

# विज्ञापनों का सामाजिक दायित्व

आशीष कुमार मिश्र

रिसर्च स्कॉलर

स्वामी विवेकानंद सुभारती विश्वविद्यालय

## सारांश

विज्ञापन की दुनिया आज कल बहुत मायावी हो गई है। बाजार का जब से वैश्वीकरण हुआ है उसके पश्चात बाजार में बहुत सारी कंपनियों की होड़ बल्कि कहे तो एक बाढ़ सी आ गई है जो भी उत्पादक है वह अपने उत्पाद को बाजार में किसी तरह बेचना चाहता है और इसके लिए विज्ञापन का सहारा लेता है परंतु इस व्यवसायिक दौड़ में उत्पादक समाज के प्रति अपना दायित्व भूल जाता है कभी-कभी विज्ञापन में उत्पाद की सही जानकारी ना देकर उपभोक्ता को मूर्ख बनाने का प्रयत्न किया जाता रहता है विज्ञापन में अलग अलग तरीके से उपभोक्ता के मन मस्तिष्क पर प्रभाव डालने का प्रयास किया जाता है विज्ञापनकर्ताओं को एक मर्यादा में विज्ञापन करना चाहिए।

मनुष्य अपने जीवन को सुख सुविधामय बनाने के लिए विभिन्न वस्तुओं का उपयोग करता है। उसे लगने लगा है कि उपभोग ही सुख है। यूं तो प्रिंट मीडिया के क्षेत्र में विज्ञापनों के प्रभावों के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों पहलु हैं एक तरफ वो विज्ञापन है जिनसे समाज में जागरूकता को बढ़ावा मिला है यह विज्ञापन पूरी तरह से अपने दायित्व पर खरा उतरते हुए समाज को सूचना के माध्यम से जागरूक करने का कार्य करते हैं वह चाहे टैक्स संबंधित सूचनाओं का मामला हो ट्रैफिक नियमों के पालन करने की बात हो। ऐसे विज्ञापन अपनी जिम्मेदारी पर खरा उतरते नजर आते हैं पोलियो और एड्स जैसी बीमारियों के प्रति जागरूक करने वाले विज्ञापनों ने समाज पर क्या प्रभाव डाला है इससे हम सब अच्छी तरह वाकफ हैं पोलियो के प्रति तो इन विज्ञापनों में ऐतिहासिक कारनामा अंजाम देते हुए आज पूरे भारत को पोलियो मुक्त देश बना दिया है। विज्ञापन का हमारे रोज की दिनचर्या पर क्या प्रभाव पड़ता है। इस शोध पत्र में मैंने प्रकाश डालने की कोशिश की है।

## प्रस्तावना

विज्ञापन व्यापार और बिक्री बढ़ाने का एकमात्र साधन है विज्ञापन का मूल तत्व माना जाता है कि जिस वस्तु का विज्ञापन किया जा रहा है उसे लोग पहचान जाए और उसको अपना ले मेरी नजरों में आज संचार साधन सशक्त माध्यम के रूप में उभर रहा है और युवा पीढ़ी में जीवन मूल्यों आदर्शों और नैतिक गुणों को गहराई से प्रभावित कर रहा है विज्ञापन के पास ऐसी ताकत है जो समाज में व्याप्त बुराइयों और कुरीतियों को नकारात्मक परिणाम के साथ प्रस्तुत कर सजगता बनाए रख सकता है

मगर आज ललचाऊ और भड़काऊ विज्ञापनों ने बच्चों के विकास की रूपरेखा ही बदल दी है। खाने से लेकर खेलने तक उनकी जिंदगी सिर्फ और सिर्फ अजब गजब भौतिक वस्तुओं से भर गयी है। बच्चों को

विज्ञापनों के जरिये मिली सीख ने जीवन मूल्यों को ही बदलकर रख दिया है। इसी का नतीजा है कि बच्चों के स्वभाव में जरूरत की जगह इच्छा ने लेली है। इसके अलावा विज्ञापनों में खाली बाजारवाद के उद्देश्य से महिलाओं को अश्लील रूप में दर्शाना भी समाज को बुरी तरह प्रभावित कर रहा है यदि विज्ञापन में उत्पाद की सही जानकारी न देकर उपभोक्ताओं को मूर्ख बनाने का प्रयत्न किया गया है या फिर झूठे वादे किये गए हैं, तो कहीं न कहीं इन विज्ञापनों के प्रस्तुतकर्ता समाज को धोखा दे रहे हैं और यकीनन इनके दुष्परिणाम हो सकते हैं विशेष रूप से छोटे बच्चों की मानसिकता के साथ खिलवाड़ कर उन्हें अपने जाल में फंसाना बहुत ही अनैतिक है अनावश्यक रूप से नारियों का इन विज्ञापनों में प्रयोग भी कहीं न कहीं गलत है।

## शोध पत्र का उद्देश्य एवं महत्व

प्रस्तुतकर्ताओं को एक मर्यादा में रहकर ही इन विज्ञापनों का निर्माण करना चाहिए यह बात पूरी तरह से स्पष्ट हो जाती है कि विज्ञापन समाज को अपने प्रभाव में अवश्य लेते हैं परन्तु यदि एक तरफ हमें मूर्ख बनाने का प्रयास करते हैं तो दूसरी तरफ हमें जागरूक करने का भी कार्य करते हैं। अर्थात् विज्ञापनों का समाज पर बहुत गहरा प्रभाव पड़ता है, अतः इनका प्रयोग निजी लाभ के बजाय समाज की भलाई के रूप में किया जाना चाहिए।

## विज्ञापन का प्रभाव

व्यावहारिक कला का सदैव यही उत्तरदायित्व रहा है कि वह समाज के साथ समन्वय करके अपने लिए सामाजिक पृष्ठभूमि का निर्माण कर सके। विज्ञापन को उदाहरण के रूप में देखा जाय तो वह लोगों के जीवन स्तर को उठाने का प्रयास करता है। मानव सभ्यता के विकास क्रम में हमें यह दिखाई देता है कि लेखन कला के आविष्कार का लोगों पर समयानुकूल प्रभाव पड़ता रहा है। मानव के अभिव्यक्ति व विकास के मार्ग को पीढ़ी-दर-पीढ़ी आगे बढ़ाने में यही आधार रहा है। मुद्रण, औद्योगिक क्रान्ति तथा परिवहन के साधनों के विकास के साथ-साथ या समानान्तर शिक्षा, विज्ञापन अर्थात् प्रचार और अनेक प्रकार के आधुनिक आविष्कार भी होते रहे हैं जिनकी जानकारी विज्ञापनों द्वारा ही लोगों को दी जा सकी और आज तक दी जा रही है। विज्ञापन द्वारा नये साधनों, संसाधनों, वस्तुओं एवं सामग्रियों की जानकारी लोगों तक विज्ञापन ने ही पहुंचाया है। विज्ञापनों ने ही नये आविष्कारों जैसे हवाई जहाज, कार, स्कूटर, साइकिल, रेडियो, दूरदर्शन, फ्रीज, टेलीफोन, घरेलू सामान और कम्प्यूटर आदि की जानकारी लोगों को या उपभोक्ताओं को प्रभावी ढंग से दी। यह माना जाता है कि विज्ञापन द्वारा ही इन वस्तुओं को जीवन का आवश्यक हिस्सा और स्तर का प्रतीक बनाकर खरीदने के लिए प्रोत्साहित किया। इसी प्रकार यह देखा जा सकता है कि विज्ञापन

द्वारा ही नयी वस्तु के उपयोग, गुणवत्ता, वस्तु से होने वाले लाभ के बारे में जानकारी देकर उत्पाद का विक्रय बढ़ाया गया और निर्माता नई वस्तु का निर्माण करने को प्रेरित हुआ। नये वस्तुओं का उपयोग करने पर लोगों का जीवन स्तर ऊपर उठता है। विज्ञापन सभी प्रकार की उपभोक्ता वस्तुओं की मांग को स्थायी रूप से प्रभावित करता। और इसके साथ ही उत्पादन, निवेश की मात्रा, रोजगार और राष्ट्रीय आप पर भी प्रभाव डालता विज्ञापन सूचना, विश्वास या आश्वासन, सुविधा, पसन्द की स्वतंत्रता और उपभोक्ता का पथ प्रदर्शन करता है। सूचना के आधार पर व्यावहारिक कला में विज्ञापन को प्रचार व संचार का साधन माना जाता है, जो उपभोक्ताओं को सूचनाएं प्रदान करता है। उपभोक्ता में उसकी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए बाजार में उपलब्ध वस्तुओं की जानकारी विज्ञापन के द्वारा होती है जिसके द्वारा उपभोक्ता यह जान सकता है कि किस प्रकार की वस्तुएं बाजार में उपलब्ध हैं उनका मूल्य क्या है वह कितनी उपयोगी है। विज्ञापन लोगों को सूचना देने का सबसे सरल, सस्ता एवं प्रभावी माध्यम है। यही नहीं सरकार द्वारा समय-समय पर जन हित में चलाये गये अभियानों की सूचनाएं भी विज्ञापन द्वारा जन सामान्य को सरलता से दी जाती है, जैसे एड्स, पोलियो उन्मूलन अभियान की पूर्णजानकारी, प्राकृतिक व मनुष्य द्वारा उत्पन्न आपदाओं के प्रति जानकारी, सामाजिक एकता व समन्वय के प्रति जानकारी आदि ऐसी कई सूचनाएं एवं संदेश हैं जो समाज के वृहद समूह से उपलब्ध होती हैं। व्यावहारिक रूप में विज्ञापन का सही कार्य समाज के पथ-प्रदर्शक के रूप में होना चाहिए क्यों कि जन तांत्रिक देश में विज्ञापन का कार्य महत्वपूर्ण होता है।

सामाजिक कृप्राएं हमारे देश की पुरानी समस्याओं में से एक हैं जात-पात और छुआ-छूत के अंधविश्वास ने बरसों से हमारे समाज में अपनी जगह बना रखी है इस क्षेत्र में भी इस तरह के विज्ञापनों ने अपनी सकारात्मक छाप छोड़ने में सफलता प्राप्त की है

उपभोक्ताओं को उनके अधिकारों के प्रति सचेत करने वाले विज्ञापन इस क्षेत्र के दिलचस्प उदाहरण हैं ऐसे विज्ञापन बहुत ही दिलचस्प अंदाज के होते हैं जो एक सामान्य नागरिक को भी हलके-फुल्के तरीके से उनके उपभोक्ता अधिकारों के बारे में बताते हैं धूम्रपान, नशा, परिवार कल्याण तथा जनसंख्या नियंत्रण को लेकर तैयार किये गए विज्ञापनों ने भी एक अच्छा प्रयास किया है और समाज में इसके प्रति जागरूकता फैलाने में अपना महत्वपूर्ण योगदान दिया है दूसरी तरफ ऐसे विज्ञापन हैं जो पूरी तरह से आर्थिक लाभ को केंद्र में रखकर तैयार किये जाते हैं ऐसे विज्ञापनों का सामाजिक सरोकार लगभग न के बराबर होता है इनका मकसद अपने उत्पाद को अधिक से अधिक आकर्षक बनाकर डेर सारी का पूँजी का इंतजाम करना होता है यहाँ पर वास्तव में विज्ञापन को उपभोक्ताओं को फांसने के जाल के तौर पर देखा जाता है यहाँ पर व्यावसायिकता के दौर में सामाजिक दायित्व कहीं न कहीं पीछे छूटते नजर आते हैं

विज्ञापन ने हमारे जीवन को अत्यंत गहराई से प्रभावित किया है। यह हमारा स्वभाव बनता जा रहा है कि दुकानों पर वस्तुओं के उन्हीं ब्रांडों की माँग करते हैं जिन्हें हम समाचार पत्र, दूरदर्शन या पत्र-पत्रिकाओं में दिए गए विज्ञापनों में देखते हैं। हमने विज्ञापन में किसी साबुन या टूथपेस्ट के गुणों की लुभावनी भाषा सुनी और हम उसे खरीदने के लिए उत्सुक हो उठते हैं।

विज्ञापनों की भ्रामक और लुभावनी भाषा बच्चों पर सर्वाधिक प्रभाव डालती है। बच्चे चाहते हैं कि वे उन्हीं वस्तुओं का प्रयोग करें जो

शाहरुख खान, अमिताभ बच्चन या प्रियंका चोपड़ा द्वारा विज्ञापित करते हुए बेची जा रही हैं। वास्तव में बच्चों का कोमल मन और मस्तिष्क यह नहीं जान पाता है कि इन वस्तुओं के सच्चे-झूठे बखान के लिए ही उन्हीं लाखों रुपये एडवांस में ले रखे हैं।

यह विज्ञापनों का असर है कि हम कम गुणवत्ता वाली बहुविज्ञापित वस्तुओं को धड़ल्ले से खरीद रहे हैं। दुकानदार भी अपने उत्पाद-लागत का बड़ा हिस्सा विज्ञापनों पर खर्च कर रहे हैं और घटिया गुणवत्ता वाली वस्तुएँ भी उच्च लाभ अर्जित करते हुए बेच रहे हैं। उत्पादन कर्ता मालामाल हो रहे हैं और उपभोक्ताओं की जाने-अनजाने जब कट रही है।



### उपसंहार

विज्ञापन भारतीय संस्कृति के लिए हितकारी नहीं। आज कोई भी विज्ञापन हो या किसी आयुवर्ग के विज्ञापन हों, पुरुषोपयोगी वस्तुओं का विज्ञापन हो, बच्चों या महिलाओं के प्रयोग की वस्तुओं का विज्ञापन हो, नारी के नग्नदेह के बिना पूरा नहीं होता। अनेक विज्ञापन परिवार के सदस्यों के साथ नहीं देखे जा सकते हैं।

एक ओर विज्ञापनों से वस्तुओं का मूल्य बढ़ रहा है, तो दूसरी ओर बच्चों का कोमल मन विकृत हो रहा है और वे जिद्दी होते जा रहे हैं। विज्ञापनों में छोटे छोटे जा रहे नायक-नायिका के वस्त्रों को देखकर युवा वर्ग में भी अधनंगापन बढ़ रहा है। गरीब और मध्यम वर्ग का बजट विज्ञापनों के कारण बिगड़ रहा है। हमें बहुत सोच-समझकर ही विज्ञापनों पर विश्वास करना चाहिए। विज्ञापन ऐसे नहीं जिससे हमारे समाज पर गलत प्रभाव पड़े हमें अपने समाज को सशक्त बनाना है।

### सन्दर्भ-ग्रन्थ सूची:

मो० तारिकुज्जमा १५ अप्रैल २०१५ "विज्ञापन के सामाजिक प्रभाव" पुनः प्राप्त मार्च २०२१

<http://tariquzama.blogspot.com/2015/12/blog-post.html>

श्रीवास्तव पूर्वी २८ सितम्बर २०१४ "विज्ञापनों का सामाजिक दायित्व" पुनः प्राप्त मार्च २०२१

<https://abwaibhindi.wordpress.com/>

"विज्ञापन के सामाजिक पहलुओं पर निबंध" पुनः प्राप्त अप्रैल २०२१

<https://www.businessmanagementideas.com/hi/essays/advertising/essay-on-social-aspects-of-advertising/8547>

•डॉ. राहुल कृष्ण -विज्ञापन प्रबंधन में ललित कलाओं का योगदान, वाराणसी :कला प्रकाशन, २०१६.