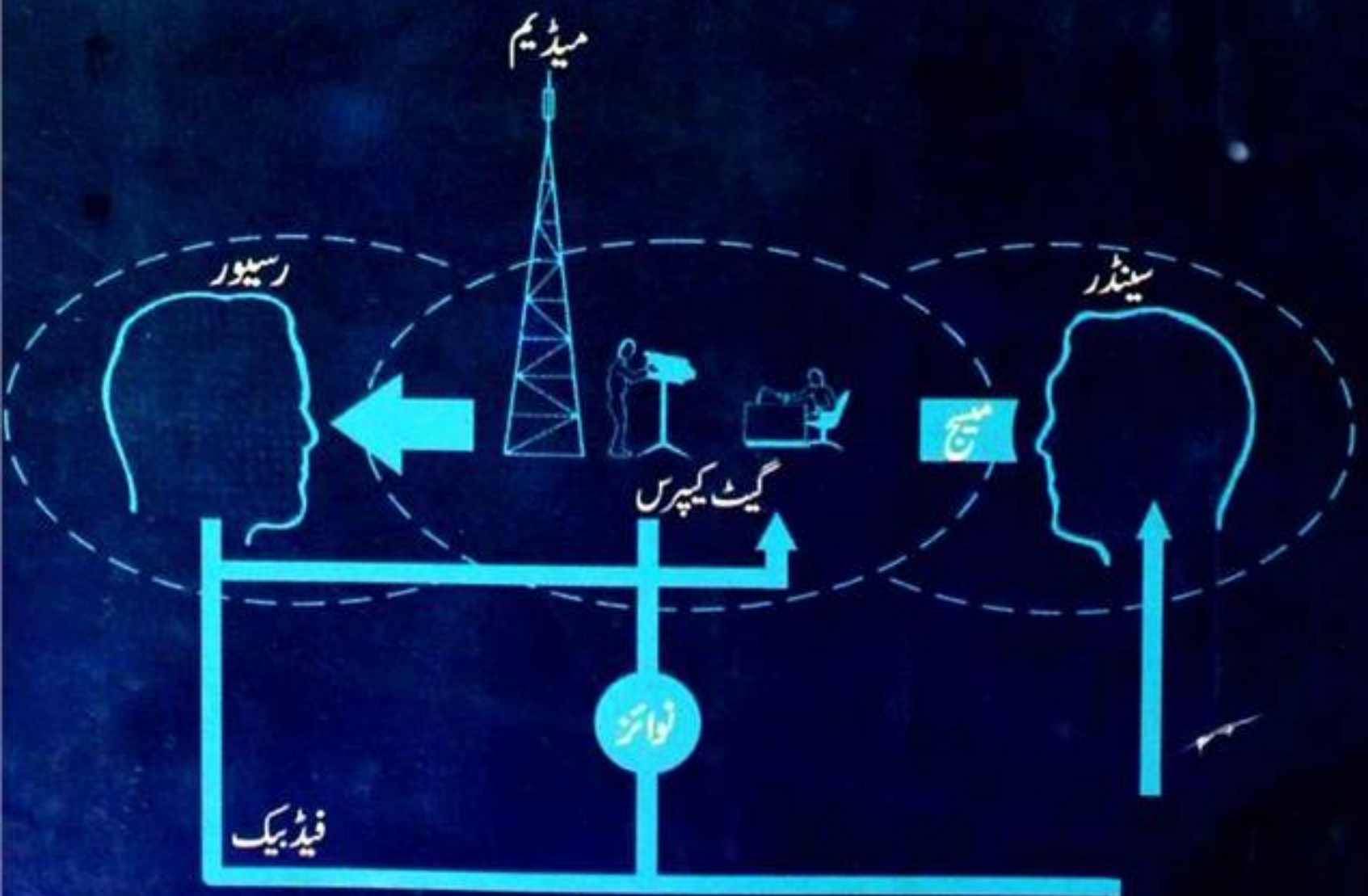


ابلاغیات

ڈاکٹر محمد شاہد حسین



ایجوکیشنل پبلیشنگ ہاؤس، دہلی

ابلا غيات

ابدل غمیاں

ڈاکٹر محمد شاہد حسین

ایجوکیشنل پبلیشنگ ہاؤس، دہلی

© جملہ حقوق بحق مصنف محفوظ!

ABLAGHIYAT

by

Dr. Mohd. Shahid Husain

Year of Edition 2004

ISBN 81-87667-76-1

Price Rs. 275/-

ابلاغیات	نام کتاب
ڈاکٹر محمد شاہد حسین	مصنف
۲۰۰۴ء	سن اشاعت
۲۷۵ روپے	قیمت
عقیف آفسیٹ پرنٹرز، دہلی-۶	مطبع

EDUCATIONAL PUBLISHING HOUSE

3108, Vakil Street, Kucha Pandit, Lal Kuan, Delhi-6

Ph : 23216162, 23214465, Fax : 091-011-23211540

E-mail : ephdelhi@yahoo.com

انتساب

نور جان و دیدہ

شکيب

اور

عماد

کے لئے

هر لحظه نیا طور نئی برقِ تجلی

اللہ کرے مرحلہ شوق نہ ہو طے

عروجِ آدمِ خاکی سے انجمِ سہمے جاتے ہیں
کہ یہ ٹوٹا ہوا تارِ امہِ کامل نہ بن جائے

ترتیب

صفحہ نمبر

الف - د

پیش لفظ

پہلا باب: ترسیل اور عوامی ترسیل 1-43

1 • ترسیل کی تعریف

8 • ترسیل کی اہمیت - ترسیل کے اقسام

اشاراتی ترسیل، حیاتی یا اعصابی ترسیل، شخصی یا ذاتی ترسیل

11 • ترسیل اور عوامی ترسیل

13 • عوامی ذرائع ترسیل کے اجزائے ترکیبی

سورس، میسج، چینل، ریسیور، فیڈ بیک، بیریر، گیٹ کیپنگ

24 • ترسیل کی ابتداء و ارتقاء

زبان کی ابتداء، کاغذ کی ایجاد، تحریر کی ابتداء و ارتقاء

44-192

دوسرا باب: صحافت

44 • صحافت کی تعریف

50 • صحافت کی تاریخ

54 • ہندستانی صحافت

کمپنی کے عہد میں مطبوعہ صحافت۔ مطبوعہ دیسی اخباروں کی ابتداء،
اخبار کی آزادی کمپنی کے عہد میں۔

76 • اردو صحافت کی ابتداء اہم اخبارات، رسائل اور صحافی

جام جہاں نما۔ دہلی اردو اخبار، سید الاخبار، کوہ نور، خیر خواہ
ہند، رسائل اور صحافی، قرآن السعدین، فوائد الناظرین،
اخبار سائنٹفک سوسائٹی، تہذیب الاخلاق، اودھ پنچ، پیسہ
اخبار، مولانا حسرت موہانی اور اردوئے معلیٰ، محمد علی جوہر
اور ہمدرد، زمیندار اور ظفر علی خاں، الہلال اور ابوالکلام
آزاد، مدنیہ بجنور۔

123 • اخبار کا خبری حصہ۔

123 • خبر نگاری، خبروں کے اقسام۔

سادہ خبر، رواں خبر، توضیحی خبر، تحقیقاتی خبر، وابستہ خبر

133 • خبر نگاری کے طریقے۔

الثا اہرام، خلاصہ، معطل دل چسپی، سلسلہ وار بیان، خبر کا
ابتدائیہ، سرخیاں۔

142 • سب ایڈیٹر اور خبروں کی ادارت۔

143 • اخباری تحریر کی خصوصیات۔

• نامہ نگاری۔

خصوصی نامہ نگار۔ غیر ملکی نامہ نگار، لابی نامہ نگار۔

149 • نیوز ایجنسیاں، غیر جانبدارانہ نیوز پول۔

149 • اخبار کا غیر خبری حصہ۔

154 • ادارہ نگاری۔

158 • کالم نگاری، کالم کے اقسام۔

رنگ برنگ کالم، ذاتی کالم، مزاحیہ کالم، سنڈیکیٹ کالم، خصوصی کالم

162 • نامہ نگاری کے بنیادی اصول.

167 • فیچر نگاری، فیچر کے اقسام .

نیوز فیچر، تاریخی فیچر، شخصی فیچر، سیاحتی فیچر، عملی ہدایتی فیچر، سائنسی فیچر.

171 • اخباری انٹرویو- اخباری انٹرویو کے اقسام.

انٹرویو برائے حقیقت، انٹرویو برائے رائے، شخصی انٹرویو،

خبروں کے لئے انٹرویو، انٹرویو کے اہم اصول.

175 • اشتہارات

178 • سرکولیشن

اخبارات کا اقتصادی اور انتظامی ڈھانچہ، رجسٹریشن، طباعتی

مشینوں کے لئے درخواست، سالانہ اعلان نامہ، تعداد

اشاعت کی تصدیق، ڈیکلریشن منسوخی.

189 • سنڈیکیٹ ادارے.

انفا، کنگ فیچر سنڈیکیٹ، کارٹوگرافی نیوز سروس، پریس ایشیا

انٹرنیشنل.

تیسرا باب: ریڈیو کی ابتداء اور ارتقاء : 192-248

192 • ریڈیو کی ابتداء و ارتقاء .

ریڈیو کے پیش رو، ٹیلی گراف، ٹیلی فون، وائر لیس، ریڈیو کا

حقیقت بننا، ٹرانسمیٹر.

207 • ہندستان میں ریڈیو کی ابتداء و ارتقاء.

آل انڈیا ریڈیو کا قیام، تقسیم ہند کے بعد ریڈیو نشریات، نیشنل

چینل، تجارتی نشریات، سنٹرل مانیٹرنگ سروس، فارم اینڈ

ہوم پروگرام -

222 • ریڈیائی تحریر کی خصوصیات.

228 • ریڈیائی اصناف و پروگرام.

ریڈیو ٹاک، انٹرویو، مذاکرہ، کونز، شاعری سنانا، ریڈیو ڈراما،
ریڈیو ڈاکومنٹری، ریڈیو فیچر، ریڈیو میگزین، ریڈیو رپورٹ،
ریڈیو نیوز ریل، خبریں، ٹاک شو، رواں تبصرہ، فلمی گانوں پر
منحصر پروگرام، فون ان پروگرام، ریڈیو برج پروگرام،
ریڈیو موسیقی پروگرام.

چوتھا باب: ٹیلی ویژن اور اس کا ارتقاء 248-329

248 • ٹیلی ویژن کی ابتداء و ارتقاء

253 • ہندستان میں ٹیلی ویژن کی ابتداء و ارتقاء

ڈی. ڈی. 1 نیشنل چینل، ڈی. ڈی. 2 میٹرو چینل، ڈی. ڈی.
انڈیا انٹرنیشنل چینل، تعلیمی پروگرام، ڈی. ڈی. نیوز چینل،
کھیل کود چینل، فلم پروگرام، تجارتی سروس، ہندستانی ٹیلی
ویژن موجودہ صورت حال.

271 • تریبل سیٹلائٹ، ابتداء و ارتقاء

275 • تریبل سیٹلائٹ کا ارتقاء ہندستان میں

280 • اسکرپٹ نگاری.

اسکرپٹ کی تعریف، ریسرچ کی ضرورت، ڈھانچہ بنانا، کسی
منصوبے یا تجویز کا تصور کر لینا، بصری پیکر تراشنا، مکالمے اور
بیانیے کی اہلیت، اسکرپٹ کی ہیئت، دو کالمی ہیئت، اسکرین
پلے ہیئت، ڈاکومنٹری اسکرپٹ، لکھنا، پروڈکشن سے پہلے،
پروڈکشن کے بعد۔

298 • ٹیلی ویژن اصناف.

ڈاکومنٹری اور فیچر، لکھنے کا طریقہ، فارم یا ہیئت، ایپروچ، ٹیلی
ویژن فیچر، ٹیلی ویژن ڈاکومنٹری، مباحثہ یا مذاکرہ، پینل
مباحثہ، براہ راست یا رواں پیش کش، بچوں کے پروگرام،
ٹیلی ویژن ڈرامہ، ڈرامے کی اسکرپٹ کا ارتقاء، سوپ
اوپیرا



پیش لفظ

چالیس سال پہلے ولور شرم (Wilbur Schrammi) نے اپنی کتاب ”ماس میڈیا اینڈ نیشنل ڈیولپمنٹ“ میں پیشن گوئی کی تھی کہ ”عوامی ذرائع ترسیل دنیا کا نقشہ بدل سکتے ہیں“۔ آج اُس پیشن گوئی کی صداقت کا اندازہ لگانا قطعی مشکل نہیں۔ البتہ عوامی ذرائع ترسیل جس تیزی سے دنیا کا نقشہ بدل رہے ہیں اس کی انتہا کا اندازہ لگانا ضرور مشکل ہے آج کا معاشرہ معلوماتی معاشرہ ہے آج کسی ملک کی ترقی کا محاسبہ صرف اس بات سے نہیں کیا جاتا کہ وہ صنعت و حرفت میں کتنا آگے ہے اس کی پیداواری اہلیت کتنی معیاری ہے بلکہ اس عہد میں ترقی کا معیار معلوماتی نظام کا ارفع و اعلیٰ ہونا ہے۔ اور معلوماتی نظام منحصر ہے ترسیلی نظام پر۔ اس سے یہ غلط فہمی نہیں ہونی چاہئے کہ عوامی ذرائع ترسیل صرف معلومات کا ہی ذریعہ ہیں۔ ان کے توسط سے کسی مسئلے کی تفسیر و تفصیل بھی پیش کی جاتی ہے ان سے رائے عامہ ہموار کرنے یا متاثر کرنے کا بھی کام لیا جاتا ہے۔ یہ مستقبل کے مسائل سے نبرد آزما ہونے کے راستے بھی ہموار کرتے ہیں۔ یہ ہمیں باخبر کر کے نئی فکر، نئے شعور سے ہم آہنگ ہی نہیں کراتے، نئے مسائل کے روبرو ہی نہیں لاتے بلکہ تجربات میں وسعت پیدا کر کے نئے چیلنجز قبول کرنے کے لائق بھی بناتے ہیں۔ چنانچہ زیادہ تر دانشور اس بات پر متفق ہیں کہ آج دنیا کی سماجی سیاسی اور معاشی ترقی میں عوامی ذرائع ترسیل سب سے اہم رول ادا کر رہے ہیں ان کے ذریعے معاشروں کی تربیت انتظام و انصرام، قیام امن، اقدار کا تحفظ اور عوامی حقوق کی حفاظت کی جا رہی ہے۔ مگر عوامی ذرائع ترسیل کی مناسب شیرازہ بندی نہ ہونے کی وجہ سے یہ ہمارے معاشرے پر کچھ منفی اثرات بھی ڈال رہے ہیں۔ جس سے ہماری تہذیبی میراث،

ب

اقدار فکر اور رجحانات کے صحت مند عناصر منتشر ہو رہے ہیں۔ اور مزے کی بات یہ ہے کہ ہمارے معاشرے کی رگ و پے میں یہ زہر اس آہستگی سے اتر رہا ہے کہ کام و دہن کو اس کی تلخی کا پتہ بھی نہیں چلتا۔ ماہرین کا کہنا ہے کہ اس کے ذریعے تجارتی مزاج کی جو پرورش و پرداخت ہو رہی ہے اس سے امیر امیر تر اور غریب غریب تر ہوتا جا رہا ہے۔ بجائے اس کے کہ امیری اور غربتی کے درمیان کا فاصلہ کم ہو۔

لہذا ایک ایسی اہم چیز جس پر عوام کی روزمرہ زندگی کا انحصار ہو گیا ہے۔ جو ہمارے تہذیبی عوامل کو، ہمارے فکری میلانات کو ہماری فلسفیانہ جستجو کو، ہماری بلند اقدار اور مادی وسائل کو شدت سے متاثر کر رہی ہے۔ اس پر اردو میں اتنا کم لکھا گیا ہے۔ جو بلا مبالغہ نہیں کے برابر ہے۔

یہی احساس ان اوراق پر پٹیاں کو یک جا کرنے کا محرک ہوا۔ یہ کتاب چار ابواب پر مشتمل ہے۔ پہلے باب میں ترسیل اور عوامی ترسیل کی تعریف، اقسام، اجزائے ترکیبی، ترسیل و عوامی ترسیل کا فرق اور اس کی ابتداء و ارتقاء پر روشنی ڈالی گئی ہے۔ ابتداء اور ارتقاء میں زبان کی ابتداء کاغذ کی ایجاد اور تحریر کی شروعات و ترقی پر خصوصی توجہ دی گئی ہے۔

عوامی ذرائع ترسیل میں سب سے پہلے تحریری ترسیل کا ارتقاء ہوا۔ لہذا دوسرا باب صحافت کے لئے وقف ہے۔ اس کے بنیادی طور پر دو حصے ہیں۔ پہلے حصے میں صحافت کی مختصر تاریخ ہندوستانی صحافت کے مختلف ادوار۔ اردو صحافت کی ابتداء، کچھ اہم اخبارات، رسائل اور صحافیوں پر اختصار کے ساتھ لکھا گیا ہے۔ دوسرے حصے میں اخبار کے فنی پہلو پر خامہ فرسائی کی گئی ہے۔ جس میں خبر نگاری، نامہ نگاری، ادارہ نگاری، کالم نگاری، اخباری انٹرویو، اخباری تحریر کی خصوصیات، نیوز ایجنسیاں، سنڈیکیٹ

ادارے، اشتہارات، سرکولیشن اور اخبارات کا اقتصادی و انتظامی ڈھانچہ جیسے موضوعات شامل ہیں۔

تیسرے باب میں ریڈیو کا بیان ہے۔ جس میں ریڈیو کے پیش رو ٹیلیگراف، ٹیلی فون اور وائرلیس کو پھر ریڈیو کے بعد ٹرانسسٹر کی ایجاد و ارتقاء کو سمیٹنے کی کوشش کی گئی ہے۔ ہندستان میں ریڈیو کی ابتداء و ارتقاء کے تحت آل انڈیا ریڈیو اور اس کے پروگراموں کی عہد بہ عہد ترقی کی مختصر سرگزشت بیان کی گئی ہے۔ اس کے ساتھ ریڈیائی اصناف میں ریڈیو ٹاک، انٹرویو، مذاکرہ، کونز، شاعری سنانا، ریڈیو ڈراما، ڈاکومنٹری، فچر، ریڈیو میگزین، ریڈیو رپورٹ، ریڈیو نیوز ریل، ریڈیائی خبریں، ٹاک شو، رواں تبصرے، فلمی گانوں پر منحصر پروگرام، فون ان پروگرام، ریڈیو برج پروگرام اور ریڈیو موسیقی پروگرام کا بھی تعارف کرایا گیا ہے۔ اس میں ایک عنوان ریڈیائی تحریر کی خصوصیات بھی ہے۔

چوتھے باب میں ٹیلی ویژن کو لیا گیا ہے۔ جس میں ٹیلی ویژن کا تعارف اس کی کارکردگی کی نوعیت اور ابتداء و ارتقاء عالمی تناظر میں، پھر ہندستان میں اس کی ابتداء کی کہانی، مختلف چینلوں کا ارتقاء موجودہ دور تک، تریسلی سیٹیلائٹ کی کارکردگی، ہندستان میں تریسلی سیٹیلائٹ کی عہد بہ عہد ترقی زیر بحث آئی ہے۔ اس کے بعد ٹیلی ویژن اصناف میں ڈاکومنٹری، فچر، انٹرویو، مباحثہ، رواں پیش کش، بچوں کے پروگرام اور ٹیلی ویژن ڈرامہ معہ سوپ اوپیرا خصوصیت سے موضوع بحث ہے۔ مگر اس باب کا سب سے اہم حصہ وہ ہے جس میں اسکرپٹ نگاری پر گفتگو کی گئی ہے۔ اردو قارئین کے نقطہ نظر سے یہ حصہ بے حد اہم ہے کیونکہ اس پر ابھی تک اردو میں بہت ہی کم لکھا گیا تھا۔

منصوبے کے مطابق پانچواں باب فلم سے متعلق تھا مگر اس پر اتنا مواد اکٹھا ہو گیا ہے کہ اسے الگ سے ہی پیش کرنا مناسب سمجھا گیا۔ ڈرامہ بھی عوامی ذرائع ترسیل کا حصہ

ہے مگر اس پر پہلے ہی اتنا لکھا جا چکا ہے کہ یہاں کچھ لکھنا قند مکرر کے بجائے تکرار بے جا کے مترادف ہوگا۔

اسی کے ساتھ ساتھ یہاں یہ اعتراف کر لینا بھی دیانت داری کا تقاضا ہے کہ اس کتاب میں ترسیل اور عوامی ذرائع ترسیل سے متعلق مکمل طور پر، بنیادی مباحث بھی نہیں آسکے ہیں۔ اس کا ہر باب ایک مکمل کتاب کا متقاضی ہے۔ مستقبل میں وقت اور حالات نے ساتھ دیا تو اسے آگے بڑھانے کی کوشش کی جائے گی۔

میں اپنے ان اساتذہ، دوستوں اور طالب علموں کا بے حد ممنون ہوں جنہوں نے مواد کی فراہمی میں مدد کی اور جن کی تقاضے نماہمت افزائی میری کم ہمتی و ست روی کے لئے تازیا نہ رہی۔ اس کتاب کے کئی نام تجویز اور رد ہوئے۔ موجودہ نام کی طرف استاد محترم پروفیسر احمد لارنی صاحب نے توجہ دلائی۔ میں ان کا بے حد احسان مند ہوں۔ ساتھ ہی اس بات کا اعتراف بھی ضروری ہے کہ میری شریک حیات ڈاکٹر طلعت پروین اور بیٹے شکیب و عماد کے صبر و ایثار اور معاونت کے بغیر اس کتاب کا مکمل ہونا ناممکن نہیں تو مشکل ضرور تھا۔

محمد شاہد حسین

ہندوستانی زبانوں کا مرکز
جواہر لال نہرو یونیورسٹی،
نئی دہلی

مورخہ: 23 جنوری 2003

ترسیل اور عوامی ترسیل

ترسیل کی تعریف : ترسیل ایک دو طرفہ سماجی عمل ہے جو انسانی معاشرے میں عمل پیرا ہوتا ہے۔ معاشرہ ہی ترسیل کا دائرہ ہے اور یہی اس کی تنظیم کرتا ہے۔ انسان کی بنیادی ضروریات میں غذا اور پناہ گاہ کے بعد، اپنے ہم جنسوں کے ساتھ مافی الضمیر کی ادائیگی سب سے اہم ہے یہ انسانی خواہشات میں اولین خواہش ہے اور ہمارے تہذیب یافتہ دور کی ایسی ضرورت جس کے بغیر انسانی وجود کا قائم رہنا مشکل ہو جاتا ہے۔

ترسیل عربی لفظ ہے جس کا مفہوم ہے بھیجنا۔ روانہ کرنا۔ اردو میں یہ انگریزی لفظ کمیونیکیشن (COMMUNICATION) کی جگہ استعمال کیا جا رہا ہے جو لاطینی لفظ کمیونیس (COMMUNIS) سے بنا ہے جس کے معنی ہیں کامن یعنی مشترک¹۔ جب ہم کسی جذبے، خیال، معلومات یا محسوسات کو دوسرے تک بھیجتے ہیں تو اسے مشترک کرتے ہیں گویا اس میں دوسروں کو شریک کرتے ہیں لہذا، خیالات تجربات و محسوسات میں دوسروں کو شریک کرنے کا عمل ترسیل کہلاتا ہے۔

اظہار ذات انسانی جبلت ہے۔ ہر شخص کے اپنے محسوسات، خیالات اور تجربات ہوتے ہیں ان سے وہ جو کچھ حاصل کرتا ہے اسے دوسروں کو بتا کر فطری طور پر سکون محسوس کرتا ہے لہذا انسان جن مشاہدات، خیالات، تجربات اور جذباتی کیفیات سے گذرتا ہے انہیں اپنی ذات تک محدود نہیں رکھ سکتا۔ اگر محدود رکھے تو اس کے اندر ہیجانی کیفیت کے تحت ابلاغ کی مسلسل خواہش پیدا ہوتی رہتی ہے۔ اظہار ذات کی یہی خواہش ترسیل کی بنیاد ہے۔

1. Brent. D. Ruben, Communication and Human Behaviour,
New York, 1984, p48.

ترسیل کی ایک سادہ سی تعریف یہ بھی ہے کہ
ترسیل اطلاعات، خیالات اور معلومات کو ایک انسان سے دوسرے انسان تک
پہنچانے کا فن ہے۔

ترسیل یا کمیونیکیشن کے لفظی معنی سے قطع نظر، ہم اپنے مطالعے میں اس سے وہ چیز مراد
لیتے ہیں جس میں کسی اہم اور با معنی اعداد و شمار، خیالات، فکر اور معلومات کی ترسیل کا دو طرفہ
عمل ہو۔ اس عمل کی تکمیل اس وقت ہوتی ہے جب مرسل ایہ پیغام حاصل کرنے کا خواہش
مند ہو اور پیغام کا تسلی بخش جواب دے۔ اس عمل میں پیغام ایک طرف سے جاتا ہے تو
دوسری طرف سے آتا ہے اس سے قطع نظر کہ اس کے لئے کون سا ذریعہ یا طریقہ استعمال کیا
گیا ہے۔ اور یہ کس صورت حال میں عمل پیرا ہوا ہے ترسیل کے عمل میں پیغام کے ایک طرفہ
بہاؤ کا نتیجہ غلط مطلب نکالنا یا غلط فہمی ہو سکتا ہے۔ ترسیلی عمل کی مزید وضاحت کے لئے
مندرجہ ذیل دانشوروں کی آراء پر غور کیا جاسکتا ہے۔

L. RON. HUBBARO ترسیل کو A.R.C. کے مثلث کے ذریعے بیان کرتا

ہے اس میں

• (تعلق - نسبت) A - AFFINITY

• (حقیقت - سچائی) R - REALITY

• (ترسیل) C - COMMUNICATION کے لئے ہے:

ہیرو کا کہنا ہے کہ اس مثلث میں "سی" یعنی کمیونیکیشن انسانی زندگی اور اس کے
رشتوں کو سمجھنے کے لئے سب سے زیادہ اہم ہے۔ اس کا خیال ہے کہ ترسیل کے عمل میں ایک
بڑی دل چسپی جذباتی رد عمل کو جاننے کی ہوتی ہے جس سے تعلق (AFFINITY) پیدا ہوتا
ہے۔ اس رد عمل میں حقیقت (REALITY) بھی ہونی چاہئے۔ تب ہی وہ با اثر ہوگا اس کا
کہنا ہے کہ یہی چیزیں ترسیل کو اشتہار بازی۔ پروپیگنڈے اور اس قسم کی دوسری چیزوں
سے میز کرتی ہیں۔ 1

(ASHLEY MONTASI AND FLOYD MATSON. "THE HUMAN COMMUNICATION")

ایشلی مانیٹشو اور فلانڈ میٹسن۔ ”دی ہیومن کمیونیکیشن“۔

میں بیان کرتے ہیں کہ انسان جن چیزوں کے ذریعے ترسیل کے دائرہ عمل میں رہتا ہے وہ صرف الفاظ، موسیقی، تصویر، تحریر، سر اور ابرو کے معنی خیز اشارے چہرے کے تاثرات اور جسمانی حرکات و سکنات ہی نہیں بلکہ ہر وہ حرکت جسے دوسرا دیکھ سکے، ہر وہ آواز جو دوسرے کان تک پہنچ سکے ترسیل کے دائرے میں آجاتی ہے۔ 1

ایشلی اور فلانڈ کی طرح لانگ مین LONGMAN بھی اس نتیجے پر پہنچتا ہے کہ زندگی کا وجود ترسیل کے بغیر ایک لمحے کے لئے بھی ممکن نہیں ہو سکتا۔ انسان بھوک اور پیاس تو برداشت کر سکتا ہے۔ مگر اس کی ترسیل پر پابندی لگا دی جائے تو اسے زبردست جذباتی دھچکہ لگے گا۔ 2

DENIS Mc QUAIL کا خیال ہے کہ ترسیل یا معنی اطلاع کا ایک سے دوسرے تک بھیجنا ہے اور اس کی ابتداء اس وقت سے ہوتی ہے جب بچہ رحم مادر سے جدا ہو کر دنیا میں آتا ہے اور اپنے کو مختلف صورت حال میں پا کر رونا شروع کر دیتا ہے۔ بچے کی جسمانی و دماغی نشوونما کے ساتھ ساتھ اس کی ترسیلی اہلیت کا بھی ارتقاء ہوتا رہتا ہے۔ 3

LUNDBERG کا نظریہ ہے کہ ترسیل، اشاروں کے ذریعے بھی ایک دوسرے کو متاثر کرنے کا طریقہ کار ہے یہ اشارے تاثراتی ہو سکتے ہیں، زبانی ہو سکتے ہیں۔ تصویری ہو سکتے ہیں۔ جسمانی ہو سکتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ گونگے، بہرے لوگ اپنی ہر بات اشاروں کے ذریعے کر لیتے ہیں۔ 4

1. Gurmeet Singh Mann: The Story of Mass Communication, New Delhi 1987 p.2

2. Ibid P 5

3. Ibid P 5

4. Ibid. p 6

JOHN DEWLY ترسیل سے اس قدر متاثر تھا کہ اس نے ترسیل کو دنیا کی تمام چیزوں سے بہتر بتایا۔ اس کا کہنا تھا کہ معاشرے کا وجود ترسیل ہی کے ذریعے برقرار رہ سکتا ہے اور اس کی ابتدا بھی ترسیل ہی کے ذریعے اس وقت ہوئی تھی جب حوانے اپنی ترسیل سے آدم کو متاثر کیا اور آدم نے شجر ممنوعہ کا پھل چکھ لیا جس کے نتیجے میں انھیں زمین پر بھیج دیا گیا اور یہ معاشرہ وجود میں آیا۔ 1

CHARLES WRIGHT کا بیان ہے کہ ان تمام معاشروں کا جن تک انسان کی پہنچ ہو سکتی ہے۔ خواہ وہ قدیم ہوں یا جدید۔ ترسیل بنیادی جز ہے۔ یہ کم از کم اتنی بنیادی اور اہم ضرورت ہے جتنی کہ خوراک اور پناہ گاہ۔ 2

ترسیل کی زیادہ تر تعریفوں میں یہ اشارہ مضمحل ہے کہ ترسیل علم، اطلاع یا معلومات کو دوسروں تک پہنچانے کا عمل ہے۔ لہذا ایک بڑے ماہر اقتصادیات Prof. FRITZ MACHTLUP کا علم کے بارے میں خیال ہے کہ کسی بھی سرگرمی۔ واقعہ یا عمل سے انسان کوئی ایسی چیز سیکھتا ہے جو وہ پہلے سے نہیں جانتا تھا یہی علم ہے۔ خواہ دوسرے اسے جانتے رہے ہوں۔ 3

ارسطو نے دو ہزار سال قبل ترسیل پر کافی روشنی ڈالی تھی وہ اس کے تین اجزا مقرر کرتا ہے۔ 1۔ مرسل (بولنے والا) 2۔ پیغام 3۔ سامعین۔ ارسطو ترسیل کو یک طرفہ عمل خیال کرتا ہے۔ وہ سامع کو تمام ہتھ کنڈوں سے اپنا ہم خیال بنا لینا چاہتا ہے۔ اس کی نظر میں ترسیل کے عمل میں مقرر ہی سب کچھ ہے۔ مقرر جذبات کو برا بیچتہ کر کے سامع کو معجزاتی طور پر متحیر کر سکتا ہے۔ ارسطو اس بات پر یقین نہیں رکھتا ہے کہ سامع کو مقرر کے نظریوں سے اختلاف کا کوئی موقع دیا جائے۔ اگر مقرر پوری طرح تیار ہے تو ترسیل کے نتیجے میں اختلاف

1. Gurmeet Singh Mann : The Story of Mass Communication , New Delhi 1987 P. 6

2. Ibid P. 7

3. Ibid. P. 8

ہونے۔ غلط مطلب نکالنے۔ غلط معنی پہنانے یا غلط فہمی پیدا ہونے کا سوال ہی پیدا نہیں ہوتا۔ ہیرالڈ لاسویل کا بھی یہی ماننا ہے۔ وہ بھی ترسیل کو موثر بنانے پر زور دیتا ہے۔ اس نے ترسیل کے اجزاء میں چینل کا اضافہ کیا اور اس کے معنی کو وسعت دے کر ترسیل کے عمل میں عوامی ترسیل کو داخل کیا۔ اس کا ماننا تھا کہ ترسیل کے مختلف طریقہ کار ہو سکتے ہیں۔ یہ اطلاع دیتی ہے۔ تفریح مہیا کراتی ہے۔ ترغیب دیتی ہے اور کسی بات کو زیادہ اہم (AGGRAVAT) بناتی ہے۔ اس نے کہا کہ ترسیل کے طریقہ کار کو ایک سادہ بیان سے واضح کیا جاسکتا ہے اور وہ بیان ہے۔

• کس نے کہا

• کیا کہا

• کس سے کہا

• کس چینل سے کہا

• کتنے موثر طریقے سے کہا 1

لاسویل کے ایک سال بعد شانن (SHANNAN) نے اپنی تحقیق کے نتائج کو شائع کروایا۔ دراصل وہ ہیل کے ایجاد کردہ ٹیلی فون کے تکنیکی مسائل پر ریسرچ کر رہا تھا۔ مگر اس نے ویور (WEAVERS) کے ساتھ مل کر ترسیل کی ماہیت پر بھی ایک نظریہ پیش کر دیا۔ لہذا وہ اپنی کتاب "

"The Mathematical Theory of Communication" میں ترسیل کے

طریقہ کار کے مزاج کے بارے میں لکھتا ہے۔

"Communication will be used here in a very broad sense to include all the procedures by which one mind may effect an other.

This of course involves not only written and speech but also music, the pictorial arts, the theatre, the ballets, and infact all human behaviour."²

1. Brent D. Ruben: Communication and Human Behavior, New York 1984, p.41.

2. Ibid p45

اس سے ترسیل کے بنیادی نظریے میں وسعت آگئی۔ موسیقی۔ مصوری۔ بیلٹ اور تھیٹر کو اس میں شامل کرنے سے ترسیلی عمل پورے انسانی برتاؤ پر محیط ہو گیا۔ لاسویل کی طرح شانن اور ویور نے بھی نہ صرف زبانی اور دوسرے چینل کو بلکہ چہرے کے تاثرات اشارے، کنائے اور حرکات و سکنات کو بھی اس میں شامل کیا۔

ترسیل کی اہمیت: ترسیل فرد کو اجتماعی عطا کرتی ہے۔ یہ نہ صرف اس کی معاشرتی زندگی میں مددگار ہوتی ہے بلکہ اس کے برتاؤ اور اعتمادات کی بھی نشوونما کرتی ہے ترسیل معاشرتی زندگی کے لئے اتنی ہی ضروری ہے جتنی کہ جسمانی نشوونما کے لئے غذا۔ جسمانی، دماغی اور سماجی نشوونما کا انحصار ترسیل پر ہے یہ شخصیت پر اثر انداز ہو کر اسے ایسی شکل دیتی ہے جو دوسروں کو متاثر کر سکے اور اس کے ذریعے وہ اپنی پوری شخصیت کو سماج میں نمایاں کر سکے۔

ترسیل وہ بنیاد فراہم کرتی ہے جس پر انسانی رشتوں کی تعمیر ہوتی ہے۔ یہ انسانی رشتوں کو تخلیق کرنے اور استوار کرنے کی ایسی مقناطیسی ترنگ ہے جو پوری انسانی تاریخ میں رواں دواں ہے۔ ولور شرم کا کہنا ہے کہ انسانی احساسات اور اس کی معلومات کے ذرائع مسلسل تقویت حاصل کرتے اور ترقی پذیر ہوتے رہتے ہیں۔ یہ انسانی فنون میں سب سے زیادہ انسانیت کی حامل ہے۔ فرد ترسیلی رشتوں سے اس لئے الحاق چاہتا ہے تاکہ وہ ماحول سے ملحق رہے۔ خصوصاً انسانیت کے ماحول سے جو اس کے چاروں طرف موجود ہے۔ 1

دراصل ترسیل نے سماج میں انسانی رشتوں کا ایک جال بن رکھا ہے ترسیل سماج کے بنیادی ڈھانچے میں اسی طرح جاری و ساری ہے جس طرح انسانی شریانوں میں خون۔ یہ شخصی ترسیل سے شروع ہو کر عوامی ترسیل کے ذریعے پورے عالم کو اپنے گرداب میں لیتی ہوئی سیاروں کی خبر لاتی ہے۔

ترسیل ہماری ہر سرگرمی کی رگ و پے میں سرایت کر چکی ہے لہذا زندگی سے نہ کبھی الگ ہوئی ہے نہ کبھی ہوگی، یہ زندگی کے ہر لمحے کو اپنی گرفت میں رکھتی ہے اور ہر لمحہ ہماری سرگرمیوں پر اثر انداز ہوتی رہتی ہے۔ اس کا مطالعہ بتاتا ہے کہ اس کے بغیر زندگی گزارنا مشکل ہی نہیں بلکہ ناممکن ہو گیا ہے۔ کیونکہ یہ ہماری روزمرہ کی عادت بن گئی ہے۔ ترسیل انسانی زندگی کی اہم متحرک طاقت ہے مگر یہ اس پر منحصر ہے کہ اس میں ان چیزوں کی صحیح وضاحت و صراحت کی جائے جس پر انسانیت کا انحصار ہے۔

آج کا معاشرہ معلوماتی معاشرہ ہے۔ آج کسی ملک کی ترقی کا محاسبہ صرف اس بات سے نہیں کیا جاتا کہ وہ علم و ادب اور صنعت و حرفت میں کتنا آگے ہے اس کی پیداواری اہلیت کتنی معیاری ہے بلکہ آج ترقی کا پیمانہ کسی ملک کے معلوماتی نظام کا ارفع و اعلیٰ ہونا ہے۔ اور معلوماتی نظام منحصر ہوتا ہے ترسیلی نظام پر۔

ترسیل کے اقسام

غیر کلامی ترسیل (NON-VERBAL-COMMUNICATION) :

یہ ایک ایسا طریقہ ترسیل ہے جس میں الفاظ کے بجائے چہرے کے تاثرات یا اشارے کنائے و حرکات و سکنات سے کام لیا جاتا ہے۔ یعنی اس میں BODY LANGUAGE کا استعمال ہوتا ہے۔ لہذا اس میں کوئی پیغام صرف اشارے، کنائے میں ہی ترسیل ہوتا ہے جو شعوری بھی ہو سکتا ہے اور غیر شعوری بھی۔

ایسی ترسیل کی اہمیت وہاں بڑھ جاتی ہے جہاں آواز استعمال کرنے کا موقع نہ ہو جہاں زبان پوری طری ترقی یافتہ نہ ہو۔ اس قسم کی ترسیل نے زبان کی ابتداء سے پہلے یا زبان کے تشکیلی دور میں بہت اہم رول ادا کیا ہوگا۔ البتہ اس ترسیل کا طریقہ کار پیغام کی نوعیت اور مزاج پر منحصر ہوتا ہے اس میں تہذیبی و سماجی حیثیت و نوعیت کا بھی دخل ہوتا ہے۔

MICALARGYLE نے غیر کلامی ترسیل میں مندرجہ ذیل اشاروں کو شامل کیا ہے۔ جسمانی اختلاط۔ قربت۔ سمت یا زاویے کا تعین۔ کسی چیز کا سامنے آنا۔ سر کی جنبش۔ چہرے کا تاثر۔ اظہار جذبہ یا جسمانی حرکات۔ انداز، طرز ادا، طرز خرام نظر ز نشست۔ آنکھوں کی حرکت یا اشارے۔

مندرجہ ذیل چیزیں غیر کلامی ترسیل میں معاون ہوتی ہیں۔

ملبوسات۔ طرز خرام۔ لمس۔ جلد کارنگ۔ جسمانی ساخت۔ آنکھوں کارنگ۔ لب۔ بھوس۔ بال کا طرز۔ پہنچنے کا وقت۔ سنٹ خوشبو۔ چہرے کی ساخت۔ لہجے اور آواز کا زیرو بم۔ 1 الحاق۔ تعلق۔ لگاوٹ۔ جنسی کشش۔ تردید۔ جارحیت۔ حاکمیت۔ سپردگی۔ درگذر۔ خوف۔ رنج۔ خوشی ایسی چیزیں ہیں جن کا شدت سے اظہار غیر کلامی ترسیل کے ذریعے کیا جاتا ہے۔

ایک اندازے کے مطابق پیغام کا تقریباً پچاس فیصد حصہ چہرے کے تاثرات اور جسمانی حرکات و سکنات سے سمجھایا جاتا ہے چالیس فیصد آواز کے زیر و بم سے صرف دس فیصد آواز سے ادا ہوتا ہے۔¹

درون ذاتی ترسیل: (INTRA PERSONAL COMMUNICATION)
 یہ ایسی ترسیل ہے جو ہمارے اندر حسیاتی نظام کے ذریعے وقوع پذیر ہوتی ہے۔ یہ ترسیل کی سب سے زیادہ قدیم ہیئت ہے۔ قدیم انسان اپنے حواس کے ذریعے اپنی ضرورت کی چیزیں چنتا تھا۔

مرکزی اعصابی نظام جب اپنے ماحول سے کوئی تحریک پاتا ہے تو حس کے ذریعے آواز یا بصارت متحرک ہو کر پیغام دماغ (ریسور) تک پہنچاتی ہے۔ جس کا چینل جس یا اعصابی نظام ہے، دماغ وہ پیغام فیڈ بیک کے طور پر حسیاتی نظام کے ذریعے رگ و پٹھوں کو بھیجتا ہے جس سے کوئی عمل واقع ہوتا ہے۔

بین شخصی ترسیل: (INTER PERSONAL COMMUNICATION)
 ترسیل کا ایسا طریقہ ہے جس میں دو یا دو سے زیادہ افراد کے درمیان دو بدو زبانی یا دوسرے طریقوں سے ترسیل ہوتی ہے یہاں یہ بات یاد رکھنے کی ہے کہ جب ہم اس طریقے کی ترسیل میں مشغول ہوتے ہیں تو ہمارے اندر مرکزی اعصابی نظام بھی ترسیل میں مشغول ہوتا ہے۔ یہ طریقہ ترسیل ذاتی ہوتا ہے۔ براہ راست ہوتا ہے۔ قریب سے ہوتا ہے۔ اس میں سوس اور ریسیور کے اختلاط کی گنجائش بہت زیادہ ہوتی ہے۔ اس کا مشاہدہ ہم اپنی گھریلو زندگی میں با آسانی کر سکتے ہیں۔ جہاں ایک بچہ بہت کچھ سیکھتا

ہے اور بالآخر سیکھتے رہنے کے عمل کے ذریعے اپنے پرانے تجربات اعتقادات اور فکر کی از سر نو تعمیر کرتا ہے۔ بات چیت اور مکالمے کی شکل میں روزانہ کی سرگرمیوں اور کام کاج میں ہم ذاتی ترسیل کا استعمال زیادہ کرتے ہیں۔

اس ترسیل کی دو قسمیں ہیں ایک شعوری اور دوسری غیر شعوری۔ شعوری ترسیل میں کسی خیال، اطلاع یا تجربے کی ترسیل ارادی یا شعوری طور پر کی جاتی ہے۔ غیر شعوری ترسیل میں اکثر سوس کو اندازہ نہیں ہو پاتا کہ اس کے پیغام کا معاشرے اور فرد پر کیا اثر ہوگا۔ دراصل پرانے زمانے میں جب ہم ترسیل کے گونا گوں اثرات سے پوری طرح واقف نہ تھے۔ تو غیر شعوری ترسیل کا زیادہ استعمال کرتے تھے۔

ہم میں سے ہر شخص ہر روز ایک دوسرے کو اپنے احساسات، طور طریقے اور حرکت و عمل کے ذریعے کچھ نہ کچھ ترسیل کرتا ہے۔ یہاں تک کہ کسی کی طرف ہماری ایک ہلکی سی مسکراہٹ ہمارے جذبہ تشکر یا دوستانہ جذبے کی ترسیل کرتی ہے۔ یا جب ہم کسی کو شب بخیر کہتے ہیں تو اس کے لئے نیک خواہشات کی ترسیل کرتے ہیں۔ یا ہم جس لہجے میں صبح بخیر کہتے ہیں۔ اس سے ہماری گرم جوشی ظاہر ہوتی ہے۔

لہذا ہم راہ چلتے بات کرتے یا کسی سے ملتے وقت کسی نہ کسی طرح ترسیل کے دائرے میں ہوتے ہیں۔ لیکن یہاں خیالات کا مکمل اظہار یا اس کی صحیح ترجمانی نہیں ہو پاتی اور نہ ہی اس میں مناسب تسلسل و توازن ہوتا ہے۔ مزید یہ کہ مختلف مصروفیات اور وقت کی کمی کی وجہ سے موجودہ سوسائٹی کا ڈھانچہ اتنا پیچیدہ ہو گیا ہے کہ اس میں ذاتی یا شخصی ترسیل مشکل ہو گئی ہے۔

عوامی ترسیل: لہذا خیالات تجربات اور اطلاعات کو زیادہ ترتیب وار مکمل اور بھرپور طریقے پر زیادہ سے زیادہ لوگوں تک پہنچانے کے لئے عوامی ترسیل کے عمل و اصول کا سہارا لیا جاتا ہے۔ عوامی ترسیل کی تعریف INTRODUCTION TO MASS COMMUNICATION میں اس طرح دی گئی ہے۔

"Delivering information, ideas, and attitudes to a sizable and diversified audience"

through use of a media developed for that purpose."¹

اس بات کو تھوڑی سی تبدیلی کے ساتھ اس طرح بھی کہا جاسکتا ہے کہ عوامی ترسیل کے ذریعے اطلاعات۔ خیالات۔ تجربات۔ فکر و نظریات، علوم و فنون۔ تفریحی مواد۔ حالات حاضرہ۔ عوامی مسائل اور دیگر بہت سی چیزیں ایک بڑے اور مختلف النوع انسانی گروہ تک بیک وقت کسی ایسے ذریعے سے پہنچایا جائے جو اسی کے لئے اختراع کیا گیا ہے۔ عوامی ترسیل کے ذرائع مختلف ہیں، اس کے دائرے میں جو چیزیں آتی ہیں ان کی تفصیل اس طرح بیان کی گئی ہے

"It is because Telegraphy, Telephones, Mail and books etc are not media of Mass Communication. Since the target in Mass Communication, is ultimately a vast, heterogeneous and anonymous audience, which they do not covers."²

مختصر یہ کہ ہم ان ہی چیزوں کو عوامی ترسیل کے ذرائع مانتے ہیں جو فنی اور تکنیکی طور پر

پیغامات کو عوام کے بڑے گروہ تک بیک وقت پہنچانے کی اہلیت رکھتے ہوں۔³

ترسیل اور عوامی ترسیل :- ترسیل اور عوامی ترسیل میں کچھ

مماثلت بھی ہے اور کچھ تفریق بھی۔ عوامی ترسیل کے لئے جو پیغام تیار کیا جاتا ہے وہ ایک بڑے علاقے میں پھیلے ہوئے زیادہ لوگوں کے لئے ہوتا ہے اور جس میں کوئی ایسا ذریعہ استعمال کیا جاتا ہے جو اسی کے لئے اختراع کیا گیا ہو۔ جب کہ ترسیل میں ایسے کسی ذریعے

1. Edwin Emery Phillip. H. Ault. Waren. K. Agee : Introduction to Mass Communication Sec. ed. Bombay. 1965 P. 4

2. Gurmeet Singh Mann : The Story of Mass Communication New Delhi 1987P. 28

3. Ibid P. 28

کاسہارا نہیں لیا جاتا۔ پھر بھی یہ نہیں کہا جاسکتا کہ ترسیل صرف ایک شخص کے لئے ہوتی ہے۔ یہ ایک ایک کر کے بہت سے لوگوں کے لئے بھی ہو سکتی ہے۔ یا یہ ایک گروہ یا مجمعے کے لئے بھی ہو سکتی ہے جو اسے سننے کے لئے اکٹھا ہوا ہو۔ ترسیل یا ذاتی ترسیل میں گروہ یا مجمعے کے لئے جو پیغام ہو گا وہ عوامی ترسیل کی طرح شعوری طور پر منصوبہ بند طریقے سے تیار کیا جائے گا۔

ترسیل میں رد عمل سوس کو فوراً مل جاتا ہے کیونکہ یہ براہ راست ترسیل ہوتی ہے عوامی ترسیل میں سوس کو رد عمل دیر سے ملتا ہے۔ اس لحاظ سے ترسیل کو عوامی ترسیل پر فوقیت حاصل ہے۔

عوامی ترسیل کا فن ترسیل کے مقابلے میں زیادہ مشکل ہے کیونکہ اس میں سوس ایک بڑے گروہ سے مخاطب ہوتا ہے جس میں مختلف نظریات کے لوگ ہوتے ہیں اور بیک وقت اس کا پیغام تمام نظریات سے مطابقت رکھتا ہو یہ ایک مشکل امر ہے۔ عوامی ترسیل کے ذرائع میں تحریری ترسیل کے لئے خواندگی کی شرط لازمی ہو جاتی ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن ہو سکتا ہے، ایک طبقہ خرید نہ سکے یا اسے صحیح ڈھنگ سے مین ٹین نہ کر سکے لیکن ترسیل یا ذاتی ترسیل میں ایسی کوئی پابندی نہیں ہوتی۔

عوامی ترسیل کو یہ فوقیت حاصل ہے کہ وہ بہت کم وقت میں بڑے فاصلوں پر محیط ہوتی ہوئی بہت زیادہ لوگوں تک پہنچ سکتی ہے جس سے ذاتی ترسیل محروم ہے۔ البتہ عوامی ترسیل کا طریقہ کار بہت سی گنجلک مشینوں بہت سے افراد اور کسی نہ کسی توانائی پر انحصار کرتا ہے۔ اس لئے اس میں رکاوٹ کے امکانات زیادہ ہوتے ہیں جو کہ ترسیل میں نہیں ہوتے۔ عوامی ترسیل کے ذرائع اخبار۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن، افراد کے خالی اوقات پر حاوی ہو جاتے ہیں۔ جس سے وہ سوسائٹی سے دور یا الگ تھلک ہو جاتے ہیں جب کہ ذاتی ترسیل افراد کو سوسائٹی کے قریب لاتی ہے۔

ترسیل اور عوامی ترسیل کے طریقہ کار میں فرق اس کے اجزاء و عناصر کے ہر موڑ پر موجود ہوتا ہے یہ پیغام کی تیاری میں بھی ہوتا ہے۔ اس کے بھیجنے میں بھی ہوتا ہے اسے وصول

کرنے میں بھی ہوتا ہے۔

جیسا کہ اوپر کہا گیا عوامی ترسیل کے ریسورس میں مختلف نظریات کے لوگ ہوتے ہیں۔ سب کی خواہش و پسند سے مطابقت مشکل ہے مگر کامیاب سورس وہ ہے جو زیادہ سے زیادہ لوگوں کو اپنا حامی بنالے، پارلیمنٹ کی رکنیت کا امیدوار اپنی ٹیلی ویژن پر کی گئی ایک تقریر کے ذریعے بہت زیادہ افراد تک پہنچ جاتا ہے بہ نسبت اپنی شخصی ملاقات کے۔ لیکن عوامی ترسیل کا استعمال اسے ناکام بھی بنا سکتا ہے اگر اس میں وہ اسی خلوص کا مظاہرہ نہ کر سکا جو وہ لوگوں سے ذاتی طور پر ہاتھ ملا کر اپنی مسکراہٹ کے ذریعے کرتا تھا۔

اس طرح عوامی ترسیل کے دو حصے ہو جاتے ہیں ایک تو یہ کہ اس میں کیا کہنا ہے دوسرا یہ کہ کیسے کہنا ہے۔ کم لوگوں کے سامنے اچھے طریقے سے پیش کیا گیا پیغام بہتر ہے لاکھوں لوگوں تک پہنچائے گئے خراب مواد یا غیر موثر طریقے سے پیش کئے گئے پیغام سے۔ روزانہ ہم بہت سے لوگوں سے ملتے ہیں۔ ان کی باتیں سنتے ہیں۔ ان میں سے کچھ ایسی ہوتی ہیں جو ہمیں متاثر کرتی ہیں اور ہم انھیں بہت دنوں تک نہیں بھول پاتے۔ یہ نہ بھولی جانے والی بات اس کے سوا اور کچھ نہیں ہے کہ اسے ہمارے سامنے بہتر انداز میں پیش کیا گیا ہے۔ 1

عوامی ذرائع ترسیل کا سورس اپنے پیغام کو موثر بنانے کے لئے بہت سی تکنیک، طریقہ کار اور اصول کا استعمال کرتا ہے۔ ان میں سے بہت سی چیزیں وہ ترسیل کی بنیادی تکنیک پر مہارت حاصل کر کے سیکھتا ہے کچھ وہ عوامی ذرائع ترسیل کو برت کر سیکھتا ہے۔ اور کچھ وہ عوامی ذرائع ترسیل کی امتیازی خصوصیات کو پہچان کر سیکھتا ہے۔ اس سلسلے میں ماہرین عوامی ذرائع ترسیل ہماری توجہ مندرجہ ذیل چھ چیزوں کی طرف مبذول کراتے ہیں۔

عوامی ذرائع ترسیل کے اجزائے ترکیبی:

• سورس (SOURCE)

• پیغام (مسیج) (MESSAGE)

1. Edwin Emery, Phillip.H.Ault, Waren.K.Agee, Introduction to Mass Communication, Sec. ed., 1965 p. 12

• چینل (CHANNAL)

• ریسیور (RECEIVER)

• فیڈ بیک (FEED BACK)

• رکاوٹ (BARRIER)

ان چھ چیزوں کو عوامی ذرائع ترسیل کے اجزائے ترکیبی سے تعبیر کیا جاتا ہے۔

سورس :- کسی پیغام کو بنانے والا تیار کرنیوالا، بھیجنے والا سورس ہوتا ہے اسے ”کمیونیکیشن“ اور ”ڈی کوڈر“ بھی کہتے ہیں۔ عوامی ذرائع ترسیل کے لئے پیغام تیار کرنے میں جو لوگ شامل ہوتے ہیں وہ سورس کی حدود میں آ جاتے ہیں اگر اس کی تفصیل میں جائیں تو رپورٹر۔ ادیب۔ اڈیٹر۔ اناؤنسر۔ کمٹری کرنے والے، اخبار، رسالے۔ ریڈیو۔ ٹیلی ویژن۔ پریس ایسوسی ایشن اور نیوز ایجنسی اہم سورس ہیں۔ لیکن یہ فہرست یہیں ختم نہیں ہو جاتی اور بھی بہت سے لوگ اس میں شامل کئے جاسکتے ہیں۔ مثلاً نیوز فوٹو گرافر۔ کتاب اور رسالوں کے اڈیٹر۔ گریفک کے تخلیق کار۔ مشہورین۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن اسکرپٹ لکھنے والے۔ فلم پروڈیوسر۔ عوامی ذرائع ترسیل کے لئے ریسرچ کرنے والے۔ عوامی ذرائع ترسیل کی تدریس کرنے والے فلم اور ٹیلی ویژن کے ایکٹر۔ کیوں کہ لکھی ہوئی اسکرپٹ میں جذبات وہی پیدا کرتے ہیں۔ 1

ولور شرم کا کہنا ہے کہ جب ایک ریسیور فیڈ بیک مہیا کرتا ہے تو وہ بھی سورس کے زمرے میں ہی آ جاتا ہے لہذا ترسیل کے عمل میں دونوں کا امتیاز کرنا مشکل ہو جاتا ہے اس طرح ہم کہہ سکتے ہیں کہ ہر فرد بیک وقت سورس اور ریسیور دونوں ہے اس سے ثابت ہوا کہ ترسیل ایک دو طرفہ عمل ہے جو دائرے کی شکل میں دیکھا جاسکتا ہے۔

شرم ترسیل کے دوسرے عناصر کے ساتھ ساتھ سورس اور ریسیور کی اہمیت پر بھی کافی زور دیتا ہے ان کے مشترکہ تجربے کو یکساں اہمیت کا حامل ٹھہراتا ہے اس کا ماننا ہے کہ جس

طرح ریسور ایک فرد بھی ہو سکتا ہے اور ایک مجمع بھی۔ اسی طرح سورش ایک فرد بھی ہو سکتا ہے اور ایک جمع غفیر بھی۔ 1

ایک تربیت یافتہ سورش اپنے پیغام میں جو کچھ بھیجتا ہے۔ اس کی سماجی اہمیت کو اچھی طرح سمجھتا ہے وہ یہ بھی جانتا ہے کہ اسے اپنے پیغام میں کیا بھیجنا ہے وہ ہر چینل کی امتیازی خصوصیات سے واقف ہوتا ہے، اور اپنے موکل سامعین یا ناظرین کے الگ الگ گروہوں اور طبقوں کی مختلف دلچسپیوں کا مطالعہ کر کے ان کی جانکاری حاصل کرتا ہے۔ وہ نہ صرف مختلف چینل کی ضروریات کے مطابق اپنے پیغام میں لچک پیدا کرتا ہے بلکہ اپنے ناظرین و سامعین کی اہلیت و صلاحیت کی جانکاری بھی حاصل کرتا ہے۔ وہ اپنی ریسرچ میں ان کی حدود و مسائل اور وسائل کو بھی سمجھتا ہے۔ 2

اچھا سورش اپنے پیغام کا معیار بہتر بنانے کے لئے فیڈ بیک یعنی ریسور کے رد عمل سے بھی مدد لیتا ہے۔ جب بھی کوئی پیغام ریسور تک پہنچتا ہے تو اس کا کوئی نہ کوئی رد عمل ضرور ہوتا ہے۔ وہ اسے پسند یا ناپسند کرتا ہے یا اس میں کچھ تبدیلی کا خواہش مند ہوتا ہے۔ ذاتی یا زبانی ترسیل میں یہ رد عمل فوراً سامنے آجاتا ہے خواہ ریسور کسی وجہ سے اپنے رد عمل کو زبان سے بیان نہ بھی کرے تو چہرے کے تاثرات۔ آؤ بھاؤ اور حرکات و سکنات سے یہ واضح ہو جاتا ہے۔ شاید اسی لئے ذاتی یا زبانی ترسیل کو سب سے بہتر ترسیل شمار کیا جاتا ہے۔ عوامی ترسیل میں ریسور کا رد عمل سورش تک ذرا مشکل سے پہنچتا ہے لیکن سمجھدار سورش جانتا ہے کہ فیڈ بیک کیسے حاصل کیا جائے اور اسے اپنے پیغام میں بہتری لانے کے لئے کیسے استعمال کیا جائے۔ فیڈ بیک خطوط۔ فون۔ ای۔ میل۔ انٹرنیٹ۔ اور سروے کے ذریعے حاصل کیا جاتا ہے۔ پھر ان میں سے قابل امتیاز فیڈ بیک کی شناخت کر کے ان سے تاثر قبول کیا جاتا ہے۔ 3

1. Edwin Emery, Phillip.H.Ault, Warren.K.Agee, Introduction to Mass Communication, Sec. ed., 1965 p. 10

2. Ibid p. 11

3. Ibid p. 12

میسج (پیغام) :- سوس جو کچھ اپنے ریسیور تک بھیجتا ہے وہ پیغام ہوتا ہے پیغام ترسیل کا نہایت ہی اہم جز ہے۔ اس کا شمار سوس اور ریسیور کی طرح ترسیل کے بنیادی اجزا میں ہوتا ہے۔ پیغام کا غد پر روشنائی، ہوا میں آواز کی لہر، بجلی کے کرنٹ کی ترنگ۔ ہوا میں لہراتا ہوا ایک ہاتھ۔ یا جھنڈے کی شکل میں ہو سکتا ہے یا کوئی اشارہ جو بامعنی ہو یا جس کے معنی نکالے جاسکیں۔ پیغام کسی زبان۔ موسیقی۔ تصویر، رقص یا کسی اور فن کی شکل میں بھی ہو سکتا ہے۔ مگر یہ زبان یہ فنی ہیئت مبہم نہ ہو۔ پیغام میں اطلاعات کو اس طرح ترتیب دیا گیا ہو کہ پیچیدگی پیدا نہ ہو۔ کیونکہ وہی پیغام پسندیدہ ہوتا ہے جس کے معنی آسانی سے نکالے جاسکیں۔ پیغام کو سمجھنے اور معنی نکالنے میں جتنی زیادہ محنت کرنی پڑے گی وہ اتنا ہی بے اثر ہوگا۔ پیغام کو با مقصد ہونے کے ساتھ ساتھ جامع بھی ہونا چاہئے یعنی کم سے کم الفاظ میں زیادہ سے زیادہ معنی پوشیدہ ہوں۔

کسی پیغام کو زبانی ترسیل کرنے میں صرف ہماری آواز ہی نہیں ہوتی (گو کہ اس کا بنیادی رول ہوتا ہے) بلکہ اس میں چہرے کے تاثرات۔ کسی خاص لفظ پر زور، بلکہ اس لفظ کے پہلے ہلکا سا سکتہ بھی معنی خیز ہو جاتا ہے۔ آواز کا دھیماپن۔ گہراپن۔ روکھاپن۔ اونچاپن بھی معنی پر اثر انداز ہوتا ہے کسی جملے کی ادائیگی میں لہجے کی ہلکی سی تبدیلی اس کے معنی بدل دیتی ہے۔ مثال کے طور پر اس جملے کو ”یہ آپ نے بہت اچھا کام کیا“۔ لہجے کی تبدیلی سے طنزیہ۔ مزاحیہ۔ استہزائیہ یا شکیہ بنایا جاسکتا ہے۔ 1

یہ صورت حال تحریر میں بھی ممکن ہے اس میں شبہ نہیں کہ وہاں الفاظ سے براہ راست معنی پیدا ہوتے ہیں پھر بھی خبروں کے مسئلے میں کہا جاسکتا ہے کہ وہاں سرخی کے الفاظ کا حجم۔ صفحے میں سرخی کا مقام۔ اخبار میں صفحے کا مقام خبر کی اہمیت پر اثر انداز ہوتا ہے، تصویر، چارٹ۔ گراف اور نقشے بھی خبر کے بارے میں بہت کچھ کہہ جاتے ہیں۔

پیغام کا پچھلے پیغام سے تعلق بھی کسی پیغام کو بہتر طریقے پر ترسیل کرنے میں معاون ہوتا

ہے۔ پیغام کو موثر بنانے میں اس خلوص محنت لگن اور کوشش کا بڑا ہاتھ ہوتا ہے جو اسے تیار کرنے میں کی جاتی ہے۔ یہاں ہمیں یہ بھی نہیں بھولنا چاہئے کہ ترسیل کی تسبیح میں پیغام اس دھاگے کا کام کرتا ہے جو تسبیح کے تمام دانوں کو ایک لڑی میں منسلک رکھتا ہے اسی لئے بعض ناقدین کا خیال ہے کہ پیغام سورس اور ریسورس سے بھی زیادہ اہم ہے۔

حالانکہ اس سے ارسطو اور مارشل میلکھن (MARSHAL McLUHAN) کے اس خیال کی تردید ہوتی ہے جس میں وہ سب سے زیادہ اہمیت سورس کو دیتے ہیں۔ ارسطو اگر سب سے زیادہ اہمیت سورس کو دیتا ہے تو سوال پیدا ہوتا ہے کہ سورس نے یہ اہمیت کیوں پائی؟ ظاہر ہے کہ اپنے پیغام کی وجہ سے پائی۔ اگر ارسطو کے پیغامات جاندار نہ ہوتے تو آج اسے کون یاد کرتا۔

عوامی ترسیل میں ترسیل کرنے والے بہت سے لوگ ہوتے ہیں کیوں کہ عوامی ترسیل کے پیغام عموماً اداروں کے ذریعے تیار کئے جاتے اور بھیجے جاتے ہیں آج ٹیلی ویژن پروگرام دنیا کے ایک کونے سے دوسرے کونے تک تمام نشیب و فراز کو عبور کرتے ہوئے مدار میں موجود سیٹیلائٹ کے ذریعے، اس طرح پہنچائے جا رہے ہیں گویا یہ بہت معمولی بات ہو۔ ترسیل کے فن میں ہر روز ایک نیا معجزہ ہو رہا ہے۔ کمپیوٹر کی مدد سے مسلسل نشریاتی نظام کے ذریعے ہم نے وقت اور فاصلے کو بھی اپنا غلام بنا لیا ہے مگر یہ قیمتی بنیادی ڈھانچہ بے معنی ہو جائے اگر سورس کے پاس کوئی بامعنی یا اہم پیغام نہ ہو۔

لہذا ترسیل کے مطالعے میں بنیادی طور پر دو چیزیں شامل ہو جاتی ہیں۔ ایک تو اس کے تکنیکی ذرائع۔ دوسرے یہ کہ پیغام کو موثر بنانے کے لئے تمام دستیاب ذرائع کو کتنے اچھے ڈھنگ سے استعمال کیا جائے۔ ولور شرم ترسیل میں پیغام سے بامعنی رد عمل حاصل کرنے کے لئے چار چیزوں کو ضروری قرار دیتا ہے۔

• پیغام کو اس طرح ترتیب دینا اور پہنچانا چاہئے کہ وہ ریسورس کی توجہ اپنی طرف مبذول کرا لے۔

• پیغام میں ایسے اشارے ہوں جس سے سورس اور ریسورس دونوں واقف ہوں۔

• پیغام میں ریسیور کی ضرورت کو ابھارنا چاہئے اور اس ضرورت کو پورا کرنے کا کوئی طریقہ پیش کرنا چاہئے۔

• پیغام کو ایک ایسا طریقہ تجویز کرنا چاہئے جو ریسیور کی اس صورت حال سے مناسبت رکھتا ہو جس میں وہ با معنی جواب دیتے وقت ہے۔¹

چینل :- جس چیز کے ذریعے پیغام سورس سے ریسیور تک پہنچایا جائے وہ چینل

ہے۔ صحافت۔ سینما۔ ریڈیو۔ ٹیلی ویژن۔ فون۔ فیکس۔ کمپیوٹر کے مختلف ذرائع۔ ای میل۔ انٹرنیٹ کا شمار چینل میں ہوتا ہے۔

ریسیور :- کسی پیغام کو موصول کرنے والا ریسیور ہوتا ہے اسے ڈی کوڈر بھی

کہتے ہیں۔ ہر قسم کے ناظرین، سامعین اور قارئین ریسیور ہیں ترسیل کے عمل کو موثر بنانے میں سورس اور ریسیور کا حصہ برابر ہے۔ اس میں دونوں برابر کی اہمیت کے حامل ہیں۔ ان میں سے کسی کو بھی موثر ترسیل سے جدا نہیں کیا جاسکتا اور اس بات کو ہمیشہ دماغ میں رکھنا چاہئے کہ با معنی اور معیاری ترسیل میں سورس کا وجود اسی وقت تک ممکن ہے جب تک ریسیور کا وجود ہے۔

یہ ریسیور ہی ہے جس کے لئے پیغام تخلیق کیا جاتا ہے۔ پیغام کی زبان۔ معیار۔ طریقہ پیش کش۔ چینل کا انتخاب۔ چینل میں فریکوئنسی۔ پیغام کے تہذیبی عناصر سبھی کچھ ریسیور کی پسند و ناپسند، مزاج۔ تہذیب، عقل اور سمجھ کے مطابق طے کئے جاتے ہیں۔ اس سے ترسیل میں ریسیور کی اہمیت کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے مزید یہ کہ کسی نمائش کا مقصد فوت ہو جائے اگر تماشائی نہ ہوں۔ ایک با معنی پیغام بھی بے معنی ہے اگر اسے کوئی موصول کرنے والا نہ ہو۔ اسی لئے کہا جاتا ہے کہ ترسیل کے صحت مند عناصر کو بڑھانے کے لئے سورس کو چاہئے کہ وہ ریسیور کا اچھی طرح جائزہ لے تجزیہ کرے اور یہ سمجھنے میں اپنی پوری قوت صرف

1. Gurmeet Singh Mann : The Story of Mass Communication, New Delhi 1987 P. 15

کردے کہ ان کی قسم کیا ہے، ان کا مزاج کیا ہے۔ ان کی پسند و ناپسند کیا ہے۔ تاکہ وہ اپنے پیغام کی ان کے ساتھ مطابقت پیدا کر کے زیادہ با مقصد، بامعنی، کارآمد اور مفید بنا سکے۔

فیڈ بیک (رد عمل) :-

جب دو فرد آپس میں گفتگو کرتے ہیں تو ایک بات کرتا ہے دوسرا جواب دیتا ہے۔ یہ ذاتی یا زبانی ترسیل میں ہوتا ہے لیکن عوامی ترسیل میں بھی یہی صورت پیش آتی ہے۔ سوس کے پیغام پر ریسپور کا رد عمل ایک ضروری امر ہے۔ (اگر اس نے پیغام اچھی طرح سمجھ لیا ہے) یہی رد عمل فیڈ بیک کہلاتا ہے۔ اور یہ ترسیل کے لئے نہایت اہم ہے۔ خواہ مثبت ہو منفی ہو یا غیر جانبدار، یہ علم، اطلاع اور خبر کے بہاؤ پر گہرے اثرات مرتب کرتا ہے۔ ترسیلی برتاؤ کا تانا بانا فیڈ بیک کے ذریعے ہی بنا جاتا ہے۔ فیڈ بیک کی اصطلاح بنیادی طور پر تکنیکی اصطلاح ہے اور انجینئرنگ کے شعبے سے لی گئی ہے کسی حرارت پیدا کرنے والے آلے میں تھر مو اسٹیٹ کا استعمال اس کی ایک مثال ہے، جب کسی کمرے کا درجہ حرارت زیادہ کم ہو جاتا ہے تو تھر مو اسٹیٹ کے ذریعے ایک سوئچ آن ہو جاتا ہے جس سے یہ اشارہ ملتا ہے کہ اب آلہ حرارت روشن ہو گیا ہے۔ جب کمرے کی حرارت ضرورت کے مطابق ہو جاتی ہے تو وہ سوئچ آف ہو جاتا ہے جس سے یہ اطلاع ملتی ہے کہ اب آلہ حرارت بجھ گیا ہے۔ آلہ حرارت کے جل جانے کا اشارہ اور بجھ جانے کی اطلاع ہی فیڈ بیک کہلاتی ہے۔

جیک میتھیوز نے فیڈ بیک کو دو حصوں میں بانٹا ہے۔ یعنی ایک منفی فیڈ بیک اور دوسرا مثبت فیڈ بیک۔ مثبت فیڈ بیک سے وہ ایسا فیڈ بیک مراد لیتا ہے جو یہ اشارہ دے کہ آپ جو کچھ کر رہے ہیں وہ ٹھیک ہے کرتے رہئے اور منفی سے اس کی یہ مراد ہے کہ آپ جو کچھ کر رہے ہیں وہ ٹھیک نہیں ہے اسے روک دیجئے۔ 1

ایک خیال یہ بھی ہے کہ ریسپور کا رد عمل فیڈ بیک نہیں ہو سکتا جب تک کہ وہ سوس کے ترسیلی برتاؤ پر اثر انداز نہ ہو، اور اصل فیڈ بیک وہ ہوتا ہے جو غیر شعوری طور پر یکا یک سامنے آئے نہ کہ سوچے سمجھے ہوئے منصوبہ بند طریقے سے ظاہر ہو۔ گو کہ اسے فیڈ بیک کی

فہرست سے خارج نہیں کیا جاسکتا۔

جب کوئی پیغام ترسیل کر دیا جاتا ہے تو پھر وہ کمان سے نکلے ہوئے تیر کی طرح سوس کے اختیار سے باہر ہو جاتا ہے۔ اب وہ اس میں کوئی ترمیم و تنسیخ نہیں کر سکتا۔ ایسی ہی بے چارگی ایک ادیب اپنی تحریروں کے شائع ہو جانے کے بعد محسوس کرتا ہے۔ یا جب ہم کوئی اہم خط یا پیغام روانہ کرتے ہیں تو ہمیں یہ جاننے کی کتنی بے چینی رہتی ہے کہ وہ منزل الیہ تک پہنچایا نہیں اور ہم اسے جو سمجھانا چاہتے ہیں وہ سمجھایا نہیں۔ اور کیا وہ اسی طرح جواب دے گا جیسا کہ ہم چاہتے تھے۔ 1

ترسیل کے عمل کو مکمل ہونے کے لئے بھی ضروری ہے کہ پیغام ریسیور تک پہنچے اور وہ اسے سمجھ لے۔ اور اس کا جو رد عمل ہو اس کی جانکاری سوس کو ملے۔ سوس کے لئے فیڈ بیک کی جانکاری اس لئے بھی ضروری ہے تاکہ اسے یہ معلوم ہو کہ ریسیور اس کے ساتھ اتفاق کرتا ہے یا نہیں یا پیغام کو غلط معنی تو نہیں پہنائے گئے۔ کیا ریسیور کے دماغ میں بھی وہی تصویر بنی جو سوس بنانا چاہتا تھا۔

یہاں ایک اور بات لازمی ہو جاتی ہے کہ ریسیور سوس کی زبان، اشارات، خیالات اور جذبات کو سمجھ سکتا ہو اور اس کا مطلب نکال لے۔ اگر کوئی شخص روسی زبان میں پیغام بھیج رہا ہے مگر اس کے ریسیور کو روسی آتی ہی نہیں تو ترسیل کا عمل بے معنی ہو جائے گا۔ ولور شرم کا تو یہاں تک کہنا ہے کہ جب تک سوس اور ریسیور میں کچھ تجربات مشترک نہ ہوں مثلاً زبان مشترک نہ ہو پس منظر مشترک نہ ہو۔ مشترک تہذیب نہ ہو۔ اس وقت تک پیغام کو صحیح معنی پہنانا مشکل ہو جاتا ہے۔ اچھا سوس فیڈ بیک کے بارے میں ہمیشہ متحسب رہتا ہے اور ہر صورت میں اسے حاصل کرتا ہے اس پر توجہ دیتا ہے اس کا باریک بینی سے مطالعہ کرتا ہے پھر اس کی روشنی میں اپنے پیغام کی اصلاح یا ترمیم کر کے اسے بہتر سے بہتر بنانے کی کوشش کرتا ہے لہذا اشانن اور یور کی طرح شرم بھی فیڈ بیک کی صلاح دیتا ہے اس کا کہنا ہے کہ فیڈ بیک سے سوس کو یہ معلوم ہوتا ہے کہ اس کے پیغام کو کس طرح کے معنی پہنائے گئے۔ یا اسے اسی

شکل میں موصول کیا گیا جس میں وہ اپنے ریسیور تک پہنچانا چاہتا تھا۔ 1
 ابھی ہمارے یہاں فیڈ بیک کے ذرائع اتنے موثر نہیں ہو پائے ہیں جتنا کہ انھیں ہونا
 چاہئے۔ حالانکہ ٹیلی ویژن میں ”ٹیلی کانفرنسنگ“ اخبار اور رسائل میں ”قارئین کے خطوط“
 اور ریڈیو میں اسے ”خطوط“ اور ”فون ان“ کے ذریعے حاصل کیا جا رہا ہے۔ عوامی ترسیل
 کے ادارے فیڈ بیک حاصل کرنے کے لئے ناظرین کی ریسرچ کا شعبہ قائم کرتے ہیں۔
 عوامی ترسیل کا ریسیور چونکہ مختلف النوع ہوتا ہے اس لئے اس کا فیڈ بیک حاصل کرنے کا
 شعبہ طبقاتی رد عمل کے اعداد و شمار حاصل کرتا ہے۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن میں بھی فیڈ بیک خطوط سے حاصل کیا جاتا ہے پھر بھی عوامی ذرائع
 ترسیل میں نہ صرف یہ کہ فیڈ بیک کم حاصل ہوتا ہے بلکہ جو حاصل ہوتا بھی ہے وہ دیر سے پھر
 یہ براہ راست نہیں ہوتا یہی وجہ ہے کہ پوری طرح با اثر نہیں ہوتا۔

بعض ناقدین کا خیال ہے کہ ترسیل صرف وہی نہیں ہے جو شعوری و کامیاب ہو یعنی
 اس کا فیڈ بیک بھی حاصل ہو جائے۔ بلکہ ترسیل کا عمل وہاں بھی کسی حد تک مکمل ہو جاتا ہے
 جہاں پیغام ریسیور تک پہنچ جائے۔ فیڈ بیک مل جائے تو یہ ترسیل کے لئے اور سوس کے لئے
 زیادہ بہتر ہے مگر یہ نہیں کہا جاسکتا کہ اس کے بغیر ترسیل کا عمل مکمل نہیں ہوا۔

بیریر (رکاوٹ):۔ کبھی کبھی پیغام صحیح ڈھنگ سے ریسیور تک نہیں پہنچتا اس میں
 طرح طرح کی رکاوٹیں حائل ہو جاتی ہیں۔ انھیں رکاوٹوں کو بیریر کہتے ہیں۔
 مسلسل ترسیل میں پیغام کو سوس سے ریسیور تک پہنچنے کے لئے مختلف تکنیکی ذرائع اور
 مختلف افراد سے ہو کر گزرنا پڑتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ اس میں مختلف النوع رکاوٹوں کے
 امکانات زیادہ ہوتے ہیں۔

عوامی ترسیل کے لئے اکثر پیچیدہ مشینوں کا استعمال ہوتا ہے کبھی ان کے استعمال میں
 غلطی کی وجہ سے رکاوٹ آتی ہے اور کبھی ان مشینوں میں استعمال ہونے والی توانائی میں

1. Brent .D. Ruben, *Commuication and Human Behavior*, New York,
 1984, p.46

قدرتی خلل واقع ہونے کی وجہ سے رکاوٹ آتی ہے مثال کے طور پر آواز کی لہروں کو لے جانے والی ترنگوں کا کمزور پڑ جانا۔ یا توانائی کی سپلائی بند ہو جانا۔

ہر زبان کے اپنے تہذیبی عناصر ہوتے ہیں بعض الفاظ اور ان کے معنی کسی تہذیبی تجربے سے برآمد ہوتے ہیں۔ لہذا بہت سے الفاظ کے معنی الفاظ میں نہیں ہوتے بلکہ عوام کے دماغ میں ہوتے ہیں یہی وجہ ہے کہ ایک لفظ ایک علاقے میں کچھ معنی دیتا ہے تو دوسری میں کچھ۔ چنانچہ ترسیل کے عمل میں کہیں زبان رکاوٹ بنتی ہے تو کہیں تہذیبی و سماجی تجربے۔ آج بہت سے سرکاری و غیر سرکاری ادارے براہ راست اور بلا رکاوٹ ترسیل کی جستجو میں ہیں اور مکمل ذریعہ ترسیل کی تلاش ہنوز جاری ہے۔

ترسیلی منضبط کاری (گیٹ کیپنگ) :- گوکہ گیٹ

کیپنگ کا تعلق براہ راست عوامی ترسیل کے اجزائے ترکیبی سے نہیں ہے۔ پھر بھی عوامی ترسیل کے سلسلے میں یہ اصطلاح بار بار استعمال ہوتی ہے اس لئے یہاں اس کا ذکر کیا جا رہا ہے۔

عوامی ذرائع ترسیل میں اطلاعات، نظریات یا تجربات کو ریسورس تک پہنچانے میں بہت سے پیچیدہ مسائل سامنے آتے ہیں۔ حالات و ماحول کے تحت یا موقع و محل کی نزاکت کے پیش نظر بہت سی چیزوں میں تخفیف یا ترمیم کرنی پڑتی ہے۔ مان لیجئے کسی ہال میں کسی سیاسی لیڈر کی تقریر ایک اخبار یا ٹیلی ویژن رپورٹس میں شائع ہونا ہے یا ٹیلی ویژن سے نشر ہونا ہے۔

اس تقریر کو تیار کرنے والا رپورٹر۔ یا اخبار کا ایڈیٹر جو اس تقریر کو ایڈٹ کریگا۔ ٹائپ سٹر پرنٹر یا ٹیلی ویژن اسٹیشن کا عملہ جو بھی اس کی نشر و اشاعت میں معاون ہوگا خواہ فرد ہو یا ادارہ گیٹ کیپر کہلائے گا انگریزی میں اس کی تعریف اس طرح کی گئی ہے۔

"Any person or formally organized group directly involved in relaying or transferring information from one individual to another through a Mass medium."¹

1. John R. Bitner, Mass Communication an Introduction, 1986, New York, USA, p.13

یہ گیٹ کیپر کوئی فلم پروڈیوسر بھی ہو سکتا ہے جو کسی سین کو اصل اسکرپٹ سے کاٹ سکتا ہے یا ٹیلی ویژن پروڈیوسر جو کسی سین کو مخرب اخلاق ہونے یا کسی طبقے کی دل شکنی کے خیال سے رد کر دیتا ہے یہ کوئی ڈائریکٹر بھی ہو سکتا ہے جو زیادہ بہتر سمجھتا ہے کہ ڈاکومنٹری میں کیا چیز ہونی چاہئے۔ یہ کسی اخبار کا ایڈیٹر بھی ہو سکتا ہے جو یہ فیصلہ کرتا ہے کہ آج کا ادارہ کس موضوع پر ہوگا۔

یہاں سوال یہ اٹھتا ہے کہ کیا عوامی ذرائع ترسیل کے عمل میں شریک کوئی بھی شخص عوامی ذرائع ترسیل کے ذریعے بھیجے گئے پیغام پر اثر انداز ہو سکتا ہے۔ ایسا ہونا ضروری نہیں تو ممکن ضرور ہے جب ایک رپورٹر کسی تقریر کی رپورٹ تیار کر رہا ہے تو اس کے کسی حصے کو غیر ضروری خیال کرتے ہوئے چھوڑ بھی سکتا ہے اس کے برخلاف بہتر ترتیب و توضیح سے اپنی رپورٹ کو زیادہ مفید بنا کر بھی پیش کر سکتا ہے۔

گیٹ کیپنگ کے سلسلے میں تین چیزیں بہت اہم ہیں۔

- - گیٹ کیپر کسی بھی پیغام کو ایڈیٹنگ کے ذریعے حد کے اندر رکھتا ہے۔
- - حاصل ہونے والی اطلاعات کو مزید حقیقت کا اضافہ کر کے بڑھا دیتا ہے۔
- - وہ اطلاعات و پیغام کی پھر سے ترتیب و توضیح کرتا ہے۔ 1

ترسیل کی ابتداء و ارتقاء :

آثار قدیمہ کے ماہرین (ARCHEOLOGIST) آرکالوجسٹ کا خیال ہے کہ عہد سنگ کے انسانوں کے پاس بھی بنیادی حس اور قوت شامہ قوت سامعہ قوت لامسہ قوت باصرہ اور قوت ذائقہ موجود تھی اور نظام اعصابی کے تین بلین خلیئے اسے اس قابل بناتے تھے کہ وہ کسی چیز کو اپنے حافظے میں محفوظ رکھ سکے اور ضرورت پڑنے پر اپنی ذات کے اندر یا باہر کسی بات کا رد عمل ظاہر کر سکے یا جواب دے سکے۔ لہذا جب وہ غاروں اور گھھاؤں سے باہر نکلتے تو ماحول کے گرم و سرد سے متاثر ہوتے تھے۔ آرکالوجسٹ اس عہد کو راماپیتھکس

عہد (RAMAPITHECUS AGE) کے نام سے موسوم کرتے ہیں۔ 1

رفتہ رفتہ ان کے مرکزی اعصابی نظام اور اعضائے رئیسہ، دماغ، آنکھ کان۔ ہاتھ۔ منہ لگاتار نشوونما پاتے اور ارتقاء پذیر ہوتے رہے۔ یہاں تک کہ بعد کی نسلوں نے اپنے کو بنیادی ضرورتوں سے آسودہ کرنا شروع کیا۔ مثلاً روشنی، دیکھنے کے لئے۔ غذا کھانے کے لئے۔ پانی، پینے کے لئے۔ نیند، تازہ دم ہونے کے لئے۔ قیام گاہ، موسم سے محفوظ رہنے کے لئے۔ لہذا تین لاکھ سال قبل مسیح کے قریب وہ دماغ مرکزی اعصابی نظام اور شکل بننا شروع ہوئی جو آج کے انسان کی ہے۔ 2

زبان کی ابتداء: اس کے دو لاکھ سال بعد یعنی ایک لاکھ سال قبل مسیح سے پہلے

ایک ایسی غیر ترقی یافتہ زبان (EMBRYONIC) کی ابتدا ہوئی جس کے ذریعے ترسیل کی جاسکتی تھی اب اتنی دماغی و جسمانی ترقی ہو گئی تھی کہ زبان کی ایجاد ہو سکے۔

ترسیلی زبان کی ابتدا (یعنی 1,00,000 ق م) سے پہلے تک، انسان لمس یعنی چھو کر یا

1. John R. Bittner. Mass Communication an Introduction. 1986. New Jersey U.S.A. P. 1

2. Ibid p.1

دوسرے حواسی شعور کے ذریعے ترسیل کرتا تھا اور اس کے اشارے جس میں آوازی اشارے بھی شامل ہیں۔ بہت عرصے تک ذاتی ہوتے تھے عوامی نہیں یعنی ایک مشترک اشارہ نہیں ہوتا تھا جسے سب ہی استعمال کریں پھر دھیرے دھیرے یہ اشارے ایک جگہ سے دوسری جگہ جانے لگے اور کچھ فاصلہ طے کیا۔ اب وہ اشارے ایک گروہ کے لئے مشترک ہونے لگے کچھ آوازی اشارے مثلاً غز انایا بھونکنا ایک علاقے میں پھیلے اور انہوں نے ہر ایک کو ایک ہی معنی ادا کئے۔ دھیرے دھیرے یہی آوازی اشارے آواز میں تبدیل ہوتے گئے۔ پھر انسان کی مخصوص آوازوں اور مخصوص تجربوں کو مخصوص برتاؤ کے ساتھ منسوب کرنا شروع ہوا بالکل اسی طرح جس طرح آج بچہ مخصوص آواز یا چہرے کے مخصوص تاثرات سے کچھ مخصوص معنی ادا کرتا ہے مثال کے طور پر وہ اپنے رونے یا ام م م م کی آواز کے ذریعے یہ ظاہر کرتا ہے یا اس کی ایسی آوازوں سے ہم یہ سمجھ جاتے ہیں کہ اسے بھوک لگی ہے دودھ چاہئے یا بالکل اسی طرح جیسے ماں شیشی کی سیٹی جیسی آواز سے بچے کو پیشاب کرنے کے لئے متحرک کرتی ہے۔

ان مشترک آوازی اشاروں کی وجہ سے انسان کے اندر یہ اہلیت پیدا ہوئی کہ اب وہ ان اشاروں کو چیزوں سے علاحدہ کر کے بولنے اور سمجھنے لگا۔ یعنی اب اسے ان چیزوں پر ہاتھ رکھ کر بتانے کی ضرورت نہیں رہی جن کے بارے میں وہ کہہ رہا ہے اب وہ صرف آواز کے اشارے سے اس چیز کے بارے میں اپنے قریب کے کسی انسان کو بتا سکتا تھا۔ ضرورت کے تحت آوازی اشاروں کو فرد سے الگ کیا گیا۔ مطلب یہ کہ اب بولنے والا کوئی بھی ہو ایک مخصوص آواز یا الفاظ کے معنی ایک ہی ہوں گے۔ خواہ اس آواز یا الفاظ کا موجد سامنے موجود ہو یا نہ ہو۔ 1

زبان کی ابتدا سے متعلق نظریات نزاعی اور مختلف النوع ہیں جس کی وجہ سے یہ مسئلہ واضح ہونے کے بجائے اور مغلق ہو گیا ہے۔ پھر بھی چند بنیادی نظریات کا ذکر یہاں اختصار کے ساتھ کیا جا رہا ہے۔

BOW-BOW (بو-بو) کا نظریہ۔ اس نظریے کے ساتھ یہ تصور

1. Gurmeet Singh Mann : The Story of Mass Communication. An Indian Perspective : 1987 New Delhi P. 25

کار فرما ہے کہ الفاظ قدرتی آوازوں کی نقل کے ذریعے بنے ہیں یہی وجہ ہے کہ قریب قریب ہر لفظ اپنے مناسب معنی سے رشتہ استوار رکھتا ہے۔

POOH-POOH (پوہ پوہ) یا Poo-Pool (پو۔ پو) کا نظریہ

اس کے تحت یہ تسلیم کیا جاتا ہے کہ الفاظ انسان کی فطری اور جبلی احساس کی شدت سے نکلنے والی آواز (جس سے غیر شعوری طور پر جذبات کا اظہار ہوتا ہے) سے وجود میں آئے ہیں۔ مزید صراحت کے ساتھ اسے یوں بھی کہا جاسکتا ہے کہ الفاظ کی تشکیل کا عمل انسان کی ان فطری اور جبلی آوازوں کا نتیجہ ہے جو اس کے منہ سے تکلیف، غم خوشی یا تعجب خیزی کے موقع پر اندرونی جذبات و احساسات کو ظاہر کرنے کے لئے یکا یک نکلتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ تکلیف غم اور مسرت کے الفاظ سے ہی ان جذبات کا احساس ہونے لگتا ہے۔

SING-SONG (سنگ سانگ) کے نظریے سے یہ مراد لی جاتی ہے کہ

الفاظ قدیم غیر الفاظی آوازوں کی ارتقائی شکل کے سوا اور کچھ نہیں جو قدیم انسان کے منہ سے اس کے جذبات و احساسات کے اظہار کے لئے نکلتی تھیں۔

YO-HAVE-HO (یو۔ ہیو۔ ہو) کا نظریہ۔ اس نظریے کی رو سے الفاظ

انسان کی ان آوازوں کی ترقی یافتہ شکل ہیں جو انسان کے منہ سے جسمانی محنت کے وقت نکلتی ہیں۔

YUK-YUK (یوک۔ یوک) کا نظریہ تجویز کرتا ہے کہ الفاظ کا وجود اتفاقاً طور پر

اس وقت ہو گیا ہوگا جب وحشی انسان نے کوئی اہم کام کیا ہوگا یا کوئی خاص چیز کھائی ہوگی۔

DING-DONG (ڈنگ ڈانگ) کا نظریہ بتاتا ہے کہ الفاظ کا وجود اس وقت

ممکن ہوا ہوگا جب آواز کو کسی چیز یا مادے سے ہم آہنگ کرنے کی کوشش کی گئی ہوگی۔ مطلب یہ کہ جب کسی مادی چیز کے وجود کو ظاہر کرنے کے لئے کوئی آواز نکالی گئی تو الفاظ وجود میں آ گئے۔ کیونکہ ترسیل کے وجود میں آنے کی بنیادی وجہ انسانی ضرورت ہے اور یہ تین

چیزوں (یعنی اعصابی نظام اعضاء جس اور رگ پھوں) کے اتصال سے وقت کے ساتھ ساتھ ارتقاء پذیر ہوا۔ 1

وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ ستھرا ہوا شعور و ادراک۔ استدلالی دماغ اور اعصابی نظام بھی بنیادی ضرورت کے تحت ترقی پذیر ہوتے رہے لہذا رفتہ رفتہ انسان کے اندر اتنی اہلیت پیدا ہو گئی کہ موجود یا حاصل شدہ جانکاری و اطلاعات کی بنا پر وہ اچھے اور برے کی تمیز کر سکے اور اپنے برتاؤ میں تبدیلی لاسکے۔

چنانچہ موجودہ قسم کی عقل و سمجھ کی ابتدا انسان کے اندر سات ہزار سال ق۔م۔ 2 میں ہو چکی تھی لہذا اب وہ اپنے اس ماضی کا تصور کر سکتا تھا جس میں وہ کبھی نہیں رہا۔ اور اس مستقبل کے بارے میں سوچ سکتا تھا جس میں ابھی شریک نہیں ہوا۔ اب وہ غیر مرئی خیالات جیسے اچھائی۔ برائی۔ اختیارات اور انصاف جیسی چیزوں کو بھی برت سکتا تھا۔

لہذا اب ایسے الفاظ بھی وضع ہوئے جو غیر مرئی چیزوں کی نشاندہی کر سکیں پھر ان الفاظ کو ملا کر بولا جانے لگا اور ایک ایسی زبان وجود میں آگئی جو ابتدائی ترسیل کی ضرورتوں کو پورا کر سکے۔

لیکن ہم یہ بتانے سے قاصر ہیں کہ انسان نے بات کرنا کب شروع کیا۔ وہ کون قوم ہے جس نے سب سے پہلے اسے شروع کیا اور اس نے ترقی کے مراحل کیونکر طے کئے۔ لیکن جب مکمل طور پر بولے جانے والے الفاظ وجود میں آ گئے تو یہ انسان کی ایجاد کردہ چیزوں میں سب سے اہم اور قیمتی ثابت ہوئی۔ محمد اسحاق صدیقی زبان کے بارے میں لکھتے ہیں۔

”زبان نے انسان کو دوام بخشا، اس نے اس کے دل کی دھڑکنوں اور دماغ کی برق و شہروں، دونوں کو اس کے لئے حقیقی اور پائیدار بنایا۔ اس نے

1. Gurmeet Singh Mann : The Story of Mass Communication. (An Indian Perspective) 1984 New Delhi P. 24

2- John. R. Bittner. Mass Communication An Introduction. 1986. Newjersy, U.S.A. P.2-3

اس کے تجربات و محسوس کو جسم دیا اور اس طرح اس کی ابتدائی ذہنی اور جذباتی کاوشوں کو محض گونگے کا خواب بننے سے بچالیا۔¹

اس سے بھی زیادہ اہم یہ کہ زبان ہی کے استعمال سے انسان کی اجتماعی زندگی میں نظم و ضبط کی مفید مہذب صورتیں پیدا ہوئیں۔ اور اسے اجتماعی زندگی کے فوائد حاصل ہوئے جو روئے زمین پر دوسرے جانداروں کو حاصل نہ تھے یعنی وہ حیوان سے حیوانِ ناطق بن گیا۔ زبان کے بارے میں کہا گیا ہے کہ یہ مفروضہ صوتی علامات کا مجموعہ ہے۔ یعنی انسان جو مفرد آوازیں اپنے منہ سے نکالتا ہے اس کی ترکیب ترتیب سے ہزاروں مرکب آوازیں یا الفاظ بنتے ہیں۔ یہ آوازیں مختلف چیزوں کے نام کے لئے استعمال کی جاتی ہیں۔ مدعا یہ ہوتا ہے کہ انسانی ذہن میں اس چیز کی تصویر پیش کر دی جائے جس کا نام لیا گیا ہے مثلاً جب ہم قلم کہتے ہیں تو ہمارے دماغ میں قلم کی تصویر آتی ہے نہ کہ کتاب کی۔ گویا الفاظ انسان کے دماغ میں اشیاء کی تصویر پیش کرنے کا ذریعہ ہیں۔ کثرت استعمال سے تصویریں تحت الشعور میں چلی جاتی ہیں اور دماغ کو ہر وقت تصویر کشی نہیں کرنی پڑتی۔

جیسا کہ پہلے بھی اشارہ کیا گیا کہ زبانیں دو ہوتی ہیں ایک وہ جس میں الفاظ سے کام لیا جاتا ہے اور دوسری وہ جس میں چشم و ابرو اور جسم کے اشاروں سے۔ اس میں بھی شبہ نہیں کہ زبان خیالات و جذبات کے اظہار کا اولین ذریعہ ہے لیکن ناقص۔ کیونکہ یہ بہت دور نہیں جاسکتی یہ قائم رہنے والی بھی نہیں۔ تاریکی اور درمیان میں کسی چیز کے حائل ہونے کی صورت میں اشاراتی گفتگو بھی ناممکن ہو جاتی ہے۔

لہذا زمانہ قدیم میں ہی انسان نے ضروری باتوں کی یادداشت محفوظ رکھنے اور ان کو دوسروں تک پہنچانے کی ضرورت کے تحت تحریر کی ایجاد کی، تحریر نے انسان کے منہ سے نکلی ہوئی آوازوں کو فضا میں گم ہو جانے سے بچالیا۔ تحریر نے زبان کو ایک ایسا منقش علامتی جسم عطا کیا جسے پاکر وہ جاوداں اور متحرک ہو گئی یہی وجہ ہے کہ مشہور اطالوی عالم ڈاکٹر ڈرنگرنے

1. محمد اسحاق صدیقی، فن تحریر کی تاریخ، علی گڑھ، 1962ء۔ ص 1 اب تعارف

اسے تہذیب انسانی کی کلید سے تعبیر کیا ہے۔ 1

تحریر کی اصلیت پر غور کریں تو اندازہ ہوگا کہ انسان جن آوازوں کو منہ سے ادا کر سکتا ہے ان کے لئے نشانات مقرر کر دیئے گئے ہیں اور انسانوں کے ایک طبقے یا گروہ نے متفقہ طور پر تسلیم کر لیا ہے کہ فلاں نشان فلاں آواز کو ظاہر کرے گا۔ ایسے نشانات کو حروف تہجی کہتے ہیں۔

تحریر کی تعریف اس طرح بھی کی جاتی ہے کہ وہ جذبات احساسات اور خیالات کے اظہار کا ایسا طریقہ ہے۔ جس کا تعلق قوت باصرہ سے ہے اور وہ ایک قائم رہنے والی چیز ہے۔

تحریر کی ابتدا اور ارتقاء :- تیس سے پچیس ہزار سال قبل مسیح کی

درمیانی مدت میں جہاں پتھر کے اوزار اور حجری معاشرت کے دیگر ساز و سامان کی نشاندہی ہوتی ہے وہیں یہ بھی سراغ ملتا ہے کہ انسان اپنے ارد گرد کی اشیاء پر کہیں کہیں لکیریں بھی کھینچنے لگا تھا چونکہ یہ لکیریں غاروں اور چٹانوں کے علاوہ بارہ سنگھے کی سینگھوں - کچھوئے کے کپڑوں - درخت کی چھال اور سیپ گھونگھوں پر مختلف مقامات سے زمین کی کھودائی میں برآمد ہوئی ہیں۔ لہذا اس سے ظاہر ہوتا ہے کہ یہ لکیریں انسان نے ارادتا کھینچی ہیں۔

مصوری کی ابتداء کب ہوئی یہ بتانا مشکل ہے لیکن کچھ لوگوں کا خیال ہے کہ مجسم اشیاء کی تصویر بنانے کی ابتداء اس طرح ہوئی ہوگی کہ جن چیزوں کا سایہ زمین پر پڑتا ہوگا۔ ان کے سائے کے گرد لکیریں کھینچ دیتے ہونگے کیونکہ کہیں کہیں سایہ کشی یعنی SILHOUTTE کا ذکر ملتا ہے مزید یہ کہ بیس سے پندرہ ہزار سال ق۔ م۔ کے درمیانی زمانے میں انسان غاروں کی دیواروں اور ہموار چٹانوں پر تصویریں بنا رہا تھا۔ اسپین اور فرانس میں اب تک ایسے تیس غاروں کا پتہ چلا ہے جن میں اس عہد کی مصوری کے نمونے ہیں۔ جنوبی افریقہ میں بشمین لوگوں کے آباؤ اجداد نے غاروں میں تصویر کشی کے اچھے نمونے چھوڑے ہیں ان کا

تعلق غالباً مذہبی رسوم سے تھا۔ 2

۱. محمد اسحاق صدیقی۔ فن تحریر کی تاریخ۔ انجمن ترقی ہند۔ علی گڑھ 1962 الف۔ ب۔ تعارف۔

۲. شایاں قدوائی۔ کتاب کی تاریخ، نئی دہلی، 1980ء ص 9-11

مذہبی رسوم کے علاوہ فن تصویر کشی کا استعمال آرائش و زیبائش کے لئے وسیع پیمانے پر کیا جا رہا تھا۔ مصوری کا تیسرا مقصد اظہار خیال ہے جس کی سب سے اولین صورت امتیازی نشانات نشانات ملکیت اور وہ نشانات ہیں جنہیں راہگیروں کی اطلاع کے لئے راستے میں بنایا جاتا تھا۔

لہذا جب ہم دس ہزار سال ق۔ م کی ایک بیل کی تصویر کے ساتھ ایک لائن میں چار گول چھوٹے دائروں پر غور کرتے ہیں تو ان کے کچھ معنی اخذ کئے جاسکتے ہیں مثلاً چار عدد بیل یا چالیس یا چار سو بیل پکڑے اور سدھائے گئے۔ 1۔ اس طرح ان تصویروں سے معنی نکلنے لگے۔ اور ان قدیم لکیروں و تصویروں کا رشتہ تحریر کی ابتدا سے منسوب ہوا۔

تصویر سے تصویری خط (PICTORIAL WRITING) کی ایجاد ہوئی۔ یہاں تصویر اور تصویری خط کا فرق سمجھ لینا چاہئے۔ اچھی تصویر وہ سمجھی جاتی ہے۔ جو اصل سے قریب تر ہو لیکن تصویری خط کا مقصد مصوری کا کمال دکھانا نہیں ہے بلکہ کسی خیال کا ناظرین کے دماغ میں منتقل کرنا ہوتا تھا۔ اس لئے کاتب جزئیات میں نہ جا کر تصویر کے صرف اسی حصے کو پیش کرتا۔ جس سے اس کے مقصود کی طرف اشارہ ہو جائے۔ پھر یہ تصویریں مختصر ہو کر آڑی ترچھی لائنوں کا مجموعہ رہ گئیں۔ اور اس طرح تصویری خط لکیروں کی لکھائی (LINEAR WRITING) میں بدل گیا۔ یہاں تک علامات میں کسی حد تک تصویر پن باقی رہا۔ لیکن بعد میں زود نویسی کی ضرورت کے تحت ان کی صورتیں مسخ ہو گئیں اور تصویر کا شائبہ تک باقی نہ رہا۔ مثلاً الف (بہ معنی بیل) جس کے لئے شروع میں بیل کا سر بنایا جاتا تھا تبدیل ہوتے ہوتے صرف ایک عمودی خط رہ گیا۔ 1

ابتدا میں تصویروں کو پڑھا نہیں جاتا تھا بلکہ دیکھ کر سمجھا جاتا تھا یہ تصویریں دو طرح کی ہوتی تھیں۔

• حقیقی تعبیرات: جیسے سورج چاند بنا کر سورج چاند مراد لینا۔

• مجازی تعبیرات: جیسے سورج بنا کر دن۔ سال یا سونا مراد لینا اور چاند بنا کر رات مہینہ

یا چاندی مراد لینا۔

پھر تصویری خط میں کچھ اور ارتقاء ہوا تو تصویر کے اصل مفہوم کو نظر انداز کر کے اس کے ہم آواز کسی دوسرے لفظ کا مفہوم مراد لیتے۔ مثلاً ہار بہ معنی شکست کو ظاہر کرنے کے لئے گلے میں پہننے کا ہار، یا انگریزی لفظ بلیف بہ معنی عقیدہ کے لئے شہد کی مکھی (بی) اور پتی (لیف) کی تصویر بنائی جاتی۔ اس طریقے کو ریبس اصول (REBUS PRINCIPLE) کہتے ہیں۔ اس سے بہت سی غیر مرئی چیزوں کو ظاہر کرنے میں آسانی ہو گئی۔

کسی لفظ میں عظمت یا کثرت کا مفہوم پیدا کرنے کے لئے اصل نشان میں چار لکیروں کا اضافہ کر دیا جاتا۔ مثلاً اگر مکان کی تصویر بنا کر اس میں چار لکیریں کھینچ دی جائیں تو اس کا مطلب بڑا مکان ہوتا۔

دس ہزار اور پانچ ہزار ق۔ م۔ کے درمیانی زمانے میں تصویر کشی ایک با مقصد ہنر کی شکل اختیار کرنے لگی۔ جس کے ذریعے تصویری رسم الخط وجود میں آیا۔ ایک گج پتھر کی تختی دریائے فرات کے کنارے ”کش“ کے مقام سے کھدائی میں برآمد ہوئی ہے۔ اس وقت وہاں سمیری قوم آباد تھی۔ اس تحریر کا زمانہ 3500 ق۔ م بتایا جاتا ہے۔ یہ تختی نہ صرف تصویری خط کا مکمل نمونہ ہے بلکہ اب تک کے دستیاب تصویری خط کے نمونوں میں سب سے قدیم بھی ہے۔ اسے تاریخ رسم الخط کا سنگ بنیاد تصور کیا جاتا ہے۔¹

سمیری تہذیب نے تحریر کی ایک اور شکل قریب قریب 3000 ق۔ م میں ایجاد کی اس میں تحریری علامات میخ کی شکل کے نشانات سے وضع کی گئی تھیں تصویری خط کے مقابلے میں اس کے حروف کھینچنا آسان اور زود نویسی کے لئے موزوں تھا۔

سمیری قوم نے نہ صرف رسم الخط کو ترقی دی بلکہ لکھائی کے سامان میں ایک نئی چیز کا اضافہ کیا اور وہ تھی گندھی ہوئی نرم مٹی۔ ابھی تک جن چیزوں پر لکھائی ہو رہی تھی ان کے مقابلے میں اس پر لکھنا زیادہ آسان تھا۔ چنانچہ اسے مقبولیت حاصل ہوئی۔ ابتدا میں ان تختیوں کا حجم بارہ انچ لمبا اور آٹھ انچ کے قریب چوڑا ہوتا تھا لکھائی کے بعد انہیں دھوپ میں

1. شایان قدوائی، کتاب کی تاریخ، نئی دہلی 1980 ص 11-12

خشک کیا جاتا تھا پھر بھٹی میں پکا کر پختہ بھی کر لیتے۔ 1

ڈاکٹر ہینری اسمتھ ولیم میسو پوٹامیا کی تہذیب کو سب سے قدیم بتاتے ہیں جس کا زمانہ 7000 ق۔ م کے قریب سے شروع ہوتا ہے میسو پوٹامیہ میں دریائے دجلہ و فرات کے درمیان ایک زرخیز علاقہ تھا جس میں سب سے پہلے سمیری قوم کے تہذیبی نشانات ملتے ہیں جس کا زمانہ 4000 ق۔ م کے پہلے ہی سے شروع ہو جاتا ہے۔

جن قوموں اور تہذیبوں نے تصویروں کے ذریعے تحریری علامات، اپنے اپنے طور پر وضع کیں۔ ان کا ذہنی اور معاشرتی ارتقاء مسلسل زود نویسی کا تقاضہ کر رہا تھا جب تصویر اور منحنی خط بھی اس تقاضے کو پورا کرنے سے قاصر رہے تو آنے والی نسلوں نے باقاعدہ حروف تہجی کی ایجاد کی۔

دو ہزار ق۔ م کے قریب دجلہ و فرات کے شمالی حصے میں عکاوی قوم نے اتنی ترقی کر لی تھی کہ سمیریوں کا زوال ہوا تو ان کی جگہ لے لی۔ اس سے دو تہذیبیں وجود میں آئیں جو بابلی و عاشوری کے نام سے موسوم ہیں اس نے سابقہ رسم الخطوں کو ترقی دے کر ایک بتیس حروفی باقاعدہ صوتی رسم الخط کا خیال دنیا میں سب سے پہلے پیش کیا۔ جس سے فن تحریر میں حروف تہجی کا آغاز ہوا۔ ان علامتوں کو نہ صرف یہ کہ جلد اور آسانی سے نقش کیا جاسکتا تھا بلکہ ان سے چھپائی کا امکان بھی پیدا ہوا۔

لہذا بابلی عاشوری عہد میں بکثرت مٹی کی تختیوں پر کتابیں چھاپی گئیں۔ ابتدائی طباعت، مطلوبہ عبارت لکڑی کے بیلنوں پر کندہ کر کے کچی مٹی پر پھیرنے سے عمل میں آتی، پھر اسے بھٹی میں پکا کر پختہ بھی کر لیتے۔

الف۔ بے۔ کی ایجاد میں ایک خاص اصول سے مدد لی گئی جسے AOROPHONY کہتے ہیں یعنی کسی لفظ کی شروع کی آواز لے کر بقیہ حصے کو حذف کر دینا۔ چنانچہ آج بھی عربی خط میں یہ صورت پائی جاتی ہے مثلاً الف (بہ معنی بیل) کی شروع کی آواز آ لیتے ہیں

اورل۔ ف کو حذف کر دیتے ہیں۔ یہی اصول دوسرے حروف میں بھی برتا جاتا ہے۔ 1
 کتابت کے سامانوں نے حروف کی شکلوں کو متاثر کیا جب پتھر کی سلوں، مٹی کی
 تختیوں، لکڑی یا دھات کی پلیٹوں پر سخت اور نوکدار اوزار سے لکھتے تھے تو حروف زاویے
 دار ہوتے تھے۔ لیکن جب چمڑے بھوج پتر۔ پیپرس یا کاغذ پر قلم سے لکھنے لگے تو ان میں
 گولائی پیدا ہو گئی۔ وقت اور محنت کی بچت کے خیال نے انسان کو زود نویسی پر مجبور کیا اور وہ
 قلم کو اٹھائے بغیر لکھنے کی کوشش کرنے لگا۔ نتیجہ یہ ہوا کہ حروف آپس میں ملنے لگے اور ان کی
 شکلیں بدل گئیں۔

ڈاکٹر ہنری اسمتھ ولیم نے سمیریوں کے بعد سب سے قدیم تہذیب نیل کی وادی میں
 پائی جانے والی مصر کی تہذیب کو بتایا ہے۔ جس کا زمانہ 5000 ق۔ م۔ کے قریب کا ہے۔
 اس کا سب سے قدیمی خط ”ہیروغلیفی“ ہے جس کی تحریر کا سب سے قدیم دستیاب نمونہ
 3400 ق۔ م کا ہے جو پیپرس پر تحریر ہے۔ 2

پیپرس بانسی یا کلک کی قسم کے ایک پودے کا نام ہے جو دریائے نیل کے کنارے
 بکثرت پیدا ہوتا ہے۔ مصر کے لوگ لکھنے کے لئے اس کی چھوٹی چادر نما چیز تیار کرتے تھے
 جن کا طریقہ یہ تھا کہ اس پودے کے تنے کے باریک ورق اتار لئے جاتے تھے پھر ان کی
 کھڑی اور بیڑی پتیاں ایک دوسرے سے ملا کر کسی ہموار سطح پر بچھائی جاتی تھیں گوندھ کے
 ذریعے پیوں کو آپس میں منسلک کر کے کسی وزن دار چیز کے دباؤں سے سطح کو ہموار کیا جاتا
 تھا۔ پھر دھوپ میں خشک کر کے جھانویں۔ پتھر یا ہاتھی دانت سے گھسائی کی جاتی میدے
 پانی اور سرکہ کے مرکب کی لیپ لگا کر خشک کر لیتے خشک ہو جانے کے بعد دوبارہ گھسائی
 ہوتی۔ اس طرح اس کی سطح نہایت ہموار مضبوط چکنی لوچدار ہو جاتی جس پر نوک پلک کی
 خوبصورت لکھائی ہو سکتی۔

تیار شدہ پتیاں سات انچ سے نو انچ چوڑی اور بارہ سے انیس انچ لمبی ہوتی تھیں ان

1- محمد اسحاق صدیقی۔ فن تحریر کی تاریخ۔ انجمن ترقی اردو، علی گڑھ۔ 1962ء، ص 6
 2- شایان قدوائی۔ کتاب کی تاریخ۔ ترقی اردو بورڈ، نئی دہلی۔ 1980ء، ص 26

پٹیوں کو بقدر ضرورت سلائی کر کے یا گوندھ کے ذریعے جوڑ کر لمبا کر لیا جاتا تھا اور چٹائی کی طرح لپیٹ کر پلندے بنائے جاتے تھے جنہیں استوانا نما۔ مکفوفہ یا اسکروول کہتے تھے۔ اس پر لکھنے کے لئے کلک کا قلم اور سیاہ و سرخ روشنائی استعمال کی جاتی تھی۔ سیاہ روشنائی کے لئے چراغ کی کالک میں کچھ ایسی چیزیں حل کی جاتی تھیں جس سے نہایت پختہ روشنائی بن جاتی تھی سرخ روشنائی کے لئے بھی انھوں نے کیمیاوی اجزاء دریافت کر لئے تھے۔ 1

دو ہزار ق۔ م تک اس علاقے میں کافی کتابیں لکھی جا رہی تھیں لہذا مصر میں اور مصر سے باہر بھی پیپرس کی کافی مانگ تھی۔

فنیقی قوم کا ایک بڑا کارنامہ یہ ہے کہ انھوں نے قدیم بابلی اور عاشوری رسم الخط کی بتیس صوتی علامتوں سے بائیس صوتی حروف کا صوتی رسم الخط تیار کیا۔ جس کے پہلے حروف کو وہ الف اور دوسرے کو بیٹھ کہتے تھے۔ یہ رسم الخط آرامیوں نے اپنی زبان کے لئے استعمال کیا۔ بلکہ آرامیوں ہی کے ذریعے عربی۔ ایرانی۔ ترکی۔ ہندی (چین و جاپان کے علاوہ) سبھی ایشیائی خط اسی سے بنائے گئے۔ یونانیوں نے اسی الف بیٹھ سے اپنا الفبا بیٹھ چوبیس حروف کا بنایا۔ رومن قوم نے اسی حروف تہجی کو اپنایا جو بعد میں سوائے روس پورے یورپ کا رسم الخط بنانے میں کام آیا۔ 2

یونانیوں نے اپنا مذکورہ بالا رسم الخط 1500 ق م میں بنا لیا تھا۔ انھیں فنیقیوں کے ذریعے ان کی بندرگاہ بلس سے پیپرس بھی مل رہا تھا جس پر یونانی تصنیف و تالیف کر رہے تھے لیکن 331 ق م میں سکندر اعظم کے مصر فتح کر لینے اور اسکندر یہ میں بندرگاہ قائم کر لینے کے بعد یونان میں تصنیف و تالیف کا کام بڑے زور و شور سے ہونے لگا کیونکہ اب انھیں مصر سے پیپرس براہ راست مل سکتا تھا۔

پرگیم ایشیائے کوچک کا وہ علاقہ ہے جو قدیم زمانے سے لکھنے پڑھنے میں نمایاں مقام رکھتا تھا۔ اسے جب پیپرس دستیاب نہیں ہوا تو اس نے چرمی تختیوں کی طرف توجہ دی پہلے بھی

1۔ شابان قدوائی۔ کتاب کی تاریخ، ترقی اردو بورڈ، نئی دہلی۔ 1980ء، ص 28

2۔ ایضاً ص 50-51

چمڑے پر لکھا جا رہا تھا مگر اس علاقے کے لوگوں کی کوشش سے اس کی باقاعدہ ایک صنعت وجود میں آگئی۔

چین کی تہذیب بھی تحریر کے سلسلے میں پوری دنیا میں نمایاں مقام رکھتی ہے گو کہ وہاں دستیاب ہونے والی سب سے قدیم کتاب کا زمانہ 213 ق م بتایا جاتا ہے جو ریشم پر تحریر ہے مگر محققین اس بات پر متفق ہیں کہ چین میں تحریر کا وجود 3000 ق م سے ہی تھا۔

چین میں ریشم سے پہلے ہڈی کچھوئے کے کھپڑوں، بانس کے چوڑے چوڑے پتروں پر لکھائی ہوتی تھی۔ اس کے بعد لکڑی کی تختیوں پر لکھائی کا وہاں بہت طویل دور چلتا رہا۔ لیکن 213 ق م میں چین کے شہنشاہ چن۔ تین۔ شی ہوانگ ٹی، کے حکم سے وہاں کی لکڑیوں کی تختیوں پر مکمل کتابوں کو ڈھونڈ ڈھونڈ کر جلا دیا گیا۔ 1 اس کے بعد وہاں ریشم پر لکھنے کا رواج بڑھا لہذا چین میں ریشم پر لکھی کتابوں کا زمانہ 214 ق م کے قریب شروع ہوا اور 105ء کے بعد تک چلتا رہا۔

چین میں ریشم پر لکھی اور چھپی کتابوں کو ایک زمانے میں اتنی مقبولیت حاصل ہو گئی تھی کہ ان کے علم و ادب اور تمام ذہنی تخلیق کار ریشم کے ساتھ ایک گہرا فکری تعلق پیدا ہو گیا تھا چین کی ریشمی کتابوں کی تمام دنیا میں بڑی وقعت و شہرت تھی۔

دوسری اور تیسری صدی عیسوی سے چین میں چوبی ٹھپوں سے نقش جما کر لکھائی کی جانے لگی تھی۔ ریشم کے بعد وہاں کاغذ پر کتابیں لکھی گئیں۔

کاغذ کی ایجاد: مختصر یہ کہ تحریر کی ایجاد نے بولے جانے والے الفاظ کو ایک نظر آنے والی شکل میں منجمد کر دیا۔ جس سے زبان کا بنیادی مزاج متاثر ہوا۔ اب زبان کے دورخ ہو گئے ایک بولے جانے والی زبان اور دوسری لکھی جانے والی زبان۔ اس سے سماج بھی دو طبقوں میں بٹ گیا ایک خواندہ طبقہ اور ایک ناخواندہ طبقہ۔

فن تحریر سے تریل کو جو ترقی ملی اسے نظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔ مگر کاغذ کی ایجاد سے قبل

تک اس کا دائرہ عمل بہر حال محدود تھا۔

کاغذ کی ایجاد کا سہرا چین کے سر ہے ایک اندازے کے مطابق چین نے 104ء میں کاغذ تیار کر لیا تھا۔ اس سلسلے میں شایاں قدوائی لکھتے ہیں ”ریگستان تبت کے ایک نخلستانی قصبہ ”لوپ نور“ سے کھدائی میں کچھ تحریریں کاغذ پر بھی ملی ہیں جو ثابت کرتی ہیں کہ چین میں دوسری صدی عیسوی میں کاغذ عموماً لکھائی میں مستعمل تھا۔ ترکستان میں ”ہوانگ مندر کی دیواروں میں مدفون کتابوں سے بھی اس کا ثبوت ملتا ہے۔ یہ تحریریں برطانوی میوزیم میں بیلو تھک (فرانس) میں اور رائل لائبریری کوہن ہگلن میں محفوظ ہیں“¹

دراصل جب چین میں علمی و ادبی تصنیفات کی تعداد بڑھی اور ریشم کم پڑنے لگا تو کسی متبادل شے کی تلاش ہوئی۔ پہلے انھوں نے ریشم کی چندی اور بوسیدہ کپڑوں میں کوئی محلول ملا کر لبدی تیار کی جس سے چادر جیسی چیز بنائی گئی جو لکھائی کے کام آتی۔ لیکن ریشم کی قلت اور گرانی کی وجہ سے یہ صنعت ترقی نہ کر سکی۔ لہذا 105ء میں تساہل لن نامی چینی نے پھٹے پرانے سوتی کپڑے لکڑی کی چھیلن بوسیدہ جال اور اسی قسم کی دوسری بہت سی بے کاروبے مصرف چیزوں کے ذریعے ایسی لبدی تیار کی جس کے ذریعے کاغذ کا وجود ممکن ہوا۔

چین نے سات سو سال تک اس ایجاد کو دنیا کی نظروں سے چھپائے رکھا پھر بھی کچھ عرب ترکستانی علاقے میں چینیوں سے یہ راز معلوم کرنے میں کامیاب ہو گئے۔ اور آٹھویں صدی عیسوی میں سمرقند میں پہلا کاغذ کا کارخانہ قائم کیا۔

کاغذ کی ایجاد کا راز دنیا پر منکشف ہو جانے کے باوجود یورپ نے نہ تو اسکی طرف توجہ دی اور نہ ہی کوئی دلچسپی لی۔ لیکن چرمی تختیوں کی مانگ بڑھنے اور پیداوار گھٹنے کی وجہ سے انھیں بھی متوجہ ہونا پڑا۔ لہذا کاغذ بنانے کا کام اطالیہ میں تیرہویں صدی عیسوی میں شروع ہوا۔ یورپ اور روم میں پندرہویں صدی عیسوی میں پھیلا۔ برطانیہ میں بھی اس صنعت نے پندرہویں صدی عیسوی میں ہی مقبولیت حاصل کی۔

کانڈ کی ایجاد کے بعد کسی تحریر کو محفوظ کرنے میں کافی آسانی ہو گئی۔ پھر بھی ہاتھ سے تحریریں محدود پیمانے پر ہی لکھی جاسکتی تھیں اور ان کی زیادہ کاپیاں تیار کرنا کافی دقت طلب تھا۔ لہذا چھاپے خانے کی ایجاد نے کانڈ کی ایجاد کو ایک وسیع پس منظر عطا کیا۔

کانڈ کی ایجاد سے پہلے تک جو طریقے عوامی ترسیل کے لئے رائج تھے ان میں ایک یہ بھی تھا کہ مندر وغیرہ کی دیواروں پر دن بھر کی خبروں کو ایسی سیاہی سے لکھ دیا جاتا جو آسانی سے مٹائی جاسکے۔ اشوک کے عہد میں اس کے ثبوت ملتے ہیں۔ اشوک نے یہ بھی کیا کہ ایسے پیغامات کو جو انسانیت کے لئے ہمیشہ مفید اور کارآمد تھے پتھروں پر کندہ کروا کے جگہ جگہ نصب کروایا۔ 1

راجوں مہاراجوں کے یہاں خبر رساں۔ دوت۔ گھڑ سوار خبروں کو ایک جگہ سے دوسری جگہ لے جاتے تھے۔ کبوتروں کے ذریعے پیغام بھیجنا صرف شاعری کا ہی حصہ نہیں ہے بلکہ عملی طور پر ثابت ہے یہاں تک کہ آج بھی فوج میں ایک دستہ اسی کام کے لئے کبوتروں کی تربیت کرتا اور موقعہ آنے پر انھیں استعمال کرتا ہے۔

دور دراز کے دیہی علاقوں اور غیر مہذب اقوام میں ترسیل کے بہت سے عوامی طریقے رائج تھے مثال کے طور پر اگر بغاوت کا پیغام دینا ہے تو رسی میں ایک گانٹھ لگا کر پورے علاقے میں گھمادی جاتی۔ رسی جہاں جہاں جاتی اس پر اور گانٹھیں لگتی جاتیں جس سے یہ اندازہ ہو جاتا کہ پیغام موصول کر لیا گیا ہے۔

کہیں کہیں یہ طریقہ بھی رائج تھا کہ تھوڑے تھوڑے فاصلے پر آدمی کھڑے ہو جاتے اور کسی پیغام کو با آواز بلند ادا کر کے آگے بڑھاتے۔ یہاں تک کہ پیغام ریسور تک پہنچ جاتا۔ پھر جواب بھی اسی طرح حاصل کیا جاتا۔

پدیا ترا کے ذریعے کسی پیغام کو عوام تک پہنچانے کا طریقہ ہندوستان کے بڑے مذہبی رہنماؤں جیسے بدھ۔ مہاویر۔ شکر اچار۔ کبیر اور نانک نے اپنایا۔ آزادی کی لڑائی میں گاندھی جی نے اپنایا۔ اور آج تک سیاسی شخصیتیں اس کا استعمال کرتی ہیں۔

ہندوستان میں ہمیشہ سے مذہبی قسم کے میلوں جیسے کبھ کا میلہ۔ اور دوسرے اشنان کے میلے و بازاروں کا ہر جگہ رواج تھا۔ یہ سال کے ہر حصے میں کہیں نہ کہیں چلتے رہتے۔ ایسے اجتماعات میں نہ صرف یہ کہ لوگ خرید و فروخت کرتے نئی دوستیاں کرتے پرانے تعلقات کی تجدید ہوتی بلکہ تبادلہ خیال بھی ہوتا۔ اس طرح بہت سی نئی باتیں، افواہیں حقیقتیں ایک جگہ سے دوسری جگہ جاتیں۔ اسی طرح مندر و بزرگوں کے مزارات بھی عوامی ترسیل کا گڑھ ہوا کرتے تھے۔ نہ صرف یہاں سے خبریں معلوم ہوتیں بلکہ گفتگو کے دوران کسی خبر پر عوام کا رد عمل بھی معلوم ہو جاتا۔

دھواں کر کے یا اونچی جگہ آگ جلا کر یا ڈھول کی آواز کے ذریعے کسی پیغام کو دور دور تک پہنچانا تو بہت عام تھا۔ تازہ دم گھوڑ سواروں کے ذریعے پیغام ایک چوکی سے دوسری چوکی تک پہنچانے کا نظام تو مغلوں کے آخری عہد تک قائم تھا۔

کاغذ کی ایجاد کے بعد زبانی یا علاماتی پیغام کے بجائے تحریری ترسیل کا رواج بڑھا۔ اور چھپائی کی ایجاد کے بعد اس میں لامحدود وسعت پیدا ہو گئی۔ کاغذ کی ایجاد کی طرح چھپائی کا سہرا بھی کسی حد تک چین کے ہی سر ہے۔ چین میں لکڑی کے ٹھپوں کے ذریعے چھپائی دوسری یا تیسری صدی میں شروع ہو گئی تھی اور اس بات کے بھی ثبوت موجود ہیں کہ گیارہویں صدی عیسوی میں چین کے پی شنگ (P. Sheng) نامی شخص نے ٹائپ کے حروف مٹی کے سانچوں میں ڈھال کر تیار کئے۔ ان حروف کو کمپوزنگ کے انداز میں لکڑی کے تختے پر جمایا جاتا ان پر روشنائی لگا کر کاغذ رکھ کر اوپر سے دباؤ ڈالا جاتا تھا اور اس طرح چھپائی عمل میں آتی۔ بعد کو یہی طریقہ پرنٹنگ پریس کی بنیاد بنا اور وہ بنیاد آج تک قائم ہے۔

یورپ میں نویں صدی عیسوی میں لکڑی یا دھات کے ٹھپوں پر بنے ہوئے ڈیزائینوں سے کپڑوں کی چھپائی شروع ہوئی پھر اسی طریقے کو کاغذ پر چھپائی کے لئے استعمال کیا گیا۔ ابتداء میں مسیحی بزرگوں کی تصویریں۔ تاش کے پتے یا ایک صفحے کا مضمون چھاپا گیا۔ لیکن 1430ء سے پہلے تک اس طریقے سے کسی مکمل کتاب کے چھاپے جانے کی کوئی شہادت نہیں ملتی۔ ہالینڈ اور جرمنی میں 1430ء کے بعد کی کچھ کتابیں ٹھپوں کے ذریعے چھپی ہوئی

پائی جاتی ہیں۔ چھپائی کا یہ طریقہ ”زیلوگرافی“ کہلاتا ہے۔

کچھ محققین کا خیال ہے کہ حروف کی ڈھلائی کافن سیاح مارکو پولو کے ذریعے چین سے یورپ پہنچا لیکن بعض اس بات پر مصر ہیں کہ یورپ نے اس فن کو اپنے طور پر ایجاد کر کے ترقی دی۔ البتہ اس بات پر بھی متفق ہیں کہ 1324ء سے 1448ء کے درمیان یورپ میں بہت سے لوگ ٹائپ کے حروف کو وضع کرنے میں کوشاں تھے۔

دراصل یہی وہ زمانہ ہے جب یورپ میں علوم و فنون کا احیاء ہو رہا تھا۔ عوام کی توجہ لکھنے پڑھنے کی طرف تھی انھیں لکھائی پڑھائی کے مواد کی زیادہ ضرورت تھی لہذا مختلف مقامات پر بہت سے لوگ ٹائپ حروف ایجاد کرنے میں لگے ہوئے تھے اور کئی موجد کامیابی کے قریب تھے۔ لیکن سب سے پہلے یہ ایجاد جس شخص کے نام رجسٹرڈ ہوئی وہ تھا ”جان گٹن برگ“ جسے جرمنی کا باشندہ بتایا جاتا ہے۔

شایاں قدوائی ایک جگہ لکھتے ہیں

”جان گٹن برگ سے پہلے ہالینڈ کے ایک شخص ”لارنس جان سون کوسٹر“ نے جو ہالیم کارہنے والا تھا۔ چوبی حرکت پذیر ٹائپ تیار کئے تھے۔ جن کی آخٹن AKEHEN کے ایک تہوار کے ایک میلے میں 1440ء میں نمائش کی تھی اور ان چوبی ٹائپ حروف سے چھپائی کر کے کچھ کام بھی پیش کیا تھا اس کے علاوہ ”اوگنان“ کے ایک بوہمن سار“ پروکوپ والد فونیل“ کا نام بھی ٹائپ حروف ڈھالنے کے سلسلے میں 1444ء کے دوران آتا ہے۔¹

مختصر یہ کہ اس فن یا اس صنعت نے سب سے پہلے جرمنی میں ترقی کی اور وہیں سے بقیہ یورپ میں پھیلا۔ انگلستان کے شہر ویسٹ منسٹر میں پہلا مطبع ولیم کاسٹن نے 1476ء میں قائم کیا۔ ابتدا میں مطابع کی جو شکل مروج تھی وہ اس قسم کی تھی کہ ایک بڑا ڈھانچہ فرش سے چھت تک کا ہوتا تھا۔ ان ڈھانچوں میں کاغذ کے تختے پر ٹائپ حروف کی جمی ہوئی پلیٹ سے سخت دباؤ ڈالا جاتا تھا۔ حروف اسی طرح ہاتھ سے جمائے جاتے تھے جس طرح آج

بھی پرانی طرز کے چھاپے خانوں میں کمپوزنگ ہوتی ہے۔

یورپ میں بہت دنوں تک چھپائی کے اس طریقے میں کوئی خاص ترقی نہیں ہوئی اگر ترقی ہوئی تو حروف سازی کے فن میں۔ مثلاً حروف کی شکلوں کو بدلا جاتا رہا یا اس میں استعمال ہونے والی دھات کی کیمیاوی ساخت میں تبدیلی آئی۔

چھپائی کے سلسلے میں ایک ترقی یا تبدیلی اس وقت آئی جب آلویس سینی فیلڈر نے 1800ء میں پتھروں کی سلوں کے ذریعے چھپائی کا طریقہ ایجاد کیا جسے لیتھوگرافی کا نام دیا گیا۔ فیلڈر گوکہ جرمنی کا رہنے والا تھا۔ مگر اس نے اپنی ایجاد انگلستان میں رجسٹرڈ کرائی۔

سترہویں صدی کے ربعہ اول میں ESTIENNES PRINTING یا پلیٹ کے ذریعے چھپائی کی ایجاد بھی چھپائی کے ارتقاء کا ایک اہم قدم تھا۔

کاغذ سازی کی ترقی کے بعد چھپائی کی ٹیکنیک کو ترقی دینے کی خواہش عام ہو چکی تھی۔ لہذا 1800ء میں ”ارل اسٹین ہوپ“ نے پرانے ست رفتار لکڑی کے ڈھانچے کو تیز رفتار آسانی سے چلنے والی اہنی مشین کی شکل میں بدل دیا۔ اسے بھی ہاتھ سے ہی چلایا جاتا تھا۔ مگر اب اس میں دو کے بجائے چار صفحے ایک ساتھ چھاپے جاسکتے تھے۔ اس طرح چھپائی کی رفتار دوگنی ہو گئی۔

لکڑی کے ڈھانچے والے پریس کی بنیاد کٹن برگ کے پریس کی طرز پر سترہویں صدی کے ابتداء تک قائم رہی۔ 1772ء میں باسل کے رہنے والے ولیم ہاس نے ایک ایسا پریس بنایا جس کا کچھ حصہ لوہے کا تھا۔

اسٹین ہوپ کے باشندے ”ارل مسٹر چالس“ نے لوہے کا ایک ایسا پریس بنایا جو ایک ہاتھ سے چلایا جاسکتا تھا۔ ۶

1811ء میں اسٹیم انجن کی ایجاد ہوئی تو اسے بھی چھپائی کی مشین میں استعمال کیا گیا۔ اور ایک ہزار اوراق فی گھنٹہ کی رفتار سے چھپائی ہونے لگی۔ 2

1- شاہان قدوائی۔ کتاب کی تاریخ۔ ترقی اردو بورڈ، نئی دہلی۔ 1980۔ 48
2- سید اقبال قادری۔ رہبر اخبار نویس۔ ترقی اردو بورڈ، نئی دہلی۔ 1989۔ 34

29 نومبر 1824ء چھاپے خانے کی جدید کاری کا عظیم دن تھا جب اسٹیم انجن سے چلنے والی پہلی پریس مشین سے لندن ٹائمز کا پہلا پرچہ چھپ کر برآمد ہوا۔
 لیکن اسی کے ساتھ ساتھ یہ بھی ایک حقیقت ہے کہ اسٹیم انجن والے پریس نے کم مقبولیت حاصل کی اور دیر میں حاصل کی۔ حالانکہ ہاتھ سے چلائے جانے والے پریس میں ایک گھنٹے میں صرف دو سو پچاس صفحے چھپتے تھے۔ کوننگ کے ایجاد کردہ پریس میں رفتار چار گنی ہو گئی تھی۔ 1828ء میں لندن ٹائمز کے لئے ایک ایسی چھپائی کی مشین تیار ہو گئی تھی جو ایک گھنٹے میں چار ہزار صفحات چھاپتی تھی اور 1980 تک آتے آتے یہ رفتار چالیس ہزار صفحہ فی گھنٹے تک پہنچ گئی۔

بھاپ کے بعد بجلی سے چلنے والے انجن ایجاد ہوئے تو ان کا استعمال پریس کے لئے بھاپ کے انجن کی بہ نسبت زیادہ کیا گیا۔ اور ان سے رفتار میں بھی اضافہ ہوا۔
 بیسویں صدی میں فوٹو آفسیٹ کی چھپائی نے ٹائپ حروف کی چھپائی کو شرمندہ کر دیا لیکن اس مقام تک پہنچنے کے لئے تقریباً چھ سو سال کا لمبا سفر طے کرنا پڑا۔ اب بہت کم وقت میں کسی تحریر کی بہت زیادہ کاپیاں تیار کی جاسکتی ہیں۔ جس سے یہ آسانی ہو گئی کہ عوام کے لئے جانکاری۔ اطلاعات اور تفریحی مواد دور دراز قصبوں اور دیہی علاقوں میں بھی بروقت پہنچنے لگا۔ خصوصاً اخبارات نے اس سلسلے میں بہت اہم رول ادا کیا۔
 لیکن اس ذریعہ ترسیل میں یہ کمی تھی کہ اس سے صرف خواندہ طبقہ ہی استفادہ کر سکتا تھا۔ اس کے علاوہ مطبوعہ مواد کو ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچانے میں خرچ بھی زیادہ آتا تھا اور وقت بھی زیادہ لگتا تھا۔ مزید یہ کہ تحریر میں تقریر کا تاثر۔ تحرک۔ توثق لہجے کا زیرو بم اور جذبات کا ظہور پنکچو ایشن کی تمام تر پابندیوں کے باوجود کہیں گم ہو گیا تھا۔ چنانچہ سائنسدانوں نے بے وزن، آسانی سے ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچائی جانے والی تیز رفتار جذبات کی شدت سے لیس چیز آواز کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانے کی طرف توجہ دی اور اس کی ابتدا ہوئی ٹیلی گراف سے۔

ذریعہ ترسیل کے ارتقاء کا ایک پہلو ذرائع حمل و نقل سے بھی منسلک ہے ایک سو پچاس

سال پہلے تک ہمارے پاس حمل و نقل کے ذرائع میں کشتی اور گھوڑے ہی تھے۔ گھوڑے کے علاوہ کچھ اور جانوروں کو بھی اس کام کے لئے استعمال کیا جاتا تھا مگر گھوڑے کی رفتار سب سے زیادہ یعنی تیس میل فی گھنٹہ تھی اسی لئے اس کا استعمال سب سے زیادہ ہوتا تھا۔ مگر اس کی قوت محدود تھی۔ کشتی بھی منحصر ہوتی ہوا کے رخ، پانی کے بہاؤ اور انسانی قوت پر۔ باوجودے کہ پہلے کی ایجاد نے ذرائع حمل و نقل کا پس منظر بدلا مگر یہ بھی کسی نہ کسی قوت کی محتاج ہوتی۔ حمل و نقل کے ذرائع مدتوں اسی نہج پر چلتے رہے۔ تبدیلی آئی بھاپ کے انجن کی ایجاد سے (1811) نہ صرف یہ کہ اس کی وجہ سے رفتار میں اضافہ ہوا بلکہ یہ بلار کے بلا تھکے لمبے فاصلے طے کر سکتا تھا۔ چنانچہ جلد ہی تیس میل فی گھنٹہ والی رفتار اسی میل فی گھنٹہ میں تبدیل ہو گئی۔ اس کی وجہ سے ریل وجود میں آئی اور صنعتی ترقی ممکن ہو سکی۔ جس نے پورے معاشرے کے مزاج، فکر اور اقدار کو بدل ڈالا۔ اب سفر کی آسانی کی وجہ سے آرٹ، کلچر، تہذیب بلکہ ہر چیز نے ایک جگہ سے دوسری جگہ تیز رفتاری سے پہنچنا شروع کر دیا۔ جس سے کہیں تہذیب ترقی ہوئی کہیں سماجی سدھار ہوا۔ کہیں تخلیقیت متاثر ہوئی۔ کیونکہ پہلے صرف سوداگر، دانشور، سفیر، سرکاری پیغامبر ہی عموماً لمبے سفر کرتے تھے مگر اب عام انسانوں کیلئے بھی لمبے سفر کرنا ممکن ہو گیا۔

اس سلسلے کی اگلی کڑی کمبشن انجن کی ایجاد ہے جسے سڑکوں پر چلنے والی گاڑیوں کے لئے استعمال کیا گیا اس میں ڈیزل اور پیٹرول استعمال ہوتا تھا پھر انٹرنل کمبشن انجن کی ایجاد ہوئی جس سے ہوائی پرواز ممکن ہو سکی۔ شروع شروع میں اس کا استعمال محدود پیمانے پر ہوا۔ لیکن جلد ہی اسے بڑے بڑے ہوائی جہازوں میں لمبے لمبے سفر کے لئے استعمال کیا جانے لگا اور اس کی رفتار تین سو میل فی گھنٹہ تک پہنچ گئی۔ پھر اس کے متبادل کے طور پر جلد ہی جیٹ انجن سامنے آیا۔ جس کی رفتار انٹرنل کمبشن کے مقابلے میں دو گنا تھی اور وزن لے جانے کی قوت تین گنا۔ لیکن اسی پر قناعت نہیں کی گئی بلکہ رفتار بڑھانے کی کوشش لگاتار ہوتی رہی، لہذا ایک سو پچاس سال کے اندر اندر گھوڑے کی تیس میل والی رفتار بڑھ کر 39600 کیلومیٹر فی گھنٹہ ہو گئی کیونکہ یہی وہ رفتار ہے جس سے

آج کسی سیٹلائٹ کو خلاء میں بھیجا جاتا ہے۔

ٹیلی گراف کی ایجاد سے عوامی ذرائع ترسیل کی تاریخ دو بنیادی خانوں میں بٹ جاتی ہے۔ تحریری ترسیل (Print Media) - برقی ترسیل (Electronic Media) پھر برقی ترسیل مزید دو خانوں میں تقسیم ہوئی یعنی ریڈیو اور ٹیلی ویژن۔

ریڈیو کی ابتدا سے کچھ پہلے سنیما کی ایجاد ہو چکی تھی۔ بنیادی طور پر ریڈیو آواز کا ذریعہ تھا، اور سنیما تصویر کا۔ دونوں کی ترسیل کا طریقہ کار بھی مختلف تھا۔ مگر ان دونوں کے بنیادی ذرائع اور طریقہ کار کے امتزاج سے ٹیلی ویژن وجود میں آیا۔ لیکن موجودہ صورت حال میں ان ذرائع ترسیل کی وسعت متقاضی ہے کہ ان سب کا الگ الگ تفصیلی جائزہ لیا جائے۔ لہذا تاریخی ترتیب کو مد نظر رکھتے ہوئے یہاں پہلے تحریری ترسیل میں صحافت کا جائزہ لیا جا رہا ہے۔



صحافت

صحافت کی تعریف :

صحافت خبر ہے، اطلاع ہے، جانکاری ہے۔ صحافت عوام کے لئے عوام کے بارے میں تخلیق کیا گیا مواد ہے۔ یہ دن بھر کے واقعات کو تحریر میں نکھار کر آواز میں سجا کر تصویر میں سمو کر انسان کی اس خواہش کی تکمیل کرتی ہے جس کے تحت وہ ہر نئی بات جاننے کے لئے بے چین رہتا ہے۔

لیکن صحافت صرف اطلاع ہی فراہم نہیں کراتی بلکہ یہ کسی مسئلے پر رائے عامہ کی تفسیر و تفصیل بھی پیش کرتی ہے۔ اس کے ذریعے رائے عامہ ہموار کرنے یا اسے متاثر کرنے کا بھی کام لیا جاتا ہے۔ یہ بدلتے ہوئے حالات پر تبصرہ کر کے لوگوں کو آئے دن کی سرگرمیوں سے باخبر بھی رکھتی ہے۔ خبروں کی بنیاد پر مستقبل کی پیشن گوئی بھی کرتی ہے۔ یہ سماجی زندگی میں رونما ہونے والے واقعات و حالات کی بناء پر جو رائے قائم کرتی ہے وہ سماجی زندگی کی تعمیر و کوششوں کو متاثر کرتی ہے لہذا صحافت کی اس تعریف کو بڑی حد تک جامع اور درست کہا جاسکتا ہے کہ

”صحافت جدید وسائل کے ذریعے عوامی معلومات رائے

عامہ اور عوامی تفریحات کی باضابطہ اور مستند اشاعت کا فریضہ ادا کرتی ہے“

لفظ ”صحافت“ عربی زبان کے لفظ صحف سے ماخوذ ہے۔ جس کے معنی صفحہ، کتاب یا رسالے کے ہیں۔ اردو دائرۃ المعارف اسلامیہ کے مطابق صحیفہ کے لغوی معنی وہ چیز ہے جس پر لکھا جاسکے۔ اسی مناسبت سے ورق کی ایک جانب یعنی صفحہ کو بھی صحیفہ کہتے ہیں۔ جدید عربی میں صحیفہ بمعنی جریدہ اور اخبار بھی ہے۔ فیرو اللغات میں صحیفہ کے معنی کتاب، رسالہ، ورق، لکھا ہوا، صفحہ، مقدس کتاب درج ہیں۔

عبدالسلام خورشید ”فن صحافت“ میں رقم طراز ہیں:

”صحیفے سے مراد ایسا مطبوعہ مواد ہے جو مقررہ وقفے کے بعد شائع ہوتا ہے چنانچہ تمام اخبارات و رسائل صحیفے ہیں، اور جو لوگ اس کی ترتیب و تحسین اور تحریر سے وابستہ ہیں انہیں صحافی کہا جاتا ہے، اور ان کے پیشے کو صحافت کا نام دیا گیا ہے“¹

صحافت معاشرے کی بہتر تربیت بھی کرتی ہے انتظام دامن کے قیام میں مدد بھی دیتی ہے معاشرے کی مختلف اقدار کے تحفظ میں معاون بھی ہوتی ہے اور عوامی رجحانات کی رہنمائی کے ساتھ ساتھ عوام کے حقوق کی حفاظت بھی کرتی ہے۔

صحافت کی تعریف میں یہ بات بطور خاص شامل ہے کہ جو کچھ دنیا بھر میں ہو رہا ہے اگر وہ لوگوں کی دل چسپی جازکاری اور جوش پیدا کرنے کے لائق ہے تو اسے لوگوں تک پہنچایا جائے بلکہ اس سے آگے بڑھ کر صحافی کا یہ فرض بھی ہو جاتا ہے کہ کسی حادثے کی اصل وجہ کیا تھی، حادثہ کس طرح اور کیوں ہوا، مستقبل میں اس کا کیا اثر ہوگا جیسے سوالوں پر بھی قارئین کو جازکاری فراہم کرائے۔ میتھو آرنلڈ نے صحافت کو جلدی میں لکھا گیا ادب کہا تھا (JOURNALISM IS LITERATURE BUT IN HURRY) ہو سکتا ہے یہ تعریف بہت سے لوگوں کے لئے قابل قبول نہ ہو۔ کیونکہ لفظ عجلت میں پوشیدہ تحقیری عنصر بالکل پوشیدہ بھی نہیں۔ اور اس امکان سے بھی یکسر انکار نہیں کیا جاسکتا کہ عجلت میں لکھی گئی تحریریں بھی معیاری ہو سکتی ہیں۔ پھر تمام صحافتی ادب عجلت میں لکھا ہوا نہیں ہوتا۔ شاید یہی وجہ ہے کہ صحافت میں بھی کہیں کہیں ایسے مقام آتے ہیں جہاں ادب اور صحافت ایک ہو جاتے ہیں۔ پھر اخبارات میں لکھے گئے کالم اور مضامین عموماً ادیبوں کے لکھے ہوئے ہوتے ہیں۔ رسالوں میں تو زیادہ تر ادیب ہی لکھتے ہیں لہذا صحافت اور ادب کے درمیان کوئی سیدھی لکیر نہیں کھینچی جاسکتی ہے صحافت اور ادب کے درمیان اگر کوئی باریک خط تفریق کھینچا جاسکتا ہے تو یہ کہ ادبی تحریروں کی تخلیق کے لئے وقت کا کوئی تعین نہیں ہوتا۔ جبکہ صحافتی تحریروں کے لئے بہر حال وقت کی پابندی رہتی ہے صحافی کسی واقعے یا حادثے کو بیان کرتے ہوئے معاشرے کی بات کو قارئین

کے سامنے پیش کرتا ہے۔ جب کہ ادبی تحریروں میں ادیب کی ذاتی فکر بنیاد ہوتی ہے۔ مزید یہ کہ صحافتی تحریروں کی زندگی مختصر ہوتی ہے لیکن ادبی تخلیقات ایک لمبے عرصے تک زندہ رہ سکتی ہیں اور آنے والی متعدد نسلیں ان سے استفادہ کر سکتی ہیں۔ مگر ادب کے قاری محدود ہوتے ہیں اس لئے اس کا دائرہ محدود ہوتا ہے، لیکن صحافت کی وسعت اور دائرہ اثر لامحدود ہے۔

آج دنیا بھر میں صحافت کو ”مملکت کے چوتھے ستون“ کے امتیازی لقب سے موسوم کیا جاتا ہے سب سے پہلے یہ لقب برطانوی پارلیمان لارڈ میکالے نے اخباری نامہ نگاروں کو دیا تھا کسی بھی ملک میں سب سے نمایاں مقام حکمران طبقے کا ہوتا ہے دوسرا دینی پیشواؤں کا تیسرا عوام الناس کا اور چوتھا صحافت کو دیا گیا۔

کسی بھی جمہوری نظام حکومت میں تین ادارے ضروری ہوتے ہیں۔

1. پارلیمنٹ 2. شعبہ انتظامیہ 3. اور عدلیہ ان تین اداروں کے بغیر کسی جمہوری حکومت کا سرگرم عمل رہنا مشکل ہو جاتا ہے اور اب محسوس کیا گیا کہ ان تینوں کے ساتھ صحافت کا رہنا بھی ضروری ہے صحافت نہ ہو تو عوام کو کیسے پتہ چلے گا کہ پارلیمنٹ میں کیا قانون بن رہے ہیں ان کا پس منظر کیا ہے یا ان کے کیا، منفی و مثبت اثرات ہو سکتے ہیں۔ انتظامیہ پر صحافیوں کی کڑی نظر نہ ہو تو افسران من مانی کرنا شروع کر دیں، عدلیہ کی منصفانہ سرگرمیاں صحافت کے ذریعے بہ آسانی عوام تک پہنچ جاتی ہیں۔ اس سے اندازہ لگایا جاسکتا ہے کہ جمہوریت میں صحافت کی کیا اہمیت ہے۔ صحافت کے بارے میں یہاں تک کہا گیا ہے کہ اس کی آزادی جمہوریت کی کامیابی کی ضامن ہوتی ہے۔ صحافت کو یہ اعزاز اس لئے بھی دیا گیا کہ وہ ایک مستعد پھرے دار کی طرح سماج کے ہر طبقے کی آواز حکمرانوں اور دوسرے لوگوں تک غیر جانب دارانہ طریقے سے پہنچاتی رہی ہے۔

صحافت کے بارے میں ابتدا سے ہی مختلف نظریے گشت کرتے رہے ہیں کچھ اسے صرف تجارت پاپیشے کے نقطہ نظر سے دیکھتے ہیں۔ مگر بہتوں کا ماننا ہے کہ کسی اعلیٰ مقصد کو نصب العین بنا کر صحافت کے میدان میں قدم جمائے رہنا بہر حال لائق احترام ہے جس

کے تحت صحافی سماج کو مستعد اور چوکنا رکھنا اپنا فرض سمجھتا ہے۔ ایسی صحافت کی گواہی کے لئے جنگ آزادی کی تاریخ کافی ہے کچھ لوگوں کا یہ بھی خیال ہے، اور یہ خیال آج کل کچھ زیادہ ہی حاوی ہوتا جا رہا ہے، کہ صحافی کو وہی دینا چاہئے جو اس کے قارئین کی مانگ ہو۔ یہ بات ان لوگوں سے بالکل مختلف ہو جاتی ہے۔ جو یہ کہتے ہیں کہ صحافت کا فرض سچائی کو بے نقاب کرنا ہے۔ لوگوں تک وہ سچ پہنچاؤ جس کا جاننا ان کے لئے ضروری ہے۔

حالانکہ سچ بولنا جہاں صحافی کا مذہب ہونا چاہئے وہیں سچ بولنے کی چھوٹ سرکار کی طرف سے بھی ہونی چاہئے، اسی چھوٹ کا نام پریس کی آزادی ہے۔ جو دنیا کے بڑے بڑے ملکوں میں کڑی جدوجہد کے بعد حاصل ہوئی ہے۔ شروع شروع میں ان ملکوں کے حکمرانوں نے پریس پر زبردست پابندیاں عائد کر رکھی تھیں انہوں نے صحافت کے ابتدائی دور میں وہ باتیں ہرگز نہیں چھپنے دیں جس سے ان کے عمل و ارادے کی نقاب کشائی ہوتی تھی۔ شاید وہ بائبل کے اس قول کی صداقت سے واقف تھے کہ

”سچ تمہیں آزاد اور نڈر بنائے گا“

یہ بات بالکل درست ہے کہ جس سماج میں سچ کہنے کا اختیار نہیں ہوگا اس میں کسی طرح کی آزادی نصیب نہیں ہو سکتی اس بات کو ترقی یافتہ ملکوں نے بہت پہلے سمجھ لیا تھا۔ شاید یہی وجہ ہے کہ امریکہ کے آئین میں جو پہلی ترمیم ہوئی وہ پریس کی آزادی کے لئے تھی اس اہم ترمیم میں کہا گیا تھا کہ اخباروں کی آزادی پر پابندی لگانے کا اختیار امریکی کانگریس کو نہیں ہوگا۔

حالانکہ آزادی اور اختیارات کے ساتھ فرض اور ذمہ داری ہمیشہ سے منسلک رہی ہے اگر کسی کو کوئی اختیار ملتا ہے تو اس کے کچھ فرائض بھی متعین ہو جاتے ہیں۔ صحافت یا صحافی جب مکمل آزادی حاصل کرتا ہے تو وہ گویا بہت سی ذمہ داریاں بھی قبول کر لیتا ہے۔ جس سے وہ آزادی کا صحیح حامل ہو سکے۔ لہذا اس کی ذمہ داریوں میں پہلی ذمہ داری یہ ہوتی ہے کہ وہ اپنے پیروں پر کھڑا ہو۔ خود کفیل ہو۔ جو پریس اقتصادی طور پر آزاد نہیں ہوگا۔ وہ اپنے کام کو آزادی سے کیسے انجام دے سکے گا۔ 1841ء سے 1877ء تک لندن سے نکلنے والے

اخبار The Times کے عالمی شہرت یافتہ ایڈیٹر جان تھیڈس ڈیلین نے لکھا ہے کہ پوری آزادی کے ساتھ کوئی اخبار اسی وقت کام کر سکتا ہے کہ جب وہ کسی سیاسی پارٹی یا حکمرانوں سے کسی مجبوری کی وجہ سے نہ منسلک ہو۔

صحافت کے فرائض میں ایک اہم فرض یہ بھی ہے کہ وہ اپنی سوجھ بوجھ سے واقعات اور حکمرانوں کے اہم فیصلوں کی ٹھیک ٹھیک جانکاری جلد سے جلد حاصل کرے اور اسے فوراً عوام تک پہنچائے جو اخبارات سرکار اور دوسرے اداروں کی سرگرمیوں سے پردہ نہیں اٹھا سکتے وہ اپنے وجود کو عزت کے ساتھ زیادہ دنوں برقرار نہیں رکھ سکتے۔ پریس کا مذہب ہے بولنا۔ سیاست داں خاموش رہ سکتا ہے مگر پریس نہیں۔

صحافی کا رول تاریخ نگاری کی طرح کا ہے۔ جو صرف سچ کی تلاش میں رہتا ہے اور مستقبل کے لئے سچے واقعات چھوڑ جاتا ہے۔ اچھے صحافی ہمیشہ اس کوشش میں رہتے ہیں کہ وہ اپنا کام غیر جانبداری کے ساتھ سرانجام دیں۔ انھیں قطعی زیب نہیں دیتا کہ وہ چیزوں کو حکمرانوں کی خواہش کے مطابق پیش کریں۔

در اصل جمہوری نظام کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ اس میں اقلیتوں کی بھی سنی جائے اور ان کی بھی جو سرکار میں شامل نہیں ہیں صحافت کو ان کی طرف خاص توجہ دینی چاہئے کیونکہ ان کے پاس اقتدار کی طاقت نہیں ہوتی۔ صحافی کے کردار کے لئے سب سے بڑا چیلنج ہے اس کا غیر جانبدار رہنا۔ جو اخبار یا اخبار نویس جانبدار ہو جاتا ہے وہ وقت کے ساتھ نہیں چل پاتا اور اپنی اہمیت کھودیتا ہے۔

آج ہر شعبے میں نئے نئے تجربات ہو رہے ہیں۔ ترقی کی رفتار کافی تیز ہے آج کا قاری چاہتا ہے کہ اسے زیادہ سے زیادہ جانکاری کم سے کم الفاظ میں مل جائے کسی معاشرے کی ترقی کے لئے یہ بے حد ضروری بھی ہے کہ اسے تازہ بہ تازہ واقعات کی اطلاع بروقت ملتی رہے، بہ صورت دیگر اس کی ترقی رک سکتی ہے۔ لہذا صحافت کو چاہئے کہ معاشرے کی یہ ضرورت بہ حسن و خوبی پوری کرے۔ اسی کے ساتھ ساتھ صحافت کا یہ بھی فرض ہے کہ وہ معاشرے کو اس بات کی جانکاری بھی فراہم کرے کہ

اس معاشرے کے لوگ کیا کر رہے ہیں کیا محسوس کر رہے ہیں اور ان کے رجحانات و افکار کی سمت و رفتار کیا ہے۔

اس وقت تحریری صحافت خصوصاً اخبارات کا مقابلہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن سے ہے۔ ریڈیو کی ابتدا ہوئی تو لوگوں نے سمجھا کہ اب اخبارات کے دن گئے۔ اخبار زیادہ سے زیادہ دن میں تین بار چھپ جائے گا۔ لیکن ریڈیو سے تو ہر گھنٹے خبریں نشر کی جاسکیں گی اور کوئی اہم خبر آگئی تو دوسرے پروگراموں کے درمیان ہی اسے نشر کیا جاسکتا ہے پھر خبروں پر تبصرے، خبروں کا پس منظر، حالات حاضرہ کی جھلکیاں، اہم واقعات کا براہ راست آنکھوں دیکھا حال اور یہ سب آواز کے سحر اور موسیقی کے جادو سے مزین۔ مزید یہ کہ اس سب سے مستفیض ہونے کے لئے خواندگی کی شرط ختم۔ اب اخبارات بکس تو کیوں؟

لیکن تحریر کا اپنا مقام ہے۔ اس کے اندر ایک پائیداری ہے یہ بولے ہوئے الفاظ کی طرح ہوا میں معدوم نہیں ہو جاتی۔ اپنے بس میں ہوتی ہے جب جی چاہے پڑھئے جتنی بار جی چاہے پڑھئے۔ اسے حوالے کے طور پر پیش کیا جاسکتا ہے۔ دستاویز کے طور پر محفوظ کیا جاسکتا ہے۔ آنے والی نسلیں اس سے استفادہ کر سکتی ہیں، مزید یہ کہ اخبارات خبروں کو جس صراحت، کاملیت، پس منظر کی گہرائی و گیرائی کے ساتھ پیش کرتے ہیں، یہ ان ہی کا حصہ ہے، برقی ذرائع ترسیل کے ایک بولٹن میں جتنی خبریں ہوتی ہیں۔ اخبار انہیں بڑی آسانی سے اپنے چار پانچ کالم میں پیش کر دیتا ہے پھر یہ کہ اخبار کا غیر خبری حصہ اتنا رنگارنگ اور مختلف النوع ہوتا ہے کہ اس کا نعم البدل ریڈیو اور ٹیلی ویژن مشکل ہی سے پیش کر سکیں گے۔ مزید یہ کہ اخبارات کے ذریعے لکھنے پڑھنے کی صلاحیت میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔

اسی لئے ماہرین کا دعویٰ ہے کہ الیکٹرانک میڈیا کی سیرت انگیز ترقی کے باوجود تحریری صحافت کی اہمیت نہ کم ہوئی ہے نہ کم ہوگی کچھ لوگوں کا تو یہ دعویٰ بھی ہے کہ فی زمانہ اخبارات کا اشتیاق بڑھا ہے اور ان کی اشاعت میں اضافہ ہوا ہے۔

صحافت کی تاریخ:

صحافت کی تاریخ طباعت کی ایجاد سے بہت پہلے شروع ہو جاتی ہے۔ ابتداء میں واقعات ہاتھ سے لکھ کر لوگوں تک پہنچائے جاتے تھے۔ محمد عتیق صدیقی WORLD COMMUNICATIONS (UNESCO PUBLICATION, 1956) کے حوالے سے لکھتے ہیں:

”حضرت مسیح سے کوئی 751 برس پہلے رومن راج میں روزانہ ایک قلمی خبر نامہ جاری کیا جاتا تھا۔ جس میں سرکاری اطلاعیں نیز میدان جنگ کی خبریں ہوتی تھیں۔ اس قلمی خبر نامے کو ”اکٹاڈیورنیا“ کہتے تھے۔ یہ لاطینی زبان کا لفظ ہے۔ جو ACTA اور DURNA سے مرکب ہے۔ اول الذکر کے معنی ہیں کاروائی اور موخر الذکر کے معنی ہیں روزانہ“¹

جدید اخبار نویسی کی تاریخ زیادہ پرانی نہیں، 1566ء میں ”وینس“ (VANIS) شہر میں یہ طریقہ عام تھا کہ ایک شخص عام شاہ راہ پر کھڑے ہو کر بلند آواز میں لوگوں کو دلچسپی کی خبریں ایک قلمی مسودے سے پڑھ کر سناتا تھا۔ یہ مسودہ حکومت کی نگرانی میں تیار کیا جاتا تھا۔ جو لوگ ان خبروں کو سنتے تھے ان سے ایک گزینا وصول کیا جاتا تھا۔ جو رائج الوقت سکہ تھا۔ اور اسی مناسبت سے گزٹ کا لفظ ایجاد ہوا جو اخبار کے معنی میں بولا اور لکھا جاتا ہے۔ اس تجربے کے بعد یورپ کے دیگر ممالک میں بھی خبر ناموں کا رواج شروع ہوا۔ لہذا سولہویں صدی کے انگلستان میں یہ رواج ہو گیا تھا کہ جب کوئی ایسا اہم واقعہ وقوع پذیر ہوتا جس سے عوام کا بھی کچھ تعلق ہو تو حکومت ایک خبر نامہ جاری کرتی اسے نیوز شیٹ کہتے تھے۔ اور یہ بھی قلمی ہوتا تھا² ان چیزوں کو جدید صحافت کی ابتداء ان معنوں میں کہا

1۔ محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 19.

جاسکتا ہے کہ ان کے ذریعے خبروں کو عوام تک پہنچانے کا طریقہ شروع ہوا۔

چھاپے خانے کی ایجاد کے بعد یورپ میں صحافت کی ابتداء چھوٹے چھوٹے کتابچوں کے ذریعے ہوئی۔ جنھیں عرف عام میں پمفلٹ کہا گیا، اور اسی کی مناسبت سے صحافی کو پمفلٹ باز کہا جاتا۔ ان کتابچوں کے ذریعے نئی اور اہم باتیں عوام تک پہنچائی جاتیں، کسی اہم مسئلے پر رائے عامہ ہموار کرنے کا بھی ان سے کام لیا جاتا۔ چنانچہ مسیحی مذہب کے متنازعہ فی مسئلوں پر منحصر غیر مجلد کتابوں کی تعداد سیکڑوں تک پہنچتی ہے۔

رفتہ رفتہ ان کتابچوں نے اپنا حلقہ وسیع کیا اور مسیحی تنازعات سے باہر نکل کر عام سماجی، علمی، ثقافتی اور دوسرے معاملات کو بھی اپنے اندر سمولیا۔ اسی کے ساتھ ساتھ ان کے رویے میں بھی تبدیلی آئی، دینی معاملات میں یہ عموماً یک طرفہ ہوا کرتے تھے لیکن جب عام خبروں کو انھوں نے چھاپنا شروع کیا تو ان کے اندر غیر جانبداری اور دیانت داری آئی، اب یہ کسی مسئلے کے دونوں رخ قارئین کو سامنے پیش کرنے لگے۔¹

لہذا پہلا مطبوعہ خبر نامہ 1609ء میں جرمنی میں جاری کیا گیا۔ جس کا نام AVISA RELATION ODER ZEITUNG تھا۔ اس کے دو سال بعد اسی طرح کا ایک چھپا ہوا خبر نامہ برطانیہ سے 1611ء میں ”نیوز فرام اسپین“ کے نام سے شائع ہوا۔ لیکن اس کی شکل و صورت اور رنگ ڈھنگ اخباری نہ تھا۔ اسلئے بہت سے لوگ اسے پہلا برطانوی اخبار نہیں مانتے۔ لہذا پہلا باضابطہ برطانوی اخبار انگریزی زبان میں 1620ء میں شائع ہوا جس کا نام ”ویکلی نیوز“ تھا۔ اس کے بعد 1631ء میں فرانس سے ”گزنٹ ڈی فرانس“ جاری ہوا۔ امریکہ کا پہلا اخبار ”پبلک آکرنسیر“ (PUBLIC OCCURENCES) تھا جو 1690ء میں بوسٹن سے جاری ہوا۔²

سولہویں صدی کے خبر نامے یا سترہویں صدی کے اخباروں کا وہ طرز نہیں تھا جو آج ہمارے اخباروں کا ہوتا ہے۔ ان میں صرف خبریں ہوتی تھیں۔ خبروں کا تازہ ہونا بھی

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بورڈ، نئی دہلی 1989ء، ص 35-23.

2. محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 20.

ضروری نہیں تھا۔ البتہ انھیں دل چسپ انداز میں تحریر کیا جاتا تھا۔ لیکن علم، سائنس اور تجارت کی ترقی کے ساتھ ساتھ لوگوں نے باخبر رہنے کی زیادہ ضرورت محسوس کی۔ چنانچہ سترہویں صدی میں کچھ لوگوں نے یورپ میں نجی خبر رسانی کا کام شروع کیا۔ 1641ء میں انگلستان میں اخبارات کی آزادی کو قانوناً تسلیم کیا گیا۔¹ برطانوی اخبار نویسی اور سیاسی تاریخ کا یہ ایسا اہم ترین واقعہ تھا جس کے بعد ہی انگریزی خبر ناموں نے ترقی کر کے اخبار کی شکل اختیار کی اور 1702ء میں لندن کا پہلا روزانہ اخبار ”لندن ڈیلی کورانت“ شائع ہوا۔²

برطانیہ میں اخبارات کی آزادی کے حق کو قانوناً تسلیم کر لینے کے باوجود پارلیمنٹ اور کلیسا دونوں کا رویہ اخبارات سے معاندانہ رہا جس سے سترہویں اور اٹھارہویں صدی میں وہاں اخبار نویسی کے ارتقاء کی رفتار بے حد سست رہی۔ پھر بھی چھپائی کے کام میں بہتری آنے، ڈاک لے جانے والی گھوڑا گاڑیوں میں اضافہ ہونے اور خبریں حاصل کرنے کی کچھ سہولیات کی وجہ سے اخبارات کی تعداد میں اضافہ ہوا اور صحافت جو ابھی تک پبلشر کا ضمنی کام تھا، باقاعدہ پیشے کی حیثیت اختیار کرنے لگا۔

گوکہ فرانس میں پہلا اخبار 1631ء میں شائع ہو گیا تھا مگر اخبار نویسی پر وہاں بھی کڑی پابندیاں عائد تھیں بلکہ وہاں تو تقریروں اور جلسوں پر بھی سخت بندشیں تھیں۔ البتہ 1789ء میں انقلاب فرانس کے بعد تمام پابندیاں اور بندشیں صحافت سے اٹھالی گئیں۔ انقلاب کے بعد جو پہلی نیشنل اسمبلی بنی اس نے سب سے پہلے عوام اور اخباروں کو تقریر و تحریر کی پوری آزادی دی۔ لہذا محمد عتیق صدیقی لکھتے ہیں:

”1791ء میں فرانس کی نیشنل اسمبلی نے جو جمہوری دستور

مرتب کیا اس کی گیارہویں دفعہ کے مطابق فرانس کے شہریوں کو تقریر کے

ساتھ ساتھ اخبار نویسی کی بھی قانوناً آزادی نصیب ہوئی، یہ واقعہ صرف

1. محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 21.

2. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بورڈ، نئی دہلی، 1989ء، ص 29.

فرانس ہی کی اخباری و سیاسی تاریخ کا نہیں بلکہ دنیا کی تاریخ کا اہم ترین واقعہ اور دنیا میں انسان کے شہری حقوق کی پہلی فتح تھی۔ جس کے بعد ہی اخبار نویسی کے ایک نئے تصور نے جنم لیا۔ جس کو بجا طور پر جدید اخبار نویسی کا سنگ بنیاد کہا جاسکتا ہے“¹

اسی زمانے میں اخبارات میں عوام کی بڑھتی ہوئی دل چسپی سے اندازہ ہوتا ہے کہ اب یورپ اور امریکہ کے بہت سے ملکوں میں بھی اخبار ایک اہم سماجی ضرورت بنتا جا رہا ہے۔ مگر اس وقت کے حکمراں اخبارات کی آزاد اور بیباکانہ رائے زنی سے نالاں تھے۔ کیونکہ اب ایسی بہت سی چیزیں اخبارات میں شائع ہو جاتیں جنہیں محلوں کے اندر ہی پوشیدہ رہنا چاہئے تھا۔ اس کے لئے مدیروں کو رشوت دی جاتی جو رشوت لینے سے انکار کرتا اسے قید و بند کی صعوبتیں برداشت کرنی پڑتیں۔ یا دوسرے طریقوں سے ستایا جاتا۔ کہیں اخبار جاری کرنے کے لئے لائسنس کی شرط لگائی جاتی تو کہیں اخبارات پر بھاری ٹیکس عائد کئے جاتے۔ خصوصاً برطانیہ میں ایسے ٹیکسوں کی شرح کافی زیادہ تھی تاکہ عام آدمی اخبار نہ خرید سکے۔²

انیسویں صدی کے وسط میں برطانوی صحافت میں کچھ خوشگوار تبدیلیاں آئیں۔ سیاسی آزادی کے رجحانات زور پکڑنے کی وجہ سے عوام نے حکومت سے یہ مطالبہ کیا کہ اخبارات کو ٹیکس سے بری کیا جائے۔ مطالبے میں اتنی شدت تھی کہ سرکار کو اسے ماننا پڑا۔ اسی زمانے میں ٹیلیگراف اور ٹیلی فون کی ایجاد نے خبریں مہیا کرانے میں مزید آسانیاں پیدا کر دیں۔ صنعتی ترقی کی وجہ سے چھپائی کی مشینوں میں ترقی ہوئی تو ان کی پیداواری رفتار بڑھی۔ ریلوے کی ترقی کی وجہ سے اخبارات چھوٹے چھوٹے شہروں بلکہ قصبہات تک پہنچنے لگے۔ اخباری کاغذ کی مانگ بڑھی تو اخباری کاغذ بنانے والے کارخانوں میں اضافہ ہوا اور اخباری کاغذ معقول قیمتوں پر دستیاب ہونے لگا۔ اخباروں کی اشاعتی تعداد بڑھی تو اشتہار

1 محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 21.

2 سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بورڈ، نئی دہلی، 1989ء، ص 29-30.

دینے والوں کی توجہ بھی ادھر زیادہ ہوگئی۔ جس سے اخبارات کو کافی منافع ہونے لگا۔ اخبارات کی تعداد بڑھنے سے ایک فائدہ یہ بھی ہوا کہ ان کی لاگت کم ہوگئی۔ نتیجہ یہ ہوا کہ اب اخبارات عام قارئین کی پہنچ میں بھی آگئے اور یہ صنعت دن دوئی رات چوگونی ترقی کرنے لگی۔ اخبارات کا معیار بڑھانے کی نئی نئی ترکیبیں کی جانے لگیں مثلاً کچھ ناشرین نے یہ طریقہ اپنایا کہ چھوٹی چھوٹی خبریں بالکل سیدھی سیدھی زبان میں دی جاتیں۔ تاکہ براہ راست ترسیل میں رکاوٹ نہ آئے۔ خبروں کی سرخیاں دیدہ زیب طریقے سے بڑے حروف میں دی جاتیں۔ جرائم سے متعلق چٹ پٹی خبروں کو اہمیت دی جاتی۔ ہنگامہ خیز اور جذبات کو برا بیچنے کرنے والی خبروں کو چھاپنے میں کوئی عار محسوس نہ کیا جاتا۔ قارئین کو یہ احساس دلایا جاتا کہ اخبار کے مطالعے سے ان کے علم میں اضافہ ہو رہا ہے۔ ان ہمہ تدابیر کی وجہ سے اخبارات کی اشاعتی تعداد میں اتنا اضافہ ہو گیا کہ لندن کا ”ڈیلی میل“ دس لاکھ کی تعداد میں شائع ہونے لگا۔ بڑے اخبارات کے ساتھ ساتھ علاقائی اخبارات کی اشاعتی تعداد میں بھی اضافہ ہونے لگا۔ لیکن اخبارات کی تعداد میں سب سے زیادہ اضافہ بیسویں صدی کے دوسرے نصف میں ہوا۔ اب لندن کے بعض اخبارات چالیس اور پینتالیس لاکھ تک نکلنے لگے۔ جاپان کا روزنامہ ”اسا ہی سمن“ ہر روز ایک کڑوڑ سے زیادہ چھپتا ہے۔ یہی حال روس کے اخبار ”پراودا“ اور ”ازدستیا“ کا ہے۔ 1

ہندستانی صحافت: دنیا کے دیگر ممالک کی طرح ہندستان میں بھی چھاپے خانے سے پہلے خبر رسانی کے مختلف طریقے مروج تھے۔ ڈھنڈھور چیوں کے ذریعے تازہ شاہی فرمان، نیلامی کی اطلاعات اور دوسری بہت سی خبریں شاہ راہوں اور بازاروں میں با آواز بلند سنائی جاتی تھیں۔ اس کے علاوہ آوارہ گرد فقیر، سادھو، سیاح، خانہ بدوش، تاجر، بنجارے، شاعر، مسخرے اور مطربوں کو بھی خبر رسانی کے لیے استعمال کیا جاتا تھا۔ پتھروں پر فرامین، مذہبی احکامات اور اخلاقی اصول کندہ کر کے جگہ جگہ نصب

کرائے جاتے۔ اشوک کے کتبے اس کی مثال ہیں۔ اس کے بھی شواہد ملتے ہیں کہ بدھ مذہب کے اصول پتھروں پر کندہ کر کے سری لنکا اور دور دراز مقامات تک بھیجے گئے تھے۔ اس سلسلے میں محمد عتیق صدیقی ایک جگہ لکھتے ہیں:

”پرانے زمانے کے کتبے اور اسٹون.... خبر رسانی کی ابتدائی

تاریخ کی گم شدہ کڑیاں ہیں۔ اس زمانے میں ستونوں اور چٹانوں پر عبارتیں کندہ کر کے سرکاری قوانین، مذہبی احکام اور اخلاقی اصول لوگوں تک پہنچائے جاتے تھے۔..... چٹانوں اور ستونوں پر عبارتیں کندہ کرنے کی مثالیں ہم کو دوسرے ملکوں کی تاریخ میں بھی ملتی ہیں۔ مثلاً بابل و نینوا کے شہروں میں بھی چٹانوں پر عبارتیں کندہ کی جاتی تھیں۔ اسی طرح کا ایک قدیم سنگی کتبہ قدس (بیت المقدس) کے جنوبی مشرقی سرے کی ایک پہاڑی پر ملا ہے۔ اس کی زبان انجیل عبرانی ہے اور یہ کتبہ کم و بیش سات سو سال قبل مسیح کا ہے“۔¹

یہاں کے ہر راجہ اور بادشاہ کے پاس خبر رسانی کا کوئی نہ کوئی نظام ضرور ہوتا تھا۔ مثلاً قدیم ہندستان کا سب سے پہلا آئین منو نے مرتب کیا تھا جو بڑی حد تک جمہوری تھا۔ اس میں اس نے گاؤں کو بنیادی حیثیت دی تھی اس کی خبر رسانی کی ابتداء بھی گاؤں سے ہی ہوتی ہے۔ منو کے مطابق، ایک گاؤں پھر دس گاؤں پھر بیس گاؤں پھر سو سو اور ہزار ہزار گاؤں کا چودھری مقرر کیا جائے۔ ہر گاؤں کا چودھری اپنے گاؤں کے اچھے برے واقعات کی اطلاع دس گاؤں کے چودھری کو۔ دس والا بیس گاؤں والے کو بیس والا سو والا ہزار گاؤں والے چودھری کو دے اس طرح خبریں راجہ تک پہنچ جائیں گی۔² خبریں پہنچانے کا یہ نظام اس زمانے کی

(بحوالہ محمد عتیق صدیقی، ہندستانی صحافت کمپنی، 1. Book of Knowledge, vol 10, p.6-54،

کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، ۱۹۵۷ء، ص ۳۲۔

2: منوس سمرتی، باب سات، دفعہ 106، بحوالہ امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، دہلی، جلد اول، 1953ء، ص 26۔

ضرورتوں کے لئے یقیناً کافی رہا ہوگا۔

اسی طرح اشوک کے بارے میں نٹ راجن نے لکھا ہے:

شہنشاہ کے پاس اطلاعات حاصل کرنے کے متعدد ذرائع تھے۔ جاسوس باغیانہ سرگرمیوں کی اطلاع دیتے تھے۔ ہر محکمے میں خفیہ نویس متعین ہوتے تھے۔ ہر محکمہ اپنی کارگذار یوں کی اطلاع خود بھی دیتا تھا اور عوام کی مذہبی و سماجی سرگرمیوں کی اطلاعات خانقاہیں پہنچایا کرتی تھیں۔ صرف خفیہ اطلاعات کو بادشاہ خود وصول کرتا تھا۔ بقیہ اطلاعات کی دیکھ ریکھ مجلس وزراء کے سپرد تھی۔ وزراء کے پاس خبروں کے وصول کے اپنے ذرائع بھی تھے جس کی وجہ سے وہ مجلس یا ایوانوں میں ممتاز کارکردگی کا مظاہرہ کر پاتے تھے۔¹

ڈاک کا مناسب انتظام ہندستان کے دیگر بادشاہوں کے یہاں بھی ملتا ہے۔ بقول یوسف علی محمد تغلق کے عہد میں فوری چٹھیوں کے لانے اور لے جانے کے انتظام کا سراغ ملتا ہے۔² اسی طرح شیر شاہ سوری کے یہاں بھی خبر رسانی و ڈاک کا باقاعدہ انتظام تھا۔ اس کا ذکر اکثر مورخین کرتے ہیں کہ شیر شاہ نے سڑکوں کے کنارے جو سرائیں بنوائی تھیں، ان میں ڈاک کی چوکی بھی ہوتی تھی جس میں ڈاک لے جانے والے دو گھوڑے تیار رہتے تھے۔ سرکاری حکام تو خبریں بھیجتے ہی تھے۔ اس کے خفیہ خبر رساں بھی ہوتے جو مسافروں کے قافلوں تاجروں اور دیگر آنے جانے والوں سے اطلاعات حاصل کر کے بادشاہ تک پہنچاتے تھے۔ شیر شاہ کی قابل رشک خبر رسانی کے ذرائع کی کامیابی کا اندازہ اس سے لگایا جاسکتا ہے کہ اسے بنگال جیسے دور دراز علاقے سے بھی روزانہ اطلاعات موصول ہوتیں۔ شیر شاہ کے پاس کچھ ایسے انتظامات تھے کہ وہ بیرون ملک کی خبریں بھی حاصل کر لیتا تھا۔³

مغلوں کے عہد میں بھی اخبار نویسی اور واقع نگاری کو کافی فروغ ملا لہذا

1. J. Natrajan, History of Indian Journalism, Report of Press Commission, vol 2, Pub. Division, New Delhi 1955, p3.

2. Abdullah Yusuf Ali, Cultural History of India British Period, Bombay, 1940 p 86

3. Qanungo, Shershah and his Time, Bomaby, 1965, P 392-93.

ابوالفضل نے وقائع نگاری کے سلسلے میں آئین اکبری میں لکھا ہے کہ
 ”واقعات سلطنت کا قلم بند کرنا نہ صرف مملکت و دولت کی
 ترقی اور انتظام کے لئے ضروری ہے۔ بلکہ ہر طبقہ اور ہر مجلس کی رونق کو
 بحال رکھنے کے لئے ضروری ہے۔ اگرچہ قدیم زمانے میں بھی اس
 طریقے کا پتہ چلتا ہے مگر اس کی اصلی حقیقت سے اہل زمانہ کو اس مبارک
 عہد میں (اکبر کے وقت میں) آگاہی ہوئی“۔¹
 مغلوں کے عروج کے ساتھ ساتھ صحافت کا بھی ارتقاء ہوتا رہا۔ محمد عتیق صدیقی
 لکھتے ہیں:

”اورنگ زیب کے عہد میں اخبار نویسوں کا ایک جال سا
 سارے ملک میں بچھ گیا تھا..... پاتھن جوزف کا..... یہ خیال بالکل
 صحیح ہے کہ اورنگ زیب کے زمانے میں شاہی محل کے لئے روزانہ ایک
 اخبار جاری کیا جاتا تھا.....“

یہ اخبار اورنگ زیب ہی کے عہد سے نہیں شروع ہوا تھا، بلکہ
 اس کے پیش رو مغل بادشاہوں کے وقت میں ایک اخبار شاہی محل سے
 جاری ہوتا تھا اور اس کی اشاعت صرف شاہی محل ہی تک محدود نہیں ہوتی
 تھی بلکہ اس کی نقلیں دور دراز علاقوں کے امراء وغیرہ کے پاس بھی بھیجی
 جاتی تھیں۔ مغل عہد کے کئی سوقلمی اخبارات لندن کی رائل ایشیاٹک
 سوسائٹی کی لائبریری میں محفوظ ہیں..... مغلوں کے زمانے میں
 اس کا سلسلہ اکبر کے ہی عہد سے شروع ہو گیا تھا“۔²
 جادو ناتھ سرکار کے مطابق مغلوں کی مرکزی حکومت کو جن ذرائع سے خبریں

1. ابوالفضل، آئینہ اکبری، اردو عثمانیہ، ص 381۔

2. محمد عتیق صدیقی، ہندوستانی اخبار نویسوں کی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند) علی گڑھ، 1957ء، ص 31-28

حاصل ہوتی تھیں وہ چار ہیں:

- وقائع نگار
- سوانح نگار
- خفیہ نویس
- ہرکارے

ہرکارہ عموماً زبانی خبریں پہنچاتا تھا۔ لیکن بقیہ تین خبریں لکھ کر بھیجتے تھے۔ سوانح نگار اہم اور خاص واقعات کی اطلاع دیتا تھا۔ لیکن وقائع نگار پابندی کے ساتھ خبریں بھیجتا تھا۔ اکثر مقامی افسروں کو معلوم بھی نہیں ہوتا تھا کہ ان کے علاقے کا خفیہ نویس کون ہے۔ لہذا خفیہ نویس کے خیال سے ہر شخص ڈرتا رہتا تھا..... اخباری مراسلات اور ہرکارے کی لائی ہوئی دوسری خبریں سب سے پہلے داروغہ ڈاک چوکی کے پاس آتی تھیں۔ جوان لفافوں کو کھولے بغیر وزیر یا بادشاہ کی خدمت میں پیش کر دیا کرتا تھا۔ داروغہ ڈاک ہر چہار قسم کی خبر رسالوں کا افسر اعلیٰ ہوتا تھا۔¹

محققین کا خیال ہے کہ اخبار نویسوں کو خبریں اور رائیں پوری آزادی سے پیش کرنے کی اجازت ہوتی تھی۔ مغلوں کے دور حکومت میں ہر صوبے کے صدر مقام میں باقاعدہ دفتر معلومات قائم تھا۔

سرکاری مخبروں کے علاوہ بہت سے تاجروں اور امیروں کے نجی خبر نویس بھی ہوا کرتے تھے جو ان کی ضرورت کی خبریں تحریری طور پر بہم پہنچایا کرتے تھے۔ قلمی اخبارات کی مثالیں نوابین اودھ کے یہاں بھی مل جاتی ہیں۔ جنہیں ”ڈیوڑھی اخبار“ کا نام دیا گیا تھا۔ جس نواب کے دربار سے یہ اخبار نکلتا تھا۔ اس کا نام اس میں جوڑ دیا جاتا تھا۔ جیسے ”اخبار ڈیوڑھی آصف الدولہ“²

1. Jadunath Sarkar, Moghal Administration, p49.

2. محمد عتیق صدیقی، ہندوستانی اخبار نویسی کہانی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو ہند، علی گڑھ، 1957ء، ص 32.

لیکن یہ ساری چیزیں اس زمانے کے حکمرانوں کے لئے ہوتی تھیں اس لئے خبروں کی نوعیت وہ نہیں ہوتی تھی جو آج کے اخبارات، ریڈیو یا ٹیلی ویژن کی خبروں کی ہوتی ہے جس کے مخاطب عوام ہیں۔

کمپنی کے عہد میں مطبوعہ صحافت:

پندرہویں صدی کا آخری دن یعنی 31 دسمبر 1600ء دنیا کی تاریخ میں سعد بھی تھا اور نخس بھی، ایسا کم ہوتا ہے بلکہ نہیں ہوتا ہے کہ ایک ہی دن سعد بھی ہو اور نخس بھی۔ لیکن یہ دن مملکت برطانیہ کے لئے سعد اور سلطنت مغلیہ کے لئے نخس اس لئے تھا کہ اسی دن برطانیہ کی ملکہ الزبتھ اول نے ایسٹ انڈیا کمپنی کو مع ہندستان تمام مشرقی ممالک میں تجارت کا اجازت نامہ تفویذ کیا۔¹

ایسٹ انڈیا کمپنی کے ہندستان آنے سے اکیس سال پہلے 1575ء میں ایک برطانوی جہاز گوا میں لنگر انداز ہوا (1498ء میں واسکو ڈی گاما نے ہندستان کا سمندری راستہ یورپ والوں کے لئے پایاب کر دیا تھا) اس جہاز سے آکسفورڈ کا تعلیم یافتہ انگریز پادری تھامس اسٹیونس اتر (شاید یہ کسی انگریز عیسائی کا ہندستان کی سرزمین پر پہلا قدم تھا) وہ ایک عیسائی مبلغ تھا اس کا مقصد یہاں عیسائیت کی تبلیغ تھا۔ لہذا وہ ہندستان میں چالیس سال کے قریب زندہ رہا اور آخری دم تک عیسائیت کی تبلیغ کرتا رہا۔ یہی شخص ایسٹ انڈیا کمپنی کے قیام کا محرک بنا۔ کیونکہ اس نے اپنے باپ کو جو خطوط لکھے اس میں ہندستان کے ہیرے جواہرات، سونے چاندی اور سامان تجارت کی بہتات کا مبالغہ آمیز ذکر کیا۔ یہ خطوط لندن کے تجارت پیشہ انگریزوں کی نظر سے بھی گزرے۔ فادر اسٹیونس کے بعد ایک اور انگریز جان نیو بری (JOHN NEWBARRY) خشکی کے راستے ہندستان آیا۔ واپس جانے پر اس نے فادر اسٹیونس کی لکھی ہوئی باتوں کی تصدیق کی۔ لہذا لندن کے کاروباری لوگوں نے طے کیا کہ ایک تجارتی وفد ہندستان بھیجا جائے۔²

1 محمد متیق صدیقی، ہندوستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجم ترقی اردو (بند)، 1957ء، ص 46۔

فروری 1583ء کو انگریز تجاروں کا ایک وفد ہندستان کے لئے روانہ ہوا جس کی سربراہی جان نیو بری کر رہا تھا۔ اس وفد کے پاس اکبر اعظم کے نام ملکہ الزبتھ اول کا ایک سفارشی خط بھی تھا۔ دوران سفر پرتگالیوں سے ڈبھیڑ اور دوسری مشکلات کا سامنا کرتا ہوا یہ وفد کسی طرح فتح پور سیکری پہنچ گیا۔ جہاں اکبر اعظم نے خاطر خواہ پذیرائی کی۔ اس وفد کا صرف ایک فرد رالف فیچ (RALPH FITCH) انگلستان لوٹا۔ اس نے ہندستان کے پرکشش تجارتی امکانات بیان کئے اس کے بعد ہی 31 دسمبر 1600ء کو ایسٹ انڈیا کمپنی کا قیام عمل میں آیا۔ اور 1608ء میں جہانگیر کی اجازت سے ایسٹ انڈیا کمپنی نے سورت میں راپتی ندی کے کنارے اپنے دفتر اور گودام کے لئے مکانات کرائے پر لئے۔ اس وقت کسی کے وہم و گمان میں بھی نہیں تھا کہ یہ تجارت پیشہ لوگ ایک روز ہندستان کے فرما روا بن بیٹھیں گے۔

ہندستان پر انگریزوں کے اقتدار کی ابتداء بنگال میں 1757ء کی جنگ پلاسی میں نواب سراج الدولہ کی شکست سے ہوئی جس کے نتیجے میں برطانوی تجارتی کمپنی نے بنگال پر قبضہ کر لیا۔ پھر رفتہ رفتہ انھوں نے ہندستان کے تین ساحلی علاقوں کلکتہ، مدراس اور بمبئی میں اپنے خود مختار علاقے قائم کر لئے اور وہاں کا نظم و نسق اپنے طور پر کرنے لگے۔ کمپنی کے تمام ملازمین بورڈ آف ڈائریکٹر اور برطانوی پارلیمنٹ کے تابع تھے۔

ہندستان پر انگریزوں نے کیسے قبضہ جمایا اس سوال کا جواب کارل کارکس نے اپنے 22 جولائی 1853ء کے نیویارک ٹریبیون (NEW YORK TRIBUNE) کو لکھے خط میں بڑے اختصار سے اس طرح دیا ہے۔

”مغل اعظم کی عظیم الشان طاقت کو مغل صوبے داروں نے پاش پاش کیا۔ صوبیداروں کی قوت کو مرہٹوں نے ٹھکانے لگایا اور مرہٹوں کا افغانوں نے خاتمہ کیا، اور عین اس وقت جب کہ یہ طاقتیں ایک

دوسرے کو زک دینے کے لئے آپس میں دست و گریباں ہو رہی تھیں تو
برطانوی باشندوں نے جھپٹ کر سب کو اپنا مطیع بنایا“ 1۔

حالانکہ یہ عمل اتنا اچانک اور غیر متوقع طریقے پر وقوع پذیر نہیں ہوا تھا۔ بلکہ اس
کی ایک لمبی تاریخ ہے۔ ہندستان کو مطیع بنانے میں انھیں ڈیڑھ سو سال کا طویل عرصہ
لگا۔ البتہ یہ درست ہے کہ ہندستان میں انگریزوں کی سیاسی کامیابی کا راز ہندستانیوں کی
آپسی لڑائی اور پھوٹ تھی۔

کمپنی میں کچھ ایسے لوگ بھی تھے جو اس کے نظم و نسق سے مطمئن نہیں تھے۔ یا جن
کو کمپنی کی لوٹ میں حصہ نہیں مل رہا تھا۔ کچھ ایسے بھی تھے جن کو کمپنی کے اراکین نے اپنی
تجارتی، سیاسی یا ذاتی مصلحتوں کی بنا پر یا ان کی لوٹ کھسوٹ کی بنا پر انھیں ملازمت سے
برطرف کر دیا تھا۔

ہندستان میں مطبوعہ اخبار نکالنے کا خیال سب سے پہلے کمپنی کے ایک ایسے ہی
برطرف ملازم مسٹر ولیم بولٹس کو آیا۔ برطرف ہو جانے کے بعد مسٹر بولٹس ہندستان اور
برطانیہ کے مختلف حلقوں میں کمپنی کی بد اعمالیوں کے خلاف احتجاج کرتے رہتے تھے۔
1768ء میں بولٹس کی طرف سے کلکتہ کنسل ہاؤس کے دروازے پر ایک اشتہار
چسپاں کیا گیا اشتہار درج ذیل ہے۔

” پبلک کے واسطے

اس اشتہار کے ذریعے مسٹر بولٹس پبلک کو اس طرف متوجہ کرنا
چاہتے ہیں کہ اس شہر میں چھاپے خانے کے نہ ہونے سے تجارتی
دشواریاں پیدا ہوتی ہیں۔ خبر رسانی کا کام شروع کرنا ممکن نہیں ہے، جو
یورپین آبادی کے لئے خصوصاً اور برطانوی رعایا کے لئے عموماً بے حد
ضروری ہے۔ اگر کوئی صاحب خبر رسانی کے فن سے واقف ہوں اور

چھپائی کا کام بھی کرنا چاہیں تو وہ (مسٹر بولٹس) ان کی پوری ہمت افزائی کریں گے۔ ٹائپ اور دوسرے ضروری سامان کا بھی وہ بندوبست کر دیں گے۔ ساتھ ہی وہ اس کا اعلان بھی کرنا چاہتے ہیں کہ کچھ مسودات اور بہت سی خبریں جن کا پبلک سے تعلق ہے ان کے پاس محفوظ ہیں۔ اگر کوئی صاحب اس اشتہار کو دیکھ کر یا کسی اور قابل تعریف جذبے کے تحت ان کو پڑھنا چاہیں تو مسٹر بولٹس کے مکان پر آ کر پڑھ سکتے ہیں۔ اور اگر چاہیں تو نقل بھی کر سکتے ہیں۔ ہر روز ایک آدمی دس بجے سے بارہ بجے تک اس خدمت کے لئے وہاں موجود رہے گا۔¹

یہ اشتہار نکالنے کی پاداش میں بولٹس کو 1768ء میں شہر بدر کر کے مدراس بھیج دیا گیا اور وہاں سے چند ماہ بعد یورپ۔ اس طرح ہندستان میں اخبار نکالنے کی پہلی کوشش ناکام ہو گئی۔

ہندستان سے واپس جانے کے بعد بولٹس نے ایک کتاب CONSIDRATION OF INDIAN AFFAIRS کے نام سے لکھی۔ یہ کتاب پانچ سو صفحات پر مشتمل ہے اس کے دو حصے ہیں پہلا حصہ جو ڈھائی سو صفحات پر پھیلا ہوا ہے اس میں ایسٹ انڈیا کمپنی کی تاریخ اور اس کے ہتھ کنڈوں کی تفصیل ہے۔ دوسرے حصے میں وہ معاہدات درج ہیں جو ایسٹ انڈیا کمپنی نے 1771ء تک ہندستانی حکمرانوں سے کئے۔ یہ کتاب اس لحاظ سے بہت اہم ہے کہ یہ ایسٹ انڈیا کمپنی کی پہلی تاریخ ہے جو جنگ پلاسی کے صرف 17 سال بعد لکھی گئی۔ دوسرے اس میں انگریزوں کی ہندستان میں لوٹ کھسوٹ اور بد اعمالیوں کا کچا چٹھا ہے۔ اور اسے ایسے شخص نے لکھا ہے جو ان سب چیزوں میں خود بھی شامل رہا ہے۔²

1 محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 56.

2 ایضاً، ص 58.

ہندستان کے ابتدائی مطبوعہ اخبارات:

بولٹس کی ناکام کوشش کے بارہ سال بعد ایک اور انگریز جیمز اگسٹس ہکی نے ”بکیز بنگال گزٹ“ یا ”کلکتہ جنرل ایڈورٹائزر“ نام سے 29 جنوری 1780ء کو ہندستان کا پہلا انگریزی اخبار جاری کیا جو چار صفحات پر مشتمل ہفت روزہ تھا۔ جس میں ہندستانی خبروں کے ساتھ ساتھ یورپی خبروں کا خلاصہ بھی دیا جاتا تھا۔¹ یہ اخبار جدید معنوں میں بھی اخبار تھا، کیوں کہ اس سے ہندستان میں اس صحافت کی ابتداء ہوتی ہے۔ جسے جمہوریت کا ایک ادارہ تسلیم کیا جاتا ہے۔ دراصل ہکی ایسٹ انڈیا کمپنی کے خلاف برطانوی رائے عامہ ہموار کرنے کی کوشش کر رہا تھا۔ یہ ہندستان میں فرد کی آزادی اظہار کا انوکھا نمونہ تھا۔

لہذا بکیز گزٹ نے ایسٹ انڈیا کمپنی سے وابستہ بعض افراد کی کالی کرتوتوں کو شائع کیا تو ہکی کو چار ماہ کی سزا اور چار سو روپیہ جرمانہ ہوا۔ لیکن اس سے اس کے عزم میں کوئی کمی نہیں آئی اور وہ کمپنی کے عملے کی لوٹ کھسوٹ ظلم و زیادتی کے خلاف کھلے عام لکھتا رہا۔ نتیجے میں گورنر جنرل نے ڈاک کے ذریعے اس کے اخبار کی تقسیم روک دی۔ اس کا بھی ہکی پر کوئی اثر نہیں ہوا تو 1781ء میں اسے دوبارہ گرفتار کر کے ایک سال قید اور پانچ ہزار روپیہ جرمانہ کیا گیا۔ ہکی نے سلاخوں کے پیچھے رہنے کے باوجود اخبار کو بند نہیں ہونے دیا۔ اور باہر آنے کے بعد اپنے سابق اصول پر قائم رہا تو حکومت نے مارچ 1782ء کو اس کا پریس ضبط کر کے ہندستان کی اس نوزائیدہ صحافت کا گلا گھونٹ دیا۔²

بکیز گزٹ کا پہلا نمبر شائع ہونے کے نو مہینے بعد ”انڈیا گزٹ“ ہندستان کا دوسرا انگریزی اخبار کلکتہ سے جاری ہوا۔ یہ بھی ہفت روزہ تھا اور بکیز گزٹ کے جواب میں شائع کیا گیا تھا اسے حکومت کی سرپرستی حاصل تھی۔ اس کے مالک (B. MESSINK) میسنک

1. S. Natrajan, A History of the Press in India, New Delhi, 1962, p14.

2. محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 64-68

اور اڈیٹر پیٹر ریڈ (PETER REED) تھے۔ یہ اپنے اجراء کے تین سال بعد سہ روزہ ہوا اور جلد ہی روزنامہ ہو گیا۔

سرکاری سرپرستی میں 4 مارچ 1784ء کو ”کلکتہ گزٹ یا اورینٹل ایڈورٹائزرز“ کا پہلا شمارہ شائع ہوا۔ یہ ہندستان کا تیسرا انگریزی ہفت روزہ اخبار تھا۔ اس نے اپنے ہم عصروں کے مقابلے میں زیادہ عمر پائی۔ اس کے اڈیٹر مسٹر فرانسس گلڈون (MR. FRANCIS GLADWIN) تھے۔ جو انگریزی کے ساتھ ساتھ فارسی کے بھی عالم تھے محمد عتیق صدیقی نے لکھا ہے کہ ”بعض سرکاری کاغذات سے اندازہ ہوتا ہے کہ مسٹر گلڈون کو ایڈیٹر بل لکھنے کے لئے سرکاری طور پر مواد بھی فراہم کیا جاتا تھا۔

بعض لوگوں کا خیال ہے کہ اس کے ابتدائی نمبروں میں ایک کالم فارسی میں بھی ہوتا تھا۔ اور ”خلاصہ اخبار دربار معلیٰ بہ دارالخلافہ شاہ جہاں آباد“ اس کالم کی مستقل سرخی ہوا کرتی تھی۔ اس کالم میں دربار معلیٰ کی خبروں کے علاوہ دلی کی عام خبریں بھی چھاپی جاتی تھیں۔ اس بناء پر اسے ہندستان کی مروجہ زبان میں پہلا اخبار کہا گیا۔ مگر محمد عتیق صدیقی کا کہنا ہے کہ انھیں اس اخبار کی 1786ء کی فائل نیشنل آرکائیو میں اور 1787-88 کی فائلیں نیشنل لائبریری کلکتہ میں دیکھنے کو ملیں ان تینوں فائلوں میں فارسی کالم نہیں تھا۔ ہو سکتا ہے اس سے پہلے کے شماروں میں یہ فارسی کالم رہا ہو۔ ان کا کہنا ہے کہ انھیں جو فائلیں دیکھنے کو ملیں ان میں فارسی غزلیں اور حکایتیں مع انگریزی ترجمہ اور فارسی و بنگلہ کے اشتہارات ضرور تھے۔ 1۔

کلکتہ سے 1785ء میں ہفتہ وار انگریزی اخبار ”بنگال جرنل“ کا اجرا ہوا۔ 1791ء میں ولیم ڈوآن (WILLIAM DAVANE) جو کچھ دنوں ”بنگال جرنل“ کے حصے دار بھی رہے تھے اپنا ایک اخبار ”انڈین ورلڈ“ کے نام سے شروع کیا۔ ایسٹ انڈیا کمپنی کی بد اعمالیوں کا پردہ فاش کرتے رہنے کی وجہ سے عوام میں بہت مقبولیت حاصل

ہوئی۔ کمپنی جب اس سے عاجز آگئی تو مسٹر ڈوآن کو ملک بدر کر دیا گیا۔
ولیم ڈوآن کے بعد ڈاکٹر چارلس میک لین کو ملک بدر کرنے کا ذکر اکثر صحافت کی
تاریخوں میں ملتا ہے انہوں نے 1795ء میں ایک ہفت روزہ انگریزی میں بنگال ہرکارو
نام کا شائع کیا۔ وہ خود ہی اس کے ایڈیٹر بھی تھے اسے شائع کرانے کے جرم میں انہیں ملک
بدر کیا گیا۔

کلکتہ سے 1785ء میں ایک سہ ماہی انگریزی رسالہ ”ایشیاٹک مسے لیننی اینڈ
بنگال رجسٹر“ (ASIATIC MISCELLANY AND BANGAL REGISTER) کے نام سے شروع ہوا جسے محمد عتیق صدیقی نے ہندستان کا پہلا انگریزی
رسالہ مانا ہے 1۔ اسے کمپنی بہادر کی سرپرستی حاصل تھی۔

اٹھارہویں صدی کے آخر میں کلکتہ سے کئی اور رسالے بھی انگریزی میں نکلنا
شروع ہوئے جیسے ”کلکتہ میگزین اینڈ اورینٹل میوزیم“ اور ”کلکتہ منٹھلی جرنل“ ان سب کا ذکر
بے جا طوالت ہوگی۔

بکیز گزٹ کے اجراء کے پانچ سال بعد یعنی 12 اکتوبر 1785ء کو مدراس
کا پہلا انگریزی اخبار ”مدراس کوریر“ شائع ہوا۔ اس کے ایڈیٹر اور مالک رچرڈ
جانسٹن (RICHARD D JOHNSTON) تھے اسے پورے طور پر کمپنی کی
سرپرستی حاصل تھی۔ مدراس کوریر کے آٹھ سال بعد تک کوئی اور اخبار وہاں سے شائع
نہیں ہوا البتہ 1793ء میں ”ہرکارو“ نام کا ہفت روزہ ”ہیوج بوائیڈ“ (HUGH
BOYD) نے انگریزی میں نکالا مگر اس کی عمر بہت کم رہی۔ مدراس کا تیسرا انگریزی
ہفت روزہ مدراس گزٹ کے نام سے مسٹر ولیم سن نے جاری کیا۔ وہاں کا چوتھا
انگریزی ہفت روزہ ہیوم فریز نے ”انڈیا ہیرالڈ“ کے نام سے جاری کیا۔ اس نے
حکومت سے اخبار نکالنے کی اجازت مانگی جو مسترد کر دی گئی اس نے اجازت کے بغیر

اخبار نکالا۔ اسے شہر بدر کر دیا گیا جس جہاز سے اسے لے جا رہے تھے وہ اس سے بھاگ گیا۔ 1

کلکتہ اور مدراس کے بعد ہندستان میں جہاں سب سے پہلے انگریزی صحافت کا ارتقاء ہوا وہ بمبئی ہے۔ یہاں سب سے پہلا انگریزی ہفت روزہ ”بمبئی ہیرالڈ“ 1789ء میں جاری ہوا۔ اس کے ایک سال بعد یعنی 1790ء میں دوسرے ہفت روزے ”بمبئی کوریئر“ کا اجراء ہوا۔ اس کی انفرادیت یہ تھی کہ اس میں گجراتی، مرہٹی اور کنڑ میں بھی اشتہارات شائع ہوتے تھے۔

20 جون 1790ء سے شروع ہونے والے ”بمبئی گزٹ“ میں تجارتی تفریحی خبروں کے علاوہ بیرون ملک کی خبریں بھی ہوتی تھیں۔ بمبئی کا چوتھا انگریزی ہفت روزہ ”بمبئی آبزور“ تھا جو 1791ء میں جاری ہوا۔

ان اخبارات نے بمبئی کی اقتصادی، سماجی، معاشرتی اور سیاسی صورت حال پر گونا گوں اثرات مرتب کئے۔

ہندستان میں انگریزی صحافت کی ابتداء کے بیس سال کے اندر کلکتہ، مدراس اور بمبئی کے علاوہ دوسرے کئی شہروں سے بھی بڑی تعداد میں اخبارات نکلنا شروع ہو گئے۔

مطبوعہ دیسی اخباروں کی ابتداء :

انگریزوں نے سب سے پہلے اپنے قدم کلکتہ میں جمائے اس لئے پہلے پہل جدید تصورات مغربی بنگال میں ہی زیادہ نمایاں ہوئے اور اسی توسط سے جدید دیسی اخبار نویسی کی ابتداء پہلے پہل بنگال سے ہوئی۔ ہندستان کی جدید اخبار نویسی (جس کی ابتداء انگریزی اخبارات سے ہوتی ہے) یورپ کی جدید اخبار نویسی کے سو سال بعد شروع ہوئی۔ ہندستان کی جدید اخبار نویسی کے چھتیس سال بعد دیسی اخبار نویسی کی ابتداء ہوئی۔

1. J. Natrajan, History of Indian Journalism, Report of Press Commission, Publication Division, New Delhi 1955, p85.

لہذا پہلا مطبوعہ دیسی اخبار ”بنگال گزٹ“ کے نام سے گنگا دھر بھٹا چاریہ نے 1816ء میں بنگلہ زبان میں شائع کیا۔ اس کے بارے میں زیادہ معلومات نہیں ملتی ہیں سوائے اس کے کہ یہ ایک سال تک جاری رہا اور اس کا ماہانہ چندہ ایک روپے تھا۔ دیسی صحافت کی ابتداء تو ایک ہندستانی کے ہاتھوں ہوئی مگر اس کا ابتدائی ارتقاء انگریزوں ہی کے ہاتھوں ہوا۔ 1800ء میں عیسائیت کی تبلیغ کے لئے سیرام پور میں ایک مشن قائم ہوا (سیرام پور، کلکتہ کے قریب ایک جگہ کا نام ہے) جس کا مقصد بنگالیوں میں عیسائیت کی تبلیغ تھا۔ سیرام پور کے عیسائی مبلغوں نے بنگلہ زبان کی طرف خاص توجہ دی۔ ان لوگوں نے بنگلہ، فارسی اور انگریزی کے اخبار و رسائل نکالے۔ لیکن ان کا سب سے بڑا کارنامہ یہ ہے کہ انھوں نے ہندستان میں طباعت کے فن کو بہت ترقی دی۔

سی رام پور کے عیسائی مبلغوں نے 1818ء میں بنگلہ زبان میں ”ڈگ درشن“ نام کا ایک ماہانہ رسالہ جاری کیا یہی دیسی زبان کا ہندستان میں پہلا رسالہ ہے۔ اس کا پہلا شمارہ اپریل 1818ء میں شائع ہوا۔ اس کے روح رواں ڈاکٹر جو شامارش مین تھے۔ یہ رسالہ خالص بنگلہ زبان کا رسالہ نہ تھا بلکہ اس میں ایک صفحے پر انگریزی عبارت ہوتی تھی اور مقابل کے صفحے پر بنگلہ میں اس کا ترجمہ ہوتا تھا۔ 1

”ڈگ درشن“ پر جب حکومت نے ناپسندیدگی ظاہر نہیں کی تو ان عیسائی مبلغوں کی ہمت بڑھی اور انھوں نے ایک ہفت روزہ بنگلہ زبان میں ”سماچار درپن“ کے نام سے شروع کیا جو 23 مئی 1818ء سے 1838ء تک جاری رہا۔ اس اخبار کو سرکاری سرپرستی حاصل رہی۔ اس لحاظ سے تو یہ اخبار اہم ہے کہ یہ دیسی زبان کا پہلا ہفت روزہ ہے اور جس نے ایک لمبی عمر پائی۔ مگر یہ اس لئے دیسی اخبار نہیں ہے کیونکہ یہ ترجمانی تو بہر حال برطانوی ذہن کی کرتا تھا اور اسے نکالنے والے برطانوی تھے۔

حقیقی معنوں میں ہندستانی بلکہ دیسی اخبار نویسی کی ابتداء رام موہن رائے سے

ہوتی ہے۔ انھوں نے اپنے بنگلہ اخبار ”سمبد کمود“ اور فارسی کے ”مراۃ الاخبار“ کے ذریعے دیسی اخبار نویسی کا سنگ بنیاد رکھا۔ اس کے علاوہ وہ کئی اور دیسی اخباروں سے بالواسطہ طور پر وابستہ رہے۔ رام موہن رائے نے ابتداء میں ہی اخبار نویسی کا جو معیار قائم کیا اس کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ

”ان کے مخالف اخبارات بھی ان کے مضامین شائع کرنا باعث فخر سمجھتے تھے“¹

رام موہن رائے بنگلہ، عربی، فارسی اور انگریزی کے زبردست عالم تھے۔ اسی کے ساتھ ساتھ وہ اپنے عہد کے زبردست مصلح بھی تھے۔ اخبار نویسی میں رام موہن رائے کی اہمیت اس لئے بھی ہے کہ انھوں نے اخبارات کے ذریعے اخبار جاری کرنے اور پڑھنے کا شوق لوگوں میں پیدا کیا۔ اور صحافت کی آزادی کے لئے سب سے پہلے آواز اٹھائی۔

رام موہن رائے نے دسمبر 1821ء میں اپنا بنگلہ ہفت روزہ ”سمبد کمودی“ جاری کیا۔ اس بات کو سبھی محققین تسلیم کرتے ہیں کہ یہ دیسی زبان کا پہلا اخبار ہے جسے کسی ہندستانی نے ہندستانی نقطہ نظر سے نکالا۔ اس اخبار کی تاریخ اجراء و ملکیت کے بارے میں کچھ اختلافات ہیں۔ مگر محمد عتیق صدیقی کافی تحقیق کے بعد اس نتیجے پر پہنچے ہیں کہ رام موہن رائے ہی اس کے مالک تھے۔ یہ اخبار 33 سال تک جاری رہا۔ اس نے سستی کی رسم کے خلاف تحریک چلائی اور اس کی کوششوں سے 1829ء میں لارڈ بینٹک نے اس کے خلاف قانون بنایا۔

مغربی اثرات اور رام موہن رائے کی پہل و کوشش سے جدید اخبار نویسی اور خبریں جاننے کی طرف جو عوام کی رغبت ہوئی تھی اس کے تحت 1822ء میں فارسی کا دوسرا اور اردو کا پہلا مطبوعہ اخبار ”جام جہاں نما“ جاری ہوا۔ اس کے درخواست دہندہ ہریہر دت اور اس کے ایڈیٹر منشی سدا سکھ تھے۔ اور ابتداء میں اس کے ناشر ایک انگریز ولیم پی پرس ہاپ کنس تھے۔ امداد صابری کے مطابق نیشنل آرکائیو میں اس کی کاپیاں محفوظ ہیں۔ جن سے اندازہ ہوتا ہے کہ کافی دنوں تک اسے حکومت کی سرپرستی حاصل رہی۔ اس کے ابتدائی شماروں کے سرورق کے اوپری حصے پر ایسٹ انڈیا کمپنی کا مارکہ ہوتا تھا۔ کمپنی کا یہ نشان جام

1 محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 125

جہاں نما کے سرورق پر اگست 1828ء تک چھپتا رہا پھر بند ہو گیا۔ دراصل اپنے اجرا کے چھٹے سال اس اخبار نے مہاراجہ رنجیت سنگھ کے خلاف ایک مضمون شائع کر دیا۔ اس سے کمپنی کے عہدیداران اس درجہ خفا ہوئے کہ اس کی سرپرستی و امداد بند کر دی۔¹

محمد عتیق صدیقی مختلف قرینوں سے ثابت کرتے ہیں کہ فارسی جام جہاں نما پہلے یعنی مئی 1822ء سے نکلنا شروع ہوا اور فارسی ”جام جہاں نما“ کے ساتھ ساتھ اردو ”جام جہاں نما“ بھی نکلنا شروع ہوا۔ جسے اردو کا پہلا مطبوعہ اخبار کہا جاتا ہے۔ گو کہ یہ اخبار فارسی جام جہاں نما کے ضمیمے کے طور پر شروع ہوا مگر مضامین وغیرہ کے لحاظ سے دیکھا جائے تو اس کی اپنی ایک الگ اخبار کی حیثیت بھی تھی۔ سوائے چند خبروں کے اور کوئی چیز مشترک نہیں ہوتی تھی اور خبریں تو دوسرے اخباروں کی بھی آپس میں مشترک ہوتی تھیں۔ لیکن اردو جام جہاں نما فارسی کے جام جہاں نما کے ایک سال بعد یعنی مئی 1823ء میں شروع ہوا۔² لیکن امداد صابری ثابت کرتے ہیں کہ یہ 27 مارچ 1822ء سے پہلے اردو میں شروع ہوا چند پرچوں کے بعد فارسی میں نکلنے لگا۔ دوبارہ اردو کا ضمیمہ 23 مئی 1823ء سے شروع ہوا جس کی ضخامت چار صفحات کی ہوتی تھی۔ اس اخبار میں خبروں کے علاوہ مضامین بھی ہوتے تھے جو اکثر انگریزی و فارسی سے ترجمہ کئے جاتے تھے اس میں اردو غزلیں بھی چھپتی تھیں۔ اس کے اردو و فارسی ایڈیشنوں میں یہ فرق ہوتا تھا کہ جب تک فارسی جام جہاں نما کو سرکاری سرپرستی حاصل رہی اس وقت بھی اردو والے جام جہاں نما میں سرکاری اشتہارات و خبریں شائع نہیں ہوتی تھیں۔ اردو کا یہ پہلا ہفت روزہ چار سال آٹھ مہینے جاری رہنے کے بعد 23 جنوری 1828ء کو بند ہو گیا۔

31 مئی 1826ء کو پنڈت جگل کشور شکلا نے دیوناگری رسم الخط کے پہلے اخبار

1 - امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، چوڑی والان، دہلی 1953ء، ص 62-63۔

2 - محمد عتیق صدیقی، ہندوستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 160۔

3 - امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، چوڑی والان، دہلی 1953ء، ص 96۔

”آدینت مارتنڈ“ کی ابتداء کی۔ اس اخبار کی ضخامت آٹھ صفحات اور چندہ دور وپہ ماہانہ ہوتا تھا۔ یہ اخبار قریب ڈیڑھ سال تک جاری رہنے کے بعد مالی پریشانیوں کی وجہ سے دسمبر 1827ء میں بند ہو گیا۔

پہلا گجراتی اخبار جس کا نام بمبئی سماچار تھا۔ 1822ء میں بمبئی سے شائع ہوا اس گجراتی ہفت روزے کے مالک و ایڈیٹر مرزبان جی تھے۔ اس اخبار کی کامیابی کا راز یہ تھا کہ مرزبان جی نے اسے پارسی فرقے کا مخصوص اخبار نہیں بنایا بلکہ گجراتی زبان کا ہی اخبار رکھا۔ اس کی کامیابی کا اندازہ اس سے لگایا جاسکتا ہے کہ یہ اپنے اجراء کے دس سال کے اندر اندر ہفت روزہ سے روزنامہ بن گیا جو گجراتی کا پہلا روزنامہ تھا۔ 29 جنوری 1780ء یعنی ہکی گزٹ کی ابتداء سے 1857ء تک جن انگریزی اخبارات کا پتا لگایا جاسکا ہے ان کی کل تعداد 17 ہے۔ جنہیں غیر ملکی یا عیسائی مشنریاں نکالتی تھیں۔¹

اوپر صرف بنگلہ، فارسی، اردو، ہندی اور گجراتی کے پہلے اخبار کا ذکر کیا گیا، گو کہ 1818ء یعنی پہلے دیسی اخبار سے 1857ء تک دیسی زبانوں کے اخبارات کی تعداد 78 ہے۔ جس میں ہر اخبار کے اجراء کی مدت مختلف ہے۔² ظاہر ہے کہ اس مختصر سی کتاب میں ان تمام اخبارات کا الگ الگ جائزہ لینا مشکل ہے۔ البتہ اس دوران صحافت سے متعلق قوانین میں جو تبدیلیاں آئیں ان کا یہاں اختصار کے ساتھ ذکر کیا جا رہا ہے۔

اخبار کی آزادی کمپنی کے عہد میں:

جہاں تک ہندستان میں اخباروں کی آزادی کا تعلق ہے وہ ابتداء سے ہی نہیں تھی گو کہ یہاں جدید صحافت کی ابتداء کرنے والے ایسٹ انڈیا کمپنی کے حکام کے ہم قوم وہم مذہب ہی تھے۔

ہندستان میں اخباروں کے لئے پہلا قانون اٹھارہویں صدی کے

1. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 41-42.

2. ایضاً ص 43-45.

آخری سالوں یعنی مئی 1799ء میں بنا اور نافذ ہوا۔ جس کی چار ہدایات اس طرح تھیں۔

- ہر اخبار کا ایڈیٹر اور مالک اپنے پتے سے حکومت کے سکریٹری کو مطلع کرے۔
- اخبار کے آخری صفحے پر ناشر (پرنٹر) کا نام چھاپا جائے۔
- اتوار کے دن کوئی اخبار شائع نہ کیا جائے۔
- ان قاعدوں کی خلاف ورزی کرنے والوں کو یورپ بھیج دیا جائے گا۔ 1
- حکومت کا سکریٹری یا کوئی اور افسر جس کو اس کام کے لئے مقرر کیا جائے۔

جب تک اخبار کے پروف کا معائنہ نہ کر لے اس وقت تک اخبار نہ چھاپا

جائے۔

یہ قانون لارڈ ویلزلی نے نافذ کیا تھا اور خصوصاً اس کے دفعہ تین کے نفاذ کا مطلب بنگال میں، (کیونکہ اس وقت زیادہ تر اخبارات بنگال سے نکل رہے تھے) باضابطہ طور پر سنسر کے محکمے کے قائم ہونے کا اعلان کرنا تھا۔

اٹھارہویں صدی میں کسی روزنامے کا اجراء نہیں ہو سکا جو بھی اخبارات تھے وہ ہفت روزہ تھے اس کی وجہ یہ تھی کہ روزنامے کے لئے جو شرطیں تھیں ان کا پورا کرنا مشکل تھا اور جو اس کی ضروریات تھیں وہ بھی مہیا نہیں تھیں۔ مثلاً ڈاک کا نظام معقول نہیں تھا۔ گوکہ لارڈ کلائیو نے 1766ء میں ڈاک کے محکمے کی داغ بیل ڈال دی تھی مگر وہ ابھی ترقی نہیں کر سکا تھا۔

کچھ دنوں بعد حکومت نے محسوس کیا کہ اخبارات، نافذ کئے تو انہیں کی پابندیاں نہیں کر رہے ہیں۔ لہذا اخباروں اور چھاپے خانوں پر مزید پابندیاں عائد کر دی گئیں۔ نتیجے کے طور پر 1813ء میں لارڈ منٹو سے لارڈ ہیسنگنگ نے چارج لیا تو اس وقت کلکتے، بمبئی اور مدراس کے تمام اخبارات پوری طرح کمپنی کے قابو میں تھے۔

1811ء میں کمپنی نے سنسر کے ضابطوں کو ان معنی میں اور سخت کر دیا کہ ابھی تک سنسر کے اختیارات اخبارات تک تھے مگر اب نئے ضابطوں کے مطابق ہر قسم کی مطبوعات کو سنسر کے دائرے میں لے لیا گیا، اور اسی کے ساتھ ساتھ سنسر کا محکمہ باقاعدہ طور پر قائم کر کے مسٹر ایڈم کو اس کا افسر اعلیٰ مقرر کر دیا گیا۔ ایڈم اخبارات کی آزادی کا دشمن تھا لہذا اس نے تمام قوانین کو سختی سے نافذ کیا۔

1813ء میں لارڈ منٹو کی جگہ لارڈ پیسننگر نے ہندستان کے گورنر جنرل کا عہدہ سنبھالا۔ وہ سنسر کے محکمے کو پسند نہیں کرتے تھے لہذا انہوں نے سنسر کے محکمے کو توڑ دیا مگر اسی کے ساتھ ساتھ کچھ ممنوعات نافذ کر دیں جس سے اخبارات پر عائد پابندیوں پر بہت زیادہ فرق نہیں پڑا پھر بھی اخبارات کے مالکوں اور ایڈیٹروں نے اسے اپنی بڑی کامیابی پر معمول کیا¹ اور اس سے انھیں کچھ نہ کچھ راحت ضرور ملی۔ مگر کسی بنا پر پیسننگر نے استعفیٰ دے دیا، اور 13 جنوری 1823ء کو ایڈم نے عارضی طور پر ہندستان کے گورنر جنرل کا چارج سنبھالا اور پھر سے اخباروں و چھاپے خانوں پر کڑی پابندیاں عائد کر دیں۔ اس اجمال کی تفصیل یہ ہے کہ ایڈم نے 4 اپریل 1823ء کو کتابوں، چھاپے خانوں اور اخباروں کے لئے ایک مسودہ قانون سپریم کورٹ کی منظوری کے لئے پیش کیا۔ اور 1823ء کے اپریل میں ہی یہ قانون پاس بھی ہو گیا جس کے تحت بنگال سے کسی زبان یا کسی رسم الخط میں اخبار، رجسٹر، رسائل، پمفلٹ، کتابیں یا کاغذات جن میں عام خبریں یا خفیہ اطلاعات ہوں یا جن میں احکام و قوانین، حکومت کی کاروائیوں پر نکتہ چینی، کسی سیاسی واقعے کا بیان یا اس کا ترجمہ ہو بغیر لائسنس حاصل کئے ہوئے شائع نہیں کیا جاسکتا، اور یہی نہیں اس قانون کے تیرہ دفعات تھے جن میں اور بھی بہت سی پابندیاں تھیں۔ خاص بات یہ کہ اسے دسمبر 1823ء میں آرڈیننس کی شکل میں نافذ کیا گیا۔ یہ ہندستان کے پہلے پریس آرڈیننس کے نام سے یاد کیا جاتا ہے، اس کے خلاف رام موہن رائے اور کلکتہ جنرل کے

1 محمد شقیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 104.

مالک مسز فرگوسن نے سپریم کورٹ و ملکہ معظمہ کے یہاں اپیلیں دائر کیں مگر وہ رد کر دی گئیں، اور رفتہ رفتہ اس کا نفاذ مدراس اور بمبئی کے علاقوں پر بھی کر دیا گیا۔¹

1828ء کے وسط میں لارڈ ولیم بنٹک ہندستان کے گورنر جنرل بنے۔ بنٹک اخباروں کی آزادی کے حامی تھے۔ لہذا ان کے دور میں ہندستانی اخبار نویسی کو تھوڑی راحت ملی۔ بنٹک کے عہد میں بنگلہ اخبار نویسی نے خصوصی ترقی کی، اور ایک خاص بات یہ ہوئی کہ ذولسانی اخبار نویسی کا چلن بڑھا چنانچہ انگریزی، بنگلہ، ہندی، فارسی اور اردو زبانوں کے مشترک اخبار نکلنے لگے۔

ہندستانی اخبار نویسی کی تاریخ میں 6 فروری 1835ء بہت اہم تاریخ تسلیم کی جاتی ہے کیونکہ اس تاریخ کو تین ہندستانی اور چھ انگریزی اخبار نویسوں نے ایک مشترکہ درخواست گورنر جنرل لارڈ بنٹک کی خدمت میں پیش کی۔ اس درخواست میں گورنر جنرل سے استدعا کی گئی تھی کہ

”کلکتے میں اخباروں کی اشاعت پر جو پابندیاں ہیں اور کلکتے

کے باہر بنگال اور آگرے کی پریسڈنسیوں میں دیسی زبانوں کی جملہ مطبوعات پر جو بندشیں ہیں وہ صرف بے سود ہی نہیں بلکہ شرر انگیز بھی ہیں۔ اس لئے ان کو منسوخ ہو جانا چاہئے۔ ہم درخواست کنندگان مستعدی ہیں کہ اخباروں پر جو پابندیاں مختلف احکام کی شکل میں نافذ کی گئی ہیں واپس لے لی جائیں“²

اس کے علاوہ اسی درخواست میں یہ بھی مانگ کی گئی تھی کہ اخباروں کے لئے ایک باضابطہ قانون بنایا جائے اور ڈاک کے محصول میں کمی کی جائے اور 9 اپریل 1807ء والے اس حکم نامے کو بھی واپس لیا جائے جس کی رو سے گورنمنٹ کی اجازت کے بغیر کوئی پبلک جلسہ نہیں کر سکتا۔

1 محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 190۔

بنٹک نے اخباروں کے لئے باضابطہ قانون بنانے کا وعدہ کیا اور دوسری تمام باتوں کا تسلی بخش جواب دیا۔ مگر اس کے ایک ماہ بعد خرابی صحت کی وجہ سے اپنے عہدے سے استعفیٰ دے دیا۔ یہ حسن اتفاق ہی ہے کہ ان کی جگہ پرسی چارلس مٹکاف کو عارضی گورنر جنرل بنا دیا گیا۔ جو اخباروں کی آزادی کا علم بردار تھا، بنٹک نے مشترکہ درخواست کے جواب میں، وعدہ کر کے مٹکاف کے لئے پہلے ہی زمین ہموار کر دی تھی۔ بنٹک نے جو وعدے کئے تھے مٹکاف نے ان ہی کی بنیاد پر اپنی کونسل کے ممبر قانون، مسٹر میکالے کو اخباروں کے لئے ایک باضابطہ قانون مرتب کرنے کے لئے کہا۔ وہ بھی اخباروں کی آزادی کا حامی تھا۔ اس نے مسودہ قانون ہی مرتب نہیں کیا بلکہ اس کے ساتھ ایک طویل نوٹ بھی لکھا۔ جس میں اپنے خیالات کی بڑی قابلیت سے وضاحت کرتے ہوئے لکھا۔

”میں جن قوانین کو منسوخ کئے جانے کی تجویز پیش کر رہا ہوں

ان قوانین سے زیادہ ناقابل حمایت شاید ہی دنیا کا کوئی اور قانون ہو، سیاست داں حکمرانوں کا تو یہ دستور ہے کہ وہ اپنے مطلق العنانانہ احکام و قوانین کو مقبول عام ناموں اور پسندیدہ انداز میں پیش کیا کرتے ہیں۔ لیکن اخباروں سے متعلق حکومت ہند کی پالیسی اس اصول کے برعکس ہے۔ ہندستان میں اخباروں کو برسوں سے عملی طور پر، بڑی حد تک، وہی آزادی حاصل رہی ہے جو انگلستان میں اخباروں کو حاصل ہے۔ چنانچہ سیاسی تبصروں سے جو دشواریاں پیدا ہو جایا کرتی ہیں ان کا ہم آج بھی سامنا کر رہے ہیں۔ لیکن اس قدر معتدل اور مشفقانہ پالیسی برتنے کے باوجود، آئے دن، ہم کو اس کے طعنے سننے پڑتے ہیں اور ملائیں برداشت کرنی پڑتی ہیں کہ اخباروں پر ہم نے پابندیاں عائد کر رکھی ہیں“¹

1 بحوالہ محمد عتیق صدیقی، ص 220، May 18, Proceeding Home Legislative

مٹکاف نے میکالے کی تائید کی اور 13 اگست 1835ء کو اس کے حکم نامے کو باقاعدہ قانون کی شکل دے دی گئی۔ اس قانون کا بنیادی خیال یہ تھا کہ ملک کے تمام طبقوں کو اظہار خیال کی آزادی ہونی چاہئے۔

نہ صرف اخبار نویسوں نے بلکہ کلکتہ کی پڑھی لکھی عوام نے مٹکاف کے اس قدم کا خیر مقدم کیا۔ حالانکہ کورٹ آف ڈائریکٹرز کو یہ بات ناگوار گذری اور اس نے مٹکاف کو معزول کر کے آگرہ کالیفٹینٹ گورنر بنا دیا۔

مٹکاف کے اس نئے قانون کے مطابق اخبارات و کتابوں کو شائع کرنے کے لئے لائسنس حاصل کرنے کی ضرورت نہیں رہی، جس کے مطابق برطانوی سرکار کو یہ حق حاصل تھا کہ جسے چاہے اخبار نکالنے کا لائسنس دے اور جسے چاہے نہ دے، مگر ڈیکلریشن داخل کرنے کی شرط لگا دی گئی۔ ڈیکلریشن میں تھا کہ ناشر و طابع اپنا نام و دفتر کا پورا پتہ اور پتے میں ہوئی تبدیلی کی اطلاع متعلقہ دفتر کو دے۔ اگر طابع یا ناشر کمپنی کی حدود حکومت سے باہر جائے تو اس کی جگہ کوئی اور ڈیکلریشن داخل کرے جو کمپنی کی حدود میں موجود ہو۔ اخبار بند ہونے کی اطلاع دینا بھی ضروری قرار دیا گیا۔ یہ تمام چیزیں رسالوں اور کتابوں کے لئے بھی لازمی ٹھہرائی گئیں۔ ان قاعدوں کی خلاف ورزی کرنے والوں کو پانچ ہزار روپیہ جرمانہ اور دو سال کی سزا ہو سکتی تھی۔

مٹکاف کی جگہ لارڈ آک لینڈ ہندستان کے گورنر جنرل بن کر آئے۔ مگر انھوں نے بھی مٹکاف کے بنائے ہوئے قوانین میں کوئی ترمیم و اضافہ نہیں کیا۔ نتیجے کے طور پر روزناموں اور ہفت روزوں کی تعداد میں اضافہ ہو گیا۔¹

مئی 1857ء تک تو وہی قوانین قائم رہے جو مٹکاف اور مکالے نے 1835ء میں نافذ کرائے تھے اور جسے اخبارات کی آزادی سے تعبیر کیا گیا تھا۔ مگر ہندستانوں نے برطانوی حکومت کے خلاف نافرمانی شروع کی تو 13 جون 1857ء کو

1 محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویس کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 230۔

اخباروں پر پھر پابندیاں عائد کر دی گئیں۔ بہت سے اخبارات ہمیشہ کے لئے بند ہوئے تو جنگ آزادی 1857ء ختم ہونے کے بعد، تمام پابندیوں کے باوجود، کچھ نئے اخبارات نکلنا بھی شرع ہوئے۔

اردو صحافت کی ابتداء اہم اخبارات ، رسائل اور صحافی:

جام جہاں نما: جیسا کہ پہلے لکھا جا چکا ہے کہ ”جام جہاں نما“ کے ذریعے اردو صحافت کی ابتداء تو 1822ء میں ہوئی۔ مگر اس وقت تک فارسی کا غلبہ لوگوں کے دلوں میں قائم تھا جو اردو صحافت کے ارتقاء میں سدراہ بنا۔ یہی وجہ ہے کہ ابتداء میں اس کا ارتقاء بہت سست رفتاری سے ہوا۔ گو کہ اس وقت تک اردو نثر نے فورٹ ولیم کالج کی وساطت سے، ترقی کی ابتدائی منزلیں طے کر لی تھیں۔ پھر بھی بڑے شاعر اور ادیب اپنا مافی الضمیر ادا کرنے کے لئے فارسی زبان کو ہی ترجیح دیتے تھے۔ یہاں تک کہ خط و کتابت میں بھی فارسی ہی ہر دل عزیز تھی۔ اس کا ثبوت یہ ہے کہ اردو اخبارات میں بھی اکثر خطوط فارسی میں چھپتے تھے۔ محمد عتیق صدیقی لکھتے ہیں:

”اس وقت تک اردو میں وہ وسعت و گہرائی نہیں پیدا ہوئی تھی

کہ اردو میں اخبار نکلنے کے بعد مقبول بھی ہوتے“¹

فورٹ ولیم کالج کی تصنیفات اور کالج سے باہر کی اردو نثر عوام میں مقبولیت حاصل کر رہی تھی اس کے پیش نظر عتیق صاحب کی رائے سے اتفاق ذرا مشکل ہے۔ مگر اتنی بات ضرور ہے کہ فارسی زبان اس وقت تک سرکاری زبان تھی اور کمپنی کے دفتری کام کاج بھی فارسی ہی میں ہوتے تھے مزید یہ کہ فارسی دانی علم کا معیار تھی پھر اس کے وسیع ادب نے بھی لوگوں کو مرعوب کر رکھا تھا لہذا اردو ادب کی طرح اردو صحافت کو بھی اس کا سایہ پوری طرح پنپنے نہیں دے رہا تھا۔ لہذا

1 محمد عتیق صدیقی، ہندوستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 263.

اردو جام جہاں نما کے اڈیٹر نے لکھا ہے کہ

”قدر شناس جن کی لطف گستری سے اس کاغذ نے رونق پائی
اردو عبارت سے ذوق نہیں رکھتے اور اہل ہند (اردو) جنھوں کی زبان
ہے وہ فارسی تحریر چاہتے ہیں“¹

اس کا مزید ثبوت اس بات سے بھی ملتا ہے کہ اردو جام جہاں نما میں 15 مئی
1822ء سے فارسی کا ایک کالم شروع کیا گیا تو وہ اتنا مقبول ہوا کہ جام جہاں نما اردو کے
 بجائے فارسی ہی میں نکلنے لگا۔ نادر علی خاں اردو صحافت کی تاریخ میں لکھتے ہیں:

”ابتدا جام جہاں نما صرف اردو میں ہی شائع ہوتا تھا اور
بقول جان بل اخبار مذکورہ میں مالک و مدیر اور طابع کے اسمائے گرامی
درج نہیں ہوتے تھے۔ حتیٰ کہ شمارہ نمبر کا بھی اہتمام نہیں تھا۔ آٹھویں
شمارے (مورخہ 15 مئی 1822ء بروز بدھ) سے فارسی کا ایک کالم
شروع کیا گیا جو اس درجہ مقبول ہوا کہ دو شماروں کے بعد اخبار اردو کے
بجائے فارسی ہی میں شائع ہونے لگا اور اسی اشاعت کے ساتھ شمارہ نمبر کا
بھی اضافہ ہو گیا۔ اس طرح گویا 29 مئی 1822ء سے فارسی کے دور
کا آغاز ہوا“²

گو کہ منشی سدا سکھ لال نے ایک سال بعد اس کا احیا کیا مگر کبھی کبھی یہ بند بھی
ہو جاتا تھا۔ اور اس کے بعد 1837ء تک کوئی دوسرا اردو اخبار نظر نہیں آتا۔
ایسٹ انڈیا کمپنی نے اپنی برتری کو مزید تقویت پہنچانے اور مغل دربار کی حیثیت
پر ایک اور کاری ضرب لگانے کی غرض سے 1830ء میں فارسی کی سرکاری زبان کی حیثیت
کو ختم کر کے اردو کو سرکاری زبان بنا دیا۔ اس سے انگریزوں کو سیاسی فائدہ پہنچا یا نہیں البتہ

1. بحوالہ محمد عتیق صدیقی، ص 263، جام جہاں نما (اردو) مورخہ 22 جنوری، 1828.

2. نادر علی خاں، اردو صحافت کی تاریخ، ایجوکیشنل بک ہاؤس، علی گڑھ، 1987ء، ص 36.

اردو زبان کو اس سے بہر صورت فائدہ ہوا۔ اور اس کی نشوونما پر خوشگوار اثر پڑا۔ اردو کی تدریس و تعلیم بڑھ گئی۔ عدالتوں اور دفاتروں میں اردو میں کام ہونے لگا، اردو اخبارات کی تعداد میں تیزی سے اضافہ ہوا۔

اردو صحافت کو انگریزی صحافت سے کچھ صحت مندر روایات ورثے میں ملیں اور اس نے اسی کا اثر قبول کیا۔ اس کا ایک واضح ثبوت یہ ہے کہ ابتداء سے ہی انگریزی صحافت کی طرح اس کے مخاطب بھی عوام تھے۔ ان کی ہی دل چسپی کو اس نے اولین اہمیت دی اسی کی مناسبت سے زبان استعمال کی اور اسی طرح کا انداز بیان اختیار کیا۔ مزید یہ کہ اس وقت کے زیادہ تر اردو اخبارات نے سرکاری گزٹ یا نیوز لیٹر بننے کے بجائے ابتداء میں ہی اپنا الگ تشخص قائم کیا۔

ابتداء میں اردو اخبارات ہفت روزہ یا سہ روزہ تھے۔ ان میں الگ سے ادارہ بھی نہیں ہوتا تھا۔ البتہ کبھی کبھی کسی خبر کے ساتھ دو تین سطروں کا تبصرہ درج کر دیا جاتا تھا۔ وافر سرمایہ نہ ہونے کی وجہ سے ان کی تعداد اشاعت بھی محدود ہوتی تھی۔ یہ شروع میں خبریں عموماً دو ذرائع سے حاصل کرتے تھے۔ ایک تو انگریزی اخبارات سے دوسرے دیسی ریاستوں کے قلمی اخبارات سے۔ اس وقت کی خبروں میں آج کی طرح سرخیاں بھی نہیں ہوتی تھیں۔

دہلی اردو اخبار: دیسی مطبوعہ صحافت کے تحت اردو کے پہلے اخبار ”جام جہاں نما“ کا ذکر کیا جا چکا ہے۔ اردو کا دوسرا اخبار ”دہلی اخبار“ ہے۔ محمد حسین آزاد اور کئی دوسرے لوگوں نے اسے اردو کا پہلا اخبار بتایا ہے مگر بعد کی تحقیق سے ثابت ہوا کہ یہ اردو کا نہیں بلکہ دہلی اور شمالی ہند کا پہلا مطبوعہ اخبار ہے۔ اس کا اجراء 1837ء میں ہوا اور اسے جاری کرنے والے محمد حسین آزاد کے والد مولوی محمد باقر تھے۔ 13 مئی 1840ء تک اس کا نام ”دہلی اخبار“ رہا پھر 10 مئی 1840ء سے اس کا نام ”دہلی اردو اخبار“ ہو گیا۔ نام کی تبدیلی کی کوئی وجہ معلوم نہیں ہوتی جام جہاں نما کی طرح یہ بھی ہفت روزہ تھا اور آخر تک ہفت روزہ ہی رہا۔

اس اخبار کی قسمت میں آخری دنوں میں نام کی ایک اور تبدیلی لکھی ہوئی تھی۔

لہذا 12 جولائی 1857ء کو اس کا نام بدل کر ”اخبار الظفر“ رکھ دیا گیا۔ تبدیل کی وجہ یہ بتائی گئی تھی کہ بہادر شاہ ظفر نے اپنے نام کی مناسبت سے ”اس اخبار کا (نام) ازراہ کمال رافت و ظرافت کے اخبار الظفر بہ دستخط خاص مرحمت“ کیا تھا¹ اس نام سے یہ اخبار 13 ستمبر 1857ء تک نکلتا رہا۔ اس کا آئندہ شمارہ 20 ستمبر کو نکلتا تھا مگر اس کے پہلے ہی دہلی کی دنیا بدل گئی اور اخبار بند ہو گیا۔

مولوی محمد باقر کے والد مولانا اکبر دہلی کے نامی گرامی مجتہد تھے اور ان کے گھر میں دینی مدرسہ چلتا تھا۔ لیکن انھوں نے اپنے بیٹے کو دینی تعلیم کے ساتھ ساتھ جدید تعلیم بھی دلوائی تھی۔ لہذا مولوی محمد باقر نے ابتداء میں تحصیل داری کے عہدے پر کام شروع کیا۔ کچھ عرصے کے بعد والد کی خواہش کا احترام کرتے ہوئے ملازمت ترک کر کے گھر کے مدرسے میں درس و تدریس شروع کر دی۔ 1836ء میں پریس کو آزادی ملی تو انھوں نے ”دہلی اخبار“ نکالنا شروع کیا۔ اٹھارہ سو ستاون کی جنگ آزادی کے دوران انھیں انگریزوں نے گولی مار کر ہلاک کر دیا۔ وہ جنگ آزادی کے پہلے شہید صحافی تسلیم کیے جاتے ہیں۔

مولوی محمد باقر کی شہادت کے سلسلے میں آغا محمد باقر اپنے ایک مقالے میں لکھتے ہیں:

”جب دہلی میں غدر پڑا مولانا (محمد حسین آزاد) کی عمر کوئی تیس برس کی تھی۔ دہلی کالج کے پرنسپل مسٹر ٹیلر ان کے والد کے گھرے دوست تھے۔ وہ کالج کے کچھ کاغذات لے کر مولانا کے گھر آگئے اور کئی دن چھپے رہے۔ آخر باغیوں کو پتہ چل گیا کہ مسٹر ٹیلر مولانا کے یہاں روپوش ہیں۔ دروازے کے سامنے بہت سے شورہ پشت جمع ہو گئے اور شور مچایا کہ ٹیلر کو ہمارے حوالے کر دو۔ سمجھانے بھجانے سے یہ لوگ تو چلے

1. محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 396.

گئے مگر مسٹر ٹیلر اپنے کو غیر محفوظ سمجھنے لگے۔ دوسرے دن علی الصبح وہ اپنے ضروری کاغذات مولانا باقر کے حوالے کر کے گھر سے نکلے کہ کشمیری دروازے سے باہر نکل جائیں اور انگریزی فوج سے جا ملیں۔ لیکن باغی ان کی تاک میں تھے۔ انہوں نے نکلتے ہی بھانپ لیا۔ وہ بھاگ کر مولانا باقر کی مسجد میں گھس گئے۔ انہوں نے وہاں سے بھی گھسیٹ نکالا۔ اور پاؤں میں رسی باندھ کر گلیوں میں گھسیٹتے پھرے یہاں تک کہ وہ ہلاک ہو گیا۔

دہلی پر انگریزوں کا قبضہ ہو گیا تو مولانا محمد باقر مسٹر ٹیلر کی ہدایت کے بموجب ان کے کاغذات لے کر انگریز حاکم کے پاس پہنچے وہ کاغذات دیکھتے ہی آگ بگولہ ہو گیا اور پوچھا مسٹر ٹیلر کہاں ہیں؟ انہوں نے جواب دیا۔ انہیں لوگوں نے مار دیا۔ اس نے حکم دیا، انہیں گرفتار کر لو اور گھر لوٹ کر ضبط کر لو۔ ادھر مولانا گرفتار ہوئے ادھر کامیاب سپاہی گھر میں گھس آئے گھر میں بائیس نیم جاں تھے۔ سنگین دکھا کر انہیں گھر سے نکال دیا۔ اور تمام املاک بحق سرکار ضبط ہو گئی..... دو چار روز بعد معلوم ہوا کہ انہیں گولی مار دی گئی“ 1

اس وقت کے دوسرے اردو اخبارات کی طرح اس میں بھی ادارہ نہیں ہوتا تھا۔ لیکن خبروں کے ساتھ دیئے گئے تبصروں میں انگریزوں کی خویش پروری، پولس کی نااہلی اور دیگر سرکاری محکموں کی بد عملی پر تنقید ہوتی تھی۔ اس طرح کہا جاسکتا ہے کہ اس اخبار نے 1857ء کی جنگ آزادی کی فضا تیار کی۔ امداد صابری نے ”تاریخ صحافت اردو جلد اول میں صفحہ 121 سے 221 تک ”دہلی اردو اخبار کے جو اقتباسات پیش کئے ہیں۔ ان سے بھی اس پر بخوبی روشنی پڑتی ہے۔

1. آغا محمد باقر، محمد حسین آزاد (مقالہ)، نقوش، شخصیات نمبر، لاہور، 1955ء، ص 9.

گو کہ مولوی محمد باقر کی دوستی مسٹر ٹیلر سے تھی پھر بھی وہ انگریزوں کے مخالف اور جنگِ آزادی کے حامی تھے۔ مولوی عبدالحق نے ”مرحوم دلی کالج“ میں اور منشی ذکاؤ اللہ نے ”تاریخ عروج سلطنت انگلیشیہ“ میں ٹیلر کو مولوی محمد باقر کا دوست کہا ہے۔ مگر مولانا امداد صابری لکھتے ہیں کہ ٹیلر دہلی میں عیسائیت کی تبلیغ کا سب سے بڑا محرک تھا اور مولوی محمد باقر عیسائیت کے خلاف اپنے اخبار میں لکھتے رہتے تھے۔ جس سے ٹیلر مولوی محمد باقر سے شنا کی رہتا تھا¹ جس سے نتیجہ نکالا جاسکتا ہے کہ مولوی محمد باقر کی ٹیلر سے معمولی جان پہچان اور رسمی سامنا جلنا رہا ہوگا۔

1857ء سے پہلے نکلنے والے اخبارات میں مولوی محمد باقر کا یہ اخبار سب سے بہتر، بااثر اور دلیر اخبار تھا۔ اس اخبار کو دیکھ کر اندازہ ہوتا ہے کہ انھیں صحافت سے فطری لگاؤ تھا۔ مولوی محمد باقر نے اپنے اخبار کو اس نہج پر ڈھالا جس میں جدید صحافت کا سلیقہ تھا۔ مثلاً انھوں نے ہر کالم میں عنوان یا مواد کی دل چسپی پیدا کی۔ خبروں پر خصوصی توجہ دی۔ دہلی کے حالات کو دو عنوان کے تحت لاتے تھے۔ مغلیہ دربار سے متعلق خبروں کے لئے ”حضور والا“ کا عنوان اور کمپنی سے متعلق خبروں کے لئے ”صاحب کلاں بہادر“ کا عنوان اختراع کر رکھا تھا۔ وہ دہلی کی ادبی اور سماجی خبریں اتنے دل چسپ طریقے سے پیش کرتے تھے کہ دوسرے اخبارات انھیں نقل کرتے تھے۔ گو کہ ان کا یہ اخبار ہفت روزہ تھا۔ مگر خبروں کے لحاظ سے اس میں روزنامے کی خصوصیات پائی جاتی تھیں۔

سید الاخبار: محمد عتیق صدیقی، سید الاخبار کو دہلی کا دوسرا اردو اخبار گردانتے ہیں۔ انہوں نے اس بات کا بھی ذکر کیا ہے کہ نہ جانے کیسے مارگریٹا بارس کو یہ غلط فہمی ہو گئی تھی کہ یہ اردو کا پہلا اخبار ہے۔²

بہر حال دہلی کے اس دوسرے اردو اخبار کو نکالنے والے سر سید احمد خاں کے

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، دہلی، 1953ء، ص 19-215.

2. محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو (ہند)، علی گڑھ، 1957ء، ص 277.

بڑے بھائی سید محمد خاں تھے۔ امداد صابری کے مطابق یہ ہفت روزہ 1837ء سے نکلنا شروع ہوا¹۔ سید محمد خاں چونکہ سرکاری ملازم تھے اس لئے اس کے ایڈیٹر مولوی عبدالغفور تھے۔ یہ اخبار اس وقت نکلنا شروع ہوا جب سرسید کی عمر 17-18 سال تھی۔ یہ اخبار 1848ء تک جاری رہا۔ سید محمد خاں کا انتقال 1846ء میں ہو گیا۔ ان کے انتقال کے بعد سرسید احمد خاں نے اخبار کی ساری ذمہ داریاں سنبھال لیں۔ حالانکہ وہ پہلے بھی اس میں دل چسپی لیتے اور مضامین لکھتے تھے۔ مولانا حالی حیات جاوید میں رقم طراز ہیں:

”سرسید ابتداء سے نہایت فراخ حوصلہ اور کشادہ دل تھے۔ خرچ کی تنگی سے اکثر منقبض رہتے۔ لہذا ان کو یہ خیال ہوا کہ کسی تدبیر سے تنگی رفع ہو۔ سید الاخبار جوان کے بھائی کا جاری کیا ہوا اخبار تھا۔ کچھ تو اس کو ترقی دینی چاہی اور کچھ عمارات دہلی کے حالات جمع کر کے ایک کتاب کی صورت میں شائع کرنے کا ارادہ کیا۔ سید الاخبار کا اہتمام اگرچہ برائے نام ایک اور شخص کے سپرد کر رکھا تھا۔ مگر زیادہ تر سرسید خود اس میں مضامین لکھا کرتے تھے۔ لیکن یہ اخبار ایک مدت جاری رہ کر بند ہو گیا“²

1857ء کے اخبارات میں، سید الاخبار سے مرزا غالب کے خصوصی تعلقات تھے۔ غالب سے سرسید کے تعلقات اس کا جواز پیدا کر دیتے ہیں۔، مرزا غالب اپنے ایک خط میں جو میجر جان کوب کے نام ہے اس کا حوالہ بھی دیتے ہیں³۔

صادق الاخبار: اس زمانے میں دہلی سے نکلنے والا ”صادق الاخبار“ بھی

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، دہلی، 1953ء، ص 222.

2. محمد الطاف حسین حالی، حیات جاوید، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1990ء، ص 65.

3. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، دہلی، 1953ء، ص 222.

نہایت جری اور بے باک اخبار تھا۔ مگر مشکل یہ ہے کہ اس نام کے کئی اخبار دہلی سے نکلے۔ جن کے اجراء کی مدت اور اڈیٹر مختلف ہیں۔ ان میں سے ایک یا دو صادق الاخبار کا ذکر 1857ء کی جنگ آزادی کے سلسلے میں بھی بار بار آتا ہے۔ جن میں اس وقت حقیقی واقعات شائع ہوتے تھے۔ اس میں سے ایک اخبار کو بہادر شاہ ظفر کے مقدمے میں ثبوت کے لئے بھی پیش کیا گیا تھا۔ مگر وہ کون سا صادق الاخبار ہے اس میں اختلاف ہے۔

کوہ نور: 1857ء سے پہلے اردو اخباروں میں کوہ نور کافی اہمیت کا حامل ہے۔ اسے 1850ء میں منشی ہر سکھ رائے نے لاہور سے جاری کیا، گو کہ یہ بلا لحاظ مذہب و ملت ہندو، مسلمان اور عیسائی اڈیٹروں کے ہاتھ میں رہا، پھر بھی یہ انگریزوں کا خوشامدی اخبار تھا اسی لئے اسے انگریزوں اور رجاؤں کی سرپرستی حاصل تھی نتیجتاً اس نے لمبی عمر پائی۔ ویسے تو یہ ہفت روزہ تھا مگر جلد ہی یہ ہفتے میں دو بار پھر تین بار شائع ہونے لگا۔ اجراء کے ابتدائی سال میں ہی اس کی تعداد 227 کاپیوں تک پہنچ گئی جو اس زمانے کے لحاظ سے ایک بڑی تعداد تھی۔ اس نے 1857ء کی جنگ آزادی میں انگریزوں کی طرف داری تو کی، لیکن ہنگامہ ختم ہو جانے کے بعد انگریزوں کی معاندانہ کاروائیوں جیسے مجاہدین آزادی کی پکڑ دھکڑ، املاک کی ضبطی، مکانوں کے انہدام، مقدمات اور سزاؤں کی خبریں بڑی تفصیل سے شائع کرتا تھا۔ جس سے یہ تو ہوا کہ لوگ اس وقت کے کوائف سے باخبر ہوئے۔ 1۔

1857ء سے پہلے کچھ ایسے جرائد بھی شائع ہونا شروع ہو گئے تھے۔ جن کا

مقصد خبروں کی ترسیل سے زیادہ جدید مغربی نظریات کو پھیلانا سائنسی انکشافات سے واقف کرانا نیز سائنسی نقطہ نظر پیدا کرنا تھا۔ ان میں سے کچھ تو خالص علمی و ادبی تھے۔

خیر خواہ ہند: ایسے ہی رسائل کی ایک کڑی خیر خواہ ہند ہے۔ جو 1857ء میں مرزا پور سے شائع ہوا۔ امداد صابری لکھتے ہیں ”اختر شہنشاہی کا مولف اس کا سنہ اجراء

اگست 1846ء لکھتا ہے۔ جو صحیح نہیں ہے۔ دتاسی نے اپنے خطبہ مورخہ 5 مئی 1859ء میں 1837ء تحریر کیا ہے¹ یہ ٹائپ میں چھاپا جاتا تھا اور اس کے اڈیٹر ایک عیسائی پادری آر.سی. ماتھرتھے یہ کل بارہ صفحات پر مشتمل ہوتا تھا۔ اس کی اہمیت اس لئے ہے کہ یہ اردو کا پہلا رسالہ ہے۔ اس کے بارے میں محمد عتیق صدیقی لکھتے ہیں:

”قاضی عبدالغفار کا خیال تھا کہ ”خیر خواہ ہند“ اردو کا پہلا اخبار تھا۔ یہ اخبار نہیں بلکہ رسالہ تھا۔ اب تک اردو میں جو اخبار شائع ہوتے تھے۔ خیر خواہ ہند ان سے بالکل مختلف تھا۔ اس میں خبریں نہیں بلکہ مضامین ہوتے تھے“²

اس کی کچھ فائلیں انڈیا آفس لائبریری میں محفوظ ہیں۔ یہ رسالہ فارسی اور لاطینی میں بھی چھپتا تھا۔ چونکہ اسے عیسائی پادری نکالتے تھے لہذا 1857ء کی جنگ آزادی میں اس کا دفتر وغیرہ لوٹ کر تہس نہس کر دیا گیا۔ دوبارہ انگریزوں کی حکومت قائم ہوئی تو 1861ء سے پھر نکلنا شروع ہوا۔ گوکہ اس کا مقصد عیسائیت کی تبلیغ تھا مگر اس میں بھاپ کی کلوں، دخانی جہازوں، انگلستان کی آہنی سڑکوں اور جدید چھاپے خانوں وغیرہ پر بھی مضامین ہوتے تھے۔ اس کی اہمیت کا اندازہ امداد صابری کے اس قول سے ہوتا ہے:

”لیتھو مشینوں کے مضمون کا اقتباس نقل کیا جاتا ہے۔ اس سے اندازہ لگائیے کہ خیر خواہ ہند میں کس قدر مفید معلوماتی اور تاریخی مضامین شائع ہوتے تھے۔ خیر خواہ ہند کی غرض اپنی قوم اور ملک کا پروپیگنڈہ ہی کیوں نہ ہو“³

قرآن السعدین: اسی طرح دہلی کالج کے پرنسپل اسپرنگر نے 1845ء

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، دہلی، 1953ء، ص 226.

2. محمد عتیق صدیقی، ہندوستانی اخباری نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو ہند، علی گڑھ، 1957ء، ص 279.

3. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، دہلی، 1953ء، ص 228.

میں ایک ہفت روزہ ”قرآن السعدین“ کے نام سے جاری کیا۔ اس کے بارے میں گارساں دتاسی نے لکھا ہے کہ

”یہ ایک باتصویر اخبار ہے جس میں سائنس، ادب اور سیاست

سے بحث ہوتی ہے۔..... اس کا مقصد اپنے ہم وطنوں میں مغربی

خیالات کی اشاعت ہے۔ ہفتے میں ایک بار شائع ہوتا ہے“¹

اس رسالے میں خبروں کے ساتھ ساتھ مضامین اور شاعری بھی شائع ہوتی

تھی۔ کالج کی خبروں کو زیادہ اہمیت دی جاتی تھی۔

فوائد الناظرین: فوائد الناظرین ایک ہفت روزہ اخبار تھا جسے 1845ء میں

ماسٹر رام چندر نے شائع کیا۔ جو دلی کالج کے استاد اور وہیں کے تربیت یافتہ تھے۔ یہ ایک

باتصویر علمی و تاریخی رسالہ تھا۔ ابتداء میں اس کی ضخامت چار صفحے تھی لہذا خبروں کی گنجائش کم

ہوا کرتی تھی۔ اڈیٹر کو اس طرف متوجہ کیا گیا تو 1847ء میں انھوں نے اس کی ضخامت بڑھا

کر آٹھ صفحے کر دی اور اس میں خبروں کا بھی اضافہ کر دیا۔

ماسٹر رام چندر کا دوسرا علمی و ادبی رسالہ ”محب ہند“ تھا جو 1847ء سے جاری

ہوا۔ یہ ایک ماہانہ تھا۔ جس کی ضخامت شروع میں پچاس صفحات تھی کچھ دنوں بعد چھپن 56

صفحات ہو گئی۔ محب ہند کا پہلا نمبر ”خیر خواہ ہند“ کے نام سے نکلا۔ دوسرے نمبر سے اس کا

نام بدل کر محب ہند کر دیا گیا۔ نام میں تبدیلی کی وجہ یہ تھی کہ ”خیر خواہ ہند“ کے نام سے ایک

رسالہ مرزا پور سے نکلتا تھا جس کا اوپر ذکر کیا گیا۔ مگر ماسٹر رام چندر کو اس کا علم نہ تھا۔ علم ہوا تو

انھوں نے اس کا نام بدل دیا۔²

ان دونوں جرائد کو جاری کرنے کا مقصد، ان پڑھے لکھے لوگوں کو جدید فلسفہ و علوم

سے واقف کرانا تھا۔ جو ہر نئی چیز سے بے نیاز رہنا چاہتے تھے۔ ان

میں سوانح، تاریخ، جغرافیہ، ریاضی اور طبیعیات پر مضامین شائع ہوتے تھے۔ سرسید کی

1. گارساں دتاسی، خطبات گارساں دتاسی (اردو ترجمہ)، اورنگ آباد، انجمن ترقی اردو، 1935ء، ص 31.

2. محمد عتیق صدیقی، ہندستانی اخبار نویسی کمپنی کے عہد میں، انجمن ترقی اردو ہند، علی گڑھ، 1957ء، ص 345.

سائنٹفک سوسائٹی سے پہلے کی گئی جدید علوم کی ترویج کی یہ کوشش قابل داد ہے۔ ان رسائل سے اردو زبان و ادب کو بھی بے حد فروغ ملا۔ اس میں نئے مضامین نئے خیالات اور نئی اصطلاحات و الفاظ شامل ہوئے۔ البتہ 1848ء کی سرکاری رپورٹ سے یہ واضح ہوتا ہے کہ دلی کالج کے زیادہ تر متوسلین کمپنی کے آلہ کار تھے اور کمپنی کے اعلا حکام کی مرضی کے خلاف ایک لفظ بھی نہیں لکھ سکتے تھے۔ لہذا رپورٹ میں ایک جگہ درج ہے:

”طباعت کے بعد قرآن السعدین کی ایک کاپی مقامی کمیٹی

کے ممبر جے. پی. گیوبنس (J.P. GUBBINS) اور فوائد الناظرین

اور محبت ہند کی ایک کاپی مقامی کمیٹی کے عارضی سکریٹری مسٹر ٹیلر کو

بھیجی جائے گی۔ یہ حضرات اس کا بغور مطالعہ کریں گے“¹

نادر علی خاں ایک جگہ رقم طراز ہیں:

”مغربی علوم فنون کو عام کرنے صحیح علمی ذوق پیدا کرنے حاکم

و محکوم کے رشتے کو استوار کرنے اور معلومات عامہ کے دائرے کو وسیع

کرنے کے لئے اخبارات نے غیر معمولی خدمات انجام دیں لیکن

انیسویں صدی کے اوائل ہی سے سرکار کمپنی بہادر کا رویہ معاندانہ رہا اور

ایسی اذیت انگیز اور جارحانہ حکمت عملی اختیار کی گئی۔ جس کے باعث علوم

کی اشاعت محدود ہو کر رہ گئی“²

1822ء سے 1857ء کے درمیان ان کے علاوہ اور بھی بہت سے اخبارات

نکلنے اور بند ہوتے رہے۔ ان کی تفصیل یہاں اتنی اہم نہیں ہے، البتہ اہم یہ ہے کہ ان

اخباروں نے اردو صحافت کو جس روش پر ڈالا تھا۔ اس میں تابنا کی 1857ء کے بعد پیدا

ہوئی۔ مزید یہ کہ ان اخبارات نے 1857ء کی جنگ آزادی میں بہت اہم رول ادا کیا۔

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد اول، دہلی، 1953ء، ص 249.

2. نادر علی خاں، اردو صحافت کی تاریخ، ایجوکیشنل بک ہاؤس، علی گڑھ، 1987ء، ص 65-64.

انہوں نے انگریزوں کے ظلم و زیادتیوں کی خبروں کے ساتھ ساتھ ہندستانی عوام کے سامنے برطانوی حکومت کی صحیح تصویر بھی پیش کی جس سے ان کے جذبہ آزادی کو مزید تقویت ملی۔

ہندستانی اخبار نویسی کا جائزہ لیا جائے تو اندازہ ہوگا کہ اس کا مزاج ابتداء سے ہی باغیانہ تھا ابتداء میں جو اخبارات نکلے وہ سیدھے سادھے اصلاحی یا علمی و ادبی اخبارات و رسائل ہوا کرتے تھے مگر ان کی خبروں اور مضامین میں غم و غصے کی زیریں لہریں پائی جاتی تھیں 1857ء کی جنگ آزادی میں ناکامی اور انگریزوں کے معاندانہ و پر تشدد رویے نے غم و غصے کی زیریں لہر کو اور تیز کر دیا۔ لہذا اردو صحافیوں نے اس نازک دور میں اپنی ذمہ داریوں کو سمجھتے ہوئے بڑی حکمت عملی کے ساتھ مختلف انداز میں ہندستانیوں کی آواز کو ابھارنے کی جدوجہد کا آغاز کیا۔ چنانچہ رفتہ رفتہ انیسویں صدی کے اختتام تک ہندستانیوں میں آزادی کا جذبہ بھرپور اور منظم طریقے سے ابھرا۔

1858ء سے 1900ء کے عرصے میں جو اہم اخبارات نکلے ان کا یہاں جائزہ

لیا جا رہا ہے۔

1858ء میں اردو کا پہلا روزنامہ ”اردو گانڈ“ کلکتہ سے نکلنا شروع ہوا۔ اسے

خان بہادر مولوی کریم الدین نکالتے تھے۔ یہ انگریزوں کا خوشامدی اخبار تھا سوائے اس کے کہ یہ اردو کا پہلا روزنامہ تھا اس کی کوئی ایسی خصوصیت نہیں جو بیان کی جائے۔ 1858ء میں دوسرا روزنامہ ”روزنامہ پنجاب“ لاہور سے شائع ہوا۔

اخبار سائنٹفک سوسائٹی: جیسا کہ اوپر ذکر کیا گیا سر سید احمد خاں نے

اپنی صحافتی زندگی کا آغاز ”سید الاخبار“ میں مضامین لکھ کر کیا۔ مگر اپنے بڑے بھائی کے انتقال کے بعد اس اخبار کی ادارتی ذمہ داریاں سنبھال کر انہوں نے اپنی عملی صحافت کی ابتداء بھی کر دی تھی۔ مگر یہ اخبار کچھ عرصے کے بعد بند ہو گیا۔ دوبارہ ان کی تعمیری صحافت کی ابتداء 1866ء میں سائنٹفک سوسائٹی کے ذریعے ایک ہفت روزے سے ہوئی۔ اس اخبار کے اردو ایڈیشن کا نام ”اخبار سائنٹفک سوسائٹی“ اور انگریزی ایڈیشن کا نام ”دی علی گڈھ انسٹی

ٹیوٹ گزٹ“ تھا۔ اس کے ایڈیٹر خود سر سید احمد خاں تھے۔ اردو صحافت کے ارتقا میں اس اخبار کی خدمات ناقابل فراموش ہیں۔ اس نے صحافت میں آزادی رائے، سنجیدگی اور صحت واقعات پر زور دیا۔ سر سید نے اپنے ایک خط میں راجہ جے کشن داس کو لندن سے لکھا:

”مجھ کو اس بات کے دریافت ہونے سے کہ حضور نواب

لفٹنٹ گورنر بہادر نے آپ کی سوسائٹی کی بڑی دست گیری کی ہے اور

صاحب ڈائرکٹر پبلک انٹرکشن بہادر اضلاع شمال و مغرب نے بھی بہت

بڑی اعانت اور پرورش فرمائی ہے، نہایت خوشی ہوئی اور خدا کا بہت بہت

شکر یہ کیا۔ مگر اے مائی ڈیر راجا اپنی سوسائٹی اور اخبار کی آزادی کو ہرگز

ہاتھ سے مت دنیا“¹

اس اخبار نے جدید تعلیم کو فروغ دینے میں نمایاں کردار ادا کیا۔ اس نے اردو زبان کو سلیبس سادہ اور عام فہم بنانے میں اہم رول ادا کیا۔ اس سے قبل اردو صحافت میں ادارے لکھنے کا رواج نہ کے برابر تھا۔ اخبار سائنٹفک سوسائٹی نے اسے عام کیا۔ اس کے ادارے چند ایک کو چھوڑ کر زیادہ تر سر سید نے خود لکھے۔ ان میں نہ تو ہنگامہ خیزی ملتی ہے نہ بیجا جوش و خروش۔ لیکن اس کی بڑی خوبی کسی بھی مسئلے پر قارئین کو دلائل سے مطمئن کرنا تھی۔ اس میں مسلم ممالک کے سیاسی نشیب و فراز پر کافی ادارے ملتے ہیں۔ 1877ء میں ترکی اور اس کی جنگ کی خبریں قارئین تک جلد پہنچانے کی غرض سے اسے ہفت روزہ سے روزہ کر دیا گیا۔

تہذیب الاخلاق: اس کے علاوہ سر سید نے 1879ء میں ایک اخبار (رسالہ)

تہذیب الاخلاق کے نام سے جاری کیا۔ انگریزی میں اس کا نام ”دی محمدن شوٹل ریفارم“

تھا۔ اردو میں یہ ہر ماہ تین بار شائع ہوتا تھا۔ یہ چھ سال تک جاری رہا۔

اس اخبار نے مسلمانوں کو فرسودہ روایات و خیالات اور بیچارہ رسم و رواج اندھی

تقلید ترک کرنے اور تعلیم نسواں و ہر قسم کے علوم و فنون سے استفادہ کرنے کی ترغیب دی۔

1. خلیق احمد نظامی، سر سید احمد خاں (ترجمہ اصغر عباس) پبلیکیشن ڈویژن نئی دہلی، 1971ء، ص 78.

سر سید احمد خاں نے اردو صحافت کو صداقت، بے خوفی اور بے غرضی کی اعلیٰ روایات سے اس وقت روشناس کرایا جب وہ عہد طفولیت میں تھی۔ انہوں نے صحت مند صحافت کی، کبھی کسی پر کچھ نہیں اچھالا اور نہ ہی بیجا تنقید کی۔ سر سید نے اخبار کو محض خبروں کی ترسیل کا ذریعہ نہیں بنایا بلکہ اس سے معاشرے کی اصلاح کا کام بھی لیا۔

1874ء میں منشی نول کشور کا ہفت روزہ ”اودھ اخبار“ روزانہ ہو گیا اور بدلے ہوئے حالات میں ملک و قوم کی خدمت کرتا رہا۔ ان ہی دنوں لاہور سے اخبار عام نکلا۔ اس کی قیمت صرف ایک پیسہ تھی۔ جو اس زمانے کے لحاظ سے بھی بہت کم تھی۔ یہ ایک نہایت پر خبر اور معیاری اخبار تھا۔ لہذا عوام میں بے حد مقبول ہوا۔ اس سے بہتوں کو اخبار نویس کی تحریک ملی۔

اودھ پنچ: اودھ پنچ ایک ہفت روزہ تھا جو لکھنؤ سے 1877ء میں نکلنا شروع ہوا۔ اس کے مالک منشی سجاد حسین تھے وہ ایک حقیقی صحافی تھے انہوں نے خبروں کی تجارت نہیں کی بلکہ عوام کے حقوق کے لئے لڑتے اور جبر و ظلم کے خلاف آواز اٹھاتے رہے۔

یوں تو اودھ پنچ ایک مزاحیہ اخبار کے طور پر مشہور ہے مگر یہ بڑے بڑے سیاسی اور سوشل معرکے سر کرتا تھا۔ مزاحیہ ہوتے ہوئے بھی یہ عوام کا ترجمان تھا اور ابتداء سے ہی برطانوی حکام کی ملک و قوم دشمن حرکتوں کے خلاف اپنے مخصوص انداز میں لکھتا رہتا تھا۔ الحاق اودھ، انکم ٹیکس اور البرٹ بل کے متعلق آزادانہ تبصرے اور نکتہ چینی اس کی مثال ہے۔ اودھ پنچ نہ صرف برطانوی حکام کی چیرہ دستیوں کو بلا خوف بیان کرتا تھا بلکہ ہندوستانی ریاستوں کی بے راہ روی پر بھی بے باکانہ تبصرہ کرتا تھا۔ 6 ستمبر 1881ء کے شمارے میں مہاراجہ کشمیر کی بدعنوانیوں کا ذکر اس کا ثبوت ہے۔¹

اودھ پنچ کے مضامین کے عنوانات کا دائرہ لامحدود تھا۔ دنیا کا کوئی ایسا مسئلہ نہ تھا

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد سوم، دہلی، 1953ء، ص 80-90۔

جو اودھ پنج میں موجود نہ ہو۔ خصوصاً لکھنؤ کی طرز معاشرت کے پر مذاق اور دلکش مضامین سے اس کے صفحات بھرے ہوتے تھے۔ محرم، چہلم، عید، شبِ برات، ہولی، دیوالی، بسنت کے جلسے، عیش باغ کے میلے، شاعری، پتنگ بازی، بیئر بازی، مرغ بازی، الیکشن کے معرکے غرض کیا چیز تھی جو اس کی دسترس سے باہر تھی۔ پڑھا لکھا طبقہ اس سے اچھی طرح واقف ہے کہ اس میں چھوٹے چھوٹے چٹکوں اور لطیفوں کے ساتھ ساتھ صحت زبان کے متعلق اور شعراء کے کلام اصلاح و اعتراض کی جھڑپوں اور مباحثوں کا سلسلہ سالہا سال چلتا تھا۔

پیسہ اخبار: 1863ء میں ضلع گوجرانوالہ کے گاؤں بھروکی میں ایک بچے نے آنکھ کھولی جس کا نام محبوب عالم رکھا گیا۔ اس نے آگے چل کر اردو صحافت کو نئی جہتوں اور نئے رجحانات سے روشناس کرایا۔ اور اپنی سوجھ بوجھ سے صحافت کو خدمت خلق کے ساتھ ساتھ تجارت کا اچھا ذریعہ بھی بنایا۔

بچپن ہی میں والد کا سایہ سر سے اٹھ جانے کی وجہ سے محبوب عالم کی مالی حالت اچھی نہ تھی لہذا وہ اعلیٰ تعلیم حاصل نہ کر سکے البتہ پرائیویٹ طور پر منشی اور منشی عالم کے امتحانات میں پورے صوبے میں اول آئے۔ خلعت کے ساتھ وظیفہ بھی ملا۔ 1 شروع میں ان کی رغبت زراعت، باغبانی اور دیہی صنعت و حرفت کو فروغ دینے میں تھی۔ پھر بھی انھوں نے ادھر ادھر سے امداد لے کر اپنے آبائی وطن گوجرانوالہ میں حصول معاش کے لئے ایک چھاپہ خانہ ”خادم التعلیم“ کے نام سے قائم کیا۔ ایک سال کے اندر یعنی 1881ء میں ایک ماہ نامہ ”زمیندار“ جاری کیا۔ پرچے کی طباعت و اشاعت کا سارا کام خود ہی انجام دیتے تھے۔ اس کی فروخت کا کام ان کے بھائی منشی عبدالعزیز کے سپرد تھا۔ پریس اور ماہ نامے کے حوصلہ افزاء تجربے کے بعد اگلے ہی سال ہفت روزہ ”ہمت“ جاری کیا۔ کچھ ہی عرصے کے بعد ایک ہفتہ وار ”اسکول ماسٹر“ نکالا۔ 2

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد سوم، دہلی، 1953ء، ص 521.

2. ایضاً، ص 522.

محبوب عالم ”اخبار عام“ سے بہت متاثر تھے جس کی قیمت اس وقت ایک پیسہ ہوتی تھی۔ اسی سے تحریک لے کر 1887ء میں ہمت کو پیسہ اخبار میں تبدیل کر کے گوجرانوالہ سے شائع کیا اور اس کی قیمت ایک پیسہ رکھی جو اس وقت کے دوسرے اخبار کے مقابلے میں بہت کم تھی۔

چھاپے خانے سے کچھ سرمایہ اکٹھا ہوا تو منشی محبوب عالم ”پیسہ اخبار“ کو مزید وسعت دینے کے خیال سے 1889ء میں گوجرانوالہ سے لاہور منتقل ہو گئے۔ جہاں انھوں نے 1897ء سے اس اخبار کے ہفت روزہ ایڈیشن کے علاوہ روزانہ ایڈیشن بھی نکالے لیکن 1899ء میں روزانہ ایڈیشن بند ہو گیا۔ منشی محبوب عالم سفر یورپ سے واپس آئے تو انھوں نے 1904ء میں روزانہ ایڈیشن پھر شروع کیا۔ امداد صابری لکھتے ہیں:

”1997ء میں جب پہلے روزانہ اخبار کیا تھا (جاری) اس

وقت اس کے آٹھ صفحے تھے۔ مگر اس بار اس کا سائز دگنا کر دیا گیا۔ جس

سے نہ صرف اخبار ہی مقبول ہوا بلکہ یہ سائز ایسا پسند کیا گیا کہ اس کے بعد

جس قدر روزانہ اخبار اردو کے جاری ہوتے وہ اسی اخبار کی تقطیع پر چھپتے

تھے اور کئی ہفتہ وار اخباروں نے بھی یہی تقطیع کر دی تھی“۔¹

انھوں نے اسی پراکتفا نہیں کی بلکہ اخبارات کا ایک سلسلہ شروع کر دیا۔ جس میں خواتین کے لئے ”شریف بی بی“ اور زراعت و کاشت کاری کے فروغ کے لئے ”باغبان“، طلبہ کے لئے ”کلید امتحان“، بچوں کے لئے ماہانہ ”بچوں کا اخبار“ اور انگریزی خواں حضرات کے لئے ”دی سن“ (THE SUN) کے نام سے انگریزی اخبار نکالا۔ ان کے ہر اخبار و رسائل نے اپنے اپنے میدان میں قبولیت حاصل کی۔ اس کی وجہ یہ تھی کہ انھوں نے مالی معاملات کو کاروبار کی سطح پر پوری توجہ کے ساتھ برتا۔ عوام کی ضروریات اور مناسبت سے اپنے اخباروں میں، تحریریں شائع کیں، چنانچہ روزمرہ زندگی کے مسائل سے

متعلق ادارے اور مضامین کثرت سے شائع کئے۔ دوسرے معاصر اخبارات کے مقابلے میں اپنے اخبارات و رسائل کی قیمت کم رکھی۔ جس سے خریدار زیادہ بنے۔ اس سے تعداد اشاعت بڑھی تو اشتہارات میں اضافہ ہوا۔ 1

منشی محبوب عالم نے صحافت کے جدید رجحانات سے واقفیت حاصل کرنے اور اپنے اخبارات کو خوب سے خوب تر بنانے کے لئے یورپ کا جو دورہ کیا اس کے متعلق امداد صابری لکھتے ہیں:

”سر سید کے بعد یہ دوسرے صحافی تھے جنہوں نے یورپ کے اخباری تجربات سے واقفیت حاصل کر کے اردو اخبار نویسی کی لاج رکھی“۔ 2

منشی محبوب عالم نے یورپ کے جدید رجحانات کا جائزہ لیکر انہیں اپنی صحافت میں برتا۔ لندن کے ”ٹٹ بٹس“ (TIT BITS) کی طرز پر ”انتخاب لاجواب“ شائع کیا۔ وہ ایک فعال شخصیت اور نکتہ رس ذہن کے مالک تھے۔

اخبارات کے ناموں میں ضابطہ بندی کی ضرورت انہوں نے اس وقت محسوس کی تھی۔ یہ آج پریس رجسٹرار کے فرائض کا ایک اہم حصہ ہے۔ 3

پیسہ اخبار مجموعی طور پر ایک اعتدال پسند، سنسنی خیزی کا مخالف اور صلح کل کا حامی و موئد تھا۔ لیکن اس کے باوجود برطانوی حکومت کی زیادتیوں و چیرہ دستیوں سے صرف نظر نہیں کرتا تھا۔ لہذا اس کے ایک شمارے میں حکومت کی جانب سے نمک پر ناروائٹیکس عائد کرنے پر احتجاج ہوا۔

منشی محبوب عالم جدت پسند ذہن کے مالک تھے لہذا انہوں نے اپنے ذہن کی اچ سے پیسہ اخبار میں باقاعدگی سے ہفتہ وار ضمیمہ مناد کے نام سے کاروباری اشتہارات کے لئے جاری کیا۔ جو ان کی صحافت کے استحکام میں معاون ہوا۔ منشی محبوب عالم کو ادارتی

1- محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، ممتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 109۔

2- امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد سوم، دہلی، 1953ء، ص 523۔

3- انوردہلوی (مرتب) اردو صحافت، گرہنچن چندن، اردو کے نامور صحافی، دہلی اردو اکادمی، دہلی، ص 91۔

وانتظامی امور میں جو ملکہ حاصل تھا اس سے ان کے اخبار کو جو مقبولیت حاصل ہوئی اس کا تذکرہ محمد دین فوق اپنی کتاب ”اخبار نویسوں کے حالات“ میں اس طرح کرتے ہیں:

”آپ کے کاروبار کی وسعت اور کثرت دیکھ کر محکمہ ڈاک

نے 1900ء میں ”پیسہ اخبار پوسٹ آفس“ کے نام سے آپ کو ایک الگ

ڈاک خانہ دے دیا۔ جو نہایت ترقی اور رونق کے ساتھ قائم ہے۔ اور اس

زمانہ میں پہلی مثال تھی کہ ایک اردو اخبار کو یہ عزت نصیب ہوئی۔ کارخانہ

پیسہ اخبار کی فلک رفعت اور عالی شان عمارت اپنی نظیر آپ ہیں۔ پیسہ

اخبار کو ایک زمانہ میں بارہ دستی پریس بھی بمشکل چھاپ سکتے تھے۔ آپ

نے ولایت سے چھاپے کی مشینیں منگوائیں، اور اپنے پریس کو اسٹیم پریس

بنادیا۔ پیسہ اخبار انارکلی کے جس حصہ میں واقع ہے۔ اس کا نام اب

سرکاری طور پر ”پیسہ اخبار اسٹریٹ“ رکھا گیا۔ 1

پیسہ اخبار کی مقبولیت کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ 1897ء

میں ہفت روزہ کی اشاعت گیارہ ہزار اور روزانہ کی تین ہزار تھی۔ بقول امداد صابری یہ عزت

بیسویں صدی کی ابتداء تک کسی دوسرے ہفت روزے یا روزنامے کو نصیب نہیں ہوئی۔ 2

اس وقت تک کے اخبارات کے مقابلے میں اس نے عمر بھی زیادہ پائی یہ 1887ء سے

شروع ہو کر 1924ء تک جاری رہا۔ یعنی اس نے 28 سال کی عمر پائی۔ 3

منشی محبوب عالم ایک کامیاب صحافتی زندگی گزار کر اور صحافت کی دنیا میں اپنی

اختراعات و جدت طرازیوں کے بے بدل نقوش چھوڑ کر 1933ء میں اس دار فانی سے

کوچ کر گئے۔

بیسویں صدی ہندستان میں انقلاب لے کر آئی۔ کانگریس کے قیام اور اس دور

1. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 113۔

2. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد سوم، دہلی، 1953ء، ص 520۔

3. ایضاً، ص 506۔

کی علمی سرگرمیوں کی وجہ سے لوگوں میں سیاسی بیداری پیدا ہونی شروع ہوئی۔ مسلم لیگ کا قیام، تقسیم بنگال کی تجویز، کانپور کی مسجد اور چوری چورا کے واقعات، جلیاں والا باغ کی خون ریزی، سوراج، خلافت اور ترک مولات کی تحریکات، پھر عالمی سطح پر ایشیا اور افریقہ کے ملکوں کا مغربی ملکوں کے ذریعے تاخت و تاراج، ترکی کی سلطنت کی بتاہی کا آغاز اور پہلی جنگ کی وجہ سے لوگ زیادہ باخبر رہنے کی طرف راغب ہوئے اور ان کے اندر ملکی و غیر ملکی حالات سے واقف رہنے کی تڑپ پیدا ہوئی اور اخبار بنی کا شوق بڑھا، لہذا نئے نئے اخبارات نکلنے لگے اور خاص بات یہ ہوئی کہ انگریزوں کے خوشامدی اخبارات دب گئے، اور اردو صحافت شمشیر برہنہ ہو کر انگریزوں کے سامنے آگئی۔ ان دنوں اردو اخبارات کی تعداد اشاعت میں بھی اضافہ ہوا۔ اسی لئے اس دور کو اردو صحافت کا زریں دور کہا جاتا ہے۔

مولانا حسرت موہانی اور اردوئے معلیٰ:

سید فضل الحسن حسرت موہانی 1878ء کو اودھ کے ضلع موہان میں پیدا ہوئے۔ انھوں نے قرآن مجید اور اردو فارسی کی تعلیم میاں جی غلام علی موہانی سے حاصل کی۔ 1894ء میں مڈل، 1897ء میں میٹرک کے امتحانات امتیازی نمبروں سے پاس کئے۔ 1903ء میں علی گڑھ سے بی۔ اے کیا اور اسی وقت سے اس شہر کو اپنی سرگرمیوں کا مرکز بنایا۔

یوں تو اس وقت بہت سے اخبارات و رسائل شائع ہو رہے تھے پھر بھی ایسے اخبارات کی کمی تھی جو ہندوستانیوں کے سیاسی خیالات خاص طور سے آزادی سے متعلق جذبات شائع کرتے۔ اسی کمی کے پیش نظر مولانا حسرت موہانی نے 1 جولائی 1903ء کو علی گڑھ سے اپنا ماہنامہ ”اردوئے معلیٰ“ جاری کیا۔ اور اس شان سے جاری کیا کہ پہلے ہی شمارے میں مکمل آزادی کا مطالبہ کر دیا¹۔ اس وقت بڑے بڑے قومی رہنما ہندستان

1. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، 92.

میں موجود تھے۔ مگر حسرت سے پہلے کوئی جرات نہ کر سکا تھا۔ انہوں نے یہ انقلابی حوصلہ اس وقت دکھایا جب برطانوی حکومت آزادی لفظ تک سننا گوارا نہ کرتی تھی۔ بہر حال آگے چل کر اردوئے معلیٰ ایک ایسا رسالہ ثابت ہوا جس نے برطانوی حکمرانوں کی نیندیں حرام کر دیں۔ 1905ء میں حسرت موہانی آل انڈیا کانگریس میں شامل ہوئے۔ اس وقت سودیشی تحریک زروں پر تھی۔ انہوں نے اس کی پرزور تبلیغ شروع کر دی۔

1908ء میں اردوئے معلیٰ میں برطانوی حکومت کے خلاف ایک مضمون لکھنے کی پاداش میں مولانا حسرت موہانی کو دو سال قید با مشقت کی سزا ہوئی، مولانا سزا کی مدت پوری ہونے کے بعد رہا ہوئے تو ان کا حوصلہ اور بلند تھا لہذا انہوں نے 1910ء میں اردوئے معلیٰ دوبارہ جاری کیا۔ امداد صابری لکھتے ہیں:

”مولانا حسرت جیل سے رہا ہو کر آئے تو انہوں نے اردوئے معلیٰ کو دوبارہ جاری کرنے کا ارادہ کیا۔ ان کے چند مخصوص احباب نے ہمدردانہ طور پر صلاح و مشورہ دیا کہ ”اگر سیاسی مضامین ہوں تو مسلم لیگ کی مسلمہ پالیسی کے موافق ہوں۔ چند دوستوں نے جو زیادہ آزاد خیال تھے یہ رائے دی کہ اگر جمہور ہند کی ہم خیالی منظور ہو تو کانگریس کے نرم فریق کی روش اختیار کی جائے“ مولانا حسرت نے ان دوستوں کو یہ جواب دیا۔

”ہم پر ان تمام نیک نیت مشوروں اور مصلحت کوش صلاحوں کا شکریہ فرض ہے۔ لیکن مشکل یہ ہے کہ ہمارے خیال میں یقین یا عقیدہ عام اس سے کہ وہ مذہبی ہو یا سیاسی ایک ایسی چیز ہے کہ جس کو کسی خوف یا مصلحت کے خیال سے ترک یا تبدیل کر دینا اخلاقی گناہوں میں سے ایک بدترین گناہ ہے۔ جس کے ارتکاب کا کسی حریت پسند یا آزاد خیال اخبار نویس کے دل میں ارادہ بھی پیدا نہیں ہو سکتا“۔ 1

مولانا حسرت موہانی نے دوبارہ اردوئے معلیٰ جاری کیا تو سرمائے کی کمی کی وجہ سے اس کا حجم اور سائز اور اسی لحاظ سے چندہ کم کرنا پڑا۔ یہ وہ زمانہ تھا جب جنگ طرابلس جاری تھی مولانا نے اپنے رسالے میں اٹلی کے خلاف بائیکاٹ کا فتویٰ شائع کیا۔ لہذا برطانوی حکومت نے اپنی انتقامی کارروائی میں ان کے پریس کے لئے، جس سے اردوئے معلیٰ چھپتا تھا، اور جس کی کل کائنات ایک کاٹھ کی مشین اور تین پتھر تھے، تین ہزار روپے کی ضمانت طلب کر لی، ظاہر ہے کہ مولانا اتنی بڑی رقم ادا نہیں کر سکتے تھے لہذا پریس ضبط ہو گیا اور اردوئے معلیٰ 1913ء میں پھر بند ہو گیا۔ اس بار اردوئے معلیٰ کو شروع ہونے میں زیادہ وقفہ لگ گیا۔ شاید یہ مولانا کی عملی سیاست میں زیادہ مشغولیت کی وجہ سے ہوا ہو۔

اب عملی سیاست میں ان کے انہماک کا یہ عالم تھا کہ 1913ء کے قریب احرار تحریک شروع ہوئی، اس تحریک کے ممتاز رہنماؤں میں مولانا شوکت علی، مولانا محمد علی جوہر، مولانا ظفر علی خاں اور مولانا ابوالکلام آزاد تھے۔ اس میں مولانا حسرت موہانی نے اس جوش و خروش کے ساتھ حصہ لیا کہ رئیس الما احرار کہلائے۔ 1916ء میں اللت پور جیل میں اس لئے قید کر دیئے گئے کہ برطانوی حکومت انھیں تحریک آزادی کے صف اول کے رہنماؤں میں شمار کرتی تھی۔ مگر وہ آزادی کے ایسے جاں نثاروں میں سے تھے جس کے لئے قید و بند معمولی چیزیں تھیں۔ لہذا جیل سے رہا ہوئے تو ترک موالات کی تحریک میں کود پڑے چنانچہ 1922ء میں دو سال کے لئے پھر قید کر دیئے گئے۔ رہا ہونے کے بعد 1925ء میں اردوئے معلیٰ پھر شروع کیا۔ اور تمام نامساعد حالات کے باوجود اسے 1942ء تک جاری رکھا۔ 1

گو کہ اس رسالے کی ادبی حیثیت تھی لیکن اس میں اس سیاست کی مکمل عکاسی ہوتی تھی جس کا تعلق تحریک آزادی اور اس میں مسلمانوں کی شرکت سے تھا۔ انھوں نے اسی رسالے کے ذریعے مسلمانوں کو کانگریس میں شامل ہونے کی ترغیب دی (جب تک وہ

1. انوردہلوی (مرتب) اردو صحافت (مقالہ)، اردو کے نامور صحافی، گرینچن چندن، اردو اکادمی، دلی، 1987ء،

کاگریس کے حامی رہے) کانگریس کی پالیسیوں کی حمایت میں مقالات اور ادارتی نوٹ شائع کئے، اور سب سے بڑھ کر یہ کہ اس دور کے عظیم سیاسی مفکروں اور دانشوروں کے خیالات کی اپنے کالموں کے ذریعے نمائندگی اور تبلیغ کی۔ اردوئے معلیٰ کا ایک یہ بھی کارنامہ ہے کہ اس نے اپنے ہم عصر اخباروں میں بھی جدوجہد آزادی کا صور پھونکا چنانچہ ”زمیندار“ اور ”الہلال“ اسی روایت کے پروردہ تھے۔

مولانا حسرت موہانی 1905ء میں کانگریس میں شامل ہوئے مگر کانگریس کے بڑے لیڈروں سے انھیں کئی چیزوں میں اختلاف تھا۔ مثلاً گاندھی جی اور ان کے ہم نوا عدم تشدد کے حامی تھے۔ لیکن مولانا انگریزوں کی زیادتیوں کے جواب میں عدم تشدد، خودکشی کے مترادف سمجھتے تھے۔ اسی طرح کے اور بھی بہت سے اختلافات تھے لہذا وہ جلد کانگریس سے علاحدہ ہو گئے اور 1925ء میں مسلم لیگ میں شمولیت اختیار کی۔

1928ء میں لکھنؤ کی قیصر باغ کی بارہ درمی میں آل پارٹیز کانفرنس منعقد ہوئی جس کی قیادت مہاراجہ سر علی خاں، ڈاکٹر انصاری اور موتی لال نہرو کر رہے تھے۔ موتی لال نہرو کی رپورٹ میں ”ڈومینین اسٹیٹ“ کا نظریہ پیش کیا گیا۔ مولانا نے اس کی مخالفت کی اور آزادی کامل کا نظریہ پیش کیا، گو کہ ان کی تجویز منظور نہیں ہوئی پھر بھی وہ اپنے نظریے پر قائم رہے۔ 1

1937ء میں لکھنؤ میں آل انڈیا مسلم لیگ کا تاریخی اجلاس ہوا۔ محمد علی جناح اس کی صدارت کر رہے تھے۔ فضل الحق اور سکندر حیات بھی جلسے میں شریک تھے۔ مولانا حسرت موہانی نے مکمل آزادی کی تجویز پیش کی، اس وقت تک مسلم لیگ کا نظریہ بھی ڈومینین اسٹیٹ کا تھا مگر اس نے مولانا کی تجویز کو منظور کرتے ہوئے اپنا نصب العین آزادی قرار دیا۔ 2

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد سوم، دہلی، 1953ء، ص 14

2. ایضاً، ص 15.

امداد صابری لکھتے ہیں:

”اس دور میں جب لوگ جیل جانے کی قیمت وصول کر رہے تھے۔ کھدر پہننے کا معاوضہ وصول کر رہے تھے۔ اس نے اپنی خدمت کے صلے میں ایک پھوٹی کوڑی بھی وصول نہیں کی.....
1950ء میں مولانا حسرت موہانی حج بیت اللہ کی واپسی پر پاکستان گئے۔ نیاز مندوں نے درخواست کی کہ مولانا آپ پاکستان میں قیام فرمائیں۔ مولانا نے کہا میں ہندستان کے مسلمانوں کو اس برے وقت میں چھوڑ دوں صرف اپنی آسائش کے لئے پاکستان چلا آؤں ایسا نہیں ہو سکتا“۔ 1

محمد علی جوہر اور ہمدرد:

جنون آزادی کی حکایات خوں چکاں لکھنے والے بیباک و نڈر صحافیوں میں محمد علی جوہر کا نام سرفہرست ہے۔ لیکن بنیادی طور پر وہ تحریک آزادی کے مرد میدان تھے۔ اعلیٰ تعلیم سے بہرہ ور ہونے، صحافت سے ذہنی مناسبت، اپنے مقصد کی بازیافت اور حقیقت حال کو عوام تک پہنچانے کی غرض سے انھوں نے صحافت کا سہارا لیا۔ سیاسی رہ نما، صحافی، انشا پرداز اور شاعر کے علاوہ وہ ایک مورخ بھی تھے۔

محمد علی جوہر نے 26 نومبر 1878ء کو رامپور کے ایک نہایت معزز گھرانے میں آنکھیں کھولیں۔ آپ دو سال کے تھے کہ والد کا سایہ سر سے اٹھ گیا۔ مگر ان کی والدہ جنھیں دنیا ”اماں بی“ کے نام سے جانتی ہے ان حوصلہ مند خواتین میں سے تھیں جنھوں نے اپنے تینوں بیٹوں کو کبھی باپ کی کمی محسوس نہیں ہونے دی اور سب کو جدید معیاری تعلیم دلوائی۔ 2
مولانا کے وطن کے سلسلے میں تھوڑا سا اختلاف ہے۔ رئیس احمد جعفری اپنی کتاب

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد سوم، دہلی، 1953ء، ص 17.

2. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 100.

”سیرت محمد علی“ میں ان کا وطن نجیب آباد ضلع بجنور بتاتے ہیں۔ جب کہ مولانا امداد صابری ان کا دادھیال مراد آباد اور نانیہال امر وہ بتاتے ہیں۔ مگر اس میں کسی کو اختلاف نہیں کہ وہ 1878ء میں رام پور میں پیدا ہوئے۔ امداد صابری لکھتے ہیں:

”مولانا محمد علی صاحب رام پور میں 1878ء میں پیدا

ہوئے۔ والد کے انتقال کے بعد ان کی والدہ ”بی اماں“ نے ان کی تعلیم

و تربیت کی، پہلے معمولی اردو فارسی کی تعلیم تو مکان پر ہوئی پھر بریلی ہائی

اسکول میں داخل کر دیئے گئے..... بلا کے ذہن تھے۔ ان کے استاد

بہت خوش رہتے تھے۔ مزاج میں تیزی و حاضر جوابی بہت تھی“ 1

بریلی سے ہائی اسکول مکمل کرنے کے بعد مزید تعلیم کے لئے مولانا علی گڑھ چلے

گئے۔ جہاں ان کے بڑے بھائی پہلے سے موجود تھے۔ انٹر میڈیٹ کرنے کے بعد کالج

میں آئے تو وہاں ان کے جوہر کھلنا شروع ہوئے۔ آزادیے رائے اور آزادیے عمل نے

انہیں اپنے ہم عصروں میں ممتاز کر دیا۔ وہ پروفیسروں سے اختلاف کرنے میں بھی نہیں

ہچکچاتے۔ یونین میں مختلف مسائل پر ایسی تقریریں کرتے کہ لوگ عیش کراٹھتے۔ شاعری

بھی انہوں نے وہیں سے شروع کر دی تھی اور ایسی شاعری جس کے مولانا شبلی نعمانی (جو اس

وقت علی گڑھ میں عربی کے پروفیسر تھے) معترف تھے۔

1896ء میں مولانا محمد علی جوہر نے علی گڑھ سے بی. اے پوری یونیورسٹی میں

پہلی پوزیشن کے ساتھ پاس کیا۔ وہیں ان کے سیاسی شعور میں بالیدگی پیدا ہوئی۔ اس کے

بعد انہیں مزید تعلیم کے لئے آکسفورڈ بھیجا گیا۔ مگر وہاں وہ آئی. سی. ایس. کا امتحان پاس نہیں

کر سکے اور گھر واپس آ گئے۔ بی اماں اور بڑے بھائی نے دوبارہ آکسفورڈ بھیجا اس بار وہاں

سے انہوں نے بی. اے کی ڈگری لی. 2

انگلستان سے واپس آئے تو نواب آف جادرہ نے عہدہ وزارت کی پیش کش

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد چہارم، دہلی، 1953ء، ص 9.

2. ایضاً، ص 11.

کی۔ بیگم بھوپال نے چیف سکریٹری کا عہدہ پیش کرنا چاہا۔ مگر آپ نے معذرت کر لی۔ البتہ کچھ دنوں یعنی 1910ء تک ریاست رام پور اور بڑودوہ میں اعلیٰ عہدوں پر فائز رہے۔ مگر ان کی حریت پسند طبیعت کے لئے ملازمت کے دام عارضی ثابت ہوئے اور ان کے جذبہ حب الوطنی، اور خدمت قوم و ملت نے اس سے بہت جلد گلو خلاصی حاصل کر لی۔

ملازمت سے مستعفی ہونے کے بعد 14 جنوری 1911ء کو انھوں نے کلکتہ سے

اپنا انگریزی اخبار ”کامریڈ“ جاری کیا۔ امداد صابری لکھتے ہیں:

”اس وقت ان کا خیال تھا کہ انگریزی ہفتہ وار اخبار حکومت کو

حالات سے مطلع کرنے کے لئے اور ہندستان کی دوسری قوموں کو بھی

ملت اسلامیہ کے افکار و خیالات سے باخبر رکھنے اور بیرون ہند کی اسلامی

وغیر اسلامی دنیا کو بھی آگاہ کرنے کے لئے نکالا جائے اور باقی مسلمانان

ہند کی خدمت کے لئے جو اس ملت مرحوم کا سواد اعظم ہیں ایک روز نامہ

اردو میں جاری کیا جائے“۔¹

مولانا محمد علی جوہر جدید تعلیم سے بہرہ ور اور نباض وقت تھے لہذا کامریڈ

میں صحافت کے جدید رجحانات کو اس طرح سمودیا کہ بہت جلد یہ اخبار مقبول خاص و عام

ہو گیا۔ ارکان پارلیمنٹ سے لے کر گورنر وائے سرائے تک اسے پڑھنے لگے۔ سرفلیٹ

ووڈ ولسن (SIR FLEET WOOD WILSON) وزیر خارجہ جب انگلستان

واپس جانے لگا تو محمد علی جوہر کو ایک کمرے میں لے گیا۔ ایک بند صندوق کھول کر اس نے

کہا ”محمد علی دیکھو اس میں کیا ہے۔ دیکھا تو اس میں کامریڈ کے پرچے تھے۔ اس نے کہا

میں ”لندن پنچ“ کے اڈیٹر کے لئے یہ تحفہ لے جا رہا ہوں۔“²

1913ء میں برطانوی حکومت نے اپنا دارالسلطنت کلکتہ سے دہلی منتقل کیا تو

مولانا بھی کامریڈ دہلی لے آئے۔

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 291.

2. ایضاً، جلد چہارم، ص 16.

ملازمت ترک کرنے کے بعد سے ہی وہ علی گڈھ مسلم یونیورسٹی کے معاملات میں دلچسپی لینے لگے تھے۔ اخبارات میں مضامین لکھ لکھ کر اس کی اصلاح میں کامیابی بھی حاصل کی تھی۔ علی گڈھ کے ذریعے ہی وہ آہستہ آہستہ سیاست میں داخل ہوئے۔ نواب وقار الملک اور محسن الملک کی کوششوں سے 1906ء میں ڈھاکہ میں مسلم لیگ قائم ہوئی تو محمد علی جوہر نے اس کے قواعد و ضوابط کی تیاری میں نمایاں حصہ لیا۔ وہ باقاعدہ مسلم لیگ میں شامل ہوئے تو اس کے نصب العین کی پستی کو دور کرنے کی کوشش کی۔ لہذا مسلم لیگ کے لیڈران کو جو ابھی تک برطانوی گورنمنٹ سے اچھے تعلقات استوار رکھے ہوئے تھے، اعلان کرنا پڑا کہ ”ہمارا نصب العین سلف گورنمنٹ“ ہے۔ لوگ مولانا کی ملٹی و ملکی خدمات سے اتنے متاثر تھے کہ 1917ء میں جب مولانا نظر بند تھے۔ ان کے غیاب میں ہی انھیں مسلم لیگ کا صدر منتخب کیا اور کرسی پر ان کی جگہ ان کی تصویر رکھی گئی۔ 1

پہلی جنگ عظیم کی ابتداء یعنی 1914ء میں ترکی جرمنی کے دوست کے طور پر برطانیہ کے سامنے آیا تو مولانا نے ”لندن ٹائمز“ کے کسی مضمون کے جواب میں "CHOICE OF THE TURKS" کے عنوان سے ایک مضمون لکھ کر کامریڈ میں شائع کیا۔ جس سے برطانیہ کے ایوان اقتدا میں زلزلہ آگیا۔ کامریڈ پریس کی دو ہزار کی ضمانت ضبط کر کے دس ہزار کی ضمانت طلب کی گئی۔ جس کی وجہ سے یہ اخبار اپنے دور اول کے چار سال پورے کر کے نومبر 1914ء میں بند ہو گیا۔ اس کے دور ثانی کی ابتداء اکتوبر 1924ء میں ہوئی۔ مگر بارہ تیرہ مہینے جاری رہنے کے بعد مولانا کی علالت کی وجہ سے جنوری 1926ء میں دوبارہ بند ہو گیا۔ 2

(مولانا نے 23 فروری 1913ء کو اپنا اردو اخبار ”ہمدرد“ جاری کیا۔ مولانا کی طرح ان کے بڑے بھائی بھی تحریک آزادی کے بڑے رہنما تھے۔ حکومت نے 1915ء میں دونوں بھائیوں کو نظر بند کر کے پہلے مہرولی، لینس ڈاؤن اور چند واڑہ میں رکھا پھر بیتول بھیج دیا۔

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد چہارم، دہلی، 1953ء، ص 16.

2. ایضاً، ص 22.

1919ء میں رولٹ ایکٹ اور اسی زمانے میں جلیان والا باغ کے خونخوار حادثے کی وجہ سے عوام کے باغیانہ جذبات اور غم و غصے کا اظہار ہر طرف سے ہو رہا تھا۔ حکومت نے ان جذبات کو ٹھنڈا کرنے کے لئے علی بردران کو 1919ء میں غیر مشروط طور پر رہا کر دیا۔ جب کہ اس کے پہلے کافی کوشش کے باوجود انھیں رہا کرنے پر حکومت رضامند نہیں ہوئی تھی۔ رہا ہونے کے بعد علی بردران براہ راست امرتسر پہنچے، جہاں کانگریس کمیٹی کا اجلاس ہو رہا تھا، اور کانگریس میں شامل ہو گئے۔ علی بردران کی کانگریس میں شرکت گویا پوری قوم کی شرکت تھی۔ لہذا مسلمان بڑی تعداد میں کانگریس میں شامل ہوئے۔

1920ء میں مولانا نے علی گڑھ یونیورسٹی والوں کو عدم تعاون اور ترک موالات کی تحریکات میں شامل ہونے کی دعوت دی۔ کچھ طلباء اس کی طرف متوجہ بھی ہوئے۔ مگر حکام نے نہ صرف یہ کہ توجہ نہ دی بلکہ ان کے ساتھ توہین آمیز سلوک کیا۔ مولانا نے اپنے ہم نواؤں کی ایک جماعت کے ساتھ علی گڑھ میں ہی مسلم یونیورسٹی کی حدود سے باہر خیموں کے اندر جامعہ ملیہ اسلامیہ کی بنیاد ڈالی۔ پھر کچھ عرصہ بعد یہ درس گاہ دہلی منتقل ہوئی۔

1921ء میں بغاوت پھیلانے کے الزام میں دونوں بھائیوں کو پھر گرفتار کر کے کراچی میں مقدمہ چلایا گیا۔ جس میں دو سال قید سخت کی سزا ہوئی۔ 1924ء میں سزا ختم ہوئی۔ علی بردران نے گاندھی جی کی تحریک ترک موالات میں کھل کر حصہ لیا۔ ساتھ ہی خلیفۃ المسلمین کے منصب کو بچانے کے لئے تحریک خلافت شروع کی جس میں گاندھی جی نے مکمل تعاون کیا۔ 1924ء میں مولانا کو آل انڈیا کانگریس کمیٹی کا صدر منتخب کیا گیا۔ مولانا کا عہد صدارت بڑا پر آشوب تھا۔ ایک طرف شدھی اور تبلیغ کا سلسلہ شروع ہو گیا تھا دوسری طرف عدم تعاون کی تحریک کا خاتمہ خود کانگریسی رہنما کر رہے تھے۔

قید و بند کی صعوبتوں نے مولانا محمد علی جوہر کی صحت پر بہت بُرا اثر ڈالا وہ ذیابیطس کے مریض ہو گئے۔ گوکہ علاج کے لئے یورپ گئے مگر اس وقت تک ذیابیطس کا کوئی یقینی علاج دریافت نہیں ہوا تھا اس لئے کوئی افاقہ نہ ہوا۔ جذبہ حب الوطنی کے تحت 1930ء میں، علالت کے باوجود، گول میز کانفرنس لندن میں شریک ہونے کا فیصلہ کیا۔ جس کا مقصد

ہندستان کو دی جانے والی سیاسی اصلاحات پر غور کرنا بتایا گیا تھا۔ کانفرنس میں انگریزی میں کی گئی اپنی پرمغز تقریر میں انھوں نے کہا۔

”میں غلام ہندستان میں مرنا نہیں چاہتا“۔ ابھی کانفرنس ختم بھی نہیں ہوئی تھی کہ 4 جنوری 1931ء کو لندن میں ہی وہ اس دارفانی سے کوچ کر گئے۔ فلسطین کے مفتی اعظم کی تجویز پر انھیں بیت المقدس کی مسجد اقصیٰ میں سپرد خاک کیا گیا۔ علامہ اقبال نے مولانا کے شایان شان نذرانیہ عقیدت ان الفاظ میں پیش کیا۔

”سوئے گردوں رفت ز اں را ہے کہ پیغمبر گذشت“¹

مولانا کی پوری زندگی صحافت و سیاست کے لئے وقف تھی انھوں نے عالم اسلام اور ہندوستانیوں کو پختہ اغیار سے نجات دلانے کے لئے عملی جدوجہد کی۔ کلمہ حق بلند کرنے اور انگریزوں کو لاکارنے میں نہ کبھی قید و بند سے خوف کھایا نہ دارورسن سے ڈرے۔

ہمدرد اور اس کی انفرادیت :

مولانا محمد علی جوہر نے 1910ء میں بڑودہ کی ملازمت اس لئے ترک کی کہ اس سے زیادہ وسیع دائرے میں رہ کر ملک و ملت کی خدمت کریں۔ چنانچہ پہلے ”کامریڈ“ پھر روزنامہ ”ہمدرد“ جاری کیا۔ مولانا امداد صابری لکھتے ہیں:

”ہمدرد 23 فروری 1913 کو کوچہ چیلان دہلی سے روزانہ جاری ہوا۔ ایک ورق یعنی دو صفحوں پر مشتمل تھا۔ 20x30 پر نکلتا تھا۔ ہمدرد پریس میں طبع ہوتا تھا۔ اس کی چھپائی لیتھو کی نہیں تھی بلکہ اردو ٹائپ میں ہوتی تھی“۔²

ابتداء میں ایک ورق چھپنے کی وجہ یہ تھی کہ مولانا سے اردو ٹائپ میں چھپوانا چاہتے

1. صباح الدین عمر، (مرتب)، انتخاب ہمدرد، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1988ء، ص 9.

2. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 294.

تھے۔ اس کے لئے بیروت سے ٹائپ منگوایا گیا۔ مگر وہ اتنی کم مقدار میں موصول ہوا کہ اس میں دو سے زیادہ صفحات چھپنے ممکن نہیں تھے۔ مزید ٹائپ آیا تو 13 مئی سے 31 مئی تک چار صفحات پھر 1 جون 1913ء سے آٹھ صفحات پر ٹائپ حروف میں نکلنے لگا۔ 1۔
کچھ لوگوں نے دو صفحے والے ”ہمدرد“ کا نام ”نقیب ہمدرد“ لکھا ہے جو درست نہیں ہے۔ اس غلط فہمی کی وجہ یہ ہے کہ 12 اپریل 1929ء یعنی ہمدرد کی آخری اشاعت میں درج تھا کہ

”23 فروری 1913ء کو ایک ”ایک ورقہ“ نقیب ہمدرد بن

کر آنے والے ہمدرد کی منادی کرنے لگا۔“ 2۔

10 اگست 1915ء کو ہمدرد اس وقت بند کر دینا پڑا جب مولانا نظر بند کر دیئے

گئے۔ نومبر 1924ء سے ہمدرد کی دوسری زندگی اس تبدیلی کے ساتھ شروع ہوئی کہ اب یہ نستعلیق میں لیتھو سے چھپنے لگا۔ اس بار سے زیادہ مقبولیت حاصل ہوئی، اور اس کی اشاعت دس ہزار تک پہنچ گئی۔ پھر بھی مختلف وجوہات کی بنا پر یہ 12 اپریل 1929ء سے آگے جاری نہ رہ سکا۔

ہمدرد کے پہلے صفحے پر عموماً عالم اسلام کی خبریں ہوتی تھیں اندر ہندستان اور دوسرے ممالک کی۔ یہ خبریں ”رائٹر“ اور ”ایسوسی ایڈ پریس آف انڈیا“ سے حاصل کی جاتی تھیں۔ اسلامی ممالک میں اس کے خصوصی نامہ نگار بھی ہوتے تھے۔ اس میں اس عہد کے بڑے شعراء کی نظمیں، ادیبوں کے مضامین اور افسانہ نگاروں کے افسانے شائع ہوتے تھے۔ ادارے مولانا خود بھی لکھتے تھے اور ایڈیٹوریل اسٹاف بھی۔

مولانا محمد علی جوہر نے 29 فروری 1928ء کے ”ہمدرد“ میں لکھا:

”میں نے صحافت پیسہ کمانے کے لئے اختیار نہیں کی، بلکہ ملک

و ملت کی خدمت کرنے کے لئے۔ میں رہ نما ہوں رہن نہیں ہوں۔“ 3۔

1. صباح الدین عمر، (مرتب) انتخاب ہمدرد، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1988ء، ص 9-10۔

2. ایضاً ص 10۔

3. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 106۔

اس بات کی تائید کرتے ہوئے مولانا امداد صابری لکھتے ہیں:

”مولانا محمد علی صاحب نے اس زمانے میں ہمدرد جاری کیا جب زمیندار اخبار کا طوطی بول رہا تھا۔ اس کے باوجود ہمدرد کی پالیسی زمیندار سے مختلف تھی۔ ہمدرد متین و سنجیدہ اور بردبار متحمل اخبار تھا۔ صحیح واقعات کی طرف خاص توجہ دیتا تھا۔ اس نے کبھی اس بات کا خیال نہیں کیا کہ کسی خاص طرز کے اختیار کرنے سے اشاعت گھٹے گی یا بڑھے گی..... ہمدرد نے اعلیٰ اور بلند پایہ کی صحافت کو رائج کرنے کی کوشش کی۔ ہمدرد نے بھی زمیندار کی طرح ”رائٹر“ اور ایسوسی ایڈ پریس کی باقاعدہ سروس حاصل کی۔ مولانا محمد علی نے ہمدرد کے پہلے دور میں اردو صحافت کو جو کچھ دیا وہ اس کی تاریخ میں سنگ میل کی حیثیت

رکھتا ہے“۔ 1

ہمدرد نے انگریزوں کی مخالفت اس وقت شروع کر دی تھی جب کانگریس کی تحریک آزادی میں ابھی شدت پیدا نہیں ہوئی تھی۔ اس کے مقاصد میں ہندو مسلم اتحاد کو فروغ دینا۔ گاندھی جی کی ہندوستانیوں کی بہبود کی کوششوں (گاندھی جی اس کے پہلے دور میں افریقہ میں تھے) کو عوام تک پہنچانا، اور ان کی ہمت افزائی کرنا اور ہندوستانیوں میں جذبہ آزادی کو ابھارنا تھا۔ اس نے اپنی زندگی کے ہر دور میں انگریزوں کی سازشوں کا پردہ فاش کیا۔ ان کے ظلم و زیادتیوں کے خلاف بلا خوف احتجاج کیا۔ تحریک آزادی کے تمام رہنماؤں کی ہمت افزائی کی۔ ہر تحریک میں معاون رہا۔

زمیندار اور ظفر علی خاں:

صحافت کی وادی پر خار میں اپنی شکستہ پائی کے باوجود مولانا ظفر علی خاں نے اس

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 302.

استحکام کے ساتھ قدم رکھا کہ کانٹوں کو بھی پسینہ آ گیا۔ وہ ایک حق گوو بے باک صحافی ہی نہیں بلکہ جنگ آزادی کے ایک ایسے جری سپاہی بھی تھے جن کے ذکر کے بغیر ہماری تاریخ آزادی نامکمل رہے گی۔ سامراجی قوتوں کے استحصالی رویوں، جارحانہ عزائم، اور سیاسی چالوں کے خلاف آواز اٹھانے کے جرم میں انھوں نے کل ملا کر چودہ سال قید و بند کی صعوبتیں برداشت کیں۔ زمیندار کی ضبطیوں اور اپنی گرفتاریوں کے نتیجے میں (اس وقت کا) کل ملا کر ڈیڑھ لاکھ روپے سے زائد جرمانہ ادا کیا۔ ان کا اخبار پندرہ بار ضبط ہوا، کئی پریس بھی ضبط ہوئے مگر برطانوی حکومت اپنی تمام تر بربریت، جارحیت اور قوت و استحکام کے باوجود انھیں حق گوئی سے باز نہ رکھ سکی۔ جلیان والا باغ میں گولی چلوانے والے مائیکل ایڈوائزر جیسے ظالم وحشی نے بھی ان کا لوہا مانتے ہوئے اپنی ایک رپورٹ میں لکھا۔

”ظفر علی خاں اور محمد علی جوہر ماں کے پیٹ سے بغاوت کا قلم

لے کر نکلے ہیں۔ انگریز دشمنی ان کی فطرت میں شامل ہے۔ کوئی عام

منصوبہ شروع کرنے سے پہلے ان کو گرفتار کرنا ضروری ہے“¹

ظفر علی خاں نے اپنی تحریروں میں برطانوی حکومت کی سیہ کاریوں کا اس جرات کے ساتھ پردہ فاش کیا۔ اس کے خلاف اتنی بے لاگ تنقید کی کہ دلوں سے انگریزوں کا رعب و دبدبہ دور ہو گیا۔ جذبہ حریت کو اس طرح بیدار کیا کہ دبے کچلے ہوئے لوگ بھی حصول آزادی کے لئے ان کے خلاف اٹھ کھڑے ہوئے اور اپنی جان و مال قربان کرنے لگے۔ مولانا کے بارے میں علامہ اقبال نے لکھا۔

”ظفر علی خاں غیر معمولی دل و دماغ کے آدمی ہیں۔ ان کی

ہمت بہت بلند ہے۔ ان کا قلم اپنی روانی میں دنیا کے بڑے بڑے

مجاہدین کی تلوار سے کم نہیں“²

1. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 98.

2. ایضاً، ص 99.

علامہ شبلیہ نعمانی نے لکھا

”علی گڑھ کو محمد علی جوہر کی قابلیت اور ظفر علی خاں کی جرات

وشجاعت پر فخر ہے“ 1

کہا جاتا ہے کہ مولانا نے صحافت خصوصاً اردو صحافت کا وقار بلند کیا۔ اسے نئے اسلوب سے روشناس کرایا۔ بہت سی نئی اصطلاحات و تراکیب اس میں شامل کیں۔ جن سے اخباری تحریر میں جدت و ندرت آئی۔ زمیندار سے پہلے اخبارات کی سرخیاں عموماً ایک کالمی ہوا کرتی تھیں انھوں نے اہم خبروں کو بڑی سرخیوں میں شائع کیا۔ اس وقت اردو اخبارات خبروں کے لئے انگریزی اخبارات پر منحصر ہوا کرتے تھے۔ مگر ظفر علی خاں نے اپنے اخبار کے لئے رائٹر اور ایسوسی ایڈ پریس آف انڈیا کی باقاعدہ سروس حاصل کی اور اس طرح اردو صحافت کو انگریزی صحافت کے مقابل لاکھڑا کیا۔

مولانا ظفر علی خاں 1873ء میں سیالکوٹ کے ایک گاؤں کوٹ مرتھ میں پیدا ہوئے۔ علی گڑھ مسلم یونیورسٹی سے 1894ء میں بی۔اے فرسٹ ڈویژن میں پاس کیا۔ یہاں انھیں مشاہیر وقت کی صحبت اور پروفیسر آرنلڈ و سید سلیمان ندوی جیسے علماء سے تربیت ملی۔ مولانا باکمال شاعر، بلند پایہ ادیب اور شعلہ نوا مقرر تھے۔ تعلیم سے فارغ ہونے کے بعد کئی انگریزی کتابوں کا ترجمہ کیا۔ حیدرآباد میں مترجم کے عہدے پر فائز رہے وہیں سے 1902ء میں ”فسانہ“ نام کا ادبی ماہنامہ شروع کیا۔ 1904ء میں اسے ”دکن ریویو“ میں ضم کر دیا جس میں علمی و ادبی اور معاشرتی مضامین شائع ہوتے تھے۔ اسی زمانے میں انھوں نے انگریزی میں ”بمبئی گزٹ“ اور ”نائمنر آف انڈیا میں بھی لکھنا شروع کیا۔ دکن ریویو نے اپنا ایک مقام بنا لیا تھا مگر ظفر علی خاں 1909ء میں اس کی ادارت و ملکیت سے دست بردار ہو کر واپس پنجاب آ گئے۔ 2

1. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 99.

2. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 32-10.

مولانا کے والد مولوی سراج الدین احمد نے محکمہ ڈاک کی ملازمت سے سبکدوش ہونے کے بعد کسانوں اور زمینداروں کی فلاح کے لئے ایک ہفت روزہ ”زمیندار“ کے نام سے جون 1903ء میں لاہور سے شروع کیا۔ وہ سرسید کے فکری دبستان سے وابستہ تھے۔ قومی اور ملکی معاملات میں دلچسپی لیتے تھے۔ اپنے خیالات کا اظہار مضامین میں کرتے جو اکثر تہذیب الاخلاق میں بھی شائع ہوتے۔ مولانا مدد صابری لکھتے ہیں:

”1903ء میں مولوی سراج الدین صاحب ملازمت سے ریٹائر ہو گئے اور آئندہ کا لائحہ عمل سوچنے لگے۔ آپ سرسید احمد خاں کے دل دادہ تھے اور تہذیب الاخلاق میں مضامین بھی لکھتے تھے۔ بعض دوستوں کے مشورے سے ہفتہ وار زمیندار کی 1903ء میں داغ بیل ڈالی۔ پہلا شمارہ لاہور سے ہی نکالا گیا۔ وہاں موچی دروزہ کے اندر چوک نواب صاحب کے ساتھ ایک گلی میں دفتر قائم کیا۔ لیکن چند دنوں بعد بعض معاشی دشواریوں کی وجہ سے کرم آباد چلے گئے“ 1

وفات کے وقت انھوں نے اپنے بیٹے ظفر علی خاں کو وصیت کی کہ وہ اس اخبار کو زندہ رکھیں۔ لہذا یکم جنوری 1910ء کو اس کا پہلا ایڈیشن ظفر علی خاں کی ادارت میں شائع ہوا۔ 2

”مولانا ایک دن کسی کام سے لاہور چلے گئے۔ چودھری شہاب الدین جو ان کے والد کے دوست تھے۔ ان سے ملے انھوں نے ان کو مشورہ دیا کہ زمیندار لاہور سے نکالو۔ (اس وقت تک یہ کرم آباد سے نکلتا تھا) جو اخبار یہاں سے نکل رہے ہیں وہ کامیاب ہیں۔ اس تہذیبی مرکز میں بیٹھ کر

1. مدد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 10.

2. عتیق احمد صدیقی، مرتب انتخاب زمیندار، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1988ء، ص 15.

اپنے مستقبل کو درخشاں بناؤ۔ مولانا نے یہ مشورہ قبول کیا اور زمیندار کو لاہور لے آئے۔ نکسال دروازے کے ایک مکان کڑی امیر چند میں مئی 1911ء سے شائع ہونے لگا،¹ ہفتہ وار زمیندار کا مقصد جیسا کہ پہلے کہا گیا معاشرتی اصلاح تھا۔ مولانا ظفر علی خاں کے زمام ادارت سنبھالتے ہی اس کے مقاصد میں وسعت پیدا ہو گئی ان کے پہلے ادارے میں ہی اخبار کی پالیسی کا اعلان ملاحظہ ہو۔

”ہم اپنی طرف سے کوشش کریں گے کہ ان مقاصد کے پیش نظر جو اس کے اجراء کے محرک اولین تھے۔ زمیندار کو اس شان کے ساتھ چلائیں کہ وہ ہر مذاق کے ناظرین کے لئے موجب افادہ و تفریح ہونے کے علاوہ اپنے آپ کو گورنمنٹ کا ایک وفادار اور مخلص مشیر اور رعایا کی خواہشوں کا اور آرزوؤں کا ایک صحیح ترجمان اور ملک و ملت کے حقوق و حفاظت کا ایک مضبوط ذریعہ ثابت کر سکے۔ ہماری ہر ممکن کوشش ہوگی کہ اس اخبار کی حیثیت ایک مقامی اخبار کی نہ ہو۔ بلکہ یہ ہندستان کا ایک ہمہ گیر اخبار ہو۔ ہندستان کی مختلف قوموں اور فرقوں کے درمیان اتحاد قائم رکھنے کا اصول ہمارا ہمیشہ نصب العین ہوگا۔ ہمارے کالم ہر قسم کے تمدنی معاشرتی روحانی اخلاقی و علمی مضامین نظم و نثر کے لئے کھلے رہیں۔ کوئی عجب نہیں کہ بہت جلد یہ اخبار مہینہ میں چار روز کے بجائے آٹھ دفعہ بلکہ روزانہ شرف حضوری حاصل کرے“۔²

لہذا 15 اکتوبر 1911ء سے زمیندار روزنامے میں تبدیل ہو گیا۔ اسی دوران اٹلی نے طرابلس پر حملہ کر دیا۔ جنگ طرابلس و بلقان کی خبروں، یورپی سیاست، اور عالم

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 32.

2. عتیق احمد صدیقی، (مرتب) انتخاب زمیندار، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1988ء، ص 16.

اسلام کے اتحاد پر اس اخبار کی خاص توجہ، اور ظفر علی خاں کے پر جوش اداروں کی وجہ سے اس کی مقبولیت میں حیرت انگیز سرعت کے ساتھ اضافہ ہوا اور یہ عوام کا مقبول ترین اخبار بن گیا۔ ظفر علی خاں نے ادارت سنبھالی تھی تو اس کی تعداد اشاعت صرف چھ سات سو تھی۔ 1911ء میں اسے کرم آباد سے لاہور منتقل کیا تو اس کی تعداد اشاعت بارہ سو ہو گئی۔ پھر ایک سال کے اندر اس کی تعداد اشاعت پچیس ہزار تک پہنچ گئی۔ محمد افتخار کھوکھر لکھتے ہیں۔

”ہر شخص صبح سویرے زمیندار کا منتظر رہتا، پنجاب اور سرحد میں ان پڑھ لوگوں کا ذوق و شوق دیکھنے کے قابل تھا۔ وہ دو پیسے کا اخبار خرید کر ایک آنے میں پڑھوا کر سنتے“¹

عبدالسلام خورشید لکھتے ہیں:

”بیسویں صدی کا رخ پلٹنے کے ساتھ ساتھ جب سیاست نے انقلابی کروٹیں لیں تو نئے اخبار جاری ہوئے ان میں سرفہرست زمیندار، الہلال اور ہمدرد تھے۔ لیکن یہ محض اخبار ہی نہیں قومی ادارے بھی تھے اور ان کی ادارت پر جو شخصیتیں فائز تھیں وہ محض اخبار نویس ہی نہیں تھیں سیاسی شخصیتیں بھی تھیں“²

1914ء میں جنگ عظیم اول کی ابتداء ہوئی تو اخبارات پر حکومت نے سختیاں بڑھا دیں۔ مولانا کو ان کے آبائی وطن کرم آباد میں نظر بند کر دیا گیا۔ لہذا 1915ء میں زمیندار بند ہو گیا۔ 1919ء کے آخر میں مولانا کی نظر بندی ختم ہوئی تو اپریل 1920ء سے زمیندار پھر شروع ہوا۔ پہلی جنگ عظیم ختم ہو گئی تھی۔ بین الاقوامی صورت حال بدل چکی تھی۔ خلافت کے ختم ہونے اور ترکی کی شکست کی وجہ سے ہندستان کے مسلمانوں میں بہت

1. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 95.

2. عبدالسلام خورشید، صحافت پاکستان و ہند میں، مجلس ترقی ادب لاہور، 1963ء، ص 338.

غم و غصہ تھا۔ حکومت نے مارشل لا کا سہارا لے کر نئے نئے مظالم ڈھانا شروع کئے۔ زمیندار کے اجراء کے تین ماہ کے اندر ہی دو ہزار کی ضمانت طلب کی گئی۔ اور چھ ماہ کے اندر مولانا کو گرفتار کر کے پانچ سال قید با مشقت کی سزا سنائی گئی۔ اخبار کی ضمانت ضبط ہوئی کچھ دنوں کے لئے اخبار بند ہوا مگر پھر نئی ضمانت جمع کر کے اسے پھر سے شروع کر دیا گیا۔ (اس کی ضمانت کے لئے عوام چندہ دیتے تھے) مگر اب اس کے مدیر مولانا اختر علی خاں اور ناشر غلام قادر خاں تھے۔ 1921ء میں دونوں گرفتار ہوئے اور تین تین سال کی قید با مشقت سنائی گئی۔ اس کے بعد مولانا عبد المجید سالک، مولوی نذیر احمد سیماب، حافظ سید احمد، پنڈت رام سرن، قاضی محمد عدیل عباسی، مولوی فضل محمد خاں، لالہ ڈوگر مل، لال شاہ، حافظ محمد احمد خاں، الہ دتا ایک کے بعد ایک مدیر و ناشر کی حیثیت سے گرفتار ہو کر سزا جھیلتے رہے۔ خاص بات یہ کہ ایک کے بعد دوسرا بہ خوشی اس کی جگہ سنبھالتا تھا۔ قید و بند کی سختی، ضمانت کی ضبطی، شخصی گرفتاری، املاک کی قرقی کوئی بھی چیز زمیندار کی آواز حق کو نہ دبا سکی۔¹

زمیندار انڈین نیشنل کانگریس کا ہمیشہ سے حامی و مددگار رہا۔ اس سلسلے میں عبدالسلام خورشید رقمطراز ہیں:

”زمیندار کی پالیسی ابتداء میں یہ تھی کہ انڈین نیشنل کانگریس ملک کی متحدہ قومی جماعت ہے اس کے زیر سایہ اور زیر رہنمائی ملکی آزادی کے لئے جدوجہد ہو سکتی ہے..... بہر حال 1927-28ء سے زمیندار کی پالیسی کا ملا کانگریس اور نیشنلسٹ ہو گئی۔ اور جب تصفیہ حقوق کے لئے مسلمانوں نے مہم شروع کی تو زمیندار نے اس کی مخالفت کی..... سائمن کمیشن کے مقابلے میں کانگریس کا ساتھ دیا۔ نہرو رپورٹ کی تائید و حمایت میں کوئی کسر نہ چھوڑی..... جب گاندھی جی نے نہرو

1. عتیق احمد صدیقی، (مرتب)، انتخاب زمیندار، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1998ء، ص 20-19.

رپورٹ منوانے کے لئے سول نافرمانی کی تحریک چلائی تو زمیندار اس میں بھی پیش پیش رہا تھا اور اس میں ظفر علی خاں قید بھی ہوئے“ 1

زمیندار نے اپنے مارچ 1924ء کے ایک ادارے میں جدوجہد آزادی کو ایک مذہبی فریضہ قرار دیتے ہوئے مسلمانوں کو جی جان سے اس میں شامل ہونے کی تلقین کی۔ زمیندار ہندو مسلم اتحاد کی ہمیشہ کوشش کرتا رہا جو وقت کی ایک اہم ضرورت تھی۔ جو جماعتیں اور افراد اس کے لئے کوشاں تھے ان کی حمایت کی۔ زمیندار نہ صرف گاندھی جی کی حمایت میں سب سے آگے رہا بلکہ انھوں نے جو نظریہ جو اسکیم جو لائحہ عمل پیش کیا۔ اس کی ترویج و اشاعت کر کے اسے عوام میں مقبول بنانے میں پوری مستعدی دکھائی۔ اگست 1920ء کے ایک جلسے میں تقریر کرتے ہوئے مولانا نے کہا:

”اب ہندو مسلمانوں میں تفرقہ نہیں پڑ سکتا۔ ہندوؤں نے اور مہاتما

گاندھی نے مسلمانوں پر جو احسان کئے ہیں۔ ان کا عوض ہم نہیں دے

سکتے۔ ہمارے پاس زر نہیں ہے۔ جب جان چاہیں، ہم حاضر ہیں“ 2

عتیق احمد صدیقی ایک جگہ لکھتے ہیں:

”اس طرح زمیندار نے گاندھی جی کی تائید میں ہمیشہ

آواز بلند کی۔ ان کی مختلف تجاویز کی ترویج ہی نہیں کی بلکہ ان کی

وکالت کی۔ حصول آزادی کے لئے جو بھی دستور العمل گاندھی جی کی

طرف سے پیش کیا گیا۔ زمیندار نے ان کو عملی جامہ پہنانے کے لئے

اپنے صفحات وقف کئے۔ مدعا صرف یہی تھا کہ حصول آزادی کی

جدوجہد کو تیز تر کیا جاسکے“ 3

غرض تحریک آزادی سے زمیندار کا نام کبھی محو نہیں ہو سکتا اس نے قریب نصف صدی

تک ارباب صحافت و سیاست پر جو نقوش چھوڑے ہیں۔ وہ ہماری تاریخ کا زریں باب ہیں۔

1. عبدالسلام خورشید، صحافت پاکستان و ہند میں، مجلس ترقی ادب لاہور، 1963ء، ص 39-438.

2. عتیق احمد صدیقی، (مرتب) انتخاب زمیندار، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1988ء، ص 25.

3. ایضاً، ص 28

مولانا کے سلسلے میں امداد صابری کی یہ اطلاعات دل چسپی سے خالی نہ ہوں گی۔
 ”مولانا ظفر علی خاں کے قلم نے انسکوئٹھ اور ایڈورڈ گرے
 کے بیانات کی دھجیاں فضائے آسمانی میں اس طرح بکھیریں کہ لاہور سے
 لندن تک قصر استعمار برطانیہ میں زلزلہ آ گیا۔ 1917ء میں لاہور مولانا
 کی شعلہ نوائی کی وجہ سے آتش بداماں بنا ہوا تھا۔ ادھر زمیندار ہزاروں کی
 تعداد میں شائع ہوتا تھا۔ ادھر مولانا موچی دروازے کے باہر ہر روز بیس
 پچیس ہزار مسلمانوں کے اجتماع میں انگریزوں کی گندی ذہنیت اور
 سامراجیت کے بھینے ادھیڑتے رہتے تھے۔ وہ تقریر کرتے تو ان کے منہ
 سے شعلے برستے زہر میں بکھے ہوئے تیر نکلتے تھے۔ طرابلس کے مظلوموں
 کے لئے امداد کی اپیل کرتے تھے۔ چاروں طرف سے روپے کی بارش
 ہوتی تھی۔ چنانچہ ایک سال کے عرصے میں چار لاکھ روپے جمع کر کے
 ترکی بھجوا یا“۔ 1

مولانا کے لندن اور ترکی کے دورے کے بعد ہندستان واپس لوٹنے پر جو خیر
 مقدم ہوا اس کے بارے میں مولانا امداد صابری لکھتے ہیں:

”مولانا ساحل ہندستان پر پہنچے تو آپ کی کڑی
 نگرانی شروع ہو گئی۔ دہلی اور لاہور میں مولانا کا فقید المثال
 استقبال کیا گیا۔ دہلی میں جو آپ کا جلوس نکالا گیا اس میں تین
 چار لاکھ آدمی شامل تھے۔ لوگوں نے مولانا کی گاڑی اپنے
 ہاتھوں سے کھینچی۔ آپ کی گاڑی کے آگے دو بچے آکر کچل
 گئے۔ ایک بچہ ایک بڑھیا کا اکلوتا تھا جو ہجوم میں دب کر مر گیا
 تھا۔ اس نے بڑے حوصلے سے اعلان کیا اگر اس کے دس بیٹے

ہوتے اور اس طرح مولانا پر قربان ہو جاتے تو اسے کوئی ملال نہ ہوتا۔ مولانا دہلی سے لاہور پہنچے تو یہاں تقریباً ایک لاکھ لوگوں نے آپ کا استقبال کیا“۔¹

”مولانا ظفر علی خاں نے 84 برس کی عمر پائی ان کی مجموعی قید تقریباً چودہ برس ہوتی ہے..... گویا عمر کا چھٹا حصہ قید خانے میں بسر کیا“۔²

مولانا ظفر علی خاں کا انتقال 27 نومبر 1956ء کی صبح ان کے آبائی وطن کرم آباد میں ہوا۔ ملک و قوم کے لئے ان کی خدمات آب زر سے لکھے جانے کے قابل ہیں۔³

الہلال اور ابوالکلام آزاد:

مولانا ابوالکلام آزاد مکہ معظمہ کے محلے قدوہ متصل باب السلام میں اگست 1888ء میں پیدا ہوئے۔ آپ کے والد کے نانا مولانا نور الدین 1857ء کے بعد مکہ ہجرت کر گئے تھے۔ وہیں آپ کے والد مولانا فخر الدین کی شادی شیخ حرم کی بھانجی سے ہوئی۔ اس طرح مولانا کی مادری زبان عربی اور اجداد کی زبان اردو تھی۔ گھر میں اردو کا زور تھا۔ بڑے بھائی شاعر تھے۔ مولانا نے بھی ابتداء میں شاعری کی بعد میں شاعری ترک کر کے نثر میں غرق ہو گئے۔⁴

مولانا آزاد کو بچپن سے ہی اخبار بینی اور اخبار نویسی کا شوق تھا۔ سن بلوغ تک پہنچنے سے پہلے ہی اس وقت کے ممتاز جرائد کے کالموں میں جگہ پانے لگے تھے۔ انھوں نے بہت کم عمر میں صحافت کی دنیا میں قدم رکھا۔ صرف گیارہ سال کی عمر میں کلکتہ

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 40.

2. ایضاً، ص 61.

3. ایضاً، ص 66.

4. محمد افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 85.

سے ”نیرنگ عالم“ جاری کیا۔ پھر ”المصباح“ نکالا مگر ان کی صحافی کی حیثیت ”لسان الصدق“ سے قائم ہوئی۔ مولانا نے اپنی صحافتی زندگی میں کم و بیش ایک درجن اخبار و رسائل ایڈٹ کئے۔ ان میں الہلال سب سے منفرد اور نمایاں رہا۔ اسے انہوں نے 1912ء میں کلکتہ سے جاری کیا۔ یہ ہندستان کا پہلا مصور سیاسی ہفت روزہ تھا۔ مولانا امداد صابری اس بارے میں لکھتے ہیں:

”13 جولائی 1912ء کو الہلال 7/1 میکلوروڈ کلکتہ سے ہفتہ وار جلوہ افروز ہوا۔ پہلے سولہ صفحات پر نکالا لیکن اس کے بعد صفحات کی قید نہ رہی۔ ضرورت کے مطابق صفحات مقرر ہو جاتے تھے۔ یوں تو اس زمانے میں کافی اخبارات و رسائل نکلتے تھے۔ مولانا آزاد ان اخبارات سے علیحدہ ہو کر ایک نرالی وضع اور انوکھی شکل کا انتہائی اعلیٰ پایہ اور معیاری اخبار نکالنا چاہتے تھے..... انہوں نے الہلال کو ٹائپ میں چھاپا جس میں تصاویر بھی چھپ سکیں۔ جس کا میٹر علمی و تاریخی ہو اور مقصد بھی عظیم ہو“¹

الہلال اپنی اشاعتی زندگی کے تین ادوار سے گزرا۔ اس کا پہلا دور 13 جولائی 1912ء سے شروع ہو کر 18 نومبر 1914ء پر ختم ہوا۔ دوسرے دور میں اس کا نام البلاغ تھا۔ یہ نومبر 1915ء سے مارچ 1916ء تک جاری رہا۔ تیسرا اور آخری دور پھر الہلال کے نام سے تھا جو جون 1927ء سے شروع ہو کر دسمبر 1927ء میں ختم ہو گیا۔

الہلال کے مضامین کے موضوعات میں بے حد تنوع پایا جاتا تھا۔ ایک طرف معاشیات، جغرافیہ، تاریخ اور عمرانیات تھے تو دوسری طرف مذہب، سوانح اور ادب، اسی کے ساتھ ساتھ سیاست اور حالات حاضرہ بھی اس کی زد پر تھے۔ نئی کتابوں رسالوں اور اخبارات پر تبصرے بھی اس میں ہوتے تھے۔ مولانا ابولکلام آزاد برطانوی حکومت کے ہر ظلم و جبر کے خلاف آواز بلند کرتے تھے۔ اور اس

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 65-64.

شخص کے خلاف بھی جو برطانوی حکومت کی بے جا حمایت کرتا، اور ملک و ملت کے مفاد کو اپنے مفاد پر قربان کرتا۔ الہلال کے مطالعے سے بخوبی واضح ہوتا ہے کہ برطانوی حکومت کے سنسر اور پابندیوں کے باوجود یہ اپنے دور کا واحد اخبار تھا جو قارئین کی بین الاقوامی سیاست خاص کر اسلامی ممالک کے جنگی حالات سے نہ صرف واقف کراتا تھا بلکہ ان واقعات کو صحیح پس منظر میں پیش کرتا تھا۔ لہذا سجاد انصاری لکھتے ہیں:

”الہلال نے ہندستان کے تعلیم یافتہ مسلمانوں کو اس طرح

بیدار کر دیا جس طرح نفع صور سے لاکھوں برس کے سوئے ہوئے انسان

زندہ ہو جائیں گے“۔¹

مولانا ابوالکلام آزاد کے اسلوب اور جذبات کی صداقت کی وجہ سے یہ نکلتے ہی ساری فضا پر چھا گیا اور اس کی تعداد اشاعت چھبیس ہزار تک پہنچ گئی۔ جو شاید اس سے پہلے کسی اردو اخبار کا مقدر نہ بنی تھی۔ علامہ اقبال نے اس کے لئے خریدار فراہم کئے۔ چھوٹے قصبات و دیہات میں لوگ گروہوں میں بیٹھ کر اس کے مضامین سنتے تھے۔ علماء کا خیال ہے کہ الہلال اردو صحافت کا ایک عظیم کارنامہ ہے۔ مولانا امداد صابری اس کے بارے میں لکھتے ہیں۔

”الہلال ہندستان کی آزادی کا نقیب تھا۔ اس کے تمام

بیرونی نامہ نگاروں رپوٹوں سے اندازہ ہوگا کہ کس طرح مختلف ملکوں سے

آئی ہوئی رپورٹوں کو ایک لڑی میں پیرو کر پیش کیا جاتا تھا“²

کہا جاتا ہے کہ الہلال نے اردو صحافت کو ایک نئی جہت اور نئی زبان سے نوازا۔ جس میں کلاسک کا وقار اور جدید منطق کا زور تھا۔ ادب اور ہم عصر مسائل پر اعلیٰ معیار

1. افتخار کھوکھر، تاریخ صحافت، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1995ء، ص 86.

2. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 167.

کے طبع زاد مضامین اس پر مولانا کا علمی انداز فکر ایک تازیانہ تھا۔ مولانا امداد صابری کا ایک اور قول ملاحظہ ہو۔

”مولانا آزادی کی ادارت میں الہلال نے ہندستان کے عوام کو انگریزوں کے خلاف جدوجہد کی ہی دعوت نہیں دی تھی۔ بلکہ انھیں یہ بھی بتایا کہ انگریز سامراج کے خلاف ان کی جدوجہد تمام آزاد پسند اقوام کی جدوجہد کا ایک جز ہے۔ اس طرح الہلال نے ہندستان کے مجاہدین آزادی کے ذہنی افق کو وسعت بخشی اور ان کے عزم و ارادوں کو پختگی دی“ 1۔

البلاغ کے بارے میں امداد صابری لکھتے ہیں:

”الہلال بند ہونے کے بعد مولانا ابوالکلام آزاد صاحب نے 16 نومبر 1919ء کو یہ اخبار کلکتہ سے شائع کیا۔ ہفتہ وار تھا مگر پندرہ روزہ ہو کر نکلتا تھا۔ صرف فروری 1915ء کے تین شمارے ہفتہ وار شائع ہوئے، اور آخری نمبر 15-16-17 تین شمارے 24-17 اور 3 اپریل 1916ء ملا کر نکالے گئے۔

مولانا ابوالکلام آزاد صاحب کو بنگال کی حدود سے نکلنے کا حکم مارچ 1916ء میں ملا۔ آپ رانچی گئے اور وہاں نظر بند کردئے گئے۔ پروگرام یہ تھا کہ رانچی پہنچ کر اپنی نگرانی میں کسی سے البلاغ مرتب کراتے رہیں گے۔ چنانچہ مولانا سید سلیمان ندوی کو اس مقصد کے لئے رانچی میں روکا۔ لیکن پروگرام پایہ تکمیل کو نہ پہنچا اور البلاغ اس طرح بند ہو گیا“ 2۔

الہلال کے مختصر ادوار اور تسلسل کے قائم نہ رہنے کی ایک بڑی وجہ مولانا کا عملی

1. امداد صابری، تاریخ صحافت اردو، جلد پنجم، دہلی، 1953ء، ص 168.

2. ایضاً، ص 35-434.

سیاست میں سرگرم ہونا، بار بار کی نظر بندی اور گرفتاری تھی۔ لہذا رانچی کی نظر بندی میں تنہائی، اور اظہار و رسل و رسائل کی بندش کی وجہ سے وہ مستقل تصنیف و تالیف کی طرف مائل ہوئے۔ مولانا کی قید و بند کی زندگی سولہ سال پر محیط ہے۔ جس نے ہمیں ”تذکرہ“، ”ترجمان القرآن“ اور ”غبار خاطر“ تو دیئے جو ہمارا مایہ ناز سرمایہ ہے۔ مگر اردو زبان کو سر بلندی عطا کرنے والی صحافت سے ہم محروم ہو گئے۔

مولانا آزاد ایک صحافی، مجاہد آزادی، بلند پایہ ادیب اور وزیر تعلیم کی بھرپور ستر سالہ زندگی گزار کر 22 فروری 1958ء کو دہلی میں اس دار فانی سے کوچ کر گئے۔

مدنیہ بجنور:

مدینہ کیم مئی 1912ء سے بجنور سے نکلنا شروع ہوا۔ ابتداء میں یہ ہفت روزہ تھا۔ پھر ہفتہ میں دو بار شائع ہونے لگا۔ اس کے مالک محمد مجید حسن بجنوری تھے۔ شروع میں اس کی پالیسی حکومت سے ٹکرانے والی نہیں تھی، اس کے مدیر اسے معتدل اخبار بنائے رکھنا چاہتے تھے۔ مگر رفتہ رفتہ اس میں بھی مروجہ اردو صحافت کا مزاج در آیا۔ خصوصاً جب برطانیہ، ترکی کے خلاف صف آراء ہوا۔ اور خلافت المسلمین کا مسئلہ آیا تو ان مسلمانوں نے بھی، جو کچھ لوگوں کی کوششوں کی وجہ سے، انگریزوں سے تعلقات استوار رکھنا چاہتے تھے۔ سمجھ لیا کہ برطانوی حکومت کبھی ہندوستانیوں بلکہ ایشیائیوں کی ہمدرد نہیں ہو سکتی۔

مدینہ کے مدیروں نے بھی یہ محسوس کیا اور مصالحانہ رویہ کو ترک کرتے ہوئے برطانوی حکومت کی زیادتیوں کو اپنے اداروں اور شذرات میں کھل کر پیش کرنا شروع کر دیا۔ اس اخبار میں سیاسی موضوعات پر نہ صرف مضامین شائع ہوئے، بلکہ نظمیں، غزلیں، طنزیہ مضامین بھی ہوتے، جن کا مطالعہ اس وقت کی ملکی سیاست خصوصاً اردو حلقے کی سرگرمیوں کو سمجھنے میں خاصی مدد کرتا رہا ہے۔ اس میں اکبر الہ آبادی، علامہ اقبال، حسرت موہانی، اور ظفر علی خاں جیسے لوگ لکھتے تھے۔ لہذا ملکی سیاست اور وطنی مسائل پر

بے باکانہ تبصرہ، مدینہ کا مزاج بن گیا۔ لہذا اس پر بھی حکومت کی ہمیشہ نظر رہی اور اس کے عتاب کا نشانہ بنتا رہا۔

جلیان والا باغ اور رولٹ ایکٹ پر مدینہ نے ایسے انقلابی انداز میں خبریں شائع کیں کہ حکومت نے اس پر پنجاب میں داخلے پر پابندی لگا دی۔ اس پابندی کے بعد 17 اگست 1919ء سے یہ ”یژب“ کے نام سے نکلنا شروع ہوا۔ مگر جب یہی پابندی یژب پر بھی عائد ہو گئی تو یہ دوسرے ہی مہینے پھر مدینہ کے نام سے نکلنے لگا۔ اور آخر تک نکلتا رہا 1

جنوری 1917ء سے یہ ہفتے میں دو بار شائع ہونے لگا۔ اور اہل قلم حضرات کا وسیع تر حلقہ اس میں شامل ہو گیا۔ مدینہ ایک اخبار کے ساتھ ساتھ ایک علمی و ادبی مجلہ بھی تھا۔ پروفیسر محمود الہی صاحب اس کے انتخاب کے پیش لفظ میں لکھتے ہیں:

”مدینہ کے ادارے اس کے شذرات اور اس کے بعض دوسرے کالم جیسے سرراہے وغیرہ میں اس کا پورا پورا خیال رکھا جاتا تھا کہ اسلوب بیان اور طرز نگارش میں علم کے ساتھ ادب کی بھی ترجمانی ہوتی رہے..... جنگ آزادی میں تو متعدد اخبارات نے بڑھ چڑھ کر حصہ لیا لیکن ادبی رنگ میں حریت پسندی کی ترویج و اشاعت میں مدینہ کا کردار کبھی نظر انداز نہیں کیا جاسکتا“ 2

اردو اخباروں پر یہ الزام لگایا جاتا ہے کہ وہ ہوا کے رخ کے ساتھ ساتھ ان کی پالیسی بدلتی تھی۔ ہو سکتا ہے کہ اس میں ایک گونا صداقت بھی ہو۔ مگر اس سے استثناء کی مثالیں بھی بہت ہیں۔ اس سلسلے کا ایک اہم نام سیاست ہے جسے سید حبیب نے نکالا تھا۔ سید حبیب فوجی ملازمت چھوڑ کر صحافت میں آئے تھے۔ کلکتے سے لاہور تک اپنی صحافتی

1. سید محمد عقیل رضوی (مرتب) انتخاب مدینہ بجنور، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1988ء، ص 10.

2. پروفیسر محمود الہی (پیش لفظ) انتخاب مدینہ بجنور، اتر پردیش اردو اکادمی، لکھنؤ، 1988ء، ص 6-7.

زندگی میں وہ انگریزوں سے ٹکراتے رہے گو کہ یہ نقصان کا سودا تھا اور انہیں فقر و فاقے کی اذیت سے بھی گزرنا پڑا پھر بھی وہ جبر و ظلم کے خلاف ہمیشہ سینہ سپر رہے۔

مولانا آزاد صحافتی زندگی سے الگ ہو گئے تو ان کے صحافتی رفیق کار مولانا عبدالرزاق ملیح آبادی نے ایک روز نامہ ”ہند“ کے نام سے جاری کیا۔ وہ بھی عمر بھر صحافت سے ہی وابستہ رہے اور ہند کے بعد ہفتہ وار ”اجالا“ نکالا۔

اس زمانے کے ایک اور باوثوق صحافی قاضی عبدالغفار ہیں جو پہلے ”ہمدرد“ میں سب ایڈیٹر تھے۔ کچھ دنوں کلکتہ کے ”جمہور“ سے بھی وابستہ رہے۔ بعد میں حیدرآباد آ کر روزنامہ ”پیام“ جاری کیا۔ آزادی کے بعد انجمن ترقی اردو کے سیکریٹری ہو کر علی گڑھ آئے اور آخر تک انجمن کے پندرہ روزہ ”ہماری زبان“ کے لئے لکھتے رہے۔

اس وقت کے دوسرے اہم اخباروں میں ”الجمیعتہ“، ”الہلال“، ”دور جدید“، ”دعوت“، ”الامان“، ”حدث“، ”نئی دنیا“، ”ملاپ“، ”پرتاپ“، ”تیج“ اور ”سوریا“ کا نام لیا جاسکتا ہے۔ ان میں کچھ روز نامے تھے اور کچھ ہفت روزے۔

تحریک آزادی کی حمایت کرنے والے اخباروں میں ایک ”قومی آواز“ بھی تھا جو آج تک کامیابی سے چل رہا ہے۔ لاہور سے ایک اخبار ”امروز“ میاں افتخار الدین نے نکالا، یہ ظاہری اور معنوی دونوں لحاظ سے معیاری اخبار تھا۔

دوسری عالمی جنگ کے زمانے میں اخباروں میں مزید اضافہ ہوا۔ چونکہ اس جنگ کا اثر ہر طرح سے ہندستان پر بھی پڑ رہا تھا لہذا یہاں کے عوام کو جنگی خبریں جاننے میں دلچسپی بڑھی، پھر جنگی ضروریات کی وجہ سے سرکاری اشتہارات میں اضافہ ہوا تو بہت سے نئے اخبار جاری ہوئے۔ ان اخباروں میں ”جنگ“، ”انجام“، ”نوائے وقت“، ”انقلاب“، ”ہندستان“، ”آفتاب“، ”جمہوریت“، اور ”اقبال“ کے نام قابل ذکر ہیں۔ انہی کے ساتھ کچھ ہفت روزے اور ماہنامے بھی قوم کو بیدار کرتے رہے جن میں ”زمانہ“، ”ایشیا“، ”نئی دنیا“، ”کلیم“، ”شاعر“، ”حریت“، ”آئینہ“ اور ”ریاست“ خاص طور پر قابل ذکر ہیں۔

ایک اندازے کے مطابق 1947ء تک ہندوستان میں 1547 اردو اخبارات شائع ہو رہے تھے۔ مگر یہاں صرف ان اخبارات کا ذکر کیا گیا ہے جنہوں نے کسی زاویے سے اردو صحافت کے معیار و وقار میں اضافہ کیا ہے۔

انیس سو سینتالیس میں ہندوستان آزاد ہی نہیں ہوا بلکہ تقسیم بھی ہو گیا جس کی وجہ سے اردو صحافت کو زبردست دھچکا پہنچا۔ بہت سے اخبارات اور پریس ہنگامے کی نظر ہو گئے۔ بہت سے صحافی اور قارئین ہجرت کر گئے۔ جس کی وجہ سے قارئین کی بھی کمی ہو گئی۔ پھر اردو کے ہندوستان میں سرکاری زبان نہ رہ جانے کی وجہ سے بھی اردو صحافت متاثر ہوئی۔

لیکن یہ کمی کسی حد تک اس طرح پوری ہوئی کہ کچھ صحافی اور اردو جاننے والے پاکستان سے ہجرت کر کے یہاں آ گئے۔ آزادی کے بعد یہاں آ کر شروع ہونے اور جنم لینے والے اخباروں میں ”ملاپ“، ”پرتاب“ اور ”ہند سماچار“ کافی مشہور ہیں۔

حیدرآباد سے نکلنے والے اخباروں میں ”رہنمائے دکن“، ”منصف“ اور ”سیاست“ ہیں۔ جن میں ”سیاست“ اور ”منصف“ نہ صرف یہ کہ آج بھی جاری ہیں۔ بلکہ روز افزوں ترقی کر رہے ہیں۔ اب یہ آفسیٹ پر نکلنے لگے ہیں۔ اور ملک کے اہم کثیر الاشاعت اخباروں میں شامل ہیں۔

بمبئی سے نکلنے والا ”انقلاب“ جو دوسری جنگ عظیم کے زمانے میں شروع ہوا تھا اب آفسیٹ پر چھپنے لگا ہے۔ بمبئی سے نکلنے والا ایک اچھا اور بڑا ہفت روزہ ”بلٹن اردو“ بھی کافی مقبول ہے۔ کلکتہ کا ”آزاد ہند“ جو پہلے لیتھو پر چھپتا تھا اب آفسیٹ پر چھپتا ہے۔

اس کے علاوہ دہلی بھوپال۔ پٹنہ، لکھنؤ، بنگلور، سری نگر اور دیگر شہروں سے بہت سے نئے اخبار نکلنے لگے ہیں۔ جن میں روزنامہ ”راسشٹر یہ سہارا اردو“ مقبول ترین اخبار ہے۔ رجسٹر آف نیوز پیپرز آف انڈیا کی 1983ء کی رپورٹ کے مطابق اس وقت ہندوستان میں 1330ء اردو اخبارات نکل رہے تھے۔ جس میں روزنامے، ہفت روزے، پندرہ روزے اور ماہنامے شامل ہیں۔ 1957ء کے اعداد و شمار کے مطابق اس میں تین گنا

اضافہ ہوا ہے طباعت اور گیٹ اپ کے لحاظ سے بھی ان کا معیار بلند ہوا ہے۔ پھر بھی ایسے اردو اخبارات جنہیں واقعی معیاری کہا جاسکے انگلیوں پر گنے جاسکتے ہیں۔ شاید اس کی وجہ یہ ہے کہ ان میں سے زیادہ تر اخبارات یا رسائل انفرادی ملکیت ہیں۔ وہ بھی ایسے افراد کی جن کے پاس مطلوبہ سرمایہ نہیں ہے اور کچھ اخبارات تو صرف زائد اخباری کاغذ اور سرکاری اشتہارات حاصل کرنے کے لئے نکالے جا رہے ہیں۔ کچھ دنوں پہلے تک اردو صحافت کی ابتری کی ذمہ دار چار چیزیں قرار دی جاتی تھیں۔

● قاری کی کمی۔

● کتابت و طباعت کی معقول سہولت نہ ہونا۔

● اردو نیوز ایجنسی کا نہ ہونا۔

● اشتہارات کی کمی۔

فی زمانہ ان میں سے پہلی تین دشواریاں کسی حد تک دور ہو چکی ہیں پریس رجسٹرار کی رپورٹ کے مطابق اردو قاری کی تعداد بڑھی ہے۔

قومی اردو کونسل کے کتابت اور کمپیوٹر سکھانے کے مراکز قائم کر دینے کی وجہ سے کاتب کمیاب نہیں رہے۔ پھر یہاں ایسے کمپیوٹر ایجاد ہو گئے ہیں جن کا خرچ ایک اوسط درجے کا اخبار بھی آسانی سے برداشت کر سکتا ہے۔ اور نفیس سے نفیس طباعت کے لیے آفسیٹ کی مشینیں بھی دستیاب ہیں۔

اب ایسی بہت سی نیوز ایجنسیاں بھی یہاں قائم ہو گئی ہیں جو خبریں اور دوسرے اخباری مواد اردو میں مناسب قیمت پر فراہم کراتی ہیں۔

البتہ اشتہارات کی کمی کی شکایت بجا ہے۔ لیکن مناسب طریقے سے کوشش کی جائے تو اس پر بھی قابو پایا جاسکتا ہے۔

اخبار کا خبری حصہ

خبر نگاری:

خبر نگاری کے فن کی ابتداء ہوئے تقریباً دو ہزار سال گذر چکے ہیں۔ پر بھی اس کی جامع اور مکمل تعریف نہیں کی جاسکی۔ جامع اور مکمل سے مراد ایسی تعریف ہے جس پر صحافیوں کی اکثریت متفق ہو جائے۔ کہتے ہیں کہ جس طرح خوشبو، سچ اور محبت کو محسوس کرنا آسان ہے مگر بیان کرنا مشکل وہی حال خبر کا بھی ہے۔ اس کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ ایک واقعہ کسی شخص یا گروہ کے لئے خبر ہو سکتا ہے تو دوسرے کے لئے صرف واقعہ رہتا ہے خبر نہیں بنتا۔ اس سب کے باوجود بعض حضرات نے خبر کی تعریف کرنے کی کوشش کی ہے۔ مثلاً صحافت کے باوا آدم لارڈ نارٹھ کلف صحافت کی تعریف یوں کرتے ہیں۔

”کوئی بھی غیر معمولی واقعہ خبر ہے۔ جب کہ عام

واقعہ خبر نہیں“ 1

اس بات کو امریکی صحافی جان لی. بوگارڈ (سٹی ایڈیٹر) نیویارک مشن۔ مثال کے ساتھ یوں بیان کرتا ہے۔

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

کاٹے تو خبر ہے“ 2

اس بات میں کسی حد تک صداقت کے باوجود اس کے کچھ حصے تشنہ ہیں۔ اگر کتا کسی عام انسان کو کاٹے تو یقیناً خبر نہیں کہ کتے انسان کو کاٹتے ہی رہتے ہیں۔ لیکن اگر کتا برطانیہ کے پرنس چارلس کو کاٹ لے تو یہ واقعہ خبر کے دائرے میں آجائے گا۔ بہر حال اس سے اتنی بات واضح ہو جاتی ہے کہ جو بات غیر معمولی ہو وہ خبر ہو سکتی ہے۔

1. احمد نسیم سندیلوی، خبر نگاری، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1992ء، ص 11.

2. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویس، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 55.

کچھ اور مشہور تعریفوں کا خاکہ نیچے پیش کیا جا رہا ہے۔

”خبر دہ درست اطلاع یا نظریہ ہے جس سے قارئین کی

اکثریت کو دل چسپی ہو“ (ڈاکٹر ایم ایل اسپنسر)

”کسی بھی ایسے اہم واقعے کی پہلی اطلاع خبر کہلاتی ہے

جس سے اخبار پڑھنے والوں کو دل چسپی ہو“ (ایری سی ہاپ وڈ)

”خبر ایسی اطلاع کی، غیر متعصب رپورٹ ہے، جس میں کسی

تازہ واقعہ یا حادثہ کا حال ہو اور ایسا حال شائع کرنے سے اخبار کے

قارئین کی دل چسپی کا سامان مہیا ہوتا ہو“ (ولیم بیس مالبی) 1

احمد نسیم سندیلوی ایسی بہت سی تعریفات کے اہم نکات کو یکجا کر کے ایک عام

تعریف اس طرح مرتب کرتے ہیں۔

”خبر کسی ایسے واقعے کا بیان ہے جو نیا ہو، عمومی دل چسپی کا

باعث ہو، تازہ ہو۔ پہلے سے کسی کو معلوم نہ ہو، جو متحیر کرے۔ جس میں

کاملت ہو پڑھنے والا تشنہ نہ رہے۔ اس کے بیان میں عصبیت 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“ 2

بعض افراد اسے چاروں سمتوں کے ابتدائی حروف سے مل کر بنا ہوا بتاتے ہیں۔

NORTH -N

EAST -E

WEST -W

SOUTH -S = NEWS

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویس، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 56.

2. احمد نسیم سندیلوی، خبر نگاری، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1992ء، ص 15.

یعنی چاروں اطراف میں جو کچھ ہو رہا ہے اس کی اطلاعات کو نیوز یعنی خبر کہتے ہیں۔ بعض ”نیوز“ کو ”نیو“ کی جمع بتاتے ہیں۔ جس کی رو سے ہر نئی بات خبر ہے۔ قواعد کی رو سے نیوز نیو کی جمع ہو یا نہ ہو اتنی بات ضرور ہے کہ کوئی اطلاع یا امر واقعہ کا بیان اسی وقت تک خبر رہتا ہے جب تک کہ وہ نیا ہو۔ پرانا ہوتے ہی اس کی خبری اہمیت ختم ہو جاتی ہے۔

خبروں کے سلسلے میں پانچ ڈبلیو (W) اور ایک ایچ (H) اہمیت کا حامل ہے۔

WHAT ? کیا ہوا۔

WHERE ? کہاں ہوا۔

WHEN ? کب ہوا۔

WHO ? کون کون ملوث تھے۔

WHY ? کیوں ہوا۔

HOW ? کیسے ہوا۔

اگر کسی بھی واقعے کی تفصیل میں ان چھ سوالوں کے جواب مل جائیں تو خبر کامل سمجھی جائے گی۔ اردو میں اسے چھ کافی اصول کہتے ہیں۔

ماہرین صحافت اور خبروں کی تعریف کرنے والے خبر میں معروضیت کو لازمی قرار دیتے ہیں۔ یعنی خبر میں امر واقعہ کا بیان بے باک، غیر جانبدار، اور ذاتی احساسات و تاثرات سے پاک ہونا چاہئے۔ تمام ذرائع ترسیل کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ خبروں کو بلا کم و کاست قارئین و سامعین تک پہنچائیں۔ جہاں تک خبروں کی توضیح، رد عمل یا ان پر تبصرے کا سوال ہے اس کے لئے اخبارات میں ادارتی صفحات اور ریڈیو ٹیلی ویژن میں تبصرے موجود ہیں۔

نہ صرف یہ کہ اصولی طور پر خبروں میں معروضیت قائم رکھنی چاہئے بلکہ قارئین، ناظرین و سامعین کے ساتھ انصاف بھی اسی صورت میں ہوگا جب خبریں اصل صورت میں ان تک پہنچیں۔ یہاں سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ کیا خبروں میں پوری طرح معروضیت قائم رکھنا ممکن ہے۔ دراصل صحافی بھی معاشرے کا ایک فرد ہوتا ہے اور اس پر

معاشرے اور قوم کی بھی کچھ ذمہ داریاں عائد ہوتی ہیں۔ کیا وہ کسی بات کو صرف اس لئے شائع کر دے کہ وہ سچ ہے۔ کچھ سچ ایسے بھی ہوتے ہیں جن سے معاشرے میں تشدد کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔ قانون شکنی کے رجحان کو تقویت مل سکتی ہے، فرقہ وارانہ عصبیت کو طاقت پہنچ سکتی ہے۔ اخلاق عامہ متاثر ہو سکتا ہے کسی ایک فرقے کے خلاف نفرت پیدا ہو سکتی ہے۔

ایسی صورت میں فارسی کے اس مقولے سے احتراز نہیں کیا جاسکتا کہ ”دروغ مصلحت آمیز بہ از راستی فتنہ انگیز“ لہذا اس کی یہ توضیح بھی کی جاسکتی ہے کہ صداقت کے اصول کو برتنے کا یہ مقصد ہے کہ جو خبر شائع ہو وہ سچائی پر مبنی ہو، مگر اس سے یہ ہرگز لازم نہیں آتا کہ سچائی پر مبنی ہر بات شائع ہی کی جائے۔

خبر کی اہمیت:

خبر عوامی میراث سمجھی جاتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ برطانیہ میں کاپی رائٹ کا اطلاق خبروں پر نہیں ہوتا۔ بلکہ صرف خبر تحریر کرنے کے سلیقے اور انداز پر ہوتا ہے۔ خبر عوام کی ناگزیر ضرورت ہے لہذا اسے کسی فرد کی ملکیت قرار نہیں دیا جاسکتا۔ مشہور انگریزی مصنف اور صحافی ڈیفونے کہا تھا کہ سماج کو تقویت خبروں سے ہی ملتی ہے اور انسانی زندگی کے کامیاب چلن میں خبروں کا واقع مقام ہے۔ خبر گو یا زمانے کی آواز ہے۔ ہم عصر دور کی ایک اہم پیداوار ہے۔ 1

کون سی خبر اہم اور قابل اشاعت ہے اور اسے کتنی اہمیت دی جائے یعنی اسے کس صفحے پر جگہ دی جائے وہ ایک کالمی ہودو کالمی یا تین کالمی اس کا انحصار مندرجہ ذیل باتوں پر ہے۔

- خبر پڑھنے یا سننے والے کون لوگ ہیں۔
- خبر میں کتنے لوگوں کی دلچسپی ہے۔

- خبر چھاپنے یا نشر کرنے والے کون لوگ ہیں۔
- خبر میں کتنے لوگ ملوث ہیں۔

یہ درست ہے کہ صحافت کی اپنی اقدار ہیں۔ اس کے کچھ اصول ہیں جن کی بنا پر خبروں کی اہمیت یا انھیں چھاپنے یا نہ چھاپنے کا فیصلہ ہونا چاہئے۔ مگر یہ سب نظریاتی چیزیں ہیں۔ عملی صحافت میں تجارت کا وہی اصول کارفرما ہے کہ کس چیز کی مانگ ہے اور اس کی کیا قیمت مقرر کی جائے۔ زمانہ تھا کہ صحافت مشن ہوا کرتی تھی اب صرف پیشہ ہے۔ بعض اخبارات اب بھی ایسے ہیں جو صحافت کو ایک مقدس فریضہ سمجھتے ہیں لیکن دنیا میں اکثریت بلکہ بھاری اکثریت ایسے اخبارات کی ہے جو اسے صرف اور صرف تجارت کی طرح برتتے ہیں۔ اگر وہ کچھ اقدار کو اپنائے ہوئے ہیں تو اس وجہ سے کہ ان کو اپنانے سے ان کی جنس فروخت کی مانگ بڑھے گی۔ لہذا آج خبر کی اہمیت اس نقطہ نظر سے ہوتی ہے کہ اسے پڑھنے یا سننے والے کون ہیں اور کتنے ہیں۔

ہر اخبار میں خبروں کا معیار مختلف ہوتا ہے، جو خبر بڑے شہر کے اخبار کے لئے اہم ہے ضروری نہیں کہ وہ قصبے کے اخبار کے لئے بھی اہم ہو۔ انگریزی زبان کے اخبار کے لئے کوئی خبر اہم ہوگی تو علاقائی زبانوں کے اخبار کے لئے کوئی اور۔ خبر کی اہمیت ہر ملک، ہر شہر، ہر قصبے کے لئے الگ الگ ہوتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ ایک بین الاقوامی اخبار بین الاقوامی خبروں کو، قومی اخبار قومی خبروں کو اور علاقائی اخبار علاقائی خبروں کو نسبتاً زیادہ اہمیت دیتے ہیں۔

جیسا کہ اوپر کہا گیا تجارتی اصولوں کے تحت خبر کا ایک پہلو ہے کہ قارئین کو وہ دیا جائے جو وہ چاہتے ہیں۔ مگر کسی ادارے سیاسی جماعت یا ان کے اثر میں چل رہے اخبار قارئین کو وہ دیتے ہیں جو وہ انھیں دینا چاہتے ہیں۔ ایسے اخبارات خریدتے بھی وہی لوگ ہیں جو اس ادارے یا جماعت کے نظریات سے اتفاق رکھتے ہیں۔

ہر شخص کی اپنی پسند و ناپسند ہوتی ہے۔ اس طرح بعض خبریں کچھ افراد کے لئے اہم ہوتی ہیں اور کچھ کے لئے نہیں۔ لیکن فرد کی طرح پسند و ناپسند اکثریت کی بھی ہوتی

- ہے۔ لہذا خبر کی اہمیت کے حوالے میں اکثریت کی پسند و ناپسند بھی آجاتی ہے۔
- خبر کو اہمیت کی کسوٹی پر پرکھنے کے لئے عموماً مندرجہ ذیل جزئیات کو مد نظر رکھا جاتا ہے۔
- خبر میں کتنے لوگ دل چسپی لیں گے (وسعت)۔
 - خبر سے کتنے لوگ متاثر ہوں گے۔
 - خبر کے آئندہ کیا اثرات مرتب ہوں گے۔
 - خبر کی نوعیت کیا ہے (بین الاقوامی، قومی یا مقامی)۔
 - خبر کا منبع کون سی جگہ ہے (قرب مکانی)۔
 - خبر میں انوکھا پن ہے یا عام سی خبر ہے۔
 - خبر میں کتنی اہم شخصیت ملوث ہے۔
 - خبر کتنی نئی ہے (قرب زمانی)۔

• خبر میں کسی راز سے پردہ اٹھایا گیا ہے یا کسی سازش کی نشاندہی کی گئی ہے۔ 1

خبر کی اہمیت کا ایک اہم عنصر ”قرب مکانی“ ہے۔ خبر جتنے نزدیک کی ہوگی اتنی ہی دل چسپی سے پڑھی جائے گی۔ اسی طرح ایک عنصر ”قرب زمانی“ بھی ہے۔ خبر جتنی تازہ ہوگی اتنی ہی اس کی اہمیت ہوگی۔ جو خبر زیادہ سے زیادہ لوگوں کو اپنی طرف متوجہ کرے۔ جو زیادہ سے زیادہ لوگوں کو احساسات میں کھلبلی پیدا کرے۔ جو زیادہ سے زیادہ لوگوں کو بہلائے، پریشان کرے یا غور و فکر پر آمادہ کرے اسے زیادہ اہم کہا جاسکتا ہے۔

خبروں کے اقسام:

خبروں کو بنیادی طور پر دو حصوں میں بانٹا گیا ہے۔

- واقعاتی خبر۔
- نیم واقعاتی خبر۔

کوئی بہت اہم بات و واقعہ مثلاً حکومت کا کوئی تازہ فیصلہ جس سے ملک کے حالات پر اثر پڑ سکتا ہو۔ یا اقوام متحدہ کی عالمی مسئلے پر رائے دہندگی۔ یا ایسی تبدیلی و تغیر جس سے عوامی زندگی میں واضح فرق پیدا ہو جائے یا پیدا ہو جانے کے امکانات ہو جائیں، سخت خبر کہلاتی ہے۔

کوئی ایسی بات جو قاری کے علم میں آ جانے یا نہ آنے کے باوجود اس کی زندگی میں کوئی فرق نہ پڑے یا ایسے چھوٹے موٹے واقعات جو عموماً ہوتے ہی رہتے ہیں نرم خبر کہلاتے ہیں۔ 1

اس کی مزید تفصیل میں جائیں تو اسے پانچ حصوں میں منقسم کیا جاسکتا ہے۔

• سادہ خبر

• رواں خبر

• توضیحی خبر

• تحقیقاتی خبر

• وابستہ خبر 2

سادہ خبر: اگر کسی واقعے کو اس کے بنیادی حقائق کے ساتھ بیان کر دیا جائے اس کا کوئی پس منظر یا اس سے متعلق کوئی واقعہ بیان نہ کیا جائے اس پر نہ کوئی تبصرہ کیا جائے نہ اس کے اثرات کی نشاندہی کی جائے تو وہ سادہ خبر ہوگی۔ اخبارات میں شائع ہونے اور ریڈیو و ٹیلی ویژن سے نشر ہونے والی زیادہ تر خبریں اسی قسم سے تعلق رکھتی ہیں۔

رواں خبر: سادہ خبر سے یہ زیادہ مختلف نہیں ہوتی۔ اس میں بھی حقائق کا بیان کسی تبصرے کے بغیر ہوتا ہے۔ سوائے اس کے کہ یہ خبر گذشتہ روز کی خبر سے کسی نہ کسی طرح منسلک ہوتی ہے یا گذشتہ خبر کا حوالہ یا تذکرہ ہوتا ہے۔ مثلاً اگر کسی کانفرنس یا کھیل کی کارروائی

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویس، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 63.

2. احمد نسیم سندیلوی، خبرنگاری، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1992ء، ص 45.

ختم نہیں ہوئی ہے اور وہ جاری ہے تو آگے کی کارروائی کی خبر دی جاتی ہے۔ اگر امریکہ یا یورپ کے کسی علاقے میں کوئی مذاکرہ یا کوئی پروگرام چل رہا ہے تو ہو سکتا ہے کہ کارروائی کی پوری تفصیل بروقت اخبار تک نہ پہنچ سکے اور وہ پہلے روز اس کے وقوع پذیر ہونے کی صرف اطلاع ہی دے سکے۔ باقی تفصیلات دوسرے روز بیان کرے اس میں بھی حقائق کا بیان کسی تبصرے کے بغیر ہوتا ہے۔

توضیحی خبر: اس طرح کی خبر میں سادہ بیانی کے ساتھ ساتھ حقائق کی تفصیل و تصریح پچھلے حقائق کا حوالہ، واقعات یا صورت حال کا پس منظر بھی بیان کیا جاتا ہے۔ مثلاً کسی سیاسی گروہ یا پارٹی پر سے حکومت نے پابندی ختم کر دی یہ ایک سادہ خبر ہوگی مگر اس کے ساتھ یہ بھی بیان کر دیا جائے کہ حکومت نے یہ پابندی کب لگائی تھی۔ اس پارٹی یا گروہ کا سیاسی نظریہ کیا تھا۔ پابندی عائد کرنے کی وجہ کیا تھی اور اب پابندی کیوں اٹھائی گئی تو یہ ایک توضیحی خبر ہوگی۔ توضیحی خبر میں کبھی کبھی معروف حضرات بھی شامل کر لئے جاتے ہیں۔ سادہ خبر یا اس کا ایک حصہ الگ سے توضیحی خبر بھی بن سکتا ہے۔ مثلاً اے. پی. جے. عبدالکلام ہندستان کے نئے صدر منتخب ہو گئے۔ یہ ایک سادہ خبر ہوگی مگر اس کی توضیحی خبر یہ ہو سکتی ہے کہ ان کا تعلق کسی سیاسی پارٹی سے نہیں ہے اور وہ سیاسی آدمی بھی نہیں وہ ایک سائنسداں ہیں۔ ان کی ایجادات سائنس کے کس میدان میں ہیں۔ بحیثیت صدر ان کی مصروفیات سے ان کی سائنسی تحقیق متاثر ہوگی یا نہیں ہوگی۔

تحقیقاتی خبر: تحقیق اور خبر کا چولی دامن کا ساتھ ہے ذرا غور کیا جائے تو اندازہ ہوگا کہ کوئی واقعہ تحقیق کے بغیر خبر بنتا ہی نہیں۔ صحافیوں کا خیال ہے کہ خبر کا مطلب ہی تحقیق شدہ واقعہ ہے۔ صحت مند اور مثبت صحافت کو قائم رکھنے کے لئے ضروری ہے کہ افواہوں، سنی سنائی باتوں اور غلط اعداد و شمار پر مبنی واقعات و صورت حال کی اشاعت سے پہلے جانچ کر کے اس کی صحت کا یقین کر لیا جائے اور یہ یقین تحقیق کے ذریعے ہی ممکن ہے۔ مزید یہ کہ خبر میں جتنی زیادہ تحقیق ہوگی قاری کی دل چسپی خبر میں اتنی ہی زیادہ ہوگی۔

کیونکہ اس طرح اسے وہ معلوم ہوگا جو وہ نہیں جانتا تھا۔ کسی بھی خبر میں تجسس برقرار رکھنے کے لئے اس کے نوع بہ نوع پہلوؤں کو اجاگر کرنا ضروری ہوتا ہے۔ اور یہ تحقیق کے ذریعے ہی ممکن ہوتا ہے۔ انسانی سرشت میں جستجو اور زیادہ سے زیادہ جاننے کا عنصر کافی پایا جاتا ہے یہی وجہ ہے کہ قاری اپنی دل چسپی کی خبروں میں زیادہ سے زیادہ تفصیل جاننا اور متعلقہ حقائق کی تہہ تک پہنچنا چاہتا ہے۔ قارئین کی اس خواہش کی تسکین تحقیق کے بغیر نہیں کی جاسکتی۔ تحقیقاتی خبریں جرائم سے پردہ اٹھانے اور مجرموں کو کیفر کردار تک پہنچانے میں بڑی مددگار ثابت ہوتی ہیں۔ تحقیقاتی خبر نگاری میں خبر کے مخفی پہلوؤں کو اجاگر کیا جاتا ہے۔ مثلاً اشیائے ضروری کی قیمتیں بڑھ رہی ہیں۔ یہ سادہ سی خبر ہوگی۔ لیکن قیمتیں کیوں بڑھ رہی ہیں۔ ان کو پیدا کرنے والوں سے مل کر معلومات اکٹھا کرنا، قیمتوں پر قابو رکھنے والے محکمے کے افسران سے مل کر ان کی ناکامی کی وجہ معلوم کرنا، ماہرین اقتصادیات سے مل کر ان کی رائے جاننا۔ صارفین کی رائے کو اس میں شامل کرنا۔ پھر ان تمام اجزاء کو ملا کر خبر بنانا تحقیقاتی خبر کے زمرے میں آئے گا۔ جس میں سادہ خبر کے مقابلے میں قارئین، سامعین و ناظرین کی دل چسپی زیادہ ہوگی۔

تحقیق و توضیح دونوں آج خبر کی بنیادی ضرورت بن گئے ہیں۔ اس کے بغیر کوئی خبر مکمل محسوس نہیں ہوتی۔ آج تمام اعلیٰ صحافی اسے خبر کا معیار تسلیم کرتے ہیں۔

وابستہ خبر: ویسے تو یہ سادہ ہوتی ہے۔ اس میں پیش ہوئی شخصیت یا واقعہ زیادہ اہم یا دل چسپ نہیں ہوتا۔ لیکن کسی وابستگی کے سبب سے یہ شخصیت یا واقعہ دل چسپی کا سبب بن جاتا ہے۔ مثلاً کسی غیر معروف شخصیت کی موت کی خبر بذات خود ”دل چسپی“ کا باعث نہیں ہوگی مگر اس کو اگر کسی بڑی شخصیت کا کسی مشہور فلمی ستارے کا بھائی بتا کر اس سے وابستہ کر دیا جائے تو اس میں دل چسپی پیدا ہو جائے گی۔ اسی طرح بعض واقعات کسی علاقے، شہر یا ملک سے وابستگی کی وجہ سے دلچسپ ہو جاتے ہیں۔

اس کے علاوہ خبروں کی کچھ اور قسمیں بھی ہیں مثلاً قومی یا ملکی خبریں اور بین الاقوامی یا غیر ملکی پھر ان کی تقسیم در تقسیم ہوتی جاتی ہے جیسے اضلاعی خبریں، مقامی

خبریں، کھیلوں کی خبریں، جنگی خبریں، حادثات کی خبریں اور تجارتی خبریں۔ مگر قاری سامع یا ناظر کے نقطہ نظر سے یہ تقسیم کوئی اہمیت نہیں رکھتی۔ یہاں تک کہ صحافی کے نقطہ نظر سے بھی ان کی زیادہ اہمیت نہیں ہے۔ یہ تقسیم صرف خبروں کی شناخت کی غرض سے کی جاتی ہے۔

خبروں کے ذرائع: ابھی کچھ دنوں پہلے تک اچھے اخبارات کی خبروں کے حصول کے اہم ترین اور معتبر ترین ذرائع اس کے اپنے نمائندے ہوتے تھے۔ گو کہ اب ان کا استعمال کم ہو گیا ہے پھر بھی اچھے اخباروں کے نمائندے اندرون شہر، اندرون ملک اور بیرون ملک میں موجود ہوتے ہیں جو انھیں بروقت خبریں بھیجتے رہتے ہیں۔ ان نمائندوں کے لئے اخبار کی طرف سے کوئی حلقہ مقرر کر دیا جاتا ہے۔ یا خبروں کی اقسام کے لحاظ سے ان کی ذمہ داری مقرر کر دی جاتی ہے جیسے کھیل کو دار سماجی پروگراموں کی خبریں کوئی ایک نمائندہ دے گا دوسرا جرائم کی اور تیسرا عدالت کی۔

مگر اب اخبار، ریڈیو اسٹیشن یا ٹیلی ویژن مرکز کو جو خبریں فراہم کی جاتی ہیں ان کا سب سے بڑا ذریعہ نیوز ایجنسیاں ہیں¹۔ کوئی بھی اخبار کتنا ہی بڑا اور مالی اعتبار سے کتنا ہی مستحکم کیوں نہ ہو۔ اس کے لئے پورے ملک بلکہ پوری دنیا سے اپنے نمائندوں یا رپورٹروں کے ذریعے خبریں اور ان کی تفصیلات بروقت حاصل کر لینا ممکن نہیں۔ اور یہ مسئلہ کسی ایک شہر یا ایک ملک کے اخبار کا نہیں ہے بلکہ ساری دنیا کے اخبارات کا ہے۔ اس لئے دنیا کے بیشتر ممالک میں خبر ایجنسیاں قائم ہیں (یہ عالمی سطح کی بھی ہیں اور ملکی سطح کی بھی) جو مختلف علاقوں سے خبریں حاصل کر کے ان اخبارات، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو قیمتاً فراہم کرتی ہیں جو ان سے حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ تقریباً ہر بڑے ملک کی اپنی قومی یا نجی یا نیم سرکاری نیوز ایجنسیاں ہیں۔ یہ ایجنسیاں خبریں بہر صورت اپنے نمائندوں ہی کے ذریعے حاصل کرتی ہیں۔ لہذا جس طرح کسی ایک اخبار کے لئے اپنے طور پر ہر طرح کی خبریں حاصل کرنا ممکن نہیں اسی طرح کسی ایک ایجنسی کے لئے بھی ساری دنیا کی خبریں بروقت اپنے نمائندوں کے ذریعے حاصل کر لینا ممکن نہیں ہوتا۔ لہذا

”ایک ملک کے اہم خبر رساں ادارے دوسرے ملک کے خبر

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 80.

رساں ادارے سے معاہدے کرتے ہیں اور اس طرح پوری دنیا کے خبر رساں ادارے ایک دوسرے سے بالواسطہ یا براہ راست (بلاواسطہ) خبروں کی ترسیل کے سلسلے میں ایک دوسرے سے منسلک اور مربوط ہو جاتے ہیں“ 1

بڑے اخبارات نے اپنی ذاتی خبر رساں ایجنسیاں بھی قائم کر لی ہیں۔ جیسے ٹائمز آف انڈیا نیوز سروس، ایکسپریس نیوز سروس، خبر رساں ایجنسیاں عموماً ٹیلی پرنٹر کے ذریعے خبریں اخبار تک پہنچاتی ہیں۔ اور بعض پریس نوٹ یا پریس ریلیز کے طرز پر بھی خبریں اخبار کو فراہم کراتی ہیں۔

سرکاری دفاتر خبروں کے اہم مراکز ہیں۔ ضلع کے دفاتر، سکریٹریٹ، گورنر کا دفتر، پھر مرکز میں صدر جمہوریہ کی رہائش گاہ، وزیراعظم کا دفتر، وزراء کے دفاتر، لوک سبھا، راجیہ سبھا، اسمبلی اور کونسل اور خود مختار اداروں کے شعبہ تعلقات عامہ کے شعبہ اطلاعات یا افسر اطلاعات سے خبریں حاصل ہو جاتی ہیں۔ اسی طرح عدالتیں بھی خبریں حاصل کرنے کا اچھا ذریعہ ہیں۔ جرائم کی خبری اہمیت مسلم ہے لہذا پولیس کا محکمہ بھی خبروں کا ایک وسیلہ ہے۔ آپسی لڑائی، جھگڑے، حادثے اور جرائم کے شکار اسپتال لائے جاتے ہیں۔ یہیں سے اہم شخصیتوں کی بیماری صحت و موت کی اطلاعات حاصل ہوتی ہیں لہذا اسپتال بھی خبروں کا بہتر ذریعہ ہے۔ فائر بریگیڈ کے دفتروں اور ہوٹلوں سے بھی کافی مواد مل جاتا ہے۔ سماجی خدمت گارانجمنیں، سیاسی جماعتوں اور یونیورسٹیوں کے دفاتر، مقبول سماجی خدمت گار، صرافہ بازار، اسٹاک ایکسچینج، حجام کی دکانوں، پھول بیچنے والوں غرض کہ خبریں قدم قدم پر ملتی ہیں۔ انہیں حاصل کرنے والا مستعد ہونا چاہئے۔

خبرنگاری کے طریقے :

خبروں کو حاصل کر لینے کے بعد مسئلہ آتا ہے انہیں کس طرح اخبار میں سجا کر قارئین کے

1. احمد نسیم سندیلوی، خبرنگاری، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، 1992ء، ص 69.

سامنے پیش کیا جائے۔ سجاوٹ جتنے فنکارانہ طریقے سے ہوگی اخبار میں قارئین کی دلچسپی اتنی ہی زیادہ ہوگی۔

صحافتی انداز بیان کتابی انداز بیان سے مختلف ہوتا ہے۔ اخبار کی تحریر میں اطلاع اہم ہوتی ہے جس کے بالواسطہ ابلاغ پر زور دیا جاتا ہے۔ یعنی اسے اس انداز سے تحریر کیا جائے کہ قاری اپنے دماغ پر زور دے بغیر یا غور و فکر کے عمل سے گزرے بغیر فوراً بات کی تہہ تک پہنچ جائے۔ تحریر میں نفس مطلب، استدلال اور نتیجہ کا لحاظ ہو۔ زبان کی چاشنی اور لطافت کو بھی برقرار رکھا جاسکے تو اخباری تحریر کا معیار بلند ہو جاتا ہے۔ ویسے خبری تحریر میں الفاظ ہلکے پھلکے، جملے چھوٹے چھوٹے، زبان سادہ و آسان اور پیرا گراف چھوٹے چھوٹے ہوں تو بہتر ہے۔

خبریں تحریر کرنے کی کچھ مخصوص تکنیک ہوتی ہے جس کے ذریعے خبر کو جاذب اور دل چسپ بنایا جاتا ہے۔ بنیادی طور پر خبریں چار طریقوں سے لکھی جاتی ہیں۔

• الٹا ہرام

• خلاصہ

• معطل دل چسپی

• سلسلہ وار بیان

الٹا ہرام:

خبریں تحریر کرنے کا ایک طریقہ الٹا ہرام ہے۔ ہرام مصر کی شکل تکونی مخروطی ہوتی ہے۔ خبر تحریر کرنے میں الٹے ہرام سے مراد یہ ہے کہ ابتداء میں انتہا کو پہنچنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ جو اہم ترین بات ہوتی ہے وہ سب سے پہلے درج کی جاتی ہے۔ جیسے جیسے پیرا گراف بڑھتے ہیں کم اہمیت والی بات مذکور ہوتی ہے۔ یعنی پہلے پیرا گراف میں سب سے اہم اور ضروری بات، اس سے کم اہمیت والی بات دوسرے میں اس سے بھی کم اہمیت والی تیسرے میں اسی طرح آخر تک۔ اس لئے ضروری نہیں ہوتا کہ خبر کی تفصیل سلسلہ وار بیان ہو۔ اس طریقہ کار کو آج کل زیادہ تر اخبارات نے اپنا

رکھا ہے۔ اس کی مقبولیت کی کئی وجہیں ہیں۔

● اس طریقہ کار کو اپنا کر کوئی خبر مختصر بھی لکھی جاسکتی ہے اور طویل سے طویل بھی۔

● جس قاری کے پاس کم وقت ہے وہ دو چار لائینوں میں اہم اور خاص بات معلوم کر لے گا۔

● جس کے پاس وقت کی کمی نہیں اس کے لئے پوری تفصیل بھی اس میں موجود ہوتی ہے۔

● اس میں سب ایڈیٹر کو سرخی جمانے میں بڑی آسانی ہوتی ہے۔ اگر جگہ کی کمی ہو جائے تو آخری حصے کو آسانی سے حذف کیا جاسکتا ہے۔

● پوری خبر کال بلب بھی پہلے پیرا گراف میں دیا جاسکتا ہے۔ جو مصروف قاری کو آسانی سے مطمئن کر دے۔

خلاصہ:

خبریں تحریر کرنے کا دوسرا طریقہ ”خلاصہ“ یا SUMMARY کہلاتا ہے۔ اس میں کسی خبر کا خلاصہ یا ماہر حاصل گو کہ مختصر اور جامع انداز میں بیان کیا جاتا ہے۔ پھر بھی کوشش کی جاتی ہے کہ خبر سے متعلق دماغ میں آنے والے تمام سوالات کے جوابات اس میں حتی الامکان فراہم ہو جائیں۔ کسی بھی خبر کا خلاصہ تحریر کرنے کے لئے نسبتاً وقت کی زیادہ ضرورت ہوتی ہے۔ کیوں کہ یہاں تمام ضروری باتوں کو اور ان ضروری تفصیلات کو خوبی کے ساتھ تحریر میں سمو کر اسے جامع بنانا ہوتا ہے۔ کوئی بھی موضوع ہو، واقعہ عالمی نوعیت کا ہو یا ملکی، خلاصے میں ایسا انداز اختیار کیا جاتا ہے کہ قاری کو واقعات اور اس کے کوائف کا قابل فہم اور محیط جائزہ مل جائے۔ اس طریقہ کار کے حامیوں کا خیال ہے کہ اس میں خبر کو اچانک کہہ دینے کے بجائے مناسب پس منظر کے ساتھ کہنے کا موقع ملتا ہے۔ جس میں اس کی اثر پذیری بڑھ جاتی ہے۔ ان کا یہ بھی خیال ہے کہ اس طریقہ کار پر خلوص کے ساتھ عمل کر کے خبر پیش کی جائے تو قاری کی بھرپور تشفی ہوتی ہے۔

معطل دلچسپی: جذباتی اہمیت کے مد نظر یا واقعے کی صورت حال کو ملحوظ رکھتے ہوئے بعض خبریں ایسی ہوتی ہیں کہ اگر اہم بات ابتداء میں ہی بتادی جائے تو خبر میں دل چسپی ختم ہو جانے کے امکانات ہوتے ہیں۔ لہذا ایسی صورت میں قاری کی دل چسپی آخر تک قائم رکھنے کے لئے اہم بات آخر میں ہی دی جاتی ہے۔

سلسلہ وار بیان: سب سے اہم بات کو سب سے پہلے بیان کرنے کا طریقہ آج مرغوب بھی ہے اور فائدے مند بھی۔ لیکن کچھ حادثات و حالات کی نوعیت ایسی ہوتی ہے کہ انھیں ٹھیک سے ذہن نشین کرانے کے لئے تفصیلات سلسلہ وار ہی بیان کی جاتی ہیں۔ ہو بہو اسی ترتیب کے ساتھ جس طرح وہ وقوع پذیر ہوئی تھیں۔ سید اقبال قادری لکھتے ہیں کہ:

”یہ طریقہ کار ”سرگذشت نویسی“ بھی کہا جاتا ہے۔ عموماً کسی اہم عدالتی مقدمہ کے سلسلہ میں شائع ہونے والی تفصیلات میں یہ طریقہ بہتر سمجھا جاتا ہے۔ کبھی کبھی پارلیمانی روداد کی اشاعت میں بھی اس انداز بیان کی اہمیت تسلیم کی جاتی ہے“¹

خبر کا ابتدائیہ: بنیادی طور پر خبر کے دو حصے ہوتے ہیں۔ ابتدائیہ اور متن۔ سید اقبال قادری کا خیال ہے کہ

”دل کش اور مفہومی ابتدائیہ لکھنے میں کمال حاصل کرنا صحافتی استناد کی معراج ہے عمدہ ابتدائیہ نویسی کا میاب صحافت کی ضمانت ہے“²

اس اقتباس سے ابتدائیہ کی اہمیت کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔ یہ اس اعتبار سے بھی اہم ہے کہ اس میں پوری خبر کا خلاصہ یا تعارف ہوتا ہے۔ یہاں یہ کہنا غلط نہ ہوگا کہ خبر

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 97.

2. ایضاً، ص 99.

نگاری کی کامیابی کا راز بھی اسی آغاز میں پوشیدہ ہوتا ہے۔ انگریزی میں اسے انٹرو (INTRO) کہتے ہیں جو انٹروڈکشن کا مخفف ہے۔ خبر کا پہلا جملہ یا ابتدائی چند جملوں کا مجموعہ ابتدائی کہلاتا ہے۔ اگر خبر مختصر ہو تو ابتدائی بھی مختصر ہوگا۔ اگر خبر طویل اور اہم ہو تو ابتدائی بھی اسی مناسبت سے قدرے طویل ہو جائے گا۔

ایسا ابتدائی تحریر کرنا جو جامع، مختصر، معلوماتی اور حقائق پر مبنی ہو خبر نگاری کی کامیابی کا راز ہے۔ کیونکہ یہی وہ حصہ ہے جو قاری سب سے پہلے پڑھتا ہے۔ یہ اگر قاری کو مرعوب کرے گا تو ٹھیک، نہیں تو وہ کسی اور خبر کی طرف رجوع کرتا ہے۔ عموماً ابتدائی لکھنے کے لئے مندرجہ ذیل اصول برتے جاتے ہیں۔

- ابتدائی کو خبر کی مناسبت سے تحریر کیا جانا چاہئے۔
- ابتدائی اس طرح لکھا جائے کہ قاری ”خبر کی طرف“ مائل ہو جائے۔
- اسے مختصر سے مختصر ہونا چاہئے
- اس میں پوری خبر کا حاصل آجائے۔
- ابتدائی کو چست نتیجہ خیز اور دل کش ہونا چاہئے۔

ابتدائی عام طور پر دو طرح کا ہوتا ہے۔

ملخص اور تعارفی، ملخص ابتدائی وہ ہوتا ہے جس میں پوری خبر کا خلاصہ چند لفظوں یا چند جملوں میں بیان کر دیا جائے۔ بیشتر خبروں کا ابتدائی ملخص ہوتا ہے۔

تعارفی ابتدائی کی کئی صورتیں ممکن ہیں۔ اس میں سوال، مقولہ، رائے یا خبر کا ایسا تعارف جس میں دل چسپی اور اہمیت کا سامان موجود ہو۔

ابتدائی لکھتے وقت خبر کے مجموعی مزاج کا خصوصی خیال رکھنا چاہئے۔ مثلاً خبر صدمہ انگیز ہے تو ابتدائی میں بھی غم و افسوس کے الفاظ ہوں اور لہجہ ہمدردانہ ہو۔ خبر سنجیدہ ہے تو ابتدائی بھی سنجیدہ ہو۔ اگر واقعہ نشاط انگیز ہے تو ابتدائی کا لہجہ بھی نشاطیہ ہو سکتا ہے۔

ابتدائی اتنے دل کش انداز میں تحریر کیا جائے کہ قاری خبر کو آخر تک پڑھنے پر مجبور

ہو جائے۔ سرخی اگر جاذب ہے تو اس سے وہ خبر کی طرف مائل ہو جاتا ہے۔ پھر ابتدائیہ کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ قاری کی دل چسپی کو برقرار رکھے۔

سید اقبال قادری لکھتے ہیں:

”ابتدائیہ منضبط بھی ہو اور مختصر بھی، منظم بھی ہو اور گنجائش

دار بھی۔ واضح بھی ہو اور مقدار الفاظ میں کم سے کم۔ خبر کا جو سب سے

اہم نکتہ ہے وہ ”ابتدائیہ“ میں ضرور سمائے۔ نمایاں، پر مطلب، بامعنی یا

عظیم نکتہ خبر کے ابتدائیہ ہی میں ظاہر ہو جائے۔ اگر قاری ایک یا دو جملے

پڑھ کر رک بھی جائے تو خبر کی اہمیت یا اصلیت اس پر واضح ہو جائے“ 1

خبر کی طرح ابتدائیے میں بھی چھ کافی سوالات کے جوابات کا خلاصہ ہونا

چاہئے۔ ہر خبر میں تمام سوالوں کے جوابات اہم نہیں ہوتے کسی خبر میں کسی کاف کا جواب

اہم ہوتا ہے کسی میں کسی کا۔ لہذا خبر میں جس سوال کا جواب اہم ہو۔ ابتدائیے کا آغاز اسی

جواب سے ہو ایسی خبریں کم ہوتی ہیں جن میں ”کب“ اور ”کہاں“ کا جواب اہم ہو۔ زیادہ

تر خبریں ایسی ہوتی ہیں جن میں ”کیا“، ”کیسے“، ”کون“ اور ”کیوں“ کے جوابات اہم

ہوتے ہیں۔ یا ان میں سے کسی ایک کا جواب اہم ہوتا ہے، چنانچہ ابتدائیے میں وہی جواب

پہلے آنا چاہئے جو خبر میں اہم ہے۔ 2

ابتدائیے میں درج ذیل خصوصیات ہوں تو اس کی کامیابی کے امکانات بڑھ

جاتے ہیں۔

● واقعات کے اعتبار سے صحیح ہو۔

● انداز کے اعتبار سے دل چسپ ہو۔

● مفہوم کے اعتبار سے واضح ہو۔

● خبر کے رنگ کا مظہر اور متن سے ہم آہنگ ہو۔

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 101.

2. مسکین علی حجازی، فن ادارت، اردو سائنس بورڈ، لاہور، 1992ء، ص 64.

● اس میں سادہ جملوں کا استعمال کیا گیا ہو۔

ابتدائی لکھتے وقت مندرجہ ذیل باتوں کا خاص طور پر خیال رکھنا چاہئے۔
● تفصیل سے احتراز۔

● پیچیدہ جملوں سے پرہیز۔

● واقعات عمومی نوعیت کے بجائے حتمی اور واضح ہوں۔

● ابتدائیے کا آغاز اعداد و شمار سے نہیں کرنا چاہئے۔ ”35000 کے ایک جلوس نے مہنگائی کے خلاف مظاہرہ کیا“ کے بجائے ”ایک بڑے جلوس نے کر دیا جائے“ تو خبر موثر ہو جاتی ہے۔ اگر اعداد و شمار ضروری ہوں تو انھیں ہندسوں میں لکھنے کے بجائے حروف میں لکھا جائے۔

● ابتدائیے میں ”معلوم ہوا ہے“، ”کہا جاتا ہے“، خیال کیا جاتا ہے“ کا استعمال کم سے کم کرنا چاہئے۔

● مصروف قاری سرخی اور ابتدائیے سے ہی واقعے کی پوری نوعیت کا اندازہ کر لیتا ہے۔ لیکن اصولاً یہ بات درست نہیں ہے۔ اول تو یہ کہ اس سے طوالت کا خطرہ بڑھ جاتا ہے دوسرے یہ کہ ابتدائیے میں ساری تفصیلات دینے کے بجائے اسے قاری کو پوری خبر پڑھنے کی طرف راغب کرنے والا ہونا چاہئے۔ مزید یہ کہ اس میں تکرار سے اجتناب کرنا چاہئے۔

سرخیاں: عبدالسلام خورشید لکھتے ہیں کہ ”خبر کے عنوان کو سرخی کہتے ہیں“۔ 1 جامع

ہونے کے باوجود اس تعریف میں اتنا اضافہ کیا جاسکتا ہے کہ ہر قسم کے صحافتی مواد کا عنوان اس کی سرخی ہوتا ہے۔ خواہ وہ خبر ہو، مضمون ہو، فچر یا ڈائری ہو۔ یہاں صحافتی مواد میں رسائل بھی شامل ہیں۔
سرخی کے اہم مقاصد یہ ہیں۔

● خبر کا تعارف کرائے

• خبر کے اشتہار کا کام دے۔

• اخبار کی تزئین و آرائش میں مدد دے۔

• خبروں کی تقابلی اہمیت کو واضح کرے۔ 1

صحافت کی ابتداء سے ہی سرخی کا مقصد، نفس مضمون کا تعارف اور سرخی کے تحت جو مواد آیا ہے اس کی نوعیت کی نشاندہی رہا ہے۔ چونکہ یہ تشہیر کا دور ہے اس لئے سرخی کو جاذب بنا کر متن کے اشتہار کے طور پر بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ آج زیادہ تر اخبارات کا مقصد قاری کی دل چسپی ابھار کر اس کی توجہ کھینچنا ہوتا ہے۔ یہ کام وہ سرخیوں کے ذریعے آرائش اور خبروں کی تقابلی اہمیت کو واضح کر کے انجام دیتے ہیں۔

کہا جاتا ہے کہ کسی خبر کو پڑھنے یا نہ پڑھنے کا انحصار بڑی حد تک سرخی پر ہوتا ہے۔ مگر کچھ قارئین اپنی دل چسپی کی خبریں، تلاش کر کے پڑھتے ہیں۔ خواہ وہ کیسی ہی سرخی میں ہو۔ یہاں یہ کہنا غلط نہ ہوگا کہ کچھ قارئین کی مخصوص دل چسپی ہوتی ہے۔ کسی کو جرائم کی خبروں سے زیادہ دل چسپی ہوتی ہے تو کسی کو کھیل کی خبروں سے بعض سماجی خبروں میں دل چسپی لیتے ہیں تو بعض اقتصادی خبروں میں۔ مگر قارئین کی اکثریت ایسی ہوتی ہے جن کی کوئی مخصوص دل چسپی نہیں ہوتی ان کی دل چسپی ابھارنے اور خبر کی طرف متوجہ کرنے میں سرخی کا بڑا ہاتھ ہوتا ہے۔

مسکین علی حجازی کا میاب سرخی کے اوصاف اس طرح بیان کرتے ہیں۔

• خبر کے خلاصے یا اہم ترین نکتے کو صحیح طور پر بیان کر دے۔

• خبر کے متن سے ہم آہنگ ہو۔

• خبر کے مزاج اور لہجے کی عکاسی کرے۔

• آسان اور قابل فہم ہو۔

• اس میں اخبار کی رائے کا اظہار نہ ہو۔

- قاری کو اپنی طرف متوجہ کرے۔
- ضابطہ اخلاق کے اندر رہتے ہوئے پرکشش ہو۔
- اس کی طوالت اور موٹائی میں توازن ہو۔
- اور اس کے لئے دی گئی خالی جگہ سے مناسبت رکھتی ہو۔
- اس میں الفاظ کی تکرار نہ ہو۔ 1
- سرخیوں کی مختلف قسمیں عموماً تین امور کے تحت آتی ہیں۔
- طوالت کے اعتبار سے۔
- ہیئت کے لحاظ سے۔
- بناوٹ کے لحاظ سے۔

طوالت کے لحاظ سے سرخی کی قسم مقرر کرنے کا مطلب یہ ہے کہ سرخیوں کو کالم کے پیمانے سے ناپا جاتا ہے۔ یعنی خبر کی اہمیت کے مطابق اسے اخبار میں جتنی جگہ دی جائے گی، سرخی بھی اسی مناسبت سے ہوگی۔ دو کالمی خبر کی سرخی دو کالمی اور چار کالمی خبر کی سرخی چار کالمی۔ ہیئت کے اعتبار سے مراد یہ ہے کہ دو یا چار کالمی سرخی، ضمنی سرخی ہوگی، بغلی سرخی ہوگی، جلی سرخی ہوگی یا خفی سرخی۔

بناوٹ کے لحاظ سے مراد یہ ہے کہ دو کالمی یا چار کالمی جلی یا خفی سرخی۔ منزل دار سرخی ہوگی۔ ایک منزلہ ہوگی یا چار منزلہ۔ آویزاں حاشیہ سرخی ہوگی یا مثلث معکوس سرخی۔ اس کے علاوہ خط کشیدہ سرخی بھی ہوتی ہے۔ حاشیہ دار سرخی بھی ہوتی ہے۔ زینہ دار سرخی بھی ہوتی ہے۔

سرخیاں بنانا ایک تخلیقی عمل ہے، یہ مضمون نویسی خبر نگاری اور کسی خبر یا مضمون کی تدوین سے بھی مشکل ہے۔ اس میں چند نپے تلے الفاظ میں خبر کا خلاصہ بیان کرنا ہوتا ہے۔ اگر خبر یا مضمون کا اہم ترین نکتہ اس میں نہ آسکا تو سرخی ناکام ہو جائے گی۔ لہذا سرخی نگار میں خبر کی تہہ تک پہنچ کر اہم باتوں میں سے اہم ترین کا انتخاب کرنے کی صلاحیت ہونی

چاہئے۔ پھر اس اہم ترین بات کو مناسب ترین اسلوب میں، تیکھے پن کے ساتھ پیش کرے۔ ایسا جب ہی ہو سکتا ہے جب اسے زبان و بیان پر قدرت اور الفاظ کے گونا گوں استعمال کا علم اور تجربہ ہو۔ کہا جاتا ہے کہ مشق مہارت کی تکمیل کرتی ہے۔ لہذا مندرجہ بالا ہر دو خصوصیت کے باوجود کامیاب سرخی بنانے کے لئے مشق اور تجربے کی بے حد ضرورت ہوتی ہے۔ اس میں جدت آفریں ذہن بھی معاون ہوتا ہے۔

خبروں کی طرح سرخیوں کا بھی ضابطہ اخلاق ہوتا ہے۔ لہذا اس سے وہی چیزیں نمایاں ہوں جو خبر کے متن میں ہیں۔ اسے گمراہ کن نہیں ہونا چاہئے۔ سرخیوں کو پرکشش بنانے کی ضرورت انھیں سنسنی خیز بنانے کی ترغیب دے سکتی ہے، اور ایسی جرات زرد صحافت کے علم بردار اخبارات ہی کر سکتے ہیں۔

سب ایڈیٹر اور خبروں کی ادارت: سب ایڈیٹر کو اخبار کی عمارت کا اہم ترین پتھر کہا جاتا ہے۔ لیکن بد قسمتی یہی ہے کہ اس کا نام اخبار کے صفحات پر شائع نہیں ہوتا اور نہ اسے قارئین سے ذاتی ملاقات کا موقع ملتا ہے۔ ان کی حیثیت گمنام ستاروں کی سی ہے۔

سب ایڈیٹر کے لئے ہوش و خرد، ذہانت و فطانت اور اچھی سوجھ بوجھ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اسی کے ساتھ اس کی شخصیت میں توازن ہو وہ جذباتی نہ ہو۔ اپنے مخالفوں کی بے جا مخالفت اور حمایتوں کی بے جا حمایت نہ کرے۔ اس کی نظر میں وسعت اور ذوق ستھرا ہوا ہو۔ اس کے اندر قوت فیصلہ قوت تمیز اور تحمل ہو۔ اس کا مطالعہ وسیع ہو۔ عصری مسائل، حالات حاضرہ اور عوامی رجحانات سے واقفیت رکھتا ہو۔ ہر طرح کے قوانین کی جانکاری ہو، زبان پر قدرت ہو، اور صحافت کے فن سے واقف ہو۔ کیوں کہ جیسے ہی کوئی خبر ٹیلی پرنٹر، ٹیلی فون یا ٹیکس سے اخبار کے دفتر میں آتی ہے تو سب سے پہلے سب ایڈیٹر کے پاس جاتی ہے لہذا کسی بھی مواد کو جانچنا پرکھنا ترتیب دینا اور اشاعت کے لئے منتخب کرنا سب ایڈیٹر کی ذمہ داری ہوتی ہے۔

اشاعت کے لئے منتخب کئے ہوئے مواد کی نوک پلک سدھارنا، ابتدائی

لکھنا، سرخی تجویز کرنا، پیراگراف مقرر کرنا، سچے درست کرنا، ناموں کی صحت پر توجہ دینا، قواعد کی رو سے عبارت کی تصحیح کرنا۔ سب ایڈیٹر کے فرائض میں داخل ہوتا ہے۔ خبر کی اہمیت کا اندازہ کرنا اور اسی لحاظ سے اس کے لئے جگہ کا تعین کرنا، یعنی خبر دو کالمی ہوگی یا چار کالمی، سب ایڈیٹر کا کام ہے۔ خبر پہلے صفحے پر دی جائے گی یا اندرونی صفحات پر، خبر باکس میں تزیینی حاشیے کے ساتھ شائع ہوگی یا بغیر تزیین کے، سرخی معمولی ہوگی یا غیر معمولی، یہ سب فیصلہ سب ایڈیٹر کرتا ہے۔ 1

بڑے اخبارات میں جہاں کئی سب ایڈیٹر ہوتے ہیں۔ وہاں چیف سب ایڈیٹر تمام سب ایڈیٹروں میں مواد تقسیم کرتا ہے ایسا کرتے ہوئے وہ سب ایڈیٹر کی کسی خاص موضوع، دائرہ عمل یا شعبہ حیات یا مخصوص میدان کی مہارت کا خیال رکھتا ہے۔ عبارت کو چست اور جامع بنانے، جملوں کی ساخت میں ہم آہنگی اور تناسب پیدا کرنے کیلئے الفاظ کو کاٹنا چھاننا ایڈیٹر کی ناگزیر ضرورت ہے۔ کامیاب سب ایڈیٹر ذرا سی توجہ سے پینتیس چھتیس الفاظ کے مطلب کو چودہ پندرہ الفاظ میں ادا کر دیتا ہے۔ مثلاً ”وزیر اعظم ہندستان شری اٹل بہاری واجپئی“ کی جگہ ”وزیر اعظم اٹل بہاری واجپئی“ اور ”مثال کے طور پر“ کی جگہ ”مثلاً“ لکھ کر کام چلا لے گا۔ اخباری تصاویر کا انتخاب بھی عموماً سب ایڈیٹر ہی کرتا ہے۔

اخباری تحریر کی خصوصیات: زبان کا بنیادی مقصد کسی اطلاع، مفہوم، خیال، تجربے، واقعات، کیفیت یا صورت حال کی پڑھنے یا سننے والوں تک ترسیل کرنا ہے۔ اگر کسی تحریر یا تقریر میں ایسی زبان استعمال کر دی جائے جو اس کے قاری یا سامع کی سمجھ میں نہ آئے تو وہ تحریر یا تقریر بے مقصد ہو جاتی ہے۔

خبر چونکہ عوام کے ایسے گروہ کے لئے ہوتی ہے جس میں مختلف تعلیمی و مذہبی سطح

کے لوگ ہوتے ہیں لہذا خبر کی زبان کو زیادہ سے زیادہ سادہ اور آسان ہونا چاہئے۔ لیکن رحم علی ہاشمی کا خیال ہے کہ

”نہ صرف خبروں بلکہ پورے اخبار کی زبان سادہ، بے

تکلف، زوردار اور دل نشیں ہونی چاہئے“¹

بعض ماہرین کا خیال ہے کہ اخبار کی زبان سادہ اور پر معنی ہو۔ لہذا اخباری تحریر کو حشو و زائد سے مبرا ہونا چاہئے۔ ویسے تو کسی بھی تحریر میں حشو و زائد مستحسن نہیں۔ اخباری زبان میں خصوصاً اس کی گنجائش نہیں ہوتی۔

ادب میں مولانا ابوالکلام آزاد جیسے کئی بڑے ادیب مل جائیں گے جو نہ صرف کثرت سے مترادفات کا استعمال کرتے ہیں بلکہ اس کے برجستہ استعمال سے تحریر میں حسن بھی پیدا کرنے میں کامیاب ہو جاتے ہیں۔ تاہم مترادفات کی زیادتی بلاغت کے منافی ہے۔ تحریری ذرائع ترسیل میں جگہ کی کمی کی وجہ سے اور برقی ذرائع ترسیل میں وقت کی کمی کی وجہ سے Ecco. of word کا اصول برتا جاتا ہے لہذا ذرائع ترسیل میں مترادفات کا استعمال اس اصول کے بھی منافی ہو جاتا ہے۔ عوامی ذرائع ترسیل کی ان ہی پابندیوں کے تحت کم سے کم الفاظ میں زیادہ سے زیادہ معنی مفہوم سمودینے کی ضرورت ہوتی ہے چنانچہ ”وہ دونوں رشتہ ازدواج میں منسلک ہو گئے“ کی جگہ ”ان کی شادی ہو گئی“۔ ”توقع ہے کہ اس معاہدے پر جلد دستخط ہو جائیں گے“ کی جگہ ”اس معاہدے پر جلد دستخط ہونے کی امید ہے“ لکھا جائے تو بہتر ہوگا۔

اسی طرح اخباری تحریر میں خیالات و الفاظ کی تکرار کی بھی کوئی گنجائش نہیں ہوتی۔ البتہ خبر کا ابتدائیہ اور اس کا متن اس سے مستثناء ہے۔ کیونکہ خبر کے ابتدائیہ کے خلاصے میں جو کچھ ہوتا ہے اسی کی تفصیل متن میں ہوتی ہے۔ گو کہ اس میں بھی تکرار نہ ہونے کی کوشش کی جاتی ہے۔

اس دور میں تو یوں بھی مشکل زبان مناسب نہیں خصوصاً خبر میں تو نامانوس ادق

1. رحم علی ہاشمی، فن صحافت، انجمن ترقی اردو (ہند) آرمی پریس، دہلی، 1943ء، ص 42.

اور مشکل الفاظ سے ہر صورت میں پرہیز کرنا چاہئے۔ ایسے سادہ اور آسان الفاظ کا استعمال کرنا چاہئے کہ صرف خواندگی کی اہلیت رکھنے والا قاری بھی سمجھ لے۔ برقی ذرائع ترسیل میں تو خواندگی کی شرط بھی ختم ہو جاتی ہے۔

اس سلسلے میں مسکین علی حجازی لکھتے ہیں

”آسان اور سادہ الفاظ کے استعمال کے ساتھ ساتھ جملوں کی ساخت اور ترکیب بھی آسان ہونی چاہئے۔ مرکب اضافی یعنی اضافات کا کم سے کم استعمال کرنا چاہئے اور طویل جملوں کے بجائے مختصر جملے بنانے چاہئیں“ 1.

مرکب اور پیچیدہ جملوں کو نہ صرف سمجھنے میں بلکہ پڑھنے میں بھی دقت پیش آتی ہے۔ اس سے خبر کی پیش کش بھی متاثر ہوتی ہے، مرکبات کو توڑ کر سیدھے سادھے جملے بنا دینا کوئی مشکل امر بھی نہیں ہے۔ روزانہ اخبار ایک عام مطالعے کی چیز ہے اسے تحقیقی مقالہ نہیں بنانا چاہئے۔ اخباری بلکہ صحافتی زبان میں قواعد اور جوں کی صحت کی بھی بڑی اہمیت ہے۔ اس میں جملوں کی ساخت درست اور صرف و نحو کے اصول کے مطابق ہو۔ کسی بھی زبان کے صحت مند استعمال کے لئے قواعد کی پابندی ضروری ہے۔ صحافتی زبان ہر لحاظ سے قابل فہم ہو اس کے لئے ضروری ہے کہ مبہم الفاظ کے استعمال سے پرہیز کیا جائے اور مروجہ اصطلاحیں استعمال ہوں۔ عربی فارسی اور انگریزی کے غریب الفاظ استعمال نہ کئے جائیں غیر معروف نام اور ذومعنی الفاظ کی وضاحت کے لئے اعراب کا سہارا لیا جائے۔

کہا جاتا ہے کہ اخبار عوام کا معلم بھی ہوتا ہے۔ لیکن یہ موثر معلم جب ہی ہو سکتا ہے جب اس کی تحریر زبان کی سطح پر بھی دل چسپ ہو۔ یعنی روکھی پھکی نہ ہو بلکہ اس میں کچھ چاشنی بھی ہو، مناسب الفاظ، محاورے، مقولے یا شعر کے ٹکڑوں کا برجستہ استعمال ہو جس سے زبان کا تیکھا پن نکھرے۔ سید اقبال قادری نے ادبی اور اخباری زبان کا موازنہ کرتے ہوئے بڑی اچھی بات کہی ہے۔

”ادبی زبان فکر انگیز، خوب صورت، امتیازی اور جاذب

نظر ہوتی ہے، جب کہ اخباری زبان پر لطف، معلوماتی، جامع، سلیس

اور عام فہم ہوتی ہے“ 1

بار بار سادہ زبان، سادہ جملے، سادہ تحریر کا اعادہ کیا جا رہا ہے یہاں یہ غلط فہمی نہیں ہونی چاہئے کہ اس سے زبان کی دل چسپی میں کمی آجائے گی۔ سادہ الفاظ کی چست بندش، بر محل استعمال اور جملوں کے ہنرمندانہ تناسب سے سادہ سے سادہ اسلوب میں شیرینی، روانی، شگفتگی پیدا کی جاسکتی ہے۔

ادبی یا عام تحریر مخصوص قاری کے پیش نظر تحریر کی جاتی ہے اور یہ مخصوص متعلقہ قاری اعلیٰ نہیں تو متوسط ذہنی سطح کا مالک ہوتا ہے۔ اس کا قاری بھی محدود ہوتا ہے۔ صحافتی تحریر کا قاری لا محدود ہوتا ہے اسی لئے اس میں معمولی سے معمولی ذہن کا قاری بھی شامل ہوتا ہے۔

عام تحریر فرصت سے لکھی جاسکتی ہے۔ خاص ذہنی کیفیت طاری ہونے پر لکھی جاسکتی ہے اپنی مرضی کے ماحول میں لکھی جاسکتی ہے اس پر دو بارہ سہ بارہ نظر ثانی کر کے اسے نکھارا جاسکتا ہے مگر صحافتی تحریر کے لئے (خصوصاً خبر کے لئے) اتنی فرصت نہیں ہوتی۔ اس لئے خبر لکھنے کے لئے صحافی کو زبان پر زیادہ قدرت کی ضرورت ہوتی ہے۔ عام ادیب اپنی دل چسپی کے موضوع کا انتخاب کر سکتا ہے۔ صحافی کو عموماً یہ سہولت بھی حاصل نہیں ہوتی۔

عام تحریر میں تشبیہ و استعارہ اور رمز و کنایہ کا استعمال کر کے بالواسطہ بات کہنے اور طول کلام کے امکانات بھی ہوتے ہیں جب کہ صحافی ایسا نہ کرنے پر مجبور ہوتا ہے۔

عام علمی و ادبی تحریر میں کہیں کہیں زبان ذریعے کے بجائے مقصد بن جاتی ہے یعنی اثر پذیری کے پیش نظر مقفع مسجع یا پر شکوہ زبان استعمال کر لی جاتی ہے۔ مگر خبر میں اس کی گنجائش نہیں۔ کہا جاتا ہے جو بڑی حد تک درست بھی ہے کہ ”ادیب ماحول کا پروردہ ہوتا

ہے تو صحافی ماحول کا ترجمان“ بقول سید اقبال قادری:

”ادب کے ذریعے قاری کی حیات میں ہلچل مچائی جاسکتی ہے۔ جب کہ صحافت کے ذریعے قاری کی عام معلومات میں اضافہ کیا جاتا ہے۔ ادب میں عقل و فکر اور دلائل کی اہمیت ہے۔ جب کہ صحافت میں واقعات کے تسلسل کو زیادہ اہمیت دی جاتی ہے۔ ادب میں جمالیاتی جہلتیں موجزن رہتی ہیں۔ صحافت میں جمالیاتی حس دبی ہوئی رہتی ہے..... ادیب ادائے مطلب کے ساتھ طرز ادا کو بھی اہمیت دیتا ہے۔ جب کہ صحافی نغمگی سے زیادہ صاف گوئی کو اہم سمجھتا ہے۔ ادبی تحریر میں ایمائیت، رمزیت، حسن و جمال۔ لطف، نزاکت وغیرہ کے اجزاء نمایاں رہتے ہیں۔ جب کہ صحافت میں مقصدیت، حق گوئی، بے باکی، روانی، سہل نگاری اور اختصار نویسی کے اجزاء جلوہ فگن رہتے ہیں۔ ادب اذہان پر گہری چھاپ چھوڑنے کی سعی کرتا ہے۔ جب کہ صحافت میں ترسیل و ابلاغ کی صلاحیت کو کامیابی سے بروئے کار لایا جاتا ہے“۔¹

مختصر یہ کہ صحافتی تحریر میں:

- سادہ اور سلیس الفاظ کا استعمال ہو۔
- جملوں کی طوالت کم سے کم ہو۔
- اسلوب بیان کے اصولوں کو برتا جائے۔
- تحریر کو رنگ و روپ بخشنے کی کوشش کی جائے۔
- متروک الفاظ، اسلوب اور گھسے پٹے جملوں سے احتراز کیا جائے۔
- غیر مروج، غریب اور غیر علمی الفاظ کا استعمال نہ ہو۔
- خبروں میں اپنی رائے شامل نہ کی جائے۔

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 276.

نیوز ایجنسیاں : آج ایسے بہت سے ادارے وجود میں آچکے ہیں۔ جو خبریں جمع کر کے بروقت اخبارات کو قیمتاً فراہم کراتے ہیں۔ ایسے اداروں کو نیوز ایجنسی کہتے ہیں۔ ان نیوز ایجنسیوں کی مقبولیت کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ آج زیادہ تر اخبارات میں 70 سے 80 فی صد خبریں نیوز ایجنسیوں کی فراہم کردہ ہوتی ہیں۔

دنیا کی قدیم ترین نیوز ایجنسیوں میں ”وولف“ اور ”ہوس“ کا نام کافی اہم رہ چکا ہے۔ اب ان کا وجود و عدم برابر ہے۔ البتہ اس وقت مشہور عالمی نیوز ایجنسیوں میں ”رائٹیر“ (جو بنیاد طور پر جرمن نیوز ایجنسی تھی اب انگلستان، آسٹریلیا اور نیوزی لینڈ کے اخبارات کی مشترکہ ملکیت ہے) ”ایسوسی ایڈ پریس آف امریکہ“ (جو دنیا کی بہترین خبر رساں ایجنسیوں میں سے ہے)۔ اور ”یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل“ ہیں جن سے دنیا بھر کے اخبارات اور دوسرے ادارے مسلسل استفادہ کر رہے ہیں۔

بیسویں صدی کی ابتداء میں جب ہندوستان میں اخبارات کی تعداد بڑھی تو یہاں بھی خبر رساں ایجنسی کی ضرورت محسوس کی گئی۔ اس وقت یہاں کے اخبارات اپنے نامہ نگاروں کے ذریعے خبریں حاصل کرتے تھے۔ ابتداء میں ان ہندوستانی اخباروں نے بھی غیر ملکی نیوز ایجنسیوں سے ہی استفادہ کیا۔ رفتہ رفتہ ہندوستانی نیوز ایجنسیاں بھی قائم ہوئیں۔ اس وقت مشہور ہندوستانی نیوز ایجنسیوں میں۔ ایک پریس ٹرسٹ آف انڈیا ہے جس کی اس وقت ملک بھر میں ایک سو سے زائد شاخیں ہیں۔ پانچ لاکھ کی لاگت سے شروع ہونے والی یہ ایجنسی آج پانچ کروڑ کا کاروبار کرتی ہے۔

”یونائیٹڈ نیوز آف انڈیا۔“ ہندوستان کی دوسری بڑی نیوز ایجنسی ہے جو 1961ء میں شروع ہوئی اس وقت پانچ سو سے زیادہ اخبارات اور ادارے اس سے خبریں حاصل کرتے ہیں۔

”ہندوستان سماچار“ نامی نیوز ایجنسی یہاں 1947ء میں قائم ہوئی۔ یہ ہندوستانی زبان میں خبریں فراہم کرتی ہے۔ 1954ء میں اس نے دیوناگری میں ٹیلی پرنٹر پر خبریں فراہم کر کے ملک کی بہت بڑی خدمت انجام دی ہے۔

”سماچار بھارتی“ 1966ء میں قائم ہوئی یہ بھی ہمہ لسانی نیوز ایجنسی ہے جو کئی ہندوستانی زبانوں میں خبریں مہیا کرتی ہے۔

غیر جانبدارانہ نیوز پول : اس نیوز ایجنسی کو تمام غیر جانبدار ممالک نے مل کر قائم کیا ہے۔ اس میں ان ملکوں کی خبر رساں ایجنسیوں کے باہمی اشتراک سے، مغربی خبر رساں ایجنسی پر تکیہ کئے بغیر قومی خبروں کو زیادہ صحیح ڈھنگ سے پیش کرنے کی کوشش کی جا رہی ہے۔ اس وقت ”غیر جانبدار نیوز پول“ میں غیر جانبدار ممالک کی اکیس خبر رساں ایجنسیاں شامل ہیں۔ غیر جانبدار نیوز پول“ کا اصل مقصد اخبارات کو چار بڑی نیوز ایجنسیوں کے غلبے سے نجات دلا کر خبروں کی ترسیل میں اجارہ داری کو ختم کرنا ہے۔

اخبار کا غیر خبری حصہ : گوکہ اخبار کے غیر خبری حصے سے بھی ہمیں بہت سی خبریں ملتی ہیں۔ مگر یہ خبریں مختلف قسم کے قارئین کے لیے الگ الگ دل چسپیوں کی حامل ہوتی ہیں۔

کسی بھی اخبار میں خبری حصہ جتنا اہم ہوتا ہے غیر خبری حصہ بھی قریب قریب اتنا ہی اہم ہوتا ہے۔ ایک انسان کو خبریں جاننے سے جتنی دل چسپی ہے دوسرے کو اتنی ہی دل چسپی غیر خبری حصے سے ہو سکتی ہے۔ مثال کے طور پر ایک تعلیم یافتہ بیدار مغزیہ جاننے کے لیے بیقرار ہے کہ ناوابستہ ممالک کے مشترکہ اجلاس میں کیا کیا قراردادیں منظور ہوئیں۔ لیکن دوسری طرف ایک کم تعلیم یافتہ انسان یہ جاننے کے لیے زیادہ بے چین ہو سکتا ہے کہ آج اس کے شہر کے سینما گھروں میں کون کون سی فلمیں چل رہی ہیں۔ تاکہ اس کا پروگرام خراب نہ ہو، اور مختلف سینما گھروں کے چکر نہ کاٹنے پڑیں۔ یہی وجہ ہے کہ چونسٹھ کالم کے اخبار میں عموماً بتیس کالم غیر خبری حصے کے لئے وقف ہوتے ہیں۔

غیر خبری مواد کے لئے اخبارات میں مستقل کالم ہوتے ہیں۔ اس کے زمرے میں ادارہ، اشتہار، قارئین کے خطوط، مضامین، فیچر، کتب پر تبصرے۔ کھیل پروگرام۔ میٹری مونیٹل۔

رحلت کی خبریں، بازار کے بھاؤ۔ موسم کا حال۔ ریڈیو، ٹی وی پروگرام۔ بچوں کا صفحہ، کارٹون، ریل اور ہوائی جہاز کے اوقات، مصروفیات اور دیگر مستقل عنوانات آجاتے ہیں۔ ان عنوانات میں سے کچھ کے تحت مواد حاصل کرنے اور ان کی ترتیب و تزئین کے لیے مندرجہ ذیل سفارشات کی جاتی ہیں۔

رحلت کی خبریں مختصر بھی ہو سکتی ہیں اور طویل بھی یہ اس بات پر منحصر ہے کہ متوفی کی شخصیت کی اہمیت کیا تھی۔ رحلت کی خبروں میں متوفی کا نام اور عرفیت صحیح درج ہو۔ متوفی کا عہدہ یا سماجی مقام بھی لکھ دینا بہتر ہوتا ہے۔ اس میں متوفی کی عمر اور حقیقین کی تفصیل اور وفات کی وجہ لکھ دینا بھی مناسب ہے۔ اگر مترنی کی شخصیت اہم ہے تو اس کے مکمل پتے کے ساتھ تصویر بھی شائع ہونا چاہیے۔

اخبارات میں موسم کا حال دیئے جانے کی وجہ یہ ہے کہ بہت سے لوگوں کو یہ جاننے میں دل چسپی ہوتی ہے کہ مقامی اور دور دراز علاقوں میں موسم کیا کروٹیں لے رہا ہے۔ مستقبل میں یہ خوشگوار ہوگا یا تکلیف دہ کھیتی اور باغ بانی سے متعلق حضرات تو اپنے بہت سے کاروباری پروگرام اسی کے مطابق طے کرتے ہیں۔ اسی عنوان کے تحت درجہ حرارت بھی دیا جاتا ہے۔ اسی گذشتہ موسم سے اس کا موازنہ بھی کیا جاتا ہے۔ شدید گرمی یا شدید سردی سے مرنے والوں کی تعداد، مستقبل کے لیے محکمہ موسمیات کے ماہرین کی رائے۔ برسات کے موسم میں مان سون کے پہنچنے یا نہ پہنچنے کے بارے میں یا بارش ہونے اور نہ ہونے کے بارے میں بھی معلومات فراہم کی جاتی ہیں۔

بڑے شہروں میں عموماً ہوائی اڈے سے متعلق موسمیات کا دفتر ہوتا ہے۔ وہاں سے موجودہ موسم کے بارے میں اطلاع اور آئندہ کی پیش گوئی بھی حاصل کی جاتی ہے۔ اخبارات اکثر موسم کا حال تریسی نقشوں کے ساتھ شائع کرتے ہیں۔ یہ گراف محکمہ موسمیات بھی فراہم کرتا ہے اور سنڈیکٹ ادارے بھی مہیا کر دیتے ہیں۔

فی زمانہ تجارتی خبروں کی اہمیت اتنی بڑھ گئی ہے کہ اس کے لیے خصوصی روزانہ اخبارات شائع ہو رہے ہیں۔ تجارتی خبروں میں اشیاء کے نرخ جس میں اشیاء کا انتخاب

مقامی ضروریات کی روشنی میں ہو۔ کمپنیوں کے شیر کے نرخ، صرافہ بازار میں سونے چاندی کے بھاؤ دیئے جاتے ہیں۔ اس میں سرمایہ کاری کے عام رجحانات مالیاتی صلاح و مشورے پر خصوصی مضامین ہو سکتے ہیں۔ تجارتی خبروں اور تبصروں میں زبان و بیان پر زور دینے کے بجائے، اعداد و شمار کی درستگی اور صورت حال کے صحیح تجزیے پر زور دینا چاہیے۔ بازار میں بدلتی ہوئی صورت حال یا ممکنہ تبدیلی کا جائزہ دلائل کے ساتھ لیا جائے۔ نئی تکنیکی ایجادوں یا دریافتوں پر روشنی ڈالی جائے۔

ریڈیو، ٹی وی پروگرام بھی غیر خبری مواد کا مستقل حصہ ہے۔ آج ریڈیو اور ٹی وی زندگی کا جز بن چکے ہیں۔ اس کے پروگرام جاننے میں بھی اکثر لوگوں کو دل چسپی ہوتی ہے۔ وزارت اطلاعات و نشریات سے شائع ہونے والی میگزینوں میں ریڈیو پروگرام پیشگی شائع ہوتے ہیں اس کے لیے ان سے استفادہ کیا جاسکتا ہے۔ مقامی دور درشن اور آکاشوانی دفاتر سے بھی اخبارات کو تازہ ترین پروگرام کی تفصیل فراہم کی جاتی ہے۔

ٹی وی پر دکھائے جانے والی فلموں پر پیشگی اطلاع اور کہانی کا خلاصہ دے کر تفصیلات دی جاسکتی ہیں۔ ریڈیو ٹی وی پروگراموں پر تبصرے دئے جاسکتے ہیں۔ شہروں میں علمی ادبی، ثقافتی، معلوماتی، تفریحی پروگرام اکثر ہوتے رہتے ہیں۔ یہاں تک کہ چھوٹے چھوٹے شہروں میں بھی میلے، ٹھیلے، مشاعرے، مباحثے ڈرامے اور مذہبی پروگرام ہوتے رہتے ہیں۔ ایسی عوامی مصروفیات کی پیشگی اطلاع خبر کی صورت میں دی جاسکتی ہے اور جس دن متعلقہ پروگرام ہونا طے ہے اس کی اطلاع علاحدہ بھی دی جاسکتی ہے۔

کسی بھی شہر کے اخبار کا مصروفیات کا کالم وہاں کی سماجی ثقافتی زندگی کا آئینہ دار ہوتا ہے۔ جس میں وہاں کے لوگوں کی خصوصی دل چسپی ہوتی ہے۔ لہذا ہر اخبار کا فرض ہے کہ مقامی مصروفیات کو پوری اہمیت دے۔

اخبارات میں فلموں سے متعلق بھی خصوصی کالم ہوتے ہیں۔ جن میں مقامی سنیما گھروں میں چل رہی فلموں اور آنے والی فلموں کے ناموں کی تفصیل ہوتی ہے۔ لیکن آج

کل عوام کے ایک بڑے طبقے کی دل چسپی فلموں سے اتنی بڑھ گئی ہے کہ فلمی کہانیاں تبصرے انٹریو سوال و جواب بھی اخبارات میں ہوتے ہیں۔

آج کل فلمی تماشائی صرف فلمیں دیکھنے کی حد تک ہی دل چسپی نہیں رکھتے بلکہ وہ اپنے پسندیدہ ایکٹرو ایکٹریسوں کے بارے میں نت نئی باتیں جاننا چاہتے ہیں۔ انہیں آنے والی فلموں کی پیشگی اطلاعات حاصل کر لینے کی خواہش ہوتی ہے۔ زیر تکمیل فلموں کے عناصر کی جھلکیاں دیکھنا پسند کرتے ہیں یہ سب چیزیں بھی اخبار میں ہوں تو بہتر ہے۔ عریانیت سے اجتناب کرتے ہوئے فلمی صفحہ یا کالم میں شوخی و رنگینی زیادہ ہونی چاہیے۔ عموماً سینما گھروں کے منتظمین یا تقسیم کار نئی نئی فلموں کے بارے میں ضروری معلومات فراہم کر دیتے ہیں۔ فلم پر تبصرہ کرتے وقت اچھائی یا برائی کے لئے دلائل بھی دینے چاہئیں۔

اخبار کو بچوں کے کالم پر اس لئے بھی دھیان دینا ضروری ہے تاکہ بچے بڑے ہو کر بھی اسی اخبار کو ترجیح دیں۔ جسے وہ بچپن سے پڑھتے اور پسند کرتے آئے ہیں۔ روزانہ اخبار میں ہفتے میں ایک دن بچوں کے کالم کے لیے مخصوص ہو اور یہ دن اتوار کا ہو تو بہتر ہے۔

بچوں کے لئے کچھ لکھتے وقت ان کی نفسیات سے واقفیت ضروری ہے ایسی تحریروں میں الفاظ آسان ہوں جملے بھی مختصر ہوں اور پیرا گراف بھی۔ اس میں دل کشی اور جاذبیت بھی ہو۔

بچوں کو عمر کے لحاظ سے الگ الگ خانوں میں بانٹا جاتا ہے۔ لہذا ان کے لیے لکھتے وقت یہ واضح ہونا چاہیے کہ یہ تحریر کس عمر کے بچوں کے لیے لکھی جا رہی ہے۔ بچوں کی کہانیوں کے ساتھ تصاویر بلکہ رنگین تصاویر ضروری ہیں۔ چھوٹے چھوٹے کارٹون بھی بچے دل چسپی سے دیکھتے ہیں۔ بچوں کے کالموں کو نقش و نگار اور مزاحیہ تصاویر سے سجایا جائے۔ بچوں کے لیے تفریح کا سامان فراہم کرنا ان کی تحریر کا مقصد ہو۔

عورتوں کے لیے جو کالم مخصوص کئے جائیں۔ ان کے لیے یہ دھیان رکھا جائے کہ آج کل ایسے مقالات تصاویر اور فیچر زیادہ مقبول ہو رہے ہیں۔ جن میں عورتوں کی دل

چسپی ہو۔ ورنہ اس بات کا خطرہ ہے کہ گھریلو بجٹ بناتے وقت وہ اخبار کو ہی قلم زد کر دیں۔
صحت نامہ، بچوں کی نگہداشت، نت نئے فیشن، حسن افزا اشیاء باغبانی پکوان
میک آپ، بچوں کی تعلیم و تربیت، کشیدہ کاری اور کڑھائی بنائی ان کی دل چسپی کے میدان
ہیں۔ کچھ عورتیں، جوش، خطرہ، رومان، تعریف، نظر فریبی اور مشقت سے پر کہانیاں بھی پسند
کرتی ہیں۔

تبصروں کے لئے بھی اخبارات کے کچھ کالم وقف ہوتے ہیں۔ اخبارات میں
تبصرے عموماً کتابوں، رقص و موسیقی کے پروگراموں، تصویروں، مجسموں اور مصوری کی
نمائشوں پر فلموں، ڈراموں، ویڈیو، کیسٹوں، ٹی۔ وی پروگراموں اور دیگر تفریحی
پروگراموں پر ہوتے ہیں جن میں قارئین کی دل چسپی ہوتی ہے۔
کسی بھی فن پر تبصرہ کرنے سے پہلے مبصر کے لئے لازم ہے کہ اس فن کا جانکار
ہو۔ تبصرے غیر جانبدار مدلل۔ بے لوث اور منصفانہ ہوں۔

ریل بسوں اور ہوائی جہازوں کے اوقات کم از کم ہفتے میں ایک بار شائع ہونے
چاہیے۔ اس کی اشاعت کے لئے جو دن منتخب کیا جائے۔ اس میں تبدیلی نہ کی جائے۔ شائع
شدہ اوقات کا سو فی صد درست ہونا بہت ضروری ہے۔ یہ اوقات ریلوے ٹائم ٹیبل۔
اسٹیشنوں پر لگے چارٹ (یا تازہ ترین تبدیلی کے لیے) ریلوے کے مقامی افسران یا اسٹیشن
ماسٹر کے دفتر سے حاصل کئے جاسکتے ہیں۔ روڈ ٹرانسپورٹ کی طرف سے بھی شعبہ رابطہ عامہ
قائم ہیں جو اخبارات کو اوقات میں تبدیلیوں کی اطلاع پہنچاتے رہتے ہیں۔ ایر لائنز کے
دفتروں میں طیاروں کی پرواز کے اوقات آسانی سے مل جاتے ہیں۔

تقریباً ہر بڑے اخبار میں قارئین کے خطوط کی جگہ محفوظ ہوتی ہے۔ کہا جاتا ہے
کہ قارئین کے خطوط ایک ایسا آئینہ ہیں۔ جن میں حکمران طبقہ اپنے عمل اور فیصلوں کا رد عمل
دیکھتا ہے اور اس لحاظ سے ان کی اہمیت مسلم ہے۔

یہ خطوط قاری کبھی دادرسی کے لئے لکھتا ہے۔ کبھی ان میں غلط باتوں کے تدارک
کی خواہش ہوتی ہے۔ بد عنوانیوں کو درست کرنے کے مشورے ہوتے ہیں۔ کبھی کسی جال

سازی بے راہ روی یا لا پرواہی کا پردہ فاش کرنا مقصود ہوتا ہے۔ جو عوام کے لیے مضر ہے۔ ان میں کسی اچھائی کی تعریف بھی ہوتی ہے۔ مفید فیصلوں کا خیر مقدم۔ ضروری اور بروقت رعایتوں کا شکر یہ بھی ہوتا ہے۔ کامرانیوں کی مبارک باد بھی ہوتی ہے۔

محقق نادر مواد کی اطلاع یا فراہمی کی درخواست اسی کے ذریعے کرتے ہیں۔ ان ہی کے ذریعے مقالہ نگار۔ خطیب یا قائد کے بیان پر نکتہ چینی کی جاتی ہے غرض کسی مضمون نگار وزیر یا مبصر کے خیالات سے واقفیت یا مخالفت بھی انہیں کے ذریعے کی جاتی ہے اور سب سے بڑھ کر، یہ وہ زبان خلق ہے۔ جو نقارہ خدا کا درجہ رکھتی ہے لہذا اسے اخبار میں مناسب احترام کے ساتھ مقام دینا ضروری ہے۔ البتہ بعض قارئین ایسے ہوتے ہیں جو صرف اپنے نام کی اشاعت کے لیے بار بار خط لکھتے ہیں۔ انہیں نظر میں رکھا جاسکتا ہے۔ خطوط غیر ضروری الفاظ یا طوالت سے بچا کر دل چسپ سرخی کے ساتھ شائع کئے جائیں تو بہتر ہے۔

اخبار میں اشاعت کے لیے آئے خطوط میں ہتک آمیز طعن و تشنیع ہے تو اسے ہرگز شائع نہ کیا جائے یا ایسے جملوں کو کاٹ دیا جائے۔ کیونکہ قانونی ذمہ داری خط لکھنے والے کے بجائے ناشر پر ہوتی ہے۔

اداریہ نگاری:

اداریہ نگاری کو کسی نے اخبار کی جان کہا ہے تو کسی نے اس کا ضمیر کسی نے اسے واقعات پر روشنی ڈالنے والی مشعل بتایا ہے تو کسی نے اسے عوام کی رہنمائی کرنے والا روشنی کا منارہ۔ کسی کا خیال ہے کہ یہ ایک آئینہ ہی نہیں بلکہ ایسا ہتھیار بھی ہے جس سے سلطنتوں کی قسمت کے فیصلے ہوتے ہیں اور تہذیب و تمدن کے کئی شعبوں میں انقلاب لایا جاتا ہے۔ اس سے اخبار کی بے باکی، احساسات اور پالیسی کا اظہار ہوتا ہے جو کہ اخبار کے کردار کا تعین کرتا ہے۔ کہا جاتا ہے کہ ادارہ اخبار کی وہ اہم تحریر ہوتی ہے جس میں مدیر، ناشر یا مالک کسی اہم مسئلے پر رائے دیتا ہے۔ یہ

بات بڑی حد تک درست ہے پھر بھی اس میں یہ اضافہ کیا جاسکتا ہے کہ ادارے میں اہم خبروں کا تجزیہ بھی ہوتا ہے۔ اس سے کسی مسئلے پر روشنی بھی ڈالی جاتی ہے۔ کئی معاملات کی توثیق بھی ہوتی ہے، کئی واقعات کی تفسیر و توضیح بھی ہوتی ہے۔ اس میں کسی فیصلے کی اہمیت بھی بتائی جاتی ہے۔ سمجھ میں نہ آنے والی باتوں کا مفہوم سمجھایا جاتا ہے وہ بھی مدیر یا اخبار کی رائے کے بغیر۔ مزید یہ کہ اس میں کسی تجویز کا خیر مقدم کیا جاسکتا ہے۔ ملک یا سماج کے لئے غیر مفید منصوبے کی مزمت کی جاسکتی ہے۔ کسی مسئلے پر سوالات کئے جاسکتے ہیں۔ کوئی خاص رویہ اختیار کرنے کی سفارش کی جاسکتی ہے۔ اس میں تمام جائز مطالبات کئے جاسکتے ہیں۔ غرض ادارہ اخبار کے پاس ایسا حربہ ہے جس کے صحیح استعمال سے زندگی کے ہر شعبے کی نگرانی ہو سکتی ہے اور سماج کے صحت مند عناصر کے فروغ میں مدد ملی جاسکتی ہے۔

فیروز اللغات میں ”اداریہ“ کے معنی اخبار کے ایڈیٹر کا اپنا خاص مضمون، مقالہ، اختتامیہ، ایڈیٹوریل۔ لیڈنگ آرٹیکل درج ہیں۔ اس میں شبہ نہیں کہ ادارہ اکثر ایڈیٹر خود ہی لکھتا ہے۔ یہ اسی کی ذمہ داری ہے۔ بڑے اخبارات میں جہاں ادارے لکھنے کے ماہرین کا عملہ ہوتا ہے وہاں ایڈیٹر ماہرین کے اداروں پر نظر ثانی کرتا ہے۔

اداریے میں تقریباً وہی بات کہی جاتی ہے جو دوسرے کہہ رہے ہیں یا کہہ چکے ہیں پھر بھی ہر ادارہ اپنی الگ شناخت رکھتا ہے۔ اور یہ الگ شناخت بنالینے والا انداز ہی ادارہ نگاری کا کمال ہے۔ ادارے میں ادبی چاشنی شامل ہو کر اس کا معیار بلند کرنے میں مددگار ہوتی ہے۔ ماہرین کا خیال ہے کہ ادارے کی ابتداء میں موضوع کی تمام اہم باتوں کا اعادہ کیا جائے اور بات اختصار کے ساتھ براہ راست کہی جائے۔ جس میں حق گوئی و بے باکی ہونے کی عصبیت اور طرفداری نہ ہو۔

ادارہ اس طرح تیار کیا گیا ہو جسے پڑھ کر قاری یہ محسوس کرے کہ کسی معاملے کی پوری نوعیت اس کی سمجھ میں آگئی۔ اس کے ذریعے مدیر نہ صرف حقائق کو پیش کرے بلکہ حقائق پر جواں مردی سے تنقید بھی کرے اور قارئین کی صحیح رہنمائی بھی۔ مگر اپنے نظریات ان

پر تھوپنے کی کوشش نہ کرے۔

اداریہ عام قاری کو نظر میں رکھ کر نہیں لکھا جاتا بلکہ اداریہ نگار کے پیش نظر باشعور، حالات حاضرہ پر گہری نظر رکھنے والے اور کسی مسئلے کے پس منظر سے واقفیت کی خواہش رکھنے والے قاری ہوتے ہیں۔ 1

اداریہ نگار کا اپنا ایک نصب العین ہو، اور استدلال ادارتی تحریر کا اہم عنصر۔ اس میں رائے عامہ کو متاثر کرنے کی قوت ہو اور صحیح رہنمائی کی اہلیت۔ اداریے کی سرخی جاذب ہو۔ ابتدائیہ جملے دل کش ہوں زبان سیدھی سادھی عام فہم ہو اور اسلوب پاکیزہ۔

اداریے کے لئے موضوع کا انتخاب بھی بہت اہم مسئلہ ہے۔ اس کے لئے ایسے موضوع کا انتخاب کرنا چاہئے جس میں زیادہ لوگوں کی دلچسپی ہو۔ اگر موضوع دل چسپ ہوگا تو مصروف سے مصروف قاری بھی اسے پڑھنے کی کوشش کرے گا۔ قاری کی توجہ مبذول کرنے کے لئے اس کی زبان سادہ سلیس اور رواں ہو۔ جملے پیچیدہ نہ ہوں (تا کہ اداریہ ادبی شاہکار ہونے کے بجائے اپنے مقصد کو پورا کرے) تحریر سے بلند ذوقی اور نفاست نمایاں ہو۔

اداریے میں طعن و طنز، ججویہ طرز، تنقید برائے تنقید اور احساسات و جذبات کو برا بیچتہ کرنے والے اسلوب سے دامن بچا کر حقائق کو استدلال کے ساتھ مودبانہ طرز میں پیش کرنے سے اخبار کا وقار اور مدیر پر عوام کا اعتماد بڑھتا ہے۔ کھر اور صاف اداریہ قارئین سے خراج تحسین حاصل کر لیتا ہے خبر اور پروپیگنڈہ کے درمیان جو ایک باریک لکیر ہوتی ہے اس کی شناخت اداریہ نگار کے لئے بہت ضروری ہے۔

اداریہ نگاری کے لئے ضروری نہیں کہ وہ کسی نظریے، کسی موضوع یا کسی رخ کی ہمیشہ تائید یا حمایت ہی کرتا رہے۔ اس کی رائے اور پالیسی میں تبدیلی آسکتی ہے۔ حالات و واقعات کی تبدیلی کے ساتھ رویوں میں بھی تبدیلی ممکن ہے۔ یا نئی تفصیلات کے سامنے آنے سے تناظر بدل سکتا ہے ایسی صورت میں پالیسی رائے یا حمایت میں

تبدیلی ہو سکتی ہے۔

بڑے اخبارات میں اداریہ نگاروں کی ایک جماعت ہوتی ہے جس میں مختلف موضوعات کے ماہرین ہوتے ہیں۔ کوئی بین الاقوامی قوانین کا ماہر ہے تو کوئی مالیاتی امور پر دسترس رکھتا ہے۔ ہر روز ان ماہرین کے ساتھ ایڈیٹر کی کانفرنس ہوتی ہے جسے ”ادارتی کانفرنس“ کہتے ہیں۔ اس میں کل کے اخبار کے لئے ادارے کا موضوع بھی طے ہوتا ہے اور ادارہ لکھنے والے کا نام بھی۔ نیز یہ بھی طے ہوتا ہے کہ منتخبہ موضوع پر اخبار کی کیا پالیسی ہوگی۔ باہمی تبادلہ خیال کے بعد تیار ہوئے مسودے پر مدیر اعلیٰ نظر ثانی کر کے ترمیم و ترمیم کر دیتا ہے اس کی آخری منظوری کے بعد ادارہ قابل اشاعت ہو جاتا ہے۔

ادارے میں ہمیشہ ”ہم“، ”ہماری رائے“، ”ہمارے خیال میں“ جیسے الفاظ ہی استعمال ہوتے ہیں۔ ادارہ کسی فرد کا تحریر کیا ہوا ہو یا ادارتی عملے کا اس میں لفظ ہم ہی استعمال ہوگا۔ اسے صحافتی اصطلاح میں ”ایڈیٹوریل وی“ کہتے ہیں۔¹

ادارے عموماً تین طرح کے ہوتے ہیں۔ اطلاعاتی، تاثر قائم کرنے والے اور مسرت بخش۔ اسلوب کے لحاظ سے ادارے، بیانیہ، تشریحی یا منطقی ہو سکتے ہیں۔ موضوع کے اعتبار سے یہ سیاسی، سماجی، اقتصادی یا سائنسی ہو سکتے ہیں۔ پھر یہ سب دانشورانہ بھی ہو سکتے ہیں اور جذباتی بھی۔

عموماً یہ مدیر، عملہ ادارت، سنڈیکیٹ اداروں یا فری لانسرز سے حاصل کئے جاتے ہیں۔ اطلاعاتی ادارہ ایک خبر کی ہی طرح ہوتا ہے۔ مگر عام خبر میں اتنے نکلتے، اتنے پہلو، کسی واقعہ کی اتنی تفصیل نہیں آ پاتی جتنی ادارے میں سموئی جاسکتی ہے۔ اطلاعاتی ادارے میں کسی اہم مسئلے یا واقعہ کی تشریح و توضیح شروع سے کی جاتی ہے اور یہ نمایاں کیا جاتا ہے کہ اب یہ مسئلہ کہاں تک پہنچا ہے۔ اس میں عموماً کوئی رائے شامل نہیں ہوتی۔

متاثر کن ادارے میں ادارہ نگار اپنے دلائل و براہین، استدلالی اسلوب، منطقی تجزیے، اور وقیع و پوشیدہ گوشوں کو نمایاں کر کے فرد یا گروہ کی رائے کو براہ راست متاثر

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 305.

کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ عموماً اس کا لہجہ بحث و مباحثہ کا ہوتا ہے اپنی بات منوانے کا رجحان ہوتا ہے۔ مطلوبہ اثر پذیری کے لئے مسئلے کے تمام پہلوؤں کی مطابقت و تزاوت کی نشاندہی کی جاتی ہے۔ معقول، مدلل اور معتدل باتوں کو تسلیم بھی کیا جاتا ہے اور ایہام، مفروضات، خود بینی و تعلیٰ سے احتراز بھی۔

کبھی کبھی کسی معاملے یا موضوع کی عوامی مقبولیت و دل چسپی کے پیش نظر اداروں میں تفریحی عناصر کو بھی شامل کر دیا جاتا ہے۔ انھیں مسرت بخش یا پر لطف ادارہ کہتے ہیں۔ اس میں ہلکا پھلکا اسلوب، طنز و مزاح کی چاشنی لئے ہوئے زیر لب تبسم بکھیرنے والا ہوتا ہے۔ اس میں ہلکی پھلکی چوٹیں بھی ہوتی ہیں اور مذاق ہی مذاق میں پتے کی باتیں بھی۔¹

کالم نگاری:

کالم نگاری کے بارے میں سید اقبال قادری لکھتے ہیں:

”مجموعی طور پر کالم“ ایک ایسا صحافتی فیچر ہے جس میں کالم

نویس منتخب موضوع پر اپنے مخصوص انداز میں اپنی رائے پیش کرتے

ہوئے کسی بھی معاملہ کے اہم پہلوؤں پر روشنی ڈالتا ہے“²

کالم ہم عصر صحافت کا ایک اہم جز ہے۔ اخبارات کے لئے اس سے صرف نظر مشکل ہے۔ اس میں اہم مسائل کا حل اور پیچیدہ معاملات کی توضیح اور تازہ خبروں پر انوکھے زاویوں سے روشنی ڈالی جاتی ہے۔ ادارے اور کالم میں زیادہ فرق نہیں ہوتا البتہ موخر الذکر کا اسلوب شگفتہ اور انداز غیر رسمی ہوتا ہے۔ اچھے کالم نویس کے خیالات میں تیقن ہوتا ہے۔ وہ اپنے نقطہ نظر کا اظہار کبھی کنایتاً اور کبھی اعلانیہ طور پر کرتا ہے۔ کبھی وہ اپنی وسعت معلومات سے قاری کو متحیر کرتا ہے۔ اور کبھی نئے زاویوں کو نمایاں کر کے دعوت غور و فکر بھی دیتا

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 300.

2. ایضاً، ص 318.

ہے۔ کالم نویس مبصر بھی ہوتا ہے اور شارح بھی۔ کالم کیلئے موضوع کی بھی کوئی قید نہیں، دنیا کے چھوٹے بڑے کسی بھی موضوع پر کالم لکھا جاسکتا ہے۔ اسی طرح کالم کی متعینہ طوالت بھی نہیں ہوتی۔ یہ موضوع کی وسعت گہرائی اور عمق پر منحصر ہوتی ہے اور سب سے بڑھ کر لکھنے والے کے اسلوب اور طرز پر۔ یہ بھی ضروری نہیں کہ ایک اخبار میں ایک کالم ہو۔ کسی بھی اخبار میں بیک وقت مختلف قسم کے کئی کالم ہو سکتے ہیں۔

کالم کی تحریر عام تحریر سے قدرے مختلف ہوتی ہے۔ اس کے اسلوب میں مزاح کا چٹخارہ اور زبان و بیان میں شوخی ہو تو اس کی کامیابی کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔ مزید یہ کہ کالم میں چونکہ ذاتی رائے کا دخل زیادہ ہوتا ہے۔ بلکہ یہ کہا جائے تو بے جا نہ ہوگا کہ کالم نگار اپنے کالم میں ذاتی خیالات کا اظہار برملا کرتا ہے۔ اسی لئے کالم نگار اس میں انفرادی طور پر اپنی رائے کی ذمہ داری بھی قبول کرتا ہے۔ اور شاید اسی لئے اس میں ہم کے بجائے ”میں“، ”میرے“، ”میری“، ”میرے خیال میں“، ”میری رائے میں“ جیسے الفاظ زیادہ استعمال ہوتے ہیں۔

کالم میں ایک معمولی سی بات غیر معمولی طور پر پیش کرنے کو کالم نگاری کا ہنر تصور کیا جاتا ہے۔ اس میں شائستگی، زندہ دلی اور شگفتگی شانہ بہ شانہ رہتی ہے۔ ادارے میں لطیفے، چٹکے، پھبتی، قصے اور کہانی سے عموماً پرہیز کیا جاتا ہے۔ جب کہ کالم کو یہی چیزیں کالم بناتی ہیں۔ اس کا یہ مطلب ہرگز نہیں کہ کالم غیر سنجیدہ ہوتا ہے۔ یہاں بے خودی میں ہشیاری اور سادگی میں پرکاری برتی جاتی ہے۔ جو باتیں ادارے میں سنجیدگی کی وجہ سے نہیں کہی جاسکتیں۔ یہاں ہلکے پھلکے انداز میں بڑی آسانی سے بیان کردی جاتی ہیں۔ غرض کالم خیالات کے اظہار کا ایک ایسا پرتا شیر ذریعہ ہے جس سے قارئین کو دعوت فکر ملتی ہے۔

اب سوال یہ اٹھتا ہے کہ ادارہ اور کالم میں کیا فرق ہے۔ دراصل مقصد دونوں کا ایک ہے جو کام ادارہ کرتا ہے وہی قریب قریب کالم بھی کرتا ہے۔ فرق صرف یہ ہے کہ کالم زیادہ شگفتہ ہلکے پھلکے اور غیر رسمی ہوتے ہیں۔ جب کہ ادارہ بھاری بھرم سنجیدہ اور مدلل ہوتا ہے۔ ادارے کے ساتھ ادارہ نگار کا نام نہیں جاتا۔ وہ ایک سنجیدہ معیاری، فکر انگیز

تحریر لکھ کر بھی گننام رہتا ہے۔ اسے حق تلفی سے بھی تعبیر کیا جاسکتا ہے۔ مگر اس کے برخلاف کالم کے ساتھ کالم نویس کا نام ضرور ہوتا ہے۔ کالم میں ایک ایک لفظ کی ذمہ داری کالم نویس کی ہوتی ہے۔ کالم انفرادی صحافت کا نمونہ ہے۔ جب کہ ادارے کے بارے میں یہ بات نہیں کہی جاسکتی۔

کالم کے اقسام: کالم کی عموماً پانچ اقسام بتائی جاتی ہیں۔

- رنگ برنگ کالم
- ذاتی کالم
- مزاحیہ کالم
- سنڈیکیٹ کالم
- خصوصی کالم

رنگ برنگ کالم: اس قسم کے کالم میں موضوع کی کوئی قید نہیں ہوتی۔ کالم نویس کو مکمل آزادی ہوتی ہے وہ ادبی علمی، ثقافتی، معاشی، سیاسی کسی بھی موضوع پر اظہار کر سکتا ہے۔ اس میں ایک اشاعت میں ایک موضوع پر مکمل روشنی ڈالی جاسکتی ہے۔ یا کئی موضوعات کو سمیٹا جاسکتا ہے۔

ذاتی کالم: ایسے کالم میں کالم نویس اپنی تمام تر معلومات کی مدد سے مکمل دلائل پیش کرنے کی کوشش کرتا ہے جس میں اس کے ذاتی خیالات پر زور ہوتا ہے اور اس کی اہمیت کا عنصر نمایاں۔ وہ ہر معاملے میں اپنی دھاک بٹھانے کی کوشش کرتا ہے۔ لیکن یہ وہی صحافی کرتا ہے جو کافی تجربہ کار و شہرت یافتہ ہو۔ مقتدر و ذی اثر حلقوں میں جس کے ذاتی خیالات و نظریات کی وقعت ہو۔ ایسے کالموں میں حالات حاضرہ کے اہم پہلوؤں اور حادثات، انتخابات، طوفان و سیلاب جیسی چیزوں پر بھی ذاتی اثرات پیش کئے جاتے ہیں۔ سید اقبال قادری کا خیال ہے کہ:

”نیویارک سے شائع ہونے والے مشہور قدامت پرست

اخبار دی ہیرالڈری بیون کی 18 دسمبر 1931 کی اشاعت میں والٹر لپ مین نامی مشہور صحافی نے سب سے پہلا ذاتی کالم شروع کیا تھا۔ بڑھتے بڑھتے اس ذاتی کالم کی مقبولیت اتنی بڑھی کہ امریکہ کے پانچ سو سے زیادہ اخبارات بہ یک وقت لپ مین کا کالم بعنوان ”آج اور کل“ TODAY AND TOMORROW شائع کرتے تھے۔ آج بھی امریکہ میں کئی ایسے کالم نویس ہیں جن کے کالم سیکڑوں اخبارات میں موجود رہتے ہیں“¹

مزاحیہ کالم: آج کے دور میں زیادہ تر لوگ مصروف، فکر مند اور پریشان رہتے ہیں۔ یہ جانتے ہوئے بھی کہ خوشی نہ صرف ان کے ذہن بلکہ جسمانی صحت کے لئے بھی مفید بلکہ ضروری ہے وہ اس کے لئے وقت نہیں نکال پاتے۔ لہذا ہر ماحول میں سنجیدہ عام مصائب اور مسائل سے فرار کی بڑی اہمیت ہے۔ اسی لئے اخبار میں ایسے ہلکے پھلکے کالم کی جن سے قارئین کو تھوڑی سی خوشی تھوڑا سا لطف میسر آجائے مقبولیت ہوتی ہے۔ ہر معاشرے میں ایسے سیکڑوں موضوعات اور صورت حال ہوتی ہے جن پر مزاحیہ کالم لکھا جاسکتا ہے اور لکھنے والے تو سنجیدہ موضوع پر مزاحیہ کالم لکھ دیتے ہیں۔

سنڈیکٹ کالم: خبر رساں ایجنسیوں کی طرح بہت سے ایسے ادارے ہیں جو مختلف قسم کے اخباری مواد خصوصاً مستقل کالموں کے لئے مضامین خاکے، نقشے، معصے، کالم، مشورہ کالم، ہلکے پھلکے مضامین، چٹکلے گھریلو نسخے، تبصرے وغیرہ اخباروں کو قیمتاً مہیا کراتے ہیں۔ یہ ادارے سنڈیکٹ کہلاتے ہیں۔ لہذا بہت سے کالم نویس اپنے کالم ان اداروں کو فروخت کر دیتے ہیں۔ سنڈیکٹ ادارے انھیں ضرورت مند اخباروں کو فروخت کرتے ہیں۔ ایسے کالم سنڈیکٹ کالم کہلاتے ہیں ان میں کسی کا نام نہیں ہوتا۔

خصوصی کالم: کسی خاص موضوع جیسے فلم، کھیل کود، سائنس کی دنیا،

ماحولیات، طب وغیرہ پر لکھے گئے کالم خصوصی کالم کہلاتے ہیں۔ ایسے کالم عموماً وہ لوگ لکھتے ہیں جو اپنے میدان کے ماہر ہوں۔ اسی لئے وہ معاوضہ بھی زیادہ طلب کرتے ہیں۔ صحافت کے دوسرے شعبوں کی طرح کالم نویسی میں بھی نئے تجربات ہو رہے ہیں۔ مثلاً آج کل اخبارات میں ”ذاتی مشورہ کالم“ کافی رواج پا گئے ہیں۔ ایسے کالم میں خاندانی مسائل، نفسیاتی و جنسی مسائل، خوبصورت بننے کے راز اور صحت و تندرستی جیسے موضوعات زیر بحث آتے ہیں۔ ایسے کالم اکثر قارئین کے سوالات کے جوابات پر مبنی ہوتے ہیں۔ مثلاً سائنس و ٹکنالوجی اور سرمایہ کاری پر خصوصی کالم لکھے اور پسند کئے جا رہے ہیں۔ سید اقبال قادری لکھتے ہیں:

”ہر کالم نویس کے لئے یہ بہت ضروری ہے کہ وہ اپنی ہر تحریر میں ایک واضح انفرادیت قائم رکھے۔ اسے کسی بھی چیز کو بھانپ لینے کی عادت ہو۔ اسے تجزیہ نگاری سے رغبت ہو۔ اور اپنی ہی قوت تخلیق کے ذریعہ کالم کو استحکام بخشنے“¹

نامہ نگاری:

نامہ نگاری ایک شوق بھی ہے اور ایک باقاعدہ آمدنی کا ذریعہ بھی۔ اسے کتابوں سے حاصل تو کیا جاسکتا ہے مگر یہ نکھرنا عمل کے میدان میں ہی ہے۔ اخبارات، نیوز ایجنسیاں اور ریڈیو اور ٹیلی ویژن مراکز، خبریں حاصل کرنے کے لئے اپنے نمائندے مقرر کرتے ہیں یہ نمائندے نامہ نگار، رپورٹریا کر سپانڈنٹ کہلاتے ہیں۔ ان کا کام خبروں کو حاصل کر کے متعلقہ ادارے کے دفتر تک کسی بھی ذریعے سے بروقت پہنچانا ہوتا ہے۔ صحافتی دنیا میں نامہ نگار کی اہمیت کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ ذرائع ترسیل کتنی بھی ترقی کر جائیں الفاظ و تصاویر کی مراسلت کے لئے کتنی ہی برق رفتار مشینیں تیار ہو جائیں، خبروں کی ترسیل نامہ نگار کی خدمات و مداخلت کے بغیر نہیں ہو سکتی۔

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 324.

بنیادی طور پر خبروں کی فراہمی نامہ نگاروں ہی کے ذریعے ہوگی۔

خبر رساں ایجنسیوں کی تمام تر ترقی کے باوجود ہر بڑا اخبار اپنے خصوصی نامہ نگار بھی رکھتا ہے۔ اگر اخبارات صرف خبر رساں ایجنسیوں پر انحصار کر لیں تو تمام اخباروں میں بڑی حد تک یکسانیت آجائے گی۔ اور کسی اخبار کی انفرادیت قائم رہنا مشکل ہوگی۔ لہذا اپنے خاص نامہ نگار اس لئے بھی مقرر کرتے ہیں تاکہ انھیں کچھ ایسی خبریں بھی میسر آجائیں جو دوسروں کو نہیں ملی ہیں۔

اخبار جہاں سے نکلتا ہے، وہاں کی مقامی خبریں حاصل کرنے والوں کو رپورٹر کہتے ہیں۔ بعض رپورٹر عمومی نوعیت کے ہوتے ہیں۔ ان کے ذمے زندگی کے ہر شعبے کی رپورٹنگ ہوتی ہے۔ بعض خصوصی نوعیت کے ہوتے ہیں ان کے سپرد الگ الگ شعبوں کی خبریں جمع کرنے کا کام ہوتا ہے۔ وہ صرف اپنے شعبے ہی کی رپورٹنگ کرتے ہیں مثلاً عدالتی رپورٹر صرف عدالتوں، اور کرائم رپورٹر صرف جرائم کی ہی رپورٹنگ کرے گا۔ بعض اخبارات یا ادارے خبروں کی نوعیت کے لحاظ سے رپورٹروں کو کام تقسیم نہیں کرتے بلکہ ان میں علاقے تقسیم کر دیتے ہیں۔ ہر رپورٹر کو ملا ہوا علاقہ اس کی بیٹ (BEAT) کہلاتا ہے۔ اور اس علاقے کی ہر طرح کی خبریں حاصل کرنا اس کی ذمہ داری ہوتی ہے۔ اخبار جہاں سے نکلتا ہے وہاں سے باہر کے علاقوں میں متعین رپورٹر نامہ نگار (CORRESPONDENTS) کہلاتے ہیں۔ یہ بھی اپنے اپنے علاقوں میں اسی طرح کام کرتے ہیں جس طرح رپورٹر کرتا ہے۔¹

اس کے علاوہ کچھ نمائندگان بھی ہوتے ہیں۔ انھیں تین درجات میں تقسیم کیا

گیا ہے۔

خصوصی نامہ نگار: کوئی اہم کانفرنس ہو، قومی یا بین الاقوامی سطح کا اجلاس ہو تو بڑے بڑے اخبارات اپنے تجربے کار صحافیوں کو وہاں بھیجتے ہیں۔ یہ خصوصی نامہ نگار یا اخبار کے خصوصی نمائندے کہلاتے ہیں۔ ان خصوصی نامہ نگاروں کی کوشش ہوتی ہے کہ وہاں

کی اہم خبریں وہ پہلے حاصل کریں اور انھیں کوئی ایسی چیز مل جائے جو دوسروں کو نہیں ملی ہے اور ایسی چیزیں حاصل کر لینا ہی ان کا کمال ہوتا ہے۔ کہیں کوئی بڑا ریل، بس یا ہوائی حادثہ ہو گیا ہو۔ زلزلہ یا سیلاب آ گیا ہو، سیاسی جماعتوں کا سالانہ اجلاس ہو یا اولمپک ایشیائی کھیل ہوں خصوصی نامہ نگار اپنی کارگزاری دکھانے کے لئے موجود رہتے ہیں۔

غیر ملکی نامہ نگار: غیر ملکی نامہ نگار دوسرے ممالک کے بڑے اور اہم شہروں یا دارالخلافوں میں متعین کئے جاتے ہیں گویا کہ یہ اس ملک میں کسی اخبار یا ادارے کے سفیر ہوتے ہیں۔ انکے فرائض میں ہے کہ جس ملک میں ہیں وہاں سے، اپنے ملک اور اپنے اخبار کے قارئین کی دل چسپی کی زیادہ سے زیادہ اہم اور غیر معمولی خبریں اپنے اخبار یا ادارے کو بھیجیں۔ وہ اکثر اس بات کا بھی خیال رکھتے ہیں کہ اگر خبر رساں ادارے کسی خبر کے سلسلے میں جانبداری برتیں تو وہ صحیح رخ پیش کر دیں۔ بعض اخبارات ان سے ہفت روزہ، پندرہ روزہ یا ماہانہ خبر نامے طلب کر کے، ان کی بنیاد پر، اہم غیر ملکی معاملات پر خصوصی جائزے شائع کرتے ہیں۔ 1

لابی نامہ نگار: لابی نامہ نگار وہ ہوتے ہیں جنھیں بعض اخبارات مرکزی پارلیمانی اور قانون ساز اسمبلی کے اس ہال میں مقرر کرتے ہیں۔ جسے لابی کہتے ہیں۔ اراکین پارلیمان یا اسمبلی وہاں کبھی کبھار کچھ دیر آرام کرنے یا اپنے ضروری ملاقاتیوں سے ملنے آتے رہتے ہیں۔ یہاں خصوصی لابی پاس کے ذریعے چند اخباری نمائندوں کو آنے جانے کی اجازت رہتی ہے۔ لابی میں بہت تجربہ کار و آزمودہ نامہ نگاروں کی تقرری ہوتی ہے۔ یہ اراکین اسمبلی، ممبر پارلیمان اور وزراء سے ملتے جلتے رہتے ہیں۔ اور بہت سی خبریں یا ان کا سراغ قبل از وقت حاصل کر لیتے ہیں۔ کسی بھی اخبار کی طرف سے لابی نامہ نگار کی حیثیت سے کام کرنا صحافتی زندگی کی معراج سمجھا جاتا ہے۔ 2

1. سید اقبال قادری، رہبر اخبار نویسی، ترقی اردو بیورو، نئی دہلی، 1989ء، ص 239

2. ایضاً، ص 237.

نامہ نگاری کے لئے کسی بھی شخص کا صحافت کی طرف شدید میلان ضروری ہے۔ اس قول میں ایک گونہ صداقت ہو سکتی ہے کہ ”صحافی پیدا ہوتا ہے بنایا نہیں جاتا“۔ مگر اسی کے ساتھ ساتھ یہ بھی سچ ہے کہ کوئی بھی فن، خواہ نامہ نگاری ہی کیوں نہ ہو، رجحان، ذوق و شوق اور محنت و لگن سے بھی حاصل کیا جاسکتا ہے۔

نامہ نگار کو گفتگو کے آداب سے واقف اور موقع کی نزاکت کو سمجھنے والا ہونا چاہئے۔ کیونکہ خبریں حاصل کرنے کے لئے اسے ہر چھوٹے بڑے سے موقع بے موقعہ ملنا پڑتا ہے۔ نامہ نگار کا دلیر، گرم جوش، ملفسار، بیدار مغز اور خوشگوار حد تک باتونی ہونا پیشے میں معاون ہوتا ہے۔ اسے تیز چالاک اور حاضر جواب بھی ہونا چاہئے۔ لیکن اس کی باتیں ایسی نہ ہوں کہ لوگ بیزاری محسوس کریں۔

حق پرستی اور راست بازی کا اخبار نویسی سے چولی دامن کا ساتھ ہے۔ نامہ نگار کو ہمیشہ صحیح خبریں پیش کرنے والا اور اخلاقی ضابطوں کا پابند ہونا چاہئے۔ اسے ایسا کوئی کام نہیں کرنا چاہئے جس سے اعتماد مجروح ہو۔ صحافتی دنیا میں اعتماد کی بڑی اہمیت ہے۔

نامہ نگار کے لئے بہترین علمی صلاحیت کی بھی ضرورت ہوتی ہے۔ اسے ثقافتی، معاشرتی، اقتصادی اور سیاسی امور کے ساتھ ساتھ حالات سے بھی گہری واقفیت ہونی چاہئے۔ کیوں کہ اسے کسی اہم شخصیت کی تقریر کی رپورٹنگ کرنی ہو تو وہ یہ اندازہ لگا سکے کہ مقرر جو کہہ رہا ہے اس میں حقیقت یا گہرائی کتنی ہے۔ پھر کسی معاملے کی تہہ تک پہنچ کر صحیح نتائج اخذ کرنے میں علمی استعداد سے کافی مدد ملتی ہے۔

نامہ نگار کا خبروں کا ہی کاروبار ہے۔ جیسا کہ کہا گیا ہے کہ بغیر نامہ نگار کے نہ تو کوئی خبر اخبار یا نیوز ایجنسی تک پہنچتی ہے اور نہ خبروں کے بغیر نامہ نگار کی سرگرمی قائم رہ سکتی ہے۔ لہذا نامہ نگار کے اندر خبر سونگ لینے کی جس بہت تیز ہونی چاہئے۔ دراصل اس جس کے ذریعے نہ صرف وہ خبر تک بروقت رسائی حاصل کرتا ہے بلکہ وہ یہ بھی محسوس کرتا ہے کہ کون سے واقعے میں خبر کتنی ہے۔ اس کے اندر یہ فیصلہ کرنے کی قوت بھی تیز ہونی چاہئے کہ کون سی خبر کتنی اہم ہے۔ اور کتنی مقبولیت حاصل کرے گی۔

نامہ نگاری کے بنیادی اصول: خبر تحریر کرتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ کسی کے اعتماد کو ٹھیس نہ پہنچے۔ مثلاً اگر کسی نے کوئی معلومات اس شرط کے ساتھ دی ہے کہ اسے متعینہ مدت کے بعد شائع کیا جائے تو اسے وقت مقررہ کے بعد ہی شائع کرنا چاہئے۔ اخبار گھر کے تمام افراد پڑھتے ہیں۔ اس میں کوئی ایسی فحش بات نہ ہو جسے پڑھ کر شرمندگی ہو۔ جرائم شرمناک واقعات اور سماجی برائیوں کی خبریں اس انداز سے دی جائیں کہ قارئین اس سے نفرت کریں۔ جرائم پیشہ اور سماج دشمن عناصر کو بہادر اور ہیرو بنا کر پیش نہ کیا جائے جس سے دوسروں کو ویسا بننے کی تحریک ملے۔

نامہ نگار کو اپنی خبروں میں ہر فرد ہر قوم اور ہر ادارے کے ساتھ برابر کا سلوک کرنا چاہئے۔ اسے کسی کی زندگی میں بے جا مداخلت نہیں کرنی چاہئے۔ اگر کسی اشتہار پر خبر کا گمان ہونے کا اندیشہ ہو تو اس پر نمایاں طور پر اشتہار کا لفظ لکھ دینا چاہئے۔ اخبار کے مالکان کی تجارتی پالیسی یا کسی بھی پالیسی کا اثر نامہ نگار کو اپنی خبروں پر نہیں پڑنے دینا چاہئے۔

نامہ نگار کے ذہن میں یہ بات ہر وقت رہنی چاہئے کہ وہ جو کچھ اخبار کے لئے لکھتا ہے اسے ہزاروں لوگ پڑھتے ہیں اور اثر لیتے ہیں۔ اگر کوئی غیر مصدقہ سنی سنائی خبر یا افواہ ہے تو اس کے ساتھ یہ لکھنا چاہئے کہ ”یہ افواہ ہے“، ”افواہ سنی جا رہی ہے“، ”یہ افواہ گشت کر رہی ہے“ یا ”غیر مصدقہ اطلاعات کے مطابق“۔

تعصب اور جانب داری سے نامہ نگار کو پرہیز کرنا چاہئے۔ اگر کوئی امر متنازعہ ہے تو اس کے دونوں رخ پیش کرنے چاہئیں۔ تاکہ قارئین خود فیصلہ کریں۔ کسی خبر کا مکمل ہونا ضروری ہے۔ آدھی حقیقت پیش کر کے قارئین کو ہرگز گمراہ نہیں کرنا چاہئے اور خبر میں اپنی رائے بھی شامل نہیں کرنی چاہئے۔

نامہ نگاری میں جس زبان کا استعمال ہو وہ سادہ سلیس رواں اور عام فہم ہو۔ قواعد کی رو سے زبان کی صحت ضروری ہے اس میں املے کی غلطیاں نہ ہوں اور صرف و نحو کی پابندی کی جائے۔ مختصر یہ کہ اس میں۔

• کسی بھی جملے کی طوالت کم سے کم ہو۔ فعل فاعل اور مفعول کے درمیان فاصلہ کم

ہو۔

- مقررہ الفاظ یا اصطلاحات کو ہی استعمال کیا جائے۔
- اسلوب بیان کے اصولوں کو فراموش نہ کیا جائے۔
- گھسے پٹے متروک الفاظ انداز تحریر سے گریز کیا جائے۔
- غریب اور غیر مروج الفاظ کے استعمال سے پرہیز کیا جائے۔
- اپنی تحریر کو رنگ و روپ بخشنے کی کوشش کرنا اور سنوارنا سجانا چاہئے۔
- مقام اور تاریخ درست ہو۔

● پہلے جملے میں تمام ضروری تفصیلات آجائیں 1

نامہ نگار کو اپنی تحریر اس طرح پیش کرنی چاہئے کہ اس میں جاذبیت اور دل کشی بھی ہو اور وہ جو بات کہنا چاہتا ہے آسانی سے قارئین کی سمجھ میں بھی آجائے۔

فیچر نگاری:

اخباری فیچر صحافت کی تمام تر ترقی کے باوجود ہندستان میں اس حد تک مروج و مقبول نہ ہو سکا جتنا کہ یورپ اور امریکہ میں ہے۔ ہندستان میں اخباری فیچر کے ترقی نہ کرنے کی بہت سی وجوہ میں سے ایک وجہ سنڈیکیٹ اداروں کی یہاں دیر سے ابتداء بھی ہے۔ گو کہ ہندستان ہو یا دوسرے ممالک ہر جگہ آزاد قلم صحافی فیچر زیادہ لکھتے ہیں۔ لیکن یورپ اور امریکہ میں سنڈیکیٹ اداروں کے ذریعے تجارتی سطح پر ان کا استعمال کرنے سے اسے زیادہ فروغ ملا۔

فیچر ایک ہلکا پھلکا مضمون ہوتا ہے جس میں کسی ادارے، شے یا فرد پر ضروری روشنی ڈالتے ہوئے اس کے اہم پہلوؤں کو نمایاں کیا جاتا ہے۔ فیچر میں تحقیقی مواد جیسے تازہ اعداد و شمار، حقائق ان کے ثبوت و حوالہ جات کی زیادہ ضرورت نہیں ہوتی۔ اس کے باوجود فیچر لکھنا کوئی آسان نہیں ہوتا۔ اس کی تحریر میں تازگی لطافت اور چستی کی ضرورت ہوتی

ہے۔ فیچر میں ابتداء وسط اور اختتام ہوتا ہے پھر بھی انشاء پر دازی کے اصولوں کی سختی سے پابندی نہیں کی جاتی ہے۔ اختصار یعنی جامعیت فیچر کی روح ہے۔ طوالت اور لفاظی فیچر کا لطف ختم کر دیتی ہے۔ فیچر میں ایک ہی بات یا ایک ہی خیال پر پوری توجہ صرف کر کے اسے سنوارا اور نکھارا جاتا ہے۔ فیچر کا ایک مخصوص مزاج ہوتا ہے جس میں لطافت اور شگفتگی نمایاں رہتی ہے۔ ندرت کے ذریعے اس میں ایک خاص کیفیت پیدا کی جاتی ہے۔ اور اس میں کئی کیفیات کے بجائے ایک ہی کیفیت کو نمایاں کیا جاتا ہے۔

فیچر میں دل چسپی اور لطف کے لئے موقع و محل کی مناسبت سے چھوٹے موٹے قصے یا لطیفے بھی دیئے جاسکتے ہیں اور اس میں ڈرامائیت بھی پیدا کی جاسکتی ہے۔ فیچر نہ صرف شروع سے آخر تک رواں خوشگوار اور درخشاں ہو، بلکہ اس کا اختتام بھی دل چسپ ہو۔

فیچر کی تحریر کے مسرت آگیں اور فرحت بخش پہلو سے کبھی صرف نظر نہیں کیا جاسکتا۔ گوکہ اس میں مدلل اور فلسفیانہ گفتگو بھی ہوتی ہے۔ منطقی دلائل بھی دیئے جاتے ہیں۔ فیصلہ کن باتیں بھی ہوتی ہیں۔ پھر بھی یہ زیادہ عالمانہ، سنجیدہ اور خشک نہیں ہوتا۔

فیچر کے لئے موضوعات کا کوئی تعین نہیں ہے۔ کہا جاتا ہے کہ ”آسمان کے نیچے اور زمین کے اوپر کسی بھی موجود شے پر فیچر لکھا جاسکتا ہے“ بشرطیکہ اس میں کوئی اہم پہلو، تازگی اور ندرت پیدا کی جاسکے۔ اور ان سب چیزوں کے لئے کوئی بھی شخص وجدان، غور و فکر، وسیع مطالعہ اور تجربے سے فیچر کے لئے نئے نئے موضوع حاصل سکتا ہے۔ کسی بھی قدیم موضوع کو ایک نیا زاویہ دے کر فیچر میں نئی جان ڈالی جاسکتی ہے۔ سید اقبال قادری اس سلسلے میں یوں رقمطراز ہیں:

”فیچر گول گپے، غبارے، کلفی، کالج کی گھنٹی، گلدان،

چھتری، جل جیرا، دہی بڑے، جیسے معمولی موضوعات پر بھی لکھا

جاسکتا ہے اور کمپیوٹر، راکٹ، اڑن طشتری، مصنوعی سیارہ خلائی سفر

اور سو پرسانک ایر کرافٹ پر بھی لکھا جاسکتا ہے۔ فیچر کے لئے مرزا

غالب کا مزار، تاسین شگیت میلا، پھول والوں کی سیر، یوم جمہوریہ

پریڈ، دسہرہ تہوار، حیدرآبادی دسترخوان، مدراس کی ماہی گیری، ریشمی کپڑوں کی پرورش جیسے موضوعات خوب ہیں۔ کاغذ ختمی کرنے والے معمولی پن سے لے کر ایربس تک، مکڑی سے لے کر گینڈے تک۔ بال پوائنٹ قلم سے لے کر آفسیٹ مشینوں تک۔ جس موضوع پر چاہے صحافی اس پر فیچر لکھ سکتا ہے۔“ 1

فیچر کے اقسام:

فیچر کو کئی قسموں میں بانٹا جاتا ہے جیسے نیوز فیچر،

تاریخی فیچر، شخصی فیچر، سیاحتی فیچر، عملی ہدایتی فیچر، سائنسی فیچر۔

نیوز فیچر: کبھی کبھی کسی خبر میں کچھ تفریحی عنصر یا انوکھا پن آ جاتا ہے ایسی خبروں کا انتخاب کر کے فیچر کے طرز اور اسلوب میں سجا سنوار کر پیش کر دیا جائے تو وہ خبری فیچر ہو جاتے ہیں۔ اس سے یہ غلط فہمی نہیں ہونی چاہئے کہ کوئی خبر لطیفہ یا چکلہ بھی ہوتی ہے خالص لطیفہ یا چکلہ تو خبر ہو ہی نہیں سکتی۔ یہاں تفریحی عنصر سے مراد یہ ہے کہ جو بہت زیادہ سنجیدہ نہ ہو اور اس میں کچھ پر لطف اور دل بہلاوے والی چیزیں بھی ہوں۔ ایسی خبروں کو فیچر کی شکل دینے کے لئے ان میں ادبی چاشنی شامل کر کے جاذب بنایا جاتا ہے۔ نیوز فیچر میں سیاسی و معاشی مواد بھی دیا جاسکتا ہے۔ اگر اس میں زندہ دلی، حیرت و تحیر کا پہلو لایا جاسکے۔ نیوز فیچر میں اہم خبروں پر قلم نہیں اٹھایا جاتا، اس میں ہنسی مذاق، سرمستی و رنگ رلیوں کو موضوع بنایا جاتا ہے۔

تاریخی فیچر: تاریخی فیچر اسے کہتے ہیں جس میں کسی تاریخی واقعے یا تاریخی شخصیت پر قلم اٹھایا گیا ہو۔ ہر ادارہ، ہر زبان، ہر مذہب و قوم کی اپنی تاریخ ہوتی ہے۔ لہذا

ان میں سے کسی بھی تاریخی حقائق کو لے کر اس کے کسی گوشے کو نئے رنگ و نئے انداز میں نمایاں کر کے پیش کرنا تاریخی فیچر کی خصوصیت ہے۔ تاریخی موقعے پر تاریخی فیچر کی اہمیت بڑھ جاتی ہے جیسے یوم آزادی یا یوم جمہوریہ کے موقعے پر تحریک آزادی سے متعلق کوئی فیچر مناسب رہتا ہے۔

شخصی فیچر: مشاہیر ادیب، فن کار یا ایک ایک شہرت حاصل کرنے والے جیسے فاتح ایورسٹ تین سنگھ، خلائی مسافر راکیش شرما، نوبل انعام گپان پیٹھ انعام یادادا صاحب پھالکے انعام پانے والے کی زندگی کی تفصیلات پر لکھا گیا فیچر شخص فیچر کے زمرے میں آتا ہے۔ ایسے لوگوں کی زندگی کی تفصیلات جاننے میں قارئین کی دل چسپی ہوتی ہے۔

سیاحتی فیچر: سیاحی سے انسان کو ہمیشہ رغبت رہی ہے۔ آج کل تو عوام امیں خاص دل چسپی لینے لگے ہیں۔ سیاحی کے موضوع پر لکھے گئے فخر بھی کافی دل چسپی سے پڑھے جاتے ہیں۔ بلکہ کچھ لوگ تو اسے رہنمائی کے لئے محفوظ کر لیتے ہیں۔ دراصل سیاحتی مقامات کے زمرے میں کئی چیزیں آتی ہیں۔ اس میں تاریخی عمارتیں، قدرتی حسن والے پہاڑی مقامات جیسے اوٹی، نینی تال، دارجلنگ، مقدس مقامات جیسے اجمیر شریف، بنارس، آثار قدیمہ، جیسے کھجورابو، اجنتا ایلورا، جنگلات (وحشی جانوروں کی پناہ گاہ)۔ ان چیزوں کو موضوع بنا کر جو فیچر لکھا جائے گا وہ سیاحتی فیچر ہوگا۔ ایسے فیچروں میں متعلقہ مقامات کی جغرافیائی خصوصیات کے ساتھ ساتھ وہاں پہنچنے کے ذرائع، راستے کے کوائف، رہائش کا انتظام، موسم، غذا اور مقامی قوانین کی تفصیل دل چسپی کا باعث ہوتی ہے۔

عملی ہدایتی فیچر: روزمرہ گھریلو ضرورت کے بہت سے ایسے فن ہیں جو بغیر کہیں تربیت حاصل کئے تھوڑی سی ہدایات سے گھر بیٹھے سیکھے جاسکتے ہیں جیسے گھریلو فرنیچر کی مرمت، بیماروں کی غذا تیار کرنا، تیمارداری، جلد سازی، پینٹنگ اور اسی طرح عورتوں کو نئے نئے پکوان تیار کرنے، بچوں کو چھوٹے موٹے تجربات کرنے اور گھریلو نسخے جن فیچر میں اس قسم کی چیزوں کا ذکر ہوا سے عملی ہدایتی فیچر کہ سکتے ہیں۔ انگریزی اخبارات میں

انھیں EXPLANATORY فیچر بھی کہتے ہیں۔

ایسے فیچروں کے ذریعے کوئی کام، مرمت یا عمل کی نوعیت، اسے کرنے کا طریقہ کار، سیدھے سادھے الفاظ میں بتایا جاتا ہے۔ اس کام میں استعمال ہونے والے اوزار یا آلات کے صحیح استعمال کے متعلق معلومات دی جاتی ہیں۔ احتیاطی تدابیر بھی بتائی جاتی ہیں۔ افادیت اور ضرورت کے تحت یہ قارئین میں کافی مقبول ہیں۔

سائنسی فیچر: سائنس کے تعلق سے آج دنیا میں کہیں نہ کہیں کسی نہ کسی میدان میں کوئی نہ کوئی نئی بات ضرور سامنے آتی ہے۔ ان نئی ایجادات، انکشافات، پرانی ایجادات کی نئی توضیحات، تاویلات اور نئے گوشوں پر فیچر لکھنا سائنسی فیچر کہلاتا ہے۔ سائنسی ایجادات نے نہ صرف انسان کو زندگی کی تمام سہولیات فراہم کر دی ہیں۔ بلکہ زندگی کی مدت بھی بڑھادی ہے۔ ایسی صورت میں سائنسی فیچر میں عوام کی دل چسپی بڑی فطری بات ہے۔ یہ ضرور ہے کہ عوام ایسے فیچروں کو عام فہم سادہ اور سلیس زبان میں چاہتے ہیں تاکہ بہ آسانی ان کی سمجھ میں آجائے اور فنی اصطلاحات کے استعمال کی وجہ سے ترسیل و ابلاغ کا مسئلہ نہ پیدا ہو۔

اس کے علاوہ بھی اور بہت سے عنوانات ہیں جن پر فیچر لکھے جاتے ہیں۔ سب کا احاطہ کرنے کی نہ تو یہاں ضرورت ہے اور نہ گنجائش۔

اخباری انٹرویو:

کسی انسان کی ظاہری شکل و صورت چہرے بشرے اور آؤ بھاؤ سے بھی اس کے مزاج کا کسی حد تک اندازہ ہو جاتا ہے۔ لیکن اس کے مزاج، اس کے باطن، اس کے معیار کا مکمل اور بھرپور اندازہ اسی وقت ہوتا ہے جب وہ ہم سے ہم کلام ہوتا ہے اسی لئے شیخ سعدی نے کہا تھا

تا مرد سخن نہ گفته باشد عیب و ہنرش نہفتہ باشد

چنانچہ کسی شخصیت کے باطن، ذہن اور مزاج و معیار سے آگاہی، اس کے عیب

وہنر کی جانکاری کے لئے اخباری ملاقات یا جسے عرف عام میں انٹرویو کہا جاتا ہے، ایک بہتر ذریعہ ہے۔ یہ ایک ایسا آئینہ ہے جس میں کسی بھی شخصیت کے ذہن کا عکس پوری طرح نمایاں ہو جاتا ہے۔ انٹرویو کے ذریعے کسی بھی شخص کی روحانی، اخلاقی، تعلیمی معیار کا جائزہ بڑی آسانی سے لیا جاسکتا ہے۔ انٹرویو کے ذریعے خبریں بھی حاصل ہوتی ہیں۔ اور اس کے ذریعے بہت سی ایسی کارآمد دلچسپ باتیں بھی حاصل ہو جاتی ہیں جن کا دوسرے طریقوں سے حاصل ہونا مشکل ہوتا ہے۔ ان سے قارئین کی معلومات میں اضافہ ہو سکتا ہے۔ انٹرویو کی تعریف کرتے ہوئے سید اقبال قادری لکھتے ہیں:

”صحافت میں ”انٹرویو“ کے معنی ہیں کسی منتخب شخص سے رسمی

طور پر سوالات پوچھ کر جوابات حاصل کرنا۔ ایک دوسرے سے بات چیت تو ہمیشہ ہوتی رہتی ہے مگر پہلے سے طے شدہ وقت پر، طے شدہ مقام پر، رسمی طور پر مل بیٹھ کر روبرو سوال و جواب کا سلسلہ جاری رکھ کر معلومات حاصل کرنے کا عمل صحافتی اصطلاح میں ”ملاقات“ یا ”انٹرویو“ یا ”بھینٹ“ کہلاتا ہے“¹

انٹرویو لینا ہر کس ونا کس کے بس کی بات نہیں ہے۔ اس میں فہم و فراست، حاضر دماغی اور وسیع معلومات کی ضرورت ہوتی ہے۔ کسی اہم شخصیت کو کسی مسئلے پر بلوانا، زیادہ سے زیادہ بولنے کی ترغیب دینا اور اہم باتیں اگلوانا ایسا کھیل نہیں جسے بچے کھیلیں۔ کچھ لوگ بار بار سوال کرنے پر بھی اہم اور اصل حقائق کا انکشاف کسی مصلحت کی وجہ سے نہیں کرتے۔ کچھ بولنے پر آتے ہیں تو کیا بات کر نہیں آتی“ والا معاملہ ہوتا ہے کچھ تشہیر سے گریزاں ہوتے ہیں کچھ تشہیر پسند اور کچھ تشہیر کے دیوانے۔ ایسی مختلف نفسیات و کیفیات کے لوگوں سے مطلب کی بات اگلو لینے میں بڑی مہارت و فن کاری کی ضرورت ہوتی ہے۔

یوں تو انٹرویو میں ہر صحافی کا اپنا مخصوص طریقہ کار ہوتا ہے۔ پھر بھی یہ کہا جاتا ہے

کہ انٹرویو میں صحیح وقت پر صحیح سوال پوچھنا بہت معاون ہوتا ہے، انٹرویو کے کھیل میں جب تک دونوں کھلاڑی برابر حصہ نہ لیں کھیل آگے نہیں بڑھتا۔ اسی کے ساتھ ساتھ اس میں دونوں کا بیدار، متوجہ، فعال اور مددگار ہونا بھی انٹرویو کی تکمیل میں معاون ہوتا ہے۔

انیسویں صدی کے وسط میں امریکہ میں اخباری انٹرویو کا آغاز ہوا۔ جس میں جیمس گورڈون بنیت (JAMES GORDON BENNETT) نامی صحافی نے پہلا انٹرویو لیا۔ 1

انٹرویو کے اقسام: صحافتی انٹرویو کو عموماً چار قسموں میں بانٹا جاتا ہے۔

• انٹرویو برائے حقیقت۔

• انٹرویو برائے رائے۔

• انٹرویو برائے خبر۔

• شخصی انٹرویو۔

انٹرویو برائے حقیقت: جہاں کہیں بھی کوئی واقعہ یا حادثہ وقوع پذیر ہوتا ہے، صحافی وہاں پہلے سے موجود نہیں ہوتا۔ اطلاع ملنے پر پہنچتا ہے تو حادثے یا واقعے میں ملوث لوگوں یا جنھوں نے اس حادثے یا واقعے کو دیکھا ہے یا جو اس کے بارے میں کچھ جانتے ہیں ان سے انٹرویو لے کر یہ جاننے کی کوشش کرتا ہے کہ کیا ہوا۔ کیوں ہوا اور کیسے ہوا۔ ایسے انٹرویو لینے والا کچھ مختلف لوگوں سے ایک طرح کے سوالات کرتا ہے تاکہ حقیقت تک پہنچ سکے۔ جن لوگوں سے انٹرویو لے رہا ہے ان کے نام اور پتے بھی اسے حاصل کر لینے چاہئیں۔ انھیں شائع کرنے کی اجازت بھی لے لے تو اور بہتر ہے۔

ایسے انٹرویو میں کسی متنازعہ معاملے میں دونوں فریقوں کا انٹرویو لے کر ان کا نکتہ نظر جاننے کی کوشش کرنی چاہئے۔

انٹرویو برائے رائے: کسی نئے فیصلے، نئے قانون، نئی ایجاد، یا کسی تبدیلی

کی اطلاع تو عوام کو مل جاتی ہے مگر صرف اطلاع سے ان کی تشفی نہیں ہوتی۔ بلکہ وہ اس پر متعلقہ افسران، حکام حکومت اور مقتدر شخصیتوں کا رد عمل یا رائے بھی جاننا چاہتے ہیں۔ ایسا چاہنے کا مقصد حقیقت سے واقفیت یا کسی چیز کے مستقبل میں منفی یا مثبت اثرات کا تخمینہ لگانا ہوتا ہے۔ آج کل تو کسی تبدیلی نئی چیز یا تنازعہ فی مسئلے پر مقتدر ہستیوں کے ساتھ ساتھ مختلف وجوہات و ضروریات کے تحت عوام کی رائے بھی انٹرویوں کے ذریعے جاننے کی کوشش کی جاتی ہے۔ تاکہ اخبار میں ہر طبقے کی نمائندگی ہو جائے۔ کوئی نیا وزیر، سفیر، وائس چانسلر، کلکٹر، کمشنر یا افسر عہدہ سنبھالتا ہے تو اس کی پالیسی مستقبل کے منصوبے، اس کی پالیسی اور پچھلے عہدہ کی پالیسی میں کیا فرق ہوگا۔ یہ جاننے میں چونکہ عوام کی دل چسپی ہوتی ہے اس لئے ان سے ایسے انٹرویو لیے جاتے ہیں۔

شخصی انٹرویو: شخصی انٹرویو میں حقائق بھی ہوتے ہیں۔ اطلاع بھی ہوتی ہے اور خبر بھی۔ مگر یہ سب کچھ کسی شخص کی ذاتی زندگی سے متعلق ہوتا ہے۔ اس میں کسی فرد کی ذاتی زندگی کے حالات اس کے کارناموں اور فتوحات کی بازگشت ہوتی ہے۔ شخصی انٹرویو ان لوگوں کے زیادہ پسند کئے جاتے ہیں جو یکا یک شہرت حاصل کر لیتے ہیں۔

خبروں کے لئے انٹرویو: بعض دفعہ کسی اہم خبر کی تصدیق، تفصیل، توثیق یا توضیح کے لئے کسی وزیر، افسر، سفیر یا ادارے کے سربراہ سے ملاقات کر کے متعلقہ مسئلے پر ان کی رائے جاننے کی کوشش کی جاتی ہے۔ گوکہ اس میں حقیقت کی بازیافت بھی ہوتی ہے اور آراء کا حصول بھی یہ خبر کو بنیاد بنا کر لئے جاتے ہیں اس لئے ہم ان کو خبری انٹرویو کہہ سکتے ہیں۔

انٹرویو کے اہم اصول:

شخصیت کی سماجی حیثیت کے لحاظ سے انٹرویو کے لہجے و اسلوب میں تبدیلی آجانا ایک قدرتی عمل ہے۔ کسی افسر اور کسی وزیر کے انٹرویو میں لہجہ فطری طور پر بدل جائے گا۔ صاحب انٹرویو کے بارے میں پہلے سے زیادہ سے زیادہ معلومات حاصل کر لینا یہاں تک کہ اس کے مزاج کی سختی یا نرمی کا پتہ لگا لینا انٹرویو میں معاون ہوتا ہے۔ انٹرویو میں جانے سے پہلے سوال نامہ تیار کر لینا چاہئے اور ایسے سوالات ہرگز نہ پوچھے جائیں جن کے جوابات پہلے سے انٹرویو لینے والے کو معلوم ہوں۔ اور صرف اہم اور ضروری سوالات ہی پوچھے جائیں غیر ضروری سوالات سے احتراز کیا جائے۔ انٹرویو میں صاحب انٹرویو کو بولنے کا زیادہ موقع دیا جائے۔ سوالات مختصر صاف اور واضح ہوں سوالات میں اتنی گہرائی ہو کہ صاحب انٹرویو ہاں یا نا کے بجائے تفصیل سے جواب دینے پر مجبور ہو جائے۔ انٹرویو لینے والے کی فن کاری یہی ہے کہ گفتگو کو اپنے مقصد سے نہ ہٹنے دے۔ بغیر مکمل تیاری کے انٹرویو لینا مناسب نہیں۔ مثلاً جس موضوع پر انٹرویو لینا ہے اس کی پوری معلومات پہلے سے اکٹھا کر لی جائے تاکہ بہتر ضمنی سوالات بن سکیں۔

اشتہارات: تجارتی اعلانات کو اشتہار کے زمرے میں شامل کیا جاتا ہے۔ اشتہارات کے ذریعے چیزوں کی فروخت ہی نہیں کی جاتی بلکہ پیشہ وارانہ خدمت کی پیش کش بھی کی جاتی ہے۔ مثلاً ڈاکٹر وکیل، ایڈیٹر، نجومی، عامل وغیرہ اشتہار کے ذریعے اپنی خدمات پیش کرنے کے لیے آمادگی اور اوقات لوگوں تک پہنچاتے ہیں۔

یوں تو ہر اشتہار کا مقصد مالی منفعت ہے۔ مگر کچھ اشتہارات کسی مقصد کے لیے ہمدردی حاصل کرنے یا کسی نظریے کی تشہیر کرنے کے لیے بھی دئے جاتے ہیں۔ اشتہارات کا ایک مقصد عوام کو کسی نئی بات کی جانکاری فراہم کرانا یا کسی طریقہ کار کو پیش کر کے مقبول بنانا بھی ہوتا ہے۔

بنیادی طور پر اشتہار کے ذریعے کسی شے کی تعریف و توصیف کر کے خریدار کو

متعلقہ شے کے خریدنے کی ترغیب دینا ہے۔

جدید اشتہار بازی یورپ کے صنعتی انقلاب کی دین ہے۔ جدید مشینوں کی ایجاد کے ذریعے پیداوار میں اضافہ ہوا تو اس کی کھپت کا مسئلہ پیدا ہوا۔ لہذا اشتہارات اس مسئلے کو حل کرنے کے لیے بہت مفید ثابت ہوئے۔

اشتہارات کے ذریعے صارفین کو پتہ چلتا ہے کہ کون سی چیز بازار میں آگئی ہے۔ کہاں کہاں دستیاب ہے۔ اس کی کیا کیا خوبیاں ہیں۔ ہماری ضرورت کے مطابق ہے یا نہیں۔ اس طرح ضرورت کی اشیاء حاصل کرنے میں لوگوں کو آسانی ہو جاتی ہے۔

پہلے بہت سی راحت افزا اشیاء سے صرف بڑے لوگ مستفید ہو پاتے تھے۔ متوسط طبقے کے کسی شخص کی قوت خرید ہو بھی تو وہ اس لئے اس سے فیض یاب نہیں ہوتا تھا کہ اسے اس چیز کی پوری جانکاری نہیں ہوتی تھی۔ یہ اشتہار ہی ہیں جنہوں نے بہت سی چیزوں کو عوام تک پہنچایا۔ اور ان ہی کے ذریعے عام لوگوں کی زندگی کا معیار دھیرے دھیرے بلند ہو رہا ہے۔

یہی نہیں اشتہارات لوگوں میں اچھی چیزیں خریدنے اور استعمال کرنے کا ذوق پیدا کرتے ہیں لوگوں میں اچھی سے اچھی زندگی گزارنے کی خواہش ابھارتے ہیں۔ اور جب ایسی خواہش پیدا ہو جاتی ہے تو اسے پورا کرنے کے لیے وہ زیادہ محنت کرتے ہیں زیادہ جدوجہد کرتے ہیں۔ اس طرح افراد کی ترقی ہوتی ہے۔ افراد کی ترقی سے معاشرے کی ترقی ہوتی ہے۔ اس سے مجموعی طور پر ملک کی ترقی ہوتی ہے۔ اس طرح کہا جاسکتا ہے کہ ملک کی ترقی میں اشتہارات کا بڑا ہاتھ ہے۔

یہ ملک کی ترقی میں یوں بھی معاون ہوتے ہیں کہ جنگ کے دوران اشتہارات سے عوام میں ملک و قوم سے محبت کے جذبات کو ابھارنے کا کام لیا جاتا ہے یہاں تک کہ امن کے زمانے میں بھی یہ مختلف عوامی فلاح و بہبودی کے پروگراموں میں بڑے کارگر ثابت ہوتے ہیں۔ مثلاً اپنا شہر پاک صاف رکھو۔ ”قدم سے قدم ملا کے چلو“۔ ”آنکھیں دان کرو“۔ ”خاندان محدود رکھو۔“ بیس نکاتی پروگرام ہوں یا تعلیم کی توسیع ہو۔ یا کوئی اور

قومی وریاستی پروگرام۔ اشتہاروں کے بغیر کامیابی مشکل ہے۔ بشرطیکہ یہ دیانت داری کے ساتھ صحیح ڈھنگ سے صحیح وقت پر صحیح جگہ دئے گئے ہوں۔

اشتہار بازی بحیثیت کل وقتی مضمون کے بہت سے اداروں میں ایم اے تک پڑھایا جا رہا ہے۔ بہت سی جگہوں پر اس میں تحقیق ہو رہی ہے آج تک اس موضوع پر جتنی کتابیں آچکی ہیں صحافت پر بھی نہیں آئی ہیں۔

اشتہار بازی کے آج کل کئی طریقے رائج ہیں۔ اخبارات، رسائل، ریڈیو، اور ٹی وی تو ہیں ہی اس کے علاوہ ڈاک کے ذریعے بھی اشتہارات بھیجے جاتے ہیں۔ سینما میں سلائڈ اور ڈاکومنٹری کے ذریعے انہیں پیش کیا جاتا ہے۔ دستی اشتہاروں اور دیواری پوسٹرس بدستور ہیں ہوائی اڈوں، ریلوے اسٹیشنوں اور بس اڈوں پر بڑے بورڈ کے ذریعے ان کی نمائش کی جاتی ہے۔ کیلنڈر بھی ایک مستقل ذریعہ ہیں۔ کلوز سرکٹ ٹی۔ وی کے ذریعے بھی اشتہارات خوب چل رہے ہیں۔ ڈائری، کی رنگ، بک اسٹینڈ اور اسی طرح بہت سی چھوٹی چھوٹی چیزیں اسکے لئے استعمال کی جا رہی ہیں۔ اسے روز بروز جدید سے جدید تر بنایا جا رہا ہے۔

اخبارات کے لیے اشتہارات ریڈھ کی ہڈی ہیں۔ بغیر اشتہارات کے اخبارات کا تصور ہی مشکل ہے۔ اشتہارات اخبارات کو دو طرح سے متاثر کرتے ہیں۔ ایک تو ان سے بہت اچھی آمدنی ہو جاتی ہے۔ دوسرے ان کی وجہ سے اخبارات کی دیدہ زیبی میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ جس سے سرکولیشن پر اثر پڑتا ہے۔ ایک اندازے کے مطابق کسی بھی اخبار کی آمدنی کا دو تہائی حصہ اشتہارات سے حاصل ہوتا ہے۔

آج اخباری اشتہارات کا مقابلہ ریڈیو، ٹی۔ وی سے ہے۔ لیکن جس طرح ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے باوجود اخبارات کی اہمیت باقی ہے۔ اور باقی رہے گی اسی طرح اخباری اشتہارات کی اہمیت بھی باقی رہے گی۔ یہ بھی قارئین کے پاس آکر محفوظ ہو جاتے ہیں انہیں فرصت سے پڑھا جاسکتا ہے۔ یہ ایک جھلک یا آواز کی ایک ٹرپ کے ساتھ ختم نہیں ہو جاتے۔ اخباری اشتہار میں زیادہ ہمہ گیریت ہوتی ہے۔ چونکہ ریڈیو اور ٹی وی بیک

وقت زیادہ لوگوں تک پہنچتا ہے اسی لئے ان کے اشتہارات کی شرح کافی زیادہ ہوتی ہے۔ جسے برداشت کرنا سب کے بس کی بات نہیں۔ اور شاید سستے ہی ہونے کی وجہ سے کچھ اعلانات اطلاعات اور ٹنڈرس ہیں جو صرف اخبارات میں ہی شائع ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر قانونی اطلاعات یا نوٹس۔

اخباری اشتہارات کی دو قسمیں ہیں ایک ”غیر مستقل“ کہلاتی ہے دوسری ”کانٹریکٹ ریٹ“ یہ مستقل اشتہارات ہوتے ہیں۔ جن کے نرخ غیر مستقل کے مقابلے کم ہوتے ہیں۔

ایک معیاری اخبار میں عام طور سے آٹھ کالم ہوتے ہیں اور ہر کالم کی چوڑائی ۲ انچ ہوتی ہے۔ اخبارات اشتہار کا ریٹ فی کالم فی سنٹی میٹر کے حساب سے متعین کرتے ہیں۔ چھوٹے اخبارات پورا صفحہ آدھا صفحہ اور پاؤ صفحہ کے حساب سے بھی اپنا ریٹ مقرر کرتے ہیں۔

اشتہار دینے والے بڑے تجارتی ادارے اخبارات کو براہ راست اشتہار دینے کے بجائے ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو اپنی پہلی سٹی کی ذمہ داری دیتے ہیں۔ یہ ایجنسیاں دوسرے ذرائع کے ساتھ ساتھ اخبارات میں بھی اشتہارات تیار کر کے بھیجتی ہیں۔ اس کے علاوہ ہر ریاست میں محکمہ اطلاعات یا شعبہ رابطہ عامہ قائم ہے جس کے ذریعے اخبارات کو اشتہارات دئے جاتے ہیں۔ یہ محکمے علاقائی زبانوں کے اخبارات کو زیادہ اشتہارات دیتے ہیں۔

البتہ ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں چھوٹے اخبارات کو نظر انداز کرتی ہیں۔ چھوٹے اخبارات کو کم اشتہار ملنے کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ یہ اخبارات اشتہار حاصل کرنے کے لیے پوری کوشش نہیں کرتے۔ انہیں مقامی صنعتی اداروں سے رابطہ قائم کرنا چاہیے۔ بڑے تاجروں کو راغب کرنے کے لیے خصوصی رعایتی اسکیم کا اعلان کرنا چاہیے۔

سرکولیشن : اخبار کی بکنے والی تعداد کو سرکولیشن کہتے ہیں۔ سرکولیشن اخبار کے لیے اتنا ہی ضروری ہے جتنا انسانی زندگی کے لیے خون۔ اخبارات کا صرف چھپ جانا اہم نہیں ہے۔

ان کا بلکنا اور قارئین تک بروقت پہنچنا ضروری ہے۔ اشتہارات حاصل کرنے کے لیے بھی یہ تعداد معاون ہوتی ہے۔ صنعت کار اور تاجر اشتہار دیتے وقت متعلقہ اخبار کی کثیر تعداد کی تصدیق کر کے ہی اپنا اشتہار دیتے ہیں۔

شروع شروع میں جب اخبارات جاری ہوئے تو کتب فروشوں ہی کے ذریعے بیچے جاتے تھے۔ رفتہ رفتہ ان میں تبدیلی آتی گئی۔ آج اخبار کی بہتر تقسیم کاری ایک فن کا درجہ حاصل کر چکی ہے۔ ابھی پچھلی صدی تک اخبارات براہ راست ”نیوز ڈسٹری بیوٹرایجنسیوں کے ذریعے فروخت ہوتے تھے لیکن بعد میں زیادہ فائدہ حاصل کرنے کی غرض سے اخبارات نے براہ راست اپنے دفاتروں یا ان کی شاخوں سے ہی اخبار تقسیم کرنا شروع کر دیا۔

معیاری اخبار میں سرکولیشن ڈیپارٹمنٹ چار حصوں میں بٹا ہوتا ہے۔

- میل
- کنٹری سرکولیشن
- شہری سرکولیشن
- اسٹریٹ سیل

پہلا شعبہ ان تمام پرچوں کو بھیجتا ہے جو ڈاک سے بھیجے جاتے ہیں۔ ان پر ریپر لگانا اور پتہ لکھنا اسی شعبے کی ذمہ داری ہوتی ہے۔ روزانہ ڈاک سے بھیجے جانے والے پرچوں کی تعداد زیادہ ہو تو بغیر ٹکٹ لگائے ہی پرچے بھیجے جاسکتے ہیں۔ اس کے لئے محکمہ ڈاک سے ایک لائسنس لینا پڑتا ہے۔

دوسرا شعبہ دیہی علاقوں میں اخبار پہنچانے کا ذمہ دار ہوتا ہے۔ چھوٹے چھوٹے قصبوں میں بس یا وین کے ذریعے اخبار پہنچایا جاتا ہے۔

تیسرا شعبہ شہر میں اخبارات کی تقسیم کی دیکھ بھال کرتا ہے۔ بڑے شہر کو علاقوں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ جسے زون کہتے ہیں۔ ہر علاقے میں وقت سے اخبار پہنچانے کے لیے وین کا انتظام رہتا ہے۔

چوتھا شعبہ سڑکوں کے کنارے اخبار بیچنے والوں کو اخبار تقسیم کرتا ہے۔ بعض اخبار اس کے لئے سول ایجنٹ مقرر کرتے ہیں۔ جو ایک مقررہ تعداد میں اخبار خرید کر شہر میں مختلف طریقوں سے اخبار بیچنے والوں کو فراہم کر دیتے ہیں۔ بعض اپنے دفاتروں سے براہ راست ہا کروں کو دیتے ہیں۔

ایک عام اندازے کے مطابق گیارہ سے بارہ فی صد خرچ سرکولیشن پر ہی آتا ہے۔ اخبارات کے مالکان کی انفرادی جماعتی یا سیاسی پالیسی کا اثر بھی سرکولیشن پر پڑتا ہے غیر جانبدار اخبار کو اعلیٰ تعلیم یافتہ طبقے کی سرپرستی زیادہ حاصل ہوتی ہے۔

سرکولیشن بڑھانا ہر اخبار کے مالک کی خواہش ہوتی ہے۔ اس کے لئے سرکولیشن مینیجر ہمیشہ کوشاں رہتا ہے۔ سرکولیشن میں اضافہ کرنے کی کوشش کو سرکولیشن پرموشن کہتے ہیں۔ بڑے اخبارات میں سرکولیشن کا الگ شعبہ ہوتا ہے۔

سرکولیشن کیسے بڑھایا جائے اس کے لئے اب تک سیکڑوں نسخے استعمال کئے جا چکے ہیں۔ ہر سرکولیشن مینیجر اس کے لئے نئے نئے طریقے نکالتا ہے۔ ان میں سے کچھ یہاں درج کئے جا رہے ہیں۔

خصوصی مضامین فیچر اور دیگر اہم مواد کے اشاعت کی اطلاع اخبار فروشوں ایجنٹوں اور دوسرے خریداروں کو پیشگی دی جاتی ہے۔ اس سے متعلق پوسٹر انہیں بھیجے جاتے ہیں۔ دوسرے اخباروں میں اس کا اشتہار دیا جاتا ہے۔

نئے خریداروں کو رعایتی قیمت کی پیش کش کی جاتی ہے۔ یا آزمائشی خریداری کے نام پر ایک ہفتہ تک اخبار مفت دیا جاتا ہے۔ یہاں تک کہ اخبار یا رسالہ ایک خاص مدت تک پسند نہ آئے تو زرسالانہ واپس کر دینے کی پیش کش کرتے ہیں۔

کچھ اخبار اخبار فروشوں کی مدد کر کے سرکولیشن بڑھانے یا قائم رکھنے کی کوشش کرتے ہیں۔ مثلاً ان کی دکان کے لیے سائن بورڈ بنوادینا۔ جس پر ان کے اخبار کا نام ہو۔ پیروٹ دینا جس پر ان کے اخبار کا نام کھدا ہو۔ ایسے خوبصورت تھیلوں میں اخبار بھیجنا۔ جس پر ان کے اخبار کا نام چھپا ہوا ہو۔ اخبار سجانے کے لیے اسٹینڈ فراہم کرنا۔

نئے اخبارات نمونے کی کاپی کچھ دنوں تک مفت بھیجنے کے بعد خریداری قبول کر لینے کی درخواست بھیجتے ہیں۔ جس کے ساتھ سہولت کی خاطر آڈر فارم بھی منسلک ہوتا ہے۔ نئے خریداروں کو تحفے پیش کئے جاتے ہیں۔ جسے پریمیم کہتے ہیں۔ پانچ سالانہ خریدار فراہم کروانے والے کو اخبار مفت بھیجے جانے کی اسکیم بھی ہوتی ہے۔ ایک ہی جگہ سے اخبار اور رسالہ دونوں نکلتے ہیں۔ تو دونوں کی مشترکہ خریداری میں زیادہ رعایت دی جاتی ہے۔

سوال و جواب کے کالم کے لئے سوال بھیجنے والوں سے اخبار سے کاٹے گئے کوپن یا ٹوکن کا مطالبہ کرتے ہیں۔ معمول کا کاروبار کرنے والے تو ایسے ٹوکن ضرور مانگتے ہیں۔ رعایتی اعلانات میں بھی کوپن یا ٹوکن ضرور مانگا جاتا ہے۔

اخبارات میں انعامی مقابلے کرائے جاتے ہیں۔ اور ان میں حصہ لینے کے لیے کوپن کی شرط ہوتی ہے۔ کچھ اخبارات کالجوں یونیورسٹیوں کے طلباء کو رعایتی قیمت پیش کرتے ہیں۔

اخباروں کی تشہیر کے لیے سنیما سلائیڈ۔ ریڈیو اور ٹی وی پر اشتہارات تو دیئے ہی جاتے ہیں۔ اس کے علاوہ سڑکوں کے کنارے بورڈ پر پلیٹ فارم پر اور بسوں کے باہر بھی اخبارات کے اشتہارات دیئے جاتے ہیں۔

تعلیمی وظیفوں کے ذریعے ہونہار طلباء کی مدد کی جاتی ہے۔ بہترین فن کاروں کا انتخاب کر کے کسی بڑے جلسے میں انعام تقسیم کرنا بھی کافی مروج ہے۔

اسی طرح سرکولیشن بڑھانے کے سیکڑوں طریقے ہیں۔ بلکہ سرکولیشن بڑھانے کی وہ تمام کوششیں جائز سمجھی جاتی ہیں۔ جو قانون اور اخلاق کے دائرے میں رہ کر کی گئی ہوں۔

دراصل سرکولیشن کی تعداد دیکھ کر نہ صرف یہ کہ اشتہارات زیادہ ملتے ہیں۔ بلکہ بڑھتی ہوئی تعداد کے ساتھ ساتھ اشتہارات کے نرخ میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے۔ پھر یہ اخبار کی عزت و وقار کا بھی مسئلہ ہوتا ہے۔ لہذا کوئی بھی اخبار اپنا سرکولیشن صحیح نہیں بتاتا۔

گوکہ اخبارات یہ دعویٰ کرتے تھے کہ کوئی بھی ان کے دفتر میں آکر جانچ کر سکتا

ہے۔ یہ دعویٰ برائے دعویٰ ہی تھا اور ایک زمانے تک صحیح تعداد جاننے کا کوئی مناسب ذریعہ نہ تھا اور مشتہرین و دیگر افراد صحیح تعداد اشاعت ہر حال میں جاننا چاہتے تھے۔ اسی ضرورت کے تحت ایک غیر جانبدار ادارہ آڈٹ بیورو آف سرکولیشن کے نام سے قائم کیا گیا۔ پہلے یہ ادارہ مغربی ممالک میں قائم ہوا۔ ہندوستان میں ۱۹۳۸ء میں بمبئی میں قائم ہوا۔ یہ ایک غیر منفعت بخش ادارہ ہے۔ اس کے تمام انتظامات اور نگرانی ایک کونسل آف مینجمنٹ کے ذریعے ہوتی ہے۔ جس کے نصف اراکین باری باری بدلتے رہتے ہیں۔ ہر سال جنرل باڈی میٹنگ میں نئے اراکین کا باقاعدہ چناؤ ہوتا ہے۔ اس سے کچھ خاص لوگوں کی اجارہ داری کا موقعہ ختم ہو جاتا ہے۔

ملک کے سبھی بڑے اخبارات اس ادارے کے ممبر ہیں۔ یہ ادارہ سختی سے جانچ کر کے سرٹیفکیٹ جاری کرتا ہے۔ چونکہ ابھی تک یہ ادارہ پوری دیانتداری سے اپنی ذمہ داری پوری کرتا رہا ہے اس لئے اس کے جاری کردہ سرٹیفکیٹ سبھی جگہ قابل قبول ہوتے ہیں۔

اخبارات کا اقتصادی اور انتظامی ڈھانچہ: اب وہ زمانہ نہیں رہا جب اخبار ذوق کی تسکین، تحریک کی حمایت، اور سماج میں سر بلندی حاصل کرنے کے لئے قومی خدمت کی سرشاری میں چلائے جاتے تھے۔ اب تو زیادہ تر اخبارات مالی منفعت کے لئے تجارتی سطح پر چلائے جاتے ہیں اور جو ایسا نہیں کرتے وہ زیادہ دنوں تک زندہ نہیں رہ پاتے یا ان کا سرکولیشن بہت محدود رہتا ہے۔ لہذا آج کل عافیت تجارتی سطح پر ہی اخبار نکالنے میں ہے۔

کوئی بھی تجارت کامیاب جب مانی جاتی ہے جب اس سے اچھا فائدہ ہو۔ اخبار سے اچھے منافع کے لئے بہتر انتظامیہ کا ہونا ضروری ہے۔ جس میں تربیت یافتہ عملہ ہو۔ آج کل بڑی صنعتوں کے انتظامی ڈھانچے تین طرح کے ہوتے ہیں۔

● ”فوجی طرز کا ڈھانچہ“ جس میں اہرامی شکل ہوتی ہے۔ سب سے اوپر ایک افسر اس کے ماتحت دو یا تین افسران۔ پھر ان کے ماتحت چھ یا آٹھ پھر ان کے

ماتحت بیس یا پچیس اسی طرح نچلی سطح بڑھتی چلی جاتی ہے۔

● ”کارگر ڈھانچہ“۔ جس میں ہر کام کسی نہ کسی کو سونپ دیا جاتا ہے۔ اور پورے طور پر کام کی ذمہ داری بھی اسی کی ہوتی ہے وہ اپنے ماتحتوں کی کارکردگی پر نظر رکھ کر کام کو تسلسل سے کرواتا رہتا ہے۔

● ”عملہ اور سلسلہ وار ڈھانچہ“

یہ پہلے اور دوسرے قسم کے ڈھانچوں کا امتزاج ہوتا ہے۔

اخبارات میں عموماً تیسری طرز کے ڈھانچے کو ہی اپنایا جاتا ہے۔ جس سے انتظامیہ میں درجہ بدرجہ کنٹرول بھی برقرار رہتا ہے۔ اور ہر سطح پر ہدایات بھی جاری ہوتی رہتی ہیں۔

اس ڈھانچے کے عملے میں سب سے اوپر جنرل منیجر ہوتا ہے۔ جس کے ماتحت ایڈورٹائزنگ منیجر، سرکولیشن منیجر اور اکاؤنٹس افسر کام کرتے ہیں۔ جہاں کسی پالیسی کا معاملہ ہوتا ہے وہاں عملہ کے جملہ افسران کو مدعو کر کے رائے طلب کی جاتی ہے اگر کوئی مسئلہ سرکولیشن کا ہے تو شعبہ سرکولیشن میں کام کرنے والے افسروں یا اہم کارکنوں کو مدعو کر کے رائے طلب کی جاتی ہے۔ اخباری انتظامیہ میں صلاح و مشورے کی اہمیت ہوتی ہے۔ کسی بھی فیصلے پر پہنچنے سے پہلے متعلقہ شعبے کے افسروں کے رجحان کا جائزہ ضروری سمجھا جاتا ہے۔ اختلاف رائے کی صورت میں بحث و مباحثے کے بعد کوئی درمیانی راستہ اختیار کیا جاتا ہے۔ جس پر سب متفق ہو جائیں۔ ویسے ہر اخبار کا انتظامی ڈھانچہ الگ ہوتا ہے۔ کوئی اخبار کسی ایک فرد کی ملکیت ہوتا ہے۔ کسی اخبار کو کئی لوگ مل کر چلاتے ہیں کچھ اخبار کمپنیوں کی ملکیت ہوتے ہیں۔ کچھ اخبارات کسی ٹرسٹ یا اوقاف کی طرف سے چلائے جاتے ہیں۔ بعض سیاسی جماعتوں کی طرف سے چلائے جاتے ہیں۔ اخبار کی پالیسی اکثر اس بات پر منحصر ہوتی ہے کہ اخبار کس کا ہے۔

چھوٹے اخبار یا فرد واحد کے اخبار کے انتظام و انصرام میں آسانی ہوتی ہے۔

اخبار جتنا بڑا ہوتا ہے۔ مسائل بھی اتنے ہی پیچیدہ ہوتے ہیں۔

ماہرین کا خیال ہے کہ اخبار کے دفتر کی عمارت اس کی اپنی ملکیت ہو تو بہتر ہے کرائے کی عمارت میں بہت سے مسائل بڑھ جاتے ہیں۔ اخبار کے دفتر کا شہر کے وسط میں ہونا ضروری ہے جہاں سے ریل۔ بس اور ہوائی اڈے تک اخبار آسانی سے پہنچائے جاسکیں۔ عمارت کا صاف ستھرا اور خوبصورت ہونا بھی ضروری ہے۔ اخبار کے دفتر میں مختلف قسم کے لوگ آتے ہیں وہ خوشگوار اثر لے کر جائیں تو اخبار کا وقار بڑھتا ہے۔

کسی بھی معیاری اخبار کے عملہ میں کم و بیش مندرجہ ذیل اراکین ہوتے ہیں۔

انتظامی: 1۔ ناشر مالک۔ 2۔ جنرل منیجر۔ ڈیٹر۔ کیشیر۔ پرنسپل ایجنٹ۔

ادارت: 1۔ چیف ڈیٹر۔ 2۔ منیجنگ ڈیٹر۔ 3۔ نائٹ ڈیٹر۔ 4۔ نیوز ڈیٹر۔ 5۔ ٹیلی گراف ڈیٹر۔ 6۔ اسٹیٹ ڈیٹر۔ 7۔ لٹری ڈیٹر۔ 8۔ فلم ڈیٹر۔ 9۔ مذہبی ڈیٹر۔ 10۔ آرٹ ڈیٹر۔ 11۔ اسپورٹس ڈیٹر۔ 12۔ فائنانشیل ڈیٹر۔ 13۔ سوسائٹی ڈیٹر۔ 14۔ خصوصی مدیر۔ لائبریرین۔

ایک متوسط درجے کے اخبار میں تین شعبے ہوتے ہیں۔ شعبہ ادارت، شعبہ تجارت اور میکانکی یا شعبہ طباعت۔ ان شعبوں کو ”فرنٹ شاپ“، ”مڈل شاپ“ اور ”بیک شاپ“ بھی کہتے ہیں۔

”فرنٹ شاپ“ تجارتی شعبہ ہوتا ہے۔ یہاں خریداری کی رقم جمع کرنے والے اشتہار دینے والے اور ایجنٹ آتے جاتے رہتے ہیں۔ مڈل شاپ وہ جگہ ہوتی ہے جہاں عملہ ادارت مصروف کار رہتا ہے۔ یہاں آنے جانے والوں کی ہمت افزائی نہیں کی جاتی۔ ”بیک شاپ“ وہ پچھلے حصہ ہوتا ہے۔ جہاں طباعت کا انتظام ہوتا ہے۔ یہاں بھی باہری لوگوں کا آنا جانا ممنوع ہوتا ہے۔

جہاں بات انتظام و انصرام کی آتی ہے وہاں مسائل کا کھڑا ہونا بھی ضروری ہوتا ہے۔ اخبار خواہ چھوٹا ہو یا بڑا۔ مسائل سے دوچار ہوتا ہی ہے۔ ہر اخبار کے اپنے الگ الگ قسم کے مسائل ہوتے ہیں اور مسائل اخبار کے تینوں شعبوں میں ہوتے ہیں جن میں سے چند ایک درج ذیل ہیں۔

ایک بڑا مسئلہ عملے اور مالکان میں تعاون کا ہے۔ مالکان اور عملے کے درمیان جھگڑے عموماً مالی معاملات پر ہوتے ہیں۔ تنخواہ بونس اور دیگر مالیاتی امور کبھی عملہ مالکان پر الزام لگاتا ہے اور کبھی مالکان عملے کے عدم تعاون کی شکایت کرتے ہیں۔ بہر حال ضرورت اس بات کی ہوتی ہے کہ مالکان اور عملے کے تنازعات کا مناسب حل سوجھ بوجھ سے نکالا جائے اور دونوں کے درمیان خوشگوار تعلقات ہر صورت میں قائم رکھے جائیں۔

اخبار کا دوسرا بڑا مسئلہ اخباری کاغذ کی بروقت فراہمی ہے۔ گورنمنٹ کی پالیسی وقتاً فوقتاً بدلتی رہتی ہے۔ لہذا مالکان کو اس سلسلے میں بہت چوکنا رہنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ اخباری کاغذ کاربازرواشاک رکھا جائے تو بہتر ہے۔

تیسرا مسئلہ بجلی کی لگاتار سپلائی کا ہے۔ محکمے کی طرف سے بھی سپلائی میں کٹوتی ہو جایا کرتی ہے۔ کبھی کبھی بڑا فالٹ ہو جانے سے بھی سپلائی بند ہو جاتی ہے۔ لیکن اخبار تو ہر صورت میں وقت پر نکلنا ہوتا ہے۔ لہذا اس مسئلے سے نپٹنے کے لیے مالکان جنریٹر کا انتظام پہلے سے ہی رکھتے ہیں۔

نئی نئی ایجادات کی وجہ سے ترقی اور تبدیلی جلد جلد رونما ہوتی ہے۔ ہر نئی ایجاد سے پرانی مشینیں بیکار ہو جاتی ہیں اور نئی مشین کے لیے بڑا سرمایہ درکار ہوتا ہے لیکن مسئلہ اس وقت کھڑا ہوتا ہے جب ہم عصر اخبارات نئی ایجادات کا استعمال شروع کر دیتے ہیں۔ اس وقت ان ایجادات کا استعمال نہ کر پانے والے پیچھے رہ جاتے ہیں اور یہیں اخبار کی عزت اور وقار داؤ پر لگ جاتا ہے۔

ان تمام مسائل کے باوجود اخبارات کامیابی سے چل رہے ہیں۔ بلکہ نئے نئے اخبارات میدان میں آتے جا رہے ہیں۔ اس دور میں ہر صنعت کی طرح اخباری صنعت کا دارومدار بھی سرمائے پر ہے۔ جب تک مطلوبہ سرمایہ نہیں لگے گا۔ دوسری صنعتوں کی طرح یہ بھی منافع بخش نہیں ہوگی۔ اسے شروع کرنے سے پہلے صحیح تخمینہ کر کے مطلوبہ سرمائے کا پکا انتظام ضروری ہے۔

آج کل بہت سی صنعتیں قرض لے کر شروع کی جاتی ہیں ظاہر ہے کہ اخبار کے

لیے بھی اس کی کوئی ممانعت نہیں۔ بہر حال ذریعہ جو بھی ہو۔ تمام ممکنہ مالی مسائل کا حل پہلے سے معقول وسائل کے ذریعے طے ہونا چاہیے۔

اخبار کے اجراء کا طریقہ کار : اخبار نکالنے کا ارادہ کر لینے کے بعد سب سے پہلے ضلع کے ڈپٹی کمشنر یا ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ یا اپنے علاقے کے ڈپٹی کلکٹر یا سب ڈویژنل مجسٹریٹ سے رابطہ قائم کرنا چاہیے۔ کسی نئے اخبار یا رسالے کے جاری کرنے کے لیے ایک مخصوص فارم بھی بھرننا ہوتا ہے۔ جسے ڈیکلریشن کہتے ہیں۔ اس میں مجوزہ اخبار کا نام۔ زبان۔ وقفہ اشاعت اور دیگر معلومات فراہم کرنی ہوتی ہیں۔ ساتھ ہی مجوزہ نام کے پانچ دس متبادل ناموں کی فہرست بھی منسلک کرنی ہوتی ہے۔ متعلقہ مجسٹریٹ پہلے رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا۔ نئی دہلی سے رابطہ قائم کر کے مجوزہ ناموں میں سے کسی ایک نام کی منظوری چاہے گا۔ رجسٹرار اپنے ریکارڈ سے یہ تصدیق کرے گا کہ اس نام کا اخبار یا رسالہ اس کے یہاں پہلے سے رجسٹرڈ تو نہیں ہے۔ اگر رجسٹریشن نہیں ہے تو منظوری دے دے گا۔ اگر رجسٹرڈ ہے تو منظوری نہیں دے گا۔ منظوری نہ دینے کی صورت میں درخواست کنندہ سے مزید مجوزہ نام طلب کئے جائیں گے۔ ایسی فہرستوں میں تمام نام از روئے ترجیح لکھنے ہوتے ہیں۔ رجسٹرار کے یہاں سے منظوری آجانے کے بعد مجسٹریٹ ڈیکلریشن کی باضابطہ تصدیق کر دیتا ہے۔

مصدقہ ڈیکلریشن فائل ہونے کے چھ ہفتے کے اندر اندر روزانہ اخبار کا شروع ہو جانا ضروری ہوتا ہے۔ دو روزہ سے روزہ اور ہفت روزہ کے لیے بھی یہی مدت ہے البتہ پندرہ روزہ یا ماہانہ کے لیے تین ماہ کی مدت دی گئی ہے۔

اگر کسی اخبار کے مالک ناشر طابع یا مدیر میں کوئی رد و بدل ہو۔ یا اخبار کے نام میں کسی قسم کی کوئی تبدیلی آئے تو مجسٹریٹ کے روبرو نیا ڈیکلریشن فارم بھرنالازم ہوتا ہے۔

اگر کوئی روزانہ۔ دو روزہ۔ سے روزہ۔ ہفت روزہ۔ پندرہ روزہ اخبار آدھے شمارے یا ہفت روزہ سال میں ۲۶ شمارے شائع نہیں کرے گا یا دیگر معیاری جرائد بارہ مہینے تک شائع نہیں ہوتے ہیں تو ڈیکلریشن خود بخود منسوخ ہو جاتا ہے دوبارہ اشاعت شروع کرنے کے لیے نیا ڈیکلریشن بھرننا پڑتا ہے۔

ہر شمارے میں امپرنٹ یعنی طباعتی اشاریے کا ہونا ضروری ہے جس میں ناشر طابع اور مالک کا نام اور مقام اشاعت کا مکمل پتہ درج ہونا ضروری ہوتا ہے دیگر تفصیلات ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ کے آفس سے حاصل کی جاسکتی ہیں۔

اخباری کاغذ کے لئے درخواست: رجسٹریشن ہو جانے کے بعد اخبار کے لیے پہلا مسئلہ اخباری کاغذ کی دستیابی ہے۔ اخباری کاغذ کے لئے گورنمنٹ رجسٹرڈ اخبارات کو ایک لائسنس دیتی ہے۔ جس کے ذریعے کاغذ اخبار کو معینہ قیمت پر ملتا رہتا ہے۔ پہلی بار اخباری کاغذ کے لئے درخواست مخصوص فارم پر (دو کاپیاں) ”رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا۔ راما کرشنا پورم نئی دہلی“ کے نام بھیجنا ہوتا ہے۔ یہ پریٹنڈ فارم ”چیف کنٹرولر آف۔ امپورٹس اینڈ ایکسپورٹس۔ نئی دہلی“۔ ”رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا نئی دہلی“۔ یا نیوز پرنٹ درآمد کرنے والے منظور شدہ تاجروں سے حاصل کئے جاسکتے ہیں۔

کس اخبار کو کتنا کاغذ دیا جائے اس کا فیصلہ رجسٹرار آف نیوز پیپرس کے دفتر سے ہوتا ہے وہ یہ فیصلہ اخبار کے سائز۔ اوسط صفحات۔ اشاعت کا تسلسل اور وقفہ اشاعت دیکھ کر کرتے ہیں اور جو فیصلہ ہوتا ہے اسی کے لحاظ سے کوٹہ مقرر ہو جاتا ہے۔

”رجسٹرار آف نیوز پیپرس“ کے دہلی دفتر اور دیگر معین علاقائی دفاتر اور ”پریس انفارمیشن بیورو“ کی شاخوں میں آئی ہوئی متعلقہ اخبار کی کاپیوں سے اشاعت کے تسلسل کا تعین کیا جاتا ہے۔ اس میں کمی یا بیشی کی صورت میں اخباری کاغذ کے کوٹے میں بھی تخفیف یا اضافہ ہو سکتا ہے۔

ہر اخبار کے ناشر کے لیے یہ ضروری ہے کہ اخبار کی اشاعت کے اڑتالیس گھنٹوں کے اندر اپنے شائع شدہ اخبار کی ایک کاپی رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا نئی دہلی یا دیگر تجویز شدہ دفاتر کو لازمی طور پر ارسال کرے۔

برائے رجسٹریشن: نئے اخبار کو چاہئے کہ اپنے پہلے شمارے کی ایک کاپی۔ ”رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا۔ آر۔ کے پورم، نئی دہلی۔ ۶۶۔“ کے نام روانہ کرے۔ ساتھ میں مجسٹریٹ کا مصدقہ ڈیکلریشن فارم جو پہلے بھرا گیا تھا، کی ایک کاپی بھی منسلک

کرے۔ رجسٹرار اپنے یہاں اس کا اندراج کر کے ایک رجسٹریشن نمبر معہ رجسٹریشن سٹمپ فلیٹ
ناشر کو بھیج دے گا۔

طباعتی مشینوں کے لیے درخواست : اگر کمپوزنگ یا پرنٹنگ
مشین غیر ممالک سے منگانی ہو تو اس کے لیے کنٹرولر آف امپورٹس اکسپورٹ سے خصوصی
فارم حاصل کئے جاسکتے ہیں۔ اس سلسلے کی اور ضروری تفصیلات جاننے کے لیے
PROJECT AND EQUIPMENT CORPORATION

OF INDIA, NEW DELHI سے رابطہ قائم کیا جاسکتا ہے۔ مندرجہ بالا
کارپوریشن کے نام درخواستیں RNI-M(I) اور RNI-M (I) پر بھیجی جاسکتی
ہیں۔ جس کے نمونے (پروفارمہ) رجسٹرار آف نیوز پیپرس سے حاصل کئے جاسکتے ہیں۔

سالانہ اعلان نامہ: ہر اخبار کے ناشر کو ہر سال فروری کے آخری ہفتے میں ایک
گوشوارہ پریس رجسٹرار کے نام خصوصی فارم پر (جو فارم ۱۱ کہلاتا ہے) بھیجنا ضروری ہے۔
ایکٹ اینڈ رولز میں اس کی اہمیت واضح ہے اسے فروری کے اندر ہی چلا جانا چاہیے سالانہ
تفصیل نہ بھیجنا جرم ہے۔ اس کے لئے دفعہ ۱۹ کے تحت عدالت میں کارروائی ہو سکتی ہے۔
فارم VIII میں ضروری تفصیلات کا اخبار کے فروری کے آخری دن کے بعد شائع ہونے
والے پہلے شمارے میں شائع ہونا ضروری ہے۔

دراصل ان ہی انفرادی اخبار و رسائل کی طرف سے بھیجی گئی سالانہ رپورٹ کی بنا
پر رجسٹرار آف نیوز پیپرس کے دفتر سے ایک تفصیلی رپورٹ مرتب ہو کر حکومت کو پیش ہوتی
ہے۔ لہذا ہر ناشر کا فرض ہے کہ اپنے گوشوارے میں تمام معلومات درست اور ضروری تفصیل
کے ساتھ درج کرے۔

تعداد اشاعت کی تصدیق: پریس اینڈ رجسٹریشن آف بکس ایکٹ
1867ء کی دفعہ F کے تحت۔ پریس رجسٹرار خود یا کسی گزیٹیڈ آفیسر کو نامزد کر کے اخبار کے
دفتر کا اچانک معائنہ کرا کے اشاعت سے متعلق حساب کتاب چک کر اسکتا ہے۔ نیوز پیپرس

کو متعین کرنے کے لیے ایسے معائنہ پر خصوصی توجہ دی جاتی ہے۔

ڈیکلریشن منسوخی: اگر کوئی شخص اپنا اخبار بند کر رہا ہے۔ تو اسے ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ کے آفس میں جا کر اخبار بند کرنے کا ڈیکلریشن بھرنا چاہیے۔ ایسا نہ کرنا جرم ہے۔ اور اس کے لئے پریس اینڈ رجسٹریشن ایکٹ کی دفعہ 15.A کے تحت قانونی کارروائی ہو سکتی ہے۔

پریس اینڈ رجسٹریشن آف بکس ایکٹ 1867ء کے تحت اگر کوئی شکایت ہے تو اخبار اپنی اپیل اس پتہ پر بھیج سکتے ہیں۔؟..... یونین منسٹری آف انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ (پریس سیکشن) نئی دہلی۔

سنڈیکیٹ ادارے: آج دنیا میں سیکڑوں ایسے ادارے ہیں جو مختلف قسم کے اخباری مواد جیسے مضامین کا لم ادارے ہلکے پھلکے مضامین چٹکے مشورہ کا لم گھریلو نسخے، تبصرے، تصویریں، خاکے، نقشے اخبارات کو قیمتاً فراہم کراتے ہیں ایسے اداروں کو ”سنڈیکیٹ“ کہا جاتا ہے۔

مغربی ممالک کی طرح اب ہندوستان میں بھی ایسے کئی ادارے سرگرم عمل ہیں۔ لیکن ابھی اردو میں سنڈیکیٹ مواد کم دستیاب ہے۔ بہر حال ہندوستانی ”سنڈیکیٹ“ میں ”انفا“ نامی ادارہ کافی مشہور ہے۔

انفا: یہ ادارہ یہاں 1959ء میں قائم ہوا۔ یہ خبریں فیچر اور مضامین کی فراہمی میں سرگرم ہے اس ادارے کی خصوصیت ہے حالات حاضرہ پر بے لاگ تبصرہ یہ ادارہ چھوٹے اخبارات کی ضروریات پر کافی توجہ دیتا ہے۔

امریکی سنڈیکیٹ اداروں کے طور طریقوں کو ہندوستانی انداز میں اپنا کر اس ادارے نے مختلف ماہرین کی خدمات حاصل کی ہیں۔ آج بہت سے مبصرین مقالہ نگار کا لم نویس کارٹونسٹ۔ پریس فوٹو گرافر۔ معاشیاتی ماہرین۔ سیاسی مبصر اور دیگر قلم کار۔ انفا کے لئے مستقل اپنا تعاون دیتے رہتے ہیں، اور ملک کے سیکڑوں چھوٹے بڑے انگریزی اور

ہندوستانی زبانوں کے اخبارات اس کی خدمات حاصل کر رہے ہیں۔ اس کا پتہ ہے۔
 ”انڈیا نیوز آف فچر لائنس۔ جیون دیپ۔ پارلیمنٹ اسٹریٹ۔ نئی دہلی۔“

کنگ فیچر سنڈیکیٹ : یہ ادارہ دنیا کے بہترین سنڈیکیٹ میں سے ایک ہے۔ اس کا مرکزی دفتر نیویارک ہے۔ یہ ادارہ پچھلے ستر سالوں سے دنیا کے کونے کونے میں ہزاروں اخباروں کو اخباری مواد فراہم کراتا آیا ہے۔ اس کے خریدار دنیا کے ہر ملک میں پائے جاتے ہیں۔ اس کی جانب سے ہندوستان میں روزانہ اور ہفت روزہ دونوں قسم کے اخبارات کے لئے مستقل فیچر مواد بھیجنے کا اہتمام ہے۔ یہاں اس کے مواد کی فراہمی صرف بمبئی سے کی جاتی ہے۔ ہندوستان میں اس کے رابطے کا پتہ ہے۔

”ایڈورٹائزنگ فلمز آف انڈیا (پرائیوٹ) لیمیٹڈ آن لوکر بلڈنگ سرفیروز شاہ

مہتاروڈ، فورٹ، بمبئی۔ 400001۔“

کارٹوگرافی نیوز سروس : کارٹوگرافی نقشہ نویسی کو کہتے ہیں۔ آج صرف جغرافیائی نقشوں کی ہی نہیں بلکہ اسی کے ساتھ ساتھ دوسرے شعبوں میں بھی تکنیکی طور پر تیار پلان گراف اور کئی بصری پیکروں کی ضرورت پڑتی ہے۔ مثلاً اس وقت نیوز کارٹوگراف کی اہمیت تسلیم شدہ ہے۔ کسی بھی خبر کے ساتھ اس سے متعلق نقشے یا اعداد شمار پر بنے ہوئے چارٹ یا گراف دیئے جاتے ہیں تو خبر کی افادیت بڑھ جاتی ہے۔

یہ ادارہ 1958ء سے ہی اس قسم کی چیزیں اخبارات کو فراہم کرتا آ رہا ہے آج ملک کے تقریباً سبھی اخبارات و رسائل کو یہ ادارہ نقشے چارٹ گراف اور جدول باقاعدگی سے فراہم کرتا ہے۔ اس کے تیار کردہ نقشہ جات اور گراف بہت معتبر اور درست مانے جاتے ہیں۔ اس کا پتہ ہے۔

”کارٹوگرافک نیوز سروس۔ نمبر 13 رٹوڈرمل لین۔ نئی دہلی 110001۔“

پریس ایشیا انٹرنیشنل : یہ ادارہ اپنے موضوع کے ماہرین نامی گرامی صحافیوں سے مضامین کالم، مقالے اور تبصرے لکھوا کر اخبارات کو فراہم کرتا ہے۔ یہ

1970ء میں شروع ہوا۔ آج یہ اردو، ہندی۔ انگریزی، گجراتی، مراٹھی اور عربی میں قریب قریب ایک سو پچاس ہندوستانی اور تیس سے زائد غیر ملکی جرائد کو اپنی خدمات پیش کر رہا ہے۔ یہ ادارہ اردو اخبارات سے روابط استوار رکھنے میں خصوصی توجہ دیتا ہے اس کا پتہ ہے۔

”پریس ایشیا انٹرنیشنل۔ A گل مہر پارک نئی دہلی۔ 49۔“

اسی طرح یہاں کے بڑے شہروں میں کئی پریس فوٹو گرافر اور اسٹوڈیوز ہیں جو ذاتی طور پر اخبارات کو تصاویر فراہم کرتے ہیں۔ اس کے علاوہ مرکزی حکومت کی وزارت اطلاعات و نشریات کے ادارے پریس انفارمیشن بیورو کے صدر دفتر اور شاخوں سے تازہ ترین واقعات کی تصویریں مفت مہیا کی جاتی ہیں۔ اسی طرح فچر تصاویر کے لئے حکومت ہند کے ”فوٹو ڈویژن“ سے رابطہ قائم کیا جاسکتا ہے۔ غیر ملکی سفارت خانوں کے پریس سیکشن سے رابطہ قائم کر کے بھی کسی ملک کی ضروری تصاویر حاصل کی جاسکتی ہیں۔ آثار قدیمہ سے متعلق تصاویر کی ضرورت پڑ جائے تو آرکیالوجیکل سروے آف انڈیا کے کسی دفتر سے گزارش کی جاسکتی ہے۔

ریڈیو کی ابتداء و ارتقاء

ریڈیو کی ابتداء و ارتقاء :

اردو میں ریڈیو یا ریڈیو نشریات سے جو مفہوم ادا ہوتا ہے انگریزی میں اس کے لئے لفظ براڈ کاسٹنگ (BROADCASTING) استعمال کیا جاتا ہے اور یہ ٹیلی ویژن نشریات پر بھی محیط ہے۔ لہذا اس کی اہمیت و وسعت کے پیش نظر اس کے معنی و مفہوم کو اچھی طرح سمجھ لینا بہتر ہوگا۔

بنیادی طور پر یہ زراعت سے متعلق اصطلاح ہے۔ 1922 سے پہلے تک کی ڈکشنری میں اس کے معنی ہیں۔ بیج کو کھیت میں بونایا بکھیرنا۔

"TO SOW (SEED) OVER A WIDE AREA, ESPECIALLY BY HAND"

کہیں کہیں اس کے معنی بڑے رقبے میں پھیلا ہوا۔ یہاں وہاں بکھرے ہوئے طریقے سے۔ یا بڑے علاقے میں متعارف کرانا بھی دیئے ہیں۔¹

آج یہ لفظ مختلف موقعوں پر مختلف معنوں میں استعمال ہو رہا ہے۔ مثلاً اسے بکھیرنے۔ پھیلانے۔ عام کرنے۔ بونے۔ ترسیل کرنے۔ شائع کرنے۔ نشر کرنے اور تقریر کرنے کے معنی میں بھی استعمال کیا جا رہا ہے۔ لیکن ہم یہاں اسے مندرجہ ذیل معنوں میں استعمال کریں گے۔ یعنی

"BROADCASTING MEANS SENDING OUT PROGRAMS THROUGH THE AIR TO EVERY ONE WITHIN REACH OF A STATION. ANY

1. John. R. Bitner, *Broadcasting an Introduction*, New Jersey, 1980, p.15

ONE WHO HAS THE NECESSARY EQUIPMENT CAN LISTEN TO THE PROGRAMS SENT OUT."¹

یوں تو باد صبا اور میگ دوت کے ذریعے اپنے محبوب کو سلام و پیام بھیجنے کا طریقہ زمانہ قدیم سے ہی مروج ہے لیکن حقیقی معنوں میں ہوا کے ذریعے پیغام بھیجنے کی کہانی انیسویں صدی کی چوتھی دہائی سے شروع ہوتی ہے۔ انیسویں صدی کا ابتدائی دور تبدیلیوں کا دور تھا۔ عالمی صنعتی انقلاب میں امریکہ ایک نئی صنعتی طاقت بن کر ابھر رہا تھا۔ برطانیہ بھی اپنے بڑے بحری فوجی و تجارتی بیڑوں کے ساتھ مرعوب کرنے والا ملک تھا۔ اور جیسے جیسے صنعتی ترقی ہو رہی تھی اور تبدیلیاں آرہی تھیں، زیادہ تیز تر سیلی نظام کی ضرورت شدت سے محسوس کی جا رہی تھی لہذا بہت سے سائنسداں ایسی چیزوں کی کھوج میں مصروف تھے جن کے ذریعے تیز رفتاری کے ساتھ پیغام بھیجا جاسکے۔

ریڈیو کا پیش رو ٹیلی گراف : (SAMUEL. F. B.)

(MORSE) مورس ان میں سے ایک تھا جو اس ضرورت کو پورا کرنے کی کوشش میں سرگرداں تھے۔ بنیادی طور پر وہ ایک پینٹر تھا اور اپنی زندگی کے ابتدائی حصوں میں تصویریں بنا کر اور اس فن کو سکھا کر رزق حاصل کرتا رہا تھا۔ عمر کے اکتالیسویں سال میں اس نے "الیکٹرو میگنٹ" پر ایک مذاکرہ سنا اور ٹیلی گراف میں دل چسپی لینے لگا۔ ٹیلی گراف جسے شروع میں "WRITING AT DISTANCE" کہا گیا۔ مورس نے اس کا ایک مکمل نظریہ تیار کیا۔ جس میں تمام امکانات کی مکمل وضاحت تھی۔ مگر غریبی اس کے آڑے آئی اور وہ اپنے اس نظریے کا عملی تجربہ تین سال تک پیش نہ کر سکا۔

1835-36ء کے موسم سرما میں مورس اپنے دوست الفریڈ ویل (ALFRED

VAIL) کی مدد سے 1700 فٹ لمبی تار کی لائن کے ایک سرے سے دوسرے سرے تک

1. Sandra Hybels. Dana, Ulloth, Broadcasting, An Introduction to Radio, and Television. New York. 1978. P. 119

کچھ اشارے بھیجنے میں کامیاب ہوا۔ لیکن اسے مزید ترقی دینے کے لئے پیسوں کی ضرورت تھی۔ بالآخر ویل کے والد کی مالی امداد سے ترقی دے کر اس کا عملی مظاہرہ ہوا۔ 1
1843ء میں امریکن گورنمنٹ نے بھی انھیں ٹیلی گراف کا ایک نظام واشنگٹن سے بالٹی مور (BALTIMORE) تک قائم کرنے کے لئے فنڈ کی منظوری دے دی۔ مورس نے جتنے دنوں میں اس پروجیکٹ کو پورا کرنے کا دعویٰ کیا تھا مختلف وجوہات کی بنا پر اس سے کچھ زیادہ وقت لگ گیا۔ پھر بھی اس کے ذریعے پہلا پیغام 24 مئی 1844ء کو واشنگٹن سے بالٹی مور بھیجا گیا اور اس کا جواب بھی موصول ہوا۔ اس طرح مورس اور اس کے دوست نے یہ ثابت کر دیا کہ تار کی لائن اور بجلی کے ذریعے پیغام بڑے بڑے فاصلوں تک بھی بھیجا جاسکتا ہے۔ 2

کافی سالوں تک مورس کا ایجاد کردہ ٹیلی گراف تیز رفتار ترسیل کے لئے استعمال ہوتا رہا۔ 1866ء میں پہلی بار (CYRUS FIELD) سائیرس فیلڈ کی نگرانی میں بحر اٹلانٹک کے آر پار کیبل ڈالا گیا اور امریکہ و یورپ کے درمیان ٹیلی گراف کے ذریعے پیغام کا تبادلہ ہوا۔ یہیں سے تیز رفتار عالمی ذریعہ ترسیل کی ابتدا ہوئی۔ 3
ٹیلی فون: ٹیلی گراف میں لاسلکی ذرائع سے اشاراتی پیغامات کو لمبے لمبے فاصلوں تک بھیجنے کا مظاہرہ ہو گیا تو اسی طرز پر بہت سے ملکوں میں سائنس داں انسانی آواز یا کسی آواز کو ہو بہو لاسلکی ذرائع سے بھیجنے کے لئے کوشاں ہو گئے۔

جرمنی میں 1861ء میں PHILIP REIS نے ایک ٹیلی فون ایجاد کیا۔ لیکن وہ اتنا ادھورا اور نامکمل تھا کہ اس کا عملی مظاہرہ نہیں ہو سکا۔ 1874ء میں گرے (GRAY) نے ایک ایسا آلہ تیار کر لیا تھا جس کے ذریعے آواز کی ہو بہو ترسیل ممکن تھی۔ لیکن پینٹ کرانے کے لئے اس میں کچھ اصلاح کی ضرورت تھی جس میں اس کے دو سال گزر گئے۔ امریکہ کے

1. Sawndra Hybels, Danaulloth, Broad Coasting an Introduction to Radio and Television. 1978, New York P.38

2. Ibid , p.39

3. Ibid, p.42

پینٹ آفس میں پینٹ کرانے کی درخواست جب اس نے داخل کی تو اس سے دو گھنٹہ پہلے
ALEXANDER GRAHAM BELL نامی شخص نے ایسے ہی ایک آلے کو پینٹ
کرانے کی درخواست داخل کر دی تھی۔

گراہم ہیل اسکات لینڈ کا رہنے والا تھا جس کی تعلیم ایڈنبرگ یونیورسٹی میں ہوئی تھی وہ
امریکہ بحیثیت استاد آیا تھا۔ بہر حال دونوں پینٹ کرانے والوں میں مقدمہ بازی کی نوبت
آئی لیکن فیصلہ گراہم ہیل کے حق میں ہوا۔ اور اس نے اپنے ساتھیوں کی مدد سے ایک بہت
ہی کامیاب ٹیلیفون انڈسٹری ”ہیل ٹیلیفون“ کے نام سے قائم کی اور ہیل کا نام ہمیشہ ہمیشہ
کے لئے ٹیلیفون سے جڑ گیا۔ بعد کو ٹیلی گراف اور ٹیلیفون دونوں ہی سے وائرلیس اور ریڈیو
کی ایجاد میں بہت مدد ملی۔ 1

وائرلیس کی ابتداء و ارتقاء :- اس کی کارکردگی کا اشارہ اس کے
نام کی ترکیب میں ہی پوشیدہ ہے۔ ابھی تک جو چیزیں برقی ترسیل کے لئے استعمال ہو رہی
تھیں ان میں وائر یعنی تار کا استعمال ہو رہا تھا اب یہ ایسا طریقہ ایجاد ہوا جس میں
وائر کا استعمال لیس (Less) یعنی ترک ہو گیا اور پیغام ہوا کے ذریعے بھیجا جانے لگا۔

1860-70 کے درمیان جس میں کلارک میکس ویل ایک اسکالرس
(PHYSICIST) طبعیات داں نے یہ نظریہ پیش کیا کہ فضا میں موجود
(WAVE) برقی رو کس طرح کام کرتی ہے۔ 1864ء میں اس نے برق
(ELECTRICITY) اور (MAGNETISM) مقناطیسیت پر ابتدائی بیان دیا۔ لیکن
اس نظریے کی تفصیل 1873ء تک مکمل نہیں کر سکا۔

میکس ویل جب برقی رو کو نظریاتی بنیاد فراہم کرانے میں مصروف تھا۔ اسی وقت جرمنی میں
تجربے میں لگے ہنریچ ہرٹز (HEINRICH HERTZ) نے وائرلیس و برقی رو کی فضا میں موجودگی
کا مظاہرہ کر کے دکھا دیا۔ بنیادی طور پر یہ میکس ویل کے نظریے کا عملی ثبوت تھا۔ 1888ء میں
اپنے تجربے کی وضاحت کے لئے ہرٹز نے ایک مضمون شائع کرایا جس کا عنوان تھا۔

1. Sawndra Hybels, Danauloth, Broad Coasting an Introduction to
Radio and Television. 1978, New York P.45

"ELECTROMAGNETIC WAVE IN AIR AND THEIR REFLECTION."¹

ہرٹز طبیعیات داں کی حیثیت سے برقناطیسی موجوں کی موجودگی ثابت کرنے میں تو دل چسپی رکھتا تھا مگر اس کے ذریعے کوئی تجارتی نظام قائم کرنے میں اسے کوئی دل چسپی نہیں تھی۔ لہذا وہ اپنی اس دریافت کو تجربہ گاہ کے باہر نہیں لے گیا۔ چنانچہ اسے شہرت و مقبولیت کافی برسوں بعد اس وقت ملی جب ریڈیو کی موجوں کی جنبش (OSCILLATION) کو ہرٹز کا نام دیا گیا۔

میکس ویل نے وائرلیس کی نظریاتی بنیاد فراہم کی، ہرٹز نے وائرلیس موجوں کی موجودگی کا عملی مظاہرہ پیش کیا اور اٹلی کے ایک اکیس سالہ نوجوان نے اسے تجارتی فائدہ حاصل کرنے کی حد تک ترقی دے دی۔

1894ء کے موسم گرماں میں جب گوگلیموں مارکونی آپس (اٹلی) کی پہاڑیوں میں چھٹیاں گزار رہا تھا ایک روز یوں ہی ایک برقیات سے متعلق رسالہ اٹھا لیتا ہے جس میں ہرٹز کے تجربے کے بارے میں پڑھ کر اس قدر متاثر ہوتا ہے کہ فوراً گھر واپس آ کر وائرلیس کے ایسے نظام کو ترقی دینے کی کوشش میں لگ جاتا ہے جس کی تجارت ممکن ہو سکے۔

مارکونی ٹیلی گراف اور اس وقت تک کی تمام ایجادات کو ملا کر اور اس میں اپنی طرف سے کچھ چیزیں شامل کر کے ایک ایسا طریقہ کار ایجاد کرنے میں کامیابی حاصل کر لیتا ہے جس سے فضا میں موجود برقی موجوں کے ذریعے آواز کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک بھیجا جاسکتا تھا۔ 2

ابتداء میں کافی دنوں تک لگاتار محنت و تجربے کے بعد مارکونی جھینگر جیسی آواز کو اپنے بنائے ہوئے ریسیونگ اسٹیشن تک بھیجنے میں کامیاب ہوا۔ جو تقریباً میل کے چوتھائی حصے کے فاصلے پر تھا وہ حروف و الفاظ کو ہوا کے ذریعے بالکل اسی طرح بھیجنے میں کامیاب ہوا

1. Sawndra Hybels, Danaulloth, Broad Coasting an Introduction to Radio and Television. 1978, New York P.46

2. Ibid, p.41

جس طرح مورس نے نشانات و اشارات کو تار کی لائن کے ذریعے بھیجا تھا۔ اس سلسلے میں ایک اقتباس ملاحظہ ہو۔

"After endless weeks of experimenting Marcony successfully sent cricket like sound three quarters of a mile to a Receiving station he had set up. And by turning the transmitter on and off Marconi was able to send letters and words just as Morse had sent code over wires. Marconi sent through the air.¹

1896ء میں مارکونی اس کے تجارتی امکانات کا پتہ لگانے کے لئے انگلینڈ گیا۔ اس کا اندازہ تھا کہ وائرلیس کو سمندری جہازوں اور زمین پر تجارتی ضروریات کے لئے استعمال کیا جاسکتا ہے۔ اسے بالکل اندازہ نہیں تھا کہ اس کے ذریعے عوام کے اتنے بڑے گروہ تک نشریات کی جاسکے گی۔

انگلینڈ میں مارکونی نے پیٹنٹ کے لئے درخواست دی۔ جو اسے 2 جون 1896ء کو مل گیا اور سرولیم پرسی نے برٹس پوسٹ آفس کے انجینئر انچارج کی مدد سے مارکونی کے ساتھ بڑے پیمانے پر وائرلیس کا تجربہ شروع کر دیا۔ برطانیہ کے تجارتی اس ایجاد سے اتنے متاثر تھے کہ انھوں نے وائرلیس کو ترقی دینے کے لئے فوراً ایک کمپنی قائم کر لی جس کا نام "وائرلیس ٹیلی گراف سگنل کمپنی" پڑا اور جس کی تشکیل 1897ء میں عمل میں آئی۔ بعد میں اس کا نام بدل کر 'مارکونی وائرلیس ٹیلی گراف کمپنی' رکھا گیا۔² یہ تجارتی منصوبہ پوری کامیابی سے چل رہا تھا کہ اسی دوران 1897ء میں مارکونی کو امریکہ سے بھی وائرلیس کا پیٹنٹ سرٹیفکیٹ مل گیا۔ امریکن گورنمنٹ وائرلیس کی خدمات کو

1. Saundra Hybels, Danaulloth, *Broad Coasting an Introduction to Radio and Television*. 1978, New York P.42

2. Ibid, p.42

اپنے ملک کے لئے استعمال کرنا چاہتی تھی۔ اور مارکونی کو بھی وائرلیس کے ذریعہ آواز کو اٹلانٹک کے پار بھیجنے میں خاصی دلچسپی تھی لہذا اس نے امریکہ میں بھی اپنی ایک کمپنی قائم کر لی۔ کمپنی کا نام ”امریکن مارکونی وائرلیس ٹیلی گراف کمپنی رکھا۔ مارکونی نے 1901ء میں امریکہ میں وائرلیس اسٹیشن قائم کرنا شروع کر دیا تھا مگر وہ اس کا ٹریکٹ سے بہت خوش نہیں تھا کیونکہ وہ بحر اٹلانٹک کے آر پار جلد سے جلد وائرلیس کا نظام قائم کرنا چاہتا تھا اور اس میں اسے کامیابی 12 دسمبر 1901ء کو ملی۔ لہذا 1902ء میں مارکونی کے آلات کے ذریعے امریکہ کے صدر روز ویلٹ (ROOSEVELT) اور انگلینڈ کے کنگ ایڈورڈ سوم کے درمیان گفتگو ہوئی۔ 1

1896-97ء کے دوران مارکونی نے ایک برطانوی سائنس داں سر اولیو لوگی (SIR OLIVE LOOGE) کے ساتھ مل کر اسے مزید ترقی دی۔ ادھر اٹلی کی بحری فوج نے مارکونی کو اس کے تجربات کے لئے امداد دینی شروع کر دی۔

1909ء میں S.S. REPUBLIC اور 1912ء میں S.S. TITANIC سمندری جہاز غرقاب ہوئے تو اس کی ضرورت و اہمیت زیادہ شدت سے محسوس کی جانے لگی۔ وائرلیس کی کامیابی کے بعد بہت سی کمپنیاں اس میں دل چسپی لینے لگیں اور اپنا وائرلیس نظام قائم کرنے کیلئے کوشاں ہوئیں۔ مگر مارکونی نے اپنے آلات و ایجادات کے حقوق کسی کو فروخت نہیں کئے تھے لہذا ان کمپنیوں کے لئے وائرلیس میں استعمال ہونے والے تمام آلات کو اپنے طور پر ایجاد کر کے پٹینٹ کرانا بڑا ہی مشکل تھا۔ نتیجہ یہ ہوا کہ امریکہ، جرمنی اور فرانس کی بہت سی کمپنیوں کے میدان میں آجانے کے باوجود سربراہی مارکونی کمپنی ہی کو حاصل رہی۔

مارکونی کے بعد رینالڈ فسنڈن (REGINALD FESSENDEN) (یہ کینیڈا میں پیدا ہوا مگر کام کرنے کا زیادہ زمانہ امریکہ میں گزارا۔) نے وائرلیس میں بہت سی اصلاح کر کے اسے جدید تر بنا دیا۔

پھر الیگزینڈر نامی شخص (جو سوئڈن سے امریکہ آیا تھا) نے فسیڈن کی اصلاح پر اصلاح کی اور وائرلیس کو ایک منزل اور اوپر پہنچا دیا۔

اس کے بعد فلمینگ نے ایک ایسے والو کا اختراع کیا جو آج بھی جدید ریسیور میں استعمال ہوتا ہے۔ اس کا کارنامہ یہ ہے کہ اس نے اپنے اس والو کے ذریعے آواز کی لہروں کو ریڈیو کی لہروں سے الگ کر دیا جسے ہم ایک اہم کامیابی کہہ سکتے ہیں۔ 1

فلمینگ کے کام کو آگے بڑھاتے ہوئے لی۔ ڈی۔ فاریسٹ (LEE-DE-FORSET) نے TRIODE والو یا گرڈ (GRID) کی ایجاد کی جو وائرلیس کی مستقبل کی ترقی کی بنیاد بنا۔ اور اسی کی وجہ سے وہ نظام وجود میں آیا جس کے ذریعے آواز اور موسیقی کو عوام کے بڑے گروہ کے لئے امریکہ اور پوری دنیا میں نشر کیا جاسکا۔ 2

ریڈیو کا حقیقت بننا:۔ وائرلیس کی ایجاد ایک ایسی اہم اور بنیادی ایجاد تھی جس کی وجہ سے نہ صرف ترسیل زمین کی پستیوں سے اٹھ کر آسمان کی بلندیوں کو چھونے لگی بلکہ اسی کی وجہ سے ریڈیو۔ ٹرانسمیٹر۔ ٹیلی ویژن اور سیٹیلائٹ ترسیل ممکن ہو سکی۔ اور پوری دنیا میں صنعتی تجارتی ترقی انتہائی بلندیوں تک پہنچ گئی۔ اسی کی وجہ سے فاصلے سمٹ گئے وقت پر قابو پالیا گیا۔ لیکن ابھی تک عموماً وائرلیس کے ذریعے پیغام کوڈ (Code) یعنی کچھ مخصوص نشانات کے ذریعے ہی بھیجے جاتے تھے۔ گو کہ آواز کو بہتر ترسیل کرنے کی کوشش بہت پہلے شروع ہو گئی تھی اور اس میں کچھ لوگوں کو کچھ کامیابی بھی ملی تھی۔

پھر بھی اس بات میں اختلاف ہے کہ ریڈیو کا پہلا پروگرام کہاں پیش کیا گیا۔ البتہ مجموعی طور پر اس میں برتری امریکہ کو حاصل ہے۔ لہذا 1906ء میں فسیڈن (FESSENDEN) نے برنٹ راک ماس کے اپنے نجی تجرباتی اسٹیشن سے کرسس کی شام کو ایک پروگرام نشر کیا۔ جسے بعض لوگ پہلا پروگرام کہتے ہیں۔ 3

1. Saundra Hybels, Dana Ulloth. Broad Casting. An Introduction to Radio and Television. New York. 1978 P. 47

2۔ سجاد حیدر۔ ریڈیاتی صحافت۔ اسلام آباد۔ 1981ء۔ 14

3. Narayanan Menon : The Communication Revolution 1976 N.D. P. 30

اس سلسلے میں لی ڈی فارسٹ کا نام بھی بہت اہم ہے اس نے ایفل ٹاور کے اوپر آلات نصب کر کے اور 1910ء میں نیویارک کے میٹروپولیٹن اوپیرا ہاؤس میں پانچ سو واٹ کا ٹرانسمیٹر نصب کر کے اس کے ذریعے پروگرام پیش کیا۔ کہا جاتا ہے کہ امریکہ کی ایک کمپنی نے ایرلنگ ٹن (امریکہ میں نیوی کا ایک اسٹیشن) سے ایفل ٹاور پیرس تک پروگرام نشر کیا جس کا فاصلہ چار ہزار میل ہے۔ 1

مگر یہ صرف تجربات تھے اس وقت تک مسلسل ریڈیو نشریات کا کوئی نظام قائم نہیں

ہوا۔

لی۔ ڈی۔ فارسٹ۔ فسیڈن۔ ایڈون آرام اسٹرائنگ۔ الیگزینڈرسن اور دوسرے سائنس داں اپنے اپنے طور پر اس ایجاد کو مزید ترقی دینے کی مسلسل جدوجہد کرتے رہے۔ اس سلسلے میں ایک اور نام فراموش نہیں کیا جاسکتا اور وہ ہے ڈیوڈ سرنوف (DAVID SARNOFE) کا جس نے کہ غرقاب ہوتے ہوئے TITANIC سے پیغام موصول کیا تھا۔ 2

لی۔ ڈی فارسٹ کے تجربے کو کچھ مقبولیت حاصل ہوئی تو 1916ء میں ڈیوڈ سرنوف نے اپنی ایک تحریر کے ذریعے جنرل مینجر امریکن مارکونی کمپنی کو یہ صلاح دی کہ وہ گھروں کے لئے ریڈیو موسیقی باکس بنائیں اور ایک ریڈیو اسٹیشن (جس کی پہنچ پچیس سے پچاس میل کے دائرے میں ہو) کے ذریعے موسیقی وغیرہ کے پروگراموں کو گھروں تک پہنچائیں۔ سرنوف کا خیال تھا کہ میوزک باکس کے ذریعے بڑا منافع حاصل کیا جاسکتا ہے۔ جب کہ اس وقت صنعتی و تجارتی اشتہارات کا خیال سرنوف کے دماغ میں نہیں آیا تھا۔ انھوں نے اس کے پروگراموں میں صرف موسیقی۔ تقاریر اور نغمہ سرائی کو ہی شامل کیا تھا۔ مارکونی کمپنی جب تک امریکہ میں رہی یعنی جب تک کہ ٹیلی گراف یا ریڈیو نشریات کا انتظام امریکن کمپنی کے ماتحت نہیں ہوا تھا اس مشورے پر کوئی عمل درآمد نہیں ہوا۔ یہ مشورہ مسلسل

1. Sandra Hybels, Dana Ulloth. *Broad Casting. An Introduction to Radio and Television*. New York. 1978 P. 47

2. Ibid, p. 52

نشریات شروع ہونے سے برسوں پہلے کا تھا۔ پھر اس مشورے کے عمل درآمد میں پہلی جنگ عظیم بھی حائل ہوئی۔ 1

بہر حال ریڈیو نشریات کے سلسلے میں مندرجہ ذیل اقتباس اہمیت کا حامل ہے۔

"Then in October 1920 the Station was relicensed as K.D.K.A. and to inaugurate the new Station Canrad and executive of Westinghouse desided to air election from the Hording-Cox election on November 2-1920. This date is Often cited as the begining of Scheduled radio broad casting by a Station licensed by the federal government.²

اس طرح 2 نومبر 1920ء کو ہم باقاعدہ مسلسل ریڈیو نشریات کی شروعات کہہ سکتے ہیں۔ KDKA کو جہاں پہلا ریڈیو براڈ کاسٹنگ اسٹیشن ہونے کا فخر حاصل ہے وہیں اس نے بہت سے پروگرام جیسے پہلی چرچ سروس۔ دور دراز علاقوں کے لئے نشریات، کھیل میں کشتی۔ مکہ بازی۔ بیس بال اور فٹ بال وغیرہ میچوں کے رواں تبصرے بھی سب سے پہلے نشر کرنا شروع کئے۔

KDKA کے بعد جلد ہی بہت سی دوسری کمپنیوں کے اسٹیشن بھی براڈ کاسٹ کرنے لگے یہاں تک کہ 1920 سے 1925ء کے درمیان امریکہ میں 570 ریڈیو اسٹیشن براڈ کاسٹ کر رہے تھے۔ بہت سے اسٹیشنوں کے قائم ہو جانے کی وجہ سے قریب قریب فریکوئنسی کے اسٹیشنوں کے پروگراموں کی آوازیں آپس میں مل کر آواز کو خراب کرنے لگیں۔ لہذا امریکن گورنمنٹ کو اس میں دخل دینا پڑا گورنمنٹ نے تمام ریڈیو اسٹیشنوں کو

1. Saundra Hybels, Danaulloth. Broadcasting An Introduction to Radio and Television. New York. 1978 P. 53

2. Ibid P. 56

فریکوئنسی بینڈ الاٹ کیا۔ تب امریکن ریڈیو نشریات میں نظم و ضبط قائم ہوا۔ 1

امریکہ میں ریڈیو کی ترقی کا دوسرا دورنٹ ورکنگ (NETWORKING) سے عبارت ہے۔ نٹ ورکنگ سے مراد یہ ہے کہ کئی اسٹیشنوں کو ایک ساتھ منسلک کر دیا جائے اور کسی پروگرام کو یہ اسٹیشن بیک وقت ایک ساتھ نشر کریں۔ پہلا نٹ ورک پروگرام صرف دو اسٹیشنوں کو منسلک کر کے 4 جنوری 1923ء کو پیش کیا گیا۔ پھر اس میں روز بروز ترقی ہوتی چلی گئی۔

نٹ ورک میں ترقی کے بعد امریکہ میں ریڈیو کی مقبولیت کا یہ عالم تھا کہ 1930ء سے 1935ء کے درمیان ہر سال چار سے چھ ملین ریڈیو سیٹ فروخت ہوئے اور اس حساب سے 1935ء تک 67 فیصد گھروں میں ریڈیو سیٹ پہنچ گئے۔ 2

برطانیہ: برقی ترسیل کا ارتقاء امریکہ اور برطانیہ میں قریب قریب ساتھ ہوا۔ مارکونی کی حوصلہ افزائی سب سے پہلے برطانیہ نے ہی کی۔ برطانیہ کی بحری فوج کے بیڑے ہوں یا تجارتی جہاز۔ ڈاک و تار کا محکمہ ہو یا کوئی اور ادارہ ہر جگہ برقی ترسیل کو پہلی فرصت میں خوش آمدید کہا گیا۔

آج برطانیہ میں دو نشری نظام عمل پیرا ہیں۔ ایک برٹش براڈ کاسٹنگ کارپوریشن (B.B.C.) بی بی سی اور دوسرا انڈیپنڈنٹ براڈ کاسٹنگ اتھارٹی۔

دراصل 1922ء کی مئی میں برطانیہ کے پوسٹ ماسٹر جنرل نے عوام میں یہ اعلان کیا کہ اب ملک میں باقاعدہ ریڈیو نشریات کی اجازت دی جاتی ہے۔ چنانچہ اسی سال نومبر میں ریڈیو مصنوعات بنانے والوں اور ریڈیو نشریات میں دل چسپی رکھنے والوں کے باہمی مذاکرات اور تعاون سے برٹش براڈ کاسٹنگ کمپنی کا قیام عمل میں آیا۔ جس نے نجی ادارے کے طور پر اپنی روزانہ نشریات کی ابتداء کی اور یہ نشریات بہت ہی مناسب اطمینان بخش طریقے

1. Sandra Hybels, Dana Ulloth. Broadcasting an Introduction on To Radio and Television. New York. 1978 P. 56

2. Ibid, p.73

سے چلتی رہی۔ اس نشریات کو شروع کرنے والے مسٹر جے۔ سی۔ ڈبلیو۔ ریتھ (MR. J.C.W. REITH) تھے جو اس کمپنی کے جنرل مینجر تھے اس کے چیف انجینئر کیپٹن پی۔ پی۔ اکرسلی تھے (CAPTAIN P.P. ECKERSELY) جنھیں ہم بجا طور پر برطانیہ میں ریڈیو نشریات کا معمار کہہ سکتے ہیں۔

برٹش براڈ کاسٹنگ کمپنی کی کامیابی توقعات سے کہیں زیادہ تھی جس کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ دو سال کے اندر اندر برطانیہ میں ریڈیو سیٹ کی تعداد بیس لاکھ تک پہنچ گئی اور یہی نہیں بلکہ ریڈیو نشریات بہت تیزی سے عوامی زندگی کا جز بننے لگی۔ لہذا جلد ہی حکومت کو یہ احساس ہو گیا کہ ریڈیو نشریات کے وسیع حلقہ اثر کے پیش نظر اسے غیر سرکاری انتظام کے تحت نہیں رہنا چاہئے۔ نتیجے کے طور پر گورنمنٹ نے ایک انکوائری کمیشن 1925ء میں بٹھایا۔ جسے دنیائے نشریات ”کرافورڈ کمیٹی“ (CRAWFORD COMMITTEE) کے نام سے جانتی ہے۔ اس کمیٹی کی سفارسات پر بی۔ بی۔ سی کا قیام 1 جنوری 1927ء کو ایک خود مختار ادارے کی حیثیت سے عمل میں آیا۔ اور اس کے اغراض و مقاصد میں ملک کے مفاد کے تحفظ کو اولین اہمیت دی گئی اور مسٹری۔ جے۔ ڈبلیو۔ ریتھ (جو بعد میں سر جون ریتھ لارڈ ریتھ ہوئے) اس کے پہلے ڈائریکٹر جنرل مقرر ہوئے۔

چونکہ بی بی سی کو مادر نشریات کہا جاتا ہے۔ اور ہماری نشریات کا ابتدائی ڈھانچہ تیار کرنے میں اس سے کسی قدر مدد ملی گئی ہے۔ اس لئے یہاں اس کی تفصیل غیر مناسب نہ ہوگی۔

جیسا کہ اوپر کہا گیا بی بی سی ایک خود مختار نشریاتی ادارہ ہے گو کہ وہ بیرون ملک نشریات کے لئے فنڈ براہ راست برطانوی پارلیمنٹ سے حاصل کرتا ہے ریڈیو لائسنس فیس کا تعین پارلیمنٹ کرتی ہے۔ اس کی نگرانی و رہنمائی کے لئے بارہ اشخاص کا ایک بورڈ بنایا جاتا ہے۔ ان اشخاص کو برطانوی ملکہ نامزد کرتی ہیں یہ ادارہ بہت سی ضمنی مشاورتی کمیٹیوں کے مشورے سے کام کرتا ہے۔ جو اس کے لئے بنائی جاتی ہیں اور خاص بات یہ ہے کہ بی بی سی ایک غیر منفعت بخش ادارہ ہے اس میں اشتہارات کی ممانعت ہے۔

پورے برطانیہ میں پروگراموں کو نشر کرنے کے لئے بی بی سی کو چار حصوں میں تقسیم کر دیا گیا ہے۔ جسے بی بی سی ایک دو تین اور چار کہا جاتا ہے۔ بی بی سی ایک اور دو سے ایسے پروگرام نشر کئے جاتے ہیں جو عام لوگوں کی دلچسپی کے ہوتے ہیں یہی وجہ ہے کہ یہ دونوں شعبے اسی فیصد برطانوی سامعین کو اپنی گرفت میں رکھتے ہیں۔ بی بی سی نمبر تین زیادہ تر کلاسیکی موسیقی۔ ڈرامے اور دوسرے ثقافتی پروگرام برطانیہ اور برطانیہ سے باہر ہوئی محفلِ نغمہ و سرود کو لا یونشر کرتا ہے۔ عالمی تھیٹر کے شاہکار کو پیش کرنے پر زور دیتا ہے۔ سائنس اور دوسرے فلسفیانہ مضامین کے مباحثے بھی بی بی سی نمبر تین کے پروگراموں میں شامل رہتے ہیں۔ بی بی سی نمبر چار تقاریر۔ ڈرامائی تفریح، خبریں اور حالاتِ حاضرہ کی اطلاع و جانکاری کے بہم پہنچانے کے لئے وقف ہے۔ اس کے پروگراموں میں فون ان نیوز میگزین، پینل گیم شامل ہوتے ہیں۔ 1

بی بی سی کی اندرون ملک نشریات سے قطع نظر اس کی عالمی نشریات انگریزی کے علاوہ چالیس سے زیادہ زبانوں میں ہر ہفتے سات سو گھنٹے سے زیادہ دورانیے کے پروگرام سنواتی ہیں۔ انگریزی میں عالمی سروس چوبیس گھنٹے چلتی رہتی ہے۔ روزانہ دنیا بھر کے لئے چالیس زبانوں میں سو گھنٹے تک پروگرام تیار کر کے نشر کرنا بجائے خود ایک مسلسل مہم ہے اس مہم کے لئے بش ہاؤس لندن میں سینتالیس اسٹوڈیوز مخصوص کئے گئے ہیں۔ جن کے پروگرام ستر ٹرانسمیٹروں کے ذریعے دنیا بھر میں سنوائے جاتے ہیں ان میں چوالیس ٹرانسمیٹر برطانیہ کے اندر نصب ہیں اور 26 ریڈیو ٹرانسمیٹر بیرونی مقامات پر لگائے گئے ہیں۔

بی بی سی اپنے بین الاقوامی سامعین کے لئے روزانہ سو سے زائد صرف خبروں پر منحصر پروگرام پیش کرتا ہے۔ بش ہاؤس کے نیوز روم کے اندر ہر وقت سو سے زائد افراد کا اداراتی عملہ کام میں لگا رہتا ہے۔ اور ان سب کی کوشش یہی رہتی ہے کہ دنیا بھر کے تازہ بہ تازہ

واقعات کی حقیقت پر مبنی غیر جانبدارانہ رپورٹ سننے والوں کی خدمت میں پیش کر دیں لہذا ان لاکھوں لوگوں کے علاوہ جو بی بی سی کی خبریں براہ راست سنتے ہیں ایسے سامعین کی ایک بڑی تعداد ہے جو اپنے مقامی ریڈیو اسٹیشنوں کے ذریعہ بی بی سی کے حوالے سے دنیا بھر کی خبریں سنتے ہیں۔ کیونکہ اس نے دنیا بھر کے سامعین کا اعتماد حاصل کر لیا ہے۔ اس مسلسل مہم، جدوجہد اور کوشش کے واضح مقاصد کی تفصیل یوں ہے۔ 1

● برطانیہ کو اس وقت کے ترقی یافتہ ملک کی حیثیت سے دنیا کے سامنے پیش کرنا۔
 ● برطانیہ کی بنی ہوئی چیزوں کو دوسرے ممالک میں متعارف کرا کر اپنی صنعت کو فروغ دینا۔

● برطانیہ کو عالمی سیاست میں با اصول، انصاف پسند اور با اثر طاقت کے طور پر پیش کرنا۔
 دنیا کو ایسا باور کرانے کے لئے ضروری تھا کہ بی بی سی اپنی ساکھ مضبوط کرے۔ لہذا اس نے یہ پالیسی اختیار کی کہ جہاں تک ممکن ہو سکے خبروں میں بی بی سی کو غیر جانبدار ظاہر کیا جائے تاکہ سامعین اس ادارے پر اعتماد کرنے لگیں۔ اور ایک بار یہ اعتماد بحال ہو گیا تو اس کے دوسرے پروگراموں کو بھی وقعت کی سند مل جائے گی۔ لہذا آج بی بی سی اپنے اس مقصد میں کامیاب ہے اور اسے کسی حد تک یہ سند مل گئی ہے۔ 2

برطانیہ میں بی بی سی کے شانہ بہ شانہ (I.B.A. (INDEPENDENT BROADCASTING AUTHORITY) بھی ریڈیو نشریات کرتی ہے۔ آئی۔ بی۔ اے کو برطانوی پارلیمنٹ نے 1954ء میں تشکیل دیا تھا۔ بنیادی طور پر یہ مقامی ریڈیو پروگرام نشر کرنے کا ایک خود مختار ادارہ ہے مگر اس کا فنڈ تجارتی اشتہارات سے حاصل کیا جاتا ہے۔ لیکن اس میں اشتہارات کسی پروگرام سے پہلے یا پروگرام کے بعد ہی دئے جاتے ہیں۔ کسی پروگرام کے درمیان میں کوئی اشتہار نشر نہیں کیا جاتا۔ آئی بی اے کے ریڈیو

1- سجاد حیدر۔ ریڈیائی صحافت۔ اسلام آباد۔ 1989ء 16

2- ایضاً، ص 18

اشتہارات کے لئے یہ بھی شرط ہے کہ ایک گھنٹے کی نشریات میں نو منٹ سے زیادہ کے اشتہارات پیش نہیں کئے جائیں گے۔

اس کی نگرانی درہنمائی کے لئے بھی معزز شہریوں میں سے کچھ لوگوں کا انتخاب کر کے ایک بورڈ تشکیل دیا جاتا ہے۔ بی بی سی کی طرح یہ ادارہ بھی اپنے پروگرام دوسرے ملکوں کو فروخت کر سکتا ہے۔ 1

پہلی عالمی جنگ کے بعد بہت سے ملکوں میں ریڈیو نشریات نے ساتھ ساتھ ترقی کرنا شروع کر دیا تھا۔ البتہ ہر ملک میں ترقی کی رفتار مختلف تھی اور ہر ملک کا اپنا طریقہ کار بھی الگ رہا کیوں کہ ہر ملک کی سماجی سیاسی اور اقتصادی صورت حال مختلف تھی جس میں ریڈیو نشریات کو عمل کرنا تھا۔ لہذا کسی ملک نے اشتہارات کی اجازت نہیں دی تو کسی نے پرائیویٹ نشریات پر پابندی عائد کی مختصر یہ کہ اندرون ملک و بیرون ملک کے سامعین کو ریڈیو نشریات فراہم کرانے کا ہر ملک کا اپنا الگ نظام اور الگ نظریہ تھا۔

ٹرانسسٹر :- ٹرانسسٹر 1947 میں بیل لباٹریز (BELL

LABORATORIES) میں کام کرنے والے ڈاکٹر ولیم شاکلے (DR. WILLIAM SHOCKLEY) نے ایجاد کیا۔ ولیم کے دوستوں JOHN BARDEEN اور WALTER. H. BRATTAIN نے اسے ترقی دے کر ہر لحاظ سے مکمل کر دیا۔

ٹرانسسٹر نے ریڈیو کی دنیا میں انقلاب برپا کر دیا۔ خصوصاً جب لوگوں نے یہ محسوس کیا کہ ریڈیو سیٹ کو ہم گھر سے باہر لے جاسکتے ہیں اور اسے چلانے کے لئے سوائے دو چھوٹی بیڑیوں کے جسے ہم ٹارچ میں استعمال کرتے ہیں۔ اور کسی چیز کی ضرورت نہیں۔ اس سے پہلے تک ریڈیو سیٹ بڑے ہوتے تھے انھیں چلانے کے لئے بجلی یا بڑی بیٹری کی ضرورت ہوتی تھی جو بھاری ہوتی تھی۔ لہذا ریڈیو سیٹ کو ہر جگہ

ساتھ نہیں لے جایا جاسکتا تھا۔ ٹرانسٹر کی ایجاد کے بعد اس کو کہیں بھی ساتھ رکھنا ممکن ہو گیا۔ کھیت، کھلیان میں کام کر رہے ہوں، گاؤں کی چوپال میں ہوں، پنک میں کسی پارک یا بیچ پر ہوں، کسی بھی سواری سے سفر کر رہے ہوں، اس کے ذریعے مختلف ریڈیو اسٹیشنوں کے پروگرام آپ کی دسترس میں ہوتے ہیں۔

متذکرہ ولیم اور ان کے دونوں ساتھیوں نے اپنی اس ایجاد کے لئے فزکس کا نوبل انعام حاصل کیا۔¹

ہندستان میں ریڈیو کی ابتداء اور ارتقاء :

ٹائمز آف انڈیا نے اپنے بمبئی آفیس میں 1921ء میں پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف کے اشتراک سے موسیقی کا ایک خصوصی پروگرام نشر کیا۔ یہ ہندوستان میں ریڈیو نشریات کا پہلا تجرباتی مظاہرہ تھا۔²

1922ء میں F. ROSHERE مینجنگ ڈائریکٹر آف دی انڈین اسٹیٹ اینڈ ایسٹرن ایجنسی لیمیٹڈ (MANAGING DIRECTOR OF THE INDIAN STATE AND EASTERN AGENCY LIMITED) نے گورنمنٹ کو ہندوستان میں ایک نشریاتی ادارہ قائم کرنے کی درخواست دی۔ اس درخواست پر فیصلہ کرنے کے لئے دہلی میں ایک کانفرنس ہوئی اور کچھ مہینوں بعد انھیں اس کی اجازت مل گئی لہذا انھوں نے ریڈیو کلب آف بنگال کے ساتھ مل کر کلکتہ میں ایک نشریاتی اسٹیشن قائم کیا۔ جس کا پہلا پروگرام نومبر 1923ء کو نشر ہوا۔ ایسا ہی ایک نشریاتی ادارہ 1924ء میں بمبئی ریڈیو کلب کے نام سے بمبئی میں شروع ہوا۔ یہ دونوں نشریاتی کلب مارکونی کمپنی سے لون پر حاصل

1. John. R. Bittner. Broadcasting an Introduction New Jersey 1980- P. 78-79

2. K.M. Shrivastava. Radio and T.V. Journalism. 1989 N. Delhi P.14

حاصل کئے گئے چھوٹے ٹرانسمیٹر کے ذریعے چلتے تھے۔ 1

16 مئی 1924ء کو مدراس پریسی ڈینسی ریڈیو کلب کا قیام عمل میں آیا۔ لیکن دو تین سال کے اندر اندر مالی خصرارے کی وجہ سے ریڈیو کلب بند ہونے لگے مثال کے طور پر

1927ء میں مدراس پریسی ڈینسی ریڈیو کلب بند ہو گیا۔ 2

پھر انڈین براڈ کاسٹنگ کمپنی کا قیام عمل میں آیا۔ اس کے دور ریڈیو اسٹیشن بمبئی اور کلکتہ میں کھولے گئے۔ یہ ایک پرائیویٹ تجارتی ادارہ تھا، جسے حکومت نے ریڈیو نشریات کے لئے لائسنس دیا تھا۔ وائسرائے لارڈ ارون نے 23 جولائی 1927ء کو اس کمپنی کے بمبئی اسٹیشن کا افتتاح کیا۔ اس کے پانچ ہفتے بعد اس کے کلکتہ اسٹیشن کا افتتاح کلکتہ کے گورنر

سراسیمینلی جیکسن (SIR. STANLEY JACKSON) نے کیا۔ 3

ان دونوں ریڈیو اسٹیشنوں کی طاقت ڈیڑھ کیلو واٹ تھی۔ یہ لوپ اور ٹرانسمیٹر تھے۔ ان کے نشریات کی پہنچ اڑتالیس کیلومیٹر تک محدود تھی۔ کمپنی نے نشریات کی اشاعت کے لئے ایک رسالہ ”انڈین ریڈیو جنرل“ بھی جاری کیا۔ سنہ 1927ء کے مکمل ہوتے ہوتے لائسنس یافتہ ریڈیو اسٹیشنوں کی تعداد ساڑھے تین ہزار کے قریب تھی گوکہ دو سال کے اندر یہ تعداد بڑھ کر دو گنی ہو گئی۔ پھر بھی پروگرام تیار کرنے اور ریڈیو اسٹیشن کو چلانے کے اخراجات آمدنی سے زیادہ تھے۔ نتیجے کے طور پر 1930ء کے آتے آتے یہ کمپنی دیوالیہ ہو کر بند ہو گئی۔ اس عرصے میں کمپنی کو دو لاکھ کا خصرارہ ہوا۔ 4

ان ہی دنوں حکومت کی INCHCAPE COMMITTEE کی رپورٹ شائع ہوئی کہ ریڈیو نشریات ہندوستان میں خصرارے کا سودا ہے۔ اسے بند کر دینا چاہئے۔ اس رپورٹ کے شائع ہوتے ہی ان لوگوں کی طرف سے جنہوں نے ریڈیو اسٹیشن خریدے تھے

1. K.M. Shrivastava. Radio and T.V. Journalism. 1989 N. Delhi P. 14

2. Ibid P. 13

3. Ibid p. 14

4. Ibid p. 15

اور ان لوگوں کی طرف سے جنہوں نے اس تجارت میں پیسہ لگا رکھا تھا اور ان کا مال پڑا ہوا تھا، زبردست احتجاج ہوا۔ چنانچہ حکومت نے ریڈیو نشریات کا انتظام اپنے ذمہ لیکر اسے نیا نام انڈین براڈ کاسٹنگ سروس دے کر ایک اپریل 1930ء کو محکمہ صنعت و حرفت کے حوالے کر دیا۔ مگر اس کا بجٹ الگ مقرر ہوا۔ حکومت کچھ دنوں تک تجرباتی طور پر اپنے پاس رکھ کر اسے نجی ادارے کے حوالے کر دینا چاہتی تھی مگر کوئی نجی ادارہ اسے لینے کو تیار نہیں ہوا۔ اس پر صرف 22000 ماہانہ خرچ آتا تھا پھر بھی حکومت نے اسے دوسرے ہی سال بند کر دینے کا فیصلہ کر لیا۔ اس بار پھر عوام کی طرف سے زبردست احتجاج ہوا خصوصاً بنگال سے۔ لہذا حکومت کو دباؤ میں آ کر 23 نومبر 1931ء کو اپنا فیصلہ واپس لینا پڑا اور طوعاً و کرہاً اسے خود ہی چلانا پڑا۔ 1

البتہ حکومت نے ریڈیو آلات اور فالتو پرزوں پر درآمدی محصول بڑھا کر اور ریڈیو لائسنس قوانین کو سخت کر کے گھائے کو پورا کرنے کی کوشش کی جس میں اسے کچھ کامیابی بھی ملی۔

1932 میں بی بی سی نے اپنا نیا امپائر سروس پروگرام شروع کیا۔ چونکہ یہ پروگرام ہندوستان میں بہت صاف سنائی دیتا تھا۔ اس لئے ریڈیو میں لوگوں کی دل چسپی بڑھی اور ریڈیو لائسنس کی تعداد میں کافی اضافہ ہو گیا۔ اس سے درآمدی محصول کے ذریعے حکومت کی آمدنی کافی بڑھ گئی (کیونکہ اس وقت ریڈیو سیٹ اور فالتو پرزے وغیرہ درآمد کئے جاتے تھے)۔ اب حکومت کو اس کی طرف خصوصی توجہ دینی پڑی۔ لہذا اس نے 1934ء میں دہلی میں ریڈیو اسٹیشن قائم کرنے کے لئے ڈھائی لاکھ روپیہ منظور کیا۔ 2

آل انڈیا ریڈیو کا قیام : 1934ء کے آغاز میں دہلی ریڈیو اسٹیشن قائم کرنے کی منظوری ملی 30 اگست 1935ء کو بی بی سی کے مسٹر لائونل فیلڈن (MR. LIONEL FIELDEN) کی تقرری ہندوستان کے پہلے کنٹرولر آف براڈ

1. K.M. Shrivastava, Radio and T.V. Journalism, 1989 N. Delhi P. 15

2. Ibid p. 16

کاسٹنگ کے عہدے پر ہوئی اور حکومت نے بیس لاکھ روپیہ نشریات کی ترقی کے لئے منظور کیا۔ لہذا دہلی میں ایک 20 K.W. ٹرانسمیٹر نصب کیا گیا۔ جس سے 1 جنوری 1936ء کو پہلا پروگرام 18 علی پور روڈ سے نشر ہوا۔ اسی سال انڈین براڈ کاسٹنگ سروس کا نام بدل کر آل انڈیا ریڈیو رکھا گیا۔ اور اس طرح ہندوستان میں نشریات کا ایک الگ محکمہ قائم ہوا۔

آل انڈیا ریڈیو اگست 1936ء میں UNION INTERNATIONAL DE RADIO جینیوا کا ممبر بنا اور اس کے بجٹ میں بھی خاطر خواہ اضافہ ہوا۔ مگر جس رفتار سے اس کی ترقی ہونی چاہئے تھی نہیں ہوئی۔ اس کی دو وجہیں تھیں۔ ایک تو یہ کہ اس وقت ملک میں نشریات کے ترقیاتی منصوبوں کو پورا کرنے کے لئے تربیت یافتہ لوگوں کی بے حد کمی تھی۔ ریڈیو انجینئرنگ کے میدان میں ماہرین نایاب تھے۔ پھر پروگرام بنانے کے لئے بھی باصلاحیت افراد کم ملتے تھے۔ دوسری یہ کہ اس وقت فن کاروں کی فیس اتنی کم تھی کہ بڑے ادیب فن کار اس طرف سنجیدگی سے متوجہ نہیں ہو رہے تھے۔

البتہ دوسری جنگ عظیم کے زمانے میں ریڈیو نے مجموعی ترقی کی یعنی تکنیک و معیار کے اعتبار سے بھی اور بہ اعتبار تعداد بھی۔ چونکہ 1935ء سے ہی دوسری جنگ عظیم کے آثار نظر آنے لگے تھے۔ لہذا اس کی منصوبہ بندی اس وقت سے شروع ہو گئی تھی۔

1937ء میں آل انڈیا ریڈیو اسٹیشن ڈائریکٹرز کی میٹنگ ہوئی اور اسی سال کے اختتام تک دہلی میں ملک کا پہلا شارٹ ویو (10 K.W.) ٹرانسمیٹر نصب ہوا۔ پھر ایسے ہی ٹرانسمیٹر بمبئی اور کلکتہ میں بھی لگائے گئے۔ جس سے ریڈیو نشریات کی پہنچ زیادہ سامعین تک ہو گئی۔ اسی کے ساتھ ساتھ میڈیم ویو اسٹیشن پشاور۔ لاہور۔ لکھنؤ اور مدراس میں قائم کئے گئے جن سے نشریات میں مزید وسعت آئی۔

بمبئی اسٹیشن نے 1933ء میں مراٹھی، گجراتی اور کنڑ میں مسلسل پروگرام شروع کر دئے تھے اور ملک کا پہلا کمیونٹی ریڈیو سیٹ ضلع تھانہ کے بھیونڈی قصبے میں لگایا گیا تھا۔ دوسری جنگ عظیم میں (جس کی ابتداء 1939ء میں ہوئی تھی) ریڈیو کی اہمیت بڑھ

جانے کی دو خاص وجہیں تھیں۔ ایک تو یہ کہ ریڈیو جنگی پروپگنڈے کے لئے موثر طریقے پر استعمال کیا گیا۔ دوسری یہ کہ عوام کی دلچسپی ملکی و غیر ملکی خبریں سننے میں کافی بڑھ گئی۔ لہذا بہت سی علاقائی زبانوں جیسے تامل۔ تیلگو۔ گجراتی۔ مراٹھی اور پشتو میں سنٹرلائز (مرکزی) خبرنامے شروع کئے گئے۔ انگریزی۔ اردو (ہندوستانی) اور بنگالی میں ایسے خبرنامے پہلے ہی سے نشر ہو رہے تھے۔ اسی زمانے میں ایک نیا ٹرانسمیٹر نصب ہوا اور بیرونی ریڈیو سروس (EXTERNAL BROADCASTING SERVICE) شروع ہوئی۔ نہ صرف نئے نئے خبرنامے شروع ہوئے بلکہ ان کا وقت بھی بڑھا دیا گیا۔ عوام کی دلچسپی کے مد نظر دوسرے بہت سے پروگرام شروع کئے گئے۔ جیسے نائٹ۔ فجر اور موسیقی۔ چنانچہ ہندوستان کے تمام بڑے شہروں میں ریڈیو پوری طرح عوام کی دلچسپی کا مرکز بن گیا۔

1939ء میں مانیٹرنگ یونٹ کا قیام عمل میں آیا۔ اس کا مقصد فوجی پروپگنڈے کا جواب دینا اور دوسرے ممالک کے فوجی پروپگنڈے کا ریکارڈ رکھنا تھا۔ یہ فوج کے خفیہ ونگ کے تحت تھا۔ جس کا کوڈ نام MI-8 تھا۔ جنگ بند ہونے کے بعد اسے آل انڈیا ریڈیو کے سپرد کر کے اس یونٹ کو شملہ منتقل کر دیا گیا۔

1940ء میں جرمنی نے ہندوستانی زبانوں میں ہندوستان کے لئے ایک نشریاتی پروگرام شروع کیا۔ نیتاجی سبھاش چندر بوس نے اسی ٹرانسمیٹر سے ہندوستانی عوام کو خطاب کیا تھا۔ 1

اس پروگرام کو دیکھتے ہوئے برطانوی حکام نے مسٹر فیلڈن کی اس سابق تجویز کو منظوری دے دی جس میں بی بی سی سے ہندوستانی زبانوں میں ایک نشریاتی پروگرام شروع کرنے کی بات کہی گئی تھی۔ مگر وہاں مسئلہ درپیش تھا کہ بی بی سی میں اس شعبے کو چلائے گا کون نظر انتخاب فیلڈن پر ہی پڑی اور وہ اپریل 1940ء میں بی بی سی واپس چلے گئے ان کے جانے کے بعد آل انڈیا ریڈیو کے ڈائریکٹر جنرل پروفیسر احمد شاہ بخاری مقرر ہوئے جو اس وقت ڈپٹی ڈائریکٹر تھے۔ محکمہ انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ 1941ء میں قائم ہوا اور

1943ء میں آل انڈیا ریڈیو براڈ کاسٹنگ ہاؤس، نئی دہلی میں منتقل ہوا۔ 1

تقسیم ہند کے بعد ریڈیو نشریات: دوسری جنگ عظیم کے ختم

ہونے کے ساتھ ہی ملک میں زبردست سیاسی تبدیلیاں رونما ہوئیں۔ انگریزوں کی غلامی سے ہمارا ملک آزاد ہوا۔ چودہ اور پندرہ اگست (1947ء) کی درمیانی رات بارہ بجے انگریزوں نے اختیارات ہندوستانیوں کو سونپے۔ اسے آل انڈیا ریڈیو نے براہ راست نشر کیا۔ اور پورے ملک کے سامعین نے جواہر لال نہرو کی تاریخی تقریر TRYST WITH

DESTINY سنی-2

مگر آزادی کے ساتھ ساتھ تقسیم ہند کا سانحہ بھی وقوع پذیر ہوا اور یہاں تک کہ آل انڈیا ریڈیو بھی تقسیم ہو گیا۔ اس وقت پورے ملک میں نو ریڈیو اسٹیشن تھے۔ جس میں سے چھ یعنی دہلی، کلکتہ، بمبئی، مدراس، لکھنؤ اور ٹریپچی ہندوستان کے پاس رہے۔ لاہور، پشاور اور ڈھاکہ کے ریڈیو اسٹیشن پاکستان میں چلے گئے۔ 3

اس وقت پورے ملک میں 2,76,000 ریڈیو سیٹ تھے۔ جو اس وقت کی آبادی کے حساب سے بارہ ہزار افراد پر ایک سیٹ کا اوسط تھا۔ یہ عوامی ذرائع ترسیل کے ادارے کے دائرے میں بھی مشکل ہی سے آتا تھا۔ اس وقت تک عوامی ترسیل کا اہم ذریعہ مطبوعہ حروف تھے۔ مگر مشکل یہ تھی کہ ہماری صرف تیس فیصد آبادی پڑھی لکھی تھی اس میں سے بھی بہت سے لوگ دور دراز کے علاقوں میں رہتے تھے جہاں اخبارات و رسائل کا بروقت پہنچنا مشکل تھا۔ لہذا ملک کی منصوبہ بندی کرنے والوں نے اپنے منصوبوں میں نشریاتی ادارے کو ترجیح دی اور یہ تیزی سے ترقی کرنے لگا۔ آزادی کے بعد نشریات کی ترقی کے لئے دو باتوں کو بطور خاص پیش نظر رکھا گیا۔ ایک تو یہ کہ ریڈیو نشریات کو اتنی وسعت دے دی جائے کہ وہ بہ آسانی ہندوستان کے ہر فرد تک پہنچ سکے۔ دوسرے یہ کہ اس کے پروگراموں کو اس طرح

1. K.M. Shrivastava. Radio and T.V. Journalism. 1989 N. Delhi P. 19

2. Ibid. P. 19

3. Ibid p. 19

ترتیب دیا جائے کہ وہ ایک نئے آزادی حاصل کئے ہوئے سماج کی ضرورتوں کو پورا کر سکے اور اس طرح ریڈیو ترسیل ملک کی تعمیر میں پوری طرح مددگار ہو جائے۔ ودیا لنکر کمیٹی رپورٹ کے مطابق نشریات کا ایک مقصد یہ بھی تھا کہ وہ لوگوں کو پرسونل کرے۔ مطلع کرے اور انسپائر کرے تاکہ ان کے ذہنوں میں چیزوں کو قبول کرنے کی صلاحیت پیدا ہو جائے اور لوگ سماجی و مادی تبدیلیوں کو جو ترقیاتی منصوبوں کی وجہ سے پیدا ہو رہی تھیں آسانی سے قبول کر کے اپنی قوت فیصلہ بڑھائیں۔

اسی وقت آٹھ سال کی ایک ترقیاتی اسکیم 364 لاکھ کی کثیر رقم سے شروع کی گئی۔ لہذا 1950ء میں ریڈیو اسٹیشنوں کی تعداد 25 ہو گئی۔ جن کی نشریات ہماری 21 فیصد آبادی اور 12 فیصد رقبے تک پہنچنے لگی۔ نیوز سروس اور ایکسٹرنل سروس 1948ء میں الگ الگ ہوئیں۔ 1

پہلے پانچ سالہ منصوبے (1951-1955)ء میں چار کروڑ پانچانوے لاکھ کی رقم نشریات کی ترقی کے لئے مخصوص کی گئی۔ نئے ریڈیو اسٹیشن پونہ۔ راج کوٹ۔ اندور۔ بنگلور۔ جے پور اور شملہ میں کھولے گئے۔ بہت سے ٹرانسمیٹروں کی طاقت بڑھائی گئی۔ دیہی علاقوں کے سامعین کو مزید سہولیات فراہم کرنے کے لئے چودہ ہزار کمیونٹی ریڈیو سیٹ تقسیم کئے گئے۔ 2

1952 میں آل انڈیا ریڈیو نے VADYA VRINDA (وادیا ورنندا) کے نام سے موسیقی کا ایک نیشنل پروگرام رومی شنکر کے زیر نگرانی شروع کیا۔ 23 اکتوبر 1953ء کو پہلا ریڈیو سنگیت سمیلن نشر کیا گیا۔

دوسرے پانچ سالہ منصوبے (1956-1961)ء کے دوران تین نئے ریڈیو اسٹیشن بھوپال۔ الہ آباد اور رانچی میں کھولے گئے۔ 1957 میں وودھ بھارتی کا افتتاح اس لئے کیا گیا تاکہ ریڈیو سیلون کے تفریحی پروگراموں کا بدل پیش کیا جاسکے۔ اسی سال آل انڈیا

1. K.M. Shrivastava. Radio and T.V. Journalism. N. Delhi, 1989 P.

11

2. Ibid. P. 20

ریڈیو کا نام بدل کر آکاشوانی رکھا گیا اور 1959ء میں دہلی سے ایک ریڈیو سروس انڈمان اینڈ نکوبار جزایروں کے لئے شروع کی گئی۔ پنج سالہ منصوبے میں نشریات کی ترقی کے لئے پانچ کروڑ ساٹھ لاکھ کی رقم مخصوص کی گئی اسی دوران اوپیرا ریڈیو ڈرامے، فینچر اور کلاسک پر منحصر پروگرام شروع ہوئے اور اس ذریعہ ترسیل نے ملک کی 55 فیصد آبادی، 37 فیصد رقبے کو اپنی گرفت میں لے لیا۔ 8 جون 1961ء کو آل انڈیا ریڈیو نے اپنی سلور جوبلی منائی۔ 1

تیسرے پنج سالہ منصوبے (1961-1966) میں آکاش وانی کے نٹ ورک میں 37 صدرا اسٹیشن تھے۔ 17 معاون اسٹیشن 26 وودھ بھارتی سنٹر۔ اور 49 ریسونگ سنٹر تھے۔ اس کے پروگرام 75 فیصد آبادی اور 60 فیصد رقبے تک پہنچتے تھے۔ 1965ء میں آکاش وانی کے تمام اسٹیشنوں سے دیہی پروگرام شروع کئے گئے۔ اس پنج سالہ منصوبے کے دوران ریڈیو نشریات کی ترقی پر سات کروڑ 64 لاکھ روپے خرچ کئے گئے۔

1964ء میں جب مسز اندرا گاندھی انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ منسٹر تھیں چندر کمیٹی جناب اشوک کے چندر کی صدارت میں تشکیل دی گئی۔ اس کا مقصد ہندوستان کے نشریاتی نظام کا آزادانہ جائزہ لیکر اس کا ریویو کرنا تھا۔ 8 اپریل 1966ء کو کمیٹی نے اپنی رپورٹ حکومت کو پیش کی جس میں سفارش کی گئی تھی کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے لئے دو الگ الگ خود اختیاری کارپوریشن بنائی جائیں۔ مگر حکومت نے ان سفارشات کو رد کر دیا۔ البتہ اس کمیٹی کی تجارتی سروس شروع کرنے کی تجویز کو منظوری ملی۔ لہذا 1967ء میں پہلے پہل بمبئی۔ پونہ اور ناگ پور سے یہ سروس شروع کی گئی۔ تجارتی سروس کی توسیع دہلی۔ مدراس اور ترچنہ پٹی تک 1969ء میں ہوئی۔

1967ء میں ریڈیو کوڈ بنایا گیا اس کے تحت آکاش وانی کسی فرد کو اپنے پروگرام پیش کرتے ہوئے کسی ایسی بات کی اجازت نہیں دے گا۔ جس میں

● دوست ملک کے اوپر تنقید ہو۔

- کسی مذہب یا فرقے پر حملہ ہو۔ (کچھڑا چھالا گیا ہو۔)
 - کوئی فحش یا ہتک آمیز چیز ہو۔
 - کوئی اشتعال انگیز چیز ہو۔
 - کوئی ایسی چیز جس سے عدالت کی توہین ہو۔
 - کوئی ایسی چیز جس سے صدر جمہوریہ۔ گورنر اور عدلیہ کے وقار پر تہمت آئے۔
 - کسی سیاسی پارٹی کا نام لیکر اس پر حملہ ہو۔
 - مرکزی حکومت یا صوبائی حکومت پر مخاصمانہ تنقید ہو۔
 - کوئی ایسی چیز جو ملک کے آئین کی بے حرمتی کرتی ہو یا اس میں تبدیلی تشدد کے ذریعے کرتی ہو۔ (مگر آئین کے تحت کسی تبدیلی کی حمایت پر پابندی نہیں)۔ 1
- اسٹیشن ڈائریکٹر کو یہ اختیار ہے کہ وہ کوڈ کی پابندی نہ کرنے والوں کو نشریات کی اجازت نہ دے۔

چوتھے پنج سالہ منصوبے (1969-1974) میں ہائی پاور شارٹ ویو ٹرانسمیٹر دہلی و علی گڑھ میں اور سوپر پاور میگا واٹ ٹرانسمیٹر کلکتہ و راج کوٹ میں بیرونی سروس کو طاقتور بنانے کے لئے نصب کئے گئے۔ اس دوران آکاش وانی نے بہت سے خصوصی پروگرام شروع کئے جیسے فوجی جوانوں کے لئے۔ سرحدی علاقے کے لوگوں کے لئے، صنعتی کامگاروں کے لئے اور قبائلی سامعین کے لئے خصوصی پروگرام۔

نوجوانوں کو اپنا مافی الضمیر ادا کرنے کے لئے ایک پلیٹ فارم فراہم کرانے کی غرض سے آکاش وانی نے 1973ء میں ایک سروس یووا وانی کے نام سے 174 اسٹیشنوں سے شروع کی۔ جس کے ذریعے نوجوانوں کی پوشیدہ صلاحیتوں کو سامنے آنے کا موقعہ ملتا ہے۔

آنکھوں دیکھے حال کے تحت رواں تبصرے کے ذریعے آکاش وانی نے کھیل کود کو بڑھاوا دینے میں ایک اہم کردار ادا کیا ہے۔ کھیل سے متعلق اس کے پروگرام بہت

دلچسپ ہوتے ہیں۔ اس میں اندرون ملک اور بیرون ملک کے اہم کھیلوں کو رواں تبصرے کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے بڑے بڑے شہروں میں روزانہ 95 منٹ کا کھیل پروگرام نشر ہوتا ہے۔

F.M. (FREQUENCY MODULATION) نشریات مدراس سے

1977ء میں شروع ہوئیں۔ اگست 1980ء میں مختلف اسٹیشنوں پر پروگرام ایڈوائزری کمیٹی تشکیل دی گئی جس کا مقصد تھارڈ یو کے لئے کام کرنے والوں میں پیشہ ورانہ جذبے کو ابھارنا تھا کہ ان کا ذہن تعمیری تنقید کو بہتر طریقے پر قبول کر سکے۔ جس کے لئے سننے والوں کے خطوط فیڈ بیک کے مسلسل، سروے شروع کئے گئے۔ سننے والوں کے رد عمل کی تحلیل کے لئے (AUDIENCE RESEARCH UNIT) آڈینس ریسرچ یونٹ قائم کی گئیں۔ اس سب کا واضح نتیجہ اس وقت ہمارے سامنے آیا جب 1982ء میں آکاش وانی نے ایشیائی کھیلوں کو رواں نشر کیا۔ ایشیائی کھیلوں کا رواں تبصرہ اس حسن و خوبی کے ساتھ نشر کیا گیا کہ ہندوستانی ریڈیو کی تاریخ میں اسے ایک اہم درجہ دیا جاسکتا ہے۔ خصوصاً اس لئے بھی کہ اس کا تکنیکی ڈھانچہ مکمل طور پر اندرون ملک تیار کیا گیا تھا۔

1985ء کے اعداد و شمار کے مطابق پورے سال میں 3.19 لاکھ گھنٹے نشریات ہوئی تھیں وودھ بھارتی کی 1.76 لاکھ گھنٹے کی نشریات اس کے علاوہ ہیں۔ پھر خارجی نشریات میں روزانہ 17 غیر ملکی زبانوں اور آٹھ ملکی زبانوں میں قریب 56 گھنٹے کی نشریات پیش کی جاتی تھیں۔

1960ء سے 1985ء تک کے آکاش وانی کے موسیقی پروگراموں کا مجموعی جائزہ لیا جائے تو اندازہ ہوتا ہے کہ اس نے موسیقی کے پروگراموں کو جن میں ہندوستانی موسیقی مغربی موسیقی ہلکی پھلکی موسیقی۔ کلاسیکی موسیقی۔ صوبائی موسیقی۔ لوک سنگیت شامل ہیں۔ اس حسن و خوبی کے ساتھ پیش کیا کہ ریڈیو سیٹ کو پاپولر میوزک باکس کہا جانے لگا۔

1985ء کے آتے آتے اس کی خبروں کا معیار بھی بلند ہو گیا وہ نہ صرف خبروں کو پوری تفصیل سے بروقت سامعین تک پہنچا دیتا تھا۔ بلکہ نیوز ریل۔ تازہ مسائل پر مذاکرات۔ سماجی و

سیاسی۔ اقتصادی۔ سائنسی اور تہذیبی میدانوں کے لئے رجحانات دیہی ترقی۔ پارلیمانی کارروائی و کھیل کود سے متعلق خبروں کو بھی مفصل نشر کرتا تھا۔

1985ء میں روزانہ 254 خبر نامے نشر ہوتے تھے جس میں دہلی کی داخلی سروس سے 19 زبانوں میں 68 خبر نامے ساٹھ علاقائی زبانوں اور بولیوں کے 123 خبر نامے 24 غیر ملکی زبانوں میں خارجی سروس کے 63 خبر نامے شامل ہیں۔ اس کے علاوہ خاص خاص خبریں۔ کھیل کود کی خبریں۔ صوبائی خبریں۔ ہندی اردو اور انگریزی میں آہستہ روی سے بولی جانے والی خبریں علیحدہ ہیں۔

آکاش وانی کی تجارتی سروس نومبر 1967ء میں شروع ہوئی تھی 1985 میں 28 سنٹروں سے یہ خدمت انجام دی جا رہی تھی جس کے تحت کسی بھی زبان میں اشتہارات قبول کئے جاتے تھے۔ جس سے آکاش وانی کو کافی مالی فائدہ بھی ہوتا تھا۔ ”ریڈیو عوامی ترسیل کا ایک ادارہ“ یا ”ریڈیو سب کے لئے“ کا جو نظریہ تھا اس کا اندازہ ریڈیو سیٹوں کی تعداد سے بھی لگایا جاسکتا ہے۔ 1985ء میں ان کی تعداد قریب تین کروڑ ہو گئی تھی۔ اس وقت کی آبادی کے حساب سے یہ سو آدمیوں پر ساڑھے چار سیٹ آتے ہیں۔ جو کہ یونیسکو کی کم سے کم مقرر کردہ تعداد سو آدمیوں پر پانچ سیٹ یا ہر خاندان کے لئے ایک سیٹ سے بھی کم ہے۔ (1985 سے 2000ء تک ہندوستانی ریڈیو کے ارتقاء کا جائزہ یہاں مجموعی طور پر لینے کی کوشش کی جائے گی)

جیسا کہ اوپر ذکر ہوا 1930ء میں ریڈیو کو حکومت نے اپنی تحویل میں لے کر چلانا شروع کیا۔ اس وقت سے 23 نومبر 1997ء تک اس کے نام تو بدلتے رہے مگر رہا یہ حکومت ہی کی تحویل میں۔ 23 نومبر 1997ء کو ایک خود اختیاری نشریاتی کارپوریشن (AUTONOMOUS BROADCASTING CORPORATION) کی تشکیل ہوئی۔ جس کا نام پراسار بھارتی ہے۔ اس کے تحت آکاش وانی اور دور درشن دونوں کام کریں گے۔ 2000ء تک آکاش وانی کے ریڈیو اسٹیشنوں کی تعداد 198 ہو گئی ہے۔ جس میں سے 185 مکمل ریڈیو اسٹیشن ہیں۔ دس ریڈیو اسٹیشن ہیں۔ اور تین وودھ بھارتی کے مخصوص

تجارتی سنٹر ہیں۔ اس وقت آکاش وانی کے پاس کل 310 ٹرانسمیٹر ہیں جو 97.07 فیصد آبادی تک اپنی نشریات کو پہنچاتے رہتے ہیں۔ یہ آبادی ملک کے نوے فیصد رقبے پر پھیلی ہوئی ہے۔

1985ء سے 2000ء کے دوران آکاش وانی نے اپنے نٹ ورک اور کوریج دونوں کو خاطر خواہ ترقی دی ہے۔ مثال کے طور پر بہت سے ٹرانسمیٹر نکال کر ان کی جگہ دو نیا اس سے بھی زیادہ طاقت کے ٹرانسمیٹر یا تو نصب کر دیئے گئے ہیں یا کئے جا رہے ہیں۔ بہت سے ریڈیو اسٹیشنوں کے اسٹوڈیو کو جدید ترین بنایا جا رہا ہے۔ پروگراموں کا تکنیکی معیار بڑھانے کے لئے ڈیجٹل (DIGITAL BASED) تکنیک کو تیزی سے اپنایا جا رہا ہے۔ (یہ تکنیک پوری دنیا میں استعمال ہو رہی ہے) پروڈکشن اور ٹرانسمیشن کا معیار بہتر ہو سکے اس کے لئے (COMPACT DISK PLAYERS) (کمپیکٹ ڈسک پلیئر) تمام بڑے اسٹیشنوں کو مہیا کرائے گئے ہیں رواں پنج سالہ منصوبے میں آکاش وانی کے تمام براڈ کاسٹنگ سنٹر کانٹورک سٹلائٹ کے ذریعے قائم کیا گیا ہے۔ جس کے ذریعے نیشنل اور ریجنل پروگرام نشر کئے جا رہے ہیں۔

آج یعنی سنہ 2000ء میں آکاش وانی کا نیوز سروس ڈویژن روزانہ 315 خبر نامے نشر کرتا ہے جس کا مجموعی وقت 39 گھنٹے 39 منٹ ہے۔ اس کے علاوہ بارہ گھنٹے دورانے کے 88 خبر نامے ہوم سروس سے۔ 137 خبر ناموں کے ذریعے اٹھارہ گھنٹے دورانے کی خبریں ریجنل نیوز سروس سے اسٹریٹل (بیرونی) نیوز سروس ملکی وغیر ملکی 25 زبانوں میں روزانہ نو گھنٹہ نو منٹ دورانے کے 66 خبر نامے نشر کرتا ہے۔ نیوز سروس ڈویژن روزانہ F.M. کے ذریعے 24 ہیڈ لائن خبر نامے بھی نشر کرتا ہے۔ مزید یہ کہ آکاش وانی خصوصی خبر نامے جیسے کھیل کود سے متعلق خبر نامے نوجوانوں کے لئے خبر نامے حج کے زمانے میں دہلی سے پانچ منٹ کا حاجیوں کے لئے خصوصی خبر نامہ اور پریس کے تبصرے ہر روز نشر ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ نیوز سروس ڈویژن ہر روز ہندی اور انگریزی میں خبروں پر منحصر بہت سے پروگرام اور رواں تبصرے پیش کرتا ہے۔ پارلیمنٹ کا اجلاس ہوتا ہے تو مکمل

کارروائی کارواں تبصرہ نشر کیا جاتا ہے۔

آکاش وانی کی خبروں کا بڑا حصہ اس کے اپنے نامہ نگاروں سے حاصل کیا جاتا ہے جو پورے ملک میں پھیلے ہوئے ہیں نوے مستقل نامہ نگار ہیں جو اندرون ملک مختلف مقامات پر اور پڑوسی ملکوں جیسے کولمبو، ڈھاکہ، دوہئی، پریٹوریا، کٹھمنڈو، سنگاپور اور اسلام آباد میں تعینات ہیں۔ 224 جزوقتی نامہ نگار ہیں جو ڈسٹرکٹ ہیڈ کوارٹر میں مقرر کئے گئے ہیں۔ نیوز سروس ڈویژن نیوز ایجنسیوں کا بھی مستقل خریدار ہے تاکہ وہ اپنے خبر ناموں کو وسیع بنیاد فراہم کر سکے۔ خبروں کا ایک اہم ذریعہ مانیٹرنگ یونٹ ہے جو ایک طرف جنرل نیوز روم سے منسلک ہے دوسری طرف جنرل مانیٹرنگ سروس سے۔ یہ دنیا کے تمام بڑے اور اہم خبر ناموں کی مانیٹرنگ کرتا ہے۔

نیوز سروس ڈویژن صبح اور شام کے ہندی و انگریزی خبر ناموں کو دلچسپ اور سامعین سے مانوس بنانے کے لئے ان میں نامہ نگاروں کی رپورٹ اور ماہرین کی آرا کو ان کی آواز میں شامل کرتا ہے۔

آکاش وانی نے نیوز آن فون سروس کے نام سے، فون کے ذریعے خبروں کو سامعین تک پہنچانے کے لئے ایک سروس شروع کی ہے۔ جس کے ذریعے نازہ ترین واقعات کی تفصیل ہندی اور انگریزی میں آپ کہیں سے بھی فون کر کے معلوم کر سکتے ہیں۔ آکاش وانی کی خبریں انٹرنیٹ پر بھی دستیاب ہیں۔

نیشنل چینل: 18 مئی 1998ء کو آکاش وانی نے اپنا نیشنل چینل شروع کیا

اس چینل کا مقصد رات کو نشری خدمات فراہم کرانا ہے چنانچہ اس کے پروگرام شام کے چھ بج کر پچاس منٹ سے دوسرے دن صبح چھ بجے تک نشر ہوتے ہیں جو ملک کی 76 فیصد آبادی اور 64 فیصد رقبے تک پہنچائے جاتے ہیں۔

اس کے پروگراموں کے ذریعے قومی تہذیبی، خصوصیات کو پیش کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اس کے ذریعے ہندوستانی ادب کو مقبول بنانے کے لئے جو پروگرام نشر کئے

جاتے ہیں ان کی ایک مثال پروگرام ”ایک کہانی“ ہے جس میں علاقائی زبانوں کی کہانیوں میں سے کسی ایک کہانی کو ڈرامے کے پیکر میں پیش کیا جاتا ہے۔ اس کا ایک اور پروگرام ”بستی بستی نگر نگر“ ہے جس کے ذریعے ملک کے ٹورسٹ اسپاٹ کے بارے میں جانکاری دی جاتی ہے۔

نیشنل چینل رات میں ہر گھنٹے باری باری سے ہندی اور انگریزی میں خبر نامے بھی نشر کرتا ہے۔ پارلیمنٹ کا اجلاس چل رہا ہو تو کوئٹین آور کی ریکارڈنگ بھی نشر کرتا ہے۔ رمضان المبارک کے مہینے میں صبح سویرے نیشنل چینل ایک خصوصی پروگرام ”سحر گاہی“ کے نام سے نشر کرتا ہے۔

تجارتی نشریات : آکاش وانی نے تجارتی نشریات کا سلسلہ 1967ء

میں شروع کیا تھا اس وقت اس کا سلسلہ 110 پرائمری چینل اسٹیشن سے جاری ہے جس میں سے تیس وودھ بھارتی سنٹر ہیں۔ جو کامریشیل براڈ کاسٹنگ سروس سنٹر کے نام سے جانے جاتے ہیں۔ 76 لوکل ریڈیو اسٹیشن (LRS) F.M. میٹر و چینل ہیں تجارتی پروگرام نیشنل چینل سے بھی نشر کرنے کی اجازت ہے یہ نئی دہلی سے خارجی سروس (اکسٹرنل سروس) اور نارٹھ ایسٹ سروس شیلانگ سے بھی نشر کئے جاتے ہیں۔

وودھ بھارتی روزانہ پندرہ گھنٹوں کے تفریحی پروگرام اپنے تیس سنٹروں سے نشر کرتا ہے جس میں دہلی، بمبئی، مدراس اور گوہائی کے شارٹ ویوٹرانسمیٹر بھی شامل ہیں۔

سنٹرل مانیٹرنگ سروس : سنٹرل مانیٹرنگ سروس عالمی نشریات

کے اہم نٹ ورک کی خبروں اور خبروں پر منحصر پروگراموں کی مانیٹرنگ کا فریضہ انجام دیتی ہے۔ یہ سروس اوسطاً ہر روز 90 نشریات اور 57 ٹیلی کاسٹ۔ 13 ریڈیو اور 6 ٹیلی ویژن نٹ ورک کی مانیٹرنگ کرتی ہے۔ مانیٹر کئے گئے پروگرام کی روزانہ رپورٹ تیار ہوتی ہے مزید یہ کہ ایک ہفتہ وار خصوصی تجزیاتی رپورٹ تیار ہوتی ہے جو پورے ہفتے کے جمع شدہ مواد کے تجزیے پر منحصر ہوتی ہے۔ دوسری ہفتہ وار خصوصی رپورٹ کاشمیر کے مسئلے پر پاکستان ریڈیو اور ٹیلی ویژن نٹ ورک سے کئے گئے۔ پروپگنڈے پر تیار کی جاتی ہے۔

یہ رپورٹیں مختلف محکموں اور منسٹری کے منتخبہ افسران کو بھیجی جاتی ہیں تاکہ وہ تازہ ترین حالات سے باخبر رہیں۔ دہلی کے علاوہ سنٹرل مانیٹرنگ کا ایک یونٹ کلکتہ اور دوسرا جموں میں بھی سرگرم عمل ہے۔

فارم اینڈ ہوم پروگرام: آکاش وانی کے تمام اسٹیشن دیہی علاقوں کے سامعین کے لئے خصوصی "فارم اینڈ ہوم پروگرام" نشر کرتے ہیں جس کا بنیادی مقصد اچھی فصل اور اچھے بیج پیدا کرنے میں مدد کرنا ہے۔ ہر فارم اینڈ ہوم یونٹ روزانہ ایک گھنٹے سے ڈیڑھ گھنٹے تک کا پروگرام نشر کرتی ہے۔ اس پروگرام میں تکنیکی جانکاری دینے کے علاوہ ایسے طریقے اور ذرائع بھی بتائے جاتے ہیں جن سے دانہ۔ دال۔ تلیہن۔ سبزی اور پھلوں کی پیداوار میں اضافہ ہو سکے۔ اس کے علاوہ تعلیم بالغان دیہی ترقی میں پنچایت کا حصہ۔ دیہی ترقی کے لئے گورنمنٹ کے منصوبے نشر کئے جاتے ہیں۔ فارم اور ہوم یونٹ کے تحت دیہی علاقوں کی ترقی سے متعلق سائنسی ایجادات۔ دیہی عورتوں اور بچوں کی فلاح و بہبودی اور زچہ بچہ کی دیکھ بھال سے متعلق پروگرام یونیسکو اور صوبائی گورنمنٹ کے تعاون سے نشر کئے جاتے ہیں۔ 1

آکاش وانی کے بنیادی عمل اور مقصد میں معاونت کے لئے اس کے اور بھی بہت سے شعبے ہیں ان سب کی تفصیل یہاں بیان کرنا نہ تو ممکن ہے اور نہ ہی اس کی ضرورت۔ البتہ ان میں سے اہم شعبوں کے نام یہاں درج کئے جا رہے ہیں جن سے ان کے بارے میں کچھ اندازہ ہو جائے گا۔

- 1۔ ٹرانسکرپشن اینڈ پروگرام ایکس چینج سروس 2۔ پروگرام ایکس چینج یونٹ
- 3۔ ٹرانسکرپشن یونٹ 4۔ سنٹریٹ پینک 5۔ اسٹاف ٹریننگ انسٹی ٹیوٹ 6۔ آڈیشن
- ریسرچ یونٹ 7۔ انٹرنیشنل ایلیشن 8۔ سنٹرل ایجوکیشنل پلاننگ یونٹ 9۔ سنٹرل انگلش فیچر
- یونٹ 10۔ سنٹرل ہندی فیچر یونٹ۔

1. 1985ء سے 2000ء تک کے آکاش وانی سے متعلق تمام اعداد و شمار India 1999 An Annual Report 1999-2000, Ministry of Information and Broad Casting. کے صفحہ نمبر 4 تا 13 سے لئے گئے ہیں۔

ریڈ یائی تحریر کی خصوصیات:

ریڈ یائی تحریر دراصل گفتگو یا بات چیت کا ذخیرہ ہوتی ہے۔ مائیکروفون پر پیش کرنا اس کی دوبارہ بازیافت ہے۔ اس مجموعی کارروائی کو سامعین پر یہ تاثر قائم کرنا چاہئے کہ مرسل اس سے گفتگو کر رہا ہے بجائے اس کے کہ کوئی تحریر پڑھ رہا ہے اس میں شبہ نہیں کہ یہ گفتگو تحریر شدہ ہوتی ہے پھر بھی اسے تاثر یہ ہی قائم کرنا چاہئے کہ یہ فطری گفتگو ہے اور فی البدیہہ پیش کی جا رہی ہے۔

گفتگو کا یہ تحریری ذخیرہ ادائے مطلب کے لحاظ سے نامکمل یا خام ہوتا ہے کیونکہ خط کشید کرنے اور پنکچویشن کی تمام تر پابندیوں کو بروئے کار لانے کے باوجود ان مطالب کو ادا نہیں کر سکتا جو صرف کسی لفظ پر زور دے کر یا لہجے کی تبدیلی سے ادا کئے جاتے ہیں۔ تحریر یہ بھی نہیں بتاتی کہ بولنے کی رفتار کیا ہوگی، کہاں آواز نرم ہو کہاں سخت، لہجے کی تبدیلی مطالب کی ادائیگی میں معاون بھی ہوتی ہے اور مخل بھی۔ لہذا تحریر خصوصاً ریڈیو کی تحریر کے بارے میں کہا جاتا ہے کہ یہ بے معنی یا کم از کم مبہم رہتی ہے۔ جب تک اسے مائیکروفون پر پیش نہ کر دیا جائے۔

لہذا تحریر برقی ترسیلی عمل کا صرف ایک حصہ ہے برقی ترسیلی عمل اس وقت تک مکمل نہیں ہوتا جب تک تحریر کی مناسب پیش کش نہ ہو جائے۔ جب آپ ایسی کوئی چیز تحریر کر رہے ہیں جسے آپ کو خود ہی پیش بھی کرنا ہے تو بڑی مشکل درپیش ہوتی ہے لیکن یہ مشکل دوگنا ہو جاتی ہے جب آپ کسی دوسرے کی پیش کش کے لئے کچھ تحریر کر رہے ہوں۔ جب ریڈیائی تحریر گفتگو کا ہی ذخیرہ ہوتی ہے اور اس کے بہت سے معنی و مطالب ادائیگی اور پیش کش کے انداز پر منحصر ہوتے ہیں تو پھر اس کیلئے اسکرپٹ کی کیا ضرورت ہے کیا یہ نہیں ہو سکتا کہ اس گفتگو کو مائیکروفون پر براہ راست پیش کر دیا جائے؟ یہ ممکن تو ہے مگر ہمیشہ اسکی صلاح نہیں دی جاتی، اس وقت بھی نہیں جب رائیٹر خود ہی پیش بھی کرنے والا ہو۔ اسکرپٹ تیار کر لینے کی بہت سی مناسب وجہیں ہیں۔ مثلاً

• اسکرپٹ ایک احتیاطی قدم ہے اس سے کم از کم یہ پتہ رہتا ہے کہ ہم کیا کہنے جا رہے ہیں گو کہ اس سے یہ نہیں معلوم ہوتا کہ ہم کیسے کہنے جا رہے ہیں۔

• ایک مکمل اسکرپٹ یہ بتاتی ہے کہ کچھ چھوٹا نہیں۔ تمام مباحث کا احاطہ کر لیا گیا ہے بلکہ انھیں مناسب ترتیب سے مکمل کیا گیا ہے۔

• تحریری شکل میں مواد سامنے ہو تو اس میں رد و بدل کر کے الفاظ کی ترتیب بدل کر اسے رواں یا مزید بہتر بنایا جاسکتا ہے۔

• اسکرپٹ تیار کرنے کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ اگر ضرورت پڑ جائے تو دوسرے لوگ بھی ہمارے خیال کی ترسیل کر سکیں۔

• اس کی آخری اور اہم وجہ یہ ہے کہ اسکرپٹ کے ذریعے آواز کے ہوا میں معدوم ہو جانے والے مزاج کو قائم رہنے والی شکل دے دی جائے۔

اسکرپٹ کیوں لکھیں کے بعد آئیے دیکھیں کہ اسکرپٹ میں کیا لکھیں۔ اس سلسلے میں سب سے پہلی چیز جو کرنی چاہئے اور جو ترسیل کی تمام اقسام پر منطبق ہوتی ہے وہ یہ فیصلہ کرنا کہ ہمیں کیا کہنا ہے۔ وہ بنیادی نکتہ کیا ہے جسے ترسیل کرنا ہے۔ اور اس کے ذریعے کیا تاثر قائم کرنا ہے۔ یہ ہو سکتا ہے کہ ہم اس میں سو فیصدی کامیاب نہ ہوں لیکن یہ اس سے تو بہت بہتر ہوگا کہ ہمارے دماغ میں پہلے سے کوئی نکتہ ہی نہ ہو۔ لہذا جب بھی ہم کچھ لکھنے کے لئے قلم اٹھائیں تو سب سے پہلے اپنے آپ سے سوال کریں کہ ہمیں کیا کہنا ہے۔

پھر جو کچھ کہنا ہے اس کے اہم نکتوں کی ایک فہرست بنالیں۔ فہرست مکمل کرتے وقت اس بات کی ضرورت سلی کر لیں کہ جو کچھ کہنا ہے اس کی تمام جزئیات اس میں آگئی ہیں۔ بلکہ وہ چیزیں بھی آگئی ہیں جو ہماری بات کی توضیح میں معاون ہو سکتی ہیں۔ پھر ان نکتوں پر منحصر خیالات کو ایک منطقی ربط اور مناسب ترتیب کے ساتھ لکھتے چلے جائیں۔ زبانی پیش کی جانے والی چیزوں میں منطقی اور فطری ترتیب بہت اہم ہوتی ہے۔ تحریری ترسیل کی بات الگ ہے اس میں گھما پھرا کر بھی کچھ لکھا جاسکتا ہے چونکہ وہاں پورا مواد نظروں کے سامنے رہتا ہے لہذا اس میں کسی چیز کو سمجھنے کے لئے دوبارہ دیکھا اور غور کیا جاسکتا ہے۔ لیکن گفتگو

میں کسی بات کو فوراً سمجھیں یا پھر کبھی نہ سمجھیں۔ یہ اس پر منحصر ہوتا ہے کہ بات کتنے فطری و منطقی تسلسل کے ساتھ کہی گئی ہے۔

مزید یہ کہ مناسب ترتیب سے مراد ایسی ترتیب ہے جس سے بات سامعین کی سمجھ میں آسانی سے آجائے۔ مگر ایسا اس وقت تک ہونا مشکل ہے جب تک سامعین آپ کی نظر میں نہ ہوں۔ آیا وہ اسکول کے بچے ہوں گے۔ گھریلو عورتیں ہوں گی یا کار میں سفر کرتا ہوا کوئی شخص۔ اگر لکھنے سے پہلے سامعین کی تصویر ذہن میں صاف ہو تو لکھنے میں بہت آسانی ہو جاتی ہے۔ جب یہ معلوم نہیں ہوتا کہ ہمارے سامعین کون ہوں گے تو اکثر مواقع پر کشمکش پیدا ہو جاتی ہے مگر سامعین نظر میں ہوں تو دو ٹوک فیصلہ کیا جاسکتا ہے کہ یہ ہمیں ترسیل کرنا ہے یا نہیں کرنا ہے۔

اسی سے زبان کے استعمال کا مسئلہ بھی جڑا ہوا ہے جب سامعین نظر میں ہوں گے تو ان ہی کے مطابق زبان استعمال ہوگی۔ کچھ لوگ اپنی قابلیت کا رعب قائم کرنے کے لئے مشکل الفاظ استعمال کرنے کی بیماری میں مبتلا رہتے ہیں۔ مگر جہاں ابلاغ اہم ہو وہاں مشکل الفاظ کی نہیں بلکہ مناسب الفاظ کی ضرورت ہوتی ہے۔

ریڈیو تحریر گفتگو (ٹاک) کا ذخیرہ ہوتی ہے تو اس میں ان ہی الفاظ کو استعمال کرنا چاہئے جو روزمرہ کی فطری گفتگو کا جز ہیں نہ کہ کتابی زبان میں استعمال ہونے والے الفاظ کا اگر یہ بات سمجھ لی جائے کہ سامعین کو متاثر کرنا اہم نہیں ہوتا بلکہ معلومات۔ اطلاعات یا تجربات کا ابلاغ اہم ہے تو مقصد آسانی سے حاصل ہو جاتا ہے۔

جب ہم سامعین کو نظر میں رکھنے کی بات کرتے ہیں تو اس نکتے کو بھی نظر انداز نہیں کر سکتے کہ ریڈیو کے ذریعے ایک شخص کو ترسیل کیا جاتا ہے۔ گو کہ ریڈیو عوامی ترسیل کا حصہ ہے اس کی نشریات ہزاروں لاکھوں لوگوں تک بیک وقت پہنچتی ہیں پھر بھی آپ کے پیغام کی منزل ایک فرد ہوتا ہے۔ ریڈیو نشریات اس طرح کا اجتماعی تجربہ نہیں ہے جس طرح کسی ہال میں اکٹھا ہوئے لوگوں کا ہوتا ہے یا جس طرح کسی بڑے مجمع کا ہوتا ہے۔ اس لئے اس میں ایسی تراکیب کا بھی استعمال نہیں کرنا چاہئے جس میں اجتماعی خطاب ہو۔ مثلاً۔ ”سامعین آپ یہ سننا پسند کریں گے“ یا ”آپ میں سے کچھ لوگوں نے دیکھا ہوگا۔ اس کے بجائے

انفرادی خطاب کی تراکیب استعمال کرنا چاہئے۔ جیسے ”آپ سننا پسند کریں گے“۔ ”یا آپ نے دیکھا ہوگا“۔ ریڈیو میں مرسل اور ایک سامع کے درمیان تریسلی عمل وقوع پزیر ہوتا ہے۔ ہر سامع اپنے طور پر اپنے خیالات و فکر کے ساتھ تنہا ریڈیو سنتا ہے۔ یہاں اجتماعی نفسیات کے بجائے انفرادی نفسیات کا رفرما رہتی ہے۔ لہذا ریڈیو تحریر میں اشخاص کے بجائے شخص سے خطاب کرنا چاہئے۔ جب سامع یہ محسوس کرے گا کہ صرف اس سے خطاب کیا جا رہا ہے تو پیغام کی اثر پذیری میں اضافہ ہو جائے گا۔

یہ واضح ہو جانے کے بعد کہ کیا کہنا ہے کس طرح یعنی کس ترتیب سے کہنا ہے۔ اور کس سے کہنا ہے، ذرا اسکرپٹ پر بھی غور کر لینا چاہئے۔

ریڈیو، ٹرانسٹریٹ سامع کے اتنے قریب ہوتا ہے کہ وہ ہاتھ کی ایک ہلکی سی جنبش سے اس کا سوئچ بہ آسانی بند کر سکتا ہے۔ ریڈیو کا سامع کتنی آسانی سے مرسل کی گرفت سے نکل جاتا ہے اس کا صرف اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔ لہذا آپ کا پہلا جملہ اتنا دلچسپ ہونا چاہئے کہ سامع پر گرفت مضبوط ہو۔ اصل موضوع تک پہنچنے میں زیادہ وقت نہ لگے۔ اصل موضوع کی ابتداء راغب کرنے والی بر محل یا کم از کم غیر معمولی ہو۔ پھر جو کچھ کہا جائے پورے اعتماد اور وثوق سے کہا جائے سامع کو کہیں سے مشتبہ نہ ہونے دیا جائے۔

ریڈیو کا ایک سنہرا اصول یہ ہے کہ اس کی تحریر کا پہلا جملہ دلچسپ ہو دوسرا جملہ مطلع کرے۔ پھر اپنے نکتوں کو موضوع کے دھاگے میں تسبیح کے دانوں کی طرح پروتے چلے جائیں۔

اوپر کہا گیا کہ ریڈیو تحریر کا مجموعی انداز بات چیت یا گفتگو کا ہونا چاہئے۔ لیکن گفتگو بے ڈھنگی۔ بے ربط۔ بے محل اور بازارونہ ہو۔ اسے سنجیدہ۔ بر محل اور باوقار ہونا چاہئے۔

ریڈیو خبر ناموں کا اسلوب تو کبھی کبھی کسی قدر رسمی ہو جاتا ہے لیکن دوسرے پروگراموں کی تحریر کا اسلوب گفتگو کا ہی ہونا چاہئے اور اس سے یہی ظاہر ہو گیا کوئی بات چیت کر رہا ہے۔ البتہ اس بات چیت کے لئے ایسے الفاظ کا استعمال کرنا چاہئے جو عوام میں مقبول ہوں اور ایسے الفاظ جن کی صحت میں شبہ نہ ہو۔

ریڈیو تحریر کا ایک اصول یہ بھی ہے کہ اسے لکھنے سے پہلے بہ آواز بلند بول کر دیکھ لینا

چاہئے اس سے دو باتوں کا اندازہ ہو جاتا ہے ایک تو یہ کہ جو الفاظ لکھے جا رہے ہیں ان کی ادائیگی یا تلفظ مشکل تو نہیں ہے۔ دوسرے ان کی آوازوں میں روانی اور نغمگی کتنی ہے۔ مزید یہ کہ گفتگو کے اسلوب میں جو اسکرپٹ ہوتا ہے اس کی پیش کش بھی نسبتاً آسان ہوتی ہے۔ چھوٹے جملے یا آواز بلند پڑھنے میں بھی آسان ہوتے ہیں اور سامعین کے سمجھنے میں بھی۔ لہذا اسلوب صاف سادہ اور رواں ہونا چاہئے۔ بات الجھائے بغیر سیدھے سادے طریقے سے کہنا چاہئے تاکہ سامعین الجھن نہ محسوس کریں اور براہ راست ابلاغ ہو سکے۔

اب ہمیں اسکرپٹ کی ظاہری ہیئت کے بارے میں کچھ گفتگو کر لینا چاہئے اگر ممکن ہو تو اسکرپٹ کو ٹائپ ہونا چاہئے وہ بھی دوہرے بلکہ تہرے اسپیس کے ساتھ۔ ٹائپ میں حجم کے اعتبار سے بڑے حروف کا استعمال کرنا چاہئے اس سے پیش کش کے وقت پڑھنے میں آسانی ہوتی ہے۔ کاغذ کے دونوں طرف مناسب حاشیہ چھوڑنا چاہئے۔ اس سے ترمیم و اضافے میں آسانی رہتی ہے اگر اسکرپٹ ہاتھ سے لکھا ہوا ہے تو اسے اتنا صاف ہونا چاہئے کہ دوسرے پڑھنے والے کو بھی کوئی دقت نہ ہو۔ تحریر کاغذ کے ایک ہی طرف لکھی یا ٹائپ کی جائے اور اس میں اچھے کاغذ کا استعمال کیا جائے۔

پیرا گراف واضح ہوں اور ایک بات ایک خیال یا ایک نکتے کے بعد پیرا گراف بدل دیا جائے کسی جملے کو آدھا کسی دوسرے صفحے پر نہ لے جایا جائے۔ اعداد کو لکھنے کے بارے میں مختلف نظریے ہیں۔ ایک نظریہ یہ ہے کہ انھیں ہندسوں میں لکھنا چاہئے۔ جیسے اس کار کی قیمت 240000 روپے ہے۔ دوسرا نظریہ یہ ہے کہ انھیں الفاظ میں لکھا جاسکتا ہے مثلاً اس کار کی قیمت دو لاکھ چالیس ہزار روپے ہے۔ تیسرا نظریہ ہے کہ انھیں ہندسوں اور الفاظ دونوں میں لکھا جائے۔ جیسے ”اس کار کی قیمت دو لاکھ چالیس ہزار روپے (2,40,000) ہے۔ اصل نظریہ یہ ہے کہ معنی واضح ہونا چاہئے۔

کسی بات کو مقررہ وقت کے اندر کہہ لینا بھی اک بڑا فن ہے۔ لہذا اسکرپٹ کے ساتھ وقت کا اور اسی کے ساتھ رفتار کا مسئلہ بھی جڑا ہوا ہے یعنی ہمیں جاننا چاہئے کہ اگر پروگرام کا وقت دس منٹ ہے تو اس کے لئے اسکرپٹ کا حجم کیا ہو۔ گو کہ کسی اسکرپٹ کی مائیکروفون پر

پیش کش کی رفتار سب کی ایک سی نہیں ہوتی۔ پھر بھی ریڈیو نشریات کی اوسط رفتار 160 سے 180 لفظ فی منٹ تسلیم کی جاتی ہے۔ ایک ٹائپ کی ہوئی لائن میں تین سے چار سکند لگتے ہیں۔ ایک دوہرے اسپیس سے ٹائپ کیا ہوا ایف فور سائز کا صفحہ جس پر 27 لائنیں ہوں اور جس میں تقریباً 270 لفظ ہوں اسے پڑھنے میں عموماً ڈیڑھ منٹ لگے گا۔

ابتداء کی طرح کسی موضوع کا اختتام بھی بہت اہم ہوتا ہے۔ اسے فطری نتیجہ خیز اور تاثر قائم کرنے والا ہونا چاہئے۔ اس موقع پر سامعین کو یہ محسوس ہونا چاہئے کہ بات اب اختتام کی طرف بڑھ رہی ہے اب یہ مکمل ہونے والی ہے اسے یکا یک ختم نہیں ہونا چاہئے۔ یہ اختتامیہ ہو اختتام نہ ہو۔

خلاصے کے بارے میں کہا جاتا ہے کہ یہ ایسی تحریر ہے جو کانوں کے لئے ہوتی ہے لہذا یہاں خلاصہ پیش کیا جا رہا ہے۔

- فیصلہ کیجئے کہ کیا کہنا ہے۔
- اپنے نکتوں کی منطقی ربط کے ساتھ فہرست بنائیں۔
- یہ پوری طرح تسلی کر لیں کہ آپ کے اسکرپٹ کی ابتداء دلچسپ اور معلوماتی ہے۔
- واحد سامع کے لئے لکھا جائے جو لکھا جائے اس کی تصویر اس کے سامنے آجائے۔
- آپ جو کچھ لکھنا چاہتے ہیں لکھنے سے پہلے با آواز بلند بولیں پھر لکھیں۔
- عام بول چال کی زبان استعمال کریں۔
- چھوٹے چھوٹے جملوں میں لکھیں۔
- اسکرپٹ کو دوہرے اسپیس میں ٹائپ کریں کاغذ کے دونوں طرف مناسب حاشیہ چھوڑیں پیرا گراف واضح ہوں۔
- پیچیدہ کو واضح کر کے لکھیں اور یاد رکھیں کہ نشریات میں مقصد ترسیل کرنا ہے قابلیت کا اظہار کرنا نہیں۔

ریڈیائی اصناف و پروگرام :

ریڈیو ٹاک: ریڈیو ٹاک لکھنا اور پیش کرنا ایک فن ہے جو اس ذریعہ ترسیل کی مخصوص ضرورتوں کو سمجھنے کا مطالبہ کرتا ہے۔ اس میں ایک شخص بیانہ کے انداز میں کسی موضوع پر بولتا ہے۔ اسے پیش کرنے کے لئے زبان پہ قدرت اور آواز و ادائیگی پر قابو ہونا چاہئے۔ اس میں بولنے والا اپنے ان سامعین سے جو سامنے نہیں ہوتے فرداً فرداً مخاطب ہوتا ہے۔ ریڈیو ٹاک کوئی تقریر نہیں ہوتی۔ بلکہ وہ کسی ایسے دوست سے گفتگو ہوتی ہے جو سامنے نہیں ہوتا۔ پھر بھی وہ آپ سے قریب اور آپ کی طرف متوجہ ہوتا ہے لہذا اس پر یہ تاثر پڑنا چاہئے کہ آپ (ریڈیو ٹاکر) صرف اسی سے مخاطب ہیں۔ مختصر یہ کہ اس میں مخاطب کا بے تکلفانہ غیر رسمی انداز ہو۔ اس کے الفاظ سادہ اور مانوس ہوں۔ لیکن ان کے اندر معنی کو ادا کرنے کی قوت اور زور ہو۔ جملے چھوٹے، الجھاؤ اور پیچیدگی سے پاک ہوں۔ زبان و اسلوب میں ابتداء تا انتہا توازن برقرار رہے۔ کتابی زبان کے بجائے گفتگو کی زبان ہو، اور تھوڑے تھوڑے وقفے سے ایسے الفاظ کا استعمال کیا جائے جس سے مخاطب کا انداز قائم رہے۔

ٹیلی ویژن کے مقابلے میں یہ صنف ریڈیو سے زیادہ مناسب رکھتی ہے۔ ریڈیو ٹاک کا منصوبہ عموماً کافی پہلے بنایا جاتا ہے قلیل مدت میں کچھ ٹاک لکھوائی جاتی ہیں مگر ایسا کم ہوتا ہے ٹاک کا وقت دس منٹ سے زیادہ نہیں ہونا چاہئے۔ بلکہ آج کل پانچ منٹ کی ٹاک کو ترجیح دی جا رہی ہے۔ اس کا موضوع اکثر حالاتِ حاضرہ سے متعلق ہوتا ہے۔ یہ سیاسی۔ سماجی۔ اقتصادی۔ سائنسی اور روزمرہ کے معاملات سے منتخب کیا جاتا ہے۔ اس کا کوئی مخصوص ڈھانچہ نہیں ہوتا۔ ٹاک کے سامعین کی یہ توقع ہوتی ہے کہ ٹاک دلچسپ اور معلوماتی ہو۔

انٹرویو: انٹرویو تحریری ذریعہ ترسیل کے لئے ہو یا برقی۔ انٹرویو کے معنی ہیں کسی منتخب شخص سے رسمی طور پر سوالات پوچھ کر جوابات حاصل کرنا۔ انٹرویو میں دو لوگوں کی ضرورت ہوتی ہے ایک انٹرویو لینے والا دوسرا انٹرویو دینے والا۔

انٹرویو دینے والا کسی موضوع کا ماہر۔ سیاسی لیڈر۔ مہم جو۔ موجد۔ دانشور۔ فنکار۔ رقاص یا اداکار ہو سکتا ہے۔ انٹرویو میں انٹرویو لینے والے کی شرکت صرف سوال کرنے کے لئے ہوتی ہے۔ مگر جن موضوع مسئلے یا شخصیت پر وہ انٹرویو لے رہا ہے۔ اس کے بارے میں زیادہ سے زیادہ معلومات وضاحت اور تفصیلات کو سوالات کے ذریعے سامعین کے سامنے لانا اس کی ذمہ داری ہوتی ہے اس کے سوالات کو مختصر جامع اور ابہام سے پاک ہونا چاہئے۔

سوالات عموماً دو طرح کے ہوتے ہیں ایک بند سوالات جن کا جواب ”ہاں“ ”ناں“ میں یا چند الفاظ میں دیا جاسکتا ہے۔ دوسرے کھلے سوالات ہوتے ہیں جن کے جواب میں کچھ تفصیل بیان کرنی پڑتی ہے۔ ان کا جواب صرف ہاں یا ناں میں نہیں دیا جاسکتا یہ انٹرویو لینے والے پر منحصر ہوتا ہے کہ موقع محل اور صورت حال کے لحاظ سے کیسے سوالات کرے۔ بلکہ اس کے اندر اتنی سمجھ بوجھ ہونی چاہئے کہ وہ موقع محل اور سیاق و سباق سے اندازہ لگالے کہ اب یہاں کس قسم کے سوال کی ضرورت ہے۔ مزید یہ کہ اسے انٹرویو دینے والے کے جوابات کو بہت غور اور توجہ سے سننا چاہئے تاکہ وہ انہیں جوابات میں سے ضمنی اور وضاحتی سوالات کر سکے انٹرویو عموماً تین طرح کے ہوتے ہیں۔

• اسپاٹ انٹرویو (SPOT INTERVIEW) :- جو کسی

واردات۔ جشن۔ محفل۔ تقریب نمائش یا میلے کے جائے وقوعہ پر لئے جاتے ہیں۔

• فیلڈ انٹرویو (FIELD INTERVIEW) :- جو کسی علاقے میں

گھوم گھوم کر لوگوں سے حاصل کئے جاتے ہیں۔

• فارمل اسٹوڈیو انٹرویو (FORMAL STUDIO

INTERVIEW) :- جو رسمی طور پر اسٹوڈیو کے اندر لئے جاتے ہیں۔

عموماً انٹرویو کا مقصد ہوتا ہے۔

• کسی واقعے۔ مسئلے یا فیصلے پر ان لوگوں کی رائے معلوم کرنا جو اس سے کسی نہ کسی طرح

منسلک یا متاثر ہوں۔

• کسی اہم فرد کی شخصیت کو واضح کر کے پیش کرنا۔

انٹرویو خبریں و معلومات حاصل کرنے کا بھی بہترین ذریعہ ہے اور یہ ایک ایسا آئینہ بھی ہے جس میں ہم کسی اہم شخصیت کا عکس دیکھتے ہیں۔ کسی بھی شخص کے ذہن کو پڑھنے کیلئے یہ بہترین صنف ہے۔ ہم انٹرویو کے ذریعے کسی فرد کی روحانی۔ اخلاقی اور منطقی حالت کا اندازہ بھی کر سکتے ہیں۔ انٹرویو کے وسیلے سے ایسی کارآمد اور دلچسپ باتیں معلوم کی جاسکتی ہیں جن کا عموماً دوسرے ذرائع سے حاصل ہونا مشکل ہوتا ہے۔

سب سے پہلے اخباری انٹرویو کا طریقہ انیسویں صدی کے وسط میں امریکہ میں شروع ہوا جیمس گورڈن بینٹ (JAMES GORDON BENNET) نام کے صحافی نے سب سے پہلا انٹرویو لیا۔ آج یہ دنیا کے قریب قریب تمام ملکوں میں رائج ہے۔¹

ماہیت کے اعتبار سے انٹرویو کی چار اہم قسمیں ہیں۔ خبری انٹرویو۔ شخصی انٹرویو۔ معلوماتی انٹرویو۔ حقائق کی بازیابی کے لئے انٹرویو۔

خبری انٹرویو: جب کوئی نیا مسئلہ پیدا ہوتا ہے یا گورنمنٹ یا ادارے کی طرف سے کسی اہم فیصلے کا اعلان ہوتا ہے تو یہ معلوم کرنے کے لئے اس کے کیا نتائج نکلیں گے۔ کسی وزیر۔ افسر۔ یا ادارے کے عہدے دار سے فوری طور پر ملاقات کی جاتی ہے اور اس کے جواب پر اس مسئلے یا فیصلے کی خبر کی بنیاد رکھی جاتی ہے۔ ایسی ملاقاتیں عجلت میں طے ہوتی ہیں اور مختصر ہوتی ہیں۔ یہ ریلوے اسٹیشن ہوئی اڈے یا بس اسٹیشن پر بھی ممکن ہو جاتی ہیں اس قسم کے انٹرویو میں اکثر اہم خبریں مل جاتی ہیں۔

شخصی انٹرویو: شخصی انٹرویو عموماً بڑی اور اہم شخصیتوں سے کسی خاص موقع پر لئے جاتے ہیں۔ مثلاً صدر جمہوریہ۔ وزیر اعظم۔ مرکزی وزیر۔ وزیر اعلیٰ یا گورنر کی بیرونی ممالک کے دورے سے واپسی پر۔ یا کسی ملک کے سربراہ یا اہم شخصیت سے اس کی آمد پر

1۔ سید اقبال قادری۔ رہبر اخبار نویس۔ ترقی اردو بیورو۔ نئی دہلی۔ 1989ء ص 357

لئے جاتے ہیں۔ سامعین ان حضرات کے بارے میں بھی جاننے کے خواہش مند ہوتے ہیں۔ جو یکا یک شہرت حاصل کر لیتے ہیں اور جن کے بارے میں وہ پہلے سے کچھ نہیں جانتے۔ جیسے کوئی اہم چوٹی سر کرنے والے۔ کرکٹ کھلاڑی۔ نوبل انعام یافتہ یا مہم جو مثلاً 36 گھنٹے لگا تارنا چنے والی رقاصہ۔ پیدل پورے ملک کا سفر کرنے والا نوجوان۔ سائیکل پر پوری دنیا کا چکر لگانے والا طالب علم۔ اس کے علاوہ سرکس کے فن کار۔ اسٹیج۔ ٹیلی ویژن اور فلم کے اداکار۔ بھی عوام میں مقبول ہوتے ہیں۔ ان کی ذاتی تفصیلات انٹرویو میں نشر ہوتی ہیں۔ سامعین پسند کرتے ہیں۔

شخصی انٹرویو میں حقائق بھی ہوتے ہیں اور رائے بھی۔ ان میں ایسی شخصیت کے خدو خال ہلکے پھلکے دل چسپ انداز میں پیش ہوں جن میں لوگوں کو دلچسپی ہو۔ اس میں اس شخصیت کے حالات زندگی۔ اہم کارنامے۔ روزمرہ کی زندگی۔ روزانہ کی دلچسپی۔ غرض کہ اس کی زندگی کے تمام پہلو آجائیں تو انٹرویو دلچسپ ہو جاتا ہے۔ شخصی انٹرویو کا سامعین پر یہ تاثر پڑنا چاہئے گویا انھوں نے انٹرویو نہیں سنا بلکہ اس شخص سے خود ملاقات کی۔

معلوماتی انٹرویو: اس قسم کے انٹرویو کا مقصد ایسی معلومات حاصل کرنا ہوتا ہے جس کے پیش کرنے میں کوئی عجلت نہ ہو۔ وقت کی کوئی پابندی نہ ہو، اس کا دائرہ خاصا وسیع ہو سکتا ہے مثلاً کوئی شخص بیرون ملک سے کسی شعبے میں مہارت حاصل کر کے لوٹا ہے تو اس کے شعبہ مہارت کے بارے میں معلومات حاصل کرنا۔ کسی غیر ملکی سیاح سے اس کے تاثرات دریافت کرنا۔ علمی و ادبی سیاسی یا کسی اور طرح کی کانفرنس سے واپس آنے والوں سے معلومات اخذ کرنا۔ کسی ماہر تعلیم مصور یا ادیب سے ایسی معلومات حاصل کرنا جو سامعین کی دل چسپی کا باعث ہوں۔

حقائق کی بازیابی کے لئے انٹرویو: انٹرویو کسی شخصیت سے

ملاقات کر کے خبر یا اس کی رائے یا معلومات حاصل کرنا ہی نہیں ہے بلکہ اس میں وہ تمام ملاقاتیں شامل ہیں جو کسی خبر کے تمام اجزائے ترکیبی کو جمع کرنے کے لئے کی جاتی ہیں۔ ریڈیو یا اخبار کا نمائندہ ہمیشہ موقعہ واردات پر موجود نہیں ہوتا۔ مگر جیسے ہی وہ موقعہ واردات پر پہنچتا ہے تو چشم دید گواہوں سے متاثریں سے یا ان سے یا جن کا حادثے یا واردات سے کچھ بھی تعلق رہا ہے ناٹہ جوڑتا ہے اور یہ جاننے کی کوشش کرتا ہے کہ کیا ہوا۔ کیوں ہوا۔ کب ہوا۔ کیسے ہوا۔

اس کے علاوہ انٹرویو کی کچھ اور قسمیں بھی ہیں۔ جیسے مذاکراتی انٹرویو۔ انٹرویو برائے رائے مگر طوالت کے خوف سے ان کی تفصیلات یہاں درج نہیں کی جا رہی ہیں۔ بالمشافہ انٹرویو ہو تو بات کچھ اور ہی ہوتی ہے۔ اگر کسی وجہ سے کبھی یہ ممکن نہیں ہوتا تو نامہ نگار، رپورٹر، نمائندے تحریری سوالات بھیج دیتے ہیں۔ جن کے تحریری جوابات آجاتے ہیں۔ اب تو جدید ذرائع ابلاغ مثلاً ٹیلی فون۔ انٹرنیٹ اور ای میل کا استعمال بھی تیزی سے انٹرویو حاصل کرنے کے لئے کیا جا رہا ہے۔

رابرٹ میکلیش (ROBERT MCLEISH) اپنی کتاب ”ٹیکنیک آف ریڈیو پروڈکشن“ میں انٹرویو کو بہ حسن و خوبی مکمل کرنے کے لئے چار چیزوں پر زور دیتا ہے۔

● TECHNICAL (تکنیکی)

● (DIRECTION OF THE INTERVIEWER) انٹرویو دینے والے

کے لئے ہدایات۔

● SUPPLEMENTARY QUESTION (ضمنی سوالات)

● AND TIMING اور وقت

تکنیکی نقطہ نظر سے یہ مراد ہے کہ مائیکروفون کا زاویہ درست ہے یا نہیں۔ کیا پس منظر کی آوازیں مائیکروفون کا زاویہ تبدیل کرنے کا مطالبہ کر رہی ہیں۔ کیا انٹرویو دینے والے کا زاویہ مائیکروفون کے لحاظ سے کسی تبدیلی کا متقاضی ہے۔ یا آواز کی سطح میں کچھ تبدیلی کی ضرورت ہے۔

انٹرویو کی ہدایات سے مراد یہ ہے کہ ہر انٹرویو کا کچھ نہ کچھ مقصد یا نظر یہ ہوتا ہے لہذا اس کے مطابق انٹرویو دینے والے کو کچھ ہدایات دی جاتی ہیں۔ تاکہ انٹرویو دیتے ہوئے اس مقصد و نظر سے ہمیشہ اپنے پیش نظر رکھے۔ اور اپنے جوابات میں ان مخصوص نکتوں کو واضح کر سکے یا ان پر زور دے سکے جن کو واضح کرنا انٹرویو کا مقصد ہے۔

ضمنی سوالات سے مراد یہ ہے کہ انٹرویو لینے والے کو اصل سوالات سے پیدا ہوئے مناسب ضمنی سوالات ضرور پوچھنے چاہئیں۔ لہذا توجہ سے سننا اور تیزی سے سوچنا انٹرویو لینے والے کی بنیادی خصوصیات میں شامل ہے۔

وقت سے مراد یہ ہے کہ ریڈیو میں وقت کی بڑی اہمیت ہوتی ہے اسی لئے ہر چیز کے لئے وقت متعین ہوتا ہے اور ہر چیز میں انٹرویو بھی شامل ہے۔ اگر انٹرویو رواں نہیں ہو رہا ہے تو اسے اڈیٹنگ کے ذریعے کاٹ چھانٹ کر کم کیا جاسکتا ہے۔ اگر رواں (لائو) ہو رہا ہے تو یہ انٹرویو لینے والے کی ذمہ داری ہے کہ وہ اسے وقت کی حدود کے اندر رکھے۔

اس کے علاوہ بھی کچھ چیزیں ہیں جن کا انٹرویو لیتے وقت خیال رکھنا چاہئے مثلاً

● انٹرویو کے موضوع، انٹرویو دینے والے اور اس کے پس منظر سے انٹرویو لینے والے کو اچھی طرح واقف ہونا چاہئے۔

● اسے ان نکتوں سے بھی اچھی طرح واقف ہونا چاہئے جن کا احاطہ کرنا ہے۔

● اسے پروڈیوسر کی ہدایات کو سمجھنے والا ہونا چاہئے۔

● اسے اپنے انٹرویو کے لئے پہلے سے کچھ تحقیق بھی کر لینی چاہئے۔

اور انٹرویو کے اس اہم نکتے کو کبھی نظر انداز نہیں کرنا چاہئے کہ انٹرویو میں انٹرویو دینے والے کی حیثیت مرکزی ہوتی ہے انٹرویو لینے والے کی حیثیت ثانوی۔ اس کا کام سوال کرنا ہے نہ کہ بحث کرنا۔ خواہ اس سے متفق ہو یا نہ ہو۔ مزید یہ کہ انٹرویو لینے والے کو ایسے سوالات بھی کرنے چاہئیں جو سامعین کے ذہن میں پیدا ہو رہے ہوں۔ اس کے لئے اسے پہلے سے تیاری کر کے آنا چاہئے۔

مذاکرہ: کسی موضوع کے تمام پہلوؤں پر سیر حاصل بحث انٹرویو کے ذریعے ممکن نہ ہو سکے یا پورے طور پر اس کا احاطہ نہ کیا جاسکے تو مذاکرے کی ضرورت پڑتی ہے۔ اس میں کسی موضوع کے جملہ پہلوؤں کا تجزیہ کیا جاتا ہے۔ مذاکرے میں کسی مسئلے پر ایک سے زیادہ آرا کو زیر بحث لانے کے لئے ایک سے زیادہ لوگوں کو بلایا جاتا ہے۔ جو یا تو مختلف نظریات و نکتہ ہائے خیال کی نمائندگی کرتے ہیں یا موضوع کے ماہرین و مبصرین ہوتے ہیں۔ یا کسی حادثے و واردات کے متاثرین ہوتے ہیں۔

مذاکرہ میں ایک ناظم کی ضرورت ہوتی ہے ریڈیو اسٹیشن کا نمائندہ یا کوئی غیر جانبدار شخص نظامت کے فرائض انجام دیتا ہے۔ ناظم کو موضوع کے بارے میں تازہ ترین معلومات ہونی چاہئے۔ جسے وہ پروگرام میں شرکت کرنے والوں کی توجہ میں لائے۔ ناظم کو شرکاء نے مذاکرہ کے خصوصی میدان کا علم ہونا چاہئے اور وہ اس سے اسی موضوع پر سوال کرے۔ ماہرین کوئی تکنیکی نکتہ بیان کریں تو آسان زبان میں اس کی وضاحت بھی کرتا جائے تاکہ تمام سامعین مذاکرے سے مکمل استفادہ کر سکیں۔ ناظم کی حسب ذیل ذمہ داریاں بھی ہوتی ہیں۔

- وہ مذاکرے کی ابتدا شرکاء و موضوع کے تعارف سے کرے۔
- باری باری سے تمام شرکاء کو بولنے کا موقع دے۔
- وہ شریک ہر فرد کو اپنے خیالات کے اظہار کا برابر موقع دے۔
- اسے چاہئے کہ مذاکرے کے اختتام پر اس کا نتیجہ اخذ کرتے ہوئے سامعین کو اس سے آگاہ کرائے۔

مذاکرے کا وقت 15 منٹ سے 30 منٹ کے درمیان کچھ بھی ہو سکتا ہے یہ مذاکرے کے موضوع اور شرکاء کی تعداد پر منحصر ہوتا ہے۔

کوئز: کوئز عموماً اسٹوڈیو کے اندر پروگرام ہوتا ہے۔ اور شرکاء اکثر طلباء ہوتے ہیں۔ یہ پروگرام سوال و جواب پر منحصر ہوتا ہے۔ سامعین کو اس سے بہت سی معلومات حاصل ہوتی

ہیں۔ اس پروگرام کی نظامت کرنے والے کو ”کوئز ماسٹر“ کہا جاتا ہے جو کوئز میں حصہ لینے والوں سے سوال کرتا ہے جو اب کے لئے کچھ وقت دیتا ہے پھر جواب پر اپنا فیصلہ سناتا ہے کہ یہ صحیح ہے یا غلط۔

کوئز کا موضوع مدعو کئے گئے لوگوں کی مناسبت سے متعین کیا جاتا ہے سوال بھی اسی معیار کے پوچھے جاتے ہیں کہ ان میں سے زیادہ سے زیادہ کا جواب دیا جاسکے۔ یعنی ان میں بھی شرکاء کی حیثیت کا خیال رکھا جاتا ہے۔ کوئز پروگرام کا وقت شرکاء کی تعداد کے لحاظ سے مقرر ہوتا ہے مگر عام طور سے یہ 20 سے 30 منٹ کا ہوتا ہے۔

شاعری سنانا: ریڈیو شاعری سے تعلق رکھنے والے افراد کی ہمت افزائی کے لئے شاعری سنانے کا خصوصی پروگرام نشر کرتا ہے اس کے لئے اوقات مخصوص ہیں اس پروگرام میں مقبول و مشہور شعراء کے ساتھ ساتھ نئے لکھنے والوں کو بھی موقع دیا جاتا ہے اسی کے ساتھ ریڈیو مشاعرہ اور کوی سمیلن کا بھی انعقاد کرتا ہے مشاعرے یا کوی سمیلن کی نظامت شریک شعراء میں سے ہی کوئی کرتا ہے۔

ریڈیو ڈرامہ: ریڈیو ڈرامے کی صنف ایک ایسی صنف ہے جس میں تخلیقیت کو بروئے کار لانے کے بے انتہا امکانات ہیں اس میں ہر چیز کی تصویر سامع کے دماغ میں تخلیق کی جاتی ہے کسی کردار کی شبیہ ہو۔ کوئی صورت حال ہو یا کوئی منظر سب کی تصویر مکالمے اور خصوصی صوتی اثرات کے ذریعے سامعین کے دماغ میں مرتب کی جاتی ہے۔ ویسے ڈرامے کا مقصد ہوتا ہے کسی قصے یا واقعے یا بنیادی خیال کو دوبارہ عملاً پیش کرنا۔ اسٹیج ڈرامے میں انھیں اسٹیج پر اپنی خصوصی صوتی اثرات پس منظر کی موسیقی اور اداکاروں کے مکالمے اور ان کی حرکت و عمل کے ذریعے پیش کرنا ہوتا ہے۔ ٹیلی ویژن اور سینما میں متحرک تصویروں کے ذریعے۔ ریڈیو میں انھیں صرف آواز کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے۔ اس میں سامعین کے تخیل کو بیدار کرنا ہوتا ہے۔ پھر وہ اپنی چشم تصور سے ان تمام واقعات اور منظر و پس منظر کو بالکل اسی طرح دیکھتے چلے جاتے ہیں گویا پردے یا اسٹیج پر پیش

ہوتا ہوادیکھ رہے ہوں۔

چونکہ اسٹیج، فلم و ٹیلی ویژن میں چیزیں دکھائی دیتی ہیں اس لئے ان میں تخیل سے زیادہ کام نہیں لینا پڑتا۔ ریڈیو میں چونکہ چیزیں دکھائی نہیں دیتی ہیں اس لئے اس میں تخیل سے زیادہ کام لینا پڑتا ہے اور ہر چیز بیان کرنی ہوتی ہے۔ کرداروں کی گفتگو کے علاوہ ان کا عمل و رد عمل ان کے حرکات و سکنات، جذبات کے اظہار سے پیدا شدہ صورت حال و کیفیات اور ان کا رد عمل، سب بیان کیا جاتا ہے۔ لیکن بیانیہ کے ذریعے نہیں بلکہ مکالمے کے ذریعے۔ یہی وجہ ہے کہ اسٹیج کے برعکس ریڈیو ڈرامے میں مکالموں کی اولین اہمیت ہو جاتی ہے اسٹیج ڈرامے میں بہت سے بن لکھے مکالمے ہوتے ہیں اس میں صرف اجسام کی پیش کش سے صورت حال مکمل ہو جاتی ہے لیکن ریڈیو میں ایسا نہیں ہوتا۔ یہی وجہ ہے کہ ریڈیو ڈرامے میں مکالموں کی تعداد زیادہ ہوتی ہے۔

ریڈیو ڈرامے میں جو چیز بیان نہیں کی جاسکتی اسے خصوصی صوتی اثرات کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے۔ ایسا خصوصاً منظر پس منظر کے سلسلے میں ہوتا ہے۔ اس میں آواز کے ذریعے بہت سی ایسی چیزیں بھی پیش کر دی جاتی ہیں جن کا اسٹیج پر پیش کرنا ممکن نہیں۔ مثال کے طور پر صبح کا سماں اسٹیج پر دکھانا مشکل ہے مگر ریڈیو ڈرامے میں مرغ کی آواز یا صبح سویرے بولنے والی چڑیوں کی آواز سے یہ سماں بہ آسانی پیش کیا جاسکتا ہے اسی طرح رات کے منظر کو آواز جھینگر کی آواز اور ہوا کی سرسراہٹ سے پیش کر دیا جاتا ہے، ہوائی جہاز کا اڑنا، ریل کا اسٹیشن سے روانہ ہونا ان کی آوازوں سے ظاہر کر دیا جاتا ہے۔ اسی طرح کی سیکڑوں مثالیں پیش کی جاسکتی ہیں۔

ریڈیو ڈرامے کے کسی منصوبے یا تجویز کو کاغذ پر لکھنے سے پہلے اچھی طرح سوچنا چاہئے۔ جب پلاٹ اور ہیئت کا خاکہ ذہن میں صاف ہو جائے تو دو چیزوں پر غور کرنا چاہئے۔ ایک تو یہ کہ پلاٹ کا بنیادی خیال ٹارگیٹ آڈیننس کے لئے مناسب ہوگا یا نہیں۔ دوسرے تکنیکی طور پر اسے ریڈیو کے ذریعے سے پیش کیا جاسکے گا یا نہیں۔

اب مسئلہ آتا ہے کہ کسی منصوبے یا تجویز یا بنیادی خیال کو کہانی کی شکل کیسے دی جائے

اس کا ایک طریقہ یہ ہے کہ پہلے

• صورت حال کی وضاحت کر دی جائے۔

• ابتدائی تصادم سے متعارف کرایا جائے۔

• کشمکش اور حرارت و عمل کے ذریعے نقطہ عروج پیدا کیا جائے۔

• مسئلے یا جھگڑے کو جس کی وجہ سے تصادم پیدا ہوا تھا سلجھا دیا جائے۔

یہ درست ہے کہ اس میں ضمنی پلاٹ اور الجھاؤ بھی درپیش ہو سکتے ہیں۔ پھر بھی اچھی کہانی وہ ہوگی جس میں آخر تک انجام کو جانے کی خواہش برقرار رہے مثلاً جرم کس نے کیا۔ عاشق و معشوق آخر میں ملے یا نہیں اگر ملے تو کیسے ملے۔ اس میں سب سے نازک مرحلہ یہ ہوتا ہے کہ مسئلے کا حل کس طرح سے نکالا گیا ہے یا جھگڑے کو ختم کیسے کیا گیا ہے جو عموماً آخر میں آتا ہے مگر یہ بھی ضروری نہیں ہوتا کہ ہر مسئلے کا حل نکلے اور ہر چیز کا فطری خاتمہ یا حل پیش ہی کیا جائے۔ کبھی کبھی چیزیں سوالیہ نشان بنا کر سامعین کے حل ڈھونڈنے اور فیصلہ کرنے کے لئے چھوڑ دی جاتی ہیں۔

اب مسئلہ آتا ہے کہ کہانی کو ریڈیو ڈرامے کی ہیئت میں کس طرح ڈھالا جائے۔ اس کے لئے ایک مثال ملاحظہ ہو۔ اگر ٹیلی ویژن فلم یا اسٹیج ڈرامے میں یہ جملہ کہا جائے ”دیکھو وہ ہاتھ میں بندوق لئے ہوئے ہے“ تو وہاں اسے زائد قرار دیا جاسکتا ہے کیونکہ ان ذرائع میں ناظرین صاف صاف دیکھ رہے ہیں کہ وہ ہاتھ میں بندوق لئے ہوئے ہے۔ مگر ریڈیو میں یہ کہہ کر بتانا پڑے گا کیونکہ وہاں کچھ دکھائی نہیں دے رہا ہے بلکہ صرف سنائی دے رہا ہے مزید یہ کہ اس جملے کو اگر کسی کردار سے سپاٹ لہجے میں ادا کروا دیا جائے تو وہ تاثر قائم نہیں ہو پائے گا۔ جسے صورت حال کے مطابق قائم کرنا مقصد ہے۔ لہذا اسے اس طرح ادا کرنا ہوگا جس سے خوف اور تحیر کا ملا جلا تاثر قائم ہو۔ ایک اور مثال ملاحظہ ہو۔

فرض کیجئے کوئی پہاڑی مقام ہے ٹھنڈا موسم ہے ایک مکان کے باہری کمرے میں آگ روشن ہے باہر طوفان آنے کے آثار ہیں ایسے میں کوئی مہمان دروازے پر دستک دیتا ہے۔

اس منظر یا صورت حال کو ریڈیو ڈرامے میں پیش کرنا ہو تو اس طرح کریں گے۔
(دروازے پر کھٹ کھٹ کی آواز پھر دروازہ کھلنے کی آواز)

غفران: آئیے۔ آئیے اندر آجائیے۔ لگتا ہے باہر طوفان آنے والا ہے۔

مہمان: طوفان آنے والا نہیں حضور آچکا ہے بارش شروع ہو گئی ہے۔

غفران: ارے ہاں۔ آپ تو خاصے بھیگ گئے ہیں۔ آئیے آگ کے قریب آ

جائیے۔ کپڑے بھی سوکھ جائیں گے اور گرمی بھی ملے گی۔

مہمان: جی ضرور، میں بہت دنوں سے آپ کی طرف آنا چاہتا تھا مگر کسی نہ

کسی وجہ سے ٹکٹا رہا۔

غفران: کافی عرصہ ہو گیا آپ سے ملے ہوئے۔ اچھا کیا آگئے۔ میں ادھر

بہت تنہا تنہا محسوس کر رہا تھا۔

مہمان: اوہ! اب کچھ بہتر محسوس کر رہا ہوں۔ کمرہ اچھا خاصا گرم ہے۔ باہر

تو بہت ٹھنڈ ہے۔

اس سے اتنی بات تو واضح ہو جاتی ہے کہ ریڈیو ڈرامہ اس صنف کا نام ہے جس میں کسی

کہانی قصے یا واقعے کو صرف آواز کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے یہ انسانوں کی آواز ہو سکتی

ہے۔ موسیقی یا ماحول کے صوتی اثرات ہو سکتے ہیں۔

ذریعہ پیش کش سے صرف نظر کریں تو ریڈیو ڈراما اسٹیج ڈرامے ہی کی طرح کسی نہ کسی

ایسے پلاٹ پر منحصر ہوتا ہے۔ جس میں ابتداء وسط اور اختتام ہو۔ جس میں حرکت و عمل اور

ارتقاء ہو جس میں کوئی مسئلہ بحرانی صورت حال اختیار کرے یا جس میں نقطہ عروج ہو۔ ریڈیو

ڈرامے میں کردار جتنے کم ہوں اتنا ہی اچھا ہے اس کے لئے عموماً تین سے پانچ کرداروں کی

سفارش کی جاتی ہے۔ پھر ان کرداروں کے لئے ایسے اداکاروں کا انتخاب کیا جائے کہ جن

کی آوازیں ایک دوسرے سے مختلف ہوں تاکہ ان کی شناخت بہ آسانی ہو سکے۔ زیادہ

کردار ہونے کی صورت میں کرداروں کی شناخت مشکل ہو جاتی ہے کیونکہ اس میں

کرداروں کو ان کی آوازوں سے ہی پہچانا جاتا ہے۔

اسٹیج ڈرامے کی بہ نسبت ریڈیو ڈرامے میں منظر کی تبدیلی جلد جلد ممکن ہوتی ہے کیونکہ اس میں سین واقعی طور پر تخلیق نہیں کئے جاتے بلکہ وہ کرداروں کے ذریعے بیان کئے جاتے ہیں یا صوتی اثرات کے ذریعے پیش کئے جاتے ہیں۔

ریڈیو ڈاکومنٹری: ریڈیو اصناف میں یہ ایک نہایت اہم صنف ہے کیونکہ اس کا کینو اس بہت وسیع ہے کسی بھی موضوع کو ریڈیو ڈاکومنٹری میں سمویا جاسکتا ہے البتہ ڈاکومنٹری کی یہ خصوصیت ہے کہ اس میں خیالی قصے کہانی نہیں پیش ہوتے بلکہ اس میں حقائق کو پیش کیا جاتا ہے وہ حقائق خواہ کسی تحریر پر منحصر ہوں کسی کے ذریعے بیان کئے گئے ہوں یا کوئی معاصر انٹرویو ان کا انحصار ہو۔ اس کا بنیادی مقصد کسی اسٹوری یا صورت حال کے بیان کے ذریعے مطلع کرنا ہے اس میں سچی اور متوازن رپورٹنگ ہوتی ہے۔

ڈاکومنٹری میں ایک آسانی ہے کہ یہ بیانیہ میں ہوتی ہے اس میں کسی موضوع پر براہ راست و سلسلہ وار بولا جاسکتا ہے جس سے موضوع کی وضاحت و ابلاغ آسان ہو جاتا ہے اس میں مختلف لوگوں کی آوازوں صوتی اثرات اور حقائق کی شمولیت کی وجہ سے موضوع دل چسپ اور زندگی سے بھرپور ہو جاتا ہے۔ لہذا یہ بیک وقت تفریح بھی مہیا کراتی ہے اور معلومات بھی یہ ذہن کو روشن بھی کرتی ہے اور ترغیب بھی دیتی ہے۔

اس کے موضوعات میں اگر شہری ترقی۔ فضائی آلودگی۔ طبی تحقیق۔ سائنسی ایجادات شامل ہیں، تو دوسری طرف یہ کسی اہم شخصیت کسی اہم عمارت۔ کسی اہم ادارے۔ کسی فیکٹری۔ کسی تھیٹر گروپ یا کسی اسکول کا بھی احاطہ کرتی ہے۔

بیانیہ کی وجہ سے اس میں ایک راوی کی ضرورت ہوتی ہے جو پیش کئے گئے حقائق یا صورت حال کے درمیان رابطہ قائم کرے اور جہاں ضرورت ہو تفصیل یا وضاحت بھی پیش کرے۔ یہاں ایک بات یاد رکھنے کی ہے کہ، راوی کو رابطہ جوڑنا چاہئے۔ مغل نہیں ہونا چاہئے۔ بغیر راوی کے بھی ڈاکومنٹری تیار کی جاتی ہے جس میں چیزوں کی ترتیب وار پیش کش اس طرح ہوتی ہے کہ صورت حال خود بخود واضح ہوتی چلی جاتی ہے مگر یہ طریقہ خاصہ مشکل ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ ڈاکومنٹری

میں صوتی اثرات اور موسیقی کا بھی استعمال ہوتا ہے۔ جس سے اس میں جان پڑ جاتی ہے۔

ریڈیو فیچر: ریڈیو فیچر بلکہ ریڈیو ڈاکومنٹری کے بارے میں بھی کہا جاتا ہے کہ یہ دونوں ریڈیو ٹاک اور ریڈیو ڈرامے کی ملی جلی شکل ہیں۔ ان میں ٹاک کی طرح بیانیہ بھی ہوتا ہے اور ڈرامائی صورت حال بھی۔ لیکن ڈرامے میں افسانہ ہوتا ہے اس میں حقیقت۔

اکثر فیچر اور ڈاکومنٹری ساتھ ساتھ استعمال ہوتا ہے یہاں تک کہ بعض ناقدین اس میں کوئی فرق نہیں مانتے۔ لیکن رابرٹ میکلس کا خیال ہے کہ ڈاکومنٹری مکمل طور پر حقائق پر منحصر ہوتی ہے جب کہ فیچر میں اس کے موضوع کی بہتر وضاحت و پیش کش کے لئے حقائق کے ساتھ ساتھ لوگ گیت۔ شاعری اور افسانے کو بھی شامل کیا جاسکتا ہے۔¹

اچھے فیچر کے لئے سب سے پہلے اچھے موضوع کی ضرورت ہوتی ہے جو فیچر نویس تھوڑی سی کوشش سے بہ آسانی حاصل کر سکتا ہے۔

کیونکہ ڈاکومنٹری ہی کی طرح فیچر کا موضوع بھی وسیع ہوتا ہے اس کے موضوع کی وسعت اور تنوع کے تحت دنیا میں موجود چھوٹی سے چھوٹی اور بڑی سے بڑی ہر چیز کو فیچر کا موضوع بنایا جاسکتا ہے۔ فیچر ایک ایسی آزاد ہیئت ہے جس میں کسی موضوع کا مکمل احاطہ کیا جاتا ہے بجائے اس کے کہ اس کی چند خصوصیات بیان کر دی جائیں۔ البتہ اس میں تازگی کا عنصر لازمی ہے یعنی کسی بھی قدیم موضوع کو نیا زاویہ دے کر اس کو نئی زندگی بخشی جاسکتی ہے۔ فیچر میں موضوع کے ساتھ ساتھ سرخی کو بھی دلچسپ ہونا چاہئے۔ فیچر کی زبان بھی سادہ رواں اور آسان ہونی چاہئے جو زیادہ سے زیادہ سامعین کی سمجھ میں آجائے۔ اس کے اعداد و شمار میں غلطی نہیں ہونی چاہئے جملوں میں ابہام یا الجھاؤ نہیں ہونا چاہئے اسلوب میں خوش بیانی ہو۔ تکنیکی اصطلاحات سے پرہیز کیا جائے۔ دلچسپی کے لئے فیچر میں چھوٹے چھوٹے قصے یا لطیفے بیان ہو سکتے ہیں۔ اس میں ڈرامائی کیفیت پیدا کی جاسکتی ہے۔ اس کے اختتام کو بھی دلچسپ ہونا چاہئے۔ مختصر یہ کہ فیچر ابتداء سے انتہا تک لطیف۔ دلچسپ خوشگوار اور رواں ہو تو

1. Robert McLish, Radio Production, 4th Ed. 1999, Oxford, P. 257

سامعین کی پوری توجہ حاصل کرتا ہے۔

ریڈیو میگزین: ریڈیو کا میگزین پروگرام اپنی ایک الگ شناخت اور امتیاز رکھتا ہے۔ یہ کئی چیزوں کا مجموعہ ہوتا ہے مثلاً تیس منٹ کے پروگرام میں ٹاک۔ انٹرویو۔ شاعری، کونز پروگرام، فیچر اور ڈرامہ شامل ہو سکتے ہیں مگر ان تمام پروگراموں میں ایک داخلی ربط و ہم آہنگی رہتی ہے۔ یہ تمام مختلف چیزیں میگزین میں ایک مخصوص ترتیب میں ہوتی ہیں اور یہ ترتیب اگلے ایپیسوڈ میں بھی قائم رہتی ہے خواہ مواد بدل جائے۔

کبھی کبھی میگزین پروگرام کے عنوان سے ہی ظاہر ہوتا ہے کہ اس کا موضوع و مواد کیا ہوگا مثلاً ”کھیل پتریکا“۔ ”وگیان پتریکا“ یا ”اسپورٹ میگزین۔“ اس پروگرام کے ذریعے جو چیزیں پیش کی جاتی ہیں ان میں تین چیزوں کا خاص طور پر خیال رکھنا چاہئے۔

● انہیں اس طرح ترتیب دیا جائے اور نشر کیا جائے کہ وہ سننے والوں کی توجہ اپنی طرف مبذول کرا لیں۔

● اگر انھیں سامعین کی مانگ پر پیش کیا جا رہا ہے تو یہ سامعین کی خواہش و ضرورت کو پورا کر سکیں۔

● بلکہ اس میں ایسی نئی نئی چیزیں ترتیب دی جائیں جو سامعین کی ضرورتوں سے مناسبت رکھتی ہوں۔

ریڈیو رپورٹ: ترسیل کا بنیادی مقصد عوام کو روزمرہ کے واقعات اور تبدیلیوں سے آگاہ کرانا بھی ہے ریڈیو رپورٹ کسی تقریب۔ رسم۔ واقعات۔ حادثات۔ کسی اہم شخصیت کی آمد یا کسی بھی تہذیبی ثقافتی جلسے کے انعقاد کی تفصیل ہم تک پہنچاتی ہے۔ ریڈیو رپورٹ اسٹوڈیو سے باہر کی رکارڈنگ پر منحصر ہوتی ہے۔ جس میں کسی تقریر کا کوئی اقتباس، کوئی عینی شہادت۔ انٹرویو یا مقامی افسران کا بیان شامل ہوتا ہے۔ ریڈیو رپورٹ کا وقت دس منٹ سے تیس منٹ کے اندر ہو سکتا ہے یہ منحصر ہوتا ہے واقعے یا پروگرام

کی اہمیت و نوعیت پر۔

ریڈیو نیوز ریل: ترسیل کے امکانات جامع بھی ہیں اور وسیع و محیط بھی۔ ایک خبر نامے میں ہمارے آس پاس جو کچھ ہو رہا ہے ان کی تفصیل سمیٹنا مشکل ہو جاتا ہے، ریڈیو نیوز ریل خبر نامے پر اضافہ کر کے اس کی تکمیل کرتی ہے۔

اہم بات یہ ہے کہ جو چیزیں نیوز ریل میں شامل ہوتی ہیں ان کی خبری اہمیت (NEWS VALUE) ہوتی ہے۔ مختصر یہ کہ ریڈیو نیوز ریل خبروں کا زیادہ وسیع و بسط عکس پیش کرتی ہے۔ اس کا وقت دس سے پندرہ منٹ کے اندر تجاوز کرتا رہتا ہے۔ ریڈیو نیوز ریل کا مقصد حالات و واقعات کی گہرائی میں جا کر تفصیلی جائزہ پیش کرنے کے بجائے ان کا وسیع تر پس منظر (تناظر) پیش کرنا ہوتا ہے اس میں اداراتی قسم کی آراء کو شامل کرنے سے بھی احتراز نہیں کیا جاتا۔ یہی چیزیں اسے خبر ناموں سے ممتاز کرتی ہیں۔

ریڈیو کی دوسری اصناف کی طرح اس کی زبان بھی سادہ عام فہم اور رواں ہوتی ہے اس پروگرام کو پیش کرنے والا سب سے پہلے موضوع کا تعارف کراتا ہے۔ اسی کے بعد کسی مسئلے، حادثے، واقعے، تقریب یا جلسے کا آنکھوں دیکھا حال کچھ رائیں رپورٹس۔ تقریروں اور تبصروں کے اقتباسات سنائے جاتے ہیں۔ یہ سارا مواد پہلے سے ریکارڈ کیا ہوا ہوتا ہے ریڈیو نیوز ریل کو ہم اس اخباری فیچر سے تعبیر کر سکتے ہیں جس میں انٹرویو رپورٹس اور تصاویر شامل ہوتی ہیں۔ اس میں تصویروں کی جگہ صوتی اثرات لائے جاتے ہیں۔

خبریں: خبر ریڈیو سے نشر کی جائے۔ ٹیلی ویژن کے اسکرین پر دکھائی جائے یا کاغذ پر طبع ہو۔ خبر ہی رہتی ہے اس کی ماہیت و اصلیت میں کوئی فرق نہیں آتا۔ یعنی خبر کیا ہے یا کس چیز کی خبری اہمیت ہے۔ ذریعہ ترسیل کے بدل جانے سے اس پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ البتہ ذریعہ ترسیل کے بدل جانے سے خبر کے مرتب کرنے اور اس کی پیش کش کے طریقے میں تبدیلی آ جاتی ہے۔

خبر نامہ ریڈیو کی ایک بہت ہی اہم اور بنیادی ہیئت ہے۔ اس کا ذریعہ آواز اور کان

ہے نہ کہ حروف اور آنکھ اخبار اور ریڈیو کی خبروں میں یہی فرق ہے۔ اخبار کی خبر آنکھوں سے دیکھ کر پڑھی جاتی ہے اور ریڈیو کی خبر کانوں سے سن کر سمجھی جاتی ہے۔ یہ وہی فرق ہے جو کسی چیز کے دیکھنے اور کسی چیز کے سننے میں ہوتا ہے۔ لہذا ریڈیو کی خبریں تیار کرتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ اس میں آپ کچھ دکھانے نہیں جا رہے ہیں۔ بلکہ صرف آواز کے ذریعے بیان کرنے جا رہے ہیں۔

ریڈیو کی خبریں اپنی برق رفتاری کی وجہ سے طبع شدہ حروف پر فوقیت رکھتی ہیں۔ اس کی پہنچ دور دور تک ہوتی ہے وقت اور فاصلے اس کے لئے کوئی معنی نہیں رکھتے۔ یہ بند دروازوں سے بھی گزر جاتی ہے ریڈیو بہت کم وقت میں خبروں کو سامعین کی بہت بڑی تعداد تک پہنچا دیتا ہے۔ ریڈیو سے خبریں سامعین تک پہنچانے کی تکنیک بہ مقابلہ دوسرے ذرائع کے آسان اور سستی ہے۔

چونکہ ریڈیو کے لئے وقت کی پابندی ہوتی ہے اسلئے اس کی خبروں کو مختصر جامع اور غیر پیچیدہ ہونا چاہئے۔ ریڈیو سامعین میں پڑھے لکھے کم پڑھے لکھے اور بغیر پڑھے لکھے ہر طرح کے لوگ ہوتے ہیں اس لئے اس کی زبان سادہ آسان عام فہم ہو۔ جملے چھوٹے ہوں بات کو سیدھے طریقے سے یعنی براہ راست بیان کیا جائے۔ تاکہ ایک عام آدمی تک بہ آسانی ابلاغ ہو سکے۔ ورنہ سامعین کی دلچسپی ختم ہو جاتی ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ اسے کھرا بے ریا اور بنیادی نکتوں پر مرکوز ہونا چاہئے۔

ریڈیو خبر ناموں کی زبان اس لئے بھی سادہ آسان اور عام فہم ہونی چاہئے کیوں کہ ریڈیو اپنے الفاظ دہراتا نہیں۔ اخبار میں کوئی لفظ سمجھ میں نہیں آتا ہے تو غور و خوض کرنے کا یا لغت دیکھنے کا موقع ہوتا ہے۔ لہذا ریڈیو میں مشکل الفاظ کے علاوہ ایسے الفاظ سے بھی پرہیز کرنا چاہئے جن کی آواز ملتی جلتی ہو۔ اس سے بھی کبھی کبھی پریشانی ہو جاتی ہے۔

خبر کو کبھی ”اچھی“ ”بری“ یا ”دلچسپ“ اپنی طرف سے نہیں کہنا چاہئے سامعین اپنی دل چسپی کے لحاظ سے خود فیصلہ کرتے ہیں۔ ریڈیائی خبروں کا اندازہ صرف لکھ دینے سے نہیں ہوتا۔ بلکہ لکھ دینے کے بعد اسے با آواز بلند پڑھنا بھی چاہئے۔ تب ہی اس کا مجموعی تاثر

سامنے آتا ہے۔ ریڈیائی خبروں کی ابتداء اہم خبروں کے خلاصے سے ہوتی ہے یہ خلاصے ایک طرح سے شہ سرخیوں کا کام بھی دیتے ہیں۔ آخر میں ان خلاصوں کو دہرایا بھی جاتا ہے تاکہ جن لوگوں نے دیر سے ریڈیو کھولے ہیں وہ بھی سن لیں۔

ٹاک شو: ٹاک شو آج کل ٹیلی ویژن پر سب سے زیادہ مقبول ہے لیکن ٹیلی ویژن کی طرح ریڈیو اسٹیشن بھی اس کا انعقاد کرتے ہیں۔ اس صنف کے تحت ریڈیو والے اپنے اسٹوڈیو میں دو یا تین اشخاص کو کسی موضوع پر بولنے کے لئے مدعو کرتے ہیں اور سامعین کو بھی اسٹوڈیو میں ہی بلایا جاتا ہے۔ اس پروگرام کا ایک ناظم تو ہوتا ہے مگر اسپیکر سے سوالات سامعین کرتے ہیں۔ اسے ہم ایک طرح سے انٹرویو کی توسیع کہہ سکتے ہیں۔ چونکہ اس پروگرام میں سوال در سوال کی گنجائش پیدا ہو جاتی ہے جس سے موضوع میں جان پڑ جاتی ہے۔

اس میں کسی اسپیکر کو جنگ آزادی پر بولنے کے لئے بلایا جا سکتا ہے یا کوئی مشہور کارٹونسٹ اپنی تخلیق بر اظہار خیال کر سکتا ہے۔ یا کوئی ادیب اپنی تخلیقات کے اسلوب پر بول سکتا ہے ڈاکٹر AIDS- نیشلی دواؤں کے استعمال پر اظہار خیال کرتا ہے کبھی کبھی یہ بھی ہوتا ہے کہ مختلف شعبوں سے اسپیکروں کو کسی ایک سماجی موضوع پر بولنے کے لئے بلایا جاتا ہے۔ جیسے ایک سماجی خدمت گار۔ ایک اخبار کا ایڈیٹر اور ایک استاد۔ کسی ایک موضوع پر بول سکتے ہیں۔ اس کے لئے اسٹوڈیو میں مدعو کئے گئے سامعین کا تعلق بھی کہیں نہ کہیں موضوع سے ہونا چاہئے۔

رواں تبصرہ (آنکھوں دیکھا حال):۔ رواں تبصرہ ریڈیو کی بہت ہی مقبول صنف ہے کہا جاتا ہے کہ ٹیلی ویژن تفصیلات کو اکیس انچ کے محدود دائرے میں ہی پیش کرتا ہے جب کہ ریڈیو کا دائرہ لا محدود ہے۔ یہ بات اس کے رواں تبصروں پر خاص طور سے عائد ہوتی ہے۔

ریڈیو کا رواں تبصرہ ٹیلی ویژن کے مقابلے میں زیادہ تیز ہوتا ہے۔ وجہ ظاہر ہے ریڈیو کو ان چیزوں کی تفصیل بیان کرنی پڑتی ہے ٹیلی ویژن جنہیں دکھا دیتا ہے مثلاً کرکٹ میچ میں

ریڈیو والے کو یہ بتانا پڑتا ہے کہ کھلاڑی نے بلمیٹ پہنی ہے یا نہیں۔ جب کہ ٹیلی ویژن والے کو یہ کہنے کی ضرورت نہیں ہوتی، مختصر یہ کہ ریڈیو رواں تبصروں میں بولے جانے والے الفاظ ٹیلی ویژن رواں تبصرے کے مقابلے میں زیادہ ہوتے ہیں۔ اسی لئے اسے زیادہ تیز بولنا پڑتا ہے۔

ریڈیو رواں تبصرہ خواہ کسی میچ کا ہو، 26 جنوری کی پریڈ کا یا کسی مذہبی جلوس کا اس کے تبصرہ کرنے والے میں بغور مشاہدے کی اہلیت ہونی چاہئے اسے دماغی طور پر مستعد اور بہتر قوت گویائی کا مالک ہونا چاہئے۔

رواں تبصرہ گو کو عموماً یہ صلاح دی جاتی ہے کہ اپنے بیان کو آسان بنائے تاکہ زیادہ سے زیادہ لوگ سمجھ سکیں۔ کتابی الفاظ کے بجائے بولے جانے والے الفاظ کا استعمال کرے۔ صیغہ حال کو استعمال میں لائے لہجہ نرم خوشگوار اور دوستانہ ہو کہ مبصر کی ہر بات ماننے کو جی چاہے۔ اس میں پوری لگن سے حصہ لے۔ آس پاس کی فضا اور موسم کو بیان کرے۔ موقع محل کے لحاظ سے ناظرین کے رد عمل اور جوش و خروش کو بھی بیان کرے۔

ایک رواں تبصرہ گو کی کامیابی اس میں بھی پوشیدہ ہوتی ہے کہ وہ صرف آواز سے ہی سامعین کو ان کی چشم تصور میں، جائے وقوع کی تمام تفصیلات و مصروفیات دکھا دے۔ اور سامعین اس تقریب میں شریک ہونے کی سی تسکین حاصل کریں۔ رواں تبصرے میں مبصر کی مہارت کامیابی عطا کرتی ہے۔ اگرچہ رواں تبصرے کے لئے کوئی مسودہ تیار نہیں کیا جاتا پھر بھی موضوع کی مناسبت سے کچھ نوٹ تیار کر لینا چاہئے جس سے اسے کچھ مدد مل سکتی ہے۔ مگر اسے زیادہ انحصار اس تیاری پر ہی کرنا پڑتا ہے جو اس موضوع پر اس نے پہلے سے کی ہے اور جو اس کے ذہن میں پہلے سے محفوظ ہے۔

فلمی گانوں پر منحصر پروگرام: فلمی گانوں پر منحصر پروگرام کو ایک طرح سے رواں (LIVE) پیش کیا جاتا ہے اس قسم کے پروگرام کو ایک انناؤنسر کے ذریعے، اسٹوڈیو کے اندر سے نشر کیا جاتا ہے۔ جو کسی بھی گانے کے شروع ہونے سے پہلے

اس کی تھوڑی سے تفصیل بتا دیتا ہے۔ کچھ فلمی گانوں کے پروگرام کمپیرنگ (COMPERING) کر کے بھی پیش کئے جاتے ہیں۔

فون ان پروگرام: اس پروگرام کے ذریعے ریڈیو اپنے سامعین کو گھر بیٹھے براہ راست پروگرام میں شریک ہونے کا موقعہ دیتا ہے۔ فون کے ذریعے اسٹوڈیو میں آئی ہوئی ان کی آواز کولاؤنٹر کرتا ہے۔ فون ان پروگرام میں ریڈیو مختلف میدانوں کے ماہرین کو کسی موضوع پر بولنے کے لیے اسٹوڈیو میں مدعو کرتا ہے۔ بعد میں پروگرام کا ناظم سامعین کو سوال کرنے یا کسی چیز کی وضاحت چاہنے کا موقع دیتا ہے۔ سامعین صرف فون کے ذریعے سوالات کر سکتے ہیں۔ اس کے لئے فون نمبر پہلے سے نشر کر دیئے جاتے ہیں جو اسٹوڈیو سے منسلک ہوتے ہیں۔

سامعین فوراً ہی اپنے سوالات کے جواب اپنے ریڈیو سیٹ پر پا جاتے ہیں۔ یہ ریڈیو کی اپنے سامعین کے زیادہ قریب پہنچنے کی ایک کوشش ہے۔

ریڈیو برج پروگرام: ریڈیو برج پروگرام دراصل فون ان پروگرام کی توسیع ہے۔ اس پروگرام میں چار یا اس سے زیادہ مختلف شہروں کے اسٹوڈیو آپس میں منسلک کر دیتے ہیں اور ہر اسٹوڈیو میں کسی ایک مجوزہ موضوع پر بولنے کے لئے ماہرین کو مدعو کیا جاتا ہے۔ سامعین فون کے ذریعے جب سوال کرتے ہیں تو بیک وقت کئی ماہرین کی آرا سے مستفیض ہو جاتے ہیں جو مختلف شہروں سے بول رہے ہوتے ہیں۔ اس پروگرام میں مختلف مقامات کے ماہرین کو ایک جگہ اکٹھا کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ ماہرین کے بیانات اور جوابات رواں (LIVE) نشر ہوتے ہیں۔

ریڈیو موسیقی پروگرام: موسیقی میں ہم اس کی روانی، ترنم، تناسب، لے، آہنگ اور مختلف سروں کی ہم آہنگی سے لطف اندوز ہوتے ہیں۔ اس سے حاصل ہونے والے جمالیاتی خط یا یوں کہئے اس سے ملنے والا ذہنی سکون اس کی طرف رغبت کا خاص سبب ہوتا ہے۔ آج کل یہ پروگرام ریڈیو میں ”ناک شو“ سے بھی زیادہ مقبولیت

حاصل کر گیا ہے۔

موسیقی پروگرام کو ہیٹ کے لحاظ سے الگ الگ ہی نشر ہونا چاہئے پاپ (POP) یا ڈسکو (DISCO) کو کلاسیکل یا ہلکی کلاسیکی کے ساتھ نہیں ملانا چاہئے۔ البتہ صنف یا ہیٹ کے اندر تنوع ضروری ہے۔ ایسا نہ ہو تو یکسانیت سے اکتاہٹ پیدا ہو جائے۔ مزید یہ کہ کسی صنف یا ہیٹ کی جو مختلف چیزیں پیش ہوں انہیں دل چسپ اناؤنسمنٹ کے ذریعے مربوط کیا جائے۔

ریڈیو، فلمی موسیقی کے علاوہ موسیقی کی مختلف ہیٹ پیش کرتا ہے۔ مثلاً کلاسیکل، ہلکی کلاسیکل، فوک، کورل (CHORAL MUSIC) اور انسٹرومنٹل موسیقی۔ میوزیکل کانسرٹ (کلاسیکل اور ہلکا کلاسیکل) منفرد گانے (کلاسیکل اور ہلکے کلاسیکل) اور میوزیکل اوپیراز میوزیکل میگزین اور فیچر اس کے علاوہ ہیں۔

ٹیلی ویژن

ٹیلی ویژن کی ابتداء اور اس کا ارتقاء :

کبھی کبھی تو ہم یہ محسوس بھی نہیں کر پاتے کہ تریسل کی تکنیکی ترقی کی وجہ سے انسانی برتاؤ کے انداز میں تبدیلی آجاتی ہے۔ تریسل کا نیا طریقہ کار کسی خیال، کسی فکر، کسی معلومات یا کسی تجربے کو تریسل کرنے کا نیا طریقہ ہی نہیں ہوتا بلکہ زندگی گزارنے کا نیا طریقہ بھی ہوتا ہے۔ لہذا آج کا انسان اپنے ہر دن کا آغاز نئے انداز اور نئے طریقے سے کرتا ہے، اور اس میں خصوصاً ٹیلی ویژن ٹیکنیک کی ترقی کا بڑا حصہ ہے۔

لفظ ٹیلی ویژن دو الفاظ کا مرکب ہے: ٹیلی (Tele) اور ویژن (Vision) ٹیلی ایک یونانی (Greek) لفظ ہے جس کے معنی ہیں بہت دور سے اور ویژن لاطینی (Latin) لفظ ہے جو درجہ To see سے بنا ہے، اور جس کے معنی دیکھنا یا دکھائی دینا ہے۔ 1 مجموعی طور پر اس کے معنی ہوئے بہت دور کی چیز کو دیکھ لینا۔

ٹیلی ویژن کی ایجاد سے قبل ریڈیو تریسل دنیا کی حقیقت بن چکا تھا۔ خاموش متحرک فلموں کو پردے پر پیش کرنے میں بھی کامیابی مل گئی تھی۔ پھر جلد ہی سائنسدانوں نے تصویر کی حرکت کے ساتھ آواز کو ہم آہنگ کرنے کے طریقے بھی ڈھونڈ لیے۔ جس کی وجہ سے متحرک فلمیں بیک وقت جنت نگاہ اور فردوس گوش بن گئیں۔ لیکن انہیں کسی مخصوص جگہ پر دے پر ہی پیش کیا جاسکتا تھا۔ یعنی انہیں صرف پروجیکٹ کیا جاسکتا تھا۔ ٹیلی کاسٹ

1. Derek Bowskill, The How and Why, Wonder book of Radio and T.V. TransWorld Publication, London, 1976, p.4

کرنا ممکن نہ تھا۔

ٹیلی ویژن نے اس محدودیت کو توڑا۔ یہ صوت و عکس کا خوبصورت امتزاج لئے ہر وقت آپ کے بیڈروم سے ڈرائنگ روم تک حاضر ہے۔ آپ بس، کار، ریل یا ہوائی جہاز میں سفر کر رہے ہوں یا گھر میں ہوں، یہ کسی ہمدردیرینہ کی طرح ہر وقت آپ کے ساتھ ہے۔ لہذا ٹیلی ویژن آج اپنی پہنچ، رنگارنگی، آواز و تصویر کی یکجائی اور منظر و پس منظر کی وجہ سے موثر ترین، مقبول ترین، نظر فریب اور مسحور کن ذریعہ ترسیل بن گیا ہے۔ اس سے ہر قوم، ہر فرقے اور ہر طبقے کے لوگ بقدر ظرف استفادہ کر رہے ہیں۔ مستقبل میں اس کے خوب سے خوب تر ہونے کے امکانات بھی خاصے روشن ہیں۔

بظاہر یہ فلم سے مشابہ معلوم ہوتا ہے، لیکن اس کی پیش کش کا سارا انحصار ریڈیو تکنیک پر ہے۔ دراصل ریڈیو میں آواز کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانے کا عمل منحصر ہوتا ہے ”برقی رو“ پر۔ برقی رو اپنے دور (سرکٹ Circuit) کی دو تاروں میں پہلے ایک سمت میں چلتی ہے پھر دوسری سمت میں۔ اس طرح یہ ایک سکند میں پچاس بار اپنی سمت بدلتی ہے۔ جسے فنی اصطلاح میں اسکا تعدد (فریکوئنسی Frequency) پچاس سائیکل یا پچاس ہرٹز (Hertz) فی سکند کہتے ہیں۔ اگر سو II یا اس سے زیادہ فریکوئنسی کی برقی رو کو ایک ہوائی (Arial) کے ذریعے فضا میں پھینکا جائے تو یہ چشم زدن میں ہزاروں میل کا سفر طے کر لیتی ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن میں اسی چیز کو استعمال کیا جاتا ہے۔ 1

فضا میں سفر کرنے والی برقی رو برقی قنطیسسی موجوں کی صورت میں چلتی ہے۔ یعنی یہ اپنے ساتھ مقناطیسسی (Magentic) اور برق سکونی (Electrostatic) میدان Field لئے ہوتی ہے۔ ان موجوں کا استعمال ایک گاڑی کے طور پر ہوتا ہے۔ لہذا ان پر آواز یا تصویر کی برقی رو کو سوار کیا جاتا ہے۔ اپنے سفر کے دوران جب یہ کسی محصل کے

ہوایئے (Arial) سے ٹکراتی ہیں تو دور بارہ برقی رو میں بدل جاتی ہیں۔ محصل آواز کو الگ کر کے اسپیکر پر سنا دیتا ہے۔ یا تصویر کو ٹیلی ویژن اسکرین پر پیش کر دیتا ہے۔ 1 اس طرح ٹیلی ویژن میں تصویر کو متحرک کرنے کا عمل سنیما سے لیا گیا مگر اسے نشر کرنے کا عمل ریڈیو سے۔ چنانچہ بنیادی طور پر یہ ریڈیو اور سنیما کا خوبصورت امتزاج ہے۔

ٹیلی ویژن کا بنیادی نظریہ 1839ء میں اس وقت وجود میں آ گیا تھا جب فرانس کے ماہر طبیعیات الیگزینڈر ایڈمنڈ بی کوئیرل (Alexandre Edmond Becquerel) نے برق کیمیاوی (Electrochemical) اثرات کی جانکاری حاصل کی۔ لیکن 1884ء میں یہ نظریہ حقیقت میں بدل گیا۔ جب جرمن سائنسداں Paul G. Nipkon جی۔ نپکون نے اسکنینگ ڈسک کے ذریعے تصویر کو نشر کرنے میں کامیابی حاصل کر لی۔ نپکون اپنے اس طریقہ کار کو مزید ترقی دینے میں کوشاں تھا ہی کہ 1923ء میں (Johin Logi Bird) جان لوگی برڈ نے نپکون کی اسکنینگ ڈسک والے طریقے کو مزید ترقی دے کر تصویر کو ایک کمرے سے دوسرے کمرے تک پہنچا دیا۔ اور پھر یہ برڈ ہی تھا جس نے 1926ء میں پہلی بار متحرک تصویر کو ریڈیو کی آواز کی طرح نشر کیا۔ یہی وہ پہلا شخص تھا جس کی وجہ سے 1929ء میں بی بی سی اپنے ٹیلی ویژن پروگرام نشر کر سکی۔ اسے نپکون اور برڈ کا مکینیکل ڈسک ٹیلی ویژن کہا جاتا ہے۔ 2

1934ء میں مارکونی کی کمپنی نے ٹی وی کیمرہ ایجاد کیا جس میں گھومنے والی پلیٹ (Disc) کے بجائے Electron Gun استعمال ہوتی تھی۔ 1934 اور 1936ء کے دوران برطانیہ میں اس بات پر کافی مباحثہ چلتا رہا کہ عوامی ٹیلی ویژن نشریات کے لئے کون سا طریقہ زیادہ موزوں ہے۔ برڈ کا، یا مارکونی کا 1937ء میں برطانیہ کے پوسٹ ماسٹر جنرل نے اعلان کیا کہ مارکونی ہی کا طریقہ عوامی ترسیل کے لیے زیادہ مناسب ہے۔

1. سجاد حیدر، ریڈیائی صحافت، اسلام آباد، 1989، ص 24-13

2. John .R. Bittner, Mass Commuication and Introduction, 1986, USA, p. 106.

در اصل برطانوی ٹی وی کے لیے 1936ء ایک یادگار سال ہے کیونکہ اسی سال بی بی سی نے دنیا کی پہلی باقاعدہ ٹی وی سروس کا آغاز کیا۔ 1 اسی سال مسی کے مہینے میں بی بی سی نے ایک تاج پوشی کی رسم کو کامیابی سے ٹیلی کاسٹ کیا۔ اسی سال چند مہینوں بعد ومبلڈن کو پہلی بار ٹیلی کاسٹ کیا گیا۔ پھر ناؤں کی دوڑ، کرکٹ میچ، پرائم منسٹر کی میونخ سے واپسی غرض کہ 1938ء آتے آتے بی بی سی، ہر طرح کے پروگراموں کو (خواہ وہ اسٹوڈیو کے اندر کے ہوں یا باہر کے)۔ صاف تصویر اور واضح پس منظر کے ساتھ پیش کرنے پر قدرت حاصل کر چکا تھا۔ جو اس وقت کے لحاظ سے ایک بڑی کامیابی تھی۔ 2

بی بی سی کے پروگراموں میں ہر اتوار کو ڈرامے پیش کیے جاتے، موسیقی کے پروگرام ہوتے، باغبانی اور کھانا پکانے کے اسباق دیئے جاتے۔ انٹرویو، اوپیرا، بیلٹ غرض کیا تھا جو وہاں موجود نہیں تھا۔ لیکن یکا یک یکم ستمبر 1939ء کو بی بی ٹیلی ویژن سروس بند کر دی گئی جو سات جون 1946ء تک بند رہی، شاید دوسری عالمی جنگ کی وجہ سے ایسا کرنا پڑا۔

برطانیہ کے علاوہ دوسرے مغربی ممالک میں بھی اس سمت میں تحقیق و جستجو جاری تھی۔ فرانس، روس اور جرمنی بھی کسی سے پیچھے نہیں تھے مگر بنیادی طور پر اس کے دو مرکز تھے یعنی برطانیہ اور امریکہ۔

لہذا امریکہ میں بھی نپکون کے اسکلیننگ ڈسک کے طریقہ میں برابر تجربے اور ترقی ہو رہی تھی۔ 1920ء آتے آتے تصویر کافی صاف ہو گئی تھی لیکن اس میں بھرپور کامیابی اس وقت ملی جب مکمل برقی ٹیلی ویژن ایجاد ہوا۔ امریکہ میں یہ سہرا دولوگوں کے سر بندھا۔ جس میں سے ایک کا نام تھا Vladimir K. Zorykin یہ روسی نژاد تھا۔ دوسرے کا نام تھا۔ Philofransworth یہ امریکی تھا۔ ذوارکن Pennsylvania کی

1. Narayanan, Menon, *The Communication Revolution*, 1976, New Delhi, p52.

2. P. N. Malhan, *Communication Media*, New Delhi, 1985, p. 139.

کمپنی Westing House میں کام کرتا تھا۔ 1919ء میں کمپنی نے ذوارکن کو اس نئے طریقہ کار پر کام کرنے کی اجازت دے دی جس میں الیکٹرانس کی مدد سے تصویر کی شناخت کر کے اسے بروقت نشر کیا جاتا۔ اس ایجاد کی رجسٹری 1932ء میں ہوئی اور اسے نام دیا گیا Iconoscope Television Picuptube اسی کے ساتھ مکینیکل ٹی وی یا اسکیننگ ڈسک طریقہ کار کا زمانہ ختم ہو گیا۔ لیکن اس نئے طریقہ کار یعنی برقی ٹیلی ویژن کے طریقے کو ایک اسکول طالب علم Philofransworth نے بہت ترقی دی۔ یہ Salt Lake City اور Sanfrancisco میں رہ کر اپنی تجربہ گاہ میں کام کرتا تھا پھر اس نے ذوارکن کے ساتھ مل کر بھی کام کیا۔

اسی دوران R. C. A. (ایک نشریاتی کمپنی) اپنے طور پر ٹیلی ویژن نشریات کے تجربے کر رہی تھی۔ اس نے نیویارک میں 1930 میں ایک ٹیلی ویژن اسٹیشن W.2 XBS بھی شروع کیا۔ کمپنی نے 1931ء میں امپائر اسٹیٹ بلڈنگ پر ایک نشریاتی ٹاور نصب کیا۔ اس تجربے سے تصویر پہلے سے زیادہ صاف ہو گئی۔ امریکہ میں 1936ء میں ٹیلی ویژن نشریات کا دائرہ عمل صرف ایک میل تھا۔ 1937ء میں امپائر اسٹیٹ بلڈنگ پر لگایا گیا اینٹینا عوام کے استعمال کے لیے کھول دیا گیا اور R.C.A. و N.B.C. کمپنیاں ٹیلی ویژن کو عوام میں لے آئیں۔ انہوں نے نیویارک اسٹریٹ پر ایسا انتظام کیا کہ ادھر سے گزرنے والے رک کر اس نئی ایجاد کی کرامات کو دیکھ سکیں اس پر ایک ڈراما سوسان اینڈ گارڈ Susan and God پیش کیا گیا۔ 1

امریکہ میں 1939ء میں پہلی بار درلڈ فیر میں ٹیلی ویژن سیٹ فروخت کے لیے رکھے گئے۔ یعنی ٹیلی ویژن عوام میں آیا۔ اس سال اس کا دائرہ عمل بڑھ کر 160 میل ہو گیا تھا یعنی نیویارک شہر سے Schnectady تک۔ ایک سال بعد یعنی 1940ء میں نیویارک سے Schnectady تک جو ٹیلی کاسٹ ہوتی تھی اسے نیویارک کے اوپری

1. John R. Bittner, Mass Commuication and Introduction, 1986, USA, p.118.

صوبوں کے لیے ری براڈ کاسٹ (Rebroad Cast) کیا جانے لگا۔ گوکہ یہ ری براڈ کاسٹ بہت چھوٹے پیمانے پر تھا اور تجرباتی تھا۔ پھر بھی اس سے اولین ٹیلی ویژن منٹ ورک کی شروعات ہوئی۔

1940ء سے 1950ء کے دوران امریکہ میں ٹیلی ویژن کے سلسلے میں اہم ترقیاں ہوئیں ان میں سے ایک رنگین ٹیلی کاسٹ کی ابتداء بھی ہے۔ شروع شروع میں وہاں کی دو بڑی براڈ کاسٹ کمپنیوں یعنی C. B.S. اور R.C.A. کے درمیان ایک دوسرے پر فوقیت حاصل کر لینے کے لیے شدید مقابلہ ہوا۔ مناسب رنگین ٹیلی کاسٹ کی اہلیت، دونوں کمپنیوں نے پیدا کر لی تھی۔

C.B.S. نے پہلے رنگین ٹیلی کاسٹ کا طریقہ ایجاد کیا مگر اس میں پریشانی یہ تھی کہ اسے مخصوص ٹیلی ویژن سیٹ پر ہی موصول کیا جاسکتا تھا۔ اس دوران R.C.A. نے ایسا رنگین ٹیلی کاسٹ کا طریقہ ایجاد کیا کہ جسے پہلے سے استعمال ہونے والے بلیک اینڈ و ہائٹ ٹیلی ویژن سیٹ پر بھی موصول کیا جاسکتا تھا۔ دونوں کمپنیوں میں اپنی ایجاد کو معیاری تسلیم کرانے کی قانونی لڑائی چلتی رہی۔ لیکن بعد میں C.B.S. نے خود ہی R.C.A. کے طریقہ کار کی برتری تسلیم کر لی۔ اور یہی طریقہ کار جدید ٹیلی ویژن کا معیار مقرر ہوا۔¹

ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی ابتدا و ارتقاء: ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی ابتداء پندرہ ستمبر 1959ء میں یونیسکو (U.N.E.S.C.O.) کے ایک پائلٹ پروجیکٹ سے ہوئی۔ اس پروجیکٹ کا مقصد یہ معلوم کرنا تھا کہ یہاں کے پسماندہ طبقے کی تعلیم و ترقی میں ٹیلی ویژن کس حد تک مددگار ہو سکتا ہے۔ لہذا دہلی کے آس پاس بیس منتخب بستیوں میں بیس ٹیلی ویژن سیٹ لگائے گئے۔ ہر سیٹ پر قریب قریب ایک سو پچاس سے دو سو افراد تک پروگرام دیکھتے تھے۔ اسے ٹیلی کلب کا نام دیا گیا۔ اسکے لیے یونیسکو نے بیس ہزار ڈالر کی مدد بھی دی تھی۔ اس کے پروگرام ساٹھ منٹ کے ہوتے تھے جنہیں ہفتے

1. John .R. Bittner, Mass Commuication an Introduction, 1986, USA, p.119.

میں دوبار پیش کیا جاتا تھا۔ یہ پروگرام تعلیمی، معلوماتی اور تفریحی نقطہ نظر کو ذہن میں رکھ کر تیار کیے جاتے تھے۔ اس پروجیکٹ کا اصل تجرباتی پروگرام 23 ستمبر 1960ء سے پیش ہونا شروع ہوا جو 6 مئی 1961ء تک چلتا رہا۔ پھر ایک خود کفیل ایجنسی نے اس کے اثرات کا جائزہ لیا۔ جسے مجموعی طور پر مثبت پایا گیا۔

اس پروجیکٹ کی ہمت افزا رپورٹ کی وجہ سے 1961ء میں آل انڈیا ریڈیو (اس وقت ٹی وی اسی کے ماتحت تھا) نے فورڈ فاؤنڈیشن کی مدد سے ایک اور پروجیکٹ اسکول ٹیلی ویژن کے نام سے شروع کیا۔ اس کے لیے دہلی اور نواح دہلی کے چھ سو اسکولوں کو چنا گیا۔ انہیں ٹیلی ویژن سیٹ فراہم کرائے گئے۔ ہر منگل کو دوپہر بعد ایک گھنٹے کا نصاب سے متعلق تعلیمی پروگرام طلباء کو دکھایا جاتا۔ گوکہ ان نصابی پروگراموں کی اہمیت اور مقبولیت دوسرے پروگراموں کی چمک دمک میں ماندی پڑ گئی ہے مگر نہ صرف یہ کہ ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں یہ پروگرام اولیت کا درجہ رکھتے ہیں بلکہ ٹیلی ویژن سے متعارف کرانے اور اسے مقبول بنانے میں بھی ان کا بڑا ہاتھ ہے۔ اس پروگرام میں طلبہ و اساتذہ کافی دلچسپی لیتے۔ یہ پروگرام قریب قریب چار سال تک چلتا رہا۔ پھر ڈاکٹر پال نیورتھ (Dr. Paul Nurath) کو جو کہ کوننس کالج سٹی یونیورسٹی نیویارک میں سوشیالوجی اور اسٹیٹسٹک کے پروفیسر تھے، اس پروجیکٹ کا جائزہ لینے کے لیے بلایا گیا۔ انہوں نے اچھی طرح سروے کرنے کے بعد جو رپورٹ دی وہ بھی مثبت اور ہمت افزا تھی۔¹

یہ الگ بات ہے کہ اسکول ٹیلی ویژن سے وہ توقعات پوری نہیں ہوئیں جو اسے شروع کرتے وقت پیش نظر تھیں۔ اسکول ٹیلی ویژن کی عمارت آج بھی اس سے آگے نہیں بڑھ سکی جہاں تجرباتی دور میں تھی۔ دوسرے پروگرام کے مقابلے میں اس کی ترقی نہیں کے برابر ہے۔

البتہ ان تجربات کی کامیابی کی وجہ سے یہاں باقاعدہ ٹیلی ویژن سروس شروع

1. Narayanan, Menon, The Communication Revolution, 1976, New Delhi, p63-64.

کرنے کے منصوبے کو تقویت ملی۔ چنانچہ 15 اگست 1965ء کو روزانہ ٹیلی ویژن سروس شروع ہو گئی۔ جس کے لیے دہلی میں پانچ سو واٹ کا ٹرانسمیٹر نصب کیا گیا جس کی پہنچ 25 کیلو میٹر تھی۔ وگیان بھون میں اس کا باقاعدہ افتتاح ہندوستان کے پہلے صدر جناب راجیندر پرشاد نے کیا۔

ابتداء میں اس ٹیلی ویژن سروس کے تحت روزانہ ایک گھنٹے کے پروگرام پیش کیے جاتے تھے۔ عام ناظرین کو ذہن میں رکھتے ہوئے ان میں مختلف قسم کی چیزیں جیسے خبریں، کنٹری، موسیقی اور رقص شامل ہوتیں۔ اسی کے ساتھ ساتھ اسپیشل آڈینس یعنی بچے، نوجوانوں اور عورتوں کے لیے مخصوص پروگرام پیش کیے جاتے۔

ٹیلی ویژن کو ہندوستانی سماج کے لیے مفید بنانے کے بنیادی نظریے کے تحت 1967ء میں زراعتی پروگرام کرشی درشن شروع کیا گیا۔ دیہی علاقوں میں ٹیلی ویژن کلب قائم کر کے کمیونٹی سیٹ لگائے گئے تاکہ ان پروگراموں کا فائدہ وہاں کے لوگوں تک پہنچ سکے۔

1972ء میں بمبئی کا ٹیلی ویژن سینٹر ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں سنگ میل کی حیثیت رکھتا ہے کیونکہ یہ سینٹر ہندوستان میں پیشہ ورانہ مہارت کا حامل پہلا سینٹر ہے۔ اس کے لیے ساری مشینیں اور آلات جرمنی نے ہندوستان کو تحفے میں دیں۔ ابتداء میں اس کے پروگرام روزانہ ڈیڑھ گھنٹے کے ہوتے تھے مگر جلد ہی اس کے پروگراموں کو زیادہ دلچسپ بنا کر اس کے اوقات میں اضافہ کر دیا گیا۔

اب حکومت کی پوری توجہ ٹیلی ویژن کی طرف مبذول ہو چکی تھی لہذا بمبئی سینٹر کے ایک سال بعد سری نگر ٹیلی ویژن سینٹر، ٹیلی ویژن کے نقشے پر ابھرا اسی سال یعنی 1973ء میں پہلا ریلے سینٹر پونہ میں قائم ہوا جس کے ذریعے بمبئی سینٹر کے پروگرام مہاراشٹر کے دیہی علاقوں تک پہنچنے لگے۔ اسی سال ایک ٹرانسمیٹر امرتسر میں نصب کیا گیا۔ 1975ء یہ حادثہ کلکتہ، مدراس اور لکھنؤ میں بھی رونما ہوا۔

1973ء میں آل انڈیا ریڈیو نے ٹیلی ویژن پر ایک سیمینار کرایا۔ جس میں ان

باتوں پر زور دیا گیا۔

- ٹیلی ویژن کو ایک ایسے وسیلے کے طور پر استعمال کیا جانا چاہیے جو ملک کی ترقی، سماجی تبدیلی اور ملکی سالمیت برقرار رکھنے میں مددگار ہو۔
- اسے تعلیمی نظام میں اہم رول ادا کرنا چاہیے۔ خصوصاً ابتدائی تعلیم کی خواہ یہ تعلیم اسکول کے اندر روایتی طرز کی ہو یا اسکول کے باہر غیر روایتی قسم کی۔
- ٹیلی ویژن کو چاہیے کہ وہ سائنس، ٹکنالوجی، زراعت، صحت عامہ اور خاندانی منصوبہ بندی جیسے محکموں کی مددگار کائیوں کے تعاون سے ان محکموں کی خصوصی اطلاعات کو عوام تک پہنچائے۔

ٹیلی ویژن کے پروگرام مرتب کرنے والوں کا کہنا تھا کہ پروگرام کا نیا شیڈیول بناتے وقت وہ ان چیزوں کو ذہن میں رکھتے ہیں۔ اس کے علاوہ اس بات کی بھی کوشش کرتے ہیں کہ سطحی تفریحی پروگراموں سے جس میں سفلا پن اور عریانیت ہو، گریز کیا جائے اور ایسے تعمیری تفریحی پروگراموں کو پیش کرنے کی سعی کی جائے جو ہمارے قومی افتخار و سر بلندی، فرقہ وارانہ ہم آہنگی اور ملکی سالمیت کے جذبات کو پروان چڑھانے میں مددگار ہوں۔

لیکن اس وقت کے ٹیلی ویژن ناقدین ان باتوں سے کسی حد تک متفق ہونے کے باوجود یہ محسوس کرتے تھے کہ اس نقطہ نظر سے ابھی ہمارے ٹیلی ویژن پروگراموں کو سدھارنے کی بہت ضرورت ہے۔

1975ء میں ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں وہ اہم موڑ آیا جس نے اس ذریعہ ترسیل کی مقبولیت کو زمین سے اٹھا کر آسمانوں کی بلندی تک پہنچا دیا اور یہ تھا سیٹلائٹ کے استعمال کی ابتداء۔

امریکہ کے ٹیلی ویژن سیٹلائٹ کی مدد سے 1975ء میں S.I.T.E. پروگرام شروع ہوا۔ S.I.T.E. مخفف ہے Satellite Instructional Television experiment کا۔ یہ ایک ایسا تجرباتی پروگرام تھا جس میں سیٹلائٹ کے ذریعے ان علاقوں میں ٹیلی ویژن پروگراموں کو پہنچانا مقصود تھا۔ جہاں وہ زمینی اسٹیشنوں کے ذریعے نہیں پہنچ پاتے۔ یہ ہندوستان میں سیٹلائٹ کے ذریعے ٹیلی ویژن

پروگرام ٹیلی کاسٹ کرنے کا ابتدائی تجربہ تھا۔ لہذا زراعت، آبپاشی، مویشی معالج، پود کاری، گھریلو صنعت، صحت و صفائی اور ماحولیات جیسے عنوانات پر منحصر پروگرام۔ ہندوستان کی چھ ریاستوں کے تقریباً دو ہزار دیہات تک پہنچائے جاتے۔ حکومت کی طرف سے ان مقامات پر مشترکہ ٹیلی ویژن سیٹ مہیا کرائے گئے۔ یہ پروگرام ایک سال چلا۔

1976ء میں ٹیلی ویژن نشریات کو مزید ترقی دینے کی غرض سے اس کا الگ

ڈائریکٹریٹ قائم کیا گیا۔ ابھی تک یہ آل انڈیا ریڈیو کے ساتھ منسلک تھا۔ اور دونوں شعبے ایک ہی ڈائریکٹریٹ کے تحت کام کرتے تھے۔ ٹیلی ویژن کا الگ ڈائریکٹریٹ قائم ہونا بظاہر انتظامی نوعیت کا معمولی سا واقعہ ہے۔ مگر ٹیلی ویژن کی ضروریات، مقاصد، تقاضوں اور استعمال کے مد نظر یہ ایک بہت ہی اہم قدم تھا۔

1961ء میں ٹیلی ویژن کے جو تعلیمی پروگرام شروع کئے گئے تھے، انہیں مزید

ترقی دی گئی۔ مختلف مضامین جیسے فزکس، کیمسٹری، حساب، تاریخ اور انگریزی وغیرہ کے اسباق کو مختلف صوبوں کے نصابات کے تحت تیار کر کے پابندی سے ٹیلی کاسٹ کیا جانے لگا۔ تعلیمی پروگراموں کو ٹیلی کاسٹ کرنے کے لیے جو سینٹر مخصوص کیے گئے ان میں دہلی، بمبئی، مدراس، بے پور، رائے پور، مظفر پور اور سمنہل پورا اہم ہیں۔

ٹیلی ویژن کی تاریخ میں 1976ء اس لئے بھی یاد رکھا جائے گا کہ اس سال

ہندوستانی ٹیلی ویژن کو مالی منفعت کے لیے استعمال کرنے کا فیصلہ بھی کیا گیا۔ لہذا شروع میں تجارتی اشتہارات کو ٹیلی کاسٹ کرنے کی ابتداء نو سینٹروں سے ہوئی۔ جن میں دہلی، بنگلور، بمبئی، لکھنؤ، حیدرآباد، جالندھر، کلکتہ، مدراس، اور سری نگر شامل تھے اشتہارات، State of Movie Spots کی شکل میں بھی قبول کئے جاتے تھے۔ اور دور درشن انہیں اسپانسر پروگرام کی شکل میں بھی ٹیلی کاسٹ کرتا تھا لیکن ٹیلی ویژن کے بنیادی مقاصد اور ترجیحات کے پیش نظر کل نشری اوقات کا کچھ ہی حصہ اس کے لیے مخصوص کیا گیا تھا۔

15 اگست 1982ء کا دن بھی ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں بہت اہمیت

کا حامل ہے کیونکہ اس دن دور درشن نے رنگین ٹی وی نشریات کی ابتداء کی۔ چنانچہ اس دن

15 اگست کی تقریبات کو لال قلعے سے براہ راست رنگین نشر کیا گیا۔ اسی سال نومبر میں دور درشن نے نویں ایشیائی کھیلوں کو جو ہندوستان میں منعقد ہو رہے تھے، براہ راست رنگین نشر کیا۔ اس سے پہلے تک براہ رست ٹیلی کاسٹ کا انتظام نہیں کے برابر تھا۔ اور تمام چیزیں ریکارڈ کر کے ہی نشر کی جاتی تھیں۔ نویں ایشیائی کھیل انیس مختلف مقامات پر کھیلے جا رہے تھے، جن میں دہلی کے علاوہ بمبئی اور بے پور بھی شامل تھے۔ انہیں چار رنگین Out Door Broadcastin Van پانچ بلیک اینڈ و ہائٹ O. B. Vans (Electronic News Gathering) یونٹ و دوسرے بہت سے آلات اور نو سو دور درشن کے منتخب مستعد کام کرنے والوں کی مدد سے پیش کیا گیا۔ ان کھیلوں کی براہ راست نشریات نہ صرف اپنے ملک میں ہوئیں بلکہ بیرونی ممالک کے لیے بھی انہیں براہ راست نشر کیا گیا۔ یہ پیش کش اتنی شاندار اور کامیاب تھی کہ اسے ملک کے کونے کونے اور بیرون ملک سے بھی داد ملی۔

یکم اپریل 1984ء میں دور درشن کے آٹھ سینٹر، نوریلے سینٹر (صرف نشری) اور آٹھ POST S.I.T.E. INSAT سینٹر تھے۔ 1984ء دور درشن سلور جوبلی سال تھا۔ اس سال ہر روز ایک ٹیلی ویژن ٹرانسمیٹر نصب کرنے کا منصوبہ یکم جولائی 1984ء سے چار ماہ تک چلتا رہا۔ اس منصوبے کے تحت نصب کیے جانے والے ٹرانسمیٹروں کی مجموعی تعداد 172 بتائی جاتی ہے جس سے دور درشن نشریات ہندوستان کی باون فی صد آبادی تک پہنچنے لگی۔

اس وقت دور درشن نے دیہی علاقوں تک اپنی نشریات کو پہنچانے کی طرف خاص توجہ دی۔ نئے ٹیلی ویژن سینٹروں کے علاوہ پرانے سینٹروں کی توسیع ہوئی اور ستر فی صد آبادی تک ٹیلی ویژن نشریات کو پہنچانے کا نشانہ مقرر کیا گیا۔ 1984-85ء میں ایک تخمینے کے مطابق ہندوستان میں پچیس لاکھ ٹیلی ویژن سیٹ تھے۔

مزید یہ کہ اب دہلی اور بمبئی سینٹروں نے دو چینلوں سے پروگرام نشر کرنا شروع کیا۔ یعنی ایک اور چینل کا اضافہ ہوا۔

ابتداء میں یہاں ٹیلی ویژن صرف گھروں ہی میں دیکھے جاتے تھے۔ پھر ایک اور طرح کے ناظرین پیدا ہوئے۔ جو کمیونٹی ٹیلی ویژن سیٹ پر پروگرام دیکھتے تھے۔ کمیونٹی ٹیلی ویژن کے نظریے کو اس وقت کافی تقویت ملی جب 1970ء میں قریب آٹھ ہزار ٹیلی ویژن سیٹ S.I.T.E. پروجیکٹ کے تحت مختلف منتخب گاؤں میں رکھے گئے۔ گو وہ دھیرے دھیرے ختم ہو گئے۔ مگر اس سے ٹیلی ویژن گاؤں میں متعارف ہوا اور گاؤں والوں کو ٹیلی ویژن کی چاٹ لگی۔ اب بہت سی ریاستی حکومتیں منتخبہ گاؤں میں کمیونٹی ٹیلی ویژن سیٹ مہیا کراتی ہیں۔ اسکے علاوہ U.G.C. نے ہزاروں ٹیلی ویژن سیٹ یہاں کی یونیورسٹیوں کو فراہم کرا کے مشترکہ ناظرین کے نظریے کو تقویت پہنچائی۔

1987ء کے ایک سروے کے مطابق جس میں 1170 افراد سے انٹرویو لیا گیا۔¹ دیہی علاقوں کی بہ نسبت شہری علاقوں میں ٹیلی ویژن کو اپنانے کا اوسط زیادہ ہے اور خصوصاً رنگین ٹیلی ویژن تو شہر کا امیر طبقہ ہی رکھتا ہے۔ اس کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ ہمارے یہاں ٹیلی ویژن سیٹ کی قیمت ترقی یافتہ ملکوں کی بہ نسبت زیادہ ہے۔ اس سب کے باوجود اس میں شبہ کی گنجائش نہیں کہ ہندوستانی گورنمنٹ ٹیلی ویژن کی توسیع کی طرف کافی توجہ دے رہی ہے۔ اس کے لیے بجٹ میں ایک بڑی رقم مخصوص کی جاتی ہے۔ اس کا ایک ثبوت I.B. - INSAT ہے جس میں سو ملین ڈالر خرچ آیا تھا۔ زمینی ٹرانسمیٹر کانٹورک الگ ہے۔

1984-85ء کے درمیان ٹیلی ویژن نشریات کے اوقات میں اضافہ ہونے کی وجہ سے زیادہ پروگراموں کی ضروریات ہوئی۔ چونکہ یہاں ٹیلی ویژن پورے طور پر گورنمنٹ کا ادارہ تھا، اس لیے اس کے لیے پروگرام تیار کرنے پر بھی اس کی اجارہ داری تھی، لیکن اب اسے باہری آرٹسٹ، ڈائریکٹراور پروڈیوسرس کے لیے بھی کھول دیا گیا۔ لہذا

1. Arvind Singhal and M. Rogers, *India's Information Revolution*, 1986, p.67

اس میں حصہ لینے والے زیادہ تر باصلاحیت افراد وہ تھے جو بمبئی کی فلم انڈسٹری سے جڑے ہوئے تھے۔ ان ہی باہری پروڈیوسرس نے سیریل کی ابتداء کی لہذا پہلا ہندوستانی سیریل ”ہم لوگ“ ہے جس کی ابتداء 1984ء میں ہوئی۔ اس سے یہاں کے ٹیلی ویژن میں ایک انقلاب سا آگیا۔

”ہم لوگ“ عوام میں بے حد مقبول ہوا۔ اس کی وجہ سے ٹیلی ویژن میں عوام کی دلچسپی یکا یک بڑھ گئی اور ہندوستانی ٹیلی ویژن کو ناظرین کی ایک بڑی تعداد مہیا ہو گئی۔ ٹیلی ویژن ناظرین کی بڑھتی ہوئی تعداد نے ٹیلی ویژن صنعت کاری میں گرم بازاری پیدا کر دی۔ 1970ء میں یہاں صرف چار لائسنس یافتہ کمپنیاں تھیں جو ٹیلی ویژن سیٹ بناتی تھیں اور بازار میں ان ہی کا بول بالا تھا۔ لیکن آج ان کی تعداد سینکڑوں میں ہے۔ 1983ء میں یہاں آٹھ لاکھ ٹیلی ویژن سیٹ ہر سال بنتے تھے۔ 1988ء میں ان کی تعداد چالیس لاکھ سالانہ تک پہنچ گئی۔ 1986ء کے بعد سے ٹیلی ویژن سیٹ کی بازار میں کچھ گراوٹ آئی۔ اس کی دو وجوہات تھیں۔ ایک تو الیکٹرانک پرزوں کی درآمدی ڈیوٹی میں اضافہ، دوسرے بازار میں کئی سو ٹیلی ویژن سیٹ بنانے والی کمپنیوں کے درمیان بڑھتا ہوا مقابلہ۔

آج ہندوستانی ٹیلی ویژن ”پرسار بھارتی“ کا ایک حصہ ہے۔ پرسار بھارتی ایک ہندوستانی خود اختیاری (AUTONOMOUS) براڈ کاسٹنگ کارپوریشن ہے۔ ”پرسار بھارتی ایکٹ آف 1990ء“، پندرہ ستمبر 1997ء سے لاگو کیا گیا۔ مگر پرسار بھارتی بورڈ نے، آل انڈیا ریڈیو و دور درشن کے انتظام و انصرام کی ذمہ داری 23 نومبر 1997ء سے سنبھالی۔ پرسار بھارتی کے استحکام سے پہلے دور درشن منسٹری آف انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ کے تحت کام کرتا تھا۔ اس کا ایک ڈائریکٹر جنرل ہوتا تھا جس کے ماتحت کئی ڈپٹی ڈائریکٹر جنرل ہوتے تھے جو الگ الگ شعبوں کے انتظامات کی ذمہ داری نبھاتے تھے۔

جیسا کہ پہلے لکھا جا چکا ہے۔ ہندستان میں ٹیلی ویژن کی ابتداء 1959ء میں ہوئی، اس کے پروگرام سب سے پہلے دلی سے شروع ہوئے، پھر دوسرا شہر بمبئی تھا جہاں

سے 1972ء میں پروگرام ٹیلی کاسٹ ہونا شروع ہوئے۔ ساتویں دہائی کے وسط تک ملک میں صرف سات ٹیلی ویژن سنٹر تھے۔ ٹیلی ویژن کا محکمہ 1976ء میں ریڈیو سے الگ ہوا اور دور درشن کا الگ وجود قائم ہوا۔ ملک گیر (NATIONAL) پروگرام 1982ء میں شروع ہوئے۔ اس کے بعد سے ٹیلی ویژن کی ترقی کی رفتار کافی تیز ہو گئی خصوصاً پچھلی صدی کی آخری دہائی میں اس نے روز افزوں ترقی کی اور نہ صرف یہ کہ ٹرانسمیٹروں کی تعداد میں اضافہ ہوا بلکہ ٹرانسمیٹروں کی طاقت میں اضافہ کر کے ان کی پہنچ کے دائرے کو کافی وسیع کر دیا گیا۔ جدید سہولیات سے لیس نئے اسٹوڈیو قائم کئے گئے۔ پرانے اسٹوڈیو کی جدید کاری ہوئی، نئے چینل قائم ہوئے۔ پروگراموں کے وقت میں توسیع ہوئی۔ سیٹیلائٹ سے رابطہ قائم کرنے اور ٹیلی کاسٹ کرنے کے لئے جدید تکنیک اپنائی گئی۔ پروگرام کے موضوع مواد اور پیش کش کے معیار بلند ہوئے۔

ڈی. ڈی. 1. نیشنل:

نیشنل پروگرام، جن کا بنیادی مقصد ملکی سالمیت، آپسی اتحاد اور ہندوستانی عوام میں سر بلندی کے احساس کو بڑھا دینا ہے، 15 اگست 1982ء سے شروع ہوئے اور دھیرے دھیرے اس میں صبح و دوپہر وغیرہ کے پروگرام شامل ہوئے۔ اس وقت یعنی 2000ء میں اس کا کل ٹیلی کاسٹ اٹھارہ سے بیس گھنٹے روزانہ ہے۔ باقی وقت علاقائی پروگراموں کے لئے وقف ہے۔ اس کے ذریعے اندرون ملک وقوع پذیر ہونے والے واقعات کو براہ راست بھی ٹیلی کاسٹ کیا جاتا ہے۔

ڈی. ڈی. 2. میٹرو:

ڈی. ڈی. 2. میٹرو بطور ایک تفریحی چینل کے 1993ء میں اس وقت وجود میں آیا جب دہلی، کلکتہ، بمبئی اور مدراس کے چار زیادہ توانائی والے ٹرانسمیٹر ایک سیٹیلائٹ کے ذریعے منسلک کر دیئے گئے۔ میٹرو چینل کا بنیادی مقصد شہری آبادی کو تفریحی مواد فراہم کرانا ہے۔ کچھ ہی دنوں کے اندر یہ ارضی (TERRESTRIAL) طریقے سے

56 شہروں تک اپنے پروگرام پہچانے لگا۔ مزید ترقی دیتے ہوئے اب اس کے پروگراموں کو ارضی اور سیٹلائٹ دونوں طریقوں سے ٹیلی کاسٹ کیا جاتا ہے۔ اب اس کی ٹیلی کاسٹ کو اٹھارہ گھنٹوں سے بڑھا کر چوبیس گھنٹے روزانہ کر دیا گیا ہے۔ اس کے روزانہ پروگراموں میں سوپ یعنی سیریل، فیشن شو، گیم شو، ٹاک شو، تجارت اور سیاحت وغیرہ سے متعلق پروگرام شامل رہتے ہیں۔ اس کے زیادہ تر پروگرام اسپانسر ہوتے ہیں۔

ڈی. ڈی. انڈیا انٹرنیشنل:

14 مارچ 1995ء کو دور درشن نے اپنا عالمی چینل

A.S.I.A.S.A.T-1 سیٹلائٹ کے ذریعے شروع کیا۔ ابتداء میں یہ ہفتے میں پانچ روز صرف تین گھنٹے روزانہ ٹیلی کاسٹ کرتا تھا۔ 1996ء میں جب دور درشن نے P.A.S-4 سے ایک ٹرانسپونڈر حاصل کر لیا تو یہ ٹیلی کاسٹ روزانہ چار گھنٹے ہو گئی۔ اس کی مزید توسیع یعنی اٹھارہ گھنٹے روزانہ نومبر 1996ء میں ہوئی۔ جس کے لئے کئی چیزوں کو ملا کر نو گھنٹے کا ایک پروگرام بنایا جاتا تھا۔ اور اسی کو دوبار ٹیلی کاسٹ کیا جاتا تھا۔ اس کے پروگرام جنوبی ایشیا، خلیجی ممالک، یورپ اور شمالی امریکہ میں P.A.S-4 اور P.A.S-1 سیٹلائٹ کے ذریعے موصول کئے جاتے ہیں۔ مزید یہ کہ انٹرنیشنل چینل نے چوبیس ساعتی سروس 27 دسمبر 1999ء سے شروع کر دی ہے۔ جس میں ہر روز آٹھ گھنٹے کے نئے پروگرام ہوتے ہیں۔ جنہیں دوبار ٹیلی کاسٹ کیا جاتا ہے۔ اس چوبیس ساعتی ٹیلی کاسٹ سے اسے اپنے پروگرام عالمی پیمانے پر فروخت کرنے میں مدد ملے گی۔ پہلے کچھ ٹیلی ویژن نٹ ورک، کچھ مخصوص مذہبی نظریہ رکھنے والے اور کچھ افراد ذاتی استعمال کے لئے اس چینل کے پروگرام بہت معمولی فیس پر حاصل کر لیتے تھے۔ مگر یکم جنوری 2000ء سے دور درشن ایک معاہدے کے تحت امریکہ کے گلوبل کنکشن ٹیلی ویژن (G.C.T.V.) کا ممبر بن گیا ہے، جس سے اسے پروگرام بہتر قیمت پر زیادہ سے زیادہ فروخت کرنے میں مدد ملے گی۔

تعلیمی پروگرام:

ابتداء سے ہی دور درشن تعلیمی پروگراموں کو اولیت و اہمیت دینے کا دعویٰ کرتا رہا ہے مگر یہ دعویٰ اب بھی ثبوت کا محتاج ہے۔ اس میں شبہ نہیں کہ 1961ء میں اسکول ٹیلی کاسٹ کی ابتداء ہوئی جو کہ S.I.T.E پروگرام کی توسیع کا ایک حصہ تھا۔

اسکول کے بچوں کے لئے تعلیمی پروگرام باقاعدہ 1982ء میں شروع ہوا۔ اس وقت جو تعلیمی پروگرام دور درشن کے لئے تیار کئے جاتے ہیں۔ وہ علاقائی ٹیلی کاسٹ کے تحت دہلی اور چنئی سے، اور صوبائی تعلیمی اداروں کے تحت تیار کئے گئے پروگرام ہندی، گجراتی، مراٹھی، اڑیہ اور تلگو میں اس زبان کے علاقے کے تمام ٹرانسمیٹروں سے ٹیلی کاسٹ کئے جاتے ہیں۔ سکندری اسکول کے لئے الگ سے وقت نیشنل ورک پر مقرر ہے، اور اس کے لئے پروگرام سنٹرل انسٹی ٹیوٹ آف ایجوکیشنل ٹیکنالوجی، تیار کرتا ہے۔

دور درشن نے نیشنل ورک پر اعلیٰ تعلیمی پروگراموں کے لئے الگ وقت مخصوص کیا ہے۔ اعلیٰ تعلیم کے پروگرام یو. جی. سی تیار کرواتے ہیں۔ اندر گاندھی اوپن یونیورسٹی کے ذریعے جو پروگرام ٹیلی کاسٹ کئے جاتے ہیں وہ ملکی تعلیمی پروگرام میں معاون کی حیثیت رکھتے ہیں۔ اب اس یونیورسٹی نے ڈی. ڈی. گیان درشن کے نام سے اپنا الگ چینل شروع کر دیا ہے۔

ڈی. ڈی. نیوز:

15 اگست 1999ء کو، دور درشن نے ایک نیا چوبیس ساعتی سنٹیلائیٹ چینل ڈی. ڈی. نیوز کے نام سے شروع کیا ہے یہ روزانہ تیرہ بولٹن معہ شہ سرخیوں کے ٹیلی کاسٹ کرتا ہے۔ ان خبروں کی ٹیلی کاسٹ کرنے کا مقصد، ملک کے طول و عرض اور بیرون ملک، تازہ ترین خبروں کی ترسیل ہے۔ دور درشن "نیوز کیپ سول" C. N. N اور A. B. U کو بھی روزانہ فراہم کراتا ہے۔

اس چینل نے 10 جولائی 1999ء سے ہر گھنٹے خبروں کا بولٹن پیش کرنا شروع

کر دیا ہے اور 15 اگست 1999ء سے چوبیس ساعتی ”نیوز اینڈ کرنٹ افیر“ چینل شروع کر دیا ہے۔

1999ء میں نئی لوک سبھا کے لئے انتخابات ہوئے تو اس نے الیکشن کمیشن کی ہدایات کے مطابق تمام تسلیم شدہ رجسٹرڈ سیاسی جماعتوں کو بلا معاوضہ وقت فراہم کرایا۔ اور ووٹروں کی ہدایات و جانکاری کے لئے کئی پروگرام پیش کئے۔ الیکشن سے پہلے ایگزٹ پول کے نتائج کو تو ٹیلی کاسٹ کیا ہی گیا۔ الیکشن کے بعد ووٹوں کی گنتی کی تازہ بہ تازہ جانکاری اور نتائج کو ناظرین تک بروقت پہنچانے کے لئے دور درشن نے دو پروگرام، ایک ”آپ کا فیصلہ“ اور دوسرا ”INDIA VOTE“ منعقد کروایا۔ ڈی ڈی 1 پر چالیس گھنٹے کا اور ڈی ڈی 2 پر 26 گھنٹے کا الیکشن کے نتائج کا براہ راست تجزیہ پیش کیا گیا۔

کھیل کود چینل:

18 مارچ 1999ء کو ہندستانی ٹیلی ویژن میں پہلی بار ایک ایسے سیٹیلائٹ چینل کا افتتاح ہوا جو مکمل طور پر کھیل شائقین کے لئے وقف تھا۔ اس کا وقت 25 اپریل 1999ء سے بڑھا کر بارہ گھنٹے روزانہ کر دیا گیا۔ جس میں دو گھنٹے روزانہ ملک کے مختلف حصوں سے کھیل کود کے پروگرام براہ راست ٹیلی کاسٹ ہوتے ہیں۔ اس سال دور درشن نے ہندستانی کرکٹ بورڈ کی طرف سے منعقد ہونے والے تمام کرکٹ میچوں کو براہ راست ٹیلی کاسٹ کرنے کا مکمل حق، پانچ سال کے لئے، حاصل کر لیا ہے۔ اس طرح یہ ہندستان کا سب سے بڑا اسپورٹ براڈ کاسٹر بن گیا ہے۔ اس کے پروگرام P.A.S-4 سیٹیلائٹ کے ذریعے خلیجی ممالک، C.I.S اور اس کے پڑوسی علاقے یورپ و افریقہ کے بہت سے علاقوں میں موصول کیا جاتا ہے۔

1999ء کے دوران دور درشن نے تمام اہم کھیلوں کو خواہ ہندستان میں ہوئے یا ہندستان سے باہر، براہ راست یا ریکارڈ کر کے پیش کیا۔ مثال کے طور پر ورلڈ کپ کرکٹ 1999ء جو انگلینڈ میں کھیلا گیا، L.G سفاری کرکٹ سیریز جو کینیا میں کھیلی گئی اور انڈیا نیوزی لینڈ کرکٹ سیریز کے زیادہ تر میچوں کو براہ راست ٹیلی کاسٹ

کیا۔ S.A.F. گیمس جو کٹھمنڈو میں کھیلے گئے بڑے پیمانے پر ان کی نمائش ہوئی۔ اسی طرح ٹینس میں ومبلڈن، فرینچ اوپن، ڈیوس کپ، زونل اور گولف لیکھ انڈیا اوپن کو مکمل طور پر ناظرین کی خدمت میں پیش کیا گیا اور اس سال (1999ء) پہلی بار گوا میں ہوئے SAFE کوکا کولا کپ فٹ بال ٹورنامنٹ کو براہ راست ٹیلی کاسٹ کیا گیا۔ فٹ بال کے دوسرے اہم میچ جنھیں پیش کیا گیا وہ تھے کوپا امریکا کپ، بنگال بندھو کپ، انٹرنیشنل فٹ بال ٹورنامنٹ (ڈھاکہ)، ایشیا کپ، وئرس کپ فٹ بال (ڈھاکہ)۔ اس کے علاوہ بھی دور درشن نے کھیل کود کی بہت سی چیزیں ریکارڈ کر کے یا براہ راست پیش کیں، ان کی فہرست یہاں طوالت کا باعث ہوگی۔

فلم:

یوں تو دور درشن ہمیشہ سے فلمیں اور فلموں سے متعلق پروگرام پابندی کے ساتھ پیش کرتا رہا ہے اور یہ پروگرام عوام میں بے حد مقبول بھی رہے ہیں مگر اس نے اکتوبر 1999ء میں فلموں سے متعلق ایک نئی پالیسی لاگو کی۔ جس کا اہم مقصد تھا دور درشن کی آمدنی بڑھانا اور اس کے ذریعے ڈی ڈی 1، ڈی ڈی 2 چینلوں کو زیادہ مقبول بنانا۔ اس منصوبے کے تحت فلم بنانے والوں سے اپیل کی گئی کہ وہ کم سے کم قیمت پر دور درشن کو فلمیں دیں۔ فلم پروڈیوسر نے اس کا مثبت جواب دیا۔ لہذا دور درشن اس قابل ہو گیا کہ اب نئی فلمیں بھی دکھائے۔ اب دور درشن یہ منصوبے بھی بنا رہا ہے کہ ہر سینچر کو کامیاب بڑی فلموں کو پیش کرے۔ جس سے اس کی مقبولیت میں مزید اضافہ ہو سکتا ہے۔

تجارتی سروس: دور درشن نے تجارتی اشتہارات کو اپنے بائیس انچ کے اسکرین پر پہلے پہل یکم جنوری 1976ء کو متعارف کرایا تھا۔ اس کے لئے رہنمائی آل انڈیا ریڈیو سے ملی جہاں پہلے سے اشتہارات کا سلسلہ چل رہا تھا۔ دور درشن تجارتی سروس دہلی میں، نیشنل نٹ ورک، ڈی ڈی 2، ڈی ڈی انٹرنیشنل اور دوسرے تمام چینلوں کے لئے اشتہارات قبول کرتی ہے۔ دور درشن کے دوسرے اسٹیشن انفرادی طور

پر بھی اسپورٹ اور اسپانسرشپ کی بکنگ اپنے لئے کرتے ہیں۔ پچھلے آٹھ سالوں کا دور درشن کی آمدنی کا گوشوارہ درج ذیل ہے:

سال	کل آمدنی (کروڑ میں)
1992-93	360.23
1993-94	372.98
1994-95	398.02
1995-96	430.13
1996-97	572.72
1997-98	490.15
1998-99	399.32

1999-2000 (نشانہ ہے۔ 500-00-450)

سگریٹ، شراب اور دوسری نشیلی چیزوں کے اشتہارات دور درشن پر قبول نہیں

کئے جاتے۔

ہندستانی ٹیلی ویژن کی موجودہ صورت حال:

اس سال (یعنی 1999-2000ء) دور درشن نے اپنے بہت سے چینلوں کی ٹیلی کاسٹ کا وقت بڑھا دیا تاکہ وہ چوبیس گھنٹے ناظرین کو فراہم رہیں۔ مثال کے طور پر ڈی ڈی 1 اور ڈی ڈی 2 کی چوبیس ساعتی سروس اگست 1999ء سے اور ڈی ڈی 4، ملیالم، ڈی ڈی 7 بنگالی، ڈی ڈی 8 تلگو اور ڈی ڈی 9 کناڈا کی چوبیس ساعتی ٹیلی کاسٹ جنوری 2000ء سے شروع ہوئی۔ مجموعی طور پر آج (2000ء میں) دور درشن کے بیس چینل پوری طرح عمل پیرا ہیں۔ ان چینلوں کی تفصیل اس طرح ہے۔

- بنیادی چینل ڈی ڈی 1
- میٹرو چینل " " 2

- نیوز اینڈ کرنٹ افیر چینل ” ” ” نیوز
- اسپورٹ چینل ” ” ” اسپورٹ
- انٹرنیشنل چینل ” ” ” انڈیا
- ریجنل چینل گیارہ عدد
- صوبائی نٹ ورک چار عدد

ان چینلوں کے لئے، پورے ملک میں مختلف مقامات پر، سنتالیس اسٹوڈیو پروگرام تیار کرتے ہیں۔

1999ء کے دوران دور درشن نے سیٹیلائٹ ڈی جیٹل براڈ کاسٹنگ طریقہ کار کو اپنایا۔ لہذا آج 2 ڈی ڈی 1 ڈی ڈی 2، ڈی ڈی نیوز، ڈی ڈی اسپورٹ اور ڈی ڈی انڈیا۔ اسی طریقہ کار کے ذریعے ناظرین تک پہنچائے جا رہے ہیں، اور سیٹیلائٹ سے ان کا رابطہ بھی اسی طریقے کے ذریعے جوڑا جاتا ہے۔

اسی دوران دور درشن نے بمبئی میں ایک نیا اسٹوڈیو کا مپلکس چالیس کروڑ کی لاگت سے قائم کیا۔ جس سے اس اسٹوڈیو کے پروگراموں کی تعداد و معیار بڑھانے کی اہلیت میں خاطر خواہ اضافہ ہوا۔ نئے اسٹوڈیو ناگپور، راج کوٹ اور پونا میں بھی قائم کئے گئے۔

ڈی ڈی 1 کی توسیع کی خاطر ایک زیادہ توانائی والا ٹرانسمیٹر جو دھ پور میں اور گیارہ متوسط توانائی والے وچھ کم توانائی ٹرانسمیٹر ملک کے مختلف مقامات پر نصب کئے گئے۔ بھوج میں ایک 300-M ٹاور کی تعمیر مکمل ہوئی جس کی وجہ سے اس ٹیلی ویژن اسٹیشن کی پہنچ کا حلقہ کافی وسیع ہوا۔ I.I.P.T. پروجیکٹ کے راج مندری اور کالی کٹ میں اس مالی سال (2000) کے آخر تک مکمل ہو جانے کے امکانات ہیں۔ اس کے علاوہ بہت سے L.P.T، V.L.P.T. پروجیکٹوں کے جلد مکمل ہو جانے کی امید ہے جن سے میٹر چینل یعنی ڈی ڈی 2 کے حلقے کی توسیع ممکن ہو سکے گی۔ دو زیادہ توانائی کے ٹرانسمیٹر ارج پور و سری نگر میں اور ایک کم توانائی کا امبا جوگائی میں نصب کیا گیا ہے۔ مزید یہ کہ گیارہ

زیادہ توانائی والے ٹرانسمیٹر ڈی ڈی 2 کی توسیع کے لئے زیر تعمیر ہیں۔ جن کا کام اس مالی سال (2000) کے اختتام تک مکمل ہو جانے کی توقع ہے۔ مذکورہ بالا تمام ٹرانسمیٹروں کی تکمیل کے بعد ڈی ڈی 1 کے ٹرانسمیٹروں کی تعداد ایک ہزار اور ڈی ڈی 2 کے ٹرانسمیٹروں کی تعداد 57 ہو جائے گی۔ اس طرح پارلیمنٹ کورج کے دو، کاشمیر چینل کے ایک ٹرانسمیٹر کو ملا کر دور درشن کے ٹرانسمیٹروں کی کل تعداد 1060 ہو جائے گی۔

سیٹلائٹ سے رابطہ قائم کرنے کی سہولیات 23 دور درشن اسٹیشنوں پر فراہم ہیں۔ سائیمیل کاسٹ (SIMULCAST) رابطہ قائم کرنے کا طریقہ کار ANALOGUE AND DIGITAL کی سہولیات سات دور درشن اسٹیشنوں یعنی بمبئی، چینی، گوہاٹی، کلکتہ، تروندرم، بنگلور اور حیدرآباد میں مہیا ہیں۔

دور درشن کے چینلوں کی مختلف سروسز کی کارکردگی کے لئے مختلف سیٹلائٹوں کے بیس ٹرانسپونڈرس استعمال کئے جاتے ہیں۔

دور درشن کے پروگرام انٹرنیٹ پر بھی فراہم ہیں۔ اس کی ویب سائٹ ہے "http://ddindia.net" دور درشن کے بنیادی چینل ڈی ڈی 1 کے پروگرام ملک کی 87.9% فیصد آبادی اور 74% فیصد رقبے تک پہنچتے ہیں۔ ڈی ڈی میٹرو کے پروگرام 20.8% فیصد آبادی تک پہنچتے ہیں۔ 1

ترسیلی سیٹلائٹ: ابتداء و ارتقاء: ترسیلی سیٹلائٹ کا ارتقاراکٹ تکنیک اور ترسیلی تکنیک کے سنگم کی پیداوار ہے تاریخ کے پس منظر میں دیکھیں تو ترسیلی دنیا کا یہ انقلاب اور بھی بامعنی نظر آتا ہے انسانی تاریخ کے بڑے حصے میں ترسیل اور نقل و حمل ہم معنی الفاظ تھے، ان کی رفتار اس وقت تک تقریباً برابر تھی جب تک خبر کو مواد کی شکل میں ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچایا جاتا تھا اور یہ صورت حال پچھلی صدی کے وسط تک قائم رہی بلکہ

1. پچھلی ایک دہائی کی دور درشن کی کارگزاریوں کے اس جائزے کے تمام اعداد و شمار منسٹری آف انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ کی رپورٹ 1999-2000 سے اخذ کئے گئے ہیں۔

اس وقت تک جب تک بجلی کی دریافت نہیں ہوگئی۔

ٹیلی گراف (1838) کو برقی ترسیل کا پہلا قدم کہا جاتا ہے اس پہلی کامیابی کے بعد سائنس دانوں کا حوصلہ بڑھا اور دوسری کامیابیاں جلد جلد ملنے لگیں۔ 1876 میں بل (Bell) کی ٹیلی فون کی ایجاد کو بھی اس سلسلے کی دوسری کڑی تسلیم کرتے ہیں۔ اس ایجاد کے بیس سال بعد مارکونی نے Electromagnetic Radiation کا استعمال کر کے بغیر کسی درمیانی وسیلے کے پیغامات کو ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچا دیا، یہ ترسیل کا سب سے بڑا، سب سے اہم کارنامہ اس لئے بھی تھا کہ اس نے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ارتقا کے لئے بنیاد فراہم کی، یہاں تک کہ ہوائی جہاز، پانی کے جہاز اور سیٹلائٹ ترسیل بھی اسی کی وجہ سے ممکن ہو سکی۔

بہت پہلے سر آیزیک نیوٹن نے یہ ثابت کرنے کی کوشش کی تھی کہ اگر کسی گیند کو خلا میں ایک خاص رفتار سے اچھال کر چھوڑ دیا جائے جو اس کو زمین کی کشش سے باہر لے جاسکے تو وہ گیند بالکل اسی طرح زمین کے گرد گردش کرنے لگے گی جس طرح چاند کرتا ہے یہیں سے سیٹلائٹ کا تصور پیدا ہوا، یہ تصور اور مستحکم ہو گیا جب سائنس دانوں نے تجربہ کر کے یہ پتا لگا لیا کہ اگر کسی چیز کو گیارہ کلومیٹر فی سکینڈ کی رفتار سے خلا میں چھوڑا جائے تو وہ دوبارہ لوٹ کر زمین پر نہیں آئے گی، لہذا سیٹلائٹ کو خلا میں لے کر جانے والے ہر راکٹ کی رفتار یہی ہوتی ہے جسے رفتارِ ماورا (Escape velocity) کہتے ہیں، جب کسی سیٹلائٹ کو رفتارِ ماورا سے زمین کی کشش سے باہر یعنی 35860 کلومیٹر کے فاصلے پر لے جا کر چھوڑا جاتا ہے تو وہ زمین کے گرد ایک مدار میں چکر لگانا شروع کر دیتا ہے جسے Geo Synchronous orbit کہتے ہیں، یہ سیٹلائٹ چوں کہ چوبیس گھنٹے میں ایک چکر پورا کرتا ہے اور زمین بھی چوبیس گھنٹے میں ایک چکر پورا کرتی ہے اس لئے اس مدار میں واقع سیٹلائٹ ہمیں غیر متحرک نظر آتا ہے۔ Geostationary

اگر کسی سیٹلائٹ کو کلارک مدار میں پہنچا دیا جائے تو چوں کہ زمین کی اور اس کی رفتار ایک ہوتی ہے اسلئے اس کا رشتہ اپنے خطے سے کبھی منقطع نہیں ہوتا اور اس مقام تک پہنچ جانے کے بعد کسی سیٹلائٹ کے زمین کے ماحول میں واپس آنے کے امکانات قریب قریب ختم ہو جاتے ہیں۔¹

یوں تو سیٹلائٹ کی بہت سی قسمیں ہیں۔ متحرک، غیر متحرک، نشریاتی، زمین کی تحقیق و تفتیش کرنے والے، جہاز رانی میں مدد دینے والے اسی طرح اور بھی کئی لیکن انہیں بنیادی طور پر دو خانوں میں بانٹا جاتا ہے۔

- مشاہداتی سیٹلائٹ - Observative Satellites
 - ترسیلی سیٹلائٹ - Communication Satellites
- مشاہداتی سیٹلائٹ کی تعریف اس طرح کی گئی ہے۔

"That are used for the collection and increasingly also for the processing of data and the transmission of information to earth." ²

ترسیلی سیٹلائٹ کی تعریف یوں ہے۔

"That are used for the transmission, distribution and dissemination of information from and to various locations on earth." ³

سیٹلائٹ سے جو کام لئے جاتے ہیں ان کی امریکن اسپیس ایجنسی ناسا (NASA) نے چار سمتیں مقرر کی ہیں۔

- ترسیل اور جہاز رانی

1. An Amic Compilation, Satellite Technology, Singapore, 1986, p. 19.

2. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p50.

3. Ibid, p41-42.

• خلائی معلومات

• زمین کی پیمائش

• دور سے چیزوں کا پتہ لگانا۔ (Remotesensing) 1

عموماً سیٹلائٹ کی عمر سات سال ہوتی ہے البتہ دوسری نسل کے سیٹلائٹ کی عمر دس سال ہے۔

ترسیلی سیٹلائٹ: ترسیلی سیٹلائٹ خلا میں ایک ایسا نثریاتی نظام ہے

جو زمین سے معلومات حاصل کر کے دوبارہ زمین پر دوسری جگہ فراہم کر دیتا ہے۔ زمین سے فاصلہ (35860 کلومیٹر) زیادہ ہونے کی وجہ سے وہاں تک پہنچتے پہنچتے اشارے کافی کمزور ہو جاتے ہیں، سیٹلائٹ میں لگے توسیعی آلات (ٹرانسپونڈر) ان اشاروں کو قوت دے کر دوبارہ زمین پر مختلف فریکوئنسی میں بھیج دیتے ہیں۔ سیٹلائٹ میں پرندوں کے بازوؤں کی شکل کے بڑے بڑے سولر پینل سورج کی روشنی سے توانائی حاصل کرتے ہیں اور اسے برقی توانائی میں تبدیل کر کے سیٹلائٹ کو کارکردگی کے لئے برقی قوت پہنچاتے رہتے ہیں۔ 2

خود کار ترسیلی سیٹلائٹ کی کارکردگی ممکن بنانے میں الیکٹرانک آلات کے چھوٹے ماڈل کی ایجاد کا بڑا ہاتھ ہے۔ راکٹ تکنیک کے علاوہ مختلف قسم کے الیکٹرانک آلات کی ایجاد و ارتقا کے باعث بھی مکمل اور تسلی بخش سیٹلائٹ اور اس سے متعلق زمینی آلات بن سکے۔

ترسیلی سیٹلائٹ کی وجہ سے ہی پستی و بلندی کی تمام حدود کو عبور کیا جا سکا ہے اور دنیا ایک گاؤں بن گئی ہے ان ہی کی وجہ سے آواز، اعداد و شمار اور تصویری اشارے دنیا کے کسی بھی حصے میں آسانی سے پہنچ سکتے ہیں۔ آج ترسیلی سیٹلائٹ کی اہلیت میں حیرت انگیز

1. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p30.

2. ماہنامہ افکار ملی، انفارمیشن ٹکنالوجی، طارق سجاد، دہلی، ص 12-13.

بھی حصے میں آسانی سے پہنچ سکتے ہیں۔ آج ترسیلی سیٹلائٹ کی اہلیت میں حیرت انگیز اضافہ ہو گیا ہے۔ مثال کے طور پر ویسٹر (Wester) نام کے سیٹلائٹ کے ذریعے ایک رنگین ٹیلی وژن چینل، بارہ سو ٹیلی فون چینل اور تقریباً ایک ہزار ڈیٹا چینل ایک ساتھ بھیجے جاسکتے ہیں۔ انٹیل سیٹ (Intelset) کی صلاحیت اتنی ہے کہ وہ پوری دنیا میں بیک وقت اسی ٹیلی وژن چینل نشر کر سکتا ہے۔ بعض ترسیلی سیٹلائٹ ایسے بھی ہیں کہ اگر ان کے تمام ٹرانسپونڈ رکھول دیے جائیں تو وہ صرف ایک منٹ میں پوری انسائیکلو پیڈیا برٹانیکا چھ بار ایک براعظم سے دوسرے براعظم میں بھیج سکتے ہیں۔¹

سیٹلائٹ کا ارتقا: ترسیلی سیٹلائٹ کا باقاعدہ نظریہ سب سے پہلے 1945 میں آر تھری کلارک (Arthur C. Clarke) نے پیش کیا جو اس وقت برٹش انٹرپلائنری سوسائٹی کا سکریٹری تھا۔

کلارک نے ”وائرلس ورلڈ“ نامی رسالے میں اپنا مضمون ”دی فیوچر آف ورلڈ کمیونیکیشن“ شائع کیا تھا، بعد میں یہ مضمون Extraterrestrial relay کے عنوان سے بھی شائع ہوا۔ اس مضمون میں زیادہ فاصلے کے ریڈیو اور ٹیلی وژن نشریات سے بحث کی گئی تھی۔ کلارک کا کہنا تھا کہ ایک مکمل نشریاتی نظام پوری دنیا کے لئے ممکن ہو سکتا ہے بشرطے کہ اسے خلا میں کسی صحیح مقام سے نشر کیا جائے۔ اسی مضمون میں اس نے انکشاف کیا تھا کہ اگر کسی سیٹلائٹ کو خط استوا سے 35860 کلومیٹر کی بلندی تک پہنچا دیا جائے اور اس میں پیغام حاصل کرنے اور انہیں نشر کرنے کے برقی آلات لگے ہوئے ہوں اور وہ چوبیس گھنٹے میں زمین کا ایک چکر پورا کرے تو اسے خط استوا کے کسی نکتہ پر مرکوز رکھ کر ریڈیو نشریات اور ٹیلی وژن نشریات کا ایک اچھا اسٹیشن بنایا جاسکتا ہے کلارک کا یہ بھی کہنا تھا کہ جہاں تک ریڈیو اور ٹیلی وژن نشریات کا تعلق ہے ایک سیٹلائٹ سے پوری زمین کا احاطہ کرنا مشکل ہے، اس لئے مناسب فاصلہ برقرار رکھتے ہوئے اگر تین سیٹلائٹ خط استوا کے مختلف

نقطوں پر مرکوز کر دیے جائیں تو یہ پوری زمین پر محیط ہوں گے اور شمسی توانائی کے ذریعے سیٹلائٹ کے ریسورس، ایمپلی فائر اور ٹرانسمیٹر کو عمل پیرا ہونے کے لئے قوت پہنچائی جاسکتی ہے۔

کلارک کو عوامی سائنسی مصنف اور سائنسی ناول نگار کی حیثیت سے کافی شہرت ملی، اور اس نے کافی انعامات اور میڈل حاصل کئے۔ اس کی شہرت میں اس وقت چارچاند لگ گیا جب وہ فلم ”دو ہزار ایک“ کے شریک مصنف کی حیثیت سے متعارف ہوا، کبھی کبھی کلارک بڑی حسرت سے یہ شکایت کرتا تھا کہ میں نے تجارتی نقطہ نظر سے بیسویں صدی کا سب سے اہم نظریہ پیش کیا اور اسے صرف چالیس چالیس ڈالر میں فروخت کر رہا ہوں، ایسے میں وہ اپنے کو صرف اس بات سے تسلی دیتا تھا کہ 1946 میں اس قسم کے نظریات کو اس وقت تک پیٹنٹ نہیں کیا جاتا تھا جب تک کہ تکنیکی طور پر اسکے عملی امکانات ثابت نہ ہو جائیں۔

یوں تو خلائی ترسیل کی ابتدائی کوششیں اس وقت سے نظر آنے لگتی ہیں جب 1946 میں پہلی بارچاند سے رڈار کے ذریعے رابطہ قائم ہوا۔ لیکن باقاعدہ خلائی ترسیل کی ابتداء اس وقت ہوئی جب روس نے چار اکتوبر 1957 کو اسپوٹنک نامی پہلے سیٹلائٹ کو کامیابی سے خلا میں بھیجا، لہذا بنیادی طور پر، فوجی برتری حاصل کرنے کے نقطہ نظر سے، یہیں سے روس اور امریکہ کے درمیان خلائی دوڑ شروع ہوئی اور ناسا (NASA) کے مطابق 1957 سے 1980 تک (تمام قسموں کے ملا کر) دس ہزار سیٹلائٹ خلا میں بھیجے جا چکے تھے۔ 1

چاند کو ترسیلی مرکز کے طور پر واشنگٹن اور ہوائی کے درمیان رابطہ قائم کرنے کے لئے امریکہ کی بحری فوج نے 1958 سے 1963 تک استعمال کیا۔ 2

1. An Amic Compilation, Satelite Technology, Singapore, 1986, p. 19.

2. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p51.

ایکٹیو سیٹلائٹ خلا میں بھیجا جو صرف بارہ دن ہی کام کر سکا۔ آواز اور تصویر کو زمین پر ایک جگہ سے دوسری جگہ نشر کرنے کیلئے جو پہلا سیٹلائٹ خلا میں بھیجا گیا وہ غبارے نما سیٹلائٹ ایکو-1 تھا جس سے ٹیلیفون مواصلات، تصویری ترسیل اور اعداد و شمار حاصل کرنے کا کام لیا جاتا تھا۔ اس طرح کے سیٹلائٹ 1968 تک کامیابی سے عمل پیرا رہے، اس کا قائم مقام کوریہ I. B. 1968 میں خلا میں بھیجا گیا جو صرف سترہ دنوں تک ہی کام کر سکا۔ یہ سب کے سب پسیو (Passive) سیٹلائٹ تھے جو پیغامات کو ہو بہو زمین پر واپس بھیج دیتے تھے۔ 1960 میں غیر فوجی ایکٹیو (Active) سیٹلائٹ کا تجربہ کیا گیا جو پیغامات کی رفتار اور قوت کو ضرورت کے مطابق بڑھا کر زمین پر واپس بھیجتا تھا۔¹

یہاں یہ بات بھی اہمیت کی حامل ہے کہ ٹیل اسٹار (Telstar) اور ریلے (Relay) کلاک مدار کے مقابلے میں نخلی سطح کے مدار کے سیٹلائٹ تھے جو افق میں غائب ہو جاتے تھے، جس سے ترسیل منقطع ہوتی تھی لہذا جولائی 1963 کو سائن کوم II - (Syncom II) اور اگست 1964 کو سائن کوم III - (Syncom III) کو کلاک مدار میں بھیجا گیا جس سے مسلسل نشر کا طریقہ شروع ہوا، ترسیل کی دنیا میں یہ ایک نئے دور کی ابتدا تھی۔ ترسیلی سیٹلائٹ کی وجہ سے ٹیلی وژن نشریات میں بنیادی تبدیلی آئی۔ اس سے پہلے تک امریکہ اور یورپ کے درمیان سمندر پار نشر ہونے والے پروگرام ایک مخصوص مقام سے دوسرے اسٹیشنوں کے ذریعے ریلے ہوتے تھے، لیکن INTELSET سیٹلائٹ سسٹم کی کامیابی کے بعد (جو کہ پہلا تجارتی ترسیلی سیٹلائٹ تھا) پوری دنیا میں براہ راست ٹیلی وژن نشریات ہونے لگیں۔ خاص طور سے 1975 میں امریکہ کے Application

Satellite Technology (جسے ATS-F بھی کہا گیا) سیٹلائٹ کے خلا میں بھیجے جانے کے بعد بھاری صرفے سے زمینی نشریاتی اسٹیشن بنانے کا خرچ کم ہو گیا، اب صرف ایک تین میٹر دائرے کا جالی دار اینٹینا اور ایک الیکٹرانک کنورٹر (Electronic Converter) عام

1. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p51-52.

ٹیلی وژن میں لگا کر براہ راست سیٹلائٹ سے ٹیلی وژن کے اشارے موصول کر سکتے ہیں اس کی وجہ سے ترسیلی سیٹلائٹ کے اشارے حاصل کرنا بہت آسان اور سستا ہو گیا ہے۔

ترسیلی سیٹلائٹ کا ارتقا ہندستان میں: چھٹی دہائی کے وسط میں ڈاکٹر وکرم سارا بھائی، چیرمین اٹا مک انرجی کمیشن (اس وقت خلائی پروگرام بھی اسی کمیشن کے تحت آتے تھے) نے اعلیٰ حکام کے سامنے یہ بات رکھی کہ ٹیلی وژن کا ملک گیر نظام ہمارے ملک کی اقتصادی و سماجی ترقی میں مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔ اس تجویز کے نتیجے میں 1968ء میں ایک نیشنل سیٹلائٹ کمیونیکیشن گروپ (NASCOM) کی تشکیل عمل میں آئی جس کی سفارشات کی بنیاد پر ہماری گورنمنٹ نے ایک ہائی بریڈ (Hybrid) ٹیلی وژن نظام قائم کرنے کی اجازت دے دی۔ ترسیلی سیٹلائٹ خلا میں بھیجنا اور زمین پر مائیکروویو Microwave ترسیلی ٹرانسمیٹر قائم کرنا اس کے دائرہ کار میں شامل تھا۔

سارا بھائی کے ناس کوم (NASCOM) گروپ نے ہندوستانی ترسیلی سیٹلائٹ کا بلو پرنٹ تیار کیا جو خاص طور سے ٹیلی وژن پروگرام ٹیلی کاسٹ کرنے اور زیادہ فاصلے والے ٹیلی فون کال کے لئے تھا، چوں کہ ترسیلی سیٹلائٹ خلا میں بھیجنے پر کثیر رقم کا صرفہ تھا اس لئے سارا بھائی نے زمین پر اس کے لئے جو تیاری کی تھی اس کی کامیابی کی تصدیق وہ پہلے کسی اور ذریعے سے بھی کرنا چاہتے تھے۔ لہذا انہوں نے حکومت کے سامنے یہ تجویز رکھی کہ امریکن گورنمنٹ سے National Aeronautical and Space Administration (NASA) کے ترسیلی سیٹلائٹ ATS-6 کے ذریعے ہندوستان میں کچھ ٹیلی وژن پروگرام ٹیلی کاسٹ کرنے کی گزارش کی جائے۔ حکومت ہند نے یہ تجویز منظور کرتے ہوئے امریکن گورنمنٹ سے گزارش کی لیکن مشکل یہ آن پڑی کہ اسی وقت برازیل نے بھی امریکن گورنمنٹ سے ایسی ہی درخواست کی تھی اور امریکن گورنمنٹ ایک وقت میں ایک ہی ملک کو اس کی اجازت دے سکتی تھی۔

چنانچہ 1968ء میں NASA نے ایک کمیٹی **MR. WILBUR**

کی سربراہی میں یہ جاننے کے لئے تشکیل دی کہ دونوں ملکوں میں سے کسے

ATS-6 سے بلا معاوضہ ٹیلی کاسٹ کرنے کی اجازت دی جائے۔ کمیٹی نے فیصلہ ہندوستان کے حق میں کیا کیوں کہ کمیٹی اس بات سے کافی متاثر تھی کہ ہندوستان نے تجرباتی تریسلی سیٹلائٹ کا زمینی اسٹیشن پہلے سے ہی تیار کر لیا ہے جو کسی بھی تریسلی سیٹلائٹ سے اشارے حاصل کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے۔

لہذا NASAI اور حکومت ہند نے 19 ستمبر 1969ء کو SITE (سیٹلائٹ انسٹرکشنل ٹیلی ویژن اکسپریمنٹ پروگرام) کے لئے ایک معاہدے پر دستخط کئے۔

SITE دراصل ایک سالہ پائلٹ پروجیکٹ تھا جس کے تحت امریکہ کے ATS-6 کے ذریعے ہندوستان میں ٹیلی ویژن پروگراموں کو محدود وقت کے لئے ٹیلی کاسٹ کیا جانا تھا، اس کے لئے آندھرا پردیش، بہار، کرناٹک، مدھیہ پردیش، اڑیسہ اور راجستھان کے دو ہزار چار سو گاؤں منتخب کیے گئے۔ ان گاؤں کو مشترکہ ٹیلی ویژن سیٹ مہیا کرائے گئے تھے۔ جن پر ATS-6 سے براہ راست ٹیلی ویژن پروگرام حاصل کیے جاتے تھے۔

اس کے لئے پروگرام، دہلی، کٹک، اور حیدرآباد کے ٹیلی ویژن سینٹروں پر تیار کیے گئے جنہیں احمدآباد کے زمینی اسٹیشن سے سیٹلائٹ کو بھیجا جاتا تھا۔ یہ پروگرام دیہی علاقوں میں ابتدائی تعلیم، زراعت، صحت عامہ، خاندانی منصوبہ بندی، بھائی چارے اور حب الوطنی کے جذبات کو بڑھا دینے کے نقطہ نظر سے تیار کیے گئے تھے۔ ATS-6 ان منتخب ہندوستانی گاؤں کے لئے ایک سال تک (1975-76ء) ٹیلی کاسٹ کرنے کے بعد واپس امریکہ کے لئے ٹیلی کاسٹ کرنے لگا۔ یہ ہندوستان میں سیٹلائٹ تریسلی کا پہلا کامیاب تجربہ تھا۔

احمدآباد کے اسپیس ایپلیکیشن سینٹر (SAC) نے تریسلی سیٹلائٹ کے زمینی نیٹ ورک کو فروغ دینے میں بہت اہم رول ادا کیا۔ SITE پروگرام کو کامیاب بنانے کے لئے اس سینٹر نے دو خاص چیزیں تیار کیں جو ATS-6 سے براہ راست پیغام حاصل کرنے میں بہت معاون ہوئیں۔ ان میں ایک تھی چکن میش انٹینا (Chicken Mesh Antenna) اور دوسری رگڈ انٹرنیٹ ٹیلی ویژن سیٹ (Reggedixed TV Sets)۔

Chiken Mesh Antenna: چکن میش انٹینا المونیم کی جالیوں سے بنا ہوا ایک

تین فٹ دائرے کا ڈش انٹینا تھا۔ اس کی جالی مرغی خانے میں لگی جالیوں جیسی دکھائی دیتی تھی اس لئے اسے چکن میٹس کہنے لگے۔ المونیم برقی روکا اچھا کنڈکٹر ہے یعنی اس میں سے برقی رو آسانی سے گزر جاتی ہے یہ وزن میں بھی ہلکا ہوتا ہے اسلئے منتقلی بھی آسان ہو جاتی ہے۔ اس کی جالی سے ہوا آسانی سے گزر جاتی ہے لہذا اسے نصب کرنے کے لئے بہت مضبوط ڈھانچہ نہیں بنانا پڑتا۔ سائٹ گاؤں کے لئے اس سینٹر نے جو انٹینا تیار کیا اس وقت اسکی قیمت پندرہ سو روپے تھی اور اسے نصب کرنے میں صرف چند گھنٹے لگتے تھے۔

Raggedixed T.V. Sets: اس سینٹر نے یہاں کے گاؤں کی ضرورت کے مطابق ایسے ٹیلی ویژن سیٹ تیار کئے جن میں فیوز آسانی سے بدلے جاسکیں۔ انہیں اس طرح سیلڈ کیا کہ کم سے کم خرابیاں آئیں، تھر تھر اہٹ اور برقی رو کے اتار چڑھاؤ کو برداشت کیا جاسکے اور جس میں گرمی اور نمی آسانی سے اندر نہ جائے۔ سینٹر نے ٹیلی ویژن سیٹ بنانے والی ہندوستانی کمپنیوں کو یہ تکنیک بلا معاوضہ دی اور کمپنیوں نے اسے فوراً استعمال کرنا شروع کر دیا۔

1988ء تک یہ سینٹر پانچ کروڑ روپے تک کی تکنیک ہندوستانی ٹیلی ویژن انڈسٹری کو مہیا کر چکا تھا، حکومت ہند کی طرف سے چلائے جانے والے قریب سو سینڑوں میں یہ اپنی نوعیت کا اکیلا سینٹر ہے جو کامیابی سے نئی نئی چیزیں ایجاد کر کے ٹیلی ویژن انڈسٹری کو مفت مہیا کراتا رہتا ہے۔

ہندستان میں سیٹلائٹ کی ابتدا اس وقت ہوئی جب یہاں کا پہلا سیٹلائٹ ”آریہ بھٹ“ 19 مارچ 1975ء کو خلا میں بھیجا گیا، یہ سائنٹفک سیٹلائٹ تھا جو کامیاب رہا۔ 1975 سے 1997 تک ہندستان مختلف قسم کے اکیس سیٹلائٹ خلا میں بھیج چکا تھا جن میں سے چھنا کام رہے بقیہ تمام کامیاب۔ اکیس میں سے ایک خالص ترسیلی سیٹلائٹ اور نو کثیر المقاصد تھے جنہیں ترسیل کے لئے بھی استعمال کیا جاتا تھا۔ ذیل میں ہندستان کے اہم ترسیلی سیٹلائٹ پر روشنی ڈالی جا رہی ہے۔

(1) ہندستان کا پہلا ترسیلی سیٹلائٹ ”اپیل“ 19 جون 1981ء کو ارینا کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا تھا جس نے اپنے مقاصد کو اچھی طرح پورا کیا۔

(2) **INSAT-1-A**: یہ ہندستان کا پہلا کثیر المقاصد سیٹلائٹ ہے جو امریکہ میں

ہندستانی تکنیک پر تیار ہوا اور 4 ستمبر 1982ء کو NASA کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا، یہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو روزانہ ساڑھے پانچ گھنٹے کی نشریات فراہم کراتا تھا۔ لیکن اس کی زندگی مختصر ثابت ہوئی اور خرابی آجانے کی وجہ سے اسے بند کر دیا گیا۔

(3) *INSAT-1-B*: کو کیلی فورنیا کی فورڈ ایرو اسپیس کمپنی نے ہندستان کی فراہم کردہ تکنیک پر بنایا، 5 اکتوبر 1983ء کو اسے امریکہ کی خلائی شٹل کی آٹھویں اڑان کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا، اسے قریب ایک سو ہندستانی خلائی انجنیروں نے فورڈ خلائی سینٹر کیلی فورنیا میں رہ کر تیار کروایا اور اس پر قریب سو ملین ڈالر خرچ آیا۔ *INSAT-1-B* کی وجہ سے ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی بہت توسیع ہوئی، اس سے پہلے ہماری کل آبادی کا صرف اٹھائیسواں حصہ ہی ٹیلی ویژن تک رسائی حاصل کر پاتا تھا۔ وہ بھی صرف دہلی، ممبئی، کلکتہ، اور مدراس میں رہنے والے لوگ۔ اس کی بدولت 1985ء کے اختتام تک ٹیلی ویژن ہماری آبادی کے تریپن فی صد لوگوں تک پہنچنے لگا، 1988ء میں یہ تعداد بڑھ کر باسٹھ فی صد ہو گئی۔

(4) *INSAT-1-C*: یہ بھی ایک کثیر المقاصد سیٹلائٹ تھا جو 22 جولائی 1988ء کو ایک یورپین اسپیس ایجنسی ایرین راکٹ Arian Rocket کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا۔ اس کا استعمال ٹیلی ویژن نشریات، ٹیلی فون مواصلات اور موسمیات کے لئے کیا جاتا تھا، کسی نقص کی وجہ سے مدار میں اس کے ایک سولر پینل Solar Panel کے کام نہ کرنے کی وجہ سے انیدھن کی کمی ہو گئی اور اسے پورے طور پر استعمال نہیں کیا جا سکا۔

(5) *INSAT-1-D*: یہ کثیر المقاصد سیٹلائٹ 12 جون 1990ء کو ”ڈیلٹا“ کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا اور کامیاب رہا۔ اس کا استعمال ٹیلی ویژن نشریات۔ ٹیلی فون اور موسمیات کے لئے کیا جا رہا ہے۔

(6) *INSAT-2-A*: 10 جولائی 1992ء کو یہ کثیر المقاصد سیٹلائٹ ”ڈیلٹا“ کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا جو کامیابی سے کام کرنے لگا۔ یہ اب تک کے ہندستان کے کامیاب ترین سیٹلائٹوں میں سے ایک ہے۔ اس سے ہمارا ترسیلی نظام بے حد مضبوط ہوا ہے۔ اس سے خصوصاً ٹیلی فونی مواصلات اور ٹیلی ویژن کو کافی تقویت پہنچی ہے۔

(7) *INSAT-2-B*: 23 جولائی 1993ء کو یہ کثیر المقاصد سیٹلائٹ 'فرینچ گائنا' سے ارینا نام کے لانچر سے صبح چارج کرانٹیس منٹ پر چھوڑا گیا اور ٹھیک 35 منٹ بعد اسرو کے ہاسن ماسٹر کنٹرول اسٹیشن میں اس کے سگنل ملنے شروع ہو گئے۔ *INSAT-1-D* اور *INSAT-2-A* کے تمام چینل بھر جانے کی وجہ سے *INSAT-2-B* کو خلا میں بھیجا گیا۔ اس کے خالی ٹرانسپونڈرس کا استعمال نجی کمپنیاں بھی اپنے ترسیلی پیغامات بھیجنے کیلئے کر رہی ہیں۔

(8) *INSAT-2-D*: 4 جون 1997ء کو صبح چار بجے ہندوستان نے اپنا دوسری نسل کا چوتھا تجارتی سیٹلائٹ *INSAT-2-D* فرینچ گائنا کے کورو شہر سے ارینا نامی لانچر کے ذریعے خلا میں بھیجا، یہ ارینا کی 97 ویں اڑان تھی، اس سیٹلائٹ کا وزن 2019 کلوگرام ہے ہندوستان کے ترسیلی انقلاب میں اس کی اہمیت سنگ میل کی سی ہے اس سے ٹیلی ویژن نشریات، موسمیات اور اعداد و شمار کی منتقلی میں گراں قدر اضافے ہوں گے۔ اس کی مدد سے نہ صرف ہندوستان بلکہ شمالی مشرقی افریقہ، وسطی ایشیا، مغربی ایشیا اور جنوب مشرقی ایشیا کے لوگ بھی ٹیلی ویژن دیکھ سکیں گے۔

(9) *IRS D-1*: یہ بھی کثیر المقاصد سیٹلائٹ ہے، اس کا وزن 12 سو کیلوگرام ہے اس کی سب سے بڑی خصوصیت یہ ہے کہ اسے ہندوستان نے اپنے ہی بنائے ہوئے لانچر *P-S-L-V-C-1* کے ذریعے 29 ستمبر 1997ء کو مکمل کامیابی کے ساتھ خلا میں بھیجا۔ ہندوستان کے لئے یہ بہت بڑی کامیابی ہے اس نے سیٹلائٹ بنانے کی صلاحیت تو پیدا کر لی تھی لیکن خلائی راکٹ ٹکنالوجی میں ابھی تک نمایاں کامیابی نہیں ملی تھی۔ جس کے لئے اسے بڑی قیمت ادا کرنی پڑتی تھی۔ لہذا *INSAT-2-D* کو خلا میں بھیجنے کے لئے فرینچ گائنا کو 60 ملین ڈالر ادا کرنا پڑا تھا۔ جب کہ اس سیٹلائٹ کو بنانے پر کل لاگت 30 ملین ڈالر آئی تھی۔

راکٹ ٹکنالوجی میں اس کامیابی کے بعد اب ہندوستان کا مقام ترقی یافتہ ممالک کی صف میں نمایاں بن گیا ہے اور اس میدان میں خود کفیل ہو جانے کے بعد ہندوستان کے لئے ترقی کی مزید راہیں ہموار ہو گئی ہیں۔

اسکرپٹ نگاری:

اسکرپٹ نگاری پر کچھ لکھنے سے پہلے ہمیں اسکرپٹ کی تعریف اور اس کے اس پس منظر کو سمجھ لینا چاہیے جس کی ایک کامیاب اسکرپٹ کے لئے ضرورت ہوتی ہے۔ کامیاب اسکرپٹ سے مراد وہ اسکرپٹ ہے جسے خریدار موکل یا پروڈیوسر پسند کر لے اور جوڈائریکٹر کے لئے قابل قبول ہو۔ ساتھ ہی ساتھ یہ وضاحت بھی ضروری ہے کہ یہاں اسکرپٹ سے مراد صرف ٹیلی ویژن اور سینما اسکرپٹ ہے۔

اتنی بات تو ہم میں سے ہر ایک جانتا ہے کہ ٹیلی ویژن کے ذریعے جو پروگرام ٹیلی کاسٹ کئے جاتے ہیں، یا فلم کے ذریعے پردہ سیمیں پر پیش ہوتے ہیں۔ خواہ وہ تیس سکینڈ کے ہی کیوں نہ ہوں ان کے لئے پہلے اسکرپٹ تیار ہوتا ہے۔ بغیر اسکرپٹ کے کوئی پروگرام آگے کے مرحلے سے نہیں گزر سکتا، لہذا اسکرپٹ کسی پروگرام کی بنیادی ضرورت ہوتی۔ اس سے اس کی اہمیت کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔

اسکرپٹ کی وضاحت و صراحت کے لئے اکثر ”بلو پرنٹ“، ”فریم ورک“، ”یاڈ ہانچے“ کا لفظ استعمال کیا جاتا ہے۔ ان الفاظ سے اس کی کسی حد تک وضاحت ہو جاتی ہے پھر بھی مزید وضاحت کے لئے یہاں ایک اور تعریف پیش کی جا رہی ہے۔

”اسکرپٹ ایک ایسی تحریر ہے جس کے اندر مختلف خیالی یا حقیقی واقعات کی سلسلہ وار تفصیلات مع آوازی و تصویری اجزاء کے درج ہوتی ہیں اور جس میں اس میدان کی قبول کردہ یا منظور شدہ اصطلاحات، مخففات و ہیئت کو استعمال کیا جاتا ہے۔“ 1

اصطلاحات، مخففات و ہیئت اسکرپٹ تحریر کرنے کا وہ تکنیکی طریقہ ہے جو اسکرپٹ کوریکارڈ کرنے کے لائق بناتا ہے، اسکرپٹ کوریکارڈ کرتے وقت ان کا استعمال ہوتا ہے۔

اسکرپٹ نگاری کے لئے پانچ چیزوں کی اہلیت و ضرورت ہوتی ہے۔

• ریسرچ کرنے کی ضرورت۔

• ڈھانچہ بنانا۔

• CONCEPT (کانسپٹ) کو سوچ لینے کی اہلیت۔

• VISUALIZATION بصری پیکر میں سوچ نے یا پیش کرنے کی اہلیت۔

• مکالمے اور بیانیہ لکھنے کا ملکہ۔ 1

ریسرچ کی ضرورت :- ریسرچ کے ذریعے اسکرپٹ سے متعلق بنیادی

معلومات یکجا کی جاتی ہیں۔ اسکرپٹ رائٹر اسکرپٹ کے موضوع سے متعلق چیزوں کی تلاش

کر کے انہیں حاصل کرتا اور منظم کرتا ہے۔ ریسرچ کے ذریعے اسکرپٹ سے متعلق بہت سی

چیزوں کے بارے میں سمجھ بڑھتی ہے۔ اچھی طرح ریسرچ کر لینے کے بعد اسکرپٹ لکھنا

آسان ہو جاتا ہے، تخلیقیت پیدا ہوتی ہے۔ اور اس سے لطف حاصل ہوتا ہے۔ بغیر ریسرچ

کے اسکرپٹ لکھنا اکثر ذہن پر بار ہو جاتا ہے۔ جلد اکتاہٹ والی جھن ہونے لگتی ہے اور وقت

بھی زیادہ صرف ہوتا ہے۔ رائٹر اسی میں الجھا رہتا ہے کہ اسے کیا اور کیسے ترسیل کرنا ہے۔

لہذا یہ ایک فرحت بخش تخلیقی عمل ہونے کے بجائے ایک پریشان کن مرحلہ ہو جاتا ہے۔

ان تمام چیزوں سے بچنے کے لئے ریسرچ کے دوران دو قسم کی معلومات حاصل

کی جاتی ہیں۔ ایک تو یہ کہ پروگرام کو کس طرح ترتیب دیں۔ دوسرے موضوع کے بارے

میں مکمل معلومات۔

پروگرام کو ڈیزائن کرنے یا ترتیب دینے کے بارے میں معلومات اسکرپٹ تحریر

کرنے کے پہلے مرحلے میں جمع کی جاتی ہیں۔ اس میں سے بہت سی معلومات پروگرام کے

خریدار سے ملتی ہیں۔ ناظرین کے انٹرویو اور پروڈیوسر سے بھی اس سلسلے کی بہت سی

معلومات حاصل ہو جاتی ہیں۔

لیکن یہ معلومات پروگرام کے اصل مواد میں براہ راست بہت کم استعمال ہوتی ہیں۔ نہ ہی ان سے کوئی نظر یہ ملتا ہے اور نہ ہی ان کا کوئی تصویری پہلو ہے۔ یہ ایک ایسا خام مواد ہوتا ہے۔ جو پروگرام کا طریقہ کار متعین کرنے میں مددگار ہوگا۔ اس میں مندرجہ ذیل معلومات جمع کی جاتی ہیں۔

● پروگرام کا مقصد کیا ہے۔

● ناظرین کا تفصیلی تجزیہ۔

● مجوزہ پروگرام کا استعمال کیا ہے۔

ناظرین کا تجزیہ کسی پروگرام کی کامیابی اور موثر اسکرپٹ کے لئے لازمی ہے۔ کیونکہ جن کے لئے اسکرپٹ لکھا جا رہا ہے ان کا مزاج ان کی پسند و ناپسند ان کا نظر یہ زندگی اور ان کے برتاؤ کے بارے میں سمجھ لینا بہتر ہوتا ہے۔ ہمیں یہ بھی جاننا چاہئے کہ ان کی تعداد کیا ہے۔ وہ کیا چاہتے ہیں ان کے علم کا معیار کیا ہے۔ اگر ان سب چیزوں پر اچھی طرح ریسرچ کر لی جائے تو پروگرام کا طریقہ کار متعین کرنے کے لئے بنیاد فراہم ہو جاتی ہے۔ ہو سکتا ہے کہ بظاہر یہ چیزیں بہت اہم نہ معلوم ہوں مگر ان کی اہمیت کا اندازہ اس وقت ہوگا جب انہیں اصل مواد کے ساتھ ہم آہنگ کیا جائے گا۔

اصل موضوع یا مواد کے بارے میں بھی ریسرچ کی اہمیت مسلم ہے اس وقت تک ایک کامیاب و موثر اسکرپٹ تحریر نہیں کیا جاسکتا جب تک کہ موضوع کو اچھی طرح سمجھ نہ لیا جائے اور یہ سمجھ ریسرچ کے ذریعے ہی پیدا ہوتی ہے۔ اصل موضوع یا مواد کے بارے میں معلومات پروگرام یا اسکرپٹ کے خریدار سے اس موضوع کے ماہرین سے اور ناظرین سے حاصل کی جاسکتی ہیں۔

اصل موضوع اور طریقہ کار کے تعین کے لئے بھی معلومات حاصل کرنے کا بہتر طریقہ انٹرویو ہے۔ انٹرویو کی تکنیک ہر جگہ مختلف ہوتی ہے مگر کچھ عام تکنیک مشترک بھی ہیں جیسے۔

انٹرویو کے لئے بیٹری سے چلنے والا ٹیپ ریکارڈ استعمال کرنا چاہئے۔ ہاتھ سے

لکھنا نہ صرف محنت طلب ہے بلکہ کبھی کبھی انٹرویو دینے والے کی اکتاہٹ کا سبب بنتا ہے اگر کوئی کسی بات کو اپنی آواز میں ٹیپ نہ کرانا چاہے تو صورت حال مختلف ہوگی، لہذا انٹرویو شروع کرنے سے پہلے ہی یہ دریافت کر لینا چاہئے۔

انٹرویو کے لئے کھلے ہوئے سوالات کرنے چاہئیں۔ کھلے ہوئے سوالات کا جواب صرف ہاں یا ناں میں نہیں دیا جاسکتا۔ کھلے ہوئے سوالات کا جواب دینے کیلئے جواب دینے والے کو سوچنا پڑتا ہے کہ وہ کیا کہہ رہا ہے۔ کھلے ہوئے سوالات کے جوابات چونکہ گہرائی سے دیئے جاتے ہیں اس لئے اس میں بہت سی دوسری معلومات بھی ہوتی ہیں جن کی آپ کو درپردہ ضرورت ہو سکتی ہے۔ اس کے علاوہ اصل موضوع کے مواد کے لئے کانفرنس ہال میں بھی جانا پڑ سکتا ہے اور میدان میں بھی، کامگاروں اور مزدوروں سے بھی انٹرویو لینا پڑ سکتا ہے اور انجینیر اور مل مالکوں سے بھی، آپ کو اس ٹریننگ پروگرام میں بھی جانا پڑ سکتا ہے جس کے لئے پروگرام تیار کیا جا رہا ہے یا جس پر پروگرام منحصر ہے۔ ہو سکتا ہے وہ کتابچہ پڑھنا پڑے جس میں کمپنی کے اصول و نظریات درج ہیں، ہو سکتا ہے آپ کو ویڈیو ٹیپ و فلم دیکھنی پڑے۔ کوئی مظاہرہ دیکھنا پڑے، فوٹو کھینچنا ہو، اسکیچ یا نقشہ بنانا ہو، بنیادی نکتہ یہ ہے کہ اسکرپٹ رائٹر کو ہر اس چیز کا پیچھا کرنا ہوگا۔ جو موضوع کا ماہر بننے میں مددگار ہو۔

اس سب کا نتیجہ یہ ہوگا کہ آپ کے پاس مواد کا ایک بڑا بے ترتیب پلندہ جمع ہو جائے گا۔ جس میں بہت سے نوٹس ہوں گے۔ ریکارڈ کئے ہوئے ٹیپ ہوں گے۔ فوٹو اسٹیٹ کئے ہوئے اوراق ہوں گے۔ تصویریں ہوں گی چارٹ اور نقشے ہوں گے۔

ڈھانچہ بنانا: اب آپ کا اگلا قدم ہوگا اس مواد میں موجود معلومات و اطلاعات کو منطقی ترتیب کے ساتھ منظم کرنا، دوسرے الفاظ میں موضوع کا خاکہ تیار کرنا۔ خاکہ اسکرپٹ لکھنے کے عمل کو رواں، آسان اور تیز کر دیتا ہے۔ اور لطف انگیز ہوتا ہے۔ خاکہ بکھری ہوئی معلومات کو ایک مضبوط ڈھانچہ فراہم کرتا ہے اور یہ ڈھانچہ اسکرپٹ تحریر کرنے کے لئے ایک راہ نما کا کام کرتا ہے۔

عام طور سے خاکے کا ڈھانچہ تین حصوں پر منحصر ہوتا ہے۔ ابتداء، وسط، اور اختتام ابتداء میں پورے مسئلے کا بہت مختصر تعارف اس طرح کرایا جائے کہ اسکیمیں بنیادی چیزیں بھی آجائیں اور ناظرین کو دل چسپی بھی پیدا ہو جائے۔ وسط یا جسم (Body) میں مسئلے یا اصل موضوع پر گہرائی کے ساتھ روشنی ڈالی جائے اور اختتام میں وسط میں دیئے گئے مواد یا معلومات سے نتیجہ اخذ کیا جائے یہ تینوں مختلف چیزیں آپس میں اصل موضوع کے ذریعے منسلک ہوتی ہیں۔

ابتدائیہ یا تعارف ناظرین کی دل چسپی حاصل کر کے اختصار کے ساتھ اصل مسئلے کو پیش کرتا ہے۔ وسط یا جسم اصل مسئلے کی تفصیل میں جا کر اسے وسعت دیتا ہے۔ اختتامیہ میں پیش کی گئی معلومات سے نتیجہ اخذ کیا جاتا ہے یہاں اہم بات یہ ہے کہ ڈھانچہ آسان سادہ اور استدلالی طریقے سے تیار کیا جائے تاکہ ناظرین آسانی سے اصل مسئلے کو سمجھ لیں یا متاثر ہو جائیں۔

CONCEPT THINKING: (کسی منصوبے یا

تجویز کو تصور کر لینا) :- ایک بار جب نقشہ، خاکہ طریقہ کار اور اصل موضوع و مسئلے سے متعلق مواد لکھنے والے کے سامنے آجاتا ہے تو دماغ میں تخلیق کا عمل شروع ہو جاتا ہے اور اس عمل کے تحت دو اطلاعات کو دو معلومات کو دو خیال کو ملانے سے ایک نیا خیال ایک نیا منصوبہ، نئی تجویز دماغ میں آتی ہے۔ اور یہیں سے کسی منصوبے یا تجویز کو تصور کر لینے کی ابتداء ہوتی ہے۔

کسی منصوبے یا تجویز (Concept) کو آگے بڑھانے سے پہلے یہ بات ذہن میں صاف رہنی چاہئے کہ پرنٹ میڈیا اور ویز ڈول (Visual) میڈیا کی تحریر میں بنیادی فرق ہوتا ہے اور یہ فرق بالکل ایسا ہی ہے جیسے کہنا مختلف ہے دکھانے سے۔

جب کچھ کہتے یا لکھتے ہیں تو آپ موضوع کی الفاظ کے ذریعہ صراحت کرتے ہیں۔ اس میں ایسے الفاظ کا انتخاب کرتے ہیں جو سننے والے یا پڑھنے والے کے ذہن میں وہی تصور پیدا کرے جو آپ ترسیل کرنا چاہتے ہیں۔ اس صورت میں صرف الفاظ ہی

ترسیل کا ذریعہ ہوتے ہیں لیکن انکی بہت اہمیت ہے کیونکہ پڑھنے والے صرف ان ہی کے ذریعے معلومات یا اطلاعات یا کوئی پیغام حاصل کرتے ہیں۔ انہیں کے ذریعہ ریسپور کے ذہن کو متاثر کیا جاتا ہے لہذا اس طریقہ کار میں الفاظ کا انتخاب فنکارانہ طریقے سے کیا جانا چاہئے۔ جو پڑھنے والے یا سننے والے کے تخیل و ذہن کو متحرک کر دیں۔

جب کسی منصوبے یا تجویز کو بصری ہیئت میں پیش کیا جاتا ہے تو لکھنے والا کہنے پر کم توجہ دیتا ہے۔ بہ نسبت دکھانے کے۔ گو کہ یہاں بھی الفاظ کی اہمیت برقرار رہتی ہے لیکن یہاں یہ اہمیت فنی کے بجائے تکنیکی ہوتی ہے یہاں الفاظ خریدار ڈائریکٹر اور پروڈیوسر کو ترسیل ضرور کرتے ہیں۔ مگر یہ پڑھنے والے کی قوت متخیلہ کو متحرک کرنے کے کام نہیں آتے۔ لہذا بصری ہیئت کے اسکرپٹ میں الفاظ صرف آواز اور متحرک تصویر کی وضاحت کا ایک ذریعہ ہوتے ہیں۔ یہاں پیغام کی ترسیل آواز اور تصویر سے ہوتی ہے مگر پڑھنے والے کو نہیں بلکہ دیکھنے والے کو یہاں اسکرپٹ لکھنے والے کے سامنے یہ مسئلہ نہیں ہوتا کہ وہ کون سے الفاظ کاغذ پر تحریر کرے بلکہ اس کے سامنے یہ مسئلہ ہوتا ہے کہ وہ اسکرین پر کون سی تصویر تخلیق کرے۔ کسی بھی پیغام کو بصری وسائل کے ذریعہ پیش کرنے کی بات سوچنا تمام کامیاب اسکرپٹ نگاروں کی امتیازی خصوصیت ہوتی ہے لہذا وہ اس اہلیت کا استعمال پہلے پہل منصوبے یا تجویز کا تصور کرتے وقت کرتے ہیں۔ اور بعد میں زیادہ تفصیل کے ساتھ اس وقت کرتے ہیں جب اصل اسکرپٹ تیار کر رہے ہوں۔

VISUALIZATION: (بصری پیکر تراشنا):۔ جیسا کہ ہم

جانتے ہیں کسی خیالی منصوبے یا تجویز کی ترسیل مختلف طریقوں سے کی جاتی ہے مکالمہ یا بیانیہ کاروائی انداز جس میں الفاظ چہرے کے تاثرات اور آواز کے زیر و بم کے ذریعے کسی خیال کی ترسیل ہوتی ہے۔ طبع شدہ اوراق میں پڑھ کر کسی خیال یا پیغام کو سمجھا جاتا ہے۔ آواز پہ منحصر ذرائع میں سن کر کسی پیغام کو حاصل کیا جاتا ہے۔ لیکن ان سب میں سب سے زیادہ موثر اور طاقتور ذریعہ فلم و ٹیلی ویژن ہے کیونکہ اس میں دیکھا بھی جاتا ہے اور سنا بھی جاتا ہے۔ ”شنیدہ کے بودمانند دیدہ“ کے پیش نظر ہم صرف سنے ہوئے پر بھروسہ نہیں کرتے

بلکہ اس میں واقعات کو اس کے پس منظر میں آنکھوں سے ہوتا ہوا دیکھتے بھی ہیں۔
 لہذا آواز، متحرک تصویر اور جائے وقوع یا مقام کے امتزاج کی وجہ سے فلم ویڈیو
 ویژن موثر ترین و مقبول ترین ذریعہ بن گیا ہے کیونکہ اس میں ذہن و دماغ قوت سامعہ
 و قوت باصرہ سے بیک وقت متاثر ہوتے ہیں۔ چونکہ اس میں تمام چیزیں متحرک تصویروں
 کے ذریعہ پیش کی جاتی ہیں اس لئے اسکرپٹ نگار کے لئے Visualization کی
 اہلیت بہت ضروری ہے۔ Visualization کی ابتداء اسکرپٹ نگار سے ہوتی ہے اس نے
 جو منصوبہ یا تجویز تیار کیا ہے اس کو وہ اپنے دماغ میں متحرک تصویروں کے ذریعے ترتیب
 دیتا ہے۔ پھر ان کو کاغذ پر ایک خاص فارمیٹ (ہیٹ) کے تحت لکھتا جاتا ہے پہلا لکھا ہوا مسودہ
 ٹریٹ منٹ کہلاتا ہے اس کا آخری مسودہ اسکرپٹ کہلاتا ہے۔ مگر اسکرپٹ تیار ہو جانے سے بات
 مکمل نہیں ہو جاتی۔ جیسا کہ تحریری ذرائع میں ہوتا ہے دراصل اسکرپٹ نگار کا کام بچولینے
 کا ہے۔ جو اسکرپٹ کے ذریعہ کسی تجویز کا منصوبہ ڈائریکٹر کو ترسیل کرتا ہے۔ یہاں سے ڈائریکٹر
 کا کام شروع ہوتا ہے وہ اس کام کا اختتام کرتا ہے جس کی ابتداء رائٹر نے کی تھی وہ اسکرپٹ کو
 پوری تفصیل کے ساتھ ٹیپ پر ریکارڈ کرتا ہے اور ایسا کرتے ہوئے وہ رائٹر کی خیالی متحرک
 تصویروں کو حقیقی زندگی سے پر متحرک تصویروں میں تبدیل کرتا ہے جو رائٹر کے تصور کو پوری طرح
 پیش کر سکیں۔

Visualization کے عمل میں سین کی پوری تفصیل دینا چاہئے۔ اس سے
 اپنے مقصد کو حاصل کرنے میں آسانی ہوتی ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ اسے ناظرین کے
 لئے قابل قبول بھی ہونا چاہئے، مختصر یہ کہ ہم سین کو صرف Visualize ہی نہ کریں بلکہ موثر
 بھی بنائیں۔ 1

بصری پیکر کے ذریعے سوچنا ان لوگوں کے لئے آسان ہو جاتا ہے جو اپنا مافی
 الضمیر کہنے کے بجائے دکھانے کے ذریعے ادا کرنے کی عادت ڈالتے ہیں۔ دراصل یہ
 دماغ کی آنکھوں کے ذریعے کسی سین کو دیکھ لینے کا عمل ہوتا ہے۔

مکالمہ اور بیانیہ کی اہلیت :- ایک اچھے اسکریپٹ نگار کے اندر مکالمہ اور بیانیہ لکھنے کی اہلیت کا ہونا بھی ضروری ہے گوکہ ٹیلی ویژن اور فلم میں ریڈیو اور دوسرے آوازی ذرائع کی طرح مکالمے اور بیانیے کی اولین اہمیت نہیں ہوتی بلکہ ان کی اہمیت ثانوی ہوتی ہے کیونکہ ان میں اکثر اجسام کو پیش کر دینا کافی ہوتا ہے۔ انہیں بیان نہ بھی کیا جائے تو صورت حال مکمل ہو جاتی ہے اور قصہ آگے بڑھ جاتا ہے۔

پھر بھی مکالمے اور بیانیے کے بغیر کسی منصوبے یا تجویز کا مکمل ہونا ناممکن نہیں تو مشکل ضرور ہے، کیونکہ مکالمے یا بیانیے کے خوبصورت الفاظ اور الفاظ کی بہترین ترتیب سے پیدا ہوئی غنائیت۔ پھر مکالمے یا بیانیے کو ادا کرنے کے لئے آواز کا زیرو بم لہجے کی شیرینی اور گداز کسی منصوبے یا تجویز کو پرکشش و موثر بناتے ہیں۔ انہیں کے ذریعے کسی کردار کی شخصیت کا ارتقاء ہوتا ہے۔ اقدار و ترغیبات کی ترسیل انہیں کے ذریعے ہوتی ہے۔ کردار جو کچھ کہتا ہے یا نہیں کہتا ہے۔ اس سے اندازہ ہوتا ہے کہ وہ کیا سوچ رہا ہے کس صورت حال میں ہے اس کا منصوبہ کیا ہے مکالمے یا بیانیے سین میں صورت حال کو موزوں بناتے ہیں۔

یہ کرداروں کی شخصیت کو استحکام بخشتے ہیں الفاظ کرداروں کے اندر زندگی پیدا کرتے اور انہیں متحرک بناتے ہیں اور الفاظ ہی سے کسی رول میں اصلیت و واقعیت پیدا ہوتی ہے۔ ٹیلی ویژن اور فلم پہلے نظری آرٹ ہے پھر سمعی۔ اسی لئے ان میں مکالمے یا بیانیے صرف اتنے ہونے چاہئیں جتنے ایکشن کی وضاحت کے لئے ضروری ہوں۔ ان میں مکالموں کی زیادتی مناسب نہیں۔ کیونکہ یہاں ”کیا کہا“ سے زیادہ ”کیا کیا“ اہم ہوتا ہے۔ مکالمے حرکت و عمل کو قوت بخشنے اور قصے کو آگے بڑھانے کے لئے ہوتے ہیں۔

چونکہ ہر پروگرام کا وقت محدود ہوتا ہے اس لئے مکالموں میں Economy of Words ضروری ہے۔ اس میں الفاظ کا انتخاب بالکل اسی طرح کرنا چاہئے جس طرح ٹیلیگرام کے لئے کیا جاتا ہے لیکن انہیں اتنا مختصر بھی نہیں ہونا چاہئے کہ صورت حال ہی واضح نہ ہو۔

مکالمہ لکھتے وقت یہ نہیں سوچنا چاہئے کہ مکالمے لکھ رہے ہیں بلکہ یہ سوچنا چاہئے کہ مکالمے بول رہے ہیں یہاں یہ کہا جاسکتا ہے کہ مکالمے مختصر ہوں۔ موقع و محل کے لحاظ سے ہوں۔ سادہ اور سلیس ہوں کتابی زبان کے بجائے بات چیت کی زبان میں ہوں۔ ان سے حرکت و عمل میں مدد ملے ان میں کردار نگاری کا خیال رکھا گیا ہو اور ان سے کرداروں کی نفسیات و معاشرت کی ترجمانی ہو۔ مکالموں میں کرداروں کی صحیح فطرت و معاشرت کی عکاسی کے لئے مختلف طبقوں کی زبان پر دسترس ہونی چاہئے اور نہ صرف زبان بلکہ زبان کے پیچھے جو تہذیبی عوامل کام کرتے ہیں۔ ان سے بھی واقفیت ہونی چاہئے۔ تب ہی وہ اپنے کرداروں کو ان کی معاشرت کے مطابق الفاظ دے سکے گا۔

مکالموں میں موزونیت ہو وہ بے ربطی تکرار اور ابہام سے پاک ہوں۔ صاف اور واضح ہوں۔ ہر کردار بہترین الفاظ میں اپنا مافی الضمیر ادا کرے، پروفیسر محمد حسن نے ڈرامے کے حوالے سے مکالمے کے بارے میں بڑی اچھی بات کہی ہے جو ٹیلی ویژن اور فلم کے مکالموں پر بھی صادق آتی ہے۔

ان کا کہنا ہے کہ

”مکالمے تین صورتوں سے خالی نہیں ہوتے اور اگر وہ ان تینوں میں سے کوئی بھی شرط پوری نہ کرتے ہوں تو ڈرامے میں ان کی گنجائش نہیں۔ یا تو مکالمہ کہانی کو آگے بڑھاتا ہو۔ یا کردار کے کسی پہلو کو واضح اور اس میں تبدیلی و ارتقاء ظاہر کرتا ہو۔ یا فضا پیدا کرنے میں معاون ثابت ہوتا ہو۔ یہ معیار ہر مکالمے کے ہر ٹکڑے کے لئے برتا جاسکتا ہے لفاظی یا شاعرانہ تقریروں کی گنجائش اس طرح ختم ہو جاتی ہے۔“¹

اسکرپٹ کی ہیئت (SCRIPT FORMAT): فلم و ٹیلی

ویژن کی اسکرپٹ کا ڈھانچہ (Format) بہت ہی مخصوص قسم کی تحریر ہوتی ہے، اس سے مختلف مقاصد حاصل کئے جاتے ہیں۔ مثلاً یہ اسکرپٹ نگار کا Visualization ڈائریکٹر کو اس طرح ترسیل کرتی ہے کہ رائٹر کے مقصد کو وہ اچھی طرح سمجھ لے اور اس کی حقیقی متحرک پیش کش کر سکے۔ دوسرے یہ کہ پروڈیوسر اسی کے ذریعے خرچ کے تخمینے کی منظوری دیتا ہے۔ سین کی شوٹنگ کا مقام کیا ہوگا۔ کس قسم کے اداکار ہوں گے۔ موسیقی کیسی ہوگی۔ مخصوص اثرات مرتب کرنے کے لئے کن کن چیزوں کی ضرورت ہوگی۔ ساز و سامان کیا کیا استعمال ہوں گے۔ کون کون سے اور کس معیار کے آلات کی ضرورت ہوگی۔ ان تمام تفصیلات کا اندازہ اسکرپٹ سے کیا جاتا ہے۔ اور انہیں پر خرچ کے تخمینے کا انحصار ہوتا ہے۔

مزید یہ کہ پروڈکشن ٹیم کے ممبروں کے لئے بھی اسکرپٹ ایک اہم کارآمد دستاویز ہے۔ لہذا اس میں اسٹنٹ ڈائریکٹر، پروڈکشن اسٹنٹ اور دوسرے لوگوں کے لئے الگ الگ نشانات ہوتے ہیں۔ اسے ہر ایک کے کام کی نوعیت کے لحاظ سے کئی حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ شوٹنگ کے دوران اسکرپٹ سپروائزر کے ذریعے اس میں جونولس لکھے جاتے ہیں۔ وہ پروگرام کے مختلف حصوں کو جوڑنے کے لئے ایڈیٹر کے پاس ایک بہت ہی موثر ذریعہ ہوتے ہیں۔

بعض اسکرپٹ نگار اسکرپٹ کی ہیئت کی پابندی پر اتنا زور دیتے ہیں کہ اصل مواد سے توجہ ہٹ جاتی ہے اس میں توازن برقرار رکھنا چاہئے اور مخصوص ہیئت کے باوجود اسکرپٹ کو ترسیل کا ایک لوچدار ذریعہ ہونا چاہئے۔
اسکرپٹ کے بنیادی طور پر تین حصے ہوتے ہیں۔

● سین کا عنوان - (Scene Heading) اس کے تحت سین کا مقام اور وقت ظاہر کیا جاتا ہے۔

● سین کا بیان (Scene discription) اس میں Visual کی حرکات کا مختصر مگر جامع بیان۔ آواز اور تجویز کی گئی موسیقی کے ساتھ ہوتا ہے۔

● مکالمے اور بیانیہ۔ (Dialogue and Narration) اس کے تحت تمام بولے جانے والے الفاظ آجاتے ہیں خواہ وہ کرداروں کے ذریعہ ادا کئے جائیں یا راوی کے۔ اس کی ایک مختصر مثال اسی ترتیب سے ملاحظہ ہو۔

(سین کا عنوان) 1 : آفس میں داخلہ دن کا وقت۔

(سین کا بیان) 2 : ناصر آفس میں داخل ہوتا ہے اس کے ہاتھ میں

کاغذ کا پلندہ ہے وہ چہرے سے جھلایا ہوا لگ رہا ہے۔

: کاغذات کا پلندہ مسٹر سود کے سامنے میز پر پٹک

کر کہتا ہے۔

(مکالمہ) 3 : ناصر : یہ مجھے آپ نے بھیجوایا ہے۔

مسٹر سود : ہاں میں نے ہی بھیجا ہے۔

ناصر : مسٹر سود۔ یہ لگاتار چوتھا ہفتہ ہوگا۔ جب مجھے

چھٹیوں میں کام کرنا پڑے گا۔

یوں تو اسکرپٹ کی کئی ہیئتیں ہیں۔ لیکن بنیادی طور پر دو ہیئتیں زیادہ مقبول و مروج ہیں ایک ”دوکالمی ہیئت“ اور دوسری ”اسکرین پلے ہیئت“ اسکرپٹ کے مذکورہ بالا تینوں اجزاء ان دونوں ہیئتوں میں پائے جاتے ہیں۔ دوسری ہیئتیں جیسے اسٹوری بورڈ، اورڈاکومنٹری اسکرپٹ بھی ٹیلی ویژن کے لئے استعمال ہوتی ہیں لیکن کم کم۔

دوکالمی ہیئت :- دوکالمی ہیئت میں کاغذ کو اوپر سے نیچے دو حصوں میں تقسیم کر لیتے

ہیں۔ پروگرام سے متعلق بصری نشانات (Video or Picture) بائیں کالم میں

اور آڈیو (Audio) یعنی سنائی دینے والی چیزیں داہنے کالم میں درج ہوتی

ہیں (اردو چونکہ داہنی طرف سے لکھی جاتی ہے لہذا اس میں یہ ترتیب الٹ جائے گی)۔

اس ہیئت میں بصری حصے کی تفصیل کے لئے وافر جگہ ہوتی ہے اور ساتھ ہی مکالمے

یا بیانیے کے لئے بھی باآسانی جگہ نکل آتی ہے۔ یہ ہیئت خصوصاً ان پروگراموں کے لئے

بہت موزوں ہے جن میں کئی کیمرے ایک ساتھ استعمال ہوتے ہیں کیمرے کے ایک

دو تین کر کے نمبر ہوتے ہیں ڈائریکٹر ”ٹیک ون“۔ ”ٹیک ٹو“۔ ”ٹیک تھری“۔ کے ذریعہ موقع محل کی مناسبت اور ضرورت کے مطابق ہدایت دیتا جاتا ہے۔ جس کیمرے کا نمبر بولتا ہے وہی کیمرہ کام کرتا ہے۔ ڈائریکٹر اسکرپٹ میں کیمرے کا نمبر سین کے ساتھ درج کرتا جاتا ہے۔

اس قسم کی ہدایت کے لئے دو کالمی ہیئت بہت کارآمد ہوتی ہے کیونکہ اس میں ٹیک پوائنٹ کی نشاندہی حرکت و عمل کے ساتھ بہ آسانی ہو جاتی ہے اور مکالمہ و بیانیہ کے علاوہ ڈائریکٹر کے نوٹ کو بھی آسانی سے درج کیا جاسکتا ہے۔ ڈائریکٹر کے ٹیک پوائنٹ کے علاوہ دونری ہدایات جیسے سوپر امپوز۔ ٹائٹل نوٹیشن۔ نقل مکانی یا کوئی اور ہدایات جو ڈائریکٹر دینا چاہے اس کے لکھنے کی گنجائش بھی اس میں ہوتی ہے اس ہیئت کی کچھ خاص باتیں اس طرح ہیں۔

● پورے اسکرپٹ میں صفحہ نمبر دیا جائے۔

● ہر نیا ایکٹ یا سین نئے صفحے سے شروع کیا جائے اور ان کی ابتداء میں لکھا جائے۔

● ”ایکٹ ایک۔ سین ایک، یا ایکٹ تین سین دو۔ اسے جلی حروف میں

لکھا جائے اور اس کے نیچے لائن کھینچ دی جائے۔ 1

اسکرین پلے ہیئت :- اسکرپٹ کی اس ہیئت میں کاغذ کو کالم میں تقسیم نہیں

کیا جاتا۔ بلکہ سین کی وضاحت پورے کاغذ پر درج کی جاتی ہے۔ مکالمہ یا بیانیہ کاغذ کے وسط میں لکھا جاتا ہے۔ مزید تفصیلات درج ذیل ہیں۔

● اگر سین دوسرے صفحے پر جاری رہتا ہے تو صفحے کے آخر میں ”جاری ہے“

لکھنا چاہئے اور نئے صفحے کے اوپری کونے میں بھی ”جاری“ لکھنا چاہئے۔

● اگر مکالمہ دوسرے صفحے پر جاتا ہے تو پہلے صفحے پر جملہ مکمل ہو جانا چاہئے۔

اور دوسرے صفحے پر کردار کے نام کے ساتھ ”جاری ہے“ درج کرنا چاہئے۔

• نئے ایکٹ اور سین کا نمبر۔ کیمرے کا نیا زاویہ، نیا شارٹ، خصوصی اثرات کو ظاہر کرنے والے الفاظ اور سین میں ہدایات دینے والی اصطلاحیں جیسے ”کٹ“ اور ”ڈیزالو“ کو جلی حروف میں ہونا چاہئے۔

• کرداروں کے ناموں کو بھی جلی حروف سے نمایاں کرنا چاہئے، کچھ اسکرپٹ نگار صرف ابتداء میں ہی کرداروں کے ناموں کو جلی کرتے ہیں۔ مگر بعض حضرات ہر جگہ جلی کرتے ہیں۔ دونوں طریقے مروج ہیں۔

• صفحے کے داہنی طرف ڈیڑھ انچ اور بائیں طرف ایک انچ کا حاشیہ ہونا چاہئے۔

• مکالمے اور بیانیے صفحے کے وسط میں آئیں اس کے لئے داہنی طرف تین انچ اور بائیں طرف دو انچ کی جگہ چھوڑی جائے۔

• اس ہیئت میں کردار کا نام مکالمے کے اوپر صفحے کے وسط میں آتا ہے اس کے لئے داہنی طرف سے چار انچ جگہ چھوڑ کر لکھنا چاہئے۔

• صفحے کے اوپر اور نیچے بھی ایک ایک انچ کا حاشیہ ہونا چاہئے۔

• صفحہ نمبر اوپر سے آدھا انچ اور بائیں طرف سے ایک انچ چھوڑ کر لکھنا چاہئے۔

یہ ایک روایتی ہیئت ہے جو عموماً فلم کے لئے استعمال ہوتی تھی۔ اور ایسے پروگراموں کی شوٹنگ کے لئے جو ایک کیمرے سے ہو۔ یہ ہیئت لوکیشن شوٹنگ یعنی اسٹوڈیو سے باہر کی شوٹنگ کے لئے زیادہ کارآمد ہے عموماً اس میں کیمرے کا زاویہ بھی درج نہیں کیا جاتا۔ اس کا پورا پورا اختیار ڈائریکٹر کو دیا جاتا ہے وہ جس زاویے سے چاہے شارٹ لے۔ 1

ڈاکومنٹری اسکرپٹ :- ڈاکومنٹری کے لئے اسکرپٹ تحریر کرنے سے پہلے شوٹنگ کر لی جاتی ہے۔

پھر شوٹنگ کئے ہوئے مواد کے پیش نظر اسکرپٹ تحریر کی جاتی ہے، تاکہ بصری نشانات کو ایک ڈھانچے کے اندر ترتیب دیا جاسکے اس میں بیانیہ، بصری نشانات میں ربط

پیدا کرنے یا وضاحت کے لئے ہوتا ہے۔ لہذا ڈاکومنٹری کے اسکرپٹ کے نام پر شوٹنگ سے پہلے صرف ایک خاکہ سا تیار کر لیا جاتا ہے۔ جو ڈائریکٹریا کیمرہ مین کی رہنمائی یا مدد کے لئے ہوتا ہے۔

لیکن شوٹنگ کے بعد جب اسکرپٹ تیار کی جاتی ہے تو دو کالمی ہیئت میں ہی تحریر کی جاتی ہے۔ ایک کالم میں آڈیو اور دوسرے کالم میں ویڈیو تحریر ہوتا ہے۔ اسکرپٹ فلم یا ویڈیو ٹیپ تیار کرنے کا پہلا مرحلہ ہے مگر اس کے دوسرے مرحلے بھی اسکرپٹ سے منسلک ہیں اس لئے ان کے بارے میں بھی یہاں گفتگو کر لینا مناسب ہوگا۔ دراصل ویڈیو ٹیپ و فلم پروگرام تیار کرنے کے پورے مرحلے کو چار حصوں میں بانٹا جاتا ہے۔

● (Writing) لکھنا: اسکے ذریعے ریسرچ کر کے اسکرپٹ کو پروان چڑھاتے ہیں
 ● (Pre production): پروڈکشن سے پہلے: یعنی اسکرپٹ کو ریکارڈ کرنے یا فلمانے سے پہلے کی تیاریاں۔ یہ تیاریاں پروڈکشن اور پوسٹ پروڈکشن پر محیط ہوتی ہیں۔

● (Production) پروڈکشن: اسکرپٹ کو، فلم۔ ویڈیو ٹیپ۔ آڈیو ٹیپ یا ان سب پر ریکارڈ کرنا۔

● (Post Production) پروڈکشن کے بعد: یعنی ریکارڈ کی ہوئی تصاویر و آوازی حصے کو ایڈٹ کر کے کسی پروگرام کو مکمل کرنا۔

لکھنا: اس مرحلے کی ابتدا اس وقت ہوتی ہے جب کوئی پروڈیوسر موکل یا خریدار کسی اسکرپٹ نگار سے کسی موضوع پر اسکرپٹ تیار کرنے کو کہتا ہے۔ سب سے پہلے پروڈیوسر اور رائیٹر کی میٹنگ ہوتی ہے۔ جس میں پروگرام کی تفصیلات یعنی مسئلے موضوع اور مواد کا تعین ہوتا ہے۔ پھر رائیٹر مختلف ذرائع سے مواد اکٹھا کرتا ہے۔ مواد جمع کرنے کے طریقہ کار اور ذرائع کا انحصار پروگرام کے موضوع اور نوعیت پر ہوتا ہے۔ کچھ رائیٹر دو کاغذات تیار کرتے ہیں ایک پر اسکرپٹ اور دوسرے پر ٹریٹمنٹ لکھتے ہیں۔ کبھی کبھی کچھ پروڈیو

سر مواد کا خاکہ یا تلخیص تیار کرنے کو کہتے ہیں۔ رائیٹر اکثر اسکرپٹ کا پہلا دوسرا اور تیسرا مسودہ تیار کرتا ہے۔ اسکرپٹ کا آخری مسودہ تیار ہو جانے کے بعد پروڈیوسر، ڈائریکٹر اور خریدار مل کر اسے پردے پر بصری پیکروں کے ذریعے پیش کئے جانے کے امکانات پر غور کرتے ہیں۔ ترمیم و اضافے کے بعد اسکرپٹ کو منظوری دے دیتے ہیں۔ یہیں پروڈیوسر اخراجات کا اندازہ لگاتا ہے۔

پروڈکشن سے پہلے: اسکرپٹ کے منظور ہو جانے کے بعد رائٹر کی موجودگی ضروری نہیں ہوتی کبھی کبھی ضرورت پڑنے پر اسے بلا لیتے ہیں۔ ڈائریکٹر کبھی کبھار اس سے کسی سین کی تصویری پیش کش کے بارے میں مشورہ کر لیتا ہے، یا کبھی کسی سین میں ترمیم یا اضافے کے لئے اسے بلا لیتا ہے۔

رائیٹر کی موجودگی یا غیر موجودگی میں اب اسکرپٹ ہی سب کی توجہ کا مرکز بن جاتی ہے۔ شوٹنگ شروع کرنے سے پہلے کا یہی وہ مرحلہ ہے جس میں وہ سارے انتظامات کئے جاتے اور وہ تمام لوازمات مہیا کرائے جاتے ہیں جو ہر طرح سے مکمل شاٹ لینے کے لئے ضروری ہوتے ہیں یہیں پورے پروڈکشن کا طریقہ کار اور پروگرام طے ہوتا ہے۔ ان سب تیاریوں میں کتنا وقت لگتا ہے یہ منحصر ہوتا ہے آپ کی اسکرپٹ کی نوعیت پر۔ اسکرپٹ میں جتنے کردار ہوں گے اسی کے لحاظ سے اداکاروں کا انتخاب اور ان سے معاہدہ ہوگا اسکرپٹ میں جتنے مقامات دئے گئے ہوں گے یا سین کی مناسبت سے مقامات کا انتخاب کر کے ان کا معائنہ کرنا ہوتا ہے کہ کیا وہ پروڈکشن کی ضروریات کے مطابق ہیں کیا وہاں لائٹ ساؤنڈ کے آلات اور دوسرے آلات کو استعمال کیا جاسکے گا اور پروڈکشن ٹیم کے افراد کی ذاتی ضروریات فراہم ہو سکیں گی۔ اگر اسکرپٹ کسی عالیشان سیٹ کی مانگ کرتی ہے تو اسکرپٹ کی تفصیلات کے مطابق اسے بنایا سجا یا سنوارا جاتا ہے۔ اسکرپٹ نگار جہاں ضمنی جزئیات کو بھی مکمل کرنے کی تاکید کر دیتا ہے۔ وہاں صرفے اور وقت پر دھیان دیئے بغیر جزئیات کو مکمل کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

پروڈکشن: تمام تیاریاں مکمل ہو جانے کے بعد شوٹنگ کا کام شروع ہوتا ہے۔ یہاں اس بات کی کوشش کی جاتی ہے کہ کم سے کم وقت میں شوٹنگ کا کام مکمل کر لیا جائے۔ کیونکہ یہ بہت مشکل مہنگا اور گنجلک کام ہوتا ہے۔ شوٹنگ کے لئے عموماً تین سے سات لوگوں کے عملے کی ضرورت ہوتی ہے جس میں مندرجہ ذیل لوگ شامل ہوتے ہیں۔

● DIRECTOR:- اس شخص پر اسکرپٹ کو فلم ویڈیو یا آڈیو ٹیپ پر

منتقل کرنے کی پوری ذمہ داری ہوتی ہے۔

● ASSTT. DIRECTOR: اس پر بھی کام کا کافی بوجھ ہوتا ہے۔ کیونکہ یہ ڈائریکٹر

کا دست راست ہوتا ہے۔

● LIGHTING DIRECTOR, CAMERA OPERATOR:

یہ شخص روشنی کا انتظام کرتا اور کیمرے کے استعمال کا ذمہ دار ہوتا ہے۔

● SOUND ENGINEER:- یہ فرد آواز کو ریکارڈ کرنے کی ذمہ داری

نبھاتا ہے۔

● GOFFER:- یہ لائٹ ڈائریکٹر کا پہلا نائب ہوتا ہے۔

● GRIP:- یہ عام لیبر اسٹنٹ ہوتا ہے۔

● PRODUCTION ASSTT.:- یہ پروگرام کا عام اسٹنٹ ہوتا ہے جو عام

انتظامات میں مدد کرتا ہے۔

رائیٹر کے لکھے ہوئے اسکرپٹ کو مکمل کرنے یا فلمانے کے لئے ان

تمام لوگوں کو بہت محنت مشقت اٹھانی پڑتی ہے۔ بہت وقت صرف کرنا ہوتا

ہے۔ پروڈکشن کے نقطہ نظر سے یہ بہتر ہوتا ہے کہ مقام اور وقت کا خصوصی طور پر

تعیین نہ کیا جائے۔ بلکہ ایسی چیزوں کے انتخاب کا اختیار ڈائریکٹر کو دے

دیا جائے۔ 1

اسکرپٹ کو پروڈکشن میں سہولت پیدا کرنے کے لائق بنانے کے لئے ایک طریقہ یہ بھی استعمال کیا جاسکتا ہے کہ کسی سین کو لکھ کر بار بار یہ تصور کیا جائے کہ کاغذ پر جو کچھ لکھا گیا ہے اسے کسی مقام پر کیمرے کے سامنے مکمل تفصیل کے ساتھ عملاً کس طرح پیش کیا جائے گا۔ کیا یہ سب کچھ مقررہ وقت کے اندر اس طرح عملاً پیش کیا جاسکے گا کہ کیمرہ اسے ریکارڈ کر لے۔ پھر یہ تصور کرنا چاہئے کہ مطلوبہ اثرات اس سے سادہ اور آسان طریقے سے پیش کئے گئے سین کے ذریعے مرتب کئے جاسکتے ہیں یا نہیں۔ اگر یہ ممکن ہے تو سین کے اندر ترمیم کر لینی چاہئے۔ ورنہ جوں کا توں رہنے دینا چاہئے۔ اس بات کو مندرجہ ذیل مثال سے بھی سمجھا جاسکتا ہے۔ صورت حال کچھ اس طرح ہے۔

غروب آفتاب کا وقت ہے۔ حامد اپنی کار میں بیٹھ کر کوٹھی کے گیٹ سے باہر نکل رہا ہے کہ اس کی بیوی خالدہ باہر سے ہاتھ میں کچھ تھیلے اٹھائے ہوئے وہاں آجاتی ہے حامد کار روک کر کار کی کھڑکی سے سر باہر نکال کر کہتا ہے۔

حامد : سجاد کی طبیعت پھر خراب ہوگئی ہے۔ اس کی بیوی کا فون آیا تھا۔
میں وہی جا رہا ہوں۔

خالدہ : ارے یہ تو بہت برا ہوا۔ آپ جلدی جائیے اور فون پر مجھے اس کا حال بتائیے گا۔

حامد : لیکن وہ ہمارا ڈنر کا پروگرام۔

خالدہ : دیکھا جائے گا میں گھر میں کچھ بنا لوں گی۔

حامد : ٹھیک ہے میں چلتا ہوں۔

خالدہ : فوراً فون کیجئے گا۔

حامد : ٹھیک ہے۔

اس سین کی شوٹنگ میں کئی قباحتیں ہیں۔ کیونکہ غروب آفتاب کے وقت کی شوٹنگ بہت مشکل ہوتی ہے۔ اس وقت ہر پل روشنی کم ہوتی جاتی ہے اور اس کا رنگ بھی

بدلتا جاتا ہے پھر سڑک کے قریب کی شوٹنگ میں ٹریفک کی آمد و رفت اور شور پر قابو پانا مشکل ہو جاتا ہے اور جب تک دوسری آوازوں پر قابو نہیں پایا جائے گا مکالموں کی ادائیگی اور آواز کا معیار اچھا نہیں ہوگا۔

اگر اس سین کو اس طرح کر دیا جائے کہ حامد کے گھر سے باہر نکلنے کے پہلے ہی ابھی وہ الماری سے اپنا کوٹ نکال رہا ہو تب ہی خالدہ کال بل بجائے اور پھر سارا مکالمہ گھر کے اندر ادا ہو تو شوٹنگ میں کافی آسانی ہو جائے گی یہاں تک کہ باہر والی شوٹنگ میں ایک گھنٹے لگیں گے تو اندر والی شوٹنگ بیس منٹ میں ہو جائے گی۔

اگر ایسی تبدیلی سے قصے پر واقعے پر نقطہ نظر کی پیش کش و وضاحت پر کوئی اثر نہ پڑ رہا ہو تو کر لینی چاہئے۔

پروڈکشن کے بعد: شوٹنگ مکمل ہو جانے کے بعد یہ مرحلہ شروع ہوتا ہے۔ اس میں شوٹنگ کی ہوئی فلم یا ٹیپ کی اڈیٹنگ کی جاتی ہے۔ اڈیٹنگ کا کام مرصع سازی کے مترادف ہے۔ آپ کے سامنے سونے کا ڈلا رکھا ہو۔ خواہ کتنا ہی قیمتی ہو۔ نہ اس میں کوئی حسن ہوگا نہ اسے استعمال کیا جاسکے گا۔ جب تک مرصع ساز تراش خراش کر نگینوں کو جڑ کر اسے زیور کی شکل نہ دے دے۔ کچھ یہی صورت شوٹنگ کی ہوئی فلم یا ٹیپ کی ہوتی ہے۔ اڈیٹنگ کرنے والا زائد چیزوں کو کاٹ چھانٹ کر نکالتا ہے۔ مختلف چیزوں کو جوڑ کر ربط تسلسل پیدا کرتا ہے۔ کسی چیز کو ایک مقام سے ہٹا کر دوسرے مقام پر رکھتا ہے۔ دو تین زاویے سے لئے گئے۔ شاٹ کا موازنہ کر کے سب سے مناسب و موزوں شاٹ کو فٹ کرتا ہے۔ اس طرح ایڈیٹر خام مال کو تیار مال میں تبدیل کرتا ہے۔ اس کے لئے ایڈیٹر اسکرپٹ کی اس ماسٹر کاپی کو اپنے ساتھ رکھتا ہے۔ جس پر اسٹنٹ ڈائریکٹر یا پروڈکشن اسٹنٹ نے نوٹ لکھے تھے۔

ٹیلی ویژن کی اصناف

ڈاکومنٹری اور فیچر:

ڈاکومنٹری یا فیچر میں خبریں ہوتی ہیں، اطلاعات ہوتی ہیں۔ حال کے کسی مسئلے کو زیر بحث لایا جاتا ہے یا تاریخ کے کسی واقعے کو پیش کیا جاتا ہے۔ یہ ادبی (تعلیمی) ہو سکتی ہے، تہذیبی ہو سکتی ہے یا کوئی ایسی چیز جس کا بظاہر اپنے عہد کے کسی مسئلے سے کوئی تعلق نہ ہو۔

لیکن ڈاکومنٹری براہ راست نہ خبر ہوتی ہے نہ انٹرویو نہ مذاکرہ، البتہ یہ چیزیں اس میں کہیں نہ کہیں موجود ضرور ہوتی ہیں۔ ماہرین کا ماننا ہے کہ ڈاکومنٹری خبر، خصوصی واقعات، فیچر موسیقی اور ڈرامے کا امتزاج ہوتی ہے۔ یہ تریسل کی تخلیقی اصناف کے امتزاج کے ذریعے ماضی و حال کو پیش کرتی اور مستقبل کے امکانات کو واضح کرتی ہے۔ اس کے ذریعے کبھی کبھی یہ سب کچھ ایک واحد پروگرام میں سما جاتا ہے۔ جس کا انداز بیک وقت ڈرامائی علمی و جذباتی صورت حال سے ملوث ہوتا ہے۔ کچھ ناقدین ڈاکومنٹری کو خبریں اور اطلاعات پہنچانے کا بہترین فن تصور کرتے ہیں۔ لیکن ڈاکومنٹری مطلع کرنے کے ساتھ ساتھ ایک نقطہ نظر (View point) بھی پیش کرتی ہے۔ یا اس کا کوئی نہ کوئی مقصد بھی ہوتا ہے اور خاص بات یہ ہے کہ ڈاکومنٹری خیالی باتوں کے بجائے حقیقت اور سچائی پر مبنی ہوتی ہے¹

ایک اچھی ڈاکومنٹری کسی شہر علاقے یا ملک کی سیاسی، سماجی، اقتصادی یہاں تک کہ قانونی ترقی پر مثبت اثرات مرتب کرتی ہے، اکثر فیچر اور ڈاکومنٹری کو ایک ہی تصور کیا جاتا ہے مگر رابرٹ ایل، ہیرالڈ فیچر اسے کہتا ہے جس میں کسی مسئلے کو

1. Robert L. Hilliard, Writing Television Radio and New Media, USA, 1999, p165

پیش نہ کیا گیا ہو اور نہ کسی خاص موضوع کی طرف کوئی نقطہ نظر ہو۔

ڈاکومنٹری وہ ایسی تخلیق کو کہتا ہے جس میں کسی مسئلے پر اس طرح روشنی ڈالی گئی ہو کہ دیکھنے اور سننے والے اس سے متاثر ہو کر اس مسئلے کے حل کے لئے عملاً اٹھ کھڑے ہوں¹۔ ہیرالڈ کا خیال ہے کہ فیچر کسی واقعے، صورت حال، کسی شخص، منصوبے، تجویز یا تصور کے بارے میں براہ راست رپورٹ ہوتا ہے مثال کے طور پر ملک کے کسی ایسے شخص کے حالات زندگی پیش کئے جائیں جو کسی وجہ سے بے گھر ہو گیا ہے تو یہ فیچر ہے۔ اگر اسی کے ساتھ ساتھ یہ خیال بھی شامل کر دیا جائے کہ بے گھر لوگوں کی مدد کرنا برادری کی اہم ذمہ داری ہے تو یہ فیچر ڈاکومنٹری کے دائرے میں داخل ہو جائے گا۔

کسی نئی فیکٹری کے روز بروز کے پروڈکشن پر کچھ پیش کرنا فیچر ہے مگر اسے ایسی مثالی فیکٹری کے طور پر پیش کیا جائے جو اپنے منافع میں اپنے کامگاروں کو بھی حصہ دیتی ہے اور یہ نظر یہ پیش کیا جائے کہ اس سے ان فیکٹریوں کو سبق لینا چاہئے جو کم اجرت پر کامگاروں سے کام کروا کر ان کا استحصال کرتی ہیں، تو یہ ڈاکومنٹری ہو جائے گی۔

گرمی کی چھٹیوں میں مقامی چڑیا گھریا آگرہ جا کر تاج محل دیکھنے کا ایک سفر نامہ (TRAVEL LOGUE) فیچر ہوگا۔ لیکن اگر شہر کی گندگی سے بیماری پھیلنے کے خدشے یا فضائی آلودگی کے مضر اثرات پر کوئی چیز پیش کی جائے تو یہ ڈاکومنٹری ہوگی۔ فیچر یا ڈاکومنٹری دونوں فن کاری کا اچھا نمونہ ہو سکتے ہیں۔ بس دونوں کا مقصد تھوڑا سا مختلف ہوتا ہے۔

اسپیشل ایونٹ (SPECIAL EVENT): اسپیشل ایونٹ پر بھی کبھی کبھی فیچر کا دھوکا ہوتا ہے۔ فیچر ایک منصوبے کے تحت خصوصی طور پر اسکرپٹ کی شکل میں کسی اسٹیشن کے ذریعے تیار کیا گیا پروگرام ہوتا ہے، جب کہ اسپیشل ایونٹ زندگی کا ایسا واقعہ ہوتا ہے جو واقعی رونما ہوا ہو اور اسے عام آدمی میں سے کسی نے منظم کیا ہو۔ (عام آدمی سے مراد

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television Radio and New Media, USA, 1999,p165

غیر میڈیا پرسن ہے) اسپیشل ایونٹ بہ نسبت فیچر یا ڈاکومنٹری کے، خبر سے زیادہ قریب ہوتی ہے۔ یہ کبھی کبھی غیر متوقع بھی ہوتی ہے جب کہ فیچر یا ڈاکومنٹری پہلے سے منصوبہ بنا کر تیار کی جاتی ہے۔

اسپیشل ایونٹ کسی سربراہ مملکت کی کسی شہر میں آمد، کسی فلم کے اداکاروں کی موجودگی میں اس کا پری میئر شو یا کسی خاص عمارت کا افتتاح ہو سکتی ہے۔ لیکن فیچر ان واقعات کا احاطہ کرتا ہے جن میں کسی ادارے مثلاً صحت عامہ کا ادارہ ایڈس کی روک تھام کے لئے کون سے اقدام اٹھا رہا ہے۔ ڈاکومنٹری اس سے اور آگے بڑھ کر اس میں کوئی نظریہ بھی داخل کرتی ہے۔

تجربہ کار ڈاکومنٹری پروڈیوسر DONHEWITT کا کہنا ہے:

"The key to 60 Minute's (60 Minutes Documetary) success is a combination of good old-fashioned reporting and recognising people who have an ability to tell stories rather than simply reporting an envents" 1.

اس بیان سے واضح ہوا کہ اسٹوری بیان کرنا خبر کی رپورٹنگ سے بالکل مختلف ہے مزید یہ کہ فیچر اور ڈاکومنٹری میں ڈرامہ ہوتا ہے، گہرائی ہوتی ہے، ناظرین اور موضوع سے ایک ربط (Empathy) ہوتا ہے جو اسپیشل ایونٹ میں نہیں ہوتا۔ پھر یہ کہ اسپیشل ایونٹ کا وقت مقرر نہیں ہوتا جب کہ فیچر اور ڈاکومنٹری کا وقت مقرر ہوتا ہے۔ گو کہ ڈاکومنٹری اور فیچر دونوں مسائل، واقعات یا اشخاص سے متعلق ہوتے ہیں۔ جن کا تعلق حال یا ماضی

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television Radio and New Media, USA, 1999,p166

سے ہوتا ہے۔ پھر بھی وہ خبر نہیں ہوتے۔ دونوں بہ ظاہر نظر آنے والی چیزوں کی تہہ میں جاتے ہیں۔ خصوصاً ڈاکومنٹری زیادہ گہرائی میں جاتی ہے کہ اصلیت زیادہ واضح کر سکے۔ فیچر اصولاً مطلع کرتا ہے جب کہ ڈاکومنٹری کسی مسئلے پر سوچنے پر مجبور کرتی اور احساس دلاتی ہے۔ ڈاکومنٹری کو زیادہ سے زیادہ انکشاف کرنے والا ہونا چاہئے۔ جو کچھ ہوا اس کی وجوہات بتائے۔ اس سے جن لوگوں کے جذبات متاثر ہوئے ہیں ان کی نشاندہی کرائے۔ مزید یہ کہ ماہرین کی اور جن لوگوں کے متاثر ہونے کے امکانات ہیں۔ ان کی آرا و خیالات پر بھی روشنی ڈالے۔ فیچر عموماً معروضیت کو ظاہر کرتا ہے۔ جب کہ ڈاکومنٹری تعبیر و توصیف کے ساتھ ایک نقطہ نظر بھی پیش کرتی ہے۔

لکھنے کا طریقہ: فیچر اور ڈاکومنٹری دونوں ہی گہری اور محتاط ریسرچ، تجزیے اور تشخیص کا مطالبہ کرتے ہیں۔ دونوں میں ہی خبر، انٹرویو، مباحثہ، ڈرامہ، تقریر اور موسیقی کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔

دونوں کے لئے پہلے ایک آؤٹ لائن تیار کی جاتی ہے۔ موضوع کے انتخاب کے بعد رائیٹر کو ایک مکمل آؤٹ لائن تیار کر لینا چاہئے۔ پھر یہ دیکھنا چاہئے کہ انٹرویو، ریکارڈنگ، خاندان کے فوٹو گراف ڈائری یا اور دوسرے مواد میں سے کیا کیا مل سکتا ہے۔ آؤٹ لائن اسی امکان پر تیار کی جاتی ہے۔ پھر مکمل ریسرچ کے بعد ایک ابتدائی اسکرپٹ تیار کی جاتی ہے جس میں تمام حاصل شدہ مواد کو استعمال کیا جاتا ہے۔

فارم یا ہیئت: ڈاکومنٹری اور فیچر دونوں ڈرامے کی ہیئت میں ہو سکتے ہیں۔ مگر اس طرح نہیں جیسے ایک افسانوی ڈرامہ ہوتا ہے۔ بلکہ انھیں کسی صورت حال کی معتبر حقیقی پیش کش ہونا چاہئے۔

گوکہ ایسے پروگرام حقیقی اعداد و شمار، اطلاعات اور تعلیمی مواد پر منحصر ہوتے ہیں۔ مگر انھیں ایڈیٹنگ اور بیانیے کے ذریعے دل چسپ بنایا جاسکتا ہے۔ یہاں یہ کہنے کی

چنداں ضرورت نہیں کہ یہ دونوں بیانیئے میں بھی ہو سکتے ہیں بلکہ ڈاکومنٹری کے لیے تو بیانیہ ایک لازمی جز ہے۔ مگر اس کی زیادتی اچھی نہیں بیانیئے کی زیادتی سے پروگرام کوئی تعلیمی انٹرویو یا لکچر لگنے لگتا ہے۔ لہذا اس سے احتراز کرتے ہوئے بیانیئے کے ذریعے چیزوں کو اختصار کے ساتھ مبسوط طریقے سے پیش کرنا چاہئے۔

فیچر اور ڈاکومنٹری سے ملتی ہوئی ایک چیز ڈاکو ڈراما ہوتی ہے۔ جس میں حقیقت اور افسانے کا امتزاج پیش کیا جاتا ہے، مثال کے طور پر ہم کردار تو حقیقی لیں مگر اس کی زندگی کے واقعات میں افسانہ داخل کر دیں، یا واقعات تو حقیقی لیں مگر اس میں کردار غیر حقیقی ہوں۔ یہ بھی ہو سکتا ہے کہ کردار و واقعات دونوں حقیقی ہوں مگر ان کی تفصیلات کو خیالی طور پر امکانی بنانے کی کوشش کی جائے جیسا کہ معلومات کے خلا کو پُر کرنے کے لئے کیا جاتا ہے، زندگی سے سیکڑوں کردار اور واقعات حاصل کئے جاسکتے ہیں جنہیں نیم حقیقی بنا کر پیش کیا جاسکتا ہے۔

طریقہ کار: فیچر اور خصوصاً ڈاکومنٹری میں حقیقی اشخاص کے حقیقی الفاظ ہوتے ہیں۔ اگر وہ شخص حیات نہیں ہے یا اس تک رسائی ممکن نہیں ہے اور اس کی آواز کی ریکارڈنگ بھی نہیں ہے تو اس کی تحریر ڈائری، خطوط (مطبوعہ یا غیر مطبوعہ) یا متحرک وغیر متحرک تصاویر کو شامل کیا جاسکتا ہے پھر واقعات کے پس منظر کی اصل آواز و ویزوول کو لیا جائے۔

اکثر ان تمام چیزوں کا آپس میں ربط نہیں ہوتا مگر انہیں ساتھ رکھ کر آؤٹ لائن کے مطابق اس طرح ایڈٹ کیا جائے جن سے ڈرامائی حرکت اور ربط و تسلسل پیدا ہو جائے۔

اب مسئلہ یہ اٹھتا ہے کہ شروع کس طرح کریں۔ یہ دونوں ہیئتیں، غیر نزاعی موضوعات کو لے کر شروع کی جاسکتی ہیں۔ مگر سب سے زیادہ یہ خیال رکھنا چاہئے کہ کون سا

موضوع عوام کی دل چسپی کا ہے۔ یہ ایڈس کا مسئلہ ہو۔ سرکاری عملے کے کرپش کا معاملہ ہو یا جنگ سے تباہی کے امکانات بہر حال اس کے لئے ہمیں سب سے پہلے:

- موضوع اور نظریے کا تعین کر لینا چاہئے۔ کیا یہ کوئی آب جیکٹو (Objective) معروضی حقیقی فیچر ہوگا یا کوئی (Subjective) موضوعی ڈاکومنٹری۔

- اس کے لئے ایک آزمائشی یا ابتدائی آؤٹ لائن بنالیں۔ جو کسی سڑک کا نقشہ نہ ہو بلکہ عام ہدایات ہوں۔

- گہرائی سے رسرچ کریں۔ لائبریریاں کھنگالیں، لوگوں تک پہنچیں، مقام تک پہنچیں۔ اور جو زبانی یا تحریری مواد حاصل ہو اس کا گہرائی سے مطالعہ کریں۔
- ڈائریکٹرو پروڈیوسر کے ساتھ بیٹھ کر آؤٹ لائن پر اچھی طرح غور و خوض کر لیں۔
- پھر مکمل اسکرپٹ لکھ ڈالیں۔

- ترمیم و اضافہ ہوتا رہتا ہے۔ دوسری یا تیسری بار لکھنے پر جب اسکرپٹ ایک شکل اختیار کرنے لگتی ہے تو موقع محل اور پس منظر کی ضرورت کے مطابق اس میں سے کچھ چیزوں کو نکالنا پڑتا ہے۔ (خصوصاً انٹرویو والے مواد میں سے) اس دوران کچھ نیا مواد حاصل ہو جاتا ہے تو بنیادی نظریے سے مناسبت اور ضرورت کے تحت اس میں کچھ داخل بھی کرنا پڑتا ہے۔

- کچھ موضوعات آؤٹ لائن میں امکانی طور پر داخل کر لیے جاتے ہیں۔ اگر وہ تمام کوشش کے باوجود حاصل نہ ہو سکیں تو انھیں ترک کرنا پڑتا ہے، اور اسی مناسبت سے آؤٹ لائن میں تبدیلی ہو جاتی ہے۔

- تمام ترمیم و اضافے کے بعد مکمل اسکرپٹ تیار ہو جائے تو اس پر، پروڈیوسر اور ڈائریکٹر کے ساتھ بیٹھ کر نظر ثانی کرنی چاہئے۔

• گوکہ ڈاکومنٹری میں کسی ایک نظریے پر زور ہوتا ہے۔ مگر مسئلے کے تمام رخوں کو پیش کرنا چاہئے۔ اس سے بنیادی نظریے کو مدد ملتی ہے۔ نظریہ ہر صورت میں اہم ہوتا ہے۔ خواہ پروگرام کسی چھوٹے اسٹیشن کے لئے کم پیسے میں بنایا جا رہا ہو یا کسی نیٹ ورک کے لئے بڑے بجٹ سے۔

• ٹیلی ویژن ڈاکومنٹری ویفجر میں راوی (NARRATOR) بہت اہم رول ادا کرتا ہے مگر جب تک وہ کوئی بڑی شخصیت نہ ہو اسے پس پردہ ہی رہنا چاہئے۔ اور ویزوئل کی مناسبت سے صرف اس کی آواز آتی رہے۔

• چیزوں کو بیان کرتے وقت ان کا ویزوئل اسکرین پر آتا رہے۔

• جیسے ہی موقع ملے اس میں حقیقی اور زندہ چیزوں کو داخل کر دینا چاہئے۔ مثلاً کسی کا انٹرویو۔ مگر انٹرویو دینے والے کو راوی کا بدل نہیں ہونا چاہئے۔

• اختتام کا ربط گذری ہوئی چیزوں سے ہونا چاہئے اور اختتام تک واقعات میں ربط و تسلسل قائم رہے۔

• ڈاکومنٹری کا پروڈکشن آسان ہوتا ہے۔ اسے کم سے کم ساز و سامان کے ذریعے پیش کیا جاسکتا ہے۔

• ڈاکومنٹری عموماً 60 منٹ کی ہوتی ہے۔ مگر منی ڈاکومنٹری کا رواج بھی کافی مقبول ہو گیا ہے۔ یہ پندرہ سے بیس منٹ کی ہوتی ہے۔ اسے لکھنے اور پروڈیوس کرنے کا سارا طریقہ وہی ہے۔ جو 60 منٹ کا ہے۔ اس میں صرف پیچیدگی سے پرہیز کیا جاتا ہے اس میں چیزیں صاف اور سیدھے طریقے سے پیش ہوتی ہیں۔

• سوانحی ڈاکومنٹری بھی کافی مقبول ہوتی ہے۔ اس میں کسی شخص کے حالات زندگی پیش کرتے ہوئے تاریخی ترتیب کو سختی سے ملحوظ رکھنا چاہئے اور اسٹوری صیغہ ماضی میں ہی بیان ہونی چاہئے خواہ صاحب سوانح حیات ہی کیوں

نہ ہو۔ سوانحی اسٹوری، صاحب سوانح حیات ہو پھر بھی، دوسروں کے ذریعے ہی بیان ہونی چاہئے خود اس کی زبانی نہیں۔¹

انٹرویو:

انٹرویو ٹیلی ویژن کی ایک ایسی صنف ہے جو اپنی مستقل حیثیت بھی رکھتی ہے۔ اور اسے ضمنی طور پر دوسرے بہت سے پروگراموں میں بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ انٹرویو کی بنیادی طور پر تین قسمیں ہوتی ہیں۔

● OPINION (رائے حاصل کرنے والا) انٹرویو۔

● INFORMATION (اطلاعاتی) انٹرویو۔

● PERSONALITY (شخصیت پر روشنی ڈالنے والا) انٹرویو۔

OPINION انٹرویو: جو کسی ذاتی رائے پر انحصار کرے وہ اوپینین انٹرویو ہے۔

ایسے انٹرویو عموماً کسی اہم شخصیت کے ہوتے ہیں، یا اپنے میدان کے ماہرین کے۔ ان میں کبھی کبھی شخصیات اور اطلاعاتی انٹرویو کی جھلک بھی آ جاتی ہے۔ اس میں انٹرویو کرنے والا پہلے تعارف کراتا ہے۔ پھر سوال کرتا ہے اور پھر جواب میں سے مزید سوالات نکالتا ہے۔ انٹرویو ٹیپ کیا جا رہا ہو یا براہ راست ٹیلی کاسٹ ہو رہا ہو۔ انٹرویو دینے والے کو پہلے سے موضوع اور اس کے نکتے بتادینے چاہئیں۔

INFORMATION انٹرویو: اس انٹرویو کی اطلاعات عوام سے حاصل

کی جاتی ہیں۔ یہ کسی واقعے سے متعلق کوئی عام آدمی بھی ہو سکتا ہے اور کوئی اہم شخصیت بھی، اس کا بنیادی مقصد معلومات حاصل کرنا ہوتا ہے۔ اس میں انٹرویو دینے والا کبھی براہ راست حقیقی اطلاعاتی مواد مہیا کر دیتا ہے اور کبھی اطلاعاتی مواد میں اپنا اعتقاد و نظر یہ شامل کر دیتا ہے۔

PERSONALITY انٹرویو: یہ عموماً کسی شخص کے ذاتی رجحانات، اعتقادات، نظریات اور عمل کو ظاہر کرنے کے لئے ہوتا ہے۔ ایسے انٹرویو کا سوال نامہ تیار کرنے کے لئے صاحب انٹرویو کی شخصیت کے پس منظر سے انٹرویو لینے والے کو پوری طرح واقف ہونا چاہئے۔ سوالات کی ایک آؤٹ لائن بنا کر صاحب انٹرویو سے پہلے تفصیلی گفتگو کر لینی چاہئے۔ تاکہ گہرائی سے سوالات تیار کئے جاسکیں اور انھیں منطقی ترتیب سے رکھا جاسکے۔

ٹیلی ویژن اور ریڈیو کے انٹرویو کی تین صورتیں ممکن ہیں۔

● انٹرویو کا مکمل اسکرپٹ پہلے سے تیار کر لیا جائے جس میں مکمل سوال و جواب شامل ہوں۔

● یا یہ صرف آؤٹ لائن کی شکل میں ہو۔ جہاں سوال و جواب کی ایک عام سمت مقرر کر لی جائے۔ مگر حقیقی الفاظ فی البدیہہ ادا کئے جائیں۔

● یا اس کے لئے کوئی تیاری ہی نہ کی جائے اور پورے کا پورا فی البدیہہ ہی ہو۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے انٹرویو میں ایسا بہت کم ہوتا ہے کہ انٹرویو کا مکمل

اسکرپٹ پہلے سے تیار کر لیا جائے یا وہ مکمل فی البدیہہ ہو۔

پہلے سے اسکرپٹ تیار کئے ہوئے انٹرویو کی عبارت کتابی نوعیت کی ہو جاتی

ہے۔ سوائے اس کے کہ صاحب انٹرویو اور انٹرویو لینے والا دونوں میڈیا کے اتنے ماہر فن کار

ہوں کہ تحریری عبارت کو بھی فی البدیہہ بنا کر پیش کر دیں۔ ایسا عموماً نہیں ہوتا۔

دوسری طرف بالکل زبانی انٹرویو میں ایک خطرہ یہ رہتا ہے کہ صاحب انٹرویو

زیادہ باتونی ہوا تو پریشانی ہو جاتی ہے اور انٹرویو لینے والے کے لئے انٹرویو میں نظم و ضبط

اور سوالات میں منطقی ترتیب قائم رکھنی مشکل ہو جاتی ہے۔

لہذا زیادہ تر انٹرویو آؤٹ لائن کی شکل میں لکھے جاتے ہیں۔ پہلے انٹرویو لینے

والا، رائیٹر اور پروڈیوسر مل کر تجویز کئے گئے موضوع پر سوالات کی شکل میں ایک خاکہ بنا لیتے

ہیں۔ پھر گہری اور مناسب ریسرچ کے بعد مناسب سوالات تیار کرتے ہیں اس سے انٹرویو

لینے والے کو تیار کئے گئے اہم سوالات کے متوقع جواب کا اندازہ ہو جاتا ہے اور ضمنی سوالات میں آسانی ہو جاتی ہے۔ اس کے لئے انٹرویو سے پہلے صاحب انٹرویو کے ساتھ ایک ابتدائی کانفرنس ہو جائے تو آسانی رہتی ہے۔ صاحب انٹرویو کبھی کبھی خود مناسب سوالات کی طرف اشارہ کر دیتا ہے۔ اس سے رائیٹر متوقع سوالات کو ذہن میں پہلے سے اچھی طرح ترتیب دے لیتا ہے۔ اگر اصل سوالات موجود ہوں اور متوقع جوابات کا اندازہ ہو جائے تو آگے کے سوالات تو انھیں جوابات پر منحصر ہوتے ہیں۔ البتہ کانفرنس نہ ہونے کی صورت میں متوقع جوابات ان جوابات کے آگے کے سوالات سب رائیٹر کو خود ہی سوچنے پڑتے ہیں۔ لیکن اگر صاحب انٹرویو پر اچھی طرح ریسرچ کر لی جائے تو زیادہ مشکل نہیں ہوتی اور سوالات میں یک رنگی متوقع رہتی ہے۔ صاحب انٹرویو سے اگر پہلے ملاقات نہ ہو سکے تو کوشش کرنی چاہئے کہ وہ پروگرام شروع ہونے سے پہلے ہی آجائے تاکہ اس کے ساتھ کچھ تبادلہ خیال یا رہسل ہو سکے۔

کامیاب انٹرویو کا راز تیاری میں پوشیدہ ہے جتنی اچھی تیاری ہوگی اتنا ہی کامیاب انٹرویو ہوگا۔ تیاری سے مراد یہ ہے کہ رائیٹر کو ہر چیز کے بارے میں گہرائی تک جانا چاہئے۔ انٹرویو لینے والے کو صاحب انٹرویو سے قربت ہو اس کے پس منظر، اس کی فکر اور نظریے کا علم ہو۔ مثال کے طور پر اگر کسی مصنف کا انٹرویو کسی کتاب کے حوالے سے لینا ہے تو جس نے کتاب توجہ سے پڑھی ہے وہ زیادہ مناسب، صحت مند اور منطقی سوالات کر سکے گا اور جس نے کتاب ٹھیک سے نہیں پڑھی ہے وہ کامیاب انٹرویو لینے سے قاصر رہے گا۔ لہذا صاحب انٹرویو کے بارے میں ہر ممکن معلومات حاصل کرنا چاہئے۔ اسی طرح اس موضوع پر بھی مکمل معلومات حاصل کرنا چاہئے جس پر آپ انٹرویو لے رہے ہیں۔ اگر صاحب انٹرویو نے کچھ لکھا ہے یا اس کے بارے میں کچھ لکھا گیا ہے تو اسے ہر صورت میں حاصل کرنا چاہئے۔

اس کے لئے لائبریری پہلا پڑاؤ ہے آرکائیو سے بھی چیزیں حاصل کی جاسکتی ہیں۔ اگر صاحب انٹرویو یا موضوع کا تعلق گورنمنٹ سے ہے تو گورنمنٹ کی فائلوں میں

مواد مل سکتا ہے۔ صاحب انٹرویو یا موضوع کے ماہرین سے رابطہ قائم کرنے میں بھی تکلف نہیں کرنا چاہئے۔

ایسے سوالا کر کے اپنا اور صاحب انٹرویو کا وقت برباد نہیں کرنا چاہئے جس کے با معنی اور دانشمندانہ جواب ملنے کی توقع نہ ہو یا جن کے جوابات کہیں اور مل سکتے ہوں۔ انٹرویو کے لئے براہ راست معلومات پر بھروسہ کرنا چاہئے۔ جو معلومات کئی واسطوں سے ہوتی ہوئی آتی ہے وہ مسخ ہو جاتی ہے لہذا انٹرویو کے لئے پہلے ان لوگوں سے بات کرنی چاہئے جو صاحب انٹرویو کو ذاتی طور پر جانتے ہیں پھر ان لوگوں سے جو چشم دید گواہ ہوں۔ پھر ان لوگوں سے جو اس میں براہ راست ملوث ہوں۔ پھر ان لوگوں سے جو صاحب انٹرویو یا موضوع کو دوسرے ذرائع سے جانتے ہوں۔

انٹرویو کی ریسرچ کے ذرائع کا انتخاب پوری توجہ سے کرنا چاہئے، اور اس بات کی پوری طرح تسلی کر لینا چاہئے کہ جو معلومات حاصل کی گئی ہیں وہ پوری طرح درست ہیں۔ ذرائع جو کچھ کہتے ہیں اس کی درستگی کا تخمینہ خود بھی لگانا چاہئے۔ اس میں داخل ہونے والے متوقع ذاتی نقطہ نظر سے ہوشیار رہنا چاہئے۔ پہلے حقیقت جاننا چاہئے تعویلات و توجیہات بعد میں اور ان دونوں میں کنفیوز نہیں ہونا چاہئے۔ اگر جواب پوری طرح نہ سنے جا سکیں تو انہیں دہرانا چاہئے۔ معلومات کو کسی چیز پر تھریپ کر لیا جائے، یادداشت کے بھروسے نہ چھوڑا جائے۔ سامعین یا ناظرین کی ریسرچ، ٹاک شو یا انٹرویو کے لئے بھی اتنی ہی ضروری ہے جتنی کسی اور پروگرام کے لئے۔

انٹرویو کے اسکرپٹ کا ڈھانچہ کچھ اس طرح کا ہوتا ہے کہ اس کا ابتدائیہ اور اختتامیہ لکھا جاتا ہے۔ ابتدائیہ میں صاحب انٹرویو کا تعارف شامل ہوتا ہے۔ اشتہارات کی آمد اور اخراج واضح کیا جاتا ہے۔ پھر درمیان میں سوالات اور ان کے امکانی جوابات کی نشاندہی ہوتی ہے۔ اختتامیہ کا حجم اس بات پر منحصر کرتا ہے کہ آپ کا انٹرویو کتنا لمبا ہے۔ کچھ انٹرویو موضوع اور صاحب انٹرویو کے تعارف سے شروع ہوتے ہیں اور کچھ سیدھے سیدھے سوالات سے شروع ہو جاتے ہیں اور بیچ میں کہیں صاحب انٹرویو

موضوع کا تعارف آجاتا ہے۔ ویسے ابتداء میں ہی صاحب انٹرویو کا تعارف بہتر ہوتا ہے۔ بہت سے نوآموز رائٹر بھول جاتے ہیں کہ کچھ ناظرین صاحب انٹرویو کی شخصیت مشہور ہونے کے باوجود اسے شکل سے نہیں پہچانتے۔ لہذا صاحب انٹرویو کا نام نظر انداز ہو جاتا ہے۔

صاحب انٹرویو اگر کسی خاص پیشے سے جڑا ہوا ہے۔ یا اس کا کوئی لقب ہے یا اس کے پاس کوئی اچھا ہنر ہے یا اسے کوئی کمال حاصل ہوا ہے تو اس کا ذکر ہونا چاہئے۔ اس سے ناظرین زیادہ متوجہ ہوتے ہیں اور ان کی دل چسپی بڑھتی ہے۔

ابتداء میں ہی یہ بات واضح ہو جانی چاہئے کہ انٹرویو کی غرض و غایت کیا ہے اس کا مقصد و استعمال کیا ہے۔

ذاتی و نزاعی سوالات سے انٹرویو کا آغاز کرنا مناسب نہیں۔ اس میں صاحب انٹرویو شروع سے ہی دفاعی ہو جاتا ہے اور ٹال مٹول و حیلہ حوالہ کرنے لگتا ہے۔ لہذا بہتر یہ ہے کہ ابتداء میں پس منظر والے سوالات کئے جائیں جس سے صاحب انٹرویو کا میدان مہارت واضح ہو جائے اور وہ پرسکون رہے۔

صاحب انٹرویو سے عوام کی دل چسپی والے سوالات پوچھے جائیں تو انٹرویو میں دلچسپی بڑھتی ہے۔ خالص معلوماتی و خبری قسم کے سوالات انٹرویو میں دل چسپی کم کرتے ہیں۔ سوالات اس طرح تیار کئے جائیں کہ انٹرویو میں گفتگو کا انداز قائم رہے۔ یہ صاحب انٹرویو کی کمٹری نہیں ہونا چاہئے۔ ایسے سوالات بھی نہیں کرنے چاہئیں جن سے ایک ہی بات کو گھما پھرا کر جواب میں دہرانا پڑے صاحب انٹرویو کے منہ میں اپنے الفاظ بھی نہیں رکھنے چاہئیں اور ایک سوال سے دوسرے سوال کے درمیان اتنا وقفہ دینا چاہئے کہ صاحب انٹرویو جواب میں جو کچھ کہنا چاہ رہا ہے اسے مکمل کر لے۔

مذاکرہ یا مباحثہ:

اس پروگرام کا مقصد تبادلہ خیال، معلومات حاصل کرنا اور ممکن ہو تو کسی مسئلے کے حل تک پہنچنا ہوتا ہے۔ خواہ مکمل حل ہو یا حل کی طرف اشارہ ہو۔ اسے انٹرویو سے

کنفیوز نہیں کرنا چاہئے۔ انٹرویو کا مقصد جواب حاصل کرنا ہوتا ہے نہ کہ تبادلہ معلومات۔ مذاکرے کے لئے پہلے سے کوئی مکمل اسکرپٹ تیار کر لینا ممکن نہیں ہوتا۔ کیوں کہ اس میں شامل ہونے والوں کو یا کنونر کو پہلے سے اندازہ نہیں ہوتا کہ ایک دوسرے کا رد عمل، طرز ادایا لہجہ کیا ہوگا خواہ انھیں موضوع پہلے سے بتا ہی کیوں نہ دیا جائے۔

دوسری طرف اگر بالکل کوئی تیاری نہ کی جائے تو مذاکرے میں ربط و ترتیب برقرار رکھنا مشکل ہو جاتا ہے اور گفتگو منظم ڈھنگ سے آگے نہیں بڑھ پاتی۔ لہذا بہتر یہ ہوتا ہے کہ مذاکرے سے پہلے ایک خاکہ تیار کر لیا جائے تاکہ اس کے عام خطوط کا تعین ہو جائے اور مذاکرے میں حصہ لینے والے لوگ زیادہ ادھر ادھر نہ بہکیں۔ اس کے علاوہ اس میں حصہ لینے والوں کا تعارف، ابتدائی، اختتامیہ اور کہیں مناسب موقع پر پورے پروگرام کا خلاصہ یا لب لباب اس خاکے کا حصہ ہو سکتا ہے۔

مذاکرے کے موضوع کی خاص خاص باتیں، آؤٹ لائن کی شکل میں، مذاکرے میں شرکت کرنے والوں کو اگر پہلے دے دی جائیں تو انھیں جو کچھ کہنا ہے اسے اچھی طرح ترتیب دے لیں گے۔ کسی رسرچ یا اعداد و شمار کی ضرورت ہوگی تو اسے حاصل کر کے آئیں گے۔ اس سے مذاکرے میں وزن و گہرائی پیدا ہوگی۔ خاکہ بناتے وقت رائٹر کو چاہئے کہ وہ ان مسائل کی نشاندہی کرے جو زیر بحث آئیں گے، اور اس ترتیب کو ملحوظ رکھے جس میں مذاکرہ آگے بڑھے گا، اور اگر ممکن ہو تو ہر نکتے کے لئے ہر حصہ لینے والے کا وقت مقرر کر دے۔ اگر ہو سکے تو مذاکرے میں شریک ہونے والا ہر شخص رائٹر پروڈیوسر یا ڈائریکٹر سے مل کر اپنے نظریات کو پہلے سے ترتیب دے لے اور پروگرام شروع ہونے سے پہلے تمام حصہ لینے والے اس خاکے کی روشنی میں تبادلہ خیال کر لیں تو مذاکرہ بہت اچھے ڈھنگ سے آگے بڑھتا ہے۔ اگر پہلے سے تیاری نہ کی جائے تو بے جا تکرار کا خطرہ بڑھ جاتا ہے۔ آؤٹ لائن بناتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ مختلف فکر و نظریات کے لوگوں کو برابر موقع دیا جائے۔ اسی کے ساتھ یہ خیال بھی رکھنا چاہئے کہ مذاکرے میں شامل ہونے والے سبھی لوگ اگر تمام مسائل پر متفق ہو جائیں تو

پروگرام میں ناظرین کی دل چسپی ختم ہو جاتی ہے۔

ٹیلی ویژن مذاکرے میں تصویری پہلو کو بھی ہمیشہ مد نظر رکھنا پڑتا ہے۔ گو کہ اس میں تصویری پہلو بہت سادہ ہوتے ہیں۔ پھر بھی موضوع سے متعلق جوش و ولولہ اور پسندیدگی و ناپسندیدگی کے اثرات کو تاثرات کے ذریعے گہرا کرنے میں مدد ملتی ہے۔

مذاکرے کی تین چار صورتیں ہو سکتی ہیں۔ یہ تقریر کی صورت میں بھی ہو سکتا ہے جس میں باری باری سب کو بولنے کا موقعہ دیا جائے یا گروپ کی شکل میں مثلاً تین ایک طرف ہو گئے اور تین لوگ دوسری طرف۔ اس میں ایک گروہ مثبت نظر یہ اپنائے تو دوسرا منفی۔ یہ پینل کی شکل میں بھی ہو سکتا ہے۔

پینل مذاکرہ: پینل مذاکرے میں کچھ لوگ آمنے سامنے بیٹھ کر کسی مشترکہ دل چسپی کے موضوع پر تبادلہ خیال کرتے ہیں۔ اس کے لئے کوئی بنا بنایا اصول نہیں ہوتا، اور نہ ہی کوئی وقت کی قید ہوتی ہے اور نہ یہ طے ہوتا ہے کہ کون کتنا بولے گا۔

کنونر، جو عام طور سے اس میں حصہ نہیں لیتا، اس کا یہ کام ہوتا ہے کہ وہ مباحثے کی نگرانی کرتا رہے کہ مذاکرہ اس کے ہاتھ سے نکل نہ جائے یا موضوع سے دور نہ جا پڑے۔ اس میں رائے پیش کرنے میں شرکاء کا انداز غیر رسمی ہوتا ہے۔ کبھی کبھی ایسے موافقے بھی آتے ہیں کہ دو شرکاء میں تیز تیز بحث ہونے لگتی ہے۔ یہاں کنونر کو یہ دیکھنا چاہئے کہ مذاکرہ ایک یا دو لوگوں تک محدود نہ ہو جائے۔ مزید یہ کہ شرکاء اگر کسی نتیجے تک نہ پہنچ سکیں تو کنونر کو ناظرین کے لئے خود خلاصہ کر دینا چاہئے۔

پینل مذاکرے کو پینل کوئز یا پینل انٹرویو سے خلت ملت نہیں کرنا چاہئے یہ ان سب سے مختلف ہوتا ہے۔

اس کے لئے بھی اسکرپٹ کے نام پر ایک خاکہ تیار کیا جاتا ہے۔ جس میں کنونر کے ابتدائیہ جملے شرکاء کا تعارف۔ مسلے یا موضوع کا تعارف۔ کچھ اصل موضوع کے تحت ذیلی موضوعات (جنہیں پروگرام سے پہلے شرکاء کو دیا جاسکتا ہے)۔ آخر میں اختتامیہ ہوتا ہے۔

براہ راست یا رواں پیش کش: رواں پیش کش میں بہت سے

پروگرام ہو سکتے ہیں۔ مثلاً تقریری مقابلہ، بیت بازی، موسیقی کا پروگرام۔ تصویروں کی نمائش، مذہبی تیوہار کا جلوس، 26 جنوری کی ریڈیا کھیل کود کا کوئی پروگرام۔

اس قسم کے تمام پروگراموں کی براہ راست پیش کش کے لئے جو خاکہ بنایا جاتا ہے وہ قریب قریب ایک جیسا ہوتا ہے۔ البتہ پروگرام کے مزاج کے اعتبار سے مواد میں تھوڑی بہت تبدیلی یا اضافہ ہو جاتا ہے۔

دوسرے پروگراموں کی طرح ریڈیو اور ٹیلی ویژن رواں تبصرے میں بھی فرق ہوتا ہے۔ ریڈیوں میں حرکت و عمل اور کیفیات یا صورت حال کی ہلکی سی تبدیلی کی تفصیل بھی بیان کرنی پڑتی ہے۔ جب کہ ٹیلی ویژن میں راوی یا مبصر، جو کچھ نظر آ رہا ہے اس میں اپنی وضاحت سے صرف رنگ بھرتا ہے۔

ایسے پروگراموں کا اسکرپٹ ٹیلی ویژن کے لئے تیار کیا جاتا ہے تو پہلے پروگرام کا ابتدائیہ و اختتامیہ دیا جاتا ہے اور ان دونوں کے درمیان کچھ ایسی چیزیں بھی دی جاتی ہیں جن سے پروگرام رنگین ہو جائے۔ خاص طور سے ایسے پروگرام جو ست رفتاری سے چلتے ہوں یا جن میں وقفہ آتا ہو تو اس وقفے کو پر کرنے کے لئے کچھ دینا پڑتا ہے۔

گوکہ اس میں زیادہ تر چیزیں مبصر فی البدیہہ بولتا ہے لیکن اس کے لئے کچھ چیزیں تحریر میں بھی ہو سکتی ہیں تاکہ ہر لمحہ پر رہے۔ مثلاً پیش ہو رہے پروگرام کے پہلے کے اعداد و شمار، چارٹ و گراف کے ذریعے دکھائے جاسکتے ہیں۔ جائے وقوع کا ماحول و موسم، ناظرین کی تعداد اور پروگرام کی تاریخ کی اہم شخصیات و واقعات کے بارے میں بتایا جاسکتا ہے۔ جو لوگ پروگرام پیش کر رہے ہیں یا پروگرام میں حصہ لے رہے ہیں۔ ان کی شخصیت اور مرتبے پر بھی روشنی ڈالی جاسکتی ہے۔ پروگرام میں حصہ لینے والوں کے بارے میں کوئی بھی ایسی چیز پیش کی جاسکتی ہے جو ناظرین کی دل چسپی کا باعث ہو۔ یا جو حرکت عمل، کی وضاحت میں معاون ہو۔ اس قسم کی چیزیں پہلے سے ریکارڈ کر کے ٹیلی کاسٹ کرنے والوں کے پاس موجود ہوں تاکہ جہاں ضرورت ہو فوری طور پر استعمال کر لیں۔

یہاں پھر یہ سوال اٹھتا ہے کہ ایسے پروگراموں کے لئے اسکرپٹ تیار ہوتی ہے یا صرف خاکہ۔ دراصل یہاں اسکرپٹ اور خاکے کا فرق بھی واضح ہو جانا چاہئے۔ اسکرپٹ میں خاکے سے کچھ زیادہ ہوتا ہے۔ خاکے میں عموماً اہم نکتے ترتیب سے تحریر کر لئے جاتے ہیں۔ مگر اسکرپٹ میں اعداد و شمار اور بہت سی دوسری معلومات قدرے تفصیل سے دی جاتی ہیں۔ اسکرپٹ میں کچھ ایسے مختصر پیرا گراف ہوتے ہیں جو پس منظر کو واضح کر کے پیش کرتے ہیں۔ یا کوئی ایسی تحریر ہوتی ہے جو کسی پروگرام کا کوئی اہم دل چسپ پہلو پیش کرتی ہو۔ خصوصاً جب کسی ہیئت کے تحت کوئی اسکرپٹ لکھی جا رہی ہے تو بہت سی جگہوں پر صرف سلسلہ جاری رکھنے کے لئے بھی کچھ چیزیں لکھی جاتی ہیں۔ جب کہ خاکے میں یہ سب نہیں ہوتا۔

رواں پیش کش کے پروگرام اکثر بغیر اسکرپٹ تیار کئے ہی صرف ایک خاکے کے ذریعے ہی پیش کر دیئے جاتے ہیں، اور مبصر فی البدیہہ ہی سلسلہ جاری رکھنے میں کامیاب ہو جاتا ہے۔ مگر ایسی صورت میں مبصر کا اس فن سے واقف ہونا ضروری ہوتا ہے۔ جو پروگرام میں پیش کیا جا رہا ہے۔

ایسے پروگراموں کا خاکہ تیار کر لینے سے مبصر کو یہ معلوم رہتا ہے کہ اشتہارات کہاں کہاں آئیں گے اس سے پیش کش میں آسانی ہو جاتی ہے۔

بچوں کے پروگرام: بچوں کے لئے کچھ لکھنے سے پہلے یہ بات دماغ میں رہنی چاہئے کہ بچوں کا ذہن و دماغ اور ان کے جذبات بہت نازک ہوتے ہیں بہت جلد متاثر ہو جاتے ہیں۔ مغرب میں تو بچوں کے ٹیلی ویژن رائٹر کو یہ صلاح دی جاتی ہے کہ بچوں کے پروگرام کے منصوبوں کو عملی شکل دینے سے پہلے بچوں کے ماہر نفسیات اور وکیل سے گفتگو کر لینی چاہئے۔

بہر حال بچوں کے لئے لکھنے کا بنیادی نکتہ ہے، تخیل کی وسعت و گہرائی۔ کیوں کہ بچوں کی قوت تخیلہ بھی بہت وسیع، پر جوش اور متحرک ہوتی ہے، وہ کسی بھی خیالی قصے کہانی کو قبول کر لیتے ہیں اگر اسے قابل قبول بنانے کے لئے کوئی مناسب بنیاد فراہم کر دی

جائے۔ مثلاً اگر کردار، صورت حال اور ماحول قابل یقین ہے اور پلاٹ منطقی طریقے سے پروان چڑھا ہے تو واقعہ یا قصہ قابل قبول ہوگا۔

الگ الگ عمر کے بچے الگ الگ چیزوں کو پسند کرتے ہیں۔ آٹھ سال سے کم عمر کے بچے ہلکی پھلکی منطق کو سمجھتے ہیں۔ لہذا سادے پلاٹ کے ڈرامے اور فوق فطری عناصر پر مشتمل کہانیاں ان کے لئے پرکشش ہوتی ہیں۔ اور اس عمر کے بچے ان تمام چیزوں میں دل چسپی لے سکتے ہیں جو پیچیدہ نہ ہوں۔ آٹھ نو سال سے زیادہ عمر کے بچے مہمات سے پر کہانیوں میں دل چسپی لیتے ہیں جس میں وہ ہیرو اور ہیروئن کی جگہ اپنے آپ کو رکھتے ہیں۔ کچھ اور بڑے ہو جاتے ہیں تو روزانہ اخبار کے کچھ حصے بھی پڑھنے لگتے ہیں اور ٹیلی ویژن پر Citcom کارٹون اور ڈاکومنٹری بھی دیکھنا پسند کرتے ہیں اور حقیقی زندگی کے واقعات و افکار پر اپنا رد عمل ظاہر کرنے لگتے ہیں۔ چنانچہ بچوں کے تمام پروگراموں کو شیریں، نازک اور خوبصورت نہیں ہونا چاہئے بلکہ کچھ پروگراموں کو مسائل اور مہمات سے پر بھی ہونا چاہئے۔

راوی یا کردار کے ذریعے بچوں تک براہ راست پہنچنا چاہئے۔ چیزیں سادہ اور صاف ہوں مگر ان پر سرپرستی کا انداز نہ ہو۔ مکالموں کی زیادتی مناسب نہیں البتہ انہیں شوخی سے بھرپور، حرکت و عمل سے مملو رنگین تصورات کے ذریعے پیش کیا جائے تو زیادہ موثر ہوں گے۔ بچے زیادہ دیر تک کسی چیز پر توجہ مرکوز نہیں رکھ پاتے لہذا انہیں نئے نئے تجربات اور نئی نئی فکر سے گزارنا یعنی ان کے سامنے نئی نئی چیزیں جلدی جلدی لانا چاہئے۔ کسی بھی غیر واضح اور الجھی ہوئی چیز سے گریز کرنا چاہئے۔ اگر کوئی اخلاقی چیز پیش کر رہے ہیں تو وہ براہ راست واضح اور یقینی ہو۔

بڑوں کے ڈراموں کی طرح بچوں کے ڈراموں میں بھی تشویش (SUSPENSE) ایک اہم جز ہے۔ کرداروں کو تصادم سے دوچار کرانا چاہئے۔ اس سے فرق نہیں پڑتا کہ وہ تصادم کتنا سادہ ہے۔ تاکہ ان کے اندر تجسس قائم رہے۔

ٹیلی ویژن اور ریڈیو ڈراما :

ڈراما ڈراما ہے خواہ اسے اسٹیج پر پیش کیا جائے، لیزر نیم کے ذریعے پردہ سیمیں پر یا ریڈیو ٹیلی ویژن پر، بنیادی طور پر وہ ڈراما ہی رہتا ہے۔ البتہ پیش کش کے ذرائع کی مخصوص ضروریات کے تحت اس کے اصولوں میں تھوڑی بہت تبدیلی آجاتی ہے۔ لہذا اس سلسلے میں ڈرامے کا مشہور نقاد BRANDER MATTHEWS اپنی کتاب THE DEVELOPMENT OF DRAMA میں لکھتا ہے:

"The rules of play writing are universal. They apply generally to the structure of the play written for the stage, Film, Television or Radio. The rules are modified in thier specific application by the particular medium's special requirement"¹

یہی نقاد ڈرامائی اصولوں کے بارے میں لکھتا ہے:

" Dramaturgic principle are not rules laid down by theoretical critics, who have rarely any acquaintance with the actual theater, they are laws inherent in the nature of art itself, standing eternal, as immetegable today as when sophocles was alive, or Shakespeor or Moliere".²

اس طرح یہ کہا جاسکتا ہے کہ ڈراما لکھنا ایک مشکل تخلیقی عمل ہے جو خدا داد

1. Robert.L.Hilliard, *Writing Television and New Media*, USA, 1999, p346

2. Ibid. p346

صلاحیت محنت لگن اور مشق کے اتصال سے وجود میں آتا ہے۔ صرف ڈرامائی اصول سیکھ لینے سے ڈراما نہیں لکھا جاسکتا کیوں کہ ذہانت امنگ اور جوش سکھانے کا کوئی اصول نہیں ہے۔ ڈرامے کا استاد زیادہ سے زیادہ یہ بتا سکتا ہے کہ خدا داد ڈرامائی صلاحیتوں کو ڈرامائی اصولوں کے ذریعے کس طرح عیاں کیا جائے۔ لیکن یہ بھی ایک مقالے کے چند صفحات میں پیش کرنا مشکل ہے۔ ڈرامے کے اصولوں کے لئے ایک ضخیم کتاب بھی ناکافی ہوگی۔ لہذا یہاں صرف ٹیلی ویژن ورڈیو کی مخصوص ضروریات کے اصولوں کو اختصار کے ساتھ پیش کرنے کی کوشش کی جائے گی۔

اگر سنجیدگی سے الیکٹرانک میڈیا کے لئے ڈراما لکھنا ہو تو پہلے حتی الامکان اسٹیج ڈراما لکھنے کی تکنیک کو سمجھنا چاہئے۔ تب ہی ویڈیو ڈراما لکھنے کی مستحکم بنیاد فراہم ہو سکے گی۔ اس کے لئے ادبی روایات سے بھی پوری واقفیت ہونی چاہئے۔

اٹھارہویں صدی تک، ایک آدھ ڈراما نگار کو چھوڑ کر جس میں خاص طور سے شیکسپیر کا نام آتا ہے، پلاٹ یا ڈرامائی حرکت و عمل، ڈرامے کا غالب عنصر تھا۔ بلکہ یہ کہنا بیجا نہ ہوگا کہ پلاٹ ہی سب سے اہم جز تھا۔ کردار اور مکالمے اس میں فٹ کر دیئے جاتے تھے۔ لیکن جدید ڈرامے میں کردار کو سب سے زیادہ اہمیت حاصل ہے۔ اس میں پلاٹ وہی شکل اختیار کرتا ہے جو کرداروں کی شخصیات اسے عطا کرتی ہیں، اور مکالمے زیادہ تر کرداروں کی شخصیت کو نمایاں کرنے کے لئے ہی ہوتے ہیں۔

ڈرامے کی ہیئت میں بنیادی طور پر چار اجزا ہوتے ہیں۔ کردار، پلاٹ مکالمہ اور زبان جن کا موضوع سے یک رنگی کے ساتھ متحد ہونا ضروری ہے۔ ہر چیز کا الگ الگ اختتام کی طرف متحد ہونا تاثر کو بڑھا دیتا ہے۔ کرداروں کی حرکات و واقعات کو یکا یک وقوع پذیر نہیں ہونا چاہئے۔ بلکہ اس کے لئے ناظرین کو پہلے سے منطقی طور پر تیار کرنا چاہئے۔ ناظرین کو ذہنی طور پر تیار کرنے کے لئے پہلے انھیں واقعات کے پس منظر کی آگاہی دینی چاہئے۔ لیکن پس منظر ایسا ہو جس میں کرداروں کی شخصیت کو نمایاں ہونے کا موقع مل سکے۔

جب کردار، موضوع اور پس منظر کا تعین ہو جائے تو ہر ایک کو گہرائی سے تخلیق کریں۔ اس کے لئے جتنی زیادہ ریسرچ ممکن ہو کی جائے تاکہ اپنے ڈرامے کے امکانات سے آپ اچھی طرح مانوس ہو جائیں۔

ہر کردار کا الگ الگ تفصیلی تجزیہ کر لینا چاہئے تاکہ کرداروں کی مکمل تصویر ان کی زندگی کے نشیب و فراز ہر وقت سامنے رہیں۔ کرداروں کا الگ الگ پس منظر بھی تیار کر لینا چاہئے۔ اور یہ پس منظر صرف اس دوران کا نہ ہو جب وہ حرکت و عمل میں ناظرین کے سامنے ہیں۔ بلکہ ڈرامے کی ابتداء سے پہلے کا بھی ہو یہاں تک کہ ان کے آبا و اجداد کا بھی جوان کی شخصیت پر اثر انداز ہوا ہے۔

کرداروں کے تجزیے و تحلیل سے پہلے ہی ان کے بولے جانے والے مکالموں کی نوعیت لہجے و اسلوب کا تعین ہوگا۔ کرداروں کو ایک مفروضہ صورت حال میں رکھ کر ان کے مکالموں کو لکھ کر ایک بار پرکھ لینا چاہئے۔ یہاں یہ یاد رکھنا چاہئے کہ مکالمے حقیقی گفتگو سے قریب ہونے کے بجائے زیادہ جامع، بلند آہنگ، تہہ دار، بامعنی اور مختصر ہوں۔ ہر کردار اپنی حیثیت و شخصیت کے پس منظر کے مطابق گفتگو کرے۔¹

ڈراما حقیقی انسانوں یا حقیقی زندگی کو ہو بہو پیش نہیں کرتا جیسا کہ ڈاکومنٹری میں ہوتا ہے۔ لیکن اسے عظمت اور بلندی عطا کرتا ہے۔ اسی طرح ڈرامے کے مکالمے بھی حقیقت کی نقالی کے بجائے مائل بہ عظمت و جامعیت ہوتے ہیں۔ حقیقی مکالمے ہو سکتا ہے کہ کبھی کبھی رنگین اور ڈرامائی ہوں۔ مگر عموماً یہ سست رفتار اور غیر متحرک ہوتے ہیں۔

مکالموں کو کرداروں کی شخصیت کو استحکام بخشنے والا ہونا چاہئے اور اسے پورے ڈرامے میں کرداروں پر مرکوز رہنا چاہئے۔ اسے پلاٹ کو آگے بڑھانا اور کرداروں کو نمایاں کر کے پیش کرنے والا ہونا چاہئے۔

ٹیلی ویژن ڈرامے میں مکالموں کا بدل اکثر تصویریں (VISUAL) پیش کرتی

1. Robert L. Hilliard, Writing Television and New Media, USA, 1999, p349

ہیں یہ نہ صرف صورت حال کو آگے بڑھادیتی ہیں بلکہ صورت حال کی تشریح و توضیح بھی کرتی ہیں۔ ایسے مکالموں کے وقت کو، جن میں کردار کسی چیز، جگہ یا محسوسات کی وضاحت کر رہے ہوں، ایک شاٹ یا ایک کلوز اپ بہت مختصر کر دیتا ہے۔ اسی لئے اس میں مکالموں کے بجائے تصویروں پر توجہ مرکوز رکھنا چاہئے اور مکالمے کم سے کم استعمال کرنے چاہئیں۔

ٹیلی ویژن ڈرامے کے مکالمے لکھتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ یہ بالکل صاف واضح اور باآسانی ناظرین کی سمجھ میں آجائیں اور پلاٹ کو آگے بڑھائیں۔ یہ مختصر اور جامع ہوں ان میں تکرار سے گریز کیا جائے۔

لیکن ٹیلی ویژن کے برعکس ریڈیو میں، مکالمے، آوازی اثرات، موسیقی اور خاموشی کے ذریعے ہر چیز پیش کی جاتی ہے۔ وہی کرداروں کی شخصیت کو مستحکم کرتے ہیں، پلاٹ کو آگے بڑھاتے ہیں، صورت حال کو مکمل کرتے ہیں، یہاں تک کہ سیننگ اور حرکت و عمل کے بارے میں بھی ناظرین کو بتاتے ہیں، کیوں کہ اس میں ویزوول پیش نہیں کئے جاسکتے۔ ریڈیو کے مکالموں کو کرداروں کا تعارف کرانا چاہئے۔ بتانا چاہئے کہ وہ کون ہیں ان کی سرشت کیا ہے، ان کے بارے میں بتانا چاہئے۔ اسے یہ بھی بتانا چاہئے کہ وہ کہاں ہیں اور کیا کر رہے ہیں۔ لیکن یہ سب کچھ بہت نفاست کے ساتھ ہونا چاہئے۔ کہیں بھداپن نہ آئے اور یہ ظاہر نہ ہو کہ یہ سب کچھ شعوری طور پر کیا جا رہا ہے۔

کرداروں کی تخلیق کے بعد پلاٹ کے لئے زمین ہموار ہو جاتی ہے۔ لہذا پہلے پلاٹ کا ایک خاکہ بنانا چاہئے۔ اس کے لئے سب سے پہلے ایک ابتدائی تصادم کی ضرورت ہوتی ہے جس سے کوئی واقعہ جنم لے سکے۔ یہ تصادم فرد کا فرد سے ہو سکتا ہے۔ انسان کی اپنی خواہشات و جذبات کا ہو سکتا ہے۔ ایک فرد کا گروہ سے ہو سکتا ہے۔ فرد یا افراد کا اپنے سماج سے ہو سکتا ہے۔ مختصر یہ کہ تصادم کتنی قسم کا کتنی نوعیت سے ہو سکتا ہے اس کا تعین کرداروں کی نوعیت پر منحصر ہوتا ہے۔

پلاٹ میں تصادم کا تعین ہو جانے کے بعد عروج کی شروعات ہوتی ہے۔ یعنی تصادم میں آہستہ آہستہ شدت آتی ہے۔ کش مکش اور الجھاؤ پیدا ہوتا ہے اور پلاٹ نقطہ عروج

کی طرف بڑھتا ہے۔ نقطہ عروج وہ مقام ہوتا ہے، جہاں متصادم قوتوں میں سے ایک دوسری پر یا تو پوری طرح حاوی ہو جاتی ہے یا فتح حاصل کر لیتی ہے۔ پلاٹ کو نقطہ عروج تک پہنچنے کے لئے ایک واقعے کے بعد دوسرے واقعے کی شدت میں اضافہ ہوتا جاتا ہے۔ ہر تصادم یا کش مکش صورت حال کو مزید الجھاتی ہے اور ان میں مزید شدت پیدا ہو جاتی ہے۔ یہاں تک کہ تصادم اور کش مکش کو مزید شدید کرنا ممکن نہیں رہ جاتا۔

تصادم کو من مانا نہیں ہونا چاہئے۔ بلکہ اسے کرداروں کی شخصیت کو استحکام دینے والا ہونا چاہئے۔ مثلاً دو افراد میں تصادم اس لئے ہوتا ہے کہ ایک دوسرے کا مزاج، نفسیات، فکر اور طور طریقہ مختلف ہوتا ہے اور یہی اختلاف تصادم کا باعث بنتا ہے۔

جہاں تک زبان کا تعلق ہے ٹیلی ویژن ڈرامے میں، جیسا کہ پہلے کہا گیا، بولے جانے والے الفاظ محدود ہوتے ہیں۔ لیکن جو بھی ہوتے ہیں ان پر وہی اصول منطبق ہوتا ہے جو دوسرے ڈراموں کا ہے۔ یعنی اس کی زبان وہی ہو جو ٹارگٹ ناظرین کی ہے اور وہ صاف شستہ رواں اور بر محل ہو کہ ذہن پر زور دیئے بغیر آسانی سے ناظرین و سامعین کی سمجھ میں آجائے۔ (دوسرے ڈراموں میں ریڈیو ڈرامہ بھی شامل ہے)۔

مزید یہ کہ ٹیلی ویژن کے لئے ڈرامہ لکھتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ ٹیلی ویژن گھروں میں دیکھا جاتا ہے۔ افراد کے تنہا بھی دیکھتے ہیں یا خاندان کے چند افراد ساتھ دیکھتے ہیں۔ یہاں اسٹیج ڈرامے کے برعکس مجمع یا گروہ کی نفسیات کے بجائے فرد کی نفسیات کو ذہن میں رکھنا چاہئے۔

ریڈیو ڈراما زیادہ رواں اور آسان ہوتا ہے۔ اسے بجا طور پر THEATER OF THE IMAGINATION کہا جاتا ہے۔ یہاں صرف ایک پابندی ہوتی ہے اور وہ ہے انسانی تصور کی، ریڈیو ڈرامے میں مقام کی کوئی پابندی نہیں، حرکت و عمل کی یا وقت کی کوئی پابندی نہیں۔ ریڈیو ڈراما نگار سامعین کو کہیں بھی لے جاسکتا ہے اور اپنے کرداروں سے جو بھی چاہے کروا سکتا ہے۔ ریڈیو مختلف قسم کی تصوراتی تصویریں اور صورت حال پیش کر سکتا ہے۔

ڈرامے کی اسکرپٹ کا ارتقاء:

ڈراما نگاری کے اصولوں کو اچھی طرح سمجھنے کے باوجود ضروری نہیں کہ ہم اچھا ڈراما یا ڈراما لکھ لیں۔ اس کے لئے فطری ذکاوت اور کسی محرک کی ضرورت ہوتی ہے جو تخلیقی قوت کو تحریک دے۔ فرض کیجئے یہ چیزیں بھی موجود ہیں پھر بھی ہم ابھی ڈراما لکھنے کے لائق نہیں ہوئے۔ کیوں کہ پہلے ہمیں اس کی کہانی یا پلاٹ کا خاکہ بنانا ہوگا۔ خاکے سے مراد ہے مجوزہ مکمل کہانی، پلاٹ یا اسکرپٹ کا خلاصہ تیار کرنا، جس میں اس کے اہم نکتوں و نشیب و فراز کی نشاندہی ہو۔ کبھی یہ ایک دو صفحات پر محیط ہوتا ہے کبھی آٹھ دس بلکہ پندرہ صفحات پر، یہ اس پر منحصر ہے کہ مجوزہ ڈرامے کا پلاٹ کتنا طویل ہے۔ یعنی یہ آدھے گھنٹے کا پروگرام ہے ایک گھنٹے نوے منٹ کا یا دو گھنٹے کا۔

خاکے سے پروڈیوسر کو یہ اندازہ ہوتا ہے کہ مجوزہ ڈراما بنیادی طور پر کیا ہے۔ اس کے مخصوص پروگرام کے لئے موزوں و مناسب ہے یا نہیں۔ اس سے ڈراما نگار کی محنت اور وقت بچتا ہے۔ اگر وہ مکمل اسکرپٹ تیار کر دے اور مخصوص پروگرام کو اس نہ آئے تو اس کی محنت رائیگاں جائے گی۔

پروڈیوسر یا ڈائریکٹر اس لئے بھی پہلے خاکہ یا خلاصہ دیکھنا چاہتے ہیں کہ مجوزہ ڈرامے کا بنیادی خیال یا نظریہ صحیح راستے پر ہے یا نہیں۔ خلاصہ یا خاکہ انہیں اس آجاتا ہے تب ہی وہ مکمل اسکرپٹ تیار کرنے کو کہتے ہیں۔

دیکھا جائے تو خاکہ ڈراما نگار کے لئے بہت معاون ہوتا ہے۔ خاکہ مکمل ہو جانے کے بعد اس کا باریکی سے تجزیہ کرنے سے اندازہ ہو جاتا ہے کہ کمزور حصے کون کون سے ہیں۔ کہاں کہاں خلا ہے۔ ترک، اضافے اور تبدیلی کے ذریعے خاکے ہی کی سطح پر اصلاح کر لینے سے وقت اور محنت دونوں ہی بچ جاتے ہیں۔ اس کے ذریعے خرابیوں اور اچھائیوں تک پہنچ جانا آسان ہوتا ہے اور ڈراما نگار پورے ڈرامے کو دوبارہ لکھنے سے بچ جاتا ہے۔ البتہ خاکہ بھی سین در سین ہی ہونا چاہئے۔ اختصار کے باوجود خاکے میں پلاٹ کا بیان کرداروں کی شخصیت، حرکت و عمل اور نمونے کے لئے کچھ مکالمے تو ہوں ہی اگر ٹیلی ویژن

یافلم کے لئے خاکہ تیار کیا جا رہا ہے تو اس میں کیمرے کے ان مخصوص زاویوں اور تصویری اثرات کو بھی شامل کرنا ہوگا جو مکالمے کی جگہ لیں گے۔ خاکے میں اس بات کی وضاحت ہو جانی چاہئے کہ ڈراما نگار ناظرین کو واقعی کیا دکھانا چاہتا ہے۔¹

سوپ اوپیرا:

اوپیرا ڈرامے کی وہ قسم ہے جس میں کسی قصے کو سر بسر رقص و سرود کے ذریعے پیش کیا جائے۔ اس میں کہانی کے موضوع کے مطابق موسیقی کا استعمال اس طرح ہوتا ہے کہ وہ موقع اور محل کے مطابق اپنے آپ متنوع ہوتی رہتی ہے لیکن کہیں اس کا تسلسل نہیں ٹوٹتا۔ یورپ میں اس صنف کی مقبولیت کے پیش نظر ان ڈراموں کو بھی اوپیرا کہا جانے لگا۔ جن میں موسیقی کا نہ یہ طور ہوتا تھا اور جو نہ سر بسر رقص پر منحصر ہوتے ہیں۔ بعد ازاں اوپیرا کے نام سے ان نشری ڈراموں کو بھی موسوم کیا گیا جو لمبی لمبی کہانیوں پر مبنی ہوتے اور جنہیں بالاقساط ٹیلی ویژن پر پیش کیا جاتا۔

ابتداء میں اس کی کہانی گھریلو مسائل پر منحصر ہوتی اور عموماً انہیں دن میں گھریلو عورتوں کے لئے پیش کیا جاتا چونکہ انہیں زیادہ تر صابن بنانے والی کمپنیاں اسپانسر کرتیں۔ لہذا دھیرے دھیرے اس میں سوپ کا لفظ شامل ہوتا گیا یہاں تک کہ اس کا نام ہی سوپ اوپیرا پڑ گیا۔

سوپ اوپیرا کی ابتدا امریکہ سے ہوئی لیکن جب یہ شروع ہوا تو اس کا مقصد صرف تفریح نہیں تھا بلکہ اس کے ذریعے سماجی اور ملکی ترقی بھی مطلوب تھی۔ اس لئے ابتدا میں اسے PRO DEVELOP SOAP OPERA بھی کہا گیا ہے۔ ترقی کی تشریح اس طرح کی گئی تھی کہ اس کے ذریعے بڑے پیمانے پر سماجی بدلاؤ لایا جائے۔ جس سے سماجی ترقی بھی ہو اور مادی ترقی بھی، سماجی ترقی میں مساویانہ حق، آزادی اور دوسری اخلاقی

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television and New Media, USA, 1999, p360

قدریں شامل تھیں، مادی ترقی میں ترجیح دی گئی زراعت، خاندانی منصوبہ بندی، صحت عامہ غذا اور تعلیم کو۔

افلاطون نے بہت پہلے یہ نظریہ پیش کیا تھا کہ فنون لطیفہ خصوصاً موسیقی اور المیہ سے انسانی ذہن پر اچھے یا برے بہت سے اثرات پڑتے ہیں۔ ان سے جذبات اور احساسات میں ہیجان پیدا ہوتا ہے لہذا جس چیز سے انسان حظ حاصل کرتا ہے فطری طور پر اسی ڈھانچے اور نہج پر اسکی نشوونما ہوتی ہے اس نقطہ نظر سے پروڈیولپ سوپ اوپیرا کے ذریعے سماجی اثر پذیری کا نظریہ ایک اہم نظریہ تھا سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ اس نظریے کا موجود کون تھا یہ نظریہ آیا کہاں سے؟

عموماً میکسیکو کے ایک تجارتی نٹ ورک ”ٹیلی ویژا“ (Televesa) کو پروڈیولپ سوپ اوپیرا کا موجود اور پہلے پہل عوام میں مقبول بنانے والا مانا جاتا ہے جس نے 1974ء میں اس کی ابتدا کی مسٹر میگول سبیدو (Miguel Sabido) 1988ء تک سوپ اوپیرا کی چھ سیریز پیش کر چکے تھے۔ یہ سب کی سب عوام میں بیک وقت مقبول ہوئیں۔ اور انہیں ناظرین کی بڑی تعداد میسر رہی۔ ابتدا میں ان کے اوپیرا کا بنیادی خیال تعلیمی مسائل کے ارد گرد گھومتا۔ اس سے میکسیکو کے ناظرین کے علم میں اضافہ ہوا، تعلیم بالغان خاندانی منصوبہ بندی، رفاہ نسواں اور جنسی تعلیم کے بارے میں ان کے نقطہ نظر میں تبدیلی آئی۔

لیکن حقیقت یہ ہے کہ ”ٹیلی ویژا“ کو بھی تحریک ملی تھی۔ 1969ء کے پیرو کے ایک سوپ اوپیرا Simple MARRY (Simple Marry) سے جس میں ایک ایسی لڑکی کی کہانی پیش کی گئی تھی، جو دیہی علاقے سے شہر آ کر اپنی محنت لگن اصول پسندی اور سمجھ داری کے بل پر سماج میں اعلیٰ مقام حاصل کرتی ہے۔ چوں کہ اس نے ترقی اپنے سلائی کے ہنر کے ذریعے کی۔ اس لئے سلائی مشین بنانے والی کمپنیوں نے اس اوپیرا کو خوب اشتہار دیا جس سے پروڈیوسر کو کافی مالی فائدہ ہوا۔

مسٹر سبیدو و اتفاقاً طور پر اس سے متعارف ہوئے اور اسی سے سبق لیکر 1970ء

میں ”ٹیلی ویژن“ کے لئے اسی نہج کا سوپ اوپیرا بنانا شروع کیا۔ ان کے پہلے سوپ اوپیرا Vencmmingo (Come with me) کا یہ اثر ہوا (جس کا مرکزی خیال تعلیم بالغان کو بڑھاوا دینا تھا) کہ اس سال دس لاکھ ناخوندہ لوگوں نے تعلیم بالغان کے کلاس میں داخلہ لیا، جو پچھلے سالوں کے مقابلے میں 63 فیصد زیادہ تھا۔

اسی طرح جمائیکا اسرائیل اور دوسرے بہت سے ملکوں میں ایسے تجربے کے گئے جو بے حد مقبول ہوئے اور ان سے کافی سماجی تبدیلی آئی۔ یہاں یہ بات بھی دلچسپی سے خالی نہیں ہوگی کہ سوپ اوپیرا کی کامیابی کا راز کیا تھا۔ میگول سبیڈو نے اپنے اوپیراؤں کو کامیاب بنانے کے لئے پانچ چیزوں پر بہت زور دیا تھا۔ (1) زیادہ سے زیادہ ناظرین کو اپنی طرف راغب کرنا (2) بنیادی مروجہ تہذیبی عناصر پر زور دینا (3) کہانی میں جذبات کو شامل کرنا (4) سماجی ضرورت کی اخلاقی اقدار پر روشنی ڈالنا (5) سماجی تعلیم کے مناسب طریقہ کار کو اپنانا۔

میکسیکو کے سوپ اوپیرا کو ساری دنیا میں پھیلانے میں سینٹر فار پاپولیشن کمیونٹی کیشن انٹرنیشنل نے بہت اہم رول ادا کیا۔ اس سینٹر کا ہیڈ آفس نیویارک میں ہے۔ سینٹر کے پریسڈینٹ ڈیوڈ پونڈیکسٹر (David Poindexter) میگول سبیڈو اور دوسرے کئی لوگ اس بات پر متفق تھے کہ پروڈیولر سوپ اوپیرا کو تیسری دنیا کے ملکوں تک بھی پہنچایا جائے تاکہ انہیں اس سے اپنے ملکی ترقی کے نشانے کو حاصل کرنے میں مدد ملے۔ لہذا ہندوستان،، کینیا، مصر، نائیجیریا اور برازیل کے اعلیٰ افسروں کو میکسیکو آنے اور میگول سبیڈو کی تخلیقات سے مستفیض ہونے کی دعوت دی گئی۔

ہندوستان سے منسٹری آف انفارمیشن اینڈ بڑاڈ کاسٹنگ کے سابق سکریٹری نے اپنے گروپ کی سربراہی کی۔ یہ گروپ 1983ء میں میکسیکو گیا اور وہاں انہوں نے جو کچھ دیکھا اس سے کافی متاثر ہوئے اور یہی تاثر ہندوستان کے پہلے سوپ اوپیرا (سیریل) ”ہم لوگ“ کی پیش کش کا پیش خیمہ بنا جس نے ہندوستانی ٹیلی ویژن کی مقبولیت کو زمین سے اٹھا کر آسمان تک پہنچا دیا۔ اس سیریل کے پیش ہوتے ہی، عوام نے اس میں اتنی دلچسپی لی

کہ اس سے پہلے کبھی نہیں لی تھی، لہذا ہندوستانی ٹیلی ویژن کو آناً فاناً دسیوں لاکھ ناظرین میسر آ گئے اور کسی بھی عوامی ذریعہ ترسیل کو ناظرین کی بڑی تعداد کا میسر آ جانا اس کی ترقی کا ضامن ہو سکتا ہے۔ چوں کہ میکسیکو کے سوپ اوپیرا وہاں کی سماجی اقدار کے حامل ہوتے تھے جو ہماری سماجی اقدار سے مختلف تھیں لہذا ایک مانے ہوئے Social Anthropologist ڈاکٹر ایس۔ سی دو بے اس کام پر مقرر کئے گئے کہ ہندوستانی سوپ اوپیرا (سیریل) کے لئے یہاں کی سماجی ضرورت کے مطابق اقدار کا تعین کریں۔ ڈاکٹر دو بے نے جو رپورٹ تیار کی وہ منحصر تھی خاندانی..... ہم آہنگی، ازدواجی مسائل اور خاندانی منصوبہ بندی پر۔ چوں کہ ہندوستان میں ٹیلی ویژن پورے طور پر گورنمنٹ کا ادارہ تھا لہذا پروگرام بنانے میں بھی اسی کی اجارہ داری تھی۔ 1984-85ء میں یہاں ٹیلی ویژن نشریات کے اوقات میں اضافہ ہوا۔ لیکن ابھی دور درشن کے پاس وہ تمام ذرائع نہیں تھے۔ جس سے وہ بڑھے ہوئے اوقات کی ضروریات کو پورا کر سکے یا کسی سوپ اوپیرا سیریز کو پیش کر سکے چنانچہ اس کے لئے پرائیوٹ پروڈیوسروں کو مدعو کیا گیا۔ پہلے پہل شو بھا ڈاکٹر آگے آئیں۔ اس وقت کے سکریٹری جانتے تھے کہ دور درشن خاندانی منصوبہ بندی کے نظریے کو شامل رکھنے کی غرض سے اپنا کچھ نہ کچھ کنٹرول ضرور چاہے گا۔ اس کے لئے انہوں نے ستیش گرگ کو دور درشن کی طرف سے پروگرام کنٹرولر مقرر کیا۔ منو ہرشیام جوشی کا انتخاب بہ طور مصنف کے ہوا اور ہندوستان کا پہلا سوپ اوپیرا بننا شروع ہو گیا۔ ابتدا میں اس کی ایک قسط (Episode) کے بنانے کا خرچ دو لاکھ چالیس ہزار کے قریب آتا تھا۔ جو بعد میں بڑھ کر دو گنا ہو گیا۔ یہ سارا خرچ اشتہارات کی آمدنی سے پورا کیا جاتا تھا۔ اس کی 165 اقساط پیش کی گئیں، شروع کی کچھ اقساط وہ کامیابی حاصل نہیں کر سکیں جو بعد میں اس کا مقدر بنی۔

اسی کے ساتھ ساتھ فلمی دنیا کے بہت سے تجربہ کار اور باصلاحیت اداکاروں ڈائریکٹروں اور پروڈیوسروں نے بھی ٹیلی ویژن میں دلچسپی لی اور یہاں ایک کے بعد ایک سیریل کا سلسلہ چل نکلا یہ الگ بحث ہے کہ ان سیریلوں میں سماجی و ملکی ترقی میں

مددگار چیزوں کو شامل کرنے کے نظریے پر کس حد تک عمل ہوا البتہ یہ ضرور ہوا کہ عوام کی بے انتہا دلچسپی کے پیش نظر، تجارتی کمپنیوں اداروں نے دل کھول کر اشتہارات دیئے۔ دور درشن کی آمدنی بڑھی جس سے ٹیلی ویژن پروگراموں کو فنی طور پر بہتر بنانے اور نٹ ورک کو وسعت دینے میں مدد ملی۔

ہم لوگ کے بعد دوسرا سیریل ”بنیاد“ پیش ہوا جس کی مقبولیت نے ہم لوگ کو بھی پیچھے چھوڑ دیا، اس کی کہانی تقسیم ہند کے واقعات پر مبنی تھی اور اس کے مصنف بھی منو ہرشیام جوشی ہی تھے۔ اور بہت سے ایکٹر ”ہم لوگ“ والے ہی تھے۔ ”بنیاد“ کے بعد دور درشن کے مقبول ترین سیریل ”رامائن“ اور ”مہا بھارت“ ہیں۔

رامائن: 1987-88 میں اٹھارہ مہینے تک پیش ہونے والا یہ سیریل ہندوستان کے عظیم رزمیے (Epic) ”رامائن“ پر مبنی تھا۔

اسے مشہور فلم ڈائریکٹر، رائٹر رامانند ساگر نے بنایا تھا۔ یہ ہر اتوار کو صبح دس بجے دور درشن سے ٹیلی کاسٹ ہوتا تھا۔ اس کا ایک اپی سوڈ 45 منٹ کا تھا۔ کہا جاتا ہے کہ اس سیریل کے اپی سوڈ کے شروع ہونے سے پہلے بہت سے ہندو عقیدت مند اشنان کر کے ٹیلی ویژن سیٹ کے پاس اگر بتی جلا کر بیٹھتے تھے۔ شہروں کی سڑکیں سنسان ہو جاتی تھیں۔ بہت سی ٹرینیں اس وقت تک روانہ نہ ہوتی تھیں جب تک سیریل ختم نہ ہو جائے۔ اس کے ذریعے دیئے گئے اشتہارات سے آٹھ کروڑ روپے کی آمدنی ہوئی۔ شمالی ہند کے شہروں اور قصبوں میں اس کے ناظرین کا اوسط 95 فیصد ہوتا تھا۔

کہا جاتا ہے کہ رامانند ساگر نے چودہ مختلف نسخوں کا مطالعہ کرنے کے بعد اپنے سیریل کا مواد اخذ کیا اور اخلاقیات، فرماں برداری، اصول اور وفاداری کے پہلوؤں کو بطور خاص مد نظر رکھا۔ رامانند ساگر اسے بنانے میں اتنے خلوص اور انہماک کے ساتھ مشغول تھے کہ اٹھارہ مہینے تک شراب اور گوشت سے کنارہ کش رہے۔ انہوں نے امبر گاؤں گجرات میں جہاں رامائن کا سیٹ لگا ہوا تھا۔ دس ساگ بھاجی بنانے والے ماہر باورچیوں کو بلوایا تھا۔ تاکہ وہ ایک سو پچاس آدمیوں کے عملے کے لئے سبزی پر منحصر لندیز کھانے

تیار کر سکیں۔ ارون گوئل نام کے جس ایکٹرنے شری رام کارول ادا کیا وہ یہاں ”مہاتما“ کی حیثیت اختیار کر گیا۔ امبر گاؤں اور آس پاس کے ہزاروں لوگ روزانہ صبح ان کے پاؤں چھو کر آشیر واد لینے آنے لگے۔ اس کی مقبولیت اور شہرت کا یہ عالم تھا کہ اس کی مطبوعہ شکل، ویڈیو ٹیپ اس میں استعمال ہونے والے ہتھیار جیسے تیرکمان گدا وغیرہ بڑی تعداد میں فروخت ہوئے یہاں تک کہ ہندوستان سے باہر رہنے والے ہندوستانیوں نے طرح طرح سے اس کے ویڈیو کیسٹ حاصل کیے کسی نے ہندوستان آنے جانے والوں کے ذریعے منگوایا تو کسی نے اپنے شہر کی ہندوستانی دوکان سے کرائے پر حاصل کیا۔

رامائن کی کامیابی سے تقویت پا کر ملک کے ایک اور رزمیے ”مہا بھارت“ کو بھی دور درشن سے 1988ء میں پیش کیا گیا جو ”رامائن“ ہی کی طرح بے انتہا مقبول ہوا۔ 1989ء تک دور درشن سے تقریباً 40 سیریل ٹیلی کاسٹ کئے جا چکے تھے جن میں سے زیادہ تر مقبول ہوئے یہ سلسلہ اب بھی جاری ہے لیکن مختلف پرائیوٹ چینل اور کیبل کے آجانے کی وجہ سے ان کی تعداد اتنی بڑھ چکی ہے کہ ان کا حساب رکھنے اور ان پر گفتگو کرنے کے لئے ایک دفتر درکار ہے۔ مجموعی طور پر اتنا کہا جاسکتا ہے کہ فنی اعتبار سے ان کے معیار میں روز افزوں ترقی ہو رہی ہے۔

سوپ اوپیرا کی اہم ضروریات:

سوپ اوپیرا میں مقام اور ماحول جو دکھایا جائے وہ مانوس اور جانا پہچانا ہونا چاہئے۔ مقامات، گھر، گریہ ہستی کے سامان سے پر ہوں۔ ڈاکٹر کا آفس ہو، اسکول ہو یا کوئی اور جگہ، چھوٹا کوئی قصبہ دکھائیں یا بڑا شہر، ناظرین اس مقام یا ماحول کو آسانی سے پہچان لیں اور اس سے اپنا ربط اور لگاؤ محسوس کریں۔ طلسمی ماحول یا مقام ناظرین کو متحیر تو کر سکتا ہے لیکن اس سے لگاؤ یا کشش پیدا نہیں ہو پاتی۔

اسی طرح کردار بھی جانے پہچانے ہونے چاہئیں۔ یہ ضروری نہیں کہ ناظرین سے گہرا تعلق ہو، مگر وہ ایسے کردار ہوں اور اس طرح کے مسائل سے نبرد آزما ہوں اور اس طریقے سے نبرد آزما ہوں کہ کوئی بھی ناظر انہیں دیکھتے ہی پہچان لے اور انہیں اپنی کسی قریبی

شخصیت سے منسوب کرے۔ غرض یہ کہ کرداروں کی شخصیت کا ارتقاء غیر پیچیدہ، کھلا ہوا، براہ راست اور سادہ ہونا چاہئے۔ گویا وہ سوسائٹی کا مقبول اور جانا پہچانا چہرہ ہو، یہاں تک کہ سوپ میں ہیرو ہیروئن بلکہ ویلن کی شخصیت بھی تہہ دار نہیں ہوتی۔

کرداروں کو ایسے مواقع فراہم کرانا چاہئیں کہ وہ مختلف قسم کی پریشانیوں کا مقابلہ کرتے ہوئے نظر آئیں۔ مگر وہ مسائل ہماری زندگی کے حقیقی مسائل ہوں۔ وہ مسائل پر فتح حاصل کریں، پریشانیوں پر قابو پائیں اور وہ سب کچھ کریں جو ناظرین کرنا چاہتے تھے مگر نہیں کر سکے۔ سوپ اوپیرا کا بنیادی مقصد ہے کہ کردار کے ساتھ ناظرین کی ہمدردی اور جذباتی ہم آہنگی و مطابقت پیدا ہو۔

سوپ اوپیرا کے مکالمے خصوصاً روزانہ کے مکالمے ہماری روزمرہ حقیقی گفتگو کی طرح آہستہ اور غیر ڈرامائی انداز کے ہوں۔ ایسی گفتگو جو کسی چوراہے پر، سڑک پر، یا بازار میں آسانی سے سنی جاسکتی ہے۔

سوپ اوپیرا کے ہر اپی سوڈ کو کسی مسئلے کی پیچیدگی کی شدت سے شروع کرنا چاہئے وہ مسئلہ اس اپی سوڈ میں حل ہو جائے یا کسی خوبصورت موڑ پر اپی سوڈ کا اختتام ہو، اگر مسئلہ حل ہو جاتا ہے تو دوسرے کسی مسئلے کی ابتداء کر کے تھوڑی سی کشمکش و پیچیدگی پیدا کر کے چھوڑ دینا چاہئے تاکہ ناظرین کی بے چینی اور دلچسپی قائم رہے۔

سوپ اوپیرا خواہ روزانہ ہو یا ہفت روزہ ہر اپی سوڈ کی ابتداء میں جو اہم واقعات گذر چکے ہیں ان کا خلاصہ اور پچھلے اپی سوڈ کا خلاصہ ربط قائم کرنے کے لئے دینا کسی حد تک ضروری ہوتا ہے اور پیش ہوئے اپی سوڈ کے اختتام میں نئی پیچیدگی ہو جو اگلا اپی سوڈ دیکھنے کے لئے ناظرین کو واپس لائے۔

کبھی کبھی کچھ ڈرامے یا سوپ اوپیرا کسی ناول، افسانے یا غیر افسانوی تخلیق سے ماخوذ ہوتے ہیں۔ یہاں رائٹر اصل سے انحراف کرتے ہوئے گھبراتا ہے۔ لیکن اس سلسلے میں ناقدین کی رائے ہے کہ اصل کے سلسلہ وار واقعات و حرکات و سکنات و مکالمات کی پیروی سے ضرورت کے مطابق انحراف کر لینا چاہئے۔ کیونکہ اصل تصنیف میں خواہ وہ نثر

میں ہو یا نظم میں کچھ چیزیں ایسی ہو سکتی ہیں جو ڈرامائی فن سے مناسبت نہ رکھتی ہوں۔

ناول نگار یا تاریخ نویس اپنے اشخاص یا کرداروں کو بیان کرتا ہے ان کے محسوسات اور ذہنی کیفیات کی وضاحت کرتا ہے، صورت حال و ماحول کی صراحت کرتا ہے یہاں تک کہ کرداروں کے داخلی احساسات، تاثرات اور جذبات، ان کے ایک لفظ بولے بغیر، تفصیل سے پیش کرتا ہے۔ سوپ اوپیرا یا ٹیلی ویژن ڈرامے میں کسی قسم کے بیان، وضاحت اور صراحت کی کوئی گنجائش نہیں ہوتی وہاں تو سب کچھ دکھانا ہوتا ہے۔ لہذا Adoption میں اصل تخلیق کی ہیئت اور فن سے بالکل آزاد ہو کر اس کے پلاٹ، کردار اور پس منظر کو بنیاد بنا کر ایک نئی چیز تخلیق کرنی چاہئے۔ لیکن اصل مکالموں سے اکثر انحراف نہیں کرنا چاہئے، گو کہ غیر ڈرامائی اور کتابی زبان کے مکالموں کو اگر زیادتی کے ساتھ با آواز بلند ادا کیا جاتا ہے تو سننے میں بڑے مضحکہ خیز لگتے ہیں۔ چنانچہ اصل تخلیق سے پوری طرح واقفیت حاصل کر لینے اور اچھی طرح اپنے میں ضم کر لینے کے بعد اسے الگ رکھ دینا چاہئے۔ اور ڈرامے کو اپنے طور پر ڈرامائی اجزا اور فن کے مطابق پروان چڑھانا چاہئے۔ اصل خالق کی فکر یا طریقہ کار کو ذہن میں رکھیں یا بنیاد بنائیں مگر حرف بہ حرف نہیں، اور اس بات کو ہمیشہ یاد رکھیں کہ ٹیپ اس کو اختیار کر رہے ہیں اس کی نقل نہیں کر رہے ہیں لہذا جہاں ضرورت ہو سین اور کردار جوڑے یا کاٹے جاسکتے ہیں، دو کرداروں کو ملایا جاسکتا ہے، ان کی شخصیت کو بدلا جاسکتا ہے، واقعات کو داخل کیا جاسکتا ہے یا ان کی ترتیب بدلی جاسکتی ہے۔

کتابیات

- 1 امداد صابری تاریخ صحافت اردو، پانچ جلدیں چوڑی والان دہلی 1953ء
- 2 احمد نسیم سندیلوی خبرنگاری مقتدرہ قومی زبان اسلام آباد 1992ء
- 3 امداد احمد میاں خبرنگاری اور ابتدائی ادارت مقتدرہ قومی زبان ” 1991ء
- 4 انور دہلوی اردو صحافت (مرتبہ) دہلی اردو اکادمی دہلی 1987ء
- 5 ایم، چلاپتی راؤ صحافت (دی پریس) نیشنل بک ٹرسٹ نئی دہلی 1987ء
- 6 اے. کے. پروکٹر ہندستان میں چھاپہ خانہ ترقی اردو بیورو نئی دہلی 1979ء
- 7 اے. کے. چٹرجی عوامی ترسیل نیشنل بک ٹرسٹ نئی دہلی 1984ء
- 8 اخلاق اثر نشریات اور آل انڈیا ریڈیو مکتبہ جامعہ نئی دہلی 1982ء
- 9 اشفاق محمد خاں عوامی ذرائع ترسیل نئی دہلی 1989ء
- 10 انجم عثمانی ٹیلی ویژن نشریات مکتبہ جامعہ نئی دہلی 1994ء
- 11 الطاف حسین حالی حیات جاوید ترقی اردو بیورو نئی دہلی 1990ء
- 12 جمیل اختر اصطلاحات ذرائع ابلاغ (دو جلد) انٹرنیشنل اردو فاؤنڈیشن نئی دہلی 2002ء
- 13 خلیق احمد نظامی سرسید احمد خاں پبلیکیشن ڈویژن نئی دہلی 1971ء
- 14 خلیق انجم مولانا ابوالکلام آزاد شخصیت اور کارنامے دہلی اردو اکادمی دہلی 1989ء
- 15 روشن آراء راؤ مجلاتی صحافت کے ادارتی مسائل مقتدرہ قومی زبان اسلام آباد 1984ء
- 16 رفعت سروش براڈ کاسٹنگ نورنگ کتاب گھر نئی دہلی 2000ء
- 17 رحم علی ہاشمی فن صحافت آرمی پریس دہلی 1943ء
- 18 سید اقبال قادری رہبر اخبار نویسی ترقی اردو بیورو نئی دہلی 1989ء

ENGLISH BOOKS

1. ABDULLAH YOUSUF ALI: CULTURAL HISTORY OF INDIA
BRITISH PERIOD, TARA PUR WALA, BOMBAY, 1940.
2. ARVIND SINGHAL AND M. ROGERS: INDIA'S INFORMATION
REVOLUTION; NEW DELHI 1986.
3. BRENT. D. RUBEN: COMMUNICATION AND HUMAN
BEHAVIOUR; NEW YORK 1984.
4. BRENT. D. RUBEN: COMMUNICATION AND HUMAN BEHAVIOR,
1984, NEW YORK.
5. C. DAVID MORTENSON: BASIC READING IN COMMUNICATION
THEORY; NEW YORK 1973.
6. DEREK BOWSKILL: THE HOW AND WHY- WONDER BOOK OF
RADIO AND T.V., TRANSWORLD PUBLICATION; LONDON 1976.
7. DAVID, WAINWRIGHT: JOURNALISM, RUPA & CO. DELHI, 1992.
8. EDWARD W. PLOMAN: SPACE, EARTH AND COMMUNICATION;
LONDON 1984.
9. EDWIN EMERY PHILIP: H. AULT, WAREN. K. AGEE.
INTRODUCTION OF MASS COMMUNICATION; SEC. ED.

BOMBAY 1965.

10. GURMEET SINGH MANN: THE STORY OF MASS COMMUNICATION; N. DELHI 1987.
11. J. NATRAJAN: HISOTRY OF Indian JOURNALISM. REPORT OF PRESS COMMISSION, VOL.II; PUBLICATION DIVISION, NEW DELHI 1955.
12. JOHN R. BITTNER: MASS COMMUNICATION- AN INTRODUCTION; NEW JERSEY, USA 1986.
13. K.M.SHRIVASTAVA: RADIO AND T.V. JOURNALISM; NEW DELHI 1989.
14. NARAYANAN, MENON: THE COMMUNICATION REVOLUTION; NEW DELHI 1976.
15. P.N.MALHIN: COMMUNICATION MEDIA; NEW DELHI 1985.
16. QANUNGO: SHER SHAH AND HIS TIME, ORIENT LONG MAN,BOMBAY, 1965.
17. RAY DIAZZO: CORPORATE SCRIPT WRITING; LONDON 1992.
18. ROBERT McLISH: RADIO PRODUCTION- FOURTH EDITION; OXFORD 1999.
19. ROBERT.L.HILLIARD: TELIVISION RADIO WRITING AND NEW MEDIA, WARLS WATH, THONON LEARNING,U.S.A, 1999.
20. S. NATRAJAN: A HISTORY OF PRESS IN India, NEW DELHI 1962.
21. SAUNDRA HYBELS; DANA ULLOTH: BROADCASTING AN INTRODUCTION TO RADIO, AND TELEVISION; NEW YORK 1978.

22. WILBUR SCHRAMMI: HOW COMMUNICATION WORKS.
23. WILBUR SCHRAMMI : PROCESS AND EFFECTS OF MASS COMMUNICATION, ILLINOIS, USA, 1971.
24. WILBUR SCHRAMMI : MASS COMMUNICATION AND NATIONAL DEVELOPMENT, STANFORD UNIVERSITY PRESS, 1964.



ABLAGIYAT

(MASS COMMUNICATION)

BY

DR. MOHD. SHAHID HUSAIN

EDUCATIONAL PUBLISHING HOUSE

3103, VAKIL STREET, KUCHA PANDIT, LALKAUN, DELHI-6 (INDIA)

PH: 23216162, 23214465 FAX: 011-23211540

E-MAIL: ephdelhi@yahoo.com

81-87-667-76-1