



ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର, ଓଡ଼ିଶା
Odisha State Open University, Sambalpur, Odisha
Established by an Act of Government of Odisha.

ଓଡ଼ିଆ ଭାଷା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଡିପ୍ଲୋମା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ପାଠ୍ୟକ୍ରମ -୫

ବୁକ୍

୨ ବିଜ୍ଞାପନ

ପ୍ରଥମ ଏକକ

ବିଜ୍ଞାପନର ସଂଜ୍ଞା, ସ୍ୱରୂପ, ପରିସର



ପ୍ରଥମ ଏକକ : ବିଜ୍ଞାପନର ସଂଜ୍ଞା, ସ୍ୱରୂପ, ପରିସର

ବିଷୟର ଗଠନ:

- ୧.୦ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
- ୧.୧ ବିଜ୍ଞାପନ କ'ଣ ଓ କାହିଁକି
- ୧.୨ ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର
- ୧.୩ ବିଜ୍ଞାପନର ବର୍ଗୀକରଣ
- ୧.୪ ବିଜ୍ଞାପନର ଇତିହାସ
- ୧.୫ ବିଜ୍ଞାପନର କଳା
- ୧.୬ ବିଜ୍ଞାପନର ମାଧ୍ୟମ
- ୧.୭ ଆତ୍ମ ପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ
- ୧.୮ ବିଜ୍ଞାପନ ଜଗତର ସତ୍ୟତା
- ୧.୯ ବିଜ୍ଞାପନର ବିବିଧଦିଗ

୧.୦ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ବିଷୟ ପାଠ କଲା ପରେ ତୁମେ ବିଜ୍ଞାପନ କ'ଣ ଜାଣିପାରିବ

- ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସରକୁ ବୁଝିପାରିବ
- ବିଜ୍ଞାପନର ବର୍ଗୀକରଣ କରିପାରିବ
- ବିଜ୍ଞାପନର ଇତିହାସ ସଂପର୍କରେ ସମ୍ୟକ ଜ୍ଞାନ ଅର୍ଜନ କରିବ
- ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଦିଗଟିକୁ ଉପଲବ୍ଧ କରିପାରିବ
- ବିଜ୍ଞାପନର ଭାଷା ଓ ଚରିତ୍ର ସଂପର୍କରେ ଜ୍ଞାନ ଅର୍ଜନ କରିପାରିବ
- ଉତ୍ତମ ବିଜ୍ଞାପନଟିଏ ନିଜେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିପାରିବ



୧.୧ ବିଜ୍ଞାପନ କ'ଣ ଓ କାହିଁକି ?

ଅନ୍ୟକୁ ଜ୍ଞାତ କରାଇବା ନିମନ୍ତେ ଯେଉଁ କାମଟି କରାଯାଏ, ତାହା ବିଜ୍ଞାପନ । କହିଜାଣିଲେ କଥା ସୁନ୍ଦର – ବାନ୍ଧିଜାଣିଲେ ମଥା ସୁନ୍ଦର । ଏଇ ନ୍ୟାୟରେ ପଚା ଚିଙ୍ଗୁଡ଼ିକୁ ଉଚ୍ଚାଦରରେ ବିକିପାରିବାର କଳାଟିକୁ ଆମେ ବିଜ୍ଞାପନ କଲା ବୋଲି କହିଥାଉଁ । କେତେ କହିବ, କ'ଣ କହିବ, କେମିତି କହିବ – ଏସବୁର ଅଧ୍ୟୟନକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ବିଜ୍ଞାପନ କଳାର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରାଯାଇଥାଏ । ଆମେ ଘରେ ବାହାରେ ସବୁଜାଗାରେ କିଛି ନା କିଛି କାହାରି ଆଗରେ କହିବାର, ଦେଖାଇବାର ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବାର ଉପକ୍ରମ କରିଥାନ୍ତି । ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଥାଏ ମୋ କଥାକୁ ଅନ୍ୟମାନେ ଶୁଣନ୍ତୁ, ବୁଝନ୍ତୁ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତୁ । କୌଣସି ଉପାଦାନର ଅଧିକ ବଜାର ଚାହିଦା ସୃଷ୍ଟି ନିମନ୍ତେ ବିଜ୍ଞାପନର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି । ଆତ୍ମବଢ଼ିମା ପ୍ରକାଶ କରୁଥିବା ଲୋକଙ୍କ ଭିତରେ ଯାର ପ୍ରକୋପ ଅଧିକ । ନିଜକୁ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ଗ୍ରହଣ ଯୋଗ୍ୟ କରାଇପାରିବାର ଏଇ ଆକାଂକ୍ଷାର ପରବର୍ତ୍ତୀ ବ୍ୟବସାୟିକ ପରିପେକ୍ଷାଟି ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନ । ବିଜ୍ଞାପନ ଗୋଟିଏ ଉପାଦାନ ବା ଚେତନାକୁ ବହୁସଂଖ୍ୟାରେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚାଇବାର ଗୋଟିଏ ଉକୃଷ୍ଟ ମାଧ୍ୟମ । ଏହା ମୁଖ୍ୟତଃ ବିକ୍ରୀ ଯୋଗ୍ୟତାକୁ ଅନୁସରଣ କରିଥାଏ । ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ଦେଖାଇବା ଅଥବା ଜଣେଇବାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଏଥି ମଧ୍ୟରେ ନିହିତଥିବାରୁ ଏଥିରେ ଗୋପନୀୟତା ରକ୍ଷା କରାଯାଇନଥାଏ । ଏହା ବେଶ୍ ପରିଚ୍ଛନ୍ନ ଓ ଦୃଶ୍ୟମାନ । ଉପାଦାନର ପ୍ରଚାର ପ୍ରସାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଥିବାରୁ ଏହାର ଚାରୋଟି ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ ରହିଥାଏ । ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା :-

- (୧) ବିଜ୍ଞାପନ
- (୨) ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିକ୍ରୀ ଯୋଗ୍ୟତା
- (୩) ବିକ୍ରୀ ଅଭିବୃଦ୍ଧି
- (୪) ପ୍ରଚାର

ପ୍ରାୟୋଜିତ ସଂସ୍ଥାଦ୍ୱାରା ବିଜ୍ଞାପନର ସୂଚନା ମୁଖ୍ୟତଃ ଦେୟଯୁକ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ନୈର୍ବ୍ୟକ୍ତିକ ତର୍କରେ ଯଥା, ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଡାକି ସାକ୍ଷାତ୍‌କାର ତର୍କରେ ହେଉ ଅଥବା ସାମ୍ନା ସାମ୍ନି ପ୍ରଶ୍ନୋତ୍ତର ମାଧ୍ୟମରେ ହେଉ, ଉପାଦାନ ସଂପର୍କରେ କିଛି ତଥ୍ୟ /



ସୂଚନା ସର୍ବସାଧାରଣ ଗୋଚରାର୍ଥେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ଯାହା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିକ୍ରୀଯୋଗ୍ୟତା ଅଭିବୃଦ୍ଧିର କାରଣ ହୋଇଥାଏ । ବିକ୍ରୀ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଲକ୍ଷ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟ ଏକ ମୌଳିକ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହୋଇଥିବାରୁ ସିଧାସଳଖ ବିଜ୍ଞାପନ ବା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିକ୍ରୀଯୋଗ୍ୟତାର କଥା ନକହି ବହୁବିଧ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ମାଧ୍ୟମରେ ଉପଭୋକ୍ତାର ମନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାର ଚେଷ୍ଟା କରାଯାଇଥାଏ ।

ସର୍ବଶେଷ ଉପାଦାନଟି ହେଉଛି ପ୍ରଚାର, ଯାହା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସ୍ତରରେ ଅଥବା ସାମୁହିକ ସ୍ତରରେ ସାଧୁତ ହୋଇଥାଏ । ଜନସାଧାରଣ ସେଥିପାଇଁ ଉତ୍ସାହକ ଠାରୁ କିଛି ପ୍ରାପ୍ୟ ନେଇନଥାନ୍ତି ସତ ମାତ୍ର ଉତ୍ସାହନର ଗୁଣାବଳୀ ବର୍ଦ୍ଧନା ମାଧ୍ୟମରେ ଏହି ପ୍ରଚାର କାର୍ଯ୍ୟଟି ମନକୁମନ ସାଧୁତ ହୋଇଥାଏ । ଯା ମାଧ୍ୟମରେ ଅନେକ ମହତ କାର୍ଯ୍ୟ ସାଧିତ ହୋଇଥାଏ । ସେ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଆଲୋଚନା ପରେ କରିବା । ଏବେ ଜାଣିବା ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର ସଂପର୍କରେ ଦି'ପଦ କଥା ।

୧.୨ ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର

ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର ଖୁବ୍ ବ୍ୟାପକ । କୋତା ସିଲେଇଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ଜାହାଜ ମରାମତି ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସବୁ କଥା , ସବୁ ବିଚାର, ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ । ନିଜକୁ ଅପର ନିକଟରେ ଯଥାଯଥ ଭାବରେ ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବା ନିମନ୍ତେ ମଣିଷ ଅହରହ ସଂଘର୍ଷ କରୁଥାଏ । ଛୋଟ ଶିଶୁଟିଏ ଯେତେବେଳେ ନୂଆ କରି କିଛି କଥା କହି ଶିଖେ, ତାର ଦରୋଟି ଓଠରୁ ବାହାରୁଥିବା କଥା ଖୁବ୍ ଭୁଲ୍ ଭ୍ରାନ୍ତିରେ ବେତଙ୍ଗ ଉଚ୍ଚାରିତ ହେଉଥିଲେ ମଧ୍ୟ ତାର ସଂପର୍କୀୟ ମଣିଷମାନେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ନିକଟରେ କହିଥାନ୍ତି ଆମର ଅମୁକ କେତେ କଥା ଜାଣିଛି । ଦେଖିବେ - ତାକୁ ପଚାରିଲେ ସବୁ କହିଦେବ - ତାର ସ୍ମୃତିଶକ୍ତି ଖୁବ୍ ପ୍ରଖର - ବଡ଼ଲୋକ ଭଳିଆ କଥା କହୁଛି - ଇତ୍ୟାଦି କହିବା ଆଳରେ ପ୍ରିୟଜନମାନେ ଜଣେଇବାକୁ (ବିଜ୍ଞାପିତ) ଚାହାଁନ୍ତି ଯେ, ତାଙ୍କର ସନ୍ତାନଟି ଏସଂସାର ସବୁଠି ବଡ଼ ମେଧାବୀ, ଅନନ୍ୟପ୍ରତିଭାଧାରୀ । ଯା ମାଧ୍ୟମରେ ଦୁଇଟି କାର୍ଯ୍ୟ ସାଧୁତ ହୋଇଥାଏ । ଗୋଟିଏ ଅଭିଭାବକଙ୍କର, ଅନ୍ୟଟି ଶିଶୁଟିର । ମାନସିକ ସ୍ତରରେ ଅବିକଶିତ ଶିଶୁଟି ମନରେ ଆତ୍ମପ୍ରତ୍ୟୟ ବୃଦ୍ଧିପାଏ । ସେ ଜାଣେ ଯେ, ସେ ଯାହା କହୁଛି ବା କରୁଛି ସେସବୁ ଠିକ୍ ; ତାକୁ ଅନ୍ୟମାନେ ପସନ୍ଦ କରୁଛନ୍ତି । ତେଣୁ ତାର ହାତ ଭାରୀ ଟାଣ - ତା ମାତ୍ର କାଟେ କହିଲେ ମଧ୍ୟ ସେ ଉତ୍ସାହିତ ହୋଇ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଅଧିକ ହାତ ଉଠାଇ ମାରେ । ମୋଟ ଉପରେ କହିଲେ ପ୍ରଶଂସାର ନେତ୍ରିବାଦୀ ପ୍ରଭାବ ଏମାନଙ୍କ ଉପରେ ପଡ଼େ । ପ୍ରଶଂସା ଯୋଗୁଁ ତା କାର୍ଯ୍ୟଟିର ପୁନରୁଦ୍ଧି ହୁଏ । ଅପରପକ୍ଷରେ ଅଭିଭାବକମାନେ



ଆତ୍ମତୃପ୍ତିରେ ପୋତି ହୋଇ ପଡ଼ନ୍ତି । ସଚେତନ ଲୋକ ଏପ୍ରକାର ବ୍ୟବହାରକୁ ନାପସନ୍ଦ କଲେ ମଧ୍ୟ କିଛି କୁହନ୍ତି ନାହିଁ – କହିପାରନ୍ତି ନାହିଁ । ଅଗଣିତ ମନ୍ଦକାର୍ଯ୍ୟ ଦୁର୍ଭାଗୁତ ହୁଏ । ପିଲାଦିନେ ଯେଉଁ କଥାଟି ଖୁସି ମଜାରେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ । ବୟସ ହୋଇଗଲେ ସେଥିପାଇଁ ବହୁ ନିନ୍ଦା ଅପମାନର ମୂଲ୍ୟ ଦେବାକୁ ହୁଏ । ଇଏ ଗଲା ଆତ୍ମ ବିଜ୍ଞାପନ, ବ୍ୟକ୍ତି କୈନ୍ଦ୍ରିକ ବିଜ୍ଞାପନ । ଏସବୁ ଦ୍ଵାରା ସାମୂହିକ କ୍ଷତି / କଲ୍ୟାଣ ସାଧୁତ ହୋଇନଥାଏ ।

ବ୍ୟକ୍ତି କେନ୍ଦ୍ରିକ ବିଜ୍ଞାପନର ସଂପ୍ରସାରିତ ଦିଗଟିକୁ ଆମେ ବାଣିଜ୍ୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ବୋଲି କହିପାରିବା । ଏହାପୁଣି ଦୁଇ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ । ଗୋଟିଏ ସରକାରୀ ଓ ଅପରଟି ବେସରକାରୀ । ଏଇଟି ଗୋଟିଏ କଥା ପରିସ୍କାର କରିଦେବା ଉଚିତ୍ ଯେ, ବିଜ୍ଞାପନର ସୁଦୂର ପ୍ରସାରା ପ୍ରଭାବ ଅତ୍ର ତତ୍ର ସର୍ବତ୍ର ରହିଛି । ପିଲାଠାରୁ ବୁଢ଼ା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସମସ୍ତେ ଏଇ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ଵାରା ପରିଚାଳିତ । ଯେତେ ବଡ଼ ମଣିଷ ହୁଅନ୍ତୁ ପଛେ ସେମାନେ ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନରେ କୌଣସି ନା କୌଣସି ଦିଗରୁ ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଗୋଟିଏ ଭଲ ଆନ୍ତର୍ଜାତିକଖ୍ୟାତି ସଂପନ୍ନ କଂପାନୀର କଲମ, ଅତର, ଶାଢ଼ୀ, କୋଟ, ସାର୍ଟ, କଂପ୍ୟୁଟର ଆଦି ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚ୍ଚଶିକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଅଧିକ । ନିଜକୁ ସଂଭ୍ରାନ୍ତ ବର୍ଗର ବୋଲି ଅଭିହିତ / ପରିଚିତ କରାଇବାରେ ଯେଉଁ ଅଭୀପ୍ସାଟି ମନଭିତରେ ଥାଏ ତାରିଯୋଗୁଁ ଏଇ ବର୍ଗର ଲୋକେ ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତରର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖନ୍ତି ଓ କ୍ରୟ କରନ୍ତି । ସାଧାରଣ ବର୍ଗର ଜୀବନତ ଏଇ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ଵାରା ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ କହିଲେ ଚଳେ । ତା ଘରକୁ ଆସେ ସର୍ବାଧିକ ପ୍ରସାରିତ / ପ୍ରଚାରିତ ଖବରକାଗଜ, ତେଲ, ମସଲା, କଲମ, ବହି, ବାସନକୁସନ ଆସବାବପତ୍ର ଇତ୍ୟାଦି । ବାଡ଼ିରେ ଘିକୁଆଁରୀ ଗଛଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସେ ବଜାରରୁ ଏଲୋବେରା ମିଶ୍ରିତ ପ୍ରସାଧନ ସାମଗ୍ରୀକୁ ଗୁରୁତ୍ଵଦିଏ । ତାର ଦରକାର ପଡ଼େ ପକ୍ସିକ୍ ସ୍କୁଲ । ଭଲ ନର୍ସିଂହୋମ, ଭଲ କଂପାନୀର ଜୋଡ଼ା, ଛତା, ଭାନିଟି ବ୍ୟାଗ୍ । କାହିଁକି ଏମିତି ହୁଏ ? କ’ଣ ପାଇଁ ତାର ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନର ବ୍ୟବହାରୀ ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ ଉପରେ ଆଧିପତ୍ୟ ବିସ୍ତାର କରେ ବାହାରର ମନ ? କାରଣ ତାର ସାମାଜିକତା । ସାମାଜିକତା ଯୋଗୁଁ ସେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ ଜଡ଼ିତ । ପାଖରେ ବସେ ପାଖରେ ଶୁଣ, ତା କଥାକି ଅନ୍ୟଥା ହୁଏ ? ଏଇ ନ୍ୟାୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ ଜୋଡ଼ି ହୋଇ ରହିଥିବା ଆଧୁନିକ ମଣିଷ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଦେଲାବେଳେ ନିର୍ଭର କରେ ଏସବୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପରେ । ମଣିଷ ଜୀବନ ବନ୍ଧାପଡ଼ିଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଅକ୍ଳୋପସ୍ ଜାଲରେ । ଭୋଗବାଦୀ ଆଧୁନିକ ଜୀବନରେ ଯା ଉପରେ ନିର୍ଭର କରିବାକୁ ସେ ବାଧ୍ୟ । ତେବେ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠୁଛି – ଯଦି ଏଇଆ ଆମର ଜୀବନ ତେବେ କିଭଳି କେତେ ପରିମାଣରେ ଯାର ସଦୁପଯୋଗ କରିପାରିବା ? ଏ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଖୋଜିବା ପୂର୍ବରୁ ପ୍ରଥମେ ଦେଖିନେବା କେତେ ପ୍ରକାରର ବିଜ୍ଞାପନ ରହିଛି ଏବଂ ସେସବୁର ବର୍ଗୀକରଣ କ’ଣ ?



ଓଡ଼ିଆ ଭାଷା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଡିପ୍ଲୋମା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଆତ୍ମ ପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ - ୧

୧- ବିଜ୍ଞାପନ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ?

ଉତ୍ତର : _____

୨- ବିଜ୍ଞାପନର ଆବଶ୍ୟକତା ଦର୍ଶାଅ ।

ଉତ୍ତର : _____

୧.୩ ବିଜ୍ଞାପନର ବର୍ଗୀକରଣ

ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଆମେ ମୁଖ୍ୟତଃ ରାଜନୈତିକ, ସାମାଜିକ, ଅର୍ଥନୈତିକ, ସାଂସ୍କୃତିକ, ବ୍ୟବସାୟିକ ସୂଚନାକୈନ୍ଦ୍ରିକ, ଜନସଚେତନତା ଅଭିମୁଖୀ, କ୍ରୀଡ଼ା ଇତ୍ୟାଦି ଭାଗରେ ବର୍ଗୀକରଣ କରିପାରିବା । ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ଵାରା ଆମେ କିଭଳି ପ୍ରଭାବିତ ହେଉ, ତାହା ଯେତିକି ଗୁରୁତ୍ଵପୂର୍ଣ୍ଣ ତାଠାରୁ ବେଶୀ ଗୁରୁତ୍ଵପୂର୍ଣ୍ଣ କଥାଟି ହେଉଛି, ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରସ୍ତୁତି । ଏଇ ପ୍ରସ୍ତୁତିଟି ଯେତିକି ଶୁଭିମଧୁର ଓ ଦର୍ଶନ ଉପଯୋଗୀ ହୋଇପାରିବ



ସେତିକି ତାର ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀତ୍ଵ ରହିବ । ଅଶୀଦଶକରେ ନିର୍ମା ପାଉଡ଼ର ର ସେଇ ଚିକକ ଶବ୍ଦ ‘ନିର୍ମା ପାଉଡ଼ର - ନିର୍ମା’ ଆଦି ବହୁ ଜନତାଙ୍କ ହୃଦୟରେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥିବା ବିଜ୍ଞାପନ ମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ । ବିଜ୍ଞାପନ ଅତ୍ୟନ୍ତ ରୋଚକ, ଚିତାକର୍ଷକ ଶୈଳୀରେ ହେବା ପ୍ରୟୋଜନ ନଚେତ୍ ବାରମ୍ବାର ଜନତାଙ୍କ ଆଗ୍ରହ କମିଯିବ, ଲୋକ ନାପସନ୍ଦ କରିବେ । ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ପ୍ରତିକୂଳରେ ଯିବ ।

କୌଣସି ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ଚାହିଦା ବୃଦ୍ଧି କରିବା ଅଥବା ସମାଜରାଜ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରେ ଆପଣାକୁ ଶ୍ରେଷ୍ଠତମ ବୋଲି ପ୍ରତିପାଦନ କରିବା ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଅର୍ଜନ କରିବା କୌଣସି ତଥ୍ୟ / ସତ୍ୟକୁ ସର୍ବାଙ୍ଗନ ବିଦିତ କରାଇବା, ସାମାଜିକ ସଚେତନତା ସାଂସ୍କୃତିକ / ରାଜନୈତିକ / ବ୍ୟକ୍ତିକେନ୍ଦ୍ରିକ ଜୀବନର ବାସ୍ତବତାକୁ ଆଦୃତ କରାଇବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଢଙ୍ଗରେ ପରିବେଷିତ ବିବିଧତାକୁ ନେଇ ଆମେ ବିଜ୍ଞାପନର ବର୍ଗୀକରଣ କରିପାରିବା । ତେଣୁ ମୋଟାମୋଟି ଭାବରେ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ବ୍ୟବସାୟିକ ଓ ଅଣବ୍ୟବସାୟିକ ଭାବରେ ବର୍ଗୀକରଣ କରିପାରିବା । ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ମଧ୍ୟରେ ଆମେ ଉପଭୋକ୍ତା ଭିତ୍ତିକ, ଶିକ୍ଷିତଭିତ୍ତିକ, ପ୍ରଚାର କଥାଗୁଡ଼ିକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିପାରିବା । ଅଣବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ, ଅନୁଷ୍ଠାନ ଭିତ୍ତିକ ବିଜ୍ଞାପନ, ସରକାରୀ ଘୋଷଣାନାମା, ଦେଶଭକ୍ତି ମୂଳକ ପ୍ରଚାର, ସୂଚନା ଓ ଲୋକସଂପର୍କ ବିଭାଗରେ ଅନେକ ପ୍ରଚାରପତ୍ର ଇତ୍ୟାଦି ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିପାରିବା । ପାଠକ, ଦର୍ଶକ, ଶ୍ରୋତା, ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ବହୁସଂଖ୍ୟାରେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ମାଧ୍ୟମରେ ଜଣେଇବାର ଏସବୁ ବର୍ଗୀକରଣର ଯଥେଷ୍ଟ ବ୍ୟାପକତା ରହିଛି । ଭୌଗୋଳିକ ପରିସୀମା ଭିତ୍ତିରେ ଯଦି ବିଜ୍ଞାପନର ବର୍ଗୀକରଣ କରାଯାଏ, ତେବେ ସେଥିରେ ଆମେ ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ, ଜାତୀୟ, ପ୍ରାଦେଶିକ ତଥା ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଆଞ୍ଚଳିକ ସ୍ତରର ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଅନୁଭବ କରିପାରିବା । ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତର ଠାରୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଆଞ୍ଚଳିକ ସ୍ତର ଭେଦରେ ଆମେ ବିବିଧ ସାମଗ୍ରୀର ବ୍ୟବହାର କରିଥାଉ । ସେସବୁକୁ ନେଇ ବଜାରର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଚାହିଦାଥିବାରୁ ଆମେ ଏପ୍ରକାରର ବର୍ଗୀକରଣର ଆବଶ୍ୟକତା ଉପଲବ୍ଧ କରିଥାଉଁ । କକ୍ଷମାଳ ହଳଦୀ, ନିମାପତା ଛେନା ଝିଲ୍ଲି, ନୟାଗଡ଼ ଛେନାପୋଡ଼ ଆଞ୍ଚଳିକ ମାତ୍ର ଦକ୍ଷିଣ ଭାରତୀୟ ଜଳଖିଆ ଜାତୀୟ : ସୋନାଚିଢ଼ି ଆଡ଼ିତାସ୍ ଜୋତା, ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ଦ୍ରବ୍ୟ ।

ଆମ୍ ପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ - ୨

୧- ବିଜ୍ଞାପନର ବର୍ଗୀକରଣ କର ।

ଉତ୍ତର : _____



ଓଡ଼ିଆ ଭାଷା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଡିପ୍ଲୋମା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

୨- ବ୍ୟବସାୟିକ ଓ ଅଣବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ମଧ୍ୟରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଦର୍ଶାଅ ।

ଉତ୍ତର : _____

୧.୪ ବିଜ୍ଞାପନର ଇତିହାସ

ସାଧାରଣ ଭାବରେ ଆମେ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଗୋଟିଏ ଆଧୁନିକ ପରିଭାଷା ଭାବରେ ଗ୍ରହଣ କରିଥାଉ । କିନ୍ତୁ ଆମ ଦେଶରେ ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳ ମଞ୍ଜିଟି ଜାତିପ୍ରଥା ମଧ୍ୟରେ ନିହିତଥିଲା । ଯିଏ ଯେଉଁ ସାଂଗିଆ ଧାରଣା କରୁଥିଲେ, ସେମାନେ ସେଇ ବର୍ଗର ଓ ସେଇ ପ୍ରକାରର କାର୍ଯ୍ୟ ବା ସାଧନ ସେଇଠାରୁ ମିଳିପାରିବ ବୋଲି ଗୋଟିଏ ସାମାଜିକ ଧାରଣା ଭାରତୀୟ ସମାଜରେ ବଳବତ୍ତର ଥିଲା । କର୍ମଭେଦରେ ଜାତି ଓ ଜାତିଭେଦରେ ଉତ୍ପାଦନ କ୍ରିୟାଶୀଳତା ଗୋଟିଏ ସାଧାରଣ କଥା ଭାବରେ ବିବେଚନା ହେଉଥିଲା । କ୍ଷତ୍ରିୟ ସାଂଗିଆ ଧାରଣା କରୁଥିଲେ ସେମାନେ ପ୍ରଶାସକ ବର୍ଗର ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ପାଖରୁ ଯୁଦ୍ଧ, ପ୍ରଶାସନ, ସୁରକ୍ଷା ଆତ୍ମରକ୍ଷା ସଂପର୍କିତ ପରାମର୍ଶ ନିଆଯାଉଥିଲା । ଠିକ୍ ସେହିପରି ତେଲି ସାଂଜ୍ଞା ଧାରୀ ବ୍ୟକ୍ତି ଠାରୁ ବ୍ୟବସାୟ,



ଠାରୁ ବ୍ୟବସାୟ, ବାଣିଜ୍ୟର ତଥ୍ୟ, ଦରଦାମ, ଉତ୍ପାଦିତ ଦ୍ରବ୍ୟର ସୁଲଭତା ସଂପର୍କିତ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ମିଳିବାର ସମ୍ଭାବନା ରହୁଥିଲା । ଲୁଗା ସଫା କରିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ଥିଲେ ଆମେ କୌଣସି ଗାଁରେ ବା ବଜାରରେ ସେହିଜାତିର ଲୋକେ ଅଛନ୍ତି କି-ନା ପଚାରୁଥିଲେ । ଏସବୁ ସେଇ ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳକଥା । ଏସବୁ ବିଜ୍ଞାପନର ସାଧାରଣ କଥା । ମାତ୍ର ଯଦି କୌଣସି କଥାକୁ ପ୍ରଚାର ସର୍ବସ୍ୱ କରିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହୁଥିଲା, ତେବେ ପ୍ରଶାସନ ସହ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ଯଥା ରାଜା, ଜମିଦାର, ଗାଁ ମୁଖିଆ ପ୍ରମୁଖ ଡେ଼ରୁରା ପିଟି କୌଣସି ତଥ୍ୟ / ସୂଚନା ପ୍ରଦାନର ବ୍ୟବସ୍ଥା ରଖୁଥିଲେ । ଏସବୁ ପ୍ରଚାରର ବ୍ୟବସାୟିକ ଦିଗ ଦୁର୍ବଳ ହେଲେ ସୁଦ୍ଧା ପ୍ରଶାସନିକ ଦିଗଟି ଖୁବ୍ ଦୃଢ଼ ଓ ନିଷ୍ପତ୍ତି ମୂଳକ ହୋଇଥାଏ ।

ଆଉ ଚିକିଏ ଭିତରକୁ ଯାଇ ଦେଖିଲେ ଜାଣିବା, ଗାଁ ଦାଣ୍ଡରେ ଗୁଡ଼ିଆ, କେଉଟ, ତେଲି ଇତ୍ୟାଦି ନିଜର ସାମଗ୍ରୀକୁ ଧରି ଉଚ୍ଚସ୍ତରରେ ଡାକିଡାକି ଯାଉଥିବାର କଳାଟିକୁ ଆମେ ଏଇ ବିଜ୍ଞାପନର ବ୍ୟବସାୟିକ ଦିଗ ଭାବରେ ଅଭିହିତ କରିପାରିବା । ବିକ୍ରେତାର କଷ୍ଟସ୍ୱର, ବ୍ୟବହାରର ମଧୁରତା ଉପରେ ଏସବୁବ୍ୟବସାୟ ନିର୍ଭର କରିଥାଏ । ଶିଳ୍ପଭିତ୍ତିକ ଉତ୍ପାଦନର ପ୍ରଚାର(ଲୁଗାପଟା, ବହିପତ୍ର, ଉତ୍ୟାଦି) ଚିକିଏ ଭିନ୍ନ । ସେଠାରେ କ୍ରେତା ବା ଉପଭୋକ୍ତା କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିପଣୀରେ ପହଞ୍ଚିବା ପରେ ଦୋକାନଦାର ତାକୁ ଦ୍ରବ୍ୟର ତୁଳନାତ୍ମକ ବିବରଣୀ ଦେଇ ସବୁ ଦ୍ରବ୍ୟର ଶ୍ରେଷ୍ଠତାକୁ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଏ ଏବଂ ଗ୍ରାହକକୁ ବାନ୍ଧିରଖିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିଥାଏ ।

ଆଶୋକଙ୍କ ଶିଳାଲିପି ଅଥବା ଜନଗହଳିପୁର୍ଣ୍ଣ ସ୍ଥାନମାନଙ୍କରେ ଉଚ୍ଚସ୍ତରରେ ଭୋଲପିଟି ରାଜାଦେଶ ପ୍ରଚାର କରିବା ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ଅତ୍ୟାଧୁନିକ ନେଟ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପ୍ରଲୟିତ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରାରମ୍ଭ ଓ ବିକାଶ ।

ପରବର୍ତ୍ତୀକାଳରେ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଏକ ବ୍ୟବସାୟିକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପରିଣତ ହେଲା । ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତକାରୀ ସଂସ୍ଥା ନିଜ ନିଜ ମଧ୍ୟରେ ସମନ୍ୱୟ ଓ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦିତାକୁ ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବାପାଇଁ ଏକ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତକାରୀ ସଂଘ ଗଠନ କଲେ । ଉତ୍ପାଦକ ସଂଘ ସହିତ ସମନ୍ୱୟ ରକ୍ଷା କରି କିଭଳି ଆହୁରି ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଭଙ୍ଗରେ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିହେବ ସେଥିନିମନ୍ତେ ଲକ୍ଷ୍ୟଧାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ବିଭିନ୍ନ ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନ ଗୁଡ଼ିକ ଜୋର୍ ଦେଲେ । ଏବେ ଦେଖା ଯାଉଛି ପ୍ରତିଟି ନିର୍ବାଚନରେ ଅଗ୍ରଣୀ ରାଜନୈତିକ ଦଳମାନେ ବିପୁଳ ଅର୍ଥବ୍ୟୟ କରି ବିଜ୍ଞାପନଦାତାମାନଙ୍କୁ ନିୟୁକ୍ତ କରୁଛନ୍ତି । ପ୍ରତିବଦଳରେ ସେମାନେ ଅତ୍ୟାଧୁନିକ ଶୈଳୀରେ



ଓଡ଼ିଆ ଭାଷା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଡିପ୍ଲୋମା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଲୋକମାନଙ୍କ ମନକୁ ପାଇଲା ଭଳି, ପ୍ରଭାବିତ କଲାଭଳି ବିଜ୍ଞାପନର ଶୈଳୀଧାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛନ୍ତି । ନିକଟ ଅତୀତରେ ୨୦୧୪ ମସିହାରେ ବିଜେପି ଦଳ ମୋଦୀଙ୍କ ଜନଆକର୍ଷଣର କେନ୍ଦ୍ରବିନ୍ଦୁ କରି ଛିଡ଼ା କରାଇବା ଜନୈକ ପାଇଁ କଂପାନୀକୁ ଦାୟିତ୍ଵ ଦେଲା । ଅବଶ୍ୟ ମୋଦୀ ସରକାର (ଅଜୟ ସିଂ ସ୍ଵାଇଜର୍ ଜେଟ୍ର ମାଲିକ) ପିୟୁର ପାଣ୍ଡେଙ୍କ କ୍ରାଇଟ୍ ଅଲ୍ଟିମିଟ୍ ଆନେଝାଲ ହେ ନରା ଦେଇ ନର୍ଦ୍ଦୀଚନ ଲଢି ବିଜେପି ଦଳ ବିଜୟ ଲାଭ କଲା । ଏହା ସମସ୍ତଙ୍କ ବୁଝିଲାଭଳି ଗୋଟିଏ ଉଦାହରଣ ମାତ୍ର । କ୍ରୀଡ଼ା କ୍ଷେତ୍ରରେ ହେଉ, ଅଥବା ସଂସ୍କୃତି ପର୍ଯ୍ୟଟନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ହେଉ ଅଥବା ସ୍ଵାସ୍ଥ୍ୟ, ପରିବେଶ, ଶିକ୍ଷା କ୍ଷେତ୍ରରେ ହେଉ, ଅଥବା ସଂସ୍କୃତି ପର୍ଯ୍ୟଟନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ହେଉ, ବ୍ରାଣ୍ଡ ଆୟାସାତର୍ ନିୟୁକ୍ତି କରି ତାଙ୍କରି ମାଧ୍ୟମରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ଲୋକପ୍ରିୟତା ସୃଷ୍ଟି ନିମନ୍ତେ ପ୍ରୟାସ ସବୁ ସରକାର ବିଭାଗ ଅଥବା ଆୟୋଜକମାନଙ୍କର ପ୍ରମୁଖ ଲକ୍ଷଣ ହୋଇ ଛିଡ଼ା ହୋଇଛି । ସୂଚନା ଓ ପ୍ରମୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟାର ବିପୁଳ ପ୍ରୟୋଗ ଆଜି ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରି ତୋଳିଛି । ପୂର୍ବରୁ ଚଳନ୍ତି ପ୍ରଚାର ପ୍ରସାର ନିମନ୍ତେ ରଂଗାନ କାଗଜ ପୋଷ୍ଟର, ରଂଗତୁଳାର ବଡ଼ ବଡ଼ କାନ୍ଥଚିତ୍ର ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉଥିଲା । ବିଜ୍ଞାପନର ଏଇସବୁ ସଚିତ୍ର ମୁଦ୍ରଣ ମାଧ୍ୟମ ଗୋଟିଏ ସମୟରେ ଖୁବ୍ ପ୍ରଭାବ ବିସ୍ତାର କରିଥିଲା । ସମୟର ପରିବର୍ତ୍ତନ ସଂଗେ ସଂଗେ ଯାନ୍ତ୍ରିକ କୌଶଳ ତଥା ସୂଚନା ଓ ପ୍ରମୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟା ବିଜ୍ଞାପନ ଜଗତକୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ନବକଳେବର ପ୍ରଦାନ କରିଛି । ଆକର୍ଷଣୀୟ ପରିବେଷଣ ଶୈଳୀ ସବୁବର୍ଗର ସବୁବୟସର, ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିପାରିବାଭଳି ହେଉଛି । ବିଜ୍ଞାପନ ଆଜି ମାନବଜଗତର ଏକ ପ୍ରମୁଖ ଅଂଶ ପାଲଟିଛି ।

ବିଜ୍ଞାପନକୁ କଳାତ୍ମକ ରୂପ ଦେବାପାଇଁ ବହୁ ବିଜ୍ଞାପନ ସଂସ୍ଥା ବିଭିନ୍ନ ଉଦ୍ୟମ କରିଆନ୍ତି । କେବଳ ସିଧାସଳଖ ଉତ୍ପାଦନ ସଂପର୍କରେ କହିବା ଅପେକ୍ଷା ଏକ ଆମୋଦକର ତଙ୍ଗରେ ପାରଂପରିକ କଳା, ସଂସ୍କୃତି ଆଧାରରେ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସାରିତ ହେଲେ ତାହା ଅଧିକ ଲୋକପ୍ରିୟ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ତଙ୍ଗତମାଳି, ପ୍ରଚଳିତ ଆଚାର ବ୍ୟବହାର ଅଥବା ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ସାମାଜିକ ବ୍ୟବହାର ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୁଏ ଭିନ୍ନ ରୁଚିର ବିଜ୍ଞାପନ, ତଦ୍ଵାରା ଉତ୍ପାଦନକୁ ଗ୍ରହଣଶୀଳତା କରିବାର ଅବକାଶ ସୃଷ୍ଟିହୁଏ ।

ବିଜ୍ଞାପନର ଭାଷା, ତହିଁରେ ନିହିତ ସାଂଗୀତିକତା, କଳାପାଟକତା (ଦୃଶ୍ୟ ଉଭୟ ଓ ଶ୍ରାବ୍ୟ) ଶ୍ରୋତା, ଦର୍ଶକ ଓ ପାଠକକୁ ସହଜରେ ଆକୃଷ୍ଟ କରିପାରେ । ଏଭଳି ମଧ୍ୟ ଉପାୟ ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଏ ଯଦ୍ଵାରା ତାହା ସହଜରେ ପାଠକର ଦୃଷ୍ଟିଆକର୍ଷଣ କରିପାରିବ । ଧରନ୍ତୁ ଗୋଟିଏ ବିଜ୍ଞାପନ ଓଲଟା ଭାବରେ ମୁଦ୍ରିତ - ଅତଏବ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଅନାଦର କରି ସମ୍ଭାବ, ସାହିତ୍ୟ ଇତ୍ୟାଦିକୁ ଭଲପାଇଥିବା ଲୋକ ମଧ୍ୟ ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଆଗ୍ରହ ବଶତଃ ନିଷ୍ଠିତଭାବରେ ସେଇଟିକୁ ପାଠ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିବ । ବିଜ୍ଞାପନ



ଦାତା ଓ ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ତାତ୍କାଳିକ ସଫଳ ହୋଇଯାଏ । ତାର କାରଣ ଓଲଟା ଛପା ବିଜ୍ଞାପନ । ମନର ଉତ୍ସାହ ମେଣ୍ଟେଇବା ପାଇଁ ପାଠକ ଯେଉଁ ଟିକିଏ ଦୃଷ୍ଟି ଓ ବିବେଚନା ପ୍ରୟୋଗ କରେ, ସେତିକି ଯଥେଷ୍ଟ ।

୧.୫ ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଦିଗ

ବିଜ୍ଞାପନର ନବତମ ଉପାୟ ମଧ୍ୟରେ ଆମେ ଦେଖିବାକୁ ପାଇଛନ୍ତି ରିଆଲିଟି ସୋ ମାଧ୍ୟମରେ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ପ୍ରଚାର ଓ ପ୍ରସାର ପାଇଁ ଅଭିନବ ପ୍ରଚେଷ୍ଟା । ଉନ୍ନୋଚନ ଅପେକ୍ଷାରେ ଅଥବା ସଦ୍ୟଉନ୍ନୋଚିତ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ବାଣିଜ୍ୟିକ ପ୍ରସାର ନିମନ୍ତେ ବିଭିନ୍ନ ଚରିତ୍ରମାନଙ୍କୁ ନେଇ ଆୟୋଜିତ ହୋଇଥାଏ ଏହିଭଳି ବିଜ୍ଞାପନ । କଥାବସ୍ତୁ , ଘଟଣାର ନାଟକାତ୍ମକତା ଇତ୍ୟାଦି ସଂପର୍କରେ ରୁଚ୍ୟକାୟ ମନ୍ତବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ଉପରେ ଅନୁକୂଳ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ । ତଦ୍ୱାରା ପ୍ରୟୋଜକ ଓ ବିତରକମାନେ ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ପାଇଥାନ୍ତି ।

ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ନେଇ ବିଜ୍ଞାପନ କଳାର ଭିନ୍ନତା ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହୋଇଥାଏ । ଦ୍ରବ୍ୟର ଗ୍ରାହକ ଓ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରମୁଖ ଉପଭୋକ୍ତା କିଏ, ତାକୁ କେନ୍ଦ୍ରକରି ବିଜ୍ଞାପନରେ ଭିନ୍ନତା ରହେ । ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ ବ୍ୟୟବହୁଳ କାରବାର ହୋଇଥିବାରୁ ଖୁବ୍ ସୀମିତ ସ୍ଥାନ ବା ସମୟରେ ଏହାର ପ୍ରସାରଣ ଜରୁରୀ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନରେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ଚରିତ୍ର / ସାମଗ୍ରୀ ଯେଉଁ ଶବ୍ଦ ବ୍ୟବହାର କରିବେ, ତାହା ସୁନିର୍ବାଚିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ବହୁ ସମୟରେ ଦେଖାଯାଏ, ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ କରିବାପାଇଁ ଶିଶୁକଳାକାର ଅଥବା ମହିଳା ମାନଙ୍କୁ ଅନାବଶ୍ୟକ ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏବର ଉପଭୋକ୍ତା / ଦର୍ଶକ / ଶ୍ରୋତା ପ୍ରାୟତଃ ଶିକ୍ଷିତ । ତେଣୁ ଅନାବଶ୍ୟକ ଚରିତ୍ରର ପ୍ରଭାବରେ ସେମାନେ ଉତ୍ସାହ ଅନୁଭବ କରିଥାନ୍ତି । ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରମୁଖ ଆବଶ୍ୟକତା ବ୍ୟାହତ ହୁଏ । ଏଣୁ ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସଚେତନତା ଜରୁରୀ ।

ଆଜିକାଲି ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ପ୍ରଦାନକାରୀ ସଂସ୍ଥାମାନ ଏଭଳି କାର୍ଯ୍ୟରେ ପାରଦର୍ଶିତା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରୁଛନ୍ତି । ବୈଜ୍ଞାନିକ, ସମାଜତାତ୍ତ୍ୱିକ, ମନସ୍ତାତ୍ତ୍ୱିକ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ପରୀକ୍ଷାନୀତି ପୂର୍ବକ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ପରିବେଷଣ, କରାଯିବାର ଉଦ୍ୟମ ରହୁଛି । ଏଦିଗରେ ବହୁ ପ୍ରତିଯୋଗୀ ଥିବାରୁ ସତର୍କତା ଆବଶ୍ୟକୀୟ ।

ସବୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଗ୍ରାହକ / ଉପଭୋକ୍ତା ସୃଷ୍ଟି କରିପାରେ ନାହିଁ । ଆକର୍ଷଣୀୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଉତ୍ତମ ପ୍ରଭାବ ଓ ପ୍ରତ୍ୟୟ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରେ । ସମୟ ସମୟରେ ଗ୍ରାହକ କେବଳ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଭିତ୍ତିକରି ଦ୍ରବ୍ୟକ୍ରୟର ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଇଥାଏ । ଏପ୍ରକାରର ନିର୍ଣ୍ଣାୟକ ବିଜ୍ଞାପନର କଳା ନିତାନ୍ତ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଓ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହୋଇଥାଏ ।



ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପଛର କଳା ଓ କାରିଗରୀ ବିଦ୍ୟା ଜାଣିବା ନିତାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ । ପ୍ରଥମ କଥା ହେଉଛି ଏହାର ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀତ୍ଵ । ପୁନଃପୁନଃ ପ୍ରସାରଣରେ ପାଠକ ଶ୍ରେଣୀ ବା ଦର୍ଶକ (ଉପଭୋକ୍ତା) ବିରକ୍ତି ପ୍ରକାଶ କରୁନଥିବେ । ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ବେଶୀ ସମୟ ବିନିଯୋଗ ହେଉନଥିବ । ଶୁଣିଲା ପରେ ବା ପାଠ କଲା ପରେ ଟିକିଏ ମନକୁ ନେଇଯାଉଥିବାର ଉଚ୍ଚାଟ ସୃଷ୍ଟି ହେଉଥିବ । ପ୍ରଭାବିତ ଭାବନାକୁ ଆଉ ଅନ୍ୟ ସମାନ୍ତରାଳ ଉପାଦ ସହିତ ତୁଳନା କରିବାକୁ ଇଚ୍ଛା ହେଉଥିବ । ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ପ୍ରତିକ୍ରିୟାକୁ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ସହ ଆଲୋଚନା କରିବାକୁ ଖୋରାକ ଯୋଗାଉଥିବ । ତୁଳନା ମାଧ୍ୟମରେ ସର୍ବୋତ୍ତମକୁ ଆଦରି ନେବାର ମାନସିକତା ସୃଷ୍ଟିକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରୁଥିବ । ତେବେ ଯାଇ ବିଜ୍ଞାପନ ଅଧିକ ସମୟ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଯୁଗୋପଯୋଗୀ ହୋଇପାରିବ ।

୧.୬ ବିଜ୍ଞାପନର ମାଧ୍ୟମ

ଆଜିକାଲି ସବୁପ୍ରକାରର ଦ୍ରବ୍ୟର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିବାକୁ ମିଳୁଛି । ଉପାଦକ ଓ ଉପଭୋକ୍ତା ଉଭୟଙ୍କର ସଂଖ୍ୟା ବଢ଼ିଛି ; ମାତ୍ର ପ୍ରତିଯୋଗିତା ମୂଳକ ବଜାରରେ ସମସ୍ତଙ୍କର ସବୁକ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରତିଦ୍ଵନ୍ଦ୍ଵିତା ବଢ଼ୁଛି । ତେଣୁ ମୁଖ୍ୟ ଧାରାରେ ରହିବାକୁ ହେଲେ ନିଜର ସାମଗ୍ରୀକୁ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ନିକଟରେ ସର୍ବୋତ୍ତମ ବୋଲି ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇପଡ଼ିଛି । ଏଥିପାଇଁ ଯାବତୀୟ ପ୍ରଚେଷ୍ଟା ଡାକବାଜି ଯନ୍ତ୍ର, ମୁଦ୍ରଣ, ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମ, ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ , ଇ-ମେଲ୍ , ପ୍ରଭୃତି ଅନେକ ମାଧ୍ୟମ ଏବେ ବଜାରକୁ ସରଗରମ କରିରଖିଛି । ଏସବୁ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଟ୍ରେଡ଼ମାର୍କର ନିଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭୂମିକା ରହିଛି । ଗ୍ରାହକ ମନରେ ଟ୍ରେଡ଼ମାର୍କ ପାରଂପରିକ ବିଶ୍ଵାସ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ଆଜିକାଲି ବିବିଧ କ୍ରୀଡ଼ା ସଂଗଠନ ବିଭିନ୍ନ କଂପାନୀର ପ୍ରଚାର ନିମନ୍ତେ ବ୍ୟବସ୍ଥା କରୁଛନ୍ତି । ରେଡ଼ିଓ, ଟେଲିଭିଜନ୍ ବା ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ପ୍ରସାରିତ କ୍ରୀଡ଼ା ଧାରା ବିବରଣୀ ବା ସମ୍ବାଦର ପ୍ରାୟୋଜନରେ ଭୂମିକାରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାମାନେ ଅବତୀର୍ଣ୍ଣ ହେଉଛନ୍ତି, ଯାହା ବହୁଦର୍ଶକକୁ ଅଳ୍ପ ସମୟରେ ପ୍ରଭାବିତ କରିପାରୁଛି ।

ଏଭଳି ଅନେକ ଅଣବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି । ଉତ୍ପାଦନୁଷ୍ଠାନର ଆୟୋଜନ, ସଚେତନତା ସଂପର୍କିତ ବିଜ୍ଞାପନ (ରେଳ ଦୁର୍ଘଟଣା, ଶିକ୍ଷାପ୍ରସାର, ସ୍ଵାସ୍ଥ୍ୟ ସଂପର୍କିତ ସୂଚନା, ସଡ଼କ ଦୁର୍ଘଟଣା ଇତ୍ୟାଦି) ଗୁଡ଼ିକୁ ଆମେ ଏଇ ପର୍ଯ୍ୟାୟର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିପାରିବା । ଏସବୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଜନକଲ୍ୟାଣ ନିମନ୍ତେ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଏବଂ ଅଣବ୍ୟବସାୟିକ ଏ ପ୍ରକାରର ମୁଦ୍ରିତ ବିଜ୍ଞାପନ ସେତେ ଆକର୍ଷଣୀୟ ହୋଇନଥାଏ ।



କ'ଣ କରିବେ ଓ କ'ଣ ନକରିବେ ଶୀର୍ଷକ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ମୁଖ୍ୟତଃ ସଚେତନତା ମୂଳକ । ଏସବୁ ଦ୍ଵାରା ସମାଜର ମୂଳ ଆବେଦନ ଧ୍ଵରେ ଧ୍ଵରେ ବଦଳିବାକୁ ଲାଗେ । ବିଳମ୍ବିତ ହେଲେ ସୁଦ୍ଧା ଏସବୁର ପ୍ରଭାବ ସୁଦୂରପ୍ରସାରୀ ।

ଆତ୍ମ ପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ -୩

୧- ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଦିଗ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ? ଉଦାହରଣ ଦର୍ଶାଅ ।

ଉତ୍ତର : _____

୨- କେଉଁ ଦିଗପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେଲେ ବିଜ୍ଞାପନ ଅଧିକ ଆକର୍ଷଣୀୟ ହୋଇପାରିବ ଦର୍ଶାଅ ।

ଉତ୍ତର : _____



୧.୭ ବିଜ୍ଞାପନର ଭାଷା

ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ଶବ୍ଦ ସମଗ୍ର ମାନବ ଜାତିକୁ ଆନ୍ଦୋଳିତ କରିଦେଇପାରେ । ପ୍ରସିଦ୍ଧି ଅର୍ଜନ କରିଥିବା ଗୋଟିଏ ବଡ଼ ଆପ୍ତବାକ୍ୟର ଶବ୍ଦଟିଏ ଉଚ୍ଚାରଣ କଲେ ମଧ୍ୟ ତାହା ସମଗ୍ର ଅର୍ଥଟିକୁ ପାଠକମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ଛିଡ଼ା କରାଇ ଦେଇପାରେ । ଯଥା – “ଆକାଶ କଇଁଆ ଚିଲିକା ମାଛ ।” ଏଇ ପ୍ରସିଦ୍ଧ ରଚିତରୁ “ଆକାଶ କଇଁଆ –” ଉଚ୍ଚାରଣ କରିଦେଇ ଗୋଟିଏ ଖୁବ୍ ଉଚ୍ଚଚେତନା ବା ପଦାର୍ଥକୁ ଇଂଗିତ ପ୍ରଦାନ କରିଦେଇହେବ । ତାହା ଗୁଣାତ୍ମକ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ହେଉ ଅଥବା ଗଭୀରତା ଅଥବା ଅର୍ଥବାହୀ ଅଥବା ପ୍ରଭାବ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ଦିଗରୁ ହେଉ, ଯେକୌଣସି ଢଙ୍ଗକୁ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଇଂଗିତ / ବ୍ୟଞ୍ଜନା ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶ କରିହେବ – ତାହାକୁ ଆମେ ପୂର୍ଣ୍ଣବାକ୍ୟଟିଏ ନକହି ମଧ୍ୟ ପୂର୍ଣ୍ଣବାକ୍ୟର କାର୍ଯ୍ୟଟିର ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ଅର୍ଜନ କରିପାରିବା ।

ସଂପ୍ରତି ଟେଲିଭିଜନ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ପତ୍ରପତ୍ରିକା ତଥା ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥରଶିକାଗୁଡ଼ିକରେ ବ୍ୟାପକ ଭାବରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିବାକୁ ମିଳୁଛି । ଲୋକେ ଯେଉଁ ମାଧ୍ୟମଟିକୁ ଅଧିକ ବ୍ୟବହାର କରିବେ ସେଇଟିକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଦାନର ମୁଖ୍ୟ ଆୟୁଧ ଭାବରେ ବିବେଚନା କରାଯିବ । ଟି ଆର୍ ପି ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଚାର / ପ୍ରସାରର ପ୍ରମୁଖ ଆୟୁଧ । ଅତଏବ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତକର୍ତ୍ତା ଏଭଳି ଶବ୍ଦ ନିର୍ବାଚନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯାହା ଖୁବ୍ କମ୍ ବ୍ୟୟରେ ଖୁବ୍ କମ୍ ସମୟରେ ପ୍ରସାରିତ ହେଲେ ସୁଦ୍ଧା ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହୋଇପାରୁଥିବ । ସମୟସମୟରେ ଦେଖା ଦେଇଥାଏ ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ବିଜ୍ଞାପନର ବ୍ୟବହୃତ ଶବ୍ଦ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମନେ ହେଉଥିଲେ ସୁଦ୍ଧା ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷା କ୍ଷେତ୍ରରେ ତାହା ଆକ୍ଷେପୋକ୍ତି ଅଥବା ଅଶାଳୀନ ଶବ୍ଦ ଭାବରେ ବିବେଚିତ ହେଉଥାଏ । ଏହା ବିବାଦ ସୃଷ୍ଟିକରେ । ଆଇନ୍ ଶୁଖିଲା ପରିସ୍ଥିତି ସୃଷ୍ଟି କରେ । ଅତଏବ ବିଜ୍ଞାପନର ଚରିତ୍ର ସିଧାସଳଖ ପ୍ରସିଦ୍ଧି ଅର୍ଜନ କରିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ଆଧାରିତ ହେଇଯାଏ । ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ଅଭିନେତା, ଅଭିନେତ୍ରୀ, କ୍ରୀଡାବିତ୍, ଶିଶୁକଳାକାର ଏବଂ ଆବଶ୍ୟକ ସମୟରେ ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ କାର୍ତ୍ତୂନ ମାଧ୍ୟମରେ ମଧ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ ପରିବେଶିତ ହୋଇଥାଏ । ଜନମାନସରେ ପ୍ରଭାବ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ଚରିତ୍ର ଘଟଣାକୁ ବିଜ୍ଞାପନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଗ୍ରହଣ କରିବାଦ୍ୱାରା ତାହା ଅଧିକ ଜନାଦୃତି ଲାଭ କରିଥାଏ । ପୌରାଣିକ ଚରିତ୍ର ମାଧ୍ୟମରେ କାର୍ଯ୍ୟସାଧନର ପରଂପରା ଭାରତୀୟ ମାନସିକତାକୁ ଅଧିକ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଥିବାରୁ ଅନେକ ବିଜ୍ଞାପନ ପୌରାଣିକ ଚରିତ୍ର କୈନ୍ଦ୍ରିକ ହୋଇଥାଏ । ସାହିତ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରରୁ ଏଥି ନିମନ୍ତେ ଚାଣିହୋଇ ଆସନ୍ତି ବିଭିନ୍ନ ପୌରାଣିକ ଚରିତ୍ର । ସାହିତ୍ୟରୁ ଆସେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଚରିତ୍ରର ନାଁ ଅଥବା ତାର ରୂପରେଖ । ଲୋକେ ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ଚରିତ୍ର ବିଜ୍ଞାପନର ମୁଖ୍ୟ ଆକର୍ଷଣ । ସେଥିପାଇଁ ଅଭିନେତା, ଅଭିନେତ୍ରୀ, ବୈଜ୍ଞାନିକ, କ୍ରୀଡାବିତ୍ , ପ୍ରସିଦ୍ଧି ଅର୍ଜନ କରିଥିବା ପୁରସ୍କାରପ୍ରାପ୍ତ ମହାମନିଷୀଙ୍କ ନାଁ ଅଥବା



ତାଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟଶୈଳୀକୁ ନେଇ ଗର୍ବ ଅନୁଭବ କରିଥିବା ଜାତି ବା ଜନସମୁଦାୟଙ୍କ ଉପରେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଭଙ୍ଗରେ ପରିବେଷଣ କରାଯାଏ ।

୧.୮ ବିଜ୍ଞାପନର ଜଗତର ସତର୍କତା

ବିଜ୍ଞାପନର ଚରିତ୍ର ବିବଦନା ହେବା ଅନୁଚିତ । ଏଭଳି ଅନେକସ୍ଥଳରେ ଦେଖାଦେଇଛି ବିଦେଶରେ ଜୋଡା ପୋଷାକ ଇତ୍ୟାଦିରେ ହିନ୍ଦୁ ଦେବାଦେବୀଙ୍କ ଚିତ୍ର, ଜାତିରପିତା ମହାତ୍ମାଗାନ୍ଧୀଙ୍କ ଫଟୋଚିତ୍ର ହୋଇଛି – ଏହା ଗୋଟିଏ ଜାତିକୁ ଧର୍ମକୁ ଆକ୍ଷେପ କଲାଭଳି କଥା । ଏଥିରେ ଗୋଟିଏ ଜାତି ଆଘାତ ପାଏ । ପ୍ରତିକ୍ରିୟାଶୀଳ ହୁଏ, ସଂଘର୍ଷ ସୃଷ୍ଟି ହୁଏ । ଦେଶ ଦେଶର କୃତନୈତିକ ସଂପର୍କ ବିଗିଡ଼ିଯାଏ । ଅତଏବ ବିଜ୍ଞାପନର ଚରିତ୍ର ନିର୍ବାଚନରେ ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ଏକାନ୍ତ ବାଞ୍ଛନୀୟ । ବିଜ୍ଞାପନରେ ଅଭିନୟ କରୁଥିବା ଚରିତ୍ର ଯେଉଁ ଅର୍ଥ ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି, ତାକୁ ନେଇ ପରବର୍ତ୍ତୀ କାଳରେ ଅନୁଷ୍ଠାନ ସହ ଚରିତ୍ରର ସଂପର୍କ ଦେଇ ଦୃଢ଼ ଉପୁଜିଥାଏ । ସେଥିପାଇଁ ବହୁ ସମୟରେ ଅଭିନେତା / ଅଭିନେତ୍ରୀ ଦୋଷୀ ସାବ୍ୟସ୍ତ ହୋଇ ଦଣ୍ଡିତ ହେବାର ନଜିର ମଧ୍ୟ ରହିଛି । ଅମିତାଭବଜନ ଯେତେବେଳେ କହୁଛନ୍ତି, ଦୁଇମିନିଟ୍ରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ମ୍ୟାଗି ନୁହେଁ ସ୍ଵାସ୍ଥ୍ୟ ପାଇଁ ଭଲ, ଲୋକେ ତାକୁ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି । କଂପାନୀର ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ବନ୍ଧି ବଢେ । ମାତ୍ର ପରବର୍ତ୍ତୀ କାଳରେ ଯେତେବେଳେ ସେଇ ଉତ୍ପାଦଟି ସ୍ଵାସ୍ଥ୍ୟ ପାଇଁ ହାନିକାରକ ସାବ୍ୟସ୍ତ ହେଲା ଅମିତାଭଙ୍କୁ ବୋର୍ଡ଼ରୁ ସମନ ଆସିଲା । ତାଙ୍କୁ ଆଂଶିକ ଭାବରେ ଦୋଷୀ ବୋଲି କୁହାଗଲା । ଏଥିପ୍ରତି ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନୀୟ । ଏବେ ସୂଚନା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟାର ପ୍ରଭାବରୁ ଆମେ ଘରେ ଥାଇ ବିଭିନ୍ନ ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟର ସୁବିଧା ପାଇପାରୁଛୁ । ଏଥିପାଇଁ ଇଣ୍ଟରନେଟ, ମୋବାଇଲ, ହାର୍ଡୱେୟାର, ଫେସ୍‌ବୁକ୍ ଆଦି ମାଧ୍ୟମରେ ଆମେମାନେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହକରି ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ ନିମନ୍ତେ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେଇ ଦ୍ରବ୍ୟମାନ ପାଇପାରୁଛୁ । ଏଣୁ ଏସବୁ ନିମନ୍ତେ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତ ସୂଚନା ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟାର ଆବଶ୍ୟକ ରଖେ । ଏତଦ୍‌ସତ୍ତ୍ୱେ ନିଜର କଳାତୁଳ୍ୟତା ଓ ଭାଷାଜ୍ଞାନ ସମୃଦ୍ଧକଲେ ଚାହିଦା ମୁତାବକ ବିଜ୍ଞାପନ ତୁମେ ନିଜେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିପାରିବ ।

ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ - ୪

(୧) ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ କି ସତର୍କତା ବାଞ୍ଛନୀୟ ?

ଉତ୍ତର : _____



ଓଡ଼ିଆ ଭାଷା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଡିପ୍ଲୋମା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

(୨) ବିଜ୍ଞାପନର ଭାଷା କିଭଳି ହେବା ଉଚିତ ?

ଉତ୍ତର: _____

ସାରାଂଶ -

ଆମେ ଏହି ଏକକରେ ବିଜ୍ଞାପନ ସଂପର୍କିତ ଅନେକ ଜ୍ଞାତବ୍ୟ ବିଷୟ ଅଧ୍ୟୟନ କଲେ । ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତି ନିମନ୍ତେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଉପକରଣ ଗୁଡ଼ିକୁ ଜାଣିଲେ । ଏଥି ସହିତ ଏହାର ବର୍ଗୀକରଣ ଓ କଳାତ୍ମକଦିଗ ଗୁଡ଼ିକୁ ମଧ୍ୟ ବିଶ୍ଳେଷଣ ମାଧ୍ୟମରେ ଜାଣିପାରିଲେ । ଉକ୍ତ ଏକକଟି ଅଧ୍ୟୟନ ଉତ୍ତରୁ ତୁମେମାନେ ସାଧାରଣ ଭାବରେ ବିଜ୍ଞାପନଟିଏ ନିଜ ଉଦ୍ୟମରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିବ । ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତ ସ୍ୱରୂପ - ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ ଗଠନଶୈଳୀ ଓ ସାମଗ୍ରୀକୁ ନେଇ ଛୋଟ ସ୍ଲୋଗାନଟିଏ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିବ ।

ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ -

TAC TIC -Real -Time Marleetary. Google



ମନେରଖ -

- ସଫଳ ବିଜ୍ଞାପନ - ଗ୍ରାହକ / ଉପଭୋକ୍ତା ମନରେ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟିକରେ
- ଏହା ଉତ୍ପାଦନ ସାମଗ୍ରୀ ସଂପର୍କରେ ତୁଳନା କରିବାରେ ସହାୟକ ହୁଏ।
- ସମାନ୍ତରାଳ ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀ ସଂପର୍କରେ ତୁଳନା କରିବାରେ ସହାୟକ ହୁଏ।
- ଉପଭୋକ୍ତାର ପ୍ରତିଟି ସମୟ ଓ ଅର୍ଥର ସଦୁପଯୋଗ ନିମନ୍ତେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ପରାମର୍ଶ ଦେଇପାରେ।

୧.୯ ବିଜ୍ଞାପନର ବିବିଧଦିଗ

ପ୍ରତିଟି ଜିନିଷ ଭଳି ବିଜ୍ଞାପନର କିଛି ଭଲ ମନ୍ଦ ଦିଗ ରହିଛି । ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରମୁଖ ଭଲ ଦିଗ ଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି -

- (କ) ନୂଆ ସାମଗ୍ରୀଟିଏ ବଜାରରେ ଅନୁପ୍ରବେଶର ସୁଯୋଗ ପାଏ।
- (ଖ) ବଜାରରେ ସାମଗ୍ରୀର ବିପଣନ ବୃଦ୍ଧିରେ ସହାୟକ ହୁଏ।
- (ଗ) ପ୍ରତିଯୋଗୀ ମାନଙ୍କ ସହ ସମାନ୍ତରାଳ ଭାବରେ ଠିଆ ହେବାର ଶକ୍ତି ବୃଦ୍ଧି ପାଏ।
- (ଘ) ସାମଗ୍ରୀପ୍ରତି ବିଶ୍ୱସ୍ତତା ସୃଷ୍ଟି ହୁଏ।
- (ଙ) ଉପଭୋକ୍ତାକୁ ଅଧିକ ସଚେତନ କରାଏ।
- (ଚ) ସାମଗ୍ରୀ କିଣା ବିକାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥତାର ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ସଂକୃତିତ କରେ।
- (ଛ) ସାମଗ୍ରୀର ଗୁଣବତ୍ତା ବୃଦ୍ଧିପାଏ।
- (ଜ) ବିକ୍ରେତାର କାର୍ଯ୍ୟକୁ ସରଳ ଓ ସହଜ କରାଏ।
- (ଝ) ଅଧିକ ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟିକରେ।
- (ଞ) ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତା ମାନଙ୍କ ଅର୍ଥରେ ଆମେ କମ୍ ମୂଲ୍ୟରେ ସମ୍ପାଦପତ୍ର ଓ ପତ୍ରପତ୍ରିକା ପାଉଁ।
- (ଟ) ଜୀବନର ମାନବୃଦ୍ଧି ଘଟିଥାଏ।



ଓଡ଼ିଆ ଭାଷା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଡିପ୍ଲୋମା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଠିକ୍ ସେହିଭଳି ବିଜ୍ଞାପନର କିଛି ମନ୍ଦ ଦିଗ ମଧ୍ୟ ରହିଛି । ସେ ଗୁଡ଼ିକ ହେଲା -

- (କ) ବଜାରରେ ପ୍ରବେଶ କରିବା ପାଇଁ ଉତ୍ତେଜନା ସୃଷ୍ଟି କରେ ହୁଏତ ତାହା ବ୍ୟୟ ବହୁଳ ହେଇପାରେ ।
- (ଖ) ଅତ୍ୟଧିକ ବ୍ୟବସାୟିକତା ଏଥିରେ ଦେଖାଦିଏ ଯାହା ଛୋଟ ଉତ୍ପାଦକ ବା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ପାଇଁ ଅନୁକୂଳ ହୋଇନଥାଏ ।
- (ଗ) ଗ୍ରାହକ ମନଭିତରେ ଥିବା କୌଣସି ବିଶ୍ୱାସ ବୋଧରେ ଆଶଙ୍କା ସୃଷ୍ଟି କରିପାରେ । ସମୟ ସମୟରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇ ଗ୍ରାହକ ଠକାମିରେ ପଡ଼ିପାରନ୍ତି ।
- (ଘ) ବେଳେବେଳେ ଗ୍ରାହକ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିଲା କ୍ଷଣି ବିରକ୍ତିଭାବ ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି । ଖବର କାଗଜ, ପତ୍ରପତ୍ରିକା ଭଳି ମାଧ୍ୟମକୁ ଉପେକ୍ଷା କରାଯାଇପାରେ ମାତ୍ର ଇଣ୍ଟରନେଟ୍, ମୋବାଇଲ୍, ଫେସ୍‌ବୁକ୍ ଭଳି ମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାହକ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖି ବିରକ୍ତିଭାବ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରେ । ଯାହା ସମୟ ସମୟରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ପ୍ରତିକୂଳତା ସୃଷ୍ଟି କରିପାରେ ।
- (ଙ) ଶିଶୁମାନଙ୍କ ପାଇଁ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଜ୍ଞାପନ ଅଧିକ କ୍ଷତିକାରକ ହୋଇପାରେ ।
- (ଚ) ଉତ୍ତମ ଗୁଣାତ୍ମକତା ନଥିଲେ ସୁଦ୍ଧା ବଜାରରେ ଅନୁକୂଳ ପ୍ରଭାବସୃଷ୍ଟି କରିପାରେ ।
- (ଛ) କିଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଭାଷା ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଗୋଷ୍ଠୀ / ସଂପ୍ରଦାୟ ପ୍ରତି ଅପମାନ ସୂଚକ ହୋଇଥାଏ । ତାହା ସମାଜରେ ପ୍ରତିକୂଳତା ସୃଷ୍ଟିକରେ ।

