© JUN 2026 | IRE Journals | Volume 9 Issue 12 | ISSN: 2456-8880
DOI: https://doi.org/10.64388/IREV9I12-1719026

विज्ञापन का विकास (Evolution of Advertising)

SAIJAL GOEL[1], MAYANK SAINI[2], RAJNIKANT[3]
[1]*Student- MFA Applied Arts, Shri Ram College Muzaffarnagar*
[2, 3]*Assistant Professor, Fine Arts Department, Shri Ram College Muzaffarnagar*

सारांश : ***इस शोध कार्य के माध्यम से हम विज्ञापनों के उस अनोखे सफर को करीब से देखते है जिसने बदलते वक्त के साथ खुद को पूरी तरह से नया रूप दे दिया है। विज्ञापन का यह क्रमिक विकास (Evolution) सिर्फ बाज़ार की किसी तकनीक का बदलना नहीं है, बल्कि यह हमारे समाज की बदलती सोच और व्यवहार की एक कहानी है। कहाँ कभी विज्ञापन पत्थरों की नक्काशी या बाजारों में ढोल बजाकर दी जाने वाली 'मुनादी तक सीमित थे, और आज वे हमारे स्मार्टफोन, सोशल मीडिया और AI की डिजिटल दुनिया में इस कदर रच-बस गए हैं कि हमारी लाइफस्टाइल का हिस्सा बन चुके हैं। यह अध्ययन इसी बात पर रोशनी डालता है कि कैसे तकनीक के साथ-साथ विज्ञापन के कहने का अंदाज़ और उसे पेश करने की कला बदली है। अंत में, यह कार्य विज्ञापन की उस रचनात्मकता (Creativity) और टेक्नोलॉजी के अद्भुत मेल को सामने लाता है, जो व्यापार के साथ साथ, हमारे सोचने और समाज को देखने के नज़रिए को भी एक नई दिशा दे रहे हैं।***

मुख्य शब्दः विज्ञापन, जनसंचार, सोशल मीडिया मार्केटिंग, मानवीय दृष्टिकोण

I. प्रस्तावना

Advertisement एडवर्टाइजमेंट जिसे हम हिंदी में विज्ञापन कहते हैं, यह दो शब्दों से मिलकर बना है— 'वि' और 'ज्ञापन'। 'वि' का अर्थ होता है 'विशेष' और 'ज्ञापन' का अर्थ होता है 'जानकारी देना'। अर्थात किसे वस्तु के बारे में जानकारी देना । विज्ञापन हमारे आज के समय में बहुत ज्यादा जरूरी हो गया है। विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य किसी वस्तु या सेवा को बेचने के लिए उसकी जानकारी अधिक से अधिक लोगों तक देना होता है।

आज के समय में जब भी किसी नई वस्तु का उत्पादन होता है, तो विज्ञानकर्ता या उत्पादक यह चाहता है कि उस वस्तु की जानकारी ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचे। दुकान पर बैठकर यह मुमकिन नहीं होता कि हम हर किसी को उस वस्तु के बारे में जानकारी दे सकें, इसलिए विज्ञापन का सहारा लिया जाता है। विज्ञापन के माध्यम से हम घर बैठे लोगों तक जानकारी पहुँचा सकते हैं।

विज्ञापन हमारे दैनिक जीवन का एक बहुत जरूरी हिस्सा बन गया है। वर्तमान समय में इसका महत्व इतना बढ़ गया है क्योंकि हम घर बैठे ही बाजार में मिलने वाली वस्तुओं के बारे में अधिक जानकारी आसानी से प्राप्त कर सकते हैं। आज हम विज्ञापन के बिना अपने जीवन की कल्पना भी नहीं कर सकते। यदि हमें किसी सामान की जानकारी चाहिए, तो हम उसे विज्ञापन के जरिए समझ सकते हैं। इसी तरह, जो सामान का उत्पादन करते हैं उन्हें भी आसानी रहती है, जिससे लोगों तक जानकारी जल्दी से जल्दी पहुँच जाती है।

पुराने समय में विज्ञापन की तकनीक आज जितनी प्रभावशाली, लेकिन जैसे-जैसे समय बीतता गया, विज्ञापन के क्षेत्र में तरक्की हुई है। इस विकास में आधुनिक टेक्नोलॉजी ने सबसे महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। आज विज्ञापन का मकसद केवल किसी वस्तु की सूचना या जानकारी देना मात्र नहीं रह गया है, बल्कि यह उपभोक्ताओं के साथ एक गहरा रिश्ता बनाने और उनका विश्वास जीतने की कोशिश बन चुका है।

विज्ञापन के क्षेत्र में आए इन बदलावों को—जिसे हम 'इवोल्यूशन ऑफ एडवर्टाइजिंग' (Evolution of Advertising) कहते है। पहले जब विज्ञापन अखबार के किसी छोटे से कोने में छपते थे, तथा ब्लैक एंड व्हाइट होते थे, वही विज्ञापन आज सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म्स पर हर जगह मौजूद हैं। विज्ञापन के इस बदलते रूप ने न केवल बाजार को प्रभावित किया है, बल्कि हमारी जीवनशैली (Lifestyle) और सोचने के तरीके को भी पूरी तरह से बदल दिया है।

अब केवल बड़े बजट वाली कंपनियों ही नहीं वरन एक छोटा व्यापारी भी विज्ञापन के माध्यम से अपनी वस्तु का प्रचार कर सकता है ।

II. विज्ञापन का इतिहास

एक अच्छा विज्ञापन वह होता है जो बहुत प्रभावशाली हो, जिसमें हम ऐसे चित्रों, शब्दों या संगीत का प्रयोग करते हैं जो लोगों को अपनी तरफ आकर्षित करते हैं। विज्ञापन

© JUN 2026 | IRE Journals | Volume 9 Issue 12 | ISSN: 2456-8880
DOI: https://doi.org/10.64388/IREV9I12-1719026

उपभोक्ताओं को सेवाओं तथा वस्तुओं के बारे में सही जानकारी देता है तथा उन्हें अपनी ओर आकर्षित करता है। यह उनकी सहायता करता है यह समझने में कि कौन सी वस्तु उनके लिए उपयोगी है और उनके लिए ठीक रहेगी।

पहले के समय में जो विज्ञापन होते थे, वे बहुत सरल और सीमित होते थे। आज के युग की तरह उस समय इतनी सारी सुविधाएँ उपलब्ध नहीं थीं। हमें विज्ञापन का सबसे पहला उदाहरण मिस्र (Egypt) में मिलता है, जो कि 'पेपिरस' (Papyrus) नामक पत्र पर लिखा गया था। यह लगभग 3000 साल पुराना है और इसमें किसी वस्तु का विज्ञापन किया गया था।

पहले के लोग विज्ञापन करने के लिए मौखिक माध्यम का सहारा लेते थे, जिसमें बोलकर वस्तु के बारे में जानकारी दी जाती थी। इसके लिए अक्सर मुनादी करने वाले एक विशेष प्रकार के भोंपू (Loudspeaker/Megaphone) का प्रयोग करते थे। लोग गाँव-गाँव में घूमकर वस्तु के बारे में जानकारी देते थे और अपनी आवाज़ व अंदाज़ से लोगों को अपनी तरफ आकर्षित करने का प्रयास करते थे।

विज्ञापन मानव समाज और व्यापार के बीच एक महत्वपूर्ण कड़ी के रूप में कार्य करता है। जैसे-जैसे टेक्नोलॉजी बढ़ रही है और लोगों की जीवनशैली बदल रही है, विज्ञापन करने के तरीकों में भी बड़ा बदलाव आया है। शुरुआत में विज्ञापन का मुख्य कार्य केवल लोगों तक उत्पाद की जानकारी पहुँचाना था, लेकिन आज के समय में यह उपभोक्ताओं को प्रभावित करने, ब्रांड की पहचान बनाने और बिक्री बढ़ाने का एक सशक्त माध्यम बन चुका है। आज प्रतिस्पर्धा (Competition) इतनी बढ़ गई है कि जिसका विज्ञापन सबसे आकर्षक और प्रभावी होता है, लोग उसी से सबसे अधिक प्रभावित होते हैं।

विज्ञापन का इतिहास अत्यंत प्राचीन है और यह मनुष्य की जीवनशैली के साथ निरंतर बदलता रहा है। विज्ञापन का यह विकास न केवल व्यापारिक बदलावों को दर्शाता है, बल्कि यह इस बात का भी प्रतीक है कि समय के साथ लोगों की सोच और उनके रहने का तरीका कितना बदल गया है।

प्राचीन समय में भी लोग दीवारों पर लिखकर या पम्फलेट छपवाकर अपनी वस्तु के बारे में जानकारी देते थे, जिससे लोगों को उस वस्तु के बारे में पता चल जाता था। पहले विज्ञापन के साधन बहुत सीमित थे और हमारे पास प्रचार के लिए आज जैसी इतनी अधिक सुविधाएँ उपलब्ध नहीं थीं।

III. विज्ञापन का इतिहास

आज के समय में विज्ञापन का रूप पूरी तरह से बदल चुका है। यह केवल विज्ञापन का विकास ही नहीं है, बल्कि मनुष्य ने विज्ञापन और टेक्नोलॉजी के क्षेत्र में जो तरक्की की है, यह उसका भी एक बेहतरीन उदाहरण माना जा सकता है।

आज के आधुनिक युग में इंटरनेट और मोबाइल ने विज्ञापन करने का तरीका बिल्कुल बदल दिया है। प्राचीन काल या पहले के समय में जब हम विज्ञापन करते थे, तो रेडियो, बोलचाल (word of mouth), दीवारों पर लिखकर या पोस्टर चिपकाकर इसका सहारा लेते थे। परंतु आज विज्ञापन करने का तरीका पूरी तरह अलग हो चुका है, क्योंकि हमारे देश ने इतनी तरक्की कर ली है कि अब अलग-अलग और आधुनिक तरीकों से विज्ञापन किया जा सकता है। पहले विज्ञापन के बारे में जानकारी बहुत सीमित हुआ करती थी।

जोहानेस गुटनबर्ग द्वारा छापाखाना (Printing press) का आविष्कार 15वी शताब्दी में लगभग 1440 ईस्वी में जर्मनी में किया गया था । इस आविष्कार के कारण विज्ञापन और संचार के क्षेत्र में बहुत तेजी से विकास हुआ तथा विज्ञापन करना अधिक सरल हो गया था ।

15वीं शताब्दी में प्रिंटिंग प्रेस के आने से विज्ञापन का रूप पूरी तरह बदल गया, था। इसके बाद उत्पादकों और विज्ञापनकर्ताओं ने समाचार पत्रों और पत्रिकाओं (Magazines) का सहारा लेना शुरू कर दिया, जिससे जानकारी लोगों तक बहुत जल्दी पहुँचने लगी। पहले विज्ञापनों में वस्तुओं के चित्र नहीं होते थे, लेकिन प्रिंटिंग प्रेस के आने से वस्तुओं को चित्रों के जरिए दर्शाना संभव हो गया, जिससे लोगों को यह समझना आसान हो गया कि बेची जाने वाली वस्तु कैसी दिखती है।

औद्योगिक क्रांति ने विज्ञापन के विकास को बहुत गति दी, जिससे वस्तुओं का विज्ञापन बड़े स्तर पर होने लगा। इस दौरान समाचार पत्रों और पत्रिकाओं (Magazines) में विज्ञापनों की छपाई व्यापक रूप से होने लगी थी। तथा वस्तु के विज्ञापन होने के कारण बाजार में उस वस्तु की मांग भी अधिक हो गई थी ।

20वी शती में टेलीविजन का आविष्कार विज्ञापन के इतिहास में एक 'टर्निंग पॉइंट' साबित हुआ है। इसके माध्यम से विज्ञापन केवल देखने की चीज़ नहीं रह गया, बल्कि ऑडियो और विजुअल(Audio- Visual media) के प्रयोग ने नया

© JUN 2026 | IRE Journals | Volume 9 Issue 12 | ISSN: 2456-8880
DOI: https://doi.org/10.64388/IREV9I12-1719026

अनुभव बना दिया। टेलीविजन पर हम विज्ञापन को न केवल देख सकते हैं, बल्कि सुन भी सकते हैं, जो दर्शकों पर गहरा प्रभाव छोड़ता है।

यह विज्ञापनकर्ता के लिए एक हथियार के रुप के कार्य करता है । टेलिविज़न के माध्यम से विज्ञापन एक साथ करोड़ों लोगों तक पहुंचता है तथा करोड़ों लोगों के दिमाग तक अपनी वस्तु के बारे में जानकारी देता है जो दर्शकों पर गहरा प्रभाव डालती है। परंतु विज्ञापन क्षेत्र में असली क्रांति जब आई जब इंटरनेट ने दस्तक थी।

पहले जाह विज्ञापन के लिए रेडियो तथा समाचार पत्र का इंतजार करना पड़ता था वहीं आज के दौर में अब कुछ हमारे फोन में मिल जाता है । इंटरनेट के द्वारा किसी भी वस्तु का विज्ञापन करना इतनी सरल हो गया है तथा ये कार्य को जल्दी भी कर देता है इसके लिए हमें बाहर जाने की भी आवश्यकता नहीं होती है । इंटरनेट के आने से सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे यूट्यूब (YouTube), इंस्टाग्राम (Instagram) पर भी वस्तु का विज्ञापन किया जा सकता है । आज ये प्लेटफॉर्म केवल मनोरंजन के लिए ही नहीं है बल्कि ये विज्ञापन करने का एक महत्वपूर्ण अंग बन चुके है।

इसके साथ साथ इ-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म जैसे फ्लिप्कार्ट, अमेजनने भी विज्ञापन को पूरी तरह बदल दिया है । अब उपभोक्ताओं विज्ञापन देखने के साथ साथ यह जानकारी भी प्राप्त कर सकता है के वस्तु कैसी है तथा उस वस्तु के रिव्यूज के है। विज्ञापन का विकास कोई रातों-रात नहीं हुआ था, बल्कि इसे इस रूप में पहुँचने में लंबा समय लगा है। जैसे-जैसे नई-नई तकनीकें आती गईं, विज्ञापन के स्वरूप और माध्यम में भी बड़े बदलाव होते गए।

शुरुआती दौर के विज्ञापन बहुत ही सरल और सीमित हुआ करते थे। लेकिन धीरे-धीरे, आधुनिक तकनीक और रचनात्मकता (creativity) के कारण ये और भी आकर्षक और प्रभावशाली बनते चले गए। आज के विज्ञापन न केवल सुंदर और रोचक होते हैं, बल्कि वे लोगों की भावनाओं और जरूरतों को समझते हुए उन्हें अपनी ओर बहुत तेजी से आकर्षित करते हैं। तकनीक के क्षेत्र में हुई तरक्की ने विज्ञापन के क्षेत्र में क्रांति ला दी है, जिससे इसके काम करने का तरीका पूरी तरह बदल गया है।

1. प्रारंभिक काल (The early Days) - प्रारंभिक काल में विज्ञापन का तरीका अत्यंत सरल और सीमित था। प्राचीन समय में लोग अपनी वस्तुओं का प्रचार करने के लिए दीवारों पर उनके चित्र बना देते थे या फिर बोलकर (Word of Mouth) जानकारी साझा करते थे। उस समय सार्वजनिक स्थानों पर जोर-जोर से घोषणाएं की जाती थीं जिससे लोगों का ध्यान अपनी ओर आकर्षित किया जा सके।

उस समय में विज्ञापन का कोई बहुत बड़ा व्यावसायिक उद्देश्य नहीं होता था, बल्कि इसका सीधा सा अर्थ केवल अपनी वस्तु या सेवा के बारे में आम लोगों तक जानकारी पहुँचाना था। प्रचार के साधन बहुत ही सामान्य थे । विज्ञापन हाथों से लिखे जाते थे।

2.प्रिंट मीडिया का दौर (The Print Evaluation) - 15वीं शताब्दी में प्रिंटिंग प्रेस के आने के बाद विज्ञापन के क्षेत्र में बदलाव आने लगे। इससे पहले विज्ञापन मुख्य रूप से हाथ से लिखे जाते थे, परंतु प्रिंटिंग प्रेस आने के बाद से विज्ञापन अब बड़े मात्रा में छपने शुरू हो गए। अखबारों और पत्रिकाओं (Magazines) के माध्यम से व्यापारी अपने उत्पादों और सेवाओं की जानकारी बहुत ही कम समय में अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाने में सक्षम हो गए। पहले विज्ञापन केवल शब्दों के माध्यम से होता था परंतु प्रिंटिंग प्रेस आने के बाद उसमें वस्तुओं के चित्र भी छपने लगे। इन चित्रों की वजह से साधारण लोग भी वस्तु को देखकर उसे बेहतर तरीके से समझ सकते थे, जिससे विज्ञापनों का प्रभाव कई गुना बढ़ गया।

3. आधुनिक युग: रेडियो एंड टेलीविजन का युग - रेडियो के आने से अब विज्ञापन को सुना जाने लगा था। यह एक सस्ता माध्यम था जिसके कारण छोटे व्यापारी भी इसके माध्यम से विज्ञापन करने लगे थे। इसमें संगीता का प्रयोग भी किया जाता था

टेलीवीज़न के आने के बाद ब्रांड एंड उत्पाद की पहचान तेजी से बढ़ने लगी । टेलिविज़न में आवाज ओर दृश्य दोनों का उपयोग होने लगा इसे लाखों लोग एक साथ देख सकते है। इसमें रंगीन चित्र, वीडियो, संगीत का प्रयोग होता है। विज्ञापनकर्ता अपने वस्तु के विज्ञापन के लिए किसी फाइल अभिनेता/ अभिनेत्री का भी प्रयोग करते थे जो बहुत लोकप्रिय होते थे।

4. डिजिटल क्रांति और आज का दौर (The Modern Digital Era)-90 के दशक में जब इंटरनेट ने हमारी दुनिया में कदम

रखा, तो विज्ञापन का पूरा पस्वरूप ही बदल गया। जो विज्ञापन पहले केवल रेडियो की आवाज़, टीवी के दृश्यों या सुबह के अखबारों के पन्नों तक सीमित थे, वे अब सीधे हमारे स्मार्टफोन की स्क्रीन पर आ चुके हैं।

आज के दौर में इंटरनेट एक 'डिजिटल जादू' की तरह काम करता है। अब विज्ञापन केवल सूचना नहीं देते, बल्कि वे हमारी पसंद-नापसंद और सर्च करने के तरीके को गहराई से समझते हैं। आज की टेक्नोलॉजी ने इतनी तरक्की कर ली है कि अगर हम गूगल पर किसी चीज़ के बारे में सर्च करते हैं, तो अगले ही पल फेसबुक और इंस्टाग्राम पर हमें उसी से संबंधित विज्ञापन दिखने लगते हैं। वह हमारी पसंद नापसंद को समझकर ही हमें उन वस्तुओं के बारे में जानकारी देता है जो हमारे लिए सही है तथा जो हमें पसंद है ।

आज के उपभोक्ता केवल यह नहीं देखते कि उत्पाद (Product) कैसा है, बल्कि वे यह भी देखते कि उस ब्रांड का समाज के प्रति नजरिया क्या है। वह ब्रांड समाज के लिए क्या कार्य कर रहा है। जब कोई ब्रांड सामाजिक मुद्दों पर खुलकर बात करता है, तो वह ग्राहक के केवल दिमाग तक सीमित नहीं रहता, बल्कि उसके दिल से भी जुड़ जाता है। इस बदलाव ने विज्ञापनों की परिभाषा पूरी तरीके से बदल दी है। अब विज्ञापन केवल जानकारी देने का साधन नहीं रह गया है, बल्कि यह एक शक्तिशाली सामाजिक संदेश (Social Message) देने का माध्यम बन चुका है। आज का ब्रांड केवल सामान नहीं बेचता, वह एक बेहतर दुनिया बनाने का भरोसा भी बेचता है।

अंत में देखा जाए तो विज्ञापन सिर्फ जानकारी देने के लिए नहीं होते, बल्कि वे हमारी भावनाओं से जुड़ने की कोशिश करते हैं। सोशल मीडिया ने तो इसे इतना पर्सनल बना दिया है कि अब विज्ञापन हमें विज्ञापन नहीं, बल्कि अपनी पसंद का एक हिस्सा लगने लगे हैं। जहाँ इससे व्यापार और जानकारी बढ़ती है, वहीं हमें गलत विज्ञापनों से सावधान रहने की भी ज़रूरत है। अंत में यही कहा जा सकता है कि विज्ञापन, कला और तकनीक का एक बहुत ही सुंदर मेल है। भविष्य में विज्ञापन सिर्फ वही अच्छे माने जाएंगे जो केवल सामान न बेचें, बल्कि ईमानदारी के साथ समाज को कुछ अच्छा भी सिखाएं।

विज्ञापन में सकारात्मक पहलू व्यापार तथा जागरूकता को बढ़ावा देते है तथा हमारी रोजमर्रा की जिंदगी को आसान बनते है वहीं दूसरी तरफ इसके नकारात्मक पहलू भी है जिससे हमें बचना चाहिए।

IV. निष्कर्ष

अगर इस पूरे विषय को करीब से समझा जाए, तो यह बात साफ़ हो जाती है कि विज्ञापन सिर्फ व्यापार या सामान बेचने का एक ज़रिया नहीं है। यह असल में हमारे समाज और इंसानी व्यवहार के साथ-साथ खुद को बदलने की एक अनोखी कला है। कहाँ पहले के दौर में लोग ढोल पीटकर या दीवारों पर साधारण चित्र बनाकर अपनी बात कहते थे, और आज इंटरनेट के इस नए ज़माने में विज्ञापन हमारी पसंद और हमारे मूड को इतनी गहराई से समझने लगे हैं कि वे हमारी रोज़मर्रा की ज़िंदगी का एक हिस्सा बन चुके हैं। यह पूरा बदलाव दिखाता है कि विज्ञापनों ने वक्त की रफ्तार को कितनी खूबसूरती से पकड़ा है।

आज के विज्ञापन सिर्फ किसी प्रोडक्ट की जानकारी देने तक सीमित नहीं हैं, बल्कि वे उपभोक्ता के साथ एक जज्बाती और गहरा रिश्ता बनाने की कोशिश करते हैं। सोशल मीडिया ने तो इस पूरे खेल को ही बदल दिया है; अब ये हमें विज्ञापन कम और किसी दोस्त की सलाह या सुझाव ज़्यादा लगते हैं। बेशक इससे नए-नए ब्रांड्स और मार्केट के बारे में पता चलता है, लेकिन इसी चमक-धमक के बीच हमें बढ़ा-चढ़ाकर दिखाई जाने वाली चीज़ों और केवल दिखावे के प्रति थोड़ा सावधान रहने की भी ज़रूरत है। आखिर में यही कहा जा सकता है कि विज्ञापन असल में कला, आधुनिक तकनीक और इंसानी दिमाग का एक बहुत ही सुंदर और दिलचस्प संगम है। आने वाले समय में तकनीक चाहे कितनी भी आगे निकल जाए, लेकिन सबसे असरदार विज्ञापन वही माने जाएंगे जो केवल मुनाफा न कमाएं, बल्कि पूरी ईमानदारी और ज़िम्मेदारी के साथ समाज पर एक अच्छी और सच्ची छाप छोड़ें।

संदर्भ सूची

[1] Google Search. (www.google.com)

[2] Wikipedia Contributors. Advertising

[3] https://en.wikipedia.org/wiki/Advertising

[4] Keller, K. L. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment. Journal of Marketing Communications, 15(2-3), 139–155.

[5] Mehta, A. (2000). Advertising attitudes and advertising effectiveness. Journal of Advertising Research, 40(3), 67–72.

[6] Google Scholar

https://scholar.google.com/scholar?q=evaluation+of+advertisement

[7] Sharma, S., & Singh, R. (2017).

Impact of advertisement on consumer buying behavior. International Journal of Research in Finance and Marketing, 7(2), 9–14.

[8] Kapoor, N., & Verma, D. S. (2005).

Impact of celebrity endorsement on consumer buying behavior. Indian Journal of Marketing, 35(4), 15–24.