علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

مضمون : **اشتہاریات**

سطح : **بی۔اے(ماس کمیونیکیشن)**

کوڈ : **461**

مشق : **02**

سمسٹر : **بہار2025ء**

سوال نمبر1ایڈورٹائزنگ کے عمل میں مختلف ذرائع ابلاغ کی اہمیت اور ضرورت بیان کریں۔

سوال نمبر2درج ذیل پر نوٹ لکھیں۔

1۔ٹریڈ مارک

جواب:

ریاست ہائے امریکہ کے کامرس ڈیپارٹمنٹ نے ٹریڈ مارک کی تعریف ان الفاظ میں کی ہے:

’’کوئی ایسا امتیازی لفظ ،تصویر، علامت یا امتیازی نشان یا ان کی ایسی مجموعی شکل ، جو کسی مخصوص شے (پروڈکٹ) کے بنانے والے (مینوفیکچرر) تقسیم کنندہ (ڈسٹری بیوٹر) کو ظاہر کرنے یا اس کی نشاندہی کرنے کے لیے استعمال ہو اسے رجسٹرڈ یا ٹریڈ مارک کہتے ہیں۔

ٹریڈ مارک کا انتخاب: ٹریڈ مارک کے طور پر یوں تو کوئی بھی لفظ، نام یا علامتی نشان استعمال کیا جا سکتا ہے لیکن اس مقصد کیلئے عموماً مندرجہ ذیل آخذ استعمال کئے جاتے ہیں۔

الف۔ کمپنیوں کے نام: کمپنی کا نام یا نام کا کوئی حصہ یا حرف ٹریڈ مارک کے طور پر استعمال کی جا سکتا ہے۔

ب۔ ذاتی نام: ماضی میں عام طور پر کمپنی کے بانی کا نام ٹریڈ مارک پر استعمال کیا جاتا تھا۔اس کے علاوہ ادبی نام، دیوی، دیوتاؤں کے نام یا خاندانی نام وغیرہ بھی اس مقصد کیلئے استعمال ہوتے رہے ہیں۔لیکن آج کل یہ رجحان کم ہو رہا ہے۔

ج۔ جغرافیائی نام: اگرچہ ان دنوں جغرافیائی ناموں کا استعمال اس مقصد کیلئے نسبتاً کم ہو رہا ہے تاہم ماضی میں اس قسم کے نام ٹریڈ مارک کے طور پر استعمال ہوتے رہے ہیں۔

د۔ ڈکشنری کے الفاظ: ٹریڈ مارک اور برانڈز کے نام (Brand Names) رکھنے کیلئے سب سے بڑا ماخذ لغات (ڈکشنری) کو خیال کیا جاتا ہے لیکن ان کے انتخاب میں بڑی احتیاط کی ضرورت ہوتی ہے اور ان کا استعمال بڑی خوبصورتی سے اور بامعنی انداز میں کیا جانا چاہئے۔ڈکشنری کے الفاظ استعمال کرنے کا یہ فائدہ ہوتا ہے کہ یہ لفظ پہلے سے ہی جانے پہچانے اور مقبول عام ہوتے ہیں اور لوگ ایسے ٹریڈ مارک سے بہت جلدی مانوس ہو جاتے ہیں۔

ر۔ وضع کردہ یا ایجاد کردہ الفاظ: بعض کمپنیاں مندرجہ بالا ناموں کے استعمال سے گریز کرتی ہیں اور نئے نئے نام وضع کر لیتی ہیں ایسے نام نہ صرف مخصوصہوتے ہیں بلکہ ان میں جدت بھی پائی جاتی ہے اور ایسے نام اپنی ان خوبیوں کی وجہ سے جلدی مقبول ہو جاتے ہیں۔بعض اوقات بالکل بے معنی الفاظ بھی ٹریڈ مارک کے طور پر استعمال کر لئے جاتے ہیں جو اپنی انفرادیت اور انوکھے پن کی وجہ سے رائج اور مقبول عام ہو جاتے ہیں۔

س۔ تجارتی کردار: بعض کمپنیاں مخصوص قسم کے تجارتی کردار وضع کر لیتی ہیں اور نام ٹریڈ مارک کے طور پر استعمال کرتی ہیں۔اُن کے خیال میں ایسا کرنے سے ان کی شناخت میں آسانی اور مقبولیت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

2 کیپشن

جواب۔

سلوگن کیپشن جسے عام طور پر سلوگن یا نعرہ کہا جاتا ہے۔ سے مراد وہ مختصر پیغام ہوتا ہے جسے لفظ بہ لفظ دوہرایا جا سکے۔ یہ پیغام عام طور پر زبانی پیش کیا جاتا ہے۔ایک سلوگن اشتہار کی شہ سرخی یا مرکزی خیال کی مانند ہی ہوتا ہے اور اس میں وہی بات کہی جاتی ہے جو شہ سرخی یا مرکزی خیال میں بیان کی گئی ہو۔مثلاً’’ ایگل پین ایک عالمگیر قلم ہے۔

آرٹ ورک اور لے آؤٹ: اشتہار بازی کیلئے جو آرٹ ورک درکار ہوتا ہے اس کے دو اہم حصے ہوتے ہیں:

(i) تصویری مواد کی تیاری (ii) لے آؤٹ کے ڈیزائن کی تیاری

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

میٹرک سے لیکر ایم اے، ایم ایس سی، ایم فل تک تمام کلاسز کی داخلوں سے لیکر ڈگری کے حصول تک کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

میٹرک سے لیکر ایم اے ایم ایس سی ایم فل تک تمام کلاسز کی داخلوں سے لیکر ڈگری کے حصول تک کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

ان کاموں کی تکمیل کیلئے کمپنی کا شعبہ اشتہار بازی یا تو اپنے آرٹسٹ رکھ کر کام کراتا ہے یا کسی ایڈورٹائزنگ ایجنسی یا دوسرے شعبے یا آزاد پیشہ فن کاروں (Freelance artists) کی خدمات حاصل کرتا ہے۔

آرٹ ورک: اشتہار سازی ایک ایسا تخلیقی عمل ہے جس میں تصاویر اور خاکے بھی استعمال ہوتے ہیں۔ان تصاویر اور خاکوں کے مختلف فنی پہلوؤں کا تعلق آرٹ ورک سے ہے۔ان فنی پہلوؤں کو پیش نظر رکھنا بہت ضروری ہوتا ہے۔لہٰذا اشتہار بازی کی منصوبہ سازی کرتے وقت اس بات کا بھی تعین کر لینا چاہئے کہ اشتہار میں کس قسم کا آرٹ ورک درکار ہوگا اور اس کی تکمیل کیلئے کس میڈیم (Medium) اور تکنیک کی ضرورت ہوگی۔

اشتہار ساز آرٹسٹ عام طور پر چند ایک میڈیم ہی استعمال کرتا ہے جن میں پنسل، قلم، کریے آن، لکڑی کا کوئلہ، روشنائی اور رنگ وروغن وغیرہ شامل ہیں۔اس کے علاوہ جو طریقے استعمال کرتا ہے ان میں نقاشی وکندہ کاری نیز تیزاب کے ذریعے نقش ونگار بنانا (Etching) شامل ہیں۔ایک اور ذریعہ فوٹوگرافی بھی ہے۔آرٹ ورک کیلئے کسی میڈیم کے انتخاب کا دارومدار مندرجہ ذیل عوامل پر ہوتا ہے۔

i۔ فن کارانہ موازنہ ii۔ میکانکی موزونیت iii۔ وقت iv۔ اخراجات

آرٹ ورک کے مختلف طریقوں میں سے چند اہم طریقوں کے بارے میں کچھ بنیادی باتیں بیان کی جاتی ہیں۔

1۔ لکیری خاکے (Lone Drwing): لکیری خاکے عموماً قلم اور سیاہ روشنائی سے بنائے جاتے ہیں۔یہ طریقہ اگرچہ سادہ ہے لیکن اس میں یہ خوبی ہے کہ یہ کسی خیال کو براہ راست اور مفصل انداز میں تمام جزئیات کے ساتھ بیان کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے۔دوسرے یہ نسبتاً آسان اور کم خرچ بھی ہے۔لیکن اس میں خامی یہ ہے کہ یہ فوٹوگرافی یا رنگین تصویر کی طرح مؤثر اور جامع نہیں ہوتا کیونکہ اس میں صرف سیاہ اور سفید رنگوں کی آمیزش ہوتی ہے۔

2۔ پنسل کریے آن اور کوئلہ (Pencil Crayon and Charcoal): پنسل، کریے آن اور کوئلے سے بنے ہوئے خاکوں یا تصاویر کا شمار حقیقی لائن ورک اور مکمل پینٹنگز اور عکسی تصاویر (فوٹوگرافی) کے بین بین ہوتا ہے اور یہ بھی عام استعمال ہونے والے طریقوں میں شامل ہیں۔

3۔ واش ڈرائنگ اور آئل (Wash Drawing and Oil): واش ڈرائنگ عموماً آبی رنگوں سے بنائی جاتی ہیں۔ان میں یہ خوبی ہوتی ہے کہ یہ تصاویر کے اہم حصوں کو نمایاں کرنے اور غیر اہم حصوں کو دبانے میں معاون ثابت ہوتی ہیں۔اگرچہ آبی رنگوں اور روغنی رنگوں سے حاصل ہونے والے نتائج کم وبیش یکساں ہوتے ہیں۔لیکن پھر بھی بعض مخصوص صورتوں میں روغنی رنگوں کے استعمال سے بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

2۔ سلوگن

لکیری خاکے عموماً قلم اور سیاہ روشنائی سے بنائے جاتے ہیں۔یہ طریقہ اگرچہ سادہ ہے لیکن اس میں یہ خوبی ہے کہ یہ کسی خیال کو براہ راست اور مفصل انداز میں تمام جزئیات کے ساتھ بیان کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے۔دوسرے یہ نسبتاً آسان اور کم خرچ بھی ہے۔لیکن اس میں خامی یہ ہے کہ یہ فوٹوگرافی یا رنگین تصویر کی طرح مؤثر اور جامع نہیں ہوتا کیونکہ اس میں صرف سیاہ اور سفید رنگوں کی آمیزش ہوتی ہے۔

2۔ پنسل کریے آن اور کوئلہ (Pencil Crayon and Charcoal): پنسل، کریے آن اور کوئلے سے بنے ہوئے خاکوں یا تصاویر کا شمار حقیقی لائن ورک اور مکمل پینٹنگز اور عکسی تصاویر (فوٹوگرافی) کے بین بین ہوتا ہے اور یہ بھی عام استعمال ہونے والے طریقوں میں شامل ہیں۔

3۔ واش ڈرائنگ اور آئل (Wash Drawing and Oil): واش ڈرائنگ عموماً آبی رنگوں سے بنائی جاتی ہیں۔ان میں یہ خوبی ہوتی ہے کہ یہ تصاویر کے اہم حصوں کو نمایاں کرنے اور غیر اہم حصوں کو دبانے میں معاون ثابت ہوتی ہیں۔اگرچہ آبی رنگوں اور روغنی رنگوں سے حاصل ہونے والے نتائج کم وبیش یکساں ہوتے ہیں۔لیکن پھر بھی بعض مخصوص صورتوں میں روغنی رنگوں کے استعمال سے بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

4۔ سکریچ بورڈ (Scratchboard): سکریچ بورڈ آرٹ ورک کی ایک ایسی تکنیک ہے جس کے استعمال سے لکڑی کے تختے پر کندہ کئے ہوئے نقوش کی عکسی تصاویر کاغذ، کپڑے یا کسی اور مواد پر منتقل کی جاسکتی ہیں۔یہ عکسی تصویریں عموماً کالی سیاہ روشنائی کے ذریعے بنائی جاتی ہیں اور ان کے پس منظر میں سفیدی ہوتی ہے یا سیاہ پس منظر میں سفید لکیروں کو نمایاں کر کے تصویریں بنائی جاتی ہیں۔

5۔ تصویر کشی (فوٹوگرافی): فوٹوگرافی آرٹ کی سب سے مؤثر اور مقبول صنف ہے۔دور حاضر میں حقیقت پسندی کے بڑھتے ہوئے رجحان کی وجہ سے اشتہار بازی میں اس کا استعمال آرٹ کی باقی ساری اصناف سے زیادہ ہو رہا ہے۔اس وقت تقریباً 80 فیصد اشتہارات میں ڈرائنگز یا پینٹنگز کی بجائے فوٹوگراف استعمال ہو رہے ہیں۔یہ فوٹوگراف عام طور پر ماڈل لڑکیوں یا ماڈل لڑکوں کے ہوتے ہیں جو معاوضہ لے کر اشتہاری ضروریات کے مطابق تصاویر بنواتے ہیں۔

لے آؤٹ: لے آؤٹ سے مراد کسی اشتہار کے تمام عناصر (اشتہاری کاپی اور تصویری مواد) کو یکجا کر کے کسی مخصوص ترتیب سے اشاعت یا نمائش کیلئے پیش کرنے کا عمل ہے۔اگر یہی کام ٹیلی ویژن کیلئے کیا جائے تو اسے سٹوری بورڈ (Story Board) کہا جاتا ہے۔سٹوری بورڈ میں ایک ذہنی تصویری خاکے کی مدد سے اشتہار کو اس شکل میں پیش کیا جاتا ہے۔جس میں ٹیلی ویژن پر اس کی نمائش ہوتی ہے۔

لے آؤٹ کی اقسام: کسی لے آؤٹ کی تیاری مختلف شکلوں اور متعدد مراحل میں ہوتی ہے۔اس کی ابتدائی شکل وہ ذہنی تصویری خاکہ ہوتا ہے جو آرٹسٹ کا غذ پر

میٹرک ایف اے آئی کام ایف اے بی کام ،بی ایڈ ،بی ایس ایم اے ایم ایڈ ایم ایس سی کی پی ڈی ایف اسائنمنٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی امتحانی مشقوں کے لیے اکیڈمی کے نمبر پر رابطہ کریں

0334-5504551 آزاد اکیڈمی
Download Free Assignments from solvedassignmentsaiou.com

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنمنٹس، گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

ابتدائی طور پر منتقل کرتا ہے جبکہ آخری مرحلہ میں مکمل لے آؤٹ تیار ہو جاتا ہے۔ لے آؤٹ کی مرحلہ وار تیاری اور مختلف اقسام کی تفصیل مندرجہ ذیل ہے۔

الف۔ مختصر ابتدائی خاکہ (Thumbnail Sketch): لے آؤٹ کا آغاز ایک مختصر ابتدائی خاکے سے ہوتا ہے۔ یہ خاکہ اشتہار سازی کے تجرباتی مراحل میں تیار کیا جاتا ہے جو عموماً ایک سے دو مربع انچ سائز میں بنایا جاتا ہے لیکن اس میں اشتہار کے تمام بنیادی عناصر کی نشاندہی کر دی جاتی ہے بعض اوقات اس قسم کے بہت سے خاکے بنانے کے بعد ان میں سے کسی ایک خاکے کا انتخاب کیا جاتا ہے۔

4 آرٹ ورک

جواب۔

آرٹ ورک اور لے آؤٹ: اشتہار بازی کیلئے جو آرٹ ورک درکار ہوتا ہے اس کے دو اہم حصے ہوتے ہیں:

(i) تصویری مواد کی تیاری (ii) لے آؤٹ کے ڈیزائن کی تیاری

ان کاموں کی تکمیل کیلئے کمپنی کا شعبہ اشتہار بازی یا تو اپنے آرٹسٹ رکھ کر کام کراتا ہے یا کسی ایڈورٹائزنگ ایجنسی یا دوسرے شعبے یا آزاد پیشہ فن کاروں (Freelance artists) کی خدمات حاصل کرتا ہے۔

آرٹ ورک: اشتہار سازی ایک ایسا تخلیقی عمل ہے جس میں تصاویر اور خاکے بھی استعمال ہوتے ہیں۔ ان تصاویر اور خاکوں کے مختلف فنی پہلوؤں کا تعلق آرٹ ورک سے ہے۔ ان فنی پہلوؤں کو پیش نظر رکھنا بہت ضروری ہوتا ہے۔ لہٰذا اشتہار بازی کی منصوبہ سازی کرتے وقت اس بات کا بھی تعین کر لینا چاہیئے کہ اشتہار میں کس قسم کا آرٹ ورک درکار ہوگا اور اس کی تکمیل کیلئے کس میڈیم (Medium) اور تکنیک کی ضرورت ہوگی۔

اشتہار ساز آرٹسٹ عام طور پر چند ایک میڈیم ہی استعمال کرتا ہے جن میں پنسل، قلم، کریے آن، لکڑی کا کوئلہ، روشنائی اور رنگ و روغن وغیرہ شامل ہیں۔ اس کے علاوہ جو طریقے استعمال کرتا ہے ان میں نقاشی و کندہ کاری نیز تیزاب کے ذریعے نقش و نگار بنانا (Etching) شامل ہیں۔ ایک اور ذریعہ فوٹوگرافی بھی ہے۔ آرٹ ورک کیلئے کسی میڈیم کے انتخاب کا دارومدار مندرجہ ذیل عوامل پر ہوتا ہے۔

i۔ فن کارانہ موازنہ ii۔ میکانکی موزونیت iii۔ وقت iv۔ اخراجات

آرٹ ورک کے مختلف طریقوں میں سے چند اہم طریقوں کے بارے میں کچھ بنیادی باتیں بیان کی جاتی ہیں۔

1۔ لکیری خاکے (Lone Drwing): لکیری خاکے عموماً قلم اور سیاہ روشنائی سے بنائے جاتے ہیں۔ یہ طریقہ اگرچہ سادہ ہے لیکن اس میں یہ خوبی ہے کہ یہ کسی خیال کو براہ راست اور مفصل انداز میں تمام جزئیات کے ساتھ بیان کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے۔ دوسرے یہ نسبتاً آسان اور کم خرچ بھی ہے۔ لیکن اس میں خامی یہ ہے کہ یہ فوٹوگرافی یا رنگین تصویر کی طرح مؤثر اور جامع نہیں ہوتا کیونکہ اس میں صرف سیاہ اور سفید رنگوں کی آمیزش ہوتی ہے۔

2۔ پنسل کریے آن اور کوئلہ (Pencil Crayon and Charcoal): پنسل، کریے آن اور کوئلے سے بنے ہوئے خاکوں یا تصاویر کا شمار حقیقی لائن ورک اور مکمل پینٹنگز اور عکسی تصاویر (فوٹوگرافی) کے بین بین ہوتا ہے اور یہ بھی عام استعمال ہونے والے طریقوں میں شامل ہیں۔

3۔ واش ڈرائنگ اور آئل (Wash Drawing and Oil): واش ڈرائنگ عموماً آبی رنگوں سے بنائی جاتی ہیں۔ ان میں یہ خوبی ہوتی ہے کہ یہ تصاویر کے اہم حصوں کو نمایاں کرنے اور غیر اہم حصوں کو دبانے میں معاون ثابت ہوتی ہیں۔ اگرچہ آبی رنگوں اور روغنی رنگوں سے حاصل ہونے والے نتائج کم و بیش یکساں ہوتے ہیں۔ لیکن پھر بھی بعض مخصوص صورتوں میں روغنی رنگوں کے استعمال سے بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

4۔ سکریچ بورڈ (Scratchboard): سکریچ بورڈ آرٹ ورک کی ایک ایسی تکنیک ہے جس کے استعمال سے لکڑی کے تختے پر کندہ کئے ہوئے نقوش کی عکسی تصاویر کاغذ، کپڑے یا کسی اور مواد پر منتقل کی جاسکتی ہیں۔ یہ عکسی تصویریں عموماً کالی سیاہ روشنائی کے ذریعے بنائی جاتی ہیں اور ان کے پس منظر میں سفیدی ہوتی ہے یا سیاہ پس منظر میں سفید لکیروں کو نمایاں کر کے تصویریں بنائی جاتی ہیں۔

سوال نمبر 3 ترغیب سے کیا مراد ہے؟ اس کے معنی اور مقاصد بیان کریں۔

جواب:

اشتہاریات میں ترغیب کا مفہوم: دور حاضر میں اشتہار بازی کی منصوبہ سازی اس مقصد کے پیش نظر کی جاتی ہے کہ عوام کو کسی مطلوبہ عمل کی ترغیب کس طرح دی جائے۔ انہیں کسی خاص شخص کی پیروی کرنے، مخصوص قسم کی نظریات اپنانے کوئی خاص شئے خریدنے، کسی فن کو دیکھنے یا کسی ادارے کی خدمات سے فائدہ اٹھانے کے لیے کس طرح آمادہ کیا جائے۔ ترغیب کی اہمیت اور اشتہاری بازی میں اس کی افادیت کا اندازہ ماہرین کی مندرجہ ذیل آراء سے ہوتا ہے۔ کلائیڈ آر ملر اپنی کتاب میں ''ترغیب کا عمل'' میں لکھتا ہے کہ '' کاروبار، صنعتی پیداوار، ایجاد و اختراع، تبدیلی مذہب اور تعلیم و سیاست جیسے تمام افعال میں کامیابی کا دارومدار عمل ترغیب پر ہے''

اسی طرح ایف پی، بشپ اپنی کتاب ''اقتصادیات اشتہار بازی میں جدید اشتہار بازی میں عمل ترغیب کی اہمیت پر ان الفاظ میں روشنی ڈالتا ہے۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

میٹرک ایف اے آئی کام بی اے بی کام، بی ایڈ بی ایس ایم اے ایم ایڈ ایم ایس پی ایچ ڈی ایف اے اسائنمنٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی امتحانی مشقوں کے لیے آئیڈی کے نمبر پر رابطہ کریں

میٹرک سے لیکر ایم اے ایم ایس ایم فل تک تمام کلاسز کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

03345504551 Download Free Assignments from SolvedAssignmentsAIOU.com

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

میٹرک سے لیکر ایم اے ،ایم ایس سی ،ایم فل تک تک تمام کلاسز کی داخلوں سے لیکر ڈگری کے حصول تک کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

میٹرک ،ایف اے ،آئی کام ،بی اے ،بی کام ، بی ایڈ ،بی ایس ،ایم اے ،ایم ایڈ ،ایم ایس سی ،پی ایچ ڈی ،ایف اسائنمنٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی امتحانی مشقوں کے لیے اکیڈمی کے نمبر پر رابطہ کریں

’’تقریباً تمام جدید اشتہار بازی اپنے مقصد کے لحاظ سے ترغیبی ہوتی ہے۔اشتہار بازی عمل ترغیب کا ایک ایسا بہت بڑا ذریعہ ہے جس کے استعمال سے لوگوں کی آنکھوں اور کانوں کو بڑی عیاری سے متاثر کر کے کوئی کام کرنے ،کوئی چیز خریدنے یا کسی دوسری شئے کے بارے میں مطلوبہ رویہ اپنانے پر آمادہ کیا جاتا ہے‘‘

جان سالیس رائٹ اور اس کے دیگر ساتھیوں نے اپنی کتاب ’’اشتہار بازی‘‘ میں اسی خیال کا اظہار یوں کیا ہے:

’’اشتہار بازی ابلاغ عامہ کے مختلف ذرائع کے وسیلے سے ایک منضبط اور قابل شناخت (واضح) عمل ترغیب کا نام ہے‘‘

مندرجہ بالا افکار کی روشنی میں دیکھا جائے تو بات مسلمہ طور پر سامنے آتی ہے کہ اشتہار بازی عمل ترغیب ہی کا دوسرا نام ہے اور یہ دونوں لازم وملزوم ہیں۔

معانی ومقاصد: جب ہم اپنے ماحول پر نظر ڈالتے ہیں تو ہمیں یہ احساس ہوتا ہے کہ ترغیب کا عمل ہماری روزمرہ زندگی کا ایک ایسا لازمی اور بنیادی عنصر ہے جو بکثرت اور ہمہ وقت استعمال ہوتا ہے۔ہمارے دوست احباب ،اہل خانہ رشتہ دار ،دکاندار اور کاروباری لوگ ،ماہرین تعلیم اور سیاست دان ،اخبارات و رسائل ریڈیو اور ٹیلی ویژن سبھی مسلسل اس کوشش میں نظر آتے ہیں کہ وہ ہمارا رویہ تبدیل کر سکیں۔یا ہمیں بعض مخصوص افعال سرانجام دینے پر آمادہ کر سکیں۔اسی طرح ہماری بھی ہمیشہ یہی خواہش اور کوشش ہوتی ہے کہ دوسرے لوگ ہماری مرضی کے مطابق ردعمل ظاہر کریں۔یا ہمارے ایماء پر اپنا رویہ تبدیل کر لیں۔رویئے کی تبدیلی کے لیے کی جانے والی مندرجہ بالا تمام کوششوں کے دوران جو ہتھیار استعمال کیا جاتا ہے اسے ترغیب کہتے ہیں۔

انیتا ٹیلر اور اسکے دیگر ساتھیوں نے اپنی کتاب کمیونی کیٹنگ میں ترغیب کی تعریف ان الفاظ میں بیان کی ہے:

’’ترغیب کی اصطلاح ایسے ابلاغی عمل کے لیے استعمال ہوتی ہے جس میں کوئی پیغام رساں یا ترغیب دینے والا اپنے پیغام کے ذریعے کسی ایک شخص یا بہت سے دوسرے افراد کے نظریات وعقائد کو بدلنے یا ان کے رویوں میں تبدیلی لانے یا ان کے کردار کو واضح طور پر کسی خاص جہت میں ڈھالنے کی سعی کرتا ہے‘‘

نفسیات کی لغت میں ترغیب کی مندرجہ ذیل تعریف کی گئی ہے:

’’یعنی ترغیب ایک ایسا عمل یا فن ہے جس کے ذریعے کسی فرد کی آراء اور اس کے اعمال پر اثر انداز ہوا جاتا ہے۔یا ایسا کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔بظاہر اس عمل کی بنیاد دلائل اور عقلی شواہد پر رکھی جاتی ہے۔حالانکہ اکثر حالتوں میں اس کی اثر پذیری کا انحصار غیر عقلی اور نامعقول عوامل پر ہوتا ہے‘‘

ترغیب کے مقاصد: ترغیب دینے والوں کے مختلف مقاصد ہو سکتے ہیں مثال کے طور پر وہ اپنے مخاطب افراد کو یہ ترغیب دیں کہ وہ:

1- کھڑے ہو جائیں، 2- کسی قرارداد پر دستخط کر دیں، 3- خاص قسم کی مصنوعات خریدیں،
4- تمباکو نوشی ترک کر دیں، 5- کسی خاص امیدوار کے حق میں ووٹ ڈالیں، 6- باقاعدگی سے عبادت کریں،
7- گاڑی احتیاط سے چلائیں، 8- رفاہ عامہ کے کاموں میں حصہ ڈالیں، 9- مساجد کی تعمیر کیلئے چندہ دیں،
10- خاص قسم کے نشان آویزاں کریں، 11- وطن کی خدمت کریں اور 12- تفریحی مقامات کی سیر کریں، وغیرہ۔

حتیٰ کہ ایسے افعال کی ایک لامتناہی فہرست مرتب ہو سکتی ہے۔

ترغیب کی بعض ایسی اقسام بھی ہیں جن کو بآسانی شناخت نہیں کیا جا سکتا کیونکہ ان میں نظریات اور رویوں کی تبدیلی کا عمل واضح طور پر نظر نہیں آتا۔ایسی صورت میں ترغیب دینے والا یہ کوشش کرتا ہے کہ:

ا۔ سابقہ عقیدے میں پختگی پیدا کرے مثلاً آپ پہلے ہی سے اس نظریے کے حامل ہیں کہ غریبوں کی مدد کرنا ایک اچھا فعل ہے۔لیکن ترغیب دینے والا اپنی تلقین اور پسندیدگی کے اظہار کے ذریعے اس خیال کو مزید تقویت پہنچا کر آپ کو ایسا کرنے پر آمادہ کرے۔

ب۔ موجودہ نظریات میں کسی نئے عنصر کا اضافہ کرے مثلاً آپ کو کسی چیز کے استعمال کی ترغیب دے جسے آپ پہلے سے نہ جانتے ہوں ۔جیسے یہ کہنا کہ آپ کو وٹامن جی کی ضرورت ہے۔آپ اسے استعمال کریں۔

ج۔ سابقہ نظریے کی سچائی کو مشتبہ بنا کر آپ کے ایمان کو متزلزل کر دے مثلاً ووٹ دینے کیلئے آپ زید کو پسند کرتے ہیں۔کیونکہ آپ کے خیال میں وہ ایک اچھا انسان ہے۔لیکن کوئی ترغیب دینے والا آپ کو یہ باور کرانے کی سعی کرے کہ وہ ایک اچھا انسان نہیں ہے ۔اس لئے آپ اسے ووٹ نہ دیں۔

د۔ سابقہ نظریات کی اہمیت گھٹا کر انہیں کمزور کر کے ان میں ترمیم یا تبدیلی کرے مثلاً آپ ایک نئی کار خریدنا چاہتے ہیں اور آپ کا خیال ہے کہ آپ کو ہر حال میں سپورٹس کار خریدنی چاہئے لیکن ترغیب دینے والا آپ کو اس بات پر آمادہ کر لے کہ آپ کیلئے صرف اس صورت میں سپورٹس کار خریدنا مفید ہو گا آپ کا ایسا کرنا تب مفید ہو گا جب آپ ایسا کرنے کی استطاعت رکھتے ہوں۔

مندرجہ بالا بحث سے یہ ثابت ہوا کہ ترغیب دینے والوں کے مقاصد دو طرح کے ہو سکتے ہیں:

1۔ قابل مشاہدہ 2۔ ناقابل مشاہدہ

لیکن ترغیب کے عمل میں ان دونوں قسم کے مقاصد میں باہمی تفاعل ہوتا ہے اور یہ ایک دوسرے پر اثر انداز ہوتے ہیں۔مثال کے طور پر اگر ہم کسی شخص کو کوئی نیا رویہ اپنانے کی ترغیب دینے کی کوشش کر رہے ہوں تو ہمیں سب سے پہلے اس کے موجودہ رویوں میں ترمیم وتبدیلی کرنا ہو گی۔فرض کیا آپ لوگوں کو کسی نئی چیز کی

Download FreeAssignments from solvedassignmentsaiou.com 03345504551

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس ،پروپوزل ،پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

میٹرک سے لیکر ایم اے ایم ایس سی ایم فل تک تمام کلاسز کی داخلوں سے لیکر ڈگری کے حصول تک کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

میٹرک ایف اے آئی کام بی اے بی کام ،بی ایڈ بی ایس ایم اے ایم ایڈ ایم ایس سی پی ایچ ڈی ایف اسائمنٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی امتحانی مشقوں کے لیے اکیڈمی کے نمبرز پر رابطہ کریں

خریداور استعمال پر آمادہ کرنا چاہتے ہیں تو آپ کو انہیں یہ بھی باور کرانا ہوگا کہ یہ شئے اسی نوعیت کی ان تمام اشیاء سے بہتر ہے جوانہیں پہلے سے میسر ہیں۔

کامیاب ترغیب لیےضروری شرائط

1۔ انسانی رویوں کا مطالعہ: چونکہ ترغیب کے ذریعے ہم دوسروں کے رویوں میں تبدیلی پیدا کرکے انہیں کسی نئے رویے کو اپنانے کے لیے تیار کرتے ہیں،اس لیے یہ بات ذہن نشین رہنی چاہیئے کہ اگر ہم کسی شخص سے اس کے سابقہ نظریات اور رویوں کے بالکل برعکس کوئی کام کرانا چاہیں تو یہ کام خاصا مشکل ہوگا۔لہذا ترغیب دہندہ کو اپنے مقصد کے حصول کے لیے کوئی ایسا راستہ اختیار کرنا پڑے گا جس کی بنیاد اس شخص کے سابقہ رویوں پر ہو یا کم از کم ان سے متصادم نہ ہو۔

2۔ مطالعہ کاحقیقت پسندانہ تعین: ترغیب دہندہ یا مشتہر کو مقاصد کا تعین کرتے وقت حقیقت پسندانہ روش اختیار کرنی چاہیے۔تاکہ نا قابل حصول مقاصد کی خاطر بیکار وقت ضائع نہ ہو۔مثال کے طور پر آپ کسی کار خیر کے لیے چندہ جمع کرنا چاہتے ہیں ایک ایسا آدمی جو آپ کے اس مشن کی تعریف اور حمایت تو کرتا ہے لیکن مالی لحاظ سے یہ استطاعت نہیں رکھتا ہے کہ آپ کو چندہ دے سکے۔اگر آپ اس سے چندسو روپوں کا مطالعہ کریں تو آپ کا یہ فعل غیر حقیقت پسندانہ ہوگا۔اور آپ اپنے مطلوبہ مقصد کے حصول میں کامیاب نہ ہوسکیں گے۔ایسی صورت حال کے باوجود بعض اوقات ترغیب دہندگان ایسے مشکل مقاصد کا تعین کرلیتے ہیں جن کا حصول بظاہر ناممکن ہوتا ہے ایسا کرتے وقت ان کے پیش نظر یہ بات ہوتی ہے کہ اگر وہ اپنے مقصد میں سو فیصد کامیاب نہ بھی ہوں گے تب بھی وہ کسی نہ کسی حد تک تو کامیابی حاصل کرہی لیں گے۔

فوری اور دور رس مقاصد: بعض اوقات ایسے مقاصد کا تعین بھی کرلیا جاتا ہے جو کلی اور فوری طور پر قابل حصول نہیں ہوتے بلکہ ایک طویل المیعاد منصوبے کے ذریعے ان کا حصول ممکن ہوتا ہے۔ایسی صورت حال میں مقاصد کا واضح تعین،طویل المیعاد حکمت عملی اور مقاصد کے درجہ بدرجہ حصول کا لائحہ عمل پہلے سے مرتب کر لینا بہت ضروری ہے۔**ترغیب کے ہدف عوام کا تجزیہ:** ترغیب کو موثر اور کامیاب بنانے کے لیے اس بات کا تجزیہ کرنا بھی ضروری ہوتا ہے کہ جن لوگوں کے ذریعے آپ اپنے مقاصد حاصل کرنا چاہتے ہیں وہ کس قسم کے ہیں؟ان کے نظریات کیا ہیں؟ انکے رویے کیا ہیں؟اور انکی توقعات وضروریات کس قسم کی ہیں؟

متعینہ مقاصد کا مسلسل جائزہ لینا: ایک کامیاب مشتہر یا ترغیب دہندہ مندرجہ بالا تمام باتوں کو پیش نظر رکھ کر اپنے مقاصد کا تعین کرتا ہے۔اور موزوں حکمت عملی کے ذریعے مناسب وقت پر ان کے حصول کے لیے مہم چلاتا ہے لیکن اگر وہ مطلوبہ نتائج کے حصول کے لیے مہم چلاتا ہے لیکن اگر وہ مطلوبہ نتائج کے حصول میں کامیاب نہ ہوسکے تو وہ اپنے مقاصد کا ازسر نو تعین کرتا ہے اور دوبارہ کوشش کرتا ہے حتیٰ کہ مسلسل تجزیے اور نظر ثانی کے ذریعے وہ بہتر سے بہتر حکمت عملی اپنانے اور منصوبہ سازی کرنے میں کامیاب ہوجاتا ہے۔اور بالآخر مطلوبہ مقاصد حاصل کرلیتا ہے۔

سوال نمبر4ایڈورٹائزنگ ایجنسی کی اقسام بیان کریں۔اشتہار ساز ادارے میں مختلف ماہرین کیا کام سرانجام دیتے ہیں؟(20)

جواب۔

جواب:

پاکستان میں اشتہاری اداروں کا ارتقاء:

1۔ 1947ءکی صورتحال: 1947ءمیں جب پاکستان معرض وجود میں آیا تو یہاں اس وقت ایڈورٹائزنگ انڈسٹری کا وجود نہ ہونے کے برابر تھا۔ان دنوں برصغیر میں اشتہار بازی کا کاروبار صرف ان شہروں تک محدود تھا جو صنعتی اور تجارتی سرگرمیوں کے مراکز کی حیثیت رکھتے تھے ایسے شہروں میں کلکتہ،بمبئی ،مدراس اور دہلی نمایاں تھے۔اس زمانے میں برصغیر میں اشتہار بازی کے کاروبار پر غیر ملکی خصوصاً برطانوی اور امریکی ایجنسیوں کا غلبہ تھا اور ان کی شاخیں مندر بالا شہروں میں قائم تھیں۔ان کے علاوہ چند ایک مقامی ایجنسیاں بھی،جنہیں اس کاروبار میں غیر ملکی ایجنسیوں کے ساتھ مقابلہ کرنا پڑتا تھا،ان ہی شہروں میں موجود تھیں۔

قیام پاکستان کے کے وقت جو چند ایک ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں یہاں پائی جاتی تھیں ان میں سے مالانی اینڈ کمپنی (Malani & Company) قابل ذکر ہے جو ایک ہندو کی ملکیت تھی ۔ پاکستان میں سب سے پہلے ایڈورٹائزنگ ایجنسی ولنٹاس انٹرنیشنل کراچی ، کے نام سے ستمبر 1947ءمیں کراچی میں قائم کی گئی جس کے کچھ عرصہ بعد چنداور ایجنسیاں بھی معرض وجود میں آگئیں لیکن اسی عرصے میں بہت سی غیر ملکی ایجنسیوں نے اپنے کاروبار میں توسیع کی خاطر اس نوزائیدہ ملک میں اپنی شاخیں کھول لیں یہ تمام ایجنسیاں بین الاقوامی حیثیت کی حامل تھیں اور دنیا بھر کے صنعتی ممالک کے مشتہرین

03345504551 Download FreeAssignments from solvedassignmentsaiou.com

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

کے ساتھ ان کے گہرے روابط قائم تھے۔ یہ تمام صنعتی ممالک ایسے تھے جن کیلئے پاکستان جیسا نیا ملک مصنوعات کی کھپت اور سرمایہ کاری کیلئے ایک کار آمد مارکیٹ ثابت ہوسکتا تھا کیونکہ اس ملک میں مقامی صنعت نہ ہونے کے برابر تھی۔

ان تمام غیر ملکی ایجنسیوں کو مقامی ایجنسیوں پر کئی لحاظ سے فوقیت حاصل تھی۔ مقامی ایجنسیوں کے پاس اشتہار بازی کے کاروبار کیلئے درکار مختلف وسائل کی قلت تھی۔ مقامی ایجنسیوں کے پاس نہ تو مالی وسائل تھے، نہ انہیں اس فن میں مہارت رکھنے والے افراد میسر تھے اور نہ ہی انہیں اپنی حکومت کی سرپرستی حاصل تھی۔ ان حالات سے غیر ملکی ایجنسیوں نے بھرپور فائدہ اٹھایا اور ایڈورٹائزنگ کے کاروبار میں اچھی طرح پاؤں جمالئے۔

2۔ پاکستان کی پہلی ایڈورٹائزنگ ایجنسی: پاکستان میں پہلی باقاعدہ ایڈورٹائزنگ ایجنسی ستمبر 1947ء میں لنٹاس انٹرنیشنل کے نام سے کراچی میں قائم ہوئی۔ جس کے قیام کا سہرا درحقیقت روزنامہ ڈان کراچی کے اس وقت کے ایڈورٹائزنگ منیجر کے سر ہے جنہوں نے ایجنسی کے قیام کیلئے تمام ضروری فنی اور تکنیکی ضروریات کی فراہمی کا بندوبست کیا۔ اس ایجنسی کے ابتدائی کارکنوں کی تعداد چھ تھی جن میں لاہور سے تعلق رکھنے والے ایک اینگلو انڈین مسٹر ایف ڈبلیو کارلٹن (F.W.Carlton) بھی شامل تھے۔ وہ اس ٹیم کے واحد ایسے رکن تھے جو ایک باصلاحیت کمرشل آرٹسٹ تھے اور کسی ایڈورٹائزنگ ایجنسی کے آرٹ ڈیپارٹمنٹ میں کام کا وسیع تجربہ بھی رکھتے تھے۔ ان کی سربراہی میں اس ٹیم نے کام شروع کیا۔ انہوں نے بہت لوگوں کو اس کام کی تربیت دی۔ ان کے زیر تربیت یافتگان میں ملک کے ایک سرکردہ کمرشل آرٹسٹ اور پینٹر محمد امین مرحوم بھی شامل تھے جنہوں نے اس ایجنسی میں ایک زیر تربیت کارکن کے طور پر کام کا آغاز کیا اور اپنی خداداد صلاحیتوں اور محنت کی وجہ سے ایک بہت بڑے مفکر اور آرٹسٹ کی حیثیت سے شہرت پائی۔ اپنی وفات کے وقت وہ لنٹاس انٹرنیشنل کے آرٹ ڈائریکٹر تھے۔ اس اولین ایجنسی نے ایڈورٹائزنگ کے پیشے کیلئے ایک تربیت گاہ کا کام دیا اور بہت سے ایسے لوگ تیار کردیئے جنہوں نے بعد میں نئی نئی ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں قائم کیں اور اس شعبے کی ترقی اور توسیع میں بڑا اہم کردار ادا کیا۔

3۔ اشتہار بازی کے معاون شعبوں کی صورتحال: قیام پاکستان کے وقت اشتہار بازی سے وابستہ مختلف معاون شعبوں کی صورتحال کی تصویر کشی کرنا ضروری ہے کیونکہ ان کے مطالعے کے بغیر اشتہار بازی کے مختلف پہلوؤں کی تفہیم ممکن نہیں۔

1۔ مشتہرین: 1947ء میں پاکستان ہر قسم کی اشیائے صرف باہر سے درآمد کرتا تھا کیونکہ اس علاقے میں صنعتیں بہت کم تھیں اور جو موجود بھی تھیں وہ تقسیم ملک کے وقت ہونے والے فسادات اور وسیع پیمانے پر ہونے والی نقل مکانی کے نتیجے میں بند ہوچکی تھیں۔ اگرچہ اشیائے صرف کے درآمد کنندگان کا تعلق زیادہ تر پاکستان سے ہی تھا لیکن اس سلسلے میں ہونے والے اشتہار بازی کا تمام تر کاروبار تو برآمد کنندہ ممالک کی ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کے براہ راست کنٹرول میں تھا یا بالواسطہ طور پر ان کی ایسی شاخوں کے کنٹرول میں تھا جو ہندوستان میں کام کررہی تھیں۔ ان حالات میں مقامی ایجنسیوں کیلئے کام کرنا اور کامیابی حاصل کرنا بہت مشکل امر تھا۔

بعدازاں حکومت پاکستان نے مقامی صنعتوں کے قیام کیلئے منصوبہ سازی کرکے اس شعبے میں توسیع کرنی شروع کی اور غیر ملکی سرمایہ کاری کیلئے بہت سی سہولتیں فراہم کیں۔ جن کے نتیجے میں مقامی سطح پر صنعتوں کا قیام اور توسیع ممکن ہوگئی اور پاکستان میں بہت سی اشیائے صرف کی پیداوار شروع ہوگئی۔ صنعتی شعبے کی اس ترقی کا اثر ایڈورٹائزنگ کے شعبے پر بھی پڑا۔ مقامی ایجنسیوں کیلئے بہت سے نئے مواقع پیدا ہوئے لیکن غیر ملکی ایجنسیوں کے ساتھ ان کا مقابلہ جاری رہا جس کی وجہ سے وہ اس قدر ترقی نہ کرسکیں جس قدر وہ بصورت دیگر کرسکتی تھیں۔

2۔ ذرائع ابلاغ: 1947ء میں پاکستان میں اشتہار بازی کا بنیادی ذریعہ اخبارات ہی تھے جو زیادہ تر کراچی اور لاہور سے اردو اور انگریزی دونوں زبانوں میں شائع ہوتے تھے۔ اخبارات کے علاوہ چند ایک رسائل اور جرائد بھی ایسے تھے جن میں بعض اوقات اشتہارات کی اشاعت ہوتی تھی لیکن ان جرائد کو اشتہار بازی کا اچھا ذریعہ نہیں خیال کیا جاتا تھا۔

3۔ پرنٹنگ کے طریقے: 1947ء میں پاکستان میں پرنٹنگ کے روایتی طریقے رائج تھے۔ انگریزی، گجراتی، سندھی اور بنگالی اخبارات لیٹر پریس پر چھپتے تھے جبکہ تمام اردو اخبارات لیتھو گرافی (Lithography) کے ذریعے طبع کئے جاتے تھے۔ پرنٹنگ کے یہ دونوں طریقے غیر معیاری ہونے کی وجہ سے زیادہ اچھی اور دیدہ زیب اشتہار بازی کیلئے موزوں نہ تھے۔

4۔ اخبارات کی تعداد اشاعت: جہاں تک 1947ء میں اخبارات کی تعداد اشاعت کا تعلق ہے، وہ آج کے مقابلے میں بہت کم تھی۔ ان دنوں مولانا ظفر علی خان کے اخبار زمیندار اور حمید نظامی کے اخبار نوائے وقت کی اشاعت سب سے زیادہ تھی کیونکہ تحریک پاکستان میں خصوصی کردار ادا کرنے کی وجہ سے

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

میٹرک سے لیکر ایم اے ، ایم ایس سی ،ایم فل تک تمام کلاسز کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

میٹرک ،ایف اے ،آئی کام ،بی اے ،بی کام ،بی ایڈ ،بی ایس ،ایم اے ،ایم ایڈ ،ایم ایس سی ،پی ایچ ڈی اسائمنٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی اسائمنٹس کے لیے آرڈر کریں

یہ سے نامی تنظیم کی صورت میں قائم کیا گیا ہے۔ یہ ادارے اجتماعی طور پر اشتہار بازی کے کاروبار کے فروغ اور ترقی کیلئے کام کر رہے ہیں۔

پاکستان میں اشتہاری اداروں کو درپیش مسائل: پاکستان میں ایڈورٹائزنگ کے شعبے میں اگرچہ گذشتہ اٹھاون سالوں 1947 تا 2005ء میں نمایاں ترقی ہوئی ہے لیکن ابھی تک ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو بہت سے مسائل کا سامنا ہے جن کی وجہ سے یہ ایجنسیاں ابھی تک وہ مقام حاصل نہیں کر سکیں جو کہ دور حاضر کے تقاضوں کے پیش نظر انہیں حاصل کر لینا چاہیئے تھا نہ ہی وہ ابھی تک اس پوزیشن میں ہیں کہ ترقی یافتہ ممالک کی مقامی اور بین الاقوامی سطح پر کام کرنے والی ایجنسیوں کا مقابلہ کر سکیں۔

قیام پاکستان کے بعد کے ابتدائی سالوں میں ملک میں صرف چند ایک ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں موجود تھیں جن میں سے زیادہ تر غیر ملکی تھیں۔ یہ ایجنسیاں اس وقت کی محدود ضروریات کو پورا کرنے کی صلاحیت رکھتی تھیں لیکن ملک میں صنعتی اور تجارتی شعبوں میں تیز رفتار توسیع ،مقابلے اور آبادی میں کثیر اضافے کی وجہ سے اشتہار بازی کی ضرورت اور اہمیت میں مسلسل اضافہ ہونے لگا۔ جس سے یہ احساس بھی پیدا ہوا کہ مزید ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں قائم کی جائیں بلکہ بہت سی ایسی ایجنسیاں معرض وجود میں آئیں جنہوں بڑے جوش وخروش سے اپنے کام کا آغاز کیا لیکن بہت جلد مختلف قسم کی مشکلات اور مسائل کا شکار ہو کر کاروبار بند کرنے پر مجبور ہو گئیں۔ اگر ان ایجنسیوں کی ناکامی کے اسباب پر غور کیا جائے اور ان حالات کا تجزیہ کریں جن کے باعث وہ اپنی کوشش اور خواہش کے باوجود اس شعبے میں کامیابی حاصل نہ کر سکیں تو مندرجہ ذیل وجوہات سامنے آتی ہیں۔

1- اچھی منصوبہ سازی کا فقدان 2- مالی وسائل کی کمی 3- تربیت یافتہ افراد کی قلت 4 - فنی اور تکنیکی سہولتوں کا فقدان 5- مشتہرین کا عدم تعاون 6- واجب الادا رقوم کی عدم ادائیگی

7- حکومت کی سرپرستی کا فقدان 8- زیادہ مستحکم ایجنسیوں سے مقابلہ

اشتہار سازی ایک ایسا تخلیقی فن ہے جس کیلئے ذہانت ،فہم وادراک اور بہت زیادہ محنت کی ضرورت ہوتی ہے۔ حتیٰ کہ ایک عام سا اشتہار بنانے کیلئے بھی تمام صلاحیتیں درکار ہوتی ہیں لیکن جب ہم پاکستان میں اس شعبے کی حقیقی صورت حال پر نظر ڈالتے ہیں تو یہ بات سامنے آتی ہے کہ اشتہار سازی کے شعبے کی تمام تر افادیت اور اہمیت کے باوجود اس پیشے میں ذہین لوگوں کی شمولیت کا رجحان نسبتاً کم رہا ہے۔ جس کی بنیادی وجہ یہ ہے کہ اس شعبے میں کام کرنے والے عدم تحفظ اور عدم استحکام کا شکار رہتے ہیں لہٰذا قابل لوگ اس پیشے کو اپنانے سے گریز کرتے ہیں جب تک ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں اور اس شعبے سے تعلق رکھنے والے دیگر ادارے اس صورتحال کا تدارک نہیں کرتے ،اس وقت تک اس کیفیت کو بدلنا ممکن نہیں ہے۔ مندرجہ بالا مسائل کے علاوہ پاکستان میں ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو درج ذیل دیگر مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

1- ذرائع ابلاغ کے نرخوں کی گرانی 2- غیر منظم اشتہار بازی 3- فلم پروڈکشن کیلئے درکار مناسب سہولتوں کا فقدان

4- چربہ سازی کی ناقص روایت 5- ایجنسیوں کی مختصر نوٹس پر معطّلی

امریکہ اور دنیا کے دوسرے ترقی یافتہ ممالک میں ایڈورٹائزنگ انڈسٹری کو بہت زیادہ اہمیت دی جاتی ہے اور اس شعبے کی ترقی کیلئے درکار تمام سہولتیں فراہم کی جاتی ہیں۔ اس شعبے کے ارتقاء کیلئے عام طور پر جن اداروں کی سرپرستی اور تعاون کی ضرورت ہوتی ہے وہ مندرجہ ذیل ہیں:

1۔ حکومتی ادارے 2۔ مالیاتی ادارے 3۔ نجی شعبہ

ترقی یافتہ ممالک میں اس قسم کے تمام ادارے ایڈورٹائزنگ انڈسٹری سے تعاون کرتے ہیں جبکہ ترقی پذیر ممالک میں عموماً صورت حال اگر اس کے برعکس نہیں تو کم از کم اتنی اچھی اور حوصلہ افزا بھی نہیں ہوتی۔ ترقی یافتہ ممالک کے صنعت کار چونکہ اشتہار بازی کی اہمیت اور افادیت سے بخوبی آگاہ ہوتے ہیں وہ اپنے سالانہ بجٹ کا ایک معقول حصہ اس کام کیلئے مخصوص کر لیتے ہیں جسے وہ اپنے شعبہ اشتہارات کے تیار کردہ منصوبے کے مطابق اور ایڈورٹائزنگ ایجنسی کے مشوروں کی روشنی میں اشتہار بازی کے کاموں پر خرچ کرتے ہیں۔ جس کی وجہ سے ان کا کام نہ صرف معیاری اور مؤثر نتائج پیدا کرنے والا ہوتا ہے بلکہ اس کی وجہ سے ان کے کاروبار میں وسعت اور ترقی کا سلسلہ بھی جاری رہتا ہے۔

پاکستان جیسے ترقی پذیر ممالک میں ابھی تک صورتحال خاصی مختلف رہی ہے۔ ان ممالک میں ایڈورٹائزنگ ایجنسی کے باہمی تعلقات ،تعاون اور تقسیم کار میں ایک مثبت تناسب قائم رکھنے کی ضرورت ہوتی ہے لیکن بعض اوقات مشتہرین یا اشتہار ساز ادارے کے لوگ ایک دوسرے کے کام میں ضرورت سے زیادہ مداخلت کرتے ہیں جس سے بہت سے مسائل پیدا ہو جاتے ہیں نتائج بھی خاطر خواہ نہیں نکلتے۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس ،پروپوزل ،پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

0334-5504551 Download Free Assignments from solvedassignmentsaiou.com

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

میٹرک ،ایف اے ،آئی کام ،بی اے ،بی کام ،بی ایڈ ،بی ایس ،ایم اے ،ایم ایڈ ،ایم ایس سی ،پی ایچ ڈی ،ایف اے سٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی امتحانی مشقوں کے لیے اکیڈمی کے نمبر پر رابطہ کریں

میٹرک سے لیکر ایم اے ،ایم ایس سی ،ایم فل تک تمام کلاسز کی داخلوں سے لیکر ڈگری کے حصول تک کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

آخری مسئلہ جس کا تذکرہ ضروری ہے اس کا تعلق ایڈورٹائزنگ ایجنسی اور ذرائع ابلاغ کے منتظمین کے باہمی تعلقات، معاملہ فہمی اور واجبات کی ادائیگی سے ہے۔ بعض اوقات ایجنسیوں کو مشتہرین کی طرف سے بلوں کی ادائیگی میں تاخیر ہو جاتی ہے جس کی وجہ سے وہ مالی مشکلات کا شکار ہو جاتی ہیں اور مختلف ذرائع ابلاغ کے واجبات کی ادائیگی بروقت نہیں کر پاتیں۔ نتیجتاً ان کے لائسنس کی معطلی کا امکان پیدا ہو جاتا ہے۔ اگر کبھی ایسے خیالات پیدا ہو جائیں تو ذرائع ابلاغ کے منتظمین اور ارباب اختیار کو ایجنسیوں کے مسائل پر ہمدردانہ غور کرنا چاہیے۔

ہمارے ملک میں آل پاکستان نیوز پیپر سوسائٹی ایک ایسا ادارہ ہے جو اخبارات کے جملہ حقوق کی سرپرستی کرتا ہے اور اس کے پاس کسی بھی ایڈورٹائزنگ ایجنسی کو معطل کرنے کا اختیار بھی ہوتا ہے۔ یہ معطلی عموماً ایجنسیوں کی طرف سے اخبارات کے واجبات کی عدم ادائیگی کی بنا پر کی جاتی ہے جس سے ایجنسی کے کارکنوں میں عدم تحفظ کا احساس پیدا ہوتا ہے لہٰذا بہت سے لوگ اس پیشے کو اپنانے سے گریز کرتے ہیں۔ ایڈورٹائزنگ ایجنسی کو قائم رکھنے سے فروغ دینے اور مستقبل کی بڑھتی ہوئے ضروریات کی تکمیل کے قابل بنانے کیلئے ضروری ہے کہ اس شعبے میں کام کرنے والوں کو تحفظ فراہم کیا جائے اور ایجنسیوں کو مستحکم بنیادوں پر استوار کرنے کیلئے تمام متعلقہ ادارے ان سے تعاون کریں۔ نیز ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کی مختصر نوٹس پر معطلی کی بجائے ان کے محاسبے اور واجبات کی وصولی کیلئے مناسب اور مثبت راستہ اختیار کیا جائے۔

سوال نمبر 5 پاکستان میں ایڈورٹائزنگ کا کیا مستقبل ہے؟ ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو درپیش مسائل بیان کریں۔(20)

جواب:۔

فن اشتہار معاشرے میں صداقت کو ترویج کے لئے بھی اہم کردار ادا کرتا ہے اور مشتہرین کو اشتہارات میں اشیاء کی خصوصیت کا صداقت کے ساتھ ذکر کرنا پڑتا ہے۔ کیونکہ صارفین اتنے لاعلم نہیں ہوتے کہ اچھے یا کم پیکٹ دوم درجے کا ہے تو اشتہار میں یہ بات لکھی جاتی ہے۔ ظاہر ہے کہ ایسے پیکٹ کی قیمت بھی نسبتاً کم ہوگی۔ ایسی باتیں نہ صرف مشتہرین کی ساکھ میں اضافہ کرتی ہیں بلکہ صارفین بھی صداقت کی ایک غیر محسوس تحریک کے ذریعے اس جانب راغب ہوتے ہیں۔ اشتہار ہی ایک ایسا ذریعہ ہے جس کی بدولت عوام کو کسی شعبے کے بارے میں مکمل معلومات کا علم بھی صارف کو اشتہار کے ذریعہ ہوتا ہے بلکہ یہاں تک کہ بغیر کسی باقاعدہ کوشش کے وہ اکثر اوقات وزن اور ناپ کے پیمانے کو اشتہار ہی کے ذریعے سیکھ لیتا ہے۔ اس لئے اسے اپنے علاوہ دوسروں کے معیارات اور ضروریات کا احساس بھی ہوتا رہتا ہے۔

اشتہار سازی کے معاشرتی پہلو: اشتہار سازی کے معاشرتی پہلو درج ذیل ہیں۔

۱۔ اشتہار سازی کے لسانی اثرات۔ ۲۔ اشتہار سازی کے ثقافتی اثرات۔ ۳۔ سماجی تشخص کو اجاگر کرنے میں اشتہار سازی کا کردار۔
۴۔ نفسیاتی ہنرمندی میں اشتہار سازی کا کردار۔ ۵۔ اشتہار سازی اور جنسی کشش اور حسن کی خواہش۔
۶۔ غیر حقیقت پسند توقعات کے وعدے اور فریب دہی کا فروغ۔ ۷۔ ناگوار اور بدمذاقی کے عناصر کا فروغ۔
۸۔ اشتہار سازی کے نفسیاتی اثرات کی بدولت صارفین کا ایسی اشیاء خریدنا جن کی ضرورت نہیں ہوتیں۔
۹۔ گھسے پٹے اطوار کو لوگوں کے کردار اور مزاج کا حصہ بنانا۔ ۱۰۔ عدم تحفظ کا احساس اور انتخاب کی آزادی کا سلب ہونا۔
۱۱۔ مادہ پرستی کا پرچار اور سماجی وقار کی خواہش۔ ۱۲۔ ضیاع کے رجحان کی حوصلہ افزائی۔
۱۳۔ ذرائع ابلاغ پر منفی اثرات۔ ۱۴۔ لوگوں کی خواہشات، جذبات اور اندیشوں پر اثرات۔
۱۵۔ عملی ضرورتوں کی بجائے نفسیاتی ضرورتوں کو پورا کرنا۔ ۱۶۔ زائد از ضرورت کاروبار زدہ معاشرے کا فروغ۔
۱۷۔ سنسنی خیزی، گمراہ کن، صدماتی اقدار کا پروان چڑھنا۔

اشتہار سازی کے اقتصادی پہلو: اشتہار سازی کے اقتصادی پہلو درج ذیل ہیں۔

۱۔ تشہیر کی وجہ اشیاء کی قیمت میں اضافہ۔ ۲۔ اخراجات اور فروخت پر تشہیر کے اثرات۔ ۳۔ اشیاء کی مانگ پر تشہیری اثرات۔
۴۔ قومی معیشت پر تشہیری اثرات۔ ۵۔ صارفین کی تعداد بڑھنے اور گھٹنے پر تشہیری اثرات۔
۶۔ ترقی یافتہ صنعتوں کی اجارہ داری اور تشہیر۔ ۷۔ صنعت کار، تاجر، مشتہر، اور اشتہاری اداروں کی مفادات کا تحفظ۔
۸۔ مصنوعات کے معیار پر تشہیری اثرات۔ ۹۔ نئی ایجادات، اعلیٰ صفات، بہتر کارکردگی میں تشہیر کا کردار۔
۱۰۔ صارفین کو ان کی ضرورت کے تحت مصنوعات متعارف کرانا۔ ۱۱۔ مصنوعات کے لیئے نئی مارکیٹ کی تلاش کو آسان بنانا۔
۱۲۔ مصنوعات کی زیادہ پیداوار، زیادہ مانگ، کم قیمت یقینی بنانا۔

ہے۔ اشتہار بازی کسی نہ کسی صورت میں بہرحال تاجر اور فروخت کنندہ کی اہم ترین ضرورت رہی ہے۔ اشیائے صرف کو عوام سے متعارف کروانے کے لیے تاجر ہمیشہ سے کوئی نہ کوئی حربہ استعمال کرتے رہے ہیں۔ جدید اشتہار بازی میں عوام کے ساتھ براہ راست تعلق کو بنیادی اہمیت حاصل ہے اسی بنا پر علاقوں اور اقوام

Download Free Assignments from solvedassignmentsaiou.com 0334-5504551

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

میں اپنی مصنوعات کی ترویج کے لیے صنعت کار اشتہار بازی کو اپنا بہتر سفیر گردانتے ہیں فروخت کے لیے ایک خود مختار اور معتبر ہتھیار کی حیثیت سے فن اشتہار جدید دور میں اپنی بھرپور صلاحیتوں کا مظاہرہ کیا ہے۔

وجہ تسمیہ: شروع شروع میں دکانوں اور کھوکھوں کے سامنے مخصوص نشانات ہی اشتہار بازی کی پہلی کوشش قرار دیئے جاسکتے تھے۔ پتھر یا مٹی کے بنئے ہوئے یہ مخصوص نشانات گاہک کو متوجہ کرنے کے لیے دکان کے عین سامنے بنائے جاتے تھے۔ بعدازاں یہ سائن دیواروں پر لگائے جانے لگے اور دکان کی پیشانی پر آویزاں کئے جانے لگے۔ ان مخصوص نشانات کا واحد مقصد دکاندار کے خاص پیشے کی نشاندہی کرنا ہوتا تھا۔ وقت کے ساتھ ساتھ مختلف عوامل کارگر ہوتے ہیں اور فن اشتہار یا یہ ذریعہ بتدریج ترقی کے منازل طے کرتا گیا۔ ان عوامل میں تعلیم کا عام ہونا، اخبارات، برقی وسائل کا فروغ اور بہت سے دوسرے ترقی یافتہ عوام بھی شامل ہیں۔

پاکستان میں اشتہاری اداروں کو درپیش مسائل: پاکستان میں ایڈورٹائزنگ کے شعبے میں اگرچہ گذشتہ ستر سالوں میں نمایاں ترقی ہوئی ہے لیکن ابھی تک ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو بہت سے مسائل کا سامنا ہے جن کی وجہ سے یہ ایجنسیاں ابھی تک وہ مقام حاصل نہیں کر سکیں جو کہ دور حاضر کے تقاضوں کے پیش نظر انہیں حاصل کر لینا چاہیئے تھا نہ ہی وہ ابھی تک اس پوزیشن میں ہیں کہ ترقی یافتہ ممالک کی مقامی اور بین الاقوامی سطح پر کام کرنے والی ایجنسیوں کا مقابلہ کر سکیں۔

قیام پاکستان کے بعد کے ابتدائی سالوں میں ملک میں صرف چند ایک ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں موجود تھیں جن میں سے زیادہ تر غیر ملکی تھیں۔ یہ ایجنسیاں اس وقت کی محدود ضروریات کو پورا کرنے کی صلاحیت رکھتی تھیں لیکن ملک میں صنعتی اور تجارتی شعبوں میں تیز رفتار توسیع، مقابلے اور آبادی میں کثیر اضافے کی وجہ سے اشتہار بازی کی ضرورت اور اہمیت میں مسلسل اضافہ ہونے لگا۔ جس سے یہ احساس بھی پیدا ہوا کہ مزید ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں قائم کی جائیں بلکہ بہت سی ایسی ایجنسیاں معرض وجود میں آئیں جنہوں بڑے جوش وخروش سے اپنے کام کا آغاز کیا لیکن بہت جلد مختلف قسم کی مشکلات اور مسائل کا شکار ہو کر کاروبار بند کرنے پر مجبور ہوگئیں۔ اگر ان ایجنسیوں کی ناکامی کے اسباب پر غور کیا جائے اور ان حالات کا تجزیہ کریں جن کے باعث وہ اپنی کوشش اور خواہش کے باوجود اس شعبے میں کامیابی حاصل نہ کر سکیں تو مندرجہ ذیل وجوہات سامنے آتی ہیں۔

-1 اچھی منصوبہ سازی کا فقدان -2 مالی وسائل کی کمی -3 تربیت یافتہ افراد کی قلت
-4 فنی اور تکنیکی سہولتوں کا فقدان -5 مشتہرین کا عدم تعاون -6 واجب الادا رقوم کی عدم ادائیگی
-7 حکومت کی سرپرستی کا فقدان -8 زیادہ مستحکم ایجنسیوں سے مقابلہ

اشتہار سازی ایک ایسا تخلیقی فن ہے جس کیلئے ذہانت، فہم وادراک اور بہت زیادہ محنت کی ضرورت ہوتی ہے حتیٰ کہ ایک عام سا اشتہار بنانے کیلئے بھی تمام صلاحیتیں درکار رہوتی ہیں لیکن جب ہم پاکستان میں اس شعبے کی حقیقی صورت حال پر نظر ڈالتے ہیں تو یہ بات سامنے آتی ہے کہ اشتہار سازی کے شعبے کی تمام تر افادیت اور اہمیت کے باوجود اس پیشے میں ذہین لوگوں کی شمولیت کا رجحان نسبتاً کم رہا ہے جس کی بنیادی وجہ یہ ہے کہ اس شعبے میں کام کرنے والے عدم تحفظ اور عدم استحکام کا شکار رہتے ہیں لہٰذا قابل لوگ اس پیشے کو اپنانے سے گریز کرتے ہیں جب تک ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں اور اس شعبے سے تعلق رکھنے والے دیگر ادارے اس صورتحال کا تدارک نہیں کرتے، اس وقت تک اس کیفیت کو بدلنا ممکن نہیں ہے۔ مندرجہ بالا مسائل کے علاوہ پاکستان میں ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو درج ذیل دیگر مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

-1 ذرائع ابلاغ کے نرخوں کی گرانی -2 غیر منظم اشتہار بازی -3 فلم پروڈکشن کیلئے درکار مناسب سہولتوں کا فقدان
-4 چربہ سازی کی ناقص روایت -5 ایجنسیوں کی مختصر نوٹس پر معطلی

امریکہ اور دنیا کے دوسرے ترقی یافتہ ممالک میں ایڈورٹائزنگ انڈسٹری کو بہت زیادہ اہمیت دی جاتی ہے اور اس شعبے کی ترقی کیلئے درکار تمام سہولتیں فراہم کی جاتی ہیں۔ اس شعبے کے ارتقاء کیلئے عام طور پر جن اداروں کی سرپرستی اور تعاون کی ضرورت ہوتی ہے وہ مندرجہ ذیل ہیں:

-1 حکومتی ادارے -2 مالیاتی ادارے -3 نجی شعبہ

ترقی یافتہ ممالک میں اس قسم کے تمام ادارے ایڈورٹائزنگ انڈسٹری سے تعاون کرتے ہیں جبکہ ترقی پذیر ممالک میں عموماً صورت حال اگر اس کے برعکس نہیں تو کم از کم اتنی اچھی اور حوصلہ افزا بھی نہیں ہوتی۔ ترقی یافتہ ممالک کے صنعت کار چونکہ اشتہار بازی کی اہمیت اور افادیت سے بخوبی آگاہ ہوتے ہیں وہ اپنے سالانہ بجٹ کا ایک معقول حصہ اس کام کیلئے مخصوص کر لیتے ہیں جسے وہ اپنے شعبہ اشتہارات کے تیار کردہ منصوبے کے مطابق اور ایڈورٹائزنگ ایجنسی کے مشوروں کی روشنی میں اشتہار بازی کے کاموں پر خرچ کرتے ہیں۔ جس کی وجہ سے ان کا کام نہ صرف معیاری اور مؤثر نتائج پیدا کرنے والا ہوتا ہے بلکہ اس کی وجہ سے ان کے کاروبار میں وسعت اور ترقی کا سلسلہ بھی جاری رہتا ہے۔

پاکستان جیسے ترقی پذیر ممالک میں ابھی تک صورتحال خاصی مختلف رہی ہے۔ ان ممالک میں ایڈورٹائزنگ ایجنسی کے باہمی تعلقات، تعاون اور تقسیم کار میں ایک مثبت تناسب قائم رکھنے کی ضرورت ہوتی ہے لیکن بعض اوقات مشتہرین یا اشتہار ساز ادارے کے لوگ ایک دوسرے کے کام میں ضرورت سے زیادہ مداخلت کرتے ہیں جس سے بہت سے مسائل پیدا ہوجاتے ہیں نتائج بھی خاطر خواہ نہیں نکلتے۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

03345504551 Download Free Assignments from solvedassignmentsaiou.com

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنمنٹس ،گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دستیاب ہیں۔

آخری مسئلہ جس کا تذکرہ ضروری ہے اس کا تعلق ایڈورٹائزنگ ایجنسی اور ذرائع ابلاغ کے منتظمین کے باہمی تعلقات ،معاملہ فہمی اور واجبات کی ادائیگی سے ہے۔بعض اوقات ایجنسیوں کومشتہرین کی طرف سے بلوں کی ادائیگی میں تاخیر ہوجاتی ہے جس کی وجہ سے وہ مالی مشکلات کا شکار ہوجاتی ہیں اور مختلف ذرائع ابلاغ کے واجبات کی ادائیگی بروقت نہیں کر پاتیں۔نتیجتاً ان کے لائسنس کی معطّلی کا امکان پیدا ہوجاتا ہے۔اگر کبھی ایسے خیالات پیدا ہوجائیں تو ذرائع ابلاغ کے منتظمین اور ارباب اختیار کوایجنسیوں کے مسائل پر ہمدردانہ غور کرنا چاہیئے۔

ہمارے ملک میں آل پاکستان نیوز پیپر سوسائٹی ایک ایسا ادارہ ہے جواخبارات کے جملہ حقوق کی سرپرستی کرتا ہے اوراس کے پاس کسی بھی ایڈوٹائزنگ ایجنسی کومعطل کرنے کا اختیار بھی ہوتا ہے۔یہ معطّلی عموماً ایجنسیوں کی طرف سے اخبارات کے واجبات کی عدم ادائیگی کی بنا پر کی جاتی ہے جس سے ایجنسی کے کارکنوں میں عدم تحفظ کا احساس پیدا ہوتا ہے لہٰذا بہت سے لوگ اس پیشے کواپنانے سے گریز کرتے ہیں۔ایڈورٹائزنگ ایجنسی کو قائم رکھنے سے فروغ دینے اور مستقبل کی بڑھتی ہوئے ضروریات کی تکمیل کے قابل بنانے کیلئے ضروری ہے کہ اس شعبے میں کام کرنے والوں کوتحفظ فراہم کیا جائے اور ایجنسیوں کو مستحکم بنیادوں پر استوار کرنے کیلئے تمام متعلقہ ادارے ان سے تعاون کریں۔ نیز ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کی مختصر نوٹس پر معطّلی کی بجائے ان کے محاسبے اور واجبات کی وصولی کیلئے مناسب اور مثبت راستہ اختیار کیا جائے۔

کاشان اکیڈمی
0334-5504551
Download Free Assignments from
Solvedassignmentsaiou.com

میٹرک سے لیکر ایم اے ایم ایس سی ایم فل تک تمام کلاسز کی داخلوں سے لیکر ڈگری کے حصول تک کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

میٹرک ایف اے آئی کام بی اے بی کام بی ایڈ بی ایس ایم اے ایم ایڈ ایم ایس سی پی ایچ ڈی کی اسائنمنٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی امتحانی مشقوں کے لیے اکیڈمی کے نمبر پر رابطہ کریں

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔