

(ب)

اشتمارات کی زبان،  
اُن کا انداز اور ٹی وی کا میڈیم

ٹی وی سسٹی کے ساتھ بھری میڈیم بھی ہے۔ یہاں ناظرین کو متاثر کرنے کے لئے آوازوں کے لوچ کا ہی نہیں مصنوعات کی خوبصورت پیش کش کا سہارا بھی لیا جاتا ہے۔ اس کام کے لئے اشتہار بنانے والی ایجنسیاں دن رات تشہیر کے نئے نئے طریقے ڈھونڈتی ہیں جس پر ان کی ہی بقا کا نہیں بلکہ ٹی وی چینلوں کے بقا اور فروغ کا دار و مدار بھی ہوتا ہے۔ ٹی وی چینلوں کو آمدنی کا ایک بڑا حصہ اشتہارات کی نمائش ہی سے ملتا ہے۔

ٹی وی اشتہارات کو تین زمروں میں بانٹ کر ان کا مطالعہ کیا جاسکتا ہے۔ اول ایسے اشتہارات جن میں تصویر کے ساتھ زبان کا استعمال بھی ہوتا ہے۔ دوسری قسم ایسے اشتہارات کی ہوتی ہے جن میں زبان کا کم سے کم استعمال ہوتا ہے اور تیسری اور آخری قسم ایسے اشتہارات کی ہوتی ہے جن میں پیغام کی ترسیل محض مناظر کے حوالے سے کی جاتی ہے۔ سب سے پہلے ایسے اشتہارات کے نمونے ملاحظہ ہوں جن میں تصویروں کے ساتھ زبان کا استعمال بھی ہوتا ہے۔

### مثال نمبر 1

#### 1. Ayur Shampoo

ادا کارہ اور ماڈل سیلینا جیٹلی اپنے بال لہرائی پردے پر نمودار ہوتی ہے۔ پس منظر سے آواز آتی ہے۔

’سیلینا کی ادائیں کریں سب کو دیوانا‘

سیلینا close up shot میں ناظرین سے مخاطب ہے۔

”My Beauty is my hair.“ کیسے؟ کیا آپ جاننا چاہتے ہیں؟“

سیلینا کے بالوں کے close up shots دکھائے جاتے ہیں۔

بالوں کی دیکھ بھال کی ماہر نویدتا کا close up shot جس میں وہ بتاتی ہیں

’بالوں کی سہی دیکھ بھال کے لئے سہی شیمپو استعمال کرنا بہت ضروری ہے۔‘

اب ایور شیمپو کی مختلف مصنوعات دکھائی جاتی ہیں ساتھ میں پس منظر سے آواز بھی آتی ہے۔

آملاشیکا کائی साधारण بالوں کے لئے

کو کونٹ سوکھے بالوں کے لئے

روز میری ڈینڈرف کے لئے

سیلینا ایک بار پھر پردے پر نمودار ہوتی ہے اور کہتی ہے ’اب تو آپ بھی جان گئے نا‘

اسکرین پر Ayur Shampoo کی تمام مصنوعات کے

Close up shot کے ساتھ پس منظر سے آواز آتی ہے

’ایور ہر بل شیمپو۔‘

پردے پر سیلینا جیلی اور اداکارہ اور ماڈل امرتا اروڑا بال لہراتے ہوئے نظر آتی ہیں اور پس منظر سے آواز آتی ہے۔

پر کرتی کے نزدیک، آپ کے قریب Ayur Herbal collections، آئی۔ایس۔ایس۔  
اپنائیں۔ ۳۹

## مثال نمبر ۲

### 2. Priya Bite Biscuit-

بوکنگ رنگ کا منظر ہے لوگ پہلوانوں کی بھڑنت دیکھنے کے انتظار میں جینگو جینگو کے نعرے لگا رہے ہیں۔ ایک بچہ سکٹ کھاتے اپنے دوست سے کہتا ہے  
’جینگو جیتے گا۔‘

اس پر دوسرا بچہ کہتا ہے۔

’میرا جینگو جیتے گا۔‘

پہلوانوں کی بھڑنت دکھائی جاتی ہے جس میں جینگو پہلوان جینگو کو پختا ہے۔

پہلا بچہ اپنے دوست سے کہتا ہے۔

’تیرے جینگو کی کیسی دھلائی ہو رہی ہے۔ لگتا ہے اسے دودھ مکھن کی ضرورت ہے۔‘

یہ سن کر دوسرا لڑکا شکست خوردہ پہلوان کے پاس جاتا ہے اور اس کے منہ میں سکٹ ڈالتے ہوئے کہتا ہے۔

’یہ ہے پریا بٹر بائٹ اس میں ہے دودھ اور مکھن۔‘

شکست خوردہ پہلوان اٹھ کھڑا ہوتا ہے اور اپنے مقابل کو بیخ دیتا ہے۔ حاضرین تالی بجاتے ہوئے دکھائے جاتے ہیں۔ ۳۰

## مثال نمبر ۳

### 3. Ayur Sunscreen lotion 20seconds

’دھوپ میں جانا ہے‘

بیک گراؤنڈ سے یہ صدا آتی ہے اور اسکرین پر لکھا ہوتا ہے۔

Do You wish to go out in the sun?

اور پھر بیک گراؤنڈ سے ہی آواز آتی ہے ’پریوڈی ریز سے تو جا چل سکتی ہے۔ اور امرتا اروڑا کو

متفکر بیٹھا دکھائے جانے کے ساتھ اسکرین پر انگریزی میں لکھا ہوتا ہے۔

*But UV rays harm your skin no end?*

لیکن اب آپ جا سکتے ہیں۔

*Now You can step out in the sun.*

کیوں کہ آئورسن اسکرین لوشن تو چاکوڈے پوٹن، گوراپن اور سور کچھا دھوپ سے۔

اور اسکرین پر ایور پروڈکٹس کے ساتھ امرتا کا مسکراتا چہرہ نظر آتا ہے۔ بیک گراؤنڈ سے آواز

آتی ہے

’اب دھوپ سے کیا ڈرنا‘

اور اسکرین پر ایور لوگو کے ساتھ یہ لکھا ہوتا ہے

*Ayur herbal collection. Close to nature, close to you.*

۴

یہاں چند مثالیں ایسے اشتہارات کی پیش کی گئیں جن میں زبان کا استعمال بھی ہوتا ہے۔ جو چیز دکھائی جا رہی ہے اس کے بارے میں بتایا بھی جاتا ہے۔ یعنی ناظرین کی قوت خرید پر اثر انداز ہونے کی پوری کوشش کی جاتی ہے۔ جو مثالیں دی گئیں ہیں ان میں مصنوعات کی تشہیر کس انداز سے کی گئی ہے اس کا ذکر بھی آیا ہے۔ ساتھ میں جو زبان استعمال ہوئی ہے اسے بھی نقل کیا گیا ہے۔ ان تینوں اشتہارات میں زبان کے نمونے کے جائزے سے یہ پتہ چلتا ہے کہ یہ زبان عام بول چال کی زبان ہوتی ہے جس میں جا بجا اردو کا کوئی لفظ آجاتا ہے۔

ٹی وی کے اشتہارات میں یوں بھی بھری پہلو پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔ اس لئے یا مصنوعات کو بڑے جاذب نظر انداز میں پیش کیا جاتا ہے یا نئے مصنوعات کو بازار میں اتارنے کے وقت کسی پرکشش حسینہ کا سہارا لیا جاتا ہے۔ لوگ حسینہ کو دیکھتے دیکھتے ایک آدھ نظر اس چیز پر بھی ڈال لیتے ہیں جس کی توثیق کے لئے ماڈل کی خدمات خریدی جاتی ہیں۔

معلوم ہوا کہ اشتہارات کے اس زمرے میں زبان کا کردار دوئم درجے کا ہوتا ہے۔ اور زبان کے استعمال کا نمونہ دیکھنے کے بعد اس کا علم تو ہو گیا کہ زبان روزمرہ کی ہوتی ہے۔ اسے اردو نہیں کہا جاسکتا ہے۔

اب ایسے اشتہارات کی مثالیں دیکھنے کی ضرورت ہے جس میں زبان کا استعمال تو ہے مگر برائے نام۔

مثال نمبر ۱

## 1.All Out

کلوز اپ فریم میں چھو مارنے والی نکلیا کی تھیں دکھائی جاتی ہیں جو بعد آں تبدیل ہو کر آل آؤٹ سیال کی شیشی کی شکل

اختیار کر لیتی ہے۔ اس کے بعد پس منظر سے آواز آتی ہے : روز روز میٹ بدلنے کے  
جھنجھٹ سے چھٹکارا پائیے۔ نیا آل آؤٹ، ایک شیشی لگائیے اور ۲۵ دنوں تک ٹھنڈوں سے  
جان چھڑائیے۔

اس دوران جب پس منظر سے آواز آرہی ہوتی ہے اسکرین پر آل آؤٹ کی شیشی دکھائی جاتی  
ہے،

ساتھ میں وہ چھوٹی سی ڈبہ نما مشین بھی دکھائی جاتی ہے جس میں وہ شیشی نصب کی جاتی ہے۔  
ڈبے کو Animation کے ذریعہ بیگ کی طرح اچھلتے، کودتے اور ٹھنڈوں کو پکڑتے ہوئے  
دکھایا جاتا ہے۔ اسی کی دیکھا دیکھی کمرے میں آرام کرتے ہوئے ایک شخص  
کو بھی یوں حرکتیں کرتے ہوئے دکھایا جاتا ہے جیسے کہ وہ بھی ٹھنڈ پکڑ رہا ہو۔  
آخر میں اسکرین پر آل آؤٹ سیال کی شیشی دکھائی جاتی ہے اور پس منظر سے آواز آتی ہے۔  
نیا آل آؤٹ، زیادہ آسان، زیادہ اثر دار۔ ۲۲

## مثال نمبر ۲

### 2. Ashok Clinic

ایک سردار جی مونچھ پر تاؤ دیتے ہوئے اپنی ٹیکسی ہانک رہے ہیں اور ان کی ٹیکسی کی پچھلی سیٹ  
پر ایک نوجوان جوڑا بیٹھا ہوا ہے جو سردار جی کی اشوک کلینک کی مدد میں نغمہ سرائی پر ہنس رہا  
ہے۔

اس کے بعد نوجوان جوڑے کا کلوز اپ دکھایا جاتا ہے جس میں دونوں پاس پاس بیٹھے ہیں۔  
اسکرین پر ایک جانب اشوک کلینک لکھا ہوا ہے اور دوسری جانب نوجوان جوڑے کا کلوز اپ  
ہے۔ بیک گراؤنڈ سے آواز آتی ہے۔

’خوشیاں دواہت جیون کی، اشوک کلینک، چاندنی چوک، دہلی۔‘  
اور اشتہار ختم ہو جاتا ہے۔ ۲۳

## مثال نمبر ۳

### 3. Classic Nail cutter

ایک شخص شمشیر برہنہ کے ساتھ پردے پر نمودار ہوتا ہے اور وہ تلوار بھانجے لگتا ہے۔ اس کے بعد کلوز اپ میں نیل کٹر

دکھایا جاتا ہے اور بیک گراؤنڈ سے آواز آتی ہے۔

Yet another example of Japanese precision. Classic Nailclipping systems.

۴۴

مندرجہ بالا اشتہارات کا تعلق اس قسم کے اشتہارات سے ہے جہاں زبان کا رول تقریباً ختم سا ہے۔ صرف اشتہارات کے خاتمے کے وقت مصنوعات سے متعلق کوئی تبصرہ کر دیا جاتا ہے۔ مشتہر جو کچھ کہنا چاہتا ہے اس کے لئے وہ زبان کے استعمال سے زیادہ توجہ بصری ترسیل پہ خرچ کرتا ہے۔ اور زبان کا کردار محض مصنوعات کے تعارف تک محدود کر دیا جاتا ہے۔ اس قسم کے اشتہارات میں اردو تو کیا کسی زبان کا بھی کردار محض نام کا رہ جائے گا۔

اب ایسی مثالیں پیش ہیں جن میں اشتہارات کی غرض و غاٹ کو بیان کرنے کے لئے پورے اشتہار کو ایک اسکرپٹ کی شکل دی گئی ہے تاکہ یہ بات سمجھ میں آسکے کہ اشتہار کس چیز کا ہے، اس کی توثیق کے لئے کس کی خدمات لی جا رہی ہیں اور اشتہار کی پیش کش کے لئے کون سا انداز اختیار کیا گیا ہے۔

مثال نمبر ۱

### 1. Harren socks

اسکرین پر ایک دو شیزہ کپڑوں پر ہاتھ پھیرتی نظر آتی ہے۔ کپڑوں کے بعد اس کی نظر موز سے پر پڑتی ہے اور وہ اسے اپنے رخساروں سے مس کرتی ہے۔  
اور پھر پاس پڑا ایک فریم اٹھاتی ہے جس میں اس کے ساتھ کسی مرد کی تصویر بھی جڑی ہے جس میں مرد نے ہاتھ پر موزے چڑھ رکھے ہیں اور مرد کا ہاتھ لڑکی کے رخساروں پر ہے۔  
تصویر دیکھتے ہی اسے تصویر والے مرد کی یاد آتی ہے کہ کیسے وہ موزوں کو دستانے کی طرح پہن کر اس کے رخسار سہلایا کرتا تھا۔  
بیک گراؤنڈ سے آواز آتی ہے

Harren Socks . You love the way they feel.

پھر گلوزاپ شوٹ دکھایا جاتا ہے جس میں اس لڑکی نے بھی اپنے ہاتھ پر موزے چڑھ رکھے ہیں اور اس کے ہاتھ اس کے اپنے رخساروں پر ٹھیک اسی طرح جھے ہوئے ہیں جیسے اس کے محبوب کے ہاتھ اس کے رخساروں پر ہوتے تھے۔

۴۵

## 2.Trex Bunyan

ایک نوجوان سینڈو گنجی اور انڈر ووز میں ساحل پہ کھڑا دکھایا جاتا ہے۔ اتنے میں لہروں کے بیچ سے ایک دو شیرہ سوئم سوٹ میں نمودار ہوتی ہے۔ وہ نوجوان کی جانب بڑھتی ہے یہاں تک کہ اس کے بالکل پاس آ جاتی ہے۔ وہ لڑکے کی جانب اپنا ہاتھ بڑھاتی ہے۔ لڑکا بھی اس کی کمر میں اپنا ہاتھ ڈال دیتا ہے۔ کہ اچانک لڑکی لڑکے کی گنجی اتار لیتی ہے، اسے پہنتی ہے اور مسکراتی ہوئی واپس لہروں کی جانب چل پڑتی ہے۔ لڑکا اسے حیرت سے تکتا رہ جاتا ہے۔ اور اشتہار ختم ہو جاتا ہے۔ ۲۶

یہ دو نمونے صرف بطور مثال دئے گئے ہیں۔ یہ اس امر کی طرف اشارہ کرتے ہیں کہ غالباً بہت جلد وہ وقت آجائے گا جب ٹیلی ویژن کے اشتہارات میں زبان کا کوئی کردار ہی نہیں رہے گا۔ یہ صرف ایک قیاس ہے۔ ہو سکتا ہے کہ معاملہ اس کے بالکل برعکس ہو۔ مگر یہ اشتہارات اس جانب اشارہ کرتے ہیں کہ بغیر کوئی لفظ کہے یا ایک جملہ کہہ کے بھی اشتہار تیار کیا جاسکتا ہے۔ دراصل اس طرح کے اشتہار میں اس بات کی کوشش کی جاتی ہے جو بات مکالمے کے توسط سے کہنی ہو وہ بھی تصویروں کے ہی ذریعے کہہ دی جائے۔

اس طور پر مثالوں سے جو بات سامنے آئی ہے وہ یہ ہے کہ اشتہار تیار کرنے والے اپنی اختراعی صلاحیت کو بروئے کار لا کر تزیل کے عمل میں زبان کے کردار کو بھی ختم کر سکتے ہیں۔ جب زبان کے ساتھ بالعموم یہی معاملہ ہے تو ظاہر ہے کہ اس کی گنجائش ہی نہیں بچتی کہ اس میں اردو کی اور اس کے کردار کی کوئی بات کی جائے۔

## حواشی

- ۱۔ ٹیلی ویژن کی صحافت، شکیل حسن شمس، آرکڈگفٹ گیلری، تلسی تھیٹر، حضرت گنج لکھنؤ، نومبر ۲۰۰۳ء، ص۔ ۵۰۔
- ۲۔ *The Times of India*, Title: *India's largest news network*, dt-04.07.2004, p-17۔
- ۳۔ ٹیلی ویژن کی صحافت، شکیل حسن شمس، آرکڈگفٹ گیلری، تلسی تھیٹر، حضرت گنج لکھنؤ، نومبر ۲۰۰۳ء، ص۔ ۵۲۔
- ۴۔ *Aaj Tak*, Dt. 2/3/04, Time-3.15Pm۔
- ۵۔ *Aaj Tak*, Dt. 2/3/04, Time-3.45Pm۔
- ۶۔ *Aaj Tak*, Dt. 2/3/04, Time-8.55Pm۔
- ۷۔ *Zee News*, Dt. 24/02/2004, Time 12:27AM۔
- ۸۔ *DD News*, Dt. 14/02/2004, Time: 2PM۔
- ۹۔ *Sahara Samay(National Live)*, Dt. 25/02/2004, 8PM۔
- ۱۰۔ *Zee News*, Dt. 24/02/2004, Time: 12.30PM۔
- ۱۱۔ *Zee News*, Dt. 23/02/2004. Time: 11PM۔
- ۱۲۔ *Sahara Samay(MP)*, *Samay Shikhar*, Dt. 09/02/2004, Time: 8PM۔
- ۱۳۔ *Zee News*, Dt. 24/02/2004. Time: 11AM۔
- ۱۴۔ *DD News*, Dt. 14/02/2004, Time: 2PM۔
- ۱۵۔ *Sahara Samay(National)*, Dt. 16.01.2004, Time: 6PM۔
- ۱۶۔ *Zee News*, Dt. 23/02/2004. Time: 10PM۔
- ۱۷۔ *DD News*, Dt. 14/02/2004, Time: 2PM۔
- ۱۸۔ *Sahara Samay(National)*, Dt. 14.02.2004, Time: 8PM۔
- ۱۹۔ *Zee News*, Dt. 24/02/2004. Time: 12.10PM۔
- ۲۰۔ *Zee News*, Dt. 24/02/2004. Time: 12.15PM۔
- ۲۱۔ *Zee News*, Dt. 24/02/2004. Time: 12.13PM۔
- ۲۲۔ *Zee News*, Dt. 24/02/2004. Time: 12.17PM۔
- ۲۳۔ *DD News*, Dt. 14/02/2004, Time: 2PM۔
- ۲۴۔ *Sahara Samay(National)*, Dt. 16.01.2004, Time: 6PM۔



Zee News,Dt.24/02/2004,Time:12.30PM-२७  
Sahara Samay(MP-State Live),Dt.25/02/2004,3PM-२८  
DD News,Dt.14/02/2004,Time:2PM-२८  
Zee News,Dt.24/02/2004,Time12:20AM-२८  
Zee News,Dt.24/02/2004,Time12:20AM-२९  
Sahara Samay(National Live),Dt.25/02/2004,8PM bulletin-३०  
Zee News,Dt.24/02/2004,Time12:30AM-३१  
Zee News,Dt.24/02/2004,Time12:30AM-३२  
Sahara Samay(MP-State Live),Dt.25/02/2004,3PM-३२  
Zee News,Dt.24/02/2004,Time12:30AM-३२  
Sahara Samay(National Live),Dt.25/02/2004,8PM-३७  
Zee News,Dt.24/02/2004,Time12:30PM-३८  
Sahara Samay(National Live),Dt.25/02/2004,8PM bulletin-३८  
DD News,Dt.14/02/2004,Time:2PM-३८  
Sahara Manorajan-३९  
Set MAX-४०  
NDTV-४१  
Zee TV-४२  
Sahara Samay-४२  
DD News-४२  
Zee Cinema-४७  
MTV-४८