

## ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ನಿಸರ್ಗ ಎಂ.ಎನ್.

ಸಂಶೋಧನಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿ, ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ವಿಭಾಗ, ಮೈಸೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಮೈಸೂರು.

### ಸಾರಾಂಶ: (Abstract)

ಜಾಹೀರಾತು ಪದವನ್ನು ಸರಳವಾಗಿ ವಿವರಿಸುವುದಾದರೆ, ಇದು ಸಂದೇಶ ರವಾನಿಸುವ ಸರಳ ಸಾಧನ. ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಿ, ಅವರ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಎಂದು ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಲಾಭದ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದು, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕಂಪನಿಯ ವಸ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಗುರಿ ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಯಾವುದೇ ಲಾಭದ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿರದೆ, ಜನರ ಒಳಿತಿಗಾಗಿ ಮನವೊಲಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಆದರೆ ಎರಡೂ ವಿಧದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಒಂದೇ ಆಗಿವೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ, ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಪತ್ರಿಕೆ, ಮ್ಯಾಗಜಿನ್, ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಟಿವಿ, ರೇಡಿಯೋ, ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಹೊರಾಂಗಣ ಪ್ರಚಾರ ಇತ್ಯಾದಿ.

ಮುಖ್ಯಪದಗಳು (Keywords): ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಘೋಷಣೆಗಳು.

### ಪೀಠಿಕೆ

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವುದು ಈ ಲೇಖನದ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಎಂದು ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಜಾಹೀರಾತು ಪದವನ್ನು ಸರಳವಾಗಿ ವಿವರಿಸುವುದಾದರೆ, ಇದು ಸಂದೇಶ ರವಾನಿಸುವ ಸರಳ ಸಾಧನ. ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಿ, ಅವರ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಈ ಜಾಹೀರಾತಿಗಳು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ.

ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಂದ ಜನರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸರಿಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದೇನೋ ನಿಜ. ಆದರೆ, ಅದರ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಈ

Please cite this article as: ನಿಸರ್ಗ ಎಂ.ಎನ್. (2024). ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ. ಪ್ರತಿಬಿಂಬ: ಮಲ್ಟಿಡಿಸಿಪ್ಲಿನರಿ ಕನ್ನಡ ರಿಸರ್ಚ್ ಜರ್ನಲ್ ಆಫ್ ಬಿಬಿಎಂಆರ್‌ಡಿ, 5(4). ಪು.ಸಂ. 121-131

ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕೊಳ್ಳುಬಾಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಆರೋಪ ಸಹ ಇದೆ. ಆದರೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಯಾವುದೇ ಲಾಭದ ಉದ್ದೇಶವಿಲ್ಲದೆ ಜನರ ಒಳಿತಿಗಾಗಿ ಮಾಹಿತಿ ರವಾನಿಸುತ್ತವೆ. ಹೀಗಾಗಿ, ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಮೂಲಕ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುವಿನ ಅರ್ಥ, ಅವುಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

### ಜಾಹೀರಾತುವಿನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ಜಾಹೀರಾತು ಎಂದರೆ ಯಾವುದೇ ವಸ್ತು, ಸೇವೆ, ಆಲೋಚನೆಗಳ ಕುರಿತು ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದಾಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ, ಜನರನ್ನು ಆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಸ್ತು, ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಆಲೋಚನೆ ಕುರಿತು ಮನವೊಲಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಅಡ್ವರ್ಟೈಸಿಂಗ್ ಪದ ಹುಟ್ಟಿದ್ದು, "ಅಡ್ವರ್ಟೈಸಿಂಗ್" ಎಂಬ ಲ್ಯಾಟಿನ್ ಪದದಿಂದ. "ಅಡ್ವರ್ಟೈಸಿಂಗ್" ಎಂದರೆ ತಿರುಗಿ ನೋಡು, ಗಮನ ಕೊಡು" ಎಂಬುದಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಜನರ ಗಮನವನ್ನು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆಯ ಕಡೆ ಸೆಳೆದು ಅವರ ಮನವೊಲಿಸುವುದೇ ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಧ್ಯೇಯ.

ಅಡವರ್ಟೈಸಿಂಗ್ ಅಸೋಸಿಯೇಷನ್ ಆಫ್ ಯುಕೆ ಅವರ ಪ್ರಕಾರ, "ಅಡವರ್ಟೈಸಿಂಗ್ ಒಂದು ಸಂವಹನ ಪ್ರಕಾರ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನೀಡ ಬಯಸುವವರು ಪಾವತಿ ಮಾಡಿ ತಮ್ಮ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಕಳುಹಿಸಿ, ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಜನರನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ". ಕೇಂಬ್ರಿಡ್ಜ್ ಡಿಕ್ಷನರಿ, (2023) ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವಂತೆ, "ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಜನರು ಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮನವೊಲಿಸುವ ವ್ಯವಹಾರ". ಜಾಹೀರಾತುವಿನ ಪಿತಾಮಹ ಡೇವಿಡ್ ಬಗ್ಗಿ ಪ್ರಕಾರ "ಜಾಹೀರಾತು ಕಲೆ ಅಲ್ಲ; ಮಾಹಿತಿ ರವಾನಿಸುವ ಮಾಧ್ಯಮ. ಅದರ ಏಕೈಕ ಗುರಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು".

### ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು

ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತು ಎಂಬುದಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಲಾಭದ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದು, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕಂಪನಿಯ ವಸ್ತು, ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಗುರಿ ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಲಾಭದ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದದೆ, ಜನರ ಒಳಿತಿಗಾಗಿ ಮನವೊಲಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಆದರೆ, ಎರಡೂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಬಳಸುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಒಂದೇ ಆಗಿವೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ, ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಪತ್ರಿಕೆ, ಮ್ಯಾಗಜಿನ್, ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಟಿವಿ, ರೇಡಿಯೋ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಹೊರಾಂಗಣ ಪ್ರಚಾರ ಇತ್ಯಾದಿ.

### ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು

ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ಹೆಸರುಗಳಿಂದ ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಮೆರಿಕಾದಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಫೋಷಣೆಗಳೆಂದು, ಇಂಗ್ಲೆಂಡಿನಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಚಿತ್ರಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಹಾಂಗ್‌ಕಾಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತದೃಷ್ಟಿಯ ಫೋಷಣೆಗಳು ಎಂದು ಕರೆದರೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹಾಗೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಎಂದು ಹೆಸರಿಸಲಾಗಿದೆ. ದಿ

ಫೆಡರಲ್ ಕಮ್ಯೂನಿಕೇಷನ್ಸ್ ಕಮಿಷನ್ಸ್ (ಎಪಿಸಿ) ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವಂತೆ, “ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ರಾಜ್ಯ ಅಥವಾ ಸ್ಥಳೀಯ ಸರ್ಕಾರದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ, ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಉಚಿತವಾಗಿ ಘೋಷಿಸುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಾಗಿವೆ”.

ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸುವ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಬಲ ಸಂವಹನ ಸಾಧನ ಇದಾಗಿದ್ದು, ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುತ್ತವೆ. ಶಿಕ್ಷಣ, ಕೃಷಿ, ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ, ಶುದ್ಧ ಕುಡಿಯುವ ನೀರು, ಸ್ವಚ್ಛತೆ, ನೈರ್ಮಲ್ಯ, ಪರಿಸರ ಸಂರಕ್ಷಣೆ, ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಸ್ಫೋಟ ಸೇರಿದಂತೆ ಇತರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿಚಾರಗಳ ಕುರಿತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಜನರಲ್ಲಿ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತವೆ. ಜನರು ಮಧ್ಯಪಾನ, ಧೂಮಪಾನದಂತಹ ವ್ಯಸನಗಳಿಗೆ ತುತ್ತಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳ ಸೇವನೆ ಮಾಡದಂತೆ ಮನವೊಲಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ, ಬದಲಿಗೆ ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಒಳ್ಳೆಯ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಹವಣಿಸುತ್ತವೆ.

ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿಯುಳ್ಳ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಜನರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು, ಸ್ವಯಂ ಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಾಳಜಿಯುಳ್ಳ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಇನ್ನೂ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ಭಾಗವಾಗಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಸರ್ಕಾರಗಳು ಪ್ರಜೆಗಳಿಗಾಗಿ ರೂಪಿಸಿರುವ ಯೋಜನೆಗಳು, ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಪ್ರಬಲ ಸಾಧನವಾಗಿವೆ.

ಕೇಂದ್ರೀಯ ಸಂವಹನ ಬ್ಯೂರೋ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಸಚಿವಾಲಯದ ಅಂಗವಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಸರ್ಕಾರದ ವಿವಿಧ ಇಲಾಖೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಂವಹನದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದರ ಕೆಳಗೆ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ದೃಶ್ಯ ಪ್ರಚಾರ ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯ ಎಂಬ ವಿಭಾಗವು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪ್ರಸಾರ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಆಯಾ ರಾಜ್ಯದ ವಾರ್ತಾ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

### ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ

ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಗುರಿ ಮತ್ತು ನಿಯುಕ್ತ ಶ್ಲೋಕಗಳು ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಯನ್ನು ಮಾರುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಜನರ ಸೇವೆ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹಣಕಾಸಿನ ಲಾಭ ಮಾಡುವ

ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದರೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುವಿನ ನಿಯುಕ್ತ ಶ್ರೋತೃಗಳು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ನಿಯುಕ್ತ ಶ್ರೋತೃಗಳು ಆ ಸಂದೇಶಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮಹಿಳೆಯರ ಸಬಲೀಕರಣದ ಕುರಿತು ಸಂದೇಶ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ತಲುಪಬೇಕು (ನುರಿವಾ,2015).

### ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತತೆ

ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಎಂದಿಗೂ ಪ್ರಸ್ತುತ. ಯಾಕೆಂದರೆ, ಯಾವುದೇ ಸರ್ಕಾರ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು, ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ತನ್ನ ಜನರಿಗಾಗಿ. ಅವುಗಳ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಜನರು ಪಡೆಯಬೇಕಾದರೆ ಆ ಮಾಹಿತಿ ಮೊದಲು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಬೇಕು. ಹೀಗಾಗಿ, ಸರ್ಕಾರಗಳು ವಿವಿಧ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ತನ್ನ ನಿಯುಕ್ತ ಶ್ರೋತೃಗಳು ಇರುವಲ್ಲಿಗೆ ಸ್ಥಳೀಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ತಲುಪಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುವುದು ಇತ್ಯಾದಿ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದು ಸಹ ಒಂದು ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಕುರಿತು ನಿರಂತರ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರ ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕರನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸಲು ವಿವಿಧ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಜನಪ್ರಿಯ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಜನಪ್ರಿಯ ಚಿತ್ರ ತಾರೆಗಳಾದ ಅಮಿತಾಬ್ ಬಚ್ಚನ್, ಪ್ರಿಯಾಂಕ ಚೋಪ್ರಾ, ಕ್ರಿಕೆಟ್ ತಾರೆಗಳಾದ ಸಚಿನ್ ತೆಂಡೂಲ್ಕರ್, ಎಂ.ಎಸ್.ಧೋನಿ, ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರ ತಾರೆಯರಾದ ಶಿವರಾಜ್ ಕುಮಾರ್, ರಮೇಶ್ ಅರವಿಂದ್ ಮೊದಲಾದವರು ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಕುರಿತು ಕಳಕಳಿಯುಳ್ಳ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಇವರು ಯಾವುದೇ ಸಂಭಾವನೆ ಪಡೆಯುವುದಿಲ್ಲ.

ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ತಾನು ರೂಪಿಸಿರುವ ಆಯ್ದು ಜನಪ್ರಿಯ ಯೋಜನೆಗಳ ಕುರಿತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕುರಿತು ಇಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

#### 1. ಸಾಮಾಜಿಕ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು

ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನ, ಸಂಚಾರ ನಿಯಮ ಪಾಲನೆ, ಚುನಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಮತ ಚಲಾವಣೆ, ರಕ್ತ ದಾನ, ಪರಿಸರ ಸಂರಕ್ಷಣೆ, ಪ್ಲಾಸ್ಟಿಕ್ ನಿಷೇಧ, ಪರಿಸರ ನಿಯಂತ್ರಣದಂತಹ ವಿಚಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪೈಕಿ ಒಂದೆರಡು ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

**ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನ:** ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿ ಅವರು ಈ ಅಭಿಯಾನಕ್ಕೆ 2014ರ ಗಾಂಧಿ ಜಯಂತಿಯಂದು ಚಾಲನೆ ನೀಡಿದರು. ಇದರ ಉದ್ದೇಶ ಇಡೀ ದೇಶವನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿಡುವುದು. ಈ ಅಭಿಯಾನವು ದೇಶದ ಪ್ರತೀ ಗ್ರಾಮ ಮತ್ತು ನಗರಗಳಲ್ಲಿ ಬಯಲು ಶೌಚ ಮುಕ್ತವಾಗಬೇಕು ಎಂಬ ಘನ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಬಯಲು ಶೌಚ ಮುಕ್ತ ದೇಶವಾಗುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ನಾಗರಿಕರಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ



ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಅವು ಮೂಡಿಸುವುದು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ಲಾಸ್ಟಿಕ್ ಬಳಕೆಗೆ ಅಂತ್ಯ ಹಾಡಿ, ತ್ಯಾಜ್ಯ ವಿಲೇವಾರಿ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಇಡೀ ದೇಶದ ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಈ ಯೋಜನೆಯ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನದಿಂದ ದೇಶದ ಪ್ರವಾಸಿ ತಾಣಗಳು

ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿ, ದೇಶ-ವಿದೇಶಗಳಿಂದ ಪ್ರವಾಸಿಗರನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆ ವೃದ್ಧಿಸುತ್ತದೆ. ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನದ ಕುರಿತು ಸರ್ಕಾರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಪತ್ರಿಕೆ, ಟಿವಿ,ರೇಡಿಯೋ, ಹೊರಾಂಗಣ ಪ್ರಚಾರ, ಚಲನಚಿತ್ರ ಮಂದಿರ, ಮೊಬೈಲ್ ಕರೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂದೇಶ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

**ವಿಶ್ವ ಪರಿಸರ ದಿನಾಚರಣೆ:** ಪ್ರತೀ ವರ್ಷ ಜೂನ್ 5ರಂದು ಈ ದಿನವನ್ನು ಆಚರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ದಿನದ ಪ್ರಯುಕ್ತ ಪ್ರಕೃತಿ ಉಳಿಸುವ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. 'ಕಾಡನ್ನು ಬೆಳೆಸಿ, ನಾಡನ್ನು ಉಳಿಸಿ', 'ಮನೆಗೊಂದು ಮರ ಊರಿಗೊಂದು ವನ' ಹೀಗೆ ಆಕರ್ಷಕ ಘೋಷಣೆಗಳ ಮೂಲಕ ಪರಿಸರ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅವು ಮೂಡಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ನೈಸರ್ಗಿಕ ಇಂಧನ ಬಳಕೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವಾಹನ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.



**2. ಆರ್ಥಿಕ ವಿಚಾರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು:** ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ ತನ್ನ ಪ್ರಜೆಗಳಿಗಾಗಿ ಹಣಕಾಸು ಉಳಿತಾಯ, ಸಂಕಷ್ಟದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನೆರವಾಗಲು ವಿಮಾ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿದೆ. ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಜನಧನ ಯೋಜನೆ, ನರೇಗಾ, ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಫಸಲು ವಿಮಾ ಯೋಜನೆ, ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಕಿಸಾನ್ ಸಮಾನ್ ನಿಧಿ ಯೋಜನೆ, ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಗೃಹಲಕ್ಷ್ಮೀ ಯೋಜನೆಗಳ ಕುರಿತು ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪೈಕಿ



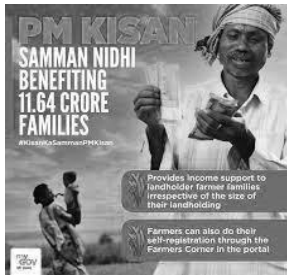
ಒಂದೆರಡು ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

**ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಜನ ಧನ ಯೋಜನೆ:** ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಜನ ಧನ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು 2014ರ ಆಗಸ್ಟ್ 28ರಂದು ಆರಂಭಿಸಲಾಯಿತು. ದುರ್ಬಲ

ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರಿದ ಜನರು ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ - ಆದಾಯ ಗುಂಪು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸು

ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶ ಪಡೆಯುವ ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷಿಯೊಂದಿಗೆ ಈ ಯೋಜನೆ ಆರಂಭಿಸಲಾಯಿತು. ಈ ಯೋಜನೆಯ ಮೂಲಕ ಶೂನ್ಯ ಠೇವಣಿಯೊಂದಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆ ತೆರೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಯೋಜನೆ ಮೂಲಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಚಾರಗಳು, ಉಳಿತಾಯ ಮತ್ತು ಠೇವಣಿ ಖಾತೆ, ಹಣ ರವಾನೆ, ಪಿಂಚಣಿ ಮತ್ತು ಕ್ರೆಡಿಟ್ ವಿಮೆ ಸೌಲಭ್ಯ ಪಡೆಯಬಹುದು. ಈ ಯೋಜನೆ ಕುರಿತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಎಲ್ಲೆಡೆ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ನಗರ ಸೇರಿದಂತೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದ ಜನರು ತಮ್ಮ ಹತ್ತಿರದ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಖಾತೆ ತೆರೆದಿದ್ದಾರೆ. ಯೋಜನೆ ಆರಂಭವಾಗಿ ಒಂಬತ್ತು ವರ್ಷಗಳಾಗಿದ್ದು, ದೇಶದಾದ್ಯಂತ 50 ಕೋಟಿಗೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಂದಿ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

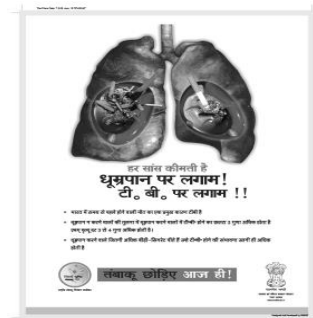
**ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಕಿಸಾನ್ ಸಮ್ಯಾನ್ ನಿಧಿ ಯೋಜನೆ:** ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಕಿಸಾನ್ ಸಮ್ಯಾನ್ ನಿಧಿ ಯೋಜನೆ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರ ವಲಯದ ಯೋಜನೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದು ರೈತರಿಗೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಆದಾಯ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಪಿಎಂ-ಕಿಸಾನ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ತೆಲಂಗಾಣ ಸರ್ಕಾರವು ರೈತಬಂಧು ಯೋಜನೆಯಾಗಿ ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿತು. ಅಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಅರ್ಹ ರೈತರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಹಸ್ತಾಂತರಿಸಲಾಯಿತು. ಪ್ರಧಾನಿ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿ ಅವರು ಪಿಎಂ-ಕಿಸಾನ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು 24 ಫೆಬ್ರುವರಿ 2019ರಂದು ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ಗೋರಖ್ಪುರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಈ ಯೋಜನೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ರೂ. 6000 ಆದಾಯ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಮೂರು ಕಂತುಗಳಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾಗುವುದು ಅದನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಅವರ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಭೂಮಿ ಹೊಂದಿರುವ ಅರ್ಹ ರೈತರು ಮತ್ತು ಅವರ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಆದಾಯ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು. ಪಿಎಂ-ಕಿಸಾನ್ ಯೋಜನೆಯು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಕೃಷಿ ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸರಿಯಾದ ಬೆಳೆ ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಇಳುವರಿಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ವಿವಿಧ ಒಳಹರಿವುಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಲ್ಲಿ ರೈತರ ಹಣಕಾಸಿನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.



**ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು:** ಆರೋಗ್ಯಕರ ಜೀವನ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಯೋಗ, ಧ್ಯಾನ, ವ್ಯಾಯಾಮಗಳನ್ನು ರೂಢಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಜನರಲ್ಲಿ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವುದು, ಮಧ್ಯಪಾನ, ಧೂಮಪಾನದಂತಹ ಕೆಟ್ಟ ಚಟಗಳನ್ನು ತೊರೆಯುವಂತೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮನವೊಲಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುವುದು, ಹರಡುವ ಹಾಗೂ ಹರಡದೇ ಇರುವ ಕಾಯಿಲೆಗಳು,

ಮಹಿಳೆ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನೋಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

**ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತಂಬಾಕು ನಿಯಂತ್ರಣ ಯೋಜನೆ:** ಈ ಯೋಜನೆಯು ತಂಬಾಕು ಸೇವನೆಯಿಂದ ಉಂಟಾಗಬಹುದಾದ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮಗಳ ಕುರಿತು ಜನರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿ, ತಂಬಾಕು ವ್ಯಸನದಿಂದ



ಮುಕ್ತಗೊಳಿಸುವುದಾಗಿದೆ. 2003ರಲ್ಲಿ ಆರಂಭವಾದ ಯೋಜನೆ ಇಂದಿಗೂ ಪ್ರಸ್ತುತವಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರತೀ ದಿನ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ತಂಬಾಕು ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಸೇವನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ಸಿನಿಮಾ ಆರಂಭವಾಗುವುದಕ್ಕೂ ಮುನ್ನಾ ನೀಡುವ ತಂಬಾಕಿನ ಜಾಹೀರಾತು ಒಂದು ಕ್ಷಣ ನೋಡುಗರಲ್ಲಿ ಅಸಹ್ಯ ಹುಟ್ಟಿಸುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿಯೇನೋ ಇದೆ. ಆದರೆ, ಅದರಿಂದ ಪ್ರಭಾವಿತರಾಗಿ ತಂಬಾಕು ತೊರೆದವರ ಸಂಖ್ಯೆ ವಿರಳ.

**ಕೋವಿಡ್:** ಇದು ಹರಡುವ ಕಾಯಿಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಇಡೀ ವಿಶ್ವವೇ ತತ್ತರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಿತು. ಕೋವಿಡ್ 19 ಮಹಾಮಾರಿಯಿಂದ ಪಾರಾಗಲು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ ನಿಯಮಿತ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಜನರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡಿತು. ಕೋವಿಡ್ 19 ತಡೆಗೆ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಸ್ವಚ್ಛತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂತರ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದು, ಕಾಯಿಲೆಯ ಸೂಚನೆ ಸಿಕ್ಕ ತಕ್ಷಣ ಹತ್ತಿರದ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರ ಸಂಪರ್ಕಿಸುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲಾಯಿತು.



**3. ಮಹಿಳೆ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು:** ಮಹಿಳೆ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ಆರೋಗ್ಯ, ಹಣಕಾಸು, ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸರ್ಕಾರ ಹಲವು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿದ್ದು, ಅವುಗಳ ಕುರಿತು ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು ಹಲವು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರ ರೂಪಿಸಿ, ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುತ್ತಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸುಕನ್ಯಾ ಸಂವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆ, ಮುತ್ತಿನ ಬಟ್ಟಲಿನ ಬಳಕೆ, ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಮಾತೃ ವಂದನಾ ಯೋಜನೆ, ಮಹಿಳೆ ಬಾಣಂತಿಯಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರದ ವತಿಯಿಂದ ನೀಡುವ ಸಹಾಯ ಧನ, ಉಚಿತ ಪೌಷ್ಟಿಕ ಆಹಾರ, ನವಜಾತ ಶಿಶುವಿಗೆ ನೀಡುವ ಲಸಿಕೆ ಇತರ ಸೌಲಭ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಮತ್ತು ಲಿಂಗ ಅಸಮಾನತೆಯನ್ನು ತೊಡೆದುಹಾಕುವ ಯೋಜನೆಯಾದ ಬೇಟಿ ಬಚಾವೋ, ಬೇಟಿ ಪಡಾವೋ ಗಣನೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿದೆ.

**ಬೇಟಿ ಬಚಾವೋ, ಬೇಟಿ ಪಡಾವೋ:** 2015ರಲ್ಲಿ ಜನವರಿ 22ರಂದು ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಯವರು ಹರಿಯಾಣದ ಪಾಣಿಪತ್‌ನಲ್ಲಿ ಬೇಟಿ ಬಚಾವೋ ಬೇಟಿ ಪಡಾವೋ ಯೋಜನೆಗೆ



ಜಾಲನೆ ನೀಡಿದರು. ಮಹಿಳಾ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ಕಲ್ಯಾಣ ಇಲಾಖೆ, ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬ ಕಲ್ಯಾಣ ಹಾಗೂ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಇಲಾಖೆಗಳ ಜಂಟಿ ಚಿಂತನೆಯ ಫಲವಾಗಿ ಈ ಯೋಜನೆ ರೂಪಿತವಾಗಿದೆ. ಲಿಂಗಾನುಪಾತದ ಅಂತರವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು, ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಲಿಂಗ ಅಸಮಾನತೆಯನ್ನು ತೊಡೆದುಹಾಕುವುದು, ಪೋಷಕರು ತಮ್ಮ ಮಗಳ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ಅಥವಾ ಮದುವೆಗಾಗಿ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಹೂಡಿಕೆ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ಮುಂದಾಗುತ್ತಾರೆ. ಅದರಲ್ಲೂ ಅನೇಕ ಸಣ್ಣ ಉಳಿತಾಯ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ್ದು, ಅದರಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಅನೇಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

**ಸುಕನ್ಯಾ ಸಮೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆ:** ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ 2015ರ ಜನವರಿ 22ರಂದು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾದ ಸುಕನ್ಯಾ ಸಮೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆ ಈ ಸಣ್ಣ ಉಳಿತಾಯ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕೇವಲ ರೂ. 250ರಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದು. ಸುಕನ್ಯಾ ಸಂವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆಯಡಿ, 10 ವರ್ಷ ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತ



ಕಡಿಮೆ ವಯಸ್ಸಿನ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿನ ಪಾಲಕರು ತನ್ನ ಖಾತೆಯನ್ನು ತೆರೆಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಈ ಖಾತೆಗಳು 21 ವರ್ಷ ವಯಸ್ಸಿನವರೆಗೆ ಅಥವಾ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿಗೆ 18 ವರ್ಷ ತುಂಬುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಮದುವೆಯಾಗುವವರೆಗೆ ಮಾನ್ಯವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯು 7.6% ಬಡ್ಡಿದರವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆ 1961ರ 80ಸಿ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ

ತೆರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಯೋಜನೆಯಡಿ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ಒದಗಿಸಲು ಮತ್ತು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅವರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕಿನಲ್ಲಿ ಹಣ ಇಟ್ಟರೆ ಅವರ ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಅನುಕೂಲವಾಗಲಿದೆ.

### ಸಾರಾಂಶ

ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಒಳಿತಿಗಾಗಿ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಲಾಭದ ಉದ್ದೇಶವಿರುವುದಿಲ್ಲ, ಬದಲಿಗೆ ಜನರ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸುವ ಧೈಯ ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಮೇಲೆ ಚರ್ಚಿಸಿರುವ ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನ, ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಜನ ಧನ ಯೋಜನೆ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತಂಬಾಕು ನಿಯಂತ್ರಣ ಅಭಿಯಾನ, ಕೋವಿಡ್ 19 ತಡೆಗಟ್ಟುವಿಕೆ, ಬೇಟೆ ಬಚಾವೋ ಬೇಟೆ ಪಡಾವೋ ಅಭಿಯಾನಗಳನ್ನು ಪ್ರಜೆಗಳ ಒಳಿತಿಗಾಗಿ ರೂಪಿಸಿದ್ದು, ಸರ್ಕಾರ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವಾ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಈ ವಿಚಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ, ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿವೆ.

### REFERENCES

- Cambridge Dictionary. (2019, December 11). *ADVERTISING / meaning in the Cambridge English Dictionary*. Cambridge.org.



<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/advertising>

- Munishamaiah, M. (n.d.). Public Service advertisements in Mobile phone and its impact on youths in bangalore. *Www.academia.edu*.  
[https://www.academia.edu/19700722/Public\\_Service\\_advertisements\\_in\\_Mobile\\_phone\\_and\\_its\\_impact\\_on\\_youths\\_in\\_bangalore](https://www.academia.edu/19700722/Public_Service_advertisements_in_Mobile_phone_and_its_impact_on_youths_in_bangalore)
- Narayanaswamy, Pongiannan, & Viswanathan, (2019). *Discernment Of Empathetic Public Service Advertisements Among Public*. Pramana Research Journal.
- Nureeva, M. R. (2015, March). *Comparative Analysis of Public Service Advertising Regulation in Russian Federation and European Countries*. ResearchGate.
- Pahwa, A. (2018, April 12). *What Is Advertising? Advertising Objectives, Examples, & Importance*. Feedough; Feedough. <https://www.feedough.com/what-is-advertising-advertising-objectives-examples-importance/>
- *Public Service Advertising*. (n.d.). *Www1.Psaresearch.com*. Retrieved November 2, 2023, from  
[http://www1.psaresearch.com/bib9830.html#:~:text=The%20Federal%20Communications%20Commission%20\(FCC](http://www1.psaresearch.com/bib9830.html#:~:text=The%20Federal%20Communications%20Commission%20(FCC)
- *Public Service Advertising / PDF / Advertising / Mass Media*. (n.d.). Scribd. Retrieved November 1, 2023, from  
<https://www.scribd.com/document/549379274/Advertising>
- Singh, A. kumari. (2017). Effectiveness of beti bachao beti padhao public service advertising towards promoting girls Education an analytical study of Varanasi District of Uttar Pradesh. *Handle.net*. <http://hdl.handle.net/10603/416714>
- Singh, K. P. (2022). Influence of Public Service Advertising on the Attitude and Message adoption. *Handle.net*. <http://hdl.handle.net/10603/515868>
- Nurfebiaraning, S., & Lu'lu Mutia. (2020b). *Analysis of Audience Response to Public Service Advertisement about Covid-19 in Instagram*.
- Otugo, N. E., Uzuegbunam, C. E., & Obikeze, C. O. (2015). Social Media Advertising/Marketing: A Study of Awareness, Attitude and Responsiveness by Nigerian Youths. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 5(December 2015 - Special Issue), 117–140. <https://doi.org/10.30935/ojcm/5679>
- P K, S. (2021). *Impact of Public Service Advertisement on Society: A Study Of Dakshina Kannada District* (p. 144).

- P T, D., & Murthy, K. R. (2016). *A Study on Role of Yeshasvini Health Insurance Scheme in Karnataka*.
- Padovani, C. (2010). *Public Service Communication in Italy: Challenges and Opportunities Cinzia Padovani*.
- Pahwa, A. (2018a, April 12). *What Is Advertising? Advertising Objectives, Examples, & Importance*. Feedough; Feedough. <https://www.feedough.com/what-is-advertising-advertising-objectives-examples-importance/>
- Pahwa, A. (2018b, April 12). *What Is Advertising? Advertising Objectives, Examples, & Importance*. Feedough; Feedough. <https://www.feedough.com/what-is-advertising-advertising-objectives-examples-importance/>
- Pandit, P. (2021, April 27). *Understanding the role of health in foreign policy: The Indian experience*. ORF. <https://www.orfonline.org/expert-speak/understanding-the-role-of-health-in-foreign-policy/>
- Panikkassery, A. S. (2020). Impact of Out of Pocket Health Expenditure on Consumption Pattern of Below Poverty Line Households in India. *Millennial Asia*, 097639961990060. <https://doi.org/10.1177/0976399619900608>
- Papatthanasopoulos, S. (1990). Public service broadcasting and deregulatory pressures in Europe. *Journal of Studies in International Education*, 16(2), 113–120. <https://doi.org/10.1177/102831539001600206>
- Park, M.-G. (n.d.). *Effective public service advertisements for Special Olympics organizations to attract prospective volunteers: an elaboration likelihood perspective*.
- Patnaik, I., Roy, S., & Shah, A. (2018). *The rise of government-funded health insurance in India*.
- [https://www.nipfp.org.in/media/medialibrary/2018/05/WP\\_231.pdf](https://www.nipfp.org.in/media/medialibrary/2018/05/WP_231.pdf)
- Pavlovskaya, O., Kurenova, D., Murtazina, G., & Kolosova, O. (2021). The impact of advertising on social processes. *Mind & Society*. <https://doi.org/10.1007/s11299-021-00279-z>
- *PIB Press Releases*. (n.d.). Archive.pib.gov.in.
- <https://archive.pib.gov.in/archive/releases98/lyr2002/rmay2002/03052002/r0305200220.html>
- Pk, S., Scholar, P., & Halliyavar, N. (n.d.). *The impact of the public service advertisements on rural mass: A case study of Total Sanitation Campaign Introduction*.
- *Policy | Ministry of Health and Family Welfare | GOI*. (n.d.). Main.mohfw.gov.in. <https://main.mohfw.gov.in/documents/policy>

- Poornima, M. P., Shruthi, M. N., Chingale, A. L., Veena, V., Nagaraja, S. B., & Madhukeshwar, A. K. (2020). Cost of Tuberculosis Care in Programmatic Settings from Karnataka, India: Is It Catastrophic for the Patients? *Tuberculosis Research and Treatment*, 2020, 1–9. <https://doi.org/10.1155/2020/3845694>
- Porecha, M. (2023, January 31). Economic Survey 2022-23 | Out-of-pocket health spending still high, despite hike in government expenditure. *The Hindu*. <https://www.thehindu.com/sci-tech/health/economic-survey-2022-23-out-of-pocket-health-spending-still-high-despite-hike-in-government-expenditure/article66454817.ece>
- *Pulse Polio Programme | National Health Portal Of India*. (2011). Nhp.gov.in. [https://www.nhp.gov.in/pulse-polio-programme\\_pg](https://www.nhp.gov.in/pulse-polio-programme_pg)
- Purohit, N., & Mehta, S. (2020). Risk Communication Initiatives amid COVID-19 in India: Analyzing Message Effectiveness of Videos on National Television. *Journal of Health Management*, 22(2), 262–280. <https://doi.org/10.1177/0972063420935659>
- Qiu, Y. (2013). Interaction of Multimodal Metaphor and Metonymy in Public Service Advertising: A Case Study. *Theory and Practice in Language Studies*, 3(9). <https://doi.org/10.4304/tpls.3.9.1584-1589>