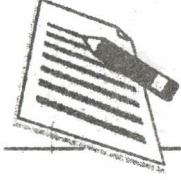



اختیاری ماڈیول:
پڑھ میڈیا اور اکثر ایک میڈیا میں اس کا استعمال۔ 3B




نوٹ

32B

اشتہار تیار کرنا



ہماری بہترین اور سب سے زیادہ استعمال کی جانے والی پوسٹ ہے۔
اس کی مدد سے آپ اپنے کاروبار کو آگے بڑھانے کے لیے بہترین پوسٹ تیار کر سکتے ہیں۔



قریشہ
ہماری بہترین اور سب سے زیادہ استعمال کی جانے والی پوسٹ ہے۔
اس کی مدد سے آپ اپنے کاروبار کو آگے بڑھانے کے لیے بہترین پوسٹ تیار کر سکتے ہیں۔

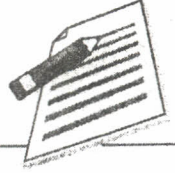
سید داغ
ہماری بہترین اور سب سے زیادہ استعمال کی جانے والی پوسٹ ہے۔
اس کی مدد سے آپ اپنے کاروبار کو آگے بڑھانے کے لیے بہترین پوسٹ تیار کر سکتے ہیں۔

کبیر پٹر
ہماری بہترین اور سب سے زیادہ استعمال کی جانے والی پوسٹ ہے۔
اس کی مدد سے آپ اپنے کاروبار کو آگے بڑھانے کے لیے بہترین پوسٹ تیار کر سکتے ہیں۔

21st CENTURY SYSTEMS
Tel: 011-654 9234, 455 4329
E-mail: CENTURY @ heatmail Com

اشتہار کا تعارف

اس نمونے کے طور پر اوپر دیئے گئے چار اشتہاروں میں سے پہلے اور دوسرے اشتہاروں میں تصویر اور الفاظ دونوں سے کام لیا گیا ہے۔ تصویر میں لہراتے ہوئے بال سے ظاہر ہو جاتا ہے کہ جس چیز کا اشتہار دیا جا رہا ہے اس کا تعلق بالوں سے ہے۔ اب دس الفاظ میں یہ بتا دیا گیا کہ قریشہ ہیر ٹانک کن چیزوں سے بنا ہے اور اس کا فائدہ کیا ہے۔ اشتہار کے نیچے لائن کھینچ کر چیز بنانے والوں کا نام و پتہ نسبتاً کم سائز کے حروف میں دیا گیا ہے۔



نوٹ

اشتہار تیار کرنا

دوسرے اشتہار میں گلاب ٹوٹھ پیسٹ بنانے والوں کا نام اور پتہ نہیں لکھا گیا کیونکہ ہم جانتے ہیں کہ گلاب ٹوٹھ پیسٹ ہر دوکان پر یادو فروش کے پاس مل جاتا ہے۔ اس میں بھی الفاظ کی تعداد تقریباً 15 ہے اور اس کی خصوصیت یہ بیان کی گئی ہے کہ اس میں پیلو کا عرق شامل ہے جو جراثیم کو مارتا ہے۔

تیسرے اور چوتھے اشتہار میں صرف الفاظ سے کام لیا گیا ہے۔ ہندوستان میں شیروانی کے لیے چار شہر مشہور ہیں۔ دہلی، لکھنؤ، علی گڑھ اور حیدرآباد۔ علی گڑھ کی شیروانیاں زیادہ مشہور ہیں۔

چوتھا اشتہار کمپیوٹر سے متعلق ہے۔ کمپیوٹر کیوں خریداجائے اس کی وجہ بتادی گئی ہے کہ یہ اب ہر گھر کی ضرورت ہے۔



اس سبق کو پڑھ لینے کے بعد آپ جان سکیں گے کہ

1. اشتہار کا موجودہ دور کی صحافت سے گہرا تعلق ہے۔
2. اخبار کو چلانے کے لیے مستقل آمدنی کی ضرورت ہوتی ہے اور آمدنی میں اضافہ ضروری ہوتا ہے۔
3. اخبار کی آمدنی کا اہم ترین ذریعہ اشتہار ہیں۔
4. اشتہار نویسی کے لیے خاص تصور اور تخیل کی ضرورت ہوتی ہے۔
5. سوالات کے جواب دے سکیں گے۔

32B.1 صحافت بحیثیت تجارت

موجودہ دور میں صحافت کو ایک تجارت کی حیثیت حاصل ہو چکی ہے۔ پہلے صورت حال مختلف تھی۔ اخبار اور رسالے کبھی شوق پورا کرنے کے لیے نکالے جاتے تھے تو کبھی کسی تحریک کی حمایت کے مقصد سے اور کبھی سماج میں عزت و وقار حاصل کرنے کی غرض سے اور اس میں کسی نقصان کی فکر کم ہی کی جاتی تھی۔ اب ان مقاصد کے ساتھ ساتھ تقریباً ہر اخبار اور رسالہ پیسہ کمانے کا ذریعہ بھی بن گیا ہے اور چونکہ اس پر آنی والی لاگت میں دن بہ دن اضافہ ہوتا چلا جا رہا ہے اس لیے اس کے انتظامی ڈھانچے کو بھی پہلے سے بہتر بنالیا گیا ہے۔ دوسری تجارتوں کی طرح اس میں بھی تجارتی انتظامیہ میں مہارت رکھنے والوں کی خدمات حاصل کی جاتی ہیں۔ کوئی بھی تجارت شروع کرنے کے لیے بڑے پیمانے پر سرمایہ فراہم کرنے کی ضرورت ہوتی ہے اور اس کے بعد سوال پیدا ہوتا ہے اس سرمائے کے مناسب استعمال کا اور اس سے پابندی سے ہونے والی آمدنی کا، اسی آمدنی کو حاصل کرنے اور اس میں اضافہ کرنے کے لیے تجربہ کار اور ماہر منتظمین کی ضرورت پڑتی ہے۔



نوٹ

اخبار اور رسالہ پڑھنے والے فرد کی حیثیت سے آپ کو دلچسپی صرف اتنی ہوتی ہے کہ ہر صبح ہر ہفتے یا ہر مہینے اخبار یا رسالہ آپ کے گھر آجایا کرے۔ اخبار کیسے نکلتا ہے، کن کن مرحلوں سے گزرتا ہے، کتنی لاگت آتی ہے۔ اس طرح کے سوالات سے آپ کو کچھ لینا دینا نہیں ہوتا۔

اخبار یا رسالے کو کامیابی اور نفع بخش طریقے سے چلانے کے لیے جن ضروری باتوں کا دھیان رکھا جاتا ہے، وہ یہ ہیں کہ اس کی اپنی ملکیت ہو یعنی کہ کرائے کی عمارت میں نہ ہو، اس کی عمارت شہر کے مرکز میں ہو جہاں سے ریلوے اسٹیشن، بس اڈہ، ہوائی اڈہ، جنرل پوسٹ آفس وغیرہ قریب ہوں اور جہاں پر آنے جانے والوں کی نظر آسانی سے پڑ سکے، عمارت کے سامنے مناسب جگہ پر اس کا بڑا سا اور خوبصورت سائن بورڈ ہو جو دیکھنے والوں کو متوجہ کر سکے۔ شہر کے مرکز یا وسط میں اخبار اور رسالے کے دفتر بنانے کا ایک فائدہ یہ بھی ہے کہ حادثات و واقعات کی خبریں ان تک جلد پہنچ سکیں گی۔ خریدار، ایجنٹ اور مراسلات چھپوانے کے خواہشمند لوگ آسانی سے ان سے رابطہ قائم کر سکیں گے۔

متن پر سوالات 32B.1



ذیل کے سوالات میں خالی جگہ کو متن میں آئے مناسب الفاظ سے بھریے۔

1. پہلے زمانے میں اخبارات اور رسالے..... نکالے جاتے تھے۔
(انعام لینے کے لیے، خوف زدہ کرنے کے لیے، شوق پورا کرنے کے لیے)
2. اب تقریباً ہر اخبار ایک..... کے طور پر شائع ہوتا ہے۔
(منافع بخش تجارت، مہم جوئی، تحریک، انسانی خدمت)
3. اخبار پڑھنے والے کی دلچسپی صرف اتنی ہوتی ہے کہ.....
وہ لائبریری میں جا کر اخبار پڑھ لے، ہر صبح اخبار اس کے گھر آجائے، پڑوسی سے پوچھ لے کہ آج اخبار میں کیا تھا۔
4. اخبار کی عمارت..... میں ہو۔
(شہر سے دور ہو، شہر کے مرکز میں ہو، تنگ اور گھنے علاقے میں ہو)

تجارتی شعبہ:

ان تمام باریکیوں اور نراکتوں کو دیکھتے ہوئے اخبار و رسالے کی انتظامیہ کو تین حصوں میں بانٹا جاتا ہے۔ ایک حصہ یا شعبہ ادارت کا یعنی Editorial Section دوسرا تجارت کا جسے Business Section کہتے ہیں اور ایک طباعت یعنی چھپائی کا۔ تیسرے شعبے کو میکینکل سیکشن بھی کہا جاتا ہے۔ اس تقسیم کا بنیادی مقصد یہی ہوتا ہے کہ اخبار پر جو سرمایہ لگایا گیا ہے



نوٹ

اشتہار تیار کرنا

وہ نہ صرف بحال رہے بلکہ وہ برابر آمدنی بھی دیتا رہے اور اس میں اضافے کی بھی گنجائش نکلتی رہی ہیں۔ اب آپ غور کیجئے کہ اگر کوئی اخبار دس ہزار روزانہ چھپتا ہے تو اس کی تمام کاپیاں بک جائیں گی یہ ضروری نہیں، اوسطاً آٹھ ہزار کاپیاں بکتی ہیں تو اس سے حاصل ہونے والی رقم سے اصل لاگت بھی نہیں نکلتی۔ آج اردو کا اوسطاً آٹھ صفحات کا اخبار دو روپے میں ملتا ہے اور انگریزی کا اوسطاً چھتیس صفحات کا اخبار بھی دو روپے میں ملتا ہے۔ ہفتہ وار ضمیمہ میگزین اور دو شنبہ و جمعہ کو خصوصی موضوعات پر ضمیمے کے صفحات الگ سے ہوتے ہیں۔ آپ نے شاید کبھی سوچا ہو کہ اردو اور انگریزی کے اخباروں کی قیمت میں زمین آسمان کا فرق کیوں ہے۔

متن پر سوالات 32B.2

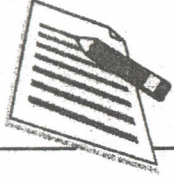


نیچے لکھے بیانات میں سے درست بیان پر صحیح (✓) کا نشان لگائیں۔

1. ادارت کے شعبے کو سیکرٹریکل ڈپارٹمنٹ کہتے ہیں۔ ()
2. اشتہار والے اور بغیر اشتہار والے اخباروں کی آمدنی برابر نہیں رہتی۔ ()
3. اخبار کی عمارت پر مناسب جگہ پر نمایاں سائن بورڈ ہونا چاہیے۔ ()
4. اخبار کا دفتر ریلوے اسٹیشن اور پوسٹ آفس سے دور بنایا جاتا ہے۔ ()
5. جس اخبار میں زیادہ اشتہار چھپتے ہیں صنعت کار اس کی طرف متوجہ ہوتے ہیں۔ ()
6. تجارت کے میدان میں مقابلے سے اخبارات کو نقصان پہنچا ہے۔ ()

32B.2 اشتہار کی اہمیت اور افادیت

اس فرق کی وجہ یہ ہے کہ ایک کے پاس آمدنی کے ذرائع محدود ہیں اور دوسرے کے پاس آمدنی کے ذرائع بہت وسیع ہیں۔ اخبار اور رسالے کی آمدنی کا ذریعہ اس کی فروخت کے علاوہ اور کیا ہو سکتا ہے؟ اس کا جواب یہ ہے کہ ہم جس زمانے میں جی رہے ہیں وہ صنعتی اور تجارتی زمانہ ہے۔ ایک ہی چیز کو سو آدمی بازار میں بیچ رہے ہیں اور ہر کوئی یہ چاہتا ہے کہ اس کی چیز فوراً بک جائے اور اچھے دام سے بک جائے۔ اس طرح ان سو آدمیوں کے درمیان مقابلے یا کمپینیشن کا جذبہ پیدا ہو جائے گا۔ ہر کوئی اپنی صلاحیت کے مطابق خریداروں کو اپنی طرف متوجہ کرے گا۔ وہ اپنی بنائی ہوئی چیز کی زبانی تعریف بھی کرے گا اور تحریری طور پر بھی کرے گا تاکہ اس کی بات زیادہ لوگوں تک پہنچے۔ دوکانوں سے باہر بنے ہوئے شو کس میں مختلف چیزوں کی نمائش، چابی کے چھلوں، یعنی Key Ring پر، اسکوٹری اسٹینی پر اور کار کے پیچھے دلکش حروف میں کسی کمپنی کا نام لکھا ہوتا ہے۔ ان باتوں کو ہم اشیاء بنانے والوں کی طرف سے شہرت پانے یا مشہور ہونے کی کوشش کہہ سکتے ہیں۔ اس کوشش کو صحافت



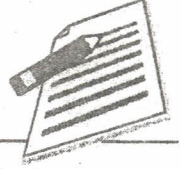
نوٹ

کی زبان میں اشتہار یا ایڈورٹائزنگ اینڈ پبلسٹی کہا جاتا ہے۔ تاجر اپنی اشیاء کا اشتہار مختلف اخباروں میں دیتے ہیں۔ اس لیے کسی اخبار کی آمدنی کا دارومدار اس پر ہے کہ اس میں کتنے اشتہار چھپتے ہیں۔ کسی اخبار میں زیادہ اشتہاروں کا چھپنا بذات خود اس کی شہرت کا سبب بن جاتا ہے۔ یہ دیکھ کر اور لوگ اس میں اشتہار دینے کی خواہش کریں گے۔ جب اشتہاروں کی تعداد بڑھے گی تو اس سے اخبار کو دوہرا فائدہ ہوگا۔ ایک طرف اشتہار سے ہونے والی آمدنی میں اضافہ ہوتا تو دوسری طرف اخبار کی زیادہ کاپیاں فروخت ہوں گی۔

صنعت کاروں کی بنائی ہوئی اشیاء کو بازار میں شہرت دلانے اور اخبار کی آمدنی میں اضافہ کرنے میں اشتہار کی اہمیت کو دیکھتے ہوئے خود اشتہار نویس بھی ایک باقاعدہ فن بن گیا ہے۔ اب وہی اخبار اشتہار یا ایڈورٹائزنگ کو اپنی طرف متوجہ کرتا ہے جو اس کے اشتہار کو پُر اثر پُر کشش انداز میں لکھتا ہو اس کو نمایاں اور مناسب جگہ پر چھاپتا ہو۔ اگر وہ اس میں کامیاب ہے تو وہ ایڈورٹائزنگ سے اپنی طرف سے مقرر کردہ معاوضہ لے سکتا ہے ورنہ معاوضے کے لیے اُسے ایڈورٹائزنگ اور ٹائزنگ کے رحم و کرم پر رہنا پڑے گا۔ کم تعداد میں چھپنے والے اخباروں کے ساتھ ایسا ہی ہوتا ہے۔ جیسا کہ پہلے ذکر ہو چکا ہے تجارتی اعلان کو اشتہار کہا جاتا ہے۔ اشتہار بازی اور سود افزائی یعنی سیلز مین شپ ایک دوسرے سے ملتے جلتے ہیں۔ اشتہار کو اچھے انداز میں لکھنا باقاعدہ ایک فن ہے اس لیے ہندوستان میں بعض اہم اشتہاری ایجنسیاں مختلف صنعتی اور تجارتی بلکہ غیر تجارتی اور سرکاری اداروں سے بھی اشتہارات جمع کر کے اخبارات میں شائع کرانے کا ذمہ لیتی ہیں۔ اس سے اشتہار دینے والے کا وقت بچ جاتا ہے اور اچھے اخبارات میں اس کی بنائی ہوئی چیز کا اشتہار عوام تک پہنچ جاتا ہے۔ کس اخبار میں اشتہار دے، شاید اس کا صحیح فیصلہ وہ خود نہ کر پاتا کیونکہ ایڈورٹائزنگ ایجنسی والے اس میں پیشہ ورانہ مہارت رکھتے ہیں۔

کسی بھی اشتہار میں مسودہ مواد کی جاذب نظر ترتیب کی بڑی اہمیت ہوا کرتی ہے۔ اشتہار لکھنے والا اپنے تصور کی قوت سے ایک ایسا نقشہ کھینچتا ہے جس سے پڑھنے والے کو وہ پوری طرح متوجہ کر لے۔ کسی بھی اچھے اشتہار کی ابتدا ایک خیال سے ہوتی ہے۔ اشتہار بنانے والا، جسے کاپی رائٹر کہا جاتا ہے، کسی نہ کسی تصور کے ساتھ ایک خاکہ بناتا ہے، پھر یہ طے کرتا ہے کہ کون سی تصویر کس انداز میں وہاں بٹھائی جائے۔ اس پر سرخی کیا لگائی جائے۔ وہ کتنی جلی یا موٹی ہو یا مختصر ہو۔ اشتہار کے طے شدہ سائز کے مطابق الفاظ کی تعداد، ان کی موٹائی اور اس کے رنگوں کا انتخاب کیا جاتا ہے۔ یہ پورا خاکہ پہلے اشتہار نویس کے ذہن میں بنتا ہے پھر اُسے کاغذ پر اتارا جاتا ہے۔

اشتہار کے خاکے کو صحافتی اصطلاح میں لے آؤٹ (Lay Out) کہا جاتا ہے اور اس کے مسودے کو کاپی۔ کاپی میں تصویروں کا ہونا ضروری نہیں ہے۔ بہت سے اشتہاروں میں صرف الفاظ ہوتے ہیں اور بعض میں صرف تصویر یا کارٹون سے کام لیا جاتا ہے اور الفاظ کی تعداد بہت کم ہوتی ہے۔ کبھی کبھی ایک نعرہ (Slogan) مثلاً سگریٹ مت پیو چاہے وہ عبداللہ



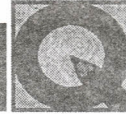
نوٹ

اشتبہ تیار کرنا

سگریٹ کیوں نہ ہو لکھ دیا جاتا ہے۔ اشتہاری سگریٹ کمپنیوں میں تصوراتی خاکے تیار کرنے والوں کو Visualiser کہا جاتا ہے۔ لے آؤٹ کے لیے کوئی خاص اصول نہیں ہیں۔ اشیاء کی مناسبت سے زبان کا استعمال ہوتا ہے۔ الفاظ کے استعمال میں احتیاط برتی جاتی ہے۔ کسی بھی اشتہار کا لے آؤٹ تیار کرتے وقت اس بات کا خاص خیال رکھا جاتا ہے کہ وہ پڑھنے والے کی توجہ حاصل کرے یعنی کہ گاہک کی توجہ فوراً اپنی طرف مبذول کرے۔ اس کے لیے ترغیبات Incentives کا بھی ذکر ہوتا ہے۔ مثلاً بچت کا لالچ، تحفوں کی پیش کش اور گفٹ اسکیم، خریداری کے بعد مفت مرمت یا واپسی کی گارنٹی، قسطوں میں فروخت کا مہذبہ وغیرہ۔ اخبار خود اپنی تشہیر کے لیے بھی بعض طریقے اختیار کرتے ہیں مثلاً کچھ مدت کے لیے قیمت میں آدھی کمی، یا ایڈورٹائزرز کو متوجہ کرنے کے لیے اشتہارات کے نرخ میں رعایت۔

مرکزی حکومت کی وزارت اطلاعات و نشریات کے زیر انتظام چلنے والی ڈائریکٹوریٹ آف ایڈیٹوریٹل پبلسٹی (DAVP) ہندوستان کی سب سے بڑی اشتہار رساں ایجنسی ہے کیونکہ اسی کی وساطت سے ملک بھر کے بڑے، درمیانی اور چھوٹے اخبارات کو سرکاری اشتہارات دیئے جاتے ہیں۔

متن پر سوالات 32B.3



درست جواب صحیح (✓) کا نشان لگائیں

ایک اچھا اشتہار نوٹس:

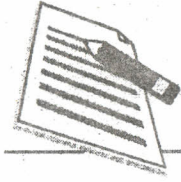
1. ایڈورٹائزرز کی ضروریات کے بجائے اپنی پسند کو ترجیح دیتا ہے۔ ()
2. کاپی میں زیادہ الفاظ استعمال کرتا ہے۔ ()
3. الفاظ کے سائز اور رنگ کو کوئی اہمیت نہیں دیتا۔ ()
4. اشیاء کی مناسبت سے تصوراتی خاکے تیار کرتا ہے اور خوبصورت، دلکش الفاظ استعمال کرتا ہے۔ ()

آپ نے کیا سیکھا؟



1. صحافت نے جب سے تجارت کی حیثیت اختیار کی ہے اس کا انتظامی ڈھانچہ بہتر ہو گیا ہے۔
2. صحافتی انتظامیہ کے تین شعبے ہیں، ادارتی، تجارتی اور مشینی۔
3. تجارت کے میدان میں مقابلہ بڑھ جانے کی وجہ سے اشتہارات کی اہمیت بھی بڑھ گئی ہے۔
4. اشتہار نویسی باقاعدہ ایک فن بن گیا ہے۔ خود اس میں بھی مقابلہ یا کمپیشن پیدا ہو گیا ہے۔
5. کامیاب اشتہار نویسی کے لیے تاجر یا اشتہار بنانے والے کی ضرورت کا لحاظ رکھنا ضروری ہے جس سے کہ خریدار کو

اختیاری ماڈیول:
پرنٹ میڈیا اور الیکٹرانک میڈیا میں اشتہار کا استعمال۔ 3B



نوٹ

کوئی چیز خریدنے پر آمادہ کیا جاسکے۔

اختیاری سوالات 32B.6



1. بروک بانڈ چائے کے لیے ایک اشتہار 30 الفاظ میں لکھئے جس سے اس کی خوبی پوری طرح واضح ہو جائے۔
2. بجاج کلاسیک اسلوٹر کا اشتہار کسی رعایت کے اعلان کے ساتھ لکھئے۔

متن پر سوالات کے جوابات



- | | | |
|----------------------------------|-------|-------|
| شوق پیدا کرنے کے لیے | (i) | 32B.1 |
| منافع بخش تجارت | (ii) | |
| وہ لائبریری میں جا کر اخبار پڑھے | (iii) | |
| شہر کے مرکز میں ہو | (iv) | |
| (x) | (i) | 32B.2 |
| (✓) | (ii) | |
| (✓) | (iii) | |
| (x) | (iv) | |
| (✓) | (v) | |
| (x) | (vi) | |
| (x) | (i) | 32B.3 |
| (x) | (ii) | |
| (x) | (iii) | |
| (✓) | (iv) | |