

دونوں سے کام لیا گیا ہے۔ تصویر میں لہر اتے 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 قرینہ ہیر تاکہ کن چیزوں سے بنائے 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۔ دوسرے اشتہار میں گلابیہ ٹوٹھ پیٹ بنانے والوں کا نام اور پتہ نہیں لکھا گیا کیونکہ ہم جانتے ہیں کہ گلاب ٹوٹھ پیٹ ہر دوکان پر یاد و 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 بیلو کا عرق شامل ہے جو جراثیم کو مارتا ہے۔ تیسرے اور چوتھے اشتہار میں صرف الفاظ سے کام لیا گیا ہے۔ ہندوستان میں شیر دانی کے لیے چار شہر مشہور ہیں۔ دہلی، لکھنؤ، علی گڑھ اور حیدر آباد۔ علی گڑھ کی شیر دانیاں زیادہ مشہور ہیں۔ چوتھا اشتہار کمپیوٹر سے متعلق ہے۔ کمپیوٹر کیوں خریداجائے اس کی وجہ بتا دی گئی ہے کہ یہ لب ہر گھر کی ضرورت ہے۔

مقاصد 42.1

- اس سبق کو پڑھ لینے کے بعد آپ یہاں سیکھیں 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 ہے۔
 - 4- اشتہار نویسی کے لیے خاص تصور اور تخیل کی ضرورت ہوتی ہے۔
 - 5- سوالات کے جواب دے سکیں گے۔

42.2 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 آئی واپی لاگت میں دن بہ دن اضافہ ہوتا چلا جا رہا ہے اس لیے اس کے انتظامی ذمہ داروں کو بھی پہلے سے بہتر بنایا 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۔ اخبار اور رسالہ پڑھنے والے فرد کی حیثیت سے آپ کو دلچسپی صرف اتنی ہوتی ہے کہ ہر صبح ہر نئے پاجہ

میں اخباریارسالہ 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۔

اخباریارسالے کو کامیابی اور نفع بخش طریقے سے چلانے کے لیے جن ضروری باتوں کا دھیان رکھا جاتا ہے، وہ یہ ہیں کہ اُس کی اپنی ملکیت ہو یعنی کہ کرائے کی عمارت میں نہ ہو، اُس 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 اُس کا بڑا سا اور خوبصورت سائین بورڈ ہو جو دیکھنے والوں کو متوجہ کر سکے۔ شہر کے مرکز یا وسط میں اخبار و رسالے کے دفتر بنانے کا ایک فائدہ یہ بھی ہے کہ حادثات و واقعات کی خبریں اُن تک جلد پہنچ سکیں گی۔ خریدار ایجنٹ اور مراسلات چھوانے کے خواہشمند لوگ آسانی سے اُن سے رابطہ قائم کر سکیں گے۔

42.1 متن پر سوالات

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

- 1- پہلے زمانے میں اخبارات اور رسالے..... نکالے جاتے تھے۔
(انتقام 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 لا بھری میں جا کر اخبار پڑھ لے، ہر صبح اخبار اُس کے گھر آجائے، پڑوسی سے پوچھ لے کہ آج اخبار میں کیا تھا۔
- 4- اخبار کی عمارت..... میں ہو۔

تجارتی شعبہ: (شہر سے دور ہو، شہر کے مرکز میں ہو، تنگ اور کھلے علاقے میں ہو)

ان تمام باریکیوں اور نزاکتوں کو دیکھتے ہوئے اخبار و رسالے کی انتظامیہ کو تین حصوں میں بانٹنا 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 میکینیکل سیکشن بھی کہا جاتا ہے۔ اس تقسیم کا بنیادی مقصد یہی ہوتا ہے کہ اخبار پر جو سرمایہ لگایا گیا ہے وہ نہ صرف بحال رہے بلکہ وہ برابر آمدنی بھی دیتا رہے اور اُس میں اضافے کی بھی گنجائش نکلتی رہیں۔ اب آپ غور کیجئے کہ اگر کوئی اخبار دس ہزار روزانہ چھپتا ہے تو اُس کی تمام کاپیاں بک جائیں گی یہ ضروری نہیں، اوسطاً آٹھ ہزار کاپیاں بکتی ہیں تو اُس 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 دو۔ چھتیس صفحات کا اخبار بھی دو روپے میں ملتا ہے۔ ہفتہ وار ضمیر میگزین اور دو شنبہ و جمعہ کو خصوصی موضوعات پر ضمیر کے صفحات الگ سے ہوتے ہیں۔ آپ نے شاید ابھی سوچا ہو کہ اردو اور انگریزی کے اخباروں کی قیمت

میں زمین آسان کا فرق کیوں ہے۔

42.2 متن پر سوالات

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

- 1- ادارت کے شعبے کو میکینکل 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 سائٹ بورڈ ہونا چاہئے۔ ()
- 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۔ ()

42.3 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 تہ کوئی یہ چاہتا ہے کہ اس کی چیز فوراً ایک جائے اور اچھے دام سے بک جائے۔ اس طرح ان سو آدمیوں کے درمیان مقابلے یا کمپٹیشن 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 سے زیادہ لوگوں تک پہنچے۔ دوکانوں سے باہر بنے ہوئے شوکیس میں مختلف چیزوں کی نمائش چابی کے چھلوں یعنی Key Ring پر، اسکوٹر کی اسٹینڈ 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 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 دہرا فائدہ ہوگا۔ ایک طرف اشتہار سے ہونے والی آمدنی میں اضافہ ہوگا 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 نویسی بھی ایک باقاعدہ فن بن گیا ہے۔ اب وہی اخبار مشہور یا ایڈورٹائزر کو اپنی طرف متوجہ کرتا ہے جو اس کے اشتہار کو پُر اثر اور پُر کشش انداز میں لکھتا ہو اور اس کو نمایاں اور مناسب جگہ پر چھاپتا ہو۔ اگر وہ اس میں کامیاب ہے تو وہ ایڈورٹائزر سے اپنی طرف سے مقرر کردہ معاوضہ لے سکتا ہے ورنہ

معاوضے کے لیے اُسے ایڈورٹائزر 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 سودا فروشی یعنی سبزمین ہب 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 کرا کے اخبارات میں شائع کرانے کا ذمہ لیتی ہیں۔ اس سے اشتہار دینے والے کا وقت بچ جاتا ہے اور اچھے اخبارات میں اُس کی بنائی ہوئی چیز کا اشتہار عوام تک پہنچ جاتا ہے۔ کس اخبار میں اشتہار دے، شاید اُس کا صحیح فیصلہ وہ خود نہ کر پاتا کیونکہ ایڈورٹائزرنگ ایجنسی والے اس میں پیشہ ورانہ مہارت رکھتے ہیں۔

کسی نجی اشتہار میں مسودہ اور مواد کی جاذب نظر ترتیب کی بڑی اہمیت ہو 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۔ اُس پر سرخی کیا لگائی جائے۔ وہ کتنی جلی یا موٹی ہو یا مختصر ہو۔ اشتہار کے طے شدہ سائز کے مطابق الفاظ کی تعداد اُن کی موٹائی اور اُس 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 اُس کے مسودے کو کاپی۔ کاپی میں تصویروں کا ہونا ضروری نہیں ہے۔ بہت سے اشتہاروں میں صرف الفاظ ہوتے ہیں اور بعض میں صرف آریا کارٹون سے کام لیا جاتا ہے اور الفاظ کی تعداد بہت کم ہوتی ہے۔ کبھی کبھی ایک نعرہ (Slogan) مثلاً سٹریٹ مت پوچھا ہے وہ عبداللہ 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 کالے آؤٹ تیار کرتے وقت اس بات کا خاص خیال رکھا جاتا ہے کہ وہ پڑھنے والے کی توجہ حاصل کرنے یعنی کہ گاہک کی توجہ فوراً اپنی طرف مبذول کرے۔ اس کے لیے ترغیبات یا 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 منصوبہ وغیرہ۔ اخبار خود اپنی تشہیر کے لیے بھی بعض طریقے اختیار کرتے ہیں مثلاً کچھ مدت کے لیے قیمت میں آدھی کمی یا ایڈورٹائزر کو متوجہ کرنے کے لیے اشتہارات کے نرخ میں رعایت۔

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

متن پر سوالات 42.3

درست جواب پر صحیح (✓) کا نشان لگائیں

ایک اچھا اشتہار تو ایس:

- 1- ایڈورٹائزر 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 خاکہ تیار کرتا ہے اور خوبصورت دلکش الفاظ استعمال کرتا ہے ()

42.4 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 تاجریا اشتہار بنانے والے کی ضرورت کا لحاظ رکھنا ضروری ہے جس سے کہ خریدار کو کوئی چیز خریدنے پر آمادہ کیا جاسکے۔

42.5 اختتامی سوالات

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

متن کے صحیح سوالات کے جوابات 42.1

- | | |
|-----|-------|
| (3) | (i) |
| (1) | (ii) |
| (2) | (iii) |
| (2) | (iv) |

متن کے سوالات کے جوابات 42.2

- | | |
|-----|------|
| (x) | (i) |
| (✓) | (ii) |

(✓)

(iii)

(x)

(iv)

(✓)

(v)

(x)

(vi)

متن کے سوالات کے جوابات 42.3

(x)

(i)

(x)

(ii)

(x)

(iii)

(✓)

(iv)