

سبق - ۷

اشتہارات کی سمجھ

ایک اسکول کی نئی عمارت کا افتتاح صوبہ بہار کے وزیر تعلیم کے ہاتھوں ہونا تھا۔ بچے بے صبری سے اس لمحے کا انتظار کر رہے تھے۔ وہ آگے کی قطار میں بیٹھنے کے لیے تگ و دو کر رہے تھے۔ اسی وقت ایک استاد نے خبر دی کہ پہلی صف کی کرسیاں میڈیا کے لوگوں کے لیے ہیں۔ اس پروگرام میں اخبار، ریڈیو، ٹی وی وغیرہ سے تعلق رکھنے والے لوگ آئیں گے۔

تبھی ایک طالب علم نے استاد سے تجسس کے ساتھ پوچھا کہ کیا استاد ان میڈیا والوں کو ہمارے اسکول کے فنڈ سے پیسے دیئے جائیں گے؟ استاد نے بتایا کہ انھیں اپنے ادارے سے تنخواہ ملتی ہے اور ان کے ادارے نے ہی انھیں یہاں بھیجا ہے۔ یہ ادارے چاہے اخبار ہوں یا ٹی وی چینل، اپنی آمدنی کے لیے اشتہار پر منحصر ہیں۔ اس سبق میں آگے تفصیل سے جانکاری دی جا رہی ہے۔

کسی واقعے یا پروگرام کے منعقد ہونے یا پیش ہونے کے کئی مرحلے ہوتے ہیں۔ اس میں جدید مشینوں کے ساتھ ساتھ مشاق کارندوں کی بھی ضرورت ہوتی ہے۔ مواصلات کے ذرائع کو زیادہ سے زیادہ لوگوں تک پہنچانے کے لیے جدید تکنیک سے خاص مدد ملی ہے۔ ان جدید مواصلات کے ذرائع کو چلانے میں کثیر رقم کی ضرورت پڑتی ہے جو عام طور پر کسی ایک آدمی کے لیے لگا پانا ممکن نہیں ہوتا ہے۔ اسی وجہ سے ٹی وی، اخبار یا ریڈیو کسی بڑے تجارتی گروپ کے ذریعہ چلائے جاتے ہیں۔



केदार एण्ड केदार ग्रुप

ذرائع مواصلات اپنے خرچوں کو پورا کرنے اور دولت کمانے کے لیے کئی طرح کے طریقوں کو استعمال کرتے ہیں۔ اس کے لیے دو اشتہاروں کا سہارا لیتے ہیں، جو ان کی آمدنی کا خاص ذریعہ ہوتا ہے۔ اشتہاروں کا دائرہ کافی وسیع تر ہے۔ ذرائع مواصلات اپنے خرچ کے لیے اشتہارات پر منحصر ہوتے ہیں۔ اشتہار دینے والے خاص طور پر تجارتی مراکز ہوتے ہیں۔ اس لیے مواصلاتی ذرائع کو اپنے فائدہ کے لیے متاثر بھی کرتے ہیں۔

اشتہار کیا ہے؟

آج ہم چاروں طرف اشتہاروں سے گھرے ہوئے ہیں۔ ریڈیو، ٹی وی، اخبار، انٹرنیٹ سے لے کر ٹیکسی، رکشہ اور دیواروں پر بھی اشتہار دیکھے جاسکتے ہیں۔ ایک ہی اشتہار دو مختلف ذرائع سے کئی کئی بار ہمارے



سامنے دکھائی دیتے ہیں۔ سامانوں سے لے کر تعلیمی اور تجارتی اداروں تک کے اشتہار بنائے جا رہے ہیں۔ جیسے کپڑے، کولڈ ڈرنک، دوائیں، موٹر بانک، پیسٹ، صابن، تیل، آٹا، چاکلیٹ، بسکٹ اور قلم وغیرہ کے ساتھ ساتھ پرائیوٹ اسکولوں، میڈیکل اور انجینئرنگ کالجوں کے اشتہار ہم اپنی چاروں طرف مختلف شکلوں میں دیکھ سکتے ہیں۔ اشتہار میں طرح طرح کی مصنوعات کی خوبیوں کو دکھا کر ہمارا دھیان اُس جانب مائل کیا جاتا ہے، جس سے سامان یا مصنوعات کے فروخت میں اضافہ ہو سکے۔ اشتہار کے ذریعے مصنوعاتی کمپنیاں اپنے بازار کو وسیع کرتی ہیں۔ اس سے صنعت کاروں کو زیادہ فائدہ ملتا ہے۔ انہی اشتہارات سے ہونے والی آمدنی سے ذرائع مواصلات چلتے ہیں۔

۱- اشتہار کون دیتا ہے؟ ذرائع مواصلات اس پر کیوں منحصر ہے؟

۲- آپ کے پسندیدہ اشتہارات کون کون ہیں؟ وہ آپ کو کس طرح اپنی جانب مائل کرتے ہیں؟ استاد کے ساتھ تبادلہ خیال کریں۔

برائڈ

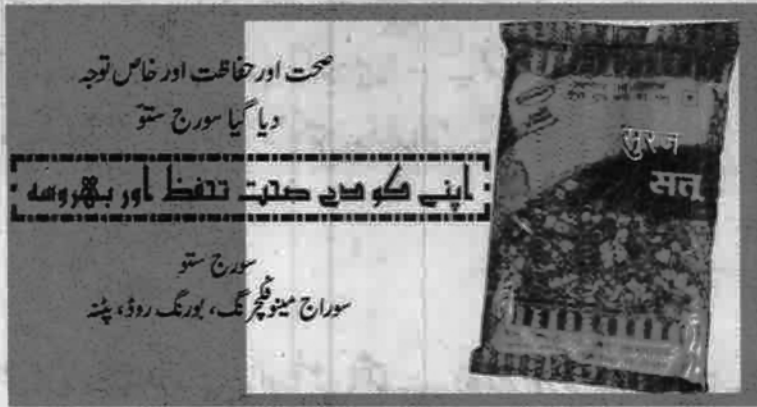
سونو پنسل خریدنے بازار جاتا ہے اور پنسل مانگتا ہے۔ دکاندار سونو کو ایک پنسل دیتا ہے۔ سونو کہتا ہے: ”مجھے سوراج پنسل چاہیے۔“ دکاندار پنسل دیتے وقت سونو سے پوچھتا ہے: ”سوراج پنسل ہی کیوں؟“ سونو نے کہا: میں نے ٹی وی میں دیکھا ہے کہ اس پنسل سے تحریر خوبصورت ہوتی ہے۔ وہ پنسل لے کر گھر چلا جاتا ہے۔ سونو کے ذہن میں سوال اٹھتا ہے کہ بازار میں پنسل تو بہت ہیں لیکن ان کے الگ الگ نام کیوں ہیں؟ تحریر کیسے خوبصورت ہو سکتی ہے؟

”سوراج“ پنسل کے بڑے برائڈ کا نام ہے۔ اشتہار برائڈ بنانے کے بارے میں ہی ہے۔ ایک مصنوعات کو بازار میں چلانے کے لیے دیگر مصنوعات سے الگ دکھانے کے لیے برائڈ کا نام دیا جاتا ہے۔ ایک خاص پہچان قائم کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ صرف برائڈ کا نام کسی چیز کو خریدنے کے لیے راغب نہیں کرتی۔ اشتہار دینے والی کمپنی اپنی اشیاء کی خوبیوں کا یقین دلاتی ہے اور کئی بار تو خوبیوں سے زیادہ دعویٰ بھی کرتی ہے۔

مشترک اشیاء کے بارے میں یقین کرنے میں اور اس کے خریدنے کے لیے آمادہ کرنے میں اشتہار اہم کردار ادا کرتا ہے۔ ایک برانڈ سے متاثر ہو کر ہم اُس برانڈ کی دوسری اشیاء بھی خریدنے لگتے ہیں۔

اشتہاروں کی سماجی اہمیت

اشتہار ہماری زندگی میں بہت اہم رول ادا کرتے ہیں۔ ہم ان اشتہاروں کی بنیاد پر نہ صرف اشیاء خریدتے ہیں بلکہ برانڈ والی چیزوں کا استعمال کرنے سے ہم اپنے اور اپنے دوستوں اور اپنے خاندان کے لوگوں کے بارے میں الگ طرح سے سوچنے بھی لگتے ہیں۔ آگے دو مختلف مصنوعات کے ذریعہ اسے اور زیادہ سمجھنے کی کوشش کریں گے۔



ستو کے اس اشتہار میں ہماری صحت اور حفاظت پر خاص خیال رکھا گیا ہے۔ بند پیکٹ والے ستو کے مقابلہ میں کھلے ستو کے خراب ہونے کا امکان دکھایا گیا ہے۔ دراصل ہمارے آس پاس کے بازاروں میں ملنے والے کھلے ستو سے بند پیکٹ والے ستو کو محفوظ اور بہتر ہونے کا دعویٰ کرتے ہیں۔ عام طور پر یہ بند پیکٹ والے ستو آس پاس کے کیرانہ دکان سے لے کر بڑے بڑے مول میں آسانی سے مہیا ہوتے ہیں۔ اس اشتہار میں صحت سے متعلق ہماری فکر کو بنیاد بنایا گیا ہے۔ پونجی کی کمی کی وجہ سے کھلے ستو کے بیچنے والے اپنا اشتہار نہیں کر پاتے اور مشترک بند پیکٹ کے ستو سے ان کا مقابلہ بڑھ جاتا ہے اس لیے اُن کی فروختگی پر بھی اثر پڑتا ہے۔ یہاں تک کہ وہ اپنے کاروبار کو چھوڑنے پر مجبور ہو جاتا ہے۔

ہمارے معاشرے میں گورا اور دوسروں سے الگ دیکھنے کی ہوڑ لگی ہوئی ہے۔ اسے خوبصورتی سے جوڑا جاتا ہے۔ لڑکیوں میں گورا اور پُرکشش ہونا شادی کے لیے ضروری شے کی شکل میں دیکھا جاتا ہے۔

اشتہار ہمارے اسی احساس کا غلط استعمال کرتا ہے۔ اشتہار نہ صرف ہمارے گورے ہونے کی چاہت کو بڑھاوا دیتا ہے بلکہ یقین بھی دلاتا ہے کہ گورے ہو کر ہم سب کچھ پا سکتے ہیں۔ جب کہ سائنس کی



دُہلن چاہیے

कायस्थ लड़का NTPC Engr.
M.Tech. 32/5/8 स्मार्ट पिता
Rtd. Engr. गौरी, सुंदरा सुया-
रय बंधु चाहिए। शांघ्र विवाह

مکھوے پد مکر نکھار لاپ زلف مکر میر بھار



فینر اینڈ مکیڈ کرم
نی کیٹی بازار روڈ، پٹنہ

نظر میں اس کی وجہ یہ ہے کہ ہماری جلد میں ”ملیلین“ نامی مادہ ہوتا ہے جس سے ہماری جلد کا رنگ طے ہوتا ہے۔

”ملیلین“ ہمیں سورج کی نقصان دہ

پیرایگنی شعاعوں سے بچاتا ہے۔ جس کی جلد میں ملیلین کی مقدار زیادہ ہوتی ہے۔

وہ سانولا دکھتا ہے اور جس کی جلد میں کم ہوتی ہے وہ گورا دکھائی دیتا ہے۔ کوئی بھی کریم (Cream) ملیلین کی مقدار کم یا زیادہ نہیں کر سکتی ہے۔ گورا کرنے والی کریم میں ایک ایسا کیمیکل ہوتا ہے جس سے چہرے کے بال سنہرے ہو جاتے ہیں اور چہرے کا رنگ کچھ دنوں کے لیے صاف دکھائی دینے لگتا ہے۔ یہ کیمیکل جلد کے لیے اچھا نہیں ہوتا۔ اب آپ ہی بتائیے کہ گورا پن بڑھانے والا کریم سچ بول رہا ہے یا ہمیں بیوقوف بنا رہا ہے۔ سب سے بڑی بات تو یہ پہچاننا ہے کہ ہم لوگوں کی شکل و صورت میں کوئی نہ کوئی فرق ضرور ہوتا ہے۔

۱۔ گورا پن یا سانولا پن سے خوبصورتی کا موازنہ

؟

کرنا کیا آپ کو صحیح لگتا ہے؟

اشتہار کیسے بنتا ہے؟

ہمیں ایک نیا پروڈکٹ (سامان) بازار میں لانا ہے۔ — ”فینرائیڈ کیئر کریم“۔
اس کے لیے اشتہار کیسا ہو؟



اس میں خاص بات کیا ہے؟
دوسرے کریم سے کیسے فرق ہے؟

اس سے جلد میں نمی بنی رہتی ہے۔ مٹی
اور دھول سے بھی بچاؤ ہوتا ہے۔ لڑکے
اور لڑکیاں دونوں استعمال کر سکتے ہیں۔

اگر ہم چاہتے ہیں کہ اسے نوجوان خریدیں تو ہمیں
کسی نہ کسی فلمی یا ٹی وی فنکار کو جوڑنا ہوگا۔



مگروہ پہ مکی نمکھار لائب زمنہ مکی مید بھار



فینرائیڈ کیئر کریم
یا مکی بازار روڈ، پٹنہ

اس بحث کے بعد کریم بنانے والی کمپنی نے
اشتہار بنانے والی ایک دوسری کمپنی کو کام سونپ
دیا۔ انھوں نے یہ سب باتیں سمجھ کر گیت تیار
کیا۔ ایک چھوٹی فلم بنائی اور پوسٹر بھی تیار کیا۔
پھر کچھ لوگوں کو دکھا کر اس کو ایڈٹ کیا گیا۔
اس کے بعد ہی ٹی وی، پوسٹر، ریڈیو پر یہ
اشتہار دیا گیا اور بازار میں یہ سامان پکے لگا۔

حکمہ اطلاعات و نشریات کے ذریعہ عوامی فلاح میں کچھ اشتہار دیئے جاتے ہیں۔



؟

ان اشتہاروں اور پہلے کے دونوں اشتہاروں میں کیا فرق ہے؟

اشتہار اور جمہوریت

اشتہاروں میں بڑے بڑے تجارتی ادارے کروڑوں روپے خرچ کرتے ہیں۔ چھوٹے تاجر کے ساتھ مقامی مصنوعات اس سے متاثر ہوتے ہیں، لیکن یہ ضروری نہیں کہ پیکٹ والی برانڈڈ اشیاء مقامی چیزوں سے اچھی ہی ہوں۔ اشتہاروں سے کئی بار غریب لوگوں کی خودداری کو چوٹ پہنچتی ہے۔ وہ اپنے سامانوں کو مستہر نہیں کروا پاتے ہیں اور احساس کمتری میں مبتلا ہونے لگتے ہیں۔ اشتہار امیر اور مشہور لوگوں پر توجہ مرکوز کرتا ہے اور غریبی اور عزت نفس کے بارے میں ہمارے خیالات پر اثر انداز ہوتا ہے۔ جمہوریت میں مساوات کو مرکزی حیثیت حاصل ہے۔ اشتہاروں سے پڑنے والے اثرات پر چوکتا رہنا ضروری ہے۔

XXXXX



- (۱) اشتہار سے ہم کس طرح متاثر ہوتے ہیں؟
- (۲) آپ پکٹ والی اور کھلی اشیا میں سے کون خریدنا پسند کرتے ہیں اور کیوں؟
- (۳) اشتہار کو بار بار کیوں دکھایا جاتا ہے؟
- (۴) آپ اشتہار سے متاثر ہو کر کون سی اشیا خریدتے ہیں؟ پانچ اشیا کے بارے میں لکھیں۔
- (۵) مشہور اشیا کی قیمت غیر مشہور اشیا کے مقابلے میں زیادہ کیوں ہوتی ہے؟
- (۶) ان میں سے کون سا اشتہار عوامی ہے اور کون سا تجارتی؟ نیچے دیئے گئے خانوں میں لکھیں اور اپنے تجربوں کی بنیاد پر کچھ اور مثالیں جوڑیں:

* کولڈ ڈرنکس کا اشتہار

* پلس پولیو کا اشتہار

* موبائل کا اشتہار

* غیر محفوظ ریلوے کراسنگ کو پار کرنے کا اشتہار

عمومی اشتہار	تجارتی اشتہار
(۱)	(۱)
(۲)	(۲)
(۳)	(۳)
