

गणित शाखा

श्री. ए. हिंदी ऑनर्स

HIN/18/31

हिंदी विभाजन



# विज्ञापन की

## परिभाषा

विज्ञापन मूल रूप से संचार है। यह प्रायः व्यवसायिक संचार होता है। अतः विज्ञापन हेतु जनमाध्यमों का इस्तेमाल किया जाता है। प्रोफेसर जेम्स ई. बिलिकिल्ड व प्रोफेसर सी. ए. क्रिकपैटि ने अपनी पुस्तक "एडवर्टाइजिंग" "मास कम्युनिकेशन इन मार्केटिंग" विज्ञापन को कुछ इस तरह से परिभाषित किया है।

विज्ञापन अगतान किया हुआ व्यवसायिक संचार है। व्यवसायिक संचार का प्रमुख कार्य विज्ञापित वस्तु के प्रति उपभोक्ताओं का दृष्टिकोण व क्रियान्वयन को बदलना है।

विज्ञापन के संदर्भ में सर्वाधिक प्रचलित सर्वमान्य परिभाषा अमेरिकी प्रबन्धन संघ या अमेरिकन मार्केटिंग एसोशिएशन ने 1948 में दी थी। ए. एम. ए. के अनुसार :



'विज्ञापन किसी वस्तु, सेवा या विचार के संबंधन हेतु किसी परिचित द्वारा श्रुतान के साथ किया गया गैर व्यक्तिगत प्रस्तुतिकरण है।' सर्वमान्य होने के कारण भी इस परिभाषा में कुछ कमियाँ हैं। 1988 में जेरीथी कोट्टेन ने अपनी पुस्तक 'विज्ञापन' में इस परिभाषा की कमियाँ बताई हैं।

इन होने विज्ञापन की परिभाषा कुछ इस प्रकार की है - 'रचनात्मक पहलूओं का इस्तेमाल करते हुए जनसाध्यों के जरिए वस्तु, सेवा व विचार के संबंधन हेतु विज्ञापन के उद्देश्यों के अनुरूप किया गया अनुनयनकारी संचार है। इसमें उपभोक्ताओं की सतुष्टि का अटूट ध्यान रखा जाता है।

इंस्टीट्यूट ऑफ प्रेक्टिशनर्स इन एडवर्टाइजिंग ने 1998 में विज्ञापन की निम्नलिखित परिभाषा दी थी।

विज्ञापन व्यवसाय व कला का एक अपूर्व है। इस प्रक्रिया ने निधीजक, लेखक, कलाकार, निर्माणविशेषज्ञ, प्रबन्ध, समन्वय आदि सामूहिक रूप से विज्ञापन की आवश्यकता अनुसार संचार रूपी समाधान की निर्माण करते हैं।



ब्रांड पीजिशनिंग : स्ट्रेटाजिज कॉर  
कम्प्रीहिव एडवेंटेज

द्वारा दी गई परिभाषा निम्नलिखित है -  
किसी निश्चित ब्रांड के बारे में  
अनुसन्धकारों के अन्तर्गत व श्रेष्ठता का  
अनुसन्धान कर आती उपभोक्ताओं के  
साथ संचार करना ।

भारतीय जनसंचार संस्थान नई  
दिल्ली के प्रोफेसर जयश्री जेठवानी  
के अनुसार : 'अनुसन्धकारों के संचार व  
उपभोक्ताओं के जहन में सही स्थान  
निरूपण के माध्यम से विज्ञापन ब्रांड  
की ग्राह्यता बढ़ाने की प्रक्रिया को  
विज्ञापन कहते हैं । यह कला और  
विज्ञान का एक साक्षात् स्वरूप है ।

विज्ञापन के बारे में उपलब्ध इन  
परिभाषाओं की बहुतायत इस बात को  
सिद्ध करती है कि विज्ञापन एक  
बहुआयामी विद्या है । साथ ही यह  
इस बात की ओर भी इंगित करता  
है कि यह बहुउद्देशीय विद्या है ।  
विज्ञापन को पुष्ट बनाने की  
दिशा में हेतु मनोविज्ञान, समाज-  
शास्त्र, मानवतत्व विज्ञान, अर्थशास्त्र, कला  
व साहित्य आदि विद्याओं से विषय



वस्तु को अनुमोदित किया गया है।  
वह उद्देश्य होने के साथ-साथ  
अनेक विधाओं से प्रेरित होने के  
कारण विज्ञापन की अनेक परिभाषाएं  
मिलती हैं।

उपरोक्त परिभाषाओं से, यह कहा गया है  
कि :

- \* विज्ञापन बड़े समूह के लिए एक संदेश है।
- \* यह गैर-व्यक्तिगत संदेश / संघर्ष का रूप है।
- \* यह आम जनता को विज्ञापित वस्तुओं  
या सेवाओं की खरीद के लिए राजी  
करता है।
- \* इसका शुभगतान विज्ञापनदाता द्वारा  
प्रकाशक को किया जाता है।
- \* विज्ञापन संदेशों की पहचान विज्ञापनदाता  
के साथ की जाती है।

विज्ञापन वह गतिविधि है जिसके द्वारा  
दृश्य या मौखिक संदेश आम जनता  
को संबोधित किए जाते हैं।

इसका उद्देश्य विज्ञापनदाता की बिक्री  
बढ़ाने के लिए उन्हें सूचित या  
प्रभावित करना है। यह विज्ञापनदाता द्वारा  
प्रस्तुत वस्तुओं या सेवाओं को बेचने  
की दृष्टि से किया जाता है। यह



पाठकों या क्लरकों को भी विचार के प्रति अनुकूल कार्य करने के लिए आकर्षित कर सकता है। यह एक विक्रेता (प्रायोजक) द्वारा भुगतान किया जाता है।

विक्रेता या विज्ञापकता को उस स्थान (या समय) के लिए भुगतान करना पड़ता है जिसे माध्यम से संदेश (विज्ञापन) दिखाई देता है। उद्देश्य लोगों को और अधिक खरीदने के लिए राजी करना है। विज्ञापन नए उत्पादों की बरतण पैका करता है।

“विज्ञापन मानव क्रिया को प्रभावित करने की कला है, अपने उत्पाद को रखने और रखने की बरतण के लिए जागृति।”

उत्पादों और सेवाओं के प्रचार के लिए विज्ञापन का सबसे अधिक उपयोग किया जाता है। इसका उपयोग सरकारी और गैर-सरकारी संगठनों सहित सभी प्रकार के संगठनों द्वारा प्रसाद से संबंधित जानकारी को संप्रेषित करने का एक अच्छा तरीका है।

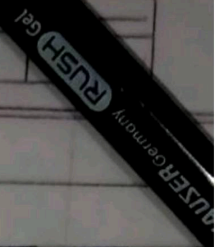


# विज्ञापन का महत्त्व

आधुनिक समय का आर्थिक तथा सामाजिक गंचा विज्ञापनों पर आधारित है। विभिन्न वस्तुओं के निर्माता अपनी वस्तुओं का विक्रय बढ़ाने के लिए विज्ञापनों पर आश्रित हैं। इसीलिए विज्ञापन की कला के विशेषज्ञों तथा विज्ञापन पर आज का निर्माता असीम धनशक्ति खर्च करता है, क्योंकि विज्ञापन जितना आकर्षक एवं प्रभावी होगा, वस्तुओं की बिक्री उतनी ही अधिक होगी तथा उत्पादक भी लाभ पा सकेगा।

जीवनीपर्यन्त प्रत्येक वस्तु के महत्वपूर्ण को अंग है, जिन्हे उपभोक्ता और व्यवसायी का रूप दिया जा सकता है। उपभोक्ता वह है जो किसी वस्तु का उपयोग करता है और व्यवसायी वस्तु का निर्माण करता है। प्रारम्भिक





दौर में वस्तु और उपभोगता तक पहुँचाने का काम करते थे। अतः बिक्रीबिह वस्तु और उपभोग को उपभोगता तक पहुँचाने का काम किया करते थे। जिससे वस्तु अपनी वास्तविक क्षमता के कहीं अधिक उपभोगताओं से बसूली जाती थी। कभी-कभी बिक्रीबिह वस्तु की गुणवत्ता को अधिक दशकिक उपभोगता को लगाने का काम भी करते थे। यह प्रथा आज भी विद्यमान है परन्तु विक्रयकों के माध्यम से व्यवसाय ने उपभोगता से सीधे जुड़ने का काम किया है। अतः विक्रय का महत्व इस कर्म तरह से समझ सकते हैं विक्रय आज हमारे जीवन के हर क्षेत्र में अपनी महत्व भूमिका निभाता है। आज तकनीकी विकास ने पूरे विश्व के लोगों को एक-दूसरे के नजदीक ला दिया है। दूरियों का कोई मतलब नहीं रह गया है। इन सब कारणों ने मनुष्य को और अधिक महत्वाकांक्षी बना दिया है। वर्तमान समय के बाजार प्रधान समाज में उपभोगतावादी संस्कृति का बोलबाल बढ़ रहा था।



- विज्ञापन का महत्व जानने के लिए निम्नलिखित बिन्दुओं पर विचार आवश्यक है -

प्रतियोगिता	बाजार में नए उत्पादन का परिचय
साख निर्माण	विक्री में बढ़ोत्तरी
विवीक्षियों में कमी	बाजार का फैलाव
उत्पादन में सुधार	विक्रेता की सहायता
उपभोक्ताओं को शिक्षित करना	शेजमार्ग के अवसर प्रदान करना
स्मार्ट पत्रों एवं पत्रिकाओं की लागत में कमी	मनोरंजन के लिए उपयोगी
राष्ट्रहित	उच्च जीवन पद्धति को बढ़ावा



## 1. बाजार में नए उत्पादों का परिचय

विज्ञापन नए उत्पादन को बाजार से परिचय कराने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विज्ञापन के माध्यम से लोगों को उत्पादन के संबंध में जानकारी मिलती है और उत्पादन के संबंध में जानकारी मिलती है और उत्पादन को खरीदने में भी सहायता मिलती है।

## 2. बाजार का फैलाव

विज्ञापन उत्पादक को अपना बाजार बढ़ाने में सहायता प्रदान करता है। यह न केवल नया बाजार खोजने में सहायक होता है बल्कि पुराने बाजार को बनाए रखने में भी मदद करता है। विज्ञापन के माध्यम से निर्माता अपने उत्पादन को शुरुआत में बड़े उपभोक्ता तक आसानी से पहुंचा सकता है।

## 3. बिक्री में बढ़ोतरी

विज्ञापन उत्पादन एवं उसके विक्रय के



के क्षेत्र में बदौलती में मरक करता है कि विज्ञापन पर किए गए आतिरिक्त खर्च से न केवल विक्री को बढ़ाया जा सकता है अपितु विक्रय खर्च को भी कम करता है।

#### 4. प्रतियोगिता

आज बाजार में विभिन्न उत्पादकों को लेकर प्रतियोगिता का दौर है। एक ही प्रकार की अनेक वस्तुएं उत्पादकों द्वारा निर्मित की जा रही हैं और प्रत्येक उत्पादक अपने उत्पादन को सबसे अधिक उपयोगी व सस्ता बनाने का प्रयास करता है। अतः प्रभावी विज्ञापन के माध्यम से इस प्रतियोगिता के दौर में न केवल उपभोक्ता तक पहुँचने में सहायता मिलती है बल्कि निरंतर विज्ञापन उत्पादन को प्रतियोगिता में बनाए रखता है।

#### 5. साख निर्माण

विज्ञापन उत्पादन की साख निर्माण में भी सहायक सिद्ध होता है। उत्पादक विज्ञापन के द्वारा अपने उत्पादन को



जनमानस तक पहुंचाता है, निरंतर विज्ञापन से उत्पादन और उत्पादक को जनमानस और उत्पादक की छाव में बंधी करती है।

## 6. उपभोक्ताओं को शिक्षित करना

विज्ञापन के माध्यम से उत्पादन के संबंध में उपभोक्ताओं को विभिन्न जानकारी मिलती है। वह नए-नए उत्पादों के उपयोग एवं प्रभाव के संबंध में जानता है साथ ही पुराने उत्पादों से नए उत्पादों का तुलनात्मक अध्ययन भी करता है।

## 7. विचौलियों में कमी

विज्ञापन के माध्यम से निर्माता और उपभोक्ता से सीधे संबंध स्थापित होने के कारण एक ओर विचौलियों के प्रभाव में कमी आती है तो दूसरी ओर वस्तुओं की कीमत में कमी होती है जिसका लाभ सीधे उपभोक्ता को मिलता है।



## 8. उत्पादन में सुधार

बाजार में विभिन्न प्रकार की वस्तुओं को विभिन्न नामों में विज्ञापित किया जाता है। एक प्रतिष्ठित वस्तु उपभोक्ता के समक्ष अपनी गुणवत्ता सुनिश्चित करने का प्रयास करती है।

उत्पादन उपभोक्ता के लिए एक अच्छी गुणकारी वस्तु उपलब्ध कराने का प्रयास करता है। और उपभोक्ता का विश्वास बनाए रखने के लिए प्रयासरत रहता है।

## 9. विक्रेता की सहायता

विज्ञापन वास्तव में एक विक्रेता के कार्य में महत्वपूर्ण सहायता प्रदान करता है। विज्ञापनों के माध्यम से उपभोक्ता पहले से ही परिचित होते हैं। अतः विज्ञापन एक विक्रेता के प्रयासों में महती भूमिका निभाता है। इसलिए ठीक ही कहा है कि "विक्रय और विज्ञापन कप और प्लेट या ताले और चाबी की तरह है।"



## 10. रोजगार के अवसर प्रदान करना

विज्ञापन अनेक प्रकार के रोजगार सृजित करता है और पेंटर, फोटोग्राफर, गायक, कार्टूनिस्ट, संगीतकार, मॉडल और विभिन्न प्रकार की विज्ञापन करने वाली संस्थाओं में नौकरी के अवसर प्रदान करते हैं।

## 11. समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं की

लागत में कमी

विज्ञापनों के माध्यम से समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं की लागत में कमी आती है। समाचार पत्रों की लागत का अधिकांश भाग उसमें छपने वाले विज्ञापनों से पूरा किया जाता है।

## 12. उच्च जीवन पद्धति को बढ़ावा

विकसित राष्ट्रों के अनुभव बताते हैं कि व्यक्ति के जीवन स्तर को उँचा उठाने में विज्ञापनों की महिंत भूमिका होती है। भारत जैसे विकासशील



देश में व्यक्तियों को विभिन्न प्रकार की वस्तुओं और उनके गुणकारी उत्पादों का ओर ध्यान देना उनके जीवन स्तर में सुधार लाया जा सकता है। विस्तृत चर्चित के शब्दों में - विज्ञापन व्यक्ति की उपयोग शक्ति को विकसित करता है और जीवन स्तर को अर्द्धा बनाने की चाहत को उत्पन्न करता है।”

### 13. राष्ट्रहित

विज्ञापन का योगदान राष्ट्रसेवा के लिए भी कम नहीं है। उत्पादन के प्रति लोगों को जागरूक बनाकर विज्ञापन देश की अर्थव्यवस्था के विकास में विशेष सहयोग प्रदान करता है। इतना ही नहीं राष्ट्रीय सुरक्षा के मामले, अंतरराष्ट्रीय समझौता आदि को पारदर्शी रूप में प्रस्तुत कर उनके विज्ञापनों ने पूरे वैश्विक परिदृश्य के प्रति का कार्य किया है। आर्थिक, सामाजिक राजनैतिक, ऐतिहासिक स्थिति को प्रस्तुत कर उनके कल्याणकारी कार्यों को



जनता के वधि ले जाना भी  
राष्ट्रीय का कार्य है।

#### 14. मनोरंजन के लिए उपयोगी

विज्ञापन की रंग योजना, महिलाओं के अडकीले वस्त्र, शब्द योजना, अश्लील चित्रों का प्रयोग, आकर्षक शैली इससे उपभोक्ताओं का मनोरंजन भी होता है। फिल्मों के प्रचार-प्रसार में विज्ञापन का अत्यधिक प्रयोग किया जाता है। फिल्म मनोरंजन का सबसे बड़ा माध्यम है।

