

DDMC112CCT

خبرنگاری

(Reporting)



ڈپلوما ان جرنلزم اینڈ ماس کمیونیکیشن
(پہلا سمسٹر)

نظامتِ فاصلاتی تعلیم

مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی

حیدرآباد، تلنگانہ، انڈیا-500032

© Maulana Azad National Urdu University

Course: Reporting

ISBN: 978-93-95203-49-4

First Edition: October, 2012

Revised Edition: December, 2022



On behalf of the Registrar, Published by:

Directorate of Distance Education

Maulana Azad National Urdu University

Gachibowli, Hyderabad-500032 (TS), India

Director: dir.dde@manuu.edu.in

Publication: ddepublication@manuu.edu.in

Phone number: 040-23008314 Website:manuu.edu.in

© All rights reserves. No part of this publication may reproduces or transmitted in any form or by any means, electronically or machedically, including photocopying or any information storage or retrieval system, without prior permission in writing from the publisher (registrar@manuu.edu.in)



ایڈیٹر

Editor

Shams Imran

Assistant Professor (JMC)

Directorate of Distance Education

Maulana Azad National Urdu University,
Hyderabad

شمس عمران
اسٹنٹ پروفیسر (ذرائع ابلاغ و ترسیل عامہ)
نظامت فاصلاتی تعلیم
مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

لینگویج ایڈیٹر

Language Editor

Dr. Mohd Akmal Khan

Directorate of Distance Education

Maulana Azad National Urdu University,
Hyderabad

ڈاکٹر محمد اکمل خان
نظامت فاصلاتی تعلیم
مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

ایڈیٹوریل بورڈ

Editorial Board

Shams Imran

Assistant Professor (JMC)

Directorate of Distance Education

Maulana Azad National Urdu University,
Hyderabad

Dr. Aftab Alam Baig

Assistant Registrar

Directorate of Distance Education

Maulana Azad National Urdu University,
Hyderabad

شمس عمران
اسٹنٹ پروفیسر (ذرائع ابلاغ و ترسیل عامہ)
نظامت فاصلاتی تعلیم
مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

ڈاکٹر آفتاب عالم بیگ

اسٹنٹ رجسٹرار

نظامت فاصلاتی تعلیم

مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

پروگرام گو آر ڈی نیٹر
نیش عمران، اسٹنٹ پروفیسر (جرنلزم اینڈ ماس کمیونیکیشن)
نظامتِ فاصلاتی تعلیم، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

اکائی نمبر

اکائی 1، 4

اکائی 2، 5

اکائی 3

اکائی 6

مصنفین

جناب عابد عبد السمیع، اسٹنٹ پروفیسر، ماس کمیونیکیشن اینڈ جرنلزم، مانو
جناب مصطفیٰ علی سروری، اسٹنٹ پروفیسر، ماس کمیونیکیشن اینڈ جرنلزم، مانو
ڈاکٹر آفتاب عالم بیگ، اسٹنٹ رجسٹرار، ڈی ڈی ای، مانو
پروفیسر اسلم جمشید پوری، صدر شعبہ اردو، چودھری چرن سنگھ یونیورسٹی، میرٹ



پروف ریڈنگ:

اول : ڈاکٹر شمس الحق
دوم : ڈاکٹر آفتاب عالم بیگ
فائنل : نیش عمران

فہرست

06	وائس چانسلر	پیغام
07	ڈائریکٹر، نظامتِ فاصلاتی تعلیم	پیغام
09	کوآرڈینیٹر	کورس کا تعارف
11	اخبار کے کام کی نوعیت	اکائی 1
25	ایک اچھے رپورٹر کی خصوصیات اور اس کی خوبیاں	اکائی 2
35	خبر کے بنیادی عناصر اور خبری اقدار	اکائی 3
47	اردو اخبارات اور خبری اقدار	اکائی 4
62	خبروں کا حصول: اطلاعاتی پس منظر اور پیشگی تیاریاں	اکائی 5
70	خبر اور اس کے ذرائع	اکائی 6
82	نمونہ امتحانی پرچہ	

پیغام

مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی 1998 میں وطن عزیز کی پارلیمنٹ کے ایکٹ کے تحت قائم کی گئی۔ اس کے چار نکاتی مینڈیٹس یہ ہیں۔ (1) اردو زبان کی ترویج و ترقی (2) اردو میڈیم میں پیشہ ورانہ اور تکنیکی تعلیم کی فراہمی (3) روایتی اور فاصلاتی تدریس سے تعلیم کی فراہمی اور (4) تعلیم نسواں پر خصوصی توجہ۔ یہ وہ بنیادی نکات ہیں جو اس مرکزی یونیورسٹی کو دیگر مرکزی جامعات سے منفرد اور ممتاز بناتے ہیں۔ قومی تعلیمی پالیسی 2020 میں بھی مادری اور علاقائی زبانوں میں تعلیم کی فراہمی پر کافی زور دیا گیا ہے۔

اردو کے ذریعے علوم کو فروغ دینے کا واحد مقصد و منشا اردو داں طبقے تک عصری علوم کو پہنچانا ہے۔ ایک طویل عرصے سے اردو کا دامن علمی مواد سے لگ بھگ خالی رہا ہے۔ کسی بھی کتب خانے یا کتب فروش کی الماریوں کا سرسری جائزہ اس بات کی تصدیق کر دیتا ہے کہ اردو زبان سمٹ کر چند ”ادبی“ اصناف تک محدود رہ گئی ہے۔ یہی کیفیت اکثر رسائل و اخبارات میں دیکھنے کو ملتی ہے۔ اردو قاری اور اردو سماج دور حاضر کے اہم ترین علمی موضوعات سے نا بلد ہیں۔ چاہے یہ خود ان کی صحت و بقا سے متعلق ہوں یا معاشی اور تجارتی نظام سے، یا مشینی آلات ہوں یا ان کے گرد و پیش ماحول کے مسائل ہوں، عوامی سطح پر ان شعبہ جات سے متعلق اردو میں مواد کی عدم دستیابی نے عصری علوم کے تئیں ایک عدم دلچسپی کی فضا پیدا کر دی ہے۔ یہی وہ چیلنجز ہیں جن سے اردو یونیورسٹی کو نبرد آزما ہونا ہے۔ نصابی مواد کی صورت حال بھی کچھ مختلف نہیں ہے۔ اسکولی سطح پر اردو کتب کی عدم دستیابی کے چرچے ہر تعلیمی سال کے شروع میں زیر بحث آتے ہیں۔ چوں کہ اردو یونیورسٹی کا ذریعہ تعلیم اردو ہے اور اس میں عصری علوم کے تقریباً سبھی اہم شعبہ جات کے کورسز موجود ہیں لہذا ان تمام علوم کے لیے نصابی کتابوں کی تیاری اس یونیورسٹی کی اہم ترین ذمہ داری ہے۔

مجھے اس بات کی بے حد خوشی ہے کہ یونیورسٹی کے ذمہ داران بشمول اساتذہ کرام کی انتھک محنت اور ماہرین علم کے بھرپور تعاون کی بنا پر کتب کی اشاعت کا سلسلہ بڑے پیمانے پر شروع ہو چکا ہے۔ ایک ایسے وقت میں جب کہ ہماری یونیورسٹی اپنی تاسیس کی پچیسویں سالگرہ منا رہی ہے مجھے اس بات کا انکشاف کرتے ہوئے بہت خوشی محسوس ہو رہی ہے کہ یونیورسٹی کا نظامت فاصلاتی تعلیم از سر نو اپنی کارکردگی کے نئے سنگ میل کی طرف رواں دواں ہے اور نظامت فاصلاتی تعلیم کی جانب سے کتابوں کی اشاعت اور ترویج میں بھی تیزی پیدا ہوئی ہے۔ نیز ملک کے کونے کونے میں موجود تشنگان علم فاصلاتی تعلیم کے مختلف پروگراموں سے فیضیاب ہو رہے ہیں۔ گرچہ گزشتہ دو برسوں کے دوران کووڈ کی تباہ کن صورت حال کے باعث انتظامی امور اور ترسیل و ابلاغ کے مراحل بھی کافی دشوار کن رہے تاہم یونیورسٹی نے اپنی حتی المقدور کوششوں کو بروئے کار لاتے ہوئے نظامت فاصلاتی تعلیم کے پروگراموں کو کامیابی کے ساتھ رو بہ عمل کیا ہے۔ میں یونیورسٹی سے وابستہ تمام طلباء کو یونیورسٹی سے جڑنے کے لیے صمیم قلب کے ساتھ مبارکباد پیش کرتے ہوئے اس یقین کا اظہار کرتا ہوں کہ ان کی علمی تشنگی کو پورا کرنے کے لیے مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی کا تعلیمی مشن ہر لمحہ ان کے لیے راستے ہموار کرے گا۔

پروفیسر سید عین الحسن
وائس چانسلر

پیغام

فاصلاتی طریقہ تعلیم پوری دنیا میں ایک انتہائی کارگر اور مفید طریقہ تعلیم کی حیثیت سے تسلیم کیا جا چکا ہے اور اس طریقہ تعلیم سے بڑی تعداد میں لوگ مستفید ہو رہے ہیں۔ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی نے بھی اپنے قیام کے ابتدائی دنوں ہی سے اردو آبادی کی تعلیمی صورت حال کو محسوس کرتے ہوئے اس طریقہ تعلیم کو اختیار کیا۔ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی کا آغاز 1998 میں نظامتِ فاصلاتی تعلیم اور ٹرانسلیشن ڈویژن سے ہوا اور اس کے بعد 2004 میں باقاعدہ روایتی طریقہ تعلیم کا آغاز ہوا اور بعد ازاں متعدد روایتی تدریس کے شعبہ جات قائم کیے گئے۔ نو قائم کردہ شعبہ جات اور ٹرانسلیشن ڈویژن میں تقریریں عمل میں آئیں۔ اس وقت کے اربابِ مجاز کے بھرپور تعاون سے مناسب تعداد میں خود مطالعاتی مواد تخریر وترجمے کے ذریعے تیار کرائے گئے۔

گزشتہ کئی برسوں سے یو جی سی۔ ڈی ای بی UGC-DEB اس بات پر زور دیتا رہا ہے کہ فاصلاتی نظام تعلیم کے نصابات اور نظامات کو روایتی نظام تعلیم کے نصابات اور نظامات سے مکافقہ ہم آہنگ کر کے نظامتِ فاصلاتی تعلیم کے طلباء کے معیار کو بلند کیا جائے۔ چونکہ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی فاصلاتی اور روایتی طریقہ تعلیم کی جامعہ ہے، لہذا اس مقصد کے حصول کے لیے یو جی سی۔ ڈی ای بی کے رہنمایانہ اصولوں کے مطابق نظامتِ فاصلاتی تعلیم اور روایتی نظام تعلیم کے نصابات کو ہم آہنگ اور معیار بلند کر کے خود اکتسابی مواد SLM از سر نو بالترتیب یو جی اور پی جی طلباء کے لیے چھ بلاک چوبیس اکائیوں اور چار بلاک سولہ اکائیوں پر مشتمل نئے طرز کی ساخت پر تیار کرائے جا رہے ہیں۔

نظامتِ فاصلاتی تعلیم یو جی، پی جی، بی ایڈ، ڈپلوما اور ٹیچنگ کی کورسز پر مشتمل جملہ پندرہ کورسز چلا رہا ہے۔ بہت جلد تکنیکی ہنر پر مبنی کورسز بھی شروع کیے جائیں گے۔ متعلمین کی سہولت کے لیے 9 علاقائی مراکز بنگلور، بھوپال، درجننگ، دہلی، کولکاتا، ممبئی، پٹنہ، رانچی اور سری نگر اور 6 ذیلی علاقائی مراکز حیدرآباد، لکھنؤ، جموں، نوح، دارانسی اور امراتی کا ایک بہت بڑا نیٹ ورک تیار کیا ہے۔ ان مراکز کے تحت سر دست 144 متعلم امدادی مراکز (Learner Support Centres) نیز 20 پروگرام سنٹرس (Programme Centres) کام کر رہے ہیں، جو طلباء کو تعلیمی اور انتظامی مدد فراہم کرتے ہیں۔ نظامتِ فاصلاتی تعلیم نے اپنی تعلیمی اور انتظامی سرگرمیوں میں آئی سی ٹی کا استعمال شروع کر دیا ہے، نیز اپنے تمام پروگراموں میں داخلے صرف آن لائن طریقے ہی سے دے رہا ہے۔

نظامتِ فاصلاتی تعلیم کی ویب سائٹ پر متعلمین کو خود اکتسابی مواد کی سافٹ کاپیاں بھی فراہم کی جا رہی ہیں، نیز جلد ہی آڈیو۔ ویڈیو ریکارڈنگ کالنگ بھی ویب سائٹ پر فراہم کیا جائے گا۔ اس کے علاوہ متعلمین کے درمیان رابطے کے لیے ایس ایم (SMS) کی سہولت فراہم کی جا رہی ہے، جس کے ذریعے متعلمین کو پروگرام کے مختلف پہلوؤں جیسے کورس کے رجسٹریشن، مفوضات، کونسلنگ، امتحانات وغیرہ کے بارے میں مطلع کیا جاتا ہے۔

امید ہے کہ ملک کی تعلیمی اور معاشی حیثیت سے کچھڑی اردو آبادی کو مرکزی دھارے میں لانے میں نظامتِ فاصلاتی تعلیم کا بھی نمایاں رول ہوگا۔

پروفیسر محمد رضاء اللہ خان
ڈائریکٹر، نظامتِ فاصلاتی تعلیم

کورس کا تعارف

آزاد صحافت کے بغیر جمہوریت کا تصور ناممکن ہے۔ صحافتی ادارے کسی بھی صحت مند معاشرے کی تعمیر و ترقی کے لیے ضروری ہے۔ دور حاضر میں اگر کسی غیر سرکاری ادارے کو عوامی حقوق کا سب سے بڑا علمبردار جانا جاتا ہے تو وہ صحافت ہے۔ برصغیر ہند میں صحافت کی تاریخ تقریباً ڈھائی سو سال پرانی ہے۔ 1780ء میں جیمز گسٹنس بکی کے گزٹ سے شروع ہو کر یہ سفر اب تک کئی مراحل سے گزر چکا ہے۔ جن میں برطانوی سامراج کے خلاف آزادی کی جدوجہد سے لے کر بے شمار چھوٹی اور بڑی سماجی اور سیاسی حقوق کی لڑائیاں شامل ہیں۔

حال ہی میں آئے انفارمیشن ٹکنالوجی کے انقلاب نے صحافت اور اس سے جڑے پیشے کو اور بھی دلچسپ بنا دیا ہے۔ سماجی، سیاسی اور اقتصادی امور میں آنے والی تبدیلیاں جیسے جیسے زور پکڑ رہی ہیں صحافت کو درپیش چیلنجز میں بھی ویسے ہی اضافہ ہو رہا ہے۔

ان بدلتے ہوئے حالات میں جہاں معلومات کا لامحدود ذخیرہ آپ کی انگلیوں کی جنبش کے ماتحت ہے وہیں اس میں سے قابل اعتبار معلومات کو الگ کرنا ایک بہت بڑا چیلنج ہے۔ مزید ٹکنالوجی میں ملنے والی معلومات کو ان کے صحیح پس منظر میں سمجھنا اور دنیا کا ایک ناقابل اعتماد خاکہ کھینچنا ایک عام شہری کے لئے دشوار ثابت ہوتا جا رہا ہے۔ اسی لیے ایسے صحافیوں اور صحافتی اداروں کی اہمیت کئی گنا بڑھ جاتی ہے جو اس ساری جانکاری کو غیر جانبدارانہ انداز اور صحیح تناظر میں پیش کر سکیں۔

ڈپلوما ان جرنلزم اینڈ ماس کمیونیکیشن (DJMC) کا کورس دو باتوں کو ذہن میں رکھ کر تیار کیا گیا ہے۔ پہلی یہ کہ یہ کورس ایسے طلباء کے لئے فائدہ مند ثابت ہو جو آگے جا کر صحافت کا پیشہ اختیار کرنا چاہتے ہیں۔ دوسری یہ کہ ایک عام پڑھا لکھا شہری صحافت کے اصولوں اور کام کرنے کے طریقہ کار سے واقف ہوتا کہ وہ ذرائع ابلاغ سے ملنے والی جانکاری کو صحیح طریقے سے جانچ سکے۔ ایسا کرنے سے وہ ایک شہری کی حیثیت سے جمہوری نظام میں ایک مثبت رول ادا کر سکتا ہے۔

اس کورس میں خبر نگاری کے بنیادی اصولوں کے ساتھ ساتھ ایک اچھے رپورٹر کی خصوصیات کو بھی بیان کیا گیا ہے۔ مزید اس میں خبر کے بنیادی عناصر، خبری اقدار اور خبروں کے ذرائع کے بارے میں بھی جانکاری دی گئی ہے۔

شمس عمران
کورس کوآرڈینیٹر



خبرنگاری



اکائی 1 - اخبار کے کام کی نوعیت

اکائی کے اجزا

تمہید (Introduction) 1.0

مقاصد (Objectives) 1.1

اخباری کام کی نوعیت 1.2

1.2.1 اخباری کام کی تقسیم

1.2.2 اخبار کے مختلف شعبے

1.2.2.1 شعبہ ادارت

1.2.2.2 مقامی خبروں کا ڈیسک

1.2.2.3 قومی و بین الاقوامی خبروں کا ڈیسک

ادارتی عملہ

ایڈیٹر

نیوز ایڈیٹر

بیورو چیف

رپورٹر

سب ایڈیٹر

کمپیوٹر ڈپارٹمنٹ 1.3

شعبہ اشتہارات 1.4

1.4.1 اشتہارات کے اقسام

1.5 شعبہ اشاعت

1.6	شعبہ نظم و نسق
1.7	شعبہ طباعت
1.8	اچھے اخبار کی خصوصیت
1.9	اقتصادی نتائج
1.10	فرہنگ
1.11	نمونہ امتحانی سوالات
1.12	تجویز کردہ اکتسابی مواد

1.0 تمہید

اخبارات ہماری روزمرہ زندگی کا ایک اہم حصہ بن چکے ہیں۔ الیکٹرانک ذرائع ابلاغ کی وسعت کے باوجود اخبار کی مقبولیت برقرار ہے۔ لیکن اخبار پڑھنے والے بہت کم لوگ اخبار کے کام کی نوعیت سے واقف ہوتے ہیں۔ کس طرح محدود وقت اور صفحات میں اخباری عملہ اپنے قارئین کو تازہ ترین خبریں بہتر سے بہتر انداز میں فراہم کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ اس اکائی میں ہم اسی پہلو کا جائزہ لیں گے تاکہ مستقبل کے صحافیوں کو عملی زندگی کی پیچیدگیوں کا پیشگی اندازہ ہو جائے۔

1.1 مقاصد

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ:

- ☆ اخبار کے مختلف شعبوں میں ہونے والے کام کو سمجھ سکیں گے۔
- ☆ شعبہ ادارت میں انجام دیے جانے والے امور سے واقف ہو سکیں گے۔
- ☆ ادارتی عملہ کے عہدے داروں سے متعارف ہو سکیں گے۔
- ☆ اخبار کے کام میں ایڈیٹر کے رول کو سمجھ سکیں گے۔
- ☆ اخبار میں اشتہارات کے اقسام اور ان کی اہمیت کو سمجھ سکیں گے۔

1.2 اخباری کام کی نوعیت

اخبار میں ہر روز کام جنگی خطوط پر ہوتا ہے۔ ایک وقت مقرر کر دیا جاتا ہے جسے انگریزی میں ہم dead line کہتے ہیں۔ اس وقت مقررہ پر تمام خبروں کی تیاری مکمل ہو جانی چاہیے۔ ورنہ اس کا اثر طباعت یعنی پرنٹنگ میں تاخیر کی صورت میں سامنے آئے گا۔ نتیجتاً اگلی

صبح وقت پر قارئین کو اخبار نہیں پہنچ پائے گا۔ لہذا ایک صحافی کے لیے یہ بے حد ضروری ہے کہ وہ کام سرعت کے ساتھ بھی کرے مگر اس عجلت میں وہ کسی غلطی کی گنجائش بھی نہ چھوڑے۔

1.2.1 اخباری کام کی تقسیم

سب سے پہلے یہ بات سمجھ لینی چاہیے کہ اخبار سے وابستہ ملازمین میں صحافی ہوتے ہیں اور غیر صحافی بھی۔ صحافی، خبروں کی ادارت، رپورٹنگ اور اس سے مربوط دیگر امور انجام دیتے ہیں جبکہ اشتہارات، اشاعت (Circulation) اور نظم و نسق (Administration) جیسے شعبوں میں غیر صحافی ملازمین خدمات انجام دیتے ہیں۔ صحافی اور غیر صحافی تمام ملازمین ایک ٹیم کی طرح کام کرتے ہیں۔ تب کہیں جا کر ایک مکمل اخبار ہر صبح قارئین کے ہاتھوں میں پہنچتا ہے۔

1.2.2 اخبار کے مختلف شعبے

کام کی نوعیت کی بنیاد پر کسی بھی اخبار کے دفتر میں انجام دیے جانے والے امور کو حسب ذیل شعبوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

(EDITORIAL AND REPORTING DEPARTMENT) شعبہ ادارت (1)

(COMPUTER DEPARTMENT) شعبہ کمپیوٹر (2)

(ADVERTISING DEPARTMENT) شعبہ اشتہارات (3)

(CIRCULATION DEPARTMENT) شعبہ اشاعت (4)

(ADMINISTRATION) شعبہ نظم و نسق (5)

(PRINTING) شعبہ طباعت (6)

ان شعبوں کی کارکردگی کا تفصیلی جائزہ لینے سے قبل یہ بات واضح کرنا ضروری ہے کہ اخبار کا ایڈیٹر ان تمام شعبوں کا سربراہ ہوتا ہے لیکن بالخصوص اردو اخبارات میں چونکہ اخبار کا مالک ہی اس کا ایڈیٹر ہوتا ہے اس لیے مختلف شعبوں کو علاحدہ علاحدہ عہدے داروں کے سپرد کر دیا جاتا ہے۔ اخبار کا اہم ترین شعبہ ہے ”شعبہ ادارت“۔ اس شعبے کی ذمہ داری اگر راست ایڈیٹر کے تحت نہ ہو تو ایسی صورت میں جو انٹ ایڈیٹر، اسوسی ایٹ ایڈیٹر، ایگزیکٹو ایڈیٹر یا نیوز ایڈیٹر کو اس کی ذمہ داری تفویض کر دی جاتی ہے۔ اسی طرح اشتہارات اور مارکیٹنگ، سرکولیشن اور پرنٹنگ کے بشمول انتظامی امور کی نگرانی مینجنگ ایڈیٹر کرتا ہے۔ شعبہ ادارت بالعموم نیوز ایڈیٹر کے تحت کام کرتا ہے۔ رپورٹنگ کا شعبہ کسی بھی اخبار کے لیے رگ جاں کی حیثیت رکھتا ہے۔ بیورو چیف اس کا سربراہ ہوتا ہے۔

سب ایڈیٹر یا نائب مدیر اور رپورٹر صحافت کی بساط کے ایسے مہرے ہیں جو کسی بھی اخبار کی بازی کو فتح سے ہم کنار کر سکتے ہیں۔ اخباری دفتر میں عہدے کے اعتبار سے کام کی تقسیم کے مختصر جائزے کے بعد آئیے اب اخبارات کے مختلف شعبوں کی کارکردگی اور ان کے فرائض کا تفصیلی جائزہ لیں۔

1.2.2.1 شعبہ ادارت

اس شعبے کو دو ذیلی شعبوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

(2) غیر خبری شعبہ (VIEWS SECTION)

(1) خبروں سے متعلق شعبہ (NEWS SECTION)

خبروں سے متعلق شعبہ

یہ خبروں سے مربوط مواد سے نمٹنے والا شعبہ ہے۔ یہاں پر مقامی، علاقائی، قومی و بین الاقوامی خبروں کا ترجمہ، ایڈیٹنگ اور کمپوزنگ کا کام کیا جاتا ہے۔

1.2.2.2 مقامی خبروں کا ڈیسک

مقامی خبریں رپورٹروں کے علاوہ مقامی خبر رساں ایجنسیوں اور راست پریس نوٹس (Press Notes) کی شکل میں موصول ہوتی ہیں۔ یہ پریس نوٹ کسی تنظیم، ادارہ، جماعت یا فرد کی روانہ کردہ ہوتی ہے۔ کسی بھی اخبار کے دفتر میں خبروں پر نظر رکھنے یعنی GATE- KEEPING کا کام بہت اہم ہوتا ہے۔ متعلقہ سب ایڈیٹر یا نیوز ایڈیٹر کی ذمہ داری ہے کہ وہ اشاعت کے لیے صرف اہم ترین، غیر متنازعہ اور قارئین کے لیے کارآمد خبروں کا انتخاب کرے۔ خبروں کے بہاؤ یعنی NEWS FLOW پر اپنی گرفت بنائے رکھنا ضروری ہے تاکہ کوئی اہم خبر اشاعت سے محروم نہ رہ جائے۔ کبھی کبھی یوں بھی ہوتا ہے کہ بد نظمی کے سبب کوئی خبر مکرر شائع ہو جاتی ہے۔ ان باتوں پر قابو پانے کے لیے، گیٹ کیپنگ کا عمل بے حد ضروری ہوتا ہے۔

مقامی خبریں یعنی ایسی خبریں جو اسی شہر سے متعلق ہوتی ہیں جہاں سے اخبار شائع ہوتا ہے۔ ان کی ایڈیٹنگ کے دوران محتاط رہنے کی ضرورت ہے۔ ایڈیٹنگ، ترجمہ، ٹائپنگ یا پروف ریڈنگ (Proof-Reading) کی معمولی سی غلطی بھی اخبار کی ساکھ کو زبردست نقصان پہنچا سکتی ہے۔

مقامی نوعیت کی خبر خواہ مختصر ہی کیوں نہ ہو، اخبار کے کسی اندرونی صفحہ پر غیر اہم انداز میں کیوں نہ شائع ہوئی ہو اس کی اشاعت میں معمولی سی لغزش کا راست اثر مرتب ہوگا۔ یہی وجہ ہے کہ اخبارات، قومی اور بین الاقوامی خبروں کے مقابلے، مقامی خبروں کی ایڈیٹنگ میں احتیاط سے کام لیتے ہیں۔ سب ایڈیٹر کی ذمہ داری ہے کہ وہ ایسی کوئی خبر اس وقت تک شائع نہ کرے جب تک کہ اس کی صداقت سے مطمئن نہ ہو جائے۔

خبروں میں واقعیت پسندی (Objectivity) کے ساتھ ساتھ وضاحت اور شفافیت ضروری ہے۔ مقامی خبروں کی ایڈیٹنگ کرنے والوں کا فریضہ ہے کہ وہ راست وصول ہونے والی خبروں کو قارئین کے لیے قابل فہم بنائیں۔ مختلف تنظیموں اور اداروں کے پریس نوٹس اگر چہ اردو ہی میں کیوں نہ ہوں، غیر واضح ہونے کی صورت میں انہیں از سر نو لکھا جائے۔

اضلاع کے نامہ نگاروں سے وصول ہونے والی خبروں کا یہی حال ہوتا ہے۔ ان خبروں کا نہ ابتدائی (Lead) ہوتا ہے اور نہ ہی سر پیر۔ خبر کی سب سے اہم بات، بسا اوقات خبر کے آخری حصے میں دی جاتی ہے۔ یا پھر اس اہم بات کا تذکرہ ہی نہیں ہوتا۔ ایسا اس لیے ہوتا ہے کیونکہ اضلاع کے نامہ نگار باضابطہ صحافی نہیں ہوتے۔ متعلقہ سب ایڈیٹر کی ذمہ داری ہے کہ وہ ایسی خبروں کو صحیح ابتدائی کے ساتھ

نہ صرف دوبارہ لکھے بلکہ نامہ نگار سے ایک مرتبہ پہلے فون پر بات بھی کر لے تاکہ کوئی اہم نکتہ چھوٹ نہ جائے۔

1.2.2.3 قومی و بین الاقوامی خبروں کا ڈیسک

بڑے اخبارات کے نمائندے ملک کے تمام اہم شہروں میں متعین کیے جاتے ہیں۔ انگریزی اخبارات کے نمائندے تو اہم عالمی مراکز میں بھی نظر آتے ہیں۔ اردو اخبارات کا معاملہ مختلف ہے۔ وسائل کی کمی اور افرادی قوت کی قلت کے باعث اردو اخبارات محض اپنے شہر اور آس پاس کے اضلاع ہی میں نامہ نگار متعین کر پاتے ہیں۔ ایسے میں قومی اور بین الاقوامی خبروں کے لیے خبر رساں ایجنسیوں جیسے پی ٹی آئی، یو این آئی، اے ایف پی، رائٹر وغیرہ پر انحصار کرنا پڑتا ہے۔ ماضی میں ٹیلی ویژن کے ذریعے ان نیوز ایجنسیوں سے خبریں اخبار کے دفتر کو وصول ہوا کرتی تھیں۔ اب اس کی جگہ انٹرنیٹ کنکشن اور سیٹلائٹ کنکشن نے لے لی ہے۔ ایڈیٹر تمام موصولہ خبروں میں سے اہم اور قابل اشاعت خبریں نکال کر ترجمے اور ایڈیٹنگ کے لیے ایڈیٹرز کو دیتا ہے۔ وہ خبر کا ترجمہ اور ایڈیٹنگ کرنے کے بعد مناسب سرخی لگاتے ہیں۔ ایڈیٹر کی منظوری حاصل ہو جانے کے بعد یہ خبر کمپیوٹر کے شعبے میں پہنچادی جاتی ہے۔ یہاں کمپیوٹر پر اس کی ٹائپنگ عمل میں آتی ہے اور یہاں سے پرنٹنگ کے لیے روانہ کر دی جاتی ہے۔

غیر خبری شعبہ (VIEW SECTION)

اس شعبہ کی زیر نگرانی ادارتی صفحہ کی تیاری عمل میں آتی ہے، ادارہ لکھے جاتے ہیں، خیالات اور آراء پر مبنی مضامین، مراسلے ترتیب پاتے ہیں۔ اس کے علاوہ ہفتہ وار سپلیمنٹس (ضمیمے) میں شائع ہونے والے مضامین، فیچرس اور کالمس کی ترتیب و تیاری اسی شعبہ کے ذمہ ہوتی ہے۔

شعبہ ادارت میں انجام دیے جانے والے امور

مجموعی طور پر ہم کہہ سکتے ہیں کہ شعبہ ادارت درج ذیل امور انجام دیتا ہے۔

- (1) خبریں جمع کرنا
- (2) خبروں اور فیچرس کا انتخاب
- (3) خبروں اور فیچرس کی ایڈیٹنگ
- (4) خبروں کا ترجمہ
- (5) خبروں کو قابل فہم بنانا
- (6) اہم مضامین کا انتخاب
- (7) ادارہ نویسی وغیرہ

ادارتی عملہ:

اب آئیے ادارتی شعبے سے وابستہ عملے کی کارگردگی کا جائزہ لیں۔

ایڈیٹر:

کسی اخبار میں ایڈیٹر کا کلیدی رول ہوتا ہے۔ اخبار میں شائع ہونے والے تمام ترامور کی ذمہ داری اسی کی ہے۔ خواہ وہ اخبار کا ادارہ ہوا یا خصوصی سپلیمنٹس (Supplements) میں شائع ہونے والا کوئی فیچر۔ سبھی ایڈیٹر کی زیر نگرانی ترتیب پاتے ہیں۔ مگر روزانہ ایک مکمل اخبار کو ترتیب دینا تھا ایڈیٹر کے بس کا روگ نہیں۔ اس کام کے لئے اس کے کئی ماتحتین موجود ہوتے ہیں جو درج ذیل ہیں۔

ایسوسی ایٹ ایڈیٹر (Associate Editor)

مینجنگ ایڈیٹر (Managing Editor)

نیوز ایڈیٹر (News Editor)

نامہ نگار اور رپورٹر (Correspondent Reporter)

سب ایڈیٹر (Sub-Editor)

فوٹو گرافرس (Photographers)

کارٹونسٹ (Cartoonist)

فیچر نگار وغیرہ (Feature Writers)

ایڈیٹر اپنے ماتحتین کی قابلیت اور صلاحیت سے بخوبی واقف ہوتا ہے۔ وہ ان کی صلاحیتوں کے مطابق ان سے کام لینا جانتا ہے۔ وہ خبروں کی دلچسپ انداز میں پیش کش سے خوب واقف ہوتا ہے۔ دنیا بھر میں ہونے والے اہم واقعات پر اس کی گہری نظر ہوتی ہے۔ وہ یہ بھی جانتا ہے کہ اس کے قارئین کو کس طرح کی خبروں کی ضرورت ہے۔

اخبار کا کام چونکہ اجتماعی نوعیت یعنی Team Work کا ہوتا ہے۔ اس لیے مختلف شعبوں کے درمیان بہتر تال میل کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس لیے ایڈیٹر کی نگرانی میں مختلف شعبوں کے سربراہان اور سینئر ارکان کی ایک مینٹنگ طلب کی جاتی ہے جس میں اخبار کی روزانہ کی کارکردگی کا جائزہ لیا جاتا ہے۔ اس مینٹنگ کا مقصد اخبار کو مجموعی اعتبار سے مزید بہتر بنانا ہوتا ہے۔ اخبار کی تیاری، طباعت اور تقسیم کے مرحلے میں درپیش مسائل کا حل تلاش کیا جاتا ہے۔ ادارتی صفحہ خصوصاً ادارہ لکھنے یا لکھوانے کی ذمہ داری ایڈیٹر کی ہوتی ہے۔ عموماً ادارہ وہی لکھتا ہے۔ اگر جوائنٹ ایڈیٹر یا سب ایڈیٹر ادارہ لکھیں تو اشاعت کے لیے ایڈیٹر کی منظوری لازمی ہوتی ہے۔ بعض اوقات خصوصی اور موضوعاتی نوعیت کے ادارہ، ان امور کے ماہرین سے لکھوائے جاتے ہیں۔ ایڈیٹر اس بات کا پورا پورا خیال رکھتا ہے کہ ادارہ، اخبار کی پالیسی کی ترجمانی کرتا ہو۔

نیوز ایڈیٹر:

اخبار کا بیشتر کام نیوز ایڈیٹر کی زیر نگرانی انجام پاتا ہے۔ اخبار کے دفتر کو خبریں مختلف ذرائع سے موصول ہوتی ہیں۔ ان تمام خبروں کا مطالعہ کرنے کے بعد وہ اپنے قارئین کے مذاق و مزاج کے مطابق اہم خبروں کا انتخاب کرتا ہے اور سب ایڈیٹر میں کام کی تقسیم

کرتا ہے۔

وہ اشاعت کے لیے مقرر وقت یعنی ڈیڈ لائن (Dead Line) تک کام کی تکمیل کی جدوجہد میں لگا رہتا ہے۔ کس خبر کو کتنا نمایاں یا کس صفحے پر اور کتنے کالموں میں شائع کیا جائے، اس کا فیصلہ بھی وہی کرتا ہے۔ خبر کو مناسب سرخی لگانا یا سب ایڈیٹر کی لگائی سرخی کو منظوری دینا اس کے فرائض میں شامل ہے۔

بیورو چیف:

یہ رپورٹروں کی ایک پوری ٹیم کا سربراہ ہوتا ہے۔ وہ رپورٹروں میں کام کی تقسیم کرتا ہے۔ بیورو چیف تمام اہم مقامی خبروں کے حصول کو یقینی بناتا ہے۔ اس کے کیبن میں مختلف تنظیموں، اداروں وغیرہ کی جانب سے روانہ کردہ دعوت ناموں کا انبار ہوتا ہے۔ بیورو چیف ان میں سے اپنے قارئین کے لیے اہم سرگرمیوں کا انتخاب کر کے ان کی رپورٹنگ کے لیے اپنے رپورٹروں کو روانہ کرتا ہے۔ وہ اس بات کا فیصلہ کرتا ہے کہ کون سی پریس کانفرنس یا کون سی ہڑتال وغیرہ زیادہ اہم ہے۔ اسی کے مطابق رپورٹروں میں کام کی تقسیم عمل میں آتی ہے۔ یہی نہیں جس وقت کام کا بوجھ بہت زیادہ ہو یا کوئی بے حد اہم واقعہ کی رپورٹنگ کی جانی ہو، بیورو چیف خود اس واقعے کی رپورٹنگ کے لیے جاتا ہے تاکہ اپنے تجربے کی روشنی میں کسی واقعے سے جڑے حقائق کو بہتر انداز میں قارئین کے سامنے لاسکے۔

رپورٹر:

یہ کسی اخبار کا باقاعدہ ملازم ہوتا ہے جو مقامی خبروں کی رپورٹنگ کے لیے معذور کیا جاتا ہے۔ رپورٹر کے لیے لازم کہ وہ اپنی رپورٹ میں واقعیت پسندی یا Objectivity کا ثبوت دے۔ اپنی طرف سے کسی رائے یا تبصرہ کا اضافہ نہ کرے۔ کسی واقعے کو بے کم و کاست بیان کر دے اور کسی ایک فریق کی طرف داری سے مکمل طور پر گریز کرے۔ تبھی وہ خود کو ایک اچھا رپورٹر ثابت کر پائے گا۔

سب ایڈیٹر:

سب ایڈیٹر کی ذمہ داری اخبار کی اشاعت کے سلسلے میں کافی اہم ہوتی ہے۔ جو خبریں رپورٹر کے توسط سے وصول ہوتی ہیں یا جو خبریں اضلاع کے نامہ نگار روانہ کرتے ہیں، ان کی نوک پلک سنوارنا اسی کے ذمے ہوتا ہے۔ خبروں کے انداز پیش کش کو بہتر بنا کر زیادہ سے زیادہ لوگوں کے لیے خبروں کو قابل فہم بنانا سب ایڈیٹر کے اہم فرائض میں سے ایک ہے۔ وہ خبر کو قابل اشاعت بناتا ہے۔ سرخی لگاتا ہے۔ ضرورت کے مطابق خبر میں اضافہ یا تخفیف کرتا ہے۔ مطلب یہ کہ اگر غیر ضروری تفصیلات خبر میں موجود ہوں تو ان کو حذف کرتا ہے اور ضروری اضافے کرتا ہے۔

سب ایڈیٹر میں کن خوبیوں کا ہونا لازمی ہے؟

(1) سب ایڈیٹر کو رائے عامہ سے گہری دلچسپی ہونی چاہیے۔ ماضی اور حال کے جملہ حالات سے واقفیت اس کے کام کو نکھار دیتی ہے۔

(2) وہ معاملہ فہم، بلند نظر اور اپنے قارئین کے مزاج کو جاننے والا ہو۔

(3) وہ ایک ضابطہ پسند اور انصاف پسند شخص ہو۔

- (4) وہ کام میں پھرتیلا ہوتا کہ طے شدہ وقت پر کام کو انجام دے سکے۔
- (5) وہ دورانِ دلش ہو اور ہر کام کو درستگی اور کاملیت سے کرنے کا عادی ہو۔
- (6) وہ اپنا کام بے دلی یا بیزاری کے ساتھ نہ کرے نہ ہی کسی نظریے کے زیر اثر آئے۔ وہ اپنی ذہنی صلاحیتوں کو بروئے کار لانا جانتا ہو۔
- (7) معلومات عامہ سے اسے دلچسپی ہونی چاہیے۔ سیاسی معلومات کا شوق رکھتا ہو۔
- (8) اپنے نظریات کو قارئین پر مسلط نہ کرے۔
- (9) ملک کے آئین کے اہم نکات سے واقف ہو۔ بنیادی حقوق کی تفصیلات سے واقف ہو۔ اخبارات سے متعلق تمام ضروری قوانین اور جدید ترین ترامیم سے واقفیت بھی ضروری ہے۔
- (10) زبان پر اسے عبور ہونا ضروری ہے۔ اردو اخبار کے سب ایڈیٹر کے لیے اچھا ترجمہ نگار ہونا لازمی ہے۔
- (11) اگر رپورٹر حقائق کو بیان کرنے میں کوئی غلطی کرتا ہے تو اس کی اصلاح کرنا سب ایڈیٹر کی ذمہ داری ہے۔
- غرض ایک رپورٹر اور سب ایڈیٹر دونوں ہی میں خبر شناسی کی اہلیت ہونی بے حد ضروری ہے۔ اس کے علاوہ اسے وضاحت، چوکسی، تیز رفتاری، تجسس، دورانِ دلش، دیانت داری، بے خونی و بے باکی، مصلحت پسندی، متحرک و باکمال شخصیت کا حامل ہونا چاہیے۔

1.3 کمپیوٹر ڈیپارٹمنٹ (Computer Department)

آج کل انگریزی و دیگر اخبارات میں رپورٹر و سب ایڈیٹر راست کمپیوٹر پر کام کرتے ہیں۔ لیکن اردو اخبارات میں خبروں کی ٹائپنگ کے لیے علاحدہ آپریٹر معمور ہوتے ہیں۔ جو تیج میکانگ یعنی صفحہ سازی کے فرائض بھی انجام دیتے ہیں۔ سب ایڈیٹر خبریں تحریر کر کے شعبہ کمپیوٹر کے حوالے کر دیتا ہے۔ یہاں سے خبریں ٹائپنگ اور تیج میکانگ کے بعد طباعت کے لیے بھیج دی جاتی ہیں۔

1.4 شعبہ اشتہارات (Advertising Department)

اخبارات کی آمدنی کا اہم ذریعہ اشتہارات ہیں۔ اشتہارات سے ہونے والی آمدنی تقریباً 75 سے 80 فیصد ہوتی ہے جبکہ اخبار کی فروخت سے جو آمدنی ہوتی ہے وہ صرف 20-25 فیصد ہوتی ہے۔ یہی سبب ہے کہ اخبارات میں اشتہارات پر خصوصی توجہ دی جاتی ہے۔

1.4.1 اشتہارات کے اقسام۔

عموماً اشتہارات تین قسم کے ہوتے ہیں۔

(1) نمایاں اشتہارات (Display Advertisements)۔

(2) مقامی یا کیزول اشتہارات (Local or Casual Advertisements)۔

(1) نمایاں اشتہارات:

اخبار کے مختلف صفحات پر نمایاں طور پر بڑے سائز میں شائع ہونے والے اشتہار۔ ان اشتہارات کا نرخ (خرچ) کافی زیادہ ہوتا ہے۔

(2) مقامی اور کیوول اشتہارات:

ایسے مقامی اشتہارات جو کبھی کبھار شائع ہوتے ہیں جبکہ مستقل اشتہاروں کے لیے نرخ مقرر ہوتا ہے اور عموماً رعایتی ہوتے ہیں۔

(3) اشتہار چے یا ترتیبی اشتہارات:

یہ ایسے چھوٹے چھوٹے اشتہار ہوتے ہیں جو مخصوص مقام پر ایک ہی عنوان کے تحت شائع کیے جاتے ہیں۔ یہ مقابلتاً ارزاں ہوتے ہیں۔ کوئی بھی تجارتی اعلان اشتہار کہلاتا ہے۔ اس اعلان کے لیے اس اشتہار کا نرخ ادا کرنا ہوتا ہے۔ وہی اشتہار کامیاب سمجھا جاتا ہے جو خریدار کو مثبت عمل پر ابھارتا ہے۔ اشتہارات کے بغیر کسی اخبار کا زندہ رہنا مشکل ہے۔ ہندوستان میں اب تک فی کالم سینٹی میٹر (Per Column Centimeter) کے حساب سے اشتہارات کے نرخ وصول کیے جاتے تھے۔ لیکن اب فی اسکوائر سینٹی میٹر (Per Square Centimeter) کے حساب سے نرخ وصول کیا جاتا ہے۔ مسلسل اشتہار دینے والوں کو خصوصی رعایتیں بھی دی جاتی ہیں۔

شعبہ اشتہارات کے فرائض:

اخبار کے دفتر کو کچھ اشتہارات ایڈورٹائزنگ ایجنسی کے توسط سے موصول ہوتے ہیں۔ جس پر شعبہ اشتہارات کو کوئی محنت نہیں کرنی پڑتی۔ وہ بالکل تیار حالت میں ہوتے ہیں۔ جو ان کے توں شائع کر دیے جاتے ہیں۔ لیکن وہ اشتہارات جو راست وصول ہوتے ہیں ان کی تیاری شعبہ اشتہارات کے ذمے ہوتی ہے۔ کسی بھی اشتہار میں مسودہ اور مواد کی جاذب نظر ترتیب کی کافی اہمیت ہوتی ہے۔ اس لیے یہ ایک اہم ذمہ داری ہے۔

بل کی تیاری اور مشتہرین کے پاس سے وصولی بھی اسی شعبے کی ذمہ داری ہے۔ بعض اخبارات میں یہ کام شعبہ اکاؤنٹس میں انجام پاتا ہے۔ کسی بھی اشتہار کی اشاعت سے قبل شعبہ اشتہارات کو یہ علم ضروری ہونا چاہیے کہ کون سا گاہک قابل اعتماد ہے۔

1.5 شعبہ اشاعت یا سرکولیشن (Circulation Department)

اخبارات کا طبع ہونا ہی اہم نہیں ہے بلکہ ان کا خریداجانا بھی بے حد ضروری ہے۔ اشاعت کی بھی کاروباری اہمیت ہے۔ عملہ ادارت کے اراکین اخبار ترتیب دے دیتے ہیں۔ شعبہ طباعت اخبار چھاپ کر ذمہ داری پوری کر لیتا ہے۔ مگر ان اخبارات کو قارئین تک پہنچانے کی تمام تر ذمہ داری شعبہ اشاعت یعنی سرکولیشن ڈیپارٹمنٹ (Circulation Department) کی ہوتی ہے۔

سرکولیشن سے کیا مراد ہے

اخبارات کی بکری یا فروخت (Sale) کی تعداد کو سرکولیشن کہا جاتا ہے۔ کسی بھی اخبار کی کامیابی کا انحصار سرکولیشن پر ہوتا ہے کیونکہ جتنی زیادہ اشاعت ہوگی اتنے ہی زیادہ اشتہارات اخبار کو ملیں گے۔ زیادہ اشتہارات کا مطلب زیادہ آمدنی ہے۔ اشاعت کے بغیر اشتہارات کا تصور بھی ممکن نہیں۔

ہر اخبار کا شعبہ اشاعت الگ ڈھنگ کا ہوتا ہے۔ اشاعت جتنی زیادہ ہوگی۔ شعبہ سرکولیشن اتنا ہی وسیع ہوگا۔ اس شعبے کے سربراہ کو سرکولیشن مینیجر (Circulation Manager) کہتے ہیں۔

یہ خالص انتظامی شعبہ ہے جہاں پابندی وقت کی بڑی اہمیت ہے۔ اخبارات کے بندلوں کو ریل گاڑیوں، بسوں یا ہوائی جہاز کے ذریعے دور دراز مقامات پر پہنچانے کی ذمہ داری اسی شعبے کے تحت ہے۔

سرکولیشن مینیجر کی ذمہ داری

- (1) اخبارات بروقت قارئین تک پہنچانا۔
- (2) دفتر سے باہر بھیجے جانے والے تمام پرچوں کا حساب رکھنا۔
- (3) سالانہ، سہ ماہی یا ششماہی خریداروں کو باقاعدگی سے اخبار بھیجنا۔
- (4) ہاکرس (Hawkers) کو اخبار کی فراہمی کا حساب رکھنا۔
- (5) ایجنٹوں کو باقاعدگی سے بل بھیجنا اور ادائیگی کے لیے یاد دہانی کراتے رہنا۔
- (6) کسی مقام پر اخبار کی فروخت میں کمی واقع ہو رہی ہو تو سرکولیشن مینیجر کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ فوری وجوہات کا پتہ لگائے۔

غرض کہ یہ شعبہ مسلسل اس کاوش میں لگا رہتا ہے کہ کس طرح اخبار کی اشاعت میں اضافہ کیا جائے۔ اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے نئے نئے طریقے اور ترکیبیں آزمائی جاتی ہیں۔

1.6 شعبہ نظم و نسق (Administration Department)

اخبارات میں انتظامی امور، عملہ سے مربوط امور اور اکاؤنٹس کی نگرانی کے لیے شعبہ نظم و نسق یعنی (Administration Department) ہوتا ہے۔ اردو اخبارات میں علاحدہ طور پر Personnel یا HR (Human Resource) کا محکمہ نہیں ہوتا۔ اسی لیے دفتر کی تمام ضروریات سے لے کر عملہ کی تنخواہوں کی ادائیگی کا کام بالعموم اسی شعبے کی ذمہ داری ہے۔ اس شعبہ سے جڑا ایک شعبہ خریداری (Purchase Department) بھی ہوتا ہے جو اخبار کے دفتر میں روزمرہ کی ضروریات سے مربوط ساز و سامان کی خریداری کا کام انجام دیتا ہے۔

1.7 شعبہ طباعت (Printing Department)

یہ شعبہ صحافیوں کے تخلیقی کام کو اخبار کی شکل میں تبدیل کرتا ہے۔ پریس مینجر اس شعبے کا سربراہ ہوتا ہے۔ اس شعبے کو مزید تین ذیلی شعبوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

(1) کمپوزنگ روم (Composing Room)

(2) پلیٹ میکنگ (Plate Making)

(3) پریس روم (Press Room)

آج کل کمپوزنگ تو کمپیوٹر پر ہو جاتی ہے۔ لیٹر پریس (Letter Press) طباعت کا قدیم ترین طریقہ ہے جبکہ آفسیٹ (Ofest) طریقہ طباعت جدید ترین ہے۔ ڈیجیٹل پرنٹنگ (Digital Printing) نے تو دنیائے طباعت میں انقلاب برپا کر دیا ہے۔

1.8 اچھے اخبار کی خصوصیات

جس اخبار میں مندرجہ ذیل خوبیاں ہوں گی وہ ایک اچھا اخبار کہلائے گا:

- (1) اخبار میں تمام اہم خبروں کا احاطہ کیا جائے۔
- (2) قارئین تک اہم معلومات بہم پہنچائے۔
- (3) ضروری تبصرہ اور رہنمائی فراہم کرے۔
- (4) کسی بھی ایسے مقامی، قومی یا بین الاقوامی واقعہ کے تمام پہلوؤں سے آگاہ کرے جو قارئین کے لیے اہمیت کے حامل ہوں۔
- (5) اخبار کا ادارہ اہم مسائل پر قارئین کو باشعور بنائے۔
- (6) خبروں کے ذریعے اپنے قارئین کے مجموعی امیج کی ترجمانی کرے۔ اداروں کے ذریعے دانش مندانہ آراء کا اظہار کرے۔
- (7) اخبار کے عملہ میں پیشہ ورانہ وقار اور قابلیت و اہلیت ہو۔
- (8) ایک اچھا اخبار کمیونٹی کے لیے اہمیت و دلچسپی کی حامل خبروں اور تبصروں کو جگہ دیتا ہے۔
- (9) مالی طور پر مستحکم، طاقت ور اور آزادانہ اشاعت کو یقینی بناتا ہے۔
- (10) ایک اچھا اخبار وہی ہے جو سچائی، آزادی، شائستگی اور انسانیت کی فلاح بہبود کے اصولوں پر کار بند رہے۔

اس اکائی کے مطالعے کے بعد ہم نے درج ذیل نکات دیکھے:

- (1) اخبارات ہماری روزمرہ زندگی کا اہم حصہ بن چکے ہیں۔ محدود وقت اور صفحات میں اخباری عملہ اپنے قارئین کو تازہ ترین خبریں بہتر سے بہتر انداز میں فراہم کرنے کی کوشش کرتا ہے۔
- (2) اخبار میں روزانہ جنگی خطوط پر کام ہوتا ہے۔ صحافیوں کے لیے یہ لازم ہے کہ وہ کام سرعت کے ساتھ نمٹائیں۔ مگر عجلت میں کسی غلطی کے مرتکب بھی نہ ہوں۔
- (3) اخبار کے ملازمین میں صحافی بھی ہوتے ہیں اور غیر صحافی بھی تمام ملازمین ایک ٹیم (Team) کی طرح کام کرتے ہیں۔ سبھی ہر صبح ایک مکمل اخبار قارئین کے ہاتھوں میں پہنچتا ہے۔
- (4) کام کی نوعیت کی بنیاد پر اخبار کے دفتر میں انجام دئے جانے والے امور کو ہم حسب ذیل شعبوں میں تقسیم کر سکتے ہیں۔
 - شعبہ ادارت: اس کے تحت تمام خبروں سے متعلق ایک شعبہ ہوتا ہے جو خبروں سے متعلق مواد سے نمٹتا ہے۔
 - دوسرا غیر خبری شعبہ ہوتا ہے جس کے تحت ادارتی صفحہ کی تیاری عمل میں آتی ہے۔
 - شعبہ کمپیوٹرس: اردو اخبارات میں خبروں کی ٹائپنگ کے لیے علاحدہ سے آپریٹر مقرر ہوتے ہیں جو بیج میکانگ کے فرائض بھی انجام دیتے ہیں۔
 - شعبہ شہتہارات: کوئی بھی تجارتی اعلان اشتہار کہلاتا ہے۔ اس اعلان کے لیے اشتہار کا نرخ ادا کرنا ہوتا ہے۔ اخبارات میں آج کل فی اسکوائر سینٹی میٹر کے حساب سے نرخ وصول کیا جاتا ہے۔
 - شعبہ طباعت: یہ شعبہ صحافیوں کے تخلیقی کام کو اخبار کی شکل میں تبدیل کرتا ہے۔
 - اخبار کا ایڈیٹر مندرجہ بالا تمام شعبوں کا سربراہ ہوتا ہے۔
 - شعبہ سرکولیشن: اخبارات کی تعداد اشاعت یا اخبارات کی فروخت سرکولیشن کہلاتی ہے۔ طباعت کے بعد اخبارات کو قارئین تک پہنچانے کی ذمہ داری اسی شعبے کے تحت ہے۔
 - شعبہ نظم و نسق: اردو اخبارات میں انتظامی امور، عملہ سے مربوط امور اور اکاؤنٹس کی نگرانی کے لیے شعبہ نظم و نسق یعنی Administration Department ہوتا ہے۔
- (5) شعبہ ادارت بالعموم نیوز ایڈیٹر کے تحت کام کرتا ہے۔ رپورٹنگ کا شعبہ کسی بھی اخبار کے لیے رگ جاں کی حیثیت رکھتا ہے۔
- (6) اشتہارات و مارکیٹنگ، سرکولیشن اور پرنٹنگ کے بشمول انتظامی امور کی نگرانی میجنگ ایڈیٹر کرتا ہے۔
- (7) اخبار کا کام چونکہ اجتماعی نوعیت کا ہوتا ہے۔ اسی لیے مختلف شعبوں کے درمیان بہتر تال میل کے لیے ایڈیٹر کی نگرانی

- 8) میں روزانہ میٹنگ طلب کی جاتی ہے۔ اس میٹنگ میں اخبار کی روزانہ کی کارکردگی کا جائزہ لیا جاتا ہے۔
- 9) سب ایڈیٹرز اور رپورٹرز صحافت کی بساط کے ایسے مہرے ہیں جو کسی بھی اخبار کی بازی کو فتح سے ہم کنار کر سکتے ہیں۔
- 10) مقامی خبروں کی ایڈیٹنگ میں خاصی احتیاط کی ضرورت ہے۔
- 11) خبروں میں واقعیت پسندی کے ساتھ ساتھ وضاحت اور شفافیت ضروری ہے۔
- 12) اخبار کا ادارہ کسی اخبار کی پالیسی کا ترجمان ہوتا ہے اسی لیے عموماً ایڈیٹر یا کوئی سینئر صحافی ہی ادارہ پر توجہ دیتا ہے۔
- 13) اخبار کے دفتر میں خبروں پر نظر رکھنے یعنی Gate Keeping کا کام کافی اہم ہوتا ہے۔
- 14) اخبار کی اشاعت میں مقررہ وقت یعنی Dead-line کا لحاظ رکھا جانا بے حد ضروری ہے۔
- 15) رپورٹر اور سب ایڈیٹر میں خبر شناسی کا جوہر ہونا بے حد ضروری ہے۔ ساتھ ہی وہ تیز رفتاری، چوکسی، صبر و تحمل، دورانہدیشی، دیانتداری، متحرک اور باکمال شخصیت کا حامل ہو۔
- 16) ایک اچھا اخبار وہی ہے جو سچائی، آزادی، شائستگی اور انسانیت کی فلاح و بہبود کے اصولوں پر کاربند رہے۔

1.10 فرہنگ

اخبار کی تیاری کے لیے مختص وقت	ڈیڈ لائن (Dead Line)
کسی بھی واقعہ کا بے کم و کاست بیان	واقعیت پسندی (Objectivity)
قارئین تک اخبار پہنچانے والے کارکن (اخبار فروش)	ہاکرس (Hawkers)
اخبار کے مواد کی تصحیح	پروف ریڈنگ (Proof Reading)
خبر کا سب سے اہم حصہ جو ابتداء میں ہوتا ہے۔	ابتدائیہ (Lead)
مختلف موضوعات کے تحت مخصوص قارئین کے لیے نکالے جانے والے ضمیمے	ہفتہ وار سپلیمنٹس
کبھی کبھار شائع ہونے والے اشتہارات	کیزول اشتہارات

1.11 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- (1) اخبار کے کوئی تین شعبوں کے نام لکھیے۔
- (2) شعبہ ادارت کن دو ذیلی شعبوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے؟
- (3) اخبار میں خبروں پر نظر رکھنے کو کیا کہتے ہیں؟
- (4) ادارتی صفحہ کی تیاری ادارتی شعبے کے کس ذیلی شعبہ کے تحت ہوتی ہے؟
- (5) 'ترتیبی اشتہارات' کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟

- (6) اخبار میں شائع ہونے والے بڑے سائز کے اشتہار کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟
- (7) اخبار کی فروخت کی تعداد کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟
- (8) طباعت کا جدید ترین طریقہ کیا ہے؟
- (9) اخبار فروش کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟
- (10) اخبار کے مواد کی تصحیح کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟

مختصر جوابات کے حامل سوالات

- (1) اخبار میں ہر روز کام جنگی خطوط پر ہوتا ہے۔ تبصرہ کیجیے۔
- (2) ایک اچھے اخبار کی خصوصیات بیان کیجیے۔
- (3) اخبار میں ایڈیٹر کے رول پر ایک نوٹ لکھیے۔
- (4) شعبہ ادارت میں انجام دیے جانے والے امور بیان کیجیے۔
- (5) سرکولیشن ڈپارٹمنٹ کی کارگردگی کا جائزہ لیجیے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

- (1) اخباری کام کی تقسیم پر ایک تفصیلی نوٹ لکھیے۔
- (2) شعبہ ادارت کی ذمہ داری کو تفصیل کے ساتھ قلم بند کیجیے۔
- (3) ادارتی شعبہ سے وابستہ عملے کی کارگردگی کا جائزہ لیجیے۔
- (4) سب ایڈیٹر میں کن خوبیوں کا ہونا لازمی ہے؟ اس کے فرائض پر روشنی ڈالیے۔
- (5) شعبہ اشتہارات کی اہمیت و افادیت بیان کیجیے۔

1.12 تجویز کردہ اکتسابی مواد

- رہبر اخبار نویس : سید اقبال قادری
فن صحافت : عبدالسلام خورشید

Journalism by N. Jayapalan

Essentials of Practial Journalism by Vir Bala Aggarwal

اکائی 2۔ ایک اچھے رپورٹر کی خصوصیات اور اس کی خوبیاں

اکائی کے اجزاء؛

- | | |
|-------|--------------------------------------|
| 2.0 | تمہید |
| 2.1 | مقاصد |
| 2.2 | ایک اچھے رپورٹر کی خصوصیات |
| 2.2.1 | نوٹ بک |
| 2.2.2 | شارٹ ہینڈ |
| 2.2.3 | ٹیپ ریکارڈر |
| 2.2.4 | ڈائری |
| 2.2.5 | کیمرہ |
| 2.2.6 | کمپیوٹر سے واقفیت |
| 2.2.7 | ایک سے زائد زبانوں پر عبور |
| 2.3 | تعلیمی لیاقت |
| 2.4 | رپورٹر کی قسمیں |
| 2.5 | ایک چیلنجنگ پیشہ |
| 2.6 | رپورٹر کے لیے ضروری خوبیاں |
| 2.6.1 | خبر کو جانچنے کی صلاحیت |
| 2.6.2 | تحقیق و مطالعہ |
| 2.6.3 | سوال کرنے کی صلاحیت |
| 2.6.4 | انگریزی اور علاقائی زبانوں سے واقفیت |

2.6.5	کمپیوٹر کی لیاقت
2.7	اقتصادی نتائج
2.8	فرہنگ
2.9	نمونہ امتحانی سوالات
2.10	تجویز کردہ اقتصادی مواد

2.0 تمہید (Introduction)

رپورٹنگ یا خبرنگاری صحافت کا ایک ایسا شعبہ ہے جس پر ہمیشہ سے خصوصی توجہ دی جاتی ہے۔ ایک اچھے رپورٹر کے لیے درکار تعلیمی قابلیت کے علاوہ اس اکائی میں ہم یہ جاننے کی کوشش کریں گے کہ رپورٹر کو بنیادی طور پر کن چیزوں کا خیال رکھنا چاہیے اور کس طرح کا طریقہ کار اپنانا کر وہ اپنے کام کو بہ حسن و خوبی سرانجام دے سکتا ہے۔

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ کو اس بات کا اندازہ ہو جائے گا کہ اچھے رپورٹر میں کیا کیا خصوصیات ہوتی ہیں۔ مثلاً خبروں کو جانچنے پر کھنے کی صلاحیت، تحقیق و مطالعہ زبان سے اچھی واقفیت کے علاوہ خبرنگاری کے لیے جن معاون چیزوں کی ضرورت ہوتی ہے اس کے استعمال سے وہ واقف ہو۔ مثلاً اس میں کمپیوٹر کی اچھی صلاحیت ہونی چاہیے کیونکہ موجودہ دور میں کمپیوٹر ایک ضرورت بن گیا ہے۔ اخبار یا الیکٹرانک میڈیا میں کمپیوٹر کا زیادہ سے زیادہ استعمال ہو رہا ہے۔ اس کے علاوہ ایک رپورٹر اگر شارٹ ہینڈ سے واقف ہے تو رپورٹنگ کے وقت اس کو بڑی سہولت ہو جاتی ہے۔ کبھی کبھی اچھے رپورٹس اپنے لیے خود شارٹ ہینڈ بنا لیتے ہیں اور کچھ کوڈ یا مخفف الفاظ وضع کر لیتے ہیں۔ اس سے رپورٹنگ میں بڑی مدد ملتی ہے۔ اسی طرح ڈائری کیمرہ، نوٹ بک، ٹیپ ریکارڈر بھی ان کے کام کے لیے معاون چیزیں ہیں جن کے استعمال سے وہ اپنی رپورٹ کو بہتر سے بہتر بنا سکتے ہیں۔ تفصیلات آگے دی جا رہی ہے۔

2.1 مقاصد (Objectives)

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:

- ☆ اچھے رپورٹر کی خوبیوں سے واقف ہو سکیں۔
- ☆ صحافت میں آنے والے چیلنجز سے واقف ہو سکیں۔
- ☆ صحافی کے لیے کمپیوٹر کی ضرورت سے واقف ہو سکیں۔

2.2 ایک اچھے رپورٹر کے لیے معاون چیزیں

ایک اچھے رپورٹر کے لیے درج ذیل چیزیں اس کے کام میں بڑی معاون و مددگار ہوتی ہیں جن کا اپنانا اس کے لیے ہمیشہ فائدہ

مند ہوتا ہے۔

2.2.1 نوٹ بک

بہ حیثیت رپورٹر ایک فرد کو چاہیے کہ وہ ہمیشہ نوٹس لکھنے کے لیے تیار رہے۔ اس کے لیے دونوٹ بکس رکھی جانی چاہیے۔ ایک تو اتنی چھوٹی کہ آسانی کے ساتھ جیب میں سما سکے یا بیگ میں رکھی جاسکے تاکہ اس چھوٹی نوٹ بک کے ساتھ وہ اس وقت بھی معلومات نوٹ کر سکے جہاں نہ تو بیٹھنے کے لیے جگہ ہو یا لکھنے کے لیے وقت۔ اسی لیے چھوٹی نوٹ بک ہاتھ میں ہی رکھ کر کھڑے کھڑے بھی نوٹس لیے جاسکتے ہیں۔ دوسری نوٹ بک بڑے سائز کی ہو تو بہتر ہے۔ اس کا سائز کم از کم اتنا بڑا ہونا چاہیے کہ جب رپورٹر کسی سے ٹیلیفون پر معلومات حاصل کر رہا ہو تو اس کو بغیر صفحے اٹھے ہوئے آسانی سے اور تیزی کے ساتھ لکھنے کا موقع مل سکے یا پھر ایسی نوٹ بک بھی کارآمد ثابت ہو سکتی ہیں جس میں اسپائرل بانڈنگ (Spiral Binding) ہو۔ جس میں صفحہ الٹا نسبتاً آسان ہوتا ہے۔ ہر نوٹ بک پر تاریخ، جب سے اس میں لکھنا شروع کیا گیا تحریر کرنا چاہیے تاکہ بہ وقت ضرورت ریفرنس کا کام لیا جاسکے۔

2.2.2 شارٹ ہینڈ

رپورٹر کے لیے شارٹ ہینڈ جاننا ایک ایسی صلاحیت ہے جو کہ اس کے لیے فائدہ مند ثابت ہو سکتی ہے۔ کیونکہ ہر مرتبہ ہر جگہ یہ ممکن نہیں ہے کہ آپ پہلے سے منصوبہ بندی کر کے اپنے ساتھ ٹیپ ریکارڈر لے جائیں اور رپورٹر کسی سے ہر بار اسی طرح کی فرمائش بھی نہیں کر سکتا ہے کہ آپ براہ کرم اتنا بولیں کہ میں آپ کی ہر بات نوٹ کر سکوں۔ سکون اور اطمینان (Slow Motion) کے ساتھ کام کرنے کے لیے رپورٹر کو شاید ہی آزادی میسر آئے۔ ایسے میں شارٹ ہینڈ (Short Hand) سے واقفیت بڑی کارآمد ثابت ہوتی ہے۔

2.2.3 ٹیپ ریکارڈر

کسی بھی شخص کے روبرو انٹرویو (Interview) کے لیے ٹیپ ریکارڈر ایک بہترین آلہ ہے۔ اس کے علاوہ ٹیلی فون انٹرویوز میں بھی ٹیپ ریکارڈنگ (ٹیلی فون ٹیپنگ) بڑی کارآمد ثابت ہوتی ہے۔ ٹیپ ریکارڈنگ سے ایک بڑی سہولت یہ ہوتی ہے کہ اگر کوئی فرد شکایت کرے کہ اس نے تو ایسا کوئی بیان نہیں دیا تھا تو اس صورت میں ٹیپ ریکارڈر بطور ثبوت پیش کیا جاسکتا ہے، جس کو جھٹلانا آسان نہیں ہوتا، لیکن انٹرویو یا رپورٹنگ کے دوران بھی تمام تر ٹیپ ریکارڈنگ پر انحصار کرنا صحیح نہیں ہوتا کیونکہ ٹیپ ریکارڈنگ بھی بالآخر ایک مشین اور آلہ ہے۔ اگر رپورٹر جس ٹیپ ریکارڈر پر انحصار کر کے نوٹس وغیرہ بالکل ہی نہیں لے رہا ہو، بعد میں پتہ چلے کہ بیٹری کی خرابی سے یا کسی اور وجہ سے ٹیپ ریکارڈنگ نہیں ہو سکی تو اس وقت مسائل پیدا ہو سکتے ہیں۔ ایسے میں بہتر یہ ہے کہ ٹیپ ریکارڈنگ کے ساتھ ساتھ اگر نوٹس سے اہم نکات بھی تحریر کر لے تو اس سے بڑی سہولت ہوگی۔ اس کے علاوہ ریکارڈنگ کے ساتھ اگر اہم نکات تحریر کرتے جائیں گے تو بعد میں ٹیپ سے استفادہ میں آسانی ہو سکتی ہے۔

2.2.4 ڈائری

ہر رپورٹر کو چاہئے کہ وہ اپنے ذرائع (Contacts) کے پتے اور فون نمبرات کی ڈائری رکھے تاکہ رابطے کے لیے ہر وقت اسے

آسانی رہے۔ خبروں کے حصول کے لیے یہ ضروری ہے۔

2.2.5 کیمرہ

بہت سے رپورٹس ایسے ہیں جو رپورٹنگ کے دوران اپنا خود کا ایک کیمرہ (Camera) بھی ساتھ رکھتے ہیں۔ عام طور پر رپورٹس کے مقابل کسی بھی اخبار میں کیمرہ مین (فوٹوگرافرس) کی تعداد کم ہوتی ہے اور بسا اوقات ایسا ہوتا ہے کہ رپورٹس سب سے پہلے جائے واردات پر پہنچ جاتا ہے۔ اگر وہ اپنے ساتھ اپنا کیمرہ رکھے تو اس کا کام نسبتاً آسان ہو جاتا ہے اور ایسا بھی ہو سکتا ہے کہ واقعے یا حادثے کا منظر نامہ فوٹوگرافر کے پہنچنے پہنچتے تبدیل ہو جائے تو ان تمام صورتوں میں رپورٹر کا اپنا کیمرہ کام آ سکتا ہے۔

2.2.6 کمپیوٹر سے واقفیت

رپورٹر کے لیے یہ ضروری نہیں ہے کہ وہ اپنا ایک کمپیوٹر رکھے۔ ہاں! یہ ضروری ہے کہ وہ کمپیوٹر سے واقف ہو اور بوقت ضرورت اس کو استعمال کر سکتا ہو۔ ایک اچھے رپورٹر کو اس سے بہت مدد ملتی ہے۔ اخبارات کے لیے اب تو بجائے کاغذ، قلم کے سیدھے کمپیوٹر پر ہی رپورٹ تیار کی جاتی ہے اور اسی پر ایڈیٹنگ اور تصحیح کا کام بھی دیکھ لیا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ رپورٹر اگر کمپیوٹر کی زیادہ تر کارکردگی (Functions) سے واقف ہو تو یہ اس کے لیے بہت بہتر ہوتا ہے۔

2.2.7 ایک سے زائد زبانوں پر عبور

ہندوستان جیسے ملک میں جہاں مختلف زبانیں بولی اور سمجھی جاتی ہیں، رپورٹر چاہے کسی بھی علاقے کا ہو، اگر وہ ایک سے زائد علاقائی زبانوں پر عبور رکھتا ہے تو یہ بات اس کے لیے بڑی کارآمد ثابت ہوتی ہے۔ انگریزی ایک ایسی زبان ہے جو کہ ہندوستان کی تقریباً تمام ریاستوں میں بولی اور سمجھی جاتی ہے۔ لیکن علاقائی زبانوں اور قومی زبان ہندی کا کوئی متبادل نہیں ہے۔

2.3 رپورٹر کے لیے تعلیمی لیاقت (Educational Qualification of a Reporter)

رپورٹر کی یہ پہچان ہے کہ وہ خبروں کا اچھا فہم و ادراک رکھتا ہو۔ خبروں کا فہم و ادراک اس کے لیے بہت ضروری ہے۔ صحافتی تعلیم کے سبھی کورس چاہے وہ ڈپلومہ کے ہوں یا ڈگری کے اس وقت کارآمد ثابت ہو سکتے ہیں جب کہ خود اس شخص یا طالب علم میں مضمون (صحافت) سے دلچسپی ہو اور وہ ایک اچھا رپورٹر بننے کے لیے ہر ممکنہ محنت کرنے کے لیے تیار ہو۔ اس کی تعلیم عمدہ ہی نہیں بلکہ بہت عمدہ اور اعلیٰ ہو جیسے کہ امریکی صحافی چارلس اے ڈانانے زور دے کر کہا ہے کہ:

”اچھے رپورٹر کو کئی باتوں کا صحیح علم ہونا چاہیے۔ کسی بھی معاملہ پر اس کو جتنا زیادہ عبور ہوگا، وہ اتنا

ہی بہتر ہوگا۔ کیوں کہ صحافت میں جاہل اور احمق کے لیے کوئی جگہ نہیں ہے۔“

لہذا ایک رپورٹر میں خبر سونگھنے کی صلاحیت ہونی چاہیے اور اس میں خبر کا صحیح فہم و ادراک ہونا چاہیے۔

2.4 رپورٹرز کی قسمیں

رپورٹرز کسی بھی اخبار یا ٹیلی ویژن چینل کے لیے خبروں کی فراہمی (خبریں جمع کرنے) کا سب سے بڑا بنیادی ذریعہ ہوتے ہیں۔ جس مقام سے اخبار شائع ہوتا ہے وہاں کے اطراف و اکناف کے علاقوں سے خبروں کو جمع کرنے کا کام رپورٹرز ہی انجام دیتے ہیں۔ بڑے بڑے اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس میں رپورٹرز کی تعداد بھی بہت زیادہ ہوتی ہے جبکہ کم بجٹ والے اخبارات میں ان کی تعداد بہت کم ہوتی ہے۔

عام طور پر رپورٹرز کو ان کے میدان کار (Beat) بیٹ کے حوالے سے جانا جاتا ہے۔ ان کی کچھ اس طرح درجہ بندی کی جاسکتی ہے۔

1۔ کرائم رپورٹرز (Crime Reporters)

2۔ لیگل رپورٹرز (Legal Reporters)

3۔ بزنس رپورٹرز (Business Reporters)

4۔ اسپورٹس رپورٹرز (Sports Reporters)

5۔ پولیٹیکل رپورٹرز (Political Reporters)

بڑے بڑے اخبارات میں ان کی اور بھی اقسام ہوتی ہیں۔ مثال کے طور پر انگریزی کے اخبار ”بزنس اسٹینڈرڈ“ میں تو آئی ٹی یعنی انفارمیشن ٹیکنالوجی (Information Technology) کے موضوعات کا احاطہ کرنے کے لیے الگ رپورٹر اور ہوا بازی (Aviation) کے موضوعات کا کوریج کرنے کے لیے علاحدہ رپورٹر موجود ہیں۔ بعض افراد میں ماحولیاتی، تعلیم اور مذہبی موضوعات کی کوریج (Coverage) کے علاوہ علاحدہ سے رپورٹرز ہوتے ہیں۔ فلمی خبروں کی کوریج کے لیے فلم جرنلسٹ بعض اخبارات میں الگ سے کام کرتے ہیں۔ اسی طرح سائنسی موضوعات اور آٹو انڈسٹری وغیرہ کا معاملہ بھی ہے۔

رپورٹر اور رپورٹنگ کے حوالے سے انگریزی زبان کا یہ مقولہ صدیوں سے درست ہے کہ "Practicle Field is the best place to learn reporting" یعنی خبرنگاری سیکھنے کے لیے میدان عمل سب سے اچھی جگہ ہوتی ہے۔ میدان صحافت میں رپورٹر سے بڑھ کر دوسرا کوئی نہیں ہوتا ہے۔ چاہے اخبارات ہوں یا ٹیلی ویژن چینلس، رپورٹر کے بغیر ان کا تصور گویا محال ہے اور ایک اچھا رپورٹر اپنی سنجیدہ اور بہترین کارکردگی کے ذریعے ایسی رپورٹیں بھی لاسکتا ہے جو اخباروں ٹی وی چینل کو اپنے قارئین اور ناظرین میں دیگر سبھی سے سرخرو بنا سکتی ہیں۔

2.5 ایک چیلنجنگ پیشہ (A Challenging Profession)

جمہوریت میں صحافت کو ”چوتھا ستون“ قرار دیا گیا ہے۔ صحافی ایک جانب حکومتی سرگرمیوں سے عوام کو واقف کرواتے ہیں تو دوسری جانب سے عوامی مسائل کو حکومت کے گوش گزار کرتے ہیں۔ صحافت اپنا یہ رول اسی وقت نبھا سکتی ہے جب رپورٹرز کو اپنی گراں قدر ذمہ داری کا احساس ہو۔ پھر چاہے رپورٹر اخبار کے لیے کام کرتا ہو یا ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے لیے، جو شخص جتنا چست، چلاک، پھرتیلا

حاضر دماغ اور باریک بینی سے مشاہدہ کرنے والا ہوگا، وہ اتنا ہی بہتر رپورٹر ثابت ہو سکتا ہے۔ پیشہ صحافت میں رپورٹر کا جو کردار ہے اس پر بہت ساری فلمیں بھی بنیں ہیں اور سیریس بھی۔ اس طرح رپورٹر کے کردار کے ساتھ بہت سارا گیمر بھی جڑا ہوا ہے۔ یہ رپورٹر ایک جانب رپورٹنگ کر کے اپنے لیے ذریعہ معاش کی تلاش کی تکمیل کرتا ہے، تو وہ اپنا نام شہرت اور سماجی مرتبہ بھی کماتا ہے، جو کہ اخبار میں کام کرنے والے شاید ہی کسی اور فرد کے حصے میں آتی ہو۔

پیشہ صحافت کے متعلق یہ بات بھی سچ ہے کہ صحافت نہ صرف ایک ایسا ذریعہ روزگار ہے جو دلکش بھی ہے اور گیمر سے بھرپور بھی۔ رپورٹر نہ صرف صحافی ہوتا ہے بلکہ وہ اپنے دور کے تاریخ نویس کا رول بھی ادا کرتا ہے۔ صحافت کو جلد بازی یا عجلت میں تحریر کیے جانے والے ادب سے بھی تعبیر کیا جاتا ہے۔ اس لیے رپورٹر کو چاہیے کہ وہ سماج کے حالات کا نہ صرف باریک بینی سے مطالعہ کرے بلکہ اس کا مشاہدہ بھی عام عوام کی بہ نسبت زیادہ اور مختلف ہونا چاہیے۔ جب تک رپورٹر ان خطوط پر کام نہیں کرتا تب تک اس کے لیے ممکن نہیں ہے کہ وہ غیر معمولی اور خفیہ باتوں، سرگرمیوں کا پردہ فاش کر سکے۔

رپورٹر کے لیے نہ صرف غیر معمولی صلاحیتوں کا حامل ہونا ضروری ہوتا ہے بلکہ اس کو غیر معمولی حالات اور ناگہانی واقعات کے دوران بھی کام کرنے کے لیے تیار رہنا پڑتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر کہیں بم دھماکے یا پر تشدد واقعات رونما ہوتے ہیں تو عام آدمی ہر ممکنہ طور پر اس طرح کے مقامات اور حالات سے جتنا جلدی ہو سکے دور چلا جانا پسند کرتا ہے۔ مگر یہ رپورٹر کی ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ نہ صرف جائے وقوع پر جتنا زیادہ قریب جاسکتا ہے جائے، اور جاتا ہے بلکہ وہ ساری معلومات اکٹھا کرتا ہے۔ موجودہ دور میں جتنے چیلنجز ابھر کر سامنے آئے ہیں چاہے جنگوں کا معاملہ ہو یا آفات سماوی کا یا پھر دھوکہ دہی اور جرائم کی سنسنی خیز اور نئے طریقے کی واردات کا، ہر نئے واقعے رپورٹر کے لیے ایک نیا چیلنج کھڑا کیا ہے۔

ایسے حالات میں رپورٹر کو کبھی کبھی اپنا بھیس بھی بدلنا پڑتا ہے اور دیس دیس کا سفر کرنے کے لیے تیار رہنا پڑتا ہے۔ Sting Operation کے لیے بھی اسے اپنا بھیس بدلنا پڑتا ہے اور اپنے خفیہ کیمرے سے ریکارڈنگ کر کے مختلف دھاندلیوں، دھوکہ دہی اور استحصال کا انکشاف کرتا ہے۔

ایک سرکاری ملازم کی طرح رپورٹر کے لیے کوئی مقررہ اوقات نہیں ہوتے ہیں کہ دفتری وقت ختم ہونے کے ساتھ ہی کام ختم۔ رپورٹر چاہے دن ہو یا رات، گویا 24 گھنٹے آن ڈیوٹی (برسر کار) ہوتا ہے۔ رپورٹر کو جیسے ہی کوئی خبر ملے یہ اس کی اولین ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ اس کو اخبار یا ٹیلی ویژن کے دفتر تک پہنچائے۔ ایسا نہیں ہوتا کہ کسی حادثے یا واقعے کے وقت یا مقام پر رپورٹر موجود ہو اور یہ کہہ کر کہ ابھی وہ چھٹی پر ہے یا اس کے اوقات کار شروع نہیں ہوئے، صحافتی ذمہ داریوں سے فرار حاصل کر سکے۔

2.6 رپورٹر کے لیے ضروری خوبیاں (Characteristics of a Reporter)

یہ سچ ہے کہ صحافی یا رپورٹر میں جو صلاحیتیں ہونی چاہئیں، وہ عام طور پر خدا داد ہی ہوتی ہیں اور کسی کورس کی تکمیل کر لینا، کسی طرح بھی صحافی بننے کی ضمانت نہیں ہے۔ لیکن رپورٹر کے لیے بنیادی طور پر یہ ضروری ہے کہ وہ صحافتی میدان میں دلچسپی رکھتا ہو اور صبر آزما

حالات میں بھی کام کرنے کے لیے تیار ہو۔ موجودہ ماحول میں رپورٹر کے حوالے سے کچھ اتنی خوش گمانی عام ہے کہ بظاہر کئی لوگ رپورٹر بننے اور رپورٹنگ کرنے میں دلچسپی لیتے ہیں، لیکن بہت کم ایسے ہیں جو رپورٹنگ کے لیے درکار عملی تقاضوں کی تکمیل کے لیے تیار رہتے ہیں۔

2.6.1 خبر کو جانچنے کی صلاحیت

بہ حیثیت رپورٹر ایک فرد کو کئی ایسی معلومات، حالات اور واقعات کا پتہ چلتا ہے کہ بظاہر اس میں خبر کا کوئی مواد یا عنصر نظر نہیں آتا ہے، لیکن یہ رپورٹر کی اس صلاحیت کا امتحان ہوتا ہے جس کو بروئے کار لاتے ہوئے وہ پرہجوم اجتماع میں سے بھی اپنے کام کے فرد یا شخص کو تلاش کر لیتا ہے اور مطلوبہ معلومات نیز حالات و واقعات کے پس پردہ کارفرما ایسے عناصر کا بھی پتہ چلا لیتا ہے جو خبریں بن سکتے ہیں یا خود اپنی ذات میں خبروں کی سی اہمیت رکھتے ہیں۔ جو صحافی یا رپورٹر جتنی تیزی کے ساتھ خبروں کو تلاش کر لیتا ہے اور واقعات کے پس پشت مقاصد کو سمجھ لیتا ہے، وہ میدان صحافت میں اتنا ہی کامیاب کہلاتا ہے۔ اسی لیے اس میں خبروں کا فہم اور ادراک ہونا چاہیے اور خبری حس ہر وقت جاگتی رہنا چاہیے۔

2.6.2 تحقیق و مطالعہ

بسا اوقات ایسا بھی ہوتا ہے کہ بعد تلاش بسیار کوئی خبر ہاتھ نہیں لگتی۔ آخر میں ایسا محسوس ہونے لگتا ہے کہ ساری محنت، سارا وقت جو خبر کے حصول کے لیے صرف کیا گیا تھا، بیکار ہوا۔ لیکن ذرا سی تحقیق و جستجو کرے اور اگر صحافی کا مطالعہ وسیع ہو تو بظاہر عام سی معلومات کے پیچھے کی خبر بھی صحافی رپورٹر ڈھونڈ نکالتا ہے۔

اس لیے آج کے دور میں رپورٹر کو چاہیے کہ وہ اس روئے زمین پر موجود ہر طرح کے مضامین، مسئلہ اور مسائل کے ساتھ وسائل کے متعلق بھی اپنے آپ کو باخبر رکھے۔ گلوبلائزیشن (Globalisation) کی بدولت دنیا کے کسی ایک کونے میں ہونے والا واقعہ دوسرے کونے میں بھی اثرات مرتب کر سکتا ہے۔

مثال کے طور پر ممبئی کے ساحل پر سال 1992 کے دوران جب آبی پرندے مردہ پائے گئے اور ساحل سمندر پر تیل بکھرا ہوا ملا تو بعد تحقیق ہی یہ بات معلوم ہوئی کہ خلیج کے علاقے میں جنگ کے دوران وہاں پر تیل کو جس طرح سمندر میں بہا دیا گیا تھا، ممبئی کے ساحل کے واقعات اسی کے سبب سامنے آئے تھے۔

2.6.3 سوال کرنے کی صلاحیت

ایک صحافی یا رپورٹر کے لیے اس صلاحیت کا ہونا ضروری ہے کہ جب تک سوالات نہ کیے جائیں گے، کسی طرح کی کارآمد معلومات سامنے نہیں آسکتی ہیں۔ عام طور پر صحافی حلقوں میں یہ بات تسلیم کی جاتی ہے کہ کوئی سوال خراب (Bad Question) نہیں ہوتا ہے۔ ہر سوال سے معلومات میں اضافہ ہی ہوتا ہے۔ لیکن اس کے باوجود سوالات کرنا بھی ایک فن ہے اور صلاحیت کا متقاضی ہے۔ کسی بھی رپورٹر کی جانب سے کیے جانے والے سوالات ایک جانب خود اس کی لیاقت، مضمون پر عبور اور اس کی جستجو کے مظہر ہوتے

ہیں۔ وہیں ایک اچھا سوال ایسی معلومات بھی فراہم کرنے کا باعث بن سکتا ہے جو کہ ایک نہیں بلکہ کئی خبروں کے لیے بنیاد بنایا جاسکتا ہے۔ جو صحافی یہ سمجھے کہ اس کے سوالات کون کر کہیں اس کے ساتھی اس کی کم علمی کا اندازہ نہ لگالیں یا اس پر ہنسے نہ لگیں کہ کس طرح کا سوال کر دیا؟ تو قوی خدشہ اس بات کا پیدا ہو جاتا ہے کہ اس طرح کے رپورٹس یا صحافی اپنی کم علمیت یا غلط فہمیوں اور غلط معلومات کو اپنے قارئین تک پہنچا کر اپنی صلاحیتوں کو مشکوک بنا لیتے ہیں۔

2.6.4 انگریزی اور علاقائی زبانوں سے واقفیت

دنیا کے کسی بھی ملک میں ہو یا خود ہندوستان کے کسی علاقے میں، صحافت کا 70 تا 80 فیصدی مواد انگریزی زبان میں دستیاب رہتا ہے۔ چاہے کسی ہندوستانی کمپنی کی جانب سے منعقدہ پریس کانفرنس ہو یا ہندوستان میں کسی عالمی نوعیت کی بین الاقوامی کانفرنس ہر جگہ انگریزی کا چلن بہت زیادہ عام ہے اور اگر کوئی رپورٹر اس طرح کے پروگرام کی کوریج کے لیے تعینات کیا جائے تو اس کے لیے ضروری ہو جاتا ہے کہ انگریزی کو نہ صرف سمجھ سکے بلکہ بہ وقت ضرورت سوالات بھی انگریزی میں کر سکے۔ پھر چاہے رپورٹر کا تعلق کسی علاقائی زبان کے اخبار یا ٹیلی ویژن چینل سے ہو یا پھر اردو یا ہندی کے اخبارات سے۔ انگریزی سے واقفیت اور انگریزی زبان پر عبور ایک رپورٹر کے لیے گویا آج کے دور میں نہایت ناگزیر ہے۔ اسے نہ صرف انگریزی سمجھ میں آئے بلکہ اسے انگریزی لکھنی بھی آنی چاہیے اور بہ وقت ضرورت انگریزی میں بات بھی کر سکے۔

2.6.5 کمپیوٹر کی لیاقت

ہمارے ملک ہندوستان میں آج کمپیوٹر، صحافت کے ہر شعبہ میں داخل ہو گیا ہے۔ چاہے وہ شعبہ اشتہارات ہو یا سرکیولیشن، شعبہ ادارت ہو یا رپورٹنگ سیکشن اس سارے پس منظر میں ایک رپورٹر کے لیے کمپیوٹر کی خواندگی اضافی ضرورت نہیں بلکہ ہرگزرتے دن کے ساتھ لازمی قابلیت بنتی جا رہی ہے۔ اخبارات میں کمپوزنگ کا کام اور لے آؤٹ ڈیزائن بھی کمپیوٹر ہی سے انجام پاتا ہے۔ پیج میکانگ (Page Making) میں بھی کمپیوٹر سے مدد لی جا رہی ہے۔ لہذا ایک رپورٹر کے لیے بھی کمپیوٹر سے واقف ہونا اور اس کے استعمال کرنے کی قابلیت رکھنا ضروری ہو گیا ہے۔ بسا اوقات کمپیوٹر سے واقف رپورٹر ہی انٹرنیٹ پر اپنی ضرورت کے لیے درکار مواد یا ریفرنس میٹریل حاصل کر سکتا ہے۔ اگر رپورٹر کو بعض مقامات، دوسرے شہروں یا ممالک سے اپنی رپورٹیں اپنے دفتر بھیجنا چاہتا ہے تو انٹرنیٹ اس کے لیے سہل ترین اور موثر ذریعہ ہے، کہ چند لمحوں میں وہ اپنی رپورٹ آن لائن (Online) فائل کر سکتا ہے۔ آج کل تو بیشتر اخبارات خود اپنے انٹرنیٹ ایڈیشن چلا رہے ہیں۔ خود اردو زبان کی صحافت میں یہ رجحان چل پڑا ہے۔ اس طرح کمپیوٹر کے استعمال سے واقفیت بڑی اہمیت کی حامل بن گئی ہے۔ جو صحافی اور رپورٹر اس سے واقف ہوتے ہیں وہ ان لوگوں پر فوقیت حاصل کر لیتے ہیں، جو کہ کمپیوٹر سے ناواقف ہوں۔

2.7 اکتسابی نتائج

اس اکائی میں آپ نے مطالعہ کیا کہ رپورٹر صحافتی میدان میں جس طرح کام کرتا ہے اس کے لیے سخت محنت تندی، چستی کے

ساتھ دماغ کی پھرتی کی بھی ضرورت پڑتی ہے جو کوئی رپورٹر آگ کے اس میدان میں کھیلنا سیکھ لے گیا اس سے بہتر اور کامیاب دوسرا کوئی نہیں۔ رپورٹنگ کے لیے ایک صحافی کو ہر طرح کے دباؤ اور چیلنجز سے بھرپور ماحول میں کام کرنے کی عادت ڈالنی پڑتی ہے۔ پھر چاہے وہ میدان جنگ کی رپورٹنگ ہو یا الیکشن کی رپورٹنگ، کسی سرکاری ملازم کی طرح رپورٹر گھڑی پر نظر ڈالنے اور وقت ہوا چاہتا ہے، کہنے کی جرات نہیں کر سکتا ہے۔ ایسا نہیں ہے کہ رپورٹنگ کا کام ہمیشہ گلیمر (Glamour) سے جڑا ہوا ہو۔ اکثر ایک رپورٹر کو بھری بھیر میں یا عوام کے دھکے کھا کر بھی کام کرنا پڑتا ہے۔ حالات اگر خراب ہو جائیں تو پولیس کے ڈندوں سے اپنی پیٹھ کو بچانے کے لیے بھی رپورٹر کو ذہنی طور پر تیار ہونا چاہیے۔ بنیادی طور پر ہم نے دیکھا کہ ایک رپورٹر کے لیے صحت مند و توانا جسم کا مالک ہونے کے ساتھ ذہنی چستی، برجستگی اور حاضر دماغی کی صلاحیتیں بھی ناگزیر ہیں۔

جو رپورٹر حالات حاضرہ پر جتنی زیادہ گرفت اور جتنی زیادہ زبانوں پر عبور رکھتا ہو وہ نہ صرف ایک اچھا رپورٹر ثابت ہو سکتا ہے بلکہ ایک اچھا تجزیہ نگار بھی بن سکتا ہے۔ ساتھ ہی ایک رپورٹر کی کامیابی کا انحصار بڑی حد تک اس بات پر ہوتا ہے کہ وہ کتنا حساسیت پسند ہے۔ چونکہ صحافتی اقدار اور ضابطہ اخلاق کا بھی یہ تقاضہ ہے کہ ایک صحافی ہمیشہ سچائی کا ترجمان بنا رہے پھر چاہے وہ کسی کے بیان کو رپورٹ کرنے کی بات ہو یا کسی میگزین رسالے اور اخبار سے اخذ کردہ مواد ہو بغیر حوالے اور اجازت کے اشاعت صحافتی بددیانتی کا مظہر ہے۔ جہاں تک ایک رپورٹر کی تعلیمی قابلیت کا سوال ہے تو یہ ضروری ہے کہ رپورٹر نہ صرف تعلیم یافتہ ہو بلکہ ذاتی قابلیت رکھتا ہو اور زبان و بیان پر قدرت رکھتا ہو۔ اگر ایسا نہ ہو تو رپورٹر کے لیے یہ مشکل ہے کہ وہ اپنی ذمہ داریوں سے صحیح طریقے سے عہدہ برآ ہو سکے۔ رپورٹر اور صحافی کی کم تر تعلیمی قابلیت گویا ایک ایسی معذوری ہے جو کہ ہر قدم اور ہر سفر کو مشکل بنا دیتی ہے۔ اسی لیے تعلیم یافتہ ہونے کی صورت میں یہ دنیا کے صحافت میں رپورٹنگ کا فریضہ صحیح طریقے سے انجام دے سکے گا۔

آزادی ہند سے پہلے تک صحافت ایک مشن تھا جس کا مقصد ملک کو آزادی دلانا تھا لیکن مابعد آزادی، صحافت مشن نہیں بلکہ ایک پروفیشن بن چکی ہے۔ لہذا پروفیشن کی طرح اس میدان میں کام کرنے کے لیے پروفیشنل ترتیب بھی ناگزیر بن چکی ہے۔

2.8 فرہنگ

آہستہ آہستہ کام کرنا/حرکت کرنا	Slow Motion
خط شکستہ	Short Hand
کسی جعل سازی وغیرہ کا پردہ فاش کرنے کے لیے خفیہ کیمرے سے ریکارڈنگ کرنا	Sting Operations
عالمیانا یا عالمگیریت	Globalisation
عالمی	Global
دریا سے اتر جانا، کسی راستے سے گزرنا، کام پورا کرنا، حاوی ہونا، پورے طور پر واقف ہونا	عبور کرنا
زمین پر پانی کا وہ حصہ جو تین طرف سے خشکی سے گھرا ہو اور ایک طرف سمندر ہو	خلیج
قائدہ، اصول، دستور، قانون	ضابطہ

2.9 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- (1) بھیس بدل کر خفیہ کیمرے سے ریکارڈنگ کر کے کسی دھاندلی یاد دھوکہ دہی کا انکشاف کرنے کو صحافت کی زبان میں کیا کہتے ہیں؟
- (2) چار ایسی چیزوں کے نام لکھیے جو ایک رپورٹر کے کام میں بڑی معاون و مددگار ہوتی ہیں۔
- (3) رپورٹر کی کوئی تین قسمیں لکھیے۔
- (4) کتاب 'خبر نگاری' کے مصنف کا نام کیا ہے؟
- (5) کتاب 'رہبر اخبار نویسی' کس کی تصنیف ہے؟

مختصر جوابات کے حامل سوالات

- (1) ایک اچھے صحافی میں خبر کو جانچنے کی صلاحیت ہونی چاہیے؟ مختصراً سمجھائیے۔
- (2) کمپیوٹر جاننا آج کی ضرورت ہے۔ ایک صحافی کے لیے کمپیوٹر کس طرح سے مددگار ہوتا ہے؟
- (3) ایک صحافی میں سوال کرنے کی اچھی صلاحیت ہونی چاہیے اس سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟

طویل جوابات کے حامل سوالات

- (1) ایک اچھی رپورٹر میں کیا کیا خوبیاں ہونی چاہیے؟
- (2) ایک کامیاب رپورٹر کے پاس کیا کیا ہونا چاہیے اور اس کے لیے کون سی چیزیں معاون و مددگار ہوتی ہیں؟
- (3) خبر نگاری ایک چیلنجنگ پیشہ کیوں ہے؟ ایک صحافی کو کن کن چیلنجز کا سامنا کرنا پڑتا ہے؟

2.10 تجویز کردہ اکتسابی مواد

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1- خبر نگاری | شافع قدوائی |
| 2- رہبر اخبار نویسی | سید اقبال قادری |
| 3- من شاہ جہانم | مفتی اعجاز قاسمی |

اکائی 3۔ خبر کے بنیادی عناصر اور خبری اقدار

اکائی کے اجزا

- 3.0 تمہید
- 3.1 مقاصد
- 3.2 خبر کی تعریف
- 3.3 خبر: واقعہ، دلچسپی اور عوام
 - 3.3.1 واقعہ
 - 3.3.2 دلچسپی
 - 3.3.3 عوام
- 3.4 خبر کے عناصر اور لوازمات (Elements of News)
 - 3.4.1 قرب زمانی یا تازگی (Timeliness)
 - 3.4.2 قرب مکانی
 - 3.4.3 اہمیت
 - 3.4.4 غیر معمولی یا انوکھا پن
 - 3.4.5 تعداد
 - 3.4.6 تصادم
 - 3.4.7 جذبات
 - 3.4.8 مہم جوئی
 - 3.4.9 تجسس
 - 3.4.10 نتائج
 - 3.4.11 جنس اور جرائم

3.4.12 قدرتی آفات اور سانحات

3.4.13 محرومی

3.4.14 مذہب اور سماج گروہ بندی

3.4.15 صحت اور سائنسی ایجادات

3.4.16 موسم

3.5 اکتسابی نتائج

3.6 فرہنگ

3.7 نمونہ امتحانی سوالات

3.8 تجویز کردہ اکتسابی مواد

3.0 تمہید (Introduction)

اس اکائی میں سب سے پہلے خبر کی تعریف بتائی گئی ہے اور اس کے مفہوم کو واضح کیا گیا ہے تاکہ آپ سمجھ سکیں کہ خبر کسے کہتے ہیں۔ اس کے بعد خبر کے بنیادی عناصر اور اس کے لوازمات کا ذکر کیا گیا ہے تاکہ آپ خبر کے اہم اجزاء کو سمجھ سکیں۔ ان اجزاء کو سمجھنے کے بعد آپ خبروں کے اقدار کا تعین کر سکیں گے۔ اسے خبری اقدار یا خبریت (News Values) بھی کہتے ہیں۔ اس کے بعد آپ خبر کا صحیح مفہوم اس کے بنیادی عناصر اور خبر کے اقدار سے واقف ہو سکیں گے۔

3.1 مقاصد (Objectives)

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:

- ☆ خبر کے اجزاء سے واقف ہو سکیں۔
- ☆ خبر میں 'خبریت' یا News Values کا تعین کر سکیں۔
- ☆ قرب زمانی اور قرب مکانی کے بارے میں جان سکیں۔

3.2 خبر کی تعریف

سب سے پہلے آپ یہ جان لیں کہ خبر کسے کہتے ہیں؟ یہ ایک ایسا سوال ہے جس کا جواب آسان نہیں ہے۔ خبر کی ابھی تک کوئی مکمل تعریف نہیں ہو سکی ہے اور نہ ہی اسے کسی ایک تعریف سے باندھا جا سکتا ہے کیونکہ یہ انسان کی دلچسپی اور تجسس سے وابستہ ہے۔ جاننا معلومات حاصل کرنا انسان کا فطری عمل ہے لیکن کیا جاننا ہے یہ اس کی دلچسپی پر منحصر ہوتا ہے۔ لہذا خبر کی کوئی ایک مکمل تعریف نہیں ہے۔

مشہور صحافی ایم۔ وی۔ کامتھ کے مطابق ”اگر آپ دس صحافیوں سے معلوم کریں کہ خبر کیا ہے تو وہ اس کی جو تعریف پیش کریں گے وہ سبھی الگ الگ ہوں گی“ چونکہ انسان کے دلچسپی یا جاننے کی خواہش کی جس قدر وسعت ہے اتنی ہی وسعت خبروں کی دنیا کی بھی ہے۔ اس لحاظ سے سبھی کچھ خبر ہو سکتی ہے بشرطیکہ وہ دلچسپی سے عاری نہ ہو۔ اس لیے بہتر خبر وہ ہوگی جس میں زیادہ تر لوگوں کی زیادہ سے زیادہ دلچسپی ہے۔ بہر حال ماہرین نے خبر کی جو بھی تعریفیں پیش کی ہیں۔ ان میں سے کچھ کا ذکر نیچے کیا جا رہا ہے۔

ولیم بروکس کے مطابق

”خبر وہ واقعہ ہے جو معمول سے ہٹ کر ہو“

ٹرنر کا لرج لکھتے ہیں۔

”خبر وہ اطلاع ہے جس سے آپ آج واقف ہوتے ہیں اور اس سے پہلے نہیں جانتے تھے“

اسفورڈ ڈکشنری میں ہے

”نئی اطلاع یا تازہ واقعات کا بیان“

ویلا رڈ بلیئر کہتے ہیں۔

”خبر کوئی ایسی بروقت چیز ہے جو عوام کی بڑی تعداد کی دلچسپی کا باعث ہوتی ہے اور بہترین خبر وہ ہے جو بہت سے افراد کی زیادہ سے زیادہ توجہ اپنی طرف مبذول کرائے۔“

امریکی صحافی جان بی بوگارٹ ”سٹی ایڈیٹر نیویارک سن“ نے خبر کے سلسلے میں ایک مشہور تعریف یوں کی ہے۔

”اگر کتا آدمی کو کاٹے تو یہ خبر نہیں ہے اور اگر آدمی کتے کو کاٹے تو یہ خبر ہے۔“

پروفیسر بیس لکھتے ہیں۔

”خبر عموماً پر جوش اطلاع ہوتی ہے جو عام آدمی کے لیے باعث تسکین یا باعث تحریک ہوتی ہے“

پال ڈبلیو وھارٹ کے مطابق

”خبر ایسے دلچسپ تازہ اور صدقہ واقعات کا بیان ہے جو رونما ہو چکے ہوں، ہو رہے ہوں یا ہونے والے ہوں۔“

جیرالڈ ڈبلیو جانسن۔

”خبر ایسے واقعات کا بیان ہے جنہیں لکھنے اور شائع کرنے میں ایک اعلیٰ پایہ کا صحافی اطمینان محسوس کرے۔“

برطانوی صحافی جے۔ مینس فیلڈ نے خبر کی ایک جامع تعریف پیش کرنے کی کوشش کرتے ہوئے لکھا ہے۔

”خبر سے مراد ایسے حقائق ہیں یعنی ایسی چیزیں جو واقع ہوئی ہوں یا ہونے والی ہوں۔ ایسے

واقعات اور حادثات جو اخبار پڑھنے والوں کی دلچسپی کا باعث ہوں یا جن کے متعلق انہیں

معلومات بہم پہنچائی جانی چاہیے۔ جاپان کا کوئی زلزلہ، دنیا کی کوئی نئی ایجاد، کسی مشہور آدمی کا

قتل، کسی بینک کا دیوالیہ ہونا، کسی کا بینہ میں اختلاف، چڑیا گھر سے کسی شیر کا چھوٹ جانا، طوفان باد و باران، ڈربی کے کسی مشہور گھوڑے کا کھانسی میں مبتلا ہونا، یہ ساری چیزیں خبر ہیں۔ خبر میں ایک عہد آفریں واقعہ سے لے کر راستے کا ایک معمولی واقعہ بھی شامل ہے بشرطیکہ وہ واقع ہوا ہو اور صحیح ہو۔ افواہ یا کسی واقعے کے متعلق قیاس آرائی بھی خبر ہو سکتی ہے بشرطیکہ وہ صحیح اطلاعات پر مبنی ہو اور محض ”گپ“ نہ ہو۔“

اس سلسلے میں انگریزی کے لفظ NEWS ”خبر“ کی بھی تشریح کرنے کی کوشش کی گئی اور انگریزی کے چاروں حروف کو چار سمتوں سے جوڑا گیا۔ مثلاً نارتھ (شمال) ایسٹ (مشرق) ویسٹ (مغرب) اور ساؤتھ (جنوب) یعنی چاروں طرف وقوع پذیر ہونے والے واقعات و حادثات کو نیوز یا خبر کہتے ہیں اور اخبارات چہار جانب: ”مشرق مغرب شمال و جنوب میں ہونے والے واقعات اور ان کی اطلاعات کا مجموعہ ہوتے ہیں۔“

اس طرح سے آپ نے دیکھا کہ خبر کی متعدد تعریفیں کی گئی ہیں۔ ان کا تجزیہ کرنے پر جو عام نکات سامنے آتے ہیں ان کا احاطہ اس طرح سے کیا جاسکتا ہے۔

- 1- بات بالکل نئی ہو۔
- 2- تازہ بلکہ تازہ ترین ہو۔
- 3- پہلے سے کسی کو معلوم نہ ہو
- 4- عوام میں جوش اور تحریک پیدا کرے
- 5- تشنگی کا احساس نہ ہو
- 6- عصبیت شامل نہ ہو
- 7- سچائی اور حقیقت پر مبنی ہو
- 8- سیدھے طور پر بیان کی گئی ہو
- 9- عوام کے لیے دلچسپی کا باعث ہو

اس کے علاوہ خبر کا بنیادی وصف اس کی صحت اور معروضیت (Objectivity) بھی ہے۔ کسی واقعہ کا بے لاگ اور غیر جانبدارانہ اور دیانتدارانہ بیان خبر کہلاتا ہے۔ ایک صحافی کے لیے یہ ضروری ہے کہ وہ خبر کو پوری صحت سچائی اور دیانت داری کے ساتھ پہنچائے۔ غیر مصدقہ اطلاعات کو خبر کا حصہ نہیں بنایا جانا چاہیے۔ خبر میں دلچسپی یا سنسنی پیدا کرنے کے لیے اپنی جانب سے رنگ آمیزی دیانت دارانہ صحافت کے مغاثر ہیں۔ اس لیے جو ژرف پوٹزر کا کہنا ہے ”کہ کسی بھی صحافی کے لیے خبر کی درستی اسی طرح اہم ہے۔ جس طرح کسی دو شیزہ کے لیے اس کی عصمت“۔ لہذا خبر لکھنے والے کی جانب سے کوئی تبصرہ یا رائے خبر میں شامل نہیں ہونی چاہیے۔ نہ ہی اپنی جانب سے کسی بات کا اضافہ کرنا چاہیے۔

3.3 خبر: واقعہ، دلچسپی اور عوام

کسی خبر میں تین باتوں کا ہونا لازمی ہیں یعنی واقعہ (Action)، دلچسپی (Interest) اور قارئین/سامعین/ناظرین یا عوام (People)۔ یہی تینوں مل کر کسی واقعے کو خبر بناتے ہیں۔

3.3.1 واقعہ

خبر میں سب سے اہم بات واقعہ ہے۔ یہاں اس کا مطلب ایسے حقائق سے ہے جو واقع ہو چکے ہوں یا ہونے والے ہوں۔ یا ہو رہے ہوں۔ یہ کہہ سکتے ہیں کہ خبر میں کسی حد تک قیاس آرائی کا عنصر شامل ہو سکتا ہے لیکن اس کے لیے وزنی دلائل اور شواہد کا ہونا بہت ضروری ہے۔ ورنہ ”خبر“ اور ”گپ“ میں فرق نہیں رہ جائے گا۔ لہذا واقعہ خبر کا اہم ترین جزو ہوا۔

3.3.2 دلچسپی

واقعہ کے بعد دلچسپی کا عنصر زیادہ اہمیت کا حامل ہے۔ کوئی بھی واقعہ اس وقت تک خبر نہیں بن سکتا جب تک وہ عوام کی دلچسپی کا سبب نہ ہو۔ مثال کے طور پر اگر کوئی عام آدمی کسی حادثے میں معمولی طور سے زخمی ہو جائے تو یہ ایک ”واقعہ“ تو ہے مگر اسے ”خبر“ نہیں کہہ سکتے۔ لیکن اگر کوئی اہم سیاسی، سماجی، مذہبی یا ادبی شخصیت معمولی طور پر زخمی ہو جائے تو یہ حادثہ ایک خبر ہوگی اور اسے نمایاں طور پر پرشائع کیا جائے گا۔ کیونکہ اہم شخصیتوں کی چھوٹی سے چھوٹی سرگرمی بھی عوام کے لیے دلچسپی کا سبب ہوا کرتی ہے۔ اس لیے دلچسپی کسی خبر کے لیے بہت اہم جزو ہوتی ہے۔

3.3.3 عوام

تیسری اہم بات یہ ہے کہ قارئین/سامعین/ناظرین میں عوام کی ایک اچھی خاصی تعداد یا ان کے ایک بڑے طبقے کو متاثر کرنے کی صلاحیت رکھتا ہو۔ اگر کوئی واقعہ یا حادثہ کسی ایک فرد یا عوام کی بہت ہی کم تعداد کے لیے اہم اور دلچسپ ہو تو اخبارات اسے شائع کرنے کے لائق نہیں سمجھیں گے۔ اسی لیے کہا جاسکتا ہے کہ ہر وہ واقعہ خبر کے دائرے میں آتا ہے جو غیر معمولی ہو اور عوام کی دلچسپی کا باعث ہو۔

3.4 خبر کے عناصر اور لوازمات

اس سے قبل آپ کو بتایا جا چکا ہے کہ بہترین خبر وہ ہوگی جس میں زیادہ تر لوگوں کی زیادہ سے زیادہ دلچسپی ہو۔ اس کے لیے ایسے لوازم ضروری تسلیم کیے جاتے ہیں جن میں قارئین/سامعین/ناظرین کی زیادہ سے زیادہ دلچسپی ہو۔ صحافت کی تعلیم و تربیت سے وابستہ مشہور مرکز تھامس فاؤنڈیشن (Thomas Foundation) کے مطالعاتی گروپ نے خبر کے لیے ضروری پرکشش اور دلچسپی کے درج ذیل اجزاء کو منتخب کیا ہے:

- 1- قرب زمانی یا تازگی
- 2- شخصیت کے اثرات
- 3- قرب مکانی
- 4- دولت

5- جرائم	6- جنس	7- تصادم	8- مذہب یا فرقہ
9- آفات سماوی اور سانحات	10- طنز و مزاح	11- انسانی جذبات	12- شکست خوردگی
13- راز یا تجسس	14- صحت عامہ	15- سائنس	16- تفریح
17- مشہور معروف اور اہم شخصیات	18- موسم	19- غذا اور اجناس	20- اقلیتیں

ماہرین نے اس کے علاوہ بھی کچھ اور لوازمات کو شامل کیا ہے۔ مثلاً تعداد، اہمیت، انوکھاپن، ایجادات اور مہم جوئی، ثقافت، دفاع، بھائی چارگی، (مقامی علاقائی، قومی اور بین الاقوامی) اور سماجی و معاشی تبدیلیاں وغیرہ۔ خبر کے مذکورہ لوازمات میں سے اہم ترین باتوں کا مختصر جائزہ آگے لیا جائے گا۔ خبر میں خبریت (News Value) بھی انہیں درج ذیل شرائط پر متعین ہوتی ہے۔

3.4.1 قرب زمانی یا تازگی

لوگ تازہ ترین اطلاعات کے مشتاق رہتے ہیں۔ پرانی خبروں پر زیادہ توجہ نہیں دی جاتی ہے۔ لہذا کسی بھی واقعہ یا حادثے کی ترسیل جتنی جلدی کی جائے گی اتنی ہی خبریت (News values) زیادہ ہوگی۔ تازہ ترین واقعات سے آگاہی کے لیے بھی لوگ اخبار پڑھتے ہیں، ریڈیو پر خبریں سنتے ہیں یا ٹیلی ویژن کی خبروں پر نظر رکھتے ہیں۔ اسی وجہ سے اخبارات کے ساتھ ساتھ دیگر ذرائع ابلاغ میں خبروں کی ترسیل کے سلسلے میں سخت مقابلہ آرائی رہتی ہے۔ قارئین تک خبر پہنچانے میں بازی مارنے کی کوششیں کی جاتی ہیں۔ عوام بھی اسی اخبار، ریڈیو یا چینل کو زیادہ پسند کرتے ہیں جو سب سے پہلے خبر دیتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ اگر کسی اخبار میں زیادہ پرانی خبریں دیکھنے کو ملیں تو قارئین اسے پسند نہیں کریں گے اور دوسرے اخبار کا سہارا لیں گے۔ اس سے اخبار کے سرکولیشن پر بھی برا اثر پڑتا ہے۔ لہذا آج جو واقعہ ہوا ہے وہ گزشتہ کل کے مقابلے زیادہ خبریت (News value) کا حامل ہوتا ہے۔

اس سلسلے میں ایک اور اہم بات ذہن نشین رکھنا چاہیے کہ قرب زمانی یا تازگی (Timeliness) کا تعلق ترسیل یا رپورٹنگ سے ہوتا ہے نہ کہ کسی واقعہ کے وقوع پذیر ہونے سے۔ مثال کے طور پر اگر کسی آثار قدیمہ کے باقیات کا سرقہ بہت عرصہ پہلے ہو گیا تھا اور اس کا پتہ حال ہی میں چلا تو یہ وقوع پذیری کے لحاظ سے پرانا ہونے کے باوجود عوام کے لیے بالکل نیا ہے۔ لہذا اس واقعہ کو ”خبر“ کہا جاسکتا ہے کیونکہ اس میں قرب زمانی کا عنصر موجود ہے۔

3.4.2 قرب مکانی

انسان اپنے گرد و پیش کے حالات سے زیادہ دلچسپی رکھتا ہے۔ اگرچہ دنیا کے جغرافیائی فاصلے اب سمٹ گئے ہیں اور دنیا کے کسی بھی گوشے میں ہونے والے حادثے میں عوام اپنی دلچسپی رکھتے ہیں۔ پھر بھی اپنے آس پاس کے واقعات و حالات سے اسے زیادہ دلچسپی رہتی ہے۔ اسی لیے کسی شہر میں اگر قتل کی واردات ہو جاتی ہے تو اس شہر سے شائع ہونے والے اخبارات اس اطلاع کو نمایاں طور پر شائع کریں گے اور یہی خبر دوسرے شہر کے اخبارات یا دروازے کے لیے غیر اہم ہوگی۔ ممکن ہے اسے بہت تھوڑی جگہ ملے یا پھر شائع بھی نہ ہو۔ اس سلسلے میں ایک وضاحت ضروری ہے کہ قرب مکانی یا مقامیت کا تعلق اہمیت سے بھی ہوتا ہے۔ مثلاً ممبئی کا کوئی اہم شخص دہلی میں قتل کر دیا گیا تو ممبئی کے لیے قرب مکانی نہ ہونے کے باوجود بھی یہ خبر اہم ہوگی۔ قرب مکانی خبر کا اہم جز ہے اور یہ عنصر جتنا قوی ہوگا خبر

بھی اسی طرح باعث کشش ہوگی۔

3.4.3 اہمیت

قرب زمانی اور قرب مکانی کے بعد اہمیت ایک اہم عنصر ہے۔ اخبارات اور دیگر ذرائع ابلاغ عام طور پر مشہور یا بدنام زمانہ شخصیتوں سے متعلق واقعات اور ان کی سرگرمیوں کو نمایاں طور پر شائع یا نشر کرتے ہیں۔ کیونکہ عوام ان کی چھوٹی چھوٹی سرگرمیوں سے واقف ہونا چاہتے ہیں۔ اسی لیے صرف ان ہستیوں سے تعلق ہونے کی وجہ سے کوئی معمولی سا واقعہ بھی اہم ہو جاتا ہے۔ لہذا خبر کی ایک مشہور و معروف تعریف ”اگر کتا آدمی کو کاٹے تو یہ خبر نہیں لیکن اگر آدمی کتے کو کاٹ لے تو یہ خبر ہے“ کو تسلیم کرنے کے باوجود بھی یہ کہا جاسکتا ہے اگر کسی اہم شخصیت کو کتا کاٹ لے تو یہ بات ”خبر“ بن جائے گی۔ اسی طرح اگر کسی اہم اور مشہور شخصیت کا کتا اگر کسی عام آدمی کو کاٹ لے تو یہ واقعہ بھی خبر ہے۔ اسی طرح اہم شخصیتوں کی زندگی کے عام واقعات کو بھی اہتمام سے شائع کیا جاتا ہے۔ ان کی آمد و رفت کی اطلاع بھی خبر کے طور پر شائع کی جاتی ہے۔

شخصیات کے علاوہ اہمیت کے دائرے میں مقامات بھی آتے ہیں اور کسی مشہور مقام پر ہونے والا معمولی سا واقعہ بھی خبر بن جاتا ہے۔ مثال کے طور پر راشٹر پتی بھون، وزیراعظم کی رہائش گاہ، پارلیمنٹ ہاؤس وغیرہ۔

3.4.4 غیر معمولی یا انوکھا پن

کسی واقعے کے غیر معمولی پن کو اخبارات میں بڑی اہمیت دی جاتی ہے اور زیادہ تر اسی بنیاد پر خبر کو شائع کرنے یا نہ شائع کرنے اور نمایاں یا غیر نمایاں انداز میں شائع کرنے کا فیصلہ کیا جاتا ہے۔ کیونکہ انوکھا پن کسی واقعہ کو زیادہ دلچسپ اور قابل توجہ بنا دیتا ہے۔ معمول سے ہٹ کر پیش آنے والا کوئی بھی واقعہ قارئین کے لیے زیادہ دلچسپی کا باعث اور پرکشش ہوگا۔ ذیل میں ایک خبر مثال کے طور پر دی جا رہی ہے۔

بریلی 20 جولائی (پی ٹی آئی) حیرتناک لیکن سچ! ایک خصوصی مال گاڑی نے کل صبح یہاں سے 30 کلومیٹر دور سہارنپور سے کرگی تک 125 کلومیٹر کا سفر ڈرائیور یا اس کے معاون کے بغیر طے کیا۔

بتایا جاتا ہے کہ مراد آباد ضلع میں مطلب پورنا کے ایک مقام پر مال گاڑی کا ہوز پائپ کٹ گیا تھا جس سے مال گاڑی وہاں رک گئی۔ گاڑی کا ڈرائیور اپنے معاون کو لے کر ہوز پائپ کو جوڑنے کے لیے نیچے اترا۔ ہوز پائپ کا جڑنا تھا کہ مال گاڑی چل پڑی۔ ڈرائیور اور اس کا معاون بے چارگی کے عالم میں دیکھتے رہے۔ گاڑی تقریباً 70 کلومیٹر فی گھنٹہ کی تیز رفتار پکڑ کر ان کی آنکھوں سے اوجھل ہو گئی۔

اسی طرح اگر کوئی عجیب و غریب واقعہ رونما ہو جائے تو اس میں خبریت کا عنصر زیادہ ہوتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ بے موقع بارش، ژالہ باری کسی علاقہ کے درجہ حرارت میں اچانک اضافہ وغیرہ معمول سے ہٹ کر واقعات ہیں۔ لہذا ایسی چیزوں میں عوام کی دلچسپی زیادہ

رہتی ہے۔

3.4.5 تعداد

خبر کی اہمیت کا تعین اکثر تعداد اور اس کی وسعت سے بھی کیا جاتا ہے۔ اگر کسی واقعے یا حادثے میں بہت سے افراد معمولی طور پر زخمی ہو جاتے ہیں۔ تو اس خبر کی کوئی زیادہ اہمیت نہیں ہوگی اور اس کی اشاعت مشکل ہوگی لیکن اگر اسی طرح کے حادثے میں متعدد افراد ہلاک اور بہت سے زخمی ہو جائیں تو اس خبر کی اہمیت بہت بڑھ جائے گی اور اسے نمایاں جگہ ملے گی۔ ہلاک ہونے والوں اور زخمیوں کی تعداد کے تناسب کے اعتبار سے خبر کی اہمیت کم یا زیادہ ہوتی ہے۔ لیکن واضح رہے کہ کبھی کبھی کم تعداد بھی خبر بنتی ہے۔ فرض کیجیے کہ وزیر اعظم نے کسی بڑے جلسے کو خطاب کیا تو یہ بھی خبر ہے اور اگر اس میں بہت کم لوگ شریک ہوئے تو بھی یہ اہم خبر ہوگی۔ اسی طرح مالی اعتبار سے معمولی نقصان خبر کے اعتبار سے زیادہ اہمیت نہیں رکھتی لیکن مالی نقصان بہت زیادہ ہو تو خبر کی اہمیت بڑھ جائے گی۔ لہذا خبریت کا تعین بھی اسی اعتبار سے کیا جاتا ہے۔ اگر کسی مظاہرے میں چند افراد شرکت کرتے ہیں یہ بالکل معمولی خبر ہوگی لیکن اگر ہزاروں افراد شرکت کرتے ہیں تو اس خبر کو نمایاں اہمیت حاصل ہوگی۔

3.4.6 تصادم

انسانی زندگی تصادم اور تغیرات سے عبارت ہے۔ لہذا کشمکش و حرکت سے دلچسپی انسانی فطرت کا حصہ ہے۔ اسی لیے تصادم اور تحریک کے واقعات میں عوام کی دلچسپی رہتی ہے۔ جنگ، تشدد، لڑائی جھگڑے، سیاسی رقابت، ٹکراؤ، انتخابات، جرائم گھریلو جھگڑے، کھیل کود، فرقہ وارانہ فسادات وغیرہ میں تصادم اور تحریک کا عنصر زیادہ ہوتا ہے۔ اسی وجہ سے ایسے واقعات خبر بنتے ہیں۔ اس طرح کی خبریں دلچسپی سے پڑھی جاتی ہیں اور اخباروں میں ایسی خبروں کو اہمیت دی جاتی ہے۔

3.4.7 جذبات

انسانی نفسیات کے مطالعے سے معلوم ہوتا ہے کہ ہر شخص کسی نہ کسی حد تک جذباتی ہوتا ہے۔ لہذا ایسی خبریں دلچسپی سے پڑھی جاتی ہیں جن کا تعلق انسانی جذبات یا حسیات سے ہوتا ہے۔ بنیادی انسانی جذبات مثلاً محبت، ہمدردی، رحم، خوف، غصہ، نفرت اور حسد رقابت کو ابھارنے والی خبریں عام دلچسپی کا باعث بنتی ہیں۔ اسی طرح انسانی کمزوریوں یا اس کی عظمت سے وابستہ خبریں بھی قابل مطالعہ ہوتی ہیں۔ جانوروں، پرندوں سے انسان کی دلچسپی اس جذبہ ہمدردی، فطرت پسندی کو ظاہر کرتی ہیں۔ ایسی خبریں بھی عوام کی ایک بڑی تعداد کو متاثر کرتی ہیں۔

3.4.8 مہم جوئی

مہم جوئی سے متعلق خبروں میں عوام کی دلچسپی ہوتی ہے کیوں کہ خوب سے خوب تر کی تلاش اور نئے افق اور نئے امکانات کی جستجو اس کی فطرت کا خاصا ہے۔ اسی وجہ سے مہم جوئی اور فطرت کا مقابلہ کرنے والے افراد سے وابستہ خبریں بڑے شوق سے پڑھی جاتی ہیں۔

ایسی خبروں سے اس کے جذبہ مہم جوئی کی کسی حد تک تسکین بھی ہوتی ہے۔ کوہ پیائی، بحری تحقیق، سانپوں کے کمرے میں رہنے، مسلسل کئی گھنٹوں تک تیرتے رہنے جیسی خبریں دلچسپی کے ساتھ پڑھی جاتی ہیں اور شائع ہوتی ہیں۔

3.4.9 تجسس

پوشیدہ چیزوں کے بارے میں معلومات حاصل کرنا بھی انسانی فطرت کا حصہ ہے۔ وہ ہمیشہ ایسی اطلاعات حاصل کرنا چاہتا ہے جو ”پردہ راز“ میں ہوں۔ لہذا کسی اخبار میں شائع ہونے والی ایسی اطلاع جو عام حالات میں لوگوں کو معلوم نہ ہو پاتی، غیر معمولی دلچسپی کے ساتھ پڑھی جائے گی۔ قومی سلامتی، محکمہ دفاع سے متعلق خفیہ دستاویز شائع ہو جائے تو عوام اسے شوق سے پڑھیں گے۔ فلمی، سیاسی، سماجی، مذہبی اور ادبی شخصیتوں کی زندگی سے وابستہ معلومات کی خواہش لوگوں میں ہوتی ہے۔ اسی طرح عوام کا تجسس انسانی زندگی، پیشہ، مستقبل ماحول سبھی کے بارے میں ہوتا ہے۔

3.4.10 نتائج

زندگی کے مختلف شعبہ ہائے حیات میں نمایاں کامیابی یا ناکامی قومی سطح کے سیاسی فیصلوں کے نتائج، طبی انکشافات، سائنسی ایجادات وغیرہ واقعات خبر کے دائرے میں آتے ہیں اور ان کے نتائج ’خبریت (News Values)‘ کے تعین میں اہم ہوتے ہیں۔ اگر پارلیمنٹ میں کسی ایسے بل پر غور کیا جا رہا ہے جس کا سیدھا تعلق عوام کی روزمرہ زندگی سے ہے۔ مثال کے طور پر ٹرین کے کرائے میں کمی یا اضافہ، انکم ٹیکس کی حد میں اضافہ، ضروری اشیاء زندگی کی قیمتوں میں کمی یا اضافہ عوام کے لیے غیر معمولی دلچسپی کا سبب بنے گی۔ لوگ ایسے مباحث اور فیصلوں کے شدت سے منتظر رہتے ہیں۔

3.4.11 جنس اور جرائم

اخبارات میں جنسی واقعات و حادثات کی خبریں دلچسپی کے ساتھ پڑھی جاتی ہیں۔ مثال کے طور پر مرد عورت کے تعلقات، رومان، طلاق، شادی وغیرہ۔ اسی طرح کے جرائم سے متعلق خبریں بھی عام دلچسپی کا سبب ہوتی ہیں۔ مثلاً قتل، اغوا، زنا، لوٹ مار، سرقہ کی وارداتیں وغیرہ۔

3.4.12 قدرتی آفات اور سانحات

انسانی مصیبتوں کا ذکر مثلاً ریل، بس، ہوائی جہاز کے حادثات سے اچانک بے گناہ افراد موت کا شکار ہو جاتے ہیں یا پھر وہ بری طرح زخمی ہو جاتے ہیں۔ اسی طرح طوفان، زلزلہ، قحط، سیلاب اور سونامی جیسے واقعات اور سانحات اکثر و بیشتر سامنے آتے رہتے ہیں۔ عوام ایسے افسوس ناک واقعات کی تفصیل سے آگہی حاصل کرنا چاہتے ہیں۔

3.4.13 محرومی

دنیا میں مال و دولت اور غربت ہمیشہ ساتھ رہے ہیں۔ بے بس، عاجز، معذور، محروم، مظلوم نادار انسانوں سے ہمدردی جتنا

انسانی فریضہ ہے۔ یتیموں اور بیوہ عورتوں کے حالات سے واقف کرانا یا بے بس لوگوں سے ناجائز فائدہ اٹھانے والوں کے راز افشا کرنے والی خبریں لوگوں کے لیے دلچسپی کا باعث ہوتے ہیں۔

3.4.14 مذہب اور سماجی گروہ بندی

مذہبی خبروں سے لوگوں کی خاصی دلچسپی رہتی ہے۔ مذہب سے متعلق قدیم اور جدید تفصیلات میں خبریت کا پہلو نمایاں رہتا ہے لہذا مذہبی امور کو اخبارات میں جگہ دی جاتی ہے۔

اس کے علاوہ معاشرے میں لوگ سیاسی، سماجی، اقتصادی گروہوں میں تقسیم ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر کھیل کود، کرکٹ کے شائقین، موسیقی کے دلدادہ وغیرہ۔ لہذا اخبارات میں ہر فرقے، طبقے کی جماعت اور ہر طرز حیات کے لوگوں کو جگہ دی جاتی ہے۔ اکثریتی اور اقلیتی طبقے کی خبریں لوگوں کے لیے دلچسپی کا باعث ہوتی ہیں۔

3.4.15 صحت اور سائنسی ایجادات

صحت اور تندرستی کے بارے میں ہر کوئی فکر مند رہتا ہے۔ لہذا نئی نئی ادویات، احتیاطی تدابیر آپریشن کے نئے طریقے، طبی علاج و معالجے کے بارے میں نئی کھوج، طبی صلاح مشورے وغیرہ کے بارے میں لوگ پڑھنا پسند کرتے ہیں۔ اسی طرح سے سائنسی ایجادات اور انکشافات نے دنیا کی شکل و صورت ہی بدل دی ہے۔ نئی نئی دریافتوں اور ایجادات کی تفصیلات سے لوگ واقف ہونا چاہتے ہیں۔ اسی لیے ایسی خبریں عوام کو متوجہ کرتی ہیں۔

3.4.16 موسم

موسم انسانی زندگی پر خاص اثر انداز ہوتا ہے۔ موسم کے تغیرات اور اس کی تبدیلیوں کا حال پڑھنے میں لوگ دلچسپی رکھتے ہیں۔ اسی لیے اخبارات موسم کے بارے میں تفصیلات پیش کرتے ہیں اور اکثر و بیشتر یہ تفصیلات نقشوں اور پیش گوئیوں کے ساتھ ہوتی ہیں۔ کاشتکاروں اور سمندر میں ماہی گیروں کے لیے موسم کی خبریں اور زیادہ اہمیت کی حامل ہوتی ہیں۔

3.5 اکتسابی نتائج

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ خبر کی تعریف اور اس کے مفہوم سے واقف ہو گئے ہوں گے۔ خبر کی کوئی ایک جامع تعریف نہیں ہے۔ پھر بھی ماہرین نے اپنے طور پر اسے بتانے کی کوشش کی ہے۔ خبر کی مختلف تعریفوں کو دیکھنے کے بعد اس کا تجزیہ کریں تو جو نکات سامنے آتے ہیں وہ یہ ہیں کہ جو بات کہی جا رہی ہے وہ بالکل نئی اور تازہ ترین ہو اور پہلے سے کسی کو نہ معلوم ہو۔ جس سے عوام میں ایک تحریک پیدا ہو۔ مکمل ہو اور اس میں تشنگی کا احساس نہ ہو۔ عصبیت شامل نہ ہو، سچائی اور حقیقت پر مبنی ہو اور سیدھے طور پر بیان کی گئی ہو۔ اسی طرح کسی خبر کے لیے واقعہ، دلچسپی اور عوام بہت اہم ہوتے ہیں۔ ان کے بغیر کوئی خبر نہیں بنتی۔ اس کے علاوہ خبر کے اجزاء اور اس کے لوازمات میں قرب زمانی یا تازگی، قرب مکانی، اہمیت، غیر معمولی یا انوکھا پن، تصادم، جذبات، مہم جوئی، تجسس، جنس اور جرائم،

قدرتی آفات و سائنحات، محرومی، مذہب اور سماجی گروہ بندی، صحت اور سائنسی ایجادات، موسم، غذا اور اجناس، اقلیتیں وغیرہ شامل ہیں۔
جنہیں عوام دلچسپی سے پڑھتے سنتے یاد رکھتے ہیں۔ خبریت کے تعین میں یہ اہم رول ادا کرتے ہیں۔

3.6 فرہنگ

قرب زمانی یا تازگی کسی حادثے، واقعے کی اطلاع کو جلد از جلد عوام تک پہنچانا تاکہ خبر پرانی نہ ہو جائے۔ اسے انگریزی میں Timeliness کہتے ہیں

قرب مکانی کوئی واقعہ جس کا تعلق اپنے شہر یا اس کے آس پاس کے عوام سے ہو۔
اہمیت خبروں میں اہمیت شخصی بھی ہوتی ہے اور اس کا تعلق مقامات سے بھی ہوتا ہے۔ اسی اعتبار سے کسی واقعے کی خبریت کا تعین کیا جاتا ہے۔
News Values خبر کے اقدار یا 'خبریت' کسی واقعے کو خبر بنانے میں اہم بات۔

3.7 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- (1) ولیم ہروکس نے خبر کی کیا تعریف کی ہے؟
- (2) ویلارڈ بلینر نے خبر کی تعریف کیسے کی ہے؟
- (3) ”اگر کتا آدمی کو کاٹے تو یہ خبر نہیں ہے اور اگر آدمی کتے کو کاٹ لے تو یہ خبر ہے۔“ خبر کی یہ تعریف کس امریکی صحافی نے دی ہے؟
- (4) تھامس فاؤنڈیشن کے مطالعاتی گروپ کے منتخب شدہ خبر کے اجزا میں سے کسی تین کے نام لکھیے۔
- (5) خبریت کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟

مختصر جوابات کے حامل سوالات

- (1) قرب زمانی اور قرب مکانی سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
- (2) کسی خبر میں واقعہ، دلچسپی اور عوام سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
- (3) اہمیت کے اعتبار سے آپ خبروں کا تعین کیسے کریں گے؟

طویل جوابات کے حامل سوالات

- (1) خبر کے اہم اجزاء کیا ہیں؟ تفصیل سے لکھیے۔
- (2) خبر کی تعریف بیان کرتے ہوئے اس کے اہم نکات پر روشنی ڈالیے۔
- (3) کسی واقعہ میں آپ خبریت (News values) کا تعین کیسے کریں گے؟

3.8 تجویز کردہ اکتسابی مواد

1- خبر نگاری	شافع قدوائی
2- ماڈرن اسٹوڈنٹس جرنلزم	برون رائے
3- رہبر اخبار نویسی	سید اقبال قادری
4- جرنلزم آن لائن	مانک وارڈ
5- سماچار سمپادان	کمل دیکشت



اکائی 4۔ اردو اخبارات اور خبری اقدار

اکائی کے اجزا

- 4.0 تمہید
- 4.1 مقاصد
- 4.2 خبر کیا ہے
 - 4.2.1 خبر کے اقسام
 - 4.3 خبر کے اقدار یا لوازم
 - 4.3.1 تبدیلی
 - 4.3.2 تضادم
 - 4.3.3 تباہی
 - 4.3.4 پیش رفت
 - 4.3.5 عواقب و نتائج
 - 4.3.6 سبب
 - 4.3.7 مشہور شخصیات
 - 4.3.8 بروقت
 - 4.3.9 قرب مکانی
 - 4.3.10 ندرت اور انوکھا پن
 - 4.3.11 انسانی دلچسپی
 - 4.3.12 ترقی
 - 4.4 اکتسابی نتائج
 - 4.5 فرہنگ



4.6 نمونہ امتحانی سوالات

4.7 تجویز کردہ اکتسابی مواد

4.0 تمہید

موجودہ دور انفارمیشن ایکسپلوژن (Information Explosion) یعنی معلومات کی بہتات کا دور ہے۔ لمحہ لمحہ نئی نئی تبدیلیاں منظر عام پر آرہی ہیں۔ ایسے میں خبروں کی اہمیت اور عوام کی دلچسپی میں بھی غیر معمولی اضافہ ہو گیا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ انفارمیشن ٹکنالوجی نے ساری دنیا کو ایک ڈور میں پروتے ہوئے ورلڈ وائیڈ ویب (World Wide Web) یعنی WWW کا جال بچھا دیا ہے۔ عالم یہ ہے کہ دنیا کے کسی بھی مقام پر ہونے والے حادثے یا واقعے کی خبر اور تصاویر چند لمحوں میں نہ صرف آپ کے کمپیوٹر اور ٹیلی ویژن پر دستیاب ہوں گی بلکہ انھیں (Mobile Phone) پر بھی دیکھا جاسکتا ہے۔

یہ تو ہوئی الیکٹرانک میڈیا (Electronic Media) کی بات لیکن پرنٹ میڈیا (Print Media) یعنی اخبارات کے ذریعے خبروں کی ترسیل میں اس قدر تیز رفتاری کا مظاہرہ نہیں کیا جاسکتا۔ ظاہر ہے کہ اخبار (روزنامہ) چوبیس گھنٹے میں ایک مرتبہ شائع ہوتے ہیں۔ ان حالات میں کسی بھی خبر کی تازگی اور قارئین کے لیے اس میں دلچسپی کی برقراری پرنٹ میڈیا سے وابستہ صحافیوں کے لیے کسی چیلنج سے کم نہیں۔ یہی وہ پہلو ہے جو موجودہ دور میں پرنٹ میڈیا کے اقدار کو مزید وسیع اور چمک دار بنانے کا متقاضی ہے۔

4.1 مقاصد

- اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:
- ☆ خبر اور اس کے اقسام سے واقف ہو سکیں۔
 - ☆ یہ جان سکیں گے کہ خبر کے اقدار یا لوازمات کسے کہتے ہیں۔
 - ☆ واقعاتی خبر (Hard News) اور نیم واقعاتی خبر (Soft News) کے فرق کو سمجھ سکیں۔
 - ☆ خبر کے اقدار جیسے، تبدیلی اور تصادم پیش رفت ویرہ کو سمجھ سکیں۔

4.2 خبر کیا ہے؟ (What is News?)

- خبر کے اقدار کو سمجھنے کے لیے ہمیں پہلے یہ سمجھنا ہوگا کہ آخر ہے کیا ہے کیا؟
- ☆ خبر یعنی NEWS سے کیا مراد ہے؟ یہ جاننا صحافت کے ہر طالب علم کے کئے بے حد ضروری ہے۔
 - ☆ خبر موجودہ دور کا ایک لازمی جز ہے۔ ہر وہ شخص جو کسی زبان کو سمجھتا ہے یا عوامی ذرائع ابلاغ تک رسائی رکھتا ہے وہ اس حقیقت سے بخوبی واقف ہے۔
 - ☆ ہر واقعہ خبر کا درجہ نہیں رکھتا۔ صرف اہم اور دلچسپ واقعات ہی خبر کہلانے کے مستحق ہیں۔

☆ خبر ایک طرح سے جاریہ تاریخ (Current History) ہے۔ آج کے حالات مستقبل کے تاریخ داں حضرات کو ہمارے اخبارات ہی فراہم کرتے ہیں۔ آج جو کچھ ہو رہا ہے کل وہ تاریخ بننے والا ہے۔ مگر اس کا احوال آج جو میڈیا دے رہا ہے، وہ خبر ہے۔

☆ صرف واقعات ہی نہیں بلکہ خیالات، آراء بھی کسی خبر کا موضوع بن سکتے ہیں۔

☆ مثال کے طور پر ایک عام آدمی کی بجٹ کو لے کر جو رائے ہے وہ خبر ہے۔

☆ اس طرح ہم یہ کہہ سکتے ہیں کہ ”خبر کسی تازہ واقعے یا رائے کا احوال ہے جو اہم اور دلچسپ ہو۔“

☆ خبر کو قارئین کے لیے دلچسپ اور اخبار کے لیے فائدہ مند ہونا چاہئے۔ خبر کے ذریعے نئے نئے خیالات، رجحانات، معاملات واقعات سامنے آتے ہیں جو کہ غیر جانبدارانہ انداز میں پیش کئے جاتے ہیں۔

4.2.1 خبر کے اقسام

☆ بین الاقوامی خبریں

☆ قومی خبریں

☆ سیاسی خبریں

☆ حادثات اور تباہی کی خبریں

☆ مزدوروں سے جڑی خبریں

☆ جرائم اور تشدد کی خبریں

☆ کھیلوں کی خبریں وغیرہ وغیرہ

☆ اولیت کے اعتبار سے خبر کو دو حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے یعنی Hard News اور Soft News

:Hard News

☆ جس کا ترجمہ کچھ کتابوں میں واقعاتی خبر کیا گیا ہے۔ یہ ایسی خبریں ہوتی ہیں جنہیں فوری طور پر عوام تک پہنچانا چاہیے۔ مثال کے طور پر بجٹ، سماجی بہبود کی اسکیمیں، طوفان سے متعلق خبر دار کرنا وغیرہ۔ اس میں معروضیت (Objectivity) کا خاص خیال رکھا جاتا ہے۔ کسی واقعہ کو بے کم و کاست بیان کر دیا جاتا ہے۔

:Soft News

☆ کچھ مصنفین نے اس کا ترجمہ نیم واقعاتی خبر کیا ہے۔ ان خبروں کو شائع کرنے میں فوری اشاعت کی قید نہیں ہوتی۔ انہیں ثانوی حیثیت حاصل ہے۔ یہ قارئین کے لیے کم اہم اور کم دلچسپ ہوتی ہیں۔ مثال کے طور پر عام معلومات سے متعلق خبریں۔ کچھ خبریں ایسی ہوتی ہیں جن میں Hard News اور Soft News دونوں کی خصوصیات پائی جاتی ہیں۔

توقعات کی بنیاد پر خبروں کو دو حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے

(a) متوقع

(b) غیر متوقع

متوقع: کچھ خبریں عوام کے لیے متوقع ہوتی ہیں۔ عوام ان خبروں کے منتظر رہتے ہیں۔ مثلاً بجٹ یا پارلیمنٹ اور اسمبلی کی خبریں۔
غیر متوقع: یہ خبریں اچانک وقوع پذیر ہونے والے واقعات پر مشتمل ہوتی ہیں۔ مثلاً حادثات جو اچانک رونما ہوتے ہیں۔ اسی طرح فسادات یا فرقہ وارانہ تصادم وغیرہ غیر متوقع خبروں کی مثالیں ہیں۔

ہر سمت سے موصول ہونے والی ہر خبر اخبار میں شائع نہیں کی جاسکتی۔ صرف چندہ اور اہم ترین خبریں ہی کسی اخبار کی زینت بنتی ہیں۔ یہ کسی اخبار کے ایڈیٹر (Editor) پر منحصر ہوگا کہ وہ کس خبر کو اشاعت کے لیے منتخب کرتا ہے اور کسے خارج کرتا ہے۔ اہمیت اور دلچسپی، یہ ایسے عوامل ہیں جن کی موجودگی کسی بھی واقعے کو اخبار یا نشریاتی ادارے کے لیے قابل خبر (News Worthy) بنا دیتی ہے۔

4.3 خبر کے اقدار یا لوازم (News Values)

خبر کے لوازم کون کون سے ہیں یہ جاننے سے پہلے آئیے جانتے ہیں کہ خبر کے لوازم (News Values) سے ہماری کیا مراد ہے۔ کسی اخبار کو خبریں کئی سمتوں اور مختلف ذرائع سے موصول ہوتی ہیں۔ مگر ہر خبر اہم نہیں ہوتی۔ کون سی خبر اہم یا غیر اہم ہے اس بات کا انحصار خبر میں موجود اقدار (لوازم) پر ہوتا ہے۔

خبر کے اقدار اس بات کا تعین کرتے ہیں کہ دوسری خبروں کے مقابلے میں کون سی خبر زیادہ اہم ہے۔ اس کے لیے خبر نویس کو اپنے قارئین کے متعلق بہت ساری باتیں پتہ ہونی چاہیے۔ کسی اخبار کے لیے یہ جاننا ضروری ہے کہ اس کے قارئین میں زیادہ تر کس سوچ و فکر کے افراد ہیں۔ کس طبقے کے لوگوں میں آپ کا اخبار زیادہ مقبول ہے۔ قارئین پس منظر، عمر، تعلیم، دلچسپیوں اور نظریات کے اعتبار سے ایک دوسرے سے مختلف ہوتے ہیں۔ اس لیے جو بات خبر نویس کو دلچسپ یا اہم لگے، ضروری نہیں کہ اس کے قارئین کو بھی وہ خبر اہم اور دلچسپ محسوس ہو۔ جو باتیں عوام کی زندگی کو براہ راست متاثر کریں انہی سے وہ دلچسپی یا رابطہ رکھتے ہیں۔

قارئین یا سامعین و ناظرین کی نشاندہی کیسے کی جاتی ہے؟

اخبارات اور نشریاتی ادارے باقاعدگی سے اپنے قارئین یا سامعین و ناظرین کے متعلق معلومات حاصل کرتے رہتے ہیں۔ خبر کے لوازم کا تعین کرنے اور خبروں کی پیش کش کے ضمن میں یہ معلومات ان کی رہنمائی کرتی ہیں۔ اس طرح کی معلومات جمع کرنے کے لیے سروے (Survey) کیا جاتا ہے جس کی مدد سے قارئین کی خصوصیات کا پتہ لگایا جاتا ہے۔ ساتھ ہی یہ معلوم کیا جاتا ہے کہ وہ کس عمر، جنس یا پس منظر سے تعلق رکھتے ہیں۔ ان کی تعلیم اور آمدنی کے متعلق جانکاری حاصل کی جاتی ہے۔ اتنا ہی نہیں، یہ بھی دریافت کیا جاتا ہے کہ انہیں کس قسم کی خبروں کی ضرورت یا حاجت ہے۔ اس مقصد کے لیے اکثر سوال نامے دے کر جوابات حاصل کیے جاتے ہیں یا پھر عوام کے چھوٹے چھوٹے گروہ تشکیل دیے جاتے ہیں جو بڑی ہی تفصیل کے ساتھ مباحث میں حصہ لیتے ہیں۔ یا پھر دونوں طریقہ کار ایک ساتھ

استعمال کیے جاتے ہیں تاکہ وسیع و عمیق معلومات حاصل کر سکیں۔

4.3.1 تبدیلی (Change)

یہ خبر کا بنیادی لوازمہ ہے۔ دنیا میں ہر لمحہ نئے نئے واقعات وقوع پذیر ہوتے رہتے ہیں۔ تبدیلی جتنی بڑی ہوگی اور جتنے زیادہ لوگ اس تبدیلی سے متاثر ہوں گے خبر اتنی ہی اہم ہوگی۔ کوئی بھی سیاسی، سماجی، معاشی، جغرافیائی یا موسمی تبدیلی بذات خود خبر ہے۔ مثال کے طور پر حکومت کی تبدیلی، درجہ حرارت میں تبدیلی، کھلاڑیوں کی درجہ بندی میں تبدیلی۔ حد تو یہ ہے کہ شہر کی کسی مصروف شاہراہ پر راستے کی تبدیلی جیسا کہ ایک رخی راستہ (One Way Traffic) ہو جانا وغیرہ۔

4.3.2 تصادم (Conflict)

تصادم یا کسی تصادم کا خطرہ چونکہ بڑے پیمانے پر تبدیلی لاتا ہے اسی لیے خبر بننے کی صلاحیت رکھتا ہے۔ مثلاً تمام جنگوں اور جنگ کے خطرات نے بحیثیت خبر اپنی اہمیت کو ثابت کیا ہے۔ مگر آپسی جھگڑوں کے نتیجے میں ہونے والے جرائم، ہڑتالیں یا مظاہرے وغیرہ بھی خبر بنتے ہیں۔ یہاں تک کہ خیالات کا اختلاف اور ان کے نتیجے میں رونما ہونے والے مباحث بھی خبر بن سکتے ہیں۔ کسی جھگڑے کے نتیجے میں پیدا ہونے والی کشیدگی اور تجسس بھی خبری اہمیت رکھتے ہیں۔

ہماری روزمرہ زندگی میں کئی مقامات پر تصادم یا مقابلے کا عنصر نظر آتا ہے۔ مثلاً کھیل کود، انعامات کی تقسیم، انتخابات، پارلیمنٹ یا اسمبلی کے مباحث، تنازعات وغیرہ۔ کیونکہ جب بھی کوئی بات تنازعہ ہو جاتی ہے، اس تنازعہ سے جڑی ہستیوں اور اس سے مربوط مسائل کو لوگ جاننے اور پہچاننے لگتے ہیں۔ اتنا ہی نہیں وہ ان کے متعلق مزید جانکاری حاصل کرنے کے خواہاں ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر بوفورس اسکام (Bofors Scam) میں قطر و چچی کا کردار۔ زیادہ تر نامہ نگار تصادم سے جڑی خبروں کی تلاش میں سرگرداں رہتے ہیں۔ پھر وہ خبر چاہے جنگ، سیاست، جرائم یا کھیل کود، جس شعبے سے بھی جڑی ہو۔ خبر کا یہ ایک پیچیدہ عنصر ہے۔ موجودہ دور میں ہمارے اخبارات کے پہلے صفحے پر شائع ہونے والی بیشتر خبریں کسی نہ کسی تصادم کا نتیجہ ہوتی ہیں۔ تصادم اور ٹکراؤ کسی خبر کا مرکزی نقطہ ہوتا ہے۔ اکثر تصادم سے جڑی خبریں بہت زیادہ پیچیدہ ہوا کرتی ہیں۔

4.3.3 تباہی (Disaster)

آفات سماوی مثلاً زلزلہ آنا یا آتش فشاں پھٹ پڑنا یا انسانی غفلت کے نتیجے میں وقوع پذیر ہونے والا کوئی واقعہ مثلاً حادثات وغیرہ، اس زمرے میں آتے ہیں۔ چھوٹے پیمانے پر ہونے والے نقصان مثلاً (سڑک حادثات) یا کسی سبوتاژ کے نتیجے میں ہونے والے جانی و مالی نقصان (مثلاً ریلوے اسٹیشن پر ماؤنٹ اوز انہما پسندوں کا حملہ)، ایسی کسی بھی صورت حال میں خبر بنتی ہے۔

کشمیر کے 2005ء کے زلزلے کو لیجیے یا بحر ہند میں 2004ء میں آنے والی سونامی کی تباہ کاریوں کو۔ وہاں ہونے والے جان و مال کے نقصان سے جڑی تصاویر اور خبروں کے لیے اخبارات نے کئی کئی صفحات وقف کر ڈالے۔

4.3.4 پیش رفت (Progress)

سماج کی کوششوں سے پیدا ہونے والے مثبت نتائج کو پیش رفت کہا جاسکتا ہے اور اسی لیے یہ خبری قدر ہے۔ اس سے معیار زندگی میں بہتری آتی ہے۔ روزمرہ کی چھوٹی چھوٹی جدوجہد بڑی بڑی کامیابی سے ہم کنار کرتی ہے۔ تجربہ گاہوں (Laboratories) میں برسوں پر محیط کوششوں کے نتیجے میں نئے نئے آلات نے ایجادات، نئی ایجادات، نئے طریقہ ہائے علاج منظر عام پر آتے ہیں۔ یہ اور اس کے تمام پہلو خبر بنتے ہیں۔

4.3.5 عواقب یا نتائج (Consequences)

ایسا کوئی بھی واقعہ جو فوری طور پر یا کچھ عرصے بعد قارئین کے لیے منفی یا مثبت انداز میں اثر انداز ہو سکتا ہے وہ خبر کا موضوع بنے گا۔ مثال کے طور پر حکومت کی جانب سے پیٹرول اور گیس کی قیمت میں اضافہ کا اعلان۔ ظاہر ہے کہ اس کا جلد یا دیر سے عوام پر گہرا اثر مرتب ہوگا۔ اسی لیے ایسی خبروں سے قارئین کی دلچسپی فطری ہے۔ کسی واقعہ سے جتنے زیادہ لوگ متاثر ہوں گے اتنے ہی شدید نتائج ہوں گے۔ اس کے علاوہ نتائج کا خوف بھی خبر کا موضوع بنتا ہے۔ مثلاً نیوکلیائی جنگ (Nuclear War) کے ممکنہ نتائج کا خوف۔ اسی طرح اس جنگ کو ٹالنے کے لیے کی جانے والی تمام کوششیں اور اس سمت میں ملنے والی کامیابی یا ناکامیاں بھی خبر کا درجہ رکھتے ہیں۔ کسی تصادم، تباہی یا پیش رفت کی شدت یا سنگینی کا اندازہ اس کے نتائج ہی سے ہوتا ہے۔ جتنے شدید نتائج ہوں گے اتنی ہی زیادہ خبر کی اہمیت ہوگی۔

مثال کے طور پر کوئی یونیورسٹی یہ اعلان کر دے کہ آئندہ تعلیمی سال سے فیس دوگنی کر دی جائے گی اور داخلوں کی تعداد کو نصف تک گھٹا دیا جائے گا۔ داخلوں میں دلچسپی رکھنے والے طالب علموں، ان کے والدین اور سماج کے لیے اس خبر کی اہمیت ہے۔ اسی طرح طوفان سیلاب یا ہڑتالوں سے جڑی خبریں اس زمرے میں آتی ہیں۔

4.3.6 سبب (Cause)

کسی بھی واقعہ یا حادثہ کے کچھ اسباب ضرور ہوتے ہیں۔ نتائج ہی کی طرح کسی قابل خبر واقعہ کا سبب بھی خبر بنتا ہے۔ مثلاً کسی ہوٹل میں آگ لگ جائے تو کوشش یہ کی جاتی ہے کہ اس کے اسباب کا فوری پتہ لگایا جائے۔ اس حادثے کی وجہ معلوم ہو جائے تو خبر بن جائے گی۔ اس حادثہ کی وجوہات کا پتہ چلانے کے لیے کی جانے والی تمام کوششیں اور ممکنہ قیاس آرائیاں اخباروں کی زینت بنتی ہیں۔ اسی طرح اگر کسی ٹرین کو حادثہ پیش آتا ہے تو اس بات کا پتہ چلایا جاتا ہے کہ حادثے کا ذمہ دار کون ہے؟ کیا حادثہ انسانی کوتاہی کا نتیجہ ہے یا آفات سماوی کے سبب ایسا ہوا ہے؟ حادثے کا یہی سبب قارئین کے لیے خبر میں دلچسپی کا باعث بنتا ہے۔

4.3.7 مشہور شخصیاتی (Prominence)

تمام سیاسی شخصیات، فلمی ستارے، کھلاڑی، سیاسی اور سماجی قائدین کی متعلقہ شعبے میں مصروفیات کے علاوہ ان کی نجی زندگی بھی

اہمیت اختیار کرتی ہے۔

نامور شخصیتیں خبروں میں جگہ پاتی ہیں۔ جتنا بڑا نام اتنی بڑی خبر۔ معروف شخصیات کے علاوہ کوئی معروف مقام یا شے اپنی کامیابی یا شہرت کی وجہ سے فوری توجہ حاصل کر لیتی ہے۔ اگر کسی فلم اسٹار کو معمولی سی چوٹ بھی آجائے یہ واقعہ اخبارات میں مختصراً ہی سہی نظر ضرور آئے گا۔ یہ خبر اس فلم کے مداحوں کے لیے اہم ہوگی۔

کسی مشہور ادارے سے تعلق رکھنے والی کوئی شخصیت اہم نہ بھی ہو مگر قارئین کے لیے دلچسپ ہو سکتی ہے۔ اہم شخصیات خبر کا قیمتی ذریعہ ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ کسی ملک کے صدر، جمہوریہ، وزیر اعظم، اعلیٰ سرکاری عہدے دار اور افسران ہمیشہ سے میڈیا کی توجہ اپنی جانب مبذول کرتے آئے ہیں۔ بعض غیر معروف شخصیتیں بھی اہم ہو سکتی ہیں۔ جرائم کی دنیا سے متعلق افراد کے ماضی اور ان کی موجودہ سرگرمیوں کو میڈیا کی بھرپور توجہ حاصل رہتی ہے۔

مشہور ہستیوں کی شمولیت سے خبر کی قدر میں اضافہ ہوتا ہے۔ کسی مسئلے پر ایک نامور محقق کا اظہار خیال خبر کا درجہ رکھتا ہے۔ مگر ان ہی خیالات کا اظہار عام آدمی کرے تو اسے وہ توجہ حاصل نہیں ہو پاتی۔

صدر جمہوریہ ڈاکٹر اے پی جے عبدالکلام کسی تقریب میں گر پڑے۔ اس خبر کی تصویر اگلے دن کے تقریباً تمام روزناموں نے صفحہ اول پر شائع کی۔

کچھ شخصیات بذات خود اہم ہوتی ہیں۔ جن کی حرکات و سکنات پر میڈیا کی آنکھ مسلسل رہتی ہیں۔ مگر کچھ ایسے افراد یا واقعات ہوتے ہیں جس میں میڈیا کی حد سے زیادہ توجہ اسے اہم بنا دیتی ہے۔ انہیں اہم بنانے کے پیچھے مثبت یا منفی کوئی بھی پہلو ہو سکتا ہے۔ آپ نے پتھیل کی ڈاکو پھولن دیوی یا صندل کی لکڑی کے اسمگلروں پر پین کا نام تو سنا ہوگا۔ حالانکہ یہ مجرم اور ڈاکو تھے مگر میڈیا نے ان کی تمام حرکات و سکنات کو اتنا زیادہ پیش کیا کہ یہ ڈاکو اور مجرم ہونے کے باوجود گھر گھر میں پھیلنے لگے۔ لوگوں میں ان کے متعلق مزید جاننے کے تجسس کو دیکھتے ہوئے ہر وہ بات یا کام جو یہ کہتے یا کرتے اخبارات کی زینت بننے لگا۔

اسی طرح نرمدا بچاؤ تحریک سے متعلق ایک سماجی کارکن میدھاپالکر کا نام بھی آپ نے ضرور سنا ہوگا۔ جو اس کوشش میں مصروف تھی کہ دریائے نرمدا پر سردار سروور ڈیم (Sardar Sarovar Dam) کی تعمیر کو کسی طرح روکا جائے۔ ورنہ اس بات کا اندیشہ ہے کہ کئی گاؤں زیر آب آجائیں گے۔ دیہات کے دیہات اجڑ جائیں گے اور کئی افراد بے گھر ہو جائیں گے۔ بے شمار آبادیاں متاثر ہوگی۔ میدھا پالکر کی سرگرمیوں کے متعلق اتنا کچھ لکھا گیا کہ وہ ایک جانا پہچانا نام بن گئی۔

4.3.8 تازگی یا بروقت ہونا (Timeliness)

یہ بھی خبر کا ایک بنیادی وصف ہے کیونکہ پرانی یا پہلے سے سنی ہوئی بات خبر نہیں ہو سکتی۔ خبر اگر قارئین، سامعین یا ناظرین تک وقت پر پہنچ جائے تبھی اس کی اہمیت ہے۔ موجودہ دور مسابقت کا دور ہے۔ اخبارات یا نشریاتی ادارے اس دوڑ میں لگے رہتے ہیں کہ وہ سب سے پہلے کسی خبر کا پردہ فاش کریں تاکہ دوسروں پر انہیں سبقت حاصل ہو جائے۔

خبروں کے انتخاب کے ضمن میں یہ ایک اہم ترین عنصر ہے۔ خبر کا نیا ہونا ضروری ہے کیونکہ باسی خبر کی اہمیت صفر کے برابر ہے اور

کہتے ہیں کہ خبر مچھلی کی طرح بہت جلد باسی ہو جانے والی شے ہے۔ اس لیے جتنی جلدی قارئین و سامعین اور ناظرین تک پہنچ جائے اتنا ہی اچھا ہے۔

مثال کے طور پر سورج گرہن، چاند گرہن ایک مخصوص وقت پر وقوع پذیر ہوتے ہیں۔ ان کے واقع ہونے سے قبل خبر کو عوام تک پہنچ جانا چاہیے۔

کوئی واقعہ نیا نہ بھی ہو مگر اس کا کوئی پہلو نیا ہونا چاہیے۔ مثلاً ورلڈ کپ 2007 کے دوران پاکستان کے کرکٹ کوچ باب وولمر کی موت کی خبر تو پرانی ہے لیکن موت کی وجوہات کا پتہ لگانے کے دوران نئے نئے حقائق جیسے جیسے سامنے آتے گئے۔ میڈیا انہیں عوام تک پہنچاتا رہا۔

اس موقع پر ایک بات کا خلاصہ کر دینا بے حد ضروری ہے۔ وہ یہ کہ ”پرنٹ میڈیا“ یعنی اخبارات اور ”الیکٹرانک میڈیا“ یعنی ریڈیو اور ٹیلی ویژن چینلس وغیرہ ان دونوں میڈیا میں Timeliness کے مقابلے میں کوئی مقابلہ نہیں ہے۔ ظاہر ہے کہ کوئی بھی خبر الیکٹرانک میڈیا کے ذریعے منٹوں میں عوام تک پہنچ جاتی ہے۔ اخبارات (روزنامے) چونکہ چوبیس گھنٹوں میں ایک مرتبہ شائع ہوتے ہیں اس لیے پھرتی کا مظاہرہ نہیں کر سکتے۔

اس سے یہ مطلب اخذ نہ کیا جائے کہ پرنٹ میڈیا کی اہمیت الیکٹرانک میڈیا سے کم ہے۔ دونوں کی اہمیت اپنی جگہ مسلم ہے۔ الیکٹرانک میڈیا کے مقبول عام ہونے پر یہ قیاس کیا جا رہا تھا کہ اخبارات کی وہ اہمیت باقی نہیں رہے گی، وہ اپنا وجود کھو بیٹھیں گے، مگر یہ بات صرف ایک واہمہ ثابت ہوئی۔ اخبارات آج بھی مقبول ہیں۔ تحریر کی شکل میں ہونے کے ناطے ان کی اپنی پہچان اور اہمیت ہے۔ ان کی بقا کوئی الحال کوئی خطرہ نہیں۔

4.3.9 قرب مکانی (Proximity)

خبر بنیادی طور پر انسانوں کے لیے ہوتی ہیں۔ انسان فطری طور پر اپنے بارے میں اپنے آس پاس کے (نزدیکی ماحول) اپنے پڑوسیوں کے بارے میں باخبر رہنا چاہتا ہے۔ اگر دو خبروں میں تمام باتیں مساوی ہوں تو جس میں قرب مکانی کا پہلو نمایاں ہے اسے ترجیح دی جائے گی۔ مثلاً شہر کا موسم، بارش ٹریفک کے مسائل وغیرہ۔

حیدرآباد میں ٹریفک جام کا واقعہ حیدرآباد کے کسی اخبار کے لیے اہم ہے مگر دیگر شہروں سے شائع ہونے والے اخبارات کے لیے اتنا اہم نہیں ہے۔

مقامی بلدی انتخابات سے متعلق مقامی عوام کی دلچسپی کسی بھی دوسرے شہر میں ہونے والے انتخابات سے زیادہ ہوگی۔

قرب مکانی کا مطلب یہ ہے کہ کوئی بھی ایسی خبر جس کا تعلق قارئین، ناظرین کے قریبی مقام سے ہو جس کے بارے میں وہ زیادہ سے زیادہ جاننے کے متمنی ہوں۔ عوام اپنے پڑوس، اپنے شہر اور اپنے ملک کے بارے میں پہلے جاننا چاہتے ہیں مثلاً ٹرین کے پٹری سے اتر جانے کا ایک واقعہ لندن میں ہوا، ایک ایسا ہی واقعہ ممبئی میں بھی ہوا۔ حالانکہ دونوں واقعات یکساں نوعیت کے ہیں لیکن ہندوستان کے باشندوں کے لیے ممبئی میں ہونے والا ٹرین حادثہ زیادہ اہم ہوگا۔

علاقائی اخباروں میں تو اس کا دائرہ اور بھی سکڑ جاتا ہے۔ ان اخبارات میں قریبی اسکولوں، کالجوں، یونیورسٹیوں، ہسپتالوں، اسٹیشنوں اور سیاسی واقعات سے جڑی خبروں کو شامل کیا جاتا ہے۔
جب کوئی خبر جغرافیائی اعتبار سے قریب کی ہو تو یہ بات قاری کے لیے دلچسپی کا باعث ہوتی ہے۔ یہ پہلو اتنا اہم ہے کہ خبروں کو جغرافیائی یا موضوعاتی بنیادوں پر تقسیم کیا گیا ہے۔
زیادہ تر اخبارات میں خبروں کی درجہ بندی کی جاتی ہے۔

- 1- مقامی یا شہری خبریں (Local News)
- 2- علاقائی خبریں (Regional News)
- 3- ضلعی خبریں (District News)
- 4- ریاستی خبریں (State Level News)
- 5- قومی خبریں (National News)
- 6- بین الاقوامی خبریں (International News)

اردو اخبارات کا معاملہ اس سے تھوڑا سا مختلف ہے کیونکہ ان میں بین الاقوامی بالخصوص مسلم دنیا کی خبروں کو نمایاں جگہ دی جاتی ہے۔ مثال کے طور پر عراق، افغانستان، فلسطین وغیرہ کی خبریں اردو اخبارات کے قارئین بڑے ہی اشتیاق سے پڑھتے ہیں۔ اسے اردو قارئین اور اخبارات کی ”جذباتی قربت“ قرار دیا جاسکتا ہے۔

4.3.10 ندرت اور انوکھا پن (Novelty and Oddity)

کوئی بھی ایسا واقعہ جس میں جدت و ندرت ہو۔ نیا پن یا غیر معمولی پہلو ہو وہ خبر بننے کی اہلیت رکھتا ہے۔ کسی بھی واقعہ کا انوکھا ہونا، عجیب و غریب، کم یاب یا نایاب ہونا اس واقعہ کو قابل خبر بنا دے گا۔ مثال کے طور پر حال ہی میں میں ملکنڈہ میں ایک ایسی بچی نے جنم لیا جس کا خون سفید تھا۔ ایک عورت نے ایک ساتھ دو تین نہیں بلکہ پورے سات بچوں کو جنم دیا۔ کسی خاتون نے ہوائی جہاز میں بچوں کو جنم دیا وغیرہ۔

4.3.11 انسانی دلچسپی (Human Interest)

یہ خبریں قارئین کے جذبات کو ابھارتی ہیں۔ کچھ ڈرامائی نوعیت کی حامل بھی ہوتی ہیں۔ یہ خبریں معمولی انسانوں کے عام سے حالات پر بھی مشتمل ہو سکتی ہیں۔ ایسی خبروں کو عام طور پر انسانی دلچسپی پر مبنی خبریں کہا جاتا ہے۔ حالانکہ خبریں تو تمام ہی قارئین کے لیے اہم اور دلچسپ ہوتی ہیں۔

یہ خبریں نوجوانوں، عمر رسیدہ افراد، پالتو جانوروں، مہم جوئی، دلکش لڑکیوں، غربت بیماری کے مسائل، عجیب و غریب مقامات یا انوکھے افراد جیسے موضوعات کا احاطہ کرتی ہیں۔

کبھی تو خبریں باآسانی دستیاب ہو جاتی ہیں اور کبھی ایک طویل مدت درکار ہوتی ہے۔ مثلاً بلدیہ کی کسی میٹنگ کی رپورٹنگ

آسان ہوگی لیکن بلدیہ میں موجود بدعنوانیوں کا کچا چٹھا عوام کے سامنے لانے کے لیے وقت اور وسائل درکار ہوں گے۔ یہ کسی اخبار یا نشریاتی ادارے پر منحصر ہوگا کہ وہ اس اضافی اخراجات کے بوجھ کو برداشت کرتے ہوئے انسانی دلچسپی سے جڑی ایک اہم خبر کو عوام تک لانا چاہیں گے یا نہیں۔

ان خبروں میں دلچسپی کا عنصر تو ہے ہی ہے لیکن یہ خبریں اس لیے بھی عوام کو اپنی جانب متوجہ کرتی ہیں کیونکہ تمام انسان عام طور پر یکساں جذبات و احساسات سے دوچار ہوتے ہیں۔ زندگی میں وہ یکساں قسم کے تجربات سے گزرتے ہیں۔ جرائم کی خبروں میں عموماً انسانی پہلو شامل رہتا ہے۔ اس لیے قارئین کی ان خبروں میں دلچسپی فطری ہے۔ انسانی دلچسپی کا پہلو کسی خبر میں اس وقت مزید نمایاں ہو جاتا ہے جب کوئی عام آدمی کسی غیر معمولی صورت حال سے دوچار ہو جائے۔ یا کوئی غیر معمولی اور مشہور شخصیت کسی معمولی اور عام حالات میں نظر آجائے۔ مثلاً کسی فلم اسٹار کے بغیر میک اپ معمولی افراد کے درمیان موجودگی۔

کوئی معمولی آدمی کس طرح غیر معمولی صورت حال کا شکار ہو سکتا ہے۔ اس مثال سے واضح کیا گیا ہے۔ سن 2006 میں ہریانہ کے علاقہ کروکشیتر (Kurukshetra) سے تعلق رکھنے والا ایک پانچ سالہ بچہ جس کا نام پرنس (Prince) تھا، 60 فیٹ گہرے گڈھے میں گر گیا تھا۔ اس واقعہ یا حادثہ کا راست ٹیلی کاسٹ کئی بڑے بڑے چینلوں نے کیا۔ میڈیا نے اس معمولی لڑکے کی غیر معمولی صورت حال کے متعلق پوری معلومات قارئین، سامعین و ناظرین کو پہنچائی کیونکہ اس میں انسانی دلچسپی کا عنصر شامل تھا۔ میڈیا کی غیر معمولی توجہ نے اعلیٰ حکام پر دباؤ بنائے رکھا جس کے نتیجے میں پرنس کو بہ حفاظت گڑھے سے نکالنے میں کامیابی ہوئی۔

4.3.12 ترقی (Development) ہندوستان اور دیگر ایشیائی ممالک چونکہ ترقی پذیر ممالک ہیں۔ اس لیے ترقی خبر کا اہم لوازمہ ہے۔ مگر یہ بڑے افسوس کی بات ہے کہ ترقی سے جڑی اہم خبروں کو بھی وہ اہمیت حاصل نہیں ہو پاتی جو کسی المناک خبر کو حاصل ہوتی ہے۔ غربت، وبا، تباہی، و بربادی، جنگ و جدل، جانی و مالی نقصانات، حادثات، زلزلے وغیرہ خوب نمایاں تصویروں کے ساتھ اخبارات کی زینت بنتے ہیں۔ ان خبروں کے لیے اخبارات کئی کئی صفحات وقف کر دیتے ہیں۔

اس کے برخلاف مثبت خبریں یا ترقی سے متعلق خبریں جیسے کسی ندی پر تعمیر ہونے والے پل کی منصوبہ بندی یا سیلاب پر کنٹرول کے لیے پروجیکٹ کا منصوبہ یا کسی اہم صنعت کا عوام کے حوالے کیا جانا جیسی خبریں مختصر سی جگہ میں چھوٹی سی خبر کی شکل میں نظر آتی ہیں۔ ترقیاتی خبریں غیر دلچسپ انداز میں پیش کش کے سبب قارئین کے لیے بھی کم اہم ہو کر رہ جاتی ہیں۔ ان خبروں کے ساتھ ثانوی سلوک کیا جاتا ہے۔ جو از یہ فراہم کیا جاتا ہے کہ قارئین ان خبروں کو زیادہ اہمیت نہیں دیتے اسی لیے انہیں نمایاں پیش کرنے کا کوئی فائدہ نہیں ہے۔ مگر حقیقت تو یہ ہے کہ ترقی سے جڑی خبروں کو بھی نمایاں جگہ دی جانی چاہیے کیونکہ یہ خبریں کسی بھی ملک کی مجموعی ترقی کو اجاگر کرتی ہیں۔ بالخصوص اردو اخبارات میں ترقیاتی سرگرمیوں سے متعلق مثبت خبروں کا فقدان نظر آتا ہے۔ معمولی سیاسی مسائل پر بیان بازی تو کی جاتی

ہے لیکن بلدی اور شہری سہولتوں پر خاطر خواہ توجہ نہیں دی جاتی۔ شہریوں کی بنیادی سہولتوں اور ان کی ترقی کے لیے درکار حقیقی مسائل بھی نظر انداز کر دیے جاتے ہیں۔

ضرورت اس بات کی ہے کہ ترقی سے مربوط مسائل اور حقائق کو دلچسپ انداز میں قارئین تک پہنچایا جائے۔ ان کی اشاعت کے لیے ان مسائل کے سیاسی تنازعہ میں تبدیلی ہونے کا انتظار نہ کیا جائے۔
مندرجہ بالا تمام اقدار کے علاوہ کچھ ایسے لوازم ہیں جو اردو اخبارات کا خاصہ ہیں جو اس طرح ہیں:

مذہب:

اردو اخبارات میں مذہب سے متعلق خبروں کو نمایاں اہمیت دی جاتی ہے۔ مثلاً مقامی سطح پر ہونے والے دینی اجتماعات سے لے کر بین الاقوامی سطح کی مذہبی سرگرمیوں تک کا احاطہ کیا جاتا ہے۔ اردو قارئین کے ایک بڑے طبقے کو ان سے جذباتی لگاؤ ہوتا ہے۔

مقامی سیاست:

یوں تو ہر زبان کے اخبار میں سیاسی خبروں کو اہمیت دی جاتی ہے لیکن اردو اخبارات کی یہ خصوصیت ہے کہ مقامی سیاست یا کمیونٹی سے مربوط خبروں کو بھی نمایاں انداز میں شائع کیا جاتا ہے۔ مقامی مسائل پر ابتدائی سطح کے سماجی کارکنوں اور سیاسی قائدین کے بیانات کو جگہ دی جاتی ہے۔

مشترکین کی خبریں:

اشتہارات کسی بھی اخبار کے لیے ریڑھ کی ہڈی کی حیثیت رکھتے ہیں۔ چونکہ اشتہارات اخبار کے لیے آمدنی کا ایک اہم ذریعہ ہیں، مشترکین کی خبروں اور تصاویر کو اخبارات میں جگہ دی جاتی ہے۔ ان کے بیانات شائع کیے جاتے ہیں۔ ہو سکتا ہے کہ وہ خبر یا تصویر قارئین کے لیے اہم نہ ہو لیکن مشترکین کے تقاضے کی تکمیل ضروری سمجھی جاتی ہے۔

کسی واقعے میں یہ سبھی یا ان میں سے کئی لوازم موجود ہو سکتے ہیں۔ جس خبر میں جتنے زیادہ اقدار ہوں گے وہ خبر اتنی ہی زیادہ اہم ہوگی۔ یہی اقدار اس بات کا تعین کرتے ہیں کہ کس خبر کو شائع کیا جائے اور کسے نہیں۔

اس کے علاوہ کون سی خبر کس صفحہ پر شائع ہوگی اس کا انحصار بھی خبر کی اقدار پر ہے۔ یہی نہیں بلکہ کس صفحہ کے کس مقام پر اور کتنا نمایاں اور کتنی جگہ کسی خبر کو دی جائے ان سب کا دار و مدار خبر کے اقدار یا لوازم پر ہے۔

4.4 اکتسابی نتائج

موجودہ دور انفارمیشن ٹیکنالوجی کا دور ہے۔ روز بروز نئی نئی تبدیلیاں منظر عام پر آرہی ہیں۔ ایسے میں خبروں کی اہمیت اور عوام کی دلچسپی میں بھی غیر معمولی اضافہ ہو گیا ہے۔

الیکٹرانک میڈیا جہاں خبروں کو منٹوں اور سکینڈوں میں عوام تک پہنچا دیتا ہے وہیں پرنٹ میڈیا یعنی اخبارات میں خبروں کی ترسیل اس قدر تیز رفتار نہیں ہوتی۔

- (1) خبر کسی تازہ واقعہ یا رائے کا احوال ہے جو اہم اور دلچسپ ہو۔
- (2) خبر کو قارئین کے لیے دلچسپ اور اخبار کے لیے فائدہ مند ہونا چاہیے۔
- (3) خبروں کی تقسیم یوں تو مناسب نہیں لیکن اولیت کے اعتبار سے خبروں کو Soft News اور Hard News یعنی دو حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے
- (4) توقعات کو بنیاد بنایا جائے تو خبریں متوقع اور غیر متوقع دو قسم کی ہوتی ہیں۔
- (5) خبر کے اقدار یا لوازم اس بات کا تعین کرتے ہیں کہ کون سی خبر کتنی قابل اشاعت ہے اور کون سی نہیں۔
- (6) قارئین، سامعین و ناظرین کو کس طرح کی خبروں کی حاجت یا ضرورت ہے اس بات کا پتہ لگانے کے لیے اخبارات اور نشریاتی ادارے وقتاً فوقتاً سروے (Survey) کراتے ہیں۔

کسی بھی واقعہ یا حادثے کو خبر بنانے والے اقدار یا لوازم حسب ذیل ہیں۔

(1) تبدیلی:

دنیا ساکت نہیں ہے ہر لمحے تبدیلیاں رونما ہوتی رہتی ہیں۔ تبدیلی جتنی بڑی ہوگی اور جتنے زیادہ لوگ اس سے متاثر ہوں گے خبر اتنی ہی اہم ہوگی جیسا کہ حکومت کی تبدیلی، درجہ حرارت میں تبدیلی وغیرہ۔

(2) تصادم:

تصادم، تبدیلی کا موجب بنتا ہے۔ اس لیے یہ خبر بننے کی صلاحیت رکھتا ہے۔ خیالات کے اختلافات اور کسی جھگڑے کے نتیجے میں پیدا ہونے والی کشیدگی اور تجسس بھی خبری اہمیت رکھتے ہیں۔ مثلاً جرائم، ہڑتالیں، مظاہرے وغیرہ۔

(3) تباہی:

آفات سماوی یا انسانی غفلت سے پیدا شدہ صورت حال خواہ کسی صورت میں رونما ہو، ہر طرح کی تباہی خبر کا درجہ رکھتی ہے۔ مثلاً زلزلہ، طوفان، سونامی کی تباہی یا ٹرین حادثہ وغیرہ

(4) پیش رفت:

اس سے معیار زندگی بہتر ہوتا ہے مثلاً نئے آلات، ایجادات، نئی ادویات یا طریقہ علاج کا منظر عام پر آنا۔

(5) نتائج:

ایسا کوئی بھی واقعہ جو جلد یا دیر سے عوام پر مثبت یا منفی انداز میں اثر انداز ہو سکتا ہے وہ خبر بننے کا مثلاً پٹرول اور پکوان گیس کی قیمت میں اضافہ۔

(6) سبب:

کسی واقعے یا حادثے کی وجوہات بھی خبر کی حیثیت رکھتے ہیں مثلاً ٹرین کو حادثہ پیش آنے کی صورت میں اسباب کا پتہ لگایا

جاتا ہے۔

(7) شخصیات:

تمام سیاسی شخصیات، فلمی ستارے، کھلاڑی، سیاسی و سماجی قائدین کی متعلقہ شعبے میں مصروفیات کے علاوہ ان کی نجی زندگی بھی اہمیت اختیار کرتی ہے۔

(8) بروقت ہونا یا تاخیر:

خبر اگر وقت پر قارئین تک پہنچ جائے تبھی اس کی اہمیت ہے کیوں کہ خبر بہت جلد باسی ہو جانے والی شے ہے۔ جیسا کہ چاند گہن اور سورج گہن کی خبر وغیرہ۔

(9) قرب مکانی:

انسان سب سے پہلے اپنے پڑوس، اپنے شہر اور اپنے ملک کے بارے میں جاننا چاہتا ہے۔ مثلاً شہر کا موسم، ٹریفک کے مسائل وغیرہ۔

(10) ندرت و انوکھا پن:

کوئی بھی ایسا واقعہ جس میں جدت ہو، ندرت ہو، نیا پن یا انوکھا پن ہو خبر بن سکتا ہے۔ مثال کے طور پر ایک شیر خوار کے بدن میں سفید خون پایا گیا۔

(11) انسانی دلچسپی:

کسی خبر میں یہ پہلو اس وقت مزید نمایاں ہو جاتا ہے جب کوئی عام آدمی کسی غیر معمولی صورت حال سے دوچار ہو جائے یا کوئی غیر معمولی اور مشہور شخصیت کسی معمولی یا عام حالت میں نظر آئے مثلاً کسی فلم اسٹار کا بغیر میک اپ عوام کے درمیان معمولی حالت میں نظر آنا۔

(12) ترقی:

ترقیاتی خبریں غیر دلچسپ انداز پیش کش کے سبب قارئین کے لیے کم اہم بن کر رہ گئی ہیں۔ ان خبروں کو بھی اخبارات میں نمایاں جگہ دی جانی چاہیے کیونکہ یہ کسی ملک کی مجموعی ترقی کو ظاہر کرتی ہیں۔

(13) بالخصوص اردو اخبارات میں مذہب، مقامی سیاست اور مشہورین کی خبروں کو نمایاں اہمیت دی جاتی ہے۔

4.5 فرہنگ

ایف اے ایم اے ٹیکنالوجی : معلومات اور اطلاعات کی ترسیل میں استعمال ہونے والی تکنیک

ورلڈ وائیڈ ویب (www) : انٹرنیٹ کا عالمگیر جال

الکٹرانک میڈیا	:	ریڈیو، ٹی وی، انٹرنیٹ جیسے الکٹرانک ذرائع ابلاغ
پرنٹ میڈیا	:	اخبارات اور جرائد
News Values	:	خبر کے اقدار
News Worthy	:	ایسا واقعہ یا ایسی بات جو خبر بننے کے قابل ہو
Information Explosion	:	معلومات کی بہتات

4.6 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- (1) اخبارات میں خبر کو اشاعت کے لئے کون منتخب کرتا ہے؟
- (2) جاریہ تاریخ کسے کہتے ہیں؟
- (3) ایسی خبریں جنہیں فوری طور پر عوام تک پہنچانا چاہیے، انہیں کیا کہتے ہیں؟
- (4) جن خبروں کو شائع کرنے میں فوری اشاعت کی قید نہیں ہوتی انہیں کیا کہتے ہیں؟
- (5) متوقع خبروں کی تین مثالیں پیش کیجیے۔
- (6) غیر متوقع خبروں کی تین مثالیں پیش کیجیے۔
- (7) جغرافیائی اعتبار سے خبروں کی چھ درجہ بندیاں کون سی ہیں؟
- (8) جو خبریں قارئین کے جذبات کو ابھارتی ہیں ان کا تعلق کس خبری قدر سے ہے؟
- (9) مندرجہ ذیل میں سے کون سا خبری اقدار میں شامل نہیں ہے؟
- (a) مشہور شخصیات
- (b) تازگی اور بروقت
- (c) دولت
- (d) پیش رفت
- (10) جس خبر میں جتنے زیادہ اقدار ہوں گے وہ اتنی ہی زیادہ اہم ہوگی۔ صحیح یا غلط؟

مختصر جوابات کے حامل سوالات

- (1) کسی خبر میں عواقب و نتائج کے ہونے سے مراد کیا ہے؟
- (2) ترقیاتی سرگرمیوں سے متعلق خبروں کے ساتھ ثانوی سلوک کیا جاتا ہے، تبصرہ کریں۔
- (3) قرب مکانی کے کیا معنی ہیں؟ مثالوں کے ساتھ واضح کیجیے۔
- (4) کسی اخبار کے لیے یہ جاننا ضروری ہے کہ اس کے قارئین کو کس طرح کی خبروں کی ضرورت ہے۔ اس کا کیا طریقہ کار

ہے؟

(5) خبر کے اقدار، تبدیلی اور تضادم کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں؟

طویل جوابات کے حامل سوالات

- (1) خبر کسے کہتے ہیں اور خبر کے اقسام کیا ہیں۔ بیان کریں۔
- (2) ”جتنا بڑا نام اتنی بڑی خبر“ یہ جملہ خبر کی کس قدر کی طرف اشارہ کرتا ہے۔ تفصیل سے لکھیں۔
- (3) کسی خبر کے ”بروقت ہونے سے“ کیا مراد ہے؟
- (4) انسانی دلچسپی خبر کا ایک اہم لوازمہ ہے تبصرہ کریں۔

4.7 تجویز کردہ اکتسابی مواد

1. *Essentials of Practical Journalism* : Vir Bala Aggarwal
2. *News Reporting & Editing* : K.M. Shrivastava
3. *Journalism* : N. Jayapalan



اکائی 5- خبروں کا حصول: اطلاعاتی پس منظر اور پیشگی تیاریاں

اکائی کے اجزا	
5.0	تمہید
5.1	مقاصد
5.2	نیٹ ورک
5.3	خبر رساں ادارے
5.4	رپورٹس رنامہ نگار
5.5	جزوقتی رپورٹس
5.6	شہری رپورٹر
5.7	بین الاقوامی خبر رساں ادارے
5.8	انٹرنیٹ
5.9	خبروں کی قبل از وقت تیاری
5.10	اقتصادی نتائج
5.11	فرہنگ
5.12	نمونہ امتحانی سوالات
5.13	تجویز کردہ اکتسابی مواد

5.0 تمہید

خبروں کا حصول چاہے الیکٹرانک میڈیا (Electronic Media) کے لیے ہو یا پرنٹ میڈیا (Print Media) کے لیے ہو، بنیادی طور پر دو طریقوں سے ہوتا ہے۔ ایک تو اخبارات یا ٹیلی ویژن چینلس کا خود اپنے نمائندوں کا نیٹ ورک اور دوسرا اہم ذریعہ خبر رساں اداروں کی فراہم کردہ خبریں۔ کمیونیکیشن (Communication) کے تیز رفتار ذرائع کے سبب خبروں کی ترسیل آج کل سہل ہو گئی

ہے۔ اس اکائی میں خبر حاصل کرنے کے مختلف ذرائع کے بارے میں بتایا گیا ہے۔ آخر میں امتحانی سوالات کے نمونے فرہنگ اور کتابوں کی فہرست بھی ہے جس کے مطالعے سے آپ اپنی معلومات میں اضافہ کر سکتے ہیں۔

5.1 مقاصد

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:

- ☆ خبروں کے حصول کے ذرائع کے بارے میں جان سکیں۔
- ☆ خبر رساں اداروں کے بارے میں جان سکیں۔
- ☆ خبروں کی تیاری کے مراحل کو سمجھ سکیں۔
- ☆ اخبار یا ٹیلی ویژن کے نیٹ ورک کے بارے میں جان سکیں۔
- ☆ شہری رپورٹرز کے نظریے کو سمجھ سکیں۔

5.2 نیٹ ورک

اخبارات یا ٹیلی ویژن چینلس اپنے مالی وسائل اور ان کے اپنے قارئین کی تعداد (کینوس) کے مطابق یہ لوگ اپنا نیٹ ورک (Network) تشکیل دیتے ہیں اور اس نیٹ ورک کے لیے اپنے نمائندوں کا تقرر کرتے ہیں۔ اگر اخبار کی قومی نوعیت ہو اور اس کا مالی (Financial) موقف مضبوط ہو تو اس اخبار کے لیے یہ بات ممکن ہے کہ وہ قومی سطح پر دار الحکومت دہلی سے لے کر علاقائی سطح پر ہر ریاست کے دارالخلافہ میں اپنا ایک رپورٹر متعین کرے جو ان کے لیے خبروں اور اہم واقعات کی رپورٹنگ کا کام کرتے ہیں۔ بڑے بڑے انگریزی اخباروں کے یہاں اسی طرح کا اپنے نمائندوں کا نیٹ ورک موجود ہوتا ہے۔

مثال کے طور پر انگریزی کے اخبار ”دی ہندو“ (The Hindu) نے خبروں کے حصول کے لیے ملک بھر کے تمام اہم شہروں میں اپنے نمائندوں کا ایک زبردست نیٹ ورک قائم کر رکھا ہے، وہیں بین الاقوامی سطح پر اخبار ”دی ہندو“ کے نمائندے واشنگٹن، لندن، پیرس اور ٹوکیو جیسے عالمی اہمیت کے حامل شہروں میں بھی تعینات ہیں اور وہاں سے خبریں اخبار کے لیے ارسال کرتے رہتے ہیں۔

بڑے بڑے اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس تو بعض اوقات حالات اور معاملات کے کوریج کے لیے خصوصی طور پر اپنے نمائندوں کو تعینات کرتے ہیں۔

مثال کے طور پر جب سال 2007 میں ویسٹ انڈیز میں ورلڈ کپ کرکٹ ٹورنامنٹ کا انعقاد عمل میں آیا تو کئی بڑے بڑے ہندوستانی اخبارات اور ٹی وی چینلس کے ویسٹ انڈیز میں باضابطہ طور پر مقرر کردہ رپورٹرز متعین نہیں ہوتے تھے۔ ایسی صورت حال میں خاص طور پر ورلڈ کپ کرکٹ ٹورنامنٹ کے کوریج کے لیے ہمارے ملک کے کئی ایک اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس نے اپنے رپورٹرز اور نمائندوں کو ویسٹ انڈیز روانہ کیا۔

یہ لوگ ورلڈ کپ کرکٹ ٹورنامنٹ افتتاحی میچ سے لے کر فائنل میچ کے اختتام تک ویسٹ انڈیز سے ورلڈ کپ کرکٹ ٹورنامنٹ

کی تازہ ترین خبریں، حالات حاضرہ اور تبصروں کے ساتھ تجزیہ بھی اپنے اپنے ہندوستانی اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس کو روانہ کرتے رہے لیکن اس طرح اپنے نمائندوں کو خصوصی طور پر خاص واقعات کی کوریج کے لیے بیرونی ممالک کو روانہ کرنا ہر اخبار یا ٹیلی ویژن چینل کے لیے ممکن نہیں تھا۔ لیکن واقعات کی اہمیت اور عوامی دلچسپی کے مد نظر ان لوگوں کے لیے ورلڈ کپ کرکٹ ٹورنامنٹ کا کوریج بھی ضروری تھا تو ایسے ہی اخبارات اور ٹیلی وی چینلس کے لیے خبر رساں اداروں کی خدمات بڑی کارآمد ثابت ہوئی ہیں۔

5.3 خبر رساں ادارے (News Agencies)

اخبارات و رسائل چاہے چھوٹے ہوں یا بڑے ان کے لیے صرف ہمارے ملک میں ہی نہیں بلکہ عالمی سطح پر بھی خبروں کی فراہمی کا سب سے اہم ذریعہ یہ خبر رساں ادارے ہی ہیں۔ ہمارے ملک ہندوستان میں زیادہ تر اخبارات خبروں کے حصول کے لیے خبر رساں اداروں پر انحصار کرتے ہیں۔ ہندوستان میں دو بڑی نیوز ایجنسیاں (خبر رساں ادارے) کام کرتی ہیں۔ ایک ”پریس ٹرسٹ آف انڈیا“ (Press Trust of India) ہے جسے ”پی ٹی آئی“ (PTI) بھی کہا جاتا ہے اور دوسرا اہم خبر رساں ادارہ ”یو این آئی (UNI)“ ہے جو کہ ”یونائیٹڈ نیوز آف انڈیا“ (United News of India) کا مخفف ہے۔

ان دونوں خبر رساں اداروں کے اپنے اپنے نمائندوں کا جال ملک گیر سطح پر بڑا ہی منظم اور وسیع نوعیت کا ہے۔ اخبارات اور ٹیلی ویژن چینل چاہے چھوٹے ہوں یا بڑے، ہر ایک ان نیوز ایجنسیوں کا صارف ہے۔ اخبارات یا ٹیلی ویژن چینلس کی طرح خبر رساں ادارے اپنے طور پر راست عام قارئین اور ناظرین کو خبر نہیں پہنچاتے بلکہ وہ اخبارات اور ٹیلی ویژن چینل کو خبریں پہنچاتے ہیں اور اخبارات، میگزین، رسائل اور ٹیلی ویژن چینل یہ خبریں عوام تک پہنچانے کا کام کرتے ہیں۔ اس طرح یہ کہا جاسکتا ہے کہ خبر رساں ادارے بذات خود اخبارات نہیں نکالتے اور نہ ہی ٹیلی ویژن کے نیوز چینلس چلاتے ہیں بلکہ وہ تجارتی بنیادوں پر (مقررہ فیس چارجس وصول کر کے) خبر جمع کر کے ان کی ترسیل کا کام کرتے ہیں۔

خبر رساں اداروں سے ملنے والی تمام خبریں ضروری نہیں ہے کہ اخبارات میں جوں کی توں شائع کی جائیں یا سبھی خبروں کو شائع کیا جائے۔ اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس اس بات کے لیے آزاد رہتے ہیں کہ اپنی حسب ضرورت اور جگہ کی دستیابی کے لحاظ سے خبر رساں اداروں کے فراہم کردہ مواد کو مختصر کریں یا مکمل شائع کریں۔

اس حقیقت کے باوجود کہ اخبارات کے لیے خاص طور پر خبر رساں ادارے ہی خبروں کی فراہمی کا واحد ذریعہ ہیں، لیکن بڑے اخبارات کے علاوہ اوسط درجے کے اخبارات بھی اپنی انفرادیت اور پہچان قارئین سے منوانے کے لیے وسائل کو بروئے کار لاتے ہوئے اپنے طور پر بھی خبر جمع کرتے ہیں۔ تاکہ دیگر کے مقابل ان کے اخبار میں انفرادیت کا عنصر شامل ہو سکے۔ اب یہ اخبار کی مالی پوزیشن (حالت) پر منحصر ہے کہ اس کے یہاں جتنے زیادہ وسائل ہوں گے وہ اتنا ہی زیادہ بڑا اور منظم نیٹ ورک تشکیل دے گا۔ جس میں اس کے لیے رپورٹس خبر رساں اداروں کا کام کرتے ہیں اور اخبارات اپنے رپورٹس رذرائع کی فراہم کردہ اہم خبروں کو شہ سرخیوں میں شائع کرتے ہوئے دیگر سے خود کو منفرد ثابت کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔

5.4 رپورٹرز یا نامہ نگار (Reporters)

کسی بھی صحافتی ادارے کے لیے چاہے وہ اخبارات ہوں، ٹیلی ویژن چینلس یا نیوز میگزین، ان کے اپنے رپورٹرز/نمائندے/نامہ نگار ہی خبروں کی فراہمی کا سب سے اہم ذریعہ ہوتے ہیں۔ کسی بھی اخبار یا ٹیلی ویژن چینل میں رپورٹرز کی تعداد اور ان کے نیٹ ورک کی نوعیت اس بات پر منحصر ہے کہ اس اخبار یا ٹیلی ویژن کا کیونس کس حد تک بڑا ہے۔ اگر ہم ”ٹائمز آف انڈیا“ (Times of India) کی مثال لیں تو معلوم ہوگا کہ ”ٹائمز آف انڈیا“ کے رپورٹرز ملک کے تمام دوسرے اخبارات جو نہ صرف تعداد اشاعت کے لحاظ سے چھوٹے ہوں بلکہ ان کا مالی موقف بھی ”ٹائمز آف انڈیا“ کی طرح مستحکم نہ ہو تو ان اخبارات میں رپورٹرز کی تعداد کم ہوگی۔ عام طور پر وہ مقام یا شہر جہاں سے کہ اخبار شائع ہوتا ہے وہاں پر اس اخبار کے رپورٹرز کی تعداد نسبتاً زیادہ ہوگی کیوں کہ وہ مقامی قارئین کی دلچسپی کے لیے مقامی خبروں کا زیادہ سے زیادہ احاطہ (Coverage) کرنے کے لیے کوشاں رہتے ہیں۔ ایسے ہی ٹیلی ویژن چینلس کی مثال ہے جہاں دور درشن پر خبروں کی کوریج کے لیے ان کے اپنے نمائندوں کا ملک بھر میں ایک جال سا پھیلا ہوا ہے۔ وہیں اگر ہم کسی علاقائی سطح پر خبریں پیش کرنے والے دوسرے مقامی ٹیلی ویژن چینل کی مثال لیں جیسے سٹی کیبل تو پتہ چلے گا اس کے نیوز چینل کی نوعیت جس طرح مقامی ہوگی، ویسے ہی اس کے وہاں رپورٹرز کا نیٹ ورک بھی منحصر سا ہوگا، جس طرح دور درشن جیسے قومی ٹیلی ویژن چینل اور سٹی کیبل جیسے مقامی نیوز چینل کا تقابل نہیں کیا جاسکتا ہے۔ ویسے ہی رپورٹرز نیٹ ورک بھی ان دونوں کے لیے یکساں نہیں ہوگا۔

5.5 جزوقتی رپورٹرز (Stringers)

اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس میں جہاں چند رپورٹر کل وقتی (Full Time) کام کرتے ہیں وہیں بعض ایسے رپورٹرز بھی ہوتے ہیں جو کہ اخبار یا ٹیلی ویژن چینلس کے لیے خبر رسائی کا کام جزوقتی (Part Time) طور پر کرتے ہیں۔ عام طور پر علاقائی زبانوں کے اخبارات میں اس طرح کا رجحان عام ہے جس میں علاقائی زبان کے اخبارات اپنی مالی تنگی اور محدود وسائل کے پیش نظر دور دراز کے مقامات اور دیہی علاقوں میں بجائے کل وقتی رپورٹرز کے جزوقتی رپورٹرز (Stringers) کا تقرر کر کے کام چلاتے ہیں۔ بنیادی طور پر ایسے جزوقتی رپورٹرز شوقیہ ہوتے ہیں۔ خبر رسائی اور پیشہ صحافت میں اپنی دلچسپی کے علاوہ کچھ اضافی تنخواہ کے لیے بھی بطور اسٹریٹنگر کام کرنے پر آمادہ رہتے ہیں۔ عام طور پر پیشہ تدریس سے وابستہ اصحاب میں جزوقتی رپورٹنگ کے کام سے دلچسپی دیکھی گئی ہے۔ ان جزوقتی رپورٹرز کو ان کے کام کی بنیاد پر معاوضہ بھی دیا جاتا ہے۔ البتہ ان کی کوئی مقررہ ماہانہ تنخواہ نہیں ہوتی ہے۔ جزوقتی رپورٹنگ کا رجحان زیادہ تر پرنٹ میڈیا یعنی اخبارات اور رسائل کے حوالے سے ہی مقبول ہے۔

5.6 شہری رپورٹر (Citizen Reporter)

جس طرح پرنٹ میڈیا کے حوالے سے جزوقتی رپورٹرز کا رجحان عام ہے۔ ویسے ہی الیکٹرانک میڈیا یعنی ٹیلی ویژن رپورٹنگ کے میدان میں شہری رپورٹرز کا نظریہ فروغ پا رہا ہے۔ اپنے نام کی ہی طرح ”سٹیٹزن رپورٹرز“ سے مراد عام شہریوں کی جانب سے کی جانے والی رپورٹنگ

ہے۔ مثال کے طور پر انگریزی کے نیوز چینل ”سی این این۔ آئی بی این“ (CNN-IBN) نے عام شہریوں کو بھی ترغیب دی ہے کہ وہ بھی رپورٹنگ کر سکتے ہیں اور رپورٹنگ کے موضوعات یا مسائل ایسے ہونے چاہیے جو نہ صرف ان کی اپنی ذاتی دلچسپی کے ہوں بلکہ ان کی اہمیت اور ان کی جانب سے نشاندہی کردہ موضوعات کی سنگینی خود اس بات کی متقاضی ہونی چاہیے کہ ان کا روتج (احاطہ) کیا جاسکے۔

”سٹیٹزن رپورٹر“ (Citizen Reporter) کی مدد سے ایک ٹیلی ویژن چینل نے مدھیہ پردیش پولیس کے اس دعوے کی قلعی کھول دی تھی کہ ایک شخص اس کی حراست میں نہیں ہے لیکن سٹیٹزن رپورٹر نے پولیس اسٹیشن میں اپنے فون کیمرے کے ذریعے پولیس حوالات میں قید اس شخص کی تصاویر ٹیلی ویژن چینل کو بھیجی تو نہ صرف پولس کو اپنی غلط بیانی تسلیم کرنی پڑی بلکہ اس شخص کی رہائی کو یقینی بنانا پڑا۔

5.7 بین الاقوامی خبر رساں ادارے

اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس کے لیے جہاں قومی خبر رساں اداروں اور رپورٹرس کے اپنے نیٹ ورک کے ذریعے قومی خبریں موصول ہوتی ہیں۔ وہیں بین الاقوامی خبروں کے حصول کا سب سے اہم اور بنیادی ذریعہ بین الاقوامی خبر رساں ادارے ہوتے ہیں۔ دنیا کی سب سے بڑی اور سب سے قدیم خبر رساں ایجنسی جو کہ عالمی سطح پر کام کرتی ہیں وہ ”رائیٹر (Reuters) ہے۔ جس کا ہیڈ کوارٹر لندن میں واقع ہے۔ اس کے علاوہ فرانس کی خبر رساں ایجنسی ”ایجنسی فرانس پریس“ (AFP) اور امریکہ کی خبر رساں ایجنسی اسوسی ایٹڈ پریس (AP) بھی دنیا کی چند اہم خبر رساں ایجنسیوں میں شمار ہوتی ہے، جن کے نمائندے دنیا بھر میں بلکہ یوں کہیے کہ سارے عالم کے چپے چپے میں موجود ہیں اور جو ہر لمحہ تازہ ترین خبروں کی ترسیل کا کام انجام دیتے ہیں۔ خبروں کی ترسیل کے لیے ٹیلی پرنٹس، فیکس، انٹرنیٹ جیسے ذرائع کو بروئے کار لایا جاتا ہے۔

5.8 انٹرنیٹ

دنیا بھر کے اخبارات اور صحافتی ادارے آج کل اپنا ایک علاحدہ ویب ایڈیشن بھی رکھنا ضروری سمجھ رہے ہیں۔ چاہے دور درشن ہو یا آل انڈیا ریڈیو یا پھر عالمی سطح پر ’بی بی سی‘ (BBC) جیسا نشریاتی ادارہ۔ اس طرح کی ویب سائٹس بھی اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس کے لیے خبروں کی کورتج میں معاون ثابت ہو رہی ہیں، جو کہ انہیں نہ تو خبر رساں ادارے کے ذریعے موصول ہو رہی ہیں اور نہ ان کے اپنے رپورٹرس فراہم کر سکتے ہیں۔

5.9 خبروں کی قبل از وقت تیاری

حالانکہ بظاہر یہ نظریہ کچھ مضحکہ خیز معلوم ہوتا ہے لیکن عملی طور پر ایسا ممکن ہے۔ خبروں کے لیے قبل از وقت (Advance) تیاری کی جاسکتی ہے۔ مثال کے طور پر جن دنوں فلسطینی صدر یا سرعرفات پیرس کے اسپتال میں زیر علاج تھے اور ان کی طبیعت انتہائی خراب ہو چکی تھی تو بہت سارے اخبارات ان کی حیات اور ان کے کارناموں اور ان کی زندگی کے اہم واقعات کو پہلے ہی سے تیار کر رکھے ہوئے

تھے تاکہ اگر ان کا انتقال ہو جاتا ہے تو اس صورت میں یہ ساری تفصیلات بیک وقت قارئین اور ناظرین کو باہم پہنچائی جاسکیں۔ ایسے ہی قبل از وقت خبروں کے لیے الیکشن سے قبل مختلف نقطہ نگاہ سے معلومات جمع کر کے رکھ دی جاتی ہیں۔ سابقہ الیکشن کے دوران رائے دہی کا تناسب مختلف پارٹیوں کی جانب سے حاصل کیے جانے والے ووٹوں کا فیصد اور کسی بھی پارٹی کی متوقع کامیابی کی صورت اس کے قائد کی تفصیلات اور شخصیات پر مبنی معلومات بھی قبل از وقت تیار کر لی جاتی ہیں۔ کیونکہ جب الیکشن کا نتیجہ آ جاتا ہے تو اس وقت ممکن نہیں ہوتا ہے کہ آخری لمحے میں (وقت کی قید کو ملحوظ رکھ کر) ساری خبریں اکٹھا کی جاسکیں۔

خبروں کی قبل از وقت تیاری اور منصوبہ بندی کی بڑی اہمیت ہے۔ ایک اور مثال ہر سال کے اختتام پر سال بھر کے اہم سیاسی، سماجی، معاشی، سائنسی اور کھیل کود کے واقعات کا احاطہ کرنے والے راونڈ اپ (Round Up) ہیں جو کہ ہر سال ماہ دسمبر کے آخری دنوں میں اخبارات اور ٹیلی ویژن پر پیش کئے جاتے ہیں۔ خصوصی ٹیلی ویژن پروگراموں کے لیے قبل از وقت تیاری ضروری ہے۔ ورنہ 29 دسمبر کے دن ہی سارا مواد اکٹھا کرنا اور اس کو ترتیب دینا آسان کام اور ممکن بات نہیں ہے۔ خبروں کے حصول کے لیے قبل از وقت تیاری کے لیے ایک اور مثال یہ ہے کہ یوم آزادی کی سالگرہ کی مناسبت سے مملکت کے سربراہ اور ریاستی وزراء اعلیٰ ٹیلی ویژن کے لیے اور اخبارات کے لیے اپنا پیام پہلے ہی ریکارڈ کر دیتے ہیں۔ لیکن اس طرح کے قبل از وقت ریکارڈ اور جاری کردہ بیانات کے ساتھ تحدیدات (Embargo) ہوتی ہیں کہ انہیں بتائے گئے مقررہ وقت سے قبل نہ تو نشر ہی کیا جاسکتا ہے اور نہ ہی اخبارات اس کو شائع کر سکتے ہیں۔

ایسے ہی کچھ عالمی شخصیتوں کے انٹرویوز کی مثال ہے۔ جب کبھی کوئی بین الاقوامی شخصیت ہندوستان کے دورے پر آنے والی ہوتی ہے تو اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس کے لیے اس بات کی گنجائش رہتی ہے کہ ماضی میں ہندوستان کے ساتھ اس شخصیت کے تعلقات، معاہدات اور اعلانات پر وہ ساری معلومات اکٹھا کر کے رکھیں تاکہ جب وہ شخصیت ہندوستان پہنچ جائے تو ان کی موجودہ مصروفیات، بیانات اور اعلانات کا سابقہ ریکارڈ سے تقابل کیا جاسکے۔ اس طرح کی صورت حال میں پہلے سے کی جانے والی تیاریاں بڑی کارآمد ثابت ہوتی ہیں۔

5.10 اکتسابی نتائج

اس اکائی میں ہم نے یہ جاننے کی کوشش کی ہے کہ اخبارات ٹیلی ویژن چینل یا ریڈیو اسٹیشن خبروں کو حاصل کرنے یا جمع کرنے کے لیے کون سا طریقہ کار اپناتے ہیں اور کن ذرائع پر انحصار کرتے ہیں۔ کیونکہ صحافتی اداروں کے لیے یہ سبھی ذرائع گویا شہ رگ کی حیثیت رکھتے ہیں۔ خبر رساں اداروں کی اہمیت تو نہ صرف قومی بلکہ عالمی سطح پر مسلمہ ہے۔ لیکن اس کے باوجود خود اخبارات اور ٹیلی ویژن چینلس کے اپنے ذرائع یعنی رپورٹرز / کرسپانڈنٹس نیٹ ورک بھی اپنی خاص اہمیت رکھتا ہے۔ اخبارات کے اپنے اسٹاف رپورٹرز کے علاوہ جزوقتی رپورٹرز کا بھی ایک نیٹ ورک ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ خصوصی نمائندوں کے ذریعے خبروں کو حاصل کرنے کا رجحان ان دنوں عام ہے۔ جہاں شہری رپورٹرز کا نظریہ بالکل نیا ہے وہیں انٹرنیٹ بھی اب صحافتی میدان کا ایک لازمی جز بن گیا ہے۔ مثال کے طور پر جن دنوں امریکہ اور اس کے اتحادی ممالک نے عراق کے دارالحکومت پر قطعی قبضہ جمانے کے لیے حملہ شروع کیا تھا تو اس وقت تمام غیر ملکی

صحافیوں کو بغداد چھوڑ دینے کے لیے کہا گیا تھا۔ اس وقت بغداد سے خبروں کے حصول کا واحد غیر ملکی ذریعہ بغداد کا ایک نامعلوم شہری تھا۔ جس نے بیٹری کے ذریعے نہ صرف اپنا پرسنل کمپیوٹر مسلسل چلائے رکھا بلکہ انٹرنیٹ پر اپنے بلاگ (Blog) یعنی نہیں نجی ویب سائٹ کے ذریعے دنیا کو بغداد کی تازہ ترین صورت حال سے واقف کراتا رہا۔

زمانے کی ترقی اور حالات کی تبدیلی کے ساتھ ساتھ خبروں کے حصول کے مختلف ذرائع سامنے آ رہے ہیں۔ ان سب کے باوجود یہ بات مسلمہ ہے کہ خبروں کے حصول کے روایتی ذرائع کی اہمیت اور مقام بدستور برقرار ہے۔

5.11 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- (1) خبروں کے حصول کے دو بنیادی طریقے کیا ہیں؟
- (2) جزوقتی رپورٹس کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟
- (3) ہندوستان میں شہری رپورٹر کا چلن کس نیوز چینل نے رائج کیا؟
- (4) بین الاقوامی خبر رساں ادارے ’دائرہ‘ (Reuters) کا ہیڈ کوارٹر کہاں واقع ہے؟
- (5) انٹرنیٹ پر ذاتی ویب سائٹ کے ذریعے پیش کیے جانے والے نجی مواد کو کیا کہتے ہیں؟

مختصر جوابات کے حامل سوالات

- (1) ذرائع ابلاغ میں خبروں کا حصول کن کن ذرائع سے ہوتا ہے؟
- (2) خبر رساں ادارے کیا ہوتے ہیں؟ ان پر ایک نوٹ لکھیے؟
- (3) خبروں کی قبل از وقت تیاری کب اور کیسے کی جاتی ہے؟

طویل جوابات کے حامل سوالات

- (1) اخبارات یا ٹیلی ویژن چینلس کے لیے ان کا اپنا نیٹ ورک کتنا اہم ہوتا ہے؟
- (2) شہری رپورٹس کا نظریہ کیا ہے؟
- (3) انٹرنیٹ خبروں کے حصول کے لیے کس حد تک کارآمد ثابت ہو سکتا ہے؟

5.12 فرہنگ

برقی ذرائع ابلاغ جیسے ریڈیو، ٹیلی ویژن، انٹرنیٹ
جزوقتی رپورٹس

Electronic Media

Stringers

شہری رپورٹر	Citizen Reporter
تحدید	Embargo
انٹرنیٹ پر پیش کیا جانے والا نجی مواد	Blog
احاطہ	Coverage
شروعاتی، پہلا	افتتاحی
خفیف، چھوٹا کیا گیا، Abbreviation	مخفف
مسخرہ پن، وہ جس پر لوگ ہنسیں، تمسخر، مذاق	مصحکہ
منعقد کیا جانا، برپا ہونا	العقاد
حاصل، موصول، مہیا، کسی چیز کا حاصل ہونا	دستیاب

5.13 تجویز کردہ اکتسابی مواد

خبرنگاری : شافع قدوائی
من شاہ جہانم : مفتی اعجاز احمد قاسمی



اکائی نمبر 6۔ خبر اور اس کے ذرائع

اکائی کے اجزا

- 6.0 تمہید
- 6.1 مقاصد
- 6.2 خبر کیا ہے؟
 - 6.2.1 خبر کے لغوی معنی
 - 6.2.2 خبر اور اطلاع میں فرق
- 6.3 خبروں کے اقسام
 - 6.3.1 سخت خبر
 - 6.3.2 نرم خبر
 - 6.3.3 خبر کے اجزاء
- 6.4 خبروں کے ذرائع
 - 6.4.1 بنیادی ذرائع
 - 6.4.2 پولیس اسٹیشن
 - 6.4.3 عوامی جلسے جلوس
 - 6.4.4 یونیورسٹی ریکالجز
 - 6.4.5 سرکاری دفاتر
 - 6.4.6 عدالتیں
 - 6.4.7 پریس کانفرنس
- 6.5 ثانوی ذرائع



6.5.1 خبر رساں ادارے

6.5.2 پریس ریلیز

6.5.3 دعوت نامے

6.6 اکتسابی نتائج

6.7 فرہنگ

6.8 نمونہ امتحانی سوالات

6.9 تجویز کردہ اکتسابی مواد

6.0 تمہید

آج دنیا ایک گاؤں کی طرح ہو گئی ہے۔ سیکڑوں اور ہزاروں کلومیٹر کی دوری پر رہنے والے افراد یوں ایک دوسرے کی خوشی و غم میں شریک ہیں گویا ایک ہی بستی کے رہنے والے ہوں اور یہ سب ماس کمیونیکیشن (Mass Communication) کے سبب ہی ممکن ہوا ہے۔ ماس کمیونیکیشن آج دنیا کا تیز رفتاری سے ترقی کرنے والا اہم شعبہ ہے۔ ایک ایسا شعبہ جس نے ہماری زندگی کو متاثر کیا ہے، جو ہماری روزمرہ کی ضرورت بن گیا ہے۔ یہی سبب ہے کہ آج ترقی یافتہ ممالک اسی کے دم پر اپنی ترقیات میں مزید اضافہ کر رہے ہیں۔

غور کیا جائے تو ماس کمیونیکیشن کی بنیادی اکائی (Basic Unit) خبر ہے۔ خبر ہی وہ بنیادی عنصر ہے جس کے دم پر پورا ماس کمیونیکیشن کا شعبہ ایستادہ ہے۔ خبر بنیاد کے پہلے پتھر کے مصداق ہے۔

6.1 مقاصد

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:

- ☆ خبر کی اقسام کو مثالوں کے ساتھ سمجھ سکیں۔
- ☆ خبر سے متعلق 'چھ کاف' کی وضاحت کر سکیں۔
- ☆ خبر رساں اداروں سے واقفیت حاصل کر سکیں۔
- ☆ اخبار کی اشاعت میں نمائندہ کرداروں کو سمجھ سکیں۔
- ☆ خبر اور اطلاع کے درمیان فرق کر سکیں۔

6.2 خبر کیا ہے؟ (What is News)

خبر کیا ہے؟ یہ بہت ہی اہم اور بنیادی سوال ہے۔ عام طور پر ہم کسی بھی اطلاع کو خبر سمجھ لیتے ہیں جب کہ ایسا قطعی درست نہیں۔ اطلاع اور خبر میں فرق ہے۔ فرق کو ہم بعد میں سمجھیں گے پہلے خبر پر ایک نظر ڈال لیں۔ کسی حادثے واقعے یا معاملے کے بارے میں جانکاری کو خبر کہا جاسکتا ہے لیکن اس جانکاری میں حقائق، عوام کی دلچسپی اور نیا پن موجود ہو۔ ویسے خبر کی تعریف ماہرین نے الگ الگ طور پر کی۔ مثلاً ڈین ایم ایل اسپنسر (M.L.O Spencer) اس کے مطابق:

”کسی ایسے واقعے یا خیال کو خبر قرار دیا جاسکتا ہے جو قارئین کی کثیر تعداد کی دلچسپی کا باعث

”ہو۔“

ایری سی ہاپ وڈ کے مطابق:

”کسی بھی اہم واقعے کی پہلی اطلاع خبر کہلاتی ہے جس سے اخبار پڑھنے والوں کو دلچسپی

”ہو۔“

صحافت کے بابا آدم کہے جانے والے لاڈ ناتھ کلف (Lord North Cliffe) صحافت کی تعریف کرتے ہوئے مثال بھی دیتے ہیں:

”کوئی غیر معمولی واقعہ خبر ہے عام واقعہ خبر نہیں۔“

مثلاً

”اگر کتا انسان کو کاٹے تو وہ خبر نہیں، البتہ انسان کتے کو کاٹے تو خبر ہے۔“

کلف کی یہ مثال خبر پڑھتے اور پڑھاتے ہوئے اکثر دی جاتی ہے لیکن اس مثال کا پہلا حصہ بھی خبر بن سکتا ہے۔ یعنی کتا انسان کو کاٹے، شرط یہ ہے کہ کتا کسی اہم ترین شخصیت، وزیر، وزیر اعلیٰ، گورنر، صدر یا وزیر اعظم کو کاٹ لے تو خبر بن جائے گی۔ دراصل خبر کا تعلق دائرہ خبر (News Area) سے ہے یعنی کوئی خبر کتنے بڑے دائرے میں اپنے اثرات قائم کرتی ہے۔ مثلاً وزیر اعلیٰ کی کوئی خبر پورے صوبے کے لوگوں کے لیے دلچسپی کا باعث ہوتی ہے جب کہ وزیر اعظم کی کوئی خبر پورے ملک کے لوگوں کی دلچسپی کا باعث ہوتی ہے۔ شہر یا گاؤں کے کسی شخص کی خبر اس گاؤں کے لوگوں تک محدود ہوگی۔ جب تک کہ اس میں حیرت، حقائق اور نیا پن اتنا زیادہ ہو کہ وہ ہر شخص کے لیے دلچسپی کا سامان بن جائے۔ مثلاً کسی گاؤں میں ایک ہی خاندان کے سبھی افراد کا خود کشی کر لینا یا ڈیکیتی میں مار دیا جانا وغیرہ۔ یہ ایسے واقعات ہیں جن میں عوام کی دلچسپی شامل ہوتی ہے۔ خبر کی ایک اور تعریف احمد نسیم سندیلوی نے اس طرح کی ہے کہ وہ تمام تعریفوں کو سمیٹ لیتے ہیں:

”خبر کسی ایسے واقعے کا بیان ہے جو نیا ہو، عمومی دلچسپی کا باعث ہو، تازہ ہو، پہلے سے کسی کو معلوم نہ ہو، جو متحیر کرے، جس میں کاملیت ہو، پڑھنے والا تشنہ نہ رہے۔ اس کے بیان میں عصبيت نہ ہو، جو اخبار یا جریدے میں شائع کرنے کے قابل ہو اور جس کی اشاعت سے کسی کی تضحیک یا تذلیل نہ ہوتی ہو۔“

6.2.1 خبر کے لغوی معنی

خبر کو انگریزی میں نیوز News کہتے ہیں جسے دو طرح سے سمجھا جاسکتا ہے۔ ایک نیوز (News) دراصل نیو (New) کی جمع ہے اور نیو (New) کے معنی ’نیا‘ کے ہیں۔ یعنی خبر کے اندر نیا پن ہو، ایسی بات جو کسی کو پہلے سے پتہ نہ ہو۔ نیا پن یعنی اس میں چو نکا دینے کا مادہ ہو۔ اس طرح نیوز (News) کے معنی ہم کسی ایسے واقعے کی اطلاع یا جانکاری سے لیتے ہیں جس میں نیا پن ہو، حیرت ہو، اور جو سب کی دلچسپی یا زیادہ سے زیادہ لوگوں کی دلچسپی کا باعث ہو۔

دوسرے بعض ماہرین کا ماننا ہے کہ دراصل نیوز News لفظ چار سمتوں یعنی شمال (North) ناتھ، مشرق (East)، مغرب (West) اور جنوب (South) کے پہلے حروف کو یکجا کرنے سے بنا ہے۔ جس کے معنی چاروں سمتوں کی اطلاع سے ہے۔ اردو میں لفظ خبر عربی سے آیا ہے جس کے معنی نیا، اطلاع اور جانکاری کے ہیں۔

6.1.2 خبر اور اطلاع میں فرق

اطلاع کسی واقعے کا خالص بیان ہوتا ہے جس میں حیرت، دلچسپی یا نیا پن جیسے عناصر نہیں ہوتے۔ صرف بیان ہوتا ہے۔ واقعے کا ذکر ہوتا ہے۔ اس لیے کہا جاتا ہے کہ ہر خبر اطلاع بھی ہوتی ہے لیکن ہر اطلاع خبر نہیں ہوتی۔ مثلاً گوی چپراسی اپنے مالک یا باس کو یہ کہے کہ ”سر باہر سڑک پر ایک سائیکل والا گر پڑا ہے“ تو یہ اطلاع ہوئی، یا پھر وہ یہ کہے کہ ”سر پرنسپل / مینیجر صاحب آرہے ہیں۔“ یہ بھی اطلاع ہوئی۔ لیکن اگر چپراسی یہ کہے کہ ”باہر سڑک پر ایک ٹرک نے اسکوٹر میں ٹکرا مار دی۔ دو لوگ مر گئے“ یا ”پرنسپل / مینیجر صاحب کے ساتھ وزیر صاحب تشریف لارہے ہیں۔“ یہ دونوں اطلاع ہوتے ہوئے بھی خبر کے درجے میں شامل ہو سکتی ہیں۔

6.3 خبروں کے اقسام (Types of News)

خبروں کی اقسام بہت سی ہوتی ہیں۔ جیسے جیسے دنیا ترقی کر رہی ہے خبروں کا جال بھی پھیلتا جا رہا ہے۔ روز روز نئے طریقے ایجاد ہو رہے ہیں۔ خبروں کی اقسام بھی بڑھ رہی ہے۔ خبروں کے تمام زمروں کو بنیادی طور پر دو حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

6.3.1 سخت نیوز (Hard News)

کوئی بھی ایسی خبر جو بے حد اہم ہو۔ ایسا واقعہ جس کا دائرہ خبر یا News Area بہت بڑا ہو، مثلاً حکومت کا کوئی تازہ اور بڑا فیصلہ جس سے ملک کے عوام متاثر ہوں، عالمی سطح پر کوئی بڑی تبدیلی جس کے اثرات پوری دنیا پر قائم ہوں یا کوئی ایسا واقعہ یا معاملہ جس سے عام

انسانی زندگی متاثر ہو۔ سخت خبر کہلاتی ہے۔ سرکار کا کوئی اہم فیصلہ، کسی علاقے میں فرقہ وارانہ فساد، یو این او کا اہم اقدام وغیرہ، سے متعلق خبریں سخت خبروں کے زمرے میں آتی ہیں۔

گزشتہ دنوں کی کچھ سخت خبریں

- 1- روس کا یوکرین پر حملہ
- 2- ملکہ الزبتھ دوم کی وفات
- 3- ہندوستانی اور چین فوجیوں میں جھڑپ

6.3.2 نرم خبر (Soft News)

عام زندگی کی ایسی خبریں جو اطلاع دیتی ہیں لیکن عام انسانوں کی زندگی کو متاثر نہیں کرتیں۔ ایسی خبریں نرم خبر یا سافٹ نیوز (Soft News) کہلاتی ہیں۔ نرم خبروں سے مراد ایسی خبروں سے ہے جس کے پڑھنے نہ پڑھنے، سننے نہ سننے سے عام لوگوں کی زندگی میں کوئی فرق نہ پڑتا ہو۔ مثلاً کسی اسکول کا زلٹ بہت خراب یا اچھا ہونا، شہر میں کسی ہیرو یا ہیروئن کی آمد، کسی نئی فلم کی شروعات وغیرہ نرم خبر کہلاتی ہیں۔

خبروں کو خاص کر انہیں دوزمروں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ ویسے خبروں کو ان کے الگ الگ شعبوں کے اعتبار سے بھی تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

- 1- سیاسی خبریں
- 2- کھیل کی خبریں
- 3- جرائم کی خبریں
- 4- عالمی خبریں
- 5- ادبی خبریں
- 6- تہذیب و ثقافت کی خبریں
- 7- فلمی خبریں
- 8- خلائی خبریں
- 9- تحقیقاتی خبریں
- 10- توضیحی خبریں
- 11- موسم کی خبریں

ٹی وی کی دنیا میں اب دو قسم کی خبریں اور آگئی ہیں۔

بریکنگ نیوز (Breaking News): تازہ ترین حادثے یا واقعے کی خبر کو بریکنگ نیوز کے تحت نشر کیا جاتا ہے۔ یہ اپنے ناظرین کی توجہ مبذول کرنے کا ایک نیا طریقہ ہے یا اسے خبروں کی پیش کش کا نیا انداز بھی کہہ سکتے ہیں۔

ٹاپ اسٹوری (Top Story): دن بھر کی خبروں میں سے کسی خاص خبر کو اس زمرے کے تحت نشر کیا جاتا ہے جس میں خبر کی تفصیل بھی شامل ہوتی ہے۔ یہ بھی خبروں کو دلچسپ بنا کر پیش کرنے کا نیا انداز ہے۔

6.3.3 خبر کے اجزاء

کسی واقعہ کی خبر لکھتے وقت ایک خبر نویس کو پانچ W اور ایک H کا خیال رکھنا چاہیے مثلاً کوئی حادثہ یا واقعہ ہوا ہو تو خبر نویس کو WHAT یعنی کیا ہوا؟ WHERE یعنی کہاں ہوا؟ جبکہ نام WHEN یعنی کب ہو؟ اور وقت کیا تھا۔ دن کا واقعہ ہے یا رات کا اور صحیح

وقت کیا تھا۔ WHO یعنی کون کون لوگ اس معاملے میں ملوث تھے۔ کس کس نے مل کر کام انجام دیا۔ WHY یعنی یہ معاملہ یا واقعہ کیوں وقوع پذیر ہوا اور واقعے کی اصل وجہ کیا تھی؟ اور ان پانچوں ڈبلیو ایس Ws کی تحقیق کے بعد HOW یعنی واقعہ کیسے ہوا؟ کس طرح اسے انجام دیا گیا۔ اردو میں انہیں 'چھ کاف' بھی کہا جاتا ہے۔ کسی بھی نمائندہ کے لیے ان اجزاء کا جاننا ضروری ہے اور ان کے صحیح جوابات کو قلم بند کرنا ہی خبر نویسی ہے۔

6.4 خبروں کے ذرائع (Sources of News)

خبروں کے ذرائع کے معنی خبریں جن ذریعوں سے ہم تک پہنچتی ہیں۔ کن کن طریقوں سے اور کہاں کہاں سے خبر جمع کی جاتی ہیں وہ سب خبروں کے ذرائع کہلاتے ہیں۔ دراصل خبر جس طرح ماس کمیونیکیشن کا بنیادی عنصر ہے اسی طرح خبر میں خبر کے ذرائع کو بنیادی حیثیت حاصل ہے۔ پہلے یہ دیکھیں کہ خبریں کون جمع کرتا ہے۔ عام زبان میں ہم خبر لانے لے جانے والے شخص کو مخبر (Reporter) کہتے ہیں لیکن صحافتی زبان میں خبریں جمع کرنے والے کو جو کسی اخبار یا ٹی وی یا ریڈیو کے لیے خبریں جمع کرنے کا کام کرتا ہے نمائندہ (Correspondence) کہتے ہیں۔ کچھ اور نام بھی ہیں جن سے اسے پکارا جاتا ہے مثلاً نامہ نگار، خبر نویس، رپورٹر۔ آسانی کے لیے خبروں کے ذرائع کو دو زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے بنیادی ذرائع۔ ثانوی ذرائع۔

بنیادی ذرائع (Primary Sources)

خبر اخبار کے لیے ہو، ریڈیو یا پھر کسی ٹی وی چینل کے لیے، اس کے ذرائع میں بنیادی اہمیت نمائندہ (Reporters) کو حاصل ہے۔ ہر بڑا اخبار ریڈیو اور ٹی وی چینل تقریباً ہر شہر میں اپنے نمائندے بحال کرتا ہے۔ یہ نمائندے ہی سب سے اہم ذریعہ (Important Source) ہوتے ہیں۔ اخبار کے ان نمائندوں کے علاقے بھی مخصوص ہوتے ہیں۔ مثلاً بڑے اخبارات اور بڑے میڈیا ہاؤس کھیل کی خبر و تعلیم کی خبروں، سیاسی، سماجی خبروں اور جرائم کی خبروں کے لیے الگ الگ نمائندے رکھتے ہیں۔ ان نمائندوں کی ذمہ داری اپنے اپنے مخصوص شعبوں سے متعلق خبریں جمع کرنا اور انہیں مربوط شکل میں اپنے دفاتر کو ارسال کرنا ہوتی ہیں۔

چونکہ ان نمائندوں پر خبروں کا اصل دار و مدار ہوتا ہے اس لیے زیادہ تر میڈیا ہاؤسز نمائندہ رکھتے وقت کسی بھی شخص میں زبان کی اہلیت، صحافت کا تجربہ اور لکھنے یا پیش کرنے کی صلاحیت کا صحیح اندازہ کرنے کے بعد ہی اسے نمائندہ بناتے ہیں۔ ایک نمائندہ سماج میں یوں تو ہر جگہ سے خبریں حاصل کرتا ہے لیکن کچھ مقامات خبروں کے نقطہ نظر سے بہت اہم ہوتے ہیں۔ جہاں ہر وقت خبریں ملتی رہتی ہیں۔

6.3.2 پولیس اسٹیشن (Police Station)

ہر شہر میں متعدد تھانے ہوتے ہیں اور ایک PCR یعنی پولیس کنٹرول روم ہوتا ہے۔ ان سب میں ہر روز متعدد خبریں ہوتی ہیں۔ شہر کے سارے نمائندے ان تھانوں اور PCR سے خبریں حاصل کر کے اپنے دفاتر کو ارسال کرتے رہتے ہیں۔

6.3.3 عوامی جلسے جلوس

آجکل ہر چھوٹے بڑے شہر میں متعدد جلسے اور جلوس کا منعقد ہونا عام سی بات ہے۔ ان سے بھی خبریں ملتی ہیں۔ زیادہ تر نمائندوں کو ان جلسے جلوس کے بارے میں اطلاع ہوتی ہے یا پھر وہ تلاش کر کے ان کی خبریں حاصل کرتے ہیں۔

6.3.4 یونیورسٹی کالجز

تاریخی طور پر یونیورسٹی اور کالج پڑھائی کے ساتھ ساتھ سیاسی سرگرمیوں اور سماجی تحریکوں کا بھی مرکز رہے ہیں ہمارے ملک کے کئی نامور سیاسی لیڈروں نے اپنی سیاسی سفر کا آغاز اپنی یونیورسٹی یا کالج کے دور سے کہا ہے۔ سقسی سے کچھلی دہائیوں سے یونیورسٹی اور کالج کی سیاست بد امنی کا شکار ہے۔ امتحان میں پرچہ صحیح نہ ہونا، بوک ہڑتال، مار پیٹ، یونین انتخابات جیسے واقعات اکثر خبر بنتے رہتے ہیں۔

6.3.5 سرکاری دفاتر

سرکاری دفاتر بھی خبروں کے تعلق سے اہم ذریعہ ہوتے ہیں۔ یہاں سے عوامی فلاح و بہبود کے تعلق سے آئے دن اہم اطلاعات اور اعلانات جاری ہوتے رہتے ہیں۔ خصوصاً منگرم، اسمبلی، پارلیمنٹ وغیرہ سے ہمیشہ خبریں ملتی رہتی ہیں۔

6.3.6 عدالتیں

آجکل عدالتی بھی خبروں کا منبع و مخرج بن گئی ہیں۔ آبادی کے بڑھنے کے ساتھ ساتھ لڑائی جھگڑے اور مقدمات کی تعداد میں بھی اضافہ ہوا ہے، اسی سبب عدالتوں میں بھیڑ بھی بڑھ گئی ہے اور عدالتوں میں ہر روز نئے نئے مقدمات، ان کی سماعت اور فیصلے ہوتے ہیں اور خبروں کا حصہ بنتے ہیں۔

6.3.7 پریس کانفرنس

پریس کانفرنس کا رواج آج کل بڑھتا جا رہا ہے۔ کسی بڑی اور نئی بات کے انکشاف کے لیے لوگ پریس کانفرنس منعقد کر کے پریس کے نمائندوں کے سامنے اپنی بات رکھتے ہیں۔ سرکاری اعلانات و اطلاعات، بڑی کمپنیاں اپنا پروڈکٹ لانچ کرنے کے لیے، نئی کتاب، مجرم کی گرفتاری، چوری کا پردہ فاش وغیرہ جیسے کاموں کے لیے پریس کانفرنس منعقد ہوتی ہے۔ جس سے نمائندے خبر بنا کر دفاتر کو ارسال کرتے رہتے ہیں۔

6.4 ثانوی ذرائع (Secondary Source)

خبروں کے ذرائع میں آج کل ثانوی ذرائع خاص اہمیت کے حامل ہو گئے ہیں۔ یہ وہ ذرائع ہیں جو زمانے کی ترقی کے ساتھ ساتھ وجود میں آئے ہیں۔ ابتدا میں ان ذرائع کا نام بھی نہیں تھا۔

6.4.1 خبر رساں ادارے (News Agencies)

آج کل خبر رساں اداروں کا پورا ملک اور پوری دنیا میں جال سا پھیلا ہوا ہے۔ ہندوستان کے دو مشہور خبر رساں ادارے ہیں

PTI اور UNI۔

PTI

پی ٹی آئی Press Trust of India ہندوستان کی مشہور ایجنسی ہے جو ہندی اور انگریزی میں خبروں کی سپلائی کا کام کرتی ہے۔ اس کے نمائندے ہر شہر میں موجود ہیں۔ ادارے کی خبر بہت مستند (Authentic) مانی جاتی ہیں۔

UNI

یو این آئی United News India ہندوستان کی واحد خبر ایجنسی ہے جو ہندی انگریزی کے ساتھ ساتھ اردو میں بھی خبریں بھیجنے کا کام کرتی ہے۔ اس کے نمائندے بھی پورے ملک میں پھیلے ہیں۔ شروع میں یہ ایجنسی اردو کی خبروں کے لیے صرف ترجمہ پر منحصر رہتی تھی لیکن اب اس کے نمائندے اردو میں بھی موجود ہیں۔ ہندوستان کے زیادہ تر اردو روزناموں میں اس کی سروس موجود ہے۔ دنیا کی بڑی ایجنسیوں میں رائٹر، اے پی، اے ایف پی کا شمار ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ زیادہ تر بڑے اخبارات اور ریڈیو، ٹیلی ویژن، چینلوں کی اپنی بھی ایجنسی ہیں۔ مثلاً ٹائمز نیوز سروس، HT نیوز سروس، سہارا نیوز بیورو، بی بی سی نیوز سروس، وائس آف امریکا، وائس آف جرمنی وغیرہ۔

خبروں کی ایجنسی کے علاوہ کچھ ایجنسی ایسی بھی ہیں جو مضامین، فچر اور نیوز اسٹوری (News Story) ارسال کرنے کا کام کرتی ہیں۔ ہندی میں ہندوستانی فچر (Hindustani Feature)، اردو میں میڈیا اسٹار (Media Star) ایسی ہی ایجنسی ہیں۔

6.4.2 پریس ریلیز (Press Release)

آج کل پریس ریلیز کی بہت اہمیت ہو گئی ہے۔ زیادہ تر سیاسی، فلمیں اور ادبی شخصیات، سیاسی اور کاروباری ادارے، یونیورسٹی کالج وغیرہ اپنے اپنے پروگرام، نئی سرگرمی وغیرہ سے متعلق پریس ریلیز کے ذریعے اخبارات، ریڈیو اور ٹی وی میں خبریں ارسال کرتے ہیں۔ ویسے پریس ریلیز کی خبروں پر لوگ زیادہ یقین نہیں کرتے اسی لیے اخبارات والے یا تو انہیں نظر ثانی کر کے شائع کرتے ہیں یا پھر ان کے ذرائع پر ”پریس ریلیز“ لکھ دیتے ہیں۔

6.4.3 دعوت نامے

دعوت نامے بھی خبر کی بنیاد بنتے جا رہے ہیں۔ زیادہ تر جلسے، جلوس پروگرام کے دعوت نامے سبھی اخباری دفاتر میں آتے ہیں۔ ان کے ذریعے بھی خبریں وجود میں آتی ہیں۔ ثانوی ذرائع میں آج کل انٹرنیٹ بھی شامل ہو گیا ہے۔ انٹرنیٹ پر بھی ہر وقت خبریں موجود رہتی ہیں۔

آج کا عہد ماس کمیونیکیشن کا ہے۔ پوری دنیا اس کی گرفت میں ہے۔ یہی سبب ہے کہ آج پوری دنیا ایک گاؤں کی مانند ہو گئی ہے۔ اس ترقی یافتہ زمانے میں کمیونیکیشن نے ہی اطلاعات اور معلومات کا دھماکہ (Explosion of knowledge & communication) سا کر رکھا ہے۔ غور سے دیکھا جائے تو اس کی بنیاد خبر ہے۔ یعنی خبر ہی وہ ذریعہ ہے جس کے دوش پر سوار آج کمیونیکیشن دنیا کا اہم ترین شعبہ بن گیا ہے۔

خبر کی جب بات کی جاتی ہے تو یہ کہا جاتا ہے کہ کسی واقعے یا حادثے کی ایسی اطلاع جس میں نیا پن ہو، عوام کی دلچسپی ہو اور حیرت ہو تو وہ خبر ہوتی ہے۔ انگریزی میں خبر کے لیے News لکھتے ہیں۔ جو New کی جمع ہے جس کے معنی نیا کے ہیں دوسری طرف News کے چاروں سمتوں یعنی شمال، مشرق، مغرب اور جنوب کے انگریزی ترجمہ کے پہلے حروف کی ایک خاص ترکیب ہے جس کے معنی چاروں طرف یعنی ہر سمت کی بات اور خبر سے ہے۔

خبر کی یوں تو بہت سی اقسام ہوتی ہیں لیکن خاص کر ہم انہیں دو حصوں میں تقسیم کرتے ہیں۔

سخت خبر (Hard News)

کوئی بھی ایسی خبر جو بے حد اہم ہو، ایسا واقعہ جس کا دائرہ خبر (News Area) بہت بڑا ہو، مثلاً حکومت کا کوئی تازہ اور بڑا فیصلہ جس سے ملک کے عوام متاثر ہوں، عالمی سطح پر کوئی بڑی تبدیلی جس کے اثرات پوری دنیا پر قائم ہوں، یا کوئی ایسا واقعہ یا معاملہ جس سے عام انسانی زندگی متاثر ہو سخت خبر کہلاتی ہے۔ سرکار کا کوئی اہم فیصلہ، کسی علاقے میں فرقہ وارانہ فساد، یو این او کا کوئی اہم اقدام وغیرہ سے متعلق خبریں سخت خبروں کے زمرے میں آتی ہیں۔

نرم خبر (Soft News)

عام زندگی کی ایسی خبریں جو اطلاع دیتی ہیں لیکن عام انسانوں کی زندگی کو متاثر نہیں کرتیں۔ ایسی خبریں نرم خبر (Soft News) کہلاتی ہیں۔ نرم خبر سے مراد ایسی خبروں سے ہے جس کے پڑھنے نہ پڑھنے، سننے یا نہ سننے سے عام لوگوں کی زندگی میں کوئی فرق نہ پڑتا ہو۔ مثلاً کسی اسکول کا ریزلٹ بہت خراب یا اچھا ہونا، شہر میں کسی ہیروئین کی آمد، کسی نئی فلم کی شروعات وغیرہ نرم خبریں کہلاتی ہیں۔

عام طور پر خبروں کو ان کے شعبوں کے اعتبار سے بھی تقسیم کرتے ہیں۔

1- سیاسی خبریں	2- کھیل کود کی خبریں
3- جرائم کی خبریں	4- عالمی خبریں
5- ادبی خبریں	6- تہذیب و ثقافت کی خبریں
7- فلمی خبریں	8- خلائی خبریں

خبروں کو جمع کرنے والے کو نمائندہ، رپورٹر یا خبر نویس کہتے ہیں۔ خبر نویس کو کسی واقعے یا حادثے کی خبر جمع کرتے وقت انگریزی کے پانچ W اور ایک H کا خاص خیال رکھنا چاہیے۔ جسے اردو میں ”چھ کاف“ کہتے ہیں۔ یہ کیا، کیوں، کب، کہاں، کون اور کیسے ہیں۔ یعنی انہیں بنیادی چھ کاف کے جوابات سے خبر مکمل ہو جاتی ہیں۔

بنیادی ذرائع (Primary Sources)

خبر اخبار کے لیے ہو، ریڈیو یا پھر کسی ٹی وی چینل کے لیے، اس کے ذرائع میں بنیادی اہمیت نمائندہ (Reporter) کو ہی حاصل ہے۔ ہر بڑا اخبار، ریڈیو اور ٹی وی چینل تقریباً ہر شہر میں اپنے نمائندے بحال کرتا ہے۔ یہ نمائندے اپنے علاقے کی خبریں روزانہ جمع کر کے شام کے وقت (اخبار کے نمائندے) یا فوراً اپنے آفسوں، میں ٹیلی فون، فیکس، انٹرنیٹ Vest سے بھیجتے ہیں۔ کسی بھی میڈیا ہاؤس کے لیے یہ نمائندے ہی سب سے اہم ذریعہ (Important Sources) ہوتے ہیں۔ یہ نمائندے پولس اسٹیشن، عوامی جلسے جلوس، یونیورسٹی کالج وغیرہ سے خبریں حاصل کر کے اپنے دفتر کو ارسال کرتے ہیں۔

ثانوی ذرائع Secondary Sources

خبر کے ذرائع میں آج کل ثانوی ذرائع خاص اہمیت کے حامل ہو گئے ہیں۔ یہ وہ ذرائع ہیں جو زمانے کی ترقی کے ساتھ ساتھ وجود میں آئے۔ ابتدا میں ان ذرائع کا نام بھی نہیں تھا۔

خبر رساں ادارے

آج کل خبر رساں اداروں کا پورے ملک اور پوری دنیا میں جال سا پھیلا ہوا ہے۔ یہ ادارے پورے ملک اور دنیا میں اپنے نمائندے رکھتے ہیں۔ ان نمائندوں کے ذریعے خبریں جمع کر کے اخبارات، ریڈیو اور ٹی وی کو ارسال کرتے ہیں۔ ہندوستان کے مشہور خبر رساں ادارے پی ٹی آئی (PTI) یو این آئی (UNI) اور اے پی (AP) ہیں۔ اس زمرے میں پریس ریلیز اور دعوت نامے بھی شامل ہوتے ہیں۔

6.7 فرہنگ (Glossary)

Associated Press	AP
Press Trust of India	PTI
United News of India	UNI

داثرہ خبر (وہ علاقہ جہاں تک خبر کا اثر ہو)	News Area
ذرائع	Sources
ٹی وی کی کوئی تازہ ترین خبر	Breaking News
ٹی وی کی دن بھر کی سب سے اہم خبر	Top Story
نمائندہ	Correspondent
بنیادی	Primary
وہ جگہ جہاں سے پولیس تمام کارروائی کرتی ہیں۔	PCR (Police Control Room) PCR
معلومات اور اطلاعات کا دھماکہ (یعنی ہر طرح کی معلومات اور اطلاع کا ہونا)	Explosion of Knowledge & Information



ایستادہ
مصدق
زمرہ
منبر
خبر نویس
منع و مخرج

6.8 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- (1) تازہ ترین واقعے کی خبر کو کیا کہتے ہیں؟
- (2) خبروں کے بنیادی ذرائع (Primary Source) میں سے کسی تین کے نام لکھیے۔
- (3) ہندوستان کے کوئی دو خبر رساں اداروں کے نام لکھیے۔
- (4) کتاب 'من شاہ جہانم' کے مصنف کا نام لکھیے۔
- (5) کتاب 'تفتیشی خبر نگاری' کے مصنف کا نام کیا ہے؟

مختصر جوابات کے حامل سوالات

- (1) خبر کسے کہتے ہیں؟ مثال کے ساتھ واضح کریں۔
- (2) خبریں کتنی طرح کی ہوتی ہیں؟

(3) خبر اور اطلاع کا فرق واضح کریں۔

(4) خبر کے ذرائع سے آپ کیا سمجھتے ہیں۔ کون کون سے خاص ذرائع ہوتے ہیں۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

(1) خبر کے تعلق سے 'چھ کاف' کی وضاحت کریں۔ اس کا نمائندہ پرکس طرح اطلاق ہوتا ہے۔

(2) خبر رساں ادارے سے آپ کیا سمجھتے ہیں۔ دو خبر رساں اداروں کے بارے میں لکھیں۔

(3) نمائندہ کا اخبار کی اشاعت میں کیا کردار ہوتا ہے؟

6.9 تجویز کردہ اکتسابی مواد

1- خبر نگاری	احمد نسیم سندیلوی	مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، پاکستان
2- تفقیثی خبر نگاری	ہمایوں ادیب	
3- من شاہ جہانم	مفتی اعجاز ارشد قاسمی	کتب خانہ نعیمہ، دیوبند
4- فن صحافت	پروفیسر ظہور الدین	انٹرنیشنل اردو پبلی کیشن، دہلی
5- ابلاغیات	ڈاکٹر محمد شاہد حسین	انجوائی کیشنل پبلسٹنگ ہاؤس، دہلی
6- ریڈیو، ٹیلی ویژن	محمد امتیاز علی تاج	اطیب پبلسٹنگ ہاؤس، حیدرآباد
7- رہبر اخبار نویسی	سید اقبال قادری	قومی اردو کونسل، دہلی

ڈپلوما ان جرنلزم اینڈ ماس کمیونیکیشن، پہلا سمسٹر

دوسرا پرچہ: خبر نگاری

Diploma in Journalims & Mass Communication (DJMC), 1st Semester

Paper 2: Reporting

یہ پرچہ سوالات تین حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول، حصہ دوم، حصہ سوم۔ ہر جواب کے لیے لفظوں کی تعداد اشارہ ہے۔ تمام حصوں سے سوالات کا جواب دینا لازمی ہے۔

1- حصہ اول میں 10 لازمی سوالات ہیں جو کہ معروضی سوالات ہیں۔ ہر سوال کا جواب لازمی ہے۔ ہر سوال کے لیے 1 نمبر مختص ہے۔

$$(10=1 \times 10)$$

2- حصہ دوم میں 8 سوالات ہیں۔ اس میں سے کوئی 5 سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً دو سو (200) الفاظ پر مشتمل ہونا چاہے۔ ہر سوال کے لیے 6 نمبرات مختص ہیں۔

$$(30=6 \times 5)$$

3- حصہ سوم میں 5 سوالات ہیں۔ اس میں سے کوئی 3 سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً ہانچ سو (500) الفاظ پر مشتمل ہونا چاہے۔ ہر سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔

$$(30=10 \times 3)$$

حصہ اول

سوال: 1

- i اخبار میں خبروں پر نظر رکھنے کو کیا کہتے ہیں؟
- ii طباعت کا جدید ترین طریقہ کیا ہے؟
- iii کتاب 'خبر نگاری' کے مصنف کا نام کیا ہے؟
- iv چار ایسی چیزوں کے نام لکھیے جو ایک رپورٹر کے کام میں بڑی معاون و مددگار ہوتی ہیں۔
- v خبریت کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟
- vi "اگر کتا آدمی کو کاٹے تو یہ خبر نہیں ہے اور اگر آدمی کتے کو کاٹ لے تو یہ خبر ہے۔" خبر کی یہ تعریف کس امریکی صحافی نے دی ہے؟
- vii جاریہ تاریخ کسے کہتے ہیں؟
- viii جو خبریں قارئین کے جذبات کو ابھارتی ہیں ان کا تعلق کس خبری قدر سے ہے؟
- ix جزوقتی رپورٹس کو انگریزی میں کیا کہتے ہیں؟
- x کتاب 'من شاہ جہانم' کے مصنف کا نام لکھیے۔

حصہ دوم

- 2- ایک اچھے اخبار کی خصوصیات بیان کیجیے۔
 - 3- ایک صحافی میں سوال کرنے کی اچھی صلاحیت ہونی چاہیے اس سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
 - 4- قرب زمانی اور قرب مکانی سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
 - 5- ترقیاتی سرگرمیوں سے متعلق خبروں کے ساتھ ثانوی سلوک کیا جاتا ہے، تبصرہ کریں۔
 - 6- خبر رساں ادارے کیا ہوتے ہیں؟ ان پر ایک نوٹ لکھیے؟
 - 7- ذرائع ابلاغ میں خبروں کا حصول کن کن ذرائع سے ہوتا ہے؟
 - 8- خبر کے ذرائع سے آپ کیا سمجھتے ہیں۔ کون کون سے خاص ذرائع ہوتے ہیں۔
 - 9- خبر اور اطلاع کا فرق واضح کریں۔
- حصہ سوم
- 10- شعبہ ادارت کی ذمہ داری کو تفصیل کے ساتھ قلم بند کیجیے۔
 - 11- خبرنگاری ایک چیلنجنگ پیشہ کیوں ہے؟ ایک صحافی کو کن کن چیلنجنگ کامنا کرنا پڑتا ہے؟
 - 12- خبر کی تعریف بیان کرتے ہوئے اس کے اہم نکات پر روشنی ڈالیے۔
 - 13- ”جتنا بڑا نام اتنی بڑی خبر“ یہ جملہ خبر کی کس قدر کی طرف اشارہ کرتا ہے۔ تفصیل سے لکھیں۔
 - 14- خبر کے تعلق سے ’چھ کاف‘ کی وضاحت کریں۔ اس کا نمائندہ پر کس طرح اطلاق ہوتا ہے۔

اہم نکات

