

विज्ञापन साक्षरता



डॉ. मीता उज्जैन
एसोसिएट प्रोफेसर

विज्ञापन क्या है?

- विज्ञापन एक सृजनात्मक, नियंत्रित, नियोजित और प्रबंधित संदेश संप्रेषण है, जो लक्षित समूह को उत्पाद या सेवा से अवगत कराता है। विज्ञापन विशेष रूप से किसी भी उत्पाद या सेवा के विषय में जानकारी देकर लोगों में उसके प्रति विश्वास पैदा करता है जिससे लोग उस उत्पाद या सेवा को खरीदने या प्राप्त करने के लिए प्रेरित हो सकें।
- विज्ञापन वह माध्यम है जो किसी उत्पाद या सेवा की जानकारी आमजन तक पहुंचाता है। यह सूचना का पेड रूप है जो कि विशेष तौर पर उत्पाद या सेवा के लिए बाजार का निर्माण कराता है।

विज्ञापन क्या है?

- किसी उत्पाद, सेवा या विचार को बढ़ावा देने का माध्यम।
- उद्देश्य: सूचित करना, मनाना और याद दिलाना।
- माध्यम: प्रिंट, टीवी, डिजिटल, सोशल मीडिया आदि।



विज्ञापन साक्षरता की जरूरत क्यों?

- यह हमें छलपूर्ण विज्ञापनों से बचाता है।
- जिम्मेदार उपभोक्ता बनने में मदद करता है।
- कई विज्ञापन सच्चाई को तोड़-मरोड़ कर पेश करते हैं, जैसे "चमत्कारी" स्वास्थ्य उत्पाद, "तुरंत असर" देने वाले सौंदर्य प्रसाधन या बच्चों के लिए अस्वस्थ स्नैक्स। विज्ञापन साक्षरता से हम पहचान सकते हैं कि इनमें से कौन-सी बातें अतिशयोक्ति हैं या झूठी हैं।

विज्ञापन के विभिन्न माध्यम



□ समाचार पत्र

□ वेबसाइट

□ बिलबोर्ड

□ मूवी थिएटर

□ टेलीविजन

□ ओटीटी

□ रिटेल स्टोर

□ मोबाइल

□ रेडियो

□ परिवहन विज्ञापन

□ खेल आयोजन

□ डायरेक्ट मेल विज्ञापन

□ डिजिटल मीडिया

□ आउटडोर विज्ञापन

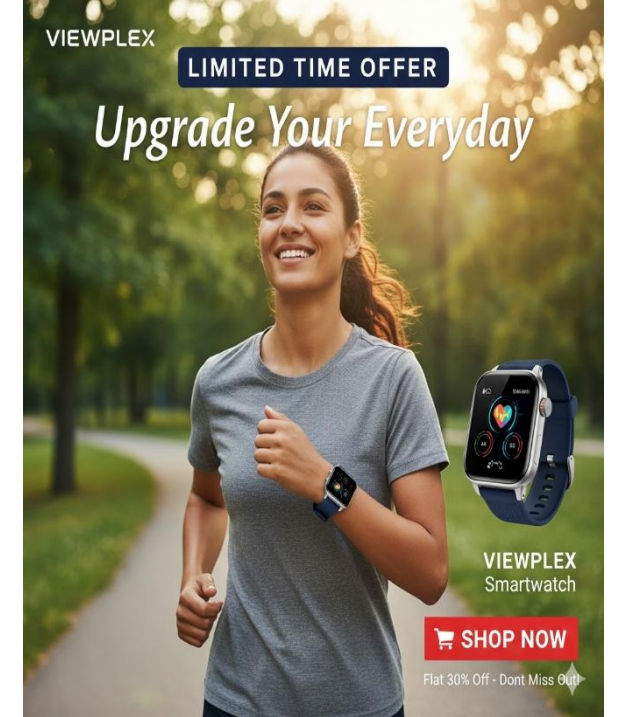
विभिन्न माध्यमों पर विज्ञापन



टेलीविजन विज्ञापन

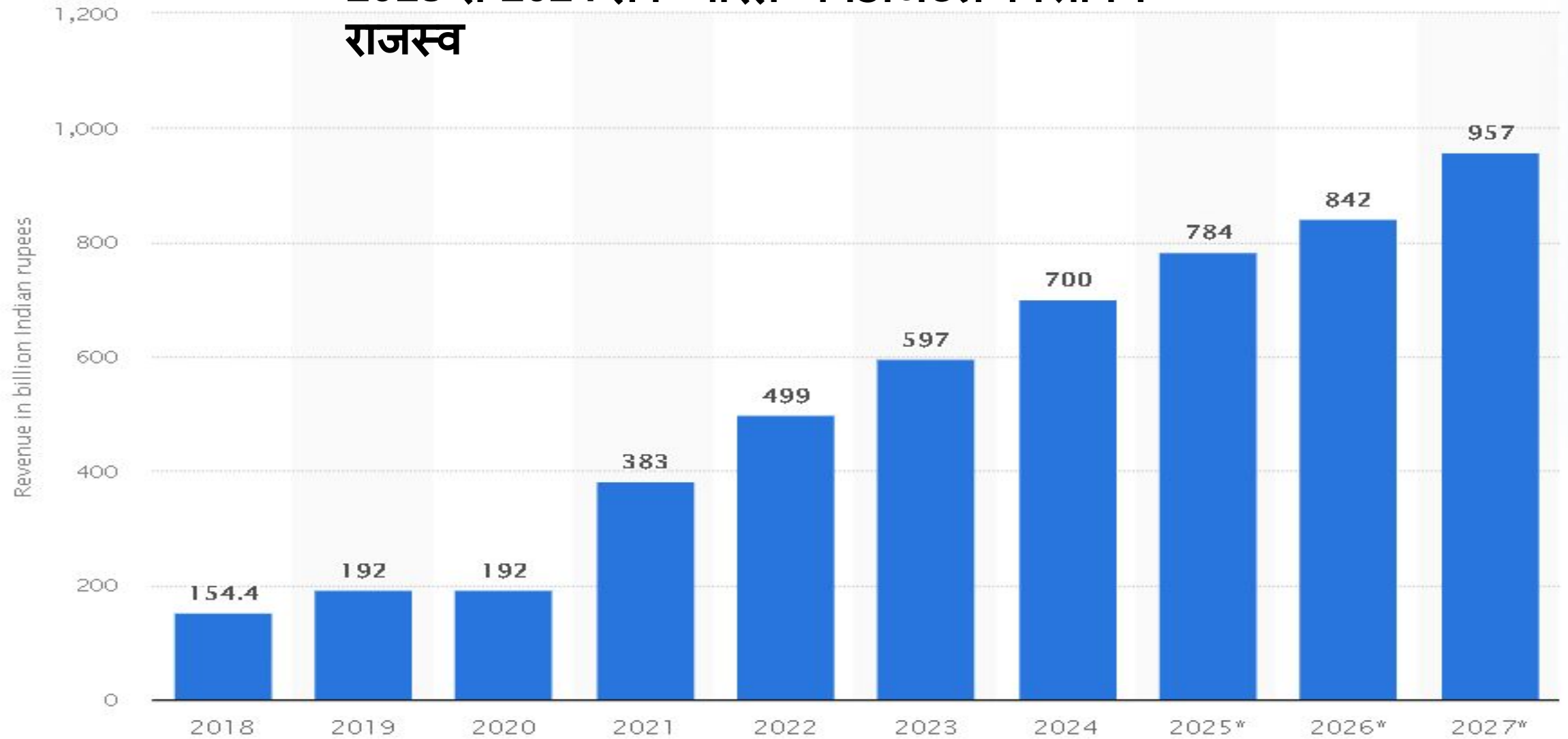


सोशल मीडिया



प्रिंट मीडिया

2018 से 2024 तक भारत में डिजिटल विज्ञापन राजस्व



स्रोत: स्टेटिस्टा 2025

विज्ञापन की शक्ति

- संस्कृति और समाज पर गहरा प्रभाव।
- भावनात्मक जुड़ाव और ब्रांड निष्ठा।
- **उदाहरण** : 'Nike' का 'Just Do It' अभियान।

मनोवैज्ञानिक तकनीकें

- भावनात्मक अपील, हास्य, डर या गर्व।
- प्रसिद्ध व्यक्तियों का उपयोग।
- दोहराव और आकर्षक नारे।

लक्षित दर्शक

- हर विज्ञापन किसी विशेष वर्ग के लिए होता है।
- उम्र, लिंग, आय और रुचियों पर आधारित।
- डेटा विश्लेषण से लक्ष्य तय किया जाता है।

मीडिया और एल्गोरिदम

- सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर व्यक्तिगत विज्ञापन।
- गोपनीयता और सहमति के प्रश्न।
- **पूछें:** 'मुझे यह विज्ञापन क्यों दिखाया जा रहा है?'

छिपे संदेश

- रंग, प्रतीक और ध्वनियाँ जो भावनाएँ जगाती हैं।



विज्ञापन में नैतिकता

- सच्चाई और पारदर्शिता बनाए रखना।
- भेदभाव से बचना।
- नियामक संस्थाएँ: ASCI

रूढ़िवादिता और लिंग भेद

- कई विज्ञापन पारंपरिक विचारों को मजबूत करते हैं।
- अब ट्रेंड है – विविधता और समानता।
- उदाहरण: 'Dove' का 'Real Beauty' अभियान।

सोशल मीडिया और इन्फ्लुएंसर विज्ञापन

- नेटिव विज्ञापन सामान्य पोस्ट जैसा दिखता है।
- #ad और #sponsored का उल्लेख ज़रूरी।
- असली और भ्रामक प्रचार में फर्क समझें।

बच्चों पर विज्ञापन का प्रभाव

- कई ब्रांड बच्चों को लक्ष्य करके विज्ञापन बनाते हैं।
- बच्चे विज्ञापनों को समझ नहीं पाते।
- कई विज्ञापन झूठे दावे और अस्वस्थ आदतों को बढ़ावा देते हैं।



भ्रामक विज्ञापन

- अवास्तविक दावे, छिपे चार्ज और नकली समीक्षाएँ।
- समाधान: फैक्ट चेक और ग्राहक समीक्षाएँ।

आलोचनात्मक सोच

1. यह विज्ञापन किसने बनाया?
2. इसका उद्देश्य क्या है?
3. कौन-सी जानकारी छिपाई गई है?
4. इससे किसे लाभ या हानि है?

नैतिक विज्ञापन निर्माण

- पारदर्शिता और प्रामाणिकता।
- विविधता और समानता ।
- सामाजिक जिम्मेदारी।

केस स्टडी: APPLE 'THINK DIFFERENT'

- संदेश: रचनात्मकता और नवाचार।
- परिणाम: ब्रांड पहचान मजबूत हुई।

मुख्य निष्कर्ष

- विज्ञापन साक्षरता = जागरूकता + आंकलन + जिम्मेदारी।
- नैतिक और पारदर्शी ब्रांडों का समर्थन करें।

ध्यान देने योग्य बातें

- हर विज्ञापन के पीछे उद्देश्य छिपा होता है।
- सोचें, फिर भरोसा करें।



धन्यवा

द