विज्ञापन

विज्ञापन =वि + ज्ञापन से बना है। जिसमें वि का अर्थ है विशेष तथा ज्ञापन का अर्थ है – सूचना। अत: अर्थ हुआ विशिष्ट सूचना। विज्ञापन विभिन्न माध्यमों द्वारा विचार, कार्य, माँग–पूर्ति अथवा उत्पादित वस्तु आदि के संबंध में सूचनाओं को प्रचारित करने तथा विज्ञापन दाता की इच्छा व मंशा के अनुरूप कार्य करता है। अत: विज्ञापन वह शक्ति है जिसके अंतर्गत मुद्रित, प्रसारित शब्दों एवं दृश्य श्रव्य माध्यमों द्वारा विक्रय वृद्धि में सहायता मिलती है, ख्याति होती है तथा साख बढ़ती है। विज्ञापन का उद्देश्य विज्ञापनदाता की वस्तुओं का विक्रय करना तथा सार्वजनिक विचारधाराओ को व्यक्तिगत एवं सामूहिक रूप से विज्ञापन दाता के हित में प्रभावित करना होता है।

विज्ञापन माध्यमों के प्रकार :

विज्ञापनदाता जिन माध्यमों के आधार पर अपने विज्ञापनों को प्रचारित करता हैं, उनके निम्नलिखित प्रकार होते हैं:

(क) प्रसारण माध्यम : (1) आकाशवाणी (2) दूरदर्शन (3) फिल्म (4) इंटरनेट (5) पत्रिकाएँ

(ख) प्रेस विज्ञापन : (1) समाचार, (2) पत्रिकाएँ

(ग) बाह्य विज्ञापन (Out door) : दिवारों, बसों, ट्रेनों, कारों, आदि पर

(घ) अन्य विज्ञापन माध्यम : (1) डाक विज्ञापन (2) चर्चा (3) प्रदर्शनियाँ (4) बैनर (5) स्टीकर (6) भेंट, उपहार, डायरी तथा (7) कलेंडर आदि

विज्ञापन के तत्व : विज्ञापन के प्रभावशाली रूप में प्रस्तुतीकरण हेतु उसमे निम्नलिखित तत्व होने चाहिए :

(1) आकर्षण, (2) स्मरणतत्व, (3) विश्वसनीयता, (4) सुरुचिपूर्णता, (5) पठनीयता, (6) विक्रयशीलता, (7) सरलता और सुबोधता, (8) रचनात्मकता, (9) साजसज्जा और (10) नवीनता

विज्ञापन की भाषा : आज विज्ञापन हमारी जरूरतों को सुनिश्चित करने का काम करने का भी काम करते हैं। चूँकि विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य विज्ञापित वस्तु के संबंध में उपभोक्ता की वस्तु की और आकर्षित करके उसका ग्राहक बनाने हेतु अपील करना होता है। अत: इस अपील का भाषायी प्रस्तुतीकरण चित्ताकर्षण, हृदयहारी और प्रभावशाली होना लाजिमी है, विज्ञापन की भाषा भी आकर्षक, स्मरणीय, पठनीय, प्रभावी और विक्रय शक्तियुक्त होगी ही। तुकबंदी के साथ–साथ अंलकारों, सूत्रात्मक वाक्यों आदि को अपनाकर विज्ञापन की भाषा को आकर्षक रमणीय, चित्ताकर्षक और लुभावना बनाया जाता है और कथ्य मे तुकबंदी, पद्यात्मक, मुहावरों, सूत्रात्मक और क्रियारहित वाक्यों का प्रयोग करके कथ्य को स्मरणीय बनाकर उसमें चार चाँद लगाए जाते हैं। विज्ञापन की भाषा सरल, सरस, लच्छेदार और लुभावनी होती है और अपने इन गुणों के कारण ही वह उपभोक्ता के चित को बाँधकर विज्ञापित वस्तु को खरीदने के लिए उसे प्रेरित कर पाती है। अत: विज्ञापन की भाषा संक्षिप्त किंतु पूर्ण होनी चाहिए। उसमें सरल बोलचाल की भाषा का प्रयोग होना चाहिए।

विज्ञापन के कुछ उदाहरण :

(1) जिद्दी से जिद्दी मैल को भी धो डाले। (सर्फ एक्सल)

(2) लक्में –झुर्रियों का दुश्मन।

(3) मारुति सबसे अच्छी कार – करे आपके सपने साकार।

(4) पड़ोसियों की जले जान, आपकी बढ़े शान। (ओनीडा)

(5) पंजाब नेशनल बैंक – विश्वास का दूसरा नाम।

(6) बुलंद भारत की बुलंद तस्वीर – हमारा बजाज।

(7) दूसरे सारे डाई एक तरफ - गोदरेज खुद-ब-खुद।

(8) जीवन बीमा निगम - सबसे पहले, सबसे आगे।

(9) जीवन बीमा का कोई विकल्प नहीं। (एलआईसी)

(10) जोरदार खबर, लीक का नहीं डर (नोविनो)

(11) अच्छे लोग, अच्छी पसंद (यूनियन बैंक ऑफ इंडिया)

स्वाध्याय

1. निम्नलिखित प्रश्नों के एक-दो वाक्यों में उत्तर दीजिए :

(1) विज्ञापन शब्द का अर्थ स्पष्ट करें।

(2) विज्ञापन के प्रकार कौन-कौन से हैं ?

(3) विज्ञापन के तत्वों को उजागर करें।

2. निम्नलिखित प्रश्नों के तीन-चार वाक्यों में उत्तर दीजिए :

(1) ''विज्ञापन'' शब्द को समझाते हुए उसके माध्यमों के प्रकार के नाम बताएँ।

(2) विज्ञापन के तत्त्वों के नाम बताकर उसकी उपयोगिता पर प्रकाश डालें।

योग्यता-विस्तार

विद्यार्थी-प्रवृत्ति

● विज्ञापन के अर्थ और तत्त्वों को ध्यान में रखते हुए विज्ञापन को व्यावहारिक रूप से अनुभव करें।

शिक्षक-प्रवृत्ति

● वर्तमान समय में विज्ञापन को स्वरूप, उपयोग, समझाकर छात्रों को कुछ विज्ञापनों का वर्गीकरण कर विस्तृत जानकारी और प्रत्यक्षीकरण करवाएँ।

●