Cambridge International A Level

Cambridge International Examinations
Cambridge International Advanced Level

URDU **9686/02**

Paper 2 Reading and Writing **May/June 2017**

1 hour 45 minutes

INSERT

7994342649-I

READ THESE INSTRUCTIONS FIRST

This Insert contains the reading passages for use with the Question Paper.

You may annotate this Insert and use the blank spaces for planning.
This Insert is **not** assessed by the Examiner.

سب سے پہلے مندرجہ ذیل ہدایات پڑھیے

ان صفحات میں امتحانی پرچے کے ساتھ استعمال کی جانے والی عبارتیں ہیں۔

یہ صفحات اور خالی جگہیں آپ اپنے جوابات کی تیاری کے لیے استعمال کرسکتے ہیں۔
ممتحن ان صفحات کو نہیں جانچیں گے۔

This document consists of **3** printed pages and **1** blank page.

DC (LK/ST) 138224/3
© UCLES 2017

CAMBRIDGE
International Examinations

سیکشن 1

عبارت 1 کو پڑھیے اور امتحانی پرچے پر سوالات 1، 2 اور 3 کے جوابات دیں۔

عبارت 1

ٹی وی پر دکھائے جانے والے اشتہارات کی ایک بڑی تعداد ایسی ہوتی ہے جنھیں دیکھ کر بچوں میں ان چیزوں کو حاصل کرنے کا شوق پیدا ہوتا ہے۔ ان اشتہارات میں بچوں اور بڑوں کے لیے کھلونوں، کپڑوں، فلموں اور مختلف قسم کے مشروبات وغیرہ کو اس انداز سے دکھایا جاتا ہے کہ بچوں کے دل میں ان اشیا کو حاصل کرنے کا شوق شدت اختیار کر جاتا ہے۔ بہت سے ممالک میں والدین اور سیاسی حلقوں کی جانب سے اس کے بارے میں ناپسندیدگی کا اظہار بھی کیا جارہا ہے۔ یورپ کے چند ممالک میں ان اشتہارات پر پابندیاں بھی عائد کی گئی ہیں۔

والدین کی ایک تنظیم کے مطابق بچوں کے پروگراموں میں اشتہارات دکھانا ایک غیر اخلاقی عمل ہے اس لیے کہ بچوں کے پاس خرچ کرنے کے لیے یا تو بہت کم پیسے ہوتے ہیں یا بالکل نہیں ہوتے۔ انھیں اپنے لیے کوئی چیز خریدنے کے لیے اپنے والدین کی خوشامد کرنی پڑتی ہے۔ اشتہارات کی کمپنیاں براہ راست والدین کے لیے اشتہارات تیار کرنے کے بجائے یہ طریقہ اختیار کرتی ہیں تاکہ بچوں کی ضد کے آگے والدین مجبور ہو جائیں۔ ان کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ بچوں کے اصرار پر والدین اپنی مرضی کے خلاف ایسی چیزیں خریدیں جن سے بچے چند گھنٹے کھیل کر اکتا جائیں۔ اس کی وجہ سے والدین اور بچوں کے تعلقات بھی متاثر ہوتے ہیں۔

بعض ایسی چیزیں بھی ہوتی ہیں جن کے بارے میں اشتہارات کے ذریعے یہ تاثر دیا جاتا ہے کہ ان چیزوں کا ہر بچے کے پاس ہونا لازمی ہے۔ کچھ بچے پیسے نہ ہونے کی وجہ سے ان چیزوں سے محروم رہ جاتے ہیں اور دوسرے بچوں کے پاس وہ چیزیں دیکھ کر بعض بچے احساس کمتری کا شکار ہو جاتے ہیں۔ کچھ والدین اس کی وجہ سے قرض کے بوجھ تلے دب جاتے ہیں۔

اشتہارات میں دکھائی جانے والی اکثر کھانے پینے کی اشیا بچوں کی صحت کے لیے نقصان دہ ہوتی ہیں۔ ان اشتہارات میں بھولے بھالے بچوں کو اچھی خاصی مقدار میں چربی، شکر اور نمک پر مشتمل چیزیں کھانے پینے پر اکسایا جاتا ہے جس کی وجہ سے بچے موٹے ہو جاتے ہیں اور انھیں عمر بھر کے لیے غیر صحت بخش کھانوں کی عادت پڑ جاتی ہے۔ نتیجتاً وہ بہت سی بیماریوں کا شکار ہو جاتے ہیں اور علاج معالجے کے اخراجات میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے۔

بہت سے ممالک میں تمباکو نوشی اور شراب سے متعلق اشتہارات پر پابندی ہے اس لیے بچوں کے پروگراموں میں دکھائے جانے والے اشتہارات پر پابندی کوئی نئی بات نہیں ہوگی۔ حال ہی میں کیے جانے والے ایک سروے کے مطابق سوئیڈن میں کھلونوں کی خواہش رکھنے والے بچوں کی تعداد دوسرے ممالک کے مقابلے میں بہت کم ہے اس لیے کہ وہاں 12 سال سے کم عمر کے بچوں کے پروگراموں میں اشتہارات پر پابندی ہے۔

© UCLES 2017

سیکشن 2

عبارت 2 کو پڑھیے اور امتحانی پرچے پر سوالات 4 اور 5 کے جوابات دیں۔

عبارت 2

ٹی وی پر بچوں کے پروگراموں میں اشتہارات پر پابندی لگانا دراصل اپنی ذمہ داریوں سے جی چرانے کے مترادف ہے۔ اشتہارات میں کوئی ایسی جادوئی طاقت نہیں ہے کہ وہ بچوں میں غیر فطری طریقے سے کوئی بھی چیز حاصل کرنے کی خواہش پیدا کر دے۔ دراصل ضدی بچوں کی پرورش صحیح طریقے سے نہیں کی جاتی اس لیے والدین کی غلط تربیت اور بچوں میں نظم وضبط کی کمی کے مسائل اشتہارات پر پابندی لگا کر حل نہیں کیے جاسکتے۔

اشتہارات کے علاوہ اور بہت سی چیزیں ہیں جن سے متاثر ہو کر بچوں میں کھلونوں وغیرہ کا شوق پیدا ہوتا ہے۔ یہ بھی غلط ہے کہ بچوں میں پیسے خرچ کرنے کی صلاحیت نہیں ہوتی۔ اس لیے کہ بہت سے بچوں کو جیب خرچ ملتا ہے۔ پیسے کو صحیح طریقے سے خرچ کرنے کا ہنر سیکھنا بچوں کی تربیت کا ایک خاص حصہ ہے۔ اشتہارات ان میں یہ صلاحیت پیدا کرتے ہیں کہ وہ کسی خاص چیز کے لیے پیسے بچانا سیکھیں۔

بچے بہت سے ایسے پروگرام بھی دیکھتے ہیں جنھیں بڑے بھی دیکھ کر خوش ہوتے ہیں۔ تو کیا اس کا مطلب ہے کہ ٹی وی پر ہر قسم کے اشتہارات پر پابندی لگا دی جائے؟ اور صرف ٹی وی پر ہی کیوں؟ ریڈیو، سینما، انٹرنیٹ اور سڑکوں پر لگے ہوئے اشتہارات پر بھی پابندی لگا دینی چاہیے۔ حکومت کے لیے ایسی پابندیاں لگانا ناممکن ہے ۔ اور اگر اشتہارات پر پابندی لگا دی جائے تو حکومت صحت بخش کھانے، سڑک پر احتیاط، صفائی اور دوسری اہم معلومات اشتہارات کے ذریعے بچوں تک نہیں پہنچا سکے گی۔

اشتہارات دراصل اظہار رائے کی آزادی کا ایک اہم حصہ ہیں۔ ان پر پابندی سے کمپنیوں کی آمدنی میں کمی آجائے گی۔ کمپنیوں کو قانونی مصنوعات کے بارے میں لوگوں کو آگاہ کرنے کی اجازت ہونی چاہیے۔ نئی ایجادات نہ ہو سکیں گی اور نئی کمپنیوں کے لیے پہلے سے موجود بڑی کمپنیوں کی موجودگی میں اپنی مصنوعات کی فروخت بہت مشکل ہو جائے گی۔ اشتہارات کی کمپنیوں کے مطابق بچوں کو اس بات کا حق حاصل ہے کہ وہ مختلف ذرائع سے معلومات حاصل کریں اور اس کے بارے میں خود فیصلہ کریں۔ یہ کہنا غلط ہے کہ صرف اشتہارات ہی بچوں کے ذہنوں کو متاثر کر دیتے ہیں کیونکہ ان کا کردار تو ان کی زندگی میں بہت معمولی سا ہے۔ بچوں کا خاندان، دوست، اسکول اور دوسرے ٹی وی پروگرام ان کی زندگی پر زیادہ اثر انداز ہوتے ہیں۔

اکثر ٹی وی اسٹیشن صرف اشتہارات کی بنیاد پر چلتے ہیں۔ اگر اشتہارات پر پابندی لگا دی جائے تو ٹی وی والے بچوں کے پروگرام بنانا چھوڑ دیں گے یا ان کے معیار اور تعداد میں بہت کمی کر دیں گے۔ جو یقیناً لوگوں کے مفاد میں نہیں ہے۔ حالانکہ سرکاری ٹی وی اسٹیشن اس بات سے اتفاق کرتے ہیں کہ اشتہارات پر پابندی لگا دی جائے تاکہ سرکاری ٹی وی دیکھنے والوں کی تعداد میں اضافہ ہو جائے۔

© UCLES 2017

BLANK PAGE

Permission to reproduce items where third-party owned material protected by copyright is included has been sought and cleared where possible. Every reasonable effort has been made by the publisher (UCLES) to trace copyright holders, but if any items requiring clearance have unwittingly been included, the publisher will be pleased to make amends at the earliest possible opportunity.

To avoid the issue of disclosure of answer-related information to candidates, all copyright acknowledgements are reproduced online in the Cambridge International Examinations Copyright Acknowledgements Booklet. This is produced for each series of examinations and is freely available to download at www.cie.org.uk after the live examination series.

Cambridge International Examinations is part of the Cambridge Assessment Group. Cambridge Assessment is the brand name of University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which is itself a department of the University of Cambridge.

© UCLES 2017