



# ବିଜ୍ଞାପନର ପରିଭାଷା, ପରିସର ଓ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

## ଉପକ୍ରମ :

ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିଜ୍ଞାପନ ବି ଗୋଟିଏ କଳା । ଅନ୍ୟକୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ଦ୍ରବ୍ୟବିକ୍ରୟରେ ଏହାର ସଫଳ ପ୍ରୟାସ ବିଜ୍ଞାପନକୁ କରେ ସାର୍ଥକ । ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ ଚିତ୍ରଧର୍ମୀ ଓ ବାକ୍ୟପୂର୍ଣ୍ଣ କଳା । ବିଜ୍ଞାପନ ଚିତ୍ର-ଧର୍ମୀ ହେଲେ ଅଧିକ ଆକର୍ଷିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହାର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହେଲେ ଏହା ଗ୍ରହଣୀୟ ଓ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହୋଇଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନର ଭାଷା ଅନ୍ୟକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାକୁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହାର ସଞ୍ଚାଳନ ଉପଯୁକ୍ତ ଶ୍ଳୋଗାନକାରୀ ଚିତ୍ରାବିତ୍ ଅନୁସନ୍ଧା କରିବାକୁ ବାଧ୍ୟ ହୋଇଥାନ୍ତି । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜୀ, ଡକ୍ଟର ନୃସିଂହ-ଭାବ ବିନିମୟ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ଭାଷା ମାଧ୍ୟମ-ଚିନ୍ତା ପ୍ରକାଶନ-ପ୍ରଥମ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୧୨- ପୃ.୪୭୨) ।

ବିଜ୍ଞାପନର ବାର୍ତ୍ତା ହେଉଛି ତା'ର ଶ୍ଳୋଗାନ । ଚିତ୍ର ସହ ଏହି ଶ୍ଳୋଗାନର ସମ୍ପର୍କ ଥାଏ ନିବିଡ଼ । ବିଜ୍ଞାପନର ଗଣଧର୍ମୀ ପ୍ରଭାବ ଅପ୍ରତିହତ । ଆଧୁନିକ ଜୀବନ ଶୈଳୀକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଖୁବ୍ ବେଶୀ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଛି । ରାସ୍ତା କଡ଼ର ହୋଡ଼ିଂଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ରେଡ଼ିଓ, ଟେଲିଭିଜନ, ଖବରକାଗଜ ତଥା ବିବିଧ ସୋସିଆଲ ମିଡ଼ିଆରେ ବି ବିଜ୍ଞାପନ ତା'ର ଚମକ ଦେଖାଇ ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷକୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ନିଜର ଅଭିପ୍ରାୟକୁ ଚରିତାର୍ଥ କରିଥାଏ ।

ଆଗରୁ ବ୍ୟବସାୟୀମାନେ ନିଜ ବ୍ୟବସାୟର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ବୁଲାଇବାଳିକ ସହାୟତାରେ ନିଜ ବ୍ୟବସାୟର ପ୍ରଚାର-ପ୍ରସାର କରୁଥିଲେ । ମାତ୍ର ଆଜି ଯୁଗ ବଦଳିଛି; ବଦଳିଛି ମଣିଷର ଜୀବନ ଶୈଳୀ ମଧ୍ୟ । ଘରେ ବସିକି କ୍ରେତା ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖି ମନଲାଖି ପସନ୍ଦଯୋଗ୍ୟ ବସ୍ତୁ କ୍ରୟ କରି ଆପଣାର ଚାହିଦା ମେଣ୍ଟାଇଛି । ବିଜ୍ଞାପନର ସଫଳ ଶ୍ଳୋଗାନ ଦ୍ୱାରା ଓ ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରସାରଣ ଦ୍ୱାରା ଏହା କେବଳ ସମ୍ଭବପର ହୋଇପାରିଛି । ଅର୍ଥାତ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ସୃଷ୍ଟି କରିଛି ନିଜ ପାଇଁ ନୂତନ ପରିଚୟ, ନୂତନ ପରିଭାଷା । ଏହାର ପରିସର, ପ୍ରକାର୍ଯ୍ୟ, କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶ, ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ, ପ୍ରସ୍ତୁତି, ପ୍ରକାର, ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଓ ଭାଷା ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଓ ଅଭିନବ, ଯାହା ନିମ୍ନକ୍ରମରେ ଅନୁଶୀଳନ ଯୋଗ୍ୟ । ♦(ତତ୍ତ୍ୱେବ)

## ବିଜ୍ଞାପନର ପରିଭାଷା :

ପରିଭାଷା : ବିଜ୍ଞାପନର ପରିଭାଷା ବା ସଂଜ୍ଞା ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର, ଏହାର ପରିଚୟ ମଧ୍ୟ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର । କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ସଂସ୍ଥା ବା ଅନୁଷ୍ଠାନ ନିଜର ଆଭିମୁଖ୍ୟ, ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ, ପ୍ରାଧାନ୍ୟ, ଚାହିଦା ପୂରଣର ସାମର୍ଥ୍ୟ, ସୁଲଭ ଯୋଗାଣ, ଗୁଣାତ୍ମକ ଅବଦାନ ପ୍ରଭୃତିକୁ କଳାତ୍ମକ ରୂପେ ପ୍ରଚାର, ପ୍ରସାର ତଥା ଅନ୍ୟର ସମର୍ଥନ ଲାଭ ପାଇଁ ଯେଉଁ ମାଧ୍ୟମ-ସକଳର ଆଶ୍ରୟ ନେଇଥାନ୍ତି ତାହାକୁ 'ବିଜ୍ଞାପନ' କୁହାଯାଏ । ♦(ତତ୍ତ୍ୱେବ)

(୧) ବିଜ୍ଞାପନର ନିର୍ମାଣ (ହୋଡ଼ିଂ ଆଦିରେ ଲେଖା), (୨) ପ୍ରସ୍ତୁତି (ଟେଲିଭିଜନ, ଖବର କାଗଜରେ ପ୍ରକାଶ ପାଇଁ ଯୋଜନା) ଓ (୩) ପ୍ରଭାବର ବୈଚିତ୍ର୍ୟକୁ 'ବିଜ୍ଞାପନ କଳା' ରୂପେ ଅଭିହିତ କରାଯାଏ ।

ବିଜ୍ଞାପନର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ପରିଭାଷା ବା ଆଭିମୁଖ୍ୟ ହେଲା - (୧) ପ୍ରତିପକ୍ଷକୁ ଆକୃଷ୍ଟ, ପ୍ରବୋଧିତ କରି ସେମାନଙ୍କର କ୍ରୟଦକ୍ଷତାକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦେବା ସହ ବିଜ୍ଞପିତ ବସ୍ତୁ ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରାଇବା । ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ କଳା; କାରଣ ଏଥିରେ ମଣିଷର ମାନସିକତାକୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବାର ଅଭିନବ କାଳଦା ଆରୋପିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହାର ମନସ୍ତାତ୍ତ୍ୱିକ ଦିଗ ମଧ୍ୟ ସୂକ୍ଷ୍ମ । ବିଜ୍ଞାପନ ତା'ର ଚିତ୍ର, ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଓ ଲିଖିତ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଆଧାରରେ ଗଣ-ମାନସରେ ବେଶ୍ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ ।

(୨) ପ୍ରତିଦୃଶ୍ଯିତା ଭିତ୍ତିରେ ଏହାର ଉନ୍ନେଷ ହୋଇଥିଲେ ବି ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବସ୍ତୁକୁ ନେଇ ବ୍ୟବସାୟ କରୁଥିବା ବାଣିଜ୍ୟ ଅନୁଷ୍ଠାନ ନିଜ ନିଜର ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟକ୍ତିକୁ କ୍ରୟ ପାଇଁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିଥାନ୍ତି । ଯେଉଁ ବିଜ୍ଞାପନର କଳା-କୌଶଳ ଅଧିକ ପ୍ରତିବେଦିତ, ଗ୍ରାହକ ସଂଖ୍ୟା ତା'ର ସେଇ ଅନୁପାତରେ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପ୍ରାପ୍ତ ।

(୩) ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ବା ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଏକ ଗୋଷ୍ଠୀ ନିଜ ବ୍ୟବସାୟିକ ସଂସ୍ଥାର ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀ ସମଗ୍ରର ଉପଯୋଗିତା, ବ୍ୟବହାରିକତା ତଥା ଏ ସକଳର ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ଗଣମାନସରେ ଆରୋପିତ କରିବାକୁ ଯେଉଁ ଚତୁରତା ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି; ତାହାର ପରିପ୍ରକାଶନୀୟ ମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି 'ବିଜ୍ଞାପନ' ।

(୪) 'ବିଜ୍ଞାପନ' ବ୍ୟବସାୟ ଭିତ୍ତିକ ଏକ ଦୂରନ୍ତ ଆକର୍ଷଣ ଯାହା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମନକୁ ପୂର୍ବ ମାନସିକତାରୁ ଦୂରେଇ ଆଣି ନିଜ ପ୍ରଚାରିତ ସ୍ୱର ଓ ଆବେଗ ପ୍ରତି ଆକର୍ଷିତ କରାଇଥାଏ ।

(୫) ଆଜିର ବସ୍ତୁବାଦୀ ଜୀବନଧାରାରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷଣ କରିବାକୁ ବିଭିନ୍ନ ସଂସ୍ଥା ଆପଣା ଆପଣା ସାମଗ୍ରୀର ବିଜ୍ଞାପନକୁ ବିଭିନ୍ନ ଢଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିଥାନ୍ତି । ବୃତ୍ତିର ବିସ୍ତାର ସହ ଲାଭ ପ୍ରସ୍ତର ଅଭିଳାଷକୁ ସାକାର କରିବାକୁ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ହେଉଛି ଏକ ଉକୃଷ୍ଟ ମାଧ୍ୟମ । ବ୍ୟବସାୟୀକରଣ ବିଶ୍ୱରେ ବଜାର ଚାହିଦାକୁ ସରଗରମ କରିଥାଏ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରଚାର ।

ବିଜ୍ଞାପନର ତେଣୁ ମୂଳ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହେଲା - (କ) ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରି ନିଜସ୍ୱ ବ୍ୟବସାୟର ଅଭିବୃଦ୍ଧି କରିବା, (ଖ) କ୍ରୟ-ବିକ୍ରୟକୁ ଦୂରାନ୍ୱିତ କରି ସହଜ ଓ ଅଧିକ ଲାଭର ଆଶା ରଖିବା, (ଗ) ନିଜସ୍ୱ ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରି ଏକ ବୃହତ୍ତର ଗ୍ରାହକ ଗୋଷ୍ଠୀ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଓ (ଘ) ବ୍ୟବସାୟ ବଜାରରେ ନିଜର ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ସ୍ଥାନ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରିବା । (ଙ) ଲୋକଙ୍କ ମନରେ ନିଜ ପ୍ରତି ବିଶ୍ୱାସନୀୟତା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ମଧ୍ୟ 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ଅନ୍ୟ ଏକ ପ୍ରମୁଖ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ।

ବିଜ୍ଞାପନଦାତାଙ୍କର ଏକମାତ୍ର ଅଭିପ୍ରାୟ କ୍ରେତାଙ୍କୁ ଆକର୍ଷଣ କରିବା । ନିଜ ବ୍ୟବସାୟ ପ୍ରତି ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଆଧାରରେ ସେ ଅଭିପ୍ରାୟ ସାଧନ କରିବାକୁ ପ୍ରୟତ୍ନ କରିଥାନ୍ତି । ଏଥିପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ କୌଶଳ ଅବଲମ୍ବନ କରିଥାନ୍ତି ।

ଯଥା -

(୧) ବିଜ୍ଞାପନରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାର ଲାଭଖୋର ମନୋବୃତ୍ତି ଥାଏ ।

(୨) ବିଜ୍ଞାପନରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତା ଶ୍ଳୋଗାନ୍, ଅଭିପ୍ରାୟ ଆଦିକୁ ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷାରେ ହିଁ ବିଜ୍ଞପ୍ତି କରିଥାନ୍ତି । ବିଜ୍ଞପିତ ଦ୍ୱାରା ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଜଣାଇଥାନ୍ତି ।

(୩) 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଦ୍ୱାରା ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଜଣାଇଥାନ୍ତି । ନିଜସ୍ୱ ବସ୍ତୁର ଗୁଣବତ୍ତାର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଘଟାନ୍ତି ବିଜ୍ଞାପନଦାତା ।

(୪) ଛବି, ସଙ୍ଗୀତ, ଲୋକଗୀତ, ଲୋକକଥା, ଅଭିନୟ ଆଦି ଦ୍ୱାରା ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରତିବେଦିତ ।

(୫) ବିଜ୍ଞାପନରେ ସମଗ୍ରଣୀ ଉତ୍ପାଦନ ତଥା ବିତାର ବୋଧ ସହିତ ତୁଳନା ଓ ନିଜସ୍ୱ ସାମଗ୍ରୀର ଉତ୍କର୍ଷତାର ପ୍ରାମାଣିକତାକୁ ଆଧାର କରି ଜନମାନସକୁ ଉଚ୍ଚାଚିତ ଓ ଅଭିପ୍ରେତ କରିବାର ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଥାଏ ।

- (୬) ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ପଦାର୍ଥର କ୍ରୟରେ ବୁକ୍ସି ମାଗଣା ବସ୍ତୁ, ଲାଭର କ୍ରୟର ପ୍ରମାଣ ସହ ଜରି-ଦ, ପ୍ରକୃତ ମୂଲ୍ୟ ଉପରେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଆନୁସାରିକ ବିହାତି, ବାର୍ଷିକ ଡିସ୍କେଣ୍ଟ ଓ ଗ୍ୟାରେଣ୍ଟିର ପ୍ରକାଶନ ସମ୍ପର୍କ ଗ୍ରହଣକୁ ଅନୁମତି କରାଯିବାର କଳାତ୍ମକ ପରିଭାଷାକୁ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଥାଏ ।
- (୭) ବିଜ୍ଞାପନଦାତା ଜନହିତରେ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି ବିଜ୍ଞାପନ; ଏଥିରେ ଲାଭକ୍ଷେତ୍ର ମନୋଭାବ ଅପେକ୍ଷା ବିଜ୍ଞପିତ ସାମଗ୍ରୀର ଗୁଣବତ୍ତା, ଉପକାରିତା ଓ ଉପଯୋଗିତାକୁ ଅଧିକ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦିଆଯାଇଥାଏ ।
- (୮) ବିଜ୍ଞାପନରେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ତୃପ୍ତି, ସଚେତନତା ଓ କଳ୍ୟାଣ ବୋଧ ସହିତ ସଂଯୁକ୍ତ ।
- (୯) 'ବିଜ୍ଞାପନ'କୁ ବୃହତ୍ତର ଉପଭୋକ୍ତା ଗୋଷ୍ଠୀକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିପାରୁଥିବା ଏକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକ ।
- (୧୦) ବିଜ୍ଞାପନ ବୃତ୍ତିଗତ ଲାଭ ମଧ୍ୟ ଆଶା କରିଥାଏ ଭବେଶ୍ୟ ଥାଏ ।

'ବିଜ୍ଞାପନ' ହେଉଛି କହି-ବୋଲି ବ୍ରହ୍ମ ବିକ୍ରୟ କରିବାର ଏକ ପ୍ରକାରନିଷ୍ଠ କର୍ମ । ଯିଏ ଯିଏ ଉପଯୁକ୍ତ ସାମଗ୍ରୀକୁ ଯେତେ ଭଲ କହି ବିଜ୍ଞାପନ ଆଧାରରେ ଶ୍ରେଣୀଗତ ଦେଇ ଗଣ ମନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିପାରିବ, ସେହି ଅନୁପାତରେ ତା'ର ଉପଯୁକ୍ତ ସାମଗ୍ରୀ ମଧ୍ୟ ସେତେ ଗ୍ରହଣୀୟ ବା ଉପକାରୀ ଭାବିବାର ହେବ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଭଲ-ବେଲର ବିକ୍ରୟ ନ କରି ପ୍ରଚାରରେ ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇ ଗ୍ରାହକ ବିଜ୍ଞପିତ ସାମଗ୍ରୀକୁ କ୍ରୟ କରିବାର ମୟୁଧା ପୋଷଣ କରିଥାଏ । ଅର୍ଥାତ୍ - 'ବିଜ୍ଞାପନ'ରେ ପ୍ରଚାର ପକାଇବା ତକଟି ହିଁ ତା'ର ନିଆରା ପରିଚୟ । ଓଡ଼ିଆରେ ପ୍ରଚଳିତ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଶବ୍ଦଟି ହେଉଛି ଜଂଗଲ - 'ଆର୍ଡ଼କର୍ମାକମେଷ' ଶବ୍ଦଟିର ନିଷ୍ପନ୍ନ ହୋଇଛି, ଯାହାକୁ ଆମ ଭାଷାରେ କୁହାଯାଉଛି - 'ବିଜ୍ଞାପନ' । ବିଜ୍ଞାପନର ସଂଜ୍ଞା ବ୍ୟାପକ ଓ ବିଭିନ୍ନ ସ୍ତରରେ ସେବାକୁ କେତେକ ପରିଚିତ ପୃଷ୍ଠପୋଷକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା କିଛି ଅର୍ଥବ୍ୟୟରେ ପ୍ରୋଫେସନକୁ ବିଜ୍ଞାପନ କୁହାଯାଏ । ♦(ତତ୍ତ୍ୱେତ୍)

ନିଜ ଉପାଦ ସାମଗ୍ରୀ, ସେବାର ବିକ୍ରୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ବିକ୍ରେତା ମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା କରାଯାଉଥିବା ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ମଧ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ କୁହାଯାଏ । କ୍ରେତାଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ, ଯଥା - ଟେଲିଭିଜନ, ରେଡ଼ିଓ, ଇଣ୍ଟରନେଟ, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ଖବରକାଗଜ, ପତ୍ରପତ୍ରିକା, ହୋଟିଂ, ପୋଷ୍ଟର ଇତ୍ୟାଦି ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ଉପାଦ, ସାମଗ୍ରୀ ଓ ସେବାକୁ ଆପଣେଇବାକୁ ଓ କିଣିବାକୁ ବ୍ୟୟ କରିବାର କୌଶଳ ହିଁ ବିଜ୍ଞାପନ । ଯେକୌଣସି ଉପାଦକୁ ବା ସେବାକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରିବା ବିଜ୍ଞାପନର ଗୁଣ୍ୟ ଭବେଶ୍ୟ । କ୍ରେତାଙ୍କ ମନରେ ଗୋଟିଏ ସେବା, ଉପାଦକୁ କିଣିବାକୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ପ୍ରକୋଚନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରରୋଚିତ କରିବାର କୌଶଳ ହେଉଛି 'ବିଜ୍ଞାପନ' । ♦(ତତ୍ତ୍ୱେତ୍)

ଆଜିର ବ୍ୟାପକ ପ୍ରତିଯୋଗିତା ମୂଳକ ଯୁଗରେ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ବିପଣନର ଆସା ଭାବେ ପରିଗଣିତ କରାଯାଉଛି । ♦(ମିଶ୍ର, ସମ୍ପଦ- ଯୋଗାଯୋଗର ଭାଷା, ପୃଷ୍ଠା - ୮୧-୮୨) ।

ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ କଳାଗତ ଗଣମାଧ୍ୟମ । ବିଜ୍ଞାପନ ବାଣିଜ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦେଇଥିବା ଏକ ଗଣସଂଯୋଗ ବା ମାଧ୍ୟମ । ଏହାର ପରିସର - ବ୍ୟକ୍ତିସହ ଅନୁସନ୍ଧାନର, ଗ୍ରାହକଠାରୁ ବ୍ୟବସାୟୀ ସଂସ୍ଥାର, ଜନତାଠାରୁ ସରକାରଙ୍କ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପରିବ୍ୟାପ୍ତ । ଗୋଟିଏ ଅନୁସନ୍ଧାନ ନିର୍ଜର ଆଦର୍ଶ, ସମାଜ ସେବା ଓ ଲକ୍ଷ୍ୟକୁ ନେଇ ସାଧାରଣ ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରିଥାଏ । 'ବିଶ୍ୱଶାସ୍ତି ମହାଯଜ୍ଞ', 'ହନୁମାନ ମନ୍ଦିର ପ୍ରତିଷ୍ଠା' ପରି ଆଧ୍ୟାତ୍ମିକ କାର୍ଯ୍ୟଧାରାକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରିବାକୁ ଯେଉଁ ପୋଷ୍ଟର ବା ପ୍ରଚାରପତ୍ର ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ ତାହା ଅନୁସନ୍ଧାନ ସହ ବ୍ୟକ୍ତିର ସମ୍ପର୍କ ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରୋଫେସନ ମାତ୍ର । ଏଥିରେ ଲାଭ-କ୍ଷତିର ହିସାବ ନିକାଶ କରା ନ ଯାଇ ଏକ ଆଧ୍ୟାତ୍ମିକ ଆବେଗକୁ ହିଁ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଅର୍ଥାତ୍ ଏଠି ବିଜ୍ଞାପନ 'ବହୁଜନହିତାୟ' କୁ ପ୍ରଚୋଦିତ କରିଛି । ଏତଦେବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ ଭିନ୍ନ ପରିସରରେ ଗଢା ହୋଇଛି କହିଲେ ଅତ୍ୟୁକ୍ତି ହେବ ନାହିଁ । ♦(ତତ୍ତ୍ୱେତ୍)

ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର ବେଶ୍ ପ୍ରଶସ୍ତ; ଗ୍ରାହକ ଓ ବ୍ୟବସାୟିକ କାରବାରକୁ ନେଇ । ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଚା'ର ଦକ୍ଷତାକୁ ପ୍ରମାଣିତ କରିବାର ସୁଯୋଗ ପାଇଥାଏ ।

**ବିବିଧ ବିଜ୍ଞାପନ :**

- (୧) ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ।
- (୨) ସରକାରୀସ୍ତରୀୟ (ସରକାରୀ ଯୋଜନା) ।

‘ଭଗବାନଙ୍କ ସହ ସିଧାକଥା’ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଦେଇ ଧୂପକାଠି ବିକିବା କିମ୍ବା ‘ଆମ ସୁଖୀ ଜୀବନର ରହସ୍ୟ’ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଦେଇ ସ୍ଵାୟତ୍ତ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକାରୀ ଦେଲ କିମ୍ବା ବଟିକା କିଣିବା ଆଦି ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶ ଭିତରେ ଗ୍ରାହକ ସେତେଦୂର ସମର୍ପିତ ହୁଏ ତାହା ଜାଣିବା ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାଙ୍କ ପକ୍ଷେ ସେତେଟା ସହଜ ହୋଇ ନ ଥାଏ । କେବଳ ଦ୍ରବ୍ୟର କ୍ରୟ-ବିକ୍ରୟ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଉପରେ ହିଁ ବିଜ୍ଞାପନର ଫଳପ୍ରଦ ପ୍ରଭାବକୁ ଆକଳିତ କରାଯାଇପାରେ । ଏହା ଏକ ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ।

ସରକାର ଜନହିତରେ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି ଅନେକ ବିଜ୍ଞାପନ । ଯଥା- (୧) ‘ସଭିଏଁ ପଢ଼ନ୍ତୁ - ସଭିଏଁ ବଢ଼ନ୍ତୁ’, (୨) ଆମେ ଦୁଇ ଆମର ଦୁଇ, (୩) ବେଟି ବଚାଓ ବେଟି ପଢ଼ାଓ, (୪) ଉତ୍କଳା ଯୋଜନା, (୫) ନମୋଗଙ୍ଗେ, (୬) ସୂକ୍ଷ୍ମ ଭାରତ ମିସନ. ଇତ୍ୟାଦି । ସାକ୍ଷରତାର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ଜନସଂଖ୍ୟାର ହ୍ରାସ ପାଇଁ ଏଥିରେ ଅଛି ଆହ୍ଵାନ; ଯାହା ଜନଗଣଙ୍କ ହିତପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ । ଏପରି ବିଜ୍ଞାପନ ସାଧାରଣତଃ ଫଳପ୍ରସ୍ତୁ କାରଣ ଏହା ସରକାରୀ ନିୟନ୍ତ୍ରଣରେ ସଞ୍ଚାଳିତ ଓ ଆଇନାନୁମୋଦିତ । ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର ଏକ ବୃହତ୍ତର ଫଳଦାୟୀ ପରିଶାମକୁ ଅପେକ୍ଷା ରଖେ ।

ତେବେ ବିଜ୍ଞାପନ ଯେ ସବୁବେଳେ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରି ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ଦିଏ- ଏହାର ଗାଣିତିକ ହିସାବ ମିଳିବା କଷ୍ଟ ସାଧ୍ୟ । କାରଣ ଅନେକ ବିଜ୍ଞାପନ ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଉଦ୍‌ଭ୍ରାନ୍ତ କରିବାର ନଜିର ଅଛି; ଯାହା ସମାଜିକ ଭାବବେଗ ଓ ବିଶ୍ଵାସନୀୟତା ପ୍ରତି କୁଠାରଘାତ କହିଲେ ଅତ୍ୟୁକ୍ତି ହେବନାହିଁ । ଏଥି ପାଇଁ ଖବର କାଗଜାଦିରେ ପ୍ରକାଶିତ ବିଜ୍ଞାପନର ବିଶ୍ଵାସନୀୟତା ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସମ୍ପାଦକ ସମୟେ ସମୟେ ପାଠକୀୟ ସୂଚନା ଜାରି କରିଥା’ନ୍ତି । ଏଥିରେ ଉଲ୍ଲେଖ ଥାଏ- “ଖବରକାଗଜରେ ପ୍ରକାଶିତ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକରେ ଦାବି ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାଙ୍କ ନିଜସ୍ଵ ଦାବି । ଏ ସମ୍ପର୍କରେ ଖବରକାଗଜ ପକ୍ଷରୁ କୌଣସି ଅନୁସନ୍ଧାନ କରାଯାଇ ନ ଥାଏ କିମ୍ବା ଏଥିପାଇଁ ଖବରକାଗଜ ବା ଏହାର କର୍ମକର୍ତ୍ତା ଉତ୍ତରଦାୟୀ ନୁହନ୍ତି । ପାଠକମାନେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାଙ୍କୁ କୌଣସି ଅର୍ଥରାଶି ପଇଠ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ସଂସ୍ଥା ସମ୍ପର୍କରେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିବରଣୀ ନିଜେ ସଂଗ୍ରହ କରିବା ପାଇଁ ଏତଦ୍ଵାରା ସୂଚାଇ ଦିଆଯାଉଛି ।”

**ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର :**

‘ବିଜ୍ଞାପନର ପରିସର’ ଆଲୋଚନା କ୍ରମରେ ବିଶେଷ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ରହିଛି । ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଭାବ, ମତାମତର ପ୍ରତ୍ୟାଶା, ଜଟିଳ ବିଜ୍ଞାପନର ସର୍ବଜନ ଗ୍ରହଣୀୟ କ୍ଷମତା ଆଦି ପ୍ରସଙ୍ଗ । ଏଠାରେ କହିବା ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ହୁଏ ଯେ- ବିଜ୍ଞାପନ କ୍ରେତା ବିକ୍ରେତା ମଧ୍ୟରେ ଏକ ଲକ୍ଷଣୀୟ ଯୋଗାଯୋଗ ପ୍ରକ୍ରିୟା ରହିଛି । ମାତ୍ର ଏହାର ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ପ୍ରଭାବକୁ ତତ୍କାଳ ଉପଲବ୍ଧ କରାଯାଇ ପାରେ ନାହିଁ । ଜଣେ ମାଛ ଦୋକାନୀ ବିକୁଥିବା ମାଛର ଗୁଣବତ୍ତାକୁ କ୍ରେତାଙ୍କ ଆଗରେ ଦୃଢ଼ ବିଶ୍ଵାସନୀୟତା ଦେଇ ଯେପରି ପ୍ରକାଶ କରି ନିଜର ବ୍ୟବସାୟକୁ ଆଭିବୃଦ୍ଧି ଦେଇଥିବାର ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଅନୁଭୂତି ଲାଭିଥାଏ; ବିଜ୍ଞାପନ ଆଧାରରେ ତାହା ହେଲା କି ନାହିଁ; ସେ ଦୃଢ଼ ନିଶ୍ଚିତ ହେବା ସମ୍ଭବ ହୋଇ ନ ଥାଏ । ତେଣୁ ତା’ ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଭାବ ସଂଶୟାତ୍ମକ ବୋଲି ବୁଝିବାକୁ ହୁଏ ।

ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ପକ୍ଷରୁ ବିଜ୍ଞାପନଟିଏ ଜାରି ହେଲା ପରେ କ୍ରେତାଙ୍କ ପାଖକୁ ଆସୁଥିବା ତତ୍ତ୍ଵନିତ ବାର୍ତ୍ତା କେତେଦୂର ଗ୍ରହଣୀୟ ହେଲା ବା ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଆଗ୍ରାହ୍ୟ ହେଲା ତାହା ଜାଣିବାର କୌଣସି ଅବଲମ୍ବନ ନ ଥାଏ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଗ୍ରାହ୍ୟ କ୍ଷମତା ଅନେକତଃ ପ୍ରଶ୍ନାନିତ, ସଂଶୟାତ୍ମକ ହୋଇଉଠିବା ସ୍ଵାଭାବିକ ।

ଗୋଟିଏ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ପଢ଼ୁଥିବା, ଦେଖୁଥିବା କିମ୍ବା ଶୁଣୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷଙ୍କ ଗ୍ରହଣୀୟ କ୍ଷମତା, ବିଚାର ପ୍ରକ୍ରିୟା ଏକ ଧରଣର ହେବା ସମ୍ଭବ ନୁହେଁ, କାରଣ ପ୍ରତ୍ୟେକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ ପ୍ରତ୍ୟେକଙ୍କଠାରୁ ଭିନ୍ନ। ସମୟେ ସମୟେ ଅଳ୍ପ ପାଠୁଆ ବା ଅଣିକ୍ଷିତ ମାନେ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ଭାବ ଓ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ସଠିକ୍ ରୂପେ ଗ୍ରହଣ କରିପାରି ନ ଥାନ୍ତି । ଏତେବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନଟି ସର୍ବଜନଗ୍ରାହୀ ହେବା ଦୁଷ୍ଟର; ତେଣୁ ଏହାର ବ୍ୟବସାୟିକ ଆଭିମୁଖ୍ୟ କେତେଦୂର ଫଳଶ୍ରୁତି ଲାଭିଲା; ତାହାର କଳନା ଦୁଷ୍ଟର। ସମାଜରେ ଏପରି ଲୋକ ଅଛନ୍ତି; ଯେଉଁମାନେ ବିଜ୍ଞାପନ ପଢ଼ନ୍ତି, ଦେଖନ୍ତି ବା ଶୁଣନ୍ତି- ମାତ୍ର ଏହା ସେମାନଙ୍କ ବିବେକ-ବୁଦ୍ଧିକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିପାରି ନ ଥାଏ । ଯଥା- ଲକ୍ଷ୍ମୀ ସାବୁନ୍ ଲଗାଉଥିବା ଲୋକ, ସାଲିମାର ନଡ଼ିଆ ତେଲ ମୁଣ୍ଡରେ ମାଖୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଉପରେ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ବ୍ରାଣ୍ଡର ସାବୁନ୍ ବା ତେଲର ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଭାବ ପକାଇ ନ ଥାଏ । ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ‘ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଭାବ’ କେତେଦୂର ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ଦିଏ ତାହା ମଧ୍ୟ ସଂଶୟାତ୍ମକ । ତେଣୁ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ର ପରିସର ଦ୍ଵିଧାତ୍ମକ । ଏହା ସମାଜର ହିତ, ବ୍ୟକ୍ତିର ସାଧନକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରେ ପୁଣି ଉପରୋକ୍ତ ଭାବେ ଅନେକତ୍ର କ୍ରିୟାହୀନ ଥିବାର ସଂଶୟକୁ ମଧ୍ୟ ଉତ୍ପାଦିତ କରିଥାଏ ।

ଏସବୁ ସତ୍ତ୍ଵେ କହିବାକୁ ହୁଏ ଯେ- ଜନ ସଚେତନତା ଲାଭର ଆଶା ରଖି ପ୍ରସ୍ତୁତ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ଆଜିର ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟା ପ୍ରଭାବିତ ଜନ-ମାନସକୁ ବେଶ୍ ପ୍ରଭାବିତ କରିଛି । ତା’ର ପ୍ରଭାବ ଲାଭ-କ୍ଷତି ସମ୍ପର୍କିତ ଯାହା ହେଉନା କାହିଁକି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଏକ ବୃହତ୍ତର ତଥା ମହତ୍ତର ଲକ୍ଷ୍ୟ ନେଇ ପ୍ରକଟିତ । ବ୍ୟକ୍ତି, ଗୋଷ୍ଠୀ, ସମାଜ ବା ରାଷ୍ଟ୍ରକୁ ବିବିଧ ବ୍ୟାଧି, ପ୍ରାକୃତିକ ଦୁର୍ବିପାକ, ପରିବେଶ ସୁରକ୍ଷା, ବୃକ୍ଷରୋପଣ, ନାରୀ ନିର୍ଯ୍ୟାତନା, ପାରିବାରିକ ହିଂସା ଆଦି ସମ୍ପର୍କରେ ସଚେତନତାର ବାର୍ତ୍ତା ବିସ୍ତୃତ୍ୟ ଜନହିତରେ ଜାରି ବିଜ୍ଞାପନ ସମୂହ । ଏହା ସରକାରୀ ଓ ସ୍ଵେଚ୍ଛାସେବୀ ଅନୁଷ୍ଠାନମାନଙ୍କ ଦ୍ଵାରା ବିଜ୍ଞପିତ ହୁଏ । ଏଥିରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ଲାଭ ଗୁରୁତ୍ଵ ନ ଲାଭି ସାମାଜିକ ସେବା, ସଚେତନତା ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଲାଭିଥାଏ । ଏ ସକଳ ସାମାଜିକ-ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକର ଭୂମିକା ତଥା ମୂଲ୍ୟବୋଧ ବେଶ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ।

**ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାର୍ଯ୍ୟ / ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ / ଉପଯୋଗିତା / ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ :**

ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଧାନ କାର୍ଯ୍ୟ ହେଲା ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ, ଉପଭୋକ୍ତା ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ପ୍ରଲୋଭିତ କରିବା । ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରି ବସ୍ତୁକ୍ରୟ ପାଇଁ ପ୍ରେରଣା ଓ ସାମାଜିକ ସଚେତନତା ପାଇଁ ପ୍ରଚୋଦନା ଦିଏ ବିଜ୍ଞାପନ । ବ୍ୟକ୍ତି ବିଜ୍ଞାପନର ଶ୍ଳୋଗାନ, ଚିତ୍ର ସମଗ୍ର, ପ୍ରଦତ୍ତ ଶ୍ଳୋଗାନ ନିହିତ ବିଜ୍ଞପିତ ଗୁଣବତ୍ତା, ସର୍ତ୍ତ ତଥା ଲାଭପ୍ରଦ ଘୋଷଣାଦିରେ ଆକୃଷ୍ଟ ହୋଇ ନିଜର ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀକୁ କ୍ରୟ କରିବାର ପ୍ରେରଣା ପାଇଥାଏ । ବିଭିନ୍ନ ବ୍ରାଣ୍ଡର ବିଜ୍ଞାପନରୁ ତା’ର ସାମଗ୍ରୀ ଚୟନ ମାନସିକତାକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଥିବା ବିଜ୍ଞାପନକୁ ସେ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦିଏ । ଅର୍ଥାତ୍ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ର ଅପ୍ରତିହତ ପ୍ରସାରରେ ସେ ପ୍ରଭାବିତ ହୁଏ; ଯାହା ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରମୁଖ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ବା ପ୍ରକାର୍ଯ୍ୟ । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜୀ, ତକ୍ତର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ମାଧ୍ୟମ, ପୃ.୪୭୮) ।

ବିଜ୍ଞାପନଟି ଦ୍ଵାରା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସାକାର ନ ହେଲେ ତେବେ ସେହି ବିଜ୍ଞାପନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରସ୍ତୁତି କ୍ଷେତ୍ରରେ କୌଣସି ନା କୌଣସି ଦୃଷ୍ଟିରୁ ତୁଟିଯୁକ୍ତ ଓ ଗ୍ରାହଣୀୟ କ୍ଷମତା ଅସମର୍ଥ ବୋଲି ଏହା ଧରି ନେବାକୁ ହୁଏ । ତେଣୁ ନିଜର ଅସାମର୍ଥ୍ୟ ପ୍ରକାଶ ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟଣ ନୁହେଁ; କଲେବଳେ କୌଣସି ନିଜର ପ୍ରଚାର, ପ୍ରସାରକୁ ଗଣମୁଖା କରି ଗଣମନକୁ ବସ୍ତୁ କ୍ରୟ ପ୍ରତି ଅନୁପ୍ରେରିତ କରିବା ହେଉଛି ସଫଳ ବିଜ୍ଞାପନର ଧର୍ମ ।

ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ହେଲା- (୧) ବସ୍ତୁର ସ୍ଥିତି, (୨) ଉପଯୋଗିତା, (୩) ଆବଶ୍ୟକତା ଉପାଦେୟତା, (୪) ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ସୂଚିତ କରିବା ସହ ଗ୍ରାହଣୀୟ ପ୍ରଚୋଦନାକୁ ଜାଗ୍ରତ କରିବା । ପରୀକ୍ଷିତ ଜଙ୍ଗରେ ଏହାକୁ କ୍ରୟ କରି ବ୍ୟବହାର କରିବାର ସର୍ତ୍ତକୁ ମଧ୍ୟ ଗୁରୁତ୍ଵ ଦେଇଥାଏ ବିଜ୍ଞାପନ । ଏହା ହୋଇପାରେ ବିଜ୍ଞାପନର ଏକ ଚାର୍ତ୍ତ୍ଵର୍ଯ୍ୟ; ମାତ୍ର ସର୍ତ୍ତ ଭାଙ୍ଗିଲେ ଆଇନ୍‌ର ଭୟ ଥିବାରୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରୁଥିବା ବିଜ୍ଞାପନଦାତା ସର୍ତ୍ତାନୁସାରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ବାଧ୍ୟ

ହୋଇଥା'ନ୍ତି । ବ୍ୟବସାୟ-ବାଣିଜ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବସ୍ତୁର ସର୍ବାଧିକ ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରି ଗ୍ରାହକୀୟ ସେବା ସାଧନ କରିବା ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟତମ କାର୍ଯ୍ୟ । ବିଜ୍ଞାପନ-ଏକ ଘୋଷଣା, ଏକ ଇଚ୍ଛାହାର, ବିଶେଷତ୍ୱ ଜାହିର କରୁଥିବା ଏକ ସୂଚନା ପାତ୍ରା ଗଣ-ମନକୁ ଜାଗ୍ରତ କରିବାର ଆଶା-ଆକାଂକ୍ଷା ପ୍ରକାଶ କରାଇଥାଏ ।

ନିଜ ବିଜ୍ଞପିତ ପଦାର୍ଥ, ମାନସିକତା, ବ୍ୟବସାୟିକ କାରବାରକୁ ସାଧାରଣ ଜନତା ବା ଉପଭୋକ୍ତାକୁ 'ଉତ୍ତମଭାବେ' ଜଣାଇବା ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟ ମୁଖ୍ୟକାର୍ଯ୍ୟ । ଏଇହେତୁ ସରକାରୀ, ବେସରକାରୀ ଓ ବାଣିଜ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟ କ୍ଷେତ୍ରଗୁଡ଼ିକର ନ୍ୟାୟିକ ତଳରେ ଉତ୍ତମ ତଥା ଆବଶ୍ୟକୀୟ ସୂଚନାର ବିଜ୍ଞପ୍ତିକୁ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଭାବେ ଆଖ୍ୟାୟିତ କରାଯାଇଛି ।

ସାମଗ୍ରିକ ଭାବେ କହିଲେ ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ଅବଗତି ପାଇଁ ଜାରି ସୂଚନା, ତଥ୍ୟ, ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀ ବା ବ୍ୟବସାୟ ଉପଯୋଗୀ ଦ୍ରବ୍ୟ ଆଦିର ସ୍ଥିତି, ଚାହିଦା, ଉପଯୋଗିତା, ଆଦିକୁ ଗୋଟିଏ ଜନଗ୍ରାହୀ ଶ୍ଳେଷାନ୍ତ, ବାକ୍ତୃତା ସହ ବିପ୍ରି ଆଧାରିତ କରି ପ୍ରକାଶ କରିବା ଓ ଜନମନକୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ତା'ର କ୍ରୟ-କ୍ଷୁଧାକୁ ପରିଣତି ମୁଖୀ କରିବା ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର କାର୍ଯ୍ୟ ।

ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟ ପ୍ରକାର୍ଯ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ହେଲା- (୧) ଉତ୍ତମ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ ପ୍ରକ୍ରିୟା ସାଧନ, (୨) ଉପଭୋକ୍ତା ସହ ବାଣିଜ୍ୟିକ କାରବାର, (୩) ସେବାଧର୍ମ, ଆଭିମୁଖ୍ୟ, ଉପଯୋଗିତା, ବ୍ୟବହାରରୀତି, ଗୁଣବତ୍ତା ଓ ଫଳାଫଳ ସମ୍ପର୍କରେ ସାଧାରଣ ଜନତାକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରି ପାରିଲା ପରି ତଳରେ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଶ୍ଳେଷାନ୍ତ ଓ ବାକ୍ତୃତା ପ୍ରଯୋଗ । ଜୀବନଶୈଳୀକୁ ପ୍ରଭାବିତ କଲା ପରି କଳାତ୍ମକ ରୂପରେ ନିଜକୁ ସଜେଇ ଜନଗ୍ରାହୀ କରିବାର ଅଭିଳାଷ ପୋଷିତ ହେବା ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟ ଏକ ଧର୍ମ । ବିଜ୍ଞାପନ ପୁରୁଣା ଧାରଣାକୁ ବଦଳାଇବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ରଖେ । ବିଜ୍ଞାପନର ନୂଆରୂପ ଓ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଘୋଷଣା ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ପୁରୁଣା ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ପ୍ରତି ଅନାଗ୍ରହତା ପ୍ରକାଶର କାରଣ ମଧ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ।

'କଲଗେଟ୍'ରେ ଦାନ୍ତ ଘଷୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି 'ଭିକୋ ବଜ୍ରଦନ୍ତ' ରୂପପେଷ୍ଟରେ ଦାନ୍ତ ଘଷା ଅଭ୍ୟାସକୁ ପରିହାର କରି ନୂତନତାକୁ ଗ୍ରହଣ କରେ । ଅର୍ଥାତ୍- ନିଜର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶରେ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ବ୍ୟକ୍ତିର ଜୀବନ ଶୈଳୀରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ରଖେ । 'ବିଜ୍ଞାପନ' ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ହୁଏ, ଫଳରେ କ୍ରୟ-ବିକ୍ରୟର ମାନ୍ୟତା ସୁଧୁରେ, କର୍ମଯୋଗାଣ ବଢ଼େ, ରୋଜଗାରରେ ମଧ୍ୟ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଆସେ । ପ୍ରତିଯୋଗିତା ଭିତ୍ତିରେ ଭଲ ସାମଗ୍ରୀର ବଜାର ପ୍ରବେଶ କରାଇବା ହେଉଛି 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ଅନ୍ୟ ଏକ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ କର୍ମ ।

ବିଜ୍ଞାପନ-କେବଳ ପ୍ରଚାର ପତ୍ର ସର୍ବସ୍ୱ ହୋଇ ଗୋଟିଏ କମ୍ପାନୀକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦିଏ, ଫଳରେ କ୍ରୟ-ବିକ୍ରୟର ମାନ୍ୟତା ସୁଧୁରେ, କର୍ମଯୋଗାଣ ବଢ଼େ, ରୋଜଗାରରେ ମଧ୍ୟ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଆସେ । ପ୍ରତିଯୋଗିତା ଭିତ୍ତିରେ ଭଲ ସାମଗ୍ରୀର ବଜାର ପ୍ରବେଶ କରାଇବା ହେଉଛି 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ଅନ୍ୟ ଏକ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ କର୍ମ ।

ବିଜ୍ଞାପନ-କେବଳ ପ୍ରଚାର ପତ୍ର ସର୍ବସ୍ୱ ହୋଇ ଗୋଟିଏ କମ୍ପାନୀକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦେଇପାରେ ନାହିଁ । ଏଥିପାଇଁ ବୃହତ୍ତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଏହାର ପ୍ରଚାର ପ୍ରସାରର ଆବଶ୍ୟକତା ପଡ଼େ । ଫଳରେ କମ୍ପାନୀ ଯଥୋଚିତ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଅର୍ଥବ୍ୟୟରେ ଖବରକାଗଜ, ଟେଲିଭିଜନ ବା ନେଟ୍ ଆଦିରେ ଗଣଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଅନ୍ତି । ଏହାଦ୍ୱାରା ଦୁଇଟି କାର୍ଯ୍ୟ ସାଧିତ ହୁଏ ।

**ପ୍ରଥମଟି** - ଯେ କୌଣସି ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ବ୍ୟାପକ ପ୍ରଚାର ହୁଏ ।

**ଦ୍ୱିତୀୟଟି** - ବିଜ୍ଞାପନକୁ ପ୍ରଚାର ଓ ପ୍ରସାର କରୁଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗୁଡ଼ିକର ଆର୍ଥିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ସାଧିତ ହୁଏ ।

ବାସ୍ତବରେ ବିଜ୍ଞାପନ' ଅନୁଯାୟୀ କ୍ରେତା-ବିକ୍ରେତା ମଧ୍ୟରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ପର୍କ ବୃଦ୍ଧି ପାଏ । ମାତ୍ର ବିଜ୍ଞାପନଦ୍ୱାରା ସାମଗ୍ରୀ ଉତ୍ପାଦକ କମ୍ପାନୀର ମାଲିକ ସହ କ୍ରେତାଙ୍କ ସହ ସାମ୍ବାସାନ୍ନି ହେବା ସମ୍ଭବ ହୋଇ ନ ଥାଏ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା କେବଳ ପ୍ରଚୋଦିତ ହୋଇ କ୍ରେତାଗଣ ଉତ୍ପାଦ ବା ସେବାକୁ ଗ୍ରହଣ କରିଥା'ନ୍ତି । 'ବିଜ୍ଞାପନ'ରେ ଉପହାର, ପୁରସ୍କାର,

ଲକ୍ଷିତ ଆଦିର ପ୍ରଲୋଭନ ଥାଏ । ଏହାକୁ ସାକାର କରିବାକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ସାମଗ୍ରୀ ଉତ୍ପାଦକ ନିର୍ଦ୍ଧିତ ଅର୍ଥ ବ୍ୟୟକୁ ସାମ୍ବାଦ୍ୟ କରିଥା'ନ୍ତି । ଫଳରେ ବିଜ୍ଞାପନ ହୁଏ ଏକ ଅର୍ଥ ବ୍ୟୟକାରୀ ଯୋଗାଯୋଗୀୟ ମାଧ୍ୟମ । ଅବଶ୍ୟ ଏକ ଅର୍ଥ କ୍ରେତାଙ୍କ ଖର୍ଚ୍ଚ ପ୍ରବଣତା ଉପରେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ଭାର ହୋଇ ଉତ୍ପାଦକଙ୍କୁ ଲାଭ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ତେଣୁ 'ବିଜ୍ଞାପନ'ରେ ଖର୍ଚ୍ଚ ଅର୍ଥ ଅପବ୍ୟୟ ନୁହେଁ, ଅଧିକ ଆୟ ନିମିତ୍ତ ପରିପୋଷିତ ଏକ ଯୋଜନାବଦ୍ଧ ମାନସିକତା । \* (ଖଡ଼ଙ୍ଗା, ଡକ୍ଟର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ଭାଷାବିନିମୟ- ବିନ୍ଦୁ ପ୍ରକାଶନ-ପ୍ରଥମ ସଂସ୍କରଣ-୨୦୧୭) ।

ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାର୍ଯ୍ୟ ବା ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଉପରୋକ୍ତ ଭାବେ ଆକଳିତ ହେବା ପରେ 'ବିଜ୍ଞାପନ'ଯେ ଅନେକ ସମୟରେ ଧାର୍ମିକ ଭାବନାରେ ଆଘାତ, ଅପସଂସ୍କୃତି ଆଧାରିତ ହୋଇ ସାମାଜିକ ବିଦ୍ୱେଷଭାବ, ବିରକ୍ତି, ପ୍ରତିକ୍ରିୟା, କୁପ୍ରଭାବ ଆଦି ପକାଇବାର କାରଣ ହୋଇଛି- ଏହା ଅସ୍ୱୀକୃତ ହେବାର ନୁହେଁ । ଶିକ୍ଷିତ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଯେମିତି ଗାଣିତିକ ସୂତ୍ରରେ ଆକଳନ ବା ଅନୁଶୀଳନ କରନ୍ତି, ଚିନ୍ତା ତଥା ବିଚାର କରି ବସ୍ତୁ କ୍ରୟରେ ଆଗ୍ରହ ବା ଅନାଗ୍ରହତା ଦେଖାନ୍ତି ତାହା ମଧ୍ୟବିତ୍ତ ଶ୍ରେଣୀୟ ଗ୍ରାହକଙ୍କ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପରିଲକ୍ଷିତ ହୁଏ ନାହିଁ । ଫଳରେ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଲୋଭିତ ଘୋଷଣାବାଜି, ରଙ୍ଗାନ, ଚମକ, ଅସତ୍ୟ ଭାଷଣରେ ବିମୁଗ୍ଧ ହୋଇ ବିଜ୍ଞପିତ- ବସ୍ତୁ ପ୍ରତି କ୍ରୟ ଗତ ବ୍ୟାକୁଳତା ଦେଖାଇ ଅସୁବିଧାରେ ପଡ଼ନ୍ତି । (ଏକନ)

**'ଚିତ୍ତଫଳ'ର ବିଜ୍ଞାପନ** - "ଗଢ଼ିତ ଟଙ୍କା ବର୍ଷକରେ ଦ୍ୱିଗୁଣିତ ହେବ"ର ପ୍ରଲୋଭନ ଆଜି ଭାରତୀୟ ମଧ୍ୟବିତ୍ତ ଜମାକାରୀଙ୍କ ମେରୁଦଣ୍ଡକୁ ଭାଙ୍ଗି ଦେଇଛି । ଲୋଭର ବଶବର୍ତ୍ତୀ ହୋଇ 'ବିଜ୍ଞାପନ'କୁ ବିଶ୍ୱାସ କରି ସେମାନେ ବିନିଯୋଗ କରିଥିବା ଟଙ୍କା ବାଟମାରଣା ହୋଇଯାଇଛି । ତେଣୁ 'ଶୁଣା ବିଜ୍ଞାପନ' ଜନଜୀବନକୁ କଲବଲ କରେ, ତାକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ମାର୍ଗ ଦେଖାଇବାରେ ଅସମର୍ଥ ହୁଏ । ଅନୁରୂପ ଭାବେ ଅପସଂସ୍କୃତି ଜନିତ ବିଜ୍ଞାପନ ରୁଡ଼ିକ ସାମାଜିକ-ସଂସ୍କୃତିକ ଅବସ୍ଥାର କାରଣ ହେବା ସହ ବେଳେବେଳେ ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଭାବନା ଓ ସାମାଜିକ ମର୍ଯ୍ୟାଦାର ବିରୋଧାଚରଣ କରିଥାଏ । ଏଥିରେ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ ପ୍ରତିହତ ନ ହେଲେ ବି ସାମାଜିକ ମର୍ଯ୍ୟାଦାବୋଧ ଓ ସଦ୍ଭାବନା କ୍ଷତିଗ୍ରସ୍ତ ହୋଇଥାଏ । (ଏକନ)

(୧) ଯୋତା କମ୍ପାନୀର ବିଜ୍ଞାପନରେ 'ଯୋତା ଉପରେ ଜଗନ୍ନାଥଙ୍କ ପ୍ରତିମୂର୍ତ୍ତି' ଛାପି ବିଜ୍ଞପିତ କରିବା, (୨) ଶାଢ଼ୀର ବିଜ୍ଞାପନ ବେଳେ ସାବିତ୍ରୀଙ୍କୁ ବିଜ୍ଞପିତ କମ୍ପାନୀର ଶାଢ଼ୀ ପିନ୍ଧାଇ ଯମକ ସମ୍ମୁଖରେ ମୃତ ସ୍ୱାମୀ ସତ୍ୟବାନଙ୍କୁ ଫେରାଇବାକୁ ଅନୁନୟ କରିବା ସ୍ୱଳ୍ପ ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷଣ ନୁହେଁ । ଏହି ବିଜ୍ଞପିତରୁଡ଼ିକ ଅଜ୍ଞଶିକ୍ଷିତ, ବିବେକହୀନଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦୀପିତ ପ୍ରସଙ୍ଗ ହୋଇପାରେ, କିନ୍ତୁ ସଂସ୍କୃତିକ, ଧାର୍ମିକ, ରାଷ୍ଟ୍ରିୟ ଭାବନା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ନିଶ୍ଚୟ ବିତ୍ତମିତ ପ୍ରସଙ୍ଗ । ଏପରି ଭ୍ରଷ୍ଟ ବିଜ୍ଞାପନ କିପରି ବିବାଦର କାରଣ ହୁଏ ତାହା ନିମ୍ନୋକ୍ତ 'ସମାଦ'ଟିରୁ ଅବଧାରିତ ।

**ବିବାଦମାନ ବିଜ୍ଞାପନର ନମୁନା**

**ଶ୍ରୀକୃଷ୍ଣଙ୍କ ଶାଢ଼ୀ କିଣା ବିଜ୍ଞାପନକୁ ନେଇ ବିବାଦ :**

ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ, ୨୬/୮ : ପୂର୍ଣ୍ଣକାର୍ତ୍ତି ଅଧୀନରେ ଥିବା ଲାଲପଞ୍ଚାଇଲ ଡ୍ରେସିଂହାଉସ୍ ମିତ୍ରା ନାମରେ ବିତରରେ ପୋଷ କରାଯାଇଥିବା ଏକ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ନେଇ ବିବାଦ ଦେଖାଦେଇଛି । ଏହି ବିଜ୍ଞାପନରେ ଭଗବାନ ଶ୍ରୀକୃଷ୍ଣ ମିତ୍ରାରୁ ଶାଢ଼ୀ ଖରିଦ କରୁଥିବା ଜଙ୍ଗରେ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯାଇଛି । ବିଜ୍ଞାପନର ଗୋଟିଏ ପାଖରେ ଦୌପଦୀଙ୍କ ବସ୍ତ୍ର ହରଣକୁ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯାଇଥିବାବେଳେ ଭଗବାନ ଶ୍ରୀକୃଷ୍ଣଙ୍କୁ 'ଏକୂତ୍ରା ଲାଲ୍ ଶାଢ଼ୀ' ଚୟନ କରୁଥିବା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯାଇଛି । ବିତରରେ ଏହାକୁ ପ୍ରବଳ ବିରୋଧ କରାଯାଇଥିଲା । ଏହା ଜାଣିବା ପରେ ମିତ୍ରା ପକ୍ଷରୁ ସଫେଇ ଦିଆଯାଇଥିଲା ଯେ, ଏଭଳି କୌଣସି ବିଜ୍ଞାପନ କମ୍ପାନି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିନାହିଁ । ଏହା ସହିତ ଖୋଳତାଡ଼ କରିବା ପରେ ବିଜ୍ଞାପନଟି 'ସ୍ତୋଲଭୋଲ୍' ନାମକ ସଂସ୍ଥା ପକ୍ଷରୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥିବା ଜଣାପଡ଼ୁଛି । \* (ଖଡ଼ଙ୍ଗା, ଡକ୍ଟର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ଭାଷାବିନିମୟର ମାଧ୍ୟମ- ପୃ.୪୮୨) ।

ଏକ ବିବଦମାନ ଚିନ୍ତାଧାରା ଆଧାରିତ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ପ୍ରତି ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରୁନା। ହଳତମକ ଆଧାରରେ ଅତ୍ୟଧିକ ଲାଭଖୋର ମନୋଭାବ ଓ ଗୁଣାବତ୍ତାରେ ନ୍ୟୁନତା ସତ୍ତ୍ୱେ ଜନତାକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରି ଉତ୍ପାଦିତ ବସ୍ତୁର ବିକ୍ରୟ ସମ୍ଭବ ବିଜ୍ଞାପନର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ହୋଇନପାରେ।

ବିଜ୍ଞାପନରେ ଗୁଚି ଚଣ୍ଡୁଥିବା ଓ ବିଶ୍ୱାସ ସ୍ଥାପନ କରୁଥିବା ଉପଭୋକ୍ତାକୁ ସାମଗ୍ରୀର ସଙ୍କୋଚ, ସଠିକ୍ ତଥା ଲାଭ ଗୁଣବତ୍ତା ବିଷୟରେ ଅବଧାରିତ କରି ସର୍ବୋତ୍ତମ ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ କରିବାକୁ ପ୍ରରୋଦିତ କରିବା ହେଉଛି ଉତ୍ତମ ବିଜ୍ଞାପନର କାର୍ଯ୍ୟ। ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ସବୁଷ୍ଟି ପାଇଁ ପ୍ରତିବେଦିତ ସତ୍ୟାଶ୍ରୟା ବିଜ୍ଞାପନ ଅତୁଳନୀୟ ଓ ଅବିକଳ।

**ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ :**

ବିଜ୍ଞାପନ ଉପଦେଶର ବାଣୀ ନୁହେଁ, କି ଭାବାତ୍ମକ କାହାଣୀ ନୁହେଁ; ସ୍ୱଳ୍ପ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ବହୁଜନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରି ନିଜସ୍ୱ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସାଧନ କରିବାରେ ଏହା ହେଉଛି ଏକ କଳାତ୍ମକ ପରିଭାଷା। ଏହା ଗନ୍ୟରେ ହେଉ ବା ପଦ୍ୟରେ ହେଉ- ନିଜସ୍ୱ ପ୍ରଚାର ପାଇଁ କଳାତ୍ମକ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଓ ଅଭ୍ୟବ୍ୟକ୍ତି ଉପରେ ଏହା ନିର୍ଭରଶୀଳ। ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ପ୍ରତିବେଦନ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ କଳାତ୍ମକ ଅଭିରୁଚି ଲକ୍ଷ୍ୟଶାୟ ହେଉନଥିବା ବେଳେ ଚିକିତ୍ସ ବକ୍ତୃତା, ବନେଇରୁନେଇ, ପରୋକ୍ଷ ଭାବରେ, ସୂଚନାତ୍ମକ ରୂପେ, ଲକ୍ଷିତ ଆଭାସରେ ପ୍ରସଙ୍ଗର ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି ନିଶ୍ଚୟ କଳାତ୍ମକ। ଭାବ ଓ ଭାଷାର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶ ଯେ ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ସଫଳ ରୂପେ ପରିସ୍ପୃଷ୍ଟିତ କରିଥାଏ, ଏହା ଅନସ୍ୱୀକାର୍ଯ୍ୟ।

ବିଜ୍ଞାପନର ସ୍ୱାତନ୍ତ୍ର୍ୟ ହେଉଛି ତାର ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଜନିତ କଳାତ୍ମକ କୌଶଳ। 'ନାକ'କୁ ସିଧାସଳଖ ଆଙ୍ଗୁଳି ମାରି 'ନାକ' ବୋଲି କହିବା ଆଉ ହାତକୁ ମୁଣ୍ଡ ପଛରେ ବୁଲାଇ ଆଣି 'ନାକ'କୁ ନାକ ବୋଲି କହିବାର ଚାତୁର୍ଯ୍ୟରେ ଯେଉଁ ପ୍ରଭେଦ ଆମ 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଓ ପରୋକ୍ଷ ଆବେଦନ ମଧ୍ୟରେ ତଦାନୁସାରୀ ପ୍ରଭେଦ ଥାଏ। ଏହି ଦୃଷ୍ଟିରୁ ନିଜକୁ ଏକ ବିଶେଷ ପରିଚିତି ଦେବାପାଇଁ

ବିଜ୍ଞାପନ କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟର ସାଧନ ବୋଲି କୁହାଯିବ। ଯେତେବେଳେ କୌଣସି ବିଜ୍ଞାପନ - ସାହିତ୍ୟିକ ବ୍ୟଞ୍ଜନା, ଉପଲକ୍ଷ୍ୟ, ଭାବମୟତା, ପ୍ରତୀକାତ୍ମକତା ଆଦି ଭାବିଧର୍ମ ସହ ସଂଯୁକ୍ତ ହୁଏ ସେତେବେଳେ ତାହା ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଅନୁରାଗ, ସନ୍ତୋଷନ, ଆକର୍ଷଣ ପରି ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ମାନସିକତା ଛୁଇଁଯାଏ। ଫଳରେ ବିଜ୍ଞପିତ ବସ୍ତୁ ପ୍ରତି ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଗ୍ରାହକୀୟ-ପ୍ରବଣତା ଉନ୍ନତ ହୁଏ। ସେ ବ୍ୟବସାୟିକ ଯୋଗାଯୋଗରେ ଅଂଶୀଦାର ହୁଏ; ଫଳରେ ବିଜ୍ଞାପନଟି ଯେ ତା' ଉପରେ ଅପ୍ରତିହତ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଛି - ଏହା ଧରିନେବାକୁ ହୁଏ। ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସବୁବେଳେ ଆଭିପ୍ରାୟିକତାର ସାଧନ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ। ବିଜ୍ଞାପନ ତା'ର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସାଧନ ପାଇଁ ପ୍ରୟାସ କଲାବେଳେ, ଅନ୍ଧବିଶ୍ୱାସ, ଦୁରାକରଣ, ସତେତନତା ଜାଗ୍ରତ ପାଇଁ ବିଶେଷ ଉଦ୍ୟମ କରିଥାଏ। ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ କଳା-ପାଟବ-ଆଧାରିତ ହେଲେ ତାହା ବୃହତ୍ତର ଗଣ-ଯୋଗାଯୋଗରେ ସକ୍ରିୟ ତଥା ସକାରାତ୍ମକ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ। ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ କିପରି ଓ କେତେ ପ୍ରଭାବନିଷ୍ଠ, ବହୁମୁଖୀ, ଗଣସତେତନ ଧର୍ମୀ ତାହା ନିମ୍ନୋକ୍ତ ଏକ ବିଜ୍ଞାପନ ଜନିତ ଅନୁଶୀଳନରୁ ଅବଧାରଣା କରିହୁଏ। 'ଓଡ଼ିଶା ଓ ଶୌଚାଳୟ' ଶୀର୍ଷକରେ ପ୍ରକାଶିତ ଏଇ ଅନୁଶୀଳନଟି ବେଶ୍ ଭାବୋଦ୍ଦାପକ ଓ ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ଯେ ଶତ ପ୍ରତିଶତ ଗଣମୁଖୀ କରିପାରିଛି- ଏହା ସ୍ୱୀକାର କରିବାକୁ ହୁଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ -

**କଳାତ୍ମକ ବିଜ୍ଞାପନର ଏକ ନମୁନା**

**ଓଡ଼ିଶା ଶୌଚାଳୟ (ବିଜ୍ଞାପନର ବସ୍ତୁ ବିନ୍ୟାସ)**

ଭାରତ ସରକାରଙ୍କ ପାନୀୟ ଜଳ ଏବଂ ସ୍ୱଚ୍ଛତା ମନ୍ତ୍ରାଳୟ ଦ୍ୱାରା ଜନ ହିତରେ ଜାରି ଏକ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଓଡ଼ିଶାକୁ ନେଇ ଏକ ସତେତନତାମୂଳକ ବାର୍ତ୍ତା ରହିଛି। ଏଥିରେ ଅଭିନେତ୍ରୀ ବିନ୍ୟାସ ବଲନକୁ ନୂଆବୋହୂଟିର ଜଣେ ସମ୍ପର୍କୀୟ ଭାବେ ଦେଖିବାକୁ ମିଳିଛି। ବାହାଘର ବେଳେ ନୂଆବୋହୂଟିକୁ ଶୋଷ ଲାଗିବାରୁ ତାକୁ ପାଣି ପିଇବାକୁ ଦେଇଛନ୍ତି ବିନ୍ୟାସ।



ବୋହୂଟି ଓଡ଼ିଆ ଟେକି ପାଣି ପିଇଥିବା ବେଳେ ଓଡ଼ିଆ ପକାଇବାକୁ ଶାଶୁ ଶଶୁରା ଠାରି ସମାଜସ୍ୱରୀ । ଶାଶୁ ଗାଳ ପୁଅକୁ ଠାରିଛନ୍ତି ଏବଂ ପୁଅର ଠାରେ ବୋହୂଟି ଓଡ଼ିଆ ପକାଇ ଦେଇଛି । ଏକଥା ବିଦ୍ୟା ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିଛନ୍ତି । ସହ ସମାଧୁମିତ ଶାଶୁକୁ ପଚାରିଛନ୍ତି, ମାଉସା, ଘରେ ଶୈତାଳୟ କେଉଁଠି ଅଛି ? ବୋହୂକୁ ଶାଶୁ କହିଛନ୍ତି, ଘରେ କାହିଁ । ବାହାରକୁ ଯିବାକୁ ପଡ଼ିବ ।

ଏହାପରେ ବିଦ୍ୟା ନୁଆବୋହୂଟିକୁ କହୁଛନ୍ତି, ବୋହୂ ତୁମେ ଓଡ଼ିଆ ହୋଇଯିଅ । ଆଜି ଶାଶୁକୁ କହୁଛନ୍ତି, ଗୋଟିଏଦିନ ତ ତୁମେ ବୋହୂର ଓଡ଼ିଆ ଟେକିବାକୁ ସମସ୍ୟ କରୁନାହିଁ, ଆଗପଟେ ପୁଣି ତାକୁ ବାହାରକୁ,... 'ଆଜେ ଏକଥା ତ ଆଦମ କେବେ ଭାବି ନାହିଁ, ବୋଲି ଶାଶୁ କହୁଛନ୍ତି । "ତା"ହେଲେ ଏବେ ଚିନ୍ତା କର, ଘରେ ଶୈତାଳୟ ନିର୍ମୂଳା କର" ବୋଲି ବିଦ୍ୟା ବଲନ ତାକୁ ପରାମର୍ଶ ଦେଇଛନ୍ତି । ନିର୍ମୂଳ (ସୁଲ) ଭାରତ ଅଭିଯାନର ଏହି ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାଶନା ସହ ଆଧୁନିକତା ଓ ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ଯୋଡ଼ି ପରୋକ୍ଷରେ ନାରୀର ସମ୍ମାନର କଥା ହିଁ କହିଛି । (ସୌଜନ୍ୟ - ସମ୍ବାଦ, ଡା. ୧୧.୧.୨୦୧୬)

ଏହି ଚର୍ଚ୍ଚିତ ବିଜ୍ଞାପନଟି ଏତାକୁଶଳ କଳାତ୍ମକ ପ୍ରତିବେଦନ ବେଶ୍ ଫଳପ୍ରସୁ । 'ସୁଲ ଭାରତ' ଗଠନ ପାଇଁ ଅଭିପ୍ରେୟ ଏଇ ବିଜ୍ଞାପନଟି ଭାରତୀୟ ଜନତାଙ୍କ ହିତରେ କେବଳ ଜାରି ହୋଇନାହିଁ; ଏହା ବରଂ ତା'ର କଳାତ୍ମକ ପ୍ରତିବେଦନ ପାଇଁ ଜନ-ଗ୍ରହଣୀୟ, ପ୍ରଭାବନିଠେ ଓ ଆହୁତବାୟା ହୋଇପାରିଛି ।

ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ଚିତ୍ର ବା କ୍ଲୋଗାନ୍ ଆଧାରରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ବସ୍ତୁକୁ ଜନମନ ଆକର୍ଷଣ କରିବା ଓ ସେମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରି ବସ୍ତୁର ବିକ୍ରୟ ପାଇଁ ପ୍ରଲୋଭିତ କରିବା । ସେଥିପାଇଁ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟେକ କ୍ରିୟା କରିବା ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନରେ କଳା-ସଙ୍ଗୀତ-ଅଭିନୟାଦିର ବ୍ୟଞ୍ଜନାତ୍ମକ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଉତ୍କଳିତ କରିବାକୁ ସମର୍ଥ ହୁଅନ୍ତି । ବେଳେବେଳେ ସେଲିବ୍ରିଟି କର୍ତ୍ତବ୍ୟକୁ ଚିତ୍ରାୟିତ କରି ଓ ସେମାନଙ୍କ ଅଙ୍ଗଭଙ୍ଗୀରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ବସ୍ତୁଟିକୁ ଗ୍ରାହକାଭିମୁଖୀ କରିବାର ପ୍ରୟତ୍ନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ବ୍ୟକ୍ତିନିଷ୍ଠ ହୋଇପଡ଼ିଥାଏ । କ୍ଲୋଗାନ୍ ବା ପ୍ରଚାରଧର୍ମୀ ବାକରାଦିକୁ କଳାତ୍ମକ କରି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସାଧନ ପାଇଁ ଯେପରି ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇପାରେ କୌଣସି ସେଲିବ୍ରିଟିଙ୍କ 'ଚେହେରା' ପ୍ରଦର୍ଶନ କରି ଜନମାନସକୁ ସେତେ ପ୍ରଭାବିତ କରାଯାଇ ପାରେ ନାହିଁ । ସେମାନଙ୍କ କଥାକୁ ହୁଏତ ଅନେକ ସମୟରେ ସାଧାରଣ ଗ୍ରାହକ ବିଶ୍ୱାସକୁ ନେଇପାରେ, ନ ନେଇ ପାରେ ମଧ୍ୟ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସାଧନ ଏତେବେଳେ ଶ୍ରେଷ୍ଠ ପ୍ରତିଶ୍ରେୟ ଫଳଶ୍ରୁତି ଆଧାରିତ ବୋଲି ଦାବି କରାଯାଇ ନ ପାରେ ।

ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ମୁଖ୍ୟତଃ ନାଦନିକ ଅଭିଭୂତି ଆଧାରିତ । ଗୁଚ୍ଛିକାରଣ ଏହା ମଧ୍ୟ ପରିଚାୟକ । ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଆପଣାର ପ୍ରଚାରକନାରେ ଗୁଣରେ, ବିଶ୍ୱାସ ଦେବା ଠାଣିରେ, ପ୍ରତିଶ୍ରୁତିବଦ୍ଧତା ଭିତ୍ତିରେ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦେଇ ସେମାନଙ୍କୁ ମୁଗ୍ଧକର ପରିଭାଷା ଓ ରମଣୀୟାର୍ଥକ ପରିବେଷଣ ଓ ପ୍ରତିବେଦନ ଶୈଳୀରେ ପ୍ରତିପାଦ୍ୟ ବା ବିଜ୍ଞାପିତ ବିଷୟକୁ ଅବଗତ କରାଇବା ହେଉଛି - ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ।

କହିବା ତଙ୍ଗ-ରଙ୍ଗରେ ବିଜ୍ଞାପନ ମଧ୍ୟ ତା'ର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ସ୍ୱୀକାର କରିଥାଏ । 'ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଦେଖିଲାବେଳେ ତା'ର ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଜନିତ ବସ୍ତୁର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରଚାର ଦେଖାଯାଉଥିବା ସ୍ୱାଭାବିକ ମାୟାରେ ଆହ୍ୱାନ କରେ । ଏତେବେଳେ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ସୃଜନକଳାର ରୂପ ପରିଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । 'କହିଲାଣିଲେ କଥା ସୁନ୍ଦର' ଭାବଟିକୁ ଯଦି ବିଜ୍ଞାପନ ନିଜର ପ୍ରଚାର ଧର୍ମୀତାରେ ଉଦ୍ଭୁତେଇ ନ ପାରେ ତେବେ ତା'ର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ବିଫଳିତ ହୁଏ । କଥନ ଭଙ୍ଗୀରେ ଚମତ୍କାରିତା, ପ୍ରଭାବମୟତାର ପ୍ରଦର୍ଶନ ଲକ୍ଷିତ ହେଲେ ବିଜ୍ଞାପନଟି ସହଜରେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିପାରେ ।

ପ୍ରଚାରଧର୍ମୀତା ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରମୁଖ କଳାତ୍ମକ ଆଭିମୁଖ୍ୟ । ବିଜ୍ଞାପନର ଏଇ ପ୍ରଚାରଧର୍ମୀତା ପରୋକ୍ଷ ଭଙ୍ଗରେ ହେଲେ ଏହାର କଳାତ୍ମକ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ସାଧୁତ ହୋଇଥାଏ । ସୂଚନାତ୍ମକ ଭାବେ ଚିତ୍ର, କ୍ଲୋଗାନ୍, ବକ୍ତବ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପନା କରି ଗଣମୁଖ୍ୟ ସଚେତନତା ଓ ସେବା ପ୍ରଦର୍ଶନ ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟତମ କଳାତ୍ମକ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି । ଏହାଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବସାୟିକ ସଫଳତା ମିଳିବା ସହିତ ଗଣଯୋଗାଯୋଗର ପ୍ରଶଂସାୟନ କରାଯାଇ ପାରିବ । ଗୋଟିଏ କଥାରେ କହିଲେ - "ପୋଥିଏ

କଥାର ମର୍ମବାଣୀକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ମାତ୍ର କେତୋଟି ଚାହାଣୀରେ ସଜାଇ ଦେଇପାରେ । ଟିକକ ଚାହାଣୀରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖି ନୂଆକାହାଣୀ ସୃଜିପାରେ ତାହା କେବଳ ତା'ର ସ୍ମୃତନ୍ତ ସାହିତ୍ୟ କଳାତ୍ମକ ବୋଲି ବିବେଚନା କରାଯାଇପାରେ । ■ (ନିମ୍ନ ସମ୍ପିତ, ଯୋଗଯୋଗର ଭାଷା, ପୃଷ୍ଠା - ୧୦୪)

### ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାର ଓ ପ୍ରସ୍ତୁତି :

'ବିଜ୍ଞାପନ' ଏକ କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶ, ଲଳିତ ଉଦ୍‌ଘୋଷଣ, ଲାଭଦାୟୀ ଦସ୍ତାବିଜ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହାର ପ୍ରକାର ଓ ପ୍ରସ୍ତୁତି ପ୍ରକ୍ରିୟା ବେଶ୍ ଯୋଜନାବଦ୍ଧ । ବବିଧ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଏହା ନିଜକୁ ପ୍ରକାଶିତ ଓ ପ୍ରସାରିତ କରୁଥିବାରୁ ଏହା ଅତ୍ୟନ୍ତଶୀଳ, ମାର୍ଜିତ, ଆକର୍ଷିତ ଭାବେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଏକ ସ୍ୱାଭାବିକ ପ୍ରକ୍ରିୟା । ବିଭିନ୍ନ ହୋଡ଼ିଂ କରିଥାରେ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଉଦ୍‌ଘୋଷିତ ହୋଇ ଜନ-ମନକୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବା ସହିତ ଏହା ନିଜେ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗର ଏକ ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇଯାଇଥାଏ । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜ୍ଞା, ତକୂର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ଭାଷା ମାଧ୍ୟମ- ପୃ.୪୮୭) । ମାତ୍ର 'ଖବରକାଗଜ' ପରି ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଏହା ଚିତ୍ରାୟାତ ଓ ଶ୍ଳୋଗାନଧର୍ମୀ ହୋଇ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇ ଗଣମାନଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ହାସଲର ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖୁଥାଏ ଚିନ୍ତୁ ଯେତେବେଳେ ଏଇ ବିଜ୍ଞାପନ 'ଚଳକିତ୍ତ' କିମ୍ବା 'ଦୂରଦର୍ଶନ' ଆଦିରେ ରୂପାୟନ ଲଭି ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହୁଏ ସେତେବେଳେ ଏହା ଅଧିକ ଜୀବନ୍ତ ହୋଇ ଦର୍ଶକ-ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଭାବମୟତା ପ୍ରକଟରେ ସମର୍ପି ହୁଏ । ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନିଜକୁ ବିଜ୍ଞାପିତ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଏହାର ତେଣୁ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଆବଶ୍ୟକତା ପଡ଼ିଥାଏ ଓ ଏହାର ପ୍ରସ୍ତୁତି ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାର ଭେଦରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥିବାର ମଧ୍ୟ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରାଯାଏ ।

ବ୍ୟବସାୟିକ ସଂସ୍ଥାମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ପ୍ରସ୍ତୁତି କରାଯାଇଥାଏ । ସାମଗ୍ରୀର ଉତ୍ପାଦକ ଏହାକୁ ପ୍ରୟୋଜନ ଭିତ୍ତିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କରିଥାନ୍ତି । ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ମତାମତ, ଚାହିଦାକୁ ସକାରାତ୍ମକ ରୂପେ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାକୁ ଯେଉଁ ଯୋଜନାଟି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ତାହା ହେଉଛି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସାମଗ୍ରୀ ପାଇଁ ବା ଉତ୍ପାଦନ ପାଇଁ ଉଦ୍‌ଘୋଷିତ ବିଜ୍ଞାପନ । ଏହାର ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ପ୍ରସାରଣ ସ୍ୱଳ୍ପ ସମୟ ଆଧାରରେ ହେଉଥିବାରୁ ଏଥିରେ ଦୀର୍ଘବିଳମ୍ବ ଉପେକ୍ଷିତ ଓ ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ କଳାତ୍ମକ ପ୍ରତିବେଦନ କେବଳ ଗ୍ରହଣୀୟ ହୋଇଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନଟିଏ ପ୍ରସ୍ତୁତି କଲାବେଳେ ଏହା କେତୋଟି ସୋପାନର ଶ୍ରେଣୀଭୁକ୍ତ ହୁଏ । ପ୍ରତିଟି ସୋପାନ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ କରନ୍ତି ବିଜ୍ଞାପନର ମନୋରଞ୍ଜନଧର୍ମୀତା, ପ୍ରଲୋଭନ ଜନିତ ପ୍ରଭାବ, ଶ୍ଳୋଗାନର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ଗ୍ରହଣୀୟ ଭାବଧର୍ମୀତାକୁ; ଯାହା ଉପରେ ନିର୍ଭର କରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ସାମଗ୍ରୀର ବହୁଳ ବିକ୍ରୟ ଓ ଚତୁର୍ଜନିତ ଲାଭଦାୟୀ ପ୍ରସଙ୍ଗ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରତିଟି ସୋପାନ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରନ୍ତି; ଯାହାର ସାମାନ୍ୟ ତୁଟିରେ ବିଜ୍ଞାପନଟିର ବ୍ୟବସାୟିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ କ୍ଷୁର୍ଣ୍ଣ ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଥାଏ । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜ୍ଞା, ତକୂର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ) ।

### ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଥମ ସୋପାନ :

ପ୍ରଭାବ ବିସ୍ତାର କରିବା ବିଜ୍ଞାନର ପ୍ରଥମ ସୋପାନ । ବିଜ୍ଞାପନଟି ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଉପରେ କେତେଦୂର ପ୍ରଭାବ ବିସ୍ତାର କରିବ ତାହା ବିଚାର୍ଯ୍ୟ । ଭାବ ଓ ଭାଷାକୁ ନେଇ ଉତ୍ପାଦିତ, ବିଜ୍ଞାପିତ ପଦାର୍ଥର ଗ୍ରାହକତା ପାଇଁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆକର୍ଷଣ, ପ୍ରଲୋଭନ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ତାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ରଖି ବିଜ୍ଞାପନ-ପ୍ରସ୍ତୁତକର୍ତ୍ତା ବିଜ୍ଞାନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରନ୍ତି । ଏଥିପାଇଁ କେତେକକର ଯୌଥ ସହଯୋଗ ପଡ଼ିଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନଟିକୁ ରୋଚକ, ଶାଦ୍ଧିକ ଓ ଦୃଶ୍ୟାୟିତ କରିବାରେ ମାଧୁର୍ଯ୍ୟମୟ ଶବ୍ଦବ୍ୟଞ୍ଜନା ସହ ଆକର୍ଷିତ ପ୍ରସଙ୍ଗୋଚିତ ଚିତ୍ର ଆଙ୍କିବାରେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ରୁଚିମତେ ଉପଯୁକ୍ତ ବିଜ୍ଞାପନ ଲେଖକ, ଚିତ୍ରଶିଳ୍ପୀଙ୍କ ସହାୟତା ନେବା ନିହାତି ଜରୁରୀ । ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ ଯୌଥକଳା । ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଉପାଦାନ ହେଲା—

(କ) ପ୍ରସ୍ତୁତିକର୍ତ୍ତା ପ୍ରୟୋଜନ ।

(ଖ) ଲେଖକ ।

(ଗ) ଦୃଶ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପନ ପାଇଁ କଳାକାର ।

(ଘ) ଉପସ୍ଥାପନା ।

ଉପାଦିତ ବସ୍ତୁର ଯଦି ଅନ୍ୟ ପ୍ରତିଯୋଗୀ ଉପାଦକ ଥାଆନ୍ତି ତେବେ ସମଗୋଚ୍ଚାୟ ନିଜ ଉପାଦିତ ପଦାର୍ଥକୁ କିପରି ପ୍ରଭାବନିଷ୍ଠ ବିଜ୍ଞାପନ ମାଧ୍ୟମରେ ବଜାର ପ୍ରବେଶ କରାଇ ହେବ, ତାହାକୁ ମଧ୍ୟ ଏହି ସୋପାନରେ ବିଚାର ବିବେଚନା କରିଥାନ୍ତି ପ୍ରୟୋଜକ ବା ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତକର୍ତ୍ତା ।

### ବିଜ୍ଞାପନର ଦ୍ୱିତୀୟ ସୋପାନ :

ବ୍ୟୟ ଅଟକଳ ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଦ୍ୱିତୀୟ ସୋପାନ । ଏହା ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରମୁଖ କାର୍ଯ୍ୟ । ବିଜ୍ଞାପନର ଆକୃତି ବଡ଼ ହେଲେ ଅଥବା ବ୍ୟୟର ସମ୍ଭାବନା ଥାଏ । 'ବିଜ୍ଞାପନ' ପ୍ରତି କୌଣସି ଗ୍ରାହକୀୟ ପ୍ରତିକୂଳ ମାନସିକତାକୁ ଏକାଠିଯିବାର ଉଦ୍ୟମ ଏଇ ସୋପାନରେ କରାଯିବା ସହିତ ବିଜ୍ଞପିତ ପଦାର୍ଥ ପ୍ରତି ଗ୍ରାହକୀୟ ବିଶ୍ୱାସନୀୟତାର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନଟିକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ଚିତ୍ର ଓ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ରେ ମଣ୍ଡିତ କରି କିପରି ଗ୍ରାହକକୁ ଉପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀ ପ୍ରତି ଆକୃଷ୍ଟ କରାଯାଇ ପାରିବ ତା'ର ମଧ୍ୟ ଚର୍ଚ୍ଚନା କରାଯାଇଥାଏ । ତେଣୁ ଆୟ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଏଠି ବ୍ୟୟକୁ ଲାଭାମ ଦେବାର ପ୍ରୟାସ କରିଥାନ୍ତି ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତକାରୀ ପ୍ରୟୋଜକ । ଆକୃତିରେ ବିଜ୍ଞାପନଟି ଏପରି ହେବା ଉଚିତ୍ ଯାହା କ୍ଷଣିକ ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ତା'ର ସାମଗ୍ରିକ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଆକର୍ଷିତ କରି ଉପଭୋକ୍ତାକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିପାରୁଥିବ; ତା'ର ଆଗ୍ରହଶୂନ୍ୟ ମାନସିକତାକୁ ଆନ୍ଦୋଳିତ କରିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ପରିପୋଷିତ କରିପାରୁଥିବ ।

### ବିଜ୍ଞାପନର ମୂର୍ତ୍ତୀ ସୋପାନ :

ଦ୍ରବ୍ୟର ଚାହିଦା ଅନୁସାରେ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତି କରାଯାଏ । 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ପ୍ରୟୋଜକ ବା ପ୍ରସ୍ତୁତିକର୍ତ୍ତା ବିଜ୍ଞପିତ ହେବାକୁ ଥିବା ଉପାଦ, ସେବା ବା ସାମଗ୍ରୀର ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା କେତେ ହୋଇପାରେ, ସେମାନେ କେଉଁ ଆର୍ଥିକ ବର୍ଗର, ଲିଙ୍ଗଭେଦରେ କେଉଁ ଶ୍ରେଣୀର ଓ କେଉଁ ବୟସର ତାହାକୁ ଆକଳିତ କରି ତଦନୁସାରେ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥାନ୍ତି । ସାମଗ୍ରୀର ସର୍ବୋତ୍ତମ ମାନ, ଗୁଣାତ୍ମକ ଉପଯୋଗିତାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତିର ଭିତ୍ତିକଞ୍ଚ ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ । ବିଜ୍ଞପିତ ହେବାକୁ ଥିବା ଉପାଦ, ସେବା ବା ସାମଗ୍ରୀ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପାଇଁ କେତେଦୂର ଉପଯୋଗୀ ହେବ, ସେମାନେ କାହିଁକି ତା'ର ବିନିଯୋଗ ବା ଉପଯୋଗ କରିବା ଉଚିତ୍ ତାକୁ ସଂକ୍ଷେପରେ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ବା ଅଭିନୟ ବା ଚିତ୍ରାକାରରେ ପରିବେଷଣ କରାଯିବାର କଳ୍ପନା କରାଯାଇଥାଏ ଏହି ସୋପାନରେ । ତୃତୀୟ ଯତ୍ନ ପାଇଁ ବ୍ୟବହୃତ ସାମଗ୍ରୀ, କେଶ ପାଇଁ କେଶଟେଲ, ପ୍ରସାଧନ ପାଇଁ ପ୍ରସାଧନ ସାମଗ୍ରୀର ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ ନାରୀ-ପୁରୁଷର ଭେଦ କ୍ରମରେ ଉପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ଗ୍ରାହକ ବା ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ନିରୂପଣ କରି ତଦନୁସାରେ ଉପାଦର ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଜରୁରୀ ହୋଇଥାଏ ।

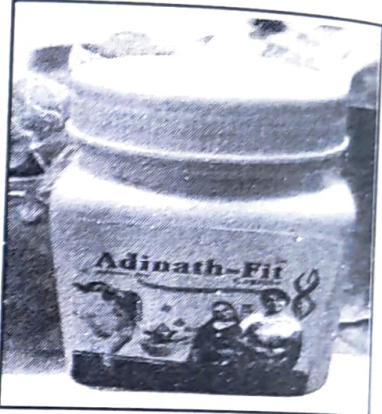
### ବିଜ୍ଞାପନର ଚତୁର୍ଥ ସୋପାନ :

'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ତତ୍ତ୍ୱଗତ ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଚତୁର୍ଥ ସୋପାନ । ପ୍ରସ୍ତୁତି ସମୟରେ ଯେଉଁ ଶ୍ଳୋଗାନ୍, ଚିତ୍ରଟା, ସୂଚନା ତଥା ପ୍ରଚାରଧର୍ମୀ ପରିଭାଷା, ପ୍ରୟୋଗ ବା ବ୍ୟବହାର କୌଶଳ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ବ୍ୟାପକ ଦୃଷ୍ଟି ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଯଦି ବିଜ୍ଞାପନରେ କୌଣସି 'ଛବି' ରହିବ ତେବେ ତାକୁ ଉପଲକ୍ଷ୍ୟ କରି କି ପ୍ରକାର ଶବ୍ଦ ଓ ଭାବ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ରେ ରଖାଯିବ ତା'ର ବିଚାର-ଆଲୋଚନା ମଧ୍ୟ କରାଯାଇଥାଏ । ଭାଷାଗତ ନିର୍ମାଣ କୌଶଳ ହେଉଛି - 'ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତିର ଏକ କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶ' । ଏହାର ସାର୍ଥକ ପ୍ରୟୋଗ ବା ବିନିଯୋଗ 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ସଫଳତାକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ । 'ଆକବର ଖାଁ ଗୁଡ଼ାଖୁ'ର ବିଜ୍ଞାପନରେ ଶ୍ରୀଦେବୀ ଆକବର ଖାଁ ଗୁଡ଼ାଖୁ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି; ତେଣୁ ତାହା ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ । ମାତ୍ର 'ବିଜ୍ଞାପନ'ଟିଏ କେବଳ ଅଧିକ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ନୁହେଁ । ଏହାର ଏକ ସାର୍ବଜନିନ ପ୍ରଭାବ ଥିବାରୁ ଏହାର ଭାଷା ଓ ଭାବର ଯୌକ୍ତିକ ପ୍ରୟୋଗ 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ପ୍ରସ୍ତୁତି କାଳରୁ ହିଁ ବିଚାର୍ଯ୍ୟ । ଯଦି 'ବିଜ୍ଞାପନ'ଟି ଶ୍ରୀବ୍ୟୟନୀ (ପ୍ରଚାର ମୁଖ୍ୟ

ଅବଲମ୍ବନ) ହୋଇଥାଏ ତେବେ ଏହାର ଭାଷାଧାର, ଗମ୍ଭୀର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ଓ ଉଚ୍ଚାରଣ ମଧ୍ୟ ତଦନୁସାରେ ମନ୍ତ୍ରର ହେବା ଉଚିତ୍ । ଅନ୍ୟଥା ଶୁଣୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ର ଆଭିମୁଖ୍ୟକୁ ଅବଧାରଣା କରିପାରେ ନାହିଁ । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜୀ, ଡକ୍ଟର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ) ।

ଲୋକକଥାର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପଂକ୍ତି, ଲୋକଗୀତର ଜନପ୍ରିୟ ପଦ, କ୍ଷୁଦ୍ରକ୍ଷୁଦ୍ର କବିତାର ମର୍ମସ୍ପର୍ଶୀ ପଦସମୂହକୁ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବହାର କରାଗଲାବେଳେ ଏହାର ଉତ୍ପାଦନସାମଗ୍ରୀ ସହ ସାମଞ୍ଜସ୍ୟ ଅଛି କି ନାହିଁ, ଯଦି ଅଛି ତାହା ସଠିକ୍ ଭାବେ ଆଭିମୁଖ୍ୟକୁ ସାକାର କରୁଛି କି ନାହିଁ, ତାହାର ଏହି ସୋପାନରେ ଆଲୋଚିତ ହୁଏ । ଶବ୍ଦ ବିନ୍ୟାସ ବା ଭାଷାପ୍ରୟୋଗ ଯେପରି ଭାବବାହୀ, ଶାଣିତ ହେବ ଓ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ହେବା ପ୍ରୟୋଜନ । ଗୋଟିଏ ଧାଡ଼ିର ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି ବା ଶ୍ଳୋକାନ୍ତ ଯେପରି ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ବହୁଗୁଣବତ୍ତା, ପ୍ରୟୋଜନୀୟତାକୁ ସୂଚିତ କରିପାରୁଥିବ, ସେ ସମ୍ପର୍କରେ ଏହି ସୋପାନର ଆଲୋଚନା ବେଶ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇଥାଏ । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜୀ, ଡକ୍ଟର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ) ।

ପୁନଶ୍ଚ ବିଜ୍ଞାପନ ହୋଡ଼ିଂର୍ଯ୍ୟା ବା ମୁଦ୍ରଣ ଆଧାରିତ ହୋଇଥିଲେ ସେଥିରେ ଉପଲକ୍ଷ୍ୟ ବା ଅବଲମ୍ବନ ଭାବେ ସ୍ଥାନିତ ଚିତ୍ରକୁ ଆଧାର କରି ବିଜ୍ଞପିତ ଉତ୍ପାଦର ଗୁଣ, ଉପଯୋଗିତା, ସୁଲଭତା, ସର୍ତ୍ତାଦିକୁ ନେଇ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଓ ସୂଚନାତ୍ମକ ବକ୍ତବ୍ୟ କିମ୍ବା ଶ୍ଳୋକାନ୍ତ ଦିଆଯିବା ଉଚିତ୍ । ଯଦି ବିଜ୍ଞାପନଟି ଦୃଶ୍ୟ, ଶ୍ରାବ୍ୟ ଓ ମୁଦ୍ରଣ ଏହିପରି ତିନୋଟି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଆଧାରରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ ତେବେ ସେଥିରେ ସଂଳାପର୍ଯ୍ୟା ବକ୍ତବ୍ୟ ଚରିତ୍ରାଭିମୁଖ୍ ଓ ଚିତ୍ରମୁଖ୍ ହୋଇ ପ୍ରୟୋଗ ହେବା ବାଞ୍ଛନୀୟ । ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବକ୍ତବ୍ୟ ଓ ଶ୍ଳୋକାନ୍ତର ଅତିରଞ୍ଜିତା ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ଓ ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ଗୁଣବତ୍ତା ପ୍ରତି ଗ୍ରାହକୀୟ ବିଶ୍ୱାସନିୟତାକୁ ହ୍ରାସ କରିବୋର ସମଗଭାବନା ଥାଏ । ଏପରିକି ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ଟି ଅନେକ ସ୍ଥଳେ ଜନତାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ହାସ୍ୟାସ୍ୱଦ ହୁଏ । ତେଣୁ ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିଜ୍ଞାପନଟିର ଭାଷା, ଶୈଳୀ ତଥା ଶବ୍ଦ-ବିନ୍ୟାସ ମନୋରଞ୍ଜନର୍ଯ୍ୟା, ରସିକତା ପ୍ରବଣ, ସଙ୍ଗୀତାଶ୍ରୟୀ ଭାବବୋଧରେ ଉଚ୍ଚକିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଯଥା -



“ଫିଟ୍ ଫାଟ୍ ଖାଆନ୍ତୁ  
ଫିଟ୍ ଫାଟ୍ ରହନ୍ତୁ ।”

‘ଫିଟ୍ ଫାଟ୍’ ବ୍ରାଣ୍ଡରେ ପ୍ରଚାରିତ ଏଇ ବିଜ୍ଞାପନର ଶବ୍ଦବିନ୍ୟାସ ଓ ପଦ ସଂଯୋଜନାରେ ଅଛି ଗୀତିମୟତା ଓ ଛନ୍ଦବଦ୍ଧତା ଯାହା ଗ୍ରାହକୀୟ ଭାବାବେଗକୁ ସଂଜତ କରି ତାକୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଉତ୍ପାଦ କ୍ରୟ ପାଇଁ ଅଭିପ୍ରେରଣା ଦେଇ ପାରିବ ।

**ବିଜ୍ଞାପନର ପଞ୍ଚମ ସୋପାନ :**

ବିଜ୍ଞାପନର ପଞ୍ଚମ ସୋପାନ ହେଲା ଆଇନଗତ ଦିଗ । ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସ୍ତୁତିର ଏହା ହେଲା ସୋପାନଗତ ଅତିମ ବା ପରିଣତି ପର୍ବ । ବିଭିନ୍ନ ତର୍କ, ଆଲୋଚନା ଓ ବ୍ୟବହାରିକତା ବା ପ୍ରୟୋଗାତ୍ମକ ଚିନ୍ତନର ବିବିଧ ପରୀକ୍ଷା ନିରୀକ୍ଷାରେ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରସ୍ତୁତି ଶେଷ ହେଲେ ତାହା ପ୍ରସାରଣ ବା ପ୍ରକାଶନ ମୁଖୀ ହୋଇଥାଏ । ଏତେବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସାରଣ ସେବାର ଆଇନଗତ ବ୍ୟବସ୍ଥା ପ୍ରତି ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ହୋଇଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନ ପାଠକ/ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଓ ଚିନ୍ତାଶକ୍ତିକୁ ସଚକ୍ଷ ଓ ସୂଚୀତ୍ର ଭାବେ କିପରି ପ୍ରଭାବିତ ଓ ଆକୃଷ୍ଟ କରାଯାଇ ପାରିବ ସେଥିପାଇଁ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ର ଏକ ସୁନ୍ଦର ‘ଶିରୋନାମା’ ଦିଆଯାଇ ତାକୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଶୀର୍ଷ ସ୍ଥାନରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଏ ଯେପରିକି ପାଠକର ଦୃଷ୍ଟି ପ୍ରଥମେ ହିଁ ତା’ ଉପରେ ପଡ଼ିବ । ଯଦି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବକ୍ତବ୍ୟରୂପେ କିଛି ଥାଏ ତେବେ ତାକୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟଶୀୟ ସ୍ଥାନରେ ଷ୍ଟିକରିଂ କରାଯାଇପାରେ । ବିଜ୍ଞପିତ ଉତ୍ପାଦିତ ବସ୍ତୁର ବିଜ୍ଞାପନ ଉପରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ କମ୍ପାନୀର ଠିକଣା, ଇ-ମେଲ୍, ଫୋନ୍-ନମ୍ବର, ଟ୍ରେଡ଼ମାର୍କ ଆଦି ରହିବା ଉଚିତ୍ । ବିଜ୍ଞାପନଟିକୁ ଜନତାଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଜ୍ଞପିତ କରାଯିବା ପୂର୍ବରୁ ଏାର ବକ୍ତବ୍ୟ କ’ଣ ରହିବ, ଆଭିମୁଖ୍ୟକୁ କି

ପ୍ରକାର ରଙ୍ଗରୂପ, ଶବ୍ଦଭାବ ଦେଇ ସାଧାରଣରେ ସୂଚିତ କରାଯିବ; ତା'ର ଶେଷସ୍ପର୍ଶ ବହନ କରିଥାଏ ବିଜ୍ଞାପନର ଆଲୋଚ୍ୟ ସୋପାନଟି ।

**ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ :**

ଓଡ଼ିଶାର ବିଶିଷ୍ଟ ସୁନା ବ୍ୟବସାୟୀ 'ଲାଲଚାନ୍ଦ ଲୁଧଲର୍ସ' ଗ୍ରାହକକୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବାକୁ ଜାରି କରିଥିବା ଏହି ବିଜ୍ଞାପନରେ 'ଫୁଡ଼ମ୍ ଧମାକା ଅଫର' ଶୀର୍ଷକରେ କମ୍ପାନୀର ବିବିଧ ଅଙ୍ଗୀକାର ଓ ଗ୍ରାହକୀୟ ପ୍ରଲୋଭନ ସୃଷ୍ଟି ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଛନ୍ତି । ଯଥା—

(କ) ଗୋଲଡ ଏନ୍ ହୋମ (ଖ) ଭୁବନେଶ୍ୱର ପ୍ଲଟ (ଗ) ୧୪ କେ.ଜି. ସୁନାଗହଣା (ଘ) ୨୫% ରିହାତି (ଙ) ୧୦ ଲକ୍ଷ ଟଙ୍କା କ୍ୟାସ୍ ବ୍ୟାଙ୍କ, (ଚ) ୫୦୦୦ ଯକାର କ୍ରୟ ଉପରେ ଲକ୍ଷପତି ଯୋଜନା ।

ଏହା ବ୍ୟତୀତ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସାରଣର ସମୟ, ମୁଦ୍ରଣର ଆୟତନ ଓ ହୋଡ଼ିଂ ଲଗାଯାଉଥିବା ସ୍ଥାନର ଗୁରୁତ୍ୱ ମଧ୍ୟ ବିଚାରକୁ ନିଆଯାଏ । ଦରକାର ପଡ଼ିଲେ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଗଣମୁଖ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ ଶ୍ରାବ୍ୟ, ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ଓ ଛାପା ମାଧ୍ୟମକୁ ପ୍ରଚାରର ଆଧାର ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇ ପ୍ରତ୍ୟେକ ମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆଲୋଚ୍ୟ ମଧ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇପାରେ ।

ଆଞ୍ଚଳିକ ସ୍ତରରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷାରେ ବିଜ୍ଞାପିତକରାଯିବାର ନିଷ୍ପତ୍ତି ନିଆଯାଉଥିବାବେଳେ, ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରାଦେଶିକ ଭାଷାକୁ ଆଧାର କରି ନଚେତ୍ କେବଳ ହିନ୍ଦୀ ଭାଷାରେ ହିଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ବିଜ୍ଞାପନଟି ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ସ୍ତରରେ ସାର୍ବଜନୀନ ହୋଇପାରେ । ଅବଶ୍ୟ ଏଥିପାଇଁ କୌଣସି ଅଞ୍ଚଳକୁ ବା ଭାଷାଭାଷୀକ ଭାବାବେଗକୁ ଆଘାତ ହେବାପରି ଶ୍ଳୋଗାନ, ବକ୍ତବ୍ୟାଦି ରଖିବା ଅନୁଚିତ । ଗୋଟିଏ କଥାରେ ଜହିଲେ ବିବିଧ-ସୋପାନ ଦେଇ ପ୍ରସ୍ତୁତ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ପ୍ରଚାର ଓ ପ୍ରସାରଣ କାଳକୁ ଏକାନ୍ତ କଳାତ୍ମକ, ବ୍ୟଞ୍ଜନଧର୍ମୀଣାଳ ଓ ଗଣରୁଚି ହୋଇ ପ୍ରକାଶିତ ବା ପ୍ରସାରିତ ହେଲେ ଏହାର କଳାତ୍ମକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସାକାର ହୁଏ । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜୀ, ତକ୍କର ନୃସିଂହ - ଯୋଗାଯୋଗର ଭାବବିନିମୟ ) ।

**ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଶୈଳୀ :**

- (କ) ଲୋକସଂପର୍କ ବିଜ୍ଞାପନର ଶୈଳୀ ।
- (ଖ) ବ୍ୟାବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନର ଶୈଳୀ ।

**ଲୋକସଂପର୍କ ବିଜ୍ଞାପନ :**

ଲୋକ ସଂପର୍କ ବିଜ୍ଞାପନ ଉପଦେଶାତ୍ମକ । ଏହା ସେବା ମୂଳକ ଓ ସଚେତନମୂଳକ । 'ବିଜ୍ଞାପନ' ବୈଷୟିକ ବା ଦୃଢ଼ିକେନ୍ଦ୍ରିକ ବିପଣନର ପରିପ୍ରଚାର ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଥିଲେ ବି ଏହାର ଭିତ୍ତି ଯେ 'ଲୋକସଂପର୍କ' ସହ ଜଡ଼ିତ ଏହା କହିବା ଦାହୁଲ୍ୟ ମାତ୍ର । ଶ୍ରାବ୍ୟ, ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ, ମୁଦ୍ରିତ ଓ ହୋଡ଼ିଂ ଆଦିରେ ପ୍ରସାରିତ ଓ ପ୍ରଚାରିତ ସକଳ ବିଜ୍ଞାପନର ପୂର୍ଣ୍ଣ ହେଉଛନ୍ତି ଲୋକ । ସେଇମାନଙ୍କ ପାଇଁ ହିଁ ବିଜ୍ଞାପନର ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଘଟେ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଲୋକସଂପର୍କ ଏକାନ୍ତ ଅନୁରକ୍ତ ଓ ଅବିରକ୍ତ । ଲୋକଙ୍କ ସ୍ଥିତି, ମାନସିକତା, ଗ୍ରାହକୀୟ ଚାହିଦାକୁ ଉଦ୍‌ଜୀବିତ କରି ବିଜ୍ଞାପନର ଆତ୍ମ ପ୍ରକାଶ ଘଟିଥାଏ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି ଲୋକସଂପର୍କ ଗଢ଼ି ତୋଳିବାର ଏକ କୁବେରୀୟ ଠାଣି । ଏହାଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ସହ ଲୋକ-ସେବା ସଂଯୁକ୍ତ ହୁଏ ଓ ଆର୍ଥିକ କାରବାର ପ୍ରକ୍ରିୟା ମଧ୍ୟ ସଂଯୁକ୍ତ ହୋଇଥାଏ ।

ଲୋକସଂପର୍କ ଜନିତ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଲୋକସଂପର୍କ ଗଢ଼ିବାରେ ବିଜ୍ଞାପନର ଭୂମିକା ମୁଖ୍ୟତଃ ଗୋଟିଏ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ଗୋଟିଏ ସ୍ୱର । ପ୍ରମୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟା ଓ ବୈଷୟିକ ପ୍ରଗତି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଏଇ ବିଜ୍ଞାପନ ଯେ ଗୋଟିଏ ବୃହତ୍ତର ଗ୍ରାହକଗୋଷ୍ଠୀ ତିଆରି କରି ନିଜର ସ୍ଥିତିକୁ ତଦନୁସାରେ ରାଷ୍ଟ୍ରମୁଖ୍ୟ ଓ ବିଶ୍ୱମୁଖ୍ୟ କରି ପାରିଛି ଏହା ଅସ୍ୱାକୃତ ହେବାର ନୁହେଁ । ଓଡ଼ିଶାର ପଖାକଂସା, ଆଞ୍ଚର ଭଟିଲି, କେରଳର ନଡ଼ିଆତେଲ, କଲିକତାର ମାଛ, କିମ୍ବା ହାଇଦ୍ରାବାଦର ବିରିଆନି ଆଜି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଞ୍ଚଳର ଲୋକପ୍ରିୟତା ବା ଲୋକସଂପର୍କ ମଧ୍ୟରେ ସାମିତ ନୁହେଁ; ବରଂ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଆଧାର କରି ଏହାର ଚର୍ଚ୍ଚା ଓ ବିଜ୍ଞାପନ ରାଷ୍ଟ୍ରମୁଖ୍ୟ ହୋଇ

ଉପରୋକ୍ତ ଆଞ୍ଚଳିକ ଉତ୍ପାଦସହ ସମଗ୍ର ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଜନ-ମନକୁ ସଂଯୁକ୍ତ କରି ଆଲୋଚ୍ୟ ଉତ୍ପାଦସମଗ୍ରକୁ ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟମାନ ପ୍ରଦାନ ସମର୍ଥ ହୋଇଛି । ଏତ ଗୋଟିଏ ଉଦାହରଣ ମାତ୍ର ।

ବିଜ୍ଞାପନ ମାଧ୍ୟମରେ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଯେ ବିଶ୍ୱାସନୀୟ ଭାବମୂର୍ତ୍ତି ଗଢ଼ିଉଠିବା ସମ୍ଭବ ହୋଇଛି ଏହା ଅସ୍ୱାକୃତ ହେବା ନୁହେଁ । ଜର୍ମାନ, ଇଟାଲି, ଜାପାନ ଆଦି ପ୍ରସ୍ତୁତ ବିବିଧ ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାରିକ ବୈଷୟିକ ସାମଗ୍ରୀର ବିଜ୍ଞାପନ ଭାବରେ ଲୋକଙ୍କ ସହ ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କରି ଏ ଦେଶରେ ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ସଞ୍ଚାଳନ ଓ ତତ୍ତ୍ୱନିତ ବୈଷୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧିକୁ ମଧ୍ୟ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରୁଛି । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଲୋକ ସମ୍ପର୍କ ଅପ୍ରତିହତ ଓ ଚିରନ୍ତନ । ଏପରିକି ଉତ୍ପାଦକାରବାର କମିଗଲେ ବି ତିଆରି ହୋଇଥିବା ଲୋକସମ୍ପର୍କର ସୂତ୍ରଟି ଅତୁଟ ରହିଥାଏ ।

ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଜନିତ ବିଜ୍ଞାପନ ସାଧାରଣ ବିଜ୍ଞାପନ ଠାରୁ ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଅବଶ୍ୟ ଭିନ୍ନ । ଏହା ଗୁରୁତ୍ୱ ଥାଏ ଜନସଚେତନତା ଉପରେ । ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ଏଠି ଗୌଣ । ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ କିନ୍ତୁ ଏକ, ଯେ ଜନସଚେତନତା ବୃଦ୍ଧି ଓ ସୁଲଭ ଜଙ୍ଗରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର ପ୍ରାପ୍ତି । ସରକାର ବା ସମାଜସେବା ସଂଗଠନ ଆଦି ଜନହିତରେ କିଛି ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି । ଅଂଶୁଘାତ, ଏଡ୍‌ସ, ରକ୍ତଦାନ, ଯୌତୁକ ନିରୋଧ, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ସେବା ସଚେତନତା, ବିଦ୍ୟୁତ୍ ଓ ଜନଯୋଗ ପ୍ରକ୍ରିୟାଜନିତ ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ଜନାଭିମୁଖୀ କରି ସାମାଜିକ, ସେବାମୂଳକ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଆଧାରିତ ବିଜ୍ଞାପନ ଅନେକ ସମୟରେ ପ୍ରଚାରିତ ଓ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ । ସମସାମୟିକ ଦୁଃସ୍ଥିତି, ବିପର୍ଯ୍ୟୟ, ବ୍ୟାଧି, ଅସହାୟତାରୁ ରକ୍ଷାପାଇବା ଓ ସଚେତନ ହେବା ପାଇଁ ଏଥିରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ଜାଗ୍ରତ କରିବା, ସୂଚନା ଦେବା, ଅନ୍ୟାୟ ବିରୋଧରେ ପ୍ରତିବାଦ କରିବାକୁ ପ୍ରେରଣା ପ୍ରଚୋତନା ଓ ଅଜ୍ଞାକାର ରହିଥାଏ । ♦(କ୍ଷତ୍ରଜ୍ଞା, ତକ୍କର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ ) ।

ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଜନିତ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ଯେପରି ସାଧାରଣ ଜନତା ନିଜର ନ୍ୟାୟିକଦାବା, ଅଧିକାର ସାବଧାନ କରିପାରିବେ, ଉପଭୋକ୍ତ ଭାବେ ସୁରକ୍ଷିତ ରହିପାରିବେ, ଠକାମିରୁ ବର୍ଜିପାରିବେ ଆଦି ଦିଗରୁ ସଚେତନତା ଓ ସଚର୍ଚ୍ଚିତ ବାର୍ତ୍ତା ପରିପ୍ରଚାର ଓ ପ୍ରସାର କରିଥାନ୍ତି । ‘ଜାଗ ଗ୍ରାହକ ଜାଗ’ ପରି ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଜିନିଷ କ୍ରୟ-ବିକ୍ରୟ କାଳରେ ଜନତାଙ୍କୁ ନିଜର ନ୍ୟାୟିକ ଦାବା ଓ ଅଧିକାର ପ୍ରତି ସଚେତନତା କରିଥାଏ ଲୋକ-ସମ୍ପର୍କ ଜନିତ ଜନହିତରେ ଜାରି ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ । ଖାଉଟିଭାବେ ଠକାମିରେ ନ ପଡ଼ିବା ପାଇଁ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଏହା ସଚେତନ କରିଥାଏ । ଏଥିରେ ଆହୁନଥାଏ - “ଅଧିକାର ଦାବି କରନ୍ତୁ । ପ୍ରତିକାର ବିଷୟରେ ସଚେତନ ରୁହନ୍ତୁ ।”

ସେହିପରି ‘ଅଂଶୁଘାତ’ରୁ ରକ୍ଷା ପାଇବା ପାଇଁ ସରକାର ଖରାଦିନେ ସତର୍କତାମୂଳକ ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି । ଏହି ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଜନିତ ବିଜ୍ଞାପନଟି ବହୁଜନହିତୀୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହାର ଶ୍ଳୋଗାନ୍, ସଂକୀର୍ତ୍ତ, ଦୃଶ୍ୟ ଓ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି ସବୁ କିଛି ସାଧାରଣଜନତାଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସମର୍ପିତ ହୋଇଥିବାରୁ ଏ ପ୍ରକାର ସବୁ କିଛି ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସମର୍ପିତ ହୋଇଥିବାରୁ ଏ ପ୍ରକାର ବିଜ୍ଞାପନରେ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ସଂଯାତ ପ୍ରକ୍ରିୟାଟି ବେଶ୍ ବ୍ୟାପକ ଓ ଜନପ୍ରିୟ ହୋଇଥାଏ । ତେବେ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଜନିତ ବିଜ୍ଞାପନର ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଓ ବାର୍ତ୍ତା ଅଧିକ କଳା ପାଟବତାର ବାହକ ଅନ୍ୟ ତୀର୍ଥରେ ସାହିତ୍ୟିକ ବ୍ୟଞ୍ଜନାରେ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତିତ । ଲୋକସମ୍ପର୍କ, ସଚେତନତା, ବୁଝାମଣା, ମାନସିକତାରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଓ ପ୍ରଚୋତନା ଆଦି ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସାହିତ୍ୟ ଭାବ ଓ ଭାଷାର ଯଥାର୍ଥ ପ୍ରଚାରକ ଓ ପ୍ରସାରକ । ବିଜ୍ଞାପନ ଯେତେବେଳେ ଏଇ ଭାବ ଓ ଭାଷାକୁ ଅନୁସରଣ କରେ ସେତେବେଳେ ତା’ର ଲୋକସମ୍ପର୍କରେ ଆସିଥାଏ ତମଜାର ଅଭିବୃଦ୍ଧି । ‘ପାଣିପିଲ ଜାଣି ପଇସା ନେବ ଗଣି’ - ଏହା ଏକ ଗଣମୁଖୀ ସାହିତ୍ୟିକ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି । ମାତ୍ର ବିଶୁଦ୍ଧ କଳ ପ୍ରାପ୍ତି ପାଇଁ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ସଚେତନ କରିବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଯେତେବେଳେ ଏହାକୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ ସେତେବେଳେ ବି ସାକ୍ଷର, କି ନିରକ୍ଷର ସମସ୍ତଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ଏକ ସଚେତନ ଧର୍ମୀ ବାର୍ତ୍ତାରେ ପରିଣତ ହୁଏ ।

ଗୋଟିଏ ସାହିତ୍ୟିକ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି ଦେଇ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ପାଳଟିଯାଏ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ରକ୍ଷାରେ ସଚେତନତା ବିଜ୍ଞୁଥିବା ମାଧ୍ୟମଟିଏ । ଅର୍ଥାତ୍ ବିଜ୍ଞାପନକଳା ଯେତେବେଳେ ସାହିତ୍ୟର ନାନ୍ଦନିକ-ଭାବୋଦ୍ଧାପକ କଳାତ୍ମକ ଅଭିପ୍ରାୟଟିକୁ ଅବଲମ୍ବନ କରେ ସେତେବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନ ଲାଭଦାୟକ ମନୋଭାବଟି ସେବା ଆଧାରିତ ହୋଇଉଠେ, ଗୋଟିଏ ଆଦର୍ଶର ବାଉଁ ପ୍ରଚାରରେ ଅଧିକ ଉନ୍ମୁଖ ହୋଇପଡ଼େ । ଏତେବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନର ସ୍ୱର୍ଣ୍ଣାତ ମହତ୍ତ୍ୱଟି ଝଲସି ଉଠେ । ଲୋକସମ୍ପର୍କ ରକ୍ଷାରେ ଏହାର ସର୍ବବାଦୀ ଭୂମିକାଟି ବେଶ୍ ଦୃଶ୍ୟାୟିତ ହୁଏ ।

ବିଜ୍ଞାପନର ଲୋକସମ୍ପର୍କ, ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଜନିତ ବିଜ୍ଞାପନର ଚିତ୍ରାୟନ ଓ ସ୍ୱାରାଭାସ ଠାରୁ ପ୍ରଭେଦ ଦର୍ଶାଏ । ଦ୍ୱିତୀୟଟିରେ ଲୋକଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଜ୍ଞାପନଟି ସମର୍ପିତ ହୋଇ ସେମାନଙ୍କୁ ଲାଭ ଅପେକ୍ଷା ସେବା, ସୂଚନା ଦେବାକୁ ଅଙ୍ଗୀକାରବଦ୍ଧ ଥିବାବେଳେ, ପ୍ରଥମଟିରେ ବିଜ୍ଞପିତ ଉତ୍ପାଦବସ୍ତୁର ଗୁଣ, ମାନର ପରିପ୍ରଚାର ସହ ଲୋକମାନଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ଗ୍ରାହକୀୟ ଚାହିଦାକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ତତ୍ତ୍ୱଜନିତ ବ୍ୟବସାୟିକ ଲାଭ ଓ ଫାଇଦା ଉଠାଇବାର ଅଭିପ୍ରାୟଟି ଅବଧାରିତ ହୋଇଥାଏ । ଲୋକମାନସିକତାକୁ ଅନୁଶୀଳନ କରି ତାକୁ ବିବିଧମାର୍ଗରେ ପ୍ରଲୋଭିତ କରିବା ଓ ଲାଭ ଉଠାଇବା ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ଲୋକସମ୍ପର୍କ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବାର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ।

ଏଥିପାଇଁ ଉତ୍ପାଦର ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାମାନେ ବିଭିନ୍ନ ଅବଲମ୍ବନ, କୌଶଳ, ଚରିକା, ତଥା ଫସି-ଫିକର କରିଥାନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଚାରିତ ଓ ପ୍ରସାରିତ ବିଜ୍ଞାପନରେ । ଗୋଟିଏ କିଣିଲେ ଦୁଇଟି ମାଗଣା, ଲକି-ତ୍ରରେ ସୁନା, ଜମି ପ୍ରାପ୍ତି, ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ମୂଲ୍ୟର ପଦାର୍ଥ କିଣିଲେ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ପରିମାଣର ରିହାତି ଆଦିର ସୁବିଧା ଘୋଷଣା କରି 'ଲୋକସମ୍ପର୍କ ବିଜ୍ଞାପନ' ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ପ୍ରୟାସ କରିଥାଏ । ଲୋକଙ୍କ ଆବେଗ, ମାନସିକତା ଓ ଭାବନାକୁ କବଳିତ କରି ଏଦାୟଶ ବିଜ୍ଞାପନରେ ବିବିଧ ଶ୍ଳୋଗାନ, ଅଭିପ୍ରାୟଧର୍ମୀ ବିବରଣୀ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଜନସଚେତନତାକୁ ମଧ୍ୟ ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ସମାନଭାବେ ଅଙ୍ଗୀକାର ଦେଇଥାଏ । କେବଳ ଲୋକଙ୍କୁ ପ୍ରଲୋଭିତ କରି ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ଉଠାଏ ନାହିଁ ଲୋକସମ୍ପର୍କର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ କିଛି ସାମାଜିକ ଅବଦାନ ରଖିବାକୁ ମଧ୍ୟ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ବିଜ୍ଞାପନ ଉଦ୍‌ଘୋଷଣା କରିଥାଏ ।

ଅପରପକ୍ଷରେ ବ୍ୟାବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାନ ପ୍ରଯୋଜକର ରୁଚି, ଭାଷା, ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ଚରିତାର୍ଥ କଲାଭଳି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ । କହି ବୋଲି ଜାଣିଲେ ପଚାମାଛ ମଧ୍ୟ ସଜ ମାଛପରି ବିକ୍ରି ହୋଇପାରେ । ଖରାପ ଦ୍ରବ୍ୟକୁ ମଧ୍ୟ ଲାଭଥାଇ

ବିକ୍ରି ହୋଇପାରେ । ବ୍ୟାବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଚରିତାର୍ଥ କରିବା ପ୍ରଧାନ କାର୍ଯ୍ୟ । ଖାଦ୍ୟକୁ ଭଲଖାନ୍ତେ ଖରାପ ଦ୍ରବ୍ୟକୁ ଭଲ ଦ୍ରବ୍ୟ ମାଦକ ଦ୍ରବ୍ୟକୁ ଅମାଦକ କରିବା ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଘଟିଥାଏ । ଯଥା—

- (କ) ଗୁଡ଼ାଖୁ ଘଷିଲେ ଦାନ୍ତ ସଫା ରହେ (ଚିତ୍ରରେ ସିନେମା ହିରୋଇନଙ୍କ ସଫା ଦାନ୍ତ)
- (ଖ) ତିନିବର୍ଷରେ ଡବଲ ଲାଭ (ଚିଟଫଣ୍ଟ କମ୍ପାନୀ)
- (ଗ) ହାଡ଼ ମଜଭୁତ ହେବ (ହରଲିକ୍ସ, ବର୍ଷଭିଟା)
- (ଘ) ଟାଟା ସଲ୍‌ଚର ଗୁଣବତା
- (ଙ) ବିବିଧ କ୍ଲସିଫାଇଡ଼ ବିଜ୍ଞାପନ (ଫିଟ୍‌ଫାଟ, ଯୌନମୂଳକ, ଚାକିରି ଇତ୍ୟାଦି)
- (ଚ) ଭଲ ଘିଅ, ଭଲ ତେଲ, ଭଲ ଖାଦ୍ୟ ଇତ୍ୟାଦି ପାଇଁ ବ୍ୟାବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ।

**ବିଜ୍ଞାପନ : କଳା, ସାହିତ୍ୟ ଓ ଭାଷା :**

**କଳା ଓ ସାହିତ୍ୟ :**

ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ କଳା । ବିପରଣର ଆଦର ପାଇଁ ଏହା ଏକ ମାଧ୍ୟମ । ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ଏକ କଳାବାଚକ ପ୍ରକରଣ ଓ ସାହିତ୍ୟଧର୍ମୀ ପରିପ୍ରକାଶର ଏକ ନାନ୍ଦନିକ ବିନ୍ୟାସ । ‘ସାହିତ୍ୟ’ ଏକ ସୃଜନକଳା ଓ କଳ୍ପନା ଆଧାରିତ ଏକ ବ୍ୟଞ୍ଜନାତ୍ମକ ଅବବୋଧ ହେଲାବେଳେ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ଉଭୟ କଳା ଓ ସାହିତ୍ୟ ପର୍ଯ୍ୟାୟଭୁକ୍ତ ହୋଇ ତତ୍କାଳୀନ ପ୍ରଭାବ ସୃଷ୍ଟିରେ ଆପଣା ସାମର୍ଥ୍ୟ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ ।

‘ସାହିତ୍ୟ’ ଏକ ବୃହତ୍ତର ପରିସରରେ ନିଜର ଦର୍ଶନ, ଆଭିମୁଖ୍ୟ, ଆଦର୍ଶ ଓ ବାର୍ତ୍ତାକୁ ସଞ୍ଚାଳିତ କଲାବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନରେ କଳାପାଟବତା ସାହିତ୍ୟର ଏଇ ସକଳ ଗୁଣଧର୍ମକୁ ଖୁବ୍‌ବେଶୀ ସୁଚନାତ୍ମକ ଢଙ୍ଗରେ କେତୋଟି ମିନିଚିତ୍ର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ କଳେବର ମଧ୍ୟରେ ବାକ୍‌ମୟ କରିବାର ଅଭିଳାଷ ରଖିଥାଏ । ସାହିତ୍ୟର ପ୍ରଭାବ ଅନେକତଃ ସର୍ବଜନଗ୍ରାହୀ ଓ ସର୍ବକାଳୀନ ହେବାର ଅପେକ୍ଷା ରଖିଥିବାବେଳେ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ର ପ୍ରଭାବ ତତ୍କାଳୀନ ଏକ ବୃହତ୍ତର ଗଣ-ପ୍ରଭାବ ସୃଷ୍ଟିରେ ସମର୍ଥ ହୁଏ । ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟ ଓ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଆଧାର କରି ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ନିଜର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶ ଓ ପରିପ୍ରକାଶ କରିଥାଏ ତଥା ସାହିତ୍ୟରୁ ଭାବ, ରସ, ବ୍ୟଞ୍ଜନାକୁ ଉଧାର ନେଇ ନିଜର ଏକ ଚମତ୍କାରୀ କଳେବର ଗଢ଼ିବାରେ ସମର୍ଥ ହୋଇଥାଏ । ସାହିତ୍ୟ ଓ ବିଜ୍ଞାପନ ଉଭୟ ନିଜ ନିଜ ଢଙ୍ଗରେ ଲୋକଗୁଡ଼ିକୁ ଜାଗ୍ରତ କରିବାର ଅଭିପ୍ରାୟ ପୋଷଣ କରିଥାନ୍ତି । ଗଣମାନସକୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ଆପଣାର ଅଜ୍ଞାକାରଓ ପ୍ରତିବନ୍ଧତାକୁ ଉଭୟ ସାହିତ୍ୟ ଓ ବିଜ୍ଞାପନ ପରିଚ୍ଛନ୍ନ କରିଥାନ୍ତି । ସାହିତ୍ୟ ତା’ର ବହୁଳ କଥକତାରେ ଏକ ଦୀର୍ଘ ସମୟାନୁସାରୀ ସଞ୍ଚାର ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଗଣଜୀବନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କଲାବେଳେ, ବିଜ୍ଞାପନର ଗତିଶୀଳତା ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ ସୁତୀକ୍ତ, ବ୍ୟାପକ ତଥା ଏକକାଳୀନ ବହୁଜନକୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରୁଥିବା ଲକ୍ଷିତ ହୁଏ ।

ସାହିତ୍ୟରେ କଳାଥାଏ କଳ୍ପନା ବିଳାସ । କଳ୍ପନା ହିଁ ସାହିତ୍ୟର ବାସ୍ତବତାକୁ ଗତିଶୀଳ କରାଇବାର ଯସ୍ତି ରୂପେ ବିବେଚିତ । ମାତ୍ର ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ରେ ସାହିତ୍ୟର ବ୍ୟଞ୍ଜନା ଥିଲେ ବି ଏହା କଳ୍ପନା ନୁହେଁ ବରଂ ବାସ୍ତବତାକୁ ଅଜ୍ଞାକାର ଦେଇଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପିତ ଉପାଦ ବା ପଦାର୍ଥ ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ରୂପେ ଜନସମ୍ପର୍କରେ ଓ ବ୍ୟବହାରରେ ଆସୁଥିବାରୁ ତା’ର ବିଜ୍ଞାପନ କଳ୍ପନା-କଳାକୁ ଗ୍ରହଣ ନ କରି କେବଳ ବ୍ୟଞ୍ଜନାକୁ ଗ୍ରହଣ କରେ; ନାନ୍ଦନିକତାକୁ ଏକ ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ରୂପ ଦେଇ ବାସ୍ତବତାକୁ ହିଁ ପ୍ରକଟିତ କରିବାର ପ୍ରତ୍ୟେକ୍ଷ ଦିଏ ।

ସାହିତ୍ୟରେ ଥିବା ଅତିକଥକତା ଓ ଅତିରଞ୍ଜିତ ପ୍ରବଣତା କିନ୍ତୁ ବିଜ୍ଞାପନ-କଳାରେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅନ୍ତର ହୋଇନଥାଏ । ନିଜର କଳାତ୍ମକ ବା ନାନ୍ଦନିକ ଭାବର ପରିପ୍ରକାଶ ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନ ଅତିରଞ୍ଜିତ ପ୍ରଚାର ମୁଖୀ ହେବା କିଛି ନୁଆ କଥା ନୁହେଁ । ଲଙ୍କାର ପ୍ରବଳ ରାଗ-ଗୁଣର ପରିପ୍ରଚାର ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନରେ ସୁତୀକ୍ତ ହୋଇଥାଏ - “ଫାଲେ ଖାଇଲେ ଭାଲେ ପିଇବ,



ଲେଖକର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ପ୍ରତିପାଦନ ପାଇଁ - “ପାଳେ ଚିପୁଡ଼ିଲେ ତାଳେ ବାହାରିବ” ପରି ବ୍ୟଞ୍ଜନାତ୍ମକ ପରିଭାଷା ହିଁ ବିଜ୍ଞାପନର ଉଚିତ ଭାବର ଅତିରଞ୍ଜିତତାକୁ ହିଁ ସ୍ପଷ୍ଟ କରିଥାଏ । ଅନ୍ୟ ଅର୍ଥରେ କହିଲେ ଏଥିରେ କଳାଅଛି, ସାହିତ୍ୟର ବ୍ୟଞ୍ଜନା ଓ ଅତିରଞ୍ଜିତା ଅଛି; ଯାହା ତା’ର ହାସ୍ୟ-ଲାସ୍ୟରେ ଜନମନକୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବାର ମାଧ୍ୟମ ହୋଇପାରିଛି ।

ସାହିତ୍ୟ ପରି ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ ସୃଜନ-କଳା । ଉଭୟ ଭିତ୍ତୁ ନିଜ ନିଜ ମାର୍ଗରେ ସୁନ୍ଦର ସୃଜନ କଳାରେ ପ୍ରସଙ୍ଗ, ଘଟଣାବିତର ପ୍ରଚାର ତଥା ପ୍ରସାର କରିବାରେ ନିଯୋଜିତ । ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି ବସ୍ତୁ-ବିକ୍ରୟର ଏପରି ଏକ ପ୍ରଚୋଦିତ ବକ୍ତବ୍ୟ ଯାହାର କହିବାର ତନ୍ତ ନିଆରା ଓ ପ୍ରଭାବନିଷ୍ଠ ! ଏହା କେବଳ ସମ୍ଭବ ହୋଇଥାଏ ତା’ର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶ ଓ ସାହିତ୍ୟଧର୍ମୀ ବ୍ୟଞ୍ଜନାର ଗ୍ରାହ୍ୟତା ଯୋଗୁଁ । କଥାରେ ଅଛି - “କହି ଜାଣିଲେ କଥା ସୁନ୍ଦର”, “କହି ବୋଲି ପାରେ ଯିଏ, ପତା ଚିପୁଡ଼ି ବିକେ ଯିଏ” । ଅର୍ଥାତ୍ ନିଜ ଉପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ଭଲ-ମନ୍ଦ ଗୁଣ ଥିଲେ ବି ତାକୁ ବିକ୍ଷେପିତ କଲାବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନ ତା’ର ଭଲଗୁଣର ଏପରି ପ୍ରଚାର କରନ୍ତି; ଯେଉଁଥିରେ ପତାଚିକ୍ଷୁଡ଼ି ପରି ଉପାଦ ବା ପଦାର୍ଥର ମନ୍ଦଗୁଣଟି ତାଙ୍କି ହୋଇଯାଏ । ଏହା କେବଳ ସମ୍ଭବ ହୁଏ ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ-କଥକତା ପାଇଁ; ଯେଉଁଥିରେ ସାହିତ୍ୟର ଜଗ-ବିକାଳି, ପ୍ରକାଶ-ପ୍ରଚରଣ ବା ବୌଦ୍ଧିକ ଚିନ୍ତନ କେବଳ ବ୍ୟଞ୍ଜନା ମାଧ୍ୟମରେ ହିଁ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହୋଇଥାନ୍ତି । କହିବାର ତନ୍ତକୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର କଳାତ୍ମକ ଅଭିପ୍ରାୟ । ସାହିତ୍ୟରେ ଏଇ କଳା ଥିଲେ ବି ତାହା ଏହି ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଭାବନାଭାବ ଆଛନ୍ଦୁ ନୁହେଁ; ଯାହା କେବଳ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରସ୍ତୁତି ପ୍ରକ୍ରିୟାଟି ଲକ୍ଷ୍ୟଶାୟ ହୋଇଥାଏ ।

ସାହିତ୍ୟ ସମାଜକୁ ଦିଗ୍‌ବର୍ତ୍ତନ ଦିଏ । ଭଲ-ଭେଲର ନିର୍ଦ୍ଦାରଣରେ ନୀତି ଆଦର୍ଶର ବଖାଣ କରେ । ମାତ୍ର ବିଜ୍ଞାପନ ତା’ର କଳାତ୍ମକ ପରିପ୍ରକାଶରେ କେବଳ ବ୍ୟବସାୟିକ ଭଲ-ଭେଲର ହିସାବନିକାଶ କରି ‘ଭଲ’ର ହିଁ ଗୁଣଗାନ କରେ ଓ ଆତ୍ମିକ ପ୍ରଶଂସାରେ ଶତମୁଖ ହୋଇଥାଏ । ଆତ୍ମପ୍ରଚାର ହେଉଛି ‘ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳଲକ୍ଷ୍ୟ’ । ସାହିତ୍ୟ ପ୍ରଚାର ଧର୍ମୀ ନୁହେଁ; ଆଦର୍ଶଧର୍ମୀ । କୌଣସି ବ୍ୟବସାୟିକ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ନେଇ ସାହିତ୍ୟ ବା ସୃଜନାତ୍ମକ-କଳାର ପରିପ୍ରକାଶ ହୋଇନଥିବା ବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନ ଏପରି ଏକ ସୃଜନାତ୍ମକ-କଳା; ଯାହାର ବ୍ୟବସାୟିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ମନୋଭାବ ଓ ଲାଭଖୋର ପିପାସାରେ ସ୍ଵାତ ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି ଏକ ଆତ୍ମଧର୍ମାନ୍ୱିତ ସୃଜନ କଳା; ଯାହାର ଗଣପ୍ରଭାବ ଖୁବ୍ ବଳିଷ୍ଠ ଓ ଅନତିକ୍ରମଶାୟ ।

ବିଜ୍ଞାପନ କେବଳ ଆପଣାର ପ୍ରଚାର ଦ୍ଵାରା ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ଉପାଦିତ-ବସ୍ତୁ କ୍ରୟପ୍ରତି ଅନୁଗତ କରାଇପାରେ । ତା’ର ବକ୍ତବ୍ୟ ଓ ଶ୍ଳୋଗାନରେ ମନପରିବର୍ତ୍ତନ ରେ ସହାୟକ ହୁଏ । ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଚାରକଳା ଅନ୍ୟକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ରଖିଥାଏ; ଫଳରେ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ବୃଦ୍ଧିରେ ଏହା ସହାୟକ ହୁଏ । ସାହିତ୍ୟରେ ଥିବା ଲୋକପ୍ରଭାବ ଦ୍ଵାରା ଏହା ପ୍ରଭାବିତ । ବିଜ୍ଞାପନ ତା’ର ଏହି କହିବାର ତନ୍ତଟିକୁ ସାହିତ୍ୟରୁ ହିଁ ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନ ନିଜସ୍ଵ ଉପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ଲୋକପ୍ରିୟତା ପାଇଁ ପ୍ରଚଳିତ ଜଗ, ଜମାଳି, ନୀତିବାଚୀ, ଲୋକ-ବଚନ ଆଦିକୁ ସମୟେ ସମୟେ ଆଶ୍ରା କରିଥାଏ । ଆଦିକାଳି ଜନହିତରେ ଜାତି ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ଅଭିନୟ ସୂତ୍ରରେ ଜଗଜମାଳିକୁ ଆଧାର କରି ସାହି-ବସ୍ତିରେ କଳାକାରଙ୍କ ଦ୍ଵାରା ଅଭିନୀତ ହୋଇ ବିବିଧ ସଚେତନତାର ବାର୍ତ୍ତା ଦେବାରେ ଉଦାହରଣ ଯୋଗ୍ୟ ହୋଇପାରିଛି । ଯୌତୁକ ବିରୋଧ, ନୀତି ନିର୍ଦ୍ଦାୟନ, ଏଡ଼ସ, ସ୍ଵାସ୍ଥ୍ୟରକ୍ଷା, ସୁଛତା ଆଦିର ପରିପ୍ରଚାର ପାଇଁ ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ଅନେକତଃ ପାଲା, ଦାସକାଠିଆ, ଗାଡ଼ିନାଟ୍ୟ ଆଦିକୁ ଆଧାର କରି ପ୍ରଚାରିତ ଓ ପ୍ରସାରିତ । ଏହା ଅବଶ୍ୟ ପରିପ୍ରଚାର ହେବାକୁ ସାହିତ୍ୟ ଅନୁଶୀଳନ ପରି ଏକ ଦୀର୍ଘ ସମୟର ଅପେକ୍ଷା ରଖେ ।

ସାହିତ୍ୟ ତା’ର ନିଜସ୍ଵ ପ୍ରଭାବ, ଉଚ୍ଚୁଷ୍ଟତା ଓ କୁସିଦ୍ଧ ଧର୍ମରେ ଲୋକମାନସରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ ସାହିତ୍ୟିକ ଉଦ୍ୟମ କରି ନ ଥାଏ । ତାହା ଉଚ୍ଚୁଷ୍ଟ ସାହିତ୍ୟର ପରିଭାଷା ଆପଣାଛାଏଁ ତିଆରି ହୋଇଯାଇଥାଏ । ମାତ୍ର ବିଜ୍ଞାପନକଳାଟି ଜନହିତକୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବା ଏବଂ ବିବିଧ ଉପାୟ ବା ଅବଲମ୍ବନକୁ ଆଧାର କରି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାର ପ୍ରଭାବ ସ୍ଵତନ୍ତ୍ର୍ୟ ନୁହେଁ; ପ୍ରାୟୋଜିତ । ତେଣୁ ସାହିତ୍ୟ ଓ ବିଜ୍ଞାପନ-କଳାର ପ୍ରଭାବଗତ ପରିଚିତି ପରସ୍ପର ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରଭେଦ ଦର୍ଶାଏ ।

### ବିଜ୍ଞାପନ ଭାଷା :

ଭାଷା ହେଉଛି ସାହିତ୍ୟ-ଭାବୋଦ୍ଭବର ପରମଶକ୍ତି । ଏହାକୁ ବାଦ୍ ଦେଇ ସାହିତ୍ୟର କଳ୍ପନା ଅସମ୍ଭବ । ମାତ୍ର ବିଜ୍ଞାପନକଳାରେ ଉଭୟ ଚିତ୍ର ଓ ଭାଷା ବିଜ୍ଞପିତ ବସ୍ତୁଟିର ପରିପ୍ରଚାର ପାଇଁ ଉଦ୍ୟୋଗୀ ରୂପେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ରଙ୍ଗୀନ ଛବି, ଚିତ୍ର, ଫଟୋ, ଅଭିନୟ-ରୀତିର ସହାୟତାରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଆକର୍ଷିତ ହୁଏ । ବିଭିନ୍ନ ହୋର୍ଡିଂମାନ ନିର୍ବାକ୍ ହେଲେ ବି ଚିତ୍ର ଓ ବକ୍ତବ୍ୟରେ ଏମାନେ ପ୍ରାଣବାନ୍ ମନେ ହୁଅନ୍ତି । ଏଥିରେ ବର୍ଣ୍ଣନାର ବ୍ୟାପକତା କି ଥାଏ; ଥାଏ ଚତୁରତା । ସାହିତ୍ୟ ହେଉଛି ଗୋଟିଏ ପରିପୂର୍ଣ୍ଣ କଳାତ୍ମକ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତି; ମାତ୍ର ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି ଏକ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ କଳାବାଚକ ପ୍ରଚାରମୁଖୀ ବ୍ୟବସ୍ଥା । ସଂକ୍ଷିପ୍ତବକ୍ତବ୍ୟ ଓ ସାମିତ ଶ୍ଳୋଗାନର ପରିଭାଷା ବିଜ୍ଞାପନର ବ୍ୟବହାର ପ୍ରଚାରମୁଖୀନତାକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରି ତା'ର ଅମିତ କଳା-ପାଟବତାର ପରିଚୟ ଦେବାରେ ସମର୍ଥ ହୋଇଥାନ୍ତି । ମାତ୍ର ଏଥିରେ ସାହିତ୍ୟ ପରି ସ୍ୱତଃସ୍ପୂର୍ତ୍ତତା ନ ଥାଏ; ଥାଏ ଏକ ପ୍ରାୟୋଜିତ ଭାବ, ଯାହା ଲୋକସମ୍ପର୍କ ରକ୍ଷା ଆଳରେ ନିଜର ବ୍ୟବସାୟିକ ମନୋଭାବକୁ ଏକଚାଟିଆ ଭାବେ ପ୍ରଚାରିତ କରିଥାଏ ।

ବିଜ୍ଞାପନର ଭାଷା ସୃଜନାତ୍ମକ ହୋଇଥାଏ । ଏହାର ଭାଷା ଆକର୍ଷକ । ଯଥା—

- (କ) ନୟର ଝାନ (ଖ) ଏକକୁସିଭ୍ (ଗ) କୁସିକ୍ (ଘ) ଗ୍ୟାରେଷ୍ଟେଡ୍ (ଙ) ଇନସ୍ପାଇରଡ୍ ଟୁ ଜେନେରେସନ  
(ଚ) ସ୍ଲୋଗାନ୍ ।

### ସ୍ଲୋଗାନ୍ :

- (୧) ପିଅନ୍ତୁ ଏଭର ଗ୍ରିନ, ରୁହନ୍ତୁ ଏଭରଗ୍ରିନ୍ ।  
(୨) କେଶବତୀ କନ୍ୟା, କେଶତାର ଧନ୍ୟା ।  
(୩) ଖାଆନ୍ତୁ ଫିଟ୍‌ଫାଟ୍, ରୁହନ୍ତୁ ଫିଟ୍‌ଫାଟ୍ ।  
(୪) ସବୁଠୁ ଭଲ, ବୈଦ୍ୟବୁଟି, ନଡ଼ିଆ ତେଲ ।  
(୫) ଥଣ୍ଡା ଥଣ୍ଡା, କୁଲ୍ କୁଲ୍ ।

‘ବିଜ୍ଞାପନ’ ଆଜି ଆଧୁନିକ ଜୀବନଶୈଳୀର ଏକ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଅଂଶ ହୋଇପଡ଼ିଛି । ଏହାର ସୂଚନାତ୍ମକ, ବ୍ୟଞ୍ଜନାତ୍ମକ ଆଦେଶ ଆଜି ସ୍ୱଚ୍ଛ-ବକ୍ତବ୍ୟରେ ବହୁ ଭାବ ଓ ଗୁଣର ପରିପ୍ରଚାରରେ ସମର୍ଥ ହୋଇଛି; ଯାହା ଆଜିର ଗଣମାନସକୁ ଦେଶ ପ୍ରଭାବିତ କରିଛି, କବଳିତ ମଧ୍ୟ । ବିଜ୍ଞାପନକଳା ଯେତେବେଳେ ସାହିତ୍ୟ କଳାକୁ ନିଜର ପରିପ୍ରଚାର ବା ଆତ୍ମପ୍ରକାଶର ମାଧ୍ୟମରୂପେ ଅବଲମ୍ବନ କରିଛି ସେତେବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନର ବ୍ୟବସାୟାକରଣ, ଲାଭଦାୟୀ ଅଭିପ୍ରାୟିକତା ଉଶାପଡ଼ିଛି; ସାହିତ୍ୟର ଆଦର୍ଶବୋଧରେ ସ୍ମୃତ ହୋଇ ଏହା ଅଧିକ ସେବାଭିମୁଖୀ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଓ ସଚେତନତାର ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରକାଶ କରିଛି ।

### ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟ - ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ :

ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଓ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନର ମହତ୍ତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଦିଗ । ବିଜ୍ଞାପନର ଏହା ଗୁଣବତ୍ତା ଓ ବ୍ୟାବସାୟିକ ଦିଗ । ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀର ଗୁଣବତ୍ତା, ମାନ, ମୂଲ୍ୟ, ବିଶ୍ୱସନୀୟତା, ପ୍ଲାୟାଭ୍ ଆଦିକୁ ପ୍ରଚାର ବା ପ୍ରସାର କରି ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିଥାଏ ବିଜ୍ଞାପନ । ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ସେଗୁଡ଼ିକ ଆତ୍ମ-ପ୍ରଚାରନିଷ୍ଠ ଓ ନିଜସ୍ୱ ଉତ୍ପାଦର ଉପଯୁକ୍ତ ଚିତ୍ର, ଶ୍ଳୋଗାନ, ବିବରଣୀ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାର-ପ୍ରସାରଣ କରି ଉପଭୋକ୍ତା ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଗ୍ରାହକୀୟ ମାନସିକତାକୁ ବିଜ୍ଞାପନମୁଖୀ କରିବା, ବଜାର ପ୍ରଦେଶକାଳରେ ସେବା ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ପ୍ରସାରଣ ଓ ଲାଭ ପ୍ରାପ୍ତି ପାଇଁ ପ୍ରୟାସ କରିବା । ବିଜ୍ଞାପନର ଆକର୍ଷିତ ଚେହେରା ଓ ଶ୍ଳୋଗାନ ଜନତାଙ୍କୁ ଉତ୍ସାହ ପ୍ରତି ଆକର୍ଷଣ କରାଇଥାଏ ଓ ଉତ୍ସାହ କ୍ରୟ ପାଇଁ ପ୍ରରୋଚିତ କରାଇଥାଏ ।

ଫଳରେ ବସ୍ତୁର ଗ୍ରାହକୀୟ ଚାହିଦା ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ଅଭିବୃଦ୍ଧି ହେବା ସହିତ ବିକ୍ରୟର ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ପରିସଂଖ୍ୟାନ ମୂର୍ତ୍ତିକୁ ପ୍ରତ୍ୟେକ କାର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଆଣିବା ପାଇଁ ଗୋଟିଏ ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କଲେ ବି - ଏହା 'ଗଣଯୋଗାଯୋଗ' ପ୍ରକ୍ରିୟାର ଗୋଟିଏ ଅବଲମ୍ବନ ରୂପେ ଗୃହୀତ ହୋଇଥାଏ । ନୂତନବସ୍ତୁର ବଜାର ପ୍ରବେଶ କାଳର ଚା'ର ଉପସ୍ଥିତିକୁ ଜନତାଙ୍କୁ ସୂଚାଇବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ 'ବିଜ୍ଞାପନ' । ଉତ୍ପାଦିତ ବସ୍ତୁର ଆବିର୍ଭାବ, ଉପଯୋଗିତା, ଆବଶ୍ୟକତା ପୂର୍ତ୍ତରେ ଚା'ର ଅବଦାନ ବା ସହଯୋଗ, ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସାମଗ୍ରୀର ସହଜ ଉପଲବ୍ଧି ଦେବାରେ ବିଜ୍ଞାପନର ଅଛି ଏକ ଅତୁଟ ମୂଲ୍ୟାବୋଧ । ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ମୂର୍ତ୍ତିକୁ ଏହା ବ୍ୟବସାୟୀଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କୁ ଯେପରି ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ଦିଏ ସେହିପରି ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ବସ୍ତୁର ଉପଯୋଗିତାକୁ ଉପଲବ୍ଧ କରାଇବାରେ ସହାୟକ ହୁଏ ଓ ଗ୍ରାହକ ସନ୍ତୁଷ୍ଟିକରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଏକ ମୁଖ୍ୟ-ଭୂମିକା ନିଏ । ♦ (ଷଡ଼ଙ୍ଗୀ, ଡକ୍ଟର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ମାଧ୍ୟମ- ପୃ. ୫୦୩) ।

ବିଜ୍ଞାପନ ସର୍ତ୍ତାବଳୀ ଦ୍ୱାରା ଉପଭୋକ୍ତାର ସାମଗ୍ରୀର ଉପଯୋଗିତା ଜନିତ ଶାନ୍ତି ଉପଲବ୍ଧ ସହିତ ଉତ୍ପାଦ-ସଂସ୍ଥାର ସୁନାମ ବଜାୟ ରହେ; ପ୍ରତିଯୋଗିତା ମୂଳକ ବଜାରରେ ଚା'ର ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ପର୍କ ଓ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ମଧ୍ୟ ଅତୁଟ ରହେ । ବିଜ୍ଞାପନର ଏତେବେଳର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଥାଏ ଗ୍ରାହକୀୟ ଚାହିଦାର ଓ ବ୍ୟବସାୟିକ ସୁନାମକୁ ଅତୁଟ ରଖିବା । ବିଜ୍ଞାପନର ସର୍ତ୍ତାବଳୀରେ ଯଦି ବିକ୍ରୟଯୋଗ୍ୟ ଉତ୍ପାଦର ବ୍ୟବହାର କାଳରେ ଚା'ର କୌଣସି ପାର୍ଶ୍ୱପ୍ରତିକ୍ରିୟା ଦେଖାଦିଏ, ଉତ୍ପାଦଟି ସମୟ ପୂର୍ତ୍ତୁ ଭାଙ୍ଗିଯାଏ ବା ଯୋଷିତ ଉପଯୋଗିତାର ପରିପୂର୍ଣ୍ଣ ଗ୍ରାହକୀୟ ସନ୍ତୁଷ୍ଟି ଦେବାରେ ଅସମର୍ଥ ହୁଏ ତେବେ ସର୍ତ୍ତାବଳୀରେ ଥିବା ଖରେଣ୍ଡି ଓ ଗ୍ୟାରେଣ୍ଡିକୁ ଆଧାର କରି ଉପଭୋକ୍ତା ଉତ୍ପାଦକ-ସଂସ୍ଥା ଠାରୁ ମୂଲ୍ୟାଟ୍ଟେରସ୍ତ ପାଏ, ପୁରୁଣା ସାମଗ୍ରୀକୁ ଫେରସ୍ତ ଦେଇ ଚା'ସୁନରେ ସେହି ସାମଗ୍ରୀକୁ ନୂତନଭାବେ ମଧ୍ୟ ପାଇବାର ହକ୍ ଅଭାବ କରିଥାଏ ।

ବିଜ୍ଞାପନଦ୍ୱାରା ବା ଉତ୍ପାଦର କର୍ତ୍ତା ଚାହାନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରଦତ୍ତ ବିଜ୍ଞାପନରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ହୋଇଥିବା ଅଙ୍ଗୀକାରବନ୍ଧ ସମସ୍ତ ସର୍ତ୍ତାବଳୀ ଉପରେ ଉପଭୋକ୍ତା ଆଶା ରଖି ଓ ଉତ୍ପାଦର ବ୍ୟବହାର କାଳରେ କୌଣସି ଅସୁବିଧାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଲେ ଏହା ସର୍ତ୍ତାବଳୀ ଆଧାରରେ ସେ ପୂର୍ଣ୍ଣ ଗ୍ରାହକୀୟଚୁପ୍ତି ଲାଭ କରୁ । 'ବିଜ୍ଞାପନ' ବିଜ୍ଞାପନଦ୍ୱାରାଙ୍କ ଏହା ଲକ୍ଷ୍ୟକୁ ପୂରଣ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହୋଇଥାଏ; ଯେତେବେଳେ ଗ୍ରାହକ ସେହି ସର୍ତ୍ତାବଳୀର ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିନିଯୋଗ କରି ନିଜର କୁତ୍ସିକ ଫାଇଦା ନିଏ । ତେଣୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟ କେବଳ ବ୍ୟବସାୟୀକରଣ ଭିତ୍ତିରେ ପ୍ରାୟୋଜିତ ନୁହେଁ; ଏହା ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ମାନସିକ ସନ୍ତୁଷ୍ଟି ଓ ଉତ୍ପାଦ କ୍ରୟକନିତ ପୂର୍ଣ୍ଣ ଉପଭୋଗ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ପ୍ରତିବେଦିତ ।

ଡକ୍ଟର ଷଡ଼ଙ୍ଗୀଙ୍କ ମତରେ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଉପସୂକ୍ତ ଉପଭୋକ୍ତା ସୃଷ୍ଟି କରି ବ୍ୟବସାୟିକ 'ଲାଭଖୋର' ମନୋଭାବକୁ ଚଳିତାଏ କରିବା ସହ 'ଉପଭୋକ୍ତା'ଙ୍କର ଉତ୍ପାଦର ଉପଭୋଗର ସାମାଜିକ ସମ୍ପର୍କାଧିକ କରେ, ସନ୍ତୁଷ୍ଟିଦିଏ, ଉତ୍ପାଦ ବା ଚଳେଇତ ପ୍ରତିଦୃଶିତା କରୁଥିବା ଉତ୍ପାଦର ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ସୂଚାଇବା ସହ ସଚେତନ କରାଏ, କୁତ୍ସିକ ଆଗ୍ରହକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦିଏ । ♦ (ଷଡ଼ଙ୍ଗୀ, ଡକ୍ଟର ନୃସିଂହ - ଭାବବିନିମୟ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ଭାଷା ମାଧ୍ୟମ- ପୃ. ୫୦୪) । ଯଦି 'ବିଜ୍ଞାପନ' ବି ବ୍ୟବସାୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ କାର୍ତ୍ତ ନ ହୋଇ 'ଜନହିତରେ କାର୍ତ୍ତ' ହୋଇଥାଏ ତେବେ ସେହି ଧର୍ମା 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଗୁଡ଼ିକ ଜନସଚେତନତା ସହ ଜନହିତ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ହିଁ ପ୍ରଚାରିତ ଓ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ସୁନକ୍ଷ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ନୂତନ ସାମଗ୍ରୀର ବଜାର ପ୍ରବେଶ ସହ, ପ୍ରଚଳିତ ବା ପୁରୁଣା ସାମଗ୍ରୀର ନବୀକରଣକୁ ବିଜ୍ଞାପିତ କରି ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଚଳେଇତ ସୂଚନା ଦେବାରେ ମଧ୍ୟ ସମର୍ଥ ହୁଏ । ଏହା ସହିତ ଉପଭୋକ୍ତାର କ୍ରୟସାମର୍ଥ୍ୟକୁ ଆକଳିତ କରିବା ପାଇଁ ନିଜସ୍ୱ ମୂଲ୍ୟସୂଚୀରେ ହ୍ରାସ, ମୂର୍ତ୍ତି ବା ସ୍ଥିରାବସ୍ଥାର ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକ ବସ୍ତୁଟିକୁ ନିଜର କ୍ରୟସାମର୍ଥ୍ୟ ମୂର୍ତ୍ତିକୁ କ୍ରୟଯୋଗ୍ୟ କି ନୁହେଁ ତାହା ବିଦାର କରି ଉଚିତ୍ ପଦକ୍ଷେପ ନେଇଥାଏ ।

କେତେକ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ମଧ୍ୟ ନିଜ ଉତ୍ପାଦସାମଗ୍ରୀକୁ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ପାଇଁ ଆର୍ଥୀକ ମୂର୍ତ୍ତିକୁ ସହଜଲଭ୍ୟ କରିବାକୁ ନିଜ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ କମ୍ ମୁଧାହାରରେ ଗଣଯୋଗାଇ ଦେବାର ଯୋଷଣାକୁ ବିଜ୍ଞାପିତ କରିଥାନ୍ତି । ଫଳରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ଏକ ଯୋଷଣାଦ୍ୱାରା

ନବନିର୍ମାଣ ଗଣସାଲାରରେ ଉତ୍ସାହପୂର୍ଣ୍ଣ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିବାର ସୁନିଧା ଉପଭୋକ୍ତା ପାଲଟାଏ । ନିଶ୍ଚୟ କରି ନାହିଁ, ଦୁଇଟି ଯାନ, ଚିନିଭଳିଆ ଯାତାବାଦୀ, ମାଲବାଦୀ ଯାନ ବିକ୍ରିକ୍ଷେତ୍ରରେ କମ୍ପାନୀଙ୍କର ଏଇ ‘ଗଣସାଲାର’ ନିଜସ୍ୱ ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ହାସଲ ସହ ସହକର୍ମିତ୍ରତାରେ ଗାଡ଼ିବେଳା ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ପୂରଣ କରିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ଏହିଭାବରେ ‘ବିଜ୍ଞାପନ’ର ଲକ୍ଷ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି, ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ସମୃଦ୍ଧି ଓ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ପରିପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବରେ ସେ ସାକାର ସୂଚ ଚାହା କରିବା କାର୍ତ୍ତବ୍ୟ ମାତ୍ର ।

**ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାର ଭେଦ :**

ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାରଭେଦ ନୂନସିଧା । ଏହା ଭାନ ଓ ଶୈଳୀ ତଥା ପ୍ରସାରଣ ଅନୁସାରେ ଜନନେତ୍ରକୁ ତଥା ଜନନଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରି ରଖିଥିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ପରିପୋଷିତ କରିଥାଏ । ବିବିଧତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଏହାର ଏକ ମୌଳିକ ପ୍ରକାରରେ ଗଠିତ । ଯଥା - (୧) ସରକାରୀ (୨) ବେସରକାରୀ (ବ୍ୟବସାୟିକ) ବିଜ୍ଞାପନ ।

ସରକାର ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ନିଜ ଉଦ୍ୟମରେ ପରିଚାଳିତ କେତେକ ବ୍ୟବସାୟ ସଂସ୍ଥା ଯଥା - ଓଡ଼ିଶା ଖୁସୁଖିଟ ନିଗମ (ଖୁସୁଖଡ଼ ବିଜ୍ଞା), ଲୋକସମ୍ପର୍କ ନିଭାଗ (ଓଡ଼ିଶା ଚିତ୍ର, ଉତ୍କଳ ପ୍ରସଙ୍ଗ ବିକ୍ରି), ଓଡ଼ିଶା ସାହିତ୍ୟ ସମାଜସଂସ୍ଥା (ପୁସ୍ତକ ପ୍ରକାଶନ ଓ ବିକ୍ରି), ବୟନ ଓ ଖିଦୀଖିଟ ନିଭାଗ (ଖିଦୀ ଓ ଲୁଗା ଆଦିର ବିକ୍ରି), ବିଦ୍ୟୁତ୍ ନିଗମ (ବିଦ୍ୟୁତ୍ ବିକ୍ରି), ଚ ସଞ୍ଚାରକ ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନ କାରି କରିଥାନ୍ତି । ସୁଣି ବୃତ୍ତିବ୍ୟବସ୍ଥା ଅର୍ଥାତ ‘ଚାଳିବା’ ଆଦି ପାଇଁ ପ୍ରାର୍ଥାତ୍ମକ ବିଜ୍ଞାପନ କାରି କରିଥାନ୍ତି । ଅନୁଭୂତ ଭାବେ ବେସରକାରୀ ବା ବିବିଧ କମ୍ପାନୀ, ବ୍ୟବସାୟୀ, ବେସରକାରୀ ଅନୁଷ୍ଠାନମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦ୍ୱାରା ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଓ ସଚେତନତା ପ୍ରଦର୍ଶନ ପୂର୍ବକ ବିବିଧ ବିଜ୍ଞାପନ ବିଜ୍ଞାପିତ କରିଥାନ୍ତି । ନିମ୍ନ ଭାଗରେ ଏହା ଆଲୋଚନାର ଅପେକ୍ଷା ରଖେ-

- (କ) ସରକାରୀ ବ୍ୟବସାୟାଳୟର ବିଜ୍ଞାପନ
- (ଖ) ସରକାରୀ ବୃତ୍ତିବ୍ୟବସ୍ଥା ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନ
- (ଗ) ସରକାରୀ ଜନସଚିତରେ କାରି ବିଜ୍ଞାପନ
- (ଘ) ଲୋକସଂଲୋଚନା ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଲାଭବାୟା ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ
- (ଙ) କ୍ଷୁଦ୍ରଫାଷଡ଼ ବିଜ୍ଞାପନ
- (ଚ) ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିଜ୍ଞାପନ (ଶ୍ରଦ୍ଧାଞ୍ଜଳି, ଶ୍ରଦ୍ଧାହତ୍ୟା, କୃତି-କୃତିତ୍ୱ, ନିବୃତ୍ତିତ୍ୱ)
- (ଛ) ପ୍ରତ୍ନତତ୍ତ୍ୱ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଜ୍ଞାପନ
- (ଜ) ଦୂତ୍ୟ ଶ୍ରାବ୍ୟ ଧର୍ମ ବିଜ୍ଞାପନ
- (ଝ) ଧୋଡ଼ିଂ ପୂଜାରେ ବିଜ୍ଞାପନ

**(କ) ସରକାରୀ ବ୍ୟବସାୟାଳୟର ବିଜ୍ଞାପନ :**

ସରକାରୀ ବ୍ୟବସାୟାଳୟର ବିଜ୍ଞାପନ ଗଣସୂଚିତ୍ୟା ପାଇଁ ଓ ଜନସଚେତନ ପ୍ରଦାନ ।

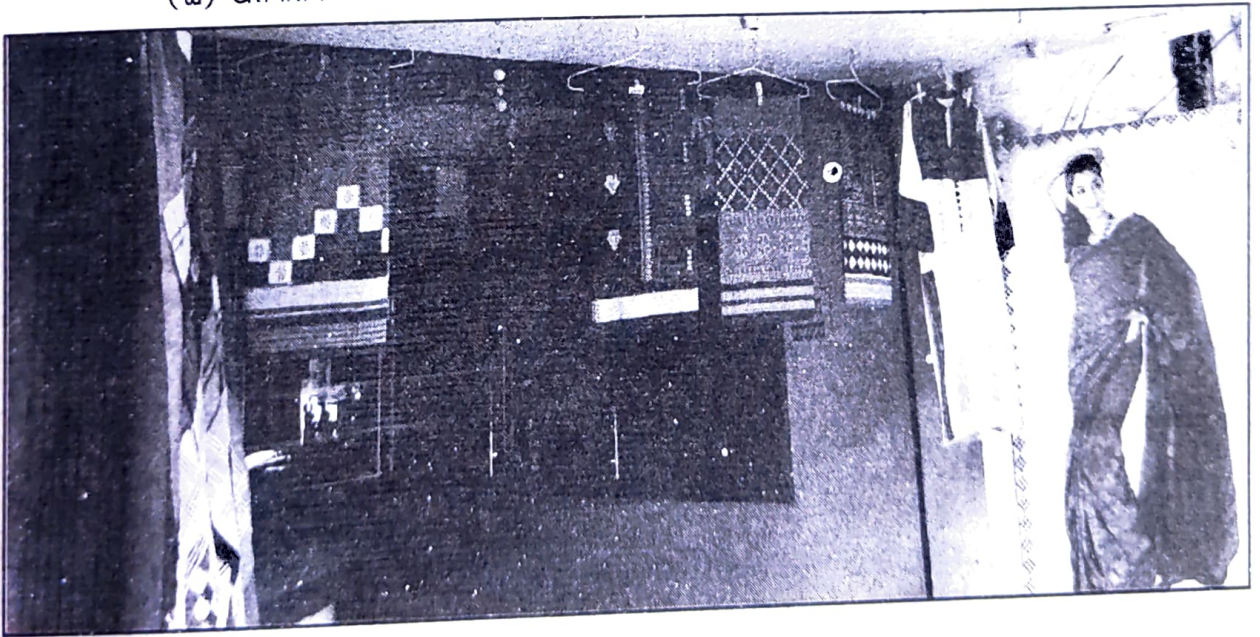
ସରକାରୀ ନିଧାନ, ନିଗମ ଓ ସଂସ୍ଥା ନିର୍ଦ୍ଦୟ ଭାବରେ ଉଦ୍ୟ ଉତ୍ପାଦନ କରିଥାନ୍ତି । ସେ ସବୁର ବିଭିନ୍ନ ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନ କାରି କରିଥାନ୍ତି । ବର୍ତ୍ତମା ସଂସ୍ଥା, ବ୍ୟାପକ ବା ନିଗମାଭିତ୍ତିକ ଉତ୍ପାଦ ବା ସଂଗୃହୀତ ଉତ୍ପାଦକୁ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚାଇବା ପାଇଁ ଚେଳିଚଳନ, ପ୍ରଚାରପତ୍ର, ଖବରକାଗଜର ମଧ୍ୟମରେ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରସାର ଓ ପ୍ରଚାର କରିଥାନ୍ତି । ପ୍ରସାଧ୍ୟାୟ ସରକାରୀ ଧରଣେ ଏପ୍ରକାର ବିଜ୍ଞାପନ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେବା ପାଇଁ କରାଯାଉଥାଏ । କମ୍ପାନୀଭିତ୍ତିକ ଉତ୍ପାଦନର ଉପଭୋକ୍ତାଗଣ, କର୍ମଚାରୀଙ୍କୁ ସଚେତନ କରିବାର ପ୍ରୟାସ, ପ୍ରଚଳିତ ପ୍ରଥା ତଥା ସଂସ୍କୃତିକୁ ପୁରସ୍କୃତ କରାଯାଇଥାଏ ।

ବିଜ୍ଞାପନଟି ସରକାରୀ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହା ବିବିଧ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ବିଚାର-ବିବେଚନା କରାଯାଇ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ସରକାରୀ ଉଦ୍ୟମରେ ସଂଗୃହୀତ ଓ ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀ ବିକ୍ରୟରେ ଯେଉଁ ବିଜ୍ଞାପନ ବିଜ୍ଞପିତ ତାହାର ଲାଭଖୋର ପ୍ରୟାସ ଆଦୌ ପ୍ରତିଦୃଢ଼ମୂଳକ ନୁହେଁ; କେବଳ ଜନତାଙ୍କ ସୁଖସୁବିଧା, ସେବା, ସୂଚନା, ରିହାତି ମୂଲ୍ୟରେ ସାମଗ୍ରୀ ଯୋଗାଣର ଏକ ଜନହିତକାରୀ ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଥାଏ । ଯେଉଁ ସବୁ ଉତ୍ପାଦନ କରିଥାନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ - । ଯଥା : (କ) ଖଦୀ ଉଦ୍ୟୋଗ, (ଖ) ବୟନଶିଳ୍ପ, (ଗ) ଲୋକସମ୍ପର୍କ, (ଘ) ବିଦ୍ୟୁତ୍ ଶିଳ୍ପ, (ଙ) ଯୋଗାଣ, (ଚ) ଜେଲ, ସଂସ୍କୃତି-ପର୍ଯ୍ୟଟନ ।

ଏହି ସବୁ ବିଭାଗ ସୌଜନ୍ୟରୁ ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରାଯାଇଥାଏ । ଖଦୀ/ବସ୍ତାଦି/ପତ୍ର-ପତ୍ରିକା/ବିଦ୍ୟୁତ୍/ଚିନି/ଲୁହାଛଡ଼ା/କିରୋସିନ୍/ଗ୍ୟାସ୍/ନଡ଼ିଆକତା ତିଆରି ସାମଗ୍ରୀ ପୁସ୍ତକ/ଭ୍ରମଣ ଜନିତ ସୁବିଧା ଆଦିର ବ୍ୟବସାୟୀକରଣ ପାଇଁ ସରକାରଙ୍କ ଉପରୋକ୍ତ ବିଭାଗ ବିଭିନ୍ନ ସମୟରେ ବିବିଧ ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି ।

**ବିଜ୍ଞାପନ :**

- (କ) ବସ୍ତ୍ର ସମ୍ବଳପୁରୀ ବସ୍ତ୍ରାଳୟ ।
- (ଖ) ବଡ଼ି, ଆଚାର, ଧୂପକାଠି, ଝୁଣା, ନଡ଼ିଆକତା
- (ଗ) ପୁସ୍ତକ, ପତ୍ର-ପତ୍ରିକା (ଉତ୍କଳ ପ୍ରସଂଗ, ଏନ୍.ବିଟି. ଓଡ଼ିଶା ସାହିତ୍ୟ ଏକାଡେମୀ)
- (ଘ) ଅନ୍ୟାନ୍ୟ



**(ଖ) ବୃତ୍ତି-ବ୍ୟବସ୍ଥା ପାଇଁ ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ :**

- (କ) ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ ।
- (ଖ) ଟିକସ ଆଦାୟ ବିଜ୍ଞାପନ ।
- (ଗ) ନିର୍ମାଣ ବିଜ୍ଞାପନ ।
- (ଘ) ସର୍ଭାବଳୀ ବିଜ୍ଞାପନ ।

ସରକାରୀ ଚାକିରି ପାଇଁ, ସରକାରୀ ଟିକସ ଆଦାୟ ନିମିତ୍ତ, ସରକାରୀ ରାଷ୍ଟ୍ରାୟାଟ, କୋଠାବାଡ଼ି ଆଦିର ନିର୍ମାଣ ପାଇଁ କେତେକ ସର୍ଭାବଳୀ ଆଧାରିତ ବିଜ୍ଞାପନ ଉଭୟ ରାଜ୍ୟ ଓ କେନ୍ଦ୍ର ସରକାର ଜାରି କରିଥାନ୍ତି । ଚାକିରି ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ଗୋଚରାର୍ଥେ ସୂଚନା ଓ ଚାକିରି ଦେବାର ସ୍ୱଚ୍ଛତା ପ୍ରଦର୍ଶନ ପାଇଁ ଜାରି ହୋଇଥିବା ବେଳେ, ରାଷ୍ଟ୍ରାୟାଟ

ନିର୍ମାଣ ଆଦି ପାଇଁ ଯେଉଁ ବିଜ୍ଞାପନ ହୋଇଥାଏ ସେଥିରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ହିତ ପାଇଁ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ସୁରକ୍ଷିତ ରହିଥିବା ବେଳେ ଚେଷ୍ଟର ଆହ୍ୱାନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଆର୍ଥିକ ସଂଯୁକ୍ତକରଣ ସହ ସମ୍ପର୍କିତ ଥିବାରୁ ଏଥିରେ ସରକାରଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟାକରଣ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ସୁଲଭ ଓ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଭାବେ ବିଜ୍ଞାପିତ ହୋଇଥାଏ । ତେବେ ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ସରକାର ପରିଚାଳନା ପ୍ରକ୍ରିୟା ଅଂଶବିଶେଷ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହା ଯୁକ୍ତ-ଅବଧି, ସୁଚ୍ଛ, ଜନସଚେତନତା ଓ ସେବା ଆଭିମୁଖ୍ୟ ନେଇ ବିଜ୍ଞାପିତ ହେବାକୁ ହେବ ହୋଇଥାଏ ।

**ନିଯୁକ୍ତି ମେଳା**  
**JOB FAIR**

**Date 22.7.19** **10 AM to 5 PM**

**୨୨.୭.୧୯ ତାରିଖରେ ୧୦ ଘଟିକାରୁ ୫ ଘଟିକା**  
**ଭିତରେ ଦଶମ ଶ୍ରେଣୀ ପାଖ୍ କରିଥିବା ଛାତ୍ରଛାତ୍ରୀମାନଙ୍କୁ**  
**ନିଯୁକ୍ତି ଦିଆଯିବ ।**

**ବାରବାଟୀ ଆଡ଼ିୟମ, କଟକ**

### (ଗ) ଜନହିତରେ ଜାରି ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ବାର୍ତ୍ତା :

ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କର ହିତକାରୀ ଅନେକ ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ ରହିଛି । ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ କାରଣରୁ ସଚେତନ, ସତର୍କ ରହିବା ପାଇଁ ଜନତାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସରକାର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଆଧାରରେ ବିବିଧ ଢଙ୍ଗରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି । ଉଭୟ କେନ୍ଦ୍ର ଓ ରାଜ୍ୟ ସରକାରଙ୍କ ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଥାଏ ନୈତିକ ଦାୟିତ୍ୱ । (କ) ପ୍ରାକୃତିକ ଦୁର୍ବିପାକ, (ଖ) ସଡ଼କ ସୁରକ୍ଷା, (ଗ) ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଜନିତ ସଚେତନତା ଓ ସତର୍କତା, (ଘ) ନିଶାନିବାରଣ, (ଙ) ଶିକ୍ଷା-ସଂସ୍କୃତିଧର୍ମୀ ବାର୍ତ୍ତା, (ଚ) ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ଦାୟିତ୍ୱ ସରକାରଙ୍କ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ।

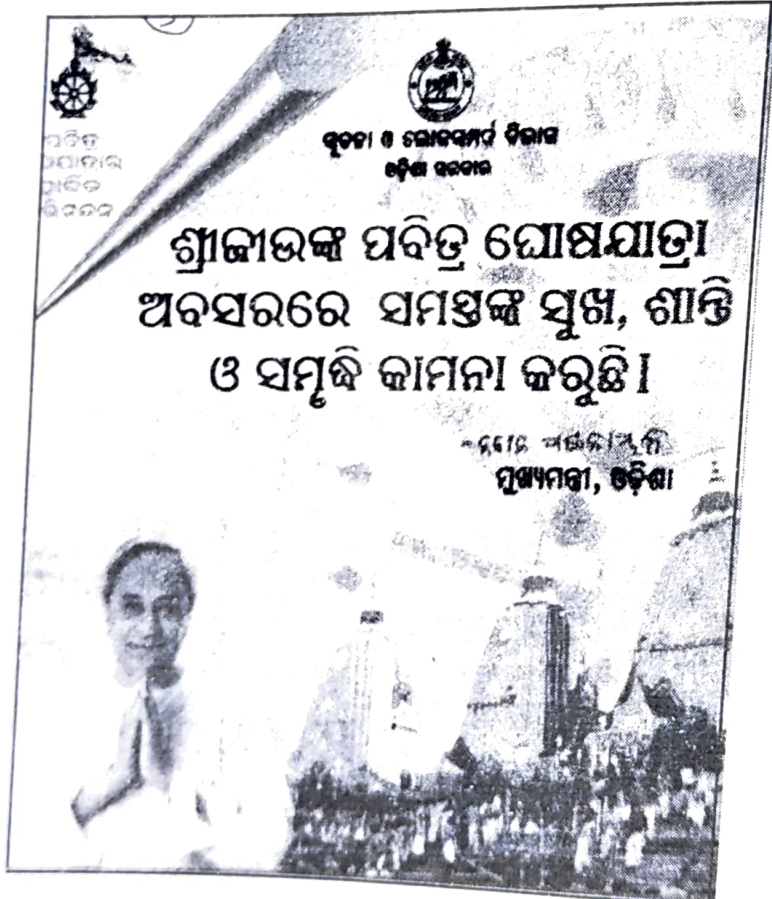
ସାଧାରଣ ନାଗରିକର ରାଷ୍ଟ୍ର ପ୍ରତି ଥିବା ନୈତିକ ଦାୟିତ୍ୱ ଆଦିକୁ ସୂଚିତ କରିବା ପାଇଁ ରାଜ୍ୟ ସରକାର ଓ କେନ୍ଦ୍ର ସରକାର ଉଭୟ ସମଯୋପଯୋଗୀ ବିଜ୍ଞାପନ ଜନହିତରେ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି । ଏପରି ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟ ହେଲା ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ସୂଚନା ଓ ସତର୍କତାର ବଖାଣ କରି ବିପଦଠାରୁ ଦୂରେଇ ରଖିବା । ସେବା ଓ ସଚେତନତା ଏତାଦୃଶ ଜନହିତକର ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟ ।

ଗ୍ରାଣ୍ଟୁକାଳରେ ଅଂଶୁପାତ ଜନିତ ସତର୍କତା, ବିଭିନ୍ନ ବ୍ୟାଧି ଯଥା - ଯକ୍ଷ୍ମା, ଏଡ୍ସ, କ୍ୟାନସର ପରି ରୋଗ ସମ୍ପର୍କୀୟ ସୂଚନା, ବନ୍ୟା-ବାତ୍ୟା ପରି ବିପର୍ଜିତାଳୀନ ସୂଚନା ଓ ସତର୍କତା, ସଡ଼କସୁରକ୍ଷାରେ ଜାବନରକ୍ଷା, ପ୍ରଦୂଷଣ, ନିଶାନିବାରଣ, ବିଦ୍ୟୁତ୍ତର ନ୍ୟାୟିକ ବ୍ୟବହାର ଓ ଅପଚୟ ଆଦିକୁ ସୂଚିତ କରି ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ଏ ଦିଗରେ ସଚେତନ ଓ ସତର୍କ ରହି ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସରକାର ନେଇଥିବା ପଦକ୍ଷେପ ଗୁଡ଼ିକୁ ସାଧାରଣରେ ପ୍ରକାଶ କରିବାର ଦାୟିତ୍ୱ ନେଇଥାନ୍ତି ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ସକଳ । ଏଥିରେ 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ବ୍ୟବସାୟାକରଣ ଭାଗଟି ଆଦୌ ବିଜ୍ଞାପିତ ନୁହେଁ; ବରଂ ଜନହିତ ସାଧନର ଉର୍ଦ୍ଧା - ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବେଶ୍ ବଳବତ୍ତର ଥିବା ଲକ୍ଷିତ ହୁଏ । ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପ୍ରତି ସରକାରୀ ନିବେଦନଧର୍ମୀ ଆହ୍ୱାନ ହିଁ ପ୍ରକଟିତ ହୋଇଥାଏ ।

ଭାରତ ସରକାରଙ୍କ ବିଭିନ୍ନ ବିଭାଗ ଦ୍ୱାରା - 'ସ୍ୱଚ୍ଛ ଭାରତ ମିଶନ', 'ଜାତୀୟ ଗ୍ରାମୀଣ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟମିଶନ', 'ବେଟିବତାଓ ବେଟିପଡ଼ାଓ', 'ଉଜ୍ଜ୍ୱଳା (ଉଜ୍ଜାଳା)', 'ଆଧାର' ଆଦି ଯୋଜନା କ୍ରମରେ ପ୍ରଚାରିତ ଓପ୍ରସାରିତ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ବିଶେଷତଃ ଜନହିତରେ ଜାରି ହୋଇଥାଏ । ଏହି ସକଳ ବିଜ୍ଞାପନ ସହ 'ସ୍ୱଚ୍ଛଭାରତ ମିଶନ' ଦ୍ୱାରା ଭାରତର ପରିମଳ ଯୋଜନାକୁ ସ୍ୱଚ୍ଛ କରିବାର ପ୍ରୟାସ ପାଇଁ ଦିଆଯାଉଥିବା ସରକାରୀ ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ସୁଯୋଗ ନେବାର ଆହ୍ୱାନ ମଧ୍ୟ ଅଛି । 'ଜାତୀୟ ଗ୍ରାମୀଣ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ମିଶନ', ଯୋଜନା ଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାମୀଣ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ବିକାଶକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଇ ତା'ର ସୁଯୋଗ ନେବାକୁ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ଆହ୍ୱାନ ଦିଆଯାଇଛି । ଦେଶରେ ଝିଅଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା କମୁଥିବାରୁ ସେମାନଙ୍କ ସଂଖ୍ୟାର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ସରକାର - 'ବେଟି ବତାଓ, ବେଟି ପଡ଼ାଓ' ଯୋଜନା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛନ୍ତି । ଅନୁରୂପ ଭାବେ ଭାରତ ସରକାରଙ୍କ ଅଧିନସ୍ଥ - 'ଏନର୍ଜି ଏଫ୍ ସିଏନ୍ ସି ସର୍ଭିସେସ୍' (ଇ.ଇଏସ୍.ଏଲ) ଦ୍ୱାରା 'ଉଜ୍ଜାଳା ଯୋଜନା ମାଧ୍ୟମରେ ଓଡ଼ିଶାର ସମସ୍ତ ବିଦ୍ୟୁତ୍ ଉପଭୋକ୍ତା ମାନଙ୍କୁ ୯ ଡ଼ାଟର ଏଲ୍.ଇଏଡ଼ି ବଲ୍‌ବ ଓ ୨୦ ଡ଼ାଟର ଟି-୮ ଏଲ୍.ଇ.ଡ଼ି ଟ୍ୟୁପ୍ ଲାଇଟ୍ କେବଳ ୭୦ ଟଙ୍କା ଓ ୨୩୦ ଟଙ୍କାରେ ୩ ବର୍ଷ ଗ୍ୟାରେଣ୍ଟି ସହ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯିବା ସମ୍ପର୍କରେ ଜନହିତରେ ଜାରି ହୋଇଛି ବିଜ୍ଞାପନ । ଏହାର ବ୍ୟବହାରରେ ବିଦ୍ୟୁତ୍ ବିଲ୍ ହ୍ରାସ ସହ ଶକ୍ତି ସଂଚୟ ହେବାର ବାର୍ତ୍ତା ଦିଆଯାଇଛି ।



ଏତଦ୍‌ବ୍ୟତୀତ ଓଡ଼ିଶା ସରକାର ମଧ୍ୟ ଜନହିତରେ ଜାରି କରିଛନ୍ତି ‘ଶକ୍ତି ବଂଚାଅ, ଦେଶ ବଂଚାଓ’ ଶିରୋନାମାରେ ଜନହିତକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ । ‘ବାଉଁ’ ମାଧ୍ୟମରେ ବିଭାଗୀୟ ମନ୍ତ୍ରୀ ‘ଜନହିତକାରୀ’ ଓ ଜନ ସଚେତନତା ଧର୍ମୀ’ ବାଉଁ ବିଜ୍ଞାପନ କରିଥା’ନ୍ତି । ବିଦ୍ୟୁତ୍ ଆବଶ୍ୟକତା ହୋଇଛି ଆଜି ସାଧାରଣ ଜୀବନ ଧାରଣର ଏକ ଅବିକଳ ମାଧ୍ୟମ ଓ ପ୍ରମୁଖ ବିଦ୍ୟୁତ୍ ଜୀବନ ବିନ୍ଦୁ । ତା’ର ସଂରକ୍ଷଣ ଓ ଅପଚୟ ରୋକିବାରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ସଚେତନ କରି ସହଯୋଗ ଲୋଡ଼ିବା ଏକ ବିଭାଗୀୟ ଦାୟିତ୍ଵ । ଏହି ଦାୟିତ୍ଵ ସଠିକ୍ ଭାବେ ନିର୍ବାହ କରିବାର ସୂଚନା ଅଛି ନିମ୍ନୋକ୍ତ ବାଉଁରେ; ଯାହାକୁ ଏକ ସରକାରୀ ‘ବାଉଁ’ ଭିତ୍ତିକ ଜନହିତକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନର ନମୁନା ଭାବେ ଏଠାରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇପାରେ ।



‘ଜନହିତରେ ଜାରି’ ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ଜନସଚେତନ ଓ ସେବାକୁ ସର୍ବାଗ୍ରା ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦେଇଥା’ନ୍ତି । ଏଥିପାଇଁ ସ୍ଵତନ୍ତ୍ର ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଓ ବିବରଣୀ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକର ଶୀର୍ଷ ଓ କାୟା ମଣ୍ଡନ କରିଥାନ୍ତି । ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ବିବିଧ ପ୍ରମାଣିକ ଚିତ୍ରରେ ଏହି ଶୀର୍ଷକ ଗୁଡ଼ିକୁ ସମ୍ପନ୍ନାନ୍ତିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଟି.ବି. ପରି ସଂକ୍ରମିତ ଓ ଦୁରାରୋଗ୍ୟ ବ୍ୟାଧିରୁ ମୁକ୍ତି ପାଇଁ ଜନହିତରେ ଜାରି ବିଜ୍ଞାପନର ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ସବୁ ରହିଛି ।

ଭାରତ ସରକାରଙ୍କ - “ଭାରତୀୟ ବିଶିଷ୍ଟ ଚିହ୍ନଟ ପ୍ରାଧିକରଣ” ଦ୍ଵାରା ଜାରି ହୋଇଥିବା ‘ଆଧାର’ ପରିଚୟ ପତ୍ରର ସହଜ, ସୁଲଭ ପ୍ରାପ୍ତି ପାଇଁ ସୂଚନା ଓ ସୁବିଧା ସମ୍ପର୍କରେ ଉଦ୍‌ଘୋଷଣା କରେ ଏହାର ଲୋକପ୍ରିୟ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ । ଯଥା :- ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚାଇ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସରକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟ-ଧାରା କେତେ ଫଳପ୍ରସୂ ତାହା ସୂଚାଇବା । ସମୟେ ସମୟେ ରାଜ୍ୟ ଓ କେନ୍ଦ୍ର ସରକାର କେତେକ ‘ମାଗଣା ଯୋଜନା’ର ପ୍ରବର୍ତ୍ତନ କରି ଜନ ସମର୍ଥନକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଆଧାରରେ ହାସଲ କରିବାରେ ପ୍ରୟାସ କରିଥା’ନ୍ତି; ଯହିଁରେ ସେବା ଅପେକ୍ଷା କ୍ଷମତା ଅକ୍ତିଆରର ପ୍ରୟାସଟି ଧରା ପଡ଼ିଥାଏ ।



(ସ) ଲୋକ କଲ୍ୟାଣକାରୀ ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଲାଭଦାୟୀ ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ :

ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନର ବିଭାଗକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ସ୍ୱାଧୀନତା ଦେଇଥାଏ । ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ଅଛି ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକରେ 'ଲୋକ କଲ୍ୟାଣକାରୀ' । ଆର୍ଥିକର ବିଭାଗ, ଜୀବନ ବାମା ନିଗମ ଓ ବିଭିନ୍ନ ଜାତୀୟ ବ୍ୟାଜଗୁଡ଼ିକ ବିଜ୍ଞାପନ କରି କରିଥା'ନ୍ତି । ବ୍ୟାଜଗୁଡ଼ିକ ଯା'ର ବ୍ୟବସାୟକାରୀଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଭିନ୍ନ ବିଜ୍ଞାପନ କରି କରିଥିଲା ବେଳେ ସମୟେ ସମୟେ ଜନତାକୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା, ଆର୍ଥିକ ସୀଲମା ବ୍ୟବସାୟରେ ସହାୟକ ହେବା, ସହାୟତାର ଛାଡ଼ ବଢ଼ାଇବା ପରି ବିଜ୍ଞାପନ କରି କରିଥା'ନ୍ତି । ସମସ୍ତଙ୍କ ଭାବେ ଜୀବନବାମା ନିଗମ ଲୋକଙ୍କ ପାଇଁ ପୁରୁଣା ବିଭିନ୍ନ 'ବାମା'ର ଉପଯୋଗିତା, ଫାଇଦା ସଂପର୍କରେ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଗୁରୁତା ଦେଇଥା'ନ୍ତି ।

କଲ୍ୟାଣ ସଂଗ୍ରହ ଆର୍ଥିକର ବିଭାଗ ମଧ୍ୟ ଆର୍ଥିକ ଉପଯୁକ୍ତ ବିକ୍ରମ ଆଦାୟ ପାଇଁ ନିଜର ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ସହ ଲୋକ କଲ୍ୟାଣକାରୀ ଭାବେ ବ୍ୟବସାୟକୁ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ କରିଥା'ନ୍ତି । ଆର୍ଥିକର ବିଭାଗ ମଧ୍ୟ ଆର୍ଥିକ ଉପଯୁକ୍ତ ବିକ୍ରମ ଦେଇ ବିକ୍ରମର ବ୍ୟବସାୟ ବିଭାଗକୁ ସମାପନ କରି ଦେଇଥା'ନ୍ତି । 'ଆପଣଙ୍କ ବିକ୍ରମ ଦ୍ୱାରା ଭାରତର ସଫଳତାର କାହାଣୀ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଦେଖାଯାଏ ।

ଏକଦିନ State Bank of India S.B.I Life ଯୋଜନାର ଫାଇଦା ନେବାକୁ ନିଜର ଗ୍ରାହକ ସେବା ଓ କଲ୍ୟାଣଗୁଣା ଯତନ ସାହାଯ୍ୟରାଶି ସଂପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପାଇଁ - "ନିଜ ପୁରୁଷଙ୍କ ପାଇଁ ଓ ନିଜ ପାଇଁ" ଶିରୋନାମାରେ ଯୋଜନାର ସାଧନା ପାଇଁ "ଲୋକସିଦ୍ଧି ସ୍ୱାମୀ ବାବଦ" ଯାହାକି ବୋଧିଏ ସ୍ଥାନରେ ସଞ୍ଚୟ ଓ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନର ମାନସିକ ଶାନ୍ତି ପ୍ରଦାନ କରିବା ସହ ଏହାକି ସାହାଯ୍ୟରାଶି ଜୀବନକୁ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ମୁକ୍ତ ଭାବରେ ବଢ଼ାଇବା ଆନନ୍ଦ ଦେଇଥାଏ ।" ଭାରତୀୟ ଜୀବନ ବାମା ନିଗମ ମଧ୍ୟ କଲ୍ୟାଣକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ କରିକରି ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ସହ ନିଜ ଯୋଜନାର ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଉପଯୋଗ କରିବାକୁ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଜଣକର ଭାବନାପାଇଁ ପ୍ରକାଶିତ କରିବାକୁ ମସୂଦା ପୋଷଣ କରିଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନରେ 'ପ୍ରତିଷ୍ଠା ଆପଣଙ୍କ ସାମାଜ୍ୟ' ଦେଖାଯାଏ ବୋଲି ଏହା କଲ୍ୟାଣକାରୀଙ୍କ ନିଗମରେ ଦେବାକୁ ପ୍ରକାଶ କରିଥାଏ ।

କେବଳ ଏତିକି ନୁହେଁ; ଦୈନିକ ପାଣିପାଗ, ଶ୍ରୀ ମନ୍ଦିରର ଦୈନିକ ଆୟ ଆଦିକୁ ସରକାରୀ ଓ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ-ଉଦ୍ୟମରେ ଜନତାଙ୍କୁ ଅବଗତ କରାଇବା ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଲୋକକଲ୍ୟାଣକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ଜଗନ୍ନାଥଙ୍କ ହୁଣ୍ଡିରୁ ଦୈନିକ ଆୟର ବିବରଣୀ, ପାଣିପାଗ କିପରି ରହିବ ତା'ର ଆନୁମାନିକ ଅବସ୍ଥା ସୂଚିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ଜନତା ଜଗନ୍ନାଥଙ୍କ ହୁଣ୍ଡିରୁ ଦାନ ଦେବାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ ହୁଅନ୍ତି ଓ ପାଣିପାଗର ସୂଚନା ପାଇ ସତର୍କତା ମଧ୍ୟ ଅବଲମ୍ବନ କରିଥା'ନ୍ତି ।



ଲୋକକଲ୍ୟାଣକାରୀ ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନରେ ବ୍ୟବସାୟରେ ଲାଭ ଅପେକ୍ଷା ଲୋକସଂପର୍କ ରକ୍ଷା, ଗଣ-ସୂଚନା, ଉତ୍ପାଦର ଉପଯୋଗ ପାଇଁ ପ୍ରୋତ୍ସାସନ, ସତର୍କ-ସୂଚନା, ସମୟାନୁବର୍ତ୍ତୀ ରହିବାକୁ ଆହ୍ୱାନ, ଯୋଜନାର ସୁଫଳକୁ ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିନିଯୋଗ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଦିଆଯାଇଥିବା ବେଳେ କେବଳ ବ୍ୟବସାୟିକରଣ, ନିଜସ୍ୱ ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶେ ଗ୍ରାହକୀୟ ଚାହିଦାର ଅଭିବୃଦ୍ଧି, ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ସ୍କିମ୍ ଆଦିର ପ୍ରଲୋଭନରେ ପ୍ରଲୋଭିତ କରି ଲାଭ ପ୍ରାପ୍ତି ପାଇଁ ପ୍ରୟାସ ସୁସ୍ପଷ୍ଟ ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରେ ଅବଶ୍ୟ ଉତ୍ପାଦଟିକୁ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ନିକଟରେ ପରିଚିତ କରାଇବା, ଉପଯୋଗିତାର ପରିଣାମକୁ ସୁସ୍ପଷ୍ଟ କରିବା, ସହଜରେ ଉତ୍ପାଦଟିକୁ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ ଲଭ୍ୟ କରାଇବା, କିଛି ମାଧ୍ୟମରେ ତା'ର ଗ୍ରାହକୀୟତାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପରି ବ୍ୟବସାୟିକ ଉଦ୍ୟମ ଲକ୍ଷ୍ୟଶୀଳ ହୋଇଥାଏ ।

ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାରିକ ସାମଗ୍ରୀ, ଯଥା - ଲୁଣ, ତେଲ, ସାମ୍ପୋ, ସାରୁନ, ଧୂପକାଠି, ପ୍ରସାଧନ ଉପଯୋଗୀ ତେଲ ଓ କ୍ରିମ୍, ଖାଦ୍ୟସାମଗ୍ରୀ ଓ ପାନୀୟ, ଯଥା - କୋଲଡ୍ ଡ୍ରିଂକ୍, ହଲ୍ଡିକ୍, ବର୍ଷଭିତା, କମ୍ପାନ, ଅମୂଳ ପରି ଉତ୍ପାଦଗୁଡ଼ିକର ବିଜ୍ଞାପନରୁ ଏହାର ବ୍ୟବହାରର ଉପଯୋଗିତା, ମୂଲ୍ୟ, ଶରୀର ଓ ମନ ଉପରେ ତା'ର ପ୍ରଭାବକୁ ସାଧାରଣ ଜନତା ବିଜ୍ଞାପନରୁ ଉପଲବ୍ଧ କରି ତାହା କିଣି ଥାଏ । ପରୀକ୍ଷା ମୂଳକ ଭାବେ କିଣିବାକୁ ଯାଇଁ ଉପଭୋକ୍ତା ଉତ୍ପାଦର ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ପ୍ରେମରେ ମଧ୍ୟ ପଡ଼ିଯାଇଥାଏ । ଏପରି ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକରେ ଜନ-ମନ-ଆକର୍ଷଣକାରୀ ଚିତ୍ର ଓ ଶ୍ଳୋଗାନକୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ କରାଯାଇଥାଏ; ଫଳରେ ବିଜ୍ଞାପନଟିର ଚାହାଣୀ ଓ ଚମତ୍କରେ ସାଧାରଣ ଜନତା ଆକର୍ଷିତ ହୋଇ ବିଜ୍ଞପିତ ଉତ୍ପାଦର ଗ୍ରାହକ ହୋଇଥା'ନ୍ତି ଓ ଉତ୍ପାଦ କର୍ତ୍ତାଙ୍କୁ ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ମିଳିଥାଏ । କେବଳ ଉପରୋକ୍ତ ପଦାର୍ଥ ଗୁଡ଼ିକରେ ଗୁଣ ଯେ ତାକୁ ଆକର୍ଷିତ କରିଥା'ନ୍ତି ତା ନୁହେଁ; ବିଜ୍ଞାପନଟିରେ ଉଦ୍‌ଯୋଷିତ କମ୍ପାନୀର ଦିବରଣୀ ଓ ଶ୍ଳୋଗାନ ଦେଖି ଓ ଶୁଣି ସେ ତା'ର ଗ୍ରାହକୀୟତାକୁ ଉତ୍ପାଦ ପ୍ରତି ଅଭିପ୍ରେତ କରିଥାଏ । ଏହିପରି କେତୋଟି ବିଜ୍ଞାପନର ନମୁନାକୁ ସେମାନଙ୍କ ଗ୍ରାହକ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଉଦ୍‌ଯୋଷଣୀକୁ ଅବଲମ୍ବନ କରିହେବ ।

ଧୂପକାଠିର ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଗ୍ରାହକର ଏଥିରେ ଆଧ୍ୟାତ୍ମିକ ମାନସିକତାକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାକୁ ଯାଇଁ 'ପ୍ରାର୍ଥନା ସ୍ଥାନ' ବୋଲି ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଦିଆଯାଇଛି ବିଜ୍ଞାପନରେ । ଅନୁରୂପ ଭାବେ 'ଧୂପକାଠି'ର ବିଜ୍ଞାପନରେ ଗଣମାନସକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାର ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଛି ।

ଅନୁରୂପ ଭାବରେ ଆଶ୍ଚରଣୀ ଯନ୍ତ୍ରଣାରୁ ମୁକ୍ତି ପାଇଁ ବୟସ୍କ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ, ଫିଟ୍‌ଫାର୍ ରହିବା ପାଇଁ ଯୁବକମାନଙ୍କୁ, ସୌନ୍ଦର୍ଯ୍ୟ ଅକ୍ଷୁଣ୍ଣ ରଖିବାକୁ ଯୁବତୀମାନଙ୍କୁ, କେଶ ବିନ୍ୟାସ ପାଇଁ ସବୁ ବର୍ଗର ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବାକୁ ବିବିଧ ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ଖବରକାଗଜ ପୃଷ୍ଠା, ଟି.ଭି. ପର୍ଦ୍ଦାରେ ଲକ୍ଷ୍ୟଣୀୟ ହୋଇଥାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ବିଜ୍ଞପିତ ଉତ୍ପାଦ ସାମଗ୍ରୀ ନିଜର ବ୍ୟବହାର ଉପଯୋଗୀ ଓ ଫଳଦାୟୀ ବୋଲି ଅନୁଭବ କରି ଗ୍ରାହକ ବିଜ୍ଞାପନ ଆଧାରରେ ନିଜର ବିଶ୍ୱାସକୁ ପ୍ରତିବେଦିତ କରେ ଓ ଉତ୍ପାଦ ବସ୍ତୁକୁ କ୍ରୟ କରି ବିଜ୍ଞାପନଦାତାଙ୍କୁ ଲାଭ ଆକାରରେ ଆର୍ଥିକ ଫାଇଦା ଦେଇଥାଏ । କେତେଟି ନମୁନାକୁ ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନର ଆକର୍ଷଣୀୟ ଚିତ୍ରଲିପି, ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଓ ବିବରଣୀକୁ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିହେବ, ଯାହା କେବଳ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ବିସ୍ତାର ପାଇଁ ଅଭିପ୍ରେତ ।

କିଏ ନ ଚାହେଁ ସମାନ ମୂଲ୍ୟରେ ଅଧିକ ମିଳୁ ବୋଲି । ଦାନ୍ତଘଷ୍ଟା ପେଷ୍ଟ ପରିମାଣରେ ଏକ୍ସପ୍ତା ୧୦% ପେଷ୍ଟ ଦେଇ ଗ୍ରାହକତା ଅଭିବୃଦ୍ଧି ହେବାକୁ ନମୁନା-୪ ବିଜ୍ଞାପନଟିରେ ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଛି ।

ଦୁର୍ବଳ-କ୍ଷୀଣକାୟ ଶରୀରଧାରୀ ଯୁବକ-ଯୁବତୀ ତଥା ବୟସ୍କମାନଙ୍କୁ ତଦନୁଯାୟୀ ବିଜ୍ଞାପନଟି ଆକର୍ଷିତ କରିବ । ନିଜର ଚେହେରା ସଜାଡ଼ିବାକୁ କିଏ ନ ଚାହେଁ ? ଓଜନ ବଢ଼ିଲେ, ଆଡ଼ୁବିଶ୍ୱାସ ବଢ଼ିବାର ପ୍ରତ୍ୟୟ ଦେଇ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ସଂସ୍ଥା ଉତ୍ପାଦଟିକୁ କ୍ଷୀଣକାୟ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଯୋଗୀ ବୋଲି ଘୋଷଣା କରି ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ନେବାକୁ ଏଥିରେ ପ୍ରୟତ୍ନ କରିଛନ୍ତି ।

'ଲାଲଫର୍ଯ୍ୟ' ଏକ ପରିଚିତ ତଥା ପୁରୁଣା ବ୍ରାଣ୍ଡର 'ସାବୁନ୍' । ମାତ୍ର ଟ ୧୦.୦୦ ବିନିଯୋଗ କରି ଏହାର କ୍ରୟ କରାଯାଇପାରେ, ଯାହାର ବ୍ୟବହାରରେ ମାମୁଲି ରୋଗକୁ ଏଡ଼ାଯାଇ ତାଳୁରଖାନାର ଯନ୍ତ୍ରଣା ଓ ଖର୍ଚ୍ଚରୁ ମୁକ୍ତି ମିଳିବାର ବିଶ୍ୱାସ ଦିଆଯାଇଛି ନମୁନା-୬ ବିଜ୍ଞାପନରେ । ପୁଣି ଟ ୧୦.୦୦ର ଲାଲଫର୍ଯ୍ୟରେ 'ବେମାରୀ କମ, ସୁରକ୍ଷା ବେଶୀ'ର ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି ଦିଆଯାଇ ଗ୍ରାହକୀୟ ଚାହିଦା ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଛି ।

**(ଡ) କ୍ଲସିଫିଏଡ଼ ବିଜ୍ଞାପନ :**

କ୍ଲସିଫିଏଡ଼ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ମୁଖ୍ୟତଃ ସମ୍ବାଦ ପତ୍ରରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଅଳ୍ପ ପରିସରରେ, କମ୍ ଖର୍ଚ୍ଚରେ ନିଜର ଆଭିମୁଖ୍ୟକୁ ପ୍ରକଟିତ କରି ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଏହା କଲେବରରେ କ୍ଷୁଦ୍ର କିନ୍ତୁ ଏକ ବୃହତ୍ତର ଗଣପ୍ରଚାରକା ପ୍ରକାଶରେ ସମର୍ଥ । ଇଂରାଜୀରେ ଏହାର ସ୍ୱରୂପ ଓ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ସମ୍ପର୍କରେ କୁହାଯାଇଛି - "Small Space - Big Response." ଏହି ଧର୍ମୀ ବିଜ୍ଞାପନରେ (୧) ଜମିବାଡ଼ି କ୍ରୟ ବିକ୍ରୟ, (୨) ଘରଭଡ଼ା, (୩) କ୍ଷୁଦ୍ର-ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ଜନିତ ପ୍ରଚାର, (୪) ପ୍ରସାର ଓ ଆଭିମୁଖ୍ୟ, (୫) ବେସରକାରୀ ଚାକିରି ଆବଶ୍ୟକ, (୬) ନିରୁଦ୍ଧିଷ୍ଟ, (୭) ଆଫିଡ଼େବିଟ୍, (୮) ଜନ୍ମଦିନର ଶୁଭେଚ୍ଛା, (୯) ଶ୍ରୀଜବାସିକା, (୧୦) ବିବାହବାସିକା, (୧୧) ଗୃହକିଣାବିକା, (୧୨) ବିବାହ ପାଇଁ ବର ଓ ଜନ୍ମା ପାତ୍ର ଅନ୍ୱେଷଣ ଆଦି ବିଷୟ ସୂଚିତ ହୋଇ ବିଜ୍ଞାପନ ଆକାରରେ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ଅବଗତି, ସୂଚନା, ଗ୍ରାହକତା ଆଦିକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ କରିବାର ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଏଥିରେ ଥିବା ସୂଚନା ଗୁଡ଼ିକ ବେଶ୍ ଉପଯୋଗୀ ଓ ଏହାର ଭାଷା ସରସ, ସୁବୋଧ୍ୟ ଓ ଅନେକତଃ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଜଙ୍ଗରେ ହିଁ ପ୍ରକାଶ ଲଭିଥାଏ । ଓଡ଼ିଶାର ଅଧିକାଂଶ ଖବରକାଗଜରେ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ଦିବସରେ ଏହାର ପ୍ରକାଶନ ଘଟିଥାଏ । ଏହାକୁ ପାଠ କରି ଆଗ୍ରହୀ ବ୍ୟକ୍ତି ଜମି କିଣିପାରେ, ଘର, କିଣିପାରେ, ଭଡ଼ାଘର ବଦଳାଇପାରେ, ପୁଅଟିଆଙ୍କ ବାହାଘର କରିପାରେ, ଆହ୍ଲାୟକ ଜନ୍ମ, ମୃତ୍ୟୁ, ବିବାହାଦିର ବିବରଣୀକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରିପାରେ । ନିଜର କ୍ଷୁଦ୍ର ବ୍ୟବସାୟର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଏହି

କ୍ଲଷିପାଏଡ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ସରଣୀକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ମାଧ୍ୟମ ଭାବେ ମଧ୍ୟ ବ୍ୟକ୍ତି ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । ସ୍ତୁତ୍ର କଲେବର ଓ ବିବିଧ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଗ୍ରହଣରେ ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁଯାୟୀ ବିଜ୍ଞାପନର ସନ୍ଧାନ କରାଯାଇ ଆପଣାର ବୃହତ୍ତର ସମସ୍ୟାର ମଧ୍ୟ ସମାଧାନ କରିପାରେ ଆଗ୍ରହୀ ବ୍ୟକ୍ତି । ଏ ଧରଣର ବିଜ୍ଞାପନର ଉପଭୋକ୍ତା 'ଗଣ-ସମୁଦାୟ' ।


କ୍ଲଷିପାଏଡ୍ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ପୃଷ୍ଠାରେ ବିଜ୍ଞାପନର ସତ୍ୟତାକୁ ଅନୁସନ୍ଧାନ କରି ଏ ଦିଗରେ ଅଗ୍ରସର ହେବାକୁ ପ୍ରକାଶିତ ସମ୍ବାଦ ପତ୍ରରେ ଏକ ପାଠକୀୟ ସୂଚନା ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକର ଦାବୀ ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାଙ୍କର ନିଜସ୍ୱ । ତେଣୁ ଏ ସମ୍ପର୍କରେ ଖବର କାଗଜର ସ୍ୱତ୍ୱଧାରୀ କୌଣସି ଅନୁସନ୍ଧାନ କରିନଥା'ନ୍ତି । ଏହାର ସତ୍ୟତାରେ କୌଣସି ବ୍ୟତିକ୍ରମ ପାଇଁ ସମ୍ପାଦକ ଦାୟୀ ନୁହନ୍ତି ବୋଲି ସ୍ପଷ୍ଟୀକରଣ ଦେଇଥା'ନ୍ତି ।

**(ଚ) ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିଜ୍ଞାପନ : (ଶ୍ରଦ୍ଧାଞ୍ଜଳି / ଶୁଭେଚ୍ଛା / କୃତିତ୍ୱ / ନିରୁଦ୍ଧିଷ୍ଟ / ଆର୍ପିଡ଼େଭିଟ୍ / ପ୍ରେସ୍ ବିଜ୍ଞପ୍ତି) :**

ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ପ୍ରଶଂସକ ବା ଆଦିତ୍ୟଙ୍କ ଉଦ୍ୟମରେ ଏହି ଧର୍ମୀ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରକାଶନ ଘଟିଥାଏ । ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିଜ୍ଞାପନରେ କୌଣସି ଲାଭକ୍ଷତିର ଆକଳନ ନ ଥାଏ । ଏଥିରେ ବ୍ୟକ୍ତିର ଆହ୍ୱାନ, ଶୋକ, ସୂଚନା, ଅଭିନନ୍ଦନ, ଶୁଭେଚ୍ଛା, କୃତିତ୍ୱ ଆଦି ବିଜ୍ଞପିତ ହୋଇଥାଏ । ନିଜର ଆତ୍ମୀୟତା ତିରୋଧାନରେ ତାଙ୍କୁ ସ୍ମରଣକୁ ଆଣି ତାଙ୍କ ଆତ୍ମୀୟତା, ପରିବାରବର୍ଗ, ଶୁଭେଚ୍ଛା, ବନ୍ଧୁମାନେ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ବ୍ୟୟରେ ମୁହିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଆକାରରେ ତାଙ୍କ ପ୍ରତି ଶ୍ରଦ୍ଧାଞ୍ଜଳି ଜ୍ଞାପନ କରନ୍ତି । ଏଥିରେ ଆତ୍ମୀୟ ଅମରତ୍ୱ ଓ ସଦ୍‌ଗତି ପାଇଁ ଈଶ୍ୱରଙ୍କ ନିକଟରେ ପ୍ରାର୍ଥନା, ତାଙ୍କର ଗୁଣାବଳୀକୁ ସ୍ମରଣ କରାଯିବା ସହ ତାଙ୍କ ଅବର୍ତ୍ତମାନର ଶୂନ୍ୟତାକୁ ଶୋକାପୁତ୍ର ମନ ଓ ହୃଦୟରେ ସ୍ମରଣକୁ ଆଣି ତାଙ୍କୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାର ଭାଷା ଓ ପ୍ରକାଶ ରୀତି ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଭିନ୍ନ । ଏହାର ପ୍ରତିବେଦନ ଗଣମୁଖ୍ୟ ହେଲେ ହେଁ ଲୋକ ସମ୍ପର୍କରେ ଏହା ସାମିତ । ପୁଣି ଏକାଦଶାହ, ବିବିଧ ମୃତ୍ୟୁବାର୍ଷିକୀରେ ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ମୃତ ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷଙ୍କୁ ନେଇ ବିଜ୍ଞପିତ ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରେ ଆବିର୍ଭାବ ଓ ତିରୋଧାନର ସୂଚନା ଥାଏ ।


**ମନେ ପଡ଼ି**

**ଶ୍ରଦ୍ଧାଞ୍ଜଳି**



**ସ୍ମରଣ ପୁରେନ୍ଦ୍ରନାଥ ମହାପାତ୍ର**  
ଜନ୍ମତା. ୦୮.୦୧.୧୯୦୯  
 ମୃତ୍ୟୁତା. ୦୯.୦୫.୧୯୫୫  
 ତିରୋଧାନ. ୦୯.୦୫.୧୯୫୫  
 (ବିଶ୍ରାନ୍ତ ସ୍ଥଳ ଏକମା)

**ସମ୍ମାନ ଶ୍ରଦ୍ଧାଞ୍ଜଳି ଉପଲକ୍ଷେ**  
ପ୍ରମୁଦ ଶ୍ରଦ୍ଧାଞ୍ଜଳି



**ସମ୍ମାନ ଡାକ୍ତର ପଦ୍ମିନୀ ମିଶ୍ର**  
ଜନ୍ମତା. : ୦୧.୦୫.୧୯୧୫  
 ତିରୋଧାନ : ୦୯.୦୫.୧୯୫୫

**ତାଙ୍କର ପରିବ୍ରାଜିତ ଆତ୍ମା**  
ତିରୋଧାନ୍ତି ଭାର ଚଳୁ. ଏହି ମହାପ୍ରାଣୁ ଶ୍ରଦ୍ଧାଞ୍ଜଳି ଉପଲକ୍ଷେ ନିକଟରେ ପ୍ରାର୍ଥନା ଶୋକଭାଗ୍ୟ ପରିବାର ବର୍ଗ ଓ ବନ୍ଧୁବାଣିବ ।

କୌଣସି ନା କୌଣସି କୃତିତ୍ୱ, ଜନ୍ମଦିନ, ସଫଳତା ଆଦିରେ 'ଶୁଭେଚ୍ଛା' ଜଣାଇ ଖବରକାଗଜ ପୃଷ୍ଠାରେ ବନ୍ଧୁ, ପରିବାରବର୍ଗ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରସଙ୍ଗର ପରିପ୍ରଚାର ପାଇଁ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଦେଇଥା'ନ୍ତି । ଏଥିରେ କୌଣସି ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ନ ଥାଏ । ବ୍ୟକ୍ତିର ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱକୁ ପରିପ୍ରଚାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଏହାକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଗୋଟିଏ ବୃହତ୍ତର ପାଠକ ଗୋଷ୍ଠୀ ଏହାକୁ ଅଧ୍ୟୟନ କଲେ ବି କେବଳ ଜଣାଶୁଣାମାନେ ହିଁ ଏଥିରେ ଆହ୍ୱାନିତ ହୋଇଥା'ନ୍ତି । ଜନ୍ମଦିନର ଶୁଭେଚ୍ଛା, ପରୀକ୍ଷାରେ କୃତକାର୍ଯ୍ୟ ହେବା, ପ୍ରତିଦୃଢିତାରେ ବିଜୟୀ ହେବା, ବିଦେଶ ଯିବା ଓ କୃତକାର୍ଯ୍ୟ ହୋଇ ଫେରିବା ସମ୍ପାଦ ବା ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ଆଧାର କରି ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ଖବରକାଗଜର ପୃଷ୍ଠା ମଣ୍ଡନ କରିଥା'ନ୍ତି । ବିଜ୍ଞପିତ ହୋଇଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ନିଜର ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବ୍ୟୟରେ ନଚେତ୍ ବନ୍ଧୁବର୍ଗଙ୍କ ବ୍ୟୟରେ ଏହି ବିଜ୍ଞପ୍ତି ପ୍ରକାଶ କରିଥା'ନ୍ତି । ଏପରି ବିଜ୍ଞପ୍ତି ପାରିବାରିକ ଆନନ୍ଦର ବାହକ ହୋଇଥାଏ ।

ବିଦେଶ ଯାତ୍ରା, ଉଚ୍ଚଶିକ୍ଷା, ଗବେଷଣାଦିରେ ସଫଳତା ପାଇଁ ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ଅବଗତି ନିମନ୍ତେ ଓ ଗବେଷଣା ଜନିତ ସଫଳତାକୁ ବ୍ୟାପକ ଭାବେ ପ୍ରସାରିତ କରିବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ନିଜ ଉଦ୍ୟମରେ ନଚେତ୍ ବନ୍ଧୁ ତଥା ତାଙ୍କ ଶୁଭେଚ୍ଛୁ ଅନୁଷ୍ଠାନଙ୍କ ସହାୟତାରେ ନିଜର ସାଫଲ୍ୟକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରିଥା'ନ୍ତି । ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟରୁ ଗବେଷଣା କରି ଡକ୍ଟରେଟ୍ ଲାଭ, ଉଚ୍ଚଶିକ୍ଷା ଅର୍ଜନରେ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ସାଫଲ୍ୟ, ନଚେତ୍ ଆପଣାର ବୈଷୟିକ ଜ୍ଞାନ କୌଶଳକୁ ବିଦେଶରେ ବିନିଯୋଗ କରିବାକୁ ନିରୁପିତ ବିଦେଶ ଯାତ୍ରାକୁ ମଧ୍ୟ ଏହି କ୍ରମରେ ବିଜ୍ଞପିତ କରାଯାଏ । ଏପରି ବିଜ୍ଞାପନରେ ବ୍ୟକ୍ତିର ଶିକ୍ଷା, ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ଓ ସାଫଲ୍ୟ ବିଜ୍ଞପିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିଜ୍ଞାପନ ହୋଇଥିବାରୁ ଏଥିପାଇଁ ବ୍ୟୟ ଅର୍ଥ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ପ୍ରଚେଷ୍ଟାରେ ବ୍ୟୟିତ ହୁଏ । ଏ ପ୍ରକାର ବିଜ୍ଞାପନର ଲକ୍ଷ୍ୟ ହେଲା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସାଫଲ୍ୟକୁ ସମାଜାଭିମୁଖୀ, ଗଣାଭିମୁଖୀ କରାଇ ବ୍ୟାପକ ପ୍ରଚାର ପ୍ରସାର ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟକ୍ତିର ସାଫଲ୍ୟକୁ ଚର୍ଚ୍ଚିତ କରିବା ।

ବ୍ୟକ୍ତିଗତ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଭାବେ 'ସତ୍ୟପାଠ' Affidavit, ପ୍ରେସ୍ ବିଜ୍ଞପ୍ତି, ନିରୁଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଆଦିକୁ ମଧ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ । ଏ ସମସ୍ତ ବିଜ୍ଞାପନର ଖର୍ଚ୍ଚ ବ୍ୟକ୍ତି ହିଁ ବହନ କରେ । ଏହା ପ୍ରଚାର ଓ ପ୍ରସାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଜ୍ଞପିତ ଓ ବ୍ୟକ୍ତି ସ୍ୱାର୍ଥ ସାଧନର ହେତୁ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହାର ଲୋକ ସଂପର୍କ ସୀମିତ । ଏଥିରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଅସୁବିଧା ସମ୍ପର୍କରେ ଅବଗତ କରାଯିବା ସହିତ; ସାଧାରଣ ଜନତା ଯେପରି ଏହାଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବିତ ନ ହୁଅନ୍ତି ତା'ର ସୂଚନା ପ୍ରଦତ୍ତ ହୋଇଥାଏ । Affidavit ଏକ ଆଇନ୍ ସ୍ୱୀକୃତ ପତ୍ର; ଯାହାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ସାର୍ବଜନୀନ କରିବା ପାଇଁ ଖବରକାଗଜରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଆଯାଏ । ସଂଜ୍ଞା, ନାମ, ଠିକଣା ଆଦିର ପରିବର୍ତ୍ତନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ବିଜ୍ଞପିତ ହୁଏ ।

ହଜିଛି ଓ ମିଳିଛି 'Lost & Found' ମଧ୍ୟ ଏଇ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିଜ୍ଞାପନ ପର୍ଯ୍ୟାୟଭୁକ୍ତ । ଏଥିରେ ହଜାଇଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଅନୁରୋଧ କରିଥାଏ ହଜିଥିବା ବସ୍ତୁ ଯଦି କେହି ପାଇଥା'ନ୍ତି ତାହା ଫେରାଇବାକୁ, ପାଇଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ପ୍ରମାଣ ସହ ତାହା ନେବାକୁ, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଉଦ୍ୟମରେ ସାହାଯ୍ୟ ଓ ସେବା ପାଇଁ ଏପରି ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଦାନ କରିଥା'ନ୍ତି । କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ନିରୁଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଥିଲେ ତାଙ୍କର ସନ୍ଧାନ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଆତ୍ମୀୟସ୍ୱଜନ, ବନ୍ଧୁ-ପରିବାର ଓ ପୋଲିସ୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ଅବଗତି ନିମନ୍ତେ ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଜାରି କରିଥାନ୍ତି । ଏହାଦ୍ୱାରା ହଜିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିର ସନ୍ଧାନ ପାଇଁ ନିବେଦନ କରାଯାଇଥାଏ ଓ ସମୟେ ସମୟେ ସନ୍ଧାନ ଦେଲେ ଆର୍ଥିକ ପୁରସ୍କାର ଦିଆଯିବାର ପ୍ରଲୋଭନ ମଧ୍ୟ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏହାର ପାଠକାୟତା ବ୍ୟାପକ ହେଲା ବେଳେ ସୁଫଳ ମିଳିବାର ଆଶା କରାଯାଇପାରେ । ଏପରି ବିଜ୍ଞାପନରେ ଅନୁନ୍ୟର ଭାଷା ଓ ଅନୁରୋଧର ଭାବ ପ୍ରକଟିତ ହୋଇଥାଏ ।

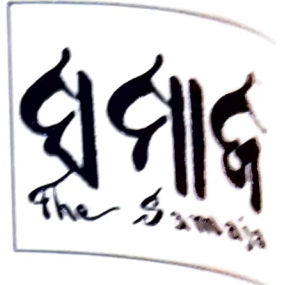
'ପ୍ରେସ୍ ବିଜ୍ଞପ୍ତି' ଏକ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିଜ୍ଞାପନ । ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସ୍ୱାର୍ଥରକ୍ଷା ଓ ଜନସଚେତନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଏହା ବିଜ୍ଞପିତ ହୋଇଥାଏ । ଏଥିରେ ଆଇନ୍ କାନୁନ୍ର ଉପଲକ୍ଷ୍ୟ ମଧ୍ୟ ଥାଏ । ଖବରକାଗଜକୁ ମାଧ୍ୟମ କରି ଏହି ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଜାରି ହୁଏ । କୌଣସି ଅଭାଳତି ବା ସରକାରୀ ଆଦେଶନାମାର ଦୂରିତ୍ ସଂଜ୍ଞାକନ ପାଇଁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଉଦ୍ୟମରେ ଏହି ବିଜ୍ଞପ୍ତି ଜାରି କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିରେ ତତ୍ତ୍ୱଜ୍ଞତା ବିରୋଧରେ ସୂଚନା ଥାଏ ଓ ସେଥିରେ କେହି ଜାଣିଶୁଣି ସଂପୃକ୍ତ ହେଲେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦାଦା ଦାୟୀ ରହିବେ ନାହିଁ ଓ ଆଇନ୍‌ଗତ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଗ୍ରହଣ କରାଯିବ ବୋଲି ସାଧାରଣରେ ଚେତାବନୀ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ।

(ଛ) ମୁଦ୍ରିତ-ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରକାଶିତ ବିଜ୍ଞାପନ :

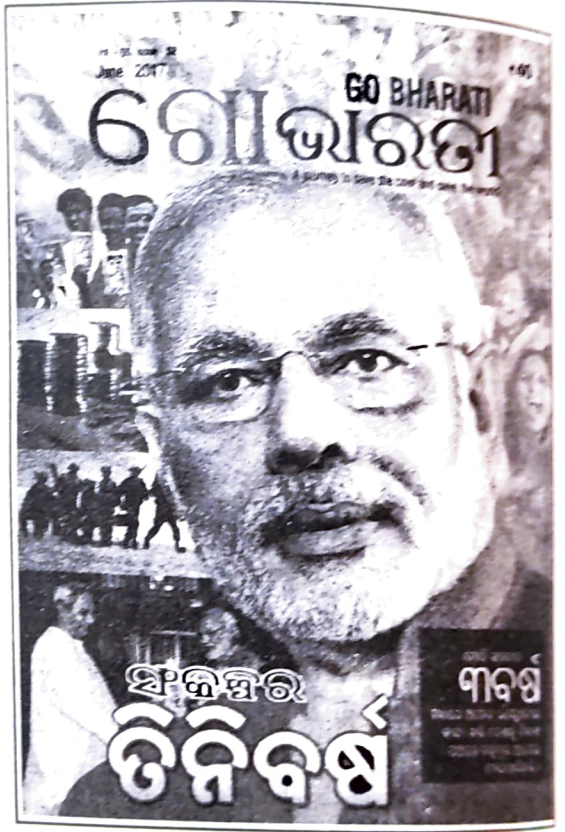
ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମ ବା 'ଖବରକାଗଜ', ପତ୍ରପତ୍ରିକା ଆଦିରେ ପ୍ରକାଶିତ



ବିଜ୍ଞାପନକୁ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରକାଶିତ 'ବିଜ୍ଞାପନ ରୂପେ ଅଭିହିତ କରାଯାଏ । ଏଥିରେ ସରକାରୀ, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ, ବ୍ୟବସାୟିକ, ଆନୁଷ୍ଠାନିକ, ଜନହିତରେ ଜାତି ବିଜ୍ଞାପନ ଆଦି



ବୃହତ୍ତର ଲୋକସଂସର୍ଗ ଓ ଯୋଗଯୋଗ ରକ୍ଷାର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ନେଇ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ । ଜଳଯତ୍ନ ସେବା ମନୋଭାବ ଓ ବ୍ୟବସାୟିକ ଲାଭଖୋର, ମନୋବୃତ୍ତିକୁ ପ୍ରତୋଦିତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ଅନେକତଃ ସଚିତ୍ର, ରଙ୍ଗୀନ, କଳାଧଳା, ଶ୍ଳୋଗାନଧର୍ମୀ ଓ ବିବରଣୀ ପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇ ଖବରକାଗଜର ପୃଷ୍ଠାଗୁଣ୍ଠନ କରିଥାଏ । ଏସବୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ପରିସର ଦିଗରୁ ଏହାର ବ୍ୟୟ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ହୋଇଥାଏ । ଉପରୋକ୍ତ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷ ନିଜର ଚ୍ରେତ୍ତମାର୍ଜକୁ ଆଧାର କରି ଜନ-ଆବଶ୍ୟକତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଏ ବିଜ୍ଞାପନ ଜାରି କରିଥାନ୍ତି । ପୂଜା-ପାର୍ବଣ, ରତ୍ନଗତ ବେପାର, ସମୟର ପ୍ରଭାବ ଅନୁସାରେ ଏସବୁ ବିଜ୍ଞାପନ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଛାପାଯାଆନ୍ତି । ଏହାର ମୁଦ୍ରିତ ରୂପ ସୁରକ୍ଷିତ ରହିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ରଖେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପାଖରେ । ଉପଯୋଗିତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଯେଉଁ ଉତ୍ପାଦଟି ଆବଶ୍ୟକୀୟ ତାହାର ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଖବରକାଗଜରୁ କାଟି ବହୁଦିନ ଯାଏଁ ଉପଭୋକ୍ତା ସାଜି ରଖିପାରନ୍ତି । ଏହି ସବୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଚିତ୍ର ଓ ଶ୍ଳୋଗାନ ଜନମାନସକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରେ । ତା'ର ଗ୍ରାହକୀୟ ମନୋଭାବକୁ ଏହା ଉତ୍ସୁକାଏ । ସେ ଚିତ୍ରରେ ପ୍ରଭାବିତ ହୁଏତ କେତେବେଳେ ଶ୍ଳୋଗାନରେ ପ୍ରଭାବିତ ହୁଏ ।



ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ବିଜ୍ଞାପନର ପରିଭାଷା, ତା'ର ଶ୍ଳୋଗାନ ଓ ବିବରଣୀରୁ ସହଜରେ ଅବଧାରିତ ହୁଏ । ଏହାର ଭାଷା ଓ ଭାବ ଉଭୟ ସୁବୋଧ ଓ ବେଶ୍ ଜନଗ୍ରାହୀ । ଏହା ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ବିଜ୍ଞାପିତ ଉତ୍ପାଦ ପ୍ରତି ଆସକ୍ତ କରେ । ଉତ୍ପାଦ କ୍ରୟପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଲୋଭିତ ସର୍ତ୍ତାଦିରେ ଓ ଘୋଷଣାରେ ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇ ଉପଭୋକ୍ତା ଆପଣାର ମନରେ ବାରମ୍ବାର ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରେ । ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ବସ୍ତୁବାଦୀ କରିଥାଏ । ଟି.ଭି., କାର, ମେଟ୍ ସାଇକେଲ, ବାଇକ, ଫୁଲ ଆଦିର ବିଜ୍ଞାପନର କଳା-କାରିଗରୀ ବିଶେଷ କରି ଗ୍ରାହକୀୟ ମାନସିକତାରେ କ୍ରୟ ପାଇଁ ଉତ୍ସାହ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାନ୍ତି ।

ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକରେ ଶ୍ଳୋଗାନ ବେଶ୍ ଆକର୍ଷକ ଓ ଉଦ୍ଦୀପକ । ସ୍ପଷ୍ଟ ଓ ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାରେ ଏକାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନର ଚିତ୍ର, ଶ୍ଳୋଗାନ, ବିବରଣୀ, ସର୍ତ୍ତାଦି ବେଶ୍ ମହତ୍ତ୍ୱ ରଖେ ଏଠାରେ କେତେକ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ତଥା ବଳିଷ୍ଠ ଶ୍ଳୋଗାନକୁ ତଥା ପ୍ରବଳ ବିବରଣୀ ଉଦ୍ଧାର କରାଯାଇପାରେ; ଯାହା ଗ୍ରହକ, ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଉପରେ ଅସାମ ପ୍ରଭାବର ଅତୁଟ ପ୍ରତିଛବି ହୋଇ ରହିଛି । ଯଥା

- (୧) ମୋ ଆଧାର, ମୋ ପରିଚୟ । (ଭାରି ସରକାରଙ୍କର ଜନହିତରେ ଜାରି)
- (୨) 'ଡିଜିଟାଲ, ନେଶଦେଶ କରନ୍ତୁ,
- (୩) 'ପ୍ରଥମ ଦିନରୁ କାମକରେ ଓ ଏହା ଅଭ୍ୟାସରେ ପଡ଼େ ନାହିଁ' । (ପେଟ ସଫା)
- (୪) 'ମୁହୂର୍ତ୍ତକରେ ଆରାମ, ବଦଳିଯିବୁ' । (ବୈଦ୍ୟରାଜ ଆକାଶ ଜ୍ୟୋତି)
- (୫) 'ପ୍ରଥମେ ବ୍ୟବହାର କର, ପରେ ବିଶ୍ୱାସ କର ।' (ଘଡ଼ି ଡିଟରଜେଣ୍ଟ ପାଉଡ଼ର)
- (୬) 'ଯାବୁ, କାନ୍ଥ, କୁଣ୍ଡିଆର ଶତ୍ରୁ, ସେହି କାମ-ସେହି ନାମ, କିଛି ହେଲେ ବଦଳି ନାହିଁ ।' (ଜାଲିମ ଗୋଖନ)
- (୭) ଯେପରି ନାମ, ସେପରି କାମ/ଗ୍ୟାସନେଲ ତାହାରି ନାମ' । (ଗ୍ୟାସନେଲ)
- (୮) 'ମୁଁ ଖୋଲନ୍ତୁ/ବୋଉ ବସାଦହି ଖାଆନ୍ତୁ ।' (ମିଲକି ମୁ)
- (୯) 'ପ୍ରକୃତିର ସର୍ଗ..... ଆୟୁର୍ବେଦର ବିଶ୍ୱାସ ।' (ରୂପମନ୍ତ)
- (୧୦) 'TVS Sport - ମାଇଲେଜ୍ କା ବାପ୍' (TVS Motor Cycle)
- (୧୧) 'ଯେ ଆରମ୍ଭ କା ମାମଲା ହେ' । (ରୂପା -ପ୍ରଫୁଲ୍ଲଜନ ଜନର ଡ୍ରାଆର)
- (୧୨) ଜଣିଆର ନୂଆ ଜେନେରେସନ୍ । (ହୋଷ୍ଟା ଆକ୍ଟିଭା)
- (୧୩) ଦେଶର ଅର୍ଥନୀତିକୁ ସମୃଦ୍ଧ କରିବାରେ ସହାୟକ ହୁଅନ୍ତୁ ।' (ଭାରତ ସରକାର - ଡିଜି ଧନମେଳା)
- (୧୩) 'ସବୁ ଦିନ ପିଅନ୍ତୁ' - ସ୍ଲିମ୍ ଏବଂ ଫିଟ୍ ରୁହନ୍ତୁ ।' (Fatgo)
- (୧୪) 'ନିଶ୍ଚିତ ଭୁକ୍ତ, ସୁସ୍ଥ ଦେହ' । (ନିମଗାର୍ଡ କ୍ୟାପସୁଲ୍ ଏବଂ ସାବୁନ)
- (୧୫) 'ଆଶାର ନୂଆ କିରଣ
- ପ୍ରାକୃତିକ ଜଡ଼ିବୁଟିର ମିଶ୍ରଣ ।' (ରୂପମନ୍ତ)
- (୧୬) ସଠିକ୍ ଏବଂ ଶୀଘ୍ର ଖବର ଦେଖିବାକୁ ଆପଣ ଆମକୁ ରଖିଛନ୍ତି ସବୁଠୁ ଆଗରେ No.-1 News Channel । (O TV)
- (୧୭) 'ସୁନ୍ଦର ପସନ୍ଦାନୁସାରେ 'ଭିକୋଚର୍ମାରିକ୍ କ୍ରିମ୍'
- ସୁନ୍ଦର ଓ ସୁସ୍ଥକର ଦୂରା ପାଇଁ ।' (ଭିକୋ ଚର୍ମାରିକ୍ କ୍ରିମ୍)

ଖବର କାଗଜ ବା ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ସ୍ଥାୟିତ୍ୱ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ବେଶ୍ ଉପଯୋଗୀ, ତେବେ ନିରନ୍ତର ମଣିଷ ଏହାର ଛବି ଦେଖି ପ୍ରଭାବିତ ହୁଏ; ସ୍ପୋଗାନ୍ ପଡ଼ି ନୁହେଁ କି ବିବରଣ ଅଧ୍ୟୟନ କରି ନୁହେଁ । ତେବେ ପ୍ରକାଶିତ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ଯେ ବୃହତ୍ତର ଲୋକ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ ଓ ଯୋଗଯୋଗ ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ବେଶ୍ କ୍ରିୟାଶୀଳ କରିପାରିଛନ୍ତି; ଏହା ଅସ୍ୱାକୃତ ହେବାର ନୁହେଁ ।

**(କ) ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟ ଧର୍ମୀ ବିଜ୍ଞାପନ :**

ବିଜ୍ଞାପନ ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟଧର୍ମୀ ହେବା ଏକ କଳା । ଦୂରଦର୍ଶନ ଓ ରେଡ଼ିଓରେ ସମ୍ପ୍ରସାରିତ ଧର୍ମୀ ବିଜ୍ଞାପନ ସମୂହକୁ ଦୃଶ୍ୟ ଶ୍ରାବ୍ୟ ଧର୍ମୀ ବିଜ୍ଞାପନ ଭାବେ ଅଭିହିତ କରାଯାଏ । ଏକଦା ଆକାଶବାଣୀ (ରେଡ଼ିଓ) ଥିଲା ଉତ୍ପାଦ ସାମଗ୍ରୀର ଭିତ୍ତି ସଞ୍ଚାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିଜ୍ଞାପିତ ହେବାର ମାଧ୍ୟମ । ଯେ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଚାଲିଥିଲା ବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନଦାତାଙ୍କ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ସମୟାନୁସାରେ ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଚାରିତ ହେବା ନିଶ୍ଚିତ ଥିଲା । ଏପରି ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଚାର ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନଦାତା ଓ ଆକାଶବାଣୀ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଦେୟ, ପ୍ରଚାର ସମୟ, ବିଜ୍ଞାପନର ତଥ୍ୟ ବା ସ୍ପୋଗାନ୍‌କୁ ନେଇ ଏକ ଚୁକ୍ତି ସ୍ୱାକ୍ଷରିତ ହୁଏ । ଏପରି

ବିଜ୍ଞାପନ ଉଭୟ ଗ୍ରାହକ ସେବା ଓ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଜାରି କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାକୁ ଶୁଣି ଗ୍ରାହକ ପ୍ରଭାବିତ ହେଉଥିବାରୁ ଏହାର ବିବରଣ ଓ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ମନକୁଆଁ ହେବା ଜରୁରୀ ହୋଇଥାଏ ।

ଏହାର ଭାଷା - ସୁବୋଧ, ମର୍ମସ୍ପର୍ଶୀ, ଭାବ-ଉତ୍ପାଦନ ସଠିକ୍ ସାକ୍ଷର-ନିରକ୍ଷର ଭେଦ ଦେଖେ ନାହିଁ ।

ତେଣୁ ଏହା ସବୁ ଶ୍ରେଣୀର ଶ୍ରୋତା/ଗ୍ରହୀତାଙ୍କ ପାଇଁ ଗ୍ରହଣୀୟ ହୋଇ ବ୍ୟବସାୟିକ ସଫଳତା ଦେବାରେ ସମର୍ଥ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟାର ଦ୍ରୁତ ବିକାଶ ଓ ଆକାଶବାଣୀ ପରି ଗଣମାଧ୍ୟମର ଲୋକ-ଉପାଦେୟତାର ହ୍ରାସ ହେତୁ ଅତି ବିଜ୍ଞାପନର 'ଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ' ଅନୁପଯୋଗୀ ହୋଇପଡ଼ିଛି । ନଚେତ୍ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଅଭିବୃଦ୍ଧି, ଗ୍ରାହକୀୟ ସଚେତନତା, ବ୍ୟବସାୟିକ ସମୃଦ୍ଧି ଆଣିବାରେ ଏପରି 'ବିଜ୍ଞାପନ' ର ଭୂମିକା ଏକଦା ଥିଲା ବିକଳହୀନ ଓ ସର୍ବାଧିକ ଲୋକପ୍ରିୟ ।

ଚେଲିଭିଜନ ବା ଦୂରଦର୍ଶନରେ ପ୍ରସାରିତ ବିଜ୍ଞାପନ ଉଭୟେ ଦୃଶ୍ୟ ଓ ଶ୍ରାବ୍ୟ ଧର୍ମୀ । ଏଥିରେ ଥିବା ଚିତ୍ରାୟନର ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ଚାରିତ୍ରିକ ଅଭିନୟ ଓ ଚତୁର୍ଜନିତ ସଂଳାପ ଜନମନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାର ମୁଖ୍ୟ କାରଣ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ମଧ୍ୟ ଚାଲିଥିବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ମଝିରେ ମଝିରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନଦାତା ଓ ଦୂରଦର୍ଶନ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କ ବୁଝାମଣା ଓ ବୁଦ୍ଧି ଅନୁସାରେ ଏହାର ସମ୍ପ୍ରସାରଣ ସମୟ ଓ ଦେୟ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରସାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରୁ କିଛି ସମୟ ବିରତି ଦେଇ ଏହାର ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଏ । ରଙ୍ଗାନ୍ ଚିତ୍ର, ଅଭିନୟ ଓ ଚିତ୍ରହାରୀ ସଂଳାପରେ ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ସକଳ ଉପଯୋଗିତା ଓ ଆବଶ୍ୟକତା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଗ୍ରାହକୀୟ ଆକର୍ଷଣ କାରଣ ହୋଇଥାଆନ୍ତି ।

ଚକ୍ଷୁହୀନ ଏହାକୁ ଶୁଣି ଶୁଣି ପ୍ରଭାବିତ ହେଲାବେଳେ ଶ୍ରବଣଶକ୍ତି ରହିତମାନେ ଏହାରପ୍ରସାରଣ ଦେଖି ଉତ୍ସାହପୂର୍ଣ୍ଣ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି । ଭାଷା ଓ ଭାବରେ ଏହାର ମୁଗ୍ଧକର ପ୍ରସାରଣ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦେବାରେ ସାକାର ହୋଇଥାଏ । ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ବିଜ୍ଞାପନ ଏକାଧିକ ଭାରତୀୟ ଭାଷାରେ ଅନୁଦିତ ହୋଇ ଆଞ୍ଚଳିକ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଭିତ୍ତିରେ ନିଜସ୍ୱ ପ୍ରଭାବ ଜାହିର କରିଥାନ୍ତି । ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ବା ଜାତୀୟ ଦୂରଦର୍ଶନରେ ହିନ୍ଦୀଭାଷାରେ ଏହାର ପ୍ରସାରଣ ସର୍ବଜନଗ୍ରାହୀ ହୋଇ ବିଜ୍ଞାପନଚିତ୍ର ଉତ୍ପାଦକ ଜାତୀୟ ମାନ୍ୟ ଦେଇଥାଏ ଓ ତଦାନୁସାରେ ଉତ୍ପାଦନ ଲୋକସମ୍ପର୍କ ଅଭିବୃଦ୍ଧିରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମରେ ଏହାର ପ୍ରସାରଣ ହେଉଥିବାରୁ ଏହାର ପ୍ରସ୍ତୁତି କୌଶଳ ଭିତ୍ତିଓଗ୍ରାଫି ଭିତ୍ତିରେ ହୁଏ । ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ପରି ଏହାର ସ୍ଥିତି ଲେଖାଯାଏ, ଏହାର ସ୍ୱଚ୍ଛି ମଧ୍ୟ କରାଯାଇ ପ୍ରାୟୋଜିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆଧାରରେ ଏହା ଦୂରଦର୍ଶନରେ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ । ଏଥିରେ ଲୋକପ୍ରିୟ ଅଭିନେତା, ସମାଜସେବା, ତଥା ସମାଜର ବିଭିନ୍ନ ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦନ ରୁଚୁଥିବା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଅଭିନେତା ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ । ସରକାର କ୍ରୀଡ଼ାବିତ, ଶିଳ୍ପୀ, ଅଭିନେତାଙ୍କୁ ସରକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନରେ ବ୍ରାଣ୍ଡ ଆୟାସାହାଯୋଗୀ ମାନ୍ୟ ଦେଇ ଜାତୀୟ ଓ ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷା ବିଭିତ୍ତିରେ 'ଦୃଶ୍ୟ ଶ୍ରାବ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ' ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥାନ୍ତି ।

'ସ୍କୁଲ ଭାରତ ମିଶନ'ରେ ଅଭିନେତା ଅମିତାଭ ବଚ୍ଚନ, ଓଡ଼ିଶା ପର୍ଯ୍ୟଟନର ବିଜ୍ଞାପନରେ ବାଲୁକା ଶିଳ୍ପୀ ସୁଦର୍ଶନ ପଟ୍ଟନାୟକ ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଅଭିନେତା ଉମିକା ନିର୍ବାହ କରିବା ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଉଦାହରଣୀୟୋଗ୍ୟ । ଅନୁରୂପ ଭାବେ ଜନତାଙ୍କୁ ସ୍କୁଲ ଜଳପାନ କରିବାକୁ ପରାମର୍ଶ ଦେବାକୁ ଯାଇ ବିଭିନ୍ନ ଜମାନାର ଜଳଦାୟୀ ଯନ୍ତ୍ରର ଉପଯୋଗିତା, କ୍ରିକେଟର ମହାନାୟକ ସଚିନ୍ ତେନ୍ଦୁଲକର ଓ ବିତ ଦିନର ସ୍ୱପ୍ନ ସୁନ୍ଦରୀ ହେମାମାଳିନୀଙ୍କୁ ଉପଭୋକ୍ତା ଭାବେ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଅଭିନୟ କରାଇ ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ନେଇପାରନ୍ତି ।

ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ଏକପରି ବିଶିଷ୍ଟ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷଙ୍କୁ ନେଇ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିବାରୁ ଏହାର ବ୍ୟବସାୟିକ ଦିଶ୍ୱସନିୟତାକୁ ଉପଭୋକ୍ତା ସହଜରେ ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ । ତେବେ ସଞ୍ଚାଳିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ମଝିରେ ଏହାର ସମ୍ପ୍ରସାରଣ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ କ୍ଳାନ୍ତିକର, ବିରକ୍ତଦାୟୀ ହେଉଥିବାରୁ ବିଜ୍ଞାପନର ଆରମ୍ଭ ମାତ୍ରେ ଦର୍ଶକ ଅନ୍ୟ ଚ୍ୟାନେଲକୁ ମୁହାଁଏ । ଫଳରେ ବିଜ୍ଞାପନଚିତ୍ର ଦୃଶ୍ୟର ଯୋଗଯୋଗ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଏକ ଅସ୍ୱାଭାବିକ ବାଧା ଲକ୍ଷିତ ହୁଏ । ଅନ୍ୟଥା ଆଜିର ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟାର ଦ୍ରୁତ ବିକାଶରେ 'ଦୃଶ୍ୟ ଶ୍ରାବ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନର ଲୋକପ୍ରିୟତା ସର୍ବାଧିକ ।



(ଝ) ହୋଡ଼ି ପୃଷ୍ଠରେ ବିଜ୍ଞାପନ :

‘ହୋଡ଼ି’ ପୃଷ୍ଠରେ ବିଜ୍ଞାପନ’ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ପରିଚୟ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିଛି ଆଜିକାଲି । ତେବେ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ସହରୀ ଜୀବନରେ ଏହା ଯେତିକି ପ୍ରଭାବନିଷ୍ପ ପାରମ୍ପରିକ ପଲ୍ଲୀ-ଜୀବନରେ ଏହାର ପ୍ରଭାବ ସେତିକି ଶିଥିଳ । ନଗର, ମହାନଗର ଆଦିର ରାସ୍ତାକଡ଼ରେ, ଜନପ୍ରିୟ ସ୍ଥାନରେ, ରେଲ୍ୱେ ଷ୍ଟେସନ, ବସଷାଞ୍ଚ ଆଦି ଜନଗହଳି ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଞ୍ଚଳରେ, ସିନେମାହଲ୍ ଓ ବହୁତଳ ପ୍ରାସାଦକୁ ନେଇ ଗଢ଼ି ଉଠିଥିବା ଜନବସତି ସ୍ଥାନରେ ‘ହୋଡ଼ି-ବିଜ୍ଞାପନ’ ତା’ର ଉପସ୍ଥିତି ଜାହିର କରିଥାଏ । ବେଶ୍ ପ୍ରଶସ୍ତ ଓ ସୁଉଚ୍ଚ ସ୍ତରରେ ଜନନେତ୍ରକୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବା ଭଳି ଚିତ୍ର, ସଂଳାପ ଓ ଶ୍ଳୋଗାନରେ ଅଭିବ୍ୟକ୍ତିତ ହୋଇ ଏହା ବଡ଼ ବଡ଼ କମ୍ପାନୀର ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀ, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନ ଆଦିର ବିଜ୍ଞାପନକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରିଥାଏ । ଏବେ ସହର ଗୁଡ଼ିକର ଆଧ୍ୟାତ୍ମିକ ଶୋଭାକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦେଉଥିବା ମନ୍ଦିର ସ୍ଥାନରେ ହୋଡ଼ି ହିଁ ବେଶୀ ଆକର୍ଷଣୀୟ ହୋଇପଡ଼ିଛି ।



ଅତୀତରେ ନୂଆ ନୂଆ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ସ୍ଥାନୀୟ ସିନେମା ହଲରେ ପଡ଼ିଲେ ଏହାକୁ ବିଜ୍ଞପିତ କରିବା ପାଇଁ ରାସ୍ତାକଡ଼ରେ ଥିବା ସୁଉଚ୍ଚ ପ୍ରଚାର, ସ୍କୁଲ୍ କଲେଜର ପାଚେରୀକାନ୍ଥ, ବିଭିନ୍ନ ଅନୁଷ୍ଠାନର ପାଚେରୀର ପୋଷ୍ଟର ସଂଲଗ୍ନ କରାଯାଇ ଜନମାନସକୁ ଆକର୍ଷିତ କରାଯାଉଥିଲା । ମାତ୍ର ଏବେ ତା’ର ସ୍ଥାନ ନେଇଛି ବିଭିନ୍ନ ହୋଡ଼ିରେ ଝଲସୁଥିବା ବ୍ୟୟବହୁଳ ବିଜ୍ଞାପନ । ଏହାକୁ ନିର୍ମାଣ କରିବା ପାଇଁ ଉତ୍ପାଦର ବିତରକ, ମାଲିକ ତଥା ସଞ୍ଚାଳକ ମାନେ ବିଜ୍ଞାପନ ଏଜେନ୍ସିକୁ ଦାୟିତ୍ୱ ଦେଇଥାନ୍ତି ଓ ବିଜ୍ଞାପନଟି କିପରି ପ୍ରତିଦୃଶିତା ଭିତରେ ସର୍ବାଧିକ ଜନପ୍ରିୟ ହୋଇପାରିବ ତା’ର ଚିତ୍ର, ଚରିତ୍ର, ସଂଳାପ, ଶ୍ଳୋଗାନ ସହାୟତାରେ ବିଜ୍ଞପିତ କରିବାକୁ ଚୁକ୍ତି କରିଥାନ୍ତି ।

ହୋଡ଼ି ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ପଥଚାରୀ, ଯାନ-ଆରୋହୀ ଆଦିଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରେ । ଏହା ଖବରକାଗଜ ବା ଦୂରଦର୍ଶନର ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଚାର-ପ୍ରସାରଠାରୁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଶୈଳୀରେ ନିର୍ମିତ ହୋଇଥାଏ । ରାତିରେ ଜନନେତ୍ରକୁ ତତ୍ପ୍ରତି ଆକର୍ଷିତ କରିବାକୁ ଏଥିରେ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ବିଦ୍ୟୁତ୍ ଆଲୋକ, ନଚେତ୍ ରେଡ଼ିୟମ ଦିଆ ଯାଇଥାଏ । ଯାନାଦିର ଆଲୋକ ପଡ଼ିବା ମାତ୍ରେ ଏହା

ଝଲସି ଉଠେ, ଯାହାକି ଯାତ୍ରାମାନଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ହେବା ଅବଶ୍ୟକୀୟ ହୋଇଥାଏ । ହୋଡ଼ିଂ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ସୁଉଚ୍ଚରେ ଥିବାରୁ ଏହାର ଚିତ୍ର ଓ ଅକ୍ଷର ଦୂରକୁ ପଢ଼ିପାରିବା ଆକୃତି ନେଇ ଅଜ୍ଞା ଯାଇଥାଏ । ଯଦି ଏହା ଅସ୍ପଷ୍ଟ ହୁଏ ତେବେ ବିଜ୍ଞାପନଟିର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ବିଫଳ ହୁଏ । ଏ ପ୍ରକାର ବ୍ୟୟବହୁଳ ବିଜ୍ଞାପନ କ୍ଷୁଦ୍ର ବ୍ୟବସାୟ ଅପେକ୍ଷା ବଡ଼ବଡ଼ କମ୍ପାନୀଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟକୁ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦିଏ ।



## ସକଳ ପ୍ରୟୋଗନ ନିମନ୍ତେ TVS ହେଉଛି ଏକଦମ୍ ସଠିକ୍ ।

ବିଶେଷ ଅଫର

କମ୍ପାନୀର ପେମେଣ୍ଟ

**3250/-**

କୋ-ଡିଏ  
ଇଏମ୍ପାଉର

**6000/-**  
ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସଂରକ୍ଷଣ

**0** ପ୍ଲୋଏସେସିବ୍ ଚାର୍ଜ



**Zest**  
Available in New Matte Series

**Pepi**  
Ex-showroom price ₹42,277/-

**N-TORQ**  
India's first Bluetooth connected scooter

**Jupiter**  
3 million+ Happy Customers

କମ୍ପାନୀର ପେମେଣ୍ଟ ଚିକିତ୍ସା 15 ଟଙ୍କା

କେମ୍ବ୍ରୋ ପ୍ରୋଟେକ୍ଟ ନିଭୋ ଏବଂ ଖୋଲି ଚୁକ୍ତ ।

Get benefits up to ₹7000/-

₹4000/- ଏକ୍ସଟ୍ରା ସେଣ୍ଡ

TVS CREDIT

NDFC BANK

ସୁଧାହୀନ

ପେମେଣ୍ଟ ପ୍ଲାନ

ଅନୁମୋଦିତ

ଆଧୁନିକ ଜୀବନ ଶୈଳୀକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାରେ ଏହାର ସମ୍ପାଦକ-ବ୍ୟୟବହୁଳ ରଙ୍ଗତଙ୍ଗ ଓ ପ୍ରଭାବାସୁର ବିକଳହୀନ । ତେବେ ରାସ୍ତାକଡ଼ରେ ଏହାର ସ୍ଥିତି ଅନେକ ପଥଚାରୀ, ବସ୍ତ୍ରାଞ୍ଜଳର ବା ଯାନଚାଳକଙ୍କୁ ଅନ୍ୟମନସ୍କ ଓ ଅମନଯୋଗୀ କରୁଥିବାରୁ ଏହା ସଡ଼କ ଦୁର୍ଘଟଣାର ଏକ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ କାରଣ ହୋଇଥାଏ । ତେବେ ହୋଡ଼ିଂ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରଚାର-ପ୍ରସାର ଆଦିରେ ଅଧିକ ବ୍ୟୟବହୁଳ ହୋଇଥିବାରୁ ଏହି ବ୍ୟୟ ସାମଗ୍ରୀକ୍ରୟରେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ପରୋକ୍ଷ ଭାବେ ବହନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ନାମାଦାନୀ କପଡ଼ା ବ୍ୟବସାୟୀ, ସୁନା ଅଳଙ୍କାର ବ୍ୟବସାୟୀ, ପୋଷାକ ପରିଚ୍ଛଦର ନିର୍ମାତା, ଦୈନନ୍ଦିନ ବ୍ୟବହାରୀୟ ଉପଯୋଗୀ ସାମଗ୍ରୀ, ବିବିଧ ଯୋଡ଼ା କମ୍ପାନୀ, ବିଲଡ଼ର୍ସ, ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନ, ମେଡ଼ିକାଲ, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ଦୂରଦର୍ଶନର ବିଭିନ୍ନ ସିରିଏଲ, ବିଦ୍ୟୁତ୍ ସାମଗ୍ରୀ ଉତ୍ପାଦନ, ମୋଟର ଯାନର ନିର୍ମାଣ, ପାନମସଲା, ଡିଟର୍ଜେଣ୍ଟ କମ୍ପାନୀମାନେ ଏଇ ‘ହୋଡ଼ିଂ ବିଜ୍ଞାପନ’ ମାଧ୍ୟମରେ ନିଜ ଉତ୍ପାଦର ଚାହିଦାର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ସହ ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ତଥା ଲୋକସମ୍ପର୍କ ରକ୍ଷାରେ ବେଶ୍ ସମର୍ଥ ହେବା ପ୍ରମାଣିତ ହୋଇଛି ।

ଗଣଯୋଗାଯୋଗ କ୍ଷେତ୍ରରେ ‘ହୋଡ଼ିଂ ଆଧାରିତ ବିଜ୍ଞାପନ’ ର ପ୍ରଦର୍ଶନ ଏକ ନୂତନ ମାର୍ଗର ପ୍ରଦର୍ଶନ - ଏହା ମଧ୍ୟ ଆଜି ସ୍ୱୀକାର କରିବାକୁ ହୁଏ । ପ୍ରତିଯୋଗିତା ସୂତ୍ରରେ “No.-1 Odia News Channel” ଭାବେ ତୁଳନାତ୍ମକ ଭାବରେ ବିଜ୍ଞପିତ “OTV” ର ବିଜ୍ଞାପନ, କିମ୍ବା ଓଡ଼ିଶାରେ ଦୁର୍ଗ୍ୟ ବିପ୍ଳବକୁ ତୁଟି ବିକାଶ ଦେବା ପାଇଁ ପ୍ରୟାସ କରୁଥିବା ‘Milky Moo’ ର ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଲକ୍ଷ୍ୟଶୀଳ ଏକ ଏକ ‘ହୋଡ଼ିଂ ବିଜ୍ଞାପନ’ ରୂପେ ସୂଚିତ କରାଯାଇପାରେ ।

ଏଥିରେ ଉତ୍ପାଦର ଗୁଣ, ମାନ, ଉପଯୋଗିତା, ଜନ ସଚେତନତା ଉଦ୍ରେକ ନିମିତ୍ତ ପ୍ରୟାସ କରାଯିବା ସହ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ବୃହତ୍ତର ଗ୍ରାହକୀୟ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନରେ ମଧ୍ୟ ପ୍ରୟତ୍ନ କରାଯାଇଛି । ‘ବୋଉ’ ଆମ ଆହୁତ, ସଂସ୍କୃତି, ପାରିବାରିକ ସ୍ନେହ ଶ୍ରଦ୍ଧାର ଅବିକଳ ପ୍ରତୀକ । ‘ମିଲକି ମୁ’ର ଉତ୍ପାଦକ ନିଜ ବ୍ରାଣ୍ଡର ‘ଦହି’ ବିକ୍ରି କରିବା ପାଇଁ ବେଶ୍

ଆବେଗ ଓ ଭାବାତ୍ମକ ଜଙ୍ଗରେ 'ବୋଉ' ପରି ଏକ ଆତ୍ମିକ ସମ୍ପର୍କର ସ୍ୱରକୁ ଦହି ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ବ୍ୟବସାୟରେ ବିନିଯୋଗ କରି ଉତ୍ପାଦ ଓ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ଭାବାତ୍ମକ ସମ୍ପର୍କ ଯୋଡ଼ିବାର ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖିଥାନ୍ତି । ଏପରି ସ୍ୱର ଓ ଶ୍ଳୋଗାନ୍ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଆକର୍ଷଣର ଭାବ-ବିନ୍ଦୁ ହୋଇଥିବାରୁ ଏଥିରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ପର୍କ ସହ ଆର୍ଥିକ ଫାଇଦା ଅନାୟାସରେ ମିଳିବାର ସମ୍ଭାବନାକୁ ଏଡ଼ାଯାଇ ନ ପାରେ ।”

ସମ୍ପ୍ରତି 'ବିଜ୍ଞାପନ'ର ବହୁଳ ତଥା ମର୍ଯ୍ୟାଦାୟୀ ପ୍ରସାର ଓ ପ୍ରଚାର ମୁଖ୍ୟତଃ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଆଧାର କରି ସଞ୍ଚାଳିତ । ବାହ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ (ହୋଡ଼ିଂ/ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣଯାନ/ଡାକବାକି ଯନ୍ତ୍ର/ପୋଷ୍ଟର/ଲୋକ ଅଭିନୟ/ପଥପ୍ରାନ୍ତ ନାଟ, ଗୀତ), ଛାପାମାଧ୍ୟମ (ଖବର କାଗଜ/ହାଣ୍ଡ ବିଲ୍/ପତ୍ରପତ୍ରିକା), ବୈଦ୍ୟୁତିକ ମାଧ୍ୟମ (ରେଡ଼ିଓ/ଟେଲିଭିଜନ୍/ଇଣ୍ଟରନେଟ୍/ଟଲକିଡ୍ର) ରେ ଆଜି ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରଚାର, ପ୍ରସାର ଓ କଳାତ୍ମକ ଅଭିପ୍ରେରଣା ଏପରି ପ୍ରକାଶିତ ଯାହା ଆଜି ନିତ୍ୟ-ନୈମିତ୍ତିକ ଜୀବନଧାରାକୁ ବେଶ୍ ପ୍ରଭାବିତ କରିଛି; ଲୋକସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ ହେତୁ ହୋଇଛି, ଉତ୍ପାଦର ସହଜଲଭ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇଛି, ଆର୍ଥିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧିର ସହାୟକ ହୋଇଛି, ଗଣଯୋଗାଯୋଗର କାଢ଼ି ଓ କୃତି ରୂପେ ପ୍ରତିଭାତ ହୋଇଛି ।

**(ଡ) ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ଓ ବିବିଧ ବିଜ୍ଞାପନ :**

ଅନୁଷ୍ଠାନ କତିପୟ ଜନହିତ ସାଧନ ପାଇଁ ସେବା ମନୋଭାବ ପୂର୍ବକ ଆପଣାର ବିବିଧ ସମାଜସେବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ମାଧ୍ୟମରେ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଆଧାର କରି ପ୍ରକାଶ, ପ୍ରସାର ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିଥାନ୍ତି । ବିଭିନ୍ନ ସାମାଜିକ ସଂଗଠନ, ସେବା-ସଂସ୍ଥା ଏତାଦୃଶ ବିଜ୍ଞାପନରେ କୌଣସି ବ୍ୟବସାୟିକ ମନୋଭାବ ପୋଶେ ନ କରି ନିରୁଦ୍ଧା ଜନସେବା, ସହଯୋଗ, ସୂଚନା, ସହାୟତା ପାଇଁ ସଂଗଠନର ପ୍ରୟାସକୁ ବିଜ୍ଞାପନ ମାଧ୍ୟମରେ ଜନତାଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚାନ୍ତି । ଖବରକାଗଜ, ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ପ୍ରଚାରପତ୍ର ଆଧାରରେ ଅନୁଷ୍ଠାନ ବା ସଂଗଠନ ଗୁଡ଼ିକର ସେବା ମନୋଭାବ, ବିଜ୍ଞପିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହାର ସୁଦୂର ପ୍ରସାରୀ ଗଣପ୍ରଭାବ ମଧ୍ୟ ବେଶ୍ ଉପଲବ୍ଧ । ରକ୍ତଦାନ ମହତ ଦାନ' କୁ ସାକାର କରିବା ପାଇଁ 'ଆମ ଓଡ଼ିଶା' ପରି ସାମାଜିକ ସଂଗଠନର 'ପ୍ରତିଦିନ ରକ୍ତଦାନ' କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସଞ୍ଚାଳନ ଜନିତ 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ, ଉପଯୋଗୀ, ଜନହିତକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନ । ଏହା ଦ୍ୱାରା ରକ୍ତ ସଂଗ୍ରହ ଓ ତା'ର ସମଯୋପଯୋଗୀ ବିନିଯୋଗରେ ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ଅମୂଲ୍ୟଜୀବନକୁ ସେ ରକ୍ଷା କରାଯାଇ ପାରେ ତାହା ବିଜ୍ଞାପନଟିରୁ ଉପଲବ୍ଧ ।

କେତେ ବଡ଼ ବଡ଼ ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନ, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକେନ୍ଦ୍ର, ମୋଟର ଯାନ ବିକ୍ରେତା, T.V. Channel ଆଦି ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣ ଗାଡ଼ି, ହୋଡ଼ିଂ, ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନିଜର ବ୍ୟବସାୟିକ ଫାଇଦା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଇଥିଲେ ବି ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ଜନସଚେତନତା, ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶର ସୂଚନା ଦେବା ସହ ଜନହିତ ସାଧନ କରିଥାଏ । ଛାତ୍ରଛାତ୍ରୀମାନେ ଆପଣାର ମନୋନୀତ ପାଠକ୍ରମ କେଉଁ ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନରେ ସୁଲଭ୍ୟ ଓ ସେହି ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନର ବିବିଧ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ କ'ଣ ତାହା ଶିକ୍ଷାନୁଷ୍ଠାନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦତ୍ତ ବିଜ୍ଞାପନରୁ ଜାଣିପାରି ନିଜସ୍ୱ ଫାଇଦା ନେବାରେ ସମର୍ଥ ହୁଅନ୍ତି । ଅନୁରୂପ ଭାବେ ବିଭିନ୍ନ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ସେବା ସଂସ୍ଥା ଗୁଡ଼ିକ ନିଜ ସଂସ୍ଥାରେ ବିଭିନ୍ନ ରୋଗର ନିରୂପଣ, ନିରାକରଣ, ଅସ୍ତ୍ରୋପଚାର ତଥା ଏଥିପାଇଁ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ଫ୍ୟାକେଜ୍ ଆଦିର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଇ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଗତ ଉତ୍ସୁକତା ପୂରଣରେ ସହାୟକ ହୁଅନ୍ତି ।

