

ques 50

ज्या आलोचकों का विज्ञापन के प्रति आपत्ति क्यों व्यापक है? विवेचना करें।

अथवा

“विज्ञापन पर किया गया खर्च बेकार है” क्या आप इससे सहमत हैं?

Ans →

विज्ञापन के संबंध में कुछ लोगों का कहना है कि वरसपर किया गया खर्च बेकार है। ऐसे लोगों द्वारा विज्ञापन के संबंध में निम्न आलोचनाएँ की जाती हैं।

i)

उपभोक्ता पर बोझ व वस्तु के विज्ञापन पर किया गया व्यय उत्पादक अपने वस्तु के कीमत को बढ़ाकर उपभोक्ता से ही वस्तु खरीते हैं। फलस्वरूप उपभोक्ता को वस्तु के लिए अधिक कीमत चुकाना पड़ता है। कोई भी उत्पादक या निर्माता विज्ञापन पर हुआ व्यय अपने लाभ में से नहीं देता। इस तरह विज्ञापन व्यय का बोझ उपभोक्ता के सिर पर डाल दिया जाता है।

किन्तु हमें साह्य रखना चाहिए कि विज्ञापन से वस्तु की मांग बढ़ती है। जिसके फलस्वरूप उत्पादन बहुत अधिक पैमाने पर होता है। बहुत अधिक पैमाने पर उत्पादन होने से कई तरह के लाभ होते हैं। फलस्वरूप लाभत कम होती है तथा मूल्य कम रहता है। तथा मूल्य कम रहता है। इस लिए दीर्घकाल में विज्ञापन व्यय का बोझ उन्हीं कीमत के रूप में उपभोक्ता पर नहीं पड़ता।

ii)

आवश्यकता से वृद्धि व विज्ञापन उपभोक्ता के आवश्यकता को तेजी से बढ़ता है तथा हाजिदारक प्रतिस्पर्धीता का जन्म

है। महामनुष्य को उन वस्तुओं को खरीदने के लिए अभिप्रेरित करता है जिसकी आवश्यकता नहीं है। इससे समाज के संसाधनों की खर्चा होती है। विज्ञापन के कारण पारिवारिक बजट बिगड़ जाता है। क्योंकि फैसूलखर्चों बढ़ जाती है।

इसमें कोई शक नहीं नहीं कि विज्ञापन लोगों की आवश्यकता को बढ़ा देता है। किन्तु लोगों को अधिक काम करने तथा अधिक आय अर्जित करने के लिए प्रेरित भी करता है ताकि वे अपनी बढ़ी हुई आवश्यकता को पूर्ति कर सकें।

iii)

अवांछित तथा निम्न कोटि के ब्रह्म की बिक्री  $\rightarrow$  विज्ञापन लोगों को अवांछनीय पदार्थ-

जैसे - शराब, सिगरेट, आदि खरीदने के लिए बढ़ाता है। कभी-कभी निर्माता तथा अपने पदार्थों की उपयोगिता के बारे में मिथ्या या बढ़-चढ़कर विज्ञापन करते हैं। उपभोक्ता अज्ञानवश इस तरह भ्रमित हो जाते हैं। लेकिन सरकार तथा उपभोक्ता जैसे विज्ञापनकर्ता को वि-  
-ज्ञापन करून से कानून बनाकर तथा कठोर सजा का प्रावधान कानून में देकर रोक सकते हैं।

iv)

सामाजिक मूल्यों में कमी  $\rightarrow$  अध्रष्ट भाषा अवलोकित चित्र का प्रयोग करके विज्ञापन सामाजिक मूल्यों में करता है। कुछ विज्ञापन वैसा जीवन शैली जो हमारे समाज द्वारा अमान्य है को ब-  
-दाव देते हैं। उदाहरण के लिए, विज्ञापन में सिगरेट पीते व्यक्तियों की पीर दिखा दिया जाता है।

अनैतिक तथा असामाजिक विज्ञापन कृ तथा व्या-  
-पार संबंध तथा व्यापार परिषद और सरकार के सतर्कता से रोक जा सकता है। अतः आवश्यकता है कि ऐसे विज्ञापनों के प्रति सतर्कता की जाए।

vi) एकाधिकार का निर्माण → विकास किसी खास ब्रांड के लिए एकाधिकार काम कर देता है। बड़े-बड़े फर्म विकास पर बहुत आसानी रखी करके छोटे-छोटे फर्म को समाप्त कर देते हैं। ब्रांड-एंग के लिए कौन कौन या पैदा धरै पू पैस कंपनियों के पैस पढ़ाई को समाप्त कर दिया है।

vii) उपभोक्ता असमंजस में → विकास उपभोक्ता को असमंजस की स्थिति में खड़ा कर देता है। कि वह कौन सी ब्रांड वाली वस्तु खरीदे। उदाहरण के लिए T.V पर दुथपस्ट के लिए अनेको वि-व्यापन आते हैं। हर एक ब्रांड दूसरे से फ़ैल का दावा करता है। ऐसी स्थिति में उपभोक्ता को पथन में फ़िक्कत आती है।

लेकिन उपभोक्ता निर्माण के प्रतिष्ठा पढ़ाई के ब्रांड मूल्य अपनी आवश्यकता को ध्यान में रखकर सही निर्णय ले सकते हैं।

इस प्रकार विकास स्वयं कोई सामाजिक बर्बादी नहीं है। विकास बुरा तब होता है जब वह अवैधानिक तरीके से अस्वामिक लाभ के लिए किया जाता है। कई प्रीमाओं के बावजूद आधुनिक व्यापार के वि-पठन क्रिया का एक महत्वपूर्ण तत्व है।