



दृश्यकला में विज्ञापन का वैश्वीकरण की भूमिका एवं प्रभाव

डॉ० रूपेश कुमार सिन्हा¹

¹ फाईन आर्ट प्रवक्ता, स्वर्ण जयन्ती महाविद्यालय, पिपराईच, गोरखपुर, उत्तर प्रदेश, भारत।

प्रस्तावना

यदि विज्ञापन शब्द का विश्लेषण हिन्दी भाषा में किया जाता तो यह 'वि' और 'ज्ञापन' से मिलकर बना है। 'वि' का अभिप्राय 'विशिष्ट' तथा 'ज्ञापन' का अभिप्राय 'सूचना' से है। अतः विज्ञापन का अर्थ 'विशिष्ट' सूचना से है। इस प्रकार विज्ञापन का अर्थ "विशेष रूप से सूचना देना" होता है। आधुनिक समाज में 'विज्ञापन' व्यापार को बढ़ाने वाले माध्यम के रूप में जाना जाता है।

विलियम वेलबेकर के अनुसार "विज्ञापन सूचनाएँ प्रचारित करने का यह साधन है जो कि 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 विज्ञापन दाता की इच्छानुसार सोचेंगे अथवा व्यवहार करेंगे।"

द न्यू एनसाईक्लोपीडिया ब्रिटानिका के अनुसार "विज्ञापन सम्प्रेषण का वह प्रकार है जो कि उत्पादक अथवा कार्य को उन्नत करने, जनमत को प्रभावित करने, राजनैतिक सहयोग प्राप्त करने, एक विशिष्ट कारण को आगे बढ़ाने अथवा विज्ञापनदाता द्वारा कुछ इच्छित प्रतिक्रियाओं को प्रकाशित करने का उद्देश्य रखता है।"

निष्कर्ष रूप में विज्ञापन का अर्थ जनसमुदाय को अपनी सेवा या वस्तु के गुणों या मूल्यों की ज्यादा से ज्यादा ज्ञान देकर उन्हें प्रेरित करना है। प्रसिद्ध वैज्ञानिक पॉलमजूर के अनुसार – "विज्ञापन जीवन स्तर प्रदान करने की सुपुर्दगी है।"

शब्द कोषों में विज्ञापन के निम्नलिखित अर्थ दिये गये हैं विज्ञापन जिसके द्वारा कोई बात लोगों को बतलाई जाती है, वह सूचना पत्र/इशतहार/बिक्री आदि के माल या किसी बात की सूचना, जो सब लोगों को विशेषतः सामयिक पत्रों के द्वारा ही जाती है।

आधुनिक युग में विज्ञापन का अर्थ ग्राहक को अपनी वस्तु या सेवा के मूल्य और गुण की सूचना देकर उन्हें खरीदने के लिए प्रोत्साहित करना है जिससे कि वस्तु या सेवा की बिक्री बढ़ायी जासके अर्थात् किसी उत्पाद अथवा सेवा को बेचने अथवा प्रवर्तित करने के उद्देश्य से किया जाने वाला जनसंचार विज्ञापन कहलाता है। विज्ञापन बेचने की कला एक नियंत्रित जनसंचार माध्यम है। जिसके द्वारा उपभोक्ता को दृश्य एवं श्रव्य सूचना इस उद्देश्य से दिया जाता है कि वह विज्ञापनकर्ता की इच्छा से विचार, सहमति, कार्य अथवा व्यवहार करने लगे।

विज्ञापन एक कला है जो किसी वस्तु अथवा सेवा की उपयोगिता का जनता के ऊपर प्रभाव डालने से सम्बन्ध रखती है। औद्योगिकीकरण वर्तमान युग के विकास का कारण हो गया है। उत्पादन बढ़ने के कारण यह आवश्यक हो गया है कि उत्पादित वस्तुओं को उपभोक्ता तक पहुँचाया ही नहीं जाय बल्कि उसे उस वस्तु की जानकारी भी दिया जाय। आज के समय में लोगों को जिस वस्तु की आवश्यकता होती है वह उन्हें खोज ही लेता है

इससे ठीक विपरीत उसे जिसकी आवश्यकता नहीं होती वह उसके बारे में सुनकर अथवा देखकर अपना मूल्यवान समय व्यर्थ नहीं करना चाहता। इस प्रकार कहा जा सकता है कि विज्ञापन वस्तुओं को ऐसे लोगों तक पहुँचाने का कार्य करता है जो यह जानते हैं कि उन वस्तुओं की उसे कोई जरूरत नहीं है। कहने का तात्पर्य यह है कि उत्पादित वस्तु को लोक प्रिय बनाने तथा उसकी आवश्यकता महसूस कराने का कार्य विज्ञापन करता है।

विज्ञापन अपने छोटे से संरचना में बहुत कुछ समाए होते वह बहुत कम शब्दों में भी बहुत कुछ बता जाते हैं। जैसे "दो बूंद जिन्दगी के लिए" आज विज्ञापन हमारे जीवन में इस तरह घुल-मिल गये हैं कि प्रातः उठते ही गरमा-गरम चाय की चुस्की के साथ अखबार में सबसे पहले नजर विज्ञापन पर ही जाते हैं। जो जीवन की सभी जरूरत को पूरा करने का आश्वासन देते हैं। जैसे शादी के रिश्तों, विभिन्न सामानों तथा सिनेमा तक के विज्ञापन, जिनसे नजर नहीं चुराया जा सकता। यदि रेडियो या टेलीविजन सुने या देखे तो अनेक प्रकार के ब्राण्ड उपयोग करने के संदेश मिलने शुरू हो जाते हैं। दूरदर्शन के विभिन्न केन्द्रों से प्रसारित व्यापारिक विज्ञापन दिखायी देते ही रहते हैं। घर के बाहर कदम रखते ही हम विज्ञापन की दुनिया से घिर जाते हैं। चाय की दुकान से लेकर वाहनों और दिवारों तक सभी जगह विज्ञापन ही विज्ञापन दिखायी देते हैं अर्थात् घर के बाहर रंग-बिरंगे विज्ञापन के अनेक माध्यमों जो किसी न किसी वस्तु या सेवा का विज्ञापन करते हैं। चाहे बस से यात्रा किया जाय अथवा रेलगाड़ी से, विज्ञापन सबका ध्यान आकर्षित करने के लिए तैयार रहते हैं। रात में नियोन साइन विज्ञापन अपनी ओर आकर्षित करते हैं। यदि मनोरंजन के लिए किसी सिनेमाघर में जाया जाय, तो वहाँ भी मुख्य चित्र प्रारम्भ होने से पहले और मध्यान्तर में विभिन्न विज्ञापनों के स्लाइड देखने को मिलते हैं। इस प्रकार घर में विज्ञापन सड़क पर विज्ञापन रेडियो और टेलीविजन पर विज्ञापन, सिनेमा के पर्दे पर विज्ञापन बस के बाहर और बस के भीतर विज्ञापन, पोस्ट कार्डों, लिफाफों, माचिस की डिब्बियों पर विज्ञापन, दरसल जीवन के चारों ओर हर समय हमें विज्ञापनों से गुजरना पड़ता है या विज्ञापन हमारे समाजिक, आर्थिक एवं व्यक्तिगत जीवन से इतनी घनिष्ठता से जुड़ गये हैं कि उनके बिना रहना अधूरा सा लगने लगता है। किसी को कुछ बेचना है तो विज्ञापन, खरीदना है तो विज्ञापन, वर-वधू ढूँढना है अथवा नौकरी लेनी है या देनी है तो उसे विज्ञापन का सहारा लेना ही पड़ता है। यहाँ तक कि चनावों एवं धर्म प्रचार के क्षेत्र भी विज्ञापन से अछूते नहीं हैं। हर कहीं विज्ञापन पीछा नहीं छोड़ते, कहने का तात्पर्य यह है कि आज विज्ञापन रूपी मायावी संसार से हमारा मुकाबला है।

अर्थात् किसी भी तथ्य को यदि बार-बार लगातार दोहराया जाय तो वह सत्य प्रतीत होने लगता है— यह विचार ही विज्ञापनों का आधारभूत तत्व है। विज्ञापन जानकारी भी प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए कोई भी वस्तु जब बाजार में आती है, उसके

रूप-रंग-संरचना व गुण की जानकरी विज्ञापनों के माध्यम से ही मिलती है। जिसके कारण ही उपभोक्ता को सही और गलत की पहचान होती है। इसलिए विज्ञापन हमारे लिए जरूरी है।

जहाँ तक उपभोक्ता वस्तुओं का सवाल है, विज्ञापनों का मूल उद्देश्य ग्राहकों के अवचेतन मन पर छाप छोड़ जाता है और विज्ञापन इसमें सफल भी होते हैं। यह 'कहीं पे निगाहें कहीं पे निशाना' का सा अंदाज है।

विज्ञापन संदेश आमतौर पर प्रायोजकों द्वारा भुगतान किया जाता है और विभिन्न माध्यमों के द्वारा देखा जाता है। जैसे समाचार पत्र, पत्रिकाओं, टी0वी0 विज्ञापन, रेडियो विज्ञापन, आउटडोर विज्ञापन, ब्लॉग या वेबसाइट आदि। वाणिज्यिक विज्ञापनदाता अक्सर उपभोक्ताओं के मन में कुछ गुणों के साथ एक उत्पाद का नाम या छवि जोड़ जाते हैं जिसे हम "ब्रान्डिंग" कहते हैं। ब्रान्डिंग उत्पाद या सेवा की बिक्री बढ़ाने में एक प्रमुख भूमिका निभाता है। गैर-वाणिज्यिक विज्ञापनों का उपयोग राजनीतिक दल, हित समूह, धार्मिक संगठन और सरकारी एजेंसियाँ करती है।

साहित्य समाज का दर्पण होता है ठीक उसी तरह विज्ञापन भी समाज का दर्पण होता है, प्रत्येक समाज की आर्थिक एवं समाजिक विकास विज्ञापनों द्वारा दिखायी देती है। समाज के दैनिक कार्यकलाप की सूचना देने वाली विज्ञापन निर्जीव नहीं है। इस युग में विज्ञापनमय संसार से कोई बच नहीं सकता। यह मायावी संसार वास्तव में जीवंत सत्य है। दर्जनों आक्षेपों के बावजूद विज्ञापन संसार की अस्तित्व अपरिहार्य समझा जाता है। हमारे युग की वैज्ञानिक जरूरत विज्ञापन है। वह हमारे आचार व्यवहार को नियन्त्रित करने का अनकहा सर्वमान्य माध्यम है। आज विज्ञापन कला जिस तेजी से विकसित हो रही है, हमें भविष्य में यह अंदेशा हो जाता है कि एक ऐसे युग का प्रारम्भ होने वाला है। जब शिक्षा, विज्ञान, संस्कृति और साहित्य विज्ञापन से पूर्ण रूप से सामंजस्य स्थापित कर लेगी। आज विज्ञापन के लिए अनेकानेक तरीकों एवं माध्यमों का प्रयोग किया जाने लगा है। अजन्ता और एलोरा के चित्र एवं मूर्तियाँ कभी अद्वितीय कला का उदाहरण रही होंगी, परन्तु आज उन कलाकृतियों को नई सार्थकता प्राप्त हो गयी है। इन मूर्तियों को केश सौन्दर्य हमें केश तेल का स्मरण कराता है तो हाथ सौन्दर्य साधनों का विवरण प्रतीत होता है।

तेजी से बदलते व्यावहारिक परिदृश्य को देखते हुए विज्ञापनों का महत्व बढ़ता ही जा रहा है। विभिन्न संचार माध्यमों के बढ़ते दखल से सभी परिचित हैं। विज्ञापन उक्त उत्पाद, सेवा और यहाँ तक कि किसी खास विचार धारा को प्रचारित किये जाने के उद्देश्य से तैयार किये जाते हैं। विज्ञापनों का उद्देश्य लोगों का ध्यान आकर्षित करना है, उनकी वरीयता में परिवर्तन लाना एवं अन्ततः लोगों के निर्णय को प्रभावित करना होता है। अब विज्ञापन बड़े-छोटे सभी प्रकार के व्यावसायिक संगठनों की बाजार नीतियों का मुख्य अंग है।

कुछ दशकों पहले तक विज्ञापनों के लिए केवल कुछ गिने-चुने माध्यम हुआ करते थे। लेकिन अब इनमें अनेक नए माध्यम जुड़ गये हैं। जैसे- केबल, टेलीविजन, कम्प्यूटर, इन्टरनेट एवं वेबसाइट आदि। एक विज्ञापन की सफलता इस पर निर्भर करती है कि यह लोगों में कितनी रुचि जगाता है एवं इसका प्रभाव कितना टिकाऊ रहता है विज्ञापनों का कारोबार आज एक पूर्ण विकसित उद्योग का रूप ले चुका है। समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, टेलीविजन चैनलों आदि माध्यमों में जो विज्ञापन पढ़े-देखे जाते हैं उनमें से अधिकांशतः विज्ञापन एजेंसियों के द्वारा जारी किये गये होते हैं।

लेकिन विज्ञापन करने वाले कभी भी थकते नहीं हैं, न विज्ञापन बनाने वाले ही इस काम से आजिज आते हैं। बल्कि ये तो

खुशी-खुशी सेवा के लिए तत्पर रहते हैं। इस कार्य के लिए उन्होंने विज्ञापन एजेंसियाँ खोल रखी हैं। जहाँ मनचाहे माध्यम में अपना संदेश प्रचारित करवा सकते हैं। फिर आप चाहे चैन की नींद सोइये। कुछ पारिश्रमिक के बदले में समझाने-बुझाने से लेकर उपभोक्ता को रिझाने तक का काम उनका, ग्राहक स्वयमेव आपके पास आता है।

विज्ञापन एजेंसियाँ विज्ञापनदाता के संदेश को कलात्मक व रुचिकर सामग्री के साथ प्रस्तुत करती है। इसके लिए चित्रकारों, लेखकों छायाचित्रकारों तथा गायक-वादक व उद्घोषकों आदि की सेवाएं प्राप्त की जाती है।

आज व्यापार का क्षेत्र इतना विस्तृत हो गया है और कारखानों में इतनी उत्पादन क्षमता है कि उपरोक्त पुराने तरीकों पर निर्भरता घातक सिद्ध होगी। वस्तु अथवा सेवाओं के विपुल उत्पादन का उपयुक्त मात्रा में वितरण और विशाल मात्रा में उपभोग नहीं होगा तो मशीनों द्वारा किया गया विशाल उत्पादन चौपट जो जायेगा। इसी विशाल उत्पादन को खपाने के लिए विज्ञापन की पुरानी प्रणाली अपर्याप्त सिद्ध हुयी तो नई विज्ञापन कला और उसी के साथ नई विज्ञापन एजेंसियों का विकास होने लगा। ये विज्ञापन एजेंसियाँ विज्ञापन कला, अहुत सी अन्य कलाओं जैसे ग्राफिक कला, फोटोग्राफी, सिनेमा, रेडियो प्रसारण, टेलीविजन, अभिनय आदि की सहायता लेती है आज विज्ञापन भी एक कला है और विज्ञापन एजेंसी एक लाभकर व्यवसाय।

पहली विज्ञापन एजेंसियों एक व्यक्ति पर आधारित थी जिसका काम था अखबार के खाली स्थानों को खरीदना और विज्ञापनदाता अथवा उत्पादक को बेचना। बाद में यही काम एजेंट थोक में करने लगे जिस पर की उनका कमीशन बँधा होता था। तब विज्ञापन लगभग आज के वगीकृत विज्ञापनों की तरह सामान्य हुआ करते थे।

विज्ञापनो को आकर्षक बनाने के लिए बाद में चित्रकारों की सहायता ली गई इसी प्रकार जब विज्ञापन की छोटी एजेंसी विराट और बहुमुखी व्यवसायों में विकसित हो गई और अब बड़े स्तर पर औद्योगिक जरूरतों की पूर्ति कर वितरण को सम्भव बना रही है।

विज्ञापन एजेंसियाँ अपने ग्राहकों (जिनमें व्यापारिक व अन्य संगठन, फर्म आदि शामिल है), के लिए विज्ञापन तैयार कराने एवं विज्ञापन अभियान चलाने का कार्य करती है। विज्ञापनो के लिए प्रकाशनों में जगह एवं रेडियो, टेलीविजन आदि पर समय की खरीद की जाती है।

विज्ञापन जगत में मुख्यतः दो प्रकार के महत्वपूर्ण विशेषज्ञ कार्य करते हैं। पहले प्रकार का विशेषज्ञ मीडिया प्लानिंग, बाजार अनुसंधान विशेषज्ञ एवं मार्केटिंग विशेषज्ञ कार्य करते हैं। दूसरे प्रकार का विशेषज्ञ विज्ञापन तैयार कराने से जुड़े होते हैं। जिनमें विज्ञापन की डिजाइन (आलेख) तैयार की जाती है, स्क्रिप्ट लिखी जाती है एवं इसे आकर्षक रूप दिया जाता है ताकि यह अधिक से अधिक लोगों के ध्यान में आए।

पहले प्रकार से जुड़े हुए एकाउंट एग्जीक्यूटिव, मीडिया एग्जीक्यूटिव एवं बाजार अनुसंधान विशेषज्ञों वगैरह शामिल होते हैं। एकाउंट एग्जीक्यूटिव विज्ञापन देने के इच्छुक ग्राहक (व्यक्ति संगठन या कम्पनी) के व्यवसाय के सभी पहलुओं को समझते है, विज्ञापन अभियान की रूपरेख तैयार करते हैं एवं इस अभियान को संचालित करने में विज्ञापनदाता के साथ तालमेल रखते हैं। विज्ञापनदाता के बजट को ध्यान में रखते हुए विभिन्न विज्ञापन माध्यमों के लिए राशि का आवंटन भी उनका कार्य है।

मीडिया एग्जीक्यूटिव अलग-अलग विज्ञापन माध्यमों की पहुँच एवं प्रभावशीलता के आंकड़ों, आयु एवं वर्ग के अनुसार ग्राहकों की

प्रवृत्तियों, रुचियों, पसन्द आदि का अध्ययन एवं विश्लेषण करते हैं ताकि विभिन्न ग्राहक वर्गों तक पहुँचाने के लिए सही विज्ञापन चुना जाए।

बाजार अनुसंधान विशेषज्ञों का कार्य बाजार की प्रवृत्तियों, उपभोक्ताओं की आदतों, उपलब्ध उत्पादनों, ग्राहकों की अपेक्षाओं आदि से जुड़े आंकड़े एकत्रित करना होता है ताकि इनके विश्लेषण से प्राप्त निष्कर्षों के आधार पर विज्ञापन नीति तैयार की जा सके। विज्ञापन एजेन्सी में कॉपी राइटर, विजुअलाइजर, फोटोग्राफर (छायाचित्रकार) आदि कार्य करते हैं। कॉपी राइटरों का कार्य सृजनशीलता की माँग करता है। विज्ञापनों में जो दिलकश पंक्तियाँ पढ़ने-सुनने को मिलती हैं वे कॉपीराइटरों द्वारा लिखी गई होती हैं। विज्ञापनों को सही प्रभाव देने के लिए उन्हें उपयुक्त शब्दों एवं शैली का चुनाव करना होता है। विजुअलाइजर विज्ञापनों को दृश्य प्रभाव देने का कार्य करते हैं। जिसमें कलाकारी की जरूरत होती है। फोटोग्राफर विज्ञापनों एवं विज्ञापन फिल्मों की शूटिंग करते हैं। इन फोटोग्राफरों से अत्यन्त कुशलता की अपेक्षा की जाती है। 2015 में पूरे विश्व में विज्ञापन पर कोई 529 बिलियन अमेरिकी डॉलर खर्च किये जाने का अनुमान है।

मोदी सरकार ने अपने कार्यक्रमों के विभिन्न मीडिया मंचों पर विज्ञापन 4,343.26 करोड़ रुपये खर्च किए

नई दिल्ली : केन्द्र सरकार ने बीते चार वर्षों में विज्ञापन पर कुल 4343 करोड़ रुपये खर्च किए हैं। इसका खुलासा एक आरटीआई के माध्यम से हुआ है। आरटीआई पर दी गयी जानकारी के अनुसार कहा गया है कि मोदी सरकार ने मई 2014 से सत्ता में आने के बाद से लेकर अब तक विज्ञापनों पर 4343 करोड़ रुपये खर्च किए हैं। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के तहत आने वाली एजेंसी ब्यूरो ऑफ आउटरिच कम्यूनिकेशन ने मुम्बई के आरटीआई कार्यकर्ता अलिन गलगली के आरटीआई आवेदन पर यह जानकारी दी। एजेन्सी ने बताया कि केन्द्र सरकार ने यह राशि प्रिन्ट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अलावा आउटडोर प्रचार पर खर्च की। एजेन्सी ने कहा कि सरकार ने अपने कार्यक्रमों के विभिन्न मीडिया मंचों पर विज्ञापन पर 4,343.26 करोड़ रुपये खर्च किए।

जानकारी के अनुसार एक जून 2014 से सात दिसम्बर 2017 के बीच प्रिन्ट मीडिया में विज्ञापनों पर 1732.15 करोड़ खर्च किए गये, जबकि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में एक जून 2014 से 31 मार्च 2018 के बीच 2079.87 करोड़ रुपये खर्च हुए। जून 2014 से जनवरी 2018 के बीच आउटडोर विज्ञापनों पर 531.24 करोड़ रुपये खर्च किए गये। एजेन्सी के वित्तीय सलाहाकार तपन सूत्रधार ने खर्च का ब्योरा दिया। जवाब में कहा गया है कि प्रिन्ट मीडिया में समाचार पत्र, पत्रिकाएं आती हैं। वहीं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में टीवी, इन्टरनेट, रेडियो, डिजिटल सिनेमा, एसएमएस आदि आते हैं। आउटडोर विज्ञापनों में पोस्टर, बैनर, होर्डिंग, रेलवे टिकट आदि आते हैं।

संदर्भ सूचि

1. विज्ञापन-अशोक महाजन
2. विपणन प्रबन्ध- डॉ० एस०सी० जैन
3. विज्ञापन कला – एकेश्वर प्रसाद हटवाल
4. Advertising Art and Ideas – G.M. Rege
5. मई 15, 2018 (NDTV खबर न्यूज डेस्क)
6. इन्टरनेट साइट्स