

پہلی کتابی



میڈیا اور ایڈورٹائزنگ (Media and Advertising)

استاد کے لیے نوٹ

اس خبر کے واضح اور چھپے ہوئے پہلوؤں کو سمجھ سکیں گے۔ ہم نے دو من گھڑت رپورٹ یہ ظاہر کرنے کے لیے تیار کی ہے کہ کبھی کبھی کسی حادثے یا کہانی کا صرف ایک ہی رخ پیش کیا جاتا ہے۔ اس کی بنیاد پر ہم طلباء سے توقع کرتے ہیں کہ اخبار کی رپورٹ پائی۔ وی کہانیوں کے ذریعے مہیا کی گئی جانکاری کی جانچ پڑتال کرنے اور اس کے ساتھ رپورٹ سے متعلق خاص پس منظر کو خارج کرنے کے پیچھے دلیلوں کو سمجھنے اور تنقیدی جائزہ لینے کی ضرورت مہارت پیدا ہو۔

ایڈورٹائزنگ کے باب میں دو خود ساختہ اشتہارات تیار کیے گئے ہیں تاکہ طلباء خریدار کو لہانے والے اشتہارات بنانے کے سلسلہ وار طریقوں کو سمجھ سکیں۔ یہ مثالیں کچھ اہم اصلاحات برانڈ (Brand) اور برانڈ ویلیو (Brand value) کی اہمیت پر روشنی ڈالتی ہیں جو کہ اشتہار کی انفرادیت کا ضروری حصہ ہیں۔ حقیقی اشتہارات کی مثالوں کے ذریعے دوسروں کے سامنے اسی طرح کے سوالات پیش کر کے ان تصورات کو مضبوط بنایا جاسکتا ہے۔

دونوں ابواب کا خاتمہ ان کے مضامین کو جمہوریت کے تصور سے جوڑ کر کیا گیا ہے۔ مقامی میڈیا اور سماجی اشتہارات کے مثالوں کو استعمال کرتے ہوئے دونوں اسباق اس بات پر زور دیتے ہیں کہ کس طرح میڈیا اور اشتہارات ان کی حمایت کرتے ہوئے نظر آتے ہیں جو کہ عظیم مالی اور سماجی وسائل رکھتے ہیں۔ مقامی مسائل پر میڈیا کی کہانیوں کا استعمال کرتے ہوئے کلاس روم میں اس بات کو اجاگر کیا جاسکتا ہے اور مقامی سطح پر دستیاب چیزوں اور ان کی مقامی اہمیت کو اشتہار بازی سے بدلنے کے طریقوں پر سوالات کیے جائیں۔

آج میڈیا اور ایڈورٹائزنگ کی موجودگی بچوں کی زندگی میں سرایت کر چکی ہے۔ ممکن ہے اس حقیقت پر انہیں سنجیدگی سے غور کرنے کا موقع نہ ملا ہو۔ اس اکائی میں ایسے کچھ طریقے پیش کیے گئے ہیں جس کے ذریعے ہم ان پر غور کرنا شروع کر سکتے ہیں۔

”میڈیا کو سمجھنا“ باب میں میڈیا اور ٹیکنالوجی (Technology) اور میڈیا اور تجارت کے مضبوط روابط کی تشریح کی گئی ہے۔ اس میں واضح کیا گیا ہے کہ قابل توجہ اور قابل فکر مسائل اور نظر انداز کردینے یا مسترد کردینے والے مسائل پر میڈیا کس طرح ہماری سمجھ کو متاثر کر کے ’اپنا ایجنڈا طے کرتا ہے‘۔ اشتہار کو سمجھنا سبق میں ہم نے دونوں باتوں (ایڈورٹائزنگ کی حکمت عملی سے خریدار کو متاثر کرنے کا تنقیدی جائزہ اور اشتہار بنانے کے عمل میں شامل اقدامات) پر روشنی ڈالی ہے۔ خاص برانڈ (پہچان) کی اہمیت اور کسی سامان کو بڑھاوا دینے کی ضرورت اشتہار بازی کا سب سے اہم حصہ ہے۔ یہ باب ایڈورٹائزمنٹ (اشتہارات) میں خریدار کو لہانے کے طریقوں کی پہچان کراتا ہے۔ اور واضح کرتا ہے کہ کس طرح یہ چیزیں مضبوطی سے خریدار کی خود کی شبیہ سے جڑی ہوئی ہیں۔

باب 6 اور 7، میڈیا اور اشتہار بازی کے وسیع اثرات کو پیش منظر کرتے ہیں اور زیر بحث مسائل کو طلباء کی زندگیوں سے جوڑنے کی کوشش کرتے ہیں۔ اس باب کے آخر میں ہم طلباء سے یہ توقع رکھتے ہیں کہ وہ واقعات کو میڈیا میں دکھانے میں بڑی تجارتوں کے رول کو محسوس کر سکیں گے۔ یعنی خبروں کو دکھانے کے لیے چننے کے طریقے اور

بائیں جانب کولاج کو دیکھیے اور چھ مختلف قسم کے میڈیا کا ذکر کیجیے جو آپ دیکھتے ہیں۔



گٹن برگ (Gutenberg) کے ذریعے انجیل (Bible) کی پہلی نقل کو پرنٹ کرتے ہوئے ایک فنکار کا تصور۔

اپنے خاندان کے بڑے افراد سے پوچھیے کہ جب ٹی وی نہیں تھا اس وقت ریڈیو پروہ کیا سنا کرتے تھے؟ ان سے معلوم کیجیے کہ آپ کے علاقے میں پہلا ٹی وی کب آیا کیبل ٹی وی کی شروعات کب ہوئی؟

آپ کے پڑوس میں کتنے لوگ انٹرنیٹ کا استعمال کرتے ہیں؟

دنیا کے دوسرے حصوں کے بارے میں 3 باتیں بتائیے جو آپ نے ٹی وی دیکھ کر جانا ہے۔

ہر چیز۔ ایک مقامی میلے کے ایک اسٹال سے لے کر ان پروگراموں تک جو کہ آپ ٹی وی پر دیکھتے ہیں، کو میڈیا کہا جاسکتا ہے۔ 'میڈیا' لفظ میڈیم کا جمع ہے اور یہ ہمارے سماج میں بات چیت کرنے یا اطلاع پہنچانے کے مختلف طریقے بیان کرتا ہے کیونکہ میڈیا ترسیل کے تمام ذرائع کی طرف اشارہ کرتا ہے۔ کوئی بھی ایک چیز۔ ایک فون کال سے لے کر ٹی وی پر شام کی خبر..... سبھی کچھ میڈیا کہلاتا ہے۔ ٹی وی، ریڈیو اور اخبارات میڈیا کی ایک شکل ہے جو کہ پورے ملک اور پوری دنیا کے کروڑوں لوگوں تک پہنچتا ہے۔ اور اس لیے اسے ماس میڈیا (Mass Media) کہا جاتا ہے۔

میڈیا اور ٹیکنالوجی (Media & Technology)

آپ کے لیے زندگی کا تصور میڈیا کے بغیر غالباً مشکل ہوگا۔ لیکن کیبل ٹی وی اور انٹرنیٹ کا وسیع استعمال ایک حالیہ مظہر ہے۔ یہ ہمارے بیچ بیس سال سے بھی کم عرصے سے ہے۔ ماس میڈیا کی ٹیکنالوجی وقت کے ساتھ تبدیل ہوتی رہتی ہے۔

اخبارات، ٹیلی ویژن اور ریڈیو لوگوں تک پہنچ سکتے ہیں کیونکہ یہ کئی ٹیکنالوجی (فنی مہارت) کا استعمال کرتے ہیں۔ ہم اخبارات اور رسالوں پر پرنٹ میڈیا (Print Media) کی حیثیت سے بحث کریں گے۔ اور ٹی وی اور ریڈیو کو الیکٹرانک میڈیا (Electronic Media) کی حیثیت سے۔ آپ کے خیال میں اخبارات کو پرنٹ میڈیا کیوں کہا جاتا ہے؟ جیسے جیسے آپ آگے بڑھیں گے، آپ پائیں گے کہ ان کے ناموں کا تعلق ان مختلف ٹیکنالوجیز (Technologies) سے ہے جو اس میڈیا میں استعمال میں آتے ہیں۔ ماس میڈیا میں جو ٹیکنالوجی (فنی مہارت) استعمال کی جاتی ہے اس میں کئی سالوں کے دوران تبدیلی آئی ہے اور لگاتار بدلاؤ جاری ہے ان کو سمجھانے میں حسب ذیل تصاویر آپ کی مدد کریں گی۔

مشینوں یا ٹیکنالوجی میں تبدیلی سے اور ٹیکنالوجی کو مزید ترقی یافتہ بنانے سے میڈیا کو زیادہ سے زیادہ لوگوں تک پہنچانے میں مدد ملتی ہے۔ یہ آواز اور تصاویر کے معیار کو بھی بہتر بناتی ہے جو کہ آپ دیکھتے ہیں۔ مگر ٹیکنالوجی اس سے بڑھ کر بھی کچھ کرتی ہے۔ یہ ہماری زندگی کے متعلق سوچنے کے انداز کو بھی بدلتی ہے۔ مثال کے لیے آج ٹی وی کے بغیر اپنی زندگی کے بارے میں سوچنا بہت مشکل ہو گیا ہے۔ ٹی وی نے ہمیں خود کو عالمگیر

معاشرہ کا ایک فرد بنا دیا ہے۔ ٹیلی ویژن تصاویر سیٹلائٹ (Satellite) اور کیبل کے ذریعے ایک لمبا سفر طے کرتی ہیں۔ جس سے کہ ہم دنیا کے دوسرے حصوں کی خبریں اور تفریحی چینل دیکھ سکتے ہیں۔ کارٹون جو آپ ٹی وی پر دیکھتے ہیں، زیادہ تر امریکہ یا جاپان سے آتے ہیں امریکہ میں فلوریڈا کے ساحل پر آنے والے طوفان کے مناظر اب ہم چینی یا جموں میں بیٹھ کر دیکھ سکتے ہیں۔ ٹیلی ویژن نے دنیا ہمارے قریب کر دی ہے۔

میڈیا اور دولت (Media and Money)

ماس میڈیا میں جو مختلف ٹیکنالوجی استعمال ہوتی ہے وہ بہت قیمتی ہوتی ہے۔ ذرا ٹی وی اسٹوڈیو کے بارے میں سوچو جہاں خبریں پڑھنے والا بیٹھتا ہے وہاں پر روشنی، کیمرہ، آواز ریکارڈر (Sound Recorder) اور ابلاغ سیٹلائٹ (Transmission Satellite) وغیرہ ہوتے ہیں۔ ان سب چیزوں کی قیمت بہت زیادہ ہوتی ہے۔

نیوز اسٹوڈیو (News Studio) میں صرف خبر پڑھنے والے کو ہی اجرت نہیں دینی ہوتی بلکہ دوسرے بہت سے لوگوں کو بھی رقم ادا کی جاتی ہے جو کہ ایک ساتھ خبروں کو نشر کرنے میں مدد کرتے ہیں ان میں کیمرہ اور روشنی لگانے والے بھی شامل ہیں اور جیسا کہ آپ پڑھ چکے ہیں کہ ماس میڈیا کی ٹیکنالوجی (Technology) مستقل بدلتی رہتی ہے اور جدید ٹیکنالوجی کو حاصل کرنے میں بھی ایک موٹی رقم خرچ ہوتی ہے۔ ان اخراجات کے سبب ماس میڈیا کو اپنا کام کرتے رہنے کے لیے ایک خفیہ رقم کی ضرورت پڑتی ہے۔ نتیجے کے طور پر زیادہ تر ٹی وی چینل اور اخبارات ایک بڑے تجارتی مرکز کا حصہ بن جاتے ہیں۔

ماس میڈیا پیسہ کمانے کے طریقوں پر مستقل سوچتا رہتا ہے۔ مختلف چیزوں کا اشتہار کر کے جیسے کاریں، چاکلیٹ، کپڑے، موبائل وغیرہ ماس میڈیا کا پیسہ کمانے کا ایک طریقہ ہے۔ آپ نے ضرور غور کیا ہوگا کہ اپنے پسندیدہ ٹیلی ویژن پروگرام کو دیکھتے وقت آپ کو کتنے اشتہارات دیکھنے پڑتے ہیں۔ ٹی وی پر کرکٹ میچ کے دوران ہر اور (Over) کے بعد بار بار ایک ہی اشتہار دکھایا جاتا ہے۔ اس طرح اکثر آپ ایک ہی تصویر بار بار دیکھتے ہیں جیسا کہ آنے والے اسباق میں آپ پڑھیں گے۔ اشتہارات کو بار بار اس امید کے ساتھ دہرایا جاتا ہے کہ آپ باہر جا کر اشتہار میں دکھائی گئی چیز خریدیں گے۔



ایکٹرانک ٹائپ رائٹر سے 1940 میں صحافت کے میدان میں یکسر تبدیلی آئی۔



جان ایل بیرڈ (John L Baird) اپنے تجرباتی آلے کے سامنے بیٹھے ہوئے جنہوں نے اپنی ایجاد 'Televisor' ٹیلی ویژر۔ (ایک قدیم ٹیلی ویژن) کا مظاہرہ رایل انسٹی ٹیوٹ میں کیا۔

کیا آپ 3 مختلف چیزوں کے اشتہار گنا سکتے ہیں جو کہ آپ کے پسندیدہ ٹی وی پروگرام کے دوران دکھائے جاتے ہیں۔

ایک اخبار لیجیے اور اس کے اشتہارات گنیے۔ کچھ لوگوں کا کہنا ہے کہ اخبارات میں اشتہارات حد سے زیادہ ہوتے ہیں؟ آپ کے خیال میں کیا بات صحیح ہے اور کیوں؟



خبروں کے چینل پر اشتہار دینے کی قیمت 500 روپے سے لے کر 8000 روپے تک فی 10 سیکنڈ کے لیے ہوتی ہے جو کہ چینل کی مقبولیت پر منحصر کرتا ہے۔

میڈیا اور جمہوریت (Media and Democracy)

جمہوریت میں میڈیا خبریں پہنچانے اور ملک اور دنیا میں رونما ہونے والے واقعات پر تبصرہ کرنے میں بہت اہم رول ادا کرتا ہے۔ اس جانکاری کی بنیاد پر ملک کے شہری جان سکتے ہیں کہ حکومت کس طرح کام کرتی ہے اور اگر عوام چاہیں تو ان خبروں کی کہانی کی بنیاد پر کارروائی بھی کر سکتے ہیں۔ وہ چند طریقے جن کے ذریعے وہ ایسا کر سکتے ہیں متعلق وزیر کو خط لکھ کر عوامی احتجاج (Public Protest) کر کے دستخطی مہم چلا کر حکومت سے اپنے پروگرام پر دوبارہ غور کرنے کی مانگ کر کے وغیرہ۔

میڈیا کے جانکاری مہیا کرانے کے رول دیکھتے ہوئے یہ بات اہم ہو جاتی ہے کہ خبروں میں توازن ہونا چاہیے۔ ایک ہی واقع کی دو مختلف پیش کش پڑھ کر۔ آئیے ہم سمجھتے ہیں کہ متوازن میڈیا رپورٹ سے ہمارا کیا مطلب ہے۔

کارخانوں کی تالا بندی، بے چینی کی وجہ

ڈیلی نیوز سروس

شہر کے رہائشی علاقوں میں ایک لاکھ کارخانوں کی تالا بندی ایک سنجیدہ مسئلہ بن گیا ہے۔ پیر کو ہزاروں فیکٹری مالکوں اور ملازموں نے اس بندی کے خلاف سڑکوں پر شدید احتجاج کیا۔ انھوں نے کہا کہ ان کی آمدنی کا ذریعہ ختم ہو جائے گا۔ ان کا کہنا ہے کہ یہ غلطی میونسپل کارپوریشن (Municipal Corporation) کی ہے کیونکہ اس نے رہائشی علاقوں میں نئے کارخانے قائم کرنے کا لائسنس (Licence) دینے کا سلسلہ جاری رکھا۔ ان کا یہ بھی کہنا ہے کہ نئی جگہ پر بسانے کی کوششیں سنجیدہ نہیں ہیں۔ مالک اور ملازمین اس تالا بندی کے خلاف ایک دن کے بند کا منصوبہ بنا رہے ہیں۔ ایک کارخانے کے مالک مہندر شرما نے کہا ”کہ حکومت کہتی ہے کہ اس نے نئی جگہ آباد کرنے کے لیے بہت کچھ کیا ہے مگر جن علاقوں میں بھی ہمیں بھیجا گیا ہے وہاں سہولیات بالکل نہیں ہیں۔ اور پچھلے 5 سالوں سے وہاں کوئی ترقی نہیں ہوئی ہے۔“

آلودگی پھیلانے والے کارخانوں کے خلاف سخت اقدام

احتجاجیوں نے سڑک پر رکاوٹ کھڑی کی اور ٹریفک میں خلل ڈالا

ہیں۔ اس کے علاوہ ان کے بند ہونے سے شہر کی آلودگی کی سطح کافی گھٹ جائے گی۔ شہر کی ایک مشہور شخصیت مسٹر جین نے کہا کہ رفتہ رفتہ ہمارا شہر ہندوستان کا نیا تجارتی مرکز بن رہا ہے۔ یہ بہت اہم ہے کہ اس کو ہر ابھرا اور صاف بنایا جائے۔ آلودگی پھیلانے والی اکائیوں کو ہٹا دینا چاہئے۔ کارخانے کے مالکوں اور ملازموں کو احتجاج کرنے کے بجائے حکومت کی نوآباد کاری کی پیش کش قبول کر لینا چاہئے۔

راہ حکا ملک (INN) آئی این این
مالکوں اور نوکروں کے ذریعہ پر تشدد
احتجاج نے آج پورے شہر کو روک دیا۔ سخت ٹریفک جام کی وجہ سے کام پر جانے والے لوگ وقت پر نہ پہنچ سکے۔ مالک اور ملازم حکومت کے آلودگی پھیلانے والے کارخانوں کو بند کرنے کے فیصلے کے خلاف احتجاج کر رہے ہیں۔ حالانکہ حکومت نے یہ فیصلہ جلد بازی میں لیا ہے۔ احتجاج کرنے والے کافی عرصے سے یہ بات جانتے تھے کہ ان کی اکائیاں غیر قانونی

سچ تو یہ ہے کہ اگر آپ نے ان میں سے کوئی ایک ہی اخبار پڑھا ہوتا تو آپ کہانی کا ایک ہی رخ جان پاتے۔ اگر آپ نے نیوز آف انڈیا پڑھا ہوتا تو آپ احتجاجیوں کو شرارت پسند لوگ سمجھ سکتے تھے۔ ان کا آمدورفت (Traffic) میں خلل ڈالنے اور مستقل کارخانے چلا کر شہر کو آلودہ کرنے کا عمل ان کے لیے آپ کے ذہن پر خراب چھاپ چھوڑتا ہے۔ مگر دوسری جانب اگر آپ نے انڈیا ڈیلی (India Daily) کی خبر پڑھی ہے تو آپ جان لیتے ہیں کہ لاکھوں لوگوں کی زندگیاں کارخانوں کے بند ہوجانے سے متاثر ہوں گی۔ کیونکہ نئی آباد کاری کی کوششیں مناسب نہیں کی گئی ہیں۔ اس لیے یہ لوگ احتجاج کر رہے ہیں۔ ان میں سے کوئی بھی رپورٹ متوازن نہیں ہے۔ ایک متوازن رپورٹ وہ ہے جس میں ایک خاص واقع کے تمام نقطہ نظر پر بحث کی جائے اور پھر فیصلہ لینے کا کام پڑھنے والوں پر چھوڑ دیا جائے۔

کیا اور پر بیان کی گئی کہانیاں دونوں اخباروں میں ایک ہی ہیں؟ اگر نہیں تو کیوں نہیں؟ آپ کے لحاظ سے اس میں کیا یکسانیت ہے اور فرق کیا ہے؟

اگر آپ نیوز آف انڈیا کی رپورٹ پڑھیں تو اس مسئلے کے متعلق آپ کی رائے کیا ہوگی؟

تاہم ایک متوازن رپورٹ لکھنا میڈیا کی آزادی پر منحصر کرتا ہے۔ ایک آزاد میڈیا کا مطلب ہے کوئی بھی اس کی خبر کی رپورٹ کو کنٹرول یا متاثر نہ کر سکتا ہو۔ کوئی میڈیا کو یہ نہ کہے کہ خبر کی کہانی میں کن باتوں کو شامل کرنا ہے اور کن باتوں کو نہیں۔ جمہوریت میں

کیا آپ کے خیال میں کہانی کے دونوں پہلوؤں کو جاننا ضروری ہے۔ کیوں؟

مان لیجیے کہ آپ ایک اخبار کے صحافی ہیں اور اس خبر کی دونوں رپورٹوں کو دیکھ کر ایک متوازن کہانی لکھیے۔

آزاد میڈیا کی بہت اہمیت ہے جیسا کہ آپ نے اوپر پڑھا۔ میڈیا کے ذریعے ہم تک پہنچائی گئی معلومات کی بنا پر ہم یعنی عوام بعض اقدامات کرتے ہیں۔ اس لیے یہ بہت اہم ہے کہ یہ جانکاری قابل اعتماد ہونہ کہ متعصبانہ ہو۔

تاہم سچ تو یہ ہے کہ میڈیا آزاد نہیں ہے۔ بنیادی طور پر اس کی دو وجوہات ہیں۔ پہلا وہ کنٹرول جو حکومت میڈیا پر رکھتی ہے جب حکومت کسی خبر کو یا فلم کے کسی سین یا کسی گانے کو عوام تک پہنچانے سے روک دیتی ہے۔ اس کو سنسرشپ (Censorship) کہا جاتا ہے۔ ہندوستان کی تاریخ میں ایسے کئی دور آئے ہیں جب حکومت نے میڈیا کو سنسر (Censor) کیا ہے۔ ان میں سب سے برا دور 77-1975 کے درمیان ہنگامی حالات (Emergency) کا دور تھا۔

ٹی وی سے ہمیں کیا فائدے ہیں اور ہم ٹی وی کا استعمال کیسے کر سکتے ہیں؟

ہمارے بہت سے گھروں میں ٹی وی زیادہ تر اوقات میں کھلا ہی رہتا ہے۔ کئی لحاظ سے ہمارے ارد گرد کی دنیا کے متعلق ہمارے ذہن میں وہی چھاپ بنتی ہے جو کہ ہم TV پر دیکھتے ہیں۔ یہ دنیا کی ایک کھڑکی کے مانند ہے۔ آپ کے خیال میں TV ہم کو کیسے متاثر کرتا ہے؟ TV مختلف طرح کے پروگرام، سیریل آتے ہیں جیسے ساس بھی کبھی بہوتھی۔ کھیل شو جیسے ”کون بنے گا کروڑ پتی“، ریلٹی ٹی وی پروگرام جیسے بگ باس، خبریں، کھیل کود اور کارٹون وغیرہ۔ ہر پروگرام سے پہلے۔ سچ میں اور بعد میں اشتہارات دکھائے جاتے ہیں چونکہ ٹی وی کا وقت بہت مہنگا ہوتا ہے۔ اس لیے صرف وہی پروگرام دکھائے جاتے ہیں جو کہ زیادہ سے زیادہ لوگوں کو اپنی طرف کھینچ سکتے ہیں کیا آپ بتا سکتے ہیں وہ کون کون سے پروگرام ہو سکتے ہیں؟ سوچئے کس طرح کی چیزیں TV پر دکھائی جاتی ہیں اور کس طرح کی نہیں دکھائی جاتیں؟ کیا اس میں امیر لوگوں کی زندگی سے متعلق زیادہ دکھایا جاتا ہے یا غریبوں کی زندگی سے متعلق؟



ہمیں اس بات کو سوچنے کی ضرورت ہے کہ ٹی وی ہم پر کیا اثر چھوڑتا ہے۔ یہ کس طرح دنیا ہمارے یقین اقدار اور نقطہ نظر سے متعلق ہمارے نظریہ کو شکل دیتا ہے ہمیں اس بات کو سمجھنے کی ضرورت ہے کہ یہ ہمارے سامنے دنیا کا صرف جزوی نظریہ پیش کرتا ہے۔ ایسے پسندیدہ پروگرام سے لطف اندوز ہوتے وقت ہمیں ٹی وی کے پردے سے پرے دنیا سے بھی آگاہ رہنا چاہئے۔ دنیا میں بہت سارے واقعات رونما ہو رہے ہیں جنہیں TV نظر انداز کر دیتا ہے۔ فلمی ستاروں مشہور شخصیتوں اور امیرانہ زندگی سے پرے بھی ایک ایسی دنیا ہے جہاں ہمیں پہنچنے کی اور مختلف طریقوں سے ان کا جواب دینے کی ضرورت ہے۔ ہمیں ایک فعال ناظر بننے کی ضرورت ہے جو کہ TV پر جو جو کچھ بھی دیکھتا اور سنتا ہے اس سے لطف اندوز ہونے کے ساتھ ساتھ اس پر سوال بھی کرتا ہے۔

حکومت اب بھی فلموں کو سینسر (Censor) کرتی ہے۔ مگر حقیقی طور پر میڈیا کی خبروں کی رپورٹوں پر سینسر (احتساب) اب بھی نہیں کرتی۔ حکومت کی جانب سے سینسر شپ (Censorship) نہ ہونے کے باوجود زیادہ تر اخبارات متوازن طور سے واقعات کو بیان کرنے میں ناکام ہو رہے ہیں۔ اس کی کئی پیچیدہ وجوہات ہیں۔

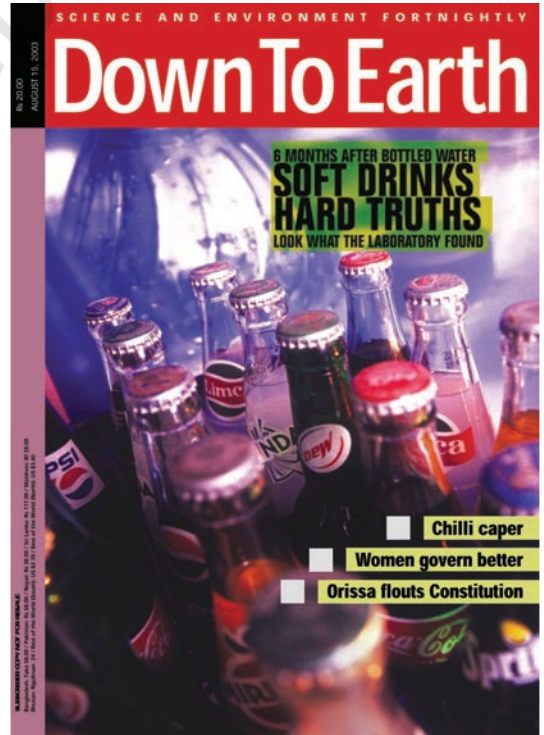
میڈیا پر تحقیق (Research) کرنے والے ماہرین کا کہنا ہے کہ ایسا اس لیے ہوتا ہے کیونکہ بڑے بڑے تجارتی مراکز میڈیا کو کنٹرول کرتے ہیں۔ بعض اوقات کہانی کا صرف ایک ہی رخ پیش کرنا ان تاجروں کے مفاد میں ہوتا ہے۔ میڈیا کو پیسوں کی مستقل ضرورت ہے اور اشتہارات سے اس کا تعلق ہونے کی وجہ سے میڈیا کے لیے ان لوگوں کے خلاف رپورٹ تیار کرنے میں مشکل ہوتی ہے جو کہ انھیں اشتہارات دیتے ہیں لہذا تجارت سے اس کے قریبی روابط ہونے کی وجہ سے میڈیا آزاد نہیں خیال کیا جاسکتا۔

اس کے ساتھ ساتھ میڈیا کے کہانی کا ایک خاص پہلو دکھانے کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ اس سے کہانی دلچسپ بنتی ہے اور اگر کسی مسئلے کے لیے عوام کی تائید چاہتے ہیں تو بھی وہ اکثر کہانی کے ایک ہی حصہ پر توجہ دیتے ہیں۔

ایجنڈا طے کرنا (Setting agendas)

کیا چیز بننے کے قابل ہے اور کن واقعات پر توجہ دینی ہے ان کا فیصلہ کرنے میں بھی میڈیا بہت اہم رول ادا کرتا ہے۔ مثال کے طور پر آپ کے اسکول کا سالانہ جلسہ خبر نہیں بنتا لیکن اگر کسی مشہور اداکار کو مہمان خصوصی کی حیثیت سے بلایا جائے تو میڈیا اس کو دکھانے میں دلچسپی لے سکتا ہے۔ مخصوص مسائل پر توجہ دلا کر میڈیا ہمارے خیالات احساسات اور عمل کو متاثر کرتا ہے اور ان مسائل کو ہمارے نگاہ میں لاتا ہے۔ ہماری زندگیوں میں معنی خیز اثر ڈالنے اور ہمارے خیالات کو سمت دینے کی وجہ سے عام طور پر یہ کہا جاتا ہے کہ میڈیا ایجنڈا طے کرتا ہے۔

ابھی حال ہی میں میڈیا نے ہماری توجہ کو لامشروبات میں خطرناک حد تک جراثیم کش دوائیوں پر دلائی۔ انھوں نے وہ رپورٹیں شائع کیں جو جراثیم کش دوائیوں کی زیادہ مقدار کی نشاندہی کرتے ہیں اور اس طرح ہمیں لگاتار ان مشروبات کو بین الاقوامی





فیشن شووز میڈیا میں بہت مقبول ہیں۔

جھگی بستیاں کو ڈھائے جانے کے مقابلے فیشن پر باقاعدہ رپورٹ تیار کر کے میڈیا کا ایجنڈا طے کرنے کے کیا نتائج ہوں گے؟

کیا آپ کسی ایسے مسئلے پر روشنی ڈال سکتے ہیں جو کہ آپ کو اہم نہیں لگتا کیونکہ اسے کبھی میڈیا نے پیش نہیں کیا؟

معیار اور حفاظتی معیار کے مطابق جانچ کرتے رہنے کی ضرورت سے آگاہ کیا۔ حکومت کی مخالفت کے باوجود انہوں نے بہادری سے کولا کے غیر محفوظ ہونے کا اعلان کیا۔ میڈیا نے اس خبر کو دکھا کر ان مسائل پر ہماری توجہ دلائی جو کہ ہماری زندگی پر اثر ڈالتے ہیں اور اگر میڈیا نے یہ خبر نہ دکھائی ہوتی تو شاید ہم ان باتوں سے کبھی باخبر نہ ہوتے۔

بہت سی ایسی مثالیں بھی ہیں جہاں ہماری زندگی کے اہم مسائل پر میڈیا روشنی ڈالنے میں ناکام رہی۔ مثال کے طور پر ہمارے ملک میں پینے کے پانی کا ایک اہم مسئلہ ہے ہر سال ہزاروں لوگ صاف پینے کا پانی نہ ملنے کی وجہ سے بیمار ہو جاتے ہیں یا مر جاتے ہیں باوجود اس کے ہم میڈیا کو ان مسائل پر شاذ و نادر ہی بحث کرتے ہوئے دیکھتے ہیں۔

ایک مشہور ہندوستانی صحافی نے فیشن ویک (Fashion Week) کے بارے میں لکھا کہ کس طرح کپڑوں کے ڈیزائن کرنے والوں کی نئی تخلیق جو کہ امیروں کے لیے ہے۔ اخبارات کے سرورق پر نمایاں خبر کے طور پر چھاپی گئی۔ حالانکہ اسی ہفتے ممبئی کی جھگی بستیاں ڈھائی جا رہی تھیں اور اس پر کسی کی نگاہ تک نہ گئی!

جمہوریت کا ایک شہری ہونے کی حیثیت سے میڈیا ہماری زندگیوں میں بہت اہم رول ادا کرتا ہے۔ کیونکہ ہم میڈیا کے ذریعہ ہی حکومت کی کارکردگی سے متعلق مسائل

مقامی میڈیا (Local Media)

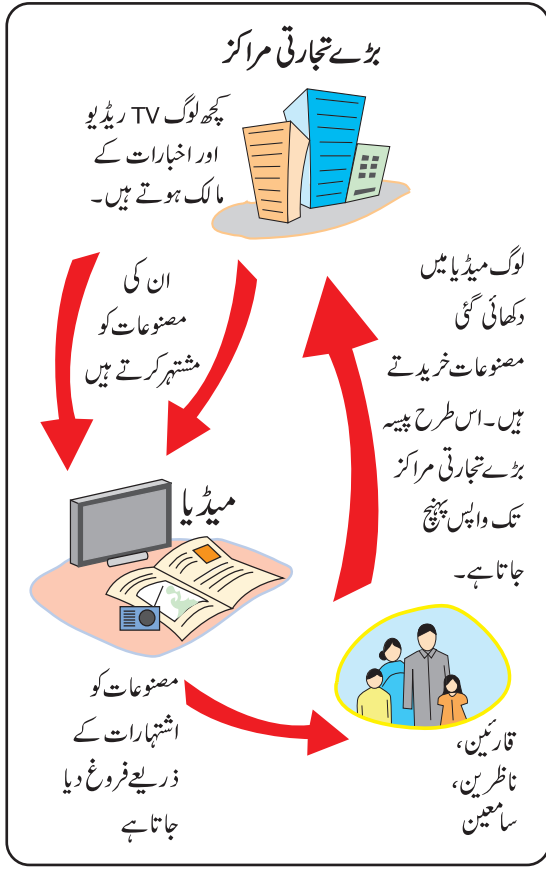
اس بات کو تسلیم کرتے ہوئے کہ میڈیا ”چھوٹے مسائل“ جو کہ عام آدمی اور اس کی زندگی سے متعلق ہیں، کی خبر دینے میں دلچسپی نہیں لے گا۔ بہت سے مقامی گروپ اپنا خود کا میڈیا شروع کرنے کے لیے آگے آئے ہیں۔ بہت سے لوگ کمیونٹی ریڈیو



(Community Radio) کا استعمال کسانوں کو مختلف فصلوں کی قیمتوں کے متعلق بتانے اور کھاد اور بیج کے متعلق مشورے دینے کے لیے کرتے ہیں اور دوسرے لوگ مختلف غریب طبقات کی زندگی کی حقیقی مشکلات کو سامنے لانے کے لیے سستے اور آسانی سے دستیاب ویڈیو کیمروں کی مدد سے دستاویزی فلم (Documentary Film) بناتے ہیں۔ بعض اوقات غریبوں کو خود اپنی زندگی پر فلم بنانے کے لیے کیمرے دیے جاتے ہیں۔

ایک دوسرے مثال اتر پردیش کے ضلع چترکوٹ میں 8- دلت عورتوں کے ذریعے چلائے جانے والے پندرہ روزہ اخبار ”خبر لہریا“ (Khabar Lahriya) کی ہے۔

8 صفحات کا یہ اخبار اپنی مقامی زبان ہندی میں دلتوں کے مسائل و عورتوں کے خلاف تشدد کے معاملات اور سیاسی بدعنوانی جیسے عنوانات پر خبریں شائع کرتا ہے اور یہ اخبار کسانوں، دکانداروں، پنچایت ممبران، اسکول اساتذہ اور ان عورتوں تک پہنچتا ہے جنہوں نے ابھی جلد ہی لکھنا اور پڑھنا سیکھا ہے۔



1- کن طریقوں سے میڈیا جمہوریت میں اہم رول ادا کرتا ہے؟

2- کیا آپ اس تشریحی خاکے کو ایک عنوان دے سکتے ہیں۔ آپ اس خاکے سے میڈیا اور تجارت کے بیچ تعلق کے بارے میں کیا سمجھتے ہیں؟

3- آپ ان طریقوں کے بارے میں پڑھ چکے ہیں جو کہ ایجنڈا طے کرتے ہیں، جمہوریت میں اس کے کس قسم کے اثرات پڑتے ہیں؟ اپنے نظریے کو دو مثالوں سے سمجھائیے۔

4- کلاس پروجیکٹ کے طور پر کسی خاص خبر کا عنوان چنئے اور اس پر مختلف اخبارات سے کہانیاں کاٹیے۔ اور اسی عنوان پر ٹی وی خبروں کی رپورٹ دیکھیے پھر اسی خبر پر دو اخبارات کے بیچ یکسانیت اور فرق کو واضح کیجیے۔ یہ آپ کو مندرجہ ذیل سوالات کرنے میں مدد دے سکتا ہے۔

(a) اس مضمون میں کیا معلومات دی گئی ہیں؟

(b) اس مضمون میں کن معلومات کو چھوڑ دیا گیا ہے؟

(3) کس کے نقطہ نظر سے یہ مضمون لکھا جا رہا ہے؟

(4) کس کا نقطہ نظر چھوڑ دیا گیا ہے اور کیوں؟

فرہنگ

اشاعت کرنا (Publish): یہ خبروں کی رپورٹ، انٹرویوز، مضامین، کہانیوں وغیرہ کی طرف اشارہ کرتا ہے۔ ان کو اخبارات، رسالوں اور کتابوں وغیرہ میں زیادہ لوگوں کے ذریعے پڑھے جانے کے لیے چھاپا جاتا ہے۔

سینسرشپ (اختساب) (Censorship): یہ حکومت کا وہ اختیار ہے جس کے ذریعے میڈیا کو کچھ چھاپنے یا کچھ خاص واقعات کو دکھانے سے روک دیا جاتا ہے۔

نشر کرنا (Broadcast): یہ لفظ اس باب میں TV اور ریڈیو کے پروگراموں کے لیے استعمال کیا گیا ہے جو کہ بہت دور تک نشر کیے جاتے ہیں۔

عوامی احتجاج (Public Protest): جب عوام کی ایک بڑی تعداد ایک ساتھ بکجا ہو کر کسی مسئلے کی کھلم کھلا مخالفت کرتی ہے، ریلی منعقد کرنا، دستخط مہم چلانا، سڑک جام کرنا وغیرہ کچھ طریقے ہیں جن کے ذریعے یہ کیا جاتا ہے۔