

बंदरों के लिए विज्ञापन

हाल ही में कुछ विज्ञापन विशेषज्ञों ने बंदरों के लिए विज्ञापन तैयार करने का निर्णय किया और उन्होंने ऐसे विज्ञापन बना भी लिए हैं। अब वे यह देखने की कोशिश करेंगे कि क्या बंदरों की पसंद-नापसंद पर विज्ञापनों का कोई असर होता है।

प्रोटॉन नामक कंपनी की कीथ ओरवेल और एलिज़ाबेथ काइनर को यह विचार तब आया जब वे येल विश्वविद्यालय की लॉरी सैन्टोस का व्याख्यान सुन रही थीं। व्याख्यान में बताया गया था कि कापुचिन बंदर पैसे की बातें समझ सकते हैं। जब उन्हें किसी आर्थिक खेल में शामिल किया जाता है तो वे ठीक इंसानों के समान व्यवहार करते हैं। ओरवेल और काइनर को तुरंत यह सूझा कि यदि वे पैसे का खेल खेल सकते हैं, तो क्या उन पर विज्ञापन देखने का असर भी होगा।

इसी विचार को आजमाने के लिए सैन्टोस और प्रोटॉन कंपनी के बीच समझौता हुआ। इस समझौते के तहत दो विज्ञापन तैयार किए गए हैं जिनकी जांच अब की जाएगी। ये विज्ञापन एक खाद्य पदार्थ के हैं। यह खाद्य पदार्थ दो ब्रांड में बनाया गया है। दरअसल दोनों एक ही चीज़ है, दोनों स्वादिष्ट हैं। इनमें से एक ब्रांड के लिए दो विज्ञापन

बनाए गए हैं। दोनों विज्ञापन यौन-छवियों पर आधारित हैं। ये विज्ञापन कापुचिन बंदरों के दड़बे के बाहर लगा दिए जाएंगे। फिर कुछ दिनों बाद उक्त खाद्य पदार्थ इन बंदरों को पेश किए जाएंगे। देखना यह है कि क्या बंदर किसी एक ब्रांड को ज्यादा वरीयता देते हैं।

यदि बंदर उस ब्रांड को वरीयता देते हैं, जिसका विज्ञापन किया गया था तो इससे यह पता चलेगा कि विज्ञापन का असर बंदरों पर भी होता है।

इन विज्ञापनों को बनाने में काफी दिमाग खपाना पड़ा था। बंदरों की कोई भाषा या संस्कृति तो होती नहीं। लिहाज़ा उनके लिए विज्ञापन बनाते समय एकदम प्राकृतिक छवियों का सहारा लेना पड़ा। ये छवियां अभी सार्वजनिक नहीं की गई हैं, मगर इतना पता चला है कि इनका सम्बंध कापुचिन बंदरों के यौन व्यवहार से है।

अब देखना यह है कि क्या वास्तव में ये बंदर विज्ञापनों से प्रभावित होकर किसी एक ब्रांड को पसंद करने लगते हैं। यदि ऐसा होता है, तो एक बात स्पष्ट हो जाएगी कि इंसान भी चीज़ें खरीदते समय उनकी वास्तविक गुणवत्ता की बजाय विज्ञापनों के प्रभाव में आकर निर्णय लेते हैं।
(स्रोत फीचर्स)