

اظہار اور ذرائع اظہار

عوامی ذرائع ابلاغ، ادبی تحریر، سٹیچ پیشکش اور ڈراما
گیارھوں اور بارھوں جماعت کے لیے اردو (کور اور الیکٹو) کی نصابی کتاب



విషయా S మంత్రమణుతో



نیشنل کنسل آف ایجوکیشنل ریسرچ اینڈ ٹریننگ

NATIONAL COUNCIL OF EDUCATIONAL RESEARCH AND TRAINING

- ناشر کی پہلی سے اجازت حاصل کیے بغیر، اس کتاب کے کسی بھی حصہ کو وہ بیٹھ کرنا، یادداشت کے ذریعے بازیافت کے سطح میں اس کو خفظ کرنا یا بر قبولی، میکائیں ڈونوں کا پیغام، ریکارڈ لگکے کسی میں دیلے سے اس کی ترتیب کرنے مانع ہے۔
- اس کتاب کو اس شرط کے ساتھ فروخت کیا جا رہے کہ اسے ناشر کی اجازت کے بغیر، اس شکل کے علاوہ جس میں کہہ جھپٹی گئی ہے بغیر، اس کی موجودہ جلدی اور ورق میں تبدیل کر کے تجارت کے طور پر نہ مستعار دیا جاسکتا ہے، نہ وہ بارہ فروخت کیا جاسکتا ہے، نہ کاری پر دیا جاسکتا ہے اور نہ ہی لفٹ کیا جاسکتا ہے۔
- کتاب کے صفحے پر جو قیمت درج ہے وہ اس کتاب کی صحیح قیمت ہے۔ کوئی بھی اظر خانی شدہ قیمت چاہے وہ ربر کی سہر کے ذریعے یا چھپی یا کی اوڑر ذریعے ظاہر کی جائے تو وہ مغلظہ تصور ہو گی اور ناقابل توجہ ہو گی۔

ایں سی ای آرٹی کے پہلی کیشن ڈویژن کے دفاتر

ایں سی ای آرٹی کیپس سری اروندو مارگ نئی دہلی - 110016 فون 011-26562708	108,100 فٹ روٹ ہوسٹلے کیرے ہیلی ایکسٹریشن پانچکری III ائچ پری گلوری - 560085 نو جیون ٹرسٹ بھوپال ڈاک گھر، نو جیون احمد آباد - 380014
فون 080-26725740	کوکا کا - 700114 سی ڈبلیو کیپس بمقابلہ انکل بس اسٹاپ، پانی ہائی کوکا کا - 700114
فون 079-27541446	کوکا کا - 700114 سی ڈبلیو کیپس بمقابلہ انکل بس اسٹاپ، پانی ہائی کوکا کا - 700114
فون 033-25530454	کوکا کا - 700114 سی ڈبلیو کیپس بمقابلہ انکل بس اسٹاپ، پانی ہائی کوکا کا - 700114
فون 0361-2674869	گواہی - 781021

قیمت : ₹ 490.00

اشاعتی ٹہم

ہید، پہلی کیشن ڈویژن	: انوب کمار راجپوت
چیف ایڈٹر	: شویتا اپل
چیف پروڈکشن آفیسر	: ارون چتکارا
چیف برنس میجر (انچارج)	: وین دیوان
ایڈٹر	: سید پرویزاحمد
پروڈکشن اسٹنٹ	: پرکاش ویر سنگھ

ایں سی ای آرٹی واٹر مارک 80 جی ایس ایم کا غذر پر شائع شدہ
سکریٹری، نیشنل کوسل آف ایجوکیشنل ریسرچ اینڈ ٹریننگ،
شری اروندو مارگ، نئی دہلی-110016 نے سرسوتی آرٹ
پنٹری، 5-2، سیکٹر-4، بوانا انڈسٹری میل ایریا، دہلی -
110039 میں چھپوا کر پہلی کیشن ڈویژن سے شائع کیا۔

پیش لفظ

‘قومی درسیات کا خاکہ-2005’ میں سفارش کی گئی ہے کہ بچوں کی اسکولی زندگی ان کی باہر کی زندگی سے ہم آہنگ ہونی چاہیے۔ یہ زاویہ نظر کتابی علم کی اُس روایت کی نفی کرتا ہے جس کے باعث آج تک ہمارے نظام میں اسکول، گھر اور سماج کے درمیان فاصلے حائل رہے ہیں۔ نئے قومی درسیات کے خاکے پر منی نصاب اور نصابی کتابوں کی تیاری اسی بنیادی مقصد پر عمل آوری کی ایک کوشش کبھی جاسکتی ہے۔ اس کوشش میں مختلف مضامین کو ایک دوسرے سے الگ رکھنے اور رٹ کر پڑھنے کے طریقہ کارکی حوصلہ نہیں بھی شامل ہے۔ ہمیں امید ہے کہ ان اقدامات سے قومی تعلیمی پالیسی (1986) میں مذکور تعلیم کے ‘ طفل مرکوز نظام ’ کی طرف مزید پیش رفت ہوگی۔

اس کوشش کی کامیابی کا انحصار ان اقدامات پر ہے کہ اسکولوں کے پرنسپل اور اساتذہ طبلاء میں اپنے تاثرات خود ظاہر کرنے اور ہنی سرگرمیوں اور سوالوں کے ذریعے سیکھنے کے سلسلے میں ان کی بہت افروائی کریں۔ ہمیں یہ ضرور تسلیم کرنا چاہیے کہ بچوں کو اگر موقع، وقت اور آزادی دی جائے تو وہ بڑوں سے حاصل شدہ معلومات کی بنیاد پر نئی معلومات مرتب کر سکتے ہیں۔ آموزش کے دوسرے ذرائع اور محل وقوع کو نظر انداز کرنے کے بنیادی اسباب میں سے ایک اہم سبب بچوں نصابی کتاب کو امتحان کے لیے واحد ذریعہ بنانا ہے۔ بچوں میں تخلیقی صلاحیت اور پیش قدمی کے رجحان کو فروغ دینا اُسی وقت ممکن ہے جب ہم آموزشی عمل میں بچوں کو شریک کریں اور ان سے اُسی طرح پیش آئیں کہ وہ بھی اس عمل میں شریک کاریں۔ انھیں محض مقررہ معلومات کا جائز کارنا سمجھیں۔

یہ مقاصد اسکول کے نظام الاوقات (Time-Table) اور طریقہ کار میں معقول تبدیلی کا مطالبہ کرتے ہیں۔ روزمرہ معمولات میں نرمی کی اتنی ہی اہمیت یا ضرورت ہے جتنی کہ سالانہ کیلیئڈر کے نفاذ اور محنت کی، تاکہ متعینہ مدت کو حقیقتاً تدریس کے لیے وقف کیا جاسکے۔ تدریس اور اندازہ تقدیر کے طریقوں سے بھی اس امر کا تعین ہو گا کہ نصابی کتب بچوں میں چتنی تباہ اور اکتاہٹ پیدا کرنے کے مجاہے ان کی اسکولی زندگی کو خوش گوار بنانے میں کس حد تک مؤثر ثابت ہوتی ہیں۔ نصابی بوجھ کے مسئلے کو حل کرنے کے لیے نصاب سازوں نے مختلف سطحیوں پر معلومات کی تشكیل نو اور اُسے نیازخ دینے کی غرض سے بچوں کی نفیسیات اور تدریس کے لیے دستیاب وقت پر زیادہ سنجیدگی کے ساتھ توجہ دی ہے۔ اس مخلصانہ کوشش کو مزید، بہتر بنانے کے لیے نصابی کتابیں سوچنے اور جیروں کو جگائے رکھنے، چھوٹے گروپوں میں بحث و مباحثے کو فروغ دینے اور عملاً انجام دی جانے والی سرگرمیوں کو زیادہ تر ترجیح دیتی ہیں۔

ایں سی ای آرٹی اس کتاب کے لیے خصوصی صلاح کار پروفیسر شیم حنفی اور تنکیل دی جانے والی کمیٹی برائے اردو زبان کی تدریس، کی مخلصانہ کوششوں کی شکرگزار ہے۔ اس کتاب کی تیاری میں جن اساتذہ نے حصہ لیا، ہم ان کے متعلقہ اداروں کے بھی شکرگزار ہیں۔ ہم ان سبھی اداروں اور تنظیموں کا بھی شکریہ ادا کرتے ہیں جنہوں نے اپنے وسائل، مأخذ اور عملے کی فراہمی میں فراخ دلی کا ثبوت دیا۔ باضابطہ اصلاح اور اپنی اشاعت کے معیار کو مسلسل بہتر بنانے کے مقصد کی پابند ایک تنظیم کے طور پر این سی ای آرٹی تمام مشوروں اور آرکا خیر مقدم کرتی ہے تاکہ اس کتاب کو نظرِ ثانی کے بعد مزید کارآمد اور بامعنی بنایا جاسکے۔

ہرشی کیش سیناپتی

ڈائریکٹر

نیشنل کوسل آف ایجوکیشنل ریسرچ اینڈ ٹریننگ

نشی دہلی

اس کتاب کے بارے میں

موجودہ عہد میں سائنسی اور تکنیکی ترقی کی رفتار پچھلی صدیوں کے مقابلے میں بہت تیز ہے۔ اس دور میں معلومات کی اہمیت بھی بہت بڑھ گئی ہے۔ جس طالب علم کے پاس معلومات کا ذخیرہ جتنا زیادہ ہوگا اتنا ہی وہ اظہار میں اسے بروئے کار لانے کی کوشش کرے گا۔ دیکھا گیا ہے کہ تقریری مقابلوں میں وہی طلباء زیادہ کامیاب ہوتے ہیں جو زیادہ سے زیادہ اظہار پر قادر ہوتے ہیں اور جو نصاب کے علاوہ دوسری معلومات کے حصول کے لیے بھی کوشش رہتے ہیں۔ موجودہ ذرائع ابلاغ ان کے علم و معلومات کے بہت اہم اور بڑے سرچشے ہیں۔ وہ ہستے کھلتے ان ذرائع سے علم حاصل کرتے ہیں۔ اس کتاب کا بنیادی مقصد بھی یہی ہے کہ طلباء اظہار، ذرائع اظہار اور مختلف ذرائع ابلاغ سے باقاعدہ واقفیت حاصل کر سکیں۔

اس کتاب کی پہلی اکائی کا عنوان 'اظہار اور ابلاغ' ہے۔ ہر شخص کے اظہار کی صلاحیت میں فرق ہوتا ہے۔ جو کسی حد تک فطری بھی ہوتا ہے، بچے کو ایک طرف تو اپنے ماحول اور خصوصاً خاندانی یا گھر بیلوں میں اظہار کا موقع ملتا ہے اور اظہار کی صلاحیتیں خاصی حد تک تو انہا ہو جاتی ہیں۔ دوسری طرف اسے اسکو لوگوں سے مل کر اظہار کے نئے نئے موقع ملتے ہیں۔ اسے پتا چلتا ہے کہ عام زندگی میں زبان کی کیا اہمیت ہے؟ اپنے ساتھیوں کی ذہانت اور ان کے کھلے پن کو دیکھ کر اس کے سیکھنے کے ذوق کو بھی جلا ملتی ہے، یہ بات اس کے اظہار کے طریقے پر بھی اثر انداز ہوتی ہے۔ اس انتہا کا ہم در دانہ رو یہ بھی اس کے بولنے کی صلاحیت کو باہر تھا ہے۔ وہ سمجھنے لگتا ہے کہ زبان کے ذریعے اظہار کے ساتھ بدن کی زبان یعنی اعضائے بدن سے ادا ہونے والے اظہار کی بھی کم اہمیت نہیں ہے۔ اسی اکائی میں یہ بتایا گیا ہے کہ اظہار اور ابلاغ میں کیا تعلق ہے۔ یہ کہا جاسکتا ہے کہ ہم جو کچھ اپنی زبان سے ادا کرتے ہیں وہ اظہار کے بہت سے طریقوں میں سے سب سے موثر اور طاقتور طریقہ ہے۔ اظہار کی ایک قسم تودہ ہے جس میں ہم اپنے آپ سے بات کرتے ہیں یعنی ہم نے کچھ سوچا، خیال کیا یا ہمارے ذہن میں کوئی بات آئی اور ہم نے خود سے ہی کوئی بات کہی۔ اظہار کی دوسری قسم وہ ہے جس میں ہم اپنی بات کا اظہار دوسروں سے کرتے ہیں۔ یہ اظہار زبانی اور تحریری دو نوع صورتوں میں ہو سکتا ہے۔

اس کتاب کی اکائی II کا عنوان 'اوی اظہار' ہے۔ جس کے دو حصے ہیں۔ شعری اظہار اور نثری اظہار۔ اپنی صلاحیتوں کے اظہار کے لیے بعض لوگ نثر کا پیرایہ اختیار کرتے ہیں اور بعض شاعری کا۔ اس اکائی میں بتایا گیا ہے کہ شاعری میں اظہار کے لیے مشق کس طرح بہم پہنچانی ہوتی ہے۔ ذہن میں نغمگی اور ترمم کے احساس کو بیدار کس طرح کیا جاتا ہے۔ یہ بھی بتایا گیا ہے کہ کم سے کم لفظوں میں بات اس طرح کہی جائے کہ سننے والوں کو اس میں نغمگی اور شعریات کا احساس ہو اور یہ اظہار انھیں لطف انہوں

بھی کر سکے۔ نشری اظہار میں مختلف پیرائے ہیں۔ ادب کی الگ الگ اصناف ہیں۔ جن کی مدد سے اپنی بات کا اظہار کیا جاسکتا ہے۔ کوئی کہانی کو پسند کرتا ہے، کوئی مضمون کو، کوئی سفر نامہ لکھ کر اپنے خیال کا اظہار کرے گا اور کوئی خاکہ یا انشائیہ لکھ کر۔ اس اکائی میں ادب کی ان تمام اصناف کو متعارف کرایا گیا ہے تاکہ طالب علم ابتداء ہی سے ان ادبی اصناف میں اظہار کی مشق بہم پہنچا سکیں۔

تیسری اکائی کا تعلق ”عوامی ذرائع ابلاغ“ سے ہے۔ اس اکائی میں پرنٹ میڈیا اور الیکٹرانک میڈیا پر سیر حاصل گفتگو کی گئی ہے۔ پرنٹ میڈیا اخبارات، رسائل اور جرائد پر مبنی ہے۔ آج کے عہد میں پرنٹ کے ساتھ الیکٹرانک میڈیا یعنی ریڈیو، ٹیلی ویژن وغیرہ نے خاصی مقبولیت حاصل کی ہے۔ اور یہ بھی اظہار کے اہم و سیلے ہیں۔ سوشن میڈیا اور نیو میڈیا بھی ان دونوں بے حد مقبول ہیں۔ اسے سماجی و تہذیبی زندگی کا آئینہ بھی کہا جاتا ہے۔ تعلیمی میڈیا ابتدائی درجات سے اعلیٰ درجات تک کے طلباء کو نصابی علم مہیا کرنے کا ایک کامیاب ذریعہ ہے۔ تعلیمی چینسلوس کاری بھی ہیں اور نیم سر کاری بھی۔ بعض محض سائنسی تعلیم یا ریاضی کی تعلیم تک محدود ہیں اور بعض کا مقصد زبان کی تعلیم ہے۔

چوتھی اکائی ”اسٹچ اور ڈرامے“ سے متعلق ہے۔ اس اکائی میں اسٹچ پر پیش کیے جانے والے مختلف پروگراموں کی تیاری کا طریقہ کار بتایا گیا ہے۔ یہ بتایا گیا ہے کہ تقریر کی تیاری کس طرح کی جاتی ہے، مباحثہ میں کس طرح بحث کا آغاز کیا جاتا ہے، مشاعرہ بالخصوص تمثیلی مشاعرہ میں کلام کس طرح پیش کیا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ بیت بازی اور دیگر فنون کے اظہار پر بھی گفتگو کی گئی ہے۔ اس اکائی میں اسٹچ کی اہم پیش کش ڈرامے اور اس کے اجزاء ترکیبی پر بات کی گئی ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ ریڈیو، ڈرامے، ٹیلی ویژن ڈرامے، نیٹر نیٹ اور مونو نیکنگ پر سیر حاصل گفتگو کی گئی ہے۔

یہ کتاب طلباء کے اظہار کی تخلیقی صلاحیتوں کو فروغ دینے کے لیے ہے۔ ہمیں امید ہے کہ اس کتاب کی مدد سے طلباء اپنی ان صلاحیتوں کو جلا جانشیں گے اور اظہار کی نئی نئی صورتیں سامنے آئیں گی۔

کمیٹی برائے اظہار اور ذرائع اظہار

خصوصی صلاح کار

شیم خنچی، پروفیسر ایمریٹس، جامعہ ملیہ اسلامیہ، نئی دہلی

چیف کوآرڈی نیٹر

سنڌ ھیا سنگھ، پروفیسر اور پیڈ، ڈپارٹمنٹ آف ایجوکیشن ان لینگو تجز، این سی ای آرٹی، نئی دہلی

ارائیں

ابو بکر عباد، اسیسٹنٹ پروفیسر، شعبۂ اردو، دہلی یونیورسٹی، دہلی
احمد خان، اسیسٹنٹ پروفیسر، شعبۂ اردو، ذا کر حسین دہلی کالج، دہلی یونیورسٹی، نئی دہلی
ار جمند علی خان، پروفیسر پریز یونیورسٹی، آل انڈیا ریڈ یو، سنندھ مارگ، نئی دہلی
خان شاہد وہاب، لکچرر، گورنمنٹ بوائز سینٹر سینڈری اسکول، نوگر، جامعہ مکر، نئی دہلی
خواجہ محمد اکرم الدین، پروفیسر، ہندوستانی زبانوں کا مرکز، جواہر لعل نہر و یونیورسٹی، نئی دہلی
سید محمد انوار عالم (انور پاشا)، پروفیسر، ہندوستانی زبانوں کا مرکز، جواہر لعل نہر و یونیورسٹی، نئی دہلی
محمد توحید خان، ایسو سوسی ایٹ پروفیسر، ہندوستانی زبانوں کا مرکز، جواہر لعل نہر و یونیورسٹی، نئی دہلی
سلیم شہزاد، اردو ڈیپرنس (ریٹائرڈ)، مالی گاؤں، مہاراشٹر

شیم احمد، اسیسٹنٹ پروفیسر، شعبۂ اردو اور فارسی، سینٹ اسٹینفس کالج، دہلی یونیورسٹی، دہلی
صغیر اختر، ٹی جی ٹی - اردو، مظہر الاسلام سکنڈری اسکول، دہلی
سلمان قیصل، ٹی جی ٹی - اردو، گورنمنٹ بوائز سینٹر سینڈری اسکول، جوگا بائی، بٹلہ ہاؤس، نئی دہلی
عقیق اللہ، پروفیسر (ریٹائرڈ)، شعبۂ اردو، دہلی یونیورسٹی، دہلی
علی رفاد فتحی، پروفیسر (ریٹائرڈ)، ڈپارٹمنٹ آف لینگو نکس، علی گڑھ مسلم یونیورسٹی، علی گڑھ، اتر پردیش

فیروز عالم، اسستنٹ پروفیسر، سینٹر فاراردوکلپر اسٹڈیز، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد
تمہاراہدی فریدی، پروفیسر، شعبہ اردو، علی گڑھ مسلم یونیورسٹی، علی گڑھ، اتر پردیش
محمد امیاز عالم، ریسروج آفیسر، انٹر کشن میڈیا سینٹر، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد
محمد کاظم، ایسوسی ایٹ پروفیسر، شعبہ اردو، دہلی یونیورسٹی، دہلی
محمد نمان خان، پروفیسر (رٹائرڈ) ڈپارٹمنٹ آف ایجوکیشن ان لینگو تجز، این سی ای آرٹی، نئی دہلی
نصرت چہاں، ایسوسی ایٹ پروفیسر، سریندرناٹھ ایونگ کالج، کوکاتا، مغربی بنگال
محمد معظم الدین، پروفیسر، ڈپارٹمنٹ آف ایجوکیشن ان لینگو تجز، این سی ای آرٹی، نئی دہلی
چمن آرخان، ایسوسی ایٹ پروفیسر، ڈپارٹمنٹ آف ایجوکیشن ان لینگو تجز، این سی ای آرٹی، نئی دہلی

ممبر کو آرڈی نیٹر

دیوان خان خاں، پروفیسر، ڈپارٹمنٹ آف ایجوکیشن ان لینگو تجز، این سی ای آرٹی، نئی دہلی
محمد فاروق انصاری، پروفیسر، ڈپارٹمنٹ آف ایجوکیشن ان لینگو تجز، این سی ای آرٹی، نئی دہلی

اطہارِ تشكیر

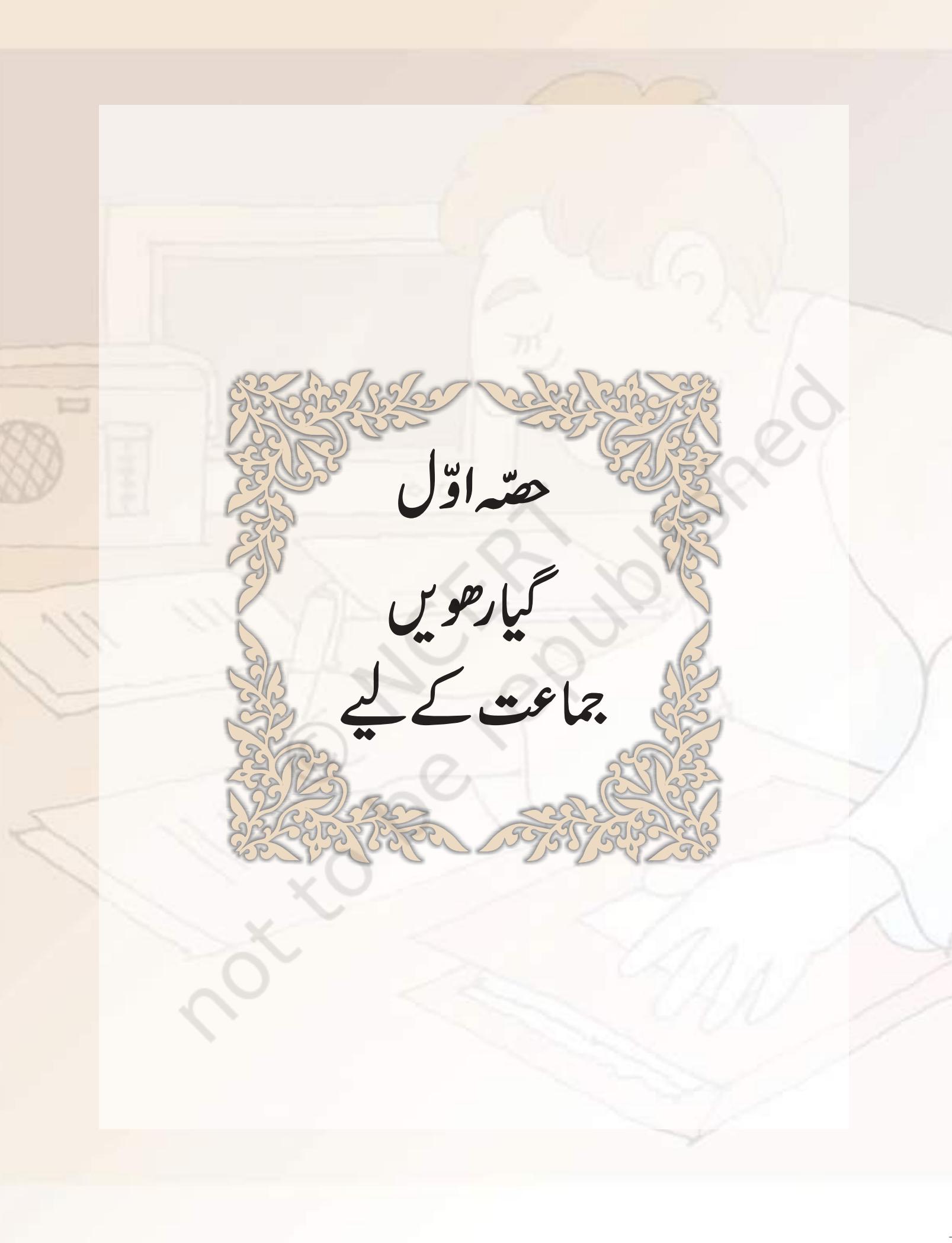
اس درسی کتاب کی تیاری میں جن ماہرین تعلیم نیز اردو اساتذہ نے عملی تعاون سے نوازا، کوئل ان سبھی کا شکر یہ ادا کرتی ہے۔ نیز پبلیکیشن ڈویشن کے طیب احمد، اسٹیشنٹ ایڈیٹر، محمد شارب ضیا، ایڈیٹوریل اسٹیشنٹ اور عالیہ، ایڈیٹوریل اسٹیشنٹ نے ایڈیٹنگ اور پروف ریڈنگ وایڈیٹنگ کے امور انجام دیے۔ اس کی کمپوزنگ اور سینٹ میں ڈی ٹسی پی آپریٹر ز محمد عارض، محمد صی، ریاض احمد اور امجد حسین نے پوری دل چسپی سے حصہ لیا ہے۔ کوئل ان سب کی شکر گزار ہے۔



لڑکیوں کا استحکام، سب کی ذمے داری

ترتیب

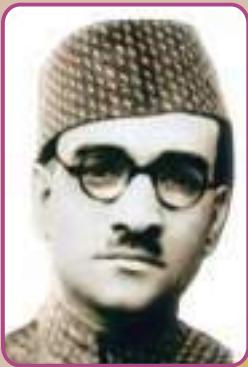
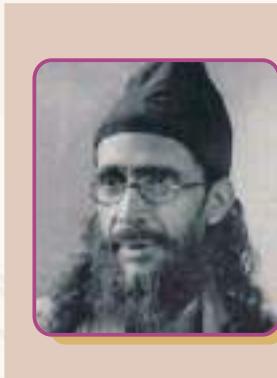
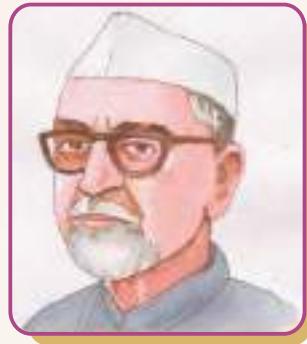
iii	پیش لفظ
v	اس کتاب کے بارے میں
XII	حصہ اول (گیارھویں جماعت کے لیے)
1	اکائی I اظہار اور ابلاغ
5	باب 1: اظہار
14	باب 2: ترسیل اور ابلاغ
19	باب 3: اظہار کے مختلف پیرائے
25	اکائی II ادبی اظہار
29	باب 1: شعری اظہار
41	باب 2: نثری اظہار
50	حصہ دوم (بارھویں جماعت کے لیے)
51	اکائی III عوامی ذرائع ابلاغ
57	باب 1: پرنٹ میڈیا
72	باب 2: الیکٹرانک میڈیا
103	باب 3: نیومیڈیا / سوشل میڈیا
110	باب 4: تعلیمی میڈیا
121	اکائی IV اسٹچ اور ڈراما
125	باب 1: اسٹچ
134	باب 2: ڈراما



حصہ اول

گیارہویں

جماعت کے لیے



اکائی-I

اظہار
اور

ابلاع

گاندھی جی کا طسلم

میں تمھیں ایک طسلم دیتا ہوں۔ جب بھی تم شک و شبہ میں مبتلا ہو
جاوے یا تمہارا نفس تم پر حاوی ہونے لگے تو اس تجربہ کو آزماؤ:
جو سب سے غریب اور کمزور آدمی تم نے دیکھا ہواں کی شکل یاد
کرو اور اپنے آپ سے پوچھو کہ جو قدم اٹھانے کے بارے میں تم سوچ
رہے ہو وہ اُس آدمی کے لیے کتنا مفید ہو گا۔ کیا اس سے اُسے کچھ فائدہ
پہنچے گا؟ کیا اس سے وہ اپنی زندگی اور مقدار پر کچھ قابو پاسکے گا؟
دوسرے لفظوں میں کیا اس سے ان کروڑوں لوگوں کو سوراج مل سکے
گا جن کے پیٹ بھوکے اور روحلیں بے چین ہیں۔
تب تم دیکھو گے کہ تمہارا شبہ مت رہا ہے اور نفس زائل ہو رہا ہے۔

و. ج. بھکاری

فہرست

5

باب 1: اظہار

5	تعارف	1.1
8	اظہار کی سطحیں	1.2
8	درونی ذاتی اظہار	1.2.1
10	باعہی رین ذاتی اظہار	1.2.2
11	اجتمائی / جماعتی اظہار	1.2.3
13	عوامی اظہار	1.2.4

14

باب 2: ترسیل اور ابلاغ

14	تعارف	2.1
14	ترسیل	2.2
17	ابلاغ	2.3
17	ابلاغ اور زبان	2.3.1
18	ابلاغ، سمی اور بصری صلاحیتیں	2.3.2
18	ابلاغ اور علم الملفظیات	2.3.3
18	ابلاغ اور لفظی ترتیب	2.3.4

19

باب 3: اظہار کے مختلف پیرائے

19	تعارف	3.1
20	زبانی اظہار	3.2
21	تحریری اظہار	3.3
22	اشاراتی اظہار	3.4



اظہار اور ابلاغ

اظہار انسانی شخصیت کی پہچان ہے۔ جب انسان اپنے جذبات، خیالات اور احساسات کا اظہار کرتا ہے تو اسی سے طے پاتا ہے کہ وہ کیا سوچتا ہے، کیا جانتا ہے اور کس قدر بصیرت کا حامل ہے۔ اس کی ایک مثال امتحانات بھی ہیں۔ آپ جانتے ہیں کہ امتحانات کے ذریعے ہمیں اپنی معلومات، خیالات اور زبان و ادبی کی مہارت کے اظہار کا موقع ملتا ہے اور یہی اظہار طے کرتا ہے کہ ہم اپنی جماعت میں اپنے ہم عمر افراد میں کس مقام پر ہیں۔ کبھی یہ بھی ہوتا ہے کہ ہم جانتے تو بہت کچھ ہیں لیکن اس کے اظہار کا سلسلہ ہمیں نہیں آتا یا ہمارے اظہار میں کمی کی رہ جاتی ہے اور بعد میں افسوس ہوتا ہے کہ اگر ہم نے یہ بات بھی ظاہر کر دی ہوتی تو شاید امتحانات کا نتیجہ اس سے کہیں بہتر ہوتا۔

اظہار کی مختلف سطحیں ہوتی ہیں۔ کبھی ہم اپنے آپ سے اپنے جذبات و احساسات اور خیالات کا اظہار کرتے ہیں اور کبھی سامنے بیٹھے شخص سے اور کبھی اظہار کی یہ صورت اجتماعی یا آگے بڑھ کر عوامی اظہار کا روپ اختیار کر لیتی ہے۔ اظہار کے ساتھ ساتھ ابلاغ کی بھی اہمیت ہے۔ ابلاغ اور ترسیل اظہار کی تکمیل کرتے ہیں یعنی جو بات ہم نے کہی یا جس بات کا ہم نے اظہار کیا وہ پوری طرح اس شخص تک پہنچ گئی یا نہیں، جس تک بات پہنچانا مقصود تھا۔ بات کا پہنچ جانا اظہار کی ترسیل ہے اور بات کو پوری طرح سمجھ لینا اس کا ابلاغ ہے۔

اس اکائی میں اظہار اور اس کی مختلف سطحیں پر بات کی جائے گی۔ ساتھ ہی ترسیل اور ابلاغ کے مختلف نکات زیر بحث آئیں گے اور تیسرے باب میں اظہار کے مختلف پیرایوں پر گفتگو کی جائے گی۔ اس کے تحت زبانی اظہار، تحریری اظہار اور اشاراتی اظہار پر گفتگو ہو گی۔

اظہار

1.1 تعارف

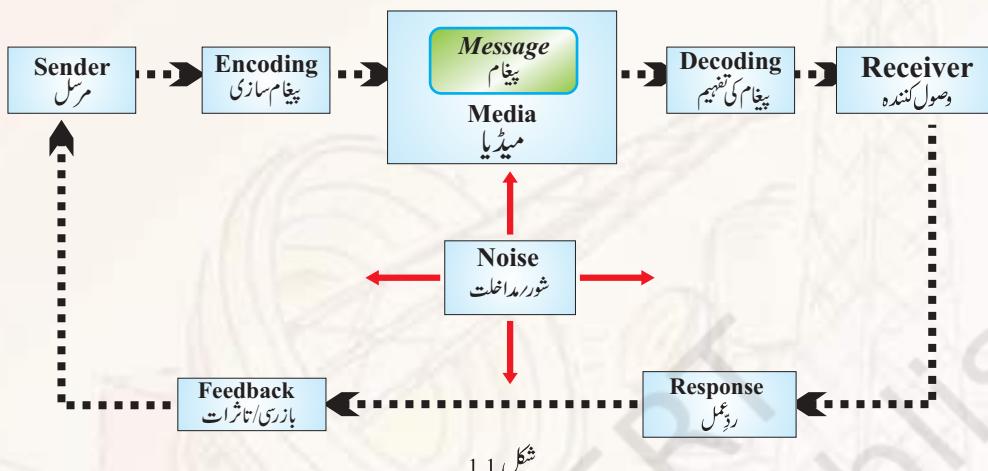
اظہار کی صلاحیت انسان کو جانوروں اور دوسری مخلوقات سے ممتاز کرتی ہے۔ انسان اپنے خیالات و احساسات کو بیان کرنے کی صلاحیت کی وجہ سے اپنی انفرادیت کا اظہار کر پاتا ہے۔ اظہار کی صلاحیت اسے اشرف المخلوقات کا درجہ دیتی ہے۔ یہ ایک ایسی جگہ ہے جو خدا کی عطا کردہ ایک بڑی نعمت ہے۔ خدا نے انسان کو اعضائے نطق یعنی بولنے کے اعضا عطا کیے ہیں جن میں زبان کو بنیادی حیثیت حاصل ہے۔ آپ جانتے ہیں کہ اظہار باقی ہوتا ہے اور تحریری بھی۔ کبھی ہم بول کر اظہار کرتے ہیں اور کبھی لکھ کر۔ بولنا ایک فطری سعادت ہے۔ لیکن اظہار کا عمل صرف بولنے کی صلاحیت تک ہی محدود نہیں ہے۔ غور کیجیے کہ صرف زبان ہی نہیں انسان کا سارا جسم بولتا ہے۔ جسم کے مختلف حصوں سے جو اظہار کیا جاتا ہے بعض مرتبہ وہ سوچ سمجھ کر یعنی شعوری طور پر کیا جاتا ہے اور کئی مرتبہ بغیر سوچ سمجھے یعنی غیر شعوری طور پر۔ گویا یہ تمام باتیں عمل، رد عمل اور جواب عمل سے وابستہ ہیں۔ جسمانی زبان کے بارے میں یہ بھی کہا جاسکتا ہے کہ یہ وہ صورتیں ہیں جن کا تعلق شعوری، غیر شعوری یا اضطراری حرکات و اعمال سے ہے۔ اظہار کی یہ صلاحیت اپنی محدود شکل میں جانوروں میں بھی موجود ہوتی ہے۔ لیکن ان میں یہ صلاحیت محدود ہوتی ہے جب کہ انسان میں یہ صلاحیت نہایت وسیع اور تخلیقی ہوتی ہے۔

مختلف شعبوں کے ماہرین نے اظہار کی تعریف اپنے نقطہ نظر سے پیش کی ہے۔ مثلاً ایک ماہر لسانیات کی نظر میں اظہار کسی خیال، تصور، اطلاع یا خبر کو مرسل سے وصول کنندہ تک پہنچانے کا لسانی عمل ہے۔ اس کے برعکس ایک ماہر نفسیات کی نگاہ میں اظہار عمل اور رد عمل کا وہ سلسلہ ہے جو مرسل اور وصول کنندہ کے درمیان قائم ہوتا ہے۔ ماہر سماجیات کی نظر میں اظہار سماجی رشتہوں کو قائم رکھنے کا ایک لسانی عمل ہے۔ گویا اظہار ترسیل خیال کا لسانی عمل ہے۔ اظہار یا ترسیل کے عمل میں مندرجہ ذیل عناصر کا رفرما ہوتے ہیں:

Sender/Encoder	مرسل
Encoding	پیغام سازی
Message	پیغام
Medium/Channel	ذریعہ/چینل
Receiver/Decoder	وصول کنندہ

Decoding	پیغام کی تفہیم
Feedback	بازرسی/تاثرات
Noise	شور/رداخت

اس بات کو بہتر طور پر سمجھنے کے لیے شکل 1 دیکھیے:



شکل 1.1

شکل 1 میں دکھائے گئے نکات کی تفصیل درج ذیل ہے:

❖ مرسل

کسی پیغام کو ارسال کرنے والے کو مرسل کہا جاتا ہے۔ مرسل یہ طے کرتا ہے کہ اس کا پیغام کیا ہے؟ پیغام کا وصول کننده کون ہے؟ ترسیل کی زبان کیا اور کیسی ہو گی؟ اس مرحلے سے گزرنے کے بعد وہ اپنے پیغام کی ترسیل کسی چینل یا میڈیم کے ذریعے وصول کننده تک کرتا ہے۔

❖ پیغام سازی

پیغام سازی سے مراد وہ ترسیلی عمل ہے جس میں خیالات اور نظریات کو ایک ترسیلی شکل دی جاتی ہے۔ یعنی ترسیل میں Encoding ایک ایسا عمل ہے جس میں پیغام کی تشکیل کی جاتی ہے۔ اس میں اطلاعات کو کہا کیا جاتا ہے اور تو پڑھی شکل میں خیالات کو ترتیب دیتے ہیں۔ اس عمل کو مرسل انجام دیتا ہے۔ جب پیغام تیار ہو جاتا ہے تو مرسل اسے کسی میڈیم کے ذریعے ارسال کر دیتا ہے۔

❖ پیغام

مرسل کے ذریعے ارسال کردہ کوئی بھی اطلاع یا خبر کو پیغام کہا جاتا ہے۔ پیغام کو تحریری، زبانی اور غیر کلامی کسی بھی شکل میں پیش کیا جاسکتا ہے۔ پیغام کی تشکیل کچھ اس طرح کی جاتی ہے کہ وصول کننده کو بہ آسانی سمجھ میں آسکے۔ پیغام کا ارسال وصول کننده کی ضرورت اور اہلیت کے مطابق کیا جاتا ہے۔ پیغام کی زبان اور پیش کش ایسی ہو کہ پیغام کے سمجھنے میں کوئی دشواری نہ ہو۔

❖ ذریعہ/چینل

پیغام کو کسی ذریعہ/چینل کے ذریعے وصول کنندہ تک پہنچایا جاتا ہے۔ اس لیے پیغام کے ارسال میں کسی نہ کسی میڈیم یا چینل کی ضرورت ہوتی ہے۔ جیسے ریڈ یو، ٹیلی ویژن، اخبار اور ٹیلی فون وغیرہ۔ ترسیل کے دوران میڈیم کی کمزوری اور مضبوطی دونوں کا خیال رکھنا ضروری ہے۔ میڈیم کے ذریعے عوام پر پڑنے والے اثرات کو سمجھنا بھی اہم ہے۔ اس سے ترسیل کو موثر بنانے میں مدد ملتی ہے۔

❖ وصول کنندہ

موسول کنندہ کے بغیر ترسیل کا تصور ممکن نہیں ہے۔ ترسیل میں وصول کنندہ کی پہچان اور درجہ بندی ضروری ہے۔ کیونکہ ہر سطح پر ان میں فرق پایا جاتا ہے۔ یہ فرق سیاسی، سماجی، اقتصادی، جنسی، نفسیاتی اور فکری ہو سکتا ہے۔ مثلاً عورت، مرد، بچے، خواندہ، ناخواندہ، ذات اور فرقہ وغیرہ۔ ترسیل میں موسول کنندہ کی دلچسپی، ابلیت، سمحداری اور ضرورتوں کا لحاظ کیجی ضروری ہے۔ اگر ان کا خیال نہیں رکھا گیا تو ممکن ہے وصول کنندہ پیغام کی طرف توجہ ہی نہ دے۔

❖ پیغام کی تفہیم

ذی کوڈ نگ لینی پیغام کی تفہیم ترسیلی عمل کا انتہائی اہم اور نازک مرحلہ ہے۔ پیغام کی تفہیم یا سمجھنے کے عمل کوڈی کوڈ نگ کہا جاتا ہے۔ اس عمل کو وصول کنندہ انجام دیتا ہے۔ وہ اپنی فہم و فراست کے مطابق پیغام کی تشریح اور تفہیم کرتا ہے۔ اگر وصول کنندہ پیغام کو سمجھنے سے قاصرہ جاتا ہے تو ترسیل کے عمل کو ناکمل صورت کیا جاتا ہے۔ کامیاب ترسیل کے لیے ضروری ہے کہ پیغام کو جس معنی میں پیش کیا گیا ہے اسی معنی میں وصول کیا جائے۔ اس لیے ترسیل کے عمل میں پیغام کی تفہیم کو نصوصی اہمیت حاصل ہے۔

❖ بازی/اتراشات

فیڈ بیک یا اتراشات، دراصل پیغام کی ایک شکل ہے جو وصول کنندہ کے ذریعے مرسل تک پہنچتا ہے۔ چوں کہ ترسیل، مسلسل جاری رہنے کا عمل ہے اس لیے اس میں دو طرفہ ارسال کے عمل کوائم رکھا جاتا ہے۔ دو طرفہ ارسال کا عمل اسی وقت کامل ہو گا جب ہم ایک دوسرے کو اپنے اتراشات فراہم کریں گے۔ فیڈ بیک سے مرسل کو موثر ترسیل کرنے میں مدد ملتی ہے۔ فیڈ بیک تحریری، زبانی اور غیر زبانی کسی بھی شکل میں دیا جاسکتا ہے۔ فیڈ بیک کے ذریعے وصول کنندہ کی فہم و فراست کی سطح کو سمجھنے میں مدد ملتی ہے۔ پیغام کو بہتر بنانے اور ضرورت کے مطابق اس میں تبدیلی کرنے میں فیڈ بیک یا بازرسی کا اہم روپ ہوتا ہے۔

❖ شور/مداخلت

پیغام کے ارسال میں حائل کسی طرح کی رکاوٹ یا مداخلت کو انگریزی اصطلاح میں Noises کہا جاتا ہے۔ اس سے Signals یعنی پیغام کی ترسیل میں مداخلت پیدا ہوتی ہے۔ غیر ضروری سگنلز کی وجہ سے اصل پیغام کے موسول ہونے میں وقت پیش آتی ہے۔ گویا شور ایک ایسی اصطلاح ہے جو ایسے ناپسندیدہ صوتی سگنل کی نشان دہی کرتی ہے جو مطلوبہ سگنل پر اثر انداز ہو۔ ایک چھوٹا سا شور ممکن ہے کہ کسی خبر کی منتقلی میں رکاوٹ نہ بنے جب کہ بہت زیادہ شور

پیغام کو پی منزل تک پہنچنے سے روک سکتا ہے۔ عام طور پر ایسی مداخلت، آوازوں کی شکل میں ہو سکتی ہے۔ اس کے علاوہ شور یا مداخلت بصری، سمعی و بصری، تحریری اور مادی و نفسیاتی کسی بھی شکل میں ہو سکتی ہے۔ مثلاً دو افراد فون پر باتیں کر رہے ہوں اور اچانک موبائل کا نیٹ ورک ختم ہو جائے تو دونوں کی گفتگو میں رکاوٹ پیدا ہو گی۔ اسی طرح خراب موسم کے سبب ٹیکلی ویژن پر چل رہے پروگرام کی نشریات میں بھی خلل پڑتا ہے۔ زبان کی کم فہمی کے سبب بھی ترسیل میں رکاوٹ پیدا ہوتی ہے۔ دراصل پیغام وصول کرنے میں جو رکاوٹ پیدا ہوتی ہیں وہ تکنیکی، مادی، مشینی، انسانی، معنیاتی، نفسیاتی اور طباعی غیرہ کی شکل میں پیش آسکتی ہیں۔ ان سب کو 'شور' کے زمرے میں رکھا جاتا ہے۔

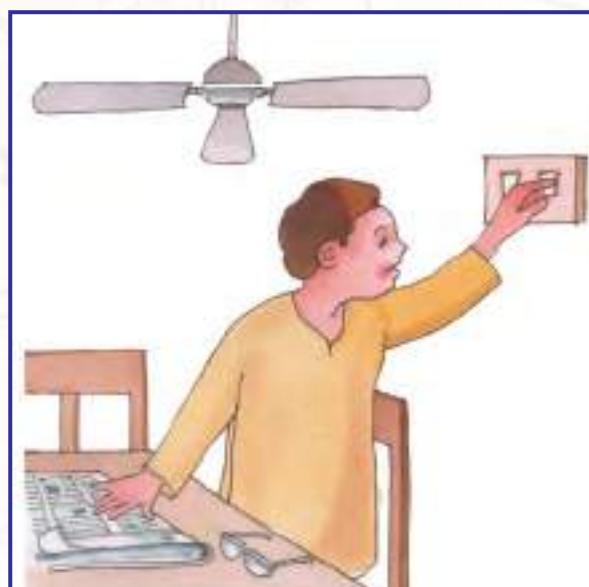
1.2 اطھار کی سطحیں (Levels of Communication)

trsیل کے نقطہ نظر سے اطھار کے لیے کم سے کم دو افراد کی شمولیت لازمی ہے۔ اگرچہ ترسیل میں ایک فرد خود سے بھی ترسیل کرتا ہے لیکن عام طور پر ایک سے زائد افراد کے مابین اسے انجام دیا جاتا ہے۔ دراصل اطھار کو متعدد طریقے سے عمل میں لایا جاتا ہے۔ خیالات کی ترسیل میں شرکا کی تعداد کے پیش نظر اطھار کی سطھوں کا تعین ہوتا ہے۔ اس لیے اطھار کی مختلف شکلوں کی شناخت، بنیادی طور پر ترسیل میں شامل افراد کی بنیاد پر ہوتی ہے۔ اطھار کی سطھوں کو حسب ذیل چار خانوں میں تقسیم کیا جاتا ہے:

Intra Personal Communication	درون ذاتی اطھار
Inter Personal Communication	بآہمی / میں ذاتی اطھار
Group Communication	اجتمائی / جماعتی اطھار
Mass Communication	عوامی اطھار

1.2.1 درون ذاتی اطھار

درون ذاتی اطھار میں ایک فرد، مرسل اور وصول کنندرہ دونوں کا کردار ادا کرتا ہے۔ جب کوئی فرد خود سے ترسیل کرتا ہے تو اسے درون ذاتی اطھار کہا جاتا ہے۔ دراصل درون ذاتی اطھار فرد کے ذہن اور دماغ کے اندر ہمیشہ چلتا رہتا ہے۔ اطھار کے اس عمل میں فرد کے سبھی حواس شامل ہوتے ہیں اور اس کا مرکزی اعصابی نظام (Central Nervous System) متحرک ہو جاتا ہے۔ مرکزی اعصابی نظام اپنے ارد گرد سے ضروری پیغام کو حاصل کرتا ہے۔ یہ نظام ترجیحات کی بنیاد پر کام کرتا ہے۔ یعنی جو پیغام پہلے ملتا ہے اسے پہلے حاصل کرتا ہے۔ مثال کے طور پر کام کرتے یا لکھتے وقت جیسے ہی گرمی کا احساس ہوتا ہے تو ہاتھ اگر لکھنے کے کام میں لگے ہیں تو لکھنا چھوڑ کر



فوری رہ عمل کے طور پر پہلے پنچھا چلا جاتا ہے یا اطھار کا ایک طریقہ ہوا۔ ہم داخلی اور خارجی دونوں طریقوں سے رہ عمل ظاہر کرتے ہیں۔ ہم اپنے فکری عمل میں اضافے کے لیے اکثر خود سے اوپنجی آواز میں مخاطب ہوتے یا بات کرتے ہیں۔ درون ذاتی اطھار میں ہمارے ذہن کے ساتھ ساتھ ہمارے جسمانی و جذباتی احساسات بھی شریک ہوتے ہیں۔ جب ہم خود سے ترسیل کرتے ہیں، اس وقت متعدد جسمانی، جذباتی اور سماجی پہلوؤں کا اطھار ہوتا ہے۔ درون ذاتی اطھار کا سلسلہ ہمہ وقت اور زندگی بھر چلتا ہتا ہے۔

درصل درون ذاتی اطھار زندگی کی تہار داریوں کا اطھار ہے۔ اس کے تحت زندگی کی کہی ان کمیں عیاں ہو جاتی ہیں۔ زندگی میں ایسے کئی موقع آتے ہیں جہاں انسان خود کلامی کی کیفیت میں بتلا ہو جاتا ہے۔ دنیا بھر میں کئی افراد اپنے آپ سے باتیں کرتے ہیں جسے خود کلامی کہا جاتا ہے۔ وہ خود کلامی میں اس قدر مصروف ہوتے ہیں کہ انھیں اپنے اردو گردکسی کی پرواہ نہیں ہوتی۔ ماہرین کا کہنا ہے کہ اپنے آپ سے باتیں کرنا بالکل نارمل اور عامہ سی بات ہے۔

ہر انسان کچھ بولے بغیر دن میں کئی بار اپنے آپ سے باتیں کرتا ہے۔ ماہرین نفسیات کا مانا ہے جو بچے خود کلامی کرتے ہیں وہ بہتر طور پر مشکلات پر قابو پاسکتے ہیں۔ مثلاً مختلف اقسام کے کھلونوں کو ترتیب دینا، انہیں توڑنا اور پھر جوڑنا ایک مکمل شکل میں ڈھالنا، یہ سب کچھ خود کلامی سے ہی پایہ تکمیل تک پہنچتا ہے۔ اس عمل سے دماغ کی مکمل تربیت ہوتی ہے کیوں کہ بار بار ایک ہی عمل کو دہرانے سے دماغی خلیے زیادہ روشن اور فعال ہو جاتے ہیں اور بچے دوبارہ غلطی نہیں کرتے۔ ماہرین کا مانا ہے کہ خود کلامی پا گل پن نہیں بلکہ ذہن اور یادداشت کی تربیت میں ثابت کردار ادا کرتی ہے۔ خود کلامی (Soliloquy) درون ذات اطھار کی وہ کیفیت ہے جہاں انسان خود سے مخون گفتگو ہوتا ہے۔ گویا وہ خود مرسل اور وصول کننده کے کردار ادا کرتا ہے۔ اس اطھار میں مرسل یا وصول کننده سے زیادہ اہمیت خبر کی ہوتی ہے۔



سعادت حسن منتو (1912-1955)

درون ذاتی اطھار کی ایک مثال دسویں جماعت کی کتاب نوائے اردو میں شامل منتو کا افسانہ ”نیا قانون“ میں دیکھیے۔ اس افسانے میں استاد منتو کو چوان انگریزوں کے بارے میں بڑا تھا کہ ”آگ لینے آئے تھے اب گھر کے مالک بن گئے ہیں۔ ناک میں دم کر کھا ہے ان بندروں کی اولاد نے۔ یوں رعب گانٹھتے ہیں گویا ہم ان کے باوا کے نوکر ہیں۔“

اس افسانے میں آگے وہ پھر بڑا تھا کہ ”قتم ہے بھگوان کی، ان لاث صاحبوں کے ناز اٹھاتے اٹھاتے تگ آگیا ہوں۔ جب کبھی ان کا مخصوص چہرہ دیکھتا ہوں تو رگوں میں خون کھولے لگ جاتا ہے۔ کوئی نیا قانون وanon

بنے تو ان لوگوں سے نجات ملے۔، فیض احمد فیض کی نظم 'تہائی' بھی خود کلامی کی عمدہ مثال ہے:

تہائی

پھر کوئی آیا دلی زار، نہیں کوئی نہیں
راہرو ہوگا کہیں اور چلا جائے گا
ڈھل چکی رات، بکھرنے لگا تاروں کا غبار
لڑکھڑانے لگے ایوانوں میں خوابیدہ چراغ
سوئی راستہ تک تک کے ہر اک راہ گذار
اجنبی خاک نے دھنلا دیے قدموں کے سراغ
گل کرو شمعیں بڑھا دو مے و مینا و ایاغ
اپنے بے خواب کواڑوں کو مقفل کرلو
اب یہاں کوئی نہیں، کوئی نہیں آئے گا!



فیض احمد فیض (1911-1984)

1.2.2 باہمی رہیں ذاتی اطھار

جب دو افراد آپس میں ایک دوسرے سے گفتگو کرتے ہیں تو اسے بین ذاتی اطھار کہا جاتا ہے۔ اسے باہمی اطھار بھی کہتے ہیں۔ گویا یہ ایک شخص سے براہ راست رابطہ ہے۔ اس میں روزمرہ کا تبادلہ خیال بھی شامل ہوتا ہے جو کسی یا غیر رسی ہو سکتا ہے۔ بین ذاتی اطھار کے عمل میں پیغام کا ارسال زبان سے الفاظ ادا کر کے یا مسکرا کر یا چھو کر بھی ہو سکتا ہے۔ اس اطھار میں الفاظ، آواز کا زیر و بم، چہرے کا تاثر، اشارے اور کنائے معاون ثابت ہوتے ہیں۔ چوں کہ باہمی اطھار عام طور پر آمنے سامنے بیٹھ کر ہوتا ہے۔ اس لیے اس میں بازرسی فوراً حاصل ہو سکتی ہے۔ دراصل بین ذاتی اطھار کا عمل دو طرفہ ہوتا ہے۔ اس کے تحت پیغام کے ارسال ہوتے ہیں ریڈیم حاصل ہو جاتا ہے۔ یہ اطھار متحرک ہوتا ہے۔ بین ذاتی اطھار میں ترسیل کے چار امکانی مذاق ہو سکتے ہیں۔

- پہلا وصول کنندہ کا پیغام سے مکمل اتفاق رکھنا۔
- دوسرا وصول کنندہ کا پیغام سے کسی حد تک اتفاق رکھنا۔
- تیسرا وصول کنندہ کا پیغام سے مکمل عدم اتفاق رکھنا۔
- چوتھا وصول کنندہ کا پیغام کو نہ سمجھ پانا۔

بین ذاتی اطھار میں ذرائع، پیغام، وصول کنندہ، اثر اور فریڈ بیک اہم عنصر ہیں۔

بین ذاتی یا باہمی اطھار زبانی اور غیر لفظی دونوں طرح سے ہو سکتا ہے۔ اس میں دو یادو سے زائد افراد بھی شامل ہو سکتے ہیں۔ ترسیل کا عمل، مرسل اور وصول کنندہ کے ما بین کسی بھی دوری کو ختم کر دیتا ہے۔ بین ذاتی اطھار بیانی دی طور پر درون ذاتی اطھار کے مثال اور عوامی اطھار سے مختلف ہوتا ہے۔ بین ذاتی اطھار کے دوران، درون ذاتی

اطھار اور ابلاغ

اطھار کا عمل بھی جاری رہتا ہے۔ میں ذاتی اطھار میں تسلیل کا مقبول ترین ذریعہ (میڈیم) آواز ہوتی ہے۔ اس میں وسیع ذرائع ابلاغ کی ضرورت نہیں ہوتی ہے جبکہ عوامی اطھار میں ذرائع ابلاغ کا دائرہ بہت وسیع ہوتا ہے۔ میں ذاتی اطھار، ذاتی، برائی راست اور گہر اہوتا ہے۔ اس میں مرسل اور وصول کنندہ کے مابین مکالمے کی پوری گنجائش ہوتی ہے۔ باہمی اطھار سماجی رابطوں کو قائم رکھنے میں معاون ہوتا ہے۔ اس کے ذریعے رشتے قائم کرنے اور دوست بنانے میں مدد ملتی ہے۔ یہی اطھار انسانوں کے درمیان بھائی چارے اور محبت کو بڑھا دیتا ہے۔ باہمی اطھار کا ایک مقصد کسی نظر یے، تصور یا اقدار کا اطھار بھی ہے۔

باہمی اطھار میں وصول کنندہ کی تعداد متعین نہیں ہوتی۔ یہ اطھار بالعموم دو یادو سے زائد لوگوں کے درمیان ممکن ہے۔ لیکن وصول کنندہ کی تعداد اتنی بھی نہ ہو کہ یہ اجتماع کی شکل اختیار کر لے۔ باہمی اطھار یا میں ذاتی اطھار کی کیفیت درون ذاتی اطھار سے مختلف ہوتی ہے کیونکہ یہاں مرسل الیہ کی پسند ناپسند اور ڈنی استعداد کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔ بعض اوقات بچوں سے گفتگو کرتے وقت ہم اپنے اطھار میں نمایاں تبدیلی لاتے ہیں تاکہ نچے اس اطلاع یا خبر کو بہ آسانی سمجھ سکیں۔

نویں جماعت کی کتاب نوائے اردو میں شوکت تھانوی کا ڈراما "خدا حافظ" سے ایک مثال دیکھیے جس سے آپ کو باہمی اطھار، کو صحنه میں مدد ملے گی۔

(میر صاحب اپنے مصاحب اور تمام احباب میں بیٹھے ہوئے سفر کے متعلق تبادلہ خیال کر رہے ہیں)

میر صاحب: امام تم ہی بتاؤ مرزا صاحب کہ اس ریل کے سفر میں نصیب دشمنا جان جو حکم تو نہیں ہے۔

مرزا صاحب: آپ کی بھی واللہ کیا باتیں ہیں۔ یعنی میں کہہ تو رہا ہوں کہ اس ریل کے سفر میں سر کے بال سفید کر لیے ہیں، پھر آپ کا یہ سفر تو قدم بھرا کا ہے۔

میر صاحب: انشاء اللہ! مگر بھتی بات یہ ہے کہ یہ پہلا اتفاق ہے۔ اسی سے جی گھبرا تا ہے۔ امام تم بھی چلونا ساتھ۔ تم کو ذرا اس سفر کا تجربہ ہے اور بالکل نیا آدمی۔ تمھارے سرِ عزیز کی قسم کیجا ہا تھوں اُچھلتا ہے۔

مرزا صاحب: اگر آپ کہتے ہیں تو مجھے کیا عذر ہو سکتا ہے مگر آپ نے تو واللہ کمال کر دیا۔ اس زمانے میں آپ ایسے بہت کم نکلیں گے جو ریل کے سفر سے ناواقف ہوں۔

میر صاحب: بھی یقین جانو میں خاندانی وضع کے خلاف یہ بات کر رہا ہوں۔ اللہ جنت نصیب کرے۔ ابا جان تو بھی اس محلے سے باہر نہ نکلے تھے۔

1.2.3 اجتماعی / رجماعی اطھار

جب کوئی جماعت آمنے سامنے بیٹھ کر غور و خوض، بحث و مباحثہ، مذاکرہ، عوامی تقریر و اثر و یو وغیرہ کرتی ہے تو اسے جماعی

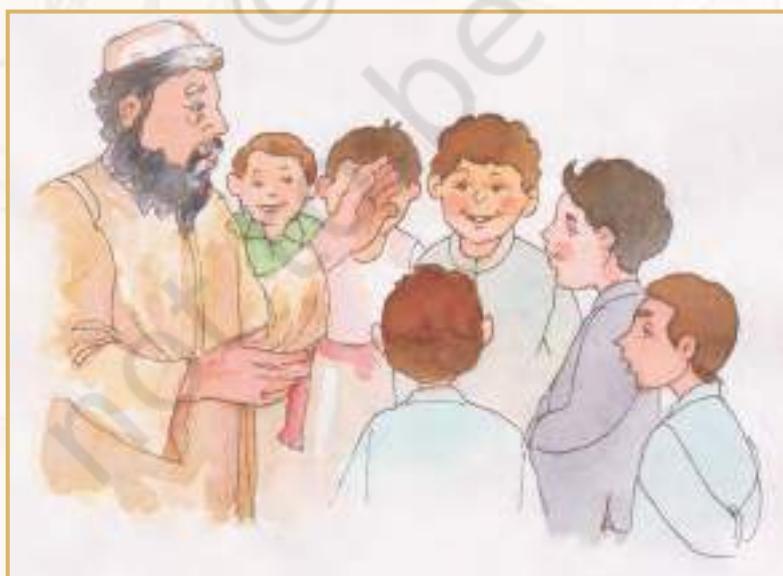


شوکت تھانوی (1904/05-1963)

اطہار کہتے ہیں۔ جماعتی اطہار بہت مؤثر ہوتا ہے۔ اس میں مقرر کو اپنے موضوع اور میدان میں مہارت کے مطابق اطہار رائے کا موقع ملتا ہے۔ جماعتی ترسیل عموماً اسکول، کالج، تربیتی مرکز، چوپال، تھیٹر، کمیونٹی ہاں، جلسہ گاہ جیسے اہم مقامات میں نظر آتی ہے۔ دوسرے لفظوں میں یہ کہہ سکتے ہیں کہ جماعتی اطہار ان افراد کے مابین ممکن ہے جو مخصوص مقاصد کے لیے ایک جگہ جمع ہوتے ہیں۔ مثلاً طلبہ کی جماعت، کسانوں کی ٹولی، پوس والوں کا وستہ، سیاستدانوں کی جماعت، تاجروں کا مجمع، کھلاڑیوں کی ٹیم وغیرہ۔

اس طرح کے اطہار میں ایک مقرر ہوتا ہے اور باقی لوگ سامعین کے طور پر اس کی بات توجہ سے سنتے ہیں۔ کبھی کبھی باقی لوگ بھی اپنے اپنے خیالات کا اطہار کرتے ہیں اور باقی لوگ بھی پُر جوش انداز میں اپنے جذبات کا اطہار کرتے ہیں۔ پہلے زمانے میں مقرر کو جدید کنالوجی کی سہولیات دستیاب نہیں تھیں۔ اب مانیکر و فون، پرو جیکٹر اور ٹیلی کافنزرنگ وغیرہ کے استعمال سے ترسیلی عمل میں خاطر خواہ ترقی ہوئی ہے۔ رقص و موسیقی، ادا کاری، فن کاری اور ڈرامے وغیرہ کے ذریعے نسل درسل ترسیل ہوتی رہی ہے اور یہ سلسلہ اب بھی جاری ہے۔ جماعتی اطہار کی خصوصیات کو بین ذاتی اور عوامی اطہار کے امتیازی پس منظر میں آسانی سمجھا جاسکتا ہے۔

جماعتی اطہار کے سامعین کیش تعداد میں کسی ایک مقام پر جمع اور ایک دوسرے سے مسلک ہوتے ہیں۔ یہ افراد مقام، علاقے، ذات، مذهب، پیشہ اور زبان پر مبنی جماعت سے وابستہ ہوتے ہیں۔ بین ذاتی اطہار میں شامل افراد یعنی مرسل اور وصول کنندہ دونوں ہی شریک ہوتے ہیں۔ اس کے عکس جماعتی شرکا اطہار میں بہت زیادہ سرگرم نہیں ہوتے اور احتیاط کے ساتھ اطہار کرتے ہیں اور وہ دوران گفتگو ضرورت کے مطابق تبادلہ سخیاں میں حصہ لیتے ہیں۔ باہمی بحث و مباحثے کے دوران جماعت میں مسائل کا حل بھی تلاش کیا جاتا ہے۔ اس کے ذریعے مسائل کا تعین، تجزیہ اور حل بھی ممکن ہے۔



1.2.4 عوامی اطھار

عوامی اطھار ترسیل کی ایک قسم ہے جس کے ذریعے کثیر تعداد میں موجود یا اپنے مقام پر موجود عوام سے خطاب کیا جاتا ہے۔ عوامی اطھار میں وہ ادارے اور طریقے شامل ہیں جن کے ذریعے کسی خاص مقصد کے تحت کام کرنے والی کوئی جماعت، تکنیکی ذرائع جیسے ریڈ یو، ٹیلی ویژن، فلم، اشاعتی ذرائع سے اپنے پیغام کو زیادہ سے زیادہ اور الگ الگ طبقوں سے وابستہ عوام تک پہنچاتی ہے۔ عوامی اطھار ایسے سامعین کی نشان دہی کرتا ہے جو نسبتاً بڑی تعداد میں ہوں اور جن سے مرسلاً براہ راست ربط میں نہ ہو۔ جس کے ذریعے ایک ہی وقت میں نامعلوم سامعین کے ایک بڑے حلقے کو مخاطب کیا جاسکے۔



عوامی اطھار میں مذہب، ذات، رہنمائی، تعلیم، روایہ، اعتقاد وغیرہ کو بھی پیش نظر رکھا جاتا ہے۔ عوامی اطھار میں پیغام بڑی تعداد میں تیار کیے جاتے ہیں۔ اس کے تحت پیغام کو وسیع پیانا نے پر دور دراز علاقوں تک پھیلے ہوئے انجان یا نامعلوم عوام میں عوامی ذرائع ابلاغ کے ذریعے پہنچایا جاتا ہے۔ وسیع خطوں میں آباد عوام تک پیغام پہنچانے کے لیے جب ذرائع ابلاغ کا استعمال کیا جاتا ہے تو اسے عوامی ترسیل کہا جاتا ہے۔ اس طرح کی ترسیل بالواسطہ ذرائع پر منحصر ہوتی ہے۔ بین ذاتی اطھار اور عوامی اطھار میں ذرائع ابلاغ کے ہونے یا نہ ہونے اور عوام کی تعداد اور ان کی نوعیت کی بنیاد پر فرق کیا جاتا ہے۔ عوامی اطھار میں عوام کو دیکھنا یا متعینہ عوام کی پہچان کرنا ممکن نہیں ہوتا۔ اس لیے ایسی عوام کو غیر مانوس یا نامعلوم عوام کہتے ہیں۔ بین ذاتی اطھار کے علاوہ ترسیل کی یہ دوسری اہم قسم ہے، جس میں وسیع سامعین کی شرکت ہوتی ہے۔ عوامی اطھار میں جن ذرائع ابلاغ کا استعمال کیا جاتا ہے، انھیں انگریزی میں 'Mas Media' کہا جاتا ہے۔

عوامی اطھار کا مقصد ایک بڑی جماعت تک ترسیلی میڈیم کے ذریعے پیغام پہنچانا ہے۔ ایسی ترسیل میں کسی نہ کسی چینل، رمیڈیم کی ضرورت ہوتی ہے۔ ریڈ یو، ٹیلی ویژن، فلم، ویڈیو، آڈیو کیسٹ، سی ڈی کے علاوہ اخبار، رسائل، کتب، پکلفلٹ اور پوستر وغیرہ اس کے اہم ذرائع ہیں۔ اس کا مقصد اتنا وسیع ہے کہ اس کو کسی مخصوص دائرے میں رکھنا مشکل ہے۔ عوامی اطھار کا بنیادی کام کسی اطلاع کے ارسال، تجزیہ، علم اور اس کی قدرتوں کو نشر کرنا ہوتا ہے۔ عوامی اطھار کے عمل میں مرسلاً، موصول کنندا، ذرائع اور پیغام اہم اجزاء ہوتے ہیں۔

ترسیل اور ابلاغ

2.1 تعارف

اس میں کوئی مشکل نہیں کہ اظہار کی اہمیت مسلم ہے۔ اظہار سے لوگوں کی ذہن سازی ہوتی ہے۔ اگر انسانوں کے درمیان ترسیل کے عمل پر پابندی عائد کر دی جائے اور انھیں ترسیل کے ذرائع اختیار کرنے سے روک دیا جائے تو معاشرے کا نظام ٹھپ ہو جائے۔ ذرائع اظہار صرف خبر اور رائے کو لوگوں تک پہنچانے کے لیے نہیں ہے، بلکہ اس کے ذریعہ لوگوں کی قوتِ فکر کو بدلنا جاستا ہے۔ اظہار کی وجہ سے علم و خبر کی ترسیل میں آسانیاں پیدا ہوئی ہیں۔ افکار و آراء کی ترویج اور ابلاغ کے لیے دائرہ عمل وسیع تر ہو گیا ہے۔ صاحبان علم وہنر کے تعارف اور اثر پذیری میں غیر معمولی اضافہ ہوا ہے۔ اسی لیے اس شعبے کے بعض ماہرین کی رائے ہے کہ اگر کسی خاص تصور یا خاص طرزِ زندگی کو وسعت دینی ہے، لوگوں کو کسی خاص طرزِ معاشرت سے مرعوب کرنا ہے اور ان کے افکار کو بدلنا ہے تو صرف ان کی تعلیم و تربیت کو فرود غدیباً کافی نہیں ہے۔ معلومات کی فراہمی تو پہلا قدم ہے۔ اصل چیز ذریعہ اظہار ہے۔

2.2 ترسیل (Communication)

خیالات و تجربات، جذبات و تصورات، عقائد و نظریات، علوم و فنون، تفریجی مواد اور معلومات کی اشاعت کا نام ترسیل ہے۔ ترسیل کا انگریزی متبادل Communication ہے جو کہ بنیادی طور پر لاطینی لفظ Communis سے مانخوذ ہے جس کے معنی ”اشتراك“ ہیں۔ ترسیل اطلاع پہنچنے یا حاصل کرنے کا عمل ہے۔ کسی پیغام کو منزل مقصود تک پہنچنا، روانہ کرنا، پھیلانا اور ارسال کرنا ترسیل ہے۔ ترسیل افکار و خیالات کے بتا دے کا عمل ہے۔ ترسیل میں علوم و فنون اور دیگر اطلاعات کو علامتوں، لفظوں اور تصویروں کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے۔ ترسیل سے تہذیب و ثقافت کی تربیتی ہوتی ہے اور اسے نئی نسل تک منتقل کیا جاتا ہے۔ ترسیل میں روزمرہ گفتگو، دلیل، مذاکرے اور مباحثہ وغیرہ شامل ہوتے ہیں۔ دراصل ترسیل ایک مسلسل عمل ہے جس میں ہم ہر وقت شریک رہتے ہیں۔ حقیقت یہ ہے کہ ترسیل تمام انسانی رؤیوں کو منظم کرتی ہے۔ ترسیل سے انسانوں کے درمیان رشتہ قائم ہوتے ہیں۔ ترسیل کی معنویت صرف انسان کی زندگی میں ہی نہیں بلکہ حیوانات میں بھی ہے۔ چوند پرند ترسیل کے عمل سے گزرتے ہیں اور ایک دوسرے کی مدد سے اپنی ضرورتوں کو پورا کرتے ہیں۔ ترسیل کے بغیر دنیا یا سماج کا تصور ناممکن ہے۔ یہ ایک ایسا وسیلہ ہے جس کے ذریعے ہم انسانی رشتہوں کو ہموار کرتے ہیں اور فروغ دیتے ہیں۔ گویا ترسیل ایک ایسا سماجی عمل ہے جو دو طرفہ ہے۔ ترسیل کا عمل اس وقت مکمل ہوتا ہے جب کہی کمی بات سنے والے تک پہنچ جاتی ہے۔ انسانی زندگی کے تمام تر پہلوؤں پر ترسیل اثر انداز ہوتی ہے۔ یہ کہا جائے تو غلط نہیں ہوگا کہ زندگی

کے کسی بھی شعبے میں اس کے بغیر کوئی کام انجام نہیں پاسکتا۔

ترسیل ایک نظام ہے، جس کے ذریعے پیغام کو ارسال اور صول کیا جاتا ہے۔ ترسیل کا عمل ایک طرفہ یا دو طرفہ بھی ہو سکتا ہے۔ اگر ترسیل ایک طرفہ ہوتی ہے تو اس میں پیغام کا جواب یا عمل موصول نہیں ہوتا۔ دو طرفہ ترسیل میں ر عمل موصول ہونا لازمی ہے۔ پیغام کی ترسیل کی متعدد صورتیں ہوتی ہیں۔ مثلاً کلامی، غیر کلامی، تحریری، لفظی اور تصویری وغیرہ۔ کلامی ترسیل میں ذریعہ ترسیل 'وقت آواز' ہوتی ہے۔ انسان کی سماught، آواز کی لہروں کو معنوی صورت میں تبدیل کرتی ہے جس کے باعث ذہن پیغام کی بآسانی شناخت کر لیتا ہے۔ ٹیلی ویژن میں بر قی لہروں کو تصویریں اور آوازوں کی شکل میں تبدیل کر کے پیش کیا جاتا ہے۔ اسی طرح طباعی میڈیم میں پیغام کو تحریری شکل میں پیش کیا جاتا ہے۔

سامعین کی تعداد اور ترسیلی ہدف کے اعتبار سے ترسیل کوئی حصوں میں تقسیم کیا گیا ہے، اس میں کلیدی حیثیت عوای ترسیل کو حاصل ہے۔ یہی وجہ ہے کہ جب میڈیا کا نام آتا ہے، تو ذہن میں بے ساختہ طور پر عوای ترسیل کا نام آتا ہے۔

عوای ترسیل کے عمل میں زبان کا معیار طے کرتے وقت یہ خیال تور کھتے ہی ہیں کہ سامع و ناظر کی تعلیمی صلاحیت کیا ہے اس اور اس کا تہذیبی پس منظر کیا ہے۔ ان کی عمر، ان کی جنس اور ان کے مخصوص مکتب فکر کو بھی پیش نظر رکھا جاتا ہے۔

پہلے اخبارات ہمارے ہنچی، علمی اور ادبی ذوق کی تکمیل کا ذریعہ تھے، عہد حاضر میں اب ذرائع ابلاغ پر اخبارات سے کہیں زیادہ بر قی مواصلات یعنی ریڈیو، ٹیلی ویژن، اخْرِنیت، موبائل اور سا برا پسیس کا قبضہ ہے۔ اس سے پہلے ترسیلی ذرائع صرف اخبارات اور طباعت شدہ تحریروں تک محدود تھے، لیکن اطلاعاتی انقلاب نے وہ کرشمہ دکھایا کہ اب غیر تعلیم یافتہ افراد بھی دنیا میں رونما ہونے والے واقعات، پاس پڑوں کی خبروں اور دوسروں کے خیالات سے واقف ہو سکتے ہیں اور ان پر اپنار عمل بھی ظاہر کر سکتے ہیں۔ بس، کار، ریل گاڑی اور ہوائی جہاز میں اور اپنے ڈرائیور میں بھی وسیع و عریض کائنات کا رنگارنگ نظارہ کر سکتے ہیں۔ ذرائع ابلاغ کی متواتر ترقی نے طباعت اور اشاعت کی پابندی سے آزادی حاصل کر لی۔ اب یہ بھی ضروری نہیں رہا کہ ذرائع ابلاغ تک صرف تعلیم یافتہ افراد ہی کی رسائی ہو۔ ان تمام پابندیوں سے آزادی کے باوجود ذرائع ابلاغ کو اپنی ترسیل کے لیے زبان کا سہارا لینا ہی پڑتا ہے۔ یعنی جو کچھ کہا جائے گا اس کے لیے زبان کا استعمال ناگزیر ہو گا، اس بات کو سمجھنے کے لیے درج ذیل مثال دیکھیے۔

"ہماراں نے عالمی ایجادیٹ ٹریک میں 400 میٹر کی دوڑ میں سونے کا تمغہ حاصل کیا،"

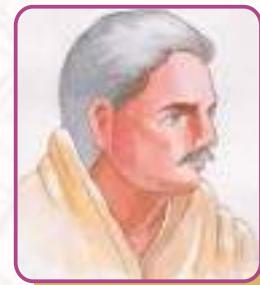
اس خبر کی ترسیل پرنٹ میڈیا تک محدود ہوتی تو یہ ضروری تھا کہ صول کنندہ کو پڑھنا آتا ہو، لیکن اگر یہی خبر الیکٹریک میڈیا پر نشر ہوگی تو سبھی لوگوں تک اس خبر کی ترسیل ہو جائے گی۔ البتہ خبر کی ترسیل کے لیے زبان کا استعمال ناگزیر ہو گا۔ یہاں '400 میٹر کی دوڑ' کا لفظ استعمال کرنا ہو گا گویا معلومات کو آگے بڑھانے والے تمام الفاظ کا

استعمال اور زبان کی معلومات ضروری ہوگی۔

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 لی جائے جو اس کے قاری یا سامنے کی سمجھ میں نہ آئے، تو وہ تحریر یا تقریر میں اور بے مقصد ہو جاتی ہے۔ ترسیلِ خیال میں وہی شخص کا میاب ہے جو زمانے کے ساتھ قارئین کے مطالبات اور ان کے مزاج و مناق کے اعتبار سے اپنے ترسیلی طریقہ کار میں تبدیلی لاتا رہے۔ صرف کسی ایک بندھے نکلے اصول پر عمل کر کے ترسیل کے ساتھ انصاف نہیں کیا جاسکتا۔ ایک لفظ یا جملہ ایک اوسط درجے کے قاری کے لیے مفید مطلب ہو سکتا ہے، لیکن یہ ضروری نہیں کہ وہی لفظ اور جملہ دوسرا شخص کے لیے بھی اتنا ہی مفید اور کامیاب ترسیلی ذریعہ ثابت ہو۔ زبان کا مقصد اپنے خیالات سے دوسروں کو متاثر کرنا اور متعلقہ کیفیت کو دوسروں تک پہنچانا ہے۔ اخبارات کی زبان تحریری ہوتی ہے جبکہ ریڈیو کی زبان صوتی ہوتی ہے۔ میلی ویژن کی آمد نے تصویری صحافت کو مقبول بنا دیا ہے۔ جیسا کہ اوپر ذکر آیا ترسیل کے لیے زبان کا استعمال ناگزیر ہے۔ اسی لیے ترسیل کی نوعیت کے اعتبار سے زبان کا مزاج بھی بدلتا ہے۔ یعنی جو زبان خبروں یا معلومات کی ترسیل کے لیے استعمال ہوتی ہے اور جس کا بنیادی مقصد قارئین یا سامنے ہے تو ایسی زبان کو صحافتی زبان کہتے ہیں۔ البتہ جب کسی معلومات کو اپنے تجربات اور مشاہدات کی روشنی میں ایسی تحریر کی صورت دی جاتی ہے جو طویل عرصے تک زندہ رہے اور جسے پڑھ کر لوگ ہمیشہ متاثر ہوتے رہیں۔ اس نوعیت کی ترسیل کے لیے جو زبان استعمال کی جاتی ہے اسے ادبی زبان کہا جاتا ہے۔ جیسے اقبال کا یہ شعر ہمیشہ سب کو متاثر کرتا ہے۔

ستاروں سے آگے جہاں اور بھی ہیں
ابھی عشق کے امتحان اور بھی ہیں

یہ شعر اپنے پڑھنے والوں تک اس خیال کی ترسیل کرتا ہے کہ زندگی میں ہمیشہ نئی نئی منزلوں کی جستجو جاری رکھنی چاہیے۔ آگے ہی آگے بڑھتے رہنا انسانی زندگی کا بنیادی مقصد ہے۔ اس بات کو مزید سمجھنے کے لیے آگے ادبی اور صحافتی زبان کے فرق کو واضح کیا جا رہا ہے۔



علامہ اقبال (1877-1938)

❖ ادبی اور صحافتی زبان میں فرق

ادبی اور صحافتی زبان میں فرق ہوتا ہے کیوں کہ دونوں کے اغراض و مقاصد الگ ہوتے ہیں۔ ادبی تحریر میں لکھنے والے کے پاس سوچنے اور غور و فکر کے لیے بھرپور وقت ہوتا ہے۔ اس کے لیے وقت کی کوئی قید نہیں ہے۔ اس کے علاوہ اس کے قارئین کا ایک خاص طبقہ ہوتا ہے۔ اس کے ذوق کے مطابق وہ زبان استعمال کرتا ہے۔ زبان کو دلش بانے کے لیے علمتوں، اشاروں، تشبیہات اور استعارات سے بھی کام لیتا ہے۔ اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ قاری اس کی تحریر سے لطف اندوز ہو۔ اس کے برکھس صحافتی تحریر کا بنیادی مقصد کسی خبر یا اطلاع کو عوام تک پہنچانا ہوتا ہے۔ عوام اعلیٰ تعلیم یا فتنہ بھی ہوتے ہیں، کم تعلیم یا فتنہ بھی اور ناخواندہ بھی۔ صحافتی تحریر میں اس بات کا خیال رکھا جاتا ہے کہ اس کی زبان سماج کے ہر طبقے کے افراد کو آسانی سے سمجھ میں آسکے۔

صحافتی تحریر میں زبان کی تراش خراش کی زیادہ گنجائش نہیں ہوتی کیوں کہ اسے ایک متعین وقت میں مکمل کرنا ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر ایکشن کے مقالے کی خبر آسان لفظوں میں تحریر کر دی جاتی ہے۔ کیوں کہ عوام تک فوراً وہ خبر پہنچانی ہوتی ہے۔ صحافتی تحریر میں سادہ، سلیس، مربوط اور دٹوک انداز اختیار کیا جاتا ہے۔ چھوٹے چھوٹے جملوں میں معروضی انداز میں بات پیش کی جاتی ہے۔

2.3 ابلاغ

ترسیل اور ابلاغ کی حیثیت لازم و ملزم کی ہے۔ اگرچہ دونوں کے لفظی معنی پہنچانے، پھیلانے اور عام کرنے کے ہیں لیکن اصطلاحی معنی جدا گانہ ہیں۔ ترسیل کے اصطلاحی معنی پیغام کا ارسال ہے جب کہ ابلاغ کے اصطلاحی معنی پیغام کی تفہیم ہے۔ معنوی اعتبار سے کسی خیال کی ترسیل اس وقت تک نامکمل ہے جب تک اس کی تفہیم نہ ہو جائے۔ جس وقت پیغام کی تفہیم کامل ہو جاتی ہے ترسیل ابلاغ کے درجے کو پہنچ جاتی ہے۔ اس طرح یہ کہنا غلط نہ ہو گا کہ پیغام کی ترسیل میں ابلاغ کے معنی بھی پوشیدہ ہیں۔

پیغام جب ترسیل کے عمل سے آگے بڑھ کر تفہیم تک پہنچ جاتا ہے تو اسے ابلاغ کہتے ہیں۔ کسی پیغام کا اصل مقصد یہ ہے کہ وصول کنندہ اس پیغام کو سمجھ لے۔ کبھی کبھی وصول کنندہ تک بات پہنچ جاتی ہے یعنی ترسیل ہو جاتی ہے لیکن ترسیل اس وقت تک ادھوری ہے جب تک بات پوری طرح سمجھ میں نہ آئے۔ جب بات پوری طرح سمجھ میں آگئی تو ابلاغ بھی ہو گیا یعنی ترسیل کامل ہو گئی۔ ترسیل کا مقصد ہی ابلاغ ہے۔ ابلاغ دراصل مرسل کے مقصود معنی تک رسائی ہے۔ (Intended meaning)

عام طور پر میڈیا میں ترسیل اور ابلاغ کو ہم معنی تصور کیا جاتا ہے۔ یہاں پیغام کی کامیاب ترسیل ہی ابلاغ ہے۔ لیکن ادب میں ابلاغ کو ایک فن تسلیم کیا گیا ہے۔ ادبی نقطہ نظر سے ابلاغ کلام کی بہتر و جامع ترسیل کا نام ہے۔ یعنی کلام کو دوسروں تک معنوی ربط اور توضیح و تشریح کے ساتھ مرتبہ کمال کو پہنچانا ابلاغ ہے۔ ابلاغ میں موزوں و مناسب لفظوں کا خصوصی التزام رکھنا ضروری ہے۔ پیغام کا جنگل ہونا ابلاغ کے عمل کو مجموع کرتا ہے۔ پیغام کی تشكیل میں جملے کی ساخت اور پیش کش میں ربط لازمی ہے۔ ابلاغ کے لیے ضروری ہے کہ اگر کسی معنی کو ادا کیا جائے تو جملے کے اجزا اور ان کی ترکیب کا بہتر اہتمام ہو۔ ابلاغ میں اس بات کی بڑی اہمیت ہے کہ کس قسم کے پیغام کس طرح سے ادا کیے جائیں۔ مختصر یہ کہ کسی خیال کو حسن و خوبی کے ساتھ ارسال کرنا، نہن ابلاغ ہے۔ ابلاغ کی ایک تفہیم یہ بھی ہے کہ کلام کی ترسیل اپنائی موت ہو اور یا نیہ ابہام کوئی اور یقینیگی سے پاک ہو۔ حقیقت یہ ہے کہ موزوں کلام وہ ہے جس کی ترسیل فکاری کے ساتھ ہوئی ہو اور اس میں شائستگی اور قوت اثر کی بہتات ہو۔ ابلاغ کے عمل کو سمجھنے کے لیے مندرجہ عناصر سے آگئی ضروری ہے۔

2.3.1 ابلاغ اور زبان

- زبان ایک بامعنی اور با مقصد ذریعہ ترسیل ہے۔

- الفاظ کی بیرونی اور داخلی تنظیم، آواز کی بلندی اور پستی، چہرے کے تاثرات، معنوی جہتوں میں اضافہ کرتے ہیں۔
- ترسیل کا سیاق و سبق ابلاغ میں معاون ثابت ہوتا ہے۔
- ترسیل مہم بھی ہو سکتی ہے۔

2.3.2 ابلاغ، سمعی اور بصری صلاحیتیں

ابلاغ کے لیے وصول کنندہ کی سمعی اور بصری صلاحیتوں کا ہونا لازمی شرط ہے۔ بولی جانے والی زبان میں سماught کی ضرورت ہوتی ہے تاکہ زبان کی مختلف صوتی اکائیوں میں بخوبی فرق کیا جاسکے۔ صوتی اکائیوں تک مکمل رسائی نہ ہونے کی صورت میں معنوی فرق پیدا ہو سکتا ہے۔ مثال کے طور پر کہنے والے نے علم کہا جس کے معنی جھنڈا یا پرچم کے ہیں لیکن سننے والے نے اسے اُنم سن لیا جس کے معنی غم یاد کھے کے ہیں۔ تو اس سے معنی کہیں کہیں پہنچ جاتے ہیں۔ زبان کے سمعی عمل (Auditory Processing) میں لفظ و معنی کے انضام کی صلاحیت ہوتی ہے۔

2.3.3 ابلاغ اور علم اللفظیات

لفظ سے شناسائی دراصل لفظ کے معنی سے واقفیت ہے۔ ابلاغ کے لیے لفظ کے معنی سے واقفیت لازمی شرط ہے۔ لفظ کے ذریعے ہماری رسائی ان تصورات، خیالات، تخيالت اور چیزوں تک ہوتی ہے جن کی وہ نشاندہی کرتے ہیں۔ مثلاً نیک دل، یک صفت ہے اور اس کے مفہوم تک رسائی صرف اس لفظ نیک دل سے ہی ممکن ہے۔ کیش المعنی الفاظ میں ابلاغ دشوار ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر مندرجہ ذیل جملے میں ابہام کی کیفیت واضح طور پر نظر آتی ہے جو ابلاغ میں رکاوٹ کا سبب بنتی ہے۔

گھوڑا دب گیا

اس جملے سے یہ بات واضح نہیں ہوتی کہ ”گھوڑا“ اس جانور کے لیے ہے جس کی سواری کی جاتی ہے یا پستول کے trigger کے لیے۔ ابہام کی یہ کیفیت دراصل کثیر معنویت کا نتیجہ ہے۔ اس طرح کثیر معنویت سے ابلاغ میں دشواری پیدا ہو جاتی ہے۔

2.3.4 ابلاغ اور لفظی ترتیب

ابلاغ میں لفظی ترتیب اور تنظیم کا بھی نمایاں کردار ہوتا ہے۔ لفظوں کی تنظیم میں فرق معنوی فرق کا سبب بنتا ہے۔ گویا ترسیل میں اس بات کا دھیان رکھنا ہوتا ہے کہ کس موقع پر الفاظ کی ترتیب کیا ہوگی۔ یک ہی جملے میں الفاظ کی مختلف ترتیب سے مفہوم بدل جاتا ہے۔ یعنی ایک موقع پر کوئی خبر دینی مقصود ہے اور کسی دوسرے موقع پر کوئی اور خبر تو جملے میں محض لفظوں کی ترتیب بدل دینے سے جملے کے معنی بدل جائیں گے۔ مثال کے طور پر یہ دو جملہ دیکھیے:

1۔ مجھے اُس نے بلایا ہے 2۔ اُس نے مجھے بلایا ہے

پہلے جملے میں یہ بتایا جا رہا ہے مجھے کسی اور نہیں، اس نے بلایا ہے۔ دوسرے جملے میں یہ کہا جا رہا ہے کہ اس نے کسی اور کوئی نہیں، مجھے بلایا ہے۔

اظہار کے مختلف پیرائے

3.1 تعارف

اظہار میں زبان کی اہمیت و افادیت ہر زمانے میں مسلم رہی ہے۔ زبان، خیالات و احساسات کو سانی یقیناً کی شکل میں عوام تک پہنچانے میں مددگار ثابت ہوتی ہے۔ یہی وہ ذریعہ ہے جس کی مدد سے باعوم ہم ایک دوسرے سے اپنے خیالات کا اظہار کرتے ہیں اور اپنی بات ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچاتے ہیں۔ زبان کا استعمال روزہ مرہ بول چال کے علاوہ تحریر و تقریر، ادبی، صحافتی اور معلوماتی ضرورتوں کے لیے کیا جاتا ہے۔ روزمرہ کی زبان میں پیشہ و رانہ اور سانسی الفاظ کم استعمال ہوتے ہیں۔ عام لوگوں کی زبان سادہ ہوتی ہے۔

سانی اظہار کی اہم اکائی لفظ ہے۔ سانی اظہار میں لفظ نمایاں رول انجام دیتے ہیں کیونکہ لفظیات انسانی شعور اور اس کے اظہار کو زندگی اور تازگی عطا کرتی ہے۔ گویا لفظ ان مشاہدات اور تجربات کا سانی اظہار ہے جو بولنے والے کے مانی اضمیر کو قاری یا سامع کے ذہن میں منکشf کر دیتا ہے۔ عام مقصد کی زبان میں ہر لفظ متعین، طے شده اور متوقع صورتوں میں معنی کی ترسیل کرتا ہے۔ نتیجتاً سننے والے اور کہنے والے کے درمیان تذبذب کا کوئی احساس حائل نہیں ہوتا ہے، ہی تین معنی کے بعد استجواب کی کسی کیفیت کا تجربہ ہوتا ہے جب کہ خاص مقصد کے اظہار میں لفظ کے معنی طے کرنے پڑتے ہیں۔ اسے عموماً اصطلاح کہتے ہیں۔ اصطلاح کوئی عام لفظ نہیں ہے بلکہ اس کی نوعیت مختلف ہے۔ اس کا مطلب ایک ایسا لفظ ہے جو کسی تصور، شے، نظر یہ یا کیفیت کو مختصر مگر جامع طور پر بیان کر سکے۔ یہ عموماً عام بول چال کے الفاظ سے مختلف ہوتی ہے۔ اس میں کفایت اور صحت کا اصول کا فرم ما ہوتا ہے۔ یعنی کم سے کم الفاظ میں کسی شے کی صحیح نوعیت اور ماہیت بیان کی جاسکے۔ اصطلاح ایک خاص لفظ یا لفظوں کا مجموعہ ہے۔ جس طرح زبانی اور اشاراتی اظہار انسانی احساسات و جذبات کا ترجمان ہے اسی طرح تحریر بھی اظہار کا اہم اور موثر ذریعہ ہے۔ اس حقیقت کے پیش از ہم اظہار کو تین حصوں میں تقسیم کر سکتے ہیں۔

- زبانی اظہار
- تحریری اظہار
- اشاراتی اظہار

3.2 زبانی اطھار

زبانی اطھار میں ہم آواز کے ذریعے پیغام کی ترسیل کرتے ہیں۔ زبانی اطھار میں عام طور پر لفظی اور اشاراتی علامتوں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ ہم ترسیل کے لیے سب سے زیادہ زبانی اطھار کا استعمال کرتے ہیں۔ زبانی اور تحریری ترسیل دونوں کا مقصد پیغام کا ارسال ہوتا ہے۔ اطھار کے عمل میں یہ دونوں ایک دوسرے سے مختلف ہوتے ہیں۔ زبانی اطھار، ذاتی اور فوری ہوتا ہے جبکہ تحریری اطھار سی ہوتا ہے اور اس میں قواعد کے اصولوں کی پابندی کی جاتی ہے۔

زبانی اطھار میں مہارت کی بدولت رائے عامہ کی تشكیل اور اسے تبدیل کرنے میں مدد ملتی ہے۔ قائدین اگر اچھے مقرر ہوں تو ان کے خطاب سے لوگوں میں جوش اور ولہ پیدا ہوتا ہے۔ عوام ان کے خیالات سے متاثر ہوتے ہیں۔ زبانی اطھار، سبھی تجارتی اور سماجی اداروں میں ترسیل کے لیے انہائی اہمیت کا حامل ہوتا ہے۔ کوئی فرد اپنے مقاصد کے حصول کے لیے لوگوں سے گفتگو کرتا ہے۔ زبانی اطھار سے تاؤ کو دور کرنے، کسی سے واقف ہونے، خیالات کا اطھار کرنے، ہدایت دینے اور متعدد ضرورتوں کی تکمیل میں مدد ملتی ہے۔



موثر زبانی اطھار میں صحیح تلفظ، چھوٹے جملے، ذخیرہ الفاظ، خود اعتمادی، بہترادا نیگی اور آواز کی سطح میں اعتدال ضروری ہے۔ کسی بھی زبان میں تلفظ کی بہت اہمیت ہے۔ اگر لفظ کا غلط تلفظ کیا جائے تو اس سے لفظ کے معنی بھی بدل جاتے ہیں۔ کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ کوئی فرد لفظ کے صحیح تلفظ سے واقف ہوتا ہے لیکن ادا کرتے وقت اس کا خیال نہیں رکھ پاتا ہے۔ ایسے میں فرد کی شبیہ خراب ہوتی ہے اور سننے والے کو ناگواری کا احساس ہوتا ہے۔

زبانی اطھار میں پیغام کو مختصر ہونا چاہیے۔ زبان میں صفائی اور اختصار سے حسن پیدا ہوتا ہے۔ طویل گفتگو سے اصل پیغام کی ترسیل نہیں ہو سکتی۔ موثر اطھار کے لیے گفتگو میں اعتدال اور ذخیرہ الفاظ کا ہونا لازمی ہے اور موزوں و مناسب الفاظ کا استعمال بھی ضروری ہے۔ اگر مرسل یا مقرر، مہم الفاظ کا استعمال کرتا ہے تو اس سے ترسیل محروم

ہوتی ہے۔ زبانی اظھار میں اگر خود اعتمادی ہو گئی تو پیغام کو موثق طریقے سے پیش کیا جا سکتا ہے۔ ایک کامیاب مرسل کے لیے ضروری ہے کہ اسے موضوع اور زبان پر دسترس ہو۔ زبانی اظھار میں دلیل کو بھی خصوصی اہمیت حاصل ہے۔ آواز کی تین سطح اونچی، پنجی اور درمیانی ہوتی ہے۔ زبانی اظھار میں آواز کی تین سطح کا استعمال کرنا چاہیے۔ مرسل آواز کی سطح میں مناسب تبدیلی سے سامعین کی دلچسپی قائم رکھنے میں کامیاب ہو سکتا ہے۔ کوئی پیغام یا الفاظ اپنے صحیح معنی اسی وقت پیش کرتا ہے جب اسے درست لمحے میں ادا کیا جائے۔

زبانی اظھار میں مرسل کو اکثر موجود، سامعین کی فائدہ بیک حاصل ہو جاتی ہے۔ اس سے یہ جاننے میں مدد ملتی ہے کہ سامعین نے پیغام کو صحیح معنی میں وصول کیا ہے یا نہیں؟ فائدہ بیک سے سامعین کی ہنہیں ہم آہنگی کے مطابق پیغام میں تبدیلی کے موقع بھی حاصل ہوتے ہیں۔ اگر سامعین کو کسی پیغام کو بخشنے میں دشواری ہوتی ہے تو مرسل فائدہ بیک کی مدد سے پیغام کی وضاحت کر سکتا ہے۔ مرسل، سامعین کے تاثرات کی مدد سے ان کے رویے اور آرا کو بہتر طور پر منتاثر کر سکتا ہے۔ زبانی اظھار تحریری اظھار کے مقابلے کم رسمی ہوتا ہے۔ غیر رسمی گفتگو سے مرسل اور وصول کنندہ کے ماہین دوستانہ ماحول پیدا کرنے میں مدد ملتی ہے۔ اگر مرسل ایک اچھا مقرر نہیں ہے تو زبانی اظھار موثق نہیں ہو سکتا۔ اس کے لیے ضروری ہے کہ مرسل اپنی گفتگو میں دلچسپی اور کرشم پیدا کرنے کی صلاحیت رکھتا ہو۔

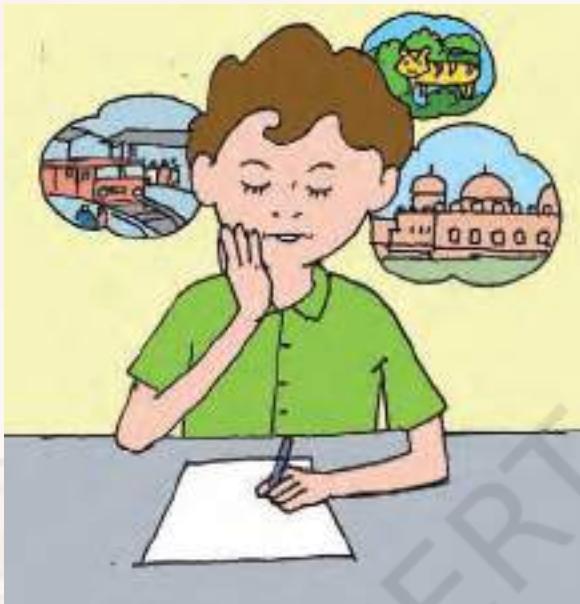
3.3 تحریری اظھار

وہ اظھار جسے تحریری یا طبعی شکل میں پیش کیا جائے، تحریری اظھار کہلاتا ہے۔ زبانی یا تحریری دونوں طرح کے اظھار میں لفظوں کا استعمال ہوتا ہے لیکن تحریری اظھار زبانی اظھار کے مقابلے رسمی ہوتا ہے۔ قدیم زمانے میں آج کی طرح اظھار کے وسائل نہیں تھے۔ اخبارات، کتب، رسائل اور بر قی ذرائع نے تحریری اظھار کو بہت بلندی پر پہنچا دیا ہے۔ کسی بھی ادارے میں زبانی ترسیل کے ساتھ ساتھ تحریری ترسیل کی ضرورت ہوتی ہے۔ تحریری شکل میں پیش کردہ پیغام کی حیثیت و ستاویز کی ہوتی ہے۔ ایسے پیغام آئندہ کے لیے محفوظ ہو جاتے ہیں۔ تحریری اظھار کے متعدد ذرائع ہوتے ہیں جن کی مدد سے پیغام کو اس کی منزل تک ارسال کیا جاتا ہے۔

تحریری اظھار کو انجام دینا ایک فن ہے۔ کچھ افراد میں زبانی اظھار کی مہارت ہوتی ہے تو کچھ میں تحریری اظھار کی۔ جو لوگ اچھے مقرر ہوتے ہیں ضروری نہیں کہ وہ اسی قابلیت کے ساتھ تحریری اظھار کو بھی انجام دے سکیں۔ جب کہ بہت سے ایسے افراد ہیں جنہیں تقریر کرنے میں مہارت نہیں ہوتی لیکن ان میں تحریری اظھار کی بڑی قابلیت ہوتی ہے۔ تحریری اظھار کا استعمال زندگی کے تقریباً تمام شعبوں میں ہوتا ہے۔ عام طور پر تجارت، صنعت، سائنس اور تعلیم کے میدان میں تحریری اظھار سے کام لیا جاتا ہے۔ تحریری اظھار میں دلیل، وضاحت، تخلیل، مشاہدہ، تجربہ اور لسانی اوصاف کو خصوصی اہمیت حاصل ہے۔ تحریری اظھار میں مہارت پیدا کرنے کے لیے محنت، وقت اور مشق کی ضرورت ہوتی ہے۔

ایک انشا پرداز میں تخلیقی صلاحیت ہوتی ہے۔ اسے اپنی تحریر کو جاذب اور پُر کشش بنانے کا فن آتا ہے۔ ایسی فن

کاری کے لیے گھرے مطالعے اور غور و خوض کی ضرورت ہوتی ہے۔ موثر تحریری اطھار کا انحصار، انشا پرداز کی معلومات اور پیش کش کی صلاحیت پر ہوتا ہے۔ تحریری اطھار کے لیے ضروری ہے کہ خیالات کو منظم کرتے وقت اپنے جذبات سے گریز کرنا چاہیے اور حقیقی اطلاعات کو ہی تحریروں کی بنیاد بنا کر جانا چاہیے۔



تحریری اطھار میں پیغامات زیادہ منظم ہوتے ہیں۔ اس میں معیاری زبان کا استعمال ہوتا ہے۔ زبانی پیغام کے مقابلے، تحریری پیغام میں قواعد کے اصولوں کی پابندی زیادہ ہوتی ہے۔ معیاری زبان کے استعمال سے کسی پیغام کی بہتر تضیییم اور تشریح میں مدد ملتی ہے۔ تحریری پیغام میں طوالت کی گنجائش ہوتی ہے۔ اس میں پیچیدہ مسائل بھی پیش کیے جاسکتے ہیں جسے قاری بار بار پڑھ کر سمجھ سکتا ہے۔ تحریری اطھار کی ایک خامی یہ ہے کہ اس میں پیغام تک رسائی صرف خواندہ افراد کی ہو سکتی ہے۔ جو تحریر کو پڑھ نہیں سکتے وہ پیغام کو سمجھنے سے قادر رہتے ہیں۔ تحریری اطھار میں ناخواندہ افراد کی شمولیت نہیں ہو سکتی ہے۔ اس کے باوجود تحریری اطھار کی اہمیت وفادیت قائم ہے۔

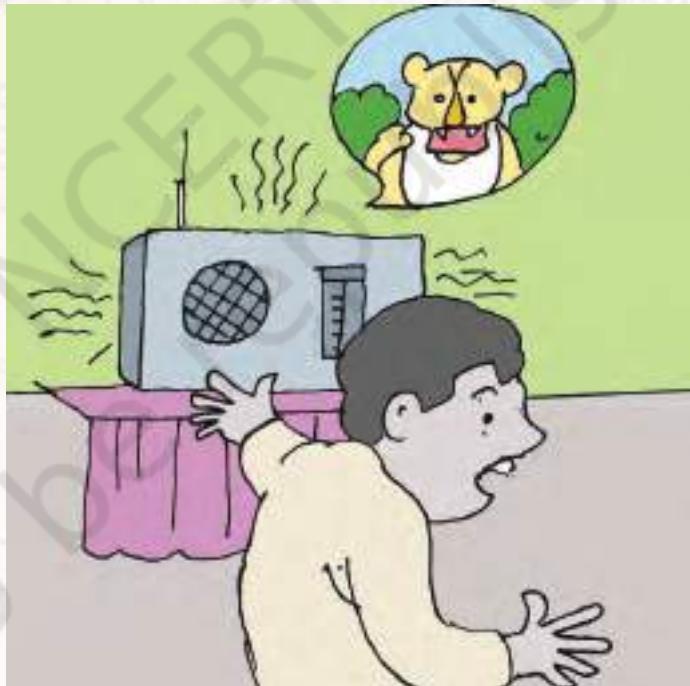
3.4 اشاراتی اطھار

قدیم زمانے میں جب منہ سے نکلی ہوئی آواز نے الفاظ اور نقش پر مبنی تحریر کا روپ اختیار نہیں کیا تھا، انسان اشارے کنایے، حرکات و سکنات اور لمس کی مدد سے اپنی ترسیل و ابلاغ کی ضرورت کی تکمیل کیا کرتا تھا۔ یہی وجہ ہے کہ ابالغ اور ترسیل میں اشاراتی اطھار کو خاص اہمیت حاصل ہے۔ وہ جسمانی حرکت جو کسی اطھار، کسی خیال، یا احساس یا جذبے کو ظاہر کرنے یا کسی دلیل یا رائے کو تقویت دینے کے لیے عمل میں آئے اشاراتی اطھار کہلاتا ہے۔ گویا جسم یا اعضا کی حرکت، اشارہ، ادا، علامت، علامت کے طور پر کوئی عمل اشاراتی عمل ہے۔ اطھار و ابلغ میں جسمانی حرکات نمایاں رول انجام دیتے ہیں۔

اطھار میں لفظ یا آواز کے بجائے غیر کلامی عناصر کے استعمال کو اشاراتی اطھار کہا جاتا ہے۔ جب ہم کسی سے

گفتگو کرتے ہیں اس وقت اطہار کے لفظی، صوتی اور غیر لفظی تین عناصر کا فرمایا ہوتے ہیں۔ مابرہ تریل البرٹ مہرابین (Albert Mehrabian) کے مطابق دوران گفتگو صرف 7% لفظی (verbal)، 38% صوتی (vocal) اور 55% غیر لفظی (non-verbal) عناصر استعمال ہوتے ہیں۔ اس طرح زبانی تریل میں اشاراتی اطہار کی خصوصی اہمیت ہوتی ہے۔ اشاراتی اطہار میں ہم اپنے جسم کے متعدد اعضا کا استعمال کرتے ہیں۔ اعضا جسم کے ذریعے کی جانے والی تریل کو جسم کی زبان (Body Language) کہا جاتا ہے۔ جسمانی حرکات و سکنات جیسے کہ کندھے اچکانا، پلکوں کو جھکانا، ابروں کو حرکت دینا، V اور OK کے نشان کو ظاہر کرنا، انگوٹھے کا اشارہ کرنا، چہرے کے تاثرات، اندازِ نشست و برخاست، چال ڈھال وغیرہ اشاراتی اطہار کے معادن عناصر ہیں۔

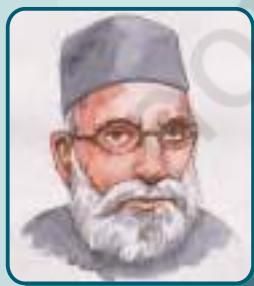
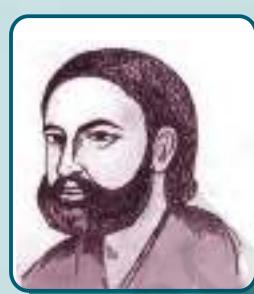
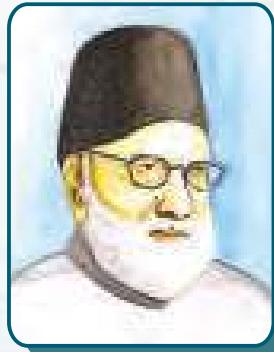
اشاراتی اطہار میں چہرے کے تاثرات کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ جب ہم گفتگو کرنے ہیں تو چہرہ ہمارے جذبات کا عکاس ہوتا ہے۔ جب خوشی کی کیفیت ہوتی ہے تو خوشی کے جذبات ہمارے چہرے پر صاف نمایاں ہوتے ہیں اور جب ہم غم یا غصے میں ہوتے ہیں تو اس وقت چہرے کے تاثرات مختلف ہوتے ہیں۔ چہرے کے متعدد تاثرات ہوتے ہیں جن سے ڈنی کیفیت کی عکاسی ہوتی ہے۔ مثلاً چہرے کی سرخی سے جوش اور رُدی سے خوف کا اطہار ہوتا ہے۔



کسی فرد کے جذبات کی عکاسی میں آنکھوں کا مؤثر کردار ہوتا ہے۔ آنکھیں بہت کچھ بولتی ہیں۔ آنکھوں کے ذریعے غصے، نفرت، محبت، شفقت، ہمدردی، شکایت، خوشی اور خوف وغیرہ کا بخوبی اطہار ہوتا ہے۔ کوئی شخص آنکھ کے جھپکانے، دیکھنے، چکانے اور گھوڑنے کی مدد سے متعدد معنی و مطالب پیش کر سکتا ہے۔ جب کوئی شخص گفتگو کرتے وقت آنکھ ملانے میں جھجک محسوس کرتا ہے تو اسے گھبراہٹ ہوتی ہے۔ لیکن جو لوگ بات کرنے میں جھجک محسوس نہیں کرتے وہ مطمئن نظر آتے ہیں۔

نشانات و علامات کے اپنے مخصوص مفہوم ہوتے ہیں جن کا استعمال گفتگو کے دوران کیا جاتا ہے۔ ان میں OK ring، (بہت خوب!) ہونٹ پر انگلی رکھنا (خاموش رہنے کا اشارہ)، V-sign (فتح یا بی کا اشارہ) اور انگوٹھے کو اٹھانا (اتفاق کا اشارہ) اور انگوٹھے کو نیچے کرنا (انکار کا اشارہ) وغیرہ شامل ہیں۔ ترسیل کے دوران مثالوں کے ذریعے سمجھانے اور پیغام کیوضاحت کرنے والی علامتوں کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ مثلاً جب ہم کسی چیز کے متعلق بات کرتے ہیں تو اکثر ہم اپنی ہتھیلوں کا استعمال لمبای و چوڑائی بتانے کے لیے کرتے ہیں۔ یہ اشاراتی علامتیں، ہماری زبانی ترسیل کو منظم اور قابو کرنے میں مدد کرتی ہیں۔

کسی شخص کے اٹھنے بیٹھنے اور چال ڈھال سے اس کے کردار اور شخصیت کی ترجیحی ہوتی ہے۔ ہم کسی شخص کو دیکھ کر ایک نظر میں یہ رائے بنایتے ہیں کہ وہ سنجیدہ ہے یا غیر سنجیدہ مہذب ہے یا غیر مہذب۔ کسی فرد کی وضع قطع سے بھی دیکھنے والے پر اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ الہذا آرائش وزیبائش بھی اطہار کے عمل میں معاون ہوتی ہیں۔ طرزِ لباس سے شخصیت کی غمازی ہوتی ہے۔ اس سے کسی فرد کی دلچسپی اور رویے کا بھی اطہار ہوتا ہے۔ لباس کے ذریعے کسی شخص کی حیثیت، عمر، حالت وغیرہ کی بھی عکاسی ہوتی ہے۔ لباس سے ذاتی پسندنا پسند کا بھی اطہار ہوتا ہے۔ ایسی بہت سی حرکات ہوتی ہیں جن سے دوسروں کی دل آزاری ہوتی ہے۔ ایسی نازیبا حرکات مثلاً انگلیوں سے اشارے کرنے، بازو کو دھکادینے، منہ کو ٹیڑھا کرنے وغیرہ سے گریز کرنا چاہیے۔ بعض اوقات مزاحیہ فقرنوں اور طنزیہ علامتوں سے بھی صورتِ حال میں تلخی پیدا ہوتی ہے۔ ایسی علامتوں میں انگلیوں کو لہرانا، بندٹھی دکھانا، دروازے کو بار بار کھٹکھٹانا، کھڑکی کو زور سے بند کرنا اور میز پر ضرب لگانا وغیرہ شامل ہیں۔



اکنی-II

ارجی

اطھار



not to be published

فہرست

29

باب 1: شعری اظہار

29	تعارف	1.1
30	شعری آہنگ کا پیدا ہونا	1.2
32	تشییہ، استعارہ، کنا یہ اور مجاز مرسل کا استعمال	1.3
34	شعر کی تیاری	1.4
36	غزل	1.4.1
37	نظم	1.4.2

41

باب 2: نثری اظہار

41	تعارف	2.1
41	داستان	2.1.1
42	نالوں	2.1.2
43	کہانی/ افسانہ	2.1.3
45	مضمون	2.1.4
46	انشائیں	2.1.5
46	خاکہ	2.1.6
47	سفر نامہ	2.1.7
48	رپورتاژ	2.1.8
48	ڈائری/ روزنامچے	2.1.9
49	خط/ مکتوب	2.1.10



ادبی اظہار

اظہار کے مختلف پیرايوں میں تحریری پیرایہ اظہار کی بڑی اہمیت ہے۔ اگر یہ پیرایہ اظہار ادبی صورت اختیار کر لے تو اس تحریر کی اہمیت بہت بڑھ جاتی ہے۔ ہم جانتے ہیں کہ اخبار میں چھپنے والی خبریں حالاں کہ تحریری ہوتی ہیں لیکن ایک دن کے بعد اپنی اہمیت کھو دیتی ہیں کیونکہ اگلے دن ہمیں تازہ خبروں سے سروکار ہوتا ہے۔ لیکن بعض تحریریں ایسی ہوتی ہیں جو ہمیشہ پسند کی جاتی ہیں جو موقع پر ہمیں جاتی ہے جنہیں یاد کیا جاتا ہے جن کو محفوظ کر لیا جاتا ہے اور انھیں اگلی نسلوں تک پہنچایا جاتا ہے۔ یہ تحریریں وہ ہوتی ہیں جن میں اپنے عہد کے بہترین خیال کو بہترین الفاظ میں، بہترین حسن ترتیب کے ساتھ محفوظ کیا جاتا ہے۔ ان تحریریوں میں زندگی اپنی رنگارنگ خصوصیات کے ساتھ جلوہ گر ہوتی ہے۔

ادبی اظہار کی دو صورتیں ہیں۔ ایک نظم یا شعری اظہار کی صورت اور دوسرے نثر کی صورت۔ اس اکائی میں ان دونوں صورتوں پر توجہ کی گئی ہے اور طلباء کو آمادہ کیا گیا ہے کہ وہ ان میں سے جس تحریری اظہار کو پسند کریں اس میں اپنے تخلیقی جوہر کو چپکائیں۔ اردو میں شعری اظہار کی صورت میں شعری آہنگ، تشبیہ، استعارے اور دیگر صنائع وبدائع کے استعمال کی بڑی اہمیت ہے۔ ان سے شعری اظہار کی خوبی میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ غزل اور نظم اردو کی بے حد مقبول اصناف ہیں۔ ان دونوں اصناف میں طلباء کو اپنی تخلیقی صلاحیتوں کے جو ہر دکھانے کا پورا پورا موقع ہے۔ اس اکائی میں ان دو شعری اصناف کو خصوصی طور پر متعارف کرایا گیا ہے۔

نشری اظہار کی صورتوں میں بہت تنوع ہے۔ اس لیے اردو کی پیشتر اہم نثری اصناف کو اس اکائی میں متعارف کرایا گیا ہے۔ جن طلباء کو کہانیوں سے زیادہ لگاؤ ہے وہ داستان، ناول یا افسانے کی صورت میں اظہار کی اپنی صلاحیتوں کو جلا بخش سکتے ہیں۔ ان کے علاوہ مضمایں، انشائیے، خاکے، سفرنامے، رپورتاژ، ڈائری اور خط پر بھی سیر حاصل گفتگو کی ہے تاکہ طلباء کو اظہار کے لیے زیادہ سے زیادہ سہولت میسر آ سکے اور وہ کسی ایک صنف میں یا مختلف نثری و شعری اصناف میں اپنے جذبات و خیالات کا اظہار کرنا سیکھ جائیں۔



میر تقی میر (1723/24-1880)

شعری اظہار

1.1 تعارف

تدریس و آموزش میں طلباء کی تخلیقی صلاحیتوں کی نشان دہی اور انھیں پروان چڑھانے کی بڑی اہمیت ہے۔ ماہرین تعلیم کا مانا ہے کہ طلباء کو اظہار کا زیادہ سے زیادہ موقع ملنا چاہیے جس سے ان کی آموزش کے عمل میں تیزی آسکے۔ طلباء اپنے ذوق کے مطابق ادب کی مختلف اصناف میں اظہار کر سکتے ہیں۔ ادبی اظہار دو طرح کی لسانی صورتوں میں نظر آتا ہے:

- 1 - نظم کی صورت میں
- 2 - نثر کی صورت میں

پہلی صورت کو منظوم یا شعری اظہار اور دوسری صورت کو نثری اظہار کہا جاتا ہے۔ ذیل میں ادبی اظہار کی دو نوع صورتوں کا اجمالی تعارف اور طلباء میں اس اظہار کی صلاحیت کو پروان چڑھانے کی بعض تکنیکوں پر بات کی گئی ہے۔ نظم کی صورت یا ہیئت میں پیش کیے گئے لسانی اظہار کو شعری اظہار بھی کہا جاتا ہے۔ زبان کی چھوٹی بڑی آوازوں کی ایک خاص ترتیب کو 'شعری آہنگ' کہتے ہیں۔ زبان کی چھوٹی بڑی آوازوں کا مخصوص تال میں اسے نثری لسانی اظہار سے مختلف بنادیتا ہے۔ شعری اظہار میں جملے کی ساخت کے اس قواعدی اصول کو پیش نظر رکھنا ضروری نہیں ہوتا جس کی پیروی نثری اظہار میں لازم ہوتی ہے۔ مثلاً اقبال کی نظم کا یہ مصرع دیکھیے:

آتا ہے یاد مجھو گزرا ہوا زمانہ

اسے قواعد کے اعتبار سے نثر میں اس طرح لکھا جائے گا:

مجھو کو گزرا ہوا زمانہ یاد آتا ہے۔

یہاں جملے کی ساخت کے اعتبار سے سب سے پہلے فعل یعنی 'مجھو' کو لکھا گیا ہے۔ اس کے بعد مفعول یعنی 'گزرا ہوا زمانہ' تحریر کیا گیا ہے اور آخر میں فعل یعنی 'یاد آتا ہے' کے ساتھ جملہ مکمل ہوا ہے۔ اس کے برکس شعری اظہار میں سب سے پہلے آتا ہے یاد کھا گیا۔ اس کے بعد فعل 'مجھو' اور پھر مفعول 'گزرا ہوا زمانہ' آیا ہے۔ اس طرح جملے کی خوبی ترتیب کے برکس شاعر نے وزن اور بحر کے اعتبار سے اور قافیہ و دریف کے اتزام کے ساتھ اسے شعری پیرایہ اظہار دیا ہے۔

اقبال کا جو مصرع آپ نے پڑھا وہ نظم کا پہلا مصرع ہے۔ اس کے بعد دوسرا مصرع 'وہ باغ کی بہاریں وہ سب

کا چھپہانا، آیا اور اس طرح شعر مکمل ہو گیا۔ اس نظم کے چند شعر اور دیکھیے:

آتا ہے یاد مجھوں گزرا ہوا زمانہ	وہ باغ کی بھاریں وہ سب کا چھپہانا
آزادیاں کہاں وہ اب اپنے گھونسلے کی	اپنی خوشی سے آنا اپنی خوشی سے جانا
وہ پیاری پیاری صورت وہ کامنی سی سورت	آباد جس کے دم سے تھا میرا آشیانہ

شعری اظہار کی مختلف شکلیں ہوتی ہیں جنہیں صنف کہتے ہیں مثلاً نظم، غزل، مثنوی اور قصیدہ وغیرہ۔ اگر چندیا بہت سے اشعار مل کر کسی ایک خیال یا موضوع کی تربیل کر رہے ہوں تو اشعار کے ایسے مجموعے کو نظم کہتے ہیں۔ چھپلی جماعتوں میں آپ بہت سی نظمیں پڑھ چکے ہیں مثلاً ”رمپھ کا بچہ، پرندے کی فریاد، پیاری چڑیا، بھی اور گاؤ“، وغیرہ۔ غزل کی صورت اس سے مختلف ہوتی ہے۔ اس میں ہر شعر کا الگ مفہوم ہوتا ہے اور ہر شعر اپنے آپ میں مکمل ہوتا ہے۔ جیسے غزل کے یہ اشعار دیکھیے:

ستاروں سے آگے جہاں اور بھی ہیں	ابھی عشق کے امتحان اور بھی ہیں
تھی زندگی سے نہیں یہ فضائیں	یہاں سیکڑوں کاروائیں اور بھی ہیں
تو شاہیں ہے پرواز ہے کام تیرا	ترے سامنے آسمان اور بھی ہیں

1.2 شعری آہنگ کا پیدا ہونا

انسان کا ذہن آوازوں کے آہنگ سے متاثر ہوتا ہے۔ گیت یا ساز بجھنے کی آواز کو سن کر وہ اپنے سر، ہاتھ یا پاؤں کو آواز کے ساتھ حرکت دینے لگتا ہے۔ اسے ”تال دینا“ کہتے ہیں اور شعری اظہار یعنی نظم، غزل وغیرہ میں زبان کی آوازوں کے اسی آہنگ کو بروئے کار لایا جاتا ہے۔ لفظ آوازوں سے بننے ہیں اور ان آوازوں کی وجہ سے ہر لفظ کی ایک موسیقی بھی ہوتی ہے۔ آپ کے پاس چار الفاظ ہیں:

تارے/ پچھوچھو/ دیکھو/ نکلے

ان لفظوں کو دیگئی ترتیب میں پڑھیں تو کوئی خاص بات سمجھ میں نہیں آتی مگر انہیں صحیح ترتیب میں پڑھا جائے تو ایک خاص بات ہماری سمجھ میں آئے گی:

دیکھو پچھو نکلے تارے

پہلے یہ الفاظ بے ترتیب تھے مگر ترتیب میں آنے کے بعد یہی الفاظ منظوم یا شعری اظہار میں بدل گئے ہیں:

”دیکھو بچھو نکلے تارے، کواب آپ آدھے آدھے سینڈ کے وقفے سے مسلسل اوپنجی آواز میں پڑھیے۔ آپ محوس کریں گے کہ اس طرح روانی سے پڑھنے سے آپ کے ذہن میں ان لفظوں کی ترتیب اور تکرار سے آوازوں کا ایک خاص آہنگ پیدا ہو رہا ہے۔

ثانوی اور اعلاء ثانوی سطح پر فن کی درسیات میں طلبہ کو اپنی ڈپچی کے کسی فن میں خصوصی مہارت حاصل کرنے کا موقع دیا جانا چاہیے۔ فن کی تعلیم حاصل کرنے اور اس کی مشق کے دوران طلفن کے نظریے سے متعلق معلومات اور جمالیاتی تجربے بھی حاصل کر سکتے ہیں۔ اس سے ان کے حسن شناسی کے ذوق میں گہرائی پیدا ہو گی۔

– قومی درسیات کا خاکہ – 2005

دیکھو پچھو نکلے تارے
دیکھو پچھو نکلے تارے
دیکھو پچھو نکلے تارے
اب یا الفاظ بھی ساتھ جوڑ دیجیے:
نیلے پیلے پیارے پیارے
یوں گویا آپ نے شعری اظہار مکمل کر لیا۔ مسلسل اسی طرح کے آہنگ والے الفاظ بر ت کرایے بے شمار جملے یا
مصرعے بنائے جاسکتے ہیں۔

نظم نگاری ایک تخلیقی عمل ہے۔ نظم خیال یا موضوع سے بنتی ہے۔ انسان کے ذہن میں جو خیال آتا ہے، بغیر لفظوں کے نہیں آتا۔ مگر اس خیال کے نظم بننے کے لیے ضروری ہے کہ اس کا اظہار شعری آہنگ کے ساتھ کیا جائے۔ کوئی شعر یا نظم بلند آواز سے پڑھیے۔ اس کے لفظوں کو تھہر تھہر کر ادا کیجیا اور یہ بھی خیال رہے کہ ہر لفظ کا تناظر بالکل صحیح ادا کیا جائے۔ عمل بار بار کرنے سے آپ محسوس کریں گے کہ آپ کا ذہن شعری آوازوں کے تسلسل سے ہم آہنگ ہو رہا ہے۔ اس مرحلے پر شعر کی تخلیق کے لیے ”خیال (زبان) + آہنگ“ کا ضابطہ حاصل ہوتا ہے۔ اگلے مرحلے میں شعر یا نظم کے بعض تکنیکی تقاضوں کو پورا کرنا لازمی ہے۔ یعنی شعر کی بہیت کے مطابق قافیہ ردیف کا انتخاب۔ شعر کے الفاظ اور آہنگ کے تال میل کی موزونیت کے لیے قافیوں اور ردیف وغیرہ کی ہم آہنگی بھی ضروری ہے۔ یہ صورت شعری آہنگ یعنی اصطلاح میں شعر کے وزن و بحر کے مطابق الفاظ کو صحیح مقام پر رکھنے سے پیدا ہوتی ہے۔ یعنی: خیال (کے الفاظ) + قافیہ + ردیف + بحر (آہنگ)
اس ضابطے کا اطلاق ہر شعری اظہار پر ہو سکتا ہے۔



شاعری تخلیقی عمل ہے۔ جس کا وسیلہ زبان ہے۔ اس لیے اس میں زبان کے استعمال کی ساری نزاکتیں شامل

ہو سکتی ہیں۔ شعری اظہار میں خیال اور آہنگ کو بنیادی ضرورت تسلیم کیا گیا لیکن شعری اظہار کی مختلف صورتیں اس طرح وجود میں آئیں کہ یہ اپنی الگ شکلوں یا ہمتوں سے پہچانی جانے لگیں۔ ان میں سے کسی ہیئت کو نظم کہا گیا کسی کو منشوی اور کسی کوربائی۔ شعری اظہار کو مزید دلچسپ اور دل نشین بنانے کے لیے تشبیہ اور استعارہ وغیرہ کا استعمال کیا گیا جاتا ہے اس سے شاعری کے حسن میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ ان کی تفصیل اس طرح ہے۔

1.3 تشبیہ، استعارہ، کناہیہ اور مجاز مرسل کا استعمال

شاعری میں جذبات و احساسات کو خاص اہمیت حاصل ہے۔ اسی لیے یہ بھی کہا جاتا ہے کہ احساس جب الفاظ کا روپ اختیار کر لیتے ہیں تو شعر بن جاتا ہے لیکن شعر کی یہ تعریف کامل نہیں ہے کیوں کہ جذبات و احساسات کی عکاسی نظر میں بھی ہوتی ہے پھر کون سی چیز ہے جو نثر کو شعر سے الگ کرتی ہے۔ آپ کوئی بھی شعر پڑھیے تو اس سوال کا آسانی سے جواب مل جائے گا۔ آپ دیکھیں گے کہ ایک ہی جذبے کا اظہار نثر اور شعر میں الگ الگ انداز میں ہوا ہے۔ نثر میں بات براہ راست اور نحوی ترتیب کے ساتھ کہی جاتی ہے لیکن اس کے بر عکس شاعری میں مہم انداز اختیار کر کے اس میں معنوی وسعت پیدا کرو دی جاتی ہے۔ مثلاً اگر ہم کسی کے ہونٹ کی زداکت کا نثر میں اظہار کرنا چاہیں تو کہیں گے کہ اس کے ہونٹ بہت نازک ہیں یا یہ کہہ سکتے ہیں کہ اس کے ہونٹوں کی زداکت کا کیا کہنا۔ لیکن اسی بات کو شاعر اس طرح کہتا ہے:

نازکی اس کے لب کی کیا کہیے
پنکھڑی اک گلب کی سی ہے

بہباد شاعر نے ہونٹوں کی زداکت کو واضح کرنے کے لیے تشبیہ کا سہارا لیا۔ یعنی اس نے ہونٹ کو گلب کی پنکھڑی جیسا بتایا اور اس طرح ہونٹ اور گلب کی پنکھڑی کی زداکت کو ایک جیسا ٹھہرایا۔ اب جس نے شاعر کے محبوب کا ہونٹ نہیں بھی دیکھا ہے وہ بھی سمجھ سکتا ہے کہ شاعر کس طرح کی زداکت کی بات کر رہا ہے۔ گلب کی پنکھڑی تو سب نے دیکھی ہے اور اس کی زداکت سے بھی تھی واقف ہیں۔ گویا ایک نادیدہ شے کو دیدہ بنانے کے لیے شاعر نے ایک ذریعہ ڈھونڈھا۔ اس ذریعہ کو شعری اصطلاح میں ہم تشبیہ کہتے ہیں۔ یعنی کسی چیز کو کسی دوسری چیز کے مثل ٹھہرانا۔ پچھا اور اشعار دیکھیے اور غور کیجیے کہ کس طرح شاعر نے تشبیہ سے کام لے کر اظہار کو وسیع کر دیا۔

ساری مستقی شراب کی سی ہے	میر ان نیم باز آنکھوں میں
چیسے تصویر لگادے کوئی دیوار کے ساتھ	کل رات تری محفل میں ہم بھی کھڑے تھے چکے
یا شمع جل رہی ہے پھولوں کی اجمان میں	جنگو کی روشنی ہے کاشانہ چمن میں

ان مثالوں سے ہم سمجھ سکتے ہیں کہ شاعر جذبات و احساسات کا ایک خاص طرح سے اظہار کرتا ہے۔ اس کے لیے وہ بھرا و وزن کا خیال تو رکھتا ہی ہے، اس کے ساتھ ساتھ شعری لوازم کا بھی اہتمام کرتا ہے۔ انھیں شعری لوازم

میں تشبیہ بھی شامل ہے۔

استعارہ کا شمار شعری لوازم میں ہوتا ہے۔ یہ تشبیہ سے آگے کی منزل ہے۔ یعنی اس میں ہم ایک چیز کو دوسرا چیز کے مشابہ نہیں ظہراتے بلکہ اس کے جیسا مان لیتے ہیں۔

استعارہ معنی ہیں ادھار لینا یا عارضی طور پر مانگ لینا۔ چون کہ اس میں لفظ اپنے لغوی معنی کے بجائے کسی اور معنی میں استعمال ہوتا ہے اور ان دونوں لفظوں کے مابین تشبیہ کا تعلق پایا جاتا ہے اس لیے اسے استعارہ کہتے ہیں۔

شاعر اپنی بات میں مزید حسن اور وسعت پیدا کرنے کے لیے استعارے سے کام لیتا ہے۔ حسرت کا درج ذیل شعر دیکھیے:

روشن جمالِ یار سے ہے انجمن تمام
دہکا ہوا ہے آتشِ گل سے چن تمام

اس شعر کے دوسرے حصے میں شاعر نے محبوب کے حسن کو آتشِ گل کے مانند کہنے کے بجائے براہ راست آتشِ گل ہی قرار دے دیا ہے۔ یہاں آتشِ گل کو لغوی معنی کے بجائے مجازی معنی میں استعمال کیا گیا ہے۔ اور لغوی اور مجازی معنی کے درمیان تشبیہ کا رشتہ ہے۔ اب ایک اور شعر دیکھیے جس میں استعارے کا استعمال کیا گیا ہے۔

یہ آگ ہوں کی ہے جھلس دے گی اسے بھی

سورج سے کہو سایہ دیوار میں آئے

کنایہ اور مجاز مسل شعر کے حسن میں اضافہ کرتے ہیں۔ کنایہ سے مراد ہے 'محنی' اشارہ، یعنی بات کو پوشیدہ رکھ کر کہنا۔ اسی لیے کنائے کی تعریف اس طرح کی گئی ہے۔

کنایہ وہ لفظ ہے جس کے حقیقی یا اصلی معنی مراد نہ ہوں بلکہ غیر حقیقی معنی مراد لیے جائیں۔ مثلاً غالب کہتے ہیں:

کسی کو دے کے دل اپنا کوئی نواخ فغاں کیوں ہو

نہ ہو جب دل ہی سینے میں تو پھر منھ میں زبال کیوں ہو

اس شعر میں 'کوئی'، 'محنی' اشارہ ہے۔ شاعر کہہ رہا ہے کہ عاشق اپنادل محبوب کو دے چکا ہے تو اسے نواخ فغاں نہیں ہونا چاہیے یعنی فریاد اور آہ وزاری نہیں کرنی چاہیے، کیوں کہ جب دل ہی سینے میں نہیں تو پھر زبان سے شکایت کرنے کا سوال ہی نہیں ہے۔ غالب نے اس شعر میں لفظ عاشق کہیں استعمال نہیں کیا بلکہ 'کوئی'، کا لفظ استعمال کر کے کنایہ پیدا کر دیا۔ یہ لفظ کوئی 'عاشق' کا کنایہ ہے۔

شاعر اپنے بیان کو لکش اور پر اثر بنانے کے لیے جن شعری لوازم کا استعمال کرتا ہے۔ ان میں سے ایک 'مجاز' مسل ہے۔ مجاز مسل کی تعریف اس طرح کی گئی ہے۔

جب کسی لفظ کو اس کے اصل معنی کے بجائے مجازی یا دوسرے معنی میں استعمال کیا جائے اور ان دونوں معنی کے درمیان تشبیہ کا رشتہ ہو تو اسے مجاز مسل کہتے ہیں۔ مثلاً میر کا شعر دیکھیے:



غالب (1797-1869)

غصب آنکھیں، ستم ابرو، عجب منہ کی صفائی ہے
خدا نے اپنے ہاتھوں سے تری صورت بنائی ہے
اس شعر میں خدا کا ہاتھ سے مراد خدا کی قدرت ہے۔

اب تک جن شعری لوازم کا ذکر کیا گیا یہ سب شعر کو دل کش اور موثر بنانے کے ذرائع ہیں۔ شاعران کی مدد سے اپنے کلام کو حسین اور پرشش بناتا ہے۔ آپ جب کبھی کسی شاعری غزل یا نظم پڑھیں تو غور سے دیکھیں کہ ان میں کس طرح تشبیہ، استعارے، کناۓ یا مجاز مرسل کا استعمال کیا گیا ہے۔ آپ بھی ان شعری لوازم کی مدد سے اپنی بات کو پرشش اور دل نشیں بناسکتے ہیں۔ نثر میں بھی ہم تشبیہ اور استعارے سے کام لیتے ہیں۔ کسی کو حسین کہنا ہو تو ہم بلا تکلف اسے چودھویں کا چاند کہہ کر اپنے جذبات کا اظہار کرتے ہیں۔ اگر شاعری کا ذوق ہے تو شعر کہنے کے لیے ان شعری لوازم سے واقفیت ضروری ہے اور ان کے برتنے کا سلیقہ بھی ہونا چاہیے۔ یہ سلیقہ ایک دن میں نہیں آتا اس کے لیے مشق اور ریاضت لازمی ہے۔ اچھے اور شہر شاعروں کا کلام بار بار پڑھنے سے عام قاری کی صلاحیتیں بیدار ہونے لگتی ہیں اور اسے احساس ہوتا ہے کہ وہ خود بھی شعر کہہ سکتا ہے۔ لبس جیسے ہی یا احساس ہو کاغذ فلم لے کر بیٹھ جائیے اور کسی منتخب غزل کو سامنے رکھ کر اسی انداز کے شعر لکھنے کی کوشش کیجیے۔ آہستہ آہستہ بحر، آہنگ اور موزونیت کا احساس ہونے لگتا ہے اور کچھ ہی دنوں بعد آپ محسوس کریں گے کہ آپ بھی شعر کہہ سکتے ہیں۔

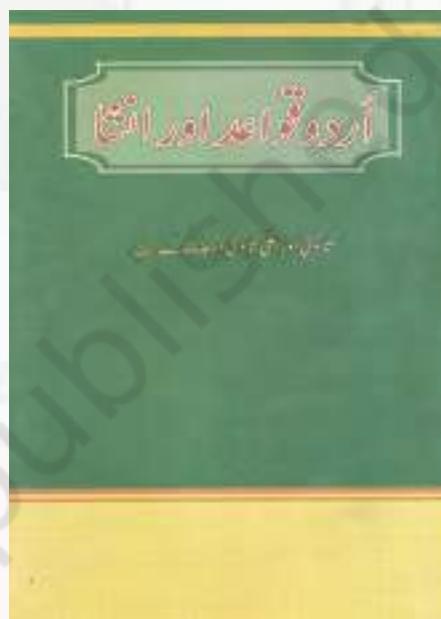
کسی اچھے شعر کو پڑھنے وقت یہ احساس بھی ہوتا ہے کہ شاعر نے شعری لوازم کے علاوہ کچھ اور ترکیبوں سے بھی شعر میں حسن پیدا کیا ہے۔ نہیں ہم صنعت کہتے ہیں۔ ایسی صنعتیں بہت سی ہیں۔ ان کے بارے میں آپ این سی ای ارٹی کی کتاب 'اردو قواعد اور انشا' میں آپ تفصیل سے پڑھ سکتے ہیں۔ ان صنعتوں میں سے کچھ خاص صنعتیں درج ذیل ہیں۔

- مراعاة النظير
- حسن تقليل
- تتبیح
- تجنیس
- تضاد
- مبالغہ وغیرہ

1.4 شعر کی تیاری

تخیل۔ شاعری کے لیے جس طرح جذبات و احساسات کا اظہار ضروری ہے اسی طرح تخیل شاعری کی بنیادی شرط ہے۔ تخيّل ایک ایسی قوت کا نام ہے جو دور کی چیزوں کو قریب لادتی ہے، بغیر دیکھی ہوئی چیزوں کو دکھادتی ہے، مختلف چیزوں کے درمیان رشتے ڈھونڈ لیتی ہے۔ تخيّل کی مدد سے ہی شاعر نئے نئے مضامین پیدا کرتا ہے، تشبیہ اور استعارے سے کام لیتا ہے۔ ایک چھوٹوں کے مضمون کو سوڑھنگ سے باندھتا ہے، میدان جنگ کا ذکر کرتا ہے تو خون برستا نظر آتا ہے، کسی کی صورت کا نقشہ چھینچتا ہے تو اس کی صورت نظر آ جاتی ہے۔

تخیل کی قوت ہر ایک میں ہوتی ہے۔ ہم سب عالم خیال میں نئی دنیاؤں کی سیر کرتے رہتے ہیں۔ شاعر میں تخيّل کی یہ قوت بہتر شکل میں ہوتی ہے اور وہ اس سے مناسب انداز میں کام لینا بھی جانتا ہے۔ شعر کہنے کے لیے



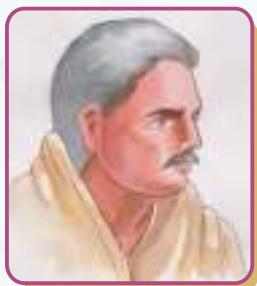
ضروری ہے کہ ہم اس قوت کی اہمیت سے واقف ہوں اور اسے بخوبی بروئے کار لاسکیں۔
مثلاً یہ شعر دیکھیے:

سب کہاں کچھ لالہ و گل میں نمایاں ہو گئیں
خاک میں کیا صورتیں ہوں گی کہ پہاں ہو گئیں

اس میں تخلیٰ کی مدد سے شاعر نے حسن کی بے ثباتی اور زندگی کی حقیقت کا خوبصورت شعری اظہار کیا ہے۔ پھولوں کو دیکھ کر شاعر کو حسین چیزوں کا خیال آتا ہے اور اس کے ساتھ ہی اسے احساس بھی ہوتا ہے کہ کیسے کیسے لوگ اس دنیا میں آئے اور لقمہِ اجل بن گئے۔ مٹی میں اس طرح دفن ہوئے کہ ان کا نام و نشان بھی نہ رہا۔ پھر شاعر ان پھولوں کو دیکھ کر سوچتا ہے، کیا پتہ، انھیں چیزوں میں سے کچھ چہرے پھولوں کی شکل میں نمودار ہو گئے ہوں۔ اگر ایسا ہے تو بھی سب کی قسمت ایسی کہاں، بس کچھ ہی لالہ و گل کی صورت میں نمایاں ہو گئے۔ مطلب یہ ہے کہ ہزاروں حسینوں میں چند ایک ہی کا نام و نشان رہ جاتا ہے۔

تخلیٰ کی یہی معنویت ہمیں میر، غالب، انس، اقبال وغیرہ کی شاعری میں انتہائی بلندی پر نظر آتی ہے۔ تخلیٰ کی اسی قوت کی مدد سے میر انس میدان کر بلکہ انہیں کافی نہیں کھینچتے ہیں، صبح کی منظر کشی کرتے ہیں اور جنگ کے مناظر دکھاتے ہیں۔ شاعر اپنے تمام تجربات و مشاہدات کا اظہار نہیں کرتا۔ وہ بہت سے تجربات و مشاہدات میں سے چند کا انتخاب کرتا ہے۔ گویا وہ کچھ مضامین کو چھوڑ دیتا ہے اور کچھ کو چون لیتا ہے۔ اسی طرح وہ اپنے بہت سے جذبات کو نظر انداز کر دیتا ہے اور اعلیٰ خیالات کو اپنے اظہار کے لیے منتخب کر لیتا ہے۔ اسی لیے یہ کہا جاتا ہے کہ اچھی شاعری میں بلند خیالی ہوتی ہے، اعلیٰ مضامین ہوتے ہیں۔ پرانے اور فرسودہ خیالات کے بجائے نئے مضامین ہوتے ہیں۔ کبھی یہ بھی ہوتا ہے کہ شاعر پرانے خیالات کو نئے انداز سے پیش کرتا ہے۔ ان بالتوں کا بخوبی اندازہ اسی وقت ہو سکتا ہے کہ جب ہم شاعروں کے کلام کا بغور اور بار بار مطالعہ کریں۔ شاعری کے لیے تخلیٰ بھی ضروری ہے اور وسیع مشاہدہ بھی۔ ہمارے تجربات اور مشاہدات جتنے وسیع ہوں گے، ہم اتنی ہی آسانی سے شعر کہہ سکتے ہیں۔ اگر زندگی اور کائنات کے بارے میں ہمارا تجربہ محدود ہے تو ہم نئے نئے انداز میں اپنے خیالات کا اظہار نہیں کر سکتے۔

اظہارِ خیال کے لیے الفاظ کا وسیع ذخیرہ ہونا بھی ضروری ہے۔ ایک ہی خیال کو ملتے جلتے الفاظ کی مدد سے ادا کیا جاسکتا ہے لیکن کون سالفظ کس خیال کو ادا کرنے کے لیے سب سے بہتر ہو سکتا ہے، اس کا فیصلہ کرنا شاعر کا پہنچا دی کام ہے۔ اسی لیے یہ کہا جاتا ہے کہ شاعری بہترین الفاظ کا بہترین اظہار ہے۔ جو شاعر جتنا بڑا ہوتا ہے اس کے الفاظ کا ذخیرہ بھی وسیع ہوتا ہے۔ کوئی ضروری نہیں کہ آپ اپنے ذخیرہ الفاظ میں موجود الفاظ کا استعمال کریں لیکن یہ ضروری ہے کہ مناسب ترین لفظ کا انتخاب کیا جائے۔ اسی لیے شاعر شعر کہنے کے بعد بھی الفاظ کے انتخاب پر غور و خوض کرتا ہے اور آخر میں شعر کو جنمی شکل دیتا ہے۔ علامہ اقبال نے اپنے بارے میں لکھا ہے کہ متعدد الفاظ پر انہوں نے ترمیم کے خیال سے نشان لگا رکھا تھا۔ ان کے مسودات سے بھی اندازہ ہوتا ہے کہ وہ اپنے اشعار پر نظر ثانی کرتے رہتے تھے۔ ہر شخص کو جو شاعری کے میدان میں قدم رکھتا ہے، اس اصول پر عمل کرنا چاہیے۔



علامہ اقبال (1877-1938)

اس مطالعے کے دوران ہمیں یہ بھی اندازہ ہو گا کہ سب شاعر ایک انداز سے شعر نہیں کہتے۔ وہ شعر گوئی کے لیے مختلف اصنافِ خن کا سہارا لیتے ہیں۔ مثلاً کوئی غزل کہتا ہے، کوئی مرشیہ نگار ہے، کوئی قصیدہ لکھتا ہے، کسی کوربائی لکھنے میں ملکہ حاصل ہے، کوئی نظم گو ہے۔ بعض شاعر کوئی اصنافِ خن میں طبع آزمائی کرتے ہیں لیکن ان کے کلام کو دیکھ کر صاف اندازہ ہوتا ہے کہ کسی ایک صنف میں انھیں زیادہ مہارت حاصل ہے۔ مثلاً میر غزل کے ساتھ ساتھ منشوی بھی لکھتے ہیں لیکن ان کا کمال فن غزل میں ظاہر ہوتا ہے۔ سودا غزل اور قصیدہ دونوں کہتے ہیں لیکن وہ قصیدہ گوئی حیثیت سے زیادہ مشہور ہیں۔ غالب قصیدہ بھی لکھتے ہیں اور غزل بھی۔ لیکن قصیدے کے مقابلے غزل انھیں زیادہ محبوب ہے۔ دوسرے شاعروں کا بھی یہی حال ہے۔

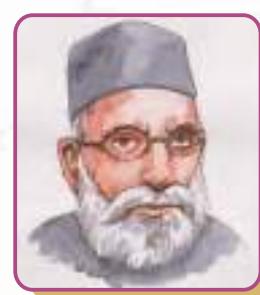
اردو کی مشہور اصنافِ خن میں غزل، قصیدہ، مرشیہ، منشوی، نظم، قطعہ، رباعی وغیرہ قابل ذکر ہیں۔ ان تمام اصناف میں غزل ہر دور میں سب سے زیادہ مقبول رہی ہے۔ ماضی میں قصیدہ، مرشیہ اور منشوی لکھنے کا عام رواج تھا لیکن اب ان کا چلن نہیں رہا۔ منشوی اور مرشیہ تواب بھی لکھنے جا رہے ہیں۔ لیکن قصیدہ تقریباً ختم ہو چکا ہے۔ منشوی اور مرشیہ کا انداز بھی بہت کچھ بدلتا چکا ہے۔ البتہ غزل کی مقبولیت میں کوئی کہی نہیں آئی بلکہ اضافہ ہی ہوا ہے۔ غزل کے اسلوب بیان میں تبدیلی تو آئی ہے لیکن غزل کا بنیادی مزاج اور اس کی ہیئت برقرار ہے۔

1.4.1 غزل

غزل کے بارے میں ہم جانتے ہیں کہ اس کا ہر شعر معنوی اعتبار سے جدا ہوتا ہے۔ غزل میں مسلسل مضامین بھی بیان کیے جاسکتے ہیں لیکن زیادہ تر غزوں میں ہر شعر کا مضمون علاحدہ ہوتا ہے اور یہی غزل کا حسن ہے۔ البتہ غزل کے تمام اشعار کا ایک بھر میں ہونا ضروری ہے۔ اسی طرح غزل میں قافیے کی پابندی بھی لازمی ہے۔ قافیے کے علاوہ غزل میں ردیف بھی ہو سکتی ہے لیکن ردیف کا ہونا ضروری نہیں۔ ان کے علاوہ غزل کی ہیئت کے حوالے سے کچھ اور باقی میں بھی قابل ذکر ہیں۔ مثلاً غزل کے پہلے شعر کو مطلع کہتے ہیں۔ اور آخری شعر کو مقطع کہتے ہیں۔ مقطع میں شاعر اپنا خاص استعمال کرتا ہے۔ ان باتوں کی وضاحت سے پہلے آئیے ہم ایک غزل پڑھتے ہیں اور یہ دیکھتے ہیں کہ اس میں یہ باقی کس طرح آئی ہیں۔

اس نے یہ بھی نہ پوچھا تیری حالت کیا ہے	میں ہوں کیا میری محبت کی حقیقت کیا ہے
کوچھ یار سے لیکن اسے نسبت کیا ہے	ہم کو واعظ یہ خبر سب ہے کہ جنت کیا ہے
کچھ سمجھ میں نہیں آتا کہ محبت کیا ہے	جس کی ذلت میں بھی عزت ہے سزا میں بھی مزا
ہے اذیت جو بھی چیز تو راحت کیا ہے	شاد ماں ہو کے ترے درد سے کہتا ہے یہ دل
ہم نے پھر بھی تو نہ سمجھے کہ کرم ہے کیا شے	تم یہ پھر بھی تو نہ سمجھے کہ کرم ہے کیا شے
حرست آخر یہ ترا رنگ طبیعت کیا ہے	رند مے نوش کبھی صوفی صافی ہے کبھی

یہ غزل مشہور غزل گو حضرت مولانا کی ہے۔ اس میں حقیقت، حالت، نسبت، محبت، راحت، شکایت اور طبیعت وغیرہ الفاظ قافیہ ہیں۔ یہ بات یاد رکھنے کی ہے کہ یہاں آواز اور یہاں حرف یا حروف پختم ہونے والے



حضرت مولانا (1880/81-1951)

الفاظ کو قافیہ کہا جاتا ہے۔ قافیہ کے بعد جن الفاظ کی تکرار غزل کے ہر شعر کے دوسرے مصريع میں ہوتی ہے انھیں ردیف کہا جاتا ہے۔ مثلاً مذکورہ غزل میں کیا ہے، ردیف ہے۔ غزل میں اشعار کی تعداد مقرر نہیں ہوتی ہے لیکن عام طور سے پانچ یا سات اشعار کی غزل لکھنے کا رواج رہا ہے۔ غزل کا سب سے اچھا شعر بیت الغزل، کہلاتا ہے۔ اسے ’شاہ بیت‘ بھی کہتے ہیں۔ کسی غزل میں ایک سے زیادہ مطلع بھی ہو سکتے ہیں۔ ایسی صورت میں غزل کے دوسرے شعر کو حسن مطلع کہا جاتا ہے۔

اب ایک اور غزل کے چند شعر درج کیے جاتے ہیں۔ انھیں پڑھیے اور غور کیجیے کہ ان میں قافیہ اور ردیف کا استعمال کس طرح ہوا ہے اور شاعر نے کس طرح اپنی بات پیش کی ہے۔



فراق گورکھپوری (1896-1982)

بہت پہلے سے ان قدموں کی آہٹ جان لیتے ہیں	تجھے اے زندگی ہم دور سے پہچان لیتے ہیں
طبعیت اپنی گھبراتی ہے جب سنسان راتوں میں	ہم ایسے میں تری یادوں کی چادر تان لیتے ہیں
خود اپنا فیصلہ بھی عشق میں کافی نہیں ہوتا	اسے بھی کیسے کر گزریں جو دل میں ہٹان لیتے ہیں
جسے صورت بتاتے ہیں پتا دیتی ہے سیرت کا	عبارت دیکھ کر جس طرح معنی جان لیتے ہیں
فرق اکثر بدل کر بھیں ملتا ہے کوئی کافر	کبھی ہم جان لیتے ہیں کبھی پہچان لیتے ہیں



ناظیر اکبر آبادی (1735/40-1830)

نظم 1.4.2

موجودہ زمانے میں غزل کے علاوہ نظمیں بھی خوب لکھی جا رہی ہیں۔ نظم کے لغوی معنی، انتظام، ترتیب، یا آرائش، کے ہیں۔ عام طور پر یہ نظم نثر کے مقابل استعمال کیا جاتا ہے۔ اس میں غزل کے علاوہ باقی تمام اصناف سخن شامل ہیں۔ یہ اور بات ہے کہ مغربی نظم ایک مخصوص صنف کا بھی نام ہے۔ اردو میں نظم کا آغاز نظیر اکبر آبادی سے ہوا۔ بعد میں اسے محمد حسین آزاد اور حمالی کی کوششوں سے استحکام حاصل ہوا۔

صنف سخن کی حیثیت سے نظم سے مراد ہے ابھی شاعری جس کا ایک مرکزی خیال ہو اور اس میں خیال کا تدریجی ارتقا بھی پایا جاتا ہو۔ نظم طویل ہو سکتی ہے اور مختصر بھی۔ اس کے لیے موضوعات کی کوئی قید نہیں ہے۔ یہ پابند ہو سکتی ہے، معربی بھی اور آزاد بھی۔ تجربے کے طور پر اردو میں نثری نظمیں بھی لکھی گئی ہیں۔

- پابند نظم سے مراد ایسی نظم ہے جس میں بھر کے استعمال اور قافیوں کی ترتیب سے مقررہ اصولوں کی پابندی کی جاتی ہے۔ اس کے تمام مصريع برابر ہوتے ہیں۔

نظم معربی میں تمام مصريع تو برابر ہوتے ہیں لیکن اس میں قافیے کی پابندی نہیں کی جاتی ہے۔ اسی لیے نظم معربی کو نظم عاری بھی کہتے ہیں۔

- آزاد نظم میں قافیے کی پابندی نہیں ہوتی۔ اس کے مصروعوں کے ارکان بھی چھوٹے بڑے ہوتے ہیں۔ یعنی آزاد نظم کے تمام مصريع برابر نہیں ہوتے۔

نثری نظم جیسا کہ نام سے ظاہر ہے، نثری سطروں پر مشتمل ہوتی ہے۔ اس میں خیال شاعرانہ ہوتا ہے، وزن نہیں ہوتا بلکہ ایک خاص آہنگ کا احساس ضرور ہوتا ہے۔

اقبال، جوش، اختر الایمان، فیض وغیرہ نظم کے اہم شاعر ہیں نے تو اتر سے نظمیں لکھی ہیں۔ یونچ دی ہوئی ان نظموں کے مطالعے سے نظموں کے مزاج کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔
مثال کے طور پر جوش کی نظم البیلی صحیح، دیکھیے:



البیلی صحیح



نظر جھکائے عروسِ نظرت جبیں سے ڈلفیں ہٹا رہی ہیں
سحر کا تارا ہے زنگلے میں، افق کی لوٹھر تھرا رہی ہے
روش روشن نغمہ طرب ہے، چمن چمن جشنِ رنگ دبو ہے
طیور شاخوں پر ہیں غزل خواں، کلی کلی گنگنا رہی ہے
ستارہ صح کی رسیلی، جھپکتی آنکھوں میں ہی فسانے
نگارِ مہتاب کی نیلی نگاہ جادو جگا رہی ہے
طیور، بزم سحر کے مطلب، لچکتی شاخوں پر گا رہے
نسیم، فردوس کی سیلی، گلوں کو جھولا جھلا رہی ہے
کلی پہ بیلی کی، کس ادا سے پڑا ہے شبنم کا ایک موئی
نہیں، یہ ہیرے کی کیل پہنے کوئی دہن مسکرا رہی ہے
سحر کو مدنظر ہیں کتنی رعایتیں چشمِ خوب فشاں کی
ہوا بیابان سے آنے والی لہو کی سرخی بڑھا رہی ہے
شلوکا پہنے ہوئے گلابی، ہر اک سبک پنکھڑی چمن میں
رنگی ہوئی سرخ اوڑھنی کا ہوا میں پلو، سکھا رہی ہے
فلک پا اس طرح چھپ رہے ہیں بلال کے کردوپیش تارے
کہ جیسے کوئی نئی نویلی جبیں سے افشاں چھڑا رہی ہے
کھٹک یہ کیوں دل میں ہو چلی پھر؟ چلتی کلیو! ذرا خہرنا
ہواے گلشن کی نرم رو میں یہ کیسی آواز آرہی ہے



جوش مجید آبادی (1896/98-1982)

یہ پابند نظم کی مثال ہے۔ اس نظم میں شروع سے آخر تک ایک مرکزی خیال موجود ہے۔ قافیہ کی بھی پابندی ہے اور مصروعوں کے ارکان بھی برابر ہیں۔ اب فیض کی ایک مشہور نظم تہائی، دیکھیے:

تنهائی



پھر کوئی آیا دل زار، نہیں کوئی نہیں
راہرو ہوگا کہیں اور چلا جائے گا
ڈھل چکی رات، بکھرنے لگا تاروں کا غبار
لڑکھرانے لگے ایوانوں میں خوابیدہ چغا
سوئی راستہ تک تک کے ہر اک راہ گزار
اجنی خاک نے دھنلا دیے قدموں کے سراغ
گل کرو شمعیں بڑھا دو مے وینا ایاغ
اپنے بے خواب کواڑوں کو مقفل کرلو
اب یہاں کوئی نہیں، کوئی نہیں آئے گا



فیض احمد فیض (1911-1984)

یہ ایک مُرّ نظم ہے۔ اس میں مصرعے برابر ہیں اور قافیوں کا التزام نہیں ہے لیکن ارتقائے خیال حسبِ دستور موجود ہے۔ شاعر نے استعارے اور اشارے کنائے میں اپنی بات کہی ہے جس سے نظم کے حسن میں اضافہ ہوا ہے۔
محمد محبی الدین کی نظم چاند تاروں کا بن، بھی ایسی ہی ایک نظم ہے۔ فیض کی نظم کے مقابلے میں اس کے مصرعے چھوٹے بڑے ہیں یا آزاد نظم کی مثال ہے:

چاند تاروں کا بن



محمد محبی الدین (1908-1969)

چاند تاروں کا بن
موم کی طرح چلتے رہے ہم شہیدوں کے تن
رات بھر جھلمالاتی رہی شمع صح وطن
رات بھر جگگا تارہ چاند تاروں کا بن
تنشکی تھی مگر

تنشکی میں بھی سرشار تھے
آنکھوں کے خالی کٹورے لیے
منتظر مردوں ن

مستیاں ختم، مدھوشیاں ختم تھیں، ختم تھا کلمپن
رات کے جگگا تے دہکتے بدن
صح دم ایک دیوار گم بن گئے



خارز ارالم بن گئے
رات کی شہر رگوں کا اچھلتا ہو
جوئے خیول بن گیا
رات کی پھٹیں ہیں، اندر ہیرا بھی ہے
صح کا کچھ اجالا، اجالا بھی ہے
ہمد مو!
ہاتھ میں ہاتھ دو
سوئے منزل چلو
منزلیں پیار کی
منزلیں دار کی
کوئے دل دار کی منزلیں
دوش پر اپنی اپنی صلیبیں اٹھائے چلو

اس نظم میں آزادی سے پہلے اور آزادی کے بعد کے ہندوستان کا منظر پیش کیا گیا ہے اور بتایا گیا ہے کہ آزادی سے پہلے جن مسائل سے دوچار تھے، آزادی کے بعد بھی ان مسائل سے نجات نہیں مل سکی ہے۔ لیکن اس بات کو شاعر نے شعری انداز میں تشبیہ اور استعارے کی مدد سے کہا ہے جس کی وجہ سے بات پر کشش ہو گئی ہے۔

اس طرح ہم کہہ سکتے ہیں کہ غزوں کے علاوہ نظموں میں بھی تشبیہ، استعارے، اشارے اور کنائے سے کام لیا جاتا ہے۔ لیکن غزل کی طرح نظم کا بہم ہونا ضروری نہیں۔ نظم کی زبان کھردی بھی ہو سکتی ہے۔ اختر الایمان نے اپنی نظموں میں خاص طور پر قدرے مختلف زبان استعمال کی ہے۔ بہر حال نظموں کے بغور مطالعے سے نظم نگاری کے ذوق کو فتحا راجا سکتا ہے۔

آپ بھی کسی موضوع پر نظم لکھنے کی کوشش کر سکتے ہیں۔ اس کے لیے پہلے تو کسی موضوع کا انتخاب ضروری ہے۔ اس کے بعد یہ یو ہے کہ آپ کس طرح اپنے خیال کو نظم کا روپ دیں گے۔ آپ پابند نظم کہہ سکتے ہیں اور آزاد نظم بھی لکھنے کی کوشش کر سکتے ہیں۔ کسی ایک بحر کا انتخاب کیجیے اور اسی بحر میں نظم کے مصروع موزوں کرنے کی کوشش کیجیے۔ نمونے کے طور پر کوئی نظم سامنے رکھ کر طبع آزمائی کریں تو شروع میں آسانی ہو گی۔ آپ کسی پسندیدہ شخصیت پر بھی نظم لکھ سکتے ہیں یا کسی واقعے کو موضوع بناسکتے ہیں۔ آپ کو ابتداء میں لطف آنے لگے گا اور آپ محسوس کریں گے کہ آپ بھی نظموں کہہ سکتے ہیں لیکن رفتہ رفتہ نظم نگاری کے ہمراستے آپ واقف ہو جائیں گے اور پھر ایک دن بہت اچھی نظموں کہہ لے گیں گے۔

نشری اظہار

2.1 تعارف



پریم چند (1880-1936)

آپ نے پہلے باب میں پڑھا کہ ادبی اظہار کے دو طریقے ہیں۔ نثری اور شعری۔ آپ جانتے ہیں کہ شعری اظہار میں شاعر خیال کے اظہار پر زیادہ زور دیتا ہے اس لیے بعض اوقات الفاظ کے استعمال میں وہ قواعد کے اصولوں کی پابندی نہیں کر پاتا۔ مثال کے طور میر ترقی میر کا یہ مصرع
دیکھاں بیماری دل نے آخر کام تمام کیا
اس مصرع کو نثر میں یوں لکھا جائے گا۔

اس دل کی بیماری نے آخر میر اکام تمام کر دیا

آپ نے دیکھا کہ اس میں لفظوں کی ترتیب بدل گئی۔ دراصل شعر میں روانی اور نغمگی کے لیے وزن اور آہنگ کے اعتبار سے لفظوں کی ترتیب بدلتی پڑتی ہے۔ یعنی شعر کے مصروعوں میں فعل ابتداء میں اور فاعل آخر میں آسلتا ہے لیکن نثری اظہار میں قواعد کے اصولوں کی پابندی کی جاتی ہے۔ نثر میں ادبی اظہار میں بھی نثر کی دو قسمیں ہوتی ہیں۔ افسانوی نثر اور غیر افسانوی نثر۔ وہ نثر جس میں کوئی قصہ یا کہانی بیان کی جائے اسے افسانوی نثر کہا جاتا ہے۔ جیسے داستان، ناول، افسانہ وغیرہ۔ وہ نثری تحریر جس میں کوئی کہانی نہ ہو، اسے غیر افسانوی نثر کہتے ہیں۔ جیسے انشائیہ، خاکہ، مضمون، سفر نامہ وغیرہ۔ ان مختلف اصناف مثلاً داستان، ناول، کہانی، خاکہ، انشائیہ وغیرہ کا اسلوب یا انداز بیان عام زبان و بیان سے مختلف ہوتا ہے۔ نثر کی تحریری صورت بھی نظم کی صورت سے مختلف ہوتی ہے۔ نثر میں پیراگراف اور نظم میں بند یا شعر ہوتے ہیں۔ جس طرح شعری اظہار کے لیے مختلف شعری اصناف مقرر ہیں اسی طرح نثری اظہار کو بھی مواد و موضوع اور مقصد کے پیش نظر متعدد ہیئتوں اور اصناف میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ ذیل میں چند اہم نثری اصناف کا تعارف پیش کیا جا رہا ہے۔

2.1.1 داستان



میر امین (1750-1837)

داستان افسانوی نثر کی ابتدائی صورتوں میں سے ایک ہے۔ داستان میں اس دور کی یادگار ہیں جب انسانوں کا ذہن اتنا ترقی یافتہ نہیں تھا اور وہ جن، دیو، پری، بھوت پریت اور عقل کو حیران کر دینے والی دیگر چیزوں میں یقین رکھتے تھے۔ ان کے پاس فرصت کے اوقات بہت تھے۔ اس لیے وہ وقت گزاری کے لیے طویل قصے سنتے تھے۔ ہر علاقے میں داستان سنانے والے باقاعدہ داستان گوم موجود تھے اور وہ ایک ہی داستان کو قصہ در قصہ طویل کرتے ہوئے

مہینوں تک سنتے تھے۔ یعنی پہلے داستان صرف ایک زبانی اظہار تھا اور بعد میں اس نے تحریری اظہار کی صورت اختیار کر لی۔ بعد میں یہی داستان میں تحریر کی جانے لگیں۔ داستان کا مقصد ترقی ہے۔ داستان سننے یا پڑھنے والا اپنی تمام تکالیف اور مسائل کو بھول کر تھوڑی دیر کے لیے اس کی طسمی فضائیں کھو جاتا ہے۔ عموماً داستانوں کی فضار و مانی اور خیالی ہوتی ہے۔ حریت و استحباب، حسن و عشق، مہم جوئی، طوالت، چیزیں اور اطفاف بیان وغیرہ داستان کی بنیادی صفات ہیں۔ زیادہ تر داستانوں میں شہزادے اور شہزادیوں کو مرکزی حیثیت حاصل ہوتی ہے۔ عام طور پر داستان کا ہیر و کسی خاص مقصد کے حصول کے لیے کسی مہم پر رکتا ہے۔ اس سلسلے میں اسے بہت سی دشواریوں اور پریشانیوں سے سابقہ پڑتا ہے لیکن وہ اپنی بہت، بہادری اور ثابت قدمی کی وجہ سے آخر میں کامیاب ہوتا ہے۔ طسم ہوش ربا، الف لیلہ، باغ و بہار، آرائشِ محفل، فسانہ عجائب وغیرہ اردو کی مشہور داستانیں ہیں۔

2.1.2 ناول

جب سائنس نے ترقی کی تو انسان میں ہر چیز کو جانچنے پر کھنے اور پھر بول کرنے کا رجحان بڑھا۔ چنانچہ سائنسی اور منطقی سوچ کی وجہ سے ان عقائد اور توبہات سے انسان کا اعتماد ختم ہونے لگا اور وہ ہر چیز کو عقل اور منطق کی کسوٹی پر دیکھنے لگا۔ اسی سوچ نے داستان کی جگہ کہانی کی ایک نئی شکل 'ناول' سے معارف کرایا۔ نئے دور کا نیا انسان عقل کو حیران کر دینے والے واقعات اور جن، دیو، پری جیسے غیر حقیقی کرداروں پر یقین نہیں رکھتا تھا۔ اس لیے داستانوں سے اس کی دلچسپی کم ہونے لگی۔ اسی زمانے میں اصلاح معاشرہ کے لیے اردو میں ایسے قصے لکھنے جانے لگے جن کے واقعات اور کرداروں کا تعلق عام زندگی سے تھا۔ یہی اردو میں صنف ناول کا نقطہ آغاز ہے۔ انگریزی میں بھی ناول کا آغاز اصلاحی مقصد کے تحت ہی ہوا۔ اردو میں ناول کا آغاز انگریزی ناول کے زیراثر ہوا۔ قصہ، پلاٹ، یکنیک، کردار نگاری، ماحول اور منظر نگاری، اسلوب اور نقطہ نظر وغیرہ ناول کے اہم اجزاء ترکیبی ہیں۔



مرزا سوہا (1857/58-1931)

کہانی اور پلاٹ

کسی بھی ناول کے لیے کہانی کی بنیادی اہمیت ہے۔ کہانی کی کشش ہی قاری کو ناول کی جانب متوجہ کرتی ہے۔ ایک واقعہ کے بعد دوسرا واقعہ بیان کرنا دراصل کہانی کہنا ہے۔ یہ واقعات ایک منطقی ترتیب میں بیان کیے جاتے ہیں اور واقعات کی اسی منطقی ترتیب کا نام پلاٹ ہے۔ عام طور سے پلاٹ کے پانچ حصے ہوتے ہیں۔ پہلے حصے میں قصے کا آغاز ہوتا ہے اور تمام اہم کرداروں کا تعارف پیش کر دیا جاتا ہے۔ دوسرا حصہ میں ان کرداروں کے معاملات میں گھٹیاں پڑنی شروع ہو جاتی ہیں۔ تیسرا حصے میں یہ گھٹیاں اس قدر الجھ جاتی ہیں کہ ان کا سلجنہا حال معلوم ہونے لگتا ہے۔ چوتھے حصے میں یہ گھٹیاں سمجھنے لگتی ہیں اور پانچویں میں تمام معاملات انجام کو پختہ ہیں۔ پلاٹ جتنا چست اور گھٹا ہوا ہو، اتنا ہی بہتر مانا جاتا ہے۔ ناول میں صرف انھیں واقعات کو شامل کیا جاتا ہے جن کا قصے یا کرداروں سے برآ راست تعلق ہو۔ غیر ضروری اور بھرتی کے واقعات سے گریز کرنا ہی بہتر ہوتا ہے۔

کردار

ناول میں انسانی زندگی کی تصویر کشی کرداروں کے ذریعے انجام پاتی ہے۔ ناول میں کرداروں کی وہی حیثیت ہے جو

انسانی سماج میں فرد کی ہوتی ہے۔ انسانی سماج کا فرداوں میں کردار کی شکل میں سامنے آتا ہے۔ اچھی اور موثر کردار نگاری کے لیے ضروری ہے کہ ناول نگار کو انسانی عادات و خصائص، خوبیوں اور خامیوں، پسند و ناپسند اور حرکت و عمل کا گہرا شعور ہو۔ کرداروں میں فطری ارتقا ہونا چاہیے۔ وقت اور ماحول کے مطابق جس طرح کسی شخص میں تبدیلیاں واقع ہوتی ہیں اسی طرح کرداروں میں بھی موقع و محل کے اعتبار سے بدلا و نظر آنا چاہیے۔

❖ ماحول اور منظر نگاری

ناول کا قصہ جس مخصوص عہد، طرز زندگی، معاشرے اور ماحول سے متعلق ہے، اس کا جغرافیائی ماحول بھی ناول میں پیش کرنا ضروری ہے۔ ناول نگار یہ ماحول دو طریقوں سے پیش کرتا ہے۔ اول یہ کہ وہ سماج کے نقشے، بازاروں، گلیوں اور سڑکوں کی عکاسی کرتا ہے اور دوسرا وہ قدرتی مناظر مثلاً کھیت کھلیان، جنگلوں، پہاڑوں، آبشاروں اور دریاؤں وغیرہ کی تصویریں سامنے لاتا ہے۔ اس سلسلے میں ناول نگار کو یہ خیال رکھنا ہوتا ہے کہ وہ انھیں مناظر کو پیش کرے جن سے قصے کا براہ راست تعلق ہے یا جن سے قصے کو آگے بڑھانے میں مدد ملتی ہے۔

❖ اسلوب

ناول کی کامیابی میں اسلوب نہایت اہم کردار ادا کرتا ہے۔ ناول کا اسلوب موضوع اور کرداروں کے مطابق ہونا چاہیے۔ اسلوب ایسا ہونا چاہیے کہ ناول میں جو واقعات اور کردار پیش کیے جا رہے ہیں، قاری کی توجہ صرف ان پر مرکوز رہے، اسلوب کی طرف نہ جائے۔

❖ تکنیک

ہر ناول نگار قصہ کی پیش کش کے لیے ایک خاص طریقہ استعمال کرتا ہے۔ پیش کش کا یہ خاص طریقہ ہی تکنیک ہے۔ ناول کی کئی تکنیک ہیں جن میں بیانیہ، فلیش بیک، شعور کی رو اور خطوط اور ڈائری کی تکنیک اہم ہیں۔

❖ نقطہ نظر

ہر ناول نگار کا زندگی کے تین کوئی خاص نظریہ ہوتا ہے۔ وہ بعض چیزوں کو پسند اور بعض کو ناپسند کرتا ہے۔ ناول میں یہی ناپسند مصنف کے نقطہ نظر کے طور پر اجاگر ہوتی ہے۔ ناول کے لیے ضروری ہے کہ اس کے مطالعے سے ناول نگار کا نقطہ نظر براہ راست اجاگرنہ ہو بلکہ غیر محسوس طور پر قاری کے ذہن تک پہنچ جائے۔

2.1.3 کہانی / افسانہ



عصمت چفتائی (1915-1991)

کہانی یا افسانہ قصے کی وہ شکل ہے جس کی بنیاد کوئی ایک جذبہ، احساس، تاثر یا واقعہ ہوتا ہے اور اسے کم سے کم لفظوں میں مناسب انداز بیان میں جامعیت کے ساتھ بیان کیا جاتا ہے۔ یہ ناول سے ان معنوں میں مختلف ہے کہ ناول کا کیفیں بہت وسیع ہوتا ہے اور اس میں عموماً کسی انسان کی پوری زندگی کا احاطہ کیا جاتا ہے لیکن افسانے میں زندگی کے کسی ایک واقعہ یا رخ کی عکاسی کی جاتی ہے۔ افسانہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ اس کا مطالعہ، تجربہ اور مشاہدہ بہت وسیع ہو۔ افسانے کے موضوعات میں تنوع اسی صورت میں آئے گا جب مصنف کا تجربہ و مشاہدہ وسیع ہو۔ قصے کے موثر بیان کے لیے زبان پر قدرت لازمی ہے اور اس کے لیے گہرا مطالعہ، بہت ضروری ہے۔ پلاٹ، کردار، ماحول،

اتحاد زمان و مکاں، وحدت تاثر اور اسلوب افسانے کے اہم اجزاء ترکیبی ہیں۔ ایک اچھا افسانہ لکھنے کے لیے ضروری ہے کہ ایک اچھے موضوع کا انتخاب کیا جائے، اس کا پلاٹ چست، درست مر بوط اور سماں ہو، کردار محترم، حقیقی اور جیتے جائے ہوں، مکالمے جاندار اور فطری ہوں اور اسلوب یا انداز بیان مناسب ہو۔

پلاٹ

واقعات کی منطقی ترتیب کو پلاٹ یا ماجرا کہا جاتا ہے۔ افسانے کا پلاٹ منظم، مر بوط اور گٹھا ہوا ہونا چاہیے۔ اس کے مختلف واقعات میں ایک منطقی ربط ہونا چاہیے۔ افسانے میں جو کچھ واقع ہوتا ہے، اس کا آغاز، وسط اور انجام اگر ترتیب سے واقع ہوں تو ایسے پلاٹ کو منطقی ربط کا حامل سمجھنا چاہیے۔ لیکن یہ بات ذہن میں وہی چاہیے کہ ایسا ربط روایتی افسانے کے لیے ضروری سمجھا گیا ہے۔ آج کل جو افسانے لکھے جا رہے ہیں ان کا ماجرا بے ربط بھی ہو سکتا ہے یا یہ بھی ہو سکتا ہے کہ ان میں سرے سے ماجرا ہی نہ ہو۔



خواجہ احمد عباس (1914-1987)

کردار

قصے کی پیش کش جن افراد کے ذریعے کی جاتی ہے انھیں کردار کہا جاتا ہے۔ یہ کردار انسان، جانور، پندے یا پیڑ پودے کچھ بھی ہو سکتے ہیں۔ افسانے کا تعلق چونکہ ہماری زندگی سے ہے اس لیے اس کے کردار بھی ہمارے معاشرے سے ہی لیے جاتے ہیں۔ افسانہ نگار کو کرداروں کا انتخاب کرتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہیے کہ وہ ہمارے معاشرے کی بھرپور نمائندگی کریں۔ کرداروں کو حقیقی اور فطری ہونا چاہیے۔ انھیں بالکل ویسا ہی ہونا چاہیے جیسے عام انسان ہوتے ہیں۔ جس طرح ایک انسان میں خوبیاں اور خامیاں دونوں ہوتی ہیں اسی طرح افسانے کے کرداروں میں بھی اچھائی اور برائی دونوں ہونی چاہیے۔ عمر کے ساتھ ساتھ انسان کے ذہن و فکر اور حرکات و سکنات میں جو تبدیلیاں آتی ہیں، افسانے کے کرداروں میں بھی وہ تبدیلیاں نظر آنی چاہیں۔

ماحوں

جس مقام سے افسانے کے واقعے کا تعلق ہوتا ہے، اس کے آس پاس کا ماہول اس میں حقیقت و واقعیت کا رنگ بھرنے میں معاون ہوتا ہے۔ افسانے کے ماہول میں گاؤں، شہر، محلہ، گلی، بازار، کھیت، آفس، ندی، پہاڑ وغیرہ پیش کیے جاسکتے ہیں۔ افسانے کے ماہول اور کرداروں میں مناسبت ہونی چاہیے۔ کرداروں کی زبان ماہول کے مطابق ہونی چاہیے۔

اتحاد زمان و مکاں

افسانے میں اتحاد زمان و مکاں کی بھی بہت اہمیت ہے۔ اتحاد زمان سے مراد وہ عرصہ ہے جس میں واقعات رونما ہوتے اور پھر ختم ہوتے ہیں۔ اتحاد مکاں کا مطلب یہ ہے کہ افسانہ جن مقامات پر واقع ہوتا اور کمل ہوتا دکھایا جائے ان میں بہت زیادہ فاصلہ نہیں ہونا چاہیے۔ اگر افسانہ نگار کے ذہن میں واقعہ یا کردار کے واقع ہونے کی جگہ کا صحیح تصور نہ ہو تو افسانے کا تاثر محروم ہو گا۔ اگر کردار یا واقعے کا تعلق شہر سے ہے اور بیان میں دیہات کی بات آرہی ہے یا واقعے کا تعلق ماضی بعید سے ہے اور بیان سے ماضی قریب کا دراک ہو رہا ہے تو اسے افسانے کی کمی مانا جاتا ہے۔

❖ وحدت تاثر

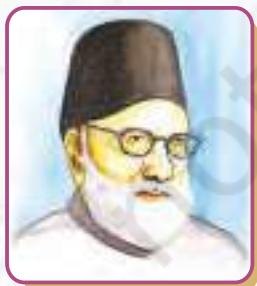
واقع، کردار اور ماحول کے مناسب تال میل سے افسانے میں وحدت تاثر پیدا ہوتا ہے۔ یہ ممکن ہے کہ افسانے کا واقعہ حقیقت میں واقع نہ ہو سکتا ہو مگر اپنے تاثر سے وہ غیر یقینی افسانے کو یقین کیے جانے لائق بنادیتا ہے۔ افسانہ نگار جو بات کہنا چاہتا ہے وہ افسانے کے ہر جزو میں پورے تاثر کے ساتھ نظر آنا چاہیے تاکہ قاری اس کو پوری شدت کے ساتھ محسوس کرے۔ یہ تاثر جس قدر تو انداز مضمبوط ہو گا افسانہ اسی قدر کامیاب کہا جائے گا۔ وحدت تاثر کے لیے ضروری ہے کہ وہی حالات و افعال بیان کیے جائیں جن کا کہانی کے موضوع اور مرکزی کردار سے براہ راست تعلق ہو۔

❖ اسلوب

افسانے کی کامیابی میں اچھے اسلوب کی بھی بہت اہمیت ہے۔ افسانے کا پلاٹ اچھا ہو، کردار بہترین ہوں لیکن اگر اسلوب مناسب نہیں ہے تو ساری محنت ضائع ہو جاتی ہے۔ اسلوب موضوع اور کرداروں کے مطابق ہونا چاہیے۔ ایک اچھا اسلوب اپنے اندر جادو کی سی تاثیر اور مقنای طیبی کشش رکھتا ہے اور قاری کے ذہن پر دیر پا تاثر مرتب کرتا ہے۔ افسانہ نگار افسانے کی تحقیق کے وقت، اس کی تشكیل کے لیے لازمی مذکورہ بالا عوامل پر خاص توجہ دیتا ہے۔ اپنی درسی کتابوں میں آپ نے جتنی کہانیاں / افسانے پڑھے ہیں، وہ اپنے تشكیلی عوامل کی مناسب ترکیب و تحلیل کی وجہ سے شاہکار کا درجہ رکھتے ہیں۔ اگر آپ افسانہ یا کہانی کے ذریعے اپنے خیالات اور جذبات کا اظہار کرنا چاہتے ہیں تو پہلا قدم یہ ہے کہ آپ ان افسانوں اور ان کے علاوہ متعدد دوسرے افسانوں کا بار بار مطالعہ کریں، آس پاس کے ماحول میں نظر آنے والے انسانوں کے ذکر یا سمجھ سے واقفیت حاصل کریں۔ یہ دیکھیں کہ کون سی باتیں انسانوں کو خوشی عطا کرتی ہیں اور کن باتوں کی وجہ سے وہ دلکھی ہو جاتے ہیں۔ حیوانوں اور قدرتی مناظر وغیرہ کا گہرا مشاہدہ کیجیے۔ مختلف قسم کے لوگوں کے حرکت و عمل اور بول چال کی زبان سے واقفیت حاصل کرنے کی کوشش کیجیے۔ یہ ایسے امور ہیں جن پر توجہ دے کر آپ اچھے افسانے کی تحقیق کر سکتے ہیں۔

2.1.4 مضامون

مضامون کے لفظی معنی ہیں وہ بات، خیال یا موضوع، جس کے تحت کچھ لکھا جائے۔ مواد اور ہیئت کے لحاظ سے مضامون کی کئی قسمیں ہیں۔ مثلاً مضامون، مقالہ، تصریح وغیرہ۔ مضامون اپنے سنجیدہ علمی اور انسانی برداشت کے سبب انشائی، روپورتاژ اور خاکے سے مختلف صنف ہے۔ مضامون کا متن اپنی صداقت اور صراحت کی وجہ سے حقائق کو دوڑوک انداز میں پیش کرتا ہے۔ اس میں ابہام، طنز و مزاح، تاثراتی بیانات وغیرہ کی گنجائش نہیں ہوتی۔ مضامون کا متن مربوط اور منظم ہوتا ہے اس میں بیان کیے گئے خیالات کی ترسیل و ابلاغ میں آسانی ہوتی ہے۔ جس مسئلے یا موضوع پر مضامون لکھا گیا ہے اسے اپنی تفصیلات کے مربوط بیان کے ساتھ پیش کیا جانا چاہیے تاکہ موضوع کے سارے نشیب و فراز قاری کے سامنے واضح ہو سکیں۔ اس کے لیے ان باتوں کا خیال رکھنا ضروری ہے۔



مولوی عبدالrahمن (1870-1961)

- مضمون کے لیے موضوع کا انتخاب
- تمہیدی طور پر موضوع کا تعارف
- موضوع سے متعلق اہم پہلوؤں کی وضاحت۔
- آخر میں بحث کے نتائج کا موثر بیان۔
- صاف، روایا اور آسان زبان کا استعمال۔
- موضوع کے آغاز، وسط اور انجام کا باہمی رابطہ
- ہر حصے کی توضیح و تشریح مگر غیر ضروری طوالت سے اجتناب
- ایک منطقی تفہیم کی تکمیل

2.1.5 انشائیہ

انشائیہ دراصل ادبی نثر میں کسی موضوع پر اظہار خیال ہے۔ یہ سمجھدہ بھی ہو سکتا ہے اور طنز یہ یا مزاح یہ بھی۔ اس میں شائقی اور شفقتگی کا عنصر نمایاں ہوتا ہے۔ انشائیہ بات سے بات پیدا کرنے کا فن ہے۔ اسی لیے اسے ذہنی ترجم بھی کہا جاتا ہے۔ انشائیہ نگار اپنے موضوع کو کسی ایک پہلو تک ہی محدود نہ رکھ رکھنی روکے ساتھ (لیکن خیال اور زبان کی ہم آہنگی کے ساتھ) پسندیدہ سمت میں موڑ دیتا ہے اور بات سے بات پیدا کرتا ہے۔ انشائیہ کی ادبیت، شفقتگی اور شعریت ہی دراصل اس کی جان ہے۔

انشائیہ لکھنے کے لیے مندرجہ ذیل باتوں کا خیال رکھنا چاہیے:



خواجہ گوئ ناظمی (1879-1955)

- سب سے پہلے ایک موضوع منتخب کیجیے۔
- موضوع کے متعلق ساری معلومات اکٹھی کیجیے۔
- اگر اسی موضوع پر اور بھی انشائیے یاد گیر تحریریں ہوں تو ان کا مطالعہ کیجیے۔
- موضوع اور اس کے اجزاء کا سماج، زبان، تہذیب وغیرہ سے تعلق پر غور کیجیے اور اہم نکات نوٹ کیجیے۔
- موضوع کے متعلق اپنے تمام مطالعے اور مشاہدے کو استعمال کرتے ہوئے لکھنا شروع کیجیے۔
- انشائیے کی زبان آسان ہونی چاہیے۔ جملے چھوٹے اور واضح ہوں۔
- تحریریز یادہ طویل نہ ہو۔
- لکھنے کے بعد اپنی تحریر کو بار بار پڑھیے۔ اسے بہتر سے بہتر بنانے کی کوشش کیجیے۔
- اسے پڑھنے کے بعد آپ فرحت محسوس کر رہے ہیں یا نہیں؟
- ادب سے دلچسپی رکھنے والے اپنے دوستوں کو اپنی تحریر سن کر ان کی رائے معلوم کیجیے۔

2.1.6 خاک

خاکہ میں کسی کردار/شخص کے ظاہری حلیے، عادات و اطوار، پہناؤے وغیرہ کو اس انداز میں بیان کیا جاتا ہے کہ تصویر



مرزا فرحت اللہ بیگ (1883/84-1946/47)

انسانے کی طرح خاکے میں بھی بیانیے کی بہت اہمیت ہے۔ جس شخص کا خاکہ لکھا جا رہا ہے، اس کی صورت و سیرت کے سارے پہلوؤں کو دلچسپ انداز میں بیان کرنا چاہیے۔ موثر کردار نگاری کے لیے خاکہ نگار کو اس ماحول میں سانس لینے والے افراد کا لازمی طور سے مشاہدہ کرنا چاہیے۔ ان کی صورت و سیرت، زبان اور طور طریقے پر خصوصی توجہ دی جانی چاہیے تاکہ خاکے میں سچائی کارنگ بھرا جاسکے۔

نئے خاکہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ زیادہ سے زیادہ خاکوں اور خاکے نگاری کے فن پر لکھی گئی اہم کتابوں کا مطالعہ کرے۔ مرزا فرحت اللہ بیگ، مولوی عبدالحق، رشید احمد صدیقی، شاہد احمد دہلوی، منشو، کرشن چندر، مجتبی حسین وغیرہ نے بہترین خاکے تحریر کیے ہیں۔ ان کے تحریر کردہ خاکوں کا مطالعہ کیے بغیر رنگ نگ خصیتوں کی صورت و سیرت بیان کرنے کے فن پر عبور حاصل نہیں کیا جاسکتا۔

2.1.7 سفرنامہ



سریداًحمد خاں (1817-1898)

سفرنامے میں سفر کی رواداد بیان کی جاتی ہے۔ سفرنامے کی اہمیت یہ ہے کہ اس کے مطالعے کے ذریعے ہم گھر بیٹھے مختلف ممالک اور شہروں کے بارے میں معلومات حاصل کر لیتے ہیں۔ سفر کرنے والا جن مقامات کی سیر کرتا ہے وہاں پیش آنے والے واقعات، حالات اور مشاہدات کی تفصیل پیش کرتا ہے۔ وہ ان جگہوں کے باشندوں، جغرافیائی محل وقوع، تاریخ، تہذیب و تمدن، رسم و رواج، سماجی حالات، سیاسی صورت حال، ادبی و ثقافتی سرگرمیوں اور دیگر تفصیلات پر رoshni ڈالتا ہے۔ سفرنامہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ اپنے سفر کی رواداد سچائی اور ایمانداری سے بیان کرے۔ سفرنامے کا اسلوب دل کش ہونا چاہیے تاکہ قاری دلچسپی کے ساتھ اس کا مطالعہ کر سکے۔ سفرنامہ لکھنے والے کو غیر ضروری تفصیل اور طول بیانی سے چننا چاہیے۔ سفرنامے کے موضوعات معین نہیں ہیں۔ اس میں سیاح اپنے سفر کے دوران جو کچھ دیکھتا اور محسوس کرتا ہے اس کے بارے میں لکھ سکتا ہے اور پس منظر کے طور پر بھی ضروری معلومات فراہم کر سکتا ہے۔ اردو میں ادبی سفرناموں کے علاوہ حج کے بھی متعدد سفرنامے لکھنے ہیں۔ سفرنامے عموماً سنجیدہ ہوتے ہیں لیکن بعض ادیبوں نے مزاجیہ سفرنامے بھی تحریر کیے ہیں۔

یوسف خاں کمبل پوش کا 'عجائبات فرنگ'، اردو کا پہلا سفرنامہ ہے۔ سریداًحمد خاں کا 'مسافران لندن'، محمد حسین آزاد کا 'سیر ایران'، شلی نعمانی کا 'سفرنامہ روم و مصر و شام' اور مستنصر حسین تارڑ کا 'اندلس میں اجنبی' اردو کے اہم سفرنامے تسلیم کیے جاتے ہیں۔ کریم محمد خاں کا 'بسلامت روی'، ابن انشا کا 'چلتے ہو تو چین کو چلی' اور 'دنیا گول ہے' جمیل الدین عالی کا 'تماشا مرے آگے' اور مجتبی حسین کا 'جاپان چلو جاپان چلو' اردو کے اہم مزاجیہ سفرنامے ہیں۔

2.1.8 رپورتاژ

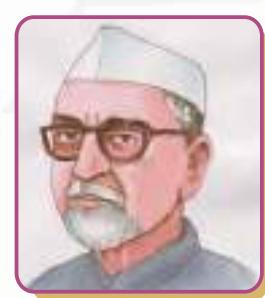
رپورٹ یا روادغیر افسانوی بیانیہ صنف ہے جس میں کسی واقعے کا آنکھوں دیکھا حال بیان کیا جاتا ہے۔ یہ بیان صداقت پر بنی محض اخباری رپورٹ بھی ہو سکتا ہے اور واقعے کی نوعیت کے پیش نظر روادنویس واقعے میں موجود افراد کے احساسات کی عکاسی بھی کر سکتا ہے۔ بیانیہ فن ہونے کی وجہ سے مصنف رپورتاژ میں اپنے تاثرات کا بھی اظہار کر سکتا ہے۔ رپورتاژ کی زبان صاف، شستہ اور روایت ہوئی چاہیے۔ اسے لکھنے والا پیش آئے واقعے کے منظروں ماحول کی حقیقی عکاسی کرے اور افراد کی ایسی تصویر کشی کرے کہ واقعے کی صداقت پر یقین آجائے۔ ایسا معلوم ہو کہ رپورتاژ لکھنے والا واقعی ادبی جلسے میں شامل ہے نہ کہ محض تماشائی ہے۔

اردو میں رپورتاژ لکھنے کی روایت ادبی جلسوں کی روادنگاری سے شروع ہوئی۔ کرشن چندر نے حیدر آباد کے ترقی پند مصطفیٰین کے ایک اجتماع پر بنی رپورتاژ کا پودے کے نام سے لکھا۔ آج کل مشاعروں، سیناروں اور سیاسی جلسوں کی رواداں یہیں لکھی جاتی ہیں۔ چونکہ روادنویسی کا تعلق صحافت سے ہے اس لیے رپورتاژ پر خبر، روایت پر، اشتہار وغیرہ کی زبان کے تاثرات بھی نظر آتے ہیں۔

2.1.9 ڈائری / روزنامچہ

کسی فرد کے حالات کے یومیہ تذکرے کو یادنگاری یا ڈائری لکھنا کہتے ہیں۔ ڈائری یا روزنامچہ لکھنا ذاتی اظہار کا طریق کارہے۔ اس میں فرد اپنی زندگی کے خاص خالات تاریخ و اردرج کرتا ہے۔ ذاتی اظہار ہونے کی وجہ سے ڈائری کے اسلوب میں لکھنے والے کے تاثرات و احساسات کا بھر پور بیان ملتا ہے۔ مجھی/شخصی ڈائری میں فرد اپنے ساتھ پیش آنے والے واقعات کا بیان اپنے نقطہ نظر سے کرتا ہے مثلاً شادی بیاہ، موت، دیگر افراد سے تعلقات اور اپنے کاروباری حالات کو وہ ذاتی محسوسات کے طور پر لکھتا ہے۔ اس کے علاوہ اطراف میں ہونے والے اہم واقعات مثلاً جلسے جلوس، ایکشن، مذہبی، معاشرتی مباحث وغیرہ کا تذکرہ بھی ڈائری میں کیا جاسکتا ہے۔ ڈائری کا متن ماضی کے حالات سے واقفیت میں معاون ہوتا ہے۔ اگر یہ ڈائری کسی ادیب، شاعر یا دانش ورنے لکھی ہے تو ڈائری میں بیان کیے گئے اس کے ادبی، تہذیبی اور فکری مسائل اور معاملات اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔ ڈائری غیر تخلیقی اظہار ضرور ہے لیکن اس کے مندرجات تخلیق یا تحقیق کرنے والوں کے لیے مفید ہو سکتے ہیں۔ ڈائری لکھنے کے لیے مندرجہ ذیل باتوں کا خیال رکھنا چاہیے:

- جن حالات کا تذکرہ کیا جائے وہ عام یا غیر اہم قطبی نہ ہوں۔
- ڈائری کا متن یعنی حالات کا تذکرہ سلسلہ وار ہونا چاہیے۔
- ڈائری لکھنے وقت حقیقت اور صداقت سے انحراف نہیں کرنا چاہیے۔
- ڈائری کا تاریخ و لکھنے والہ ہوتا ہے۔
- ڈائری کی زبان لکھنے والے کی اپنی زبان ہوتی ہے۔



مولانا ابوالکلام آزاد (1888-1958)

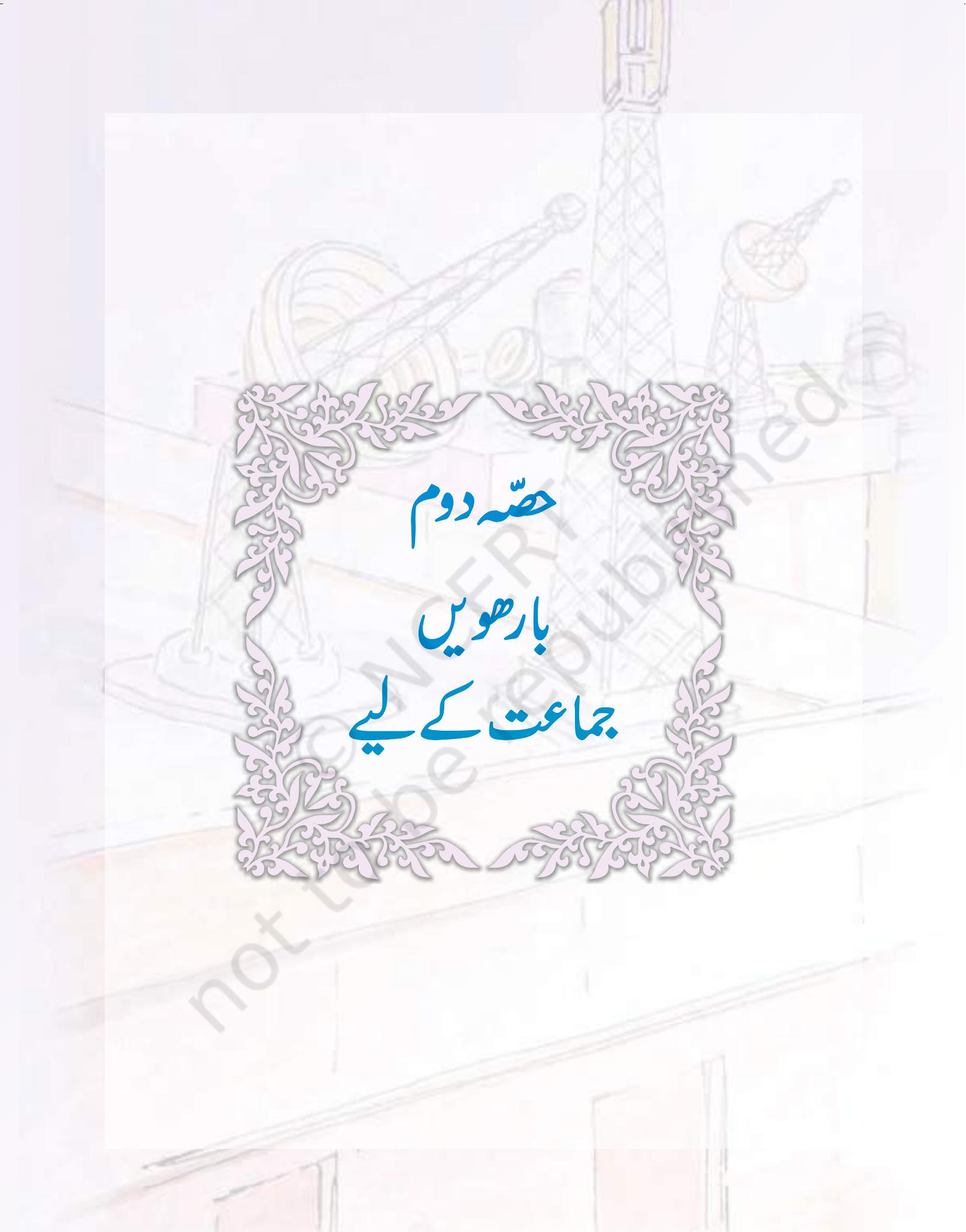
- اگر ڈائری دیگر افراد کے لیے لکھی گئی ہے تو اس میں بھی حالات کے بیان میں اور بھی زبان کے استعمال میں اختیاط برتنی ضروری ہے۔

2.1.10 خط/مکتب

خط لکھنا گویا دور بیٹھے افراد سے باقی کرنا ہے۔ خط یا مکتب سماجی رابطے کا نشری اظہار ہے۔ اس میں خط لکھنے والا مکتب الیہ (جسے خط لکھا گیا) کو تحریری طور پر مخاطب کرتا ہے۔ اسے اپنے خیالات سے باخبر کرتا اور اس کے حالات سے آگاہی چاہتا ہے۔ خط اخلاقی رابطہ، دستوں اور شستے داروں کے حالات سے باخبر رہنے کا اہم ذریعہ رہا ہے۔ خط میں استعمال کی گئی زبان صاف اور آسان ہوتی ہے، ایسی کہ پڑھنے والا لکھنے والے کے دل کا حال اور اس کے مسائل کو بآسانی سمجھ لیتا ہے۔ خط میں دو افراد کے مابین بات چیت اسے غیر رسمی بناتی ہے۔

خط لکھنا الیکٹرانک مواصلات کے زمانے میں ماضی کی چیز بنتا جا رہا ہے مگر ایک تہذیبی اور ثقافتی روایت کے طور پر آج بھی لوگ کاغذ پر اپنے خیالات کا اظہار کرتے رہتے ہیں۔ خط لکھنے کا طریقہ کارابتداً تعلیم کے زمانے میں ہی سکھا دیا جاتا ہے۔ اور اس کی مشق کے لیے مختلف قسم کے خطوط لکھوائے جاتے ہیں۔ اس روایت سے واقفیت کے لیے اردو ادیبوں کے خطوط کا مطالعہ مفید ہو سکتا ہے۔ اردو میں مرزا غالب کے خطوط کو بے حد شہرت حاصل ہوئی۔



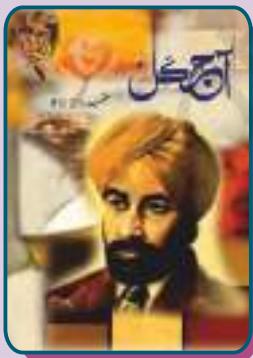


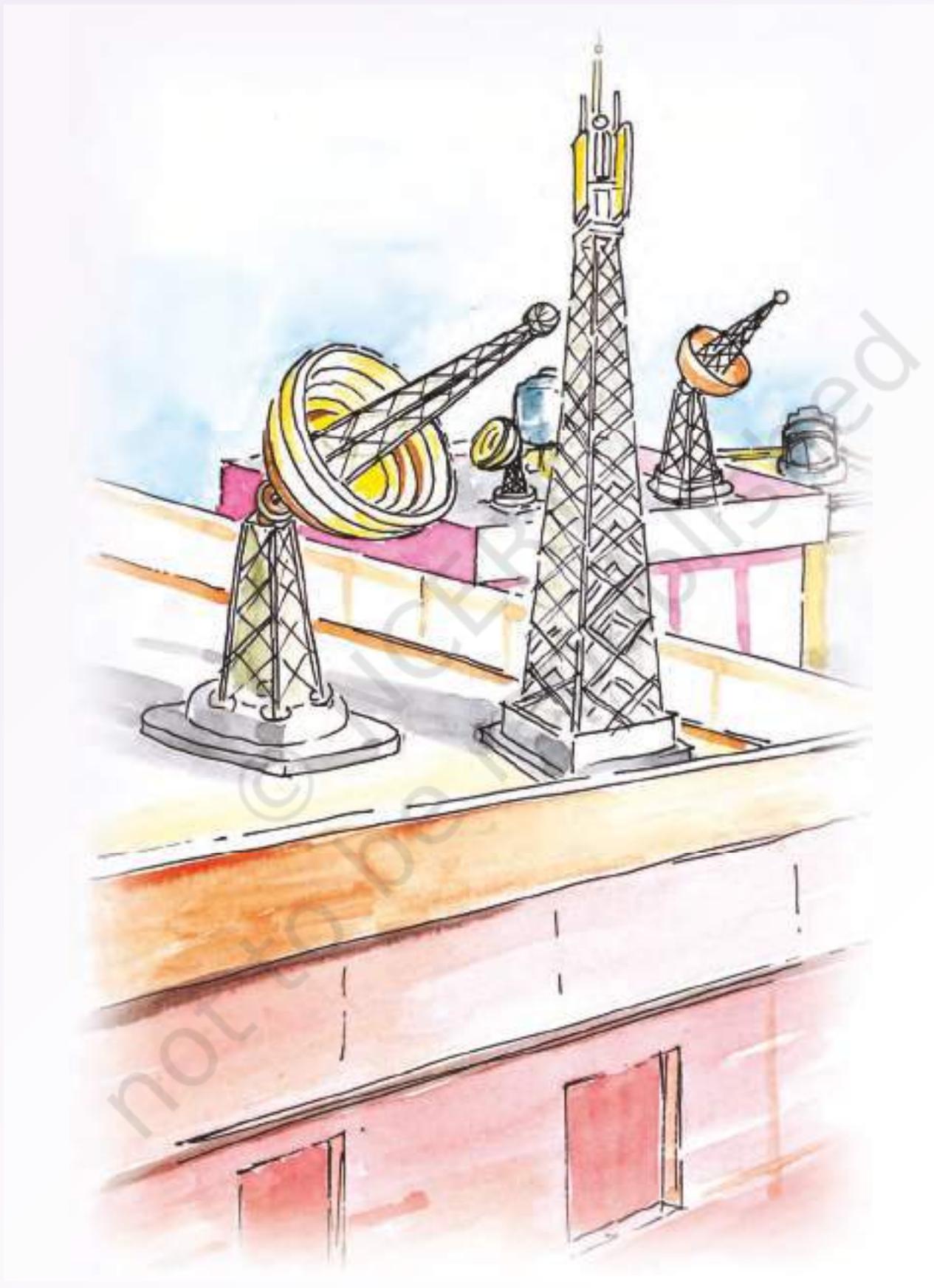
not to be reproduced

حصہ دوم
بartoیں
جماعت کے لیے

اکائی-III

ٹھہری
ڈرائیور
ابلاج





فهرست

57	باب 1: پنٹ میڈیا
57	تعارف 1.1
57	اخبار 1.2
58	خبر 1.2.1
59	خبرنگاری 1.2.2
62	سرخی 1.2.3
62	اداریہ نگاری 1.2.4
63	نچرنسی 1.2.5
64	کالمنویسی 1.2.6
65	امڑویو 1.2.7
66	رسائل 1.3
67	اشتہارات 1.4
70	اخباری مراسلم 1.5
72	باب 2: الیکٹریک میڈیا
72	تعارف 2.1
72	ریڈیو 2.2
73	الیف- ایم- ریڈیو 2.2.1
74	کمپونٹی ریڈیو 2.2.2
75	ویب ریڈیو 2.2.3
76	ریڈیو پروگرام 2.3
76	ریڈیو خبر 2.3.1

78	ریڈ یو فچر	2.3.2
83	ریڈ یو ٹاک	2.3.3
83	ریڈ یو ائٹرو یو	2.3.4
84	ریڈ یو مباحثہ	2.3.5
85	ریڈ یو جا کی	2.4
86	ٹیلی ویژن	2.5
87	ٹیلی ویژن پروگرام	2.6
87	ٹیلی خبر	2.6.1
90	سیریل	2.6.2
93	ٹیلی فلم	2.6.3
94	سینما / فلم	2.7
95	فچر فلم	2.7.1
98	دستاویزی فلم	2.7.2
99	اشتہاری فلم	2.7.3
101	شارٹ فلم	2.7.4

103	باب 3: نیومیڈیا / سوشل میڈیا	
103	تعارف	3.1
104	مقبولیت کی وجوہات	3.1.1
104	دارہ کار	3.1.2
105	معلومات کا ماند	3.1.3
105	نیومیڈیا کا صحافی	3.1.4
105	صحافت بذریعہ موبائل فون	3.1.5
106	انفرادی اظہار مرکوز میڈیا	3.2
106	سوشل نیٹ ورک میں اظہار کا طریقہ	3.2.1
107	واس ایپ	3.2.2
107	فیس بک	3.2.3

107	ٹوٹر	3.2.4
107	یوٹیوب	3.2.5
108	انسٹاگرام	3.2.6
108	گوگل پلس	3.2.7

باب 4: تعلیمی میڈیا

110	تعارف	4.1
110	تعلیم اور الائچے انک میڈیا	4.2
111	تعلیم اور ریڈ یو	4.3
113	تعلیم اور ٹیلی ویژن کا استعمال	4.4
114	تعلیمی ٹیلی ویژن پروگرام کے طریقہ کارا اور اقسام	4.4.1
116	تعلیم و تدریس میں کمپیوٹر	4.5
117	موک (MOOC)- ایک جدید تدریسی پلیٹ فارم	4.5.1
118	آن لائن لرننگ	4.5.2
118	سوئم	4.5.3
119	سوئم پر بھا	4.5.4
119	ای-پاٹھ شالا	4.5.5
120	ای لرننگ	4.5.6



عوامی ذرائع ابلاغ

اکیسوں صدی انفارمیشن ٹکنالوجی کی صدی ہے۔ آج انسان نے اتنی ترقی کر لی ہے کہ اسے پل کی خبریں و مستیاب ہو جاتی ہیں۔ سائنس اور ٹکنالوجی کی ترقی نے پوری دنیا کو عالمی گاؤں میں تبدیل کر دیا ہے۔ ایک زمانہ تھا جب ایک اطلاع کو اپنی منزل تک پہنچنے میں مہینوں اور برسوں لگ جاتے تھے لیکن آج ہم پلک چکنے سے موصول کر لیتے ہیں۔ ایک چھوٹے سے اس اسارت فون میں پوری دنیا کی اطلاعات سمٹ آئی ہیں۔ انگلی کی ایک چنیش سے دنیا کے کسی حصے میں پیغام کو بھیج دیا جاتا ہے اور دوسرے ہی پل یہ موصول ہو جاتا ہے۔ ہزاروں کلو میٹر دور بیٹھ کسی شخص سے رو برو بات کی جاسکتی ہے۔

عوامی ذرائع ابلاغ یعنی میڈیا اطلاعات اور خبروں کو عوام تک پہنچانے کا ایک طاقت و رذرا یعہ ہے۔ اس کے اثرات اور طاقت کے پیش نظر ہی اسے جمہوریت کا چوتھا ستون کہا جاتا ہے۔ میڈیا، عوام اور حکومت کے درمیان رابطے کا فریضہ بھی انجام دیتا ہے۔ میڈیا عوام کی آواز ہے۔ اس سے صرف اطلاع فراہم نہیں کی جاتیں بلکہ سماجی مسائل کو بھی اجاگر کیا جاتا ہے۔ میڈیا کے ذریعے ظلم و جبرا، نا انصافی اور بد عنوانی کے خلاف آواز بھی بلند کی جاتی ہے۔ عوامی ذرائع ابلاغ میں ریڈیو، ٹیلی ویژن، فلم، تھیٹر، انٹرمیٹ، اخبار، رسائل، کتب، پھلٹ اور پوسٹر وغیرہ شامل ہیں۔

عوامی ذرائع ابلاغ نے نئی نسل کو بے حد متأثر کیا ہے۔ یہ ایسا وسیلہ بن گیا ہے جس کے ذریعے سے اپنے خیالات اور تصورات کو عوام تک پہنچانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ ان کے توسط سے لوگوں کے طرز زندگی میں تبدیلیاں بھی نمودار ہو رہی ہیں۔ یہ روزمرہ زندگی کا ایک ناگزیر حصہ بن چکا ہے۔ عوامی ذرائع ابلاغ کو بنیادی طور پر تین حصوں پر منقسم ہے۔ ایک رانک میڈیا اور نیومیڈیا میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ اس کا کوئی میڈیا کی ان تینوں اقسام پر سیر حاصل گنتگوئی گئی ہے۔ ساتھ ہی تعلیمی میڈیا کو بھی متعارف کرایا گیا ہے۔ انفارمیشن ٹکنالوجی کے اس عہد میں نوجوان طلباء میں تعلیمی میڈیا بے حد مقبول ہے اور طلباء اپنی سہولت کے اعتبار سے اس سے خوب فیض یاب ہو رہے ہیں۔

پرنٹ میڈیا

1.1 تعارف

زبان اور تحریر کے فروغ میں پرنٹ رطباعت کی دریافت ایک بڑی کامیابی تھی۔ پندرہویں صدی میں دنیا کے مختلف حصوں میں کاغذ تیار کرنے اور روشنائی کے استعمال کی تکنیک کا فروغ ہو چکا تھا۔ سولہویں صدی کی ابتداء تک ہزاروں کی تعداد میں کتابیں شائع ہو چکی تھیں۔ اس کے بعد اخبارات کی اشاعت کا سلسلہ شروع ہوا۔ اٹھارہویں صدی کے آتے آتے اخبار عوامی ذرائع ابلاغ کا اہم وسیلہ بن گیا تھا۔ رطباعت کے فروغ سے معاشرتی خیالات، افکار اور احساسات پر گھرے اثرات مرتب ہوئے۔ ہندوستان کا پہلا انگریزی ہفت روزہ اخبار 'ہکیز بگال گزٹ' یا 'مکلتہ جرنل ایڈورڈ نیوز' نام سے 29 جنوری 1780 کو جیس آگسٹس ہکی نے شائع کیا۔ گنگا دھر بھٹا چاریہ نے بگلہ زبان میں پہلا دیسی اخبار 'بگال گزٹ' 1816 میں شائع کیا۔ سداستھ رائے نے 1822 میں اردو کا پہلا اخبار 'جام جہان نما' جاری کیا۔ اخبارات کی اشاعت کا یہ سلسلہ آج بھی قائم ہے۔ الیکٹر انک میڈیا کی اتنی ترقی کے باوجود پرنٹ میڈیا کی معنویت اور اہمیت برقرار ہے۔ پرنٹ میڈیا میں قارئین کی خصوصی دلچسپی ہوتی ہے۔ ٹیلی ویژن اور یہ یو پر خبروں کی پیش کش میں اختصار سے کام لیا جاتا ہے جبکہ انھیں خبروں کو اخبارات و رسائل میں تفصیل کے ساتھ پیش کیا جاتا ہے۔ اخبار عوام تک خبر ہی نہیں پہنچتا بلکہ مختلف قسم کی تحریروں کے ذریعے ان کی بصیرت میں اضافہ بھی کرتا ہے۔ اخبارات و رسائل میں خبر، اداری، کالم، مضمون اور انشرویو کے علاوہ فوج اور ادبی تخلیقات بھی شائع کی جاتی ہیں۔ پرنٹ میڈیا میں بنیادی طور پر اخبارات، رسائل، کتب، پوسٹر، پفلٹ، لیف لیٹ، براشر اور ہورڈنگ وغیرہ شامل کیے جاتے ہیں۔ پرنٹ میڈیا کی چند اہم اقسام کی تفصیل حسب ذیل ہیں:

1.2 اخبار

انسان کو ابتداء سے ہی نئی اور انوکھی چیزوں کے جاننے کا شوق رہا ہے۔ انھیں نئی باتوں، واقعوں اور حادثوں کی اطلاع کو خبر کہتے ہیں۔ 'خبر' عربی کا لفظ ہے، جس کے معنی ہیں حال احوال جانا۔ خبر کی جمع 'اخبار' ہے۔ زمانے کی تبدیلی کے ساتھ ساتھ خبر کے ذرائع بھی بدلتے رہے۔ پہلے انسان زبانی خبریں سنتے اور سناتے تھے، چھاپے خانے کی ایجاد کے بعد اخبار چھینتے گے۔ پیشتر اخبارات اپنی مدت اشاعت کے اعتبار سے روزنامہ ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ سہ روزہ، ہفت روزہ اور پندرہ روزہ اخبارات بھی ہوتے ہیں۔ اسی طرح یہ اپنی ضخامت، مواد اور مزاج کے لحاظ سے بھی

مختلف نوعیت کے ہوتے ہیں۔

اخبار میں خبروں کے علاوہ کئی چیزیں ہوتی ہیں مثلاً اداری، فوج، کالم، اخزو یو، رپورتاژ، کارٹون، مراسلے اور اشتہارات وغیرہ، عام طور سے ہر اخبار کے درمیانی صفحات کو ادارتی اور اپ ایڈ صفحے کے طور پر پیش کیا جاتا ہے۔ ادارتی صفحے میں اہم موضوع، معاملے یا وقوعے پر ایک یا دو اداریے شامل کیے جاتے ہیں۔ اس کے علاوہ حالات حاضرہ پر دو ایک مضمون شائع ہوتے ہیں۔ اسی صفحے پر قارئین کے خطوط بھی چھاپے جاتے ہیں۔ ادارتی صفحہ کے مقابل صفحے کو اپ ایڈ صفحہ (Op-ed, opposite of Editorial) کہا جاتا ہے۔ اس صفحہ پر ماہرین کی رائے اور مضامین شائع کیے جاتے ہیں۔ مستقل کالم بھی عموماً اسی صفحے پر شائع ہوتے ہیں۔



اکثر اخبارات ضمیمے بھی شائع کرتے ہیں۔ اہم موقعوں کے علاوہ بیش تر اخبارات ہفتے کے کسی مخصوص دن مثلاً ہفتہ اور اتوار کے روز ضمیمے نکالتے ہیں۔ ان ضمیموں میں موقع کی مناسبت سے خبریں، مضامین، اطلاعات اور اشتہارات شائع کیے جاتے ہیں۔ ہفتہواری ضمیموں میں مختلف موضوعات پر فوج اور تحقیقی مضامین شامل کیے جاتے ہیں۔ لیکن اخبار کی سب سے اہم اور بنیادی چیز خبر ہوتی ہے۔ اس لیے یہاں سب سے پہلے خبرنگاری کی تفصیلات پر بات کی جائے گی۔

1.2.1 خبر

اخبار کی سب سے اہم اور بنیادی چیز خبریں ہوتی ہیں کسی اہم واقعے، معاملے یا حادثے کی تازہ ترین اطلاعات خبر کہلاتی ہیں جن سے اخبار کے قارئین کو دلچسپی ہو اور وہ ان کے لیے بروقت مہیا ہو۔ تازہ واقعات، حادثات اور مسائل نیزان پر رد عمل، اظہار خیال اور بیان کی غیر جانب دارانہ پیش کش کا نام خبر ہے۔ اس طرح سے دیکھیں تو تازگی، نیاپن، بمحل، دلچسپی، راست بیانی، معروضیت، سادہ بیانی، اختصار، غیر جانب داری وغیرہ خبر کے اہم عناصر ہیں۔

ان کے بغیر خبر کی وقعت اور افادیت کم ہو جاتی ہے۔ خبر کو درست، معروضی، مرنکز، جامع، مختصر اور واضح ہونا چاہیے۔

خبر تیار کرتے وقت عموماً ”چھے کاف“ کے اصول کو بروئے کار لایا جاتا ہے جو درج ذیل ہیں:

- (i) کیا؟ (What) کیا واقعہ پیش آیا؟
- (ii) کہاں؟ (Where) کہاں (جگہ/ مقام) واقع پیش آیا؟
- (iii) کب؟ (When) واقعہ کب رونما ہوا؟ (وقت)
- (iv) کون؟ (Who) کس کے ساتھ واقعہ پیش آیا؟
- (v) کیوں؟ (Why) واقعہ کیوں رونما ہوا؟ (سبب/ علت)
- (vi) کیسے؟ (How) واقعہ کیسے رونما ہوا؟

انگریزی میں اس کو پانچ ڈبلیو (W) اور ایک ایچ (H) کا اصول کہا جاتا ہے۔ یعنی ایک اچھی خبر ہمیں یہ بتاتی ہے کہ کیا بات ہوئی یا کیا واقعہ یا حادثہ رونما ہوا، کس جگہ پر ہوا، کس وقت ہوا، کس کے ساتھ پیش آیا، واقعہ رونما ہونے کی وجہات کیا تھیں، پورا واقعہ کس زمانی ترتیب کے ساتھ یا کیسے واقع ہوا۔

❖ خبر کے ذرائع

اخبار کو خبریں دو طرح سے حاصل ہوتی ہیں۔ ایک خبر رسان ایجننسی سے اور دوسراے اپنے نامہ نگاروں سے۔ اخباروں کی زیادہ تر خبریں خبر رسان ایجننسیوں کی فراہم کردہ ہوتی ہیں۔ تقریباً تمام ممالک میں سرکاری، نیم سرکاری یا خجی خبر رسان ایجننسیاں ہوتی ہیں۔ روئیس (REUTERS) دنیا کی ایک قدیم خبر رسان ایجننسی ہے۔ فرانس کی خبر رسان ایجننسی AFP بھی بہت مشہور ہے۔ ہندوستان کی سب سے بڑی اور اہم خبر رسان ایجننسی (PTI) (پر لیس ٹرست آف انڈیا) ہے۔ UNI (يونايتد نیوز آف انڈیا) بھی مشہور ہے۔ اس کے علاوہ چند بڑے اخبارات نے اپنی نیوز ایجننسیاں بھی قائم کی ہیں۔ مقامی اور علاقائی خبریں حاصل کرنے کے لیے اخبارات اہم شہروں اور علاقوں میں اپنے نمائندے تعینات کرتے ہیں۔ یہ نمائندے اپنے علاقے کی خبریں اخبار کو پابندی سے بھیجتے رہتے ہیں۔ اس کے علاوہ اہم ملکی اور بین الاقوامی وقوع کی بہتر رپورٹنگ کے لیے اخبارات اپنے نمائندوں کو وہاں بھیجتے ہیں۔ مثلاً اولیکس یا اولڈ کپ کی کورٹج (Coverage) کے لیے بڑے اخبار اپنے نمائندوں کو وہاں بھیجتے ہیں جہاں یہ مقابلے منعقد کیے جاتے ہیں۔ ان نمائندوں کو صحفت کی زبان میں ”نامہ نگار“ کہا جاتا ہے۔ نامہ نگاری ایک پیشہ و رانہ فن ہے اور مختلف یونیورسٹیوں میں جنلزم کے کورس کی تعلیم دی جاتی ہے۔

1.2.2 خبر نگاری

خبر نگاری ایک پیشہ و رانہ فن ہے۔ تربیت اور مشق سے خبر نگاری میں مہارت آتی ہے۔ خبر کی زبان، علمی و ادبی زبان سے مختلف ہوتی ہے۔ اس لیے نامہ نگار کو صحفتی زبان پر اچھی گرفت ہونی چاہیے۔ خبر نگاری کے دوران ”چھے کاف“ کے اصول کی پاسداری کرنی چاہیے۔ قطعیت (Accuracy)، اختصار (Brevity) اور وضاحت (Clarity) کو



خبرنگاری کا ABC کہا جاتا ہے۔ یعنی خبر میں قطعیت ہونی چاہیے، مہم بات کی اس میں گنجائش نہیں ہوتی۔ نیز خر میں اختصار ہونا چاہیے اور غیر ضروری باتوں سے گریز کرنا چاہیے لیکن یہ اختصار ایسا نہ ہو کہ تشکیل کا احساس باقی رہ جائے بلکہ خر میں واقعہ کی وضاحت ہونی چاہیے۔ خبر لکھتے وقت درج ذیل نکات کو پیش نظر رکھنا چاہیے:

• قرب زمان و مکان

عموماً پچھلے چوبیں گھنے میں رونما ہونے والے واقعات ہی خبر بنتے ہیں۔ اس سے پرانے واقعات تب اخبار کی زینت بنتے ہیں جب ان کا کوئی نیا پہلو سامنے آجائے۔ قاری اپنے آس پاس کے علاقوں کی خبروں کو زیادہ دلچسپی سے پڑھتے ہیں۔ ایک ہی طرح کے دو واقعات اگر دوناٹوں میں رونما ہوتے ہیں تو قاری کے لیے وہ واقعہ زیادہ دلچسپی کا حامل ہوتا ہے جو ان کے قرب و جوار میں ہوا ہو۔ ایسی صورت میں قاری اس خبر کو زیادہ تفصیل سے پڑھنے کے خواہش مند ہوتے ہیں۔



• تازگی اور نیاپن

معمول اور روزمرہ کے واقعات خر نہیں بنتے۔ ایسے تازہ واقعات ہی خبر بنتے ہیں جن میں کچھ نیا پن ہو یا وہ معمول سے ہٹ کر ہوں۔

• خبر کی طالث

خبر کی طالث کتنی ہونی چاہیے؟ اس کے لیے کوئی قاعدہ کلیہ طے کرنا مشکل ہے۔ اس کا اختصار واقعہ کی اہمیت اور نوعیت پر ہوتا ہے۔ کوشش یہ ہونی چاہیے کہ خبر اتنی مختصر نہ بن جائے کہ تشکیل کی رہ جائے اور نہ اتنی طویل ہو جائے کہ ذہن پر بوجھ بن جائے۔

• معروضیت اور غیر جانب داری

خبرنگاری میں معروضیت اور غیر جانب داری ضروری ہے۔ ذاتی تاثرات، ترجیحات اور تعصبات کو خر میں شامل نہیں کرنا چاہیے۔ واقعات کو بغیر کسی لگ لپیٹ کے جوں کا توں پیش کرنا چاہیے تاکہ قاری تک اصل خبر پہنچ سکے۔

• توازن

خبر کے مختلف حصوں میں توازن رکھنا خبر کو دلکش بناتا ہے۔ خبر کی سرفی، تمهید، تفصیل، اختتما میہ وغیرہ میں ربط و توازن ہونا چاہیے۔

❖ خبرنگاری کی تکنیک

زبان اطہار کا موثر ترین وسیلہ ہے۔ ہمیں کیا کہنا ہے، کس سے کہنا ہے اور کس مقصد کے لیے کہنا ہے، یہ تینوں امور طے کرتے ہیں کہ ہمیں کس طرح کی تکنیک اور زبان استعمال کرنی چاہیے۔ عام طور پر خبر لکھنے کے درج ذیل طریقے ہیں۔

• الشاہرام (Inverted Pyramid)

اس طریقے میں خبر کا اہم ترین حصہ سب سے پہلے لکھا جاتا ہے۔ یعنی سب سے اہم بات پہلے پیغام براف میں لکھی جاتی ہے، دوسرے پیغام براف میں اس سے کم اہم بات اور پھر اس کے بعد اس سے کم اہم بات۔ ابتدائی سطروں میں ہی خبر کو

پوری جامعیت سے بیان کر دیا جاتا ہے اور اس کے بعد ضروری تفصیل دی جاتی ہے۔ بیشتر اخبارات اسی طریقے کو اپناتے ہیں۔



• **(Summary)**

اس تکنیک کے تحت کسی واقعے کے اہم نکات کو جامع انداز میں مربوط کر کے خلاصے کے طور پر پیش کر دیا جاتا ہے۔ اس تکنیک میں یہ کوشش کی جاتی ہے کہ خبر سے متعلق قاری کے ذہن میں پیدا ہونے والے تمام سوالات کے جواب خبر میں ہی مل جائیں۔

• **(Chronological Narrative)**

بعض حالات و واقعات ایسے ہوتے ہیں کہ قاری کو ذہن نشین کرنے کے لیے حادثہ یا واقعے کو اسی ترتیب سے بیان کیا جاتا ہے جس طرح وہ واقع ہوئے ہیں۔ اس میں واقعات کو وقت اور تاریخ کی سلسلے وار ترتیب سے بیان کیا جاتا ہے۔

• **(معطل دلچسپی) (Suspended Interest)**

یہ تکنیک معکوس مثلث کے عکس ہے۔ اس تکنیک میں خبر کا آغاز تجسس خیز انداز میں کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد رفتہ رفتہ توجہ اور دلچسپی کے عناصر کو بڑھاتے چلے جاتے ہیں اور خبر کی سب سے اہم اور دلچسپ بات سب سے آخر میں بیان کی جاتی ہے تاکہ قاری کی دلچسپی خبر میں آخر تک برقرار رہے۔

خبر نگاری کی ان تکنیکوں میں اٹا اہرام کی تکنیک کو سب سے بہتر تصور کیا جاتا ہے۔ کیوں کہ عوام کو خبر کے نتیجے اور ما حصل کو جانے میں زیادہ دلچسپی ہوتی ہے۔

❖ خبر کی زبان

- (i) خبر کی زبان واضح اور راست ہوئی چاہیے۔
- (ii) زبان و بیان آسان اور سلیس ہونا چاہیے۔
- (iii) خبروں کو عام بول چال کی زبان میں لکھا جانا چاہیے تاکہ ہر تعلیمی سطح کے لوگ اسے سمجھ سکیں۔
- (iv) خبر میں نامانوس اور مشکل الفاظ استعمال نہیں کرنا چاہیے۔
- (v) جملے اور پیراگراف چھوٹے ہونے چاہیے۔
- (vi) خبر میں مبالغہ آمیز الفاظ مثلاً شدید، خطرناک وغیرہ کام سے کم استعمال کرنا چاہیے۔

1.2.3 سرخی

خبر کے لیے سرخیاں بے حد اہم ہوتی ہیں۔ خبر کے اوپر سرخی لگائی جاتی ہے جو یہ بتاتی ہے کہ خبر کس چیز کے بارے میں ہے۔ سرخی خبر تک قاری کی رہنمائی کرتی ہے۔ سرخی کی وجہ سے ہی کوئی خبر قاری کی توجہ حاصل کرتی ہے، اس لیے سرخی لگاتے وقت ذہانت اور لسانی مہارت کی ضرورت ہوتی ہے۔ اخباروں میں کئی طرح سے سرخی لگائی جاتی ہے۔ بعض خبروں پر ایک سطری تو بعض پر دو تین سطروں کی سرخی لگائی جاتی ہے۔ جب دو تین سطروں کی سرخیاں لگائی جاتی ہیں تو ان میں سے ایک سطر کو جلی حروف میں لکھتے ہیں جسے 'جلی سرخی' یا 'شہ سرخی' کہتے ہیں۔ دوسرا سطر کو سبتاً کم جلی حروف میں لکھتے ہیں جسے 'ذیلی سرخی' کہتے ہیں۔ جب ایک سے زیادہ سطروں میں سرخیاں لگائی جاتی ہیں تو صرف ایک شہ سرخی لگائی جاتی ہے جب کہ ذیلی سرخی دو گلی جا سکتی ہیں۔ اس طرح کل ملا کر تین سرخیاں ہو جاتی ہیں، ایک شہ سرخی اور دو ذیلی سرخی۔ عام طور سے تین سے زائد سرخیاں نہیں لگائی جاتی ہیں۔ شہ سرخی اور ذیلی سرخیوں کے لگانے کے مختلف طریقے راجح ہیں۔ ایک طریقہ تو یہ ہے کہ پہلے شہ سرخی اور اس کے نیچے ایک یا دو ذیلی سرخیاں۔ دوسرا طریقہ یہ ہے کہ پہلے ذیلی سرخی پھر شہ سرخی اور پھر ذیلی سرخی۔ طریقہ خواہ کوئی بھی ہو یہ ذہن میں رہنا چاہیے کہ ذیلی سرخیاں ہمیشہ شہ سرخی کی وضاحت اور توسعہ کے لیے لگائی جاتی ہیں۔

❖ سرخی کی زبان

سرخی میں مکمل جملے میں لکھے جاتے ہیں۔ سرخی کو دلچسپ اور پرشش بنانے کے لیے زبان کی ساخت روزمرہ زبان کی ساخت سے مختلف ہو سکتی ہے۔ ایک مثال دیکھیے

دھونی کی شاندار بیگن، ہندوستان بناعالیٰ چمپین

اسے اگر جملے یا روزمرہ ساخت میں لکھتے تو کچھ اس طرح لکھتے:

دھونی کی شاندار بیگن کی بدولت ہندوستان عالمی چمپین بنا

شاستری کو تو سمع دی جائے گی یا پی سی سی آئی اشتہار دے گا؟
تیم انڈیا کے کوچ اور کوچنگ استاف کا کنفریکٹ عالمی کپ کے

1.2.4 اداریہ نگاری

اداریہ کسی اخبار کی فکر کا ترجمان ہوتا ہے۔ یہ اخبار کی ایک اہم اور معترض خیر ہوتی ہے۔ ہر اخبار میں اس کے لیے خاص صفحہ مخصوص ہوتا ہے جسے ادارتی صفحہ کہا جاتا ہے اور اس صفحہ پر وہ جگہ بھی متعین ہوتی ہے جہاں اداریہ شائع کیا جاتا ہے۔ کبھی کبھی کسی ہنگامی صورت حال یا خبر کی اہمیت اور سنگینی کے پیش نظر سے پہلے صفحہ پر بھی شائع کیا جاتا ہے۔ اداریہ عام طور سے ایک کالم کا ہوتا ہے اور اس میں حالات حاضرہ کے کسی اہم مسئلے، موضوع یا رجحان پر کامل، منضبط اور موثر تحریر ہوتی ہے۔ اداریہ میری کی جانب سے لکھا جاتا ہے۔ بعض اخبارات میں دو یا تین الگ الگ موضوعات پر ایک ہی کالم میں مختلف عنوانات کے تحت اداریہ شائع کیے جاتے ہیں۔ بعض اوقات اداریہ میں اخبار سے وابستہ



کچھ افراد یا مخصوص موضوع کے کسی ماہر کی رائے بھی شامل کی جاتی ہے۔ اداریہ اخبار کی پالیسی کو ذہن میں رکھ کر تحریر کیا جاتا ہے۔

اداریہ کی زبان اور مواد کی پیش کش خبر اور اخبار کی دوسری تحریروں سے مختلف ہوتی ہے۔ چوں کہ اداریہ، اہم حالات اور مسائل پر انتہائی غور و فکر کے بعد پوری ذمے داری کے ساتھ لکھی ہوئی تحریر ہوتی ہے، اس لیے اسے لکھنے کے لیے بالغ نظری اور سنجیدگی کی ضرورت ہوتی ہے۔ اداریہ، اخبار کے ایسے قاری کو ذہن میں رکھ کر تحریر کیا جاتا ہے جس کی حالات حاضرہ پر نظر ہوا وہ کسی مسئلے اور اس کے سیاق و سبق سے واقفیت حاصل کرنا چاہتا ہو۔ اداریہ میں عموماً کسی خاص مسئلے یا موضوع کا تعارف پیش کیا جاتا ہے، پھر اس کے مختلف پہلوؤں کا جائزہ لیا جاتا ہے۔ اداریہ نگار کسی بڑے واقعے یا سانچے کی تشریح کرتا ہے، کسی سرکاری یا نیم سرکاری فیصلے سے ملک کی سیاسی، سماجی اور معاشری زندگی پر اثر انداز ہونے والے پہلوؤں کو اجاگر کرتا ہے۔ اداریہ عوامی ذہن میں پیدا ہونے والے کئی سوالات کا جواب بھی ہوتا ہے۔ اداریہ میں کسی تجویز کا خیر مقدم ہو سکتا ہے اور اگر کوئی منصوبہ ملک و قوم کے لیے نفعان وہ نظر آئے تو اس کی نشان دہی کی جاسکتی ہے، کوئی مطالبہ کیا جاسکتا ہے، مختلف اقدامات پر سوال الٹھائے جاسکتے ہیں، کسی خاص روئی کی سفارش کی جاسکتی ہے اور جائز مطالبات بھی کیے جاسکتے ہیں۔ مدیریہ مشورہ بھی دیتے ہیں کہ کسی خاص سیاسی یا سماجی مسئلے یا معاملے پر ملک اور حکومت کو کیا موقف اختیار کرنا چاہیے۔

زبان کی شانگی اور معیار کی پاسداری اداریہ کو موثر اور دلچسپ بناتی ہیں۔ اداریہ لکھتے وقت طوالت سے پرہیز کرنا چاہیے۔

1.2.5 فیچر نویسی

فیچر ایک ایسی تحریر ہوتی ہے جس میں کسی خبر، واقعہ، شے، شخص یا ادارے کے لگنام، دلچسپ اور انوکھے پہلوؤں پر شفقتہ انداز میں روشنی ڈالی جاتی ہے اور فیچر نگار اپنے مشاہدات اور معلومات کو بہت ہی دلچسپ انداز میں بیان کرتا ہے۔ فیچر

نہ تو خبر ہے، نہ مضمون اور نہ ہی اسے انشائی کہہ سکتے ہیں۔ فچر میں مضمون کی طرح مستند ہو اے، اعداد و شمار اور تحقیق مواد کی زیادہ ضرورت نہیں پڑتی۔ مضمون میں علیمت اور بجیدگی کے عناصر ہوتے ہیں جب کہ فچر میں تفریح اور دلچسپی کو بنیادی حیثیت دی جاتی ہے۔ اس میں انشا پردازی کے اصولوں پرختنی سے عمل کرنا بھی ضروری نہیں ہے۔ فچر میں انشائی کی مانند بات سے بات پیدا نہیں کی جاتی ہے بلکہ ایک ہی بات یا ایک ہی کیفیت پر پوری توجہ صرف کی جاتی ہے۔ اختصار و ایجاد فچر کی روح ہیں۔ ایک اچھا فچر لکھنے کے لیے بہت زیادہ علمیت کے بجائے بعض گردآؤد حقائق کی نشان دہی، کسی گم نام کڑی کے انکشاف، موضوع کے دلچسپ پہلو کو اجاگرنے، ذاتی مشاہدات اور سنائی باتوں کو بیان کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ یہ ایک تخلیقی عمل ہے۔ اور اس کے انداز بیان میں شوٹی اور شگفتگی ہونی چاہیے۔ ایک اچھا فچر دلکش، دلچسپ اور مسرت بخش ہوتا ہے۔

♦ فچر کی تیاری

زندگی اور مشاہدے میں کئی ایسے موقع آتے ہیں جن سے مواد حاصل کر کے ایک اچھا فچر لکھا جا سکتا ہے۔ مثلاً یوم جمہوریہ، یوم آزادی، رکشا بندھن، عید، کرنسی، گرو گونڈ پرو، امبینڈ کر جینتی، پسندیدہ شخصیت، دلچسپ سفر، انوکھی خبر، چونکا دینے والی بات وغیرہ جیسے موضوعات پر فچر لکھا جا سکتا ہے۔ اگر کسی کو با غلبی، فوٹوگرافی یا موسیقی سے دلچسپی ہوتی ان موضوعات پر بھی اچھا فچر لکھا جا سکتا ہے۔ فچر میں روایتی معلومات سے ہٹ کر کچھ نئے گوشوں اور دلچسپ پہلوؤں کو اجاگر کرنے کی کوشش کرنی چاہیے۔ اسے ایک عام ہلکے چلکے مضمون کی طرح لکھنا چاہیے، جیسے کوئی دلچسپ معلوماتی اور مزے دار گفتگو کرتا ہے۔ خیال رہے کہ اس میں اصطلاحات اور بھاری بھرم ک الفاظ کے استعمال کی ضرورت نہیں، بس بات میں خوش بیان اور شکافتگی ہو۔

ایک فچر زگار کا یہ واقعہ سینے جس سے فچر لکھنے کے فن سے متعلق بہت کچھ اندازہ ہو سکتا ہے۔ اس فچر زگار کو یہ بتا چلا کہ نہر خاندان کی آبائی حوالی، آئندہ بھوں کے ایک باور پچی کو بھی وجہ کاشتی پنڈت کے ساتھ روس جانے کا موقع ملا تھا۔ اس نے سوچا کہ روس کے بارے میں سیاست داں، ادیب، شاعر، فلم اسٹار اور اہم شخصیات کے بیانات اور خیالات کو لوگ اخباروں میں پڑھتے ہی رہتے ہیں۔ اس لیے کیوں نہ اس باور پچی سے ملاقات کر کے یہ جانے کی کوشش کی جائے کہ روس کے بارے میں ایک باور پچی کے کیا خیالات ہیں اور یہ کہ اس نے روس کو کس نظر سے دیکھا۔ چنانچہ اس صحافی نے آئندہ بھوں کے باور پچی بدمی سے ملاقات کی اور اس کے مشاہدات کو بنیاد بنا کر ایک فچر لکھا جس کا عنوان تھا ماسکو پلٹ باور پچی۔ اس فچر کو لوگوں نے دلچسپی سے پڑھا اور اسے بڑی مقبولیت ملی۔

1.2.6 کالمنوی

کالمنوی کو جدید صحافت میں ایک باضابطہ فن کی حیثیت حاصل ہے۔ اداریے کی طرح کالم بھی اخبار کی شناخت قائم کرنے میں اہم رول ادا کرتے ہیں۔ خبر کے پیچھے کی خبر جانے کے بھس نے ایک عام رجحان کی صورت اختیار کر لی ہے۔ اس کے نتیجے میں قارئین ہر معاملے، مسئلے اور واقعے کے پس منظر اور ان کے نتائج سے واقف ہونے کے خواہش مند ہوتے ہیں۔ قارئین کے اس تحسس اور خواہش کی تکمیل کے لیے کالم نویں اپنے تدریب، تحریب، ذہانت اور



خواجہ احمد عباس (1914-1987)

سیاسی و سماجی سوچ بوجھ سے معاملات کی تہوں کو کھولنے اور ان کے مختلف پہلوؤں کو روشن کرتے ہیں۔

کالم، خیالات کے اظہار کا ایک اہم اور موثر وسیلہ ہے۔ کالم کے ذریعے کالمنویں اپنے خیالات پوری بے باکی اور وضاحت کے ساتھ بیان کرتا ہے۔ بھی وہ اعلانیہ طور پر اپنی بات اور رائے پیش کرتا ہے تو کبھی اشاروں کنایوں میں۔ اس کی تحریروں میں عام طور سے غور و فکر کی دعوت اور دوراندیشی کا عصر شامل ہوتا ہے۔ وہ حالات و واقعات پر تبصرہ بھی کرتا ہے اور ان کی تشریح بھی۔ وہ قومی اور بین الاقوامی حالات اور معاملات و مسائل کا گھرائی سے جائزہ لے کر قارئین کو ان کے مختلف اور مختلف جهات سے روشناس کرتا ہے۔ کالمنویں کے بارے میں یہ خیال کیا جاتا ہے کہ وہ کسی نظریے کی تشبیہ نہیں کرتا بلکہ عوام کو حساس، باخبر اور بیدار بناتا ہے۔ اس لیے کالمنویں کو دیانت دار، حق پرست، غیر جانب دار اور ذمہ دار ہونا چاہیے۔

کالم میں سیاسی، سماجی، معاشری اور تہذیبی معاملات کو سنجیدگی سے پیش کرنے کے علاوہ بعض واقعات و معاملات کو مزاجیہ اور ہلکے ہلکے انداز میں بھی پیش کیا جاسکتا ہے۔ کالم صرف سیاسی و سماجی موضوع پر ہی نہیں بلکہ کسی بھی موضوع مثلاً ادب، فلم، کھیل، موسیقی، ماحولیات، سماجیات وغیرہ پر مسلسل لکھے جاسکتے ہیں۔

مزاجیہ کالم میں شائقی، زندہ دلی، پُر لطف زبان اور شگفتہ اسلوب کو قارئین پسند کرتے ہیں۔ البتہ مزاجیہ کالم میں زیادہ احتیاط برتنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ اگر مزاج ایک خاص سطح سے نیچے اور ایک مخصوص حد سے آگے بڑھ جائے تو مذاقی سلیم پر گراں گزرتا ہے، جسے قارئین پسند نہیں کرتے۔ کالم اپنے موضوع اور مزاج کے پیش نظر مختلف طرح سے لکھے جاتے ہیں۔ بعض کالم بہت ہی سادہ اور عام فہم زبان میں تحریر کیے جاتے ہیں اور بعض شستہ ادبی زبان میں۔ کسی کالم کا انداز بیان سنجیدہ ہوتا ہے تو کسی کا مزاجیہ۔ کچھ کالم مقصدی اور معلوماتی ہوتے ہیں تو کچھ جذباتی اور زندگی سے بھرپور۔

کئی کالمنویں نے اپنے علم، صلاحیت، سوچ بوجھ اور طرز بیان کے سبب بڑی مقبولیت حاصل کی ہے۔ انہیں احترام کی نظر سے دیکھا جاتا ہے۔ بعض معاملات پر ان کی رائے اس قدر اہمیت کی حامل ہوتی ہے کہ حکومت اپنے فیصلوں میں ان کی رائے کو بھی پیش نظر رکھتی ہے۔ ان میں خوشنوت سنگھ، خواجہ احمد عباس اور کلڈ یپ ٹیر قابل ذکر ہیں۔

1.2.7 انٹرویو



اداریہ نگاری اور کالمنویں کی طرح انٹرویو بھی ایک فن ہے۔ صحافت میں انٹرویو کے معنی ہیں کسی منتخب شخص سے سمجھی سوالات پوچھ کر اس کے جوابات حاصل کرنا۔ باضابطہ انٹرویو کا ایک طریقہ ہوتا ہے جس کے کچھ اصول معین ہیں۔ مثلاً انٹرویو کا وقت اور مقام پہلے طے کر لیا جاتا ہے، انٹرویو دینے والے شخص کو پہلے سے بتا دیا جاتا ہے کہ کس سلسلے میں گفتگو کرنی ہے۔ بعض اوقات پوچھے جانے والے سوالات لکھ کر انھیں پہلے ہی تیج دیے جاتے ہیں۔

صحافی کے لیے یہ ضروری ہے کہ وہ کسی بھی شخص کا انٹرویو لینے سے پہلے اس کے بارے میں مختلف ذرائع سے مکمل معلومات حاصل کر لے۔ آج کل بیشتر اہم شخصیات اور ان کے کارناموں سے متعلق معلومات انٹرنیٹ پر موجود ہوتی ہیں۔ سوالات کی ترتیب کو ملحوظ رکھنا چاہیے اور انٹرویو کے دوران نئے سوالات بھی پوچھے جاسکتے ہیں۔ گفتگو

خوشنگوار ماحول میں ہونی چاہیے۔ انٹرویو دینے والے کو گفتگو کا موقع زیادہ فراہم کیا جائے۔ انٹرویو لینے والے کو صبر و تحمل اور خوش خلقی کا مظاہرہ کرنا چاہیے۔ انٹرویو لینے والا غیر جانب دار ہوا اور کسی شخصیت سے مرعوب انٹرویو دینے والے کو کسی جواب کے لیے مجبور نہیں کرنا چاہیے۔

ہر شخص سے انٹرویو لینے کے طریقے اور اس کے لیے تیار یوں کی ضرورت مختلف ہوتی ہے۔ مثلاً کسی مشہور ادبی شخصیت، فلم اداکار، بڑے صنعت کار، اہم سیاسی رہنماء سے انٹرویو کے لیے گفتگو کا سلیقہ، بات چیت کا لہجہ، سوالات کی نوعیت اور چہرے کے تاثرات وغیرہ اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔ تب ہی ایک صحافی کسی شخص سے ایک اچھا اور دلچسپ انٹرویو لے سکتا ہے۔

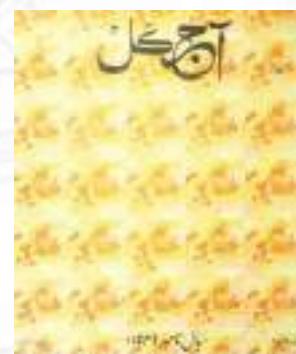
❖ انٹرویو کیسے قلم بند کریں

ظاہر ہے کہ اخباری ملاقات یا انٹرویو کا مقصد اسے شائع کرنا ہے، اس لیے اسے تحریری جامد پہنانا لازمی ہوتا ہے۔ پورا انٹرویو یا اس کی رواداد انٹرویو لینے والے شخص کو ہمی تحریر کرنی چاہیے تاکہ اس کی اہمیت، سلاست اور شفافیتی قائم رہے۔ دوسری اہم تحریریوں کی طرح انٹرویو کا ابتدائیہ بھی اہم، دلچسپ اور توجہ طلب ہونا چاہیے۔ اسے تخلیقی ہرمندی سے سنوارا جائے تو زیادہ بہتر ہو گا۔ پہلے پیرا گراف میں انٹرویو کے سب سے اہم یاد دلچسپ حصے کو شامل کرنا چاہیے۔ انٹرویو میں جگہ، مقام اور وقت کے بارے میں ضرور اشارہ کر دینا چاہیے، یہ اطلاع بھی دینی چاہیے کہ یہ ملاقات پہلے سے طبقی یا اتفاقی طور پر پیش آئی۔ انٹرویو با عموم دو طریقوں سے لکھے جاتے ہیں۔ ایک تو سوال جواب کی صورت میں اور دوسرا سوال جواب کے حقائق و واقعات کو ایک دلچسپ مضمون کی شکل میں۔ مضمون کی صورت میں لکھے گئے انٹرویو میں ایک ادبی اور تخلیقی شان ہوتی ہے۔ اس طرز تحریر کو قاری عام طور پر اپڑھتا ہے اور پڑھنے کے دوران اس کی دلچسپی مجنود نہیں ہوتی۔ انٹرویو اس طرح لکھا جانا چاہیے کہ پڑھنے والے کو محسوس ہو کہ وہ بھی دوران گفتگو وہاں موجود تھا۔ یہ کوئی ضروری نہیں کہ انٹرویو میں وہ تمام باتیں کی جائیں جو دوران گفتگو نوٹ یا ریکارڈ کی گئی تھیں۔ انٹرویو کی اشاعت کا موقع محل بھی خاص اہمیت رکھتا ہے جس کا فیصلہ صحافی کو بہت سوچ سمجھ کر کرنا چاہیے۔

سوال و جواب کی صورت میں لکھے جانے والے انٹرویو میں قارئین کی دلچسپی کا خیال رکھنا چاہیے۔ کوشش یہ ہو کہ سوال و جواب خنک نہ ہوں۔ بعض انٹرویو اتنے دلچسپ اور معلوماتی ہوتے ہیں کہ انٹرویو دینے والے شخص کی زندگی کے اہم پہلوؤں کو جاگرہ ہو جاتے ہیں۔ انٹرویو لینے والا کو شش کرتا ہے کہ قاری کی دلچسپی ہر حالت میں قائم رہے۔

1.3 رسائل

رسالے کی نوعیت اور اس کا مزاج اخبار سے کافی مختلف ہوتا ہے۔ رسالے کی ضخامت، اشاعت کے دورانیے، اس میں شامل مواد اور ترتیب کے تقاضے وہ نہیں ہوتے جو اخبار کے ہوتے ہیں۔ اخبار عارضی نوعیت کے ہوتے ہیں، اس میں فوری مسائل پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔ جب کہ رسائل میں مستقل مزاجی پائی جاتی ہے اور اس کے قارئین کا ایک منتخب حلقة ہوتا ہے اس لیے اس میں شامل مواد اور اس کی زبان و بیان قارئین کے حلقة کے مزاج و معیار کے مطابق رکھی جاتی ہے۔

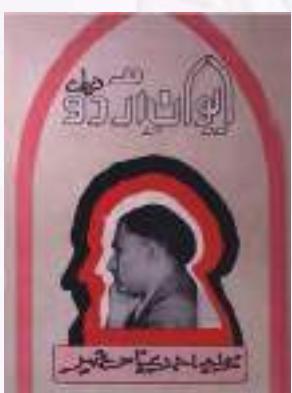




موضوعات، مزان اور رجحانات کے اعتبار سے رسالوں کی مختلف قسمیں ہوتی ہیں۔ مثلاً ادبی، مذهبی، علمی اور اصلاحی، فلسفی، طبی، سیاسی، تحقیقی اور تفریحی رسالے وغیرہ۔ اسی طرح خواتین کے رسالے، نوجوانوں کے رسالے اور بچوں کے رسالے بھی شائع ہوتے ہیں۔ ظاہر ہے موضوعاتی رسالوں میں موضوع سے متعلق زیادہ چیزیں شامل ہوتی ہیں، تاہم ان میں دوسرے مواد کو بھی جگہ دی جاتی ہے۔ بعض رسائل ایسے بھی ہوتے ہیں جن میں تمام موضوعات کو شامل کیا جاتا ہے۔ مثلاً ادب، تقدیر، تحقیق، فلم، قص، موسیقی، ڈرامے، ترجمے اور سیاست وغیرہ۔

بچوں کے رسالوں میں قلمی دوستی کے کالم، سوال و جواب کے کالم، کارٹونی کہانیاں، بچوں کی تخلیقی تحریروں کے کالم اور معنوں کے کالم وغیرہ کو خاص طور پر جگہ دی جاتی ہے۔

1.4 اشتہارات



اشتہار عوامی معلومات کا ایک ذریعہ ہے۔ اس میں مصنوعات کی خصوصیات بیان ہوتی ہیں۔ اکثر اوقات سائز، رنگ، قیمت، اور انہیں حاصل کرنے کے طریقے بھی درج ہوتے ہیں۔ تجارتی مقاصد کے علاوہ اشتہار کا استعمال سرکاری منصوبوں کو عوام تک پہنچانے، ملازمت کی اسامی اور عوامی تحفظ و تعاون کے کاموں کے لیے بھی کیا جاتا ہے۔ جیسے خون اور آنکھوں کے عطیے کے لیے، شہر کو صاف رکھنے کے لیے، مختلف تعلیمی اداروں میں داخلے کے لیے، یہاں تک کہ جلسے، جلوس کی اطلاع اور نظریات کے فروغ کے لیے بھی اشتہار کی مدد ملی جاتی ہے۔ مطبوعہ اشتہار کی کئی قسمیں ہیں۔ مثلاً پوستر جنہیں بالعموم دیواروں پر چپاں کیا جاتا ہے، ہوڑنگ جنہیں سڑکوں کے کنارے یا کسی اوپر اور نمایاں مقام پر آویزاں کیا جاتا ہے، یعنی بل جنہیں بھیڑ بھاڑ والی جگہوں پر تقسیم کیا جاتا ہے یا اخبار میں رکھ کر گھروں میں بھیجا جاتا ہے، لیکن یہاں اخباری اشتہار کے بارے میں نگتوں کی جائے گی۔

اشتہار کا بنیادی مقصد عوام کو متوجہ کرنا ہوتا ہے اس لیے اخباری اشتہارات کی زبان دلکش، تخلیقی، ترنیبی، رواں اور شگفتہ ہونی چاہیے، تاکہ لوگ لچکی سے پڑھیں، یا اس کی طرف مائل ہو سکیں۔

❖ اشتہار کی تیاری

خبروں میں عام طور سے تین قسم کے اشتہارات شائع ہوتے ہیں۔ درجہ بند اشتہار (Classified Advertisement) اشتہار کا بنیادی مقصد عوام کو متوجہ کرنا ہوتا ہے اس لیے اخباری اشتہارات کی زبان دلکش، تخلیقی، ترنیبی، رواں اور شگفتہ ہونی چاہیے، تاکہ لوگ لچکی سے پڑھیں، یا اس کی طرف مائل ہو سکیں۔

• درجہ بند اشتہار (Classified Advertisement)

درجہ بند اشتہار سب سے عام اشتہار ہوتے ہیں۔ یہ اشتہار بہت آسانی سے اور براہ راست شکل میں صرف اطلاع دیتے ہیں۔ یہ بہت چھوٹے ہوتے ہیں۔ ان میں تصاویر اور رنگوں کا استعمال نہیں ہوتا ہے۔ ایسے اشتہاروں کی سب سے اہم بات یہ ہوتی ہے کہ مخصوص سرخیوں کے تحت آپس میں سمشے ہوتے ہیں۔ یہاں قسم کے اشتہاروں کو ایک ساتھ ایک مخصوص گروپ رکام کے تحت رکھا جاتا ہے یہی وجہ ہے کہ انہیں درجہ بند کیا جاتا ہے۔ درجہ

بند اشتہار میں شادی بیاہ، کرائے کے مکان، گمشدہ کی تلاش، ایکس چینچ آفر، پرائیویٹ ڈسپینسری، تعلیمی ادارے اور ٹیوشن ٹیوور وغیرہ کے اشتہار دیے جاتے ہیں۔ اشتہار دہنہ، درجہ بند اشتہاروں کا استعمال اس وقت کرتے ہیں جب انھیں صرف اطلاع دینی ہوتی ہے۔ ایسے اشتہاروں میں اطلاعات کی بہتات ہوتی ہے اور طرز تحریر بھی سلیس، جاذب اور اطلاعات سے پُر ہوتی ہے۔ تقریباً بھی درجہ بند اشتہار ایک کالم میں پیش کیے جاتے ہیں۔ ایسے اشتہارات میں قاری کی ذاتی دلچسپی ہوتی ہے۔ وہ اپنی دلچسپی اور ضرورت کے مطابق اشتہاروں کا انتظار کرتے رہتے ہیں۔ لہذا ان میں تصاویر اور مرنغوب عناصر کے استعمال کی ضرورت نہیں ہوتی ہے۔ اخبارات و رسائل میں درجہ بند اشتہاروں کو کچھ اس طرح منظم کیا جاتا ہے کہ قاری کو انھیں تلاش کرنے میں کوئی دشواری نہیں ہوتی ہے۔ مثلاً شادی بیاہ کے اشتہاروں کو حروف کے اعتبار سے آراستہ کیا جاتا ہے۔ اکثر اخباروں میں ایک مکمل صفحہ درجہ بند اشتہاروں کے لیے مختص ہوتا ہے۔ درجہ بند اشتہار، طباعتی اشتہار سازی کی سب سے پرانی شکل ہے۔ اخبارات میں زیادہ تر درجہ بند اشتہار ہوتے ہیں۔ ایسے اشتہار کسی سرخی، تصویر اور سجاوٹ کے بغیر ایک کالم میں چھاپے جاتے ہیں۔ ایک مثال دیکھیے جس میں کرایے کے لیے خالی کے عنوان کے تحت ایک اشتہار لکھا گیا ہے۔

”جنوبی دہلی میں دو کمروں اور ایک ڈرائیکٹ روم پر مشتمل فلیٹ۔ فرنچ پر اور ساز و سامان سے آراستہ، دونوں کمروں میں بالکن، پارک کی جانب ایک کھڑکی کھلتی ہے، دو ٹوائٹ، ایک بیڈروم سے ماحفہ، پارکنگ اور لفت کی سہولت، کرایہ 12000 ماہانہ۔ رابطہ کریں: C-222، سگم وہار، فون: 9123456789“

ایسے اشتہار میں مکمل جملے لکھنے کے بجائے اہم خصوصیات / امور کو ترتیب والرکھا جاتا ہے۔ آخر میں رابطے کا پتا اور فون یا موبائل نمبر ضرور تحریر کیا جانا چاہیے۔

کلاسیفائیٹ

آسامیاں خالی ہیں

1۔ کالنڈا میں رین ڈیل آسیاں پورنے کے لیے مزود اور گریڈ کارڈ واروں سے رخواستی مطلوب ہے۔
مطلبہ بیان
نمبر ہر
1۔ پنجہار انٹھ (مرداخان)
2۔ پنجہار دو (مرداخان)
درخواست اسناد کی صدقہ نقل کے براء اس اشہار کی اثاثت کے ایک بخش کا اندازہ کاٹنے پڑاں
حقیقت پاہنچیں۔
3۔ اسید واروں کے لیے گریڈ بول پال اور کپڑوں کے استعمال میں مہارت لازمی ہے۔
4۔ الیٹ ہٹرٹ کے حال اداروں کے تجیکا رامدہ واروں کو ترجیح جائے گا۔
5۔ صرف شارت لفڑا اسید واروں کو پیش اور اسرویں کے لیے ملایا جائے گا۔
6۔ کوئی لی اسے اذی اسے اذیں کیا جائے گا۔

کاربرائے کرایہ فروخت

کرایہ فروخت

مکان کرایہ پچا کریشل پلاٹ برائے فروخت
علی گجر علی آباد جہاننا سریشل 147 گرکاٹھا صیب گچھانہ ایڈن 2013
مختصر فہری کیلئے 2 بیڈروم 0,000-2010 70,000
کچھ ایڈن پاکھر 24 مرا

ضرورت ہے

ملازمت کے موقع

تل عالم پارٹ ہائی کلکٹیو منڈب ڈیل لوگوں کی ضرورت ہے
اسی وجہ پر اسید واروں کے لیے گریڈ بول پال اور کپڑوں کے استعمال میں مہارت لازمی ہے۔
ریپیشٹ آفس اسنٹ / پاکھر اسٹنٹ / آٹ اور بکل
ایے ٹوں کی ضرورت ہے جو فنا / پارٹ نا
کام (آٹ ڈر درک) اپنی بائیک /
کوئی نہ مدنی تھیں لکھ کر تھیں
SMS کریں

• تصویری درجہ بند اشتہار (Display Classified Advertisement)

تصویری درجہ بند اشتہار میں تصویروں کے کچھ عناصر شامل کیے جاتے ہیں۔ ایسے اشتہاروں میں ٹائپنگ کی رنگا رنگی، مختلف اشکال اور جاذب تصویروں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ ایسے اشتہاروں کو تصویری درجہ بند اشتہار کہا جاتا ہے۔ بیشتر اخبارات تصویری درجہ بند اشتہاروں سے بھرے ہوتے ہیں۔ ایسے میں مخصوص اشتہاروں کو تلاش کرنا آسان نہیں ہوتا ہے۔ لہذا اشتہار ساز، ایسے اشتہاروں کو جاذب بنانے کے لیے ہر ممکن کوشش کرتے ہیں۔ قاری کی دلچسپی کو قائم رکھنے کے لیے تصاویر اور رنگوں کا استعمال لازمی بن جاتا ہے۔ اگرچہ تصویری درجہ بند اشتہار میں تصویروں کے عناصر ہوتے ہیں لیکن انھیں مخصوص گروپ یا کالم کے تحت ہی رکھا جاتا ہے۔ تصویری درجہ بند اشتہار، ساخت میں درجہ بند اشتہار سے بڑے ہوتے ہیں۔ ایسے اشتہاروں میں قارئین صارفین کو متوجہ کرنے کے لیے پُر کشش زبان و بیان اور جاذب تصویروں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ اشتہار، درجہ بند اشتہار سے قیمتی ہوتے ہیں۔ ان کی شبہت اور اخبار میں جگہ کی بنیاد پر ان کے اخراجات طے ہوتے ہیں۔ ایسے اشتہاروں میں ٹینڈر، نوٹس، گھریلو سامان اور روزگار وغیرہ کے اشتہار شامل ہوتے ہیں۔

• تصویری اشتہار (Display Advertisement)

اس طرح کے اشتہارات عموماً تین چار کالم میں شائع کیے جاتے ہیں۔ متن کے حروف جملی ہوتے ہیں اور ان میں تصاویر کے ساتھ سلوگن کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ کبھی کبھی ایسے اشتہار نصف یا پورے صفحے پر بھی شائع ہوتے ہیں۔ ایسے اشتہارات اکثر زندگی ہوتے ہیں۔ ان میں صارفین کو متوجہ کرنے کے مختلف طریقے بروئے کار لائے جاتے ہیں۔ بعض دفعہ رائے عامہ ہموار کرنے، عوامی بیداری لانے اور پروپیگنڈہ وغیرہ کے لیے اس طرح کے اشتہارات اخبارات اور رسائل میں شائع ہوتے ہیں۔ اس طرح کے اشتہار تیار کرتے وقت عبارت کی زبان ایسی ہونی چاہیے کہ فوراً ہی قاری کو اپنی طرف متوجہ کر لے۔ پیغام کو موثر اور دلچسپ بنانے کے لیے زبان کی روایتی ساخت سے روگردانی کی جاسکتی ہے۔ جملوں کے بجائے فقرتوں سے زیادہ کام لیا جاتا ہے۔ سلوگن کے استعمال سے اشتہار پر کشش اور مقبول ہو جاتے ہیں۔ سلوگن کی چند مثالیں دیکھئے:

- 1۔ زندگی کے ساتھ بھی، زندگی کے بعد بھی
- 2۔ ہندو مسلم سکھ عیسائی، مل کر سب کریں پڑھائی



تصویری اشتہار میں نمائش کے مختلف عناصر جیسے رنگ اور تصویر وغیرہ کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ اشتہار عام طور پر جسمات میں بڑے ہوتے ہیں ان میں ٹائپینگ کی مختلف اشکال ہوتی ہیں اور جاذب تصاویر کا استعمال کیا جاتا ہے۔ انھیں مزید جاذب بنانے کے لیے رنگوں کا زیادہ مقدار میں استعمال ہوتا ہے۔ تصویری اشتہاروں کے زیادہ پرکشش ہونے کی وجہ سے یہ قارئین کی توجہ کو اپنی جانب کھینچتے ہیں۔ ایسے اشتہاروں میں انتہائی موثر زبان کا استعمال ہوتا ہے۔

1.5 اخباری مراسلہ

اخبارات اور رسائل میں مدیر کے نام قارئین کے خطوط شائع کیے جاتے ہیں۔ اخبارات میں عام طور سے یہ خطوط ادارتی صفحے پر شائع ہوتے ہیں۔ رسائل میں بھی ایسے خطوط مخصوص صفحہ / صفحات پر جگہ پاتے ہیں۔ مدیر کے نام خط لکھنے کا مقصد کسی سماجی مسئلے یا معااملے کی طرف اخبار اور اس کے قارئین کی توجہ مبذول کرنا ہوتی ہے۔ اس کے علاوہ ان خطوط میں اخبار کے معیار و مشمولات پر اظہار خیال بھی ہوتا ہے اور صحت مند تقدیب بھی۔ ان خطوط کی نوعیت رسی ہوتی ہے، اس لیے ان میں معیاری زبان کا استعمال کرنا چاہیے۔ عام طور سے ان خطوط میں مخففات کا استعمال نہیں کرتے ہیں اور ہر تک آمیز الفاظ یا فقرنوں سے ہر حال میں پرہیز کرنا چاہیے۔ یہ خطوط ایک مخصوص ہیئت / ساخت میں لکھے جاتے ہیں جو درج ذیل ہے۔

- **بھینجے والے کا پتا**

سب سے پہلے خط لکھنے والے کو اپنایا اور رابطے کی تفصیلات مثلاً ای میل اور فون نمبر وغیرہ لکھنا چاہیے۔

- **تاریخ**

خط بھینجنے کی تاریخ لکھی جاتی ہے۔

- **مدیر کا پتا**

اس کے بعد مدیر کا پتا لکھا جاتا ہے۔

- **موضوع**

خط لکھنے کے مقصد کو ایک سطر میں لکھا جاتا ہے۔

- **القاب و آداب**

محترم، مکرم، جناب عالی وغیرہ

- **نفس مراسلہ**

اسے عام طور سے تین حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ پہلے حصے میں خط لکھنے والا اپنا تعارف کرتے ہوئے خط لکھنے کا مقصد بیان کرتا ہے۔ دوسرے حصے میں موضوع و معااملے کی وضاحت کرتے ہوئے ضروری تفصیل لکھی جاتی ہے۔ تیسرا حصے میں یہ لکھا جاتا ہے کہ اس ضمن میں مدیر یا اخبار سے کس طرح کے اقدام کی توقع کی جا رہی ہے۔ مثلاً اخبار اس مسئلے کو اجاگر کرے یا متعلقہ حکام / ادارے تک اس مسئلے کو پہنچائے۔ ان تین حصوں کو الگ الگ

عوامی ذرائع ابلاغ

پیراگراف میں بھی لکھا جاسکتا ہے۔

- اختتامی آداب

شکریہ وغیرہ کے الفاظ

- بھینجنے والے کا نام، دستخط اور عہدہ (اگر کوئی ہو تو)

عام طور سے اخبار میں القاب و آداب سے لے کر بھینجنے والے کے نام و پتہ وغیرہ تک حصہ ہی شائع کیے جاتے ہیں۔



الیکٹر انک میڈیا

2.1 تعارف

اکیسوں صدی میں اطلاعاتی انقلاب الیکٹر انک میڈیا کے سبب آیا ہے۔ اس کی سب سے بڑی خوبی تیز رفتاری ہے۔ یہ پلک جھپکتے ہی دور دراز خطوط کی اطلاعات فراہم کر دیتا ہے۔ اس کا دائرہ انتاویں ہو چکا ہے کہ یہ صرف اطلاع، تعلیم اور تفریح فراہم کرنے تک ہی محدود نہیں ہے بلکہ یہ جمہوری نظام کی مضبوطی، شہر یوں کے حقوق کی پاسداری اور ان کے سیاسی و سماجی حقوق کے تحفظ کا کام بھی کرتا ہے۔ الیکٹر انک میڈیا عوامی نگرانی کے ایک وسیلے کے طور پر کام کرتا ہے جو سماج میں راہ پانے والی ہر قسم کی بدعناوی پر نظر رکھتا ہے اور انھیں اجاگر کرتا ہے۔ الیکٹر انک میڈیا کے متعدد ذرائع ہیں جن کے ذریعے اطلاعات، معلومات اور تفریحات ہم تک پہنچتی ہیں۔ ایسے ذرائع میں ریڈیو، ٹیلی ویژن اور سینما کی اہمیت سب سے زیادہ ہے۔ اکیسوں صدی میں ٹکنالوجی کی ترقی اور انتہنیت کے فروغ سے سا بہر میڈیا کا تصور پیدا ہوا۔ ٹکنالوجی کی مزید وسعت نے اسے ”بیو میڈیا“ کا نام دیا۔ نیومیڈیا میں عوامی شمولیت کی وجہ سے متعدد شوٹل سائیٹس وجود میں آئیں تو اسے شوٹل میڈیا کا نام دیا گیا۔ شوٹل میڈیا کے ذرائع میں گوگل، یا ہو، فیس بک، ٹوئٹر، یو ٹیوب، وہاں ایپ، اسکا نیپ، انٹر گرام، بلاگ وغیرہ اہمیت کے حامل ہیں۔

2.2 ریڈیو

سانسمنی اصطلاح میں ریڈیوی ای لہروں کا استعمال کرتے ہوئے معلومات اور اطلاعات کو ایک جگہ سے دوسرا جگہ منتقل کرنے والی ٹکنالوجی کو ریڈیو کہتے ہیں۔ عام زبان میں اس مشین کو ریڈیو کہتے ہیں جو ریڈیوی ای لہروں پر منی ٹکنالوجی کی مدد سے آوازوں کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچاتی ہے۔ عوامی ذرائع ابلاغ کے میدان میں ریڈیو کو الیکٹر انک میڈیا کا آغاز سمجھا جاتا ہے۔ اسے محض اطلاعات و معلومات پہنچانے کے وسیلے کی حیثیت سے ہی مقبولیت حاصل نہیں ہوئی بلکہ یہی مشین عوامی تفریح کا واحد الیکٹر انک ذریعہ تھی۔ دراصل اخبارات یا مطبوعہ متن سے صرف پڑھے لکھے لوگ ہی فیض یا ب ہوتے تھے لیکن ریڈیو نے ناخواندہ لوگوں کے لیے بھی اطلاعات و معلومات اور تفریح کے راستے کھول دیے تھے۔ جیسی ٹرانسٹر کی ایجاد اور مقبولیت کے بعد یہ ہر فرد کی دسترس میں آگیا۔ خبروں، نغموں، عوامی مسائل اور سیاسی حالات پر تھروں اور قدرتی آفات سے ٹیکنی آگاہی جیسے پروگراموں نے اسے عوامی زندگی سے قریب تر کر دیا۔



بیسویں صدی کی تیسری دہائی میں ہندوستان میں ریڈیو نشریات کے تجربات شروع ہوئے۔ اُس زمانے میں کولکاتا، ممبئی اور چنئی میں چند نشریاتی کلب قائم کیے گئے۔ البتہ 1927ء میں باقاعدہ طور پر ممبئی ریڈیو اسٹیشن کا قیام عمل میں آیا۔ اس کے بعد چھٹی، دہرا دون اور کولکاتا میں بھی ریڈیو اسٹیشن قائم کیے گئے۔ 1930ء میں حکومت ہند نے کولکاتا اور ممبئی کے ریڈیو اسٹیشنوں کو اپنی تحریک میں لے لیا اور نشریات کے تمام ادارے ملکہ محنت و صنعت کے تحت قائم اندیزین اسٹیٹ براؤ کا سٹنگ سروس کی تحریک میں دے دیے۔ 1936ء میں اسی ادارے کو آل انڈیا ریڈیو کا نام دیا گیا۔ اسے آکاش وانی بھی کہا جاتا ہے۔

اے ایم چینلوں کی مقبولیت کے بعد ایف ایم چینلوں کے آغاز کے ساتھ ہی بھی ریڈیو سروس کی شروعات نے اس کی مقبولیت میں مزید اضافہ کر دیا۔ ریڈیو سرپی اور ریڈیو سٹی جیسے بھی اسٹیشنوں نے ریڈیو کو بدلتے زمانے کی ترقی سے ہم آہنگ کیا۔ اب سیپلاسٹ، کمپونٹ ریڈیو اور یہ ریڈیو کی ایجاد نے بھی اس کی ترقی کا ایک باب کھول دیا ہے۔

2.2.1 ایف ایم ریڈیو



ابتداء میں نشریات Amplitude Modulation (AM) تکنیک کے ذریعے ہوتی تھیں جسے دنیا بھر میں میڈیم ویو (Medium Wave) اور شارٹ ویو (Short Wave) کے طور پر جانا جاتا ہے۔ آکاش وانی کے اٹیشن سے اب بھی نشریات میں اس تکنیک کا استعمال کیا جاتا ہے اور اس تکنیک کی وجہ سے آکاش وانی کو دور دراز دیہی علاقوں تک سنایا جاتا ہے۔

AM نشریاتی تکنیک کے بعد ایف ایم (Frequency Modulation) نشریاتی تکنیک کا آغاز ہوا۔ سب سے پہلے 1933ء میں ایک امریکی انجینئر ایڈون آرم اسٹر انگ (Edwin Armstrong) نے اسے متعارف کرایا اور ہندوستان میں ایف ایم براؤ کا سٹنگ 1977ء میں مدرس (موجودہ چنئی) میں شروع ہوئی اور 90 کی دہائی میں اس نے ترقی پائی۔ اس تکنیک کے ذریعے نشریات بہت صاف سنائی دینے لگیں اور اس نے ریڈیو نشریات میں ایک انقلاب پیدا کر دیا۔ ایف ایم تکنیک سے نشریات کی ایک حد ہوتی ہے یعنی ٹرانس میٹر کی ریخچ جہاں تک ہے وہیں تک اس کی نشریات سنائی دیں گی۔

آل انڈیا ریڈیو نے 1993ء میں دلی سے ہندوستان کا پہلا ایف ایم چینل شروع کیا جس نے زبردست مقبولیت حاصل کی۔ اس میں پروگراموں پر خصوصی توجہ دی گئی۔ سامعین کے طور پر خاص طور سے نوجوانوں کو ڈھنہ میں رکھا گیا۔ اس ایف ایم چینل کی خاص بات یہ تھی کہ اس پر ہندی، انگریزی دو لوگوں ہی زبانوں میں پروگرام نشر کیے جاتے رہے۔ اناوندر کی جگہ ریڈیو جا کی کا تصویر سامنے آیا جو بات چیت کے انداز میں پروگرام پیش کرنے لگا۔ الگ الگ انداز کے پروگرام ایف ایم پر نشر ہونے لگے۔ ایف ایم کی مقبولیت کے سبب آل انڈیا ریڈیو نے اپنا ایک اور نیا ایف ایم چینل 2001ء میں شروع کیا جس کے بعد دونوں ایف ایم چینلز کو ایف ایم و ان اور ایف ایم ٹو کے نام سے جانا جانے لگا۔ اب انہیں ایف ایم رین بو (Rainbow) اور ایف ایم گولڈ کے نام سے جانا جاتا ہے۔

ریڈیو اسٹوڈیو



ایف ایم چینلوں کی مقبولیت کو دیکھتے ہوئے کچھی کمپنیوں نے بھی اپنے ایف ایم چینل شروع کرنے کا فیصلہ کیا اور 2000 میں سرکار نے ان چینل کے لائنس کی نیلامی کی جس کے بعد ریڈیو سرچی، ریڈیو یوشی، ریڈیف ایم اور گب ایف ایم چینلوں کا آغاز ہوا۔ ایف ایم چینلوں کی فہرست میں اضافہ ہو رہا ہے اور اب بڑے میٹرو شہروں کے ساتھ ساتھ چھوٹے شہروں میں بھی یہ بے حد مقبول ہیں۔ بھی ایف ایم چینلوں کے آنے کے بعد اس شعبے میں روزگار کے امکانات روشن ہوئے۔

آل انڈیا ریڈیو کے ایف ایم چینلوں کی مقبولیت اس لیے زیادہ ہے کیوں کہ انھیں DTH کے ذریعے کہیں بھی سنا جاسکتا ہے اور اب AIR کے موبائل ایپ (All India Radio Live) کے ذریعے آل انڈیا ریڈیو کے ایف ایم اور دیگر چینلوں کو دنیا میں کہیں بھی سنا جاسکتا ہے۔ ایف ایم چینل دنیا بھر کے ملکوں میں مقبول ہیں۔ لوگ گھروں اور اپنی گاڑیوں میں، موبائل فون میں اور آئی پوڈ پر ان کا لفظ لیتے ہیں۔ تفریق کے ساتھ ساتھ معلومات کا یہ جدید اور موثر ذریعہ ہیں۔

2.2.2 کمیونٹی ریڈیو

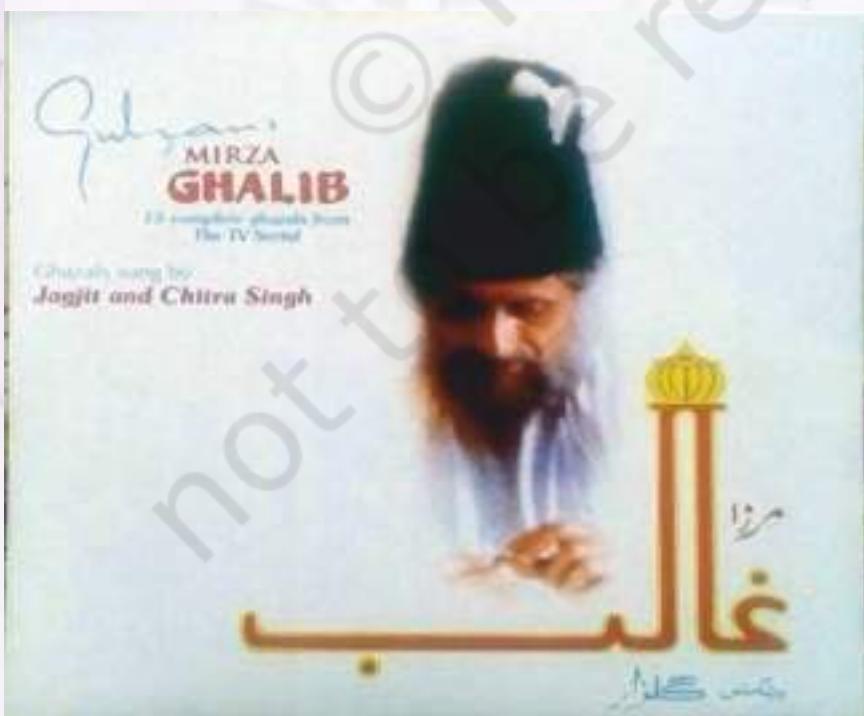
ریڈیو کا بنیادی مقصد تفریق کے ساتھ ساتھ معلومات فراہم کرنا ہے۔ ایسی صورت حال میں معلومات کے لیے مخصوص ریڈیو چینل کا خیال ہندوستان کے لیے نیا تھا۔ چوں کہ لوگوں تک اپنی بات پہنچانے کا ریڈیو ایک اہم ذریعہ ہا ہے اور اگر کسی خاص کمیونٹی یا علاقے کے لیے ریڈیو معلومات کا ذریعہ بن جائے تو اس سے بہتر کیا ہو سکتا ہے۔ اس بات کو ذہن میں رکھتے ہوئے وزارت برائے اطلاعات و نشریات نے 2002 میں کمیونٹی ریڈیو سے متعلق رہنمای خطوط جاری کیے اور 2006 میں ہندوستان میں تعلیمی اداروں، زرعی اداروں اور غیر سرکاری تنظیموں (NGO's) کو لائنس جاری کرنے کا فیصلہ کیا۔ کمیونٹی ریڈیو FM پر ہی سنے جاتے ہیں لیکن ان کی رسائی محدود دائرے تک ہی ہوتی ہے کیوں کہ

ان کا ٹرائنسپر کم طاقت کا ہوتا ہے۔ کمیونٹی ریڈیو کا اصول مکمل طور پر غیر منافع بخش رہا ہے کیوں کہ اس پر ریڈیو اشتہار نشر کرنے کی بہت کم گنجائش ہے لیکن اب صورت حال میں تبدیلی کے باعث کمیونٹی ریڈیو پر کچھ اشتہار نشر کرنے کی اجازت دے دی گئی ہے۔ اس کی نشريات بھی کچھ گھنٹے کے لیے وقفو قنے کے ساتھ ہوتی ہیں۔ یعنی عام طور پر ایف ایم ریڈیو 24 گھنٹے پر وکرام نشر کرتا ہے۔ کمیونٹی ریڈیو دون کے کچھ مخصوص وقت میں ضرورت کے لحاظ سے صح، دوپہر اور شام اپنی نشريات پیش کرتا ہے۔ اس کی نشريات تقریباً سات کلو میٹر کے دائرے میں سنی جاسکتی ہیں۔

جس کمیونٹی کے لیے یہ ریڈیو چینل ہے اس کے اطراف میں مقیم افراد اس کی نشريات میں مدد فراہم کر سکتے ہیں۔ یعنی اسکرپٹ یا پروگرام تیار کریں گے اور نسبھی کریں گے۔ عوام کی شمولیت، اس کے مقاصد میں شامل ہے۔ تقریباً سے زیادہ معلومات اور عوام میں بیداری پیدا کرنا کمیونٹی ریڈیو کا اصل مقصد ہے۔ کمیونٹی ریڈیو پر نشريات میں موضوعات مقامی و چیزی کے ہوتے ہیں۔

کمیونٹی ریڈیو کی نشريات کا زیادہ تر کام رضا کار ان طور پر مقامی افراد ہی کرتے ہیں۔ کمیونٹی ریڈیو نیشنل کے ہنر کو فضار نے میں بھی مدد فراہم کرتا ہے مثلاً اگر کوئی شاعری کرتا ہے، مضمون لکھتا ہے یا گانے کا شوقیں ہے تو وہ یہاں آ کر کر پہنچنے کا مظاہرہ کر سکتا ہے۔ ہندوستان میں زیادہ تر تعلیمی ادارے ہی کمیونٹی ریڈیو چلا رہے ہیں۔ اس میں منافع نہیں ہے۔ ابتداء میں اس کو ”کیمپس ریڈیو“ بھی کہا جاتا تھا۔

اس وقت دلی میں جامعہ ملیہ اسلامیہ کا ریڈیو جامعہ، دہلی یونیورسٹی کا DUCR، آئی آئی ایم سی کا اپناریڈیو اور حیدر آباد یونیورسٹی کا بول حیدر آباد وغیرہ اہم کمیونٹی ریڈیو چینل ہیں۔ جامعہ ملیہ اسلامیہ شہابی ہندوستان کا پہلا تعلیمی ادارہ ہے جس نے وزارت برائے اطلاعات و نشريات سے کمپس کمیونٹی ریڈیو شروع کرنے کا لائنس حاصل کیا تھا۔



2.2.3 ویب ریڈیو

ڈیجیٹل ٹکنالوژی کی پیش رفت کے بعد ویب ریڈیو کا چلن عام ہوا ہے۔ اس کو انٹرنیٹ ریڈیو یا آن لائن ریڈیو بھی کہا جاتا ہے۔ یوں تو ویب ریڈیو کی شروعات بیسویں صدی کی آخری دہائی میں ہو چکی تھی۔ انٹر نیٹ کا استعمال عام ہونے کے بعد اسے فروغ حاصل ہوا۔ ویب ریڈیو کو انٹرنیٹ کی مدد سے نشر کیا جاتا ہے جسے ویب کاسٹ کہتے ہیں۔ انٹرنیٹ ریڈیو کی سب سے اہم خوبی یہ ہے کہ آپ کہیں بھی کبھی بھی ویب ریڈیو پروگرام سن سکتے ہیں۔ اس میں یہ

آسانی بھی ہے کہ اس کے پروگراموں کوڈ اون لوڈ کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ ہم صرف متعلقہ لینک کو کلک کر کے پروگرام سن سکتے ہیں۔

ویب ریڈیو نے انفرادی ریڈیو کے لیے راستہ ہموار کر دیا ہے۔ اگر کسی کے پاس نیدادی ٹکنالوجی کمپیوٹر اور ضروری ایڈیٹنگ سافٹ ویر موجود ہو تو وہ ویب ریڈیو شروع کر سکتا ہے جس میں وہ علمی یا تفریحی نوعیت کے پروگرام پیش کر سکتا ہے۔

ان دونوں کمپیوٹر کی مدد سے اپنے ویب ریڈیو شروع کیے جا رہے ہیں۔ موسیقی کے شوقین افراد اپنے پاس موجود مخصوص فلمی نغمے، غزل اور گیت وغیرہ ویب ریڈیو پر نشر کرتے ہیں۔ اس میں دلچسپی رکھنے والے لوگ اپنے ذوق کے مطابق موسیقی نشر کرتے ہیں اور اسی مخصوص موسیقی کا ذوق رکھنے والے قطعی بھی نوعیت کے اس ریڈیو کے سامنے بن جاتے ہیں۔ اس طرح کے ریڈیو مغربی ممالک میں زیادہ مقبول ہیں اور مختلف بینڈس اپنی موسیقی کو ویب ریڈیو پر نشر کرتے ہیں۔

2.3 ریڈیو پروگرام

ریڈیو پر مختلف قسم کے پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔ کچھ معلوماتی نوعیت کے ہوتے ہیں اور کچھ تفریحی۔ ریڈیو پروگراموں میں سامعین کی دلچسپی کو پیش نظر کھا جاتا ہے۔ ریڈیو اسٹیشن یہ کوشش کرتے ہیں کہ عوام کو انھیں کی زبان میں ان کی پسند کے پروگرام سنائے جائیں۔ ریڈیو پروگراموں میں موسیقی اور نغموں کے پروگرام، ریڈیو ڈرامے، ریڈیو فیچر اور ریڈیو مباحثے بے حد مقبول رہے ہیں اور لوگ بڑی تعداد میں ان پروگراموں کو دلچسپی سے سنتے رہے ہیں۔ ریڈیو پر نشر ہونے والی خبریں اور حالاتِ حاضرہ پر تبصرے وغیرہ عوام کو اطلاعات پہنچانے کا اہم وسیلہ ہیں۔ ذیل میں ان پروگراموں کی تفصیل بیان کی جا رہی ہے۔

2.3.1 ریڈیو خبر

ترسلی والہاں کے نئے نئے ذرائع شروع ہونے کے باوجود ریڈیو کی اہمیت اور مقبولیت میں کمی نہیں آئی ہے بلکہ اس کے ڈیجیٹائزیشن کے بعد اس میں اضافہ ہی ہوا ہے۔ ایک ایسے ملک میں جہاں آج بھی ایک بڑی آبادی دیہی علاقوں میں رہتی ہے ریڈیو عوام تک پہنچنے کا اہم اور معتمد ذریعہ ہے۔ ہندوستان میں ہتنی رسانی آآل انڈیا ریڈیو کی ہے اتنی کسی اور کی نہیں ہے۔ خبروں کے حوالے سے بھی آآل انڈیا ریڈیو کی خدمات ناقابل فراموش ہیں اور ریڈیو پر نشر ہونے والی خبریں ہمیشہ مقبول رہی ہیں۔ خاص طور سے دور راز اور دشوار گز ارعلاقوں کے باشندوں کو مرکزی دھارے سے جوڑنے کا کام کیا ہے۔

ہندوستان میں ریڈیو پر خبریں نشر کرنے کا اختیار صرف آآل انڈیا ریڈیو کو ہی ہے۔ آآل انڈیا ریڈیو میں باضابطہ نیوز سروس ڈویژن (NSD) ہے جس کے تحت انگریزی اور ہندی کے علاوہ ہندوستان کی مختلف زبانوں کے شعبے ہیں جن میں اردو بھی شامل ہے۔ ان کے علاوہ آآل انڈیا ریڈیو کے External Services Division سے غیر ملکی زبانوں میں بھی خبریں نشر کی جاتی ہیں۔

29/03/2019 8:40
FIRAD

احمد و ماسون میں بارش کے تابع ملکی خاتم کرنے کی طرح سے رہا تھا
کاوش نے مددی بارش کا تجربہ کرنے کا تجربہ کیا ہے۔ رہاست میں پیدائشیں
سال پر تین پانچ اور پانچ کی تقریبی توقعی ہاتھ کے لئے رہائی تخدمت نے پیدائشی
کی مدست قائم شرکری اقدامات کرنے کا فیصلہ کیا ہے۔ جس میں مددی بارش کا
تجربہ گی تھا ہے۔ ہائل قدر بارشوں کی موجودگی میں پیدائشیں والے اس تجربے
کے لیے تھنچی صورتیں بھی کی شرکت کے قابل تھنچیں پیدائشیں کیا گیں۔ رہاست کے
مراحل میں، ۱۰:۳۰ اور ۱۲:۰۰ بجے اور مغربی بھر پڑھنے کی تھیں۔ جو بارشوں پر کمیکل
چجز کر مددی بارش کا تجربہ کیا جائے گا۔

رہاست میں شروع کی گئی چارہ چھاؤں میں تجھکوں کے دار یہ پہلی فراہم
کرنے کا فیصلہ گی کیا گیا۔ رہائی کا جنگلی دلیل تسلیکی میں پیدائشیں والے اس جلوں
کے بعد چھاؤں سے ہات کرتے ہوئے ہڈ اور ہال آہادکاری کے ورثے تباہ کر
رہاست میں کمپوں اور جنگلیوں کے لیے بھی چارہ چھاؤں شروع کرنے کا فیصلہ
کیا گیا ہے۔ اور موصوف نے تھلاک جانوروں کی دیکھ بھال کی عرض سے پارہ
چھاؤں میں رہائش پانچ کسان ٹانکاؤں کے لئے عارضی بیت اللہ تحریر کرنے کی
چادرت بھی اتنا تھی کہ وہ دی کی ہے۔

ایک General News Room میں مختلف نیوز ایجنسیوں سے
خبریں آتی ہیں جنہیں سمجھا کر کے الگ الگ زبانوں کے شعبوں کو بھیجا جاتا
ہے۔ یہ شعبے اپنی متعلقہ زبانوں میں اسے ترجمہ کر کے خبروں کا بلیٹن تیار
کرتے ہیں اور اسے برآہ راست پیش کرتے ہیں۔

آکاش و اندی دلی سے اردو میں صبح ۸:۵۰، دوپہر ۱:۵۰ اور رات سوا
نو بجے دل سے پندرہ منٹ کا خبر نامہ نشر ہوتا ہے جسے Home Bulletin
کہتے ہیں۔ آل انڈیا ریڈی یو کے External Service Division کے
تحت اردو سروس سے بھی دن بھر میں وقف و قفے سے اردو خبریں اور
خبروں کا خلاصہ نشر ہوتے رہتے ہیں۔

ریڈی یو خبروں کی زبان عام فرم ہوتی ہے۔ خبروں کا معاملہ نہایت
حساس ہے۔ کسی حادثے کی خبریں دیتے وقت اعداد و شمار کا خاص خیال
رکھا جاتا ہے۔ تیار کی گئی خبروں کو ریڈی یو پر پڑھنے یا نشر کرنے کا مرحلہ، بہت
اہم ہے۔ ریڈی یو پر خبریں اسٹوڈیو میں بیٹھ کر پڑھی جاتی ہیں جو برآہ راست
نشر ہوتی ہیں۔ اسی لیے تنظیم، جملوں کی ادائیگی، وقفہ یا ٹھہراؤ اور آواز کے
اتار چڑھاؤ اور لمحے کا خاص خیال رکھا جاتا ہے۔ بلیٹن کو اسٹوڈیو میں پیش
کرنے سے پہلے ہی ایک مرتبہ پڑھ لیا جاتا ہے۔ اس کی مشق کر لی جائے
تو غلطی کا امکان کم ہو جاتا ہے۔

ریڈی یو پر نشر ہونے والے بلیٹن میں خبریں پڑھنے والا سب سے پہلے ریڈی یو ایٹشن کا نام بتاتا ہے۔ مثلاً وہ اعلان
کرتا ہے کہ یہ آکاش و اندی ہے۔ پھر وہ اپنی زبان کی تہذیب کے اعتبار سے نیک خواہشات کا اظہار کرتا ہے۔ مثلاً اردو
میں ایٹشن کے اعلان کے بعد آداب کہا جاتا ہے۔ اس کے بعد نیوز ریڈر اپنानام بتاتا ہے۔ پہلے اہم خبروں کی
سرخیاں نشر کی جاتی ہیں۔ عام طور پر چھ سات خبروں کی اہم اطلاع کو بطور سرخی پیش کیا جاتا ہے۔ بلیٹن میں ہر شعبۂ
زندگی سے متعلق خبروں کو شامل کیا جاتا ہے۔ عموماً سرکاری سطح پر طے پائے اہم فیصلوں کو ترجیح دی جاتی ہے اور انھیں
اول خبر کے طور پر نشر کیا جاتا ہے۔ بلیٹن میں اہم عدالتی فیصلوں کو بھی شامل کیا جاتا ہے۔ کھیل سے متعلق اہم خبریں بھی
بلیٹن کا حصہ ہوتی ہیں۔ میں الاقوامی امور کو بھی پیش نظر کھا جاتا ہے۔ خبروں کے آخر میں وہی سرخیاں یا اہم خبریں
دوبارہ نشر کی جاتی ہیں جنہیں نیوز ریڈر نے خبروں کے آغاز میں پڑھا تھا۔

خبروں کے بلیٹن میں خبر کا دورانی خبر کی نوعیت کے مطابق طے پاتا ہے۔ کسی خبر کے لیے دو منٹ، کسی خبر کے
لیے اس سے کم اور کسی خبر کے لیے محض ۳۰ سینٹڑی کا وقت ہوتا ہے۔ بعض اہم خبروں کے دوران ساٹھ بائٹن بھی نشر
ہوتی ہیں۔ مثال کے طور پر وزیر اعظم کے کسی اہم بیان سے متعلق خبر کے دوران وزیر اعظم کی ریکارڈ کی ہوئی آواز

سنائی جاتی ہے۔ اسی طرح بعض خبروں میں کسی نمائندے کی آواز میں خبر کا کچھ حصہ سنایا جاتا ہے۔ مثلاً بنگال سے متعلق کسی خبر کا کچھ حصہ اگر کوکاتہ کے نمائندے کی زبان سے سنایا جاتا ہے تو خبر زیادہ معتبر معلوم ہوتی ہے۔ نمائندے کی آواز میں شامل حصے کو Voice Cast کہا جاتا ہے۔ اکثر ایک بلین میں دونوں Voice Cast شامل کیے جاتے ہیں۔

2.3.2 ریڈیو فیچر

ریڈیو فیچر ایک غیر انسانوی بیانیہ ہے۔ اس نشریاتی صنف کو ایک یا متعدد آوازوں میں پیش کیا جاتا ہے۔ یہ کسی بھی موضوع پر لکھے جاسکتے ہیں۔ اس کا دائرہ کار، بہت وسیع ہے۔ ریڈیو فیچر عام طور پر معلوماتی ہوتے ہیں اسی لیے موضوع سے متعلق جتنی معلومات جمع کی جائے اتنا ہی بہتر ہوتا ہے۔ مطلوبہ معلومات حاصل کرنے کے لیے تحقیق و جتنوں کی ضرورت ہوتی ہے۔

اردو سروس سے نشر شدہ فیچر

(تاریخ نشر 5 اگست 1988 رات نوبجے)

غالب کے خطوط

(بسیلسلہ اوراق مصور کے)

غالب نے اردو میں خطوط شوقی نہیں ضرورت کے تحت لکھنے شروع کیے تھے۔ خطوط نویسی میں اطھار کے امکانات نے بہت جلد ان میں چھپے ہوئے اس ننکار کو جگاد یا جو روایف اور قافیے کی مشقت سے تحک کر سو گیا تھا۔ پچاس برس کے بعد فنکار کے ذہن، جذبے اور فکر میں ہونے والی وہ تبدیلیاں جو تخلیقی عمل کے راستے میں روکاوت بن جاتی ہیں۔ نشر کے اس نئے وسیع اور کشاہد میدان میں غالب کے لے بہت بڑا اثاثہ ثابت ہوئے۔ خطوط نویسی غالب کی ڈینی آسودگی کا سب سے بڑا ذریعہ بھی تھا۔ بے شمار دوستوں میں گھر انسان تہارہ گیا تھا۔ 1857 کے ناکام انقلاب نے ہزاروں دوست، شاگرد اور مرحوم کے لھاٹ اتار دیے گئے تھے۔ اب نہ قلعہ کادر بار تھا، نہ مشاعرے اور نہ شام کی ادبی مغلیں۔ دیکھنے کس حسرت سے اور کس درد انگیزانداز میں غالب اپنے بچھڑے ہوئے دوستوں کو یاد کرتے ہیں۔ میر سرفراز حسین کو لکھتے ہیں کہ:

”وہی بالا خانہ اور وہی میں ہوں، سیر ہیوں پر نظر ہے کہ وہ میر مہدی آئے، میر سرفراز حسین
آئے، وہ یوسف مرزا آئے، وہ میرن آئے، یوسف علی خاں آئے، مرے ہو وہ کانا نہیں
لیتا۔ بچھڑے ہوئے میں کچھ نجگے ہیں۔ اللہ اللہ اللہ۔ ہزاروں کا میں ماتم دار ہوا۔ میں
مرلوں گا تو مجھ کو کون روئے گا۔“



غالب اپنے شاگردنشی ہرگوپال نقۃ کو لکھتے ہیں:

”النصاف کرو کتنا کشیر الاحباب آدمی تھی۔ کوئی وقت ایسا نہ تھا کہ میرے پاس دوچار دوست

نہ ہوتے ہوں۔ اب یاروں میں ایک شیورام برہمن، بال مکندا اور اس کا بیٹا یہ دو شخص ہیں کہ

گاہ گاہ آتے ہیں۔“

ایک اور خط میں تفتیہ کو لکھتے ہیں:

”میں اس تہائی میں صرف خطوط کے بھروسے پر بجیتا ہوں۔ یعنی جس کا خط آیا میں نے جانا کہ وہ شخص تشریف لایا۔“

غالب کا سب سے اہم مشغله خطوط نویسی ہی تھا۔ خطوط کے سہارے انہوں نے ایک بزم سجرا کھی تھی جس میں ان کے عزیز، دوست، معتقد، مداح اور شاگرد غرض سمجھی شریک تھے۔ اس بزم کی فضنا کش شفاقت، قصص اور تکلف سے پاک رہتی۔ غالب ان اہل بزم کو اپنے دکھ درد میں شریک کرتے اور اپنی نا کامیوں کا ماتم کرتے اور کامیابیوں پر خوشی اور مسرت کا اظہار کرتے ہی نہیں وہ اس بزم میں شریک ہونے والوں کی خوشی اور غم میں خود بھی برار کے شریک رہتے۔ غالب کے خطوط میں زندگی اپنی تمام رعنائیوں، دلکشیوں، بلندیوں، پستیوں اور پے چیدگیوں کے ساتھ جلوہ گر نظر آتی ہے۔ شاید ان میں ان کی آواز ہمیں کافی دور سے سنائی دیتی ہے۔ لیکن خطوط میں تو وہ ہمارے ساتھ بیٹھ کر ہم سے مونگنٹو ہیں۔ شاعری میں وہ ہمارے دکھ درد اور ہمارے نفسیاتی الجھنوں کا مدارا ایک مفلکر فلسفی، صوفی اور ایک اخلاق کے مصلح کی حیثیت سے کرتے ہیں۔

لیکن خطوط میں وہ ایک حقیقت پسند اور عملی انسان کی حیثیت سے ہمارے دکھ درد اور خوشی غم میں شریک ہوتے ہیں۔ ان خطوط میں ہمیں ایک منطقی دماغ کا نہیں بلکہ حساس اور دھڑکتے ہوئے دل اور وہ سانس جس سے زندگی کے وجود کا احساس ہوتا ہے۔

غالب کے خطوط مصور کے اوراق ہیں۔ جن میں مخصوص عہد کی بے شمار خوبصورت اور دلکش تصویریوں کے ساتھ خون کے آنسو رو لا دینے والے المناک مرقعے بھی ہیں۔ ان خطوط میں بہت بڑی تعداد میں تاریخی حقوق تاریخی اور ادبی شخصیتوں کے مرقعے محفوظ ہو گئے ہیں۔ عہد غالب کی سیاسی، سماجی اور تہذیبی زندگی کے مطالعہ کے لیے خطوط غالباً اہم ترین مأخذ ہے۔ غالب کی دنیا بہت وسیع ہے۔ اگر صرف ان انگریز عہدیداروں کا جائزہ لیا جائے جن سے غالب کے تعلقات تھے یا غالب نے جس سے پہنچن کے سلسلے میں رابطہ قائم کیا تھا۔ انہیں ویں صدی کے نصف اول کے ہندوستان میں برطانوی حکومت کی تاریخ کا بہت بڑا حصہ ہمارے سامنے آ جاتا ہے۔ اسی طرح غالب کے خطوط میں جن فارسی اور اردو شاعروں اور ادیبوں کا ذکر آیا ہے۔ ان کے حالات مرتب کیے جائیں تو فارسی اور اردو شاعروں کا اچھا خاصاً نہ کرہ تیار ہو جائے گا۔

غالب کے عہد کی بعض ریاستوں جیسے رام پور، بیکانیر، الور، بھرت پور، فیروز پور جھرک، لوہارو، اودھ، جے پور اور باندہ وغیرہ کے حالات پر خطوط سے خاصی روشنی پڑتی ہے۔ غالب کے خطوط پر بھر پور تبصرے کے لیے پوری کتاب چاہیے۔ یہاں میں غالب کے خطوط سے چند مرقعے پیش کرنا چاہتا ہوں۔ غالب کے ایک شاگرد میر مہدی محروم تھے۔ میر محروم کے دوست اشرف علی پہلی بار دلی آئے تو غالب سے بھی ملاقات کو حاضر ہوئے۔ غالب نے

مجروح کو خط میں میرا شرف علی سے ملاقات کا ذکر کرتے ہوئے لکھا۔ ذرا ان کا انداز بیان تو ملاحظہ کیجیے:

”کل دو پھر ڈھلے ایک صاحبِ انجینئرنگ سانوں سلو نے، داڑھی منڈھے،
بڑی بڑی آنکھوں والے تشریف لائے۔ تمھارا خط دیا۔ صرف ان کی ملاقات
کے تقریب میں تھا۔ ان سے اسم شریف پوچھا گیا۔ فرمایا اشرف علی، قومیت کا
استفسار ہوا تو معلوم ہوا کہ سید ہیں۔ پیشہ پوچھا تو حکیم نکلے۔ یعنی حکیم میر
اشرف علی۔ میں ان سے مل کر بہت خوش ہوا۔ بہت خوب آدمی ہیں۔ کام کے
آدمی ہیں۔“

کام کے آدمی ہیں۔ غالب کی ایک ملازمت ہیں بی وفادار۔ بہت دلچسپ شخصیت کی مالک۔ علاء الدین خاں
علاوی کے نام ایک خط میں انھوں نے ان کی شخصیت کا بہت دلچسپ اور دلکش خاکہ کھینچا ہے۔ لکھتے ہیں:

”بی وفادار جن کو تم کچھ اور بھائی خوب جانتے ہیں۔ اب تمھاری پھوپھی نے
انھیں وفادار بیگ بنادیا ہے۔ باہر نکلتی ہیں سودا تو کیا لائیں گی۔ مگر خلیق اور
ملنسار ہیں۔ رشتہ چتوں سے باتیں کرتی پھرتی ہیں۔ جب وہ محل سے نکلیں
گی، ممکن نہیں کہ اطراف شہر کا سیرنا کریں۔ ممکن نہیں کہ دروازے سے باہر
سپاہیوں سے باتیں نہ کریں گی۔ ممکن نہیں کہ پھول نہ توڑیں اور بی بی کو لے
جا کر نہ دکھائیں اور نہ کہیں کہ یہ پھول تائی چچا کے بیٹے کے کامی کے ایں کے
ہیں۔“

غالب کی ساری زندگی اپنی انا کی گلگھداری میں گزری لیکن عملی زندگی میں جب غالب کی انا با وحوادث کی
تپھیرے کھاتی ہے تو غالب اپنا مذاق اڑانے سے بھی بعض نہیں آتے۔ اپنے ایک شاگرد مرزا قربان علی بیگ سالک کو
لکھتے ہیں:

”یہاں خدا سے بھی توقع باقی نہیں مخلوق کا کیا ذکر۔ کچھ بن نہیں آتی۔ اپنا آپ
تماشائی بن گیا ہوں۔ رنج و ذلت سے خوش ہوتا ہوں یعنی میں نے خود کو اپنا
غیر تصور کر کیا ہے۔ جو دکھ مجھے پہنچتا ہے۔ کہتا ہوں کہ لوگ غالب کو ایک جوئی
گلگی۔ بہت اتراتا تھا کہ میں بڑا شاعر اور فارسی دان ہوں۔ آج دور دور تک
میرا جواب نہیں۔ لے اب تو قرض داروں کا جواب دے۔ یقین تو یوں ہے کہ
غالب کیا مرابڑا ملخ مردا، بڑا کافر مردا، ہم نے از را تقطیم جیسا بادشا ہوں کو بعد ان
کے آرام گاہ و عرش نشیمن کا خطاب دیتے ہیں، چوں کہ یہ اپنے آپ کو شاہ قلمرو
سخن جانتا تھا۔ ستر مقبرہ اور بادیہ زاویہ کا خطاب تجویز کر کھا ہے۔“

آگے چل کر غالب اپنی معاشی بدحالی کا جس طرح ذکر کرتے ہیں، اسے اس انداز میں لکھنے کے لیے ہاتھ بھر کا

لکھتے ہیں: کلیج چاہیے۔ ذرا ملاحظہ تو کیجیے۔

”آئیے نجم الدولہ بہادر ایک قرض دار کے گریبان میں ہاتھ، ایک قرض دار بھوگ سن رہا ہے۔ میں ان سے پوچھ رہا ہوں جی حضرت، نواب صاحب کہیے، اوغلان صاحب کہیے آپ سلجوقی اور افراسیابی ہیں۔ یہ کیا بے حرمتی ہو رہی ہے کچھ تو اکسو، کچھ تو بولو۔ بولے کیا بے حیا، بے غیرت، کوٹھی سے شراب، گندھی سی گلاب، بزار سے کپڑا، میوہ فروش سے آم، صراف سے دام، قرض لیے جاتا ہے۔ یہ بھی تو سوچا ہوتا کہاں سے دوں گا۔“

اس خط میں غالب کی انا کے شیش محل کے چکناچور ہونے کی جھکار سنائی دیتی ہے۔ بظاہر غالب نے اپنی کمزوریوں، معاشری بدحالیوں اور محرومیوں کا مضمکہ اڑایا ہے۔ لیکن اس بذلہ سنجی اور شوخی بیان کی تہہ میں ناقابل بیان ہٹنی کرب اور محرومی کا شدید احساس ہے۔

یہ صرف غالب کی واسطہ نہیں بلکہ 1857 کے ناکام انقلاب کے بعد اس پورے طبقے کی داستان ہے جو بھی منداقتزار پر جلوہ افروز تھا۔ جسے سلجوقی اور افراسیابی ہونے پر ناز تھا۔ لیکن اب وہ مہاجن کے قرض کی زندگی بسر کر رہا تھا۔

غالب نے اپنے عہد کے واقعات بہت دلچسپ انداز میں اس طرح لکھے کہ واقعات تاریخ کے ساتھ ساتھ ادب کا حصہ بھی بن گئے ہیں۔ غالب کی عظمت یہ تھی کہ وہ سخت نامساعد حالات میں بھی ہنسنے ہنسانے کا موقعہ نکال لیتے ہیں۔ حافظہ مومو کے مقدمے کا فیصلہ غالب کی زبانی ملاحظہ ہو۔ یہ 1857 کے بعد کی بات ہے۔ لکھتے ہیں:

”ایک لطیفہ پرسوں کا سنوا حافظہ موبے گناہ ثابت ہو چکے۔ رہائی پاچکے ہیں۔ حاکم کے سامنے حاضر ہوا کرتے ہیں۔ املاک اپنی مانگتے ہیں۔ قبض و تصرف ان کا ثابت ہو چکا ہے۔ صرف حکم کی دیر۔ پرسوں وہ حاضر ہیں۔ مسلسل پیش ہوئی۔ حاکم نے پوچھا۔ حافظ محمد منشی کون۔ عرض کیا کہ ”میں“ پھر پوچھا کہ حافظہ مومو کون، عرض کیا کہ ”میں“ اصل نام میر محمد بخش ہے۔ مومو مشہور ہوں۔ فرمایا یہ کچھ بات نہیں حافظ محمد بخش بھی تم، حافظہ مومو بھی تم، سارا جہاں بھی تم، جو کچھ دنیا میں ہے، وہ بھی تم۔ ہم مکان کس کو دیں۔ مسلسل داخل وفتر ہوئی اور میاں ممواپنے گھر چلے آئے۔“

ریڈیو فیچر میں سامعین کی دلچسپی برقرار رکھنے کے لیے بیانیہ میں انстро یو، موسیقی، شاعری اور صوتی اثرات وغیرہ کو بھی شامل کیا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر ہم ریلوے اسٹیشن کا منظر پیش کر رہے ہیں تو ریل گاڑی کی آواز سنانی ہوگی۔ لیکن ان سب عناصر کے درمیان توازن بہت اہم ہے۔ کوئی بھی چیز ضرورت سے زیادہ یا بہت کم نہ ہو۔ سامعین کو محسوس ہونا چاہیے کہ یہ واقع ان کی آنکھوں کے سامنے ہو رہا ہے اور یہی ایک اچھے فیچر کی خوبی ہے۔ ریڈیو فیچر تیار کرتے وقت

اس کا دورانیہ بھی ذہن میں ہونا چاہیے۔ اگر زیادہ طویل ہے تو اسے دقتلوں میں تقسیم کرنا بہتر ہوگا۔ اس سے سامعین کا تجسس بھی قائم رہے گا۔

پیش کے اعتبار سے ریڈ یو فیچر کو دوزمروں میں تقسیم کیا جاتا ہے:

1- پیانیہ فیچر

اس فیچر میں ایک یا اس سے زائد راوی ہوتے ہیں جو کسی موضوع پر سامعین سے راست خطاب کرتے ہیں۔

پیانیہ فیچر میں عام طور پر شخصیات، مقامات اور ادبی موضوعات وغیرہ کو پیش کیا جاتا ہے۔

2- ڈرامائی فیچر

اس فیچر میں کئی آوازوں کے درمیان مکالمہ پیش کیا جاتا ہے۔ مکالمے میں پوشیدہ اطلاع یا پیغام کو سامعین تک پہنچانا ہی اس کا اصل مقصد ہوتا ہے۔ اس میں عام طور پر سماجی مسائل اور تاریخی معاملات وغیرہ کو موضوع بنایا جاتا ہے۔

• ریڈ یو فیچر کی تیاری

1- تحریر

عام فہم زبان استعمال کی جائے تاکہ سامعین کو سمجھنے میں کوئی دشواری نہ ہو۔ ریڈ یو پرنٹر ہونے والا فیچر ہر طرح کے لوگ سنتے ہیں جن میں پڑھے لکھے، ناخواندہ، جوان، بوڑھے، مردوزن کے علاوہ اہل زبان اور غیر زبان داں شامل ہوتے ہیں۔ الفاظ کا انتخاب اور زبان کا استعمال ایسا ہونا چاہیے کہ ہر ایک تک ہماری بات پہنچ سکے۔ لکھتے وقت دورانیہ کو بھی ذہن میں رکھا جائے تاکہ فیچر کی طوالت میں کوئی بحث نہ ہو۔

2- موسیقی

موضوع کی مناسبت سے موسیقی کا انتخاب بھی ضروری ہے۔ مثلاً اگر کوئی تاریخی فیچر ہے تو ستار کی دھمکی دھن لی جاسکتی ہے جب کہ کسی اور پروگرام میں بانسری وغیرہ کی دھن استعمال کی جاسکتی ہے۔

3- صوتی تاثر (Sound Effects)

ریڈ یو فیچر میں صوتی اثرات نہایت اہم ہوتے ہیں ہے تاکہ سامعین کے تصور میں وہی پس منظر ابھر سکے جو ہم محسوس کرنا چاہتے ہیں۔ جیسے کسی اسپتال کے پس منظر میں مریضوں کے کراہنے، بچوں کے رو نے اور لوگوں کی مزاج پر سی کرنے کی آوازوں کے درمیان ڈاکٹروں کی بات چیت وغیرہ۔

4- انٹرو یو یا ساؤنڈ باسٹ

موضوع کی مطابقت سے کچھ بتیں یا آوازیں منقصہ اریکارڈ کر لی جائیں تو فیچر مزید بہتر بن سکتا ہے۔ مثلاً جگر مراد آبادی پر اگر کوئی فیچر تیار کر رہے ہیں تو آں آں تباہی ریڈ یو سے اُن کا کلام لیا جاسکتا ہے جو انہی کی آواز میں دستیاب ہے۔ اس طرح کسی سماجی مسئلے پر فیچر تیار کرتے وقت متاثر افراد سے بات چیت ریکارڈ کی جاسکتی ہے۔

ایک کامیاب ریڈ یو فیچر وہ ہے جسے سننے کے بعد سامع کو یہ احساس ہو کہ اُس نے کسی شخصیت سے ملاقات کی



ہے یا کسی موضوع کا احاطہ کر لیا ہے۔ ایک گھنٹے یا تیس منٹ کار ریڈیو فچر پیش کرنا اور سامعین کو پورے فچر کے دوران باندھے رکھنا، ایک بڑا چلتی ہوتا ہے۔ اسی لیے موضوع کا انتخاب کرنے سے لے کر، اطلاعات و معلومات جمع کرنے اور پھر اس میں بیانیہ، مکالمے، اشعار، موسیقی، نغمہ اور ڈرامے کے امتحان سے فچر کی پیش کش کے قابل بنانے تک، فچر ساز کو نہایت باریک بینی اور محنت و استقامت سے کام کرنے کی ضرورت ہے۔



2.3.3 ریڈیوٹاک

ریڈیوٹاک عام تقریر سے مختلف ہوتی ہے۔ جیسا کہ اس کے نام سے ظاہر ہے اس میں بات چیت کا انداز اختیار کیا جاتا ہے۔ ٹاک کسی بھی موضوع پر ہو سکتی ہے۔ اس میں سیاسی، سماجی، اقتصادی یا ادبی موضوع پر اظہار خیال کیا جاتا ہے۔ ٹاک لکھنے والا اس بات کا خیال رکھتا ہے کہ سننے والوں کو یہ محسوس نہ ہو کہ وہ کسی موضوع پر کوئی تقریر سن رہے ہیں۔ انھیں یہ احساس بھی نہ ہو کہ انھیں کسی کتاب سے کوئی اقتباس پڑھ کر سنایا جا رہا ہے۔ اس کے عکس سننے والوں کو ایسا لگے کہ ٹاک دینے والا انھیں مخاطب کر کے ان سے بات کر رہا ہے۔ اس طرح سننے والوں کی معلومات میں اضافہ ہو جاتا ہے اور وہ اس میں دلچسپی بھی محسوس کرتے ہیں۔

آل انڈیا ریڈیو میں ہر زبان میں ٹاک یونٹ موجود ہے اور یہاں سے ہندوستان کی مختلف زبانوں کے علاوہ غیر ملکی زبانوں میں بھی ٹاک نشر کی جاتی ہیں۔ اردو کے حوالے سے آل انڈیا ریڈیو کے دہلی اسٹیشن کی ”اردو مجلس“ اور External Services Division کے تحت آل انڈیا ریڈیو کی اردو سرویس کے تحت ریڈیوٹاک نشر کی جاتی ہیں۔ اردو کے بہت سے ادیبوں نے اپنی آواز میں آل انڈیا ریڈیو پر ٹاک پیش کی ہیں اور یہ آر کائیوز میں محفوظ ہیں۔

❖ ریڈیوٹاک کی تیاری

ریڈیوٹاک لکھنے وقت اس بات کا خیال رکھیں کہ یہ کسی کتاب سے نقل کی گئی نہ محسوس ہو۔ زبان عام فہم ہو، جملے بہت زیادہ طویل اور پیچیدہ نہ ہوں اور تحریر میں مناسب طور پر رسم و اوقاف کا خیال رکھا جائے یعنی وقفہ یا ٹھہر اور ہونا چاہیے۔ ریڈیوٹاک لکھنے کے لیے آپ اسی موضوع کا انتخاب کریں جس سے متعلق آپ کامل معلومات رکھتے ہوں۔ 10 سے 15 منٹ میں اپنی بات کہنی ہے۔ ریڈیو میں وقت کی پابندی بہت اہم ہے۔

ریڈیوٹاک لکھنے کے بعد ریڈیوٹاک کی پیشکش کا مرحلہ آتا ہے۔ اسے اسٹوڈیو میں ماںک کے سامنے پیٹھ کر رکارڈ کیا جاتا ہے۔ عام طور پر جو شخص ٹاک لکھتا ہے وہی اسے اپنی آواز میں ریکارڈ کرتا ہے۔ اس سلسلے میں اس بات کا خیال رکھا جاتا ہے کہ آواز کی سطح زیادہ بلند ہونے زیادہ پست۔ ریڈیو میں۔ براؤ کا سٹر کی خوبی ہے کہ وہ اپنی آواز اور انداز سے سامعین کی توجہ حاصل کرے۔

2.3.4 ریڈیو اثر ویو

ریڈیو پر نشر ہونے والے انٹرویو پبلے سے ریکارڈ کیے ہوئے ہوتے ہیں اور کبھی کبھی کسی اہم شخصیت کا انٹرویو براہ راست بھی نشر کیا جاتا ہے۔

براہ راست انٹرویو میں بہت احتیاط کی ضرورت ہوتی ہے جب کہ ریکارڈ کیے جانے والے انٹرویو میں غیر ضروری چیزوں کو نکالنے کی گنجائش ہوتی ہے۔ بہتر یہ ہے کہ انٹرویو پہلے ریکارڈ کر لیا جائے اور پھر نشر کیا جائے۔ موضوعاتی اعتبار سے ریڈیو کی اس نشریاتی صنف میں بہت وسعت ہے۔ اس کے ذریعہ مختلف فنون کے ماہرین اور شخصیات کا انٹرویولیا جاسکتا ہے۔

اس کے علاوہ کسی جشن، نمائش، میلے یا تقریب یا پھر کسی واقعہ یا حادثے کی بر موقع روپورٹ پیش کرنے کی غرض سے وہاں موجود عوام کے تاثرات معلوم کیے جاتے ہیں۔ یہ تاثرات اور مشاہدات بھی ریڈیو پر نشر ہوتے ہیں۔

♦ انٹرویو کی تیاری

ریڈیو انٹرویو کے لیے شخصیت کے انتخاب اور سوالات کی تیاری میں کم و بیش انھیں با توں کا خیال رکھا جاتا ہے جنہیں اخبارات کے لیے انٹرویو کے دوران پیش نظر رکھتے ہیں۔ لیکن چوں کہ یہاں سامعین کو انٹرویو دینے والے شخص کی آواز سننے کا موقع ملے گا اس لیے ممکن ہے کہ سامعین کے لیے اس شخصیت کی آواز انہماً توجہ کا باعث ہو۔ انٹرویو دینے والے سے سوالات اس طرح کیے جائیں کہ سخیدہ با توں کے ساتھ ساتھ کوئی مزاجیہ پہلو بھی سامنے آئے تاکہ سامعین اس میں زیادہ دلچسپی محسوس کریں۔ انھیں لگلے کہ ریڈیو کے ذریعے انھیں اپنی پسندیدہ شخصیت کے بارے میں انھیں کی آواز میں بلکہ چلکے انداز میں بہت سی معلومات مل رہی ہیں۔

ریڈیو پر چوں کہ تمام باتیں سنی جائیں گی اس لیے تلفظ کا خیال رکھنا ضروری ہے۔ کہیں ایسا نہ ہو کہ تلفظ کی ادائیگی میں غلطی ہو جائے اور سامعین کی طبیعت پر گراں گزرے۔

ریڈیو میں وقت کی پابندی لازمی ہے اسی لیے ریڈیو انٹرویو کرتے وقت اس بات کوڈھن میں رکھیں کہ انٹرویو کتنی دیر کرنا ہے تاکہ ضرورت سے زیادہ ریکارڈ نگہ نہ ہو جائے۔ مقررہ وقت کا خیال رکھیں اور اسی کے حساب سے انٹرویو کو مکمل کریں۔

ریڈیو کے لیے عام طور پر انٹرویو اسٹوڈیو بھی لیے جاتے ہیں لیکن اب انٹرویو اسٹوڈیو سے باہر بھی کیا جاسکتا ہے یعنی اسماڑ فون یا ایسے کسی دیگر GADGET پر اسے ریکارڈ کیا جاسکتا ہے جس کی آڈیو کو اٹھی بہتر ہو۔ اس وقت بھی ریڈیو اسٹیشنوں میں ایڈیٹنگ کی کمپیوٹر انڑڈ شیئنیں عام ہیں۔ ان کی مدد سے انٹرویو کو EDIT کرنے کے بعد ہی اسے نشر کیا جانا چاہیے۔

2.3.5 ریڈیو مباحثہ

ریڈیو پر مباحثہ کے لیے ایک موضوع پہلے سے طے کر لیا جاتا ہے۔ جس موضوع پر مباحثہ ہے اسی شعبے سے تعلق رکھنے والے حضرات کو مدعو کیا جاتا ہے تاکہ وہ بہتر طور پر اپنے خیالات کا اظہار کر سکیں۔ کسی بھی مباحثے میں کامر کنڈی رول ہوتا ہے۔ کیونکہ وہ اسے ایک سمت عطا کرتا ہے، گفتگو کو آگے بڑھاتا ہے اور وقفو قفے سے اپنی بات بھی رکھتا ہے۔ اپنی بات رکھنا بھی ضروری ہے کیوں کہ ایسا نہ گلے کہ وہ ہاں

میں ہاں ملارہا ہے۔ موضوع کے حوالے سے ماڈیریٹر کو مکمل اور تفصیلی معلومات ہونی چاہیے۔ پہلے سے ہوم ورک کر لیں یعنی سوالات تیار کر لیں اور معلومات سمجھا کر لیں۔ کسی بھی مباحثے میں ریڈیو پر خاص طور سے تین سے پانچ لوگوں کی شرکت مناسب رہتی ہے۔ ریڈیو کے لیے مباحثہ 30 منٹ سے 45 منٹ تک ہوتا ہے۔ اس دورانیہ کو ذہن میں رکھ کر ماڈیریٹر کو سمجھی شرکا کو برابر موقع دینے کی کوشش کرنی چاہیے۔ کسی کی طرفداری کا احساس نہ ہوا ورنہ ایسا لگ کہ ماڈیریٹر اپنے خیالات پر ب Lund ہے بلکہ شرکا کے جوابات سے متاثر اخذ کر کے مباحثے کو اختتام تک پہنچائے۔

مباحثے میں جذبات پر قابو رکھنا ضروری ہے۔ ضرورت سے زیادہ جذبات ریڈیو نشریات کے لیے مناسب نہیں اور مباحثے میں ایک خوش گوار ماحدول قائم رکھنا بھی ماڈیریٹر کی ذمہ داری ہے۔ جب کوئی اپنی بات کہہ رہا ہو تو اسے اپنی بات مکمل کرنے دیں رخصہ نہ ڈالیں۔ بحث بھر پور ہو تکرار نہ ہو۔ نظریات کا انکرا اور توہو کا اس کے لیے کسی بھی موضوع پر متفاہد خیالات رکھنے والے افراد کو مباحثے کے لیے مدعو کیا جائے۔ یہ نہ ہو کہ صرف حمایت میں بولنے والے ہی اشخاص موجود ہوں۔ یہ کسی مباحثے میں سامعین کی دلچسپی کے لیے ضروری ہے۔ ریڈیو کے لیے مباحثہ ایک ایسا مضبوط پلیٹ فارم ہے جہاں صحت مند گفتگو کے ذریعے سامعین تک کسی خاص موضوع سے متعلق معلومات اور دلائل پہنچانے کی کوشش کی جاتی ہے۔

2.4 ریڈیو جاکی

ریڈیو جاکی کا تصور نیا ہے۔ ایف ایم چینلوں کے متعارف ہونے کے بعد ریڈیو اناونسر یا ریڈیو پریزیٹر کی جگہ ریڈیو جاکی نے لے لی اور آج یہ روزگار کا ایک پرشش ذریعہ ہے۔ اسے عرف عام میں R.J. کہا جاتا ہے۔ ایف ایم ریڈیو نے آج باقاعدہ ایک مکمل صنعت کی صورت اختیار کر لی ہے اور ہندوستان میں بھی اس نے کم وقت میں چھوڑنہ ترقی کی ہے۔ اس میدان میں خاص کرونو جانوں کے لیے ریڈیو جاکی بننے کے بھرپور امکانات موجود ہیں۔

ریڈیو جاکی کے لیے کوئی طے شدہ فارمولہ نہیں ہے۔ ہر جا کی اپنی منفرد صلاحیتوں کے اعتبار سے شہرت اور مقبولیت حاصل کرتا ہے۔ البتہ اس میں کچھ صلاحیتوں اور خوبیوں کا ہونا ضروری ہے۔ مثلاً:

- دل کش آواز
- آواز کا انداز پر چھاؤ اور انداز پیش کش
- منفرد لب ولہج
- درست تنفس
- زبان پر قدرت اور روانی
- حاضر دماغی اور حاضر جوابی
- خود اعتمادی اور بے باکی
- جوش اور ولولہ
- تخلیقیت

- متن کی تحریر میں مہارت
- حالاتِ حاضرہ سے واقفیت
- شگفتگی اور خوش مزاجی
- موسیقی کا ذوق و شوق

ریڈ یوجا کی انھیں صلاحیتوں اور خوبیوں کی وجہ سے زبردست مقبولیت حاصل کرتے ہیں۔

ایک ریڈ یوجا کی مقررہ دورانیہ میں پروگرام پیش کرتا ہے۔ اس کی مکمل تیاری اسے کرنی ہوتی ہے۔ پروگرام کی نوعیت کے لحاظ سے نغموں کا انتخاب کیا جاتا ہے۔ موسیقی کا انتخاب پروگرام کے مودود اور سامعین کی دلچسپی کے موافق ہونا ضروری ہے۔ ریڈ یوجا کی اندازِ گفتگو اور دل کش موسیقی سے سامعین کو متوجہ رکھتا ہے۔ ریڈ یوجا کی بالکل ایسے بات کرتا ہے جیسے وہ اپنے کسی دوست سے گفتگو کر رہا ہو۔ کچھ پروگراموں میں سامعین سے بھی راستِ گفتگو ہوتی ہے۔ ان کے پیغام شامل کیے جاتے ہیں اور مہمان بھی مدعو کیے جاتے ہیں۔ ریڈ یوجا کی کوسی بھی موضوع پر پروگرام پیش کرنے کو کہا جا سکتا ہے۔ اسی لیے اسے ہنی طور پر تیار رہنا چاہیے۔ ریڈ یوجا کی کا بنیادی کام سامعین کی تفریخ ہے۔ البتہ اس ریڈ یوجا کی کو لوگ زیادہ پسند کرتے ہیں جو معلومات اور ثابت پیغام بھی سامعین تک پہنچاتا ہے۔

ایک ریڈ یوجا کی یا LR سے یہ توقع کی جاتی ہے کہ وہ ہمہ جہت صلاحیتوں کا مالک ہو اور ہر طرح کا پروگرام کر پائے۔ پروگرام کو پیش کرنے سے قبل ایک خاکہ اس کے ذہن میں ہوا اور پھر وہ اسے تحریری طور پر تیار کر لے۔ ریڈ یوجا کا بنیادی اصول لکھ کر بولنے کا ہے لیکن ایف ایم ریڈ یوجا بر جتنگی کی بہت گنجائش ہے۔ بات سے بات بنانے کا فن بہاں بہت کام آتا ہے اور سامعین کو متوجہ کرتا ہے۔

2.5 ٹیلی ویژن

ہندوستان میں ٹیلی ویژن کا آغاز 15 ستمبر، 1959 کو یونیسکو کے ایک پروجیکٹ کے تحت ہوا۔ اس کا مقصد سماجی بیداری اور تعلیم کا فروغ تھا۔ اس کے پروگرام ایک گھنٹے پر منی ہوتے تھے جنہیں بختے میں دو بار نشر کیا جاتا تھا۔ آل انڈیا ریڈ یو نے 1961 میں اسکول ٹیلی ویژن کے نام سے ایک پروجیکٹ شروع کیا۔ اس وقت ٹیلی ویژن آل انڈیا ریڈ یو کے ماتحت تھا۔ اس پروجیکٹ کا مقصد اسکولوں میں تعلیمی نصاب سے متعلق ایک گھنٹے کا پروگرام شروع کرنا تھا۔ 15 اگست 1965 کو روزانہ سروں کے طور پر ٹیلی ویژن کی ابتداء ہوئی۔ 1972 میں بھیتی کے ٹیلی ویژن سینٹر کا قیام عمل میں آیا۔ ابتداء میں اس کے پروگرام روزانہ ڈپڑھ گھنٹے نشتر کیے جاتے تھے۔ اس کے بعد 1975 تک کئی ٹیلی ویژن سینٹر قائم ہو گئے، جن میں سری نگر، امرتسر، ملکتہ، مدراس اور لکھنؤ وغیرہ اہم ہیں۔ 1975 میں ہندوستان میں سٹیلی اسٹ کے ذریعے پروگراموں کو نشر کرنے کی ابتداء ہوئی۔ اس کے تحت ان علاقوں میں بھی ٹیلی پروگراموں کی رسائی ہو گئی جہاں زمینی اسٹیشنوں سے ممکن نہ تھی۔ اب دیہی علاقوں سے متعلق کاشتکاری، آپاشی اور دیگر سماجی مسائل پر منی پروگراموں کو پیش کیا جانے لگا۔ کم جنوری 1976 سے ٹی وی کا کمرشیل استعمال ہونے لگا۔ 15 اگست 1982 میں رنگین ٹیلی ویژن نشریات کا آغاز ہوا۔ مارچ 1999 تک 1-DD کے پاس 1000 ٹرانس میٹر اور 2-DD (میٹر و چینل)

کے پاس 57 ٹرانسمیٹر تھے جن کے ذریعے ٹوی آبادی کے 87.9% حصے تک پہنچ چکا تھا۔ آج اس کی رسائی دنیا کے ہر خطے تک ہو چکی ہے۔ ٹیلی ویژن اپنی ترقی کی منزیلیں طے کرتے ہوئے اب تعلیم، تفریح اور اطلاع کا ایک اہم اور موثر ذریعہ بن چکا ہے۔ ٹیلی ویژن کے نشریاتی نظام میں تحرک تصویری اطلاعات کو ریکارڈ کر کے الیکٹر انک سکنل میں تبدیل کر دیا جاتا ہے۔ ایسے الیکٹر انک سکنل، ویڈیو سکنل میں منتقل ہو کر ٹوی اسکرین پر شبیہ کی شکل میں نظر آتے ہیں۔

2.6 ٹیلی ویژن پروگرام

ٹیلی ویژن پر مختلف معلوماتی اور تفریحی پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔ یہاں چند اہم پروگراموں کی تفصیل بیان کی جا رہی ہے۔

2.6.1 ٹیلی خبر

ٹیلی ویژن نشریات میں خبرنگاری کو اہم مقام حاصل ہے۔ اس میں آواز اور تصویروں کو ہم آہنگ کر کے پیش کیا جاتا ہے۔ تصویروں کی حیثیت زبان کی ہوتی ہے۔ کہا جاتا ہے کہ تصویریں بہت کچھ بولتی ہیں۔ ٹیلی خبر میں جو چیزیں تصویر میں دکھائی دے رہی ہوں، انھیں صرف لفظوں کے ذریعے نہیں بیان کیا جاتا۔ اس کے لیے یہ ضروری ہے کہ تصویروں اور لفظوں میں ہم آہنگی ہو۔ ٹیلی خبر کی پیش کش میں متواتر تبدیلیاں رونما ہوتی رہی ہیں۔ دور درشن پر نشر ہونے والی خبروں میں سنجیدگی کا خصوصی خیال رکھا جاتا ہے۔ البتہ جو چیزوں پر خبروں کے نشريے میں مختلف طریقہ کار استعمال کیے جاتے ہیں۔ اکثر خبروں کو وہ ایسے ڈرامائی انداز سے پیش کرتے ہیں جس میں اطلاعات کے ساتھ ساتھ تفریح کا سامان بھی ہوتا ہے۔



ٹیلی خبر کی زبان بھی سادہ اور سلیمان ہوتی ہے۔ ناظرین کو اس کی زبان آسانی سے سمجھ میں آ جاتی ہے۔ یہاں غیر ضروری باتوں سے پرہیز کیا جاتا ہے کیونکہ الیکٹر انک میڈیا میں وقت کی بڑی قیمت ہوتی ہے۔
ٹیلی خبر کے اہم عنصر مندرجہ ذیل ہیں:

❖ سرخی (Headline)

سرخی کسی خبر کا اہم حصہ ہوتی ہے۔ اس کے ذریعے خبر کی خاص باتیں ناظرین تک پہنچائی جاتی ہیں۔ سرخی میں الیکٹر انک سے کوئی بات نہیں ہوتی ہے جو اپنے ناظرین سامعین کو پوری خبر سننے یاد کیجھے کے لیے متوجہ کرتی ہے۔ سرخی کو مختصر اور کسی سلوگن یا نفرے کی طرح پیش کیا جاتا ہے۔ یہاں سلوگن یا نفرے سے مراد یہ ہے کہ سرخی کی صورت یا ساخت کامل جملے کی نہیں ہوتی ہے۔ نیوزبلیٹن میں ایک پرومو تیار کیا جاتا ہے جس میں چند اہم خبروں کی سرخیاں جمع کر لی جاتی ہیں۔ سرخی تیار کرتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہیے کہ سرخی وقت اور تصویروں میں ہم آہنگی ہو۔ سرخی کی بڑی خوبی یہ ہے کہ وہ سامعین کے تجسس کو برقرار رکھے۔ اس کی زبان آسان اور براہ راست ہونی چاہیے۔ طویل اور غیر ضروری الفاظ سے پرہیز کرنا چاہیے۔

❖ اینکر اسکرپٹ (Anchor Script)

ٹیلی خبر میں اینکر یعنی نیوز ریڈر کے لیے اسکرپٹ تیار کی جاتی ہے۔ یہ کسی بھی خبر کا پہلا حصہ ہوتی ہے۔ اس میں خبر کی اہم باتوں کو چار سے پانچ سطروں میں بیان کر دیا جاتا ہے۔ اینکر اسکرپٹ، نیوز ریڈر کے سامنے کمپیوٹر کے اسکرین پر موجود ہوتی ہے جسے وہ دیکھ کر پڑھتا ہے لیکن سامعین کو ایسا لگتا ہے کہ وہ بغیر دیکھنے خبریں پڑھ رہا ہے۔ اینکر اسکرپٹ مختصر ہوتی ہے اور اس میں خبر کو مختصر اپیش کیا جاتا ہے لیکن اسے سننے کے بعد سامعین میں مکمل خبر کو جانے کی خواہش پیدا ہو جاتی ہے۔ ایسی خبر جس میں اینکر خبر کو پڑھے اور وائس اور کے بغیر صرف ویژوالس (Visuals) کا استعمال کیا جائے تو اسے 'ڈرائی نیوز' کہتے ہیں۔ اگر اینکر وائس اور (Voice Over) اور بیان (Byte) کے بغیر زیادہ خبروں کو مسلسل پڑھتا جائے، تو اسے 'اسپیڈ نیوز' کہا جاتا ہے۔ اگر نیوزبلیٹن کے درمیان کوئی اہم خبر پیش کی جائے تو اسے 'بریکنگ نیوز' کہتے ہیں۔

❖ وائس اور (Voice Over)

ٹی وی اسکرین پر جب خبر دکھائی جاتی ہے اور اس وقت پس منظر سے جو آواز آتی ہے تو اسے وائس اور کہتے ہیں۔ عام طور پر طویل خبروں میں وائس اور کا استعمال ہوتا ہے۔ ایسی خبروں میں جہاں ایک سے زائد وائس اور کا استعمال ہوتا ہے وہاں اسکرپٹ پرو 1، وائس اور 2 اور وائس اور 3 لکھ دیا جاتا ہے۔ وائس اور میں خبروں کی تفصیل پیش کی جاتی ہے۔ خبر میں وائس اور کی تعداد ضرورت کے اعتبار سے طے کی جاتی ہے۔ ٹیلی ویژن کی زبان میں ایک مکمل خبر کو پڑھنے کہا جاتا ہے۔ جس میں اینکر اسکرپٹ + وائس اور - 1 + بائٹ (بیان) + وائس اور - 2 + بائٹ (بیان) + پیس ٹو کیسرہ (PTC) کا ذکر ہوتا ہے۔ نیوز اسکرپٹ تیار کرنے کے بعد ریکارڈنگ روم

میں واُس اور کوریکارڈ کیا جاتا ہے اور اسے ایڈیٹنگ روم میں ویڈیو فوٹج کے ساتھ ہم آہنگ کر دیا جاتا ہے۔ اس طرح ایک نیوز اسٹوری تیار ہو جاتی ہے۔ تیار شدہ خبر کی فائل یا سی ڈی پر خبر کا عنوان اور دو رانی درج کر دیا جاتا ہے۔

❖ بیان (Byte)

ٹوئی خبر میں کسی فرد یا ہم شخصیت کے بیان کی اہمیت ہے۔ بیان کا استعمال خبر کی حقیقت کو ثابت کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ اس سے سامعین میں خبر کی صداقت کا احساس پیدا ہوتا ہے۔ خبر کی روپرٹنگ میں عام طور پر کسی چشم دیدیا کسی ذمہ دار شخص کا بیان لیا جاتا ہے۔ روپرٹر بعض اوقات کسی حادثے یا جلسے جلوس کی جگہ سے لوگوں کے تاثرات جاننے کے لیے لا یواہنڑو یا یابائٹ پیش کرتا ہے۔ اس کی وجہ سے خبر کی تازگی اور کشش میں اضافہ ہو جاتا ہے اور خبر کو اعتبار کی سند حاصل ہو جاتی ہے۔ نیوز اسکرپٹ میں ایسے بائٹس کا استعمال واُس اور کے بعد ہوتا ہے۔

❖ عنوان یا سلگ (Slug)

نیوز اسکرپٹ میں ہر خبر کو ایک سلگ یا عنوان دیا جاتا ہے۔ اسی عنوان کے تحت اس خبر کو تیار کر کے اسے ٹیلی کا سٹ کیا جاتا ہے۔ خبر کا عنوان بہت مختصر ہوتا ہے۔ عنوان سے خبر کی شناخت ہوتی ہے۔ مثلاً نیوز اسکرپٹ، ریکارڈنگ، کاپی ایڈیٹر، کمپیوٹر آپریٹر، ٹیکنیکل ایڈیٹر اور پیمنل پروڈیوسر کے پاس تمام خبروں کی ایک فہرست ہوتی ہے۔ جس پر خبر کا عنوان درج ہوتا ہے۔ پیمنل پروڈیوسر عنوان کی فہرست کے مطابق اپنے معاونین کی مدد سے خبروں کو سلسلے وار ٹیلی کا سٹ کرتا ہے۔

❖ پیٹی سی (Piece to camera)

روپرٹر جب کسی مقام سے اپنی روپرٹ پیش کرتا ہے تو اسے ٹیلی خبر کی اصطلاح میں پی ٹی سی کہا جاتا ہے۔ روپرٹر عام طور پر خبر کے آخر میں پی ٹی سی پیش کرتا ہے لیکن ضرورت کے اعتبار سے وہ خبر کے درمیان میں بھی پی ٹی سی دے سکتا ہے۔ پی ٹی سی میں روپرٹ خبر کا تجزیہ اور اپنی رائے پیش کرتا ہے۔ یہ خبر کا بہت اہم حصہ ہوتا ہے۔ اس پیش کش سے خبر کی صداقت میں اضافہ ہوتا ہے اور روپرٹر کے فہم و ادراک کا اندازہ بھی ہوتا ہے۔

ٹیلی خبروں کی ساخت اور پیش کش میں نئی تکنیکوں کا اضافہ ہوتا رہتا ہے۔ ٹیلی خبریں اپنی روایتی پیش کش سے بہت آگے نکل چکی ہیں۔ آج کل ٹوئی وی چینیوں پر ان ڈورنڈا کرہ، آؤٹ ڈورنڈا کرہ، انٹر ویو، فون ان، موبائل جرنلزم، گراؤنڈ رپورٹنگ اور کرامر پورٹنگ وغیرہ پہنچی متعدد نیوز پروگرام دیکھے جاسکتے ہیں۔

❖ تحرک پیٹی (Ticker Scrolling)

ٹیلی ویژن اسکرین پر نیچے کی جانب ایک تحرک پیٹی مسلسل چلتی رہتی ہے جسے میڈیا اصطلاح میں ٹکر اسکرولنگ کے نام سے جانا جاتا ہے۔ اسکرولنگ پیٹی کے ذریعے اہم خبروں کو تحریری شکل میں اختصار کے ساتھ پیش کیا جاتا ہے۔ اس کا مقصود ناظرین کو تمام اہم خبروں سے آگئی اور ان کے متعلق مزید جاننے کی تحریک پیدا کرنا ہوتا ہے۔ اسکرولنگ پیٹی پر تازہ خبروں کو ہر وقت اپڈیٹ بھی کیا جاتا ہے۔ اسکرولنگ خبر کی خوبی یہ ہے کہ ناظرین و سامعین سے عموماً کوئی بھی

خبر چھوٹے نہیں پاتی یعنی وہ جب بھی ٹی وی سیٹ کے سامنے بیٹھتے ہیں، انھیں اسکرولنگ پڑی پر وہ خبریں نظر آجاتی ہیں۔ اسکرولنگ خبر کی ایک خصوصیت یہ بھی ہے کہ دور دراز علاقوں سے اگر کوئی خبر ٹیلی فون یا ایس ایم ایس کے ذریعے نیوز روم تک پہنچتی ہے تو اسے فوراً اسکرول پڑی پر درج کر دیا جاتا ہے۔ اس طرح وہ خبر لوگوں تک بروقت پہنچ جاتی ہے۔ اس میں ویژوں کی ضرورت نہیں ہوتی ہے۔ کسی مخصوص شخص کی راست تقریر کے اہم بیانات کو اسکرول پڑی پر درج کر کے پیش کیا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ اشتہار میں بھی اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ اس عمل سے وقت اور اخراجات کی بچت ہوتی ہے اور زیادہ سے زیادہ خبریں لوگوں تک پہنچائی جاتی ہیں۔

2.6.2 سیریل

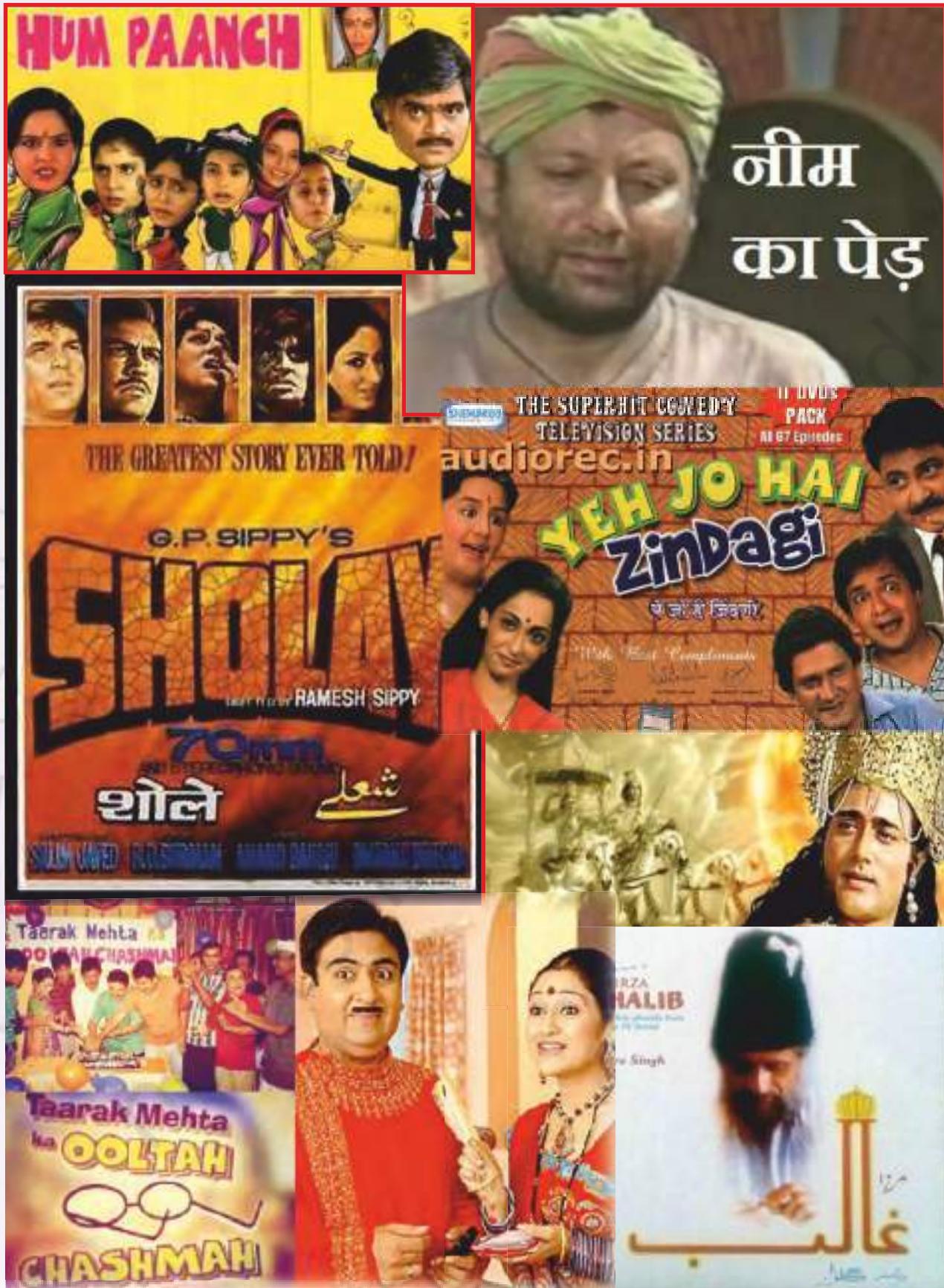
ٹیلی ویژن نشریات میں سیریل کو بہت مقبولیت حاصل ہے۔ یہ تفریق کا انتہائی دلچسپ ذریعہ ہے۔ اپنے خالی اوقات میں لوگ مختلف سیریل دیکھ کر محظوظ ہوتے ہیں۔ سیریل بنانے والے اپنے ناظرین کا خصوصی خیال رکھتے ہیں۔ وہ ناظرین کی پسند کے پیش نظر ہی سیریل کے موضوعات اور ٹیلی کاسٹ کے وقت کا تعین کرتے ہیں۔ تینیک، موضوع، مواد اور پیش کش کے اعتبار سے سیریل، فلمی ڈراما اور ٹیلی فلم سے بہت مختلف ہے۔ اگرچہ ڈرامائی پیش کش تیوں اصناف میں موجود ہے لیکن کہانی کا دائرہ کار جد اگانے ہے۔ ٹیلی ڈراما کا دورانیہ ایک سے ڈیڑھ گھنٹے پر محیط ہوتا ہے جب کہ سیریل مہینوں اور برسوں تک جاری رہتے ہیں۔ سیریل کے موضوعات کا کیوں وسیع ہوتا ہے۔ اس میں اتنی گنجائش ہوتی ہے کہ اسے طویل مدت تک پیش کیا جاسکے۔ طوالت کے معاملے میں سیریل، داستان اور ناول کے بہت قریب ہوتے ہیں۔

سیریل کی کہانی کو پہلے سطبوں (Episodes) میں تقسیم کر لیا جاتا ہے۔ ایک اپی سو ڈنام طور پر آدھے گھنٹے کا ہوتا ہے۔ جس میں عموماً آٹھ منٹ کے اشتہار کی جگہ بھی مختص ہوتی ہے۔ ایک اپی سو ڈنے سلسلے والی کہانی کی ایک کڑی ہے۔ اگرچہ اپی سو ڈنام کا حصہ ہوتا ہے لیکن ہر اپی سو ڈنے کا زادہ طور پر تیار کیا جاتا ہے۔ اس کی تشکیل اس طرح کی جاتی ہے کہ ناظرین کی دلچسپی قائم رہے۔ وہ ایک اپی سو ڈنے کو دیکھنے کے بعد مطمئن بھی ہو جاتے ہیں اور اگلے اپی سو ڈنے کے لیے ان کا تجسس بھی برقرار رہتا ہے۔

ناظرین کی یہ خواہش ہوتی ہے کہ وہ کم سے کم وقت میں زیادہ حصہ دیکھ سکیں۔ ناظرین کی دلچسپی قائم رکھنے کے لیے کرداروں کے مابین تکرار، بحث و تکرار، اونچی آواز میں گفتگو وغیرہ کا کہانی میں اہتمام لازمی ہے۔ بعض اوقات کرداروں کے درمیان جسمانی تکرار اور بھی دکھایا جاتا ہے۔ ایک اپی سو ڈنے کی بڑی خوبی یہ ہے کہ وہ واقعات کے ایک ایسے موز پر اختتام کو پہنچے، جہاں ناظرین یہ جانے کے لیے بے چین ہو جائیں کہ اب اس کے بعد کیا ہو گا اور وہ اگلا اپی سو ڈنے کے لیے مجبور ہو جائیں۔

چوں کہ سیریل کی کہانی بہت طویل ہوتی ہے اس لیے اس میں کرداروں کی بہتات ہوتی ہے۔ یہاں ہر کردار کی اپنی کہانی ہوتی ہے۔ ہر اپی سو ڈنے میں ان کی شناخت کو قائم رکھنا ضروری ہے۔ اگر کوئی کردار اپی سو ڈنے تک اسکرین سے باہر ہاتو وہ ناظرین کے دل و دماغ سے دور ہو سکتا ہے۔ سیریل کا اسکرپٹ نگار ضرورت کے تحت جب چاہے





کسی کردار کو مردہ قرار دینا ہے اور جب چاہے انھیں زندہ کر دیتا ہے۔ سیریل کے موضوعات زیادہ تر سازش، انتقام، ٹکراؤ اور بحث و تکرار کے ارد گرد گھومتے نظر آتے ہیں۔ ان کے علاوہ تہذیبی، تاریخی، مذہبی، ادبی اور مزاجیہ موضوعات پر بھی سیریل ہوتے ہیں۔

سیریل میں بہت سے واقعات ہوتے ہیں۔ اس لیے ان میں معنوی ربط اور سلسلہ لازمی ہے۔ سیریل کی کہانی میں دلچسپی قائم رکھنے کے لیے پہلے مسئلہ پیدا کیا جاتا ہے اور اس مسئلے کو نقطہ عروج اور انجام تک پہنچانے کے لیے تقریباً تیرہ سے چھیس اپی سوڑ تیار کیے جاتے ہیں۔ کہانی میں ایک مسئلہ ختم ہوتا ہے تو دوسرے مسئلے کی ابتدا ہو جاتی ہے۔ اس طرح یہ سلسلہ آئندہ قسطوں میں جاری رہتا ہے۔ کہانی میں ناظرین کی دلچسپی اسی وقت تک برقرار رہتی ہے جب تک اس میں کوئی مسئلہ، الجھن اور ٹکراؤ درپیش ہو۔

سیریل میں واقعات کی پیش کش میں نفسیاتی اعتدال بھی ضروری ہے۔ انسانی جبلت ہے کہ وہ مسلسل ایک کیفیت میں نہیں رہ سکتا۔ اس لیے اس کے نفسیاتی عمل کے پیش نظر ہی واقعات کی ترتیب ہونی چاہیے۔ مثلاً ایک اپی سوڑ میں اگر غم کی کیفیت پیش کی جائی ہے تو اسے بہت دیر تک قائم نہیں رکھنا چاہیے۔ ایسی صورت میں ناظرین ہی نی تھکاوٹ محسوس کرتے ہیں لہذا نفسیاتی کیفیات کی پیش کش میں اعتدال ضروری ہے۔ سیریل کی کہانی کی خوبی یہ ہے کہ وہ داستان کی طرح قصہ درقصہ، واقعہ درواقعہ مسلسل بڑھتی رہتی ہے۔ سیریل میں متفرق واقعات کو کچھ اس طرح پیش کیا جاتا ہے کہ وہ مختلف ہوتے ہوئے بھی آپس میں جڑے ہوتے ہیں۔

♦ سیریل کی تیاری

سیریل کی کہانی کو سب سے پہلے قسطوں میں تقسیم کر لیا جاتا ہے۔ سیریل کی ایک قسط عام طور پر آدھے گھنٹے کی ہوتی ہے جس میں تقریباً آٹھ منٹ کے اشتہار ہوتے ہیں۔ سیریل کی کہانی چوں کہ طویل ہوتی ہے لہذا اس میں ناظرین کی دلچسپی کو برقرار رکھنے کے لیے ہر لمحے تضاد، تجسس اور کشکش کی صورت قائم رکھنی ہوتی ہے۔ سیریل میں کہانی کو واقعہ درواقعہ کئی قسطوں میں پیش کیا جاتا ہے جب کوئی واقعہ اپنے نقطہ عروج کو پہنچ جاتا ہے تو دوسرے واقعے کی ابتدا ہوتی ہے اور اسی طرح یہ سلسلہ جاری رہتا ہے۔ سیریل کے ہر اپی سوڑ کی کہانی کچھ اس طرح لکھی جاتی ہے کہ اس کے تمام اہم کردار مکالمے ادا کرتے ہوئے کسی نہ کسی شکل میں پر دے پر نظر آ جائیں۔ آخر میں کہانی کو اس موڑ پر ختم



کیا جاتا ہے کہ ناظرین اگلے اپی سوڈ کو دیکھنے کے لیے بے صبری سے انتظار کریں۔ اس میں کردار بہت تیزی سے پردے پر آتے ہیں اور اپارول ادا کرتے ہوئے گزرجاتے ہیں۔ سیریل کی اسکرپٹ لکھنے کے لیے اسے دو حصوں میں تقسیم کر لیا جاتا ہے۔ پہلے حصے میں مکالمہ اور دوسرے میں اسکرین پلے یعنی منظر نامہ لکھا جاتا ہے۔ ہر اپی سوڈ کی اسکرپٹ میں کرداروں کے نام، دن برات، ان ڈور آؤٹ ڈور اور لوکیشن درج کر دیے جاتے ہیں۔ کہانی کو مکالمے کی شکل میں آگے بڑھایا جاتا ہے۔ اس کے سامنے دوسرے حصے میں منظر نامہ لکھا جاتا ہے۔ تاکہ کہانی کو فلم بندر کرتے وقت منظر نامے سے مددی جاسکے۔ اس طرح یہ سلسلہ ہر اپی سوڈ میں جاری رکھا جاتا ہے۔

سیریل میں اس بات کا خیال رکھنا چاہیے کہ اگر کسی تاریخ یا تہذیب کی پیش کش کی جا رہی ہے تو اس کی حقیقی تصویر یہی منظر عام پر آئے۔ تاریخ اور تہذیب سے چھپی چھاڑیا کسی قسم کی تبدیلی دشواری کا سبب بن سکتی ہے۔ اس کے علاوہ کہانی میں تجسس اور ڈرامائیت ہر لمحہ برقرار رکھنی چاہیے تاکہ ناظرین کی دلچسپی ہر اپی سوڈ میں قائم رہے۔

2.6.3 ٹلی فلم (Telefilm)

ٹلی فلم ٹلی ویژن کی ٹلی نشریات کی ایک صنف ہے۔ موضوع، مواد اور مقاصد کے اعتبار سے یہ ٹلی ڈراما سے قریب لیکن تکنیک کے اعتبار سے مختلف ہے۔ ٹلی ڈرامے کی تشكیل اور پیش کش اسٹوڈیو پر ہوتی ہے۔ اس لیے میں اسٹوڈیو کے لوازمات اور تقاضوں کا خاص خیال رکھا جاتا ہے جب کہ ٹلی فلم کی تشكیل اور پیش کش کا انحصار آؤٹ ڈورشوٹنگ پر ہوتا ہے۔ آؤٹ ڈورشوٹنگ کی وجہ سے ٹلی فلم میں کئی ایسی باتوں کی گنجائش ہوتی ہے جو ان ڈورشوٹنگ میں ممکن نہیں ہے۔ اس میں دلچسپ اور متحرک مناظر کی پیش کش میں آزادی ہوتی ہے۔ اس میں کھلے آسمان، اڑتے پرندے، اچھتے کو دتے جانور، بھیل جھرنے، بے کراں سمندر، اونچے نیچے پہاڑ، سڑکوں پر دوڑتی گاڑیاں، بازار کی چہل پہل اور فطرت کے پرکشش مناظر کو پیش کرنے کی پوری گنجائش ہوتی ہے۔ ایسے مناظر سے فطری اور حقیقی ہونے کا تاثر ابھرتا ہے۔ جب کہ ٹلی ڈراموں میں اسٹوڈیو کی پابندی کی وجہ سے اس کی گنجائش نہیں ہوتی ہے۔

ٹلی فلم اور فیچر فلم بھی موضوع اور تکنیک کے اعتبار سے ایک دوسرے سے مختلف ہوتی ہیں۔ ٹلی فلم چھوٹے پردے یعنی ٹلی ویژن کے لیے بنائی جاتی ہے جب کہ فیچر فلم بڑے پردے کے لیے۔ اس لیے مناظر اور صورت حال کی فلم بندی کرتے وقت اس بات کا لاحاظہ رکھا جاتا ہے کہ چھوٹے پردے کے لیے کیا مناسب ہے۔

ٹلی فلم میں نقلی سیٹ لگانے کی ضرورت نہیں ہوتی ہے۔ اس کے مناظر حقیقی اور اصلی ہوتے ہیں۔ اس لیے آؤٹ ڈور لوکیشن کی تلاش اور فلم بندی میں غور و خوض کی ضرورت ہوتی ہے۔ ٹلی فلم میں عام طور پر ایک ہی کیمرے کا استعمال ہوتا ہے۔ جس کے سبب کیمرے کا زاویہ بار بار بدلتا رہتا ہے۔ زاویہ بدلتے سے روشنی کے اہتمام کو بھی بدلتا ہے۔ کرداروں کی موثر تصویریں پیش کرنے کے لیے فلم بندی میں اچھی مہارت ہونی چاہیے۔ کیوں کہ یہاں ایک ہی کیمرے سے ہر زاویے کو فلم بند کرنا ہوتا ہے۔

ٹلی فلم میں آؤٹ ڈورشوٹنگ کی وجہ سے شور و غل کا مسئلہ بھی سامنے آتا ہے۔ ایسی صورت میں اسٹوڈیو میں مکالموں کی ڈیگنگ کرنی پڑتی ہے۔



ٹیلی فلم کے موضوعات ٹیلی ڈراما اور فیچر فلم کے مماثل ہو سکتے ہیں لیکن ٹیلی فلم کی مدت مختصر ہوتی ہے۔ اس کا اصل مقصد تفریح فراہم کرنا ہے۔ اس کے علاوہ تعلیم، معلوماتی، عامہ اور سماجی مسائل کو دلچسپ انداز میں پیش کرنا بھی اس کے مقاصد میں شامل ہے۔

♦ ٹیلی فلم کی تیاری

ٹیلی ویژن کے پیش نظر بنائی گئی فلم کو ٹیلی فلم کہا جاتا ہے۔ اس لیے ٹیلی فلم کی کہانی لکھتے اور بناتے وقت ٹیلی ویژن کے لوازمات اور تقاضوں کا خیال رکھنا ہوتا ہے۔ ٹیلی فلم چھوٹے پرے کے لیے بنائی جاتی ہے۔ اس کے تکنیکی وسائل محدود ہوتے ہیں اور فیچر فلم کے مقابلے مختصر ہوتی ہے۔ اس لیے ٹیلی فلم کی اسکرپٹ لکھتے وقت ان باتوں کا خیال رکھنا ضروری ہے۔ ٹیلی فلم میں تفریح فراہم کرنے کے علاوہ پیغام بھی دینا مقصود ہوتا ہے۔ لہذا سماجی مسائل کو تفریجی پیرائے میں پیش کرنا اس کی بڑی خوبی ہے۔ اس میں کسی ایک مسئلے پر ہی توجہ مرکوز کی جاتی ہے تاکہ اصل پیغام برقرار رہے۔ اس میں کہانی لکھنے اور اسے فلم بند کرنے کے وہی لوازمات اختیار کیے جاتے ہیں جو فیچر فلموں کے ہوتے ہیں۔ ٹیلی فلم کی اسکرپٹ میں بھی سین نمبر، کرداروں کے نام، لوکیشن، دن رات، ان ڈور آؤٹ ڈور، مکالمے اور منظرنامے لکھتے جاتے ہیں۔



2.7 سینما / فلم

ہندوستان میں سینما کا باقاعدہ آغاز فلم 'شری بندولیک' سے ہوا۔ یہ فلم 18 جون 1912 کو رویلینز ہوئی۔ اسے فلم ساز، ہدایت کار اور اسکرین رائٹر دادا صاحب پھاٹکے نے بنایا تھا۔ 1913 میں انھوں نے دوسری خاموش فلم راجا ہریش چندر بنائی۔

ہندوستان میں خاموش سینما کا دور 1931 تک رہا۔ پہلی بولی فلم 'عالم آرا' 1931 میں منظر عام پر آئی۔ 1940-50 کی دہائی میں کئی فلم سازوں نے فلمی صنعت کو استحکام عطا کیا۔ ان میں وی شانتارام، راج کپور، کے آصف اور محبوب خاں کے نام اہم ہیں۔ فلمی دنیا میں اردو کے ادیبوں کی خدمات ناقابل فراموش ہیں۔ انھوں نے فلم کی کہانی لکھنے، مکالمہ نگاری اور گیت کارجیسے سمجھی اہم شعبوں کو مستحکم کیا اور مقبولیت عطا کی۔

متوازی سینما تحریک کو 1940-60 کے دوران سنتیہ جیت رے، ریت وک گھٹک، بمل رائے، منال سین، خواجہ



احمد عباس، چیتن آندر اور گروڈت جیسی شخصیات کے ذریعے شناخت ملی۔ اس زمانے کو ہندوستانی آرٹ سینما کا 'سنہری دور' مانا جاتا ہے۔ اس کے ساتھ ہی کمرشیل فلموں کی مقبولیت روزافروں بڑھتی گئی۔ مدر انڈیا، مغل اعظم، شعلہ اور ڈل والے دہنیا لے جائیں گے، جیسی کمرشیل فلموں نے وہ مقام حاصل کیا کہ آج بھی انھیں قدر کی نگاہ سے دیکھا جاتا ہے۔ ابتدائی زمانے سے ہی سینما کو تفریح کے سب سے طاقت ور میڈیم کے طور پر مقبولیت حاصل رہی ہے۔ ہندوستانی سماج میں آج بھی فلمیں تفریح کا سب سے اہم ذریعہ ہیں۔ موضوع اور پیش کش کے اعتبار سے فلم کی متعدد اقسام ہیں۔ مثلاً یقچر فلم، آرٹ فلم، ڈاکو مینزی فلم، شارٹ فلم اور اشتہاری فلم وغیرہ۔

2.7.1 فیچر فلم

فیچر فلم تقریباً کی ایک مقبول ترین صنف ہے۔ یہ کہانی کو پیش کرنے کا ایک موثر سمعی و بصری میڈیم ہے۔ اس میڈیم میں کہانی کو بیان نہیں کیا جاتا بلکہ اس کے واقعات کو عملی شکل میں پیش کیا جاتا ہے۔

فلم کی کہانی کو تین حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ پہلے حصے میں کہانی کا تعارف ہوتا ہے۔ اس حصے کو فلم کی اصطلاح میں کہانی کو Establish یعنی قائم کرنا کہتے ہیں۔ ڈھانی سے تین گھنٹے کی فلم میں اس حصے کو بیس سے چھپیں منٹ میں ختم کر لیا جاتا ہے۔ اس حصے کی کامیابی اس بات میں ہے کہ کہانی اس سلیقے سے دوسرے حصے سے مربوط ہو جائے کہ روایی برقرار رہے۔ کہانی کا دوسرا حصہ طویل ہوتا ہے۔ اس میں کہانی کے متعدد واقعات کیے بعد دیگرے اسکرین پر آتے رہتے ہیں۔ تین گھنٹے کی فلم میں یہ حصہ دو سے سو ادھنٹے پر محیط ہوتا ہے۔ اس حصے میں کہانی کو اس مقام پر پہنچایا جاتا ہے جہاں سے آخری حصہ یعنی نقطہ عروج Climax شروع ہوتا ہے۔ کہانی میں نقطہ عروج کا حصہ بہت نازک اور حساس ہوتا ہے۔ کہانی جب اپنے نقطہ عروج پر پہنچ جاتی ہے تو ناظرین کو اس کے انجام کا بے صبری سے انتظار رہتا ہے اور وہ زیادہ دیکھ اس کا انتظار نہیں کر سکتے، اس لیے اس حصے کو بارہ سے پندرہ منٹ میں ختم کر لیا جاتا ہے۔

فلم میں کہانی کی ابتداء پھر ہونی چاہیے۔ ناظرین کی دلچسپی اور تجسس کو قائم رکھنا ضروری ہے۔ کہانی میں متعدد صورت حال کی پیش کش میں اعتدال رکھنا چاہیے۔ کہانی میں مزاح، سنجیدگی اور تصادم کا حسین امتزاج ہوتا ہے۔ گیت اور موسیقی سے بھی فلم کو آرائستہ کیا جاتا ہے۔ کسی فلم کی کامیابی میں جس طرح گیت کا اور موسیقار کا کردار ہوتا ہے اسی طرح مکالمہ زگار کا بھی اہم روٹ ہوتا ہے۔ فلم کی کہانی لکھنے کے بعد علاحدہ طور پر مکالمہ لکھا جاتا ہے۔ کچھ فلموں کے مکالمے اتنے مقبول ہو جاتے ہیں کہ وہ زمانے تک یاد رکھے جاتے ہیں۔

فلم مغلِ اعظم سے مکالمے کی مثال دیکھیں

سليم! مہابلی کا سامنا صرف ایک لوٹی کے لیے۔

جودھا:

نہیں! اس کے لیے جو میرے عہد میں مغرور مغلوں کی آبروا اور ہندوستان کی ملکہ بنے گی۔

شہزادہ سليم:

ہرگز نہیں! خود ار مغلوں کی آبرو، اتنی بلکی نہیں کہ ایک ناچیز لوٹی کے برابریں جائے۔ اور ہمارا ہندوستان کوئی تھا را دل نہیں کہ لوٹی جس کی ملکہ بنے۔

جودھا:

اور میرا دل بھی آپ کا کوئی ہندوستان نہیں جس پر آپ حکومت کریں۔

شہزادہ سليم:

تمھارے دل پر ہمارا کوئی اختیار نہیں لیکن خود تم پر ہمارا اختیار ضرور ہے۔ آختم ہماری اولاد ہو۔

جودھا:

ہاں میں آپ کی اولاد ہوں مگر مجھ پر ظلم ڈھاتے ہوئے آپ کو ذرا یہ سوچنا چاہیے کہ میں آپ کے گجر کا گلڑا ہوں۔ کوئی غیر یا کوئی غلام نہیں۔

شہزادہ سليم:

نہیں! سليم نہیں۔

جودھا:

تم ہمارے برسوں کی پر ارتھنا دل کا پھل ہو۔ ہماری زندگی بھر کا سرمایہ ہو۔ ہمارے لاڑ لے ہو۔ مگر یہ راحتی ہے۔ تم اس میں ہماری مفتا کوآوازنہ دو۔ ہماری گردن میں اپنی محبت کی زنجیر ڈال کر ہمیں ہمارے فرض کے دائرے سے باہر نہ کھینچو۔ ہماری ذمہ داری اور اپنے مرتبے کا لحاظ کرو۔ ہندوستان کی جان، رسوائی اور بدناہی کے گلے میں نہ آؤ۔ انارکلی کو اپنے دل سے نکال دو۔ میں تمھیں اپنے دودھ کا واسطہ دیتی ہوں۔

آپ مجھ سے اپنے دودھ کا معاوضہ مانگتی ہیں۔

شہزادہ سليم:

نہیں! سليم نہیں۔

جودھا:

تو پھر یوں نہیں! وہ آپ کا دودھ جو غون بن کر میری رگوں میں جی رہا ہے کہیں تو وہ سب آپ کے قدموں میں بہادوں۔ مگر مجھ سے اس کا سود وصول نہ کریں۔ مجھے اپنی قیمتی ہندوستان میں سے ایک ذرہ تک نہ دیں مگر انارکلی مجھے بھیک میں دے دیں۔ میں مہارانی جودھا کے جان و مال کا صدقہ اور شہنشاہ اکبر کی سلطنت کی خیرات مانگتا ہوں۔

شہزادہ سليم:

فلم کے لیے اسکرپٹ لکھنا ضروری ہے۔ فلم اسکرپٹ کے دو حصے ہوتے ہیں پہلا حصہ مکالمہ اور دوسرا حصہ

منظرنامہ ہوتا ہے۔ فلم اسکرپٹ کو سب سے پہلے سین میں تقسیم کیا جاتا ہے اور ہر سین کا علاحدہ اسکرپٹ لکھا جاتا ہے۔ ہر سین کی ابتداء میں سین نمبر، دن/رات، لوکیشن، اندر/باہر اور کرداروں کے نام درج کر دیے جاتے ہیں۔ اس عمل سے ہدایت کار کو یہ آسانی ہوتی ہے کہ کس سین کوس لوکیشن اور کس وقت فلم بند کرنا ہے اور کن کرداروں کو وہاں موجود رہنا ہے۔ فلم سازی کے دو ہم شعبے پروڈکشن اور ہدایت کاری ہیں۔ فلم کی شوٹنگ میں استعمال ہونے والی تمام اشیا کی فراہمی اور ضروریات کو پورا کرنا پروڈکشن شعبے کی ذمے داری ہوتی ہے۔ ہدایت کار کی ذمے داری فلم کی شوٹنگ مکمل کرنا ہے۔ ہدایت کار پروڈکشن شعبے سے ربط رکھتے ہوئے فلم کو مکمل کرتا ہے۔

شوٹنگ یا فلم بندی ایک فن ہے اور ہدایت کار کو اس فن میں مہارت ہوتی ہے۔ خیالات اور جذبات کو تصویر میں ڈھالنا بڑی فن کاری ہے۔ تصویر بھی تحریر کی طرح ایک زبان ہے اور وہ بہت کچھ بولتی ہے۔ تصویر کی زبان کو سمجھنا اور اسے اسکرین پر سلیقے سے پیش کرنا ہی اصل فن ہے۔ تصویر کی زبان اور مکالموں کے ماہین ہم آئینگ اور مطابقت ہونی چاہیے۔ سین کو فلم بند کرنے کے بعد سین نمبر اور اس کا دورانیہ درج کرنا ضروری ہے تاکہ ٹینکل ایڈیٹنگ کے دوران اس ہدایت سے مدد لی جاسکے۔ اسکرپٹ نگاری، فلم بندی اور ایڈیٹنگ کے مرحلے سے گزرنے کے بعد نمائش کے لیے پوری طرح تیار ہو جاتی ہے۔

❖ فلم اسکرپٹ کی تیاری

فلم اسکرپٹ لکھنے سے قبل رائٹر کوئی مرحلوں سے گزانا ہوتا ہے۔ رائٹر سب سے پہلے موضوع کا تعین کرتا ہے۔ اس کے بعد موضوع کی مناسبت سے واقعیتی ترتیب طے کی جاتی ہے۔ اس کے بعد فلم کی کہانی کو تین حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ پہلے حصے میں کہانی کا تعارف پیش کیا جاتا ہے۔ دوسرے حصے میں متعدد واقعات یکے بعد دیگرے دکھائے جاتے ہیں۔ تیسرا حصے میں کہانی کو نقطہ عروج تک پہنچایا جاتا ہے۔ اس کے بعد کہانی اپنے اختتام کو پہنچ جاتی ہے۔ فلم کی کہانی کو واقعیتی ترتیب کے اعتبار سے سین میں تقسیم کر لیا جاتا ہے۔ کہانی کو سین میں اس لیے تقسیم کیا جاتا ہے کہ اس سے اسکرپٹ لکھنے اور اسے فلم بند کرنے میں سہولت ہوتی ہے۔ فلم کی اسکرپٹ جب تیار ہو جاتی ہے تو علاحدہ طور پر مکالمہ لکھا جاتا ہے۔ یہاں یہ سمجھنا ضروری ہے کہ مکالمے کو اسکرپٹ نگار کہانی کے ساتھ لکھتا ہے لیکن اسے مزید، ہتر بنانے کے لیے مکالمہ زگاروں سے بھی مدد لی جاتی ہے۔ اگر فلم میں کوئی اپیشل ٹریپٹنٹ یا خصوصی طریقہ کارک استعمال کرنا ہو تو اسکرپٹ نگار اس کی نشاندہی اسکرین پلے میں کر دیتا ہے۔ مثلاً کوئی طویل سین، ہوائی جہاز یا اسٹیم کا استعمال، کسی ایک رنگ کی سودا سو گاڑیوں کا استعمال اور اونچے پہاڑیاں جیل جھرنے وغیرہ۔

ان دونوں فلموں میں اپیشل فیکش یعنی خصوصی تاثر کو بھی اہمیت حاصل ہو گئی ہے۔ اسکرپٹ لکھنے والا یہ تجویز بھی کرتا ہے کہ کہانی کے اعتبار سے کس قسم کے اپیشل فیکش فلم کی کامیابی کی صفائحہ ہو سکتے ہیں۔ فلم اسکرپٹ کو دو حصوں میں تقسیم کر لیا جاتا ہے۔ پہلے حصے میں مکالمہ اور دوسرے حصے میں اسکرین پلے یعنی منظر نامہ لکھا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ

اسکرپٹ میں سین نمبر، کرواروں کے نام، دن رات، اندر رباہر وغیرہ کا اندر اراج ضروری ہے۔ اس طرح کی تفصیل سے فلم بندی میں آسانی ہوتی ہے۔

2.7.2 دستاویزی فلم (Documentary Film)

یہ دستاویز پرمنی فلم ہوتی ہے اس لیے اسے دستاویزی فلم کہا جاتا ہے۔ اگر یہی لفظ ڈا کومنٹری، ڈا کومنٹ اور کمنٹری دو لفظوں کا مرکب ہے۔ یعنی ڈا کومنٹری فلم وہ ہے جس میں دستاویز کو منٹری کی شکل میں پیش کیا جائے۔ دستاویزی فلم میں کمنٹری یعنی بیانیہ کا ہونا لازمی ہے۔ ایسے حقائق جو ماضی میں گزر چکے ہیں اور جنہیں جانے میں عوام کی دلچسپی ہو سکتی ہے، انھیں دستاویزی فلم کے ذریعے منظر عام پر لا جاتا ہے۔

ڈا کومنٹری حقیقت یاد دستاویز پرمنی ہوتی ہے اس لیے اس میں تحقیق کی خصوصی اہمیت ہے۔ ڈا کومنٹری فلم ساز کو سب سے پہلے تحقیق کے مرحلے سے گزرنا ہوتا ہے۔ اس میں حقائق کو توڑ مردڑ کر پیش کرنے کی کوئی گنجائش نہیں ہے۔ اس میں موضوع سے متعلق تحقیق کے ذریعے مواد کو کیجا کر کے تسلسل کے ساتھ تحریر کیا جاتا ہے۔

ڈا کومنٹری میں عام طور پر انٹرویو کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ اسکرپٹ کو جب فلم بند کیا جاتا ہے تو ضرورت کے اعتبار سے انٹرویو کی جگہ متعین کر دی جاتی ہے۔ چوں کہ ڈا کومنٹری میں کہانی تو ہوتی نہیں ہے اس لیے ایسے انٹرویو کے ذریعے ناظرین کی دلچسپی میں اضافہ کیا جاتا ہے۔

ڈا کومنٹری میں ضرورت کے اعتبار سے تصاویر، خاکے اور گرفکس کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ مثلاً کسی تاریخی شخصیت پر ڈا کومنٹری بنائی جا رہی ہو تو اس میں تاریخی شخصیت کی تصویر اگر دستیاب ہے تو استعمال کی جاسکتی ہے۔ اسی طرح ضرورت کے مطابق گرفکس کے ذریعے بھی معلومات فراہم کی جاسکتی ہیں۔

ڈا کومنٹری میں موضوعات کی کوئی قید نہیں ہے۔ یہ تاریخی، تہذیبی، سماجی اور ادبی کسی بھی موضوع پر بنائی جاسکتی ہیں۔ اس میں عام طور پر عصری مسائل کو زیادہ جگہ دی جاتی ہے۔ ڈا کومنٹری کے موضوعات بنیادی طور پر مقصودی ہوتے ہیں۔ ڈا کومنٹری فلموں میں سماجی برائیوں کو اجاگر کرنے کی گنجائش ہوتی ہے اور سماجی اصلاح کا مام بھی لیا جاتا ہے۔

ڈا کومنٹری فلم فیچر فلم کے مقابلے مختصر ہوتی ہے۔ عام طور پر اس کا دورانیہ آدھے گھنٹے سے ڈیڑھ گھنٹے کے درمیان ہوتا ہے۔ ڈا کومنٹری کے موضوعات فیچر فلم کے مقابلے میں سنبھیدہ ہوتے ہیں۔ کیوں کہ اس میں کوئی افسانہ یا ڈرامائیں ہوتا ہے۔ اس لیے اسے دلچسپ بنانے کے لیے موسیقی اور دیگر آوازوں کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔

ڈا کومنٹری اسکرپٹ میں سین، شاٹ، منظر، خصوصی طریقہ کار وغیرہ کا ذکر بھی ضروری ہے۔ اس عمل سے فلم بندی کا مرحلہ آسان ہو جاتا ہے۔ اسکرپٹ میں جو منظر نامہ بیان کیا جائے، اس میں لفظی / صوتی اور تصویری تسلسل کو پیش نظر کھانا لازمی ہے۔ اس کا بنیادی مقصد ایسے حقائق کو منظر عام پر لانا ہوتا ہے جو عام طور پر لوگوں کی نظر وہ سے اچھل ہوتے ہیں یا کسی ایسے سماجی مسئلے کو اجاگر کرنا ہوتا ہے جس سے معاشرے میں بیداری اور ہم آہنگی پیدا ہوتی ہے۔ اس میں تصوراتی اور غیر حقیقی باتوں سے گریز کیا جاتا ہے۔

❖ دستاویزی فلم اسکرپٹ کی تیاری

ڈاکومنٹری دستاویز پر بنی فلم ہوتی ہے۔ اس میں سب سے پہلے موضوع کا انتخاب کر لیا جاتا ہے۔ اس کے بعد موضوع سے متعلق تحقیق کی جاتی ہے۔ تحقیق کے بعد جو مواد یا معلومات جمع ہوتی ہے ان کی ایک خاص ترتیب قائم کی جاتی ہے یعنی کیا چیز پہلے پیش کرتی ہے اور کیا بعد میں اور کسی حقیقت کو درمیان میں دکھانا ہے تاکہ دیکھنے والے کی دلچسپی قائم رہے اور موضوع کا حق بھی ادا ہو جائے۔ پیش کش کے اعتبار سے ڈاکومنٹری کی اسکرپٹ مکالماتی نہ ہو کر بیانیہ ہوتی ہے۔ اس میں اطلاعات کو کمنٹری یعنی بیانیہ کی شکل میں تحریر کیا جاتا ہے۔ بیانیہ کے درمیان ضرورت کے مطابق انٹرویوؤں وغیرہ کو بھی شامل کیا جاتا ہے۔ ڈاکومنٹری کی اسکرپٹ دو طرح سے لکھی جاتی ہے۔ ایک طریقہ یہ ہے کہ پہلے کمنٹری لکھی جاتی ہے اور اس کمنٹری کی بنیاد پر ڈاکومنٹری کو فلم بند کیا جاتا ہے۔ دوسرا طریقہ یہ ہے کہ ڈاکومنٹری میں دکھائی جانے والی تمام چیزوں کو فلم بند کر لیا جاتا ہے۔ فلم بند کی ہوئی تصاویر کی بنیاد پر کمنٹری بیانیہ لکھا جاتا ہے۔ یہ طریقہ زیادہ تر تاریخی یا شخصی ڈاکومنٹری میں استعمال کیا جاتا ہے۔ مثلاً دہلی کی تاریخی عمارتوں پر اگر ڈاکومنٹری فلم بنانی ہو تو ان عمارتوں کی پہلی فلم بندی کی جائے گی۔ اس کے بعد ان تصاویر کو ایڈٹ کیا جائے گا۔ اس طرح ڈاکومنٹری کی تصویری اسکرپٹ تیار ہو جائے گی جس کی بنیاد پر بیانیہ لکھا جائے گا۔ ڈاکومنٹری کی اسکرپٹ کو سیریل اور فلم کی طرح ہی دو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ پہلے حصے میں بیانیہ اور دوسرے حصے میں اسکرین پلے لکھا جاتا ہے۔ ڈاکومنٹری کی فلم بندی میں بیانیہ اور اسکرین پلے ایک دوسرے کے معاون ہوتے ہیں۔

2.7.3 اشتہاری فلم

میڈیا کے تقریباً تمام پروگراموں میں اشتہار کی بنیادی اہمیت ہوتی ہے۔ اشتہار مختلف موضوعات پر ہوتے ہیں۔ ان میں عام طور پر کسی کمپنی، سرکاری پالیسی، سیاسی جماعتوں کی مہم، سماجی اصلاح و بیداری مہم اور سیاحتی فروغ وغیرہ کی تشنیحہ شامل ہے۔ میڈیا میں اشتہار دینے کے لیے مذکورہ ادارے بڑی رقم ادا کرتے ہیں۔ اشتہار منافع کا ایک ایسا نظام ہے جس میں اشتہار دینے، لینے اور بنانے والے تینوں منافع حاصل کرتے ہیں اور آخر کار اس منافع پر مبنی تجارت کا بار صارفین کو اٹھانا پڑتا ہے۔ سامعین اور ناظرین میڈیا کے بڑے صارف ہیں۔ وہ پروگرام کو دیکھتے ہیں، وہ جتنا زیادہ پروگرام کو دیکھیں گے، اس پروگرام کا نقطہ شرح ہدف (Target Rating Point) یعنی اُرپی اتنا ہی بڑھے گا۔ اُرپی کی بنیاد پر اشتہار کی رقم کا تعین ہوتا ہے۔ اشتہار سازی کا دائرة اتساق ہو چکا ہے کہ فلم صنعت کی طرح ایک علاحدہ اشتہار کی صنعت کا قیام عمل میں آچکا ہے۔

اشتہار کا اصل مقصد اپنے برائند کی تشكیل کرنا، بازار میں اپنی گرفت مضمبوط کرنا، بازار کو وسعت دینا اور نئے علاقوں پر کرنا ہے۔

اشتہار کے لیے ضروری ہے کہ صارفین ان پر اعتماد کرتے۔ اس لیے اشتہار تیار کرتے وقت کوشش کی جاتی ہے کہ اس میں فراہم کردہ تمام اطلاعات صارفین کے دل کو چھو جائیں۔ اشتہار کے سلوگن میں ایسی کشش ہونی چاہیے کہ

صارفین متوسط ہوئے بغیر نہ رہ سکیں۔ اشتہار کی بڑی خوبی یہ ہے کہ اس کے سلوگن زبان زد ہو جائیں۔ کچھ سلوگن ان تنے مقبول ہوئے ہیں کہ وہ لوگوں کو آج بھی متاثر کرتے ہیں۔ جیسے ’یہ دو بوند زندگی کی، بیٹی بچاؤ، بیٹی پڑھاؤ، سب پڑھیں، سب بڑھیں، اور زندگی کے ساتھ بھی زندگی کے بعد بھی دغیرہ۔ صارفین کو متوسط کرنے اور ان میں اعتماد پیدا کرنے کے لیے موثر سلوگن کی فنکارانہ پیشکش ضروری ہے۔



ساماجی اصلاح جیسے نسلی بندی، تمباکو نوشی، کالا بازاری، پلس پولیو، ایڈس، سماجی ہم آئنگی، خاندانی منصوبہ بندی، حق رائے وہی کے استعمال، تعلیم کے فروغ وغیرہ کے متعلق اشتہاروں کے ذریعے عوام کو بیدار کیا جاتا ہے۔ عہدِ حاضر میں اشتہار کے شعبے میں خاصی ترقی ہوئی ہے۔ اشتہار کا استعمال رائے عامہ ہموار کرنے، رائے تبدیل کرنے اور عوام کو متاثر کرنے کے لیے بھی کیا جا رہا ہے۔ ایسے اشتہاروں سے سماجی اور سماجی ہم آئنگی کا فروغ ہوا ہے۔

چھپلے کچھ عرصے میں اشتہاری فلم کا تصور بہت تیزی سے ابھرا ہے۔ سماجی و سیاسی معاملات میں اب اشتہار کی اہمیت بہت بڑھ گئی ہے۔ اشتہار صرف کسی پروڈکٹ کی تشویہ نہیں ہے بلکہ سیاسی و سماجی مہماں کا ایک الٹو حصہ بن چکا ہے۔ سیاسی جماعتیں، اپنی مہم میں اشتہار کا خاطر خواہ استعمال کر رہی ہیں۔ انتخابی مہم کے ساتھ ساتھ حکومت کی پالیسیوں کی تشویہ اور توسعی میں بھی اشتہارات کا استعمال ہو رہا ہے۔ حکومتوں اور وزارتوں کی جانب سے بھی اپنی شبیہ کو بہتر بنانے کے لیے اشتہاری فلم بناؤ کی جاتی ہے اور اسے میڈیا کے ذریعے عوام تک پہنچایا جاتا ہے۔

♦ اشتہاری فلم کی تیاری

اشتہاری فلم کی متعدد اقسام ہوتی ہیں۔ اشتہاری فلم بنانے سے پہلے یہ طے کیا جاتا ہے کہ کس چیز کی تشویہ کرنی ہے، کسی حکومت روزارت کی خدمات کو عوام تک پہنچانا ہے، کسی سماجی بیداری یا مہم کے لیے اشتہار بنانا ہے، کسی سیاسی جماعت کے لیے انتخابی اشتہار کی تشكیل کرنی ہے یا پھر کسی بڑی کمپنی کی مجموعی طور پر برائنسگ کے لیے اشتہار بنانا

ہے۔ کیونکہ مذکورہ تماں اشتہار، اپنی ساخت، جم، دورانیے اور پیش کش کے اعتبار سے ایک دوسرے سے مختلف ہوتے ہیں۔ دراصل اشتہاری فلمیں مقصدی ہوتی ہیں۔ اس لیے اشتہار کی اسکرپٹ لکھنے وقت یہ خیال رکھنا چاہیے کہ اس کے مقصد کی ترسیل ہو رہی ہے یا نہیں۔ اشتہاری فلم میں نظرے، ٹیگ لائن سلوگن کی بڑی اہمیت ہے۔ ایسے پُر کشش سلوگن، صارفین کو اپنی جانب متوجہ کرتے ہیں۔ اس لیے اشتہار میں خوبصورت پنج لائن کا ہونا ضروری ہے۔ اشتہار میں جملے چھوٹے اور پُر کشش ہونے چاہئیں۔ انتخابی اشتہار، عام طور پر بڑے ہوتے ہیں۔ ان میں زیادہ باتیں کہنے کی گنجائش ہوتی ہے۔ ان میں قص، موسیقی، گیت، مکالمے اور طویل مناظر دکھائے جاسکتے ہیں لیکن پانچ سینئنڈ کے کسی اشتہار میں یہ سہولت نہیں ہوتی ہے۔ اشتہار کو کچھ اس طرح پیش کیا جانا چاہیے کہ ناظرین متوجہ ہوئے بغیر نہ رکھیں۔ اشتہاری فلم کو بھی اسکرپٹ نگاری کے عمل سے گزرنما پتا ہے یعنی اشتہار کی اسکرپٹ میں مکالمے اور اسکرین پلے کا لکھا جانا ضروری ہے۔ اسکرپٹ کے مطابق ہی اشتہار کو فلم بند کیا جاتا ہے۔

2.7.4 شارت فلم

‘شارٹ فلم’ میں ٹیلی ڈراما اور ٹیلی فلم کے عناصر پائے جاتے ہیں۔ شارت فلم ان کے مقابلے بہت مختصر ہوتی ہے۔ اس میں کسی ایک نقطہ نظر یا خیال کی پیش کش ہوتی ہے۔ حالیہ دنوں میں شارت فلموں کی مقبولیت بہت بڑھی ہے۔ اس کے موضوعات کا دائرہ پہلے کے مقابلے وسیع ہوا ہے۔ شارت فلموں میں جب سے عصری مسائل کو جگہ دی جانے لگی ہے، ان کی مقبولیت میں مسلسل اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ اس کی مقبولیت کے پیش نظر ہی شارت فلموں کے لیے علاحدہ فلم فیسٹیول کا اہتمام کیا جانے لگا ہے۔

‘شارٹ فلم’ چوں کہ مختصر ہوتی ہے لہذا اس کی پیش کش کا مرحلہ بہت نازک ہوتا ہے۔ اختصار کے ساتھ نقطہ نظر کی تکمیل انتہائی محنت طلب کام ہے۔ نشہ خوری کو بری لٹ ثابت کرنے، تیز رفتار ڈرائیورنگ کے نقصانات واضح کرنے یا اس طرح کے دیگر سماجی مسائل کو شارت فلموں میں جگہ دی جاتی ہے۔ ایسے پروگرام مختصر ہوتے ہوئے بھی اپنے آپ میں مکمل ہوتے ہیں۔

ایسی فلموں میں ڈرامائیت کا پورا پورا خیال رکھا جاتا ہے تاکہ ناظرین کی دلچسپی ہمہ وقت قائم رہے۔ ان میں کرداروں کے علاوہ اہم شخصیات کے اقوال، مقبول عام موسیقی، تصاویر اور کینوس پر بنائے ہوئے ایقچ وغیرہ کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔

ایسی فلموں کی مقبولیت کو دیکھتے ہوئے دور درشن نے شارت فلموں کی ایک سیریز ‘ذراسوپی’ کے نام سے پیش کی تھی۔ اس سیریز کو عوام نے بڑی دلچسپی سے دیکھا۔ اس کے تحت کم وقت میں مہارت، ڈرامائیت اور فنکاری کے ساتھ عصری مسائل کو پیش کیا گیا جیسے پانی و بجلی کو ضائع کرنا، گندگی پھیلانا، پارکنگ کا مسئلہ اور بالکنی میں گیل کپڑے پھیلانا وغیرہ۔ ایسی فلمیں ناظرین کو غور و فکر کرنے پر مجبور کرتی ہیں۔ شارت فلموں کی بڑی خصوصیت یہ ہے کہ ان سے عوام کی اخلاقی اور سماجی تربیت ہوتی ہے۔

پرمو (Promo)

شارٹ فلم کی ایک شکل پرمو (Promo) ہے۔ پرمو میں کسی پروگرام کا مختصر اشتہار ہوتا ہے۔ یعنی اس پروگرام کے خاص خاص پہلوؤں کو جمع کر کے پرمو بنایا جاتا ہے جس سے ناظرین میں اس پروگرام کو دیکھنے کی خواہش پیدا ہوتی ہے۔ پرمو میں نشر ہونے والے پروگرام کے وقت اور تاریخ کی تفصیل دی جاتی ہے لیکن اس کے ساتھ ساتھ پروگرام کے دلچسپیوں کو بھی پیش کیا جاتا ہے۔ ایسے پرمو کو دو پروگراموں کے درمیان خالی اوقات میں دکھایا جاتا ہے۔ اگرچہ پرمو، شارٹ فلم کی ایک شکل ہے لیکن اب اس کی اپنی الگ شناخت بن چکی ہے۔ ٹیلی ویژن پر تفریجی اور صحتی پروگراموں میں پرمو کا استعمال بڑے پیمانے پر ہونے لگا ہے۔ اگر کوئی سیریل لانچ ہوتا ہے تو اس کا پرمو اس کے لانچ ہونے سے قبل ٹوی اسکرین پر دکھایا جاتا ہے۔ اسی طرح ٹوی پر نیوزبلیٹن کا بھی پرمو بنایا جاتا ہے۔ ہر آدھے گھنٹے کے نیوزبلیٹن میں کم سے کم پانچ اہم خبروں کی سرخیوں کو پرمو کے طور پر شامل کر دیا جاتا ہے اور اسے آدھے گھنٹے کے درمیان دو تین بار دکھایا جاتا ہے جس کے سبب ناظرین میں پورے بلیٹن کو دیکھنے کا اشتیاق بڑھ جاتا ہے۔ بڑے پردوے کی فلموں میں بھی پرمو کا استعمال کیا جاتا ہے۔ ایسے پرمو میں فلم کے کچھ خاص میں، گیت اور مکالموں کو کچھ اس طرح پیش کیا جاتا ہے کہ دیکھنے والے متاثر ہوتے ہیں اور فلم کو دیکھنے کے لیے ان کا تحسس بڑھ جاتا ہے۔ اس کے علاوہ ٹیلی ویژن پر دکھائے جانے والے ایسے متعدد پروگرام ہیں جن کے پرمو بنائے جاتے ہیں۔ جیسے ریتلی شوز، فلم ایوارڈ شوز، سیریل ایوارڈ شوز اور ثقافتی تقاریب وغیرہ۔

شارٹ فلم کی تیاری

شارٹ فلم بہت مختصر ہوتی ہے۔ اس کی اسکرپٹ میں کم سے کم وقت میں اہم باتیں آجائی چاہیں۔ شارٹ فلم کے موضوع کا انتخاب کرتے وقت یہ خیال رکھنا چاہیے کہ اس میں سماجی مسائل کی نشان دہی ہو اور اس سے عموم میں بیداری پیدا ہو۔ ان میں کسی نہ کسی مقصود یا پیغام کی ترسیل کی جاتی ہے۔ فلم میں اثر پیدا کرنے کے لیے موثر مکالمے اور ڈرامائی فون کارانہ پیش کش کا لحاظ رکھنا چاہیے۔ شارٹ فلموں کو بھی دیگر فلموں کی طرح اسکرپٹ نگاری کے عمل سے گزرننا پڑتا ہے۔ جس کے تحت مکالمے اور اسکرین پلے لکھے جاتے ہیں اور انھیں فلم بند کرنے کے لیے سین نمبر، وقت، دن، رات، لوکیشن، ان ڈور آؤٹ ڈور اور کرداروں کے نام وغیرہ ہدایت کے طور پر درج کیے جاتے ہیں۔





نیومیڈیا / سوشن میڈیا

3.1 تعارف

کمپیوٹر نیکنالوجی کی مدد اور مختلف بر قی ذرائع ابلاغ کے استعمال سے فراہم کیے جانے والے متن و مواد کو ”نیومیڈیا“ کہتے ہیں۔ یہ میڈیا کی وہ قسم ہے جو کمپیوٹر کے ذریعے تخلیق پا کر کمپیوٹر کا غصر بن جائے اور اشتراک و تقسیم کے لیے کمپیوٹر نیکنالوجی پر ہی محصر ہو۔ عام طور پر نیومیڈیا کی ترکیب اس مواد کے لیے بھی استعمال کی جاتی ہے جو ضرورت کے وقت اخترنیٹ کے ذریعے دستیاب ہو سکے۔ یہ مواد کمپیوٹر، لیپ ٹیپ، ٹیب لیٹ، اسارت فون وغیرہ جیسی کسی بھی مشین (Device) پر دیکھا جاسکتا ہے اور یہ لوگوں کو عمل ظاہر کرنے اور تمثیر کرنے کے موقع فراہم کرتا ہے۔ علاوہ ازیں اس مواد کا عام لوگوں کے ساتھ اور سماجی طور پر عزیز وقار ب کے ساتھ آن لائن اشتراک کیا جاسکتا ہے۔ مثال کے طور پر ویب سائٹ (Website)، بلاگ (Blog)، مائیکرو بلانگ (micro blogging)، بر قی لہروں کے ذریعے سمعی و بصری نشریات (streaming audio and video)، بتکلف گفتگو کے لیے چیت روم (chat room)، ای-میل (email)، آن لائن برادری (online community)، سوشن میڈیا اور مقام براۓ اشتراک (social media and sharing platform)، موبائل اپیلی کیشن (mobile Application)، ویب اشتہارات (Web Advertising)، ڈی وی ڈی اور سی ڈی-روم میڈیا (DVD and CD-ROM)، تصوراتی دنیا (virtual world)، کمپیوٹر گیمس، انسان و کمپیوٹر کا اتصال (human-computer media)، رعمل پر منی کمپیوٹر تنصیبات (Interactive computer installations)، ڈیجیٹل ڈائٹ کا ٹیلی فون کے ساتھ انضمام کرنا جیسے انٹرنیٹ ٹیلی فون، اینی میشن (Animation) اور ڈیجیٹل کیسرہ وغیرہ۔

”نیومیڈیا“ کی اصطلاح رواۃتی میڈیا یعنی پرنٹ میڈیا، ریڈیو اور ٹیلی ویژن سے ہرگز متصادم نہیں ہے۔ بلکہ یہ میڈیا کی روایتی اقسام مثلاً مطبوعہ اخبارات و جرائد جیسے جامد یا غیر متحرک متن، بر قی لہروں پر منی ریڈیاٹی نشریات اور ٹیلی ویژن کے متحرک پروگراموں کا بہترین امتزاج ہے جو میڈیا کی توسعہ شدہ جدید ترین شکل ہے۔ تاہم پرداۃتی میڈیا کی طرف نہیں ہے بلکہ اس میں باہمی شمولیت، رعمل اور اشتراک کے موقع بہر حال موجود ہیں۔ وکی پیڈیا (wikipedia) نامی آن لائن انسلائکو پیڈیا ”نیومیڈیا“ کی ایک اچھی مثال ہے جو اخترنیٹ کے ذریعے ڈیجیٹل عبارت، تصویریں اور فلموں پر منی متن فراہم کرتا ہے۔ اس میں اشتراک کرنے والوں کی تخلیقی حصہ داری اور استعمال

کرنے والوں کی بازرسی (Feedback) کے علاوہ ایک بڑی مجلسِ ادارت کی تشکیل بھی شامل ہے جس میں دنیا بھر کے مدیر شامل ہوتے ہیں۔

اس طرح نیومیڈیا نے ہر خاص و عام کو اطہار کے فوری اور آسان موقع فراہم کیے ہیں۔

❖ نیومیڈیا کی وجہ تسبیح

اطلاعات رسانی کے تمام بر قیتی اور اختراعی طریقوں کو نیومیڈیا کہا جاتا ہے۔ دراصل یہ تحریری متن، گرفکس اور سمعی و بصری مواد کی آن لائن نشر و اشتاعت کا بالکل نیما میڈیم ہے۔ اسی لیے اسے نیومیڈیا کہا جاتا ہے۔

❖ ایک عام غلط فہمی کا ازالہ

یہ ایک عام غلط فہمی ہے کہ اکثر لوگ ”سوشل نیٹ ورک“ کو ہی ”نیومیڈیا“ سمجھ لیتے ہیں۔ دراصل یہ نیومیڈیا کا محض ایک چھوٹا سا حصہ ہے۔ ایسا نیٹ ورک جو ہمارے سماجی رابطوں کے لیے استعمال کیا جائے ”سوشل نیٹ ورک“ کہلاتا ہے۔ آج کے دور میں ”فیس بک“ اور ”واٹس ایپ“ اس کی عمدہ مثالیں ہیں۔

3.1.1 مقبولیت کی وجوہات

عہدِ حاضر میں نیومیڈیا کو تیزی سے مقبولیت حاصل ہوئی ہے۔ اس کا ایک اہم سبب یہ ہے کہ پرنٹ میڈیا (اخبارات و رسائل) اور الیکٹرینک میڈیا (ریڈ یا ور ٹیلی و ویژن) میں قارئین، سامعین اور ناظرین کو پانی رائے دینے کے موقع بہت کم حاصل تھے۔ ان کے مقابلے نیومیڈیا میں عوام کو فوری طور پر پانی رائے دینے کی آزادی حاصل ہے۔

نیومیڈیا معلومات کی اشتراک کا بہترین ذریعہ ثابت ہوا ہے۔ اسی لیے اسے شیئرنگ پلیٹ فارم بھی کہا جاتا ہے۔ اطلاعات و معلومات کا اپنے سماج اور ساتھیوں کے ساتھ تیزی سے اشتراک کرنے کی سہولت نے بھی نیومیڈیا کو مقبولیت بخشی ہے۔

اس کی مقبولیت کی ایک اور اہم وجہ یہ ہے کہ یہ استعمال میں آسان (User Friendly) ہے۔ کمپیوٹر کی دنیا میں مانگرو سافٹ ونڈوز اور موبائل فون میں اینڈ رائیڈ جیسے آپرینگ سسٹم کی ایجاد کے بعد نیومیڈیا کا استعمال انہائی آسان ہو گیا ہے۔ موبائل فون کی دنیا میں سنتے اسارت فون کی آمدنے اسے مزید تقویت بخشی ہے۔

کاروباری مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے بھی نیومیڈیا کے استعمال میں اضافہ ہوا ہے۔ اشتہارات کی سستی اور آسان ترسیل اور بیک وقت متعدد ایس ایم ایس (Bulk SMS) اور پیغام رسانی کی موبائل اپلی کیشن میں نشریات (broadcasting) کی ابتداء نے بھی اس کی مقبولیت میں اہم روپ ادا کیا ہے۔

3.1.2 دائرہ کار

نیومیڈیا کا دائرة بہت وسیع ہے۔ اس نے بھی اطلاعات کی بروقت اور تیز رفتار ترسیل کی سہولت فراہم کی ہے اور اجنبی افراد اوقام کے مابین رشتہ ہموار کرنے میں اہم کردار ادا کیا ہے۔ اس سے آن لائن تجارت میں ترقی ہوئی ہے۔ اس کی مدد سے ہم گھر بیٹھے اشیا کی خرید و فروخت کر سکتے ہیں۔ اس سے اشتہار کے شعبے کا فروغ ہوا ہے اور اشتہارات

تک عام لوگوں کی رسائی آسان ہو گئی ہے۔ ای بینکنگ کے ذریعے مالی لین دین اور صنعت و حرفت کے معاملات بھی طے کر سکتے ہیں۔ نیومیڈیا کا سب سے بڑا کارنامہ شخصی صحافت (Citizen Journalism) کا فروغ ہے۔ جس میں ہر شخص آزادانہ ایک صحافی کا کردار ادا کر سکتا ہے۔ آج ہمارے لیے قومی اور بین الاقوامی معاملات پر اپنی رائے کا انہصار اسی کے سبب آسان ہو گیا ہے۔ نیومیڈیا سے پروپیگنڈے یا تشویہ کا بھی بڑے پیمانے پر کام لیا جا رہا ہے۔ آج سیاسی جماعتیں اور تجارتی ادارے بھی نیومیڈیا کا بخوبی استعمال کر رہے ہیں۔ چوں کہ نیومیڈیا ایک آزاد اور غیر منظم ذریعہ اظہار ہے اس لیے ایسی صورت میں اس کے نامناسب استعمال کی گنجائش بھی رہتی ہے۔ ایک ذمہ دار شہری ہونے کی حیثیت سے اس کامناسب استعمال کرنا ضروری ہے۔

3.1.3 معلومات کا مأخذ

نیومیڈیا میں معلومات کا بیش بہا خزانہ ہے۔ اس میں کئی کتب خانے سمائے ہوئے ہیں جو مضمون کا تناظر و پس منظر بتاتے ہیں اور حقائق کی تصدیق و تردید کرتے ہیں۔ یہ میڈیا خبریں اور رائے نشر کرنے کا ذریعہ ہونے کے ساتھ ساتھ ایک صحافی کی معلومات کا مأخذ بھی ہے اور معلومات کی جا چکر نے کا، بہترین اور آسان طریقہ بھی۔

3.1.4 نیومیڈیا کا صحافی

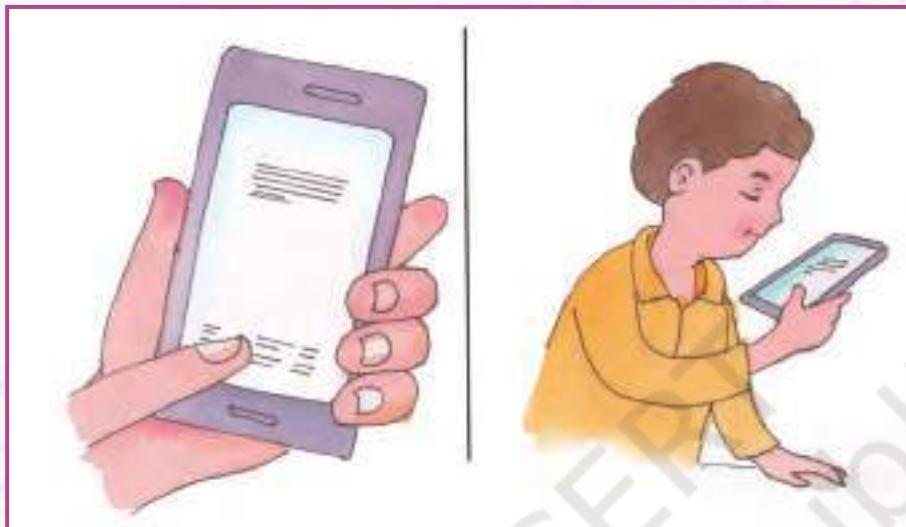
نیومیڈیا کے لیے کام کرنے والا صحافی اکثر مصروف رہتا ہے۔ اس پر ہمہ وقت اپنے کام کو پورا کرنے کی ذمہ داری ہوتی ہے اور اسے اطلاعات کو مختلف شکلوں میں پیش کرنے کی مہارت پیدا کرنی ہوتی ہے۔ مثلاً اسے تحریری، گرافکس، سمعی اور بصری مواد تیار کرنے کے علاوہ ایک اچھا فون گرافر، ایک ماہر کمپیوٹر داں اور اچھا ویب ماسٹر ہونا چاہیے۔ اہم بات یہ ہے کہ وہ نیومیڈیا کی طرز پر سوچنے کی صلاحیت بھی رکھتا ہو۔ یعنی اسے معلوم ہونا چاہیے کہ کون سی اطلاع پیش کرنے کے لیے کس آئے، یعنیک اور طریقہ کا رکھنا کو استعمال کرنا چاہیے۔ کسی مخصوص واقعہ کو ایک کہانی کی طرز پر پیش کرنا بہتر ہو گایا گرافکس کی شکل میں۔ اس میں ویڈیو کلپ کہاں آنا چاہیے اور آڈیو کہاں مناسب رہے گی؟ کسی مخصوص روپورٹ میں ان سمجھی تکنیکوں کا استعمال کیا جانا چاہیے یا محض چند ایک کا؟ غرض یہ کہ اس کے ذہن میں تحریری نقوش کے ساتھ ساتھ سمعی و بصری تصویرات بھی واضح ہونے چاہئیں۔

نیومیڈیا سے وابستہ صحافی کو مسلسل اپنے علم و فن میں اضافہ کرنے اور نئی تکنیکا لو جی سکھنے کی تگ دو میں لگے رہنا چاہیے۔ اسے تکنیکا لو جی کی قوت کا اندازہ ہونا بھی ضروری ہے۔ محض تکنیک سکھنے اور اس پر بغیر سوچ سمجھے عمل شروع کر دینے سے موثر صحافت کا حق ادا نہیں ہو سکتا۔

3.1.5 صحافت بذریعہ موبائل فون

موبائل فون کو اطلاع رسانی کے ایک آئے کے طور پر استعمال کرنے کو موبائل صحافت کہتے ہیں۔ آج کے دور میں اسے موجود (MoJo) یعنی موبائل جرنیزم (Mobile Journalism) کا نام بھی دیا گیا ہے۔ موبائل صحافی تیز رفتار اطلاع رسانی کے لیے اپنے موبائل فون کو کیسرے اور کمپیوٹر کے طور پر استعمال کرتا ہے۔ وہ کسی بھی واقعہ کو براہ

راستہ نشر کر سکتا ہے یا اس کی ریکارڈنگ کر کے موبائل فون پر ہی ایڈیٹنگ کر کے اسے اور فوری طور پر اپنے دفتر چھج دیتا ہے۔ اس کے لیے صحافی کو مستدربر ہنے کے ساتھ ساتھ نئی نئی موبائل اپلیکیشنوں سے بھی واقف ہونا لازمی ہے۔ موبائل فون کی کیسرہ کو اٹھ اور تیز رفتاری بھی اہمیت رکھتی ہے۔ اس لیے صحافی کے پاس جدید نیکنالو جی کا حامل فون ضروری ہے۔



3.2 انفرادی اطہار مرکوز میڈیا

نیومیڈیا میں فرد کے اطہار کو بڑی اہمیت حاصل ہے۔ کسی میڈیا کو تک تک نیومیڈیا نہیں کہا جا سکتا جب تک اس میں فر د کے رد عمل اور اشتراک کی گنجائش موجود نہ ہو۔ اس طرح ہم کہہ سکتے ہیں کہ یا ایک انفرادی اطہار مرکوز میڈیا ہے۔

3.2.1 سوشن نیٹ ورک میں اطہار کا طریقہ

سوشن نیٹ ورک سماجی رابطوں کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ ہمارے ملک میں سوشن نیٹ ورک کا جال بہت تیزی سے پھیل رہا ہے اور اس کے اچھے برے نتائج سامنے آ رہے ہیں۔ طالب علمی کے زمانے سے ہی سوشن نیٹ ورک پر اطہار خیال کرنے کے لیے یہ جانا ضروری ہے کہ:

- اطہار کیسے کریں؟
- سوشن نیٹ ورک کے لیے کیسے لکھیں؟
- اس نیٹ ورک کا استعمال کیوں اور کیسے کریں؟
- اس سہولت سے کس طرح فائدہ اٹھایا جا سکتا ہے؟
- دنیا بھر میں سوشن نیٹ ورک کا استعمال کس طرح ہو رہا ہے؟
- اس کا مثالی استعمال کیسے کیا جانا چاہیے؟

سوشل نیٹ ورک پر ہم تحریری، تقریری اور تخلیقی طور پر اظہار کر سکتے ہیں۔ اس کے لیے ہمارے ملک میں واٹس ایپ، فیس بک، ٹوٹر، یوٹیوب، انٹرگرام اور گوگل پلیس وغیرہ جیسے نیٹ ورک (ویب سائٹ اور موبائل اپلیکیشن) بہت مقبول ہیں۔ ذیل میں ان کی تفصیل پیش کی جا رہی ہے:

3.2.2 واٹس ایپ (WhatsApp)



واٹس ایپ پیغام رسانی کی ایک موبائل اپلیکیشن ہے۔ آج کل یہ بہت مقبول ہے اور اس امرٹ فون رکھنے والا تقریباً ہر شخص اسے استعمال کرتا ہے۔ اس میں انفرادی طور پر تحریری، تصویری اور ویڈیو کلپ بھیجنے اور وصول ہونے کے علاوہ اجتماعی اشتراک کی بھی سہولت موجود ہے۔ آپ گروپ بنا کر اس میں گپ شپ اور اطلاعات کا تبادلہ بھی کر سکتے ہیں۔ پیغام، تصویر، فون نمبر اور سافٹ فائل کے علاوہ لوکیشن کا بھی اشتراک کیا جاسکتا ہے تاکہ کوئی مہمان راستہ نہ بھول پائے اور گوگل میپ پر آپ کی لوکیشن دیکھ کر منزل مقصود پر پہنچ جائے۔ اب واٹس ایپ کے ذریعے رقم کی لین دین بھی ممکن ہے۔

3.2.3 فیس بک (Facebook)



یہ ایک نہایت مقبول سوшل نیٹ ورکنگ سائٹ ہے جس نے اب ایک موبائل اپلیکیشن بھی جاری کر دی ہے۔ فیس بک استعمال کرنے والے کسی فرد کی ٹائم لائن پر اُس کے ذریعہ پوسٹ کیے گئے تمام مواد کا مطالعہ اور تحریر یہ کیا جاسکتا ہے۔ اسی طرح اس کی وال پر پوسٹ کیے گئے تمام متن کا جائزہ کے لیے کسی خاص چیز کو پسند کرنے، کسی پر عمل کا اظہار کرنے، تبصرہ کرنے، اشتراک کرنے، اس دوست کی وال پر پیغام تحریر کرنے، اس کے دوستوں کی فہرست پر غور و خوض کرنے کی سہولت دستیاب ہے۔ اسی طرح دوسرے لوگ آپ کی وال اور ٹائم لائن کا مشاہدہ کر سکتے ہیں۔ اس میں انفرادی پیغام بھیجنے کی بھی گنجائش ہے۔

3.2.4 ٹوٹر (Twitter)



ٹوٹر ایک مائیکرو بلاگنگ سائٹ اور اپلیکیشن ہے۔ مختصر اطلاعات اور پیغام رسانی کے لیے یہ انتہائی مقبول ہے۔ ہمارے ملک کے عوام، مشہور شخصیات، کاروباری اور پیشہ و رفراہ، دانشور طبقے اور صحافیوں کے علاوہ سیاسی رہنماؤں نے بھی اس کا استعمال شروع کر دیا ہے۔ لاکھوں اور کروڑوں لوگ ایک ایک شخص کو فالو (Follow) کر رہے ہیں۔ آپ بھی اپنی پسند کے لوگوں کو فالو کر سکتے ہیں۔ ایسی صورت میں اس شخص کے ذریعے کوئی بھی ٹوٹ کرتے ہی آپ کے پاس ایک نوٹیفیکیشن آئے گا۔ آپ اس ٹوٹ کو پسند کر سکتے ہیں، اس کا جواب تحریر کر سکتے ہیں، اس ٹوٹ کا حوالہ دے سکتے ہیں اور اس کا اشتراک کر سکتے ہیں۔

3.2.5 یوٹیوب (YouTube)

یوٹیوب ایک ایسی ویب سائٹ ہے جس پر ہر طرح کے ویڈیو میں گے۔ آپ یہ ویڈیو دیکھ سکتے ہیں، اُن کو پسند یا

ناپسند کر سکتے ہیں، اُن پر تبصرہ کر سکتے ہیں، انھیں ایک دوسرے کو بھیج سکتے ہیں اور انھیں محفوظ بھی کر سکتے ہیں۔ یہ ویڈیو یوٹیوب استعمال کرنے والوں نے ہی آپ لوڈ کیے ہیں۔ یوٹیوب چینل بنانے کا پہنچیں مگر پسند و دیہی یوٹیوب لوڈ کر سکتے ہیں۔

3.2.6 انشاگرام (Instagram)

انشاگرام ایک موبائل اپیلیکیشن ہے جو تصویریں کھینچنے، انھیں ایڈٹ کرنے اور شیئر کرنے کے لیے مقبول و معروف ہے۔ اس پر ویڈیو بھی آپ لوڈ کی جاسکتی ہیں۔ اسی کو اپنے اکاؤنٹ کو محض دوستوں تک محدود رکھنے یا سب کے لیے عام کرنے کا اختیار ہوتا ہے۔ اس پر اپنے دوستوں، افراد خانہ، مشہور شخصیات وغیرہ کو فالو کر سکتے ہیں۔ اُن کے ذریعے آپ لوڈ کی گئی تصویریں اور فیمیں پسند کرنے، اُن پر تبصرہ کرنے اور ان کا اشتراک کرنے کے علاوہ انھیں اپنے منتخب ذخیرے میں جمع بھی کر سکتے ہیں۔



3.2.7 گوگل پلس (Google+)

گوگل پلس انٹرنیٹ پر تنی ایک سو شل نیٹ ورک ہے۔ سرکل (Circle) اس کا خاص پلیٹ فارم ہے جو لوگوں کو کسی خاص ہدف یا فلاجی کام سے متعلق اطلاعات کے تبادلے کی سہولت مہیا کرتا ہے۔ اس کے علاوہ پیغامات کا تبادلہ، پسند و ناپسند، اشتراک اور تبصرے وغیرہ بھی گوگل پلس کی خوبیاں ہیں۔

واٹس ایپ، فیس بک، ٹوٹر، یوٹیوب، انشاگرام اور گوگل پلس جیسے نیٹ ورک (ویب سائٹ اور موبائل اپیلیکیشن) کے بارے میں مختصر معلومات کے بعد اس پر غور کریں گے کہ سو شل نیٹ ورک پر تحریری، تقریری اور تحقیقی طور پر کس طرح اطہار کیا جاسکتا ہے۔ اس ضمن میں درج ذیل باتوں کو دھیان میں رکھنا ضروری ہے:

ہمارا ملک ایک خود مختار، سماجی، سیکولر عوامی جمہوری ہے۔ اس لیے ضروری ہے کہ ہم خود کو ان حدود میں رکھیں اور اطہار کی آزادی کے نام پر کوئی ایسی بات نہ کہیں جس سے ہمارے ملک کی بنیادی شیعیہ پر کوئی حرفاً آئے۔

ہمیں اپنے ملک کی سماجی اقدار کی پاسداری بھی کرنی چاہیے۔

ہمیں مذہبی رواداری کو ہمیشہ ملحوظ رکھنا ہوگا۔

ہمارے لیے جمہوری اقدار ہمیشہ مقدم رہنی چاہیے۔

ہمارے الفاظ سے کسی کی دل تشنی یا دل آزاری نہ ہو۔

سو شل نیٹ ورک پر کچھ بھی تحریر کرنے یا آپ لوڈ کرنے سے پہلے اس پر اچھی طرح غور و فکر کر لیں۔

ہمیشہ نرم لمحے میں گفتگو کریں اور مہذب زبان کا استعمال کریں۔

اہم الفاظ سے پہلے بیش ٹیک (#) لگادیں جس سے ولفاظ نمایاں ہو جائے اور تلاش کرنے والے کو آسانی سے مل سکے۔



عبدالقوی دستوری (1930-2011)

سوشل نیٹ ورک کا استعمال ہمیشہ تعلیمی، ترقیاتی، فلاجی کاموں کے لیے کریں۔ ➡

آج کے مقابلہ جاتی دور میں سوشنل نیٹ ورکنگ کو تدریس و آموزش کے لیے بھی استعمال کیا جا رہا ہے۔ ➡

آپ اپنے ہم جماعتوں کے گروپ بنا کر ان سے خیالات اور معلومات کا تبادلہ کر سکتے ہیں۔ ➡

دنیا میں تقریباً ہر چیز انسانی، بہتری اور فلاح کے لیے ایجاد کی گئی ہے۔ لیکن ہمارا طریقہ استعمال اُس چیز کے اچھے یا بے ہونے کا فیصلہ کرتا ہے۔ یہ نیٹ ورک بھی اچھے کاموں کے لیے بنائے گئے ہیں۔ تاہم ان کا غلط استعمال بھی ہو رہا ہے اور اس کے ذریعے نوجوانوں کے ذہن میں کچھ اس طرح کی باتیں ڈال دی جاتی ہیں جو انہیں رفتہ رفتہ غلط راستے پر لے جاسکتی ہیں۔ اس کا بہتر طریقہ یہ ہے کہ سوشنل نیٹ ورک پر کسی بھی اجنبی سے کسی معلومات کا تبادلہ ہرگز نہیں کیا جائے۔ ➡

سوشنل نیٹ ورکنگ کا مثالی استعمال تب ہی ممکن ہے جب ہم اسے ایک معینہ وقت میں کسی خاص مقصد یا ہدف کے حصول کے لیے استعمال کریں۔ اکثر ہم بہت زیادہ وقت صرف کرداریتے ہیں اور اپنے اصلی مقصد سے بھٹک جاتے ہیں۔ ➡



باب 4

تعلیمی میڈیا

4.1 تعارف

تدریس و آموزش کے لیے مختلف ذرائع ابلاغ کے استعمال کو ہم تعلیمی میڈیا کہتے ہیں۔ یوں تو ماس میڈیا یا عوامی ذرائع ابلاغ کے بنیادی مقاصد میں معلومات فراہم کرنے کے ساتھ ساتھ تعلیم و تدریس کے وسائل کے بارے میں معلومات کو عام کرنا بھی شامل ہے لیکن جب مخصوص طریقہ تدریس کو اپناتے ہوئے نصاب اور طلباء کو مد نظر رکھ کر کوئی تعلیمی پروگرام کسی بھی لکھا لو جی کی مدد سے اس مخصوص گروپ کے لیے پیش کیا جائے تو وہ تعلیمی میڈیا کے زمرے میں آتا ہے۔

طریقہ تدریس کو اپناتے ہوئے مخصوص دورانیہ کے ساتھ تعلیمی پروگرام پیش کرنے کی تاریخ خاصی پرانی ہے۔ یوں تو پرینگ پریس کی ایجاد کے زمانے سے ہی طلباء کے لیے شائع شدہ مواد کا استعمال کیا جاتا رہا ہے لیکن یہاں ہم صرف الیکٹر انک میڈیا تک، ہی اپنی بات کو محدود رکھیں گے۔

4.2 تعلم اور الیکٹر انک میڈیا

تعلیمی میڈیا کے ماہرین نے ہمیشہ اس بات پر زور دیا ہے کہ میڈیا کو تعلیم کے فروغ اور حصول میں بنیادی کردار ادا کرنا چاہیے۔ اس لیے میڈیا کو تعلیمی نظام کا لازمی حصہ قرار دینے کی سفارش بھی کی جاتی رہی ہے۔ پرنسٹ اور الیکٹر انک میڈیا کی مختلف اقسام کا تعلیمی مقاصد کے لیے کیسے استعمال کیا جائے اور اس کا اطلاق کیسے ہو کہ تعلیم کے ہدف کو بہ آسانی حاصل کیا جاسکے، اس پر سنجیدگی سے غور کرنے کی ضرورت ہے۔ ہر ادارے کی اپنی تعلیمی پالیسی ہوتی ہے اور وہ اپنی ضرورت، دستیاب وسائل اور کورسز کے مواد کے لحاظ سے الیکٹر انک میڈیا کی مختلف اقسام کا استعمال کرتا ہے۔ فاصلاتی نظام تعلیم کے تحت الیکٹر انک میڈیا کا استعمال تقریباً نصف صدی سے کیا جا رہا ہے لیکن روایتی طرز تعلیم میں اس کا استعمال حالیہ برسوں سے ہی شروع ہوا ہے۔ Flip Class اور Blended Learning کا تصور بھی اب عام ہو رہا ہے۔ تعلیم میں میڈیا کے استعمال اور اطلاق کو مندرجہ ذیل قسموں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

مریبوط میڈیا مکمل میڈیا اینٹگریٹڈ میڈیا کامپلمنٹی میڈیا

معاون میڈیا آزاد میڈیا سانپلمنٹی میڈیا

❖ مربوط میڈیا

مربوط میڈیا کے بارے میں فیصلہ نصاب سازی کے وقت ہی ہو جاتا ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ الیکٹر انک میڈیا بنیادی میڈیم لیعنی پرنٹ میڈیا کا لازمی جزو ہوگا۔ نصاب سازی کے وقت یہ طے کیا جاتا ہے کہ ان اسپاٹ کوریڈیو یا ٹیلی ویژن کے ذریعے پیش کیا جائے گا اور سوالات اور تقویضات مخصوص حصے سے دیے جائیں گے۔ اسی وقت یہ فیصلہ بھی کر لیا جاتا ہے کہ اگر 70 فی صد آموزشی مواد تحریری صورت میں طلباء کو فراہم کیا جائے تو 30 فیصد الیکٹر انک میڈیا کی شکل میں پیش کیا جائے گا۔

❖ تکمیلی میڈیا

تکمیلی میڈیا، پرنٹ اور الیکٹر انک میڈیا کے امترانج کی ایک قسم ہے جس کے متعلق نصاب سازی کے وقت ہی فیصلہ کر لیا جاتا ہے۔ نصاب سازی کے دوران یہ طے ہو جاتا ہے کہ سارے مواد پرنٹ اور الیکٹر انک کی شکل میں پیش کیا جائے گا۔ لیکن جب سائنسی مضامین کی نصاب سازی کرنی ہوتا یہ میں اصول یا تھیوری، تحریری مواد کی شکل میں اور مشق کے حصے کو الیکٹر انک مواد کی صورت میں طلباء کے لیے فراہم کیا جاتا ہے۔ یہ امترانج سائنسی مضامین کے لیے زیادہ مناسب ہوتا ہے جہاں اصول و نظریات یا تھیوری کے ساتھ ساتھ مشق کی بھی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔

❖ معاون میڈیا

معاون میڈیا کا بنیادی مقصد طلباء کے آموزش تجربات کو مزید تقویت بخشنما ہے۔ ایسی صورت میں خود آموزش پرمنی تحریری مواد کو اصل اور بنیادی مواد تسلیم کیا جاتا ہے۔ البتہ مزید معلومات میں اضافے کے لیے غیر تحریری مواد بھی پیش کیا جاتا ہے تاکہ طلباء مضمون کو چھپی طرح پڑھ اور سمجھ سکیں۔ مثال کے طور پر آلوگی کے موضوع کو سمجھنے کے لیے جہاں تحریری مواد کی ضرورت ہوتی ہے وہیں اگر اس مضمون کو ایک ویڈیو پروگرام کے ذریعے پیش کیا جائے تو طلباء کو سمجھنے میں بہت آسانی ہوگی۔ ہندوستان میں زیادہ تر فاصلاتی طرز تعلیم کے کورسیز کے خود آموزشی مواد، کمپیوٹر اور ٹیلی ویژن کے ذریعے پیش کیے جانے والے تعلیمی اسپاٹ اسی معاون میڈیا کے قسم میں آتے ہیں۔

❖ آزاد میڈیا

آزاد میڈیا کا استعمال فاصلاتی تعلیم کے ایسے کورسیز میں ہوتا ہے جن میں خود آموزش پرمنی تحریری شکل میں نہ ہو بلکہ اکثر اس کا نصاب الیکٹر انک میڈیا کے ذریعے طلباء کے لیے پیش کیا جائے۔ اس کا صحیح اطلاق اس وقت ہوتا ہے جب طلباء زیادہ تعلیم یافتہ نہیں ہوں یا خصوصی صلاحیتوں کے حامل طلباء جن کے لیے خاص کورسیز تیار کیے گئے ہوں۔

4.3 تعلیم اور ریڈیو

ریڈیو درس و درسیں یا پڑھنے پڑھانے کے لیے ابتداء سے ہی معاون اور موثر میڈیم تصویر کیا جاتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ جب سے ریڈیو کی ایجاد ہوئی ہے اس کا استعمال روایتی اور فاصلاتی دونوں طرز تعلیم کے لیے یکساں طور پر ہوتا رہا ہے۔

ریڈ یو پر پیش کیے جانے والے اس باق آسان اور عام فہم ہوتے ہیں جن کی وجہ سے وہ جلد طلباء کے ذہن نشیں ہو جاتے ہیں۔ ریڈ یو کا دائرہ کار بہت وسیع ہے۔ یہ جغرافیائی لحاظ سے ایک وسیع خطے کے ساتھ ساتھ دور دراز علاقوں کا بھی بھی خوبی احاطہ کرتا ہے۔ ریڈ یو کا استعمال بھی بہت ہی آسان ہے۔ اس کی ایک اہم خصوصیت یہ بھی ہے کہ کوئی دوسرا کام کرتے ہوئے بھی طلباء ریڈ یو اس باق سن سکتے ہیں۔

آل انڈیا ریڈ یو کے مختلف ریڈ یو اسٹشنوں سے ہندوستان کی چونیں زبانوں اور 146 بولیوں میں روزانہ تقریباً دو ہزار گھنٹے کے پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔ ان کی رسائی ہندوستان کی ستانوں فی صد آبادی تک ہے اور یہ تقریباً نوے فی صد جغرافیائی خطے کا احاطہ کرتا ہے۔
ہندوستان میں اہم تعلیمی ریڈ یو پروگراموں کی تفصیل درج ذیل ہے۔

❖ اسکولی براؤ کا سٹینگ پروگرام

طلباء کے لیے اسکولی براؤ کا سٹینگ پروگرام کی شروعات 1937 میں ہوئی۔ یہ پروگرام کسی خاص نصاب کو سامنے رکھ کر تیار نہیں کیے جاتے تھے۔ یہ عام معلوماتی نویعت کے پروگرام ہوتے تھے۔ بعد میں آل انڈیا ریڈ یو سے اسکولی نصاب کے مطابق پروگرام نشر کیے جانے لگے۔

❖ منصوبہ برائے تعلیم بالغان اور کمیونٹی فروغ

يونیسکو (UNESCO) کے مالی تعاون سے منصوبہ برائے تعلیم بالغان اور کمیونٹی فروغ مہاراشٹر کے پونے ضلع کے اطراف کے 144 گاؤں میں شروع کیا گیا تھا۔ اس منصوبے کے تحت مختلف پروگرام نشر کیے جاتے تھے۔ ان میں لیکچر اور مباحثہ وغیرہ شامل تھے۔ اس میں زیادہ تر ترقیاتی امور اور زراعت سے متعلق پروگرام پیش کیے جاتے تھے۔ لوگ یہ پروگرام کسی کمیونٹی ہال یا پنچایت بھون میں بیٹھ کر سنتے تھے اور آپسی صلاح و مشورے سے یہ طے کرتے تھے کہ پروگراموں میں پیش کیے گئے مشوروں اور تجاویز پر کیسے عمل درآمد کیا جائے۔

❖ اعلیٰ تعلیم کے لیے ریڈ یو کی نشریات

اعلیٰ تعلیم کے لیے ریڈ یو پروگراموں کا آغاز 1965 سے ہوا۔ اس کے لیے وہ طرح کے پروگرام تیار کیے جاتے تھے۔ ایک معلوماتی عامہ اور دوسرے نصابی موضوعات پر مبنی پروگرام ہوتے تھے جو اس وقت کے مراحلی تعلیم کے طلباء کے لیے پیش کیے جاتے تھے۔ ان پروگراموں کی تیاری میں دہلی یونیورسٹی اور انگلش اینڈ فورین لینگویج بریج یونیورسٹی، حیدر آباد کا تعاون شامل تھا۔

❖ زبان سکھانے کا پروگرام

1979-80 کے دوران ریڈ یو نے تعلیمی پروگراموں کے سلسلے میں ایک اور اہم پیش رفت کی اور زبان سکھانے کا پروگرام آل انڈیا ریڈ یو سے نشر کیا جانے لگا۔

پ. انگو۔ آل انڈیا ریڈیو نشریات

فاصلاتی تعلیم کے معیار کو مزید بہتر بنانے کے لیے امدادی مواد (Supplementary Material) کے طور پر طلبہ کے لیے ریڈیو اسیق کی تیاری شروع ہوئی۔ یہ ریڈیو اسیق کی پیش کش کی سمت میں ایک منصوبہ بنداور منظم کوشش تھی۔ بنیادی طور پر یہ پروگرام انگو (IGNOU) اور آل انڈیا ریڈیو کے باہمی تعاون سے نشر کیا جاتا تھا۔

پ. گیان و اُنی۔ تعلیمی ایف ایم ریڈیو

انگو نے 2001 میں اپنا تعلیمی ایف۔ ایم۔ ریڈیو چینل گیان و اُنی کے نام سے شروع کیا۔ اس میں روزانہ تعلیمی اسیق پیش کیے جانے لگے۔ ایف۔ ایم۔ ریڈیو کے اس تجربے سے ہندوستان کے مختلف تعلیمی اداروں جیسے این سی ای آرٹی، یو جی سی، آئی آئی ٹی، جامعہ ملیہ اسلامیہ اور دیگر سنٹرل یونیورسٹیوں نے فائدہ اٹھایا اور اپنے تعلیمی پروگرام طلبہ تک پہنچائے۔

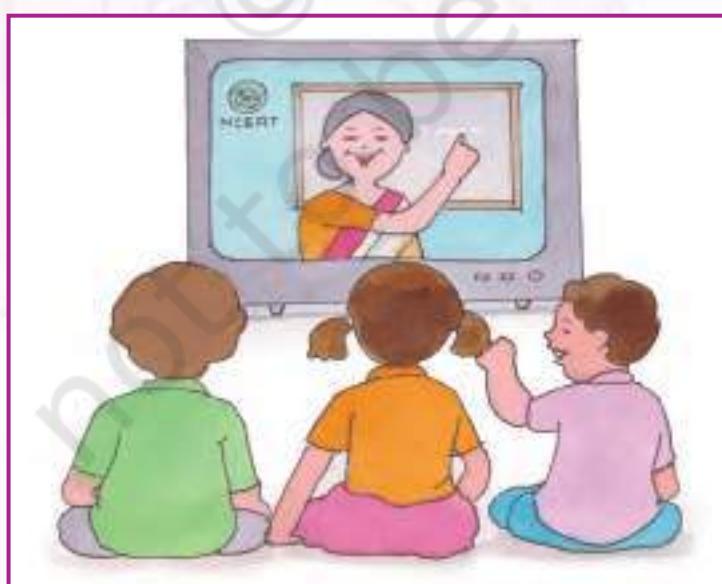
پ. تدریس کے لیے ریڈیو اور آڈیو شیپ کا استعمال

تدریسی مقصد کے تحت چار قسم کے ریڈیو پروگرام پیش کیے جاتے ہیں۔

- (1) ریڈیو وژن (2) آڈیو شیپ (3) ریڈیو نیکست (4) فون ان پروگرام

4.4 تعلیم اور ٹیلی ویژن کا استعمال

ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی تعلیمی نشریات کی ابتدا 1961 میں ٹانوی سطح کے طلباء کے لیے پروگراموں سے ہوئی۔ پہلے طبیعت، کیمیا، انگریزی اور ہندی زبان کے پروگرام شروع ہوئے۔ یہ پروگرام پسند کیے گئے اور پھر مختلف مضامین پر مبنی زیادہ سے زیادہ تعلیمی پروگرام پیش کیے جانے لگے۔



1966 میں کرشی درشن کے نام سے کسانوں کے لیے کاشت کاری کے موضوع پر ٹی وی پروگرام کی شروعات ہوئی جس میں کسانوں کو زراعت سے متعلق معلومات فراہم کرائی جاتی تھیں۔

حالیہ برسوں میں جب ڈھینٹل ٹکنالوژی کی طرف پیش قدمی ہوئی تو حکومت ہند نے آئی سی ٹی کی مدد سے سوچ پر بھاکے پلیٹ فارم سے 32 چینلوں پر مشتمل تعلیمی نشریات کی شروعات کی اور تدریس و آموزش کو ایک نئی جہت عطا کی۔

4.4.1 تعلیمی ٹیلی ویژن پروگرام کے طریقہ کارا اور اقسام

ٹیلی ویژن میں تدریس و اکتساب کے لیے جتنی امکانی صلاحیت ہے وہ کسی اور میڈیم میں نہیں ہے لیکن اس کا جتنا استعمال ہونا چاہیے تھا، نہیں ہو سکا ہے۔ اس میڈیم کی اہمیت آج بھی برقرار ہے۔

❖ اسارت ٹیلی ویژن

اسارت ٹیلی ویژن ایک انوکھی اور نئی پہلی ہے۔ ٹیلی ویژن بنانے والی بڑی بڑی کمپنیوں نے ٹیلی ویژن مکنا لو جی کو بھی اینڈ رائیڈ (Android) سافٹ ویر سے جوڑ دیا ہے اور ٹیلی ویژن سیٹ کمپیوٹر اسکرین کی طرح استعمال ہونے لگا ہے جس کو اسارت ٹیلی ویژن یا انٹرنیٹ ٹیلی ویژن کہتے ہیں۔ اس میں مزید پیش رفت یہ ہوئی ہے کہ اس طرح ٹیلی ویژن سیٹ راست طور پر کسی بھی انٹرنیٹ نیٹ ورک یا براہ راست کسی لیپ ٹاپ یا اسارت موبائل فون سے بھی جڑ سکتا ہے۔ اس لیے ہر وہ تدریسی عمل جو موبائل اور کمپیوٹر کے ذریعہ ممکن ہے، وہ آج اسارت ٹیلی ویژن کے ذریعہ بھی پیش کیا جاسکتا ہے اور دیکھا جاسکتا ہے۔

ٹیلی ویژن سے دو طرح سے پروگرام ٹیلی کاست ہوتے ہیں۔ ایک راست ٹیلی کاست اور دوسرا ریکارڈ شدہ ٹیلی کاست۔

❖ راست ٹیلی کاست (Live Telecast)

راست ٹیلی کاست کا مطلب یہ ہے کہ ایک استاد کسی اسٹوڈیو سے کسی بھی مضمون پر اپنا لکچر پیش کرتا ہے اور یہ پروگرام راست طور پر طلباء ناظرین تک پہنچایا جاتا ہے۔ اس میں تحریری مواد و پیش کش کے حاظ سے تیاری کی خاص ضرورت ہوتی ہے تاکہ راست نشریہ یا Live Telecast کے وقت غلطی کام سے کم امکان رہے۔ یہ اسی صورت میں ممکن ہے جب اس ادارے میں نشریات کی ساری سہولیات موجود ہوں اور اس کے ناظرین یا طلباء یا وہ خاص گروپ جس کے لیے وہ پروگرام پیش کیا جا رہا ہے، کے پاس بھی اس پروگرام کو دیکھنے کی سہولیات موجود ہوں۔

❖ ویڈیو کانفرننس (Video Conferencing)

ویڈیو کانفرننس بھی راست ٹیلی کاست کے زمرے میں آتا ہے۔ آج کل اس کا استعمال ٹیلی ویژن سے زیادہ کمپیوٹر پر مبنی تدریس میں ہو رہا ہے۔ یوں تو اس کا رواج ہمارے ملک میں زیادہ نہیں ہے لیکن جب خاص قسم کے پروگرام یا عام تعلیمی پروگرام یا حالاتِ حاضرہ سے متعلق عوامی آگہی کے پروگرام یا کوئی بڑی شخصیت طبا کو خطاب کر رہی ہو تو ایسی صورت میں راست نشریہ بہت ہی مفید ثابت ہوتا ہے۔ اس میں طلباء بھی اپنے کورسیز سے متعلق سوالات پوچھ سکتے ہیں۔

❖ ریکارڈ شدہ نشریات (Recorded Telecast)

تعلیمی پروگراموں میں سب سے زیادہ استعمال ریکارڈ شدہ نشریات کا ہوتا ہے۔ اس کا طریقہ کاری یہ ہے کہ اس کی

ریکارڈنگ مکمل منصوبہ بندی کے ساتھ کی جاتی ہے۔ کسی بھی سبق کو ریکارڈ کرنے سے قبل متعلقہ مضمون یا موضوع کا استاد پہلے اسکرپٹ لکھتا ہے، پھر پروگرام کے پروڈیوسر سے ویڈو پیش کش پر مشورہ کرتا ہے۔ اس میں اگر فکس اور انیمیشن (Animation) کے ذریعے اسے بہتر بنانے کی کوشش کی جاتی ہے۔

❖ ظیلی پروگرام کی تیاری

ٹیلی ویژن پروگراموں کی تیاری میں منصوبہ بندی، محنت اور وقت پر مناسب چیزوں کے بروقت استعمال کی بڑی ضرورت ہوتی ہے۔ ہر پروگرام کے لیے ایک اسکرپٹ تیار کی جاتی ہے۔ نیچے تعلیمی پروگراموں کی اسکرپٹ نگاری کا طریقہ کارہتایا گیا ہے۔

» تعلیمی ٹیلی ویژن پروگرام کے لیے اسکرپٹ نگاری

اسکرپٹ نگاری ایک فن ہے۔ اس کے لیے یہ تکنیک معلومات ضروری ہے۔ تعلیمی اسیاق کی اسکرپٹ کا انداز تحریر اور ترتیب عام اسکرپٹ سے مختلف ہوتی ہے۔ جس طرح کسی کہانی یا فلم کی اسکرپٹ کسی مقام (Location) کو خیال میں رکھ کر لکھی جاتی ہے۔ ٹھیک اسی طرح ایک تعلیمی اسکرپٹ کرہ جماعت کو سامنے رکھ کر لکھی جاتی ہے۔

تعلیمی اسکرپٹ کا بنیادی اصول یہ ہے کہ اس میں مواد کو انوکھے اور نئے انداز میں لکھا جائے، اس میں وضاحت ہو، کسی قسم کی مہم بات اس میں نہ ہو۔ ابتداء سے انتہا تک اس میں ربط باقی رہے۔ کڑی سے کڑی جوڑتے ہوئے سبق کو آگے بڑھایا جائے۔ بات چیت کے انداز میں معلومات فراہم کی جائے اور اہم چیز یہ ہے کہ اس پروگرام کو دیکھتے ہوئے طلباء پناہیت محسوس کریں۔

تکنیکی لحاظ سے دیکھا جائے تو اس میں آواز اور تصویر کی مکمل ہم آہنگی اور اس کی ترتیب ضروری ہے۔ پہلے کسی سبق کا تعارف ہو، پھر اس کا تفصیلی بیان ہو اور یہ اپنے اختتام تک پہنچ۔ تعارف اس انداز میں پیش کیا جائے کہ سبق کی تدریس کے دوران مختلف طریقوں سے موضوع کی اس طرح وضاحت کرے کہ وہ طلباء کے ذہن نشین ہو جائے۔ سبق میں ڈچپسی پیدا ہو جائے اور سبق کے دوران یہ ڈچپسی برقرار رہے۔

تعلیمی ٹیلی ویژن پروگراموں کی نوعیت اپنی تکنیک کے اعتبار سے مختلف ہوتی ہے۔ کبھی یہ پھر طریقہ کار سے کام لیا جاتا ہے، کبھی مظاہراتی لکھر ہوتا ہے اور کبھی مباحثہ کے طریقے کا استعمال کیا جاتا ہے۔ ذیل میں ان طریقہ کار کے بارے میں مختصر گفتگو کی جا رہی ہے۔

» خالص لکھر (Straight Lecture)

خالص لکھر میں صرف ایک شخص بات کرتا ہے۔ اس لیے یہ تکنیک کے لحاظ سے آسان فارمیٹ خیال کیا جاتا ہے۔ ایسی صورت میں عام طور پر استاد و طریقے سے اپنا لکھر پیش کرتا ہے۔ پہلا طریقہ یہ ہے کہ وہ فطری طور پر کیمرے کے سامنے برجستہ پورے سبق کو فلم بند کرادے۔ دوسرا طریقہ یہ ہے کہ جب اسکرپٹ تیار ہو جائے تو اس کو پاور پوائنٹ میں تبدیل کر کے اسٹوڈیو میں ٹیلی پرویزٹر کی مدد سے سبق کو پیش کر دیا جائے۔

» مظاہر اتنی لکھر (Demonstrative Lecture)

مظاہر اتنی لکھر کو سمجھی و بصری سبق کہتے ہیں۔ اس کا طریقہ کاریہ ہوتا ہے کہ استاد اپنے سبق کے دوران مختلف طرح کے تدریسی وسائل کا استعمال کرے۔ جن میں اسماڑ بورڈ، پاور پوائنٹ، اگر کوئی سائنسی مضمون ہو تو سائنسی تدریس کے مختلف آلات، مختلف کیمیا وی چیزوں کی آمیزش وغیرہ قابل ذکر ہیں۔ تعلیمی اس باق کے لیے یہ فارمیٹ زیادہ مناسب ہوتا ہے۔

» مباحثہ (Panel Discussion)

تعلیمی پروگرام میں مباحثہ کا طریقہ کاربھی استعمال ہوتا ہے۔ اس میں دو یادو سے زیادہ افراد بحث میں شریک ہوتے ہیں۔ پروگرام کا ایک ناظم (Moderator) ہوتا ہے جو بحث کا آغاز کرتا ہے اور شرکا کا تعارف کرتا ہے۔ وہ شرکا کو موضوع سے بھکلنے نہیں دیتا۔ پروڈیوسر اور استاد، دونوں مل کر اس طرح منصوبہ بندی کرتے ہیں کہ موضوع سے متعلق تمام باتیں واضح ہوئی چلی جائیں۔ مضمون سے متعلق تحقیق، تکمیل منصوبہ بندی اور اچھی نظم اس طرح کے پروگراموں کو کامیاب بنانے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

» انٹر ویو

انٹر ویجھی تعلیمی پروگرام کو پیش کرنے کا ایک فارمیٹ ہے۔ یہ اسٹوڈیو یا باہر کسی گلہ پر ریکارڈ کیا جاسکتا ہے۔ اس فارمیٹ میں دو افراد ہوتے ہیں۔ انٹر ویو لینے والا پہلے موضوع سے متعارف کرتا ہے اور آخر میں پوری گفتگو کا خلاصہ پیش کرتا ہے۔

» دستاویزی سبق (Documentary Lesson)

دستاویزی سبق تعلیمی میڈیا میں استعمال ہونے والا پرانا فارمیٹ ہے۔ بی بی سی نے اپنے تعلیمی پروگرام کی شروعات اسی فارمیٹ سے کی تھی۔ سائنسی اور ماحولیاتی مضامین کے لیے یہ نہایت موزوں اور مناسب ہے۔ اس میں ویژوں کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ جس میں سائنسی لیب، ماحولیاتی مسائل وغیرہ کو موثر طریقے سے پیش کیا جاسکتا ہے۔

4.5 تعلیم و تدریس میں کمپیوٹر

کمپیوٹر کی وجہ سے ملٹی میڈیا جیسا طاقت ور وسیلہ دستیاب ہے جو تدریس و آموزش میں بے حد معاون ہے۔ اس لیے یہ کہا جانے لگا ہے کہ تعلیم آپ کی انگلیوں کی چیبیش پر۔ کمپیوٹر کا استعمال روایتی اور فاصلاتی دونوں طرز تعلیم کے لیے مختلف طریقے سے ہوتا ہے۔ اس کا استعمال مندرجہ ذیل کے لیے کیا جاتا ہے۔

Teaching, Learning and Assessment

● تدریس، آموزش اور اندازہ قدر

Training & Orientation

● تربیت و سمت سازی

Language teaching and learning

● زبان سیکھنا اور سکھانا

علم ریاضی سے لے کر علم میمیقی تک تقریباً تمام مضامین کی تدریس میں کمپیوٹر سے مددی جا سکتی ہے۔ فاصلاتی تعلیم میں کمپیوٹر کو تدریس کے لیے مؤثر طریقے سے استعمال کیا جاسکتا ہے اور بہت ہی کم خرچ میں طلباء کی کثیر تعداد تک تدریسی مواد پہنچایا جاسکتا ہے۔ جدید سافٹ ویر نے تو ایک معلم کی شکل اختیار کر لی ہے جو قدم پر طالب علم کی رہنمائی کرتا ہے۔ اس کی وجہ سے تدریس اور اندازہ قدر کا عمل بہت آسان ہو گیا ہے۔ کمپیوٹرنہ صرف یہ کہ اجتماعی تدریس کے لیے موزوں ہے بلکہ انفرادی تدریس کے لیے بھی مناسب ہے۔ طالب علم آزادی کے ساتھ بہت ہی سنجیدگی سے ایک سبق کو بار بار سن سکتا ہے، دیکھ سکتا ہے اور پھر اس کو ذہن نشین کر سکتا ہے۔

کمپیوٹر کا استعمال تدریس و آموزش کے لیے جتنا مفید ہے اتنا ہی تربیت و سمت سازی کے لیے بھی معاون ہے۔ تربیت یا ٹریننگ کا مقصد کسی پیشے سے تعلق رکھنے والے شخص میں نفسیاتی اور حرکیاتی لحاظ سے اس میں مہارت اور چیختگی پیدا کرتا ہے۔ آج ہر عمر اور مضامین کے مدنظر سافٹ ویر تیار کیے جاتے ہیں اور تربیت کے دوران نظریاتی مباحثت کے بعد شرکا سے عملی طور پر ان کا استعمال کرنے کے لیے کہا جاتا ہے۔ ان کی کارکردگی کے بعد ان کے عملی تجربے کا جائزہ لیا جاتا ہے۔ پھر ان کی خوبیوں یا کمیوں کی نشاندہی کی جاتی ہے تاکہ ان کی مہارت میں اضافہ ہو سکے اور وہ نئے نئے موضوعات اور شکنہن لے جو کے میدان میں ہونے والی پیش رفت سے واقف ہو سکیں۔ تدریس و آموزش کے لیے کمپیوٹر کا استعمال جن مختلف پروگراموں کے تحت کیا گیا ان میں کمپیوٹر معاون آموزش کو خصوصی اہمیت حاصل ہے۔ اس کے متعلق خنثی معلومات پیش کی جا رہی ہے۔

❖ کمپیوٹر معاون آموزش ((Computer Assisted Learning(CAL)))

اس قسم کی آموزش میں کمپیوٹر کو ایک مشین کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔ ایسی صورت میں کمپیوٹر ایک تدریسی آلة بن جاتا ہے اور اس کے ذریعے خاص قسم کے اس باقی یا مضمایں منصوبہ بندر طریقے سے پیش کیے جاتے ہیں۔ طالب علم خواہ کمرہ جماعت میں آموزش کے لیے موجود ہوں یا تھائی میں آموزش کے لیے کمپیوٹر کے سامنے یٹھے ہوں۔ کمپیوٹر اس کی آموزش میں معاونت کرتا ہے۔ سبق کی منصوبہ بنندی کرتے وقت یہ طے کر لیا جاتا ہے کہ یہ کس گروپ کے لیے تیار کیا جا رہا ہے۔ CAL کی وجہ سے خصوصی صلاحیت کے حامل بچوں کی شرح خواندگی میں بھی اضافہ ہو رہا ہے۔ کمپیوٹر معاون آموزش میں طلباء کو مکمل خود مختاری حاصل ہوتی ہے اور وہ اپنی پسند، فرصت اور صلاحیت کے مطابق آموزش جاری رکھ سکتے ہیں۔

4.5.1 موک (MOOC)- ایک جدید تدریسی پلیٹ فارم

مُوک (Massive Open Online Course - MOOC) ویب پر بنی حصوں تعلیم کا عالمی سطح پر ایسا پلیٹ فارم ہے جو لائق دنیا کی اچھی سے اچھی درس گاہوں میں آموزش کے موقع فراہم کرتا ہے۔ اس پلیٹ فارم نے سی بی ای ایس (Choice Based Credit System) نظریہ تدریس کے لیے راستہ آسان بنادیا ہے اور آج کوئی بھی طالب علم ملک کے کسی بھی ادارے سے کوئی خاص مضمون کمکل کر کے اپنے ادارے سے جاری ہونے والے

فائل ریٹ میں اس کا کریڈٹ شامل کر سکتا ہے۔ اس کی شروعات 2008 میں ہی ہو گئی تھی۔ اعلیٰ تعلیم کے میدان میں 2012 میں اسے مقبولیت ملی۔ دنیا بھر میں جن اداروں نے موک کے پلیٹ فارم سے کورسیز کی شروعات کی ہے ان کا طریقہ تدریس یہ ہے کہ وہ مطبوعہ تعلیمی مواد اور سمعی و بصری (audio-visual) اسماق کے ساتھ ساتھ طباو اساتذہ کے درمیان تبادلہ خیال کا موقع بھی فراہم کرتے ہیں اور منصوبہ بند طریقے سے کھلی بحث کا فورم بھی پیش کرتے ہیں۔

موک (MOOC) کے طریقہ کارکو اس طرح سمجھا جاسکتا ہے کہ یہ ایک ایسا آن لائن پلیٹ فارم ہے جہاں طلباء اساتذہ تدریس و آموزش کے لیے مواد کٹھا کرتے ہیں۔ یہ مواد آسانی سے بین الاقوامی سطح پر دستیاب ہوتا ہے۔ یہاں طلباء کو پورا اختیار ہوتا ہے کہ وہ لیکچر سنیں یا تحریری متن کی شکل میں موجود تعلیمی مواد کوڈ اون لوڈ کریں یا پھر اس مواد میں اپنی ضروریات کے لحاظ سے ترمیم و اضافہ کریں۔ سب سے اہم بات یہ ہے کہ وہ اپنے اس خصوصی گروپ میں اپنی رائے یا شکوک و شبہات کا اظہار کرنے کے ساتھ ساتھ اس کا ازالہ بھی کر سکتے ہیں۔ درحقیقت نیٹ ورک کی وجہ سے یہ کھلی بحث اور تبادلہ خیال ایک مجازی کلاس روم (Virtual Classroom) کی شکل اختیار کر لیتا ہے۔

4.5.2 آن لائن لرنگ

اکثر آن لائن لرنگ کے لیے ای لرنگ کی اصطلاح بھی استعمال ہوتی ہے۔ اس میں کمپیوٹر، ٹبلٹ، اسہارٹ فون کو انٹرنیٹ کی مدد سے استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ سی کلاس روم کا مقابل ہے جو وقت، مقام اور خطہ کی قید سے آزاد ہے۔ آج انٹرنیٹ کے ویلے سے ملکی اور بین الاقوامی سطح پر پیشہ و رانہ اور غیر پیشہ و رانہ ہر طرح کے آن لائن کورسیز موجود ہیں۔ دنیا کے کسی بھی گوشے میں بیٹھا طالب علم اپنی ضرورت کے مطابق کسی بھی کورس سے مستفید ہو سکتا ہے۔ آن لائن لرنگ کی زیادہ تر سائنس مفت مہینیں ہیں۔ البتہ حکومت ہند کی جانب سے اسکوں، کانٹ اور یونیورسٹی کی سطح کے طالب علموں کے لیے مختلف طرح کے پلیٹ فارم موجود ہیں جن سے بڑی تعداد میں طلباء مستفید ہو رہے ہیں۔ حکومت ہند کی جانب سے تیار کردہ سائنس میں ای پاٹھ شالا، سوئم اسی مقصد سے بنائے گئے ہیں۔ این تھی اس آرٹی کے پورٹل پر بھی اس طرح کی سہولت موجود ہے۔

4.5.3 سوئم (Swayam)

سوئم (Study Webs of Active-Learning for Young Aspiring Minds) کے آغاز کے ضمن میں تین اہم تعلیمی اصولوں، سب کی رسائی، مساوات اور معیاری تعلیم کو پیش نظر کھا گیا ہے۔ اس کا اولین مقصد حصوں لیا کے لحاظ سے ہر علاقے، طبقے اور سماجی و معاشی پس منظر سے تعلق رکھنے والے طلباء کو بہترین تدریس و آموزش کے طریقہ کا راستہ ہم آہنگ کرانا ہے۔ خصوصاً ایسے طلباء کو جو ابھی تک کسی وجہ سے اس ڈیجیٹل دنیا کی انقلابی پیش رفت سے ناواقف ہیں یا وہ کسی وجہ سے تعلیم و تربیت کے مرکزی دھارے میں شامل نہیں بنائے گئے ہیں ایسے تمام طلباء کو عالمی سطح کے اس تدریس کی پلیٹ فارم میں شامل کرنا اس کا بنیادی مقصد ہے۔

اس وقت سوم کے پلیٹ فارم میں تقریباً دہزادگر سے زیادہ کورسیز موجود ہیں۔ ان میں سے دوسو کورسیز ایسے مضمایں یا شعبوں سے متعلق ہیں جن میں کوئی بھی طالب علم اندر اج کر سکتا ہے۔ یہ تمام کورسیز آڈیو ویژوں، عمدہ اور مناسب، مثالوں سے آ راستہ تحقیق مطالعات پرمنی ہیں۔ ان کورسیز کی تیاری منظم اور منصوبہ بند طریقے سے کی جاتی ہے۔ ان کی پیش کش اور تیاری میں ملک کے انفارمیشن ٹکنالوジی کے تمام شعبوں کی محنت اور ریسرچ شامل ہے۔ نویں جماعت سے پوسٹ گریجویشن تک کے تمام کورسیز اس میں شامل ہیں۔ ان کورسیز کی سب سے اہم اور انوکھی خوبی یہ ہے کہ یہ زماں و مکان اور عمر کی قید سے بالکل آزاد ہیں یعنی کوئی بھی فرد، کسی بھی مقام سے اور کبھی بھی ان کورسوں میں داخلہ لے سکتا ہے اور گھر بیٹھے مخفج اپنی تعلیم کامل کر سکتا ہے۔ یہ تمام کورسیز باہم تبادلہ خیال اور کھلے مباحث پر مشتمل ہیں جنہیں ملک کے ہزاروں اساتذہ نے بڑی محنت اور باریک بینی سے تیار کیا ہے۔ یہ کورسیز بلا کسی فیس کے تمام ہندوستانی شہریوں کے لیے سوم کے پلیٹ فارم پر مفت دستیاب ہیں۔

ان کورسیز کو معیاری بنائے رکھنے اور طلباء تک اس کی آسانی سے رسائی کے لیے سات اداروں کو قومی کوآرڈنیٹریس کی حیثیت سے منتخب کیا گیا ہے۔ این سی آئی آرٹی یعنی نیشنل کونسل آف ایجوکیشنل ریسرچ اینڈ ٹریننگ اور این آئی اولیس یعنی نیشنل انٹریٹیوٹ آف اوپن اسکولنگ کو مشترک طور پر اسکولی تعلیم کے کورسیز کی تیاری اور ان پر عمل درآمد کی ذمہ داری دی گئی ہے۔

4.5.4 سوم پر بھا (Swayam Prabha)

پروگراموں کو ملک بھر میں طلباء تک پہنچانے کے لیے حکومت ہند نے سوم پر بھا کے نام سے بیتیں چینلوں پر مشتمل تعلیمی نشریات شروع کی ہیں۔ ڈی۔ٹی۔ ایچ (Direct to Home Service) کی مدد سے یہ تمام چینل چوبیں گھنٹے معیاری تعلیمی اسپاٹ ٹیلی کا سٹ کرتے ہیں۔ نشریات کا نظام الاؤقات یہ ہے کہ روزانہ چار گھنٹے نئے پروگرام ٹیلی کا سٹ کیے جاتے ہیں۔ پھر انہیں پروگراموں کو چوبیں گھنٹے کے دوران کئی بار دکھایا جاتا ہے تاکہ ہر طالب علم اپنی سہولت کے مطابق ان پروگراموں کو دیکھ سکے۔

4.5.5 ای۔ پاٹھشاala

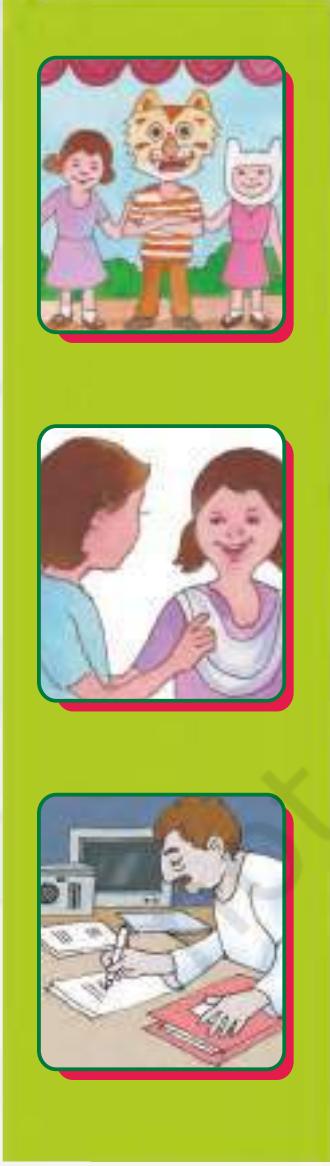
ڈیجیٹل امڈیا تحریک کے تحت تدریس و آموزش کو بڑے پیمانے پر انفارمیشن ٹکنالوジی سے وابستہ کرنے پر زور دیا جا رہا ہے تاکہ زیادہ سے زیادہ لوگوں تک اس کی رسائی ہو سکے۔ اس میں نشریاتی اور غیر نشریاتی دونوں طرح کے میڈیم استعمال کیے جا رہے ہیں۔ ای پاٹھشاala اسی سلسلے کی ایک کڑی ہے جو حکومت ہند اور نیشنل کونسل آف ایجوکیشنل ریسرچ اینڈ ٹریننگ کی ایک مشترک کوشش ہے۔ اس کا بنیادی مقصد کلاس میں ہر سطح کے بچوں کے لیے ڈیجیٹل مواد تیار کرنا ہے۔ جس میں تینی مواد، آڈیو ویڈیو اسپاٹ، معیاری میگزین و رسائل اور دیگر تحریری اور غیر تحریری مواد کی تشبیہ و اشاعت وغیرہ شامل ہیں۔ یہ تمام مواد جس سے طالب علم، اساتذہ، والدین یا عام آدمی بھی فیض یاب ہو سکتے ہیں سب کے لیے بلا معاوضہ ای پاٹھشاala پلیٹ فارم پر موجود ہے۔

4.5.6 ای لرنگ

برقی وسائل (Electronic Medium) کے ذریعے تدریس و آموزش کو ای لرنگ کہتے ہیں۔ برقی وسائل میں کمپیوٹر، ٹبلیٹ، موبائل یا سمارٹ فون اہم ہیں۔ ای لرنگ کے لیے کمپیوٹر کو انٹرنیٹ کے بغیر بھی استعمال کر سکتے ہیں۔ جیسے ہی ڈی، ڈی وی ڈی اور ایکسٹرنل ہارڈ ڈسک (External hard disk) اور ملٹی میڈیا جیسے آواز، موسيقی، انیمیشن، گرفخس کی مدد سے تربیت اور تعلیم و تدریس بھی ای لرنگ کے زمرے میں آتے ہیں۔ لیکن ان ذرائع کو جب انٹرنیٹ کی مدد سے استعمال کیا جاتا ہے تو اس کا دائرہ بہت وسیع ہو جاتا ہے۔ ای لرنگ کی خصوصیت یہ بھی ہے کہ یہ مختلف تکنیکی ذرائع یعنی روایتی کلاس کے ساتھ تکنیک کے استعمال سے ہم آمیز ہو سکتا ہے۔ انٹرنیٹ کی اسی افادیت کے پیش نظر درس و تدریس اور تعلیم و تربیت کے لیے اس وسیلے کو اپنانے کی کامیاب کوششیں ہوئی ہیں۔ آج علم کا کوئی ایسا شعبہ نہیں جہاں اس وسیلے (Medium) کو نہیں اپنایا جاتا ہو۔



اکانی-IV





فہرست

باب 1: اسٹچ

125

تعارف 1.1

126

اسٹچ پر پیش کیے جانے والے پروگرام 1.2

126

تقریر 1.2.1

128

مباحثہ 1.2.2

130

مشاعرہ 1.2.3

131

تمثیلی مشاعرہ 1.2.3.1

132

بیت بازی 1.2.4

133

دیگر مظاہرہ جاتی فنون 1.2.5

134

باب 2: ڈراما

134

تعارف 2.1

134

ڈارے کے اجزاء ترکیبی 2.2

136

اسٹچ ڈرامے کی پیشکش 2.3

138

ریڈیو ڈراما 2.4

139

ٹیلی ویژن ڈراما 2.5

141

کلکٹن 2.6

142

مونو ڈرامہ 2.7

143

مامہ 2.8



اسٹچ اور ڈراما

اظہار کی ایک بے حد اہم صورت یہ ہے کہ اپنی زبانی، تحریری اور جسمانی صلاحیتوں کا بیک وقت مظاہرہ کیا جائے۔ اس طرح کا مظاہرہ شاگین اور سامعین کی ایک بڑی تعداد کے سامنے کیا جاتا ہے۔ آپ جانتے ہیں کہ اسٹچ پر اپنی صلاحیتوں کے جو ہر دکھائے جاتے ہیں۔ اسکوں میں بہت سے ایسے پروگرام منعقد کیے جاتے ہیں جن میں طلباء کو اپنی صلاحیتوں کے اظہار کا موقع ملتا ہے۔ اس طرح کے مختلف تعلیمی اور ادبی مقابلے کرائے جاتے ہیں جن میں طلباء کو ایک دوسرے کے سامنے اپنی صلاحیتوں کا مظاہرہ کرنا ہوتا ہے۔ کہیں تقریری مقابلے ہوتے ہیں، کبھی مباحثہ منعقد کیا جاتا ہے، کبھی مشاعرے میں اشعار کی پیشکش کا موقع ملتا ہے اور کہیں بیت بازی میں شعروں کے اپنے حافظے اور ادایگی کے بہتر انداز کے اظہار کا موقع میسر آتا ہے۔ اس اکائی میں اظہار کے ان سبھی پیرايوں پر گفتگو کی گئی ہے۔

ڈراما ایک ایسی صنف ہے جس میں کر کے دکھانے کا موقع ملتا ہے۔ اداکاری، مکالموں کی ادائیگی، چہرے کے تاثرات، آواز کا اتار، چڑھاؤ، سب وہ نکات ہیں جن کے ذریعے انسانی اظہار کی صلاحیت کو جلا ملتی ہے۔ ڈرامے کی پیشکش اسٹچ پر ہوتی ہے۔ اس کے علاوہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن بھی ایسے ویلے ہیں جن پر ڈرامے نشر کیے جاتے ہیں۔ ساتھ ہی نکٹر ناٹک اور مونو ایکٹنگ بھی ڈرامائی اظہار کے اہم پیرا یے ہیں۔ اس اکائی میں سبھی عنوانات زیر بحث آئے ہیں۔

اسٹچ

1.1 تعارف

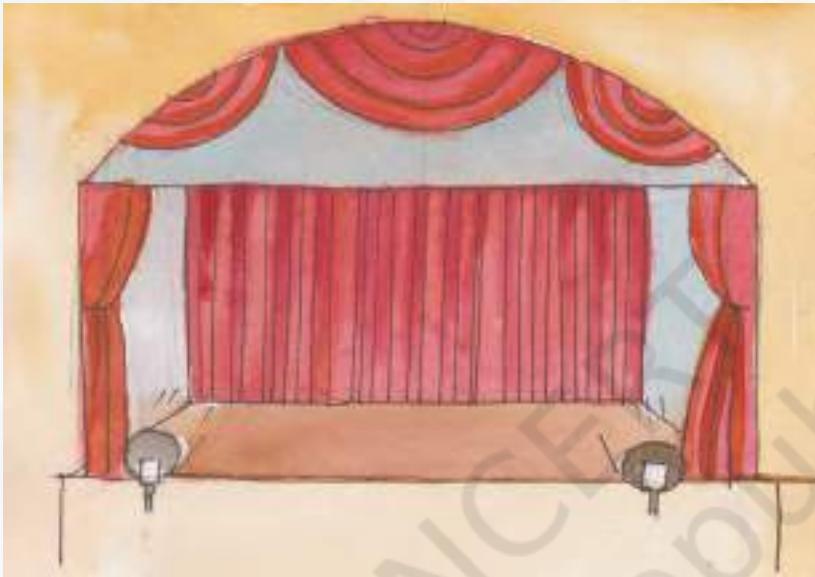
عام طور پر یہ سمجھا جاتا ہے کہ زمین سے دو تین فٹ اوپر جگہ کو اسٹچ کہتے ہیں۔ یہاں مختلف فن کاراپنے فن کا مظاہرہ کرتے ہیں۔ اسٹچ ایک ایسی مرکزی جگہ پر ہوتا ہے جہاں سے شاکرین یا ناظرین فن کی پیشکش کا نظارہ آسانی سے کر سکیں۔ اسٹچ پر ہر قسم کے فن کا مظاہرہ کیا جاتا ہے۔ اس میں رقص و موسیقی، تقریری مقابلے، مباحثے، غزل خوانی، نظم سرائی، کوئی مقابلے، بیت بازی اور دیگر تمام مظاہرہ جاتی فنون شامل ہیں۔ ڈرامے کا اسٹچ سے خصوصی تعلق ہے۔ سمجھا جاتا ہے کہ اسٹچ کا تصور ڈرامے ہی کی دین ہے۔ ڈراما کر کے دکھانے کا فن ہے اور کر کے دکھانے کے لیے اسٹچ کا ہونا ضروری ہے۔ حالاں کوکڑ ناٹک کھیلتے ہوئے روایتی اسٹچ کی ضرورت پیش نہیں آتی، البتہ اسٹچ کو ڈرامے کا لازمی حصہ مانا جاتا ہے۔ ابتدائی زمانے میں کسی اوپر جیچان کو اسٹچ کے طور پر استعمال کرتے تھے۔ چوں کہ یہ اسٹچ کھلی جگہ پر ہوا کرتا تھا اس لیے یہاں اداکاروں کو اوپر جیچان میں مکالمہ ادا کرنا پڑتا تھا۔

انیسویں صدی میں اسٹچ کی جدیدی کاری کا سلسلہ تو شروع ہو گیا لیکن آج یعنی جدید آلات میسر نہ تھے۔ لہذا اس دور میں بھی اداکاروں کو زور سے مکالمہ ادا کرنا پڑتا تھا۔ انیسویں صدی کے نصف آخر کے اسٹچ اور ڈراموں کو دیکھتے ہیں تو معلوم ہوتا ہے کہ ان ڈراموں کے لیے مکالمہ لکھتے وقت ایسے الفاظ کا انتخاب کیا گیا ہے جسے بآسانی بلند آواز میں ادا کیا جاسکے۔

اسٹچ کے لیے یہ بھی ضروری نہیں کہ اس کی ایک جانب ہی ناظرین کے بیٹھنے کی گنجائش ہو بلکہ ایسے اسٹچ کا تصور موجود ہے جس میں تین جانب یا چاروں طرف ناظرین بیٹھ کر یا کھڑے ہو کر ڈرامے دیکھتے ہیں۔ ایک تھیٹر، وال تھیٹر اور کوکڑ ناٹک کی پیشکش اس کی مثالیں ہیں۔ اپٹا (Indian Peoples Theatre Association : IPTA) کے عروج کے زمانے میں تو ٹرک کو بھی اسٹچ کے طور پر استعمال کیا جاتا تھا۔

جب ہم جدید اسٹچ پر نظر ڈالتے ہیں تو معلوم ہوتا ہے کہ اسے تینی سٹچ پر اس قدر آراستہ کر دیا گیا ہے کہ اداکاروں کی سرگوشی بھی ہال کی آخری نشست پر بیٹھنے ناظرین کو صاف سنائی دیتی ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ پردے اور روشنی کے استعمال کے لیے بھی سہولیات میسر ہیں۔ موجودہ اسٹچ میں پروپنیم یعنی سامنے کے پردے کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ پردہ ڈراما شروع ہونے سے پہلے اداکار اور ناظرین کے درمیان حائل رہتا ہے۔ پارسی تھیٹر کے زمانے

میں پر دے کا استعمال و طرح سے کیا جاتا تھا۔ ایک تو ناظرین اور اداکار کو الگ کرنے کے لیے اور دوسرا اسٹچ کو مختلف مناظر میں تقسیم کرنے کی غرض سے مختلف حصوں میں بانٹنے کے لیے۔ اس دور میں ہر پر دے پر منظر کی مناسبت سے مصوری کی جاتی تھی۔ ایک منظر کو اسٹچ پر پیش کرنے کے بعد دوسرے منظر کے لیے دوسرے پر دہ اٹھایا جاتا تھا اور اس طرح ایک کے تمام مناظر پیش کرنے کے بعد آگے کا پر دہ گردایا جاتا تھا اور کوئی مزاجیہ منظر پیش کیا جاتا تھا۔ اتنی دیر میں آنے والے مناظر کی مناسبت سے اسٹچ کے مختلف حصوں میں ساز و سامان رکھدیے جاتے تھے۔ اس لیے پارسی



تھیٹر کے ڈراموں میں ہر ایک میں 'پہلا منظر'، 'دوسرامنظر' کے بجائے 'پہلا پر دہ'، 'دوسرہ پر دہ'، وغیرہ کے تحت منظر کو تقسیم کیا جاتا تھا۔ اس دور میں شائع شدہ ڈراموں میں بھی یہی اصول نظر آتا تھا۔ لیکن اب یہ سہولت میسر ہے کہ روشنی کی مدد سے اسٹچ کو چھوٹے بڑے مختلف حصوں میں بآسانی تقسیم کیا جا سکتا ہے۔

1.2 اسٹچ پر پیش کیے جانے والے پروگرام

اسٹچ کی دنیا بے حد مقبول ہے۔ یہاں فن کاروں اور طالب علموں کو پنی صلاحیتوں کے براہ راست مظاہرے کا موقع ملتا ہے۔ تقریر، مباحثہ، بیت بازی اور دیگر مقابلہ جاتی پروگرام اسٹچ پر ہی پیش کیے جاتے ہیں۔ یہاں ایسے تمام مظاہرہ جاتی پروگراموں کا مختصر ذکر کیا جا رہا ہے۔

1.2.1 تقریر

تقریر ایک ایسا فن ہے جس میں مختلف مہارتوں کے اظہار کا موقع ملتا ہے۔ تقریر سے پہلے مقرر کو وہ متن یا مواد تیار کرنا ہوتا ہے جسے اسٹچ پر پیش کیا جاتا ہے۔ اگر مقرر کو موضوع کا علم پہلے سے ہے تو وہ اپنے موضوع سے متعلق معلومات جمع کرتا ہے اور انہیں ایک لڑی میں اس طرح پروتا ہے کہ معلومات بکھری ہوئی نہ لگیں بلکہ اس میں موضوع کے اعتبار

سے جامعیت اور معنی خیزی آجائے۔

تقریر کی پیشکش کے لیے عام طور پر دو طریقے اختیار کیے جاتے ہیں۔ مقرر موضوع سے متعلق پوری تقریر یا لکھ کر یاد کر لیتا ہے اور پھر اسٹچ پر آ کر اسے پیش کر دیتا ہے۔ یہ بالکل ایسا ہی ہے جیسے ادا کار ڈرامے کے مکالموں کو یاد کر کے انھیں اپنی ادا کاری اور تاثرات کے ساتھ اسٹچ پر پیش کرتے ہیں۔ تقریر کا دوسرا طریقہ یہ ہے کہ مقرر اپنے موضوع سے متعلق کچھ انکات نوٹ کر لیتا ہے اور تقریر کرتے وقت وہ اس صفحے کو اپنے سامنے رکھ لیتا ہے اور ہر نکتے پر اظہار خیال کرتا جاتا ہے اور اپنی تقریر کو دلچسپ اور موثر بناتا جاتا ہے۔

لکھ کر یاد کی ہوئی تقریر کی اپنی افادیت ہے اور ابتداء میں بھی طریقہ زیادہ کارگر ثابت ہوتا ہے۔ زمانہ طالب علمی میں بچوں کے پاس موضوع سے متعلق بہت زیادہ تفصیلات نہیں ہوتیں اور یہ اندیشہ بھی ہوتا ہے کہ اظہار کی طرف زیادہ توجہ ہونے کے باعث کچھ انکات ذہن سے محو ہو سکتے ہیں۔ اس لیے بچوں کو تقریر یا لکھ کر یاد کر ادی جاتی ہے تاکہ وہ خود اعتمادی کے ساتھ اسے پیش کر سکیں۔

❖ تقریر کی تیاری

تقریر کے دوران خود اعتمادی بنیادی اہمیت رکھتی ہے۔ سامنے بیٹھے سامعین کو مخاطب کر کے اپنی بات موثر طور پر کہنے کے لیے یہ ضروری ہے کہ مقرر کو اپنی صلاحیتوں پر پورا اعتماد ہو۔ اسے زبان پر قدرت حاصل ہو۔ جن لفظوں کو وہ استعمال کر رہا ہے ان کا صحیح تلفظ اسے معلوم ہو۔ تلفظ کی صحیح ادا نیگی کے لیے یہ بھی ضروری ہے کہ وہ مختلف حروف جیسے ش، ق، خ، غ اور ٹ، ڈ، ڑ وغیرہ کے صحیح تلفظ سے واقف ہو اور اس کی زبان ان حروف کی ادا نیگی میں دشواری محسوس نہ کرتی ہو۔

تقریر کے ذریعے اظہار کرنے وقت اپنے لب و لہجے پر توجہ دینی ضروری ہے۔ آوازنہ تو بہت زیادہ بلند ہو اور نہ بہت پست۔ زیادہ بلند آواز سامعین کی سماحت پر گراں گزرتی ہے۔ اسی طرح بہت پیچی یا پست آواز کے سبب سامعین تک بات پہنچتی ہی نہیں ہے۔ وہ سمجھنے کی نہیں پاتے کہ مقرر کہنا کیا چاہتا ہے۔ تقریر کرتے وقت کچھ بتیں بہت جوش میں کہی جاتی ہیں جب کہ کچھ باتوں کے لیے جوش غیر ضروری ہوتا ہے۔ مقرر اس بات کا خیال رکھتا ہے کہ اسے کہاں زور دینا ہے اور کہاں دھیما لہجہ اختیار کرنا ہے۔

تقریر کرتے وقت ادا کاری کرنا، مثلاً آنکھوں سے اشارے کرنا، یا ہاتھوں کو ضرورت سے بہت زیادہ ہلانا یا اپنے جسم کو بار بار گردش دیتے رہنا مناسب نہیں ہے۔ اظہار کے اس فن کے لیے توازن لازمی ہے۔ ہاتھ ہلائے جائیں گے لیکن ایک خاص حد تک، آنکھوں سے حریت، خوشی یا جوش کا اظہار کیا جائے گا لیکن اس اظہار میں ادا کاری نہ ہو۔ غیر ضروری اظہار کی وجہ سے سامع کی توجہ تقریر کے متن سے ہٹ جاتی ہے اور وہ مقرر کی حرکات و سکنات پر زیر لب مسکرانے لگتا ہے۔ اس کا خیال رکھنا بھی ضروری ہے کہ مقرر اپنی لہجہ پر بالکل جامد نہ کھڑا ہو۔ ایسا نہ گئے کہ کسی مجسم سے ریکارڈ کی ہوئی آواز نشر ہو رہی ہے۔ اسی لیے یاد کی ہوئی یاد کیلئے کہ پڑھی جانے والی تقریروں کی نسبت وہ

تقریریں سامعین پر زیادہ اثر انداز ہوتی ہیں جن میں مقرر اپنی معلومات، طرزِ استدلال اور زبان دانی کا اظہار براہ راست کرتا ہے۔ وہ سامعین کو اپنی پراعتماد تقریر کا ایک ایک لفظ سننے پر مجبور کر دیتا ہے۔

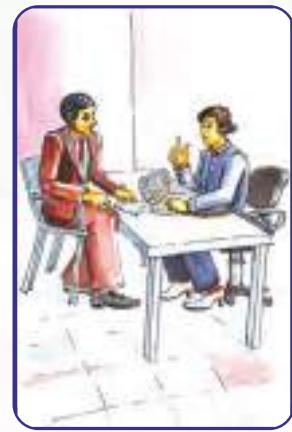
اچھا مقرر وہ ہے جو سامعین کو اپنی گرفت میں لے لیتا ہے۔ یعنی مقرر اگر چاہتا ہے کہ سامعین اس کی تقریر کے کسی خاص حصے کو خاموشی سے سنتے رہیں تو سامعین کی جانب سے خاموشی کا اظہار ہوتا ہے اور اگر وہ چاہتا ہے کہ اس کی تقریر کے کسی حصے یا جملے پر سامعین داد و تحسین دیں تو سامعین مرضی کے مطابق جوش و خروش کا اظہار کرتے ہیں اور اپنی موجودگی کا احساس دلاتے ہیں۔

تقریریں فی البدیہہ بھی ہوتی ہیں جنہیں انگریزی میں Extempore کہا جاتا ہے۔ اس طرح کی تقریروں میں مقرر کو عین وقت پر کوئی موضوع دیا جاتا ہے۔ جس پر اسے اظہار خیال کرنا ہوتا ہے۔ مقرر کو چند منٹ دیے جاتے ہیں تاکہ وہ موضوع کے متعلق اظہار سے قبل اپنے خیالات اور نکات کو یکجا کر لے اور انھیں جامعیت سے پیش کرنے کا لائچہ عمل ذہن میں ترتیب دے لے۔ وقفہ ختم ہوتے ہی مقرر اسٹیچ پر موجود ہوتا ہے اور خود اعتمادی کے ساتھ اپنی بات کہتا ہے۔ اس طرح کی تقریروں کے لیے مقرر خود کو تیار کرتا ہے۔ وہ اپنے خیالات کے اظہار کے لیے مختلف موضوعات کا انتخاب کر کے اظہار کی مشق کرتا رہتا ہے اور اپنی خود اعتمادی میں اضافہ کرتا ہے۔

اس طرح تقریر اسٹیچ پر اپنے اظہار کا ایک عمدہ فن ہے۔ ہمارے بہت سے رہنماؤں نے تقریر کے اسی فن سے لوگوں کا دل چلتا ہے۔ اردو کے معروف ادیب مولانا ابوالکلام آزاد اور کواپنی تقریر اور خطابت کے انداز کی وجہ سے بے حد مقبولیت حاصل ہوئی۔

1.2.2 مباحثہ

اپنے خیالات، تجربات اور مشاہدات کے اظہار کا ایک وسیلہ مباحثہ بھی ہے۔ مباحثے میں تقریر ہی کی طرح اسٹیچ پر آکر اپنی بات کہنے کا موقع ملتا ہے۔ البتہ مباحثے کا ایک طے شدہ موضوع ہوتا ہے۔ مباحثے میں حصہ لینے والے مقرر کو پہلے سے ہی یہ طے کرنا ہوتا ہے کہ وہ موضوع کی موافقت میں بولے گایا مخالفت میں اپنی بات کہے گا۔ اس کے بعد مقرر اپنی بات کو پُر زور انداز میں دلیلوں کے ساتھ پیش کرتا ہے۔ اس کی کوشش ہوتی ہے کہ وہ سامعین کو اپنی دلیلوں سے قائل کرے کہ جو کچھ وہ کہہ رہا ہے وہی صحیح ہے۔ وہ اپنے مخالف کے خیالات کو رد بھی کرتا ہے۔ اور ایسے نکات پیش کرتا ہے جن سے دوسرا مقرر کے دلائل کی لفڑی ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر اگر کسی مباحثے میں اس موضوع کا انتخاب کیا گیا ہے کہ سائنس کی تعلیم ہی کامیابی کی ضمانت ہے تو موضوع کی موافقت میں تقریر کرنے والا ایسے نکات پیش کرے گا جن سے یہ ثابت ہو کہ صرف سائنس کی تعلیم حاصل کرنے والے طلباء ہی صدقہ کامیاب ہوتے ہیں۔ آرٹس اور کامرس کے طالب علم سائنس کے طالب علموں کے مقابلے بہت پیچھے رہ جاتے ہیں۔ جب کہ سائنس پڑھنے والوں کو سماج ہاتھوں ہاتھ لیتا ہے۔ ان کی عزّت اور قدر دانی کی جاتی ہے۔ اس کے برعکس اسی موضوع کی مخالفت میں بولنے والا ایسی دلیلوں پیش کرے گا جن سے ثابت ہو کہ آرٹس اور کامرس کے طالب علموں نے مختلف



میدانوں میں بڑی کامیابیاں حاصل کی ہیں۔ وہ اس نکتے کی تردید کر دے گا کہ صرف سائنس کے طالب علم ہی کامیاب نہیں ہوتے۔ ممکن ہے مقرر نے اپنی ابتدائی تیاری کے دوران پچھا ایسے اعداد و شمار جمع کر لیے ہوں جن سے ثابت ہو سکے کہ سائنس کے مقابلے آرٹس اور کامرس کے طلبانے زیادہ کامیاب حاصل کی ہے۔



مباحثے میں اصل بات خود اعتمادی ہے جس کی بدولت مقرر اپنی بات منوالیتا ہے۔ وہ اپنے مخالف کے رعب میں نہیں آتا رہنا ہی اس کی کسی دلیل سے مرعوب ہو کر اپنی بات کہنے سے بچکھتا ہے۔ اسے معلوم ہوتا ہے کہ مباحثے میں فیصلوں کی اہمیت نہیں ہوتی۔ اہمیت اظہار کی ہوتی ہے، پیشش کی ہوتی ہے، اہمیت طرزِ زبان کی ہے اور استدلالی قوت کی۔

مباحثوں میں شرکت سے اپنی بات کو پر زور طریقے اور موثر انداز میں کہنے کا سلیقہ آتا ہے۔ سوچنے سمجھنے کی وقتیں پروان چڑھتی ہیں۔ ہر مقرر کی کوشش ہوتی ہے کہ وہ منفرد اور انوکھی باتیں کہے جس سے سننے والوں کو یقین ہو جائے کہ جو کچھ وہ کہہ رہا ہے وہی صحیح ہے۔ تقریر یہی کی طرح مباحثے میں بھی تلقظ، ادا یا لگی اور حرکات و سکنات کا خصوصی خیال رکھا جاتا ہے۔ مباحثوں میں اکثر ایسے اشعار بھی پڑھے جاتے ہیں جو مقرر کی بلند خیالی اور نظرِ انتخاب کی دلیل ہوتے ہیں۔ ان اشعار سے موضوع کے متعلق نکات کی پیشش میں تاکید پیدا ہو جاتی ہے۔ کبھی کبھی ایسا لگتا ہے کہ کوئی منتخب شعر خاص اسی صورتِ حال کے لیے کہا گیا ہو؟

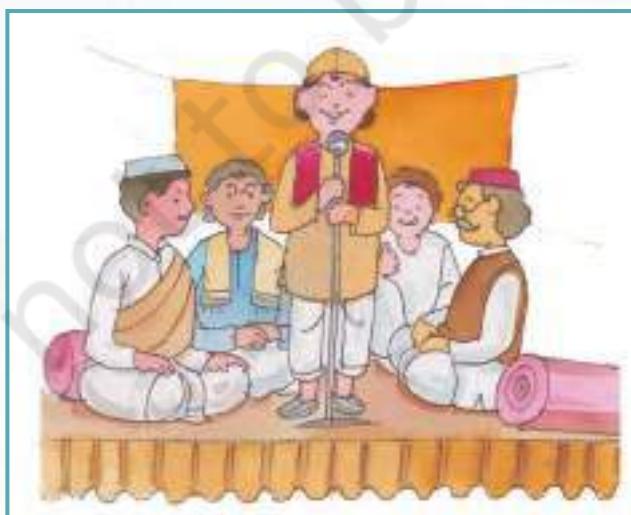
❖ مباحثے کی تیاری

مباحثے میں شرکت سے پہلے یہ طے کر لینا ضروری ہے کہ آپ کو موضوع کی موافقت میں تقریر کرنی ہے یا مخالفت میں۔ موافقت یا مخالفت کا انتخاب کرتے وقت اپنے ذہن کو ٹوٹانا ضروری ہے کہ طبعی طور پر آپ کا رجحان کس طرف ہے۔ مثال کے طور پر اگر آپ کو کسی مباحثے میں اس موضوع پر تقریر کے لیے حصہ لینا ہو کہ ”اظہرنیت“ کے بڑھتے ہوئے دائروں نے ہماری معاشرتی قدروں کو نقصان پہنچایا ہے، تو آپ سب سے پہلے اپنے ذہن کو ٹوٹ لیے کہ آپ

اس موضوع سے اتفاق کرتے ہیں یا اختلاف۔ ممکن ہے کہ آپ خود بہت زیادہ انٹرنیٹ استعمال کرتے ہوں اور آپ یہ بتا سکیں کہ انٹرنیٹ کا بڑھتا ہوا دائرہ ایک ناگزیر معاشرتی عمل ہے جسے روکا نہیں جاسکتا۔ ہو سکتا ہے کہ آپ کو ایسا محسوس ہو کہ انٹرنیٹ نے معاشرتی قدروں کو نقصان نہیں پہنچایا بلکہ نئی معاشرتی قدروں کو جنم دیا ہے۔ اس لیے آپ موضوع کی مخالفت میں تقریر کرنے کا ارادہ کریں۔ جب آپ تھوڑے سے غور و فکر کے بعد موضوع کے بارے میں قطعی فیصلہ کر لیں تو اس کے بعد دلیلوں اور نکات کی جتنی شروع کردیں تاکہ آپ سامعین کو قابل کر سکیں۔ ایک کاغذ پر نکات لکھ لیں یا پوری تقریر ہی ترتیب دے لیں تاکہ اہم باتوں کو جھوٹنے کی گنجائش نہ رہ جائے۔ الفاظ کا انتخاب کرتے وقت اس بات کو پیش نظر کھیل کر آپ کے خیالات کی ترسیل ہو سکے۔ باقی ممکن یا بُنگلک نہ ہوں۔ پیچیدہ انداز میں گفتگو کرنے سے اکثر بات بے اثر ہو جاتی ہے۔ کوشش کرنی چاہیے کہ اپنی بات کو آسان اور سادہ زبان میں پیش کر سکیں۔

1.2.3 مشاعرے

مشاعرے میں بہت سے شاعر کسی محفل یا استحق پر موجود ہوتے ہیں اور اپنا کلام ایک دوسرے کو یا موجود سامعین کو سناتے ہیں۔ مشاعروں میں غزلیں پڑھی جاتی ہیں اور نظمیں بھی۔ بعض شاعر متفرق اشعار بھی سناتے ہیں۔ سامعین اپنے اشعار پر دل کھول کر داد دیتے ہیں۔ کئی مرتبہ مجھ میں داد و تحسین کی صدابند ہوتی ہے۔ اچھے شعر پر شاعر کو نہ صرف سامعین بلکہ استحق پر موجود شعرا کی جانب سے بھی داد ملتی ہے۔ اکثر اچھے شعر کو بار بار پڑھنے کی فرمائش کی جاتی ہے۔ جسے مذکور ارشاد کے مخصوص فقرے سے ظاہر کیا جاتا ہے۔ داد و تحسین کے لیے ’واہ! واہ!، سبحان اللہ، کیا عمدہ شعر کہا، بہت اچھے، ماشاء اللہ وغیرہ فقروں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ ان دونوں لوگ تالیاں بجا کر بھی داد کا اظہار کرنے لگے ہیں جسے مشاعروں کی تہذیب کے منافی سمجھا جاتا ہے۔ بہتر بھی ہے کہ اچھے شعر یا اچھی غزل پر شاعر کو روایتی طریقے سے ہی داد دی جائے۔ اس داد و تحسین سے شاعر کا حوصلہ بلند ہوتا ہے۔ اسے اپنے کلام کے معیار کا علم ہوتا ہے۔



مشاعرے ہر سطح کے ہوتے ہیں۔ بعض مشاعروں میں بین الاقوامی شہرت کے حامل شعرا شرکت کرتے ہیں، بعض میں قومی سطح کے شاعر۔ کچھ مشاعروں میں صرف ایک شہر کے شاعروں کو ہی اپنا کلام پیش کرنے کی دعوت دی جاتی ہے اور کچھ مشاعرے تعلیمی اداروں کے طلباء تک ہی محدود ہوتے ہیں۔ طالب علمی کے دوران نوجوان اپنی شاعری کا آغاز کرتے ہیں اور دیگر طلباء کو اپنے اشعار سنانے کا حاصل کرتے ہیں۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ دوست احباب مل کر مشاعرے کی ایک نشست کا اہتمام کر لیتے ہیں اور شعر و سخن کی محفوظگرم کرتے ہیں۔ اس طرح کے مشاعروں میں طلباء اور اساتذہ سے اصلاح ملتی ہے۔ جس سے اپنی بات کہنے کے فن میں پختگی آتی ہے۔ الفاظ و تراکیب کے استعمال کا ہنر آجاتا ہے۔ وزن اور بحر کی مشق ہو جاتی ہے۔ سب کے سامنے اپنی بات کو شاعرانہ انداز میں ظاہر کرنے سے خود اعتمادی بڑھتی ہے۔ تلفظ اور لب و ہجہ درست ہو جاتا ہے اور پسندیدہ پیرایہ بیان اختیار کرنے کی مہارت پیدا ہوتی ہے۔ اردو کے بڑے شاعروں جیسے اقبال، جوہق، فیض، اختر الاء ایمان اور مجاز وغیرہ نے زمانہ طالب علمی سے ہی مشاعروں میں اپنا کلام پیش کرنا شروع کر دیا تھا اور آگے چل کر ان کا شمار بڑے شاعروں میں ہوا۔

❖ مشاعرے کی تیاری

مشاعرہ پڑھنے سے پہلے اپنی تخلیقی صلاحیتوں کو جلا دینا ضروری ہے۔ آپ اپنے ذہن اور دل کو ٹوٹو لیے کہ دن بھر ایسے کون سے واقعات رونما ہوئے جنہوں نے آپ کو جذبائی طور پر منتشر کیا یا آپ کی نظر میں کوئی ایسی بات آئی یا آپ نے کسی ایسی چیز کا مشاہدہ کیا جس سے آپ کے احساسات بیدار ہوئے۔ آپ کا جی چاہا کہ ان مشاہدات اور تجربات یا واقعات کے متعلق اپنے تاثرات کا اظہار کریں۔ آپ کے دل میں آیا کہ یہ اظہار شعری پیرایے میں ہو۔ یہ اظہار شعر کی صورت میں، نظم کی صورت میں یا غزل کی صورت میں کیا جاسکتا ہے۔ اپنے ساتھیوں کو بھی آواہ کیجیے کہ وہ اس طرح شعری اظہار کا سلسلہ شروع کریں۔ جب آپ کے پانچ۔ پچھے دوست شعر کہنے لگیں تو اپنے تعلیمی ادارے میں مشاعرے کا اہتمام کیجیے جس میں سمجھی ساختی اپنا کلام سنائیں۔ اچھے کلام پر ایک دوسرے کو داد دیجیے اور جہاں کہیں کوئی کی نظر آئے یا اصلاح کی گنجائش ہو تو اس کی نشاندہی کیجیے۔ اس طرح شعر گوئی کی عادت پختہ ہوتی چلی جائے گی۔ آپ ان مشاعروں میں دوسرے یعنی اداروں کے طلباء کو بھی دعوت دے سکتے ہیں۔ اس طرح یہنں اسکولی مشاعرے کا انعقاد کیا جاسکتا ہے۔ اور اسٹچ پر خود اعتمادی سے اپنی بات اپنے مخصوص انداز بیان میں پیش کرنے کی صلاحیت پروان چڑھے گی۔

1.2.3.1 تمثیلی مشاعرہ

تمثیلی مشاعرہ عام مشاعرے سے ذرا مختلف ہوتا ہے۔ اس میں طلباء اپنا کلام سنانے کے بجائے مشہور اور معروف شعرا کا کلام سناتے ہیں۔ ہر طالب علم کسی مشہور شاعر کا بھیں اختیار کرتا ہے اور پھر اس شاعر کی مشہور غزلوں یا نظموں کو اسی انداز میں سنانے کی کوشش کرتا ہے جس انداز میں وہ شاعر مشاعرہ پڑھا کرتے تھے۔ تمثیلی مشاعرے کی اسٹچ پیش

سے سامعین اور مشہور شعر اکاروپ اختیار کیے ہوئے طلباء سمجھی مخطوط ہوتے ہیں۔ مختلف شاعروں کا کردار ادا کرنے والے طالب علموں میں تلقظ، ادا بیگن اور پیشکش کی مہارت آجاتی ہے۔ خود اعتمادی کے ساتھ اظہار کی صلاحیت پروان چڑھتی ہے۔

❖ تمثیلی مشاعرے کی تیاری

تمثیلی مشاعرے کی تیاری کے لیے سب سے پہلے ان شاعروں کا انتخاب کرنا ہوتا ہے جن کے کلام کو استحق پر پیش کیا جانا ہے۔ تعلیمی ادارے کے آٹھ دس طلباء مختلف مشہور و معروف شاعروں کا انتخاب کریں۔ ان کے منتخب کلام کے متعلق ایک دوسرے سے مشورہ کر لیں اور یہ طے کریں کہ کس شاعر کا کون کون سا کلام استحق پر پیش کیا جانا ہے۔ اس کے بعد اس روپ کو اختیار کرنے کے لیے ملبوسات اور میک اپ وغیرہ کا استعمال کریں۔ استحق کو اس دور کی مناسبت سے سجائیں اور پھر ہر طالب علم اپنے مقرر کردہ شاعر کا کلام استحق پر پیش کرے۔

1.2.4 بیت بازی

بیت کے معنی ہیں شعر۔ اس میں شاعروں کا مقابلہ ہوتا ہے۔ تین تین یا چار چار طلباء پر مشتمل ٹیمیں استحق پر پیش جاتی ہیں اور پھر پہلی ٹیم کی مشہور شاعر کا کوئی شعر پڑھتی ہے۔ یہ شعر جس حرف پر ختم ہوتا ہے، اگلی ٹیم کو ایسا شعر پڑھنا ہوتا ہے جس کا آغاز اس حرف سے ہوتا ہو۔ اس طرح ایک کے بعد ایک سمجھی ٹیمیں اپنے سے پہلے والی ٹیم کے ہر شعر کے آخری حرف سے شعر پڑھتی جاتی ہیں اور کھیل آگے بڑھتا جاتا ہے۔

بیت بازی میں حصہ لینے سے شعر پڑھنے کے انداز کی تربیت ہوتی ہے۔ طلباء کو صحیح تلقظ اور درست ادا بیگن کے ساتھ شعر پڑھنے کا ہنزا جاتا ہے۔ انہیں بہت سے اشعار یاد ہو جاتے ہیں۔ جنہیں وہ موقع بہ موقع استعمال کرتے ہیں۔ آپ جانتے ہیں کہ اردو کے اشعار میں گہری معمویت پائی جاتی ہے۔ بعض شعر تو ایسے ہوتے ہیں جنہیں اگر صحیح موقع اور وقت پر استعمال کر لیا جائے تو پورے زور اور تاکید کے ساتھ بات کی ترسیل ہو جاتی ہے۔ اس لیے بیت بازی میں حصہ لینے والے طلباء کے پاس زمانہ طالب علمی سے ہی اشعار کا ایک وافر ذخیرہ جمع ہونا شروع ہو جاتا ہے جس سے وہ اپنے اظہار کو زیادہ دلچسپ اور قوی بنانے میں کامیاب ہوتے ہیں۔



❖ بیت بازی کی تیاری

بیت بازی کی تیاری کے لیے ضروری ہے کہ آپ کو شعر و شاعری سے شغف ہو یعنی آپ کو شعر کہنا یا سننا پسند ہو۔ کسی ڈائری یا کاپی میں اپنے پسندیدہ شعر لکھنا شروع کر دیجیے اور انھیں الف بائی ترتیب سے لکھتے اور یاد کرتے رہیے۔ اشعار لکھنے وقت یہ خیال رہے کہ کوئی لفظ ادھر ادھرنہ ہو، شعر بالکل صحیح متن کے ساتھ تحریر کیا جائے۔ اس کا صحیح صحیح تنفظ معلوم کر لیا جائے اور پھر پیشکش کا ایسا انداز اختیار کیا جائے جسے سامعین پسند کریں۔ یہ نہ ہو کہ آپ کی زبان سے نکلے ہوئے اشعار کی ترسیل سامعین تک نہ ہو پائے۔ اس لیے شعر بلند آواز میں اور ٹھہر ٹھہر کر پڑھنے کی عادت ڈالیے۔

اکثر بیت بازی میں موضوعات کو بنیاد بنا کر بھی مقابلہ کیا جاتا ہے۔ جیسے دل، آنسو، جدائی، زندگی، خوبصورتی، خودی یا عشق جیسے کسی ایک موضوع پر شعر پڑھنے کو کہا جاتا ہے۔ اس لیے موضوعات کے تعلق سے بھی کچھ شعر یاد کرنے ضروری ہیں۔

اسی طرح بیت بازی کے کسی راوی میں ایسے اشعار کا مقابلہ بھی ہوتا ہے، جن میں شاعر کا تخلص آتے۔ ایسے مقابلہ کے لیے ضروری ہے کہ کچھ مقطعے بھی ضرور یاد کر لیے جائیں۔

1.2.5 دیگر مظاہرہ جاتی فنون

اسٹچ پر اپنی صلاحیتوں کے اظہار کے بہت سے موقع اور وسیلے ملتے ہیں۔ رقص اور موسیقی اظہار کا ایک ایسا ہی وسیلہ ہے جو بے حد مقبول ہے۔ آپ جانتے ہیں اسٹچ پر رقص و موسیقی کے پروگراموں کی پیشکش اکثر بے حد کامیاب ہوتی ہے اور ناظرین بڑی تعداد میں اس کا حصہ بنتے ہیں۔

موسیقی کے تعلق سے اظہار کا ایک وسیلہ غزل سرائی بھی ہے۔ اچھی آواز والے طبلاء غزلوں کا اسٹچ پر گا کر پیش کرتے ہیں۔ اس طرح غزل کا روپ رنگ نکھر کر سامنے آتا ہے۔ اچھی دھن اور مناسب لے و موسیقی کے ساتھ آواز میں پیش کی ہوئی غزل سن کر لوگ سرد ہستے ہیں۔ غزل کے اشعار کے معنی کھل کر سامنے آتے ہیں۔ اس طرح کی پیشکش سے غزل کہنے والا ہی نہیں غزل گانے والا بھی بے حد مقبول ہو جاتا ہے۔ گویا غزل سرائی صلاحیتوں کے اظہار کا ایک عمدہ وسیلہ ہے۔

نظم سرائی بھی ایک ایسا ہی طریقہ اظہار ہے جس میں کسی شاعر کی نظم گائی جاتی ہے یا موثر انداز میں پڑھ کر سنائی جاتی ہے۔ اکثر نظم پڑھنے والوں کا انداز نظم کو مقبول بنانے میں بہت معاون ہوتا ہے۔ کہا جاتا ہے کہ علاًما اقبال جب اسٹچ پر اپنی نظموں کو پیش کرتے تھے تو لوگ پوری توجہ اور انہا ک سے ان کا کلام سنتے تھے اور اقبال اپنے سامعین پر بھر پورتا ثرا قائم کرنے میں کامیاب ہوتے تھے۔ آپ نے دیکھا ہو گا کہ طالب علم ایک گروپ کی شکل میں اسٹچ پر نظمیں پیش کرتے ہیں جو سامعین کے لیے بڑی دلچسپی کا باعث ہوتی ہیں۔ اکثر کوئی طالب علم انفرادی طور پر نظم سرائی کا عمدہ مظاہرہ کرتا ہے اور سامعین کا دل جیت لیتا ہے۔

طالب علمی کے زمانے میں بچوں کو اسٹچ پر اپنی صلاحیتوں کے اظہار کے بہت سے موقع حاصل ہوتے ہیں۔ انھیں پروان چڑھانے اور بچوں میں مہارت بہم پہنچانے سے ان میں خود اعتمادی پیدا ہوتی ہے، حوصلہ بڑھتا ہے اور اظہار کی نئی نئی صورتیں سامنے آتی ہیں۔

باب 2

ڈراما

2.1 تعارف

ڈرامے کے معنی 'کر کے دکھانے' کے ہیں۔ یعنی ڈرامے میں بنیادی چیز حرکت اور عمل ہے۔ ڈرامے میں کرداروں کے جذبات و احساسات اور ان کی ذہنی و فکری کشمکش اور تصادم کو جسمانی حرکات و سکنات، آواز کے اتار چڑھاؤ اور چہرے کے تاثرات کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے۔ اس طونے ڈرامے کو انسانی زندگی کی نقلی کہا ہے۔ یعنی نقل اتارنے کے لیے اپنی آواز، حرکات و سکنات اور چہرے کے تاثرات کو اس شخص کے مانند بنانا ہوتا ہے جس کی نقل اتارنا مقصود ہے۔ اور یہ نقلی اصل سے جتنی قریب ہوگی ناظرین کو اس کے اصل ہونے کا اتنا ہی مان ہو گا۔

ڈرامے کی تین اہم قسمیں ہیں۔ الیہ، طربیہ اور الٹم طربیہ۔ الیہ ایسے ڈراموں کو کہا جاتا ہے جس کا خاتمه غم اور تکلیف پر ہو، طربیہ کے زمرے میں ایسے ڈراموں کو رکھتے ہیں جن کا خاتمه خوشی کے ماحول میں ہو اور الٹم طربیہ ڈراموں میں خوشی اور غم کا ملا جلا تاثر ہوتا ہے۔

ڈرامے کے اجزاء ترکیبی میں پلاٹ، کردار، مکالمہ اور زبان کو بنیادی حیثیت حاصل ہے۔ ادب کی دوسری اصناف میں کردار اور مکالے کی اتنی اہمیت نہیں جتنی کہ ڈرامے میں ہوتی ہے بلکہ ڈراما کردار اور مکالے کے بغیر وجود میں نہیں آسکتا۔ ڈراما ایک ایسی صنف ادب ہے جس میں تخيیق کار کو اپنی بات کہنے کے لیے کرداروں کے مکالموں اور ادا کاری کا سہارا لینا پڑتا ہے۔ وہ اپنی طرف سے ایک لفظ ادا نہیں کر سکتا۔

ڈرامے کی پیش کش کے لیے ایک خاک کی ضرورت پیش آتی ہے وہ خاک تحریری بھی ہو سکتا ہے اور صلاح مشورے کے بعد بھی تشکیل دیا جاسکتا ہے۔ اسٹنچ، ریڈیو اور ٹلوی ڈرامے کے لیے تو باضابطہ لکھنے والے خاک کی ضرورت پیش آتی ہے لیکن ڈرامے کی کئی ایسی قسمیں ہیں جس کے لیے تحریری خاک کا ہونا لازمی نہیں ہے۔ ڈرامے کی ان قسموں میں سے ایک قسم نکڑنا ممکن ہے۔

2.2 ڈرامے کے اجزاء ترکیبی

♦ پلاٹ

ڈرامے میں واقعات کی ترتیب تنظیم کو پلاٹ کہتے ہیں۔

ڈراما تیار کرتے وقت پلاٹ کو کئی حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے جنہیں آغاز، تذبذب، کشمکش، تصادم، نقطہ عروج اور انجام کا نام دیا گیا ہے۔ ڈرامے کا آغاز اس طرح ہو جس سے ناظرین کی توجہ اپنی جانب مبڑول کرائی جاسکے۔

آغاز کے بعد ڈراما اس طرح اپنی ارتقائی منزل کی جانب گامزن ہو کہ اس میں تزبدب اور کشمکش کا غصر موجود رہے۔ ڈرامے کا تابانا بنا ایسے تیار کیا جاتا ہے کہ اس کا ہر منظر نہ صرف مریبوط ہو بلکہ اپنی ارتقائی منزل کا سفر طے کرتے ہوئے کرداروں کے ارتقا کو بھی دکھائے۔ ڈرامے میں جب تک کشمکش رہے گی ناظرین کی دلچسپی قائم رہے گی۔ ڈرامے میں تصادم پیدا ہو گا اور پلاٹ کامیابی سے اپنی منزل کی جانب بڑھتا ہوا محسوس ہو گا۔ کشمکش سے تصادم ہوتا ہے اور شکست و فتح ہوتی ہے، نتیجہ ڈرامے میں تباہ کا ماحول بنتا ہے اور پھر ڈراما انجام کی جانب گامزن ہوتا ہے۔ ڈرامے میں کشمکش اور تصادم، دو کرداروں کے درمیان ہو سکتا ہے یاد و متصاد خیالات کے درمیان، اپنے ظاہر و باطن کے درمیان اور درویوں کے درمیان۔ اس میں عتنی شدت ہو گی ناظرین اتنے ہی ڈرامے سے مسلک ہوں گے اور ان کی توجہ اتنی ہی زیادہ ہو گی۔ اور یہی ڈرامے کی کامیابی ہے۔

ڈرامے کا پلاٹ تیار کرتے وقت ڈراما نگار اس بات کا خاص خیال رکھتا ہے کہ اس کا زمانہ اتنا پھیلا ہوانہ ہو کہ اسے کامیابی سے پیش نہ کیا جاسکے۔ چونکہ ڈراما پیش کیا جاتا ہے اس لیے اس کے دورانیے (Duration) کا تعین ہونا ضروری ہے۔ ڈراما نگار کو اس کا خاص خیال رکھتا ہے کہ پلاٹ میں حرکت و عمل کے موقع ہوں۔

❖ کردار

ڈراما نگار اپنے پلاٹ کو پیش کرنے کے لیے کردار کی تخلیق کرتا ہے۔ وہ اپنی تمام باتیں کرداروں اور ان کے درمیان ہونے والے مکالموں کی مدد سے کرتا ہے۔ کردار تخلیق کرتے وقت ڈراما نگار اس کا خاص خیال رکھتا ہے کہ موضوع کیا ہے۔ اس کا زمانہ اور مقام کیا ہے۔ کردار کی علمی لیاقت، سماجی، ہنری اور ثقافتی حیثیت اور اس کی فکری صلاحیت کیا ہے۔ ایک کردار کا دوسرے کردار سے رشتہ کیا ہے اور ان دونوں کی ہنری کیفیت کا علم بھی ہونا چاہیے۔ ڈرامے میں کردار کو دیکھنے کے بعد ایسا نہیں لگانا چاہیے کہ وہ جیسا ڈرامے کے شروع میں تھا ویسا ہی ڈراما ختم ہونے پر بھی ہے۔ اس کے اندر بتدریج ارتقا ہو، وہ ہنری سطح پر ہو یا عملی سطح پر۔ ان باتوں کو ذہن میں رکھے بغیر نہ تو اچھا اور حقیقت سے قریب تر کردار تخلیق کیا جاسکتا ہے نہ ہی کامیاب ڈراما۔

کردار کی تخلیق کرتے وقت اس کا خاص خیال رکھا جائے کہ وہ سپاٹ، سطھی اور یک رخانہ ہو۔ جس طرح عام زندگی میں کوئی آدمی مکمل طور پر اچھا یا بُرُّ نہیں ہوتا اسی طرح ڈرامے کا کردار بھی اچھا یا بُرُّ ہونے کے بجائے موقع اور ماحول کی مناسبت سے اس میں تبدیلی آتی رہتی ہے۔

❖ مکالمہ

ڈرامے میں مختلف کرداروں کے درمیان ہونے والی گفتگو کو مکالمہ کہتے ہیں۔ مکالمہ لکھتے وقت پلاٹ اور کردار دونوں کو ذہن میں رکھنا ہوتا ہے۔ مکالمے ایسے ہوں جو پلاٹ کو آگے بڑھانے کے ساتھ ساتھ کردار کے ارتقا کو بھی ظاہر کریں۔ موقع اور ماحول کی مناسبت سے کردار کے مکالمے لکھ جاتے ہیں۔ مکالمہ نگاری میں چوک ہونے کا مطلب ہے ڈرامے کی ناکامی۔ کیوں کہ ڈراما کو پیش کرنے کے لیے کردار اور مکالمہ ہی بنیادی روں ادا کرتے ہیں۔ ڈرامے کا تجزیہ کرتے ہوئے اکثر یہ کہا جاتا ہے کہ یہ ڈرامے ناکام

اس لیے ہیں کہ اس میں طویل مکالمے ہیں۔ یا یہ اس لیے کہ ممیاب ہیں کہ اس کے مکالمے مختصر ہیں۔ دراصل ڈرامے کی کامیابی یا ناکامی طویل یا مختصر مکالموں کی وجہ سے نہیں ہوتی بلکہ اس کا انحصار اس بات پر ہوتا ہے کہ مکالمے، کردار، پلاٹ، منظر اور موقع محل کی مناسبت سے ہیں یا نہیں۔ مکالمے قصے کو انجام تک پہنچانے میں کامیاب ہیں یا نہیں۔ ایسا محسوس نہ ہو کہ کردار مکالمے کی شکل میں صرف جملے ادا کر رہے ہیں بلکہ ان کے ذریعے فکر و ذہن کی عکاسی ہونی چاہیے۔ اگر کوئی کردار باقتوں ہے تو وہ زیادہ بتیں کرے گا اور خاموش طبع کردار کم بولے گا۔ اس لیے مکالمے کی کامیابی کردار کو مکمل صورت میں پیش کرنے میں ہی مضمیر ہے۔

❖ زبان و بیان

ڈرامے میں زبان کا استعمال صرف مکالمے کی پیش کش میں ہی نہیں ہوتا بلکہ اسٹیچ پر موجود گیکروں از مات بھی زبان کا کام کرتے ہیں۔ مثلاً لباس، میک اپ، ساز و سامان، سیٹ، روشنی، موسیقی اور دوسری آوازیں وغیرہ۔ جب ہم اسٹیچ ڈراما دیکھنے جاتے ہیں تو معلوم ہوتا ہے کہ وہاں سیٹ لگا ہوا ہے اور وہ سیٹ ڈرامے کے موضوع اور مناظر کی پیش کش کے مطابق ہوتا ہے۔ اس سیٹ کو مختلف اوقات میں طرح طرح کی روشنی کے ذریعے الگ الگ طور سے اجاگر کیا جاتا ہے۔ روشنی کی مدد سے مناظر اور ماخول تیار کرنے میں بہت مدد ملتی ہے اور اور یہ زبان کا بھی کام کرتی ہے۔ مثلاً خوشنی کے ماخول میں نیلی روشنی نظر آتی ہے تو غم کے ماخول میں زرد، کسی کردار کے تاثر کو زیادہ نہایاں کرنا ہو تو اس پر خاص طرح کی روشنی ڈالی جاتی ہے۔ اسی طرح لباس سے کردار کے کے بارے میں اندازہ ہو جاتا ہے کہ وہ کس طرح کا کردار ہے۔ لباس کے رنگ و ڈیزائن اور پہنچ کے طریقے سے پتا چل جاتا ہے کہ کردار کس علاقے کا ہے، اس کی سماجی حیثیت اور تعلیمی لیاقت کیا ہے۔ ڈرامے کی پیش کش کے دوران کرداروں کی خاموشی، ان کے حرکات و سکنات اور چہرے کے مختلف تاثرات زبان کا بہترین کام کرتے ہیں۔

مذکورہ نکات کو ذہن میں رکھنا ڈراما نگار کے لیے لازمی ہے۔ ضروری نہیں کہ ڈراما کے اصولوں کو جتنی طور پر برتنے سے ہی اچھا ڈراما وجود میں آئے بلکہ اس کے لیے ضروری ہے کہ ڈراما نگار موضوع اور کردار سازی پر مہارت رکھنے کے ساتھ ساتھ ذہنی طور پر اس میں شریک بھی ہو۔ جب پلاٹ کی مناسبت سے کردار اور کردار کی مناسبت سے مکالمے ذہن میں صاف ہو جائیں تو ایک اچھا ڈراماتھیق ہو سکتا ہے ورنہ مکالمے کی شکل میں لکھی ہوئی تحریر کچھ اور تو ہو سکتی ہے ڈراما نہیں۔

دوسری ادبی اصناف میں تحقیق پڑھنے اور سننے کے ساتھ مکمل ہو جاتی لیکن ڈراما پیش ہونے کے بعد ہی مکمل ہوتا ہے یعنی ناظرین اس کا ایک اہم جز ہیں۔ اس لیے ڈراما پڑھنے اور سننے کے ساتھ ساتھ دیکھنے اور کھلیے جانے کے بعد مکمل صورت اختیار کرتا ہے۔

2.3 اسٹیچ ڈرامے کی پیشکش

ڈراما پیش کیے جانے والا فن ہے اس لیے ڈرامے کے خاکے یعنی تحریر شدہ متن کو ہدایت کار، اداکار اور دوسرے تکمیلی فنکاروں کی مدد سے اسٹیچ پر پیش کرتا ہے تب مکمل صورت اختیار کرتا ہے۔

ڈرامائی صنف ہے جس میں دیگر فنون الٹیفہ کے عناصر بھی شامل ہوتے ہیں۔ ایک ڈرامے کو کامیابی کے ساتھ پیش کرنے کے لیے ڈرامے کے خاکے کے ساتھ ساتھ، لباس، سیٹ، پروپرٹیز، میک اپ، روشنی اور موسیقی کی ضرورت پڑتی ہے۔ اور ان کو تیار کرنے کے لیے معمار، میک اپ مین، درزی، کاسٹیوں ڈیزائنر، مصور وغیرہ کی مدد لی جاتی ہے۔ ڈرامے میں مصوری، معماری، رقص، موسیقی، گیت اور نغمے کو خاصی اہمیت حاصل ہے۔ اس لیے اسٹچ ڈرامے میں ہر طرح کے فنکار کی دلچسپی کے موقع ہوتے ہیں۔

ڈراما خصوصاً اسٹچ ڈراما اور اس کی پیش کش کی خصوصیت یہ ہوتی ہے کہ اس کا موضوع کسی زمانے پر محیط ہو وہ پیشکش کے دوران ایسا معلوم ہو کہ یہ سب کچھ اس کے سامنے ہو رہا ہے۔ یعنی ڈرامے کے تمام کردار خواہ ستر ہوں یہ صدی کے کسی واقعہ کو بیان کر رہے ہوں یا بیسویں صدی کے، ان کا انداز پیشکش یہی ظاہر کرتا ہے کہ یہ سب واقعات اسٹچ پر ناظرین کے سامنے واقع ہو رہے ہیں۔ اس لیے ڈرامہ نگار بھی ڈرامے کے مخصوص عہد کو اپنے پیش نظر رکھتا ہے بالکل اس طرح جیسے وہ خوب بھی اسی عہد کا ایک کردار ہو۔ ہدایت کار اداکاروں کو ہدایت دیتے وقت اس دور کو مکمل صورت میں ذہن میں رکھنے کی کوشش کرتا ہے جس زمانے پر ڈرامے کا پلاٹ مرکوز ہے۔ اس لیے اسٹچ پیشکش سے متعلق ہدایات کو صیغہ حال میں ہی لکھا جاتا ہے۔

ڈرامانگار کے ذہن میں اسٹچ کا نقشہ بالکل صاف ہونا چاہیے کہ وہ کس طرح کے اسٹچ کے لیے لکھ رہا ہے۔ یہ بھی درست ہے کہ ہدایت کار اسٹچ کی وسعت کے پیش نظر اس میں تبدیلی کر سکتا ہے لیکن اگر ڈرامانگار کے ذہن میں اسٹچ اور اس کے لوازمات نہیں ہوں گے تو اس کے کردار میں حرکت و عمل کی گنجائش کم ہو گی اور ہو سکتا ہے کہ وہ مکالمہ نگاری میں بھی ناکام ثابت ہو۔ کیوں کہ اسٹچ پر کردار حرکت و عمل کے ساتھ مکالمہ ادا کرتا ہے۔ اسٹچ کو ذہن میں رکھ کر لکھنے والے ڈرامانگار یہاں تک خیال رکھتے ہیں کہ یہ مکالمہ کردار بیٹھ کر ادا کر رہا ہے یا کھڑے ہو کر، وہ چلتے ہوئے بول رہا ہے یا لیٹ کر۔ مکالمہ لکھتے وقت اسی مناسبت سے وہ الفاظ کا انتخاب کرتا ہے۔

ڈرامانگار کے ذہن میں یہ بات بھی ہونی چاہیے کہ ڈرامہ پیش کرنے کا دورانیہ ہوتا ہے۔ وہ اتنا ہی طویل ہو، جتنی دیر میں پلاٹ کو چھتی اور کامیابی سے پیش کیا جاسکے۔ اتنا طویل نہ ہو کہ اس کے پلاٹ میں جھوول پیدا ہو جائے اور ناظرین پر بار بار محسوس ہو اور اتنا مختصر بھی نہیں ہونا چاہیے کہ ناظرین کو یہ پتا ہی نہ چلے کہ ڈراما کب شروع ہوا اور کب ختم ہو گیا۔ ہاں اگر ڈراما اپنے آپ میں مکمل ہے اور اس کا دورانیہ پلاٹ کی مناسبت سے ایک گھنٹہ یا ڈیڑھ گھنٹے پر مشتمل ہو اور ناظرین کو یہی احساس ہو تو یہ کامیابی کی علامت ہے۔

اسٹچ ڈرامے کی تحریر کے لیے اس کا خاص خیال رکھا جانا چاہیے کہ منظر اتنے چھوٹے چھوٹے نہ ہوں کہ اسے جلدی جلدی تبدیل کرنا پڑے۔ ایسے مناظر لکھنا عیب ہے۔ پیش کش کے دوران اس سے نہ صرف اداکاروں اور دوسرے تکمیلی فنکاروں کو دشواری ہوتی ہے بلکہ بار بار منظر تبدیل کرنے میں وقت بھی لگاتا ہے اور تاثر بھی جاتا رہتا ہے۔ اس لیے یہ ضروری ہے کہ ڈرامانگار پہلے واقعات و حادثات، ماحول اور منظر کی تیاری کر لے۔ اس کے بعد اس

کی ترتیب یعنی آغاز، تذبذب، کشمکش، نقطہ عروج اور انجام پر غور و خوض کرنے کے بعد خاکے کو جتنی صورت دے۔ ڈرامانگار کو اس کی بھی آگئی ہونی چاہیے کہ وہ جتنے کرداروں پر مبنی ڈراماتھیلینگ کر رہا ہے اسے اٹھ پر کامیابی سے پیش کیا جاسکتا ہے یا نہیں۔

2.4 ریڈ یوڈ راما

ڈرامے سے مراد کر کے دکھانے کا عمل ہے جب کہ ریڈ یوڈ کر کے دکھانے کے بجائے صرف آواز کی مدد سے ڈراما پیش کیا جاتا ہے۔ ریڈ یوڈ رامے میں عمل کو کردار کے مکالموں اور مختلف آوازوں کی مدد سے پیش کیا جاتا ہے۔ اٹھ ڈرامے میں براہ راست کرداروں کو اصلی صورت میں حرکت عمل کے ساتھ دیکھنے کا موقع ملتا ہے جب کہ ریڈ یوڈ رامے کو مکالمے، صوتی اثرات اور موسیقی کے ذریعے ریکارڈ کرنے کے بعد پیش کیا جاتا ہے۔ ریڈ یوڈ رامے میں آواز ہی سب کچھ ہوتی ہے۔ اس لیے ریڈ یوڈ کے لیے ڈراما لکھتے وقت اس بات کا خاص خیال رکھا جائے کہ اس میں اتنے ہی کردار ہوں جس کو پیش کرنے میں اس کی شناخت قائم رہے۔ چونکہ ان کرداروں کو صرف آواز کی مدد سے پیش کیا جانا ہے اس لیے یہ ضروری ہے کہ مختلف کرداروں کی آوازوں میں نمایاں فرق ہوتا کہ سامعین آواز کے ذریعے کرداروں کو پہچان سکیں۔

اٹھ ڈرامے میں کردار جب اٹھ پڑاتے ہیں تو انی جسامت، لباس، میک اپ اور حرکات و سکنات کے ساتھ نظر آتے ہیں جب کہ ریڈ یوڈ کو یہ سہولت حاصل نہیں ہے۔ اٹھ ڈرامے میں کرداروں کی شخصیت اور تہذیبی انفرادیت دکھائی دیتی ہے جب کہ ریڈ یوڈ میں اس کا احساس کرداروں کے مکالموں کی مدد سے کرایا جاتا ہے۔ ریڈ یوڈ راما نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ مکالمہ نگاری پر خاص توجہ دے اور ایسے کردار خلق کرے جن کی زبان اور ادا بینگی میں فرق ہو تاکہ ان کی شناخت آسانی کے ساتھ کی جاسکے۔ اٹھ ڈرامے پر صرف حرکات و سکنات اور تاثرات سے بہت ساری باتیں کی جاسکتی ہیں بلکہ پورا پورا کردار پیش کیا جاسکتا ہے لیکن ریڈ یوڈ رامے کے ذریعے ایسا ممکن نہیں ہے۔ یہاں آواز کا ہونا لازمی ہے۔ اگر کوئی گونگا کردار بھی ہو گا تو اس کی آواز کو ضرور پیش کیا جائے گا۔ کردار کے تعارف کے لیے بھی ایک کردار اس کا تعارف کرتا ہے اور پھر وہ کردار اپنام کا ملہدا کرتا ہے۔

ریڈ یوڈ رامے میں اداکار کی آواز اور مکالموں کے ساتھ ساتھ دوسری آوازوں اور موسیقی کا استعمال کیا جاتا ہے۔ اس سے ڈرامے کو بہتر طور پر پیش کرنے کے ساتھ ساتھ سامعین کی دلچسپی میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ اس کے علاوہ سامعین ان آوازوں اور موسیقی کی مدد سے پیش کیے جانے والے مناظر کو تصور کی آنکھ سے دیکھ بھی سکتے ہیں۔ گویا وہ نہ صرف ڈرامسن رہے ہیں بلکہ اپنے تصور کی آنکھ سے اسے دیکھ بھی رہے ہیں۔ مثال کے طور پر رات کا منظر پیش کرنے کے لیے سنائی میں جھینگر کے بولنے کی آواز، برسات کے منظر کو پیش کرنے کے لیے بارش کی آواز اور منظر کی مناسبت سے اس میں مینڈ کی آواز کا شامل کرنا، کسی زخمی شخص کو اسپتال لے جانے کے منظر میں ایک بلوش کے چلنے کے ساتھ ساتھ اس کے سائز کی آواز، بازار کا شور و غل، یا کسی بھاری بھر کم آدمی کے چلنے کے منظر میں قدم کی آواز

ونگرہ کو پیش کیا جاسکتا ہے۔ اسی طرح موسیقی کے استعمال سے ڈرامے کی فضا، حالات اور کردار کے جذبات و احساسات سے سامعین کو واقف کرانے میں مدد ملتی ہے۔ ریڈ یوڈراما سننے سے سوچنے کی صلاحیت میں اضافہ بھی ہوتا ہے۔ اس لیے ریڈ یوڈراما نگاروں کے لیے ضروری ہے کہ وہ مختلف آوازوں کا فنا کارانہ استعمال کریں۔

❖ ریڈ یوڈراما کی تیاری

ریڈ یوڈرامے میں کردار اپنی جسمت، لباس، میک اپ اور حرکات و سکنات کے بجائے اپنی آواز کے ذریعے پہچانا جاتا ہے اس کی پیش کش کے لیے آواز کا رکڑ کرتے وقت اس بات کا خاص خیال رکھا جانا چاہیے کہ اداکار کردار کی مناسبت سے مختلف آواز کا مالک ہو۔ ریڈ یوڈرامے میں کرداروں کی شخصیت اور تہذیبی انفرادیت دکھائی دینے کے بجائے اس کا احساس کرداروں کے مکالموں سے ہوتا ہے۔ اس لیے ریڈ یوڈراما کی تیاری سے لے کر اس کی پیش کش کے دوران تمام کرداروں کی آواز پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔ کردار ایسے خلق کیے جائیں جن کے مکالموں کی زبان اور مکالمے کی ادائیگی میں فرق ہوتا کہ کرداروں کی شناخت بآسانی کی جاسکے۔ ریڈ یوڈرامے میں اکثر ایک کردار دوسرے کا تعارف کرتا ہے یا کرداروں کے تعارف کے لیے ایک خاص کردار مخصوص ہوتا ہے تاکہ سامعین کرداروں کی شناخت کر سکے۔

ریڈ یوڈرامے کو دلچسپ بنانے کی غرض سے اس میں اداکار کی آواز اور مکالموں کے ساتھ ساتھ دوسری آوازوں اور موسیقی کا استعمال بھی کرنا چاہیے۔ اس سے ڈرامے کو بہتر طور پر پیش کرنے کے ساتھ ساتھ سامعین کی دلچسپی میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ اس سے سامعین کو ان آوازوں اور موسیقی کی مدد سے پیش کیے جانے والے مناظر کو تصور کی آنکھ سے دیکھنے میں مدد ملے گی اور انھیں ایسا لگے گا کہ وہ نہ صرف ڈراما سن رہے ہیں بلکہ اپنے تصور کی آنکھ سے اسے دیکھ بھی رہے ہیں۔ اسی طرح موسیقی کے استعمال سے ڈرامے کی فضا، حالات اور کردار کے جذبات و احساسات سے سامعین کو واقف کرانے میں مدد ملے گی۔

2.5 ٹیلی ویژن ڈراما

ٹیلی ویژن پر دکھائے جانے والے ڈرامے کو ٹیلی ڈرامے کے نام سے جانا جاتا ہے۔ پر ریڈ یوڈرامے سے مختلف ہوتا ہے لیکن اسٹچ ڈرامے کی بہت سی خصوصیات کا حامل ہوتا ہے۔ اسٹچ اور ٹیلی ڈرامے میں فرق یہ ہے کہ اسٹچ کی مختلف شکل ہو سکتی ہے لیکن ٹیلی ڈرامے میں ایک ہی طرح کے سٹچ کو پلاٹ کی مناسبت سے تیار کیا جاتا ہے۔ اسٹچ ڈرامے میں مختلف سمت سے ناظرین ڈراما دیکھ سکتے ہیں جب کہ ٹیلی ویژن ایک ہی سمت سے دیکھا جاسکتا ہے۔ ٹی پر دوسرے تفریجی پروگرام بھی قسطوں میں دکھائے جاتے ہیں جب کہ ڈراما کثرا یک یادو ہی قسط میں دکھایا جاتا ہے۔ ٹیلی ڈرامے کا دورانیہ بھی طے شدہ ہوتا ہے۔ اکثر یہ آدھے گھنٹے پر مشتمل ہوتا ہے۔ اگر طویل ہوتا ہے آدھے آدھے گھنٹے کی دو قسطوں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ یہ دوسرے تفریجی پروگرام سے اس صورت میں بھی مختلف ہے کہ اس کی فلم بندی کرتے ہوئے باہر کے مناظر کو شامل نہیں کیا جاتا ہے۔

ٹیلی ڈراما نگار کو ڈرامے کے فنی لوازمات کے ساتھ ساتھ کیمرے کی خوبی اور اس کی حد کا علم بھی ہونا چاہیے۔ اسٹچ ڈرامے میں ایک ساتھ ایک سے زیادہ مناظر کو بھی پیش کیا جاسکتا ہیکن ٹی ڈرامے میں اس کی گنجائش نہیں ہوتی۔ ہال اسے یہ سہولت میسر ہے کہ وہ ماحول اور مکالمے کی مناسبت سے کسی اداکار کو بالکل قریب سے دکھان سکتا ہے اور اس کے ہلکے سے بلکہ تاثرات کو کیمرے میں قید کیا جاسکتا ہے۔ ٹی ڈرامے کے ناظرین کو یہ سہولت حاصل نہیں ہے کہ اسٹچ پر موجود ایک سے زائد اداکاروں میں سے جسے چاہے دیکھے جسے چاہے نہ دیکھے۔ ٹیلی ڈرامے کو چونکہ کیمروں میں بند کیا جاتا ہے اس لیے اسے چھوٹے چھوٹے مناظر میں بھی لکھا جاسکتا ہے۔ اگر طویل منظر ہوتا ہے تو اسے ٹکڑوں میں تقسیم کرنے کے بعد ہی کیمروں میں بند کیا جاتا ہے۔ اسٹچ ڈراما چونکہ راست طور پر پیش کیا جاتا ہے اس لیے اس کی ہر پیش کش نئی ہوتی ہے۔ اکثر اس کی ہر پیش کش میں کوئی جز کم یا زیادہ ہو جاتا ہے یا تاثر مختلف ہو سکتا ہے۔ اس کے برخلاف ریڈیو اور ٹیلی ڈرامے کو پہلے ریکارڈ اور کیمروں میں بند کیا جاتا ہے، اس کے بعد اس کی ایڈیٹنگ کی جاتی ہے اور پھر اس میں مختلف آوازوں اور موسيقی کو شامل کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد ہی نشریا ٹیلی کا سٹ کیا جاتا ہے۔ یہ ڈرامے ایک بار جس صورت میں نشریا ٹیلی کا سٹ ہوتے ہیں، بار بار اسی شکل میں پیش کیے جاتے ہیں۔ اس لیے اس میں اگر کوئی کمی یا خامی رہ گئی ہو تو اسے دور کرنے کی گنجائش نہیں ہوتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ ٹیلی ڈرامے کی اسکرپٹ ٹکنیکی ہوتی ہے اور اس کے اشارے اسکرپٹ میں درج کردیے جاتے ہیں۔

❖ ٹیلی ویژن ڈرامے کی تیاری

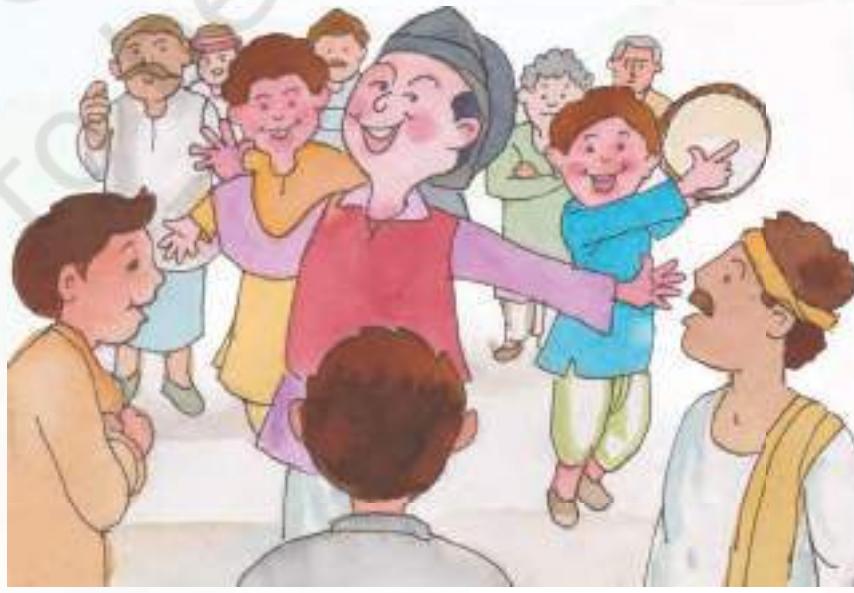
ٹیلی ڈرامے کی تیاری اور اس کی پیش کش میں دوسرے لوازمات کے ساتھ ساتھ کیمرے کی اشد ضرورت پڑتی ہے۔ چون کہ اسے فلم بند کیا جاتا ہے اس لیے اس کی پیش کش کی تیاری کرنے والوں میں سے کسی ایک کیمروے کے استعمال اور اس کی ٹکنیکی جانکاری ضرور ہوئی چاہیے۔ کیمرے کی آنکھ کو ناظرین کی نگاہوں کے طور پر دیکھا جاتا ہے۔ اس لیے ڈرامے کو کیمروں میں بند کرتے وقت یہ خیال رکھا جانا چاہیے کہ منظر اتنا طویل نہ ہو کہ لوگوں کے ذہن پر بار بار محسوس ہو اور انہیں چھوٹا بھی نہ ہو کہ وہ تاثر ہی قائم نہ کر پائے۔ اکثر اسیا بھی ہوتا ہے کہ اسٹچ ڈرامے کو کیمروں میں بند کر کے ٹیلی ویژن پر دکھایا جاتا ہے۔ ٹیلی ویژن ڈرامے میں یہ سہولت ہوتی ہے کہ وہ ماحول اور مکالمے کی مناسبت سے کسی اداکار کو بالکل قریب یادوں سے دکھایا جاسکتا ہے اور اس کے ہلکے سے بلکہ تاثر کو کیمروے میں قید کیا جاسکتا ہے اور اس کا تاثر بھی بہتر ہوتا ہے اس لیے ڈرامے کو کیمروں میں بند کرتے وقت اس کا خیال ضرور رکھا جانا چاہیے۔ ٹیلی ڈرامے کو کیمروں میں بند کرنے کے بعد اس کی ایڈیٹنگ کی جاتی ہے اور پھر اس میں مختلف آوازوں اور موسيقی کو شامل کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد ہی نشریا ٹیلی کا سٹ کیا جاتا ہے۔ اور یہ ڈرامے ایک بار جس صورت میں نشریا ٹیلی کا سٹ ہوتے ہیں بار بار اسی شکل میں پیش کیے جاتے ہیں اس لیے اس میں کوئی کمی یا خامی نہیں رہنی چاہیے۔ اس میں اگر کوئی کمی یا خامی رہ جاتی ہے تو اسے پیش کرنے کے بعد دور کرنے کی گنجائش باقی نہیں رہتی۔

2.6 نگڑناٹک

ہندوستان میں لوک ڈرامے کی روایت بہت پرانی ہے۔ لوک ناٹک کی خصوصیت یہ ہے کہ اس میں مقامی، تہذیبی، ثقافتی اور سیاسی حالات کو مقامی زبان میں پیش کیا جاتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ ملک کے مختلف حصوں میں مختلف قسم کے لوک ناٹک کی روایت ملتی ہے۔ لوک ڈراموں میں اپنی بات کہنے کی پوری آزادی ہوتی ہے۔ ابتدائی زمانے میں اس میں بھی مذهبی رسمات کی عکاسی کی روایت تھی لیکن بعد میں اس کا اثر کم ہوتا گیا۔ شماں ہند کے مقبول لوک ڈراموں میں نقل، راس لیلا، رام لیلا، کرشن لیلا، نونکی، جاترا وغیرہ اہمیت کے حامل ہیں۔ انھیں لوک ڈراموں سے متاثر ہو کر ڈرامے کی قسم کے طور پر نگڑناٹک سامنے آیا۔

نگڑناٹک کو احتجاج کا پرائزدریعہ بھی کہا جاتا ہے۔ اس کی ابتدائی بھی احتجاج کے طور پر ہوئی۔ نگڑناٹک کی پہلی پیش کش روی انتقال کے زمانے میں ولادماڑ مایا کووسکی کی نظم 'مسڑی بُنے' پیش کرنے سے ہوئی۔ ہندوستان میں 'دی ریڈ پلیرس' نے 'میرٹھ' کے نام سے پہلا نگڑناٹک کھیلا۔ اس کے بعد جنگ آزادی میں نگڑناٹکوں نے سرگرم حصہ لیا۔ اس کو پورے ہندوستان میں مقبول کرنے میں Indian Peoples Theatre Association (IPTA) نے اہم کارنامہ انجام دیا۔ 1942ء میں اپنا کا قیام عمل میں آیا اور اس کے بعد پورے ہندوستان میں اس کی شاخیں پھیل گئیں۔ آج بھی کم و بیش تمام علاقوں میں اس کی مختلف شاخیں مختلف ناموں سے اپنا کام کر رہی ہیں۔

نگڑناٹک ایسا ذریعہ اظہار ہے جس کے ذریعے عوام کی باتیں عوام کے درمیان جا کر پیش کی جاتی ہیں۔ اس کی پیش کش کے لیے نہ تو بنا بنا یا اسٹچ چاہیے اور نہ ہی ڈرامے کے دوسرے لوازمات۔ اس کے لیے دو چار فعال افراد کا ہم خیال ہونا کافی ہے۔ اس کے لیے بہت ساز و سامان اور مخصوص لباس کی بھی ضرورت نہیں پڑتی۔ بلکہ جو جس لباس میں ہے ویسے ہی عوام کے درمیان جا کر ڈھول یا یکنتر بجا کر لوگوں کو کسی چوک چورا ہے پر یا نگڑ پر یکجا کرتے ہیں اور مجمع ہونے کے بعد اپنا ڈراما شروع کر دیتے ہیں۔



نکٹر ناٹک کی اسکرپٹ معینہ نہیں ہوتی ہے بلکہ اسے زیادہ تر Improvise کیا جاتا ہے۔ موقع محل کے مطابق ترمیم و تبدیلی ہوتی رہتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ نکٹر ناٹک کی اسکرپٹ شائع شدہ شکل میں کم ہی ملتی ہے۔ نکٹر ناٹک میں سماجی، سیاسی، تہذیبی، ثقافتی یا کسی ہنگامی موضوع پر بتاولہ خیال کے بعد بروقت تیار کیا جاتا ہے اور پھر اسے اسی شکل میں پیش کر دیا جاتا ہے۔ اس کی پیش کش کے بعد ناظرین سے گفتگو کی جاتی ہے اور ناٹک میں شامل مواد پر بتاولہ خیال کرنے کے بعد اس کی آئندہ پیش کش میں ترمیم و اضافہ کر لیا جاتا ہے۔ گویا اکثر نکٹر ناٹک کی ایک پیش کش سے دوسری پیش کش میں خاصی تبدیلی آ جاتی ہے۔ کیوں کہ اس کا مقصد عوام کے مسئلے سے عوام کو بیدار کر کے رائے عامہ ہموار کرنا ہوتا ہے۔

❖ نکٹر ناٹک کی تیاری

نکٹر ناٹک اکثر ہنگامی حالات میں یا ہنگامی موضوع پر پیش کیے جاتے ہیں اس لیے اس کی پیش کش کی تیاری کے لیے اتنے ساز و سامان اور وقت کی ضرورت نہیں ہوتی جتنا دوسرے ڈراموں کے لیے ضروری ہے۔ اکثر نکٹر ناٹک میں یہ بھی ہوتا ہے کہ اس کی ایک پیش کش سے دوسری پیش کش کے مواد میں کمی بیشی بھی کی جاتی ہے اور بعض اوقات اس کی زبان بھی تبدیل کرنی پڑتی ہے۔ اس لیے نکٹر ناٹک کرنے والے فن کاروں کو اس کے لیے ہر وقت ہنی اور فکری طور پر تیار رہنا چاہیے کہ بھی بھی کچھ بھی تبدیل کرنا پڑ سکتا ہے اور کبھی کبھی تو در ان پیش کش بھی کچھ بدلتا پڑتا ہے۔ چون کہ اکثر نکٹر ناٹک کی پیش کش کے بعد ناظرین سے بات چیت کی جاتی ہے اور ان کی رائے اور تاثرات کے مطابق اسی ناٹک کی دوسری پیش کش میں ترمیم و اضافہ کرنا پڑتا ہے، اس لیے ناظرین کے رائے یہاں اہمیت رکھتی ہے۔ اسے پیش کرنے کے لیے معمول کے لباس اور بہت تھوڑے سامان کافی ہیں۔ نکٹر ناٹک کی پیش کش کے لیے جوش و جذبے کی زیادہ اہمیت ہے جبکہ اس کے کائنات اور اس کے لوازمات پر مہارت ہو۔ نکٹر ناٹک میں اکثر یہ بھی ہوتا ہے کہ ایک ہی اداکار ایک سے زیادہ کروار ادا کرتا ہے اور اس کی تیاری وہ ناظرین کے سامنے ہی کرتا ہے۔ اکثر نکٹر ناٹک کی پیش کش میں ناظرین چاروں طرف بیٹھے یا کھڑے ہوتے ہیں۔ وہ اداکار سے بہت قریب ہوتے ہیں اس لیے اداکار کو اس بات کا خیال رکھنا چاہیے کہ وہ اداکاری کرتے وقت اس طرح خود کو پیش کرے کہ اسے زیادہ سے زیادہ ناظرین دیکھو اور سن سکیں۔ نکٹر ناٹک کھلی جھوپوں پر پیش کیا جاتا ہے۔ اس لیے اس کے اداکاروں کو زیادہ تیز آواز میں مکالمہ ادا کرنا چاہیے۔ نکٹر ناٹک تیار کرنے والوں کو اپنی تاریخ کے ساتھ ساتھ اپنے آس پاس اور سماجی، سیاسی، تہذیبی اور ثقافتی پہلو پر نظر رکھنی چاہیے۔

2.7 مونوا یکٹنگ

مونوا یکٹنگ کے ڈرامانگار، ہدایت کار اور اداکار اکثر ایک ہی ہوتے ہیں۔ اسے ہم ایک اداکار کے ذریعے پیش کیا جانے والا ڈراما بھی کہہ سکتے ہیں۔ اکثر اسکول و کالج میں اس کے مقابلے کا انعقاد کیا جاتا ہے۔ ایسے مونوا یکٹ کی مدت عموماً پانچ منٹ کی ہوتی ہے۔ اب اسے مکمل فن کے طور پر پیش کیا جاتا ہے اور اس کی مدت ایک سے ڈیڑھ گھنٹے

کی بھی ہو سکتی ہے۔ ایسے ڈرامے کو سولوپر فارمنس یا سولوڈراما کہا جاتا ہے۔ مونوا یکٹ میں ایک ہی اداکار کی کردار ادا کرتا ہے۔

مونوا یکٹنگ کے لیے دو طریقے اپنائے جاتے ہیں۔ اول پہلے سے موضوع دے دیا جاتا ہے اور کہا جاتا ہے کہ اس پر تین یا پانچ منٹ کا مونوا یکٹ تیار کر کے پیش کریں۔ طالب علم اس موضوع پر اپنے اساتذہ یا بزرگوں سے مشورہ کرنے کے بعد اسے ایک پلاٹ کی شکل دے کر مناظر میں تقسیم کرنے کے بعد باضابطہ مشق کرتے ہیں اور پھر مقررہ دن اور وقت پر پیش کر دیتے ہیں۔ دوسرا طریقہ یہ ہوتا ہے کہ مقابلے کے وقت ہی موضوع دیا جاتا ہے اور اس کی تیاری کے لیے دس پندرہ منٹ دینے کے بعد اسے پیش کرنے کو کہا جاتا ہے۔ پہلی صورت میں باضابطہ خاکہ تیار کر کے مونوا یکٹ لکھا جاسکتا ہے اور اس میں لکھنے اور کرنے والا شخص مختلف ہو سکتے ہیں۔ دوسرا صورت میں چونکہ وقت بہت کم ہوتا تو اداکار خود دیے گئے موضوع پر سوچتا ہے، اس کا خاکہ تیار کرتا ہے، پھر اسے مناظر میں تقسیم کر کے اکثر براہ راست اسٹچ پر پیش کرتا ہے۔

مونوا یکٹنگ میں تیاری کا موقع کم ملتا ہے اور اس میں ایک ہی اداکار ہوتا ہے۔ اس لیے اس کا خاکہ تیار کرتے وقت اس کا خیال رکھنا چاہیے کہ اس میں بہت زیادہ کرداروں کی پیش کش نہ ہو۔ زیادہ کردار ہونے کی صورت میں نہ صرف اداکار بلکہ ناظرین بھی اس میں تفریق کرنے میں دشواری محسوس کریں گے۔

مونوا یکٹ عموماً مقابلے کے لیے پیش کیا جاتا ہے اس لیے اس کے اصول واضح کر دیے جاتے ہیں تاکہ تیار اور پیش کرنے والوں کو بھی سہولت ہو۔ اس میں وقت کی قید، موضوع کا سماجی اور تہذیبی نوعیت کا ہونا اور نازیبا موضوع اور حرکات و سکنات سے پرہیز شامل ہے۔ اسے پراثر اور کامیابی سے پیش کرنے کی غرض سے مونوا یکٹ کے اداکار اپنی آواز کے اتار چڑھاؤ، کردار میں واضح فرق، کردار کی مناسبت سے جسم کے حرکات و سکنات اور چہرے کے تاثرات کا استعمال کرتے ہیں۔ اس لیے اداکار کے اندر فن کی سمجھ اور اس کا تجربہ ہونا لازمی ہے۔

مونوا یکٹ کا پلاٹ تیار کرنے وقت اکثر نظر و مزاج کا سہارا لیا جاتا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ اسے کم مدت میں تفریق کا ذریعہ مانا جاتا ہے اور نجح صحابا کو متناہر کرنا بھی مقصد ہوتا ہے۔ لیکن اس کا خاص خیال رکھا جانا چاہیے کہ اس میں پیش کلائی یا حرکات و سکنات سے کسی کی دل شکنی نہ ہو۔ مونوا یکٹ میں اداکار کو پوری آزادی ہوتی ہے کہ وہ اپنے طور پر پلاٹ کو پیش کرے۔ اس کو کوئی روکنے لئے والانہیں ہوتا۔ یہ سہولت گروپ میں حاصل نہیں ہوتی۔ یہی وجہ ہے کہ مونوا یکٹ نہ صرف بچوں میں مقبول ہے بلکہ اسے بڑے لوگ بھی پسند کرتے ہیں۔

2.8 مائم

مامم مونوا یکٹ کی خاموش شکل ہے۔ جس طرح مونوا یکٹ میں ایک ہی اداکار ایک سے زیادہ کردار ادا کرتے ہیں ویسے ہی مائم میں ایک ہی اداکار بغیر مکالمہ ادا کیے اپنے جسم کے حرکات و سکنات اور چہرے کے تاثرات کے ذریعے ایک سے زیادہ کردار کو پیش کرتا ہے۔ اس طرح اس کی تعریف کرتے ہوئے یہ کہا جاسکتا ہے کہ مائم ایک ایسی ڈرامائی

پیش کش ہے جسے آواز کے بغیر جسم کے حرکات و سکنات اور چہرے کے تاثرات کے ذریعے پیش کیا جائے۔ مائم کی ابتداء قدیم مصر میں ہوئی۔ اس زمانے میں ایک اداکار چہرے پر ماسک لگا کر رقص کی شکل میں ایک سے زائد کردار کی اداکاری کرتا تھا۔ ابتدائی زمانے میں ایک ہی اداکار اسے پیش کرتا تھا لیکن رفتہ رفتہ اس میں ایک سے زائد اداکار شامل ہونے لگے اور اب اسے ایک اداکار سے لے کر گروپ کے ذریعے بھی پیش کیا جاتا ہے۔ مائم کو مکمل فن کی شکل دینے میں فرانس کے Marcel Maceau نے اہم کردار ادا کیا۔ اسے بچپن سے نقلی کا شوق تھا اور وہ لوگوں کی نقل اتنا کرتا تھا۔ اس سے نہ صرف وہ مقبول ہوا بلکہ مائم کو بھی باضابطہ فن کی صورت میں مقبولیت ملی۔ Marcel نے 1948 میں ایک مائم اسکول قائم کر کے اور باضابطہ تربیت دینے کا سلسلہ شروع کیا۔ انھوں نے اسے Art of Silence کا نام دیا۔ انھوں نے کم و بیش سانچھ برس تک اس فن کی خدمت کی اور اسے پوری دنیا میں اہمیت دلائی۔ انھوں نے ہی ماسک کی جگہ چہرے کو سفیدرنگ سے میک اپ کرنے کا سلسلہ شروع کیا۔ ہم سب چارلی چپلین سے بخوبی واقف ہیں۔ انھوں نے اسی فن کو جلا بخشتے ہوئے نہ صرف اسے پیش کیا بلکہ اس کی فلم بنندی کر کے اسے پوری دنیا میں عام کیا۔ چپلین نے لندن میں بچوں کے گروپ کے ساتھ بھی کام کیا اور ان کی تربیت کی۔ ان کی فلموں کا کردار The Tramp مائم پر ہی ہوتی ہے۔ ان کی فلم Modern Time اور City Light سے کوئی واقف نہیں۔ ان فلموں نے انقلاب لانے کا کام کیا اور مائم کے فن کو وہ بلندی ادا کی جس کی تھنا مائم کا ہر فن کار کرتا ہے۔ ہندوستان میں مائم پر منی فلم ”پیپک“ اس کی بہترین مثال ہے۔

