपने बच्चों को संक्रमण से प्रतिरक्षित करने के लिए ले जाने तथा उन्हें पोलियो ड्रॉप पिलाने के लिए प्रेरित करने के लिए होते हैं।



चित्र 17.4: लोकसेवा विज्ञापन

### सेवा विज्ञापन

इस प्रकार के विज्ञापन कारखाने में बनी सामग्री का उत्पाद पर नहीं अपितु सेवा उपलब्ध कराने वाली कंपनी पर केन्द्रित होते हैं। ये बैंक, रेलवे, कॉल सेंटर या ट्रैवेल एजेंसी हो सकते हैं। विज्ञापन सामान्यतः कंपनी को अपने क्षेत्र विशेष में अग्रणी सेवादाता के रूप में पेश करता है।

आइये हम भारतीय रेल का उदाहरण लें। लोगों की रुचि रेलवे में बनाये रखने के लिए तथा इसकी सेवाओं के लोगों को परिचित कराने के लिए रेलवे समय-समय पर विज्ञापन जारी करता है। भारतीय रेल की वेबसाइट पर तथा समाचारपत्रों में आपको ये विज्ञापन मिलेंगे।

इसी प्रकार बैंक अपनी बचत योजनाएँ तथा घर या वाहन खरीदने के लिए प्रस्तावित ऋण का विज्ञापन करते हैं।

क्या आप अन्य प्रकार की सेवाएँ याद कर सकते हैं, जिनका विज्ञापन होता है।



टिप्पणी

## सांस्थानिक विज्ञापन

यह विज्ञापन एक कंपनी की अच्छी छवि बनाने के उद्देश्य से किये जाते हैं। ये विज्ञापन अनुसंधान, विकास व गुणवत्ता नियंत्रण आदि क्षेत्र में संगठन के कार्य पर केन्द्रित होते हैं। प्रायः ये विज्ञापन शैक्षिक, सांस्कृतिक तथा क्रीड़ा आयोजनों के कंपनी द्वारा आयोजित किये जाने के सामाजिक कार्य पर केन्द्रित होते हैं। इन विज्ञापनों का उद्देश्य कंपनी की सकारात्मक छवि को बेचना होता है न कि कंपनी द्वारा उत्पादित वस्तु को। 1980 के दशक में 'इस्पात भी हम बनाते हैं' की टैगलाइन के साथ टाटा स्टील का विज्ञापन सांस्थानिक विज्ञापन का एक उत्तम उदाहरण है।



### पाठगत प्रश्न 17.4

1. उत्पाद विज्ञापन, सेवा विज्ञापन तथा लोकसेवा विज्ञापन की श्रेणियों के निम्नलिखित उदाहरण अलग-अलग कीजिये—
  - (i) कार
  - (ii) जीवन बीमा
  - (iii) डाक सेवा
  - (iv) चिकित्सालय
  - (v) प्रदूषण नियंत्रण
  - (vi) शैम्पू
  - (vii) परिवार नियोजन
  - (viii) एयरलाइन्स
  - (ix) शीतलपेय

## 17.5 कुछ लोकप्रिय विज्ञापन स्लोगन

**सेल (स्टील अथारिटी ऑफ इंडिया लिमिटेड)**

देयर इज़ ए बिट ऑफ सेल इन एवरीबडी

**दिल्ली पुलिस**

आपके साथ, आपके लिए, सदैव

**इनक्रेडिबल इंडिया**

सेलिब्रेट राजस्थान



टिप्पणी

**एनचैंटिंग तमिलनाडु**

एक्सपीरियेंस योरसेल्फ

**कर्नाटक**

वनस्टेट... मेनी वर्ल्ड्स

**बीएसएनएल (भारत संचार निगम लिमिटेड)**

कनेक्टिंग इंडिया

**हैंडलूम मार्क**

द एश्योरेंस ऑफ रीयल हैंडलूम क्रियेशन्स

इंडियाज़ रिच हेरिटेज यूज़ हैंडलूम प्रोडक्ट्स विद प्राइड

**इंडियन ऑयल एक्स्ट्रा प्रीमियम**

द बेस्ट योर वीकल कैन गेट

**दिल्ली 2010 xix कॉमनवेल्थ गेम्स (राष्ट्रमंडल खेल)**

कम आउट एंड प्ले

**ओएनजीसी (आयल एंड नेचुरल गैस कार्पोरेशन)**

मेकिंग टुमारो ब्राइटर

**सर्वशिक्षा अभियान**

सब पढ़ें, सब बढ़ें

**पल्स पोलियो कैम्पेन—पोलियो रविवार**

दो बूँद जिन्दगी की

## 17.6 आपने क्या सीखा

→ प्राचीन सभ्यता में विज्ञापन के रूप

- ढोल के साथ संदेश की मुनादी करते लोग
- लोक उद्घोषणा करने वाले पत्थर तथा स्तम्भ
- दीवार पर कलाकृति
- चट्टानों पर कला
- पैपाइरस (कागज) पर संदेश तथा दीवार के पोस्टर

भारत में विज्ञापन का इतिहास

- प्रथम समाचारपत्र 'बेंगाल गजट' में विज्ञापन

- स्वदेशी आन्दोलन
- आधुनिक विज्ञापन एजेन्सियाँ

→ विभिन्न माध्यमों के आधार पर विज्ञापन का वर्गीकरण

- मुद्रण—समाचारपत्र, हैंडबिल, पोस्टर, बैनर, पैम्फलेट, ब्रोशर, लीफलेट, किताबें, पत्रिकाएँ
- इलेक्ट्रॉनिक—टेलीविजन, रेडियो
- नया माध्यम—इंटरनेट वेबसाइट, सेलफोन, फिल्मों व संगीत के सीडी और डीवीडी

विज्ञापन के प्रकार

- उत्पाद विज्ञापन
- सेवा विज्ञापन
- सांस्थानिक विज्ञापन
- लोकसेवा विज्ञापन

विज्ञापन शब्दावली

लोकप्रिय विज्ञापन स्लोगन



### 17.7 पाठान्त प्रश्न

1. प्राचीन विश्व में अस्तित्व में रहे विज्ञापन के विभिन्न रूपों का वर्णन कीजिये। विज्ञापन की आधुनिक विधि से ये किस प्रकार भिन्न हैं?
2. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिये—
  - क) विज्ञापन का उद्भव
  - ख) टैगलाइन
  - ग) ब्रांड
3. मुद्रण, इलेक्ट्रॉनिक तथा न्यू मीडिया में विज्ञापन की प्रक्रिया की तुलना कीजिये।
4. उत्पाद, सेवा, सांस्थानिक तथा लोकसेवा विज्ञापनों के बीच अन्तर बताइये।



टिप्पणी





टिप्पणी



## 17.8 पाठगत प्रश्नों के उत्तर

17.1 (i) ग

(ii) क

(iii) ख

(iv) ड

(v) घ

17.2 1. (i) ग

(ii) ख

(iii) क, ग, घ

(iv) क

(v) ग

17.3 1. वर्गीकृत विज्ञापन महत्वपूर्ण सूचनाएं सीधे संक्षिप्त व प्रभावशाली ढंग से उपलब्ध कराते हैं।

2. वर्ष 1907 महत्वपूर्ण है क्योंकि इसी वर्ष कलकत्ता में 'स्टेट्समैन' द्वारा पहली लिनोटाइप मुद्रण मशीन की अधिष्ठापना हुई तथा सफलता मिली।

3. इंटरनेट व सेलफोन

17.4 1. (i) उत्पाद विज्ञापन

(ii) सेवा विज्ञापन

(iii) सेवा विज्ञापन

(iv) सेवा विज्ञापन

(v) लोक सेवा विज्ञापन

(vi) उत्पाद विज्ञापन

(vii) लोक सेवा विज्ञापन

(viii) सेवा विज्ञापन

(ix) उत्पाद विज्ञापन