शोध का विषय

विज्ञापन का बदलता स्वरूप एवं प्रभावशीलता का अध्ययन
(विशेष संदर्भ:-भारतीय जीवन बीमा निगम के विज्ञापन)

जनसंचार विषय में एम.फिल. उपाधि के लिय प्रस्तुत
लघु-शोध प्रबंध
सत्र:- 2012-13

शोध निर्देशक
प्रो॰ राम शरण जोशी

शोधार्थी
चितरंजन कुमार
अनुक्रमांक संख्या 2012/03/208/008

संचार एवं मीडिय अध्ययन केन्द्र
मानविकी एवं सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ
महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिन्दी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997 क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित)
गांधी हिल्स, वर्धा- 442005 (महाराष्ट्र) भारत

विषयानुक्रमणिका

प्रमाण पत्र		
घोषणा पत्र		
आभार		
भूमिका		pg.1-3
अध्याय 1	शोध का प्रारूप	1-5
अध्याय 2	विज्ञापन की अवधारणा,परिभाषा और विकास	6-21
अध्याय 3	जीवन बीमा की अवधारणा, परिभाषा और विकास	22-32
अध्याय 4	निजी बीमा कंपनी और भारतीय जीवन बीमा निगम में व्यापार की तुलना	33-48
अध्याय 5	विज्ञापन का विश्लेषण	49-64
अध्याय 6	ग्राफिक विश्लेषण	65-77
	निष्कर्ष	78-79
	सुझाव	80
	संदर्भ सूची	81-82
	प्रश्नावली	83-84
	चित्र	85-92

भूमिका

विज्ञापन अंग्रेजी शब्द एडवर्टाइजिंग का हिंदी रूपांतरण है। एडवर्टाइजिंग की उत्पत्ति लैटिन भाषा के शब्द एडवेरर से हुई है। जिसका अर्थ होता है ध्यान दिलाना या आकर्षित करना। अमेरिकी मार्केटिंग एसोसिएशन ने विज्ञापन को इस प्रकार परिभाषित किया है: "advertising is any paid form of non personal presentation at promotion of ideas goods or service by indentified sponser". अर्थात विज्ञापन अपने विचारों को वस्तुओं य़ा सेवाओं के सम्वर्धन के लिए किया गया प्रयास है।

बीमा

बीमा किसी व्यक्ति या वस्तु की असमायिक नुकसान की भरपाई पैसे से करता है। इसमें पॉलिसी बेचने वाले और पॉलिसी धारक के बीच सहमति होती है। बीमा का इतिहास बहुत पुराना है। सर्वप्रथम चीन और बेबीलोनिया में व्यापारियों द्वारा व्यापारियों के लिए किया जाता था। भारत में बीमा की चर्चा सर्वप्रथम कौटिल्य के अर्थशास्त्र में की गई थी। बाद में मध्यकाल में अंतरराष्ट्रीय व्यापार के प्रचलन के समय बीमा के उपयोग के साक्ष्य मिलते हैं, जो व्यापारियों द्वारा शुरू की गई थी। व्यापारी व्यापार की वस्तु को समुद्र के रास्ते से भेजते थे। इस समय हमेशा समुद्री लुटेरों द्वारा लूट लिए जाने का भय बना रहता था। इससे बचने के लिए व्यापारी बीमा के रूप में 'पार-पत्र' जारी करते थे।

आधुनिक काल में ब्रिटेन में सत्रहवीं सदी में औद्योगिकरण के कारण बीमा की जरूरत महसूस की गई। परंतु सबसे पहले बीमा कंपनी की स्थापना अमेरिका में हुई। भारत में बीमा कंपनी की स्थापना मुम्बई में म्युचुअल लाइफ इंश्योरेन्स सोसायटी के रूप में हुई थी। 1912 में जीवन बीमा कंपनी अधिनियम और प्रोविडेन्ट फण्ड एक्ट पास किया गया। इस अधिनियम के तहत व्यापार का नियमन किया जाता था। भारत के संविधान में बीमा की चर्चा सातवीं अनुसूची में वर्णित संघीय सूची में की गई है जिसका नियमन केन्द्र सरकार करती है। बीमा की जरूरतों एवं संघीय सूची में वर्णित होने के कारण भारत सरकार ने भारतीय जीवन बीमा निगम की स्थापना 19 जनवरी 1956 को किया।

तब से 1990 तक भारतीय जीवन बीमा निगम का वर्चस्व बना रहा। उदारीकाण के बाद भारतीय जीवन बीमा निगम को अन्य निजी बीमा कम्पनियों से प्रतियोगिता करनी पड़ी। आज स्थिति यह है कि अनेक निजी कंपनियों ने बीमा के क्षेत्र में निवेश करना शुरू कर दिया है। इस समय कोटक महेन्द्रा, ओरियेन्टल बीमा कंपनी, न्यू इंडिया कंपनी, नेशनल इंश्योरेन्स कंपनी और यूनाइटेड इंश्योरेन्स कंपनी, अमेरिका की मैक्स-न्यूयार्क लाइफ, एस बी आई लाइफ इंश्योरेन्स, आई सी आई सी आई प्रोड्यूशियल लाइफ इंश्योरेन्स बीमा कंपनियां प्रमुख हैं।

भारतीय जीवन बीमा निगम एक उभरता उद्योग का रूप धारण कर लिया है। यह देश के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है, इसने अब उद्योग का रूप ले लिया है। प्रतिस्पर्धा के कारण इसकी जानकारी लोगों तक पहुंचाने के लिए विज्ञापन करना जरूरी हो गया है। भारतीय रिजर्व बैंक के भूतपूर्व गवर्नर आर एन मल्होत्रा की अध्यक्षता में १९९३ में एक कमेटी का गठन किया गया। जिसमें आठ सदस्य थे। कमेटी ने अपना रिपोर्ट १९९४ में भारत सरकार को दिया। इस कमेटी ने बीमा क्षेत्र में सुधार करने की बात कही। अपने सिफारिश में आर एन मल्होत्रा ने बीमा क्षेत्र में निजी कम्पनियों के लिए रास्ता खोल देने को कहा। साथ ही इन्होंने विदेशी कम्पनियों के लिए रास्ता खोल देने की सिफारिश की। परिणाम स्वरूप १९९९ में "बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण" की स्थापना किया गया। यह संस्था सन २००० से काम करना प्रारंभ कर दिया। यह एक स्वयायत संस्था है जो बीमा कम्पनियों को लाइसेंस देने और लाइसेंस रद्द करने का काम करता है।

गुजरात के अहमदाबाद में गुलवी टेकरा स्लम में महिला बैंक 1974 से चल रहा है। इस बैंक में अनेक पैसा बचत के योजना है। इस बैंक में बीमा करने की भी व्यवस्था है। बीमाओं में जीवन बीमाए स्वास्थ बीमाए प्राकृतिक आपदाओं से होने बाले क्षति से बचने के लिए बीमाए दुर्घटना बीमा आदि है। इंडियन एक्स्प्रेस (8 मार्च 2013)

बदलती हुई जीवन शैली और बढ़ती हुई जीवन बीमा कंपनियों के बीच आज के समय विज्ञापन का महत्व बहुत अधिक हो गया है। आज भारतीय जीवन बीमा निगम को निजी कम्पनियों से स्पर्धा करनी पड़ रही है। इस स्पर्धा में बने रहने के लिए भारतीय जीवन बीमा निगम को विज्ञापन का सहारा लेना पड़ रहा है। जैसे-जैसे स्पर्धा बढ़ती जा रही है, वैसे ही उसके विज्ञापन करने के तौर-तरीके भी बदलते जा रहे हैं। आज इसकी जरूरत व्यक्ति खुद महसूस कर रहा है, और बीमा करवाना चाहता है। चाहे वह व्यक्ति हो या वस्तु, अर्थात सजीव और निर्जीव दोनों तरह की वस्तुओं की बीमा की जाती है। बीमा व्यक्ति के जीवन के लिए अनिवार्य तत्व बन गया है।