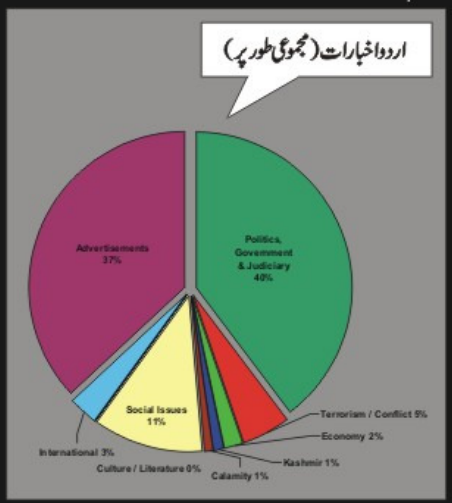
نومبر۔دسمبر 2008

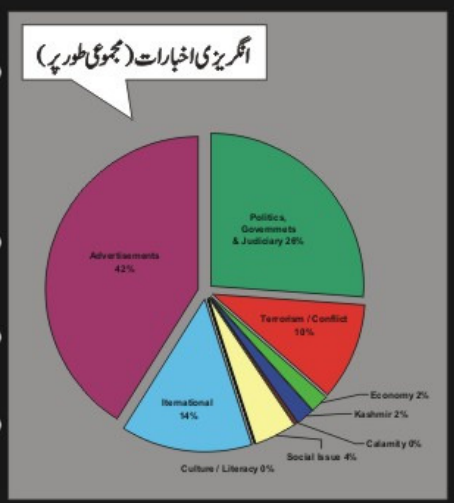
میڈیا مانیٹر

ممبران کے لئے
نیوز لیٹر

اخبارات میں کیا چھپتا ہے !

- دہشت گردی، جنگی جنونیت اور ''اکنامکس آف جرنلزم''
- پاکستانی میڈیا۔۔
  ایک نئے زاویے سے سوچنے کی ضرورت
- بچپن کا رپوریٹ میڈیا کی زد میں
- اصل جنگ ٹی وی سے باہر لڑی جاتی ہے!
- ''میڈیا میں جمہوریت ہمیں کیوں درکار ہے؟''
  اسلام آباد اور لاہور میں منعقدہ سیمینارز کی رپورٹ





دہشت گردی، جنگی جنونیت اور ''اکنامکس آف جرنلزم''

صحافی کسی بھی معاشرے کا ایک اہم حصہ ہوتے ہیں۔ جمہوری نظام میں لوگ اس بات کا فیصلہ کرتے ہیں کہ کون حکمرانی کرے۔ تاہم وہ اچھا فیصلہ اس وقت کر سکتے ہیں جب وہ واقعتاً باخبر ہوں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ صحافیوں کو ''آزاد ذریعے'' کے طور پر کام کرنا چاہیے کہ کیا ہو رہا ہے اور وہ جو حکمران ہیں، وہ کیا کر رہے ہیں۔ لیکن سوال یہ ہے کہ کیا صحافی یہ کام احسن طریقے سے کر رہے ہیں؟ جین آکرے اس کا جواب اس طرح دیتی ہیں کہ ایک اہم مسئلہ جس کا صحافیوں کو سامنا کرنا پڑتا ہے وہ یہ ہے کہ روایتی کاروباری ماڈل میں، جس میں منافع بادشاہ ہے، ہم سے ''پبلک سروس'' کی توقع کی جاتی ہے۔ ایک ایسی صورت میں جب ایڈیٹر، نیوز ایڈیٹر یا رپورٹر بزنس منیجر کے مسلسل دباؤ میں ہو، اچھی خبر کی توقع کم ہی کی جاسکتی ہے۔ خاص طور پر تحقیقاتی صحافت یا ایسی خبر جس سے اخبار یا ٹیلیوژن چینل کے مالی مفاد پر زد پڑتی ہو، چھپنا یا ٹیلی کاسٹ ہونا محال ہے۔ بزنس منیجر کے نزدیک خبر ایک ''شئے'' ہے ''پبلک سروس'' نہیں۔ صحافت میں مال کمانے کا رحجان گزشتہ ایک دو دہائیوں سے بہت بڑھ گیا ہے خاص طور پر جب سے میڈیا کے ادارے چند غیر صحافتی ہاتھوں میں مجتمع ہوئے ہیں۔ ایک نقطۂ نظر یہ بھی ہے کہ جدید صحافت کو ''بزنس'' بننا پڑے گا۔ وگرنہ وہ ان لوگوں خصوصاً ٹیلیوژن کے صحافیوں کو بڑی بڑی تنخواہیں کیسے دے سکیں گے جو وہ اس وقت لے رہے ہیں۔

گزشتہ ایک دہائی سے جنگ، دہشت گردی، خودکش حملے اور دوسری پرتشدد کاروائیاں ''ہاٹ سٹوری'' رہی ہیں۔ اس بھاری ''کرائسس ٹرن اوور'' نے بزنس کو خوب چمکایا ہے۔ عراق کی جنگ نے امریکی میڈیا کی ریٹنگ (Rating) بڑھائی، جس کے نتیجہ میں میڈیا کمپنیوں نے خوب مال کمایا۔ نیویارک ٹائمز، لاس اینجلس ٹائمز اور واشنگٹن پوسٹ نے 2003 میں اپنے صفحۂ اول پر عراق سے مجموعی طور پر 858 خبریں شائع کیں۔ میڈیا کے تقریباً ہر بڑے ادارے نے بغداد میں اپنے بیورو آفس کھولے اور عملہ تعینات کیا۔ تاہم عراق میں جنگ ماند پڑ جانے کے بعد رواں سال کے پہلے نو ماہ میں ان تینوں اخبارات نے صرف 138 خبریں شائع کیں۔ ستمبر 2007 میں امریکی فوجی یونٹوں کے ساتھ 219 امریکی صحافی Embedded تھے۔ جو ایک سال بعد ستمبر 2008 میں صرف 39 رہ گئے۔ میڈیا کے کئی امریکی اداروں نے بغداد میں اپنے بیورو آفس بند کر دیے ہیں اور بہت سے صحافیوں کو فارغ کر دیا ہے۔ اخبارات کے قاری اور ٹیلیوژن کے ناظرین عراق کی خبروں سے بور ہونے لگے تھے۔ امریکی صحافی گپ شپ کے دوران یہ کہنے لگے تھے Good news is no news۔ لوگ تو مر رہے تھے مگر عراق سے خبروں کا حصول اب منافع بخش نہیں رہا تھا۔ کیونکہ ایڈورٹائزنگ کے ریونیو میں کمی آگئی تھی۔ یہ اکنامکس آف جرنلزم ہے۔

پاکستانی میڈیا خصوصاً نئے وجود میں آنے والے نجی ٹیلیوژن چینلز کو گزشتہ چند برسوں کے دوران بھاری ''کرائسس ٹرن اوور'' ملا ہے۔ میڈیا پر بہت خوش دلی سے بحرانوں کا ذکر کیا گیا ہے۔ قاری اور ناظر کو مستقل طور پر خلفشار کی صورت حال میں رکھا گیا ہے۔ اس سے میڈیا کے اداروں کی ریٹنگ بڑھی ہے۔ ایڈورٹائزنگ ریونیو میں اضافہ ہوا ہے اور میڈیا مالکان کے بنک بیلنس بڑھے ہیں۔ کچھ صحافی بھی اس بونینزا سے مستفیض ہوئے ہیں۔ یہ بات بھی پیش نظر رہے کہ پاکستان میں سیاسی کرائسس ٹرن اوور سے زیادہ دہشت گردی اور جنگی جنونیت قاری اور ناظر کی توجہ اور اس کے نتیجے میں مزید اشتہارات کا باعث بنی ہے۔

عالمی سطح پر اب یہ بات زیر بحث ہے کہ میڈیا کا طرزِ عمل دہشت گردی کے فروغ کا باعث بن رہا ہے۔ میڈیا کے ادارے دہشت گردوں کو پروپیگنڈا بونینزا فراہم کر کے ان کے مقاصد کو تقویت دے رہے ہیں۔ عام لوگ ذاتی تجربے کی بجائے میڈیا کے ذریعے حقیقت کا ادراک حاصل کرتے ہیں۔ جب میڈیا کے بڑے ادارے ایک ہی راگ الاپ رہے ہوتے ہیں تو لوگ یہی سمجھتے ہیں کہ انہیں ایمانداری سے باخبر رکھا جا رہا ہے۔ بڑے ادارے اپنے ایجنڈا کے مطابق خبروں کو رنگ دیتے ہیں۔ وہ پبلک کو بعض باتوں پر قائل کرتے ہیں یا اہم انفارمیشن چھپا لیتے ہیں۔ اور حکومتوں کو کسی خاص سمت عمل کرنے پر مجبور کرتے ہیں۔ مارگریٹ تھیچر کے الفاظ میں ''پبلسٹی دہشت گردی کے لئے آکسیجن ہے''۔ دہشت گردوں کا بڑا ہدف عوامی ادراک ہے اور میڈیا اس ادراک کو تشکیل کرنے میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔ دہشت گرد تنظیمیں میڈیا میں اپنے ہمدرد تلاش کرتی ہیں اور بعض صورتوں میں فنڈنگ کے ذریعے میڈیا کے چھوٹے اداروں کا کنٹرول بھی حاصل کر لیتی ہیں۔ ان کے خیال میں عام لوگوں کو یہ سمجھنے کے لئے ''مدد کی ضرورت'' ہوتی ہے کہ ان کا نصب العین منصفانہ ہے اور ان کے پاس تشدد کے علاوہ اور کوئی راستہ نہیں۔ جبکہ میڈیا یہ چاہتا ہے کہ سب سے پہلے اس نے خبر دی۔ یہ ایک ایسی ناخوشگوار صورت ہے جب میڈیا نہ چاہتے ہوئے بھی دہشت گردی کی پبلسٹی کا باعث بنتا ہے۔ پاکستان میں صحافیوں کے لئے یہ سوچنے کی بات ہے کہ وہ اس صورت حال سے کس طرح بچ سکتے ہیں۔

(چیف ایڈیٹر)

سوسائٹی فار آلٹرنیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ
(Society for Alternative Media and Research)

عوام پر مرکوز میڈیا کی شدید ضرورت کو محسوس کرتے ہوئے ملک اور معاشرے میں سماجی تبدیلی اور انصاف کے علمبردار کچھ لوگوں نے اسلام آباد میں سوسائٹی فار آلٹرنیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ (Society for Alternative Media and Research) کے نام سے ایک ادارہ قائم کیا ہے جو سوسائٹیز ایکٹ 1860 کے تحت رجسٹرڈ ہے جس کا مقصد عوامی مسائل کے بارے میں عوامی نکتہ نظر کو مناسب انداز میں پیش کرنا ہے تاکہ وسیع البنیاد جمہوری مباحثے اور عمل کو فروغ ملے۔ اس گروپ میں عوامی حقوق کے سرگرم رکن، امن کے حامی، ماہرین، تحفظ ماحولیات کے کارکن، میڈیا اور صحافت سے وابستہ لوگ شامل ہیں جو ''مال کماؤ'' ایجنڈے پر عمل پیرا مقتدر میڈیا کو لوٹ مار میں ملوث حکمران طبقات کا حصہ سمجھتے ہیں۔

SAMAR کی رہنمائی ایک بورڈ آف ڈائریکٹرز کرتا ہے جس کا یقین ہے کہ حقیقی علمی پس منظر کے بغیر میڈیا فوری اور مروجہ کوتاہ نظری کا شکار ہو جاتا ہے۔ اسے میڈیا کے متبادل تصور پر یقین رکھنے والے صحافیوں اور محققین کی ٹیم چلا رہی ہے جسے متبادل پرنٹ اور الیکٹرانک مواد کی تیاری کا تجربہ ہے۔

204، سیکنڈ فلور، کرن پلازہ، ایف ایٹ مرکز۔ اسلام آباد۔ فون: 051-2855011/022
ای میل: mediamonitor@alternativemedia.org.pk
ویب سائٹ: www.alternativemedia.org.pk

اس شمارہ میں

دہشت گردی، جنگی جنونیت اور ''اکنامکس آف جرنلزم''	1
پاکستانی میڈیا۔۔ ایک نئے زاویے سے سوچنے کی ضرورت	2
اصل جنگ ٹی وی سے باہر لڑی جاتی ہے!	4
اخبارات میں کیا چھپتا ہے؟	5
میڈیا اور سیکورٹی سیکٹر۔۔۔ فلسطینی اور پاکستانی صحافیوں کے یکساں حالات کار	9
بچپن کارپوریٹ میڈیا کی زد میں	11
میڈیا کا پرتشدد کھیل اور اس کے بارے میں تعلیم	12
میڈیا میں جمہوریت ہمیں کیوں درکار ہے؟	13
سٹیزن میڈیا واچ گروپس کی تشکیل	14

اعتذار

میڈیا مانیٹر کے شمارہ جولائی۔ اگست 2008 میں احمد فراز کی تصویر شائع کی گئی تھی۔ یہ تصویر اسحاق چوہدری نے فراہم کی تھی جس کے لئے ہم ان کا شکریہ ادا کرتے ہیں۔

ایڈیٹوریل بورڈ: حارث خلیق، فوزیہ شاہد، عبدالقادر
چیف ایڈیٹر: مظہر عارف۔ ایڈیٹر: ارشد رضوی۔ آرٹ ایڈیٹر: جعفر مہدی۔ پبلشر: سوسائٹی فار آلٹرنیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ۔ پرنٹر: منزل پرنٹر اسلام آباد

پاکستانی میڈیا ----- ایک نئے زاویے سے سوچنے کی ضرورت

سلمان عابد

پاکستان میں میڈیا کی آزادی ہمیشہ سے ایک سوالیہ نشان کے طور پر موجود رہی ہے۔ ماضی و حال سمیت ہر دور میں صحافیوں کی ایک بڑی تعداد نے انفرادی طور پر اور صحافتی ٹریڈ یونین کے پلیٹ فارم سے آزادی صحافت کی لڑائی لڑی، اس کیلئے بے پناہ قربانیاں دیں اور قید و بند کی صعوبتیں برداشت کی ہیں۔ میڈیا کی آزادی کی اس جدوجہد میں بڑا کردار پرنٹ میڈیا سے وابستہ صحافیوں اور ان کی تنظیموں کا تھا۔ اس کی ایک وجہ یہ بھی تھی کہ ملک میں الیکٹرانک میڈیا ریاست کے کنٹرول میں تھا۔ جہاں سے میڈیا کی آزادی کی باتیں کرنا ممکن نہیں تھا۔ یہاں کام کرنے والے لوگ اگر آزادانہ بنیادوں پر کام کرنا بھی چاہتے تو انھیں ریاست کے بڑے دباؤ کا سامنا کرنا پڑتا اور ان کا بیشتر سچ ریاست کی سنسر شپ کی نظر ہو جاتا۔

اب پاکستان میں میڈیا کی آزادی کی صورتحال میں ایک نئی تبدیلی رونما ہوئی ہے۔ پرائیویٹ ٹی وی چینلز اور ریڈیو کا ایک انقلاب ہے جس نے بڑی تیزی سے ریاست کے الیکٹرانک میڈیا کے مقابلے میں اپنی سیاسی ساکھ کو بنایا اور کسی حد تک اپنی صلاحیتوں کو منوایا بھی ہے۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ ماضی میں ریاستی کنٹرول میں موجود میڈیا میں سچ پیش کرنے اور جرأت سے اپنی بات کہنے کیلئے جس ماحول کی کمی تھی اُسے پرائیویٹ میڈیا نے کافی حد تک فراہم کیا ہے۔ اگرچہ پرائیویٹ میڈیا کی پہنچ (access) پورے ملک میں نہیں ہے، یہ ایک خاص حد تک، بالخصوص شہری آبادی کی پہنچ تک ہی ہے اور اب بھی پی ٹی وی ہی ایک بڑا ذریعہ ہے جو پورے ملک کی بڑی آبادی تک اپنی رسائی رکھتا ہے۔ اب دیکھنا یہ ہے کہ میڈیا کی نج کاری نے ہماری سیاسی، سماجی اور معاشی زندگی پر کیا اثرات مرتب کئے ہیں اور پرائیویٹ میڈیا کی کارکردگی کو ہمیں کس تناظر میں دیکھنے کی ضرورت ہے۔ یہ اس لئے ضروری ہے کہ جہاں میڈیا کی 'آزادی' نے بہت سے لوگوں کو اپنی طرف متوجہ کیا وہاں ایسے لوگ بھی ہیں جو میڈیا کے موجودہ کردار سے نہ صرف یہ کہ مطمئن نہیں بلکہ وہ میڈیا میں ہونے والی بہت سی تبدیلیوں پر اپنے تحفظات بھی رکھتے ہیں۔

اس میں کوئی شبہ نہیں کہ پاکستان میں میڈیا کی نج کاری اور اس پر ریاستی کنٹرول کو ختم کرنا ضروری تھا۔ آج جب کہ ذرائع ابلاغ نے واقعی دنیا کے فاصلوں کو سکیڑ دیا ہے اب یہ ممکن نہیں رہا کہ کوئی بھی ریاست اپنے شہریوں سے معلومات چھپا سکے۔ کیونکہ ریاستی کنٹرول کے ذرائع ابلاغ کے مقابل اب کئی طرح کے ذرائع ابلاغ موجود ہیں اور لوگ ان تک رسائی حاصل کر کے وہ سب کچھ حاصل کر سکتے ہیں جو ریاست لوگوں سے چھپانے کی کوشش کرتی ہے۔ اس میں بھی کوئی شبہ نہیں کہ کسی بھی جمہوری معاشرے کی تشکیل میں اس کے آزاد میڈیا کا ایک اہم کردار ہوتا ہے اور یہ کردار مجموعی طور پر معاشرے کے مختلف فریقوں اور ریاست و حکومتی اداروں کے درمیان چیک اینڈ بیلنس کا کردار ادا کرتا ہے۔ یہاں یہ سوال بھی اہم اور توجہ طلب ہے کہ کیا از خود میڈیا اپنے اندر جمہوری قدریں رکھتا ہے اور اس کے اپنے ادارے کی جمہوری ساخت کیا ہے! کیونکہ جب معاشرہ میڈیا سے اپنی توقعات وابستہ کرتا ہے تو ضروری ہے کہ اس کے اپنے اندر موجود مختلف جہتوں کو سمجھا جائے اور دیکھا جائے کہ موجود میڈیا کس طرح فنکشن کرتا ہے۔ ایک زمانے میں پی ٹی وی کا ایک مشہور سلوگن تھا جو بار بار دکھایا جاتا تھا، اب بھی وہ اپنے اس سلوگن کو دکھاتا ہے جس میں معلومات، انٹرٹینمنٹ اور تعلیم کو بنیادی اہمیت دینے کا دعویٰ کیا جاتا ہے۔ لیکن عملاً حالات مختلف ہیں اور اب معلومات، انٹرٹینمنٹ اور تعلیم سے زیادہ منافع کو بنیادی اہمیت حاصل ہے۔ منافع جہاں سے اور جن شرائط پر بھی ہوگا وہ میڈیا مالکان کیلئے ہاٹ کیک ہے۔

ایک زمانے میں پی ٹی وی کے مخصوص اوقات تھے اور اس کی پروگرام سرگرمیاں بھی محدود ہوتی تھیں مگر اب صورتحال یہ ہے کہ پرائیویٹ میڈیا 24 گھنٹے پروگرام نشر کرتا ہے۔ ان کے پاس وہ مواد نہیں کہ وہ اس طویل دورانیے میں لوگوں کیلئے نئے سے نئے پروگرام دکھا سکیں۔ اس کی وجہ صلاحیتوں کا فقدان بھی ہے۔ اب ہم دیکھ رہے ہیں کہ ایک طرف پروگراموں کی بوریت کا معاملہ سرفہرست ہو گیا ہے اور دوسری جانب پرانے پروگراموں کے بار بار دکھائے جانے سے بھی لوگ بے زار نظر آتے ہیں۔ خبروں کے معیار اور اس کی ساکھ پر بھی بہت سے سوالات ہیں جبکہ خبروں میں سنسنی خیزی اور جذباتی عنصر نے لوگوں کو ایک ہنگامی کیفیت میں مبتلا کر دیا ہے۔ ''سب سے پہلے'' خبر کی دوڑ نے میڈیا کی اخلاقی اقدار کو بھی نقصان پہنچایا ہے۔ خبر کی تصدیق کرنے کی بجائے اس دوڑ میں پہلے خبر جاری کرنا فیشن بن گیا ہے۔ بریکنگ نیوز کے نام پر جو کچھ دکھایا جا رہا ہے اس کے کئی پہلو قابل تنقید ہیں۔ ایسی خبروں کو بریکنگ نیوز کا حصہ بنایا جاتا ہے جس کی اہمیت نہ ہونے کے برابر ہوتی ہے - پاکستانی صحافت میں ایک دور ایسا بھی تھا جب پرنٹ میڈیا میں زرد صحافت کا بڑا زور تھا (اب بھی بعض اخبارات اس کھیل میں شامل ہیں) آج اخبارات کے ساتھ ساتھ الیکٹرانک میڈیا بھی سامنے آ گیا ہے۔ خبروں کو جذباتی انداز میں پیش کرنا اور بعض معاملات کو اس انداز میں ایشو کے طور پر پیش کرنا جیسے سب کچھ بدل گیا ہے اب ہمارے ان پرائیویٹ چینلز کا اہم حصہ ہے۔ کرنٹ افیئرز جو پرائیویٹ چینلز کے پروگراموں کا اہم حصہ ہے، پرائیویٹ ٹی وی چینلز نے ان کا انداز ہی بدل دیا ہے۔ کرنٹ افیئرز جیسے سنجیدہ موضوعات پر گفتگو کے دوران بعض چینلز اور ان کے اینکر پرسن شرکاء کو ایک دوسرے کے ساتھ اُلجھانے کی پالیسی پر گامزن نظر آتے ہیں۔ پروگرام کی کامیابی کی ضمانت ایسے پروگرام بنتے جا رہے ہیں جس میں کراس ٹاک کے نام پر ایک ہی وقت میں ایک سے زیادہ لوگ بول رہے ہوں اور مہمانوں کی بجائے میزبان ہی زیادہ بولتے رہیں۔ اس کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ بہت سے اینکر پرسن بنیادی طور صحافی اور پرنٹ میڈیا کے سیاسی تجزیہ نگار ہیں - یہ پیشہ ور اینکر پرسن نہیں ہیں، یہی وجہ ہے کہ وہ شرکاء سے سوالات کرنے سے زیادہ تجزیہ نگاری کر رہے ہوتے ہیں۔ بعض اوقات تو یوں لگتا ہے کہ یہ سب کام شعوری طور پر کیا جا رہا ہے۔ میڈیا سے وابستہ افراد کی حکمت عملی ہے کہ چیزوں کو بڑھا چڑھا کر پیش کرنا، جذباتی عنصر پیدا کرنا اور شرکائے گفتگو کا ٹکراؤ قوم کو دکھایا جاتا ہے۔

میڈیا کے اس طرز عمل نے سیاست دانوں کے بارے میں تاثر کو بُری طرح مسخ کیا ہے۔ لوگوں میں یہ تصور پیدا ہو رہا ہے کہ سیاست دان بُرے یا نااہل لوگ ہیں۔ سوال یہ ہے کہ اگر سیاست دان نااہل ہیں اور ان پر اعتبار نہیں کرنا چاہیے تو پھر ملک کا سیاسی نظام کون چلائے گا اور کیا یہ حق سیاست دانوں کے مقابلے میں فوج کو ہونا چاہیے کہ وہ ملک پر حکمرانی کرے۔ اگر یہ تصور پروان چڑھ رہا ہے تو اس میں میڈیا کس طرح سے اپنے آپ کو بری الزمہ قرار دے سکتا ہے، اس پر میڈیا کو ضرور غور کرنا چاہیے۔

میڈیا کی آزادی یا آزاد میڈیا کی جب بات ہوتی ہے تو یہ دیکھنا بہت ضروری ہے کہ یہ میڈیا کس کا ہے اور کن طبقات کی نمائندگی کر رہا ہے۔ کیونکہ یہ بہت واضح ہے کہ آج کا میڈیا

عوام دوست (pro people) ایجنڈے کی بجائے ملٹی نیشنل کمپنیوں کے مالی مفادات کو پورا کرنے میں سرگرم ہے جس سے یہ تاثر اُبھرتا ہے کہ پاکستانی میڈیا کارپوریٹ سیکٹر کے ایجنٹ کے طور پر سامنے آیا ہے۔ میڈیا کیلئے لوگوں کے مفادات غیر اہم ہیں اور ملٹی نیشنل کمپنیوں کا ایجنڈا سرفہرست ہے۔

اگر ہم کمرشلز، ڈراموں، فلموں، میوزک، انٹرٹینمنٹ اور کرنٹ افیئرز پر نظر ڈالیں تو اس کی شکل محض بڑے شہری علاقوں کے طرز بود و باش تک محدود ہو کر رہ گئی ہے۔ جو کچھ دکھایا جا رہا ہے اس کا تعلق ہماری اپنی روایات اور طور طریقوں سے لگا نہیں کھاتا چنانچہ ٹی وی دیکھنے والے لوگ اپنے آپ کو کمزور اور کمتر محسوس کرتے ہوئے تنہا محسوس کرتے ہیں۔ محسوس یہ ہوتا ہے کہ اب ہمارا میڈیا شہری علاقوں کی نمائندگی کرتا ہے، جو الفاظ اور زبان بولی جاتی ہے اس کا تعلق کمرشل ازم کی دنیا سے منسلک ہے۔ اردو زبان کے پروگراموں میں انگریزی لفظوں کی بھر مار نے لوگوں کو میڈیا کی حقیقی روح (substance) سے علیحدہ کر دیا ہے۔ جو تہذیب، کلچر اور ثقافت پیش کی جا رہی ہے ان میں سے بیشتر کا تعلق ہمارے سماج اور زندگیوں سے نہیں ہے۔ محسوس یہ ہوتا ہے کہ ہمارا میڈیا ملٹی نیشنل کمپنیوں کا نمائندہ بن کر عملی طور پر سرمایہ درانہ نظام کو تقویت دے رہا ہے اور لوگوں کو مجبور کر رہا ہے کہ وہ منڈی کی تحریک کا حصہ بن جائیں۔ یہ انداز پورے معاشرے کو مجموعی طور پر کنزیومر سوسائٹی میں تبدیل کرتے ہوئے مختلف چیزوں کو لوگوں کی ضرورت بنا کر پیش کر رہا ہے۔ اس حوالے سے میڈیا نے اشتہارات کے نام پر ایک طوفان بدتمیزی برپا کر دیا ہے۔

ایسے اشتہارات بھی اب ٹی وی کی زینت بن گئے ہیں جو نہ ہماری ضرورت ہیں اور نہ پہلے ان کا تصور تھا۔ میڈیا نے پورے سماجی کلچر کو تبدیل کر دیا ہے، بالخصوص عورتوں کو جنس کے طور پر پیش کر کے عورتوں ہی کا استحصال کیا جا رہا ہے۔ ایسے کئی لاتعداد سروے اور تحقیقی رپورٹیں منظر عام پر آئی ہیں جو اس بات کی طرف نشاندہی کرتی ہیں کہ عورتوں کے خلاف جرائم میں اضافے کی ایک بڑی وجہ میڈیا بھی ہے۔ ایسے لاتعداد واقعات میں نوجوان مجرموں نے اعتراف کیا کہ ان کا لڑکی کے خلاف جنسی ردعمل میڈیا کے پروگراموں کا نتیجہ ہے۔ میڈیا کے اپنے قوانین میں یہ موجود ہے کہ وہ کسی بھی طرز کے تشدد کی شکار عورت کا نام اور تصویر نہیں دکھائیں گے مگر میڈیا کا عمل صریحاً اس قانون کی نفی کرتا نظر آتا ہے۔ ان عورتوں کو جو پہلے ہی کسی زیادتی کا شکار ہوئی ہوتی ہیں انھیں ٹی وی سکرین کی وساطت سے اس طرح لوگوں کے سامنے پیش کیا جاتا ہے جس سے ان کی سماجی قبولیت میں اور زیادہ مشکلات پیدا ہو رہی ہیں۔ نتیجہ یہ سامنے آ رہا ہے کہ ان عورتوں کا دوبارہ سماج میں ایک عام عورت کے طور پر بسنا مشکل ہو جاتا ہے۔

ایسے اشتہارات جن کا تعلق عورتوں کی زندگیوں سے بھی نہیں انھیں ان اشتہارات میں دکھا کر محض ان کی نسوانیت کا بُری طرح استحصال کیا جا رہا ہے۔ میڈیا نے لوگوں کی سوچ اور ان کا معیار بدل دیا ہے۔ قناعت پسندی، کفایت شعاری اور صبر و برداشت جیسی اقدار کو ختم کر کے لوگوں کو فوری طور پر سب کچھ حاصل کرنے کی دوڑ میں لگا دیا گیا ہے۔ آپ دیکھ سکتے ہیں کہ آجکل جو ڈرامے اور فلمیں دکھائی جا رہی ہیں ان میں عام لوگوں کے رہن سہن اور تہذیبی اقدار کے برعکس شعوری طور پر ایسے مناظر دکھائے جاتے ہیں جو نمود و نمائش کے جذبات کو انگیخت کرتے ہیں۔ عام لوگ اور ان کے طرز زندگی میں ہمارے میڈیا کو قطعاً کوئی دلچسپی نہیں ہے۔ آج عام لوگوں کو سیاسی، سماجی، مذہبی اور معاشی سطح پر جن مشکلات کا سامنا ہے وہ سب اس میڈیا کا موضوع نہیں بن سکا جبکہ غیر اہم ایشوز کو فوقیت دے دی گئی ہے۔

کریڈیٹ کارڈ، بینکوں سے قرضے لینے، گاڑیاں لینے، جہیز کا سامان خریدنے، مکان بنانے، زیور خریدنے، الیکٹرانک کی مصنوعات خریدنے اور ہونلنگ کرنے کی بے تحاشہ مراعات کے ساتھ لوگوں کو ترغیب دی جاتی ہے اور کہا جاتا ہے کہ اگر آپ کے پاس پیسے نہیں تو فکر نہ کریں، کریڈٹ کارڈ کے استعمال سے آپ اپنی ہر طرح کی ضرورت پوری کر سکتے ہیں۔ وقتی طور پر ہونے والے فائدے، جو درحقیقت فریب نظر ہے، کے بعد لوگوں کو جن معاشی بحران اور عذاب سے گزرنا پڑتا ہے اس کیلئے میڈیا اپنی ذمہ داری قبول کرنے کے لیے تیار نہیں۔ وہ لوگوں کو ان کریڈیٹ کارڈ کے مضمرات سے آگاہ نہیں کرتا بلکہ انہیں نت نئے طریقوں سے متعارف کروا کے ان کی مشکلات میں اضافہ کا سبب بن رہا ہے۔ بھارت کی معروف دانشور اروندھتی رائے ٹھیک کہتی ہیں کہ ''بحرانوں پر چلنے والا میڈیا بحران کے بغیر زیادہ دیر تک نہیں چل سکتا۔ جس طرح کاروبار کیلئے کیش ٹرن اوور کی ضرورت پڑتی ہے، میڈیا کیلئے بھی کرائیسس ٹرن اوور ضروری ہوتا ہے اور وہ بحران تشکیل کرنے میں مشغول رہتا ہے۔ ایسے بحرانوں کی تشکیل کے طریقے تلاش کرتا ہے جو قابل قبول ہوں اور ناظرین کے لیے تماشے کا لطف فراہم کر سکیں۔ ہمیں خود کو کرائیسس رپورٹنگ کے جبر سے آزاد کرانا ہوگا۔''

جہاں تک اس بات کا تعلق ہے کہ کیا پرائیویٹ میڈیا نے میڈیا کی اپنی حدود و قیود کو زیر و زبر (Cross) کیا ہے یا انہوں نے اب تک جو طرز عمل اختیار کیا وہ مناسب تھا۔ میں سمجھتا ہوں کہ میڈیا نے، بالخصوص وکلا تحریک اور زلزلہ کے دوران جو کردار ادا کیا وہ یقیناً تعریف کے قابل تھا اور ہے۔ مگر یہ بھی دیکھا گیا ہے کہ وکلا تحریک کے دوران بہت سے واقعات میں بعض میڈیا چینلز، ان کے مالکان اور اینکر پرسن خود اس تحریک کے فریق بن گئے تھے۔ بعض پروگراموں کی کیفیت میں میڈیا کے اندر ایک میڈیا Activisim نظر آیا اور وہ واضح طور پر ریاست اور حکومت کے مخالف کے طور پر سامنے آئے۔ یقیناً حکومت نے جو کچھ کیا تھا اس پر تنقید ہونی چاہیے تھی اور وہ ہوئی بھی ہے مگر تنقید میں اگر میڈیا اپنی ذمہ داری کے مقابلے میں اپنے Activisim کو بالادست کر دے گا تو

اس سے حکومت اور ریاست کو اپنی ذمہ داری ادا کرنے میں یقینی طور مشکلات کا سامنا کرنا ہوگا۔ اب بھی پیپلز پارٹی کی حکومت جسے ابھی آئے ہوئے کچھ ہی ماہ ہوئے ہیں، ان پر یہ کہنا کہ حکومت ناکام ہوگئی ہے، میڈیا کا قبل از وقت تبصرہ ہے۔ میڈیا کی ایک بڑی ذمہ داری یہ ہوتی ہے کہ وہ معاشرے میں موجود جذباتی عنصر کے مقابلے میں عقل و شعور کو اجاگر کرتا ہے مگر بدقسمتی سے میڈیا پہلے سے موجود جذباتی عنصر کو اور زیادہ شدت کے ساتھ پیش کر رہا ہے۔ کچھ لوگوں کا کہنا ہے کہ جب ریاست ناکام ہو جائے اور اپنی ذمہ داری ادا کرنے سے انکار کر دے تو پھر میڈیا کو عملی طور وہ کردار اپنانا پڑتا ہے جس میں Activisim بھی سامنے آتا ہے۔ لیکن اس سوچ کے باوجود میڈیا کا کام حالات و واقعات کے دونوں رخ دکھانے ہوتے ہیں۔ کون درست ہے اور کون غلط ہے اس کا فیصلہ لوگوں نے خود کرنا ہوتا ہے۔ مگر ہمارا میڈیا بعض اوقات لوگوں پر اپنی مرضی، رائے اور سوچ کو جبراً ٹھونستا نظر آتا ہے۔ مثلاً بعض چینلز ٹی وی سروے کی بنیاد پر کچھ نتائج پیش کرتے ہیں حالانکہ یہ نتائج ایک مخصوص طبقہ کی نمائندگی کرتے ہیں جن کے پاس موبائیل فون اور انٹرنیٹ تک رسائی ہوتی ہے چنانچہ اس محدود رائے کو عوام الناس کی رائے قرار دینا درست نہیں ہے۔ لہٰذا ایسے محدود سروے سے یہ نتیجہ اخذ کرنا اور نشر کرنا کہ 'لوگ اس طرح سوچتے ہیں' غلط ہے۔ ملک کی تقریباً 68 فیصد آبادی دیہاتوں میں رہتی ہے اور آبادی کی ایک بڑی تعداد وہ ہے جو شہروں میں تو رہتی ہے مگر کیبل نیٹ ورک کی ان تک یا ان کی کیبل نیٹ ورک تک رسائی نہیں ہے۔ چنانچہ آبادی کے اس بڑے حصہ کا اس طرح کے سروے میں شامل نہ ہونا کسی بھی طرح قومی رائے نہیں کہلائی جا سکتی۔ لہٰذا اس پہلو پر ضرور غور کیا جانا چاہیے، جب بھی ٹی وی چینلز اپنے تئیں کسی سروے کو عوام کی رائے یا قومی سوچ قرار دے رہے ہوتے ہیں۔ لال مسجد کے واقعہ پر بھی میڈیا نے جو جذباتی انداز اختیار کیا اور جس طرح سے مرثیہ نگاری کی وہ بھی غور طلب پہلو ہے۔ پورا میڈیا ان واقعات کا محض ایک پہلو ہی دکھاتا رہا اور تصویر کے دوسرے رخ کو نظر انداز کیا گیا۔ میڈیا کو کنٹرول کرنے والے ادارے جن میں پیمرا بھی شامل ہے انہیں بھی میڈیا میں موجود Activisim کے باعث مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ سوچنے کی بات یہ ہے کہ کیا میڈیا میں سنجیدہ لوگوں پر مشتمل ایک ایسا کمیشن نہیں بنایا جا سکتا جو میڈیا کے معاملات میں ہونے والی خرابیوں کو درست کرنے کیلئے ان کے اپنے اندر ایک احتسابی طرز عمل کو جنم دے۔ اور اگر ایسا کوئی کمیشن یا نظام موجود ہے تو اس کا کوئی کردار کیوں نظر نہیں آتا۔ اکثر اوقات یہ دیکھنے میں آیا ہے کہ میڈیا ایک دوسرے سے سبقت لے جانے اور نقالی کرنے میں بھی بہت کچھ کر رہا ہوتا ہے۔ اور جب بڑے چینلز اپنی حدود و قیود سے باہر نکلیں گے تو ان کی دیکھا دیکھی چھوٹے چینلز بھی وہ طرز عمل اختیار کریں گے جو ان کے بڑے کر رہے ہیں۔

کچھ سادہ لوح لوگ اس بات پر بھی خوش ہیں کہ مذہبی چینلز کی موجودگی سے لوگوں کو اسلام کی طرف لایا جا رہا ہے۔ اگر آپ دیانت داری سے ان مذہبی پروگراموں کا تجزیہ کریں تو آپ محسوس کریں گے کہ ایسے پروگراموں میں مذہب کم اور لوگوں کو فضول بحثوں میں اُلجھانے کا کام زیادہ زور و شور سے کیا جا رہا ہے، اس طرح یہ پروگرام بھی ایک طرح سے مذہب کو کمرشلائیز کرنے کا کام کر رہے ہیں۔

یہ وہ صورت حال ہے جس کے پیش نظر اب لوگ یہ کہتے ہیں کہ ہمارا میڈیا بھی کوآپریٹو سیکٹر کا ماڈل بن گیا ہے جس کا اول و آخر مقصد محض منافع کمانا ہے۔ عوام کے مسائل، معاشرتی ضرورت اور ملکی و قومی ترجیحات اس میڈیا کی نظر میں ثانوی درجہ رکھتی ہیں۔ میڈیا ملکی اور بین الاقوامی سطح پر مخصوص کاروباری طبقہ کی نمائندگی کرتا ہے۔

کچھ لوگ یہ دلیل دیتے ہیں کہ پرائیویٹ میڈیا نے ابھی ابتدائی سفر شروع کیا ہے اس لیے سیکھنے میں کچھ وقت لگے گا۔ اس دلیل کو اگر درست مان بھی لیا جائے تو اس سچائی کو کیسے نظر انداز کیا جا سکتا ہے کہ اس وقت پرائیویٹ میڈیا میں اکثریت ان لوگوں کی ہے جو پرنٹ میڈیا کے اہم ستون ہیں اور میڈیا کی بنیادی اخلاقیات کو اچھی طرح سمجھتے ہیں۔ میڈیا میں کام کرنے والوں کی تربیت یقیناً اہم معاملہ ہے۔ مگر بعض دفعہ ان کی تربیت کے باوجود اصل مسئلہ اس کمرشلائزیشن سوچ کا ہے جس کے تحت ہم بہت کچھ غلط سمجھنے کے باوجود کر رہے ہوتے ہیں اور اپنی صلاحیتیں اس غلط کو درست ثابت کرنے میں صرف کرتے ہیں۔

آزاد میڈیا یقیناً ہماری ضرورت ہے، بلکہ میں سمجھتا ہوں کہ 'آزاد میڈیا' کی بجائے اگر 'ذمہ دار میڈیا' کی اصطلاح استعمال کی جائے تو زیادہ مناسب ہوگا، لیکن اس آزادی (ذمہ داری) کے استعمال اور اس کی حکمت عملی مرتب کرنے میں کچھ بڑے اور اہم فیصلے بھی کرنے ہونگے۔ یقیناً کمرشلائزیشن آج کی بڑی سچائی اور ضرورت ہے اور اس کو کمرشل بنیادوں پر ہی منافع بخش بنایا جا سکتا ہے مگر یہ ضروری نہیں کہ ہم کمرشلائزیشن کو اپنی منزل بناتے ہوئے باقی اہم مسائل، قومی سوچ اور اخلاقیات سمیت اہم معاملات کو نظر انداز کر کے میڈیا کی آزادی کا نعرہ لگائیں۔ میں سمجھتا ہوں میڈیا کے حوالے سے آج جو جائز شکایات ہیں انھیں محض جذباتی باتیں کہہ کر نظر انداز نہیں کرنا چاہیے۔ میڈیا ہی میں کام کرنے والے اچھے اور پروفیشنل لوگوں کی کمی نہیں جو اس وقت موجود خرابیوں کو ختم کرنے میں اہم کردار ادا کر سکتے ہیں۔ ان میں ایسے لوگ بھی ہیں جو مختلف نجی محفلوں اور مختلف فورمز پر اتفاق کرتے ہیں کہ میڈیا میں موجود بہت سی خامیوں پر ہمیں کچھ کرنا چاہیے مگر عملاً ایسا نہیں ہو رہا۔ اگر یہ لوگ کچھ دباؤ اندر سے بڑھائیں اور کچھ دباؤ سول سوسائٹی سے وابستہ ادارے ڈالیں تو صورتحال میں مثبت تبدیلی بھی پیدا ہو سکتی ہے۔

حکومت کو بھی چاہیے کہ وہ اپنے قوانین محض طاقت کے ذریعے میڈیا پر لاگو کرنے کی بجائے میڈیا ہی سے وابستہ لوگوں کی ایک کمیٹی بنا کر ان مسائل کو حل کرنے کی کوشش کرے تو بہتری کے امکانات پیدا ہو سکتے ہیں۔ جہاں تک سول سوسائٹی کا تعلق ہے، ہمارے بعض ادارے میڈیا میں ہونے والی بہت سی غلطیوں اور خرابیوں پر اس لیے بھی خاموش رہتے ہیں کہ کہیں میڈیا ان سے ناراض نہ ہو جائے اور وہ ان کے بائیکاٹ کا شکار نہ ہو جائیں۔ ہمیں اس ڈر اور خوف سے باہر نکلنا ہوگا۔ ہم ذمہ دار میڈیا کا نعرہ بھی لگائیں اور اس پر اپنی مانیٹرنگ کے ذریعے چیک اینڈ بیلنس بھی رکھیں۔ میڈیا پر اپنی مزاحمت کے ذریعے دباؤ بڑھائیں کہ وہ ان پہلوؤں سے اجتناب کریں جو معاشرے میں کئی طرح کی خرابیوں کو جنم دیتے ہیں۔ اس کے لیے انھیں میڈیا سے وابستہ افراد اور اداروں کے ساتھ ملکر کوئی مشترکہ لائحہ عمل اختیار کرنا ہوگا۔ یہ اس لیے بھی ضروری ہے کہ اگر میڈیا نے موجودہ حالات میں بہتر حکمت عملی اختیار نہ کی اور ایک نئے زاویے سے اس کی سمت متعین نہ کی تو وہ مقبولیت، سیاسی ساکھ اور اہمیت کو لمبے عرصے تک برقرار نہیں رکھ سکے گا۔

(سلمان عابد ایک معروف صحافی اور سیاسی تجزیہ نگار ہیں اور آجکل ایک معروف این جی او ایس پی او کے ساتھ منسلک ہیں)

اصل جنگ ٹی وی سے باہر لڑی جاتی ہے!

ندیم ایف۔ پراچہ

ڈیڈی؟

ہاں، بیٹے!

کیا ہم انڈیا سے جنگ لڑنے والے ہیں؟

شاید!

واہ، مزہ آجائیگا۔ ہم ان کی خوب ٹھکائی کریں گے۔ صحیح ہے نہ؟

جیسا کہ ہم نے 1857 میں کیا تھا۔

یہ 1857 نہیں ہے، بیٹے!

اوہ، اچھا! لیکن ہم نے 1857 میں کن کی ٹھکائی کی تھی؟

برٹش، بیٹے!

اور ہندوؤں کی بھی؟ ٹھیک ہے نہ؟

چلو!!!

کیا محمد بن قاسم اور عمران خان کے ساتھ قائداعظم بھی اس جنگ میں لڑے تھے؟

نہیں، بیٹے! قائداعظم اور عمران بہت بعد میں پیدا ہوئے اور محمد بن قاسم بہت پہلے فوت ہو گئے تھے۔

پھر ان دنوں پاکستان میں کس کی حکومت تھی؟

ان دنوں پاکستان نہیں تھا، بیٹے!

لیکن پاکستان تو ہمیشہ سے ہے! یہ تو پانچ ہزار سال سے ہے!

تمہیں یہ کون بتا رہا ہے، بیٹے؟

کوئی بھی نہیں، میں تو صرف ٹی وی دیکھتا ہوں۔

اب سمجھا!!!

ڈیڈی! یہ سب لوگ ہم عربوں کے خلاف کیوں ہیں؟

عرب؟ ہم عرب تو نہیں، بیٹے!

ہم ہیں کیونکہ ہمارے آباواجداد عرب تھے!

نہیں بیٹے! ہمارے آباواجداد برصغیر سے ہی تھے۔

بر کیا؟

چلو چھوڑو، لگتا ہے تمھیں جنگیں پسند ہیں، بیٹے!

ہاں! مجھے ٹی وی پر جنگیں اچھی لگتی ہیں۔

لیکن اصل جنگیں ٹی وی سے باہر لڑی جاتی ہیں، بیٹے!

واقعی؟ یہ کیسے ممکن ہے؟ یہ کس قسم کی جنگ ہے؟

چلو چھوڑو!

ڈیڈی آپ فکرمند دکھائی دیتے ہیں؟

ہاں بھئی! میں ہوں، میری چھوٹی سی شوشوگڑی!

ڈیڈی! آپ مجھے کیوں کوس رہے ہیں؟

کیونکہ ٹی وی مضحکہ خیز باتیں کرتا ہے اور تم بھی کر رہے ہو!

ڈیڈی، کیا آپ ہندوؤں کی حمایت کر رہے ہیں؟

نہیں!

ڈیڈی، کیا آپ کافر ہو گئے ہیں؟

خاموش ہو جاؤ، اب تم ٹی وی نہیں دیکھو گے! جاؤ، ڈی وی ڈی پر کوئی فلم دیکھو یا کوئی سی ڈی سنو۔

میں یہ نہیں کر سکتا۔

لیکن ہمارے پاس بہت سی ڈی وی ڈی اور سی ڈیز ہیں، بیٹے!

اب نہیں ہیں۔

کیا مطلب ہے تمہارا؟

میں نے ان سب کو جلا دیا ہے!

کیا!!!

میں نے ان سب کو جلا دیا ہے۔

میں نے سن لیا ہے، لیکن کیوں؟

وہ فحاشی پھیلاتی ہیں۔

اوہ، خدایا! بیٹے، جاؤ اپنا ہوم ورک کرو۔ اس سائنس پروجیکٹ کا کیا ہوا جس پر تم کام کر رہے تھے؟

وہ تقریباً مکمل ہو چکا ہے۔

گڈ بوائے! تم کیا بنا رہے ہو؟

بم!

کیا!!!

بم!

میں نے سن لیا لیکن کیوں؟

کیونکہ میں ایک سچا مسلمان ہوں جو امریکہ سے نفرت کرتا ہے

لیکن پچھلے ہفتے تم ڈزنی لینڈ جانا چاہتے تھے

وہ الگ بات ہے!

کیسے؟

مکی ماؤس (Mickey Mouse) مسلمان ہے۔

نہیں، وہ نہیں ہے۔

وہ ہے، اس نے اسلام قبول کر لیا تھا جب اس نے چاند پر اذان سنی تھی۔

چاند پر؟؟؟

کیونکہ زمین چپٹی ہے اور۔۔۔

کیا؟؟

زمین۔۔۔

میں نے سن لیا ہے!

ڈیڈی کیا آپ میرا سائنس پروجیکٹ دیکھنا چاہتے ہیں یا نہیں؟

وہ بم؟ لیکن تمہاری سائنس ٹیچر تمہیں فیل کر دے گی۔

نہیں، وہ ایسا نہیں کر سکے گی۔

واقعی؟؟؟

ہاں میں نے انہیں بھی بم سے اڑانے کا منصوبہ بنا لیا ہے۔

خدایا! تمھیں کیا ہو گیا ہے؟ جاؤ اپنی امی کو بلاؤ!

وہ نہیں آسکتیں۔

کیوں نہیں؟

میں نے انہیں کچن میں بند کر دیا ہے۔

لیکن کس لئے؟

عورت کی جگہ باورچی خانہ ہے۔ میں انہیں اس وقت تک باہر نہیں آنے دوں گا جب تک وہ اپنے آپ کو اچھی طرح ڈھانپ نہیں لیتیں۔

لیکن وہ تمہاری ماں ہیں!

وہ ایک عورت بھی ہیں!

تو؟

تو پھر انہیں پردے میں رہنا چاہیے!

کس سے پردہ؟

پوری دنیا اور ٹونی!

ٹونی؟

ہاں، ٹونی!

لیکن ٹونی تو ایک پالتو بلا ہے!

ہاں، لیکن وہ نر ہے!

بیٹے! کیا تم پاگل تو نہیں ہو گئے ہو؟

نہیں، لیکن میں آپ کو بھی یہ بتا دوں، میں نے اس کا بھی بندوبست کر لیا ہے کہ کٹو بھی خود کو ڈھانپ کے رکھے۔

کٹو؟؟؟

ہاں، کٹو!

لیکن وہ تو ایک بلی ہے؟

ہاں، لیکن وہ مادہ ہے۔

لیکن اس کا دم گھٹ جائے گا۔

وہ تو پہلے سے ہی مر چکی ہے!

کیا؟؟؟

وہ پہلے ہی سے مر چکی ہے!

میں نے سن لیا لیکن کیسے؟

میں نے اسے زندہ دفن کر دیا تھا۔

تم نے، کیا؟؟؟

ہاں، ٹونی کی غیرت کا بدلہ لینے کے لئے، لیکن اب میں ٹونی کا سر بھی قلم کر دوں گا۔

اوہ، گاڈ!

ایسا مت کہو، ہمیشہ کہو اللہ!

لیکن فرق کیا ہے؟

ڈیڈی! کیا آپ بھی اپنا سر قلم کروانا چاہتے ہیں؟

نہیں!!

اچھا، آئی ایم سوری۔ بیٹے، بتاؤ تم میرا ایک کام کر سکتے ہو؟

یقیناً، ڈیڈ!

تم میری خاطر کسی چیز کو بم سے اڑا سکتے ہو؟

اوہ! بالکل ڈیڈ! کس چیز کو بم ماروں؟

ایک ایسی چیز جو سب سے بڑی برائی ہے۔

امی!

نہیں، نہیں۔۔۔

تو پھر کیا؟

ٹی وی سیٹ!

کیا؟؟؟

ٹی وی سیٹ کو اڑا دو۔

میں نے سن لیا، لیکن کیوں؟

بس اڑا دو!

اب سمجھا، ڈیڈ!

ہاں!

آپ کس قدر غیر آئینی ہیں!

(بشکریہ روزنامہ 'ڈان')

اخبارات میں کیا چھپتا ہے!

تجزیہ: مظہر عارف   تحقیق: جعفر مہدی، محمد ادریس

صحافت کا تقاضا تھا معیاری اطلاعات کی فراہمی، بڑے پیمانے پر متناسب نمائندگی اور لوگوں کی آواز کو بلند کرنا تاکہ لوگوں کے معاملات اور شراکت کو پیش رفت مل سکے۔ مگر ہر نئے دن صحافت جس کو عام فہم میں آج کل 'میڈیا' کہتے ہیں پبلک سروس کے ضابطہ اخلاق کی بجائے مارکیٹنگ اور کمرشل پریشر کے ذریعے پروان چڑھ رہا ہے۔ زیادہ سے زیادہ لوگ اس بات پر متفق ہو رہے ہیں کہ یہ مسلط کردہ، ایجنڈا اسیٹنگ، رائج الوقت (Mainstream) میڈیا سماجی تبدیلی میں سب سے بڑی رکاوٹ ہے۔ علاوہ ازیں، پاکستان میں میڈیا پر تنقید نگاری کے رجحان میں کمی سے خود اخبارات اور ٹی وی چینلز میں بہتری اور تبدیلی کا فقدان ہے۔ میڈیا نے مختلف حوالوں سے ایسا مقام اور ایسی طاقت حاصل کر لی ہے کہ وہ اپنے بے پناہ اثر کے ذریعے صرف اپنے ایجنڈا اور حکومت۔ بزنس گٹھ جوڑ کو ہی ترقی دیتا ہے۔ لیکن عوام کا حجم غفیر جن میں مزدور، کسان، فنکار، طالب علم وغیرہ شامل ہیں ان تمام کی آواز کو کم سے کم موضوع بحث لایا جاتا ہے۔

سوسائٹی فار آلٹرنیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ، اسلام آباد، نے پہلی دفعہ پاکستان میں رائج الوقت میڈیا کے انگریزی اور اردو کے اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات پر شائع ہونے والی ہر خبر اور اشتہار کو ماپا تاکہ یہ اندازہ ہو کہ رائج الوقت میڈیا خود کتنا جمہوری ہے اور وہ کس خبر کو کتنی جگہ دیتے ہیں اور کس انداز میں پیش کرتے ہیں۔ سکیلنگ کے لئے اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات کا انتخاب کیا گیا۔ تین انگریزی اخبارات جن میں ڈیلی ٹائمز، ڈان اور دی نیوز شامل ہیں جبکہ اردو اخبارات میں ڈیلی ایکسپریس، جنگ اور خبریں شامل ہیں۔ ان تمام اخبارات کو بہت ہی مفصل طریقے سے ایک ماہ (15 June 2008 - 15 July 2008) کے عرصہ تک ماپا گیا تاکہ یہ معلوم ہو سکے کہ کس ایشو کو کتنی جگہ دی گئی ہے اور اشتہارات کو کتنی جگہ دی گئی ہے۔ جن موضوعات کو خاص طور پر سامنے رکھا گیا ان میں، فاٹا کے علاقہ میں جاری جنگ، دہشت گردی، پاک امریکہ تعلقات، مخلوط حکومت اور اتحاد میں شامل جماعتوں کے اختلافات، صدر، وزیر اعظم، وزراء اور سیاسی لیڈروں کے بیانات کو حکومت اور سیاست کے موضوع میں رکھا گیا۔ اس کے علاوہ ججز کا مسئلہ، وکلا تحریک اور سماجی مسائل جن میں صحت، تعلیم، دیہی ترقی، غربت اور بے روزگاری شامل ہیں کے موضوعات کو شامل کیا گیا۔ سکیلنگ یہ ظاہر کرتی ہے کہ تین انگریزی اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات پر (مجموعی طور پر) 96% جگہ پر اشتہارات (42%)، حکومت اور سیاست (26%)، دہشت گردی کے خلاف جنگ (10%) اور بین الاقوامی خبریں (14%) حاوی ہیں۔ جبکہ صحت، تعلیم، ترقی، غربت اور بے روزگاری سے متعلق خبروں کو صرف 4% جگہ دی گئی ہے۔ اشتہارات، حکومت اور سیاست اور جنگ سے متعلق خبریں اردو اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات کی 91% جگہ پر قابض ہیں۔ جن میں اشتہارات کو 37%، حکومت اور سیاست کو 40% جبکہ سماجی مسائل کو 11% جگہ ملی اور بین الاقوامی خبریں صرف 3% جگہ ہی حاصل کر سکیں۔

صرف "ڈان" اخبار میں ایک ماہ کے عرصہ میں پہلے اور آخری صفحات پر 8742 سینٹی میٹر / کالم جگہ حکومت اور سیاست کو دی گئی ججوں کے معاملے اور فاٹا کے علاقہ میں جاری جنگ کو 5313 سینٹی میٹر / کالم اور اشتہارات 3429 سینٹی میٹر / کالم پر شائع ہوئے۔ جبکہ سماجی مسائل کو صرف 703 سینٹی میٹر / کالم جگہ مل سکی۔ اسی طرح اردو اخبار جنگ کے ایک ماہ کے پہلے اور آخری صفحات پر مجموعی طور پر حکومت اور سیاست کو 10667 سینٹی میٹر / کالم، ججز ایشو اور جنگ کو 5163 سینٹی میٹر / کالم اور اس کے برعکس سماجی مسائل کو صرف 503 سینٹی میٹر / کالم جگہ مل سکی۔ اخبارات اپنے پہلے اور آخری صفحات پر ان خبروں کو شائع کرتے ہیں جو پہلے ہی دن بھر میں کسی ٹی وی چینل یا ریڈیو پر نشر ہو چکی ہوتی ہیں۔ فاٹا میں جاری جنگ، بم دھماکے، پاک امریکہ تعلقات، حکومت اور اس کے اتحادی اور ان کے درمیان اختلافات، عراق اور افغانستان میں جنگ اور وکلا تحریک جیسی خبریں ہی اخبارات کے ان صفحات کی زینت بنتی ہیں۔ ایک لحاظ سے اخبارات بھی ٹی وی چینلز کی پیروی کرتے ہوئے اور ان کا سٹاف تندہی اور یکسوئی کے ساتھ مندرجہ بالا خبروں کو ہی 'ٹاپ سٹوری' بنانے میں مشغول رہتے ہیں۔ قبائلی علاقوں میں جاری جنگ، پاکستان پیپلز پارٹی اور نواز لیگ کے تعلقات پر سرگرم سیاسی مباحثے اور معزول چیف جسٹس افتخار محمد چوہدری کی بحالی سے متعلق خبریں ہی زیادہ تر اخبارات کا موضوع رہی ہیں۔ یہ تین ایشوز مجموعی طور پر اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات کے بہت بڑے حصے پر حاوی رہے اور اس کے ساتھ بہت سی توانائی اور وسائل بھی ان ایشوز کی خبریں شائع کرنے پر خرچ ہوتے ہیں۔

سوسائٹی فار آلٹرنیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ اسلام آباد نے خبروں کی اشاعت کا تفصیلی اور مکمل جائزہ لیا۔ ایک ماہ (15 June 2008 - 15 July 2008) تک ہر روز کی اشاعت کو ماپا گیا سیکڑوں سٹوریوں کو اچھی طرح جانچا گیا اور جب نتیجہ اخذ کیا گیا تو وہ بہت حیران کن تھا کہ رائج الوقت میڈیا نے ایک ماہ میں کیا اطلاعات فراہم کیں اور کن ایشوز پر زیادہ روشنی ڈالی اور کن کو فوقیت دی۔ ان رجحانات کو مدنظر رکھتے ہوئے اخبارات کے ایجنڈا کے بارے میں معلوم کرنے میں بہت مدد ملتی ہے۔ کچھ خاص نتائج جو اخذ کیے گئے وہ مندرجہ ذیل ہیں:

- اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات کو جب ماپا گیا تو ان کے ایک چوتھائی اور کچھ کے تین چوتھائی حصے پر اشتہارات قابض تھے۔
- اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات پر اشتہارات کا خبروں کا حصہ ہونا یا خبروں کے درمیان اشتہارات ایک عام سی بات ہے۔ سوائے ڈان اخبار کے جو پہلے صفحہ پر ایک چوتھائی اور آخری صفحہ پر آدھے صفحہ سے زیادہ کے اشتہار قبول نہیں کرتا
- انگریزی اور اردو اخبارات کے پہلے صفحات خاص طور پر قبائلی علاقوں میں جاری جنگ، سیاست اور ججز ایشو سے بھرے ہوئے تھے۔
- اردو اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات پر اشتہارات کے علاوہ سیاست، ججز ایشو، تیل اور گندم کی قیمتوں میں اضافے کی خبریں زیادہ حاوی رہیں۔
- انگریزی اخبار خاص طور پر ڈان اخبار نے بین الاقوامی خبروں کو اپنے پہلے اور آخری صفحات پر زیادہ جگہ دی جبکہ اردو اخبارات نے عالمی خبروں کو نظر انداز کیا۔ ایران، عراق اور افغانستان کے علاوہ تمام دنیا کی خبریں صرف 3% جگہ پر تھیں۔ زیادہ تر خبریں ان علاقوں کی تھیں جہاں امریکی مفادات زیادہ ہیں۔
- عوام اور میڈیا میں اکثر اس بات پر اختلاف ہوتا ہے کہ کون سی سٹوری زیادہ اہم ہے۔ ایک عام رجحان کے مطابق اخبارات کے سب سے زیادہ پڑھے جانے والے صفحات پہلے اور آخری صفحے ہوتے ہیں جبکہ انگریزی اخبارات ان صفحات پر بنیادی مسائل کی خبریں دینے میں ناکام رہے۔ مثال کے طور پر تیل اور گندم کی قیمتوں میں اضافے کی خبریں۔
- میڈیا کے ممتاز نقاد 'رش لمباح' کا کہنا ہے کہ میڈیا خبروں کو صرف چھو کر گزرتا ہے۔ ایک ماہ کے تجزیے کے دوران ایک حد تک یہی بات سامنے آئی۔ وفاقی اور صوبائی بجٹوں سمیت متعدد ایسی خبریں آئیں جنہیں فوری طور پر کوریج دی گئی اور پھر تیزی سے اس موضوع کو ڈراپ کر دیا گیا البتہ جنگ اور ججوں کے معاملے کو تواتر سے رپورٹ کیا گیا۔
- ثقافت، ادب، سائنس، میڈیسن اور آثار قدیمہ کی نئی دریافت کے بارے میں ایک بھی خبر پورے ایک ماہ کے دوران ان چھ اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات پر موجود نہیں تھیں۔

میڈیا کا محدود ایجنڈا

اخبارات کے قارئین کیلئے خبروں کا انتخاب بہت ہی محدود ہے اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ میڈیا کا اپنا ایجنڈا کافی محدود ہے۔ صرف چند موضوعات کو ہی شائع کیا جاتا ہے بلکہ مسلط کیا جاتا ہے جن میں بم دھماکے، دہشت گردی، سیاست، وکلا تحریک جیسی خبریں انگریزی اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات کے تقریباً تین چوتھائی اور اردو اخبارات کے تین چوتھائی سے بھی زیادہ حصے پر اشتہارات حاوی ہوتے ہیں۔ انسانی یا قدرتی آفات جیسے سیلاب، بارش، حادثات یا جرائم کی خبریں بھی اخبارات میں چھپ جاتی ہیں

بین الاقوامی خبروں کے لئے محدود جگہ

جب دنیا کے بارے خبروں کو جانچا گیا تو یہاں بھی خبر صرف ایران، عراق، افغانستان اور کشمیر کی جغرافیائی سیاست کے گرد ہی گھومتی نظر آتی ہے۔ جبکہ اردو اخبارات کے پہلے اور آخری صفحات پر بین الاقوامی خبریں بہت ہی کم ہوتی ہیں۔ بین الاقوامی خبروں کی مفصل رپورٹنگ میں کمی کا رجحان شاید بہت سے عوامل کی وجہ سے ہو۔ جنگ اور سیاست کی رپورٹنگ شاید صحافی کی تمام تر توانائی اور وسائل چوس لیتے ہیں یا پھر قاری کو ان ایشوز کا یرغمال بنا کے رکھنا ادارے کے مالک کے سیاسی اور مالی مفاد میں ہوتا ہے۔

اخبارات میں فرق

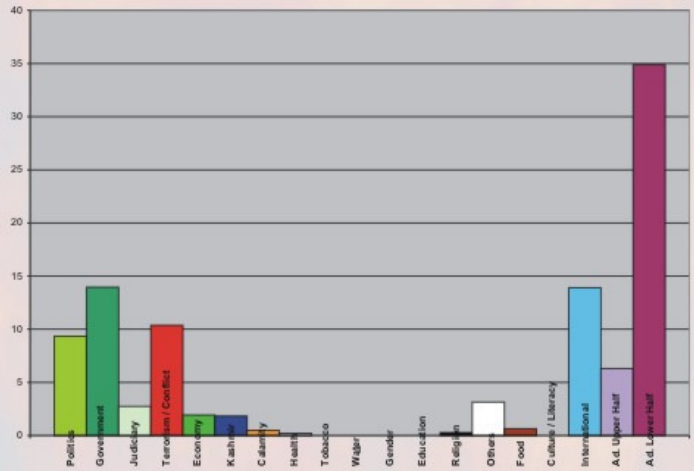
خبر میں تنوع اور اس کی وسعت دنوں لحاظ سے ایک بہت ہی نمایاں فرق جو خبر کے انتخاب کے بارے میں ان اخبارات میں دیکھا گیا۔ مثال کے طور پر ڈان اخبار کی خبروں میں کافی تنوع پایا جاتا ہے جبکہ دی نیوز اور اس ہی ادارہ کے اردو اخبار جنگ میں صرف سیاست، حکومت اور اتحادیوں میں اختلاف، جرز ایشو اور وکلا تحریک جیسی خبروں کا ہی انتخاب کیا جاتا ہے۔ ڈیلی ٹائمز کا پہلا صفحہ جنگ اور پاک امریکہ تعلقات سے ہی بھرا ہوتا ہے۔ اردو اخبارات میں خاص طور پر بجلی، تیل اور آٹے کی قیمتوں میں اضافہ کی خبریں ملتی ہیں۔

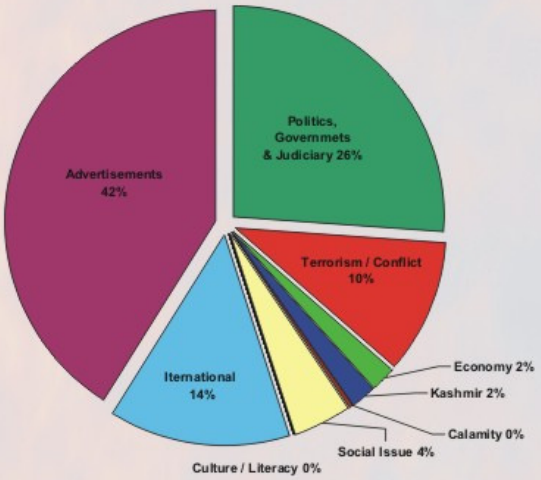
اخبارات اور قارئین

سوسائٹی فار آلٹرنیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ اسلام آباد نے اس چیز کو بھی جانچا کہ اخبارات جن خبروں کو اہم کر کے چھاپتے ہیں کیا قاری اس سے متفق ہے یا نہیں۔ اس کے لئے انگریزی اخبارات میں بڑے پیمانے پر چھپنے والے 'ایڈیٹر کے خطوط' کو جانچا گیا۔ مہنگائی اور اس کی وجہ سے عام آدمی کی زندگی پر پڑنے والے اثرات ان خطوط کے موضوعات تھے۔ مگر قاری کے مفاد کے برعکس اخبارات میں چھپنے والی خبریں صرف جنگ اور سیاست کے بارے میں تھیں۔

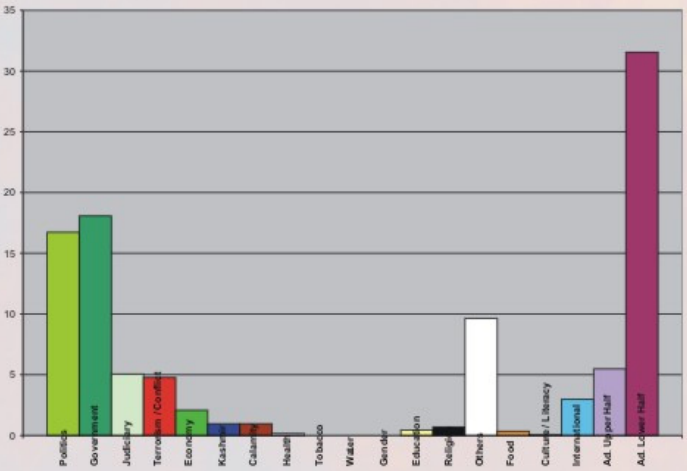
سکیننگ کے دوران ایک اور حیران کن بات جو سامنے آئی وہ یہ کہ اردو کے اخبار 'خبریں' میں 'ایڈیٹر کی ڈاک' کا کالم سرے سے غائب تھا۔ شاید اس اخبار کو اپنے قارئین کی رائے اور ردعمل کی کوئی ضرورت نہیں۔

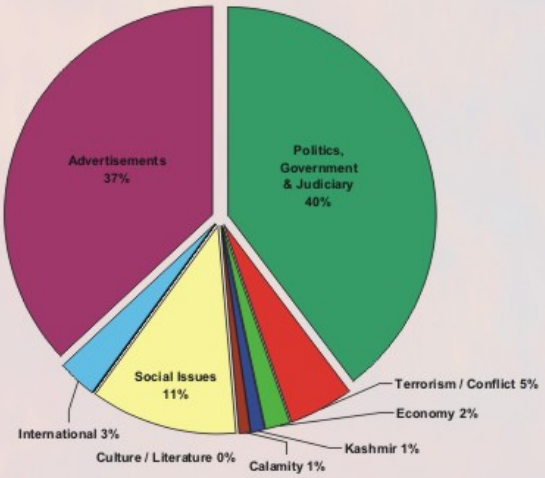
انگریزی اخبارات (مجموعی طور پر)





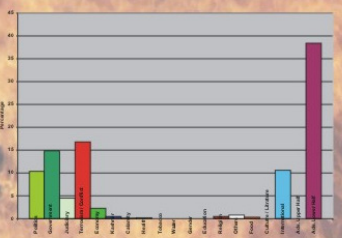
اردو اخبارات (مجموعی طور پر)

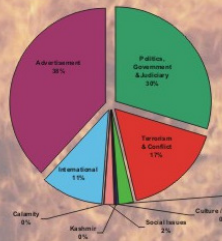




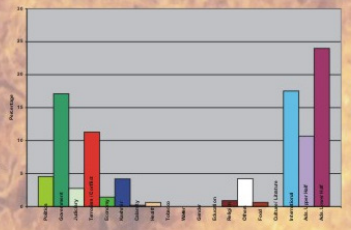
Daily Times

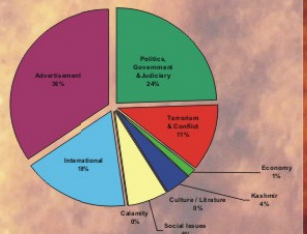
Front Pages





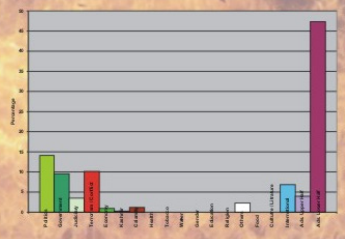
Back Pages

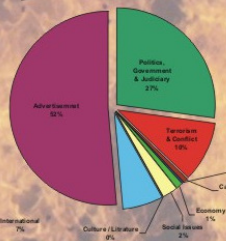




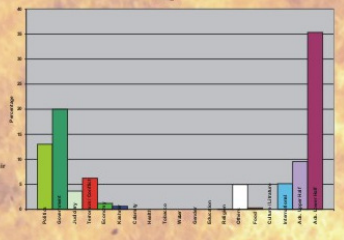
Daily The News

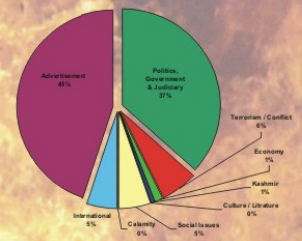
Front Pages





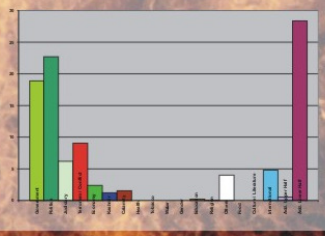
Back Pages

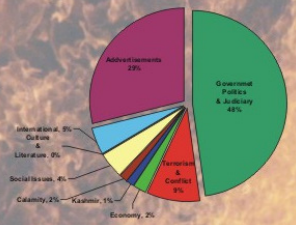




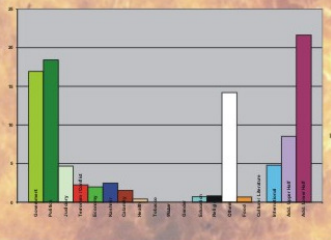
Daily Express

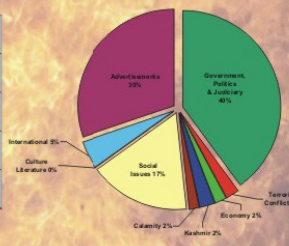
Front Pages





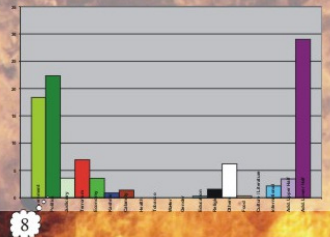
Back Pages

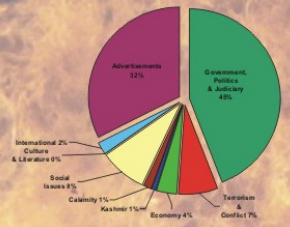




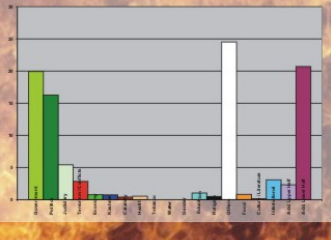
Daily Khabrain

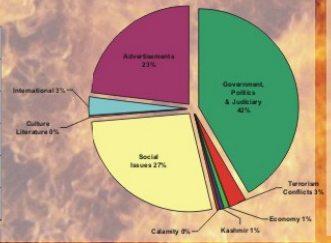
Front Pages





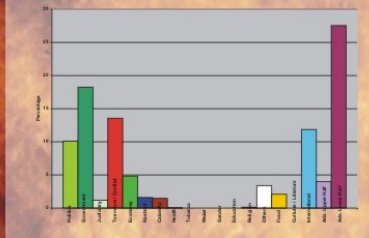
Back Pages

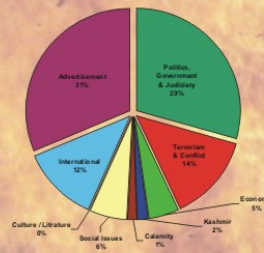




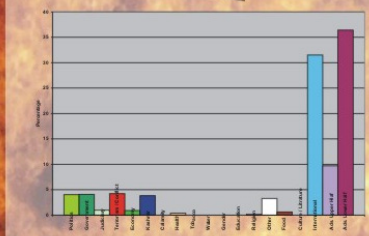
Daily Dawn

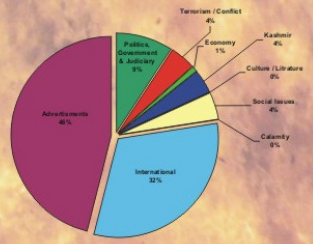
Front Pages





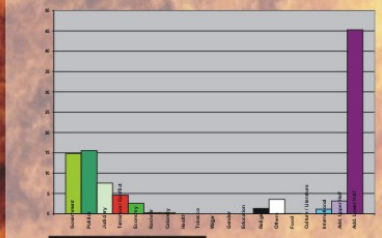
Back Pages

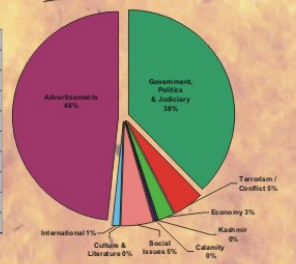




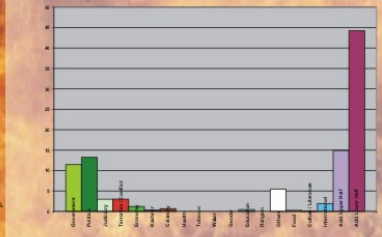
Daily Jang

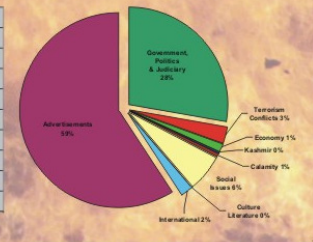
Front Pages





Back Pages





میڈیا اور سیکورٹی سیکٹر...

فلسطینی اور پاکستانی صحافیوں کے یکساں حالات کار

سیکورٹی سیکٹر کی گورننس میں فلسطینی میڈیا کے کردار کے جائزے کے لئے عربیک میڈیا انٹرنیٹ نیٹ ورک۔ انٹر نیوز (AMIN) اور مسلح افواج کے جمہوری کنٹرول کے لئے جنیوا سنٹر (DCFA نے 2008 میں مشترکہ طور پر صحافیوں کے لئے متعدد ورکشاپوں کا اہتمام کیا۔ اس سلسلے میں آخری ورکشاپ اکتوبر 2008 میں رملہ میں منعقد ہوئی۔ جس میں 30 سے زائد فلسطینی ایڈیٹروں اور صحافیوں نے شرکت کی جن کا تعلق مقامی اور بین الاقوامی عرب میڈیا سے تھا۔ ورکشاپ میں ورکنگ گروپس کے دوران فلسطینی صحافیوں نے سیکورٹی سیکٹر کی کوریج کے دوران میڈیا کو درپیش چیلنجوں کی نشان دہی کی۔

پاکستان میں صحافی ان دنوں کم و بیش اسی طرح کے حالات سے دوچار ہیں۔ جن کا فلسطینی صحافی ایک مدت سے سامنا کر رہے ہیں۔ فاٹا کے علاقوں اور سوات میں لڑائی، دہشت گردی اور خودکش بم دھماکوں (اور پاک بھارت کشیدگی) کی درست اور غیر جانبدار کوریج پاکستانی صحافیوں کے لئے ایک بڑا چیلنج ہے۔ ورکشاپ میں ہونے والی بحث اور سفارشات پاکستانی صحافیوں کے لئے رہنمائی کا باعث بن سکتی ہیں۔ فلسطینی صحافیوں کی ورکشاپ کے دوران جو چار اہم نکات زیر بحث آئے وہ یہ ہیں:

- سیکورٹی فورسز کی کوریج میں فلسطینی میڈیا کا کردار۔
- سیکورٹی سے متعلق انفارمیشن تک رسائی میں مشکلات۔
- فلسطینی میڈیا کے لئے قانونی اور ریگولیٹری فریم ورک۔
- سیکورٹی کے معاملات کی موثر کوریج کے لئے صحافیوں کی اہلیت۔

سیکورٹی سیکٹر کی گورننس میں میڈیا کے کردار کا جائزہ لیتے ہوئے معان نیوز ایجنسی کے چیف ایڈیٹر نصر الہمم نے کہا کہ سیکورٹی سیکٹر میں اپنا رول متعین کرنے سے پہلے فلسطینی صحافیوں کو یہ طے کرنے کی ضرورت ہے کہ وہ خود کون ہیں۔ اوسلو سمجھوتے کے نتیجے میں فلسطینی علاقوں کی تقسیم نے فلسطینی میڈیا کے کردار کو یکسر بدل کے رکھ دیا ہے۔ فلسطینی صحافی جو ایک زمانے میں قومی جدوجہد کے بنیادی ایکٹر تھے، آج صرف مقامی واقعات کی کوریج کر رہے ہیں۔ میڈیا پروفیشنلز قومی دھارے کا مجموعی تصور کھو چکے ہیں۔

رملہ میں فلسطین ٹیلیوژن کے پروگرام کوآرڈی نیٹر عماد الاسفر نے اس بات پر زور دیا کہ فلسطینی میڈیا کی بظاہر اجتماعیت کے باوجود میڈیا کے اداروں کی ملکیت صرف چند ہاتھوں میں ہے۔ صحافیوں کی آزادی کا فقدان سیکورٹی کے امور کی موثر کوریج کے لئے میڈیا کی اہلیت میں ایک بڑی رکاوٹ ہے۔

روزنامہ المصر کے ایڈیٹر انچیف محمود فتافتہ نے خیال ظاہر کیا کہ واضح ریگولیٹری فریم ورک کی عدم موجودگی نے فلسطینی میڈیا کو ایک موثر ''چوتھی قوت'' بننے سے روک رکھا ہے۔ میڈیا، سیکورٹی کے اداروں اور سیاسی پارٹیوں اور تنظیموں کے خوف یا تابع داری کے درمیان معلق ہے۔ یہ اس لئے ہے کیونکہ میڈیا مالکان اور صحافی اپنی مداخلت کی حدود کا تعین کرنے اور سیاسی و سیکورٹی کے اداروں کے امکانی ردعمل کی پیش بینی کی صلاحیت نہیں رکھتے۔ علاوہ ازیں صحافی اکثر دوجگہ جاب کرتے ہیں، ایک تو میڈیا کے ادارے میں اور دوسری سیکورٹی ایجنسیوں میں، چنانچہ دو فنکشنوں کے درمیان فرق دھندلا پڑ جاتا ہے۔ اس کنفیوژن کا پہلا شکار خود صحافی ہیں اور یہی سچ ہے۔

ریڈیو فلسطین کی پروگرام کوآرڈی نیٹر مس وفا الجرکا کہنا تھا کہ فلسطینی میڈیا سیکورٹی سے متعلق انفارمیشن کو زیادہ اہمیت نہیں دیتا۔ کیا میڈیا واقعی سیکورٹی فورسز پر نظر رکھ سکتا ہے اور اس بات کو یقینی بنا سکتا ہے کہ سیکورٹی فورسز کا ان کے کسی بھی عمل کے لئے عوام کے سامنے محاسبہ ہوا ہے، اس بات کا انحصار میڈیا کی اہلیت اور سیکورٹی کے معاملات کو زیر بحث لانے کیلئے میڈیا کی آمادگی پر ہے۔ درحقیقت سیکورٹی سے متعلق امور میڈیا کے ایجنڈے میں میں کوئی خاص جگہ نہیں رکھتے۔

معان نیوز ایجنسی کی ٹی وی پروگرام

> انسانی حقوق کے لئے فلسطینی سنٹر (PCHR) کے کنسلٹنٹ سمیع محسن نے کہا کہ فوجی قبضے کے تحت سیکورٹی کے سخت حالات اور اندرونی تنازعات اور بحرانوں، خصوصاً قبضے اور اندرونی کشمکش نے صحافیوں پر گہرا اثر ڈالا ہے۔ وہ غیر جانبدار ہونے اور سوسائٹی کی بھلائی کے لئے کام کرنے کی بجائے اشتعال انگیزیوں میں ملوث ہونے پر مجبور ہیں۔ صحافیوں سے یہ تقاضا کیا جاتا ہے کہ وہ پیشہ وارانہ معیار کی بجائے سیاسی لیڈروں کے زیادہ وفادار ہوں۔

کوآرڈی نیٹر نہلا ابوطعیمہ کا کہنا تھا کہ سیکورٹی فورسز کی عدم شفافیت اور میڈیا کے بارے میں عدم اعتماد کے سبب فلسطینی صحافیوں کو اس وقت مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے جب وہ سیکورٹی سے متعلق انفارمیشن تک رسائی حاصل کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ ان کے خیال میں میڈیا پر قدغن کے پانچ بڑے ذرائع یہ ہیں:

1- فلسطینی سیاسی مقام اور ان کی سیکورٹی فورسز
2- فلسطینی قانونی اور ریگولیٹری فریم ورک
3- فلسطینی میڈیا کے ادارے
4- فلسطینی سوسائٹی (مروجہ سماجی و اخلاقی اقدار کے سبب)
5- بیرونی عوامل مثلاً اسرائیلی قابضین

ابوطعیمہ نے کہا کہ بلاواسطہ اور بالواسطہ سنسر شپ کے درمیان فرق کرنا ضروری ہے۔ آزادی اظہار کے قانونی تحفظ کے باوجود صحافیوں کی گرفتاریاں، میڈیا کے اداروں کی بندش، کمپیوٹر اور دوسری دستاویزات کی ضبطی اور صحافیوں کو براہ راست دھمکیاں معمول بن چکی ہیں۔ جبکہ صحافیوں کو ان کے اپنے اداروں کا تحفظ بھی حاصل نہیں۔ چنانچہ سیاسی، سماجی اور اخلاقی فضا صحافیوں کو خوف میں مبتلا کر کے سیلف سنسر شپ پر مجبور کر دیتی ہے۔

یروشلم میں القدس یونیورسٹی کے میڈیا ڈیپارٹمنٹ کے سربراہ عبدالکریم سرہان کے مطابق انفارمیشن تک رسائی کا انحصار صحافیوں کی آمادگی اور صلاحیت پر بھی ہوتا ہے۔ ان کا کہنا تھا کہ سیکورٹی کے اداروں اور فلسطینی میڈیا دونوں کا یہ دعویٰ ہے کہ وہ فلسطینی عوام کے لئے کام کر رہے ہیں۔ اب یہ سوال کرنے کا وقت آ گیا ہے کہ کیا فلسطینی صحافی اتنے اہل اور ذمہ دار ہیں کہ وہ سیکورٹی ایشوز کور کر سکیں۔ انہوں نے زیادہ توجہ سیاست پر مرکوز کر رکھی ہے اور اس سوال سے متعلق دوسرے پہلوؤں کو نظر انداز کر دیا ہے۔ انہوں نے انفارمیشن تک رسائی کے لئے ضروری معیارات کو بھی نظر انداز کر دیا ہے۔

روزنامہ الحیات کے نامہ نگار محمد درغمہ نے خبردار کیا کہ سیکورٹی سے متعلق امور تک رسائی سے خود بخود احتساب نہیں ہو جاتا۔ ان کا خیال تھا کہ سیکورٹی سے متعلق انفارمیشن کی اشاعت سیکورٹی ایجنسیوں کی شفافیت کی ضمانت نہیں۔ فلسطینی سیکورٹی کے اہل کاروں کو مس کنڈکٹ کی صورت میں شاذو نادر ہی قانونی کارروائی کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ میڈیا کو زیادہ موثر رول ادا کرنے کے لئے فلسطینی لاء اور پریکٹس میں احتساب کے میکنزم کے فقدان کی جانب توجہ دینا ہوگی۔

میڈیا کے لئے ریگولیٹری فریم ورک اور سیکورٹی کے اداروں سے تعلقات میں خامیوں کے باوجود فلسطینی صحافیوں کی انفرادی ذمہ داری سیکورٹی کی کوریج کا بنیادی عنصر ہے۔ فلسطین ٹیلیوژن کے عماد الاسفر کے مطابق خود صحافی میڈیا اور سیکورٹی کے اداروں کے درمیان ایک کمزور لنک ہیں۔ فلسطینی سیکورٹی سیکٹر کی گورننس میں میڈیا کے رول کے جائزے کے درمیان فرق واضح کرنا ضروری ہے۔ فلسطینی صحافی انفرادی طور پر ان اندرونی اور بیرونی عوامل کی زد میں ہیں جو ان کی پرسنل سیفٹی اور معاشی حالات پر اثر انداز ہو رہے ہوتے ہیں۔

وفا الجبر کا کہنا تھا کہ بڑے حالات کار اور عدم تحفظ صحافیوں کی سیکورٹی ایشوز کی کوریج کے بارے میں اہلیت کو متاثر کرتے ہیں۔ صحافی غربت، بیروزگاری اور جہالت کا شکار ہیں جو فلسطینی علاقوں میں سماجی و سیاسی زندگی کو تشکیل دینے کا سبب بنتی ہیں۔ انہیں اکثر روزگار کے لئے سخت جدوجہد کرنا پڑتی ہے چنانچہ حساس معاملات کی کوریج سے پہلے انہیں سو بار سوچنا پڑتا ہے۔

اب یہ سوال کرنے کا وقت آ گیا ہے کہ کیا فلسطینی صحافی اتنے اہل اور ذمہ دار ہیں کہ وہ سیکورٹی ایشوز کور کرسکیں۔ انہوں نے زیادہ توجہ سیاست پر مرکوز کر رکھی ہے اور اس سوال سے متعلق دوسرے پہلوؤں کو نظر انداز کر دیا ہے۔ انہوں نے انفارمیشن تک رسائی کے لئے ضروری معیارات کو بھی نظر انداز کر دیا ہے۔

انسانی حقوق کے لئے فلسطینی سنٹر (PCHR) کے کنسلٹنٹ سمیع محسن نے کہا کہ فوجی قبضے کے تحت سیکورٹی کے سخت حالات اور اندرونی تنازعات اور بحرانوں، خصوصاً قبضے اور اندرونی کشمکش نے صحافیوں پر گہرا اثر ڈالا ہے۔ وہ غیر جانبدار ہونے اور سوسائٹی کی بھلائی کے لئے کام کرنے کی بجائے اشتعال انگیزیوں میں ملوث ہونے پر مجبور ہیں۔ صحافیوں سے یہ تقاضا کیا جاتا ہے کہ وہ پیشہ وارانہ معیار کی بجائے سیاسی لیڈروں کے زیادہ وفادار ہوں۔ سمیع محسن نے مزید کہا کہ ایمرجنسی کی حالت میں صحافیوں کیلئے یہ بہت مشکل ہے کہ وہ اوبجیکٹیویٹی (Objectivity) ''غیر جانبداری'' (Impartiality) اور'' پیشہ وارانہ مہارت'' (Profissionalism) جیسی اخلاقی اقدار سے چپٹے رہیں میڈیا ان اخلاقی معیارات کی عدم موجودگی سماجی و سیاسی سطح پر اجتماعیت (Pluralism) کے لئے گنجائش کو کم کر دیتی ہے اور ایک ''باخبر معاشرے'' کی تشکیل پر اثر انداز ہوتی ہے۔

سفارشات

فلسطینی رائے عامہ سیکورٹی کے مختلف اداروں کے موثر کنٹرول پر زور دے رہی ہے، فلسطینی میڈیا اپنی کمزوریوں کے سبب یہ کردار ادا کرنے سے قاصر ہے۔ سیکورٹی سیکٹر کی گورننس اور اصلاحات کے لئے شفافیت اور احتساب کو یقینی بنانے کے لئے فلسطینی سیکورٹی سیکٹر اور فلسطینی سوسائٹی کے درمیان موثر لنک کے طور پر فلسطینی میڈیا کے رول کو مستحکم کرنا بنیادی شرط ہے۔ چنانچہ ورکشاپ کے شرکاء نے میڈیا کے رول کو مستحکم کرنے کے لئے درج ذیل سفارشات مرتب کیں:

- میڈیا کے ادارے گائیڈ لائن تیار کریں کہ صحافی پیشہ وارانہ انداز میں سیکورٹی ایشوز کی کس طرح کوریج کر سکتے ہیں۔
- میڈیا کے ادارے اس امر کو یقینی بنانے کے لئے ضابطہ اخلاق تیار اور لاگو کریں کہ سیکورٹی ایشوز کی کوریج آزادانہ اور غیر جانبدارانہ طور پر ہو رہی ہے۔
- فلسطینی قانون کے تحت حقوق اور فرائض کے بارے میں میڈیا کے نمائندوں کی آگاہی میں اضافہ کیا جائے
- انفارمیشن تک رسائی کے لئے میڈیا کے حق کے تحفظ کے لئے قانون سازی کی جائے۔
- سیکورٹی سیکٹر کی گورننس اور اصلاحات کی بہتر سوجھ بوجھ کے لئے صحافیوں کی ٹریننگ کا بندوبست کیا جائے۔
- میڈیا اور سیکورٹی کے نمائندوں کے مابین باہمی احترام اور اعتماد کو مستحکم کرنے کے لئے ورکشاپس اور گول میز کانفرنسوں کا اہتمام کیا جائے۔

ایڈیٹر کی ڈاک

۱۸ اکتوبر ۲۰۰۸ء

محترم ارشد رضوی صاحب

مزاج گرامی!

ثمینہ خان آپ کے مکتوب اور میڈیا مانیٹر کے شمارہ کیلئے مشکور ہیں۔ ان کی خواہش ہے کہ جس سوچ اور جذبے سے میدان عمل میں آئے ہیں اس میں آپ کامیاب ہوں۔ وہ امید رکھتی ہیں کہ آپ اس شمارہ میں وقت کے ساتھ ساتھ عوامی امنگوں کی بہتر سے بہتر ترجمانی کرتے رہینگے۔

مخلص

محمد بشیر

سیکریٹری ای ڈی آفس

سنگی ڈیویلپمنٹ فاؤنڈیشن

ایبٹ آباد۔

محترم رضوی صاحب

السلام علیکم

بہت شکریہ، آپکا نوازش نامہ اور میڈیا مانیٹر کا جولائی۔ اگست کا شمارہ موصول ہوا۔ یہ شمارہ انتہائی معلوماتی اور دلچسپ ہے۔ اس کے علاوہ بہت شکریہ کہ آپ نے روزن کے پروگرام 'نسلک' کا تفصیلی تعارف بھی شائع کیا۔ روزن کی ٹیم میڈیا مانیٹر کے شمارے میں ہمیں جگہ دینے پر دل سے آپکی شکرگزار ہے۔ ہم مستقبل میں بھی آپکی تنظیم اور شمارے سے اسی دریادلی کی توقع رکھتے ہیں۔ اس کے ساتھ ساتھ اگر ہم آپکے شمارے کے لئے کوئی مواد مہیا کر سکیں تو ہمیں خوشی ہوگی۔

والسلام

خیر اندیش

شبانہ عارف

روزن، اسلام آباد

مورخہ ۱۳ اکتوبر ۲۰۰۸ء

جناب مظہر عارف صاحب چیف ایڈیٹر میڈیا مانیٹر

سلام مسنون۔ گذارش ہے کہ ڈوآل آرگنائزیشن ایک رفاعی ادارہ ہے۔ جس کا قیام معاشرے میں شعور کو اجاگر کرنے کیلئے عمل میں لایا گیا ہے۔ ضلع خوشاب میں اس ادارہ نے پندرہ ہزار طلباء و طالبات کا فری بلڈ گروپ ٹسٹ کیے ہیں جو کہ ڈویژن کی سطح پر ایک ریکارڈ ہے۔ پچھلے دنوں میڈیا مانیٹر پڑھا جو کہ بہت ہی اچھا تھا۔ اس لیے میری عرض ہے کہ ایک کاپی ہماری طرف اعزازی طور پر بھیج کر شکریہ کا موقع دیں۔

والسلام

ڈاکٹر انصر حیات بیگ

ڈائریکٹر ڈوآل آرگنائزیشن

ایوان شعور، ریلوے روڈ خوشاب

میڈیا کے نام ایک قاری کا خط

ایک عام پاکستانی کی طرح جس کے لئے انٹرٹینمنٹ کے کوئی معنی نہیں، میں بھی ہر روز باقاعدگی سے ٹی وی دیکھتا ہوں۔ یہ سوچ کر کہ شاید گھر پر رہنے سے میں کسی آفت کا شکار نہیں ہوں گا مگر میں غلط تھا۔ آج کل زیادہ تر پاکستانی ٹی وی چینلز جو بلز بازی کر رہے ہیں وہ سچ نہیں، میں بہت سی مثالیں دے سکتا ہوں جیسے پرویز مشرف کا ترکی جانا، پنجاب کے گورنر کی تبدیلی، چاند نظر آنا یا نہ آنا یا بے نظیر کی حفاظت، یہ سب مختلف ٹی وی چینلز نے دیکھا اور پھر غلط ثابت ہوا۔

سب سے زیادہ افسوس کی بات یہ تھی کہ بے نظیر محفوظ اور زندہ ہیں جبکہ وقت نے بتایا کہ انہوں نے ناہید خان کی گود میں دم توڑا۔ بلاشبہ آج بھی پرویز مشرف ٹی وی چینلز کی اس افزائش کا کریڈٹ اپنے سر لیتے ہیں اور اس کے جواب میں یہ سب ہی ان کے استعفیٰ کا سبب بھی بنے۔ چنانچہ مشرف مخالف مہم کا کچھ نا کچھ جواز تو ڈھونڈا جا سکتا ہے۔ میرے خیال میں اس ستم ظریفی کی وجہ یہ ہے کہ پرنٹ میڈیا کے پایہ کے صحافی ٹی وی اینکر بن گئے ہیں اور وہ بھی جو دن رات میڈیا کی آزادی کی باتیں کرتے تھے۔ مگر ٹی وی چینلز کی غلط خبروں اور فضول بریکنگ نیوز پر ایک لفظ بھی اپنے منہ سے نہیں نکالتے۔

کیا ان کے پاس لوگوں کی برداشت اور ان کی زندگیوں کو اجیرن بنانے کا کوئی جواز موجود ہے؟

پچھلے دنوں ایک ٹی وی چینل نے بریکنگ نیوز دی کہ بچوں کے ایک سکول میں بم کی اطلاع ہے اور یہ ٹی وی چینل اس بات پر فخر بھی کرتا رہا کہ یہ خبر سب سے پہلے اس نے بریک کی۔ میری اپنی بھانجی بھی اسی سکول میں پڑھتی ہے میں آپ کو بتا نہیں سکتا ٹی وی پر یہ خبر سن کر میری بہن کی کیا حالت ہوئی وہ بالکل سفید ہو گئی اور ہمیں اس کو ہسپتال لے کر جانا پڑا مگر بعد میں پتا چلا کہ یہ خبر غلط تھی۔ کیا اس میڈیا کیلئے کوئی قوانین ہیں یا یہ بالکل آزاد ہے؟ میرے خیال میں یہ سب پریس فریڈم نہیں۔ میری درخواست ہے ان اخبار مالکان سے جن کے ٹی وی چینلز ہیں کہ وہ اپنے چینلز میں اعتدال پسندی اور شائستگی کا مظاہرہ ضرور کریں۔

میں بہت سے علاقائی اور بین الاقوامی ٹی وی چینلز دیکھتا ہوں مگر جو منچلا پن پاکستانی ٹی وی چینلز میں ہے وہ کسی اور میں نہیں۔ ان لوگوں کے ساتھ کیا مسئلہ ہے یہ کس ایجنڈا پر کام کر رہے ہیں؟ یہ اس طرح کی حرکتیں کر کے غریب لوگوں اور بے چارے اس ملک سے کیا حاصل کر لیں گے؟

بریکنگ نیوز کے اس پاگل پن کی اس دوڑ کا کیا جواز ہے؟ کیا یہ لوگ دانستہ یا غیر دانستہ طور پر ایک دہشت گرد کو غیر قانونی تارک وطن، شدت پسند یا عسکریت پسند کہہ کر شدت پسندی کو فائدہ نہیں دے رہے؟ کیا ان کا کوئی ضابطہ اخلاق ہے یا نہیں اور کیا کوئی عدالت ان کا نوٹس لے گی یا نہیں؟ بلاشبہ کچھ ادارے اس کے خلاف ہیں جو اس قسم کی بریکنگ نیوز پر یقین نہیں رکھتے۔ آخر میں کیا یہ بریکنگ نیوز ہے کہ آصف علی زرداری اپنے گھر چلے گئے، میاں نواز شریف اپنے فارم پر پہنچ گئے یا کوئی وزیر کسی قسم کی بریفنگ دینے کیلئے جا رہا ہے۔ خدا کیلئے کچھ تو سنجیدگی کا مظاہرہ کریں۔ یوسف خان۔ کراچی (روزنامہ 'ڈان' میں ایڈیٹر کے نام خط)

بچپن کارپوریٹ میڈیا کی زد میں

جعفر مہدی

آج کل محلوں میں گھر کی کھڑکی کا کانچ ٹوٹنے کی آواز کم سنائی دیتی ہے اور گلیوں میں رونق بھی کم ہوگئی ہے۔ایک وقت وہ بھی تھا جب دوپہر ڈھلتے ہی گلی محلے بچوں کے کھیل کود اور شور و غل سے بھر جایا کرتے تھے۔ ہر بچہ کسی نہ کسی کھیل میں جسمانی اور ذہنی لحاظ سے مصروف ہوتا تھا اور کھیل بھی ایسے ہوتے تھے جو بچوں کی تخلیقی صلاحیتوں کو اجاگر کیا کرتے تھے اس کے علاوہ یہ کھیل سماجی تعلق کو بڑھانے میں بھی مدد دیا کرتے تھے۔

آج اس میڈیا کے دور میں جہاں ہر شے آپ کو گھر بیٹھے مہیا کرنے کا دعویٰ کیا جاتا ہے وہاں اس نے بچوں کو بھی گھروں میں قید کر کے رکھ دیا ہے۔میڈیا نے اپنی اس حرکت کے لئے والدین کو یہ جواز پیش کیا ہے کہ بچوں کا باہر کھیلنا محفوظ نہیں بلکہ کچھ تو یہاں تک کہتے ہیں کہ باہر کے جراثیم بچوں کے لئے نقصان دہ ہیں۔سرمایہ دارانہ نظام نے بچوں کو گھروں میں قید کرنے کے لئے ٹی وی، انٹرنیٹ اور ویڈیو گیم جیسی چیزیں فراہم کیں اور پھر اپنی مصنوعات بیچنے کیلئے ان پر مارکیٹنگ شروع کر دی۔

گزشتہ دہایوں کی مارکیٹنگ کا اگر آج سے موازنہ کیا جائے تو یہ غلط نہ ہوگا جیسا کہ ایک پانی والی بندوق کا ایک خوبصورت بم سے موازنہ۔اور اس پر طرہ یہ ہے کہ بچوں کی یہ ساری مارکیٹنگ بچوں کے ہی ماہر نفسیات سے پوچھ کر، حیرت انگیز ٹیکنالوجی کے ذریعے ہماری جیبوں پر بھاری بوجھ ڈال کے کی جاتی ہے۔صرف امریکہ میں ہی 1983ء میں بچوں کی مارکیٹنگ پر 10 کروڑ ڈالر خرچ کئے گئے اور آج یہ کمپنیاں ہر سال 17 ارب ڈالر خرچ کر رہی ہیں۔ والدین کو مجبوراً اس مارکیٹنگ سے نبرد آزما ہونا پڑتا ہے جو انٹرنیٹ، کمپیوٹر گیم، MP3، موبائل فون، ہی ڈی اور ڈی وی ڈی بلکہ کچھ تو کتابوں پر بھی کی جاتی ہے۔

بیسویں صدی کے آخر میں ٹیلیویژن کو دوبارہ ریگولیٹ کیا گیا کہ صرف بچوں کیلئے ایسے پروگرام بنائے جائیں جن سے کارپوریٹ سیکٹر کی مصنوعات کی فروخت میں زیادہ سے زیادہ اضافہ ہو سکے۔کچھ ممالک میں حکومتی سطح پر یہ کوشش کی گئی کے 8 سال سے کم عمر بچوں کے لئے اشتہارات پر پابندی لگائی جائے مگر یہ کمپنیاں سیاستدانوں کو خوش کرنے کا سامان پہلے سے اپنے پاس رکھتی ہیں۔

الیکٹرانک میڈیا کی افزائش کے بعد سے تو کارپوریٹ سیکٹر کے پاس بہت سے راستے آ گئے اور اس نے والدین کو درمیان سے نکال دیا اور براہ راست بچوں کو اپنی مارکیٹنگ کا نشانہ بنایا ہے۔بچوں کی تفریح کیلئے میدان، پارک اور سکول وغیرہ کی کمی سے یہ کمپنیاں بچوں کی مارکیٹنگ میں زیادہ دلچسپی لیتی ہیں اور اس کمی کو اپنی مارکیٹنگ کا ایک جواز بھی

کہتی ہیں۔اس مارکیٹنگ میں ہر قسم کا حربہ استعمال کیا جاتا ہے جس میں تشدد اور سیکس وغیرہ شامل ہیں۔چھوٹے بچے بڑوں کی طرح کپڑے پہننا، رہنا اور بڑوں جیسی حرکتیں کرنا چاہتے ہیں مگر اس قسم کے اشتہار دیکھ کر چھوٹے بچے دکھاوے کے لئے یا جسمانی لحاظ سے تو شاید بڑے ہو جاتے ہیں لیکن کیا وہ دماغی طور پر بھی بڑوں والا شعور حاصل کرتے ہیں؟ اور ایڈورٹائزنگ کمپنیاں اس کو Aspirational Marketing کہتی ہیں۔

اب یہ کمپنیاں بچوں کے سکولوں میں بھی پہنچ گئی ہیں کبھی کسی مقابلے کا نام پر اور کبھی کسی انعام کے لئے۔اگر کوئی بچہ سکول جانے سے گھبراتا تھا تو وہ اب صرف اس لئے سکول جاتا ہے کہ سکول میں کوئی ٹوتھ پیسٹ والا یا صابن والا اس کو بغیر پڑھائی کے انعام دے دے گا

والدین کو یہ سکون ہوتا ہے کہ یہ سب سکول کی زیر نگرانی ہو رہا ہے۔مارکیٹنگ کمپنیوں کو معلوم ہے کہ بچہ سکول ضرور جائے گا اور اپنی کلاس میں حاضر بھی ہو گا اس کو وہ Direct Marketing کہتی ہیں۔اس کے نتیجہ میں یہ معصوم بچے گھر جا کر اپنے والدین سے ضد کرتے ہیں کہ فلاں چیز لینی ہے اور فلاں نہیں اور ماں باپ بھی بچے کی ضد اور میڈیا کی بھرپور مارکیٹنگ کا شکار ہو کر بعض دفعہ وہ چیز اپنے بچے کے لئے لے لیتے ہیں جو شاید ان کے فائدے کی نہیں ہوتی۔

میڈیا اور یہ کمپنیاں چھوٹے بچوں میں جنسی لحاظ سے بھی تفریق رکھتی ہیں۔لڑکوں کی چیزیں اور کھلونے نیلے رنگ کے ہوں گے اور لڑکیوں کے پنک (Pink)۔لڑکوں کے کھلونوں میں طاقت اور تشدد کا عنصر رکھا جاتا ہے جبکہ لڑکیوں کے کھلونے خاص طور پر گڑیاں بہت ہی پتلی دبلی، نازک سی، سمارٹ اور گوری رنگت کی ہوتی ہیں۔اسی لئے آج کل ایک 4 سال کا بچہ بہت آرام سے یہ کہہ دیتا ہے کہ یہ لڑکی تو موٹی سی اور کالی ہے یہ میری شہزادی نہیں ہو سکتی۔کیا یہ ہماری ثقافت ہے؟ آج کا میڈیا اور کارپوریٹ سیکٹر 5 سال کے بچے کو 15 سال کا بنا کر اپنے آپ کو ترقی پسند کہتا ہے۔مگر اس بچے کا بچپنا کہاں گیا؟ اور اس کا ذمہ دار کون ہے؟

ویڈیو گیم یا کمپیوٹر گیمز جنہوں نے بچوں کو کھیل کے میدان سے اٹھا کے بند کمرے میں لا بٹھایا ہے۔ان گیمز میں بھی مار پیٹ اور تشدد کے علاوہ کچھ نہیں بلکہ کچھ گیمز میں تو آپ ایک طوائف کے ساتھ سیکس کر کے اس کو مار دیں۔ان گیمز کو میڈیا نے اتنے بھرپور طریقے سے مارکیٹ کیا ہے کہ اب آپ کو بازاروں میں سپورٹس کی دوکانوں سے زیادہ گیمنگ کیفے ملتے ہیں۔انٹرنیٹ کی بدولت آپ اپنے گھر میں بیٹھ کر دوسرے شہر یا ملک میں کسی کے ساتھ بھی آن لائن گیم کھیل سکتے ہیں۔ان گیمز کی مارکیٹنگ میڈیا اتنے بھرپور انداز میں کرتا ہے کہ بعد میں ان گیمز کے کرداروں کے کھلونے بازار میں مہنگے داموں فروخت کئے جاتے ہیں بلکہ یہاں تک ہوتا ہے کہ بچوں کے سکول کی مختلف اشیاء جن میں کتابیں، کاپیاں، پنسلیں اور بیگ وغیرہ پر بھی ان کرداروں کی اشتہار بازی کی جاتی ہے ان کرداروں والی اشیاء نسبتاً مہنگی ہوتی ہیں۔کچھ کمپنیوں نے تو سکول کی مختلف اشیاء کو سپانسر بھی کرنا شروع کر دیا ہے۔جن میں کھیل کے میدان اور ٹیچر ٹریننگ پروگرام وغیرہ شامل ہیں اور اس کے عوض صرف اس کمپنی کی اشیاء ہی اس سکول میں فروخت کی جا سکتی ہیں۔

کچھ ویڈیو گیمز بڑے بچوں کی ٹریننگ کے لئے بعض دفعہ ایک اچھا ٹول ثابت ہو سکتی ہیں مگر آج کل سب سے مشہور اور زیادہ کھیلی جانے والی گیم میں بھی صرف تشدد اور تخریب کاری کے علاوہ کچھ نہیں۔کچھ گیمز میں تو جنسی تشدد بھی دیکھنے میں آیا ہے جبکہ نفسیاتی سائنس کی ریسرچ نے یہ ثابت کیا ہے کہ تشدد اور تخریب کاری پر مشتمل ویڈیو گیمز بچوں اور نوجوانوں میں ظالمانہ اور جارحانہ طرز عمل کو فوقیت دیتی ہیں اور یہ بچوں اور نوجوانوں کے لئے بہت نقصان دہ ہیں مگر کارپوریٹ سیکٹر کے منافع کے لئے میڈیا میں ان گیمز کی تشہیر میں روز بروز اضافہ ہو رہا ہے۔

انسٹیٹیوٹ آف میڈیسن اور ورلڈ ہیلتھ آرگنائزیشن جیسے اداروں نے بچوں کی خوراک کے استعمال، ترجیح اور طلب کے حوالے سے مارکیٹنگ پر ایک سٹڈی کی ہے جس کے مطابق جنک فوڈ (Junck Food) کا بچوں کی بھوک پر صرف منفی اثر پڑتا ہے۔ یہ بالکل واضح ہے کہ خوراک کے حوالے سے کمپنیوں کے خود ساختہ قوائد غلط ہیں۔بچوں میں موٹاپے میں بدتدریج اضافہ ہو رہا ہے اور یہ صرف ان کمپنیوں کی مارکیٹنگ کا کمال ہے اور میڈیا والدین سے یہ جھوٹ بولتا ہے کہ ان کا بچہ بہت صحت مند ہے۔

تخلیقی کھیل انسانیت کی بنیاد ہونے کے ساتھ

ساتھ سیکھنے، تخلیقی سازی اور مسائل کے تعمیراتی حل کی بھی بنیاد ہیں۔ یہ ہماری آزاد دانش مندی اور مختلف سوچ کا پہلا تجربہ ہوتے ہیں۔ یہ بچوں کو خود پر قابو پانا سکھاتے ہیں اور ان کو اپنی فطری صلاحیتوں کو اجاگر کرنے میں مدد دیتے ہیں۔ تخلیقی کھیل بچوں کو فطرت کے قریب رکھتے ہیں اور ان کو اپنے تجربے سے خود سیکھنے کا موقع فراہم کرتے ہیں۔ United Nations کے بچوں کے حقوق کے مطابق یہ سب بچوں کا بنیادی حق ہے۔ لیکن بطور سوسائٹی ہم اپنے بچوں کو اس سب سے دور کرتے جا رہے ہیں۔

یہ بات بہت ہی تکلیف دہ ہے جو شاید تاریخ میں پہلی دفعہ ہو رہا ہے کہ ہمارے بچوں کے پاس فارغ وقت ہوتا ہے مگر اس کا ہرگز یہ مطلب نہیں کہ وہ اس فارغ وقت میں کسی تعمیری یا تخلیقی کھیل میں مصروف ہیں بلکہ ہم عجیب اور بے ڈھنگے دور سے گزر رہے ہیں جہاں تخلیقی کھیلوں کو پروان چڑھانا کلچرڈ شمنی سمجھی جاتی ہے۔ ہم پر مسلط کلچر کھلم کھلا اس کے خلاف ہے۔ کیونکہ یہ بڑے پیمانے پر کارپوریٹ سیکٹر کے لئے خطرہ ہے۔ جو بچے تخلیقی کھیل کھیلتے ہیں انہیں اشیاء کی کم ضرورت ہوتی ہے جو کارپوریٹ سیکٹر مارکیٹ میں فروخت کرتا ہے۔ سب سے زیادہ بکنے والے کھلونے بچوں کو کھیلنے سے روکتے ہیں کیونکہ یہ میڈیا کے کسی کردار کی شکل ہوتے ہیں اور ان میں کمپیوٹر چپ لگی ہوتی ہے جو اس کھلونے کو خود بخود حرکت کراتی ہے یعنی صرف ایک بٹن دبانے سے بچے کا کھلونا حرکت کرنا، ناچنا اور گانا شروع کر دیتا ہے اور بچے کو صرف ایک بٹن دبانے کے علاوہ کچھ نہیں کرنا۔ ایسے کھلونوں سے بچے میں کوئی تخلیقی صلاحیت پیدا نہیں ہوتی۔ اچھا کھلونا وہ ہوتا ہے جس میں 90% حرکت بچہ کرے اور 10% کھلونا۔ مگر آج کا میڈیا اور کارپوریٹ سیکٹر ایسے کھلونے پسند نہیں کرتا۔

''سکرین'' جس کی آج کل ہماری زندگی میں بہت اہمیت ہے۔ ٹی وی کی جگہ کمپیوٹر یا کمپیوٹر کی جگہ ٹی وی مگر دونوں ایک ہیں۔ ٹی وی پر مختلف ویب سائٹ کی تشہیر ہوتی ہے اور ویب سائٹ پر مختلف ٹی وی پروگراموں کی۔ آج کل یہ دونوں سکرینیں ایک تیسری سکرین کی تشہیر کر رہی ہیں وہ ہے موبائل فون پر میسجنگ کرنا اور ان سب کا نشانہ صرف بچے ہیں چاہے وہ کوئی بھی سکرین ہو۔ آج کل تو صرف ایک سال کے بچے کیلئے بھی ٹی وی چینل موجود ہیں اور والدین بڑے شوق سے اپنے معصوم بچوں کو ان سکرین کے سامنے بیٹھا دیتے ہیں جب ان سے اس بارے میں پوچھا گیا تو ان کا کہنا تھا کہ یہ میرے بچے کیلئے بہت مفید اور معلوماتی ہے۔ اس سے میرے بچے کی ذہنی نشوونما ہوتی ہے مگر حقیقت یہ ہے کہ بچوں کا یہ میڈیا بزنس ایک مکمل دھوکا ہے۔ ایک سٹڈی کے مطابق چھوٹے بچے تخلیقی کھیل اور ماں باپ سے زیادہ سکرین کے سامنے اپنا وقت گزارتے ہیں جبکہ والدین سے میل جول اور تخلیقی کھیل چھوٹے بچوں کیلئے زیادہ معلوماتی اور تعمیراتی ہوتے ہیں۔ ایسی کوئی مصدقہ ریسرچ موجود نہیں جس کے مطابق میڈیا کی سکرین چھوٹے بچوں کی تعلیم و تربیت کا بہتر ذریعہ ثابت ہوئی ہو۔ یہ سکرین چھوٹے بچوں کیلئے نقصان دہ زیادہ ہے۔

میڈیا مارکیٹنگ کے اس کھیل میں والدین کے حوالے سے بات کرنے سے پہلے ہمیں اس بات پر زیادہ غور کرنا چاہیے کہ یہ بچوں کی مارکیٹنگ ایک سماجی مسئلہ ہے اور ہم سب کو اس سماجی تبدیلی کے لئے کام کرنا ہوگا۔ اس کے ساتھ ساتھ ہمیں اس بات پر بھی زور دینا چاہیے کہ ہمارے بچوں کے لئے تفریحی اور کھیل کے میدان ہونا ضروری ہیں جہاں پر ہمارے بچے تخلیقی کھیل کود سے اپنی جسمانی اور ذہنی نشوونما میں بہتری لا سکیں۔ اس کے علاوہ سکولوں میں بھی نصابی تعلیم کے علاوہ تعمیراتی اور تخلیقی کارروائیوں کا انعقاد ضروری بنایا جائے اور والدین سکول کے بعد بچوں کو سکرین سے زیادہ سے زیادہ دور رکھیں۔

اس میں کوئی شک نہیں کہ سماجی تبدیلی میں وقت درکار ہوتا ہے مگر ہمیں یہ کام اپنے گھر سے ہی شروع کرنا ہوگا اس کے لئے ضروری ہے کہ پہلے ہم خود اس سب کو سمجھیں اور اس سے اجتناب کریں۔ ہمیں بڑے بچوں کے لئے سکرین کا وقت متعین کرنا ہوگا، چھوٹے بچوں کو اس سے بالکل دور رکھنا ہوگا اس کے علاوہ تخلیقی کھیلوں میں بچوں کو سمجھانا اور ان کا ساتھ دینا ہوگا۔ فطرت کے قریب رہ کر ہی ہم اپنے بچوں کو ایک امن پسند انسان اور بہتر شہری بنا سکتے ہیں۔ اس سب کے لئے ہمیں اپنے بچوں کو گھر سے باہر کھلی فضا میں جانا ہوگا اور ان کے ساتھ ایک اچھا اور پائیدار وقت گزارنا ہوگا۔

ہماری حکومتوں کو بھی چاہیے کہ وہ ایسی قانون سازی کریں جس سے کارپوریٹ سیکٹر بچوں کی مارکیٹنگ کا بھیانک کھیل بند کر دیں اور معصوم زندگیوں کو ایک بہتر انسان بننے کی آزادی دیں۔ صرف اپنے منافع کے لئے میڈیا پر ان کمپنیوں کی تشہیر پر پابندی ہونی چاہیے اور میڈیا کو بچوں میں تعمیراتی اور تخلیقی حس کو اجاگر کرنے کے لئے مثبت پروگرامز بنانے پر توجہ دینی چاہیے جن کا مقصد کارپوریٹ سیکٹر کی مدد کرنا نہ ہو بلکہ ایک صحت مند معاشرے کو پروان چڑھانا ہو۔

میڈیا کا پرتشدد کھیل اور اس کے بارے میں تعلیم

آج کے میڈیا کی تعلیم چھ سال کے ایک بچے کو میدان میں ریسلنگ کرتے نہیں روک سکتی۔ یہ نوجوانوں کو بھی اسی قسم کی ویڈیو گیم کھیلنے اور فلمیں دیکھنے سے نہیں روک سکتی لیکن میڈیا کی تعلیم بچوں اور نوجوانوں کو ایک ایسا ٹول ضرور دے سکتی ہے جس کے ذریعے وہ اپنے اندر ایک مثبت اور تنقیدی سوچ پیدا کر سکتے ہیں۔ میڈیا کے مندرجات پر تنقید بچوں اور نوجوانوں میں تشدد پر مبنی رویوں کو بدل سکتی ہے جس سے ان میں تشدد کم ہو سکتا ہے۔

میڈیا پر تنقیدی جائزہ نوجوانوں کے ذہنوں میں یہ سوال پیدا کر سکتا ہے کہ ویڈیو گیمز اور فلموں میں آخر اس قدر تشدد کیوں دکھایا جاتا ہے؟ کیا تشدد کو صرف مزے یا سنسنی خیزی کے لئے ہی شامل کیا جاتا ہے؟ کیا اس طرح کے تشدد کا حقیقت سے کوئی تعلق ہے؟ کیا حقیقی زندگی میں بھی ایسا ہی ہوتا ہے کہ ایک انسان کو بہت مارا پیٹا جائے اور شیشے کی کھڑکی سے باہر پھینک دیا جائے اور اس کو ایک خراش تک نہ آئے؟ پہلے فلموں میں تشدد صرف بُرے آدمی (ولن) کیا کرتے تھے مگر پچھلے کچھ سالوں میں یہ تشدد فلم کے ہیرو کی طرف شفٹ ہو گیا ہے۔ کیا تشدد کی یہ تبدیلی مثبت ہے؟

میڈیا میں تشدد کے اس طرح کے اظہار کے بارے میں نوجوانوں کو معلوم ہونا چاہیے کہ یہ محض تفریح نہیں ہے۔ ایک پولیس والا سال میں شاید ایک دفعہ اپنی پستول نکالتا ہوگا مگر فلموں میں اس کے بالکل برعکس ہے۔ محض سنسنی پیدا کرنے کے لئے فلموں میں اور اس طرح کی ویڈیو گیمز میں اس دنیا کو ایک خوفناک جگہ کے طور پر پیش کیا جاتا ہے مگر کیا حقیقت میں ایسا ہی ہے؟؟

میڈیا کی تعلیم کا سب سے پہلا سبق یہ ہے کہ میڈیا جو پیش کر رہا ہے وہ سچ نہیں ہے، دراصل فلم، ویڈیو یا ٹی وی پروگرام بنانے والے کو جو پسند ہوتا ہے وہ ہی ہمیں دیکھنا ہے اور اس پر یقین بھی کرنا ہے۔ یہ لوگ جان بوجھ کر ایسی چیزیں بناتے ہیں اور ان کے نتیجے بھی ان کی پسند کے ہی ہوتے ہیں۔ خبروں کا حال بھی اس سے الگ نہیں۔ کیا دنیا واقعی ایسی ہے جیسی دکھائی جاتی ہے؟ بچوں اور نوجوانوں کو اس تعلق کے بارے سمجھانے اور بتانے کی اشد ضرورت ہے جو ٹی وی دیکھنے اور خبریں بنانے والے کے درمیان ہے۔ زیادہ تر لوگوں کو اس وقت احساس ہوتا ہے جب اس تمام کے نتیجے میں کوئی بہت بڑی مصیبت ان پر آن پڑتی ہے، مگر قدرتی آفات اور تیسری دنیا کا کیا جہاں ہزاروں بچے ہر روز دربدر ہوتے ہیں، ان کا کوئی پرسان حال نہیں ہوتا۔ دردمندی کے اس فلٹر کو کوئی یاد نہیں رکھتا کہ ہم میں انسانی المیہ کو محسوس کرنے کی کمی ہوتی جا رہی ہے۔

اس میں کوئی شک نہیں کہ تشدد وقت کے ساتھ ساتھ صدیوں سے چلی آ رہی ہماری کہانیوں کا کسی حد تک حصہ رہا ہے جو ہمیں اس معاشرے میں رہنے کے انداز اور لوگوں سے رشتہ جوڑنے کے بارے میں بتاتا تھا۔ میڈیا کی تعلیم ہمیں یہ جانچنے میں مدد دے سکتی ہے کہ آیا آج کے میڈیا کی کہانیوں میں تشدد کو کیا ماضی کی طرح ہی پیش کیا جاتا ہے یا کسی اور طور پر؟ اور آج کے دکھائے جانے والے تشدد کا کس کو کس طرح فائدہ ہوتا ہے؟

یہ حقیقت نوجوانوں کو چونکا دینے سے کم نہیں کہ میڈیا میں تشدد کی افزائش کی اصل وجہ پیسہ (منافع) ہے کوئی بھی فلم جو ایکشن سے بھرپور ہوگی وہ بیرون ملک آسانی سے بک جاتی ہے کیونکہ اس میں زبان کا اتنا عمل دخل نہیں ہوتا جتنا کہ پرتشدد ایکشن کا ہوتا ہے۔ ایسی فلمیں مقامی کلچر سے بھی دور ہوتی ہیں۔ مزاح یا سنجیدہ سکرپٹ لکھنے کے لئے ذہانت درکار ہوتی اور یہ بھی ضروری ہے کہ لکھنے والا لوگوں کے رہن سہن اور مقامی ثقافت سے بھی اچھی طرح واقف ہو۔ ایکشن فلمیں بنانے کے لئے کسی بڑی ذہانت یا علمی پس منظر رکھنے کی ضرورت نہیں ہوتی بس نقل کرنے کی صلاحیت ہونی چاہیے، اور پھر دنیا بھر میں ایسی فلمیں اور ویڈیو گیمز آسانی سے بک جاتی ہیں۔

یہ بھی حقیقت کہ ہر کوئی میڈیا کو اپنی نظر سے دیکھتا ہے، جب ہم کوئی فلم، گانا، ویڈیو گیم یا کوئی ٹی وی سیریز دیکھتے یا سنتے ہیں تو ہم اس کو اپنے ذاتی رویوں، اپنی اقدار اور میڈیا کے تشدد کے پچھلے تجربوں کے پس منظر میں دیکھتے ہیں۔ یہ سب بچوں اور نوجوانوں کے لئے ایک صحت مند مباحثے اور خود تنقیدی کا سامان مہیا کرتا ہے۔

ان بچوں کے لئے جو آج کے بھرپور میڈیا کلچر میں پروان چڑھ رہے ہیں میڈیا کی تعلیم تشدد کی طرف بڑھتے ہوئے ان کے رویوں اور رجحانات تبدیل اور واضح کر سکتی ہے کہ زندگی کی اصل حقیقت کیا ہے اور اس سکرین پر کیا پیش کیا جا رہا ہے۔ نوجوانوں کو یہ تعلیم بھی دی جا سکتی ہے کہ وہ اپنی آواز اٹھائیں اور ایک Active میڈیا کنزیومر ہونے کے ناطے اس نام نہاد انٹرٹینمنٹ انڈسٹری سے بات کریں اور پبلک فورم پر اپنی رائے کا اظہار کریں۔

”میڈیا میں جمہوریت ہمیں کیوں درکار ہے؟“

اس موضوع پر اسلام آباد میں 25 نومبر 2008 اور لاہور میں 2 دسمبر 2008 کو سیمینارز کا اہتمام کیا گیا۔ سوسائٹی فار آلٹر نیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ (SAMAR)، اسلام آباد نے ان سیمینارز کا انعقاد فریڈرخ ایبرٹ سٹفٹنگ (FES)، اسلام آباد کے اشتراک سے کیا تھا۔

یہ دیکھنے کیلئے کہ ہمارے اخبارات (اردو اور انگریزی) میں کس موضوع کو کتنی جگہ دی جاتی ہے SAMAR نے ڈان، ڈیلی ٹائمز، دی نیوز، جنگ، ایکسپریس اور خبریں کے ایک ماہ پر مبنی اخبارات کے دو صفحات (فرنٹ اور بیک) کی باقاعدہ پیا ئش کی۔ (اس جائزے پر مبنی رپورٹ "Newspapers Monitoring Report" حال ہی میں SAMAR نے شائع کی ہے)۔ سیمینارز کا مقصد معاشرے کے مختلف گروہوں کے سامنے اس صورت حال کو رکھنا اور اصلاح احوال کی کوئی سبیل نکالنا ہے۔

اسلام آباد کے سیمینار میں امتیاز گل نے کہا میڈیا میں جمہوریت کی بات کرنا بڑا اچھا لگتا ہے، یہ بہت خوش کُن ہے لیکن ہمارے ہاں کچھ مسائل بھی ہیں جو اوپر سے نیچے تک ہر جگہ موجود ہیں خواہ ٹیکنو کریٹس ہوں یا بیوروکریٹس، میڈیا ہاؤسز ہوں یا سیاسی پارٹیاں، مسائل ہر جگہ موجود ہیں۔ میڈیا میں پابندیاں عائد کی گئیں تو ایک اخبار نے اس کی زبردست مخالفت کی بلکہ یوں کہوں تو بے جا نہ ہوگا کہ اس اخبار نے حکومت کے اس اقدام کو عملاً قبول ہی نہیں کیا اور یہ بھی سچ ہے کہ عام آدمی اس صورتِ حال سے پریشان نظر آتا تھا۔ لوگوں کا یہ حق ہے کہ وہ یہ جانیں کہ ملک میں کیا ہو رہا ہے اور وہ اس کی توقع میڈیا سے جائز طور پر رکھتے ہیں۔

سی آر شمسی نے کہا کہ کم و بیش پندرہ برسوں سے یہ کیفیت ہے کہ ہر جگہ ایک تضاد کی صورت ہے۔ سیاست ہو یا صحافت یہ تضاد آپکو ہر جگہ نظر آئے گا۔ انہوں نے کہا صحافت میرے نزدیک ایک معتبر اور باوقار پیشہ ہے۔ صحافی درحقیقت پبلک سرونٹ ہے۔ اُسے عوام کو حقائق سے باخبر رکھنا ہوتا ہے جس کی لوگوں کو ضرورت ہے یا جس کی عام لوگ توقع رکھتے ہیں۔ سی آر شمسی نے ایوب خان کے مارشل لاء کو آج کی موجود تمام تر بُرائیوں کی وجہ قرار دیتے ہوئے صحافیوں کی آزادی صحافت کی عظیم جدوجہد کا بھی تفصیلاً تذکرہ کیا۔ حارث خلیق نے اپنی بات کا آغاز کرتے ہوئے کہا کہ آج کے موضوع کے حوالے سے اب تک جن احباب نے گفتگو کی ہے میرے خیال میں تقریباً سب ہی نے اس پر اتفاق کیا کہ واقعی میڈیا میں جمہوریت کی ضرورت ہے۔ سوسائٹی کا میڈیا کے بارے میں

جمہوریت کی جب بات ہوتی ہے تو پھر اخبارات، ریڈیو اور ٹی وی چینلز میں کام کرنے والے ورکرز کو نظر انداز نہیں کیا جا سکتا جنہیں اپنا کام یا ذمہ داری سے عہدہ برآ ہونے کیلئے 'آزادی' درکار ہے اور ظاہر ہے کہ ان کے معاشی مسائل بھی ہیں جنہیں نظر انداز نہیں کیا جا سکتا۔ میری بھی خواہش ہے کہ میڈیا میں سوشل ایشوز کو مناسب جگہ ملے تاہم یہ بھی سامنے کی بات ہے کہ ہمارا ملک بحران (crisis) کا شکار ہے۔ دہشت گردی اور جنگ کی خبریں ہی 70 تا 80 فیصد جگہ لے رہی ہیں۔ جمہوریت کا ملک میں پنپ نہ سکنا بھی میڈیا میں جمہوریت نہ ہونے کی ایک وجہ ہے۔ محترمہ فوزیہ شاہد نے 'میڈیا میں جمہوریت' کی اصطلاح پر بھی حیرت کا اظہار کیا۔ خود اپنا جائزہ لینا ایک مشکل امر ہے۔ میڈیا کو یقیناً لوگوں کے سامنے جواب دہ ہونا چاہئے۔ انہوں نے پاکستان میں جمہوریت کیلئے صحافتی تنظیموں کی طویل جدوجہد کی تاریخ کا جائزہ بھی پیش کیا۔ مظہر عباس نے اظہار خیال کرتے ہوئے کہا کہ بعض لوگوں کا خیال ہے کہ میڈیا کو بہت زیادہ آزادی دے دی گئی ہے اس پر کچھ قدغنیں عائد کی جانی چاہئیں۔ انہوں نے کہا کہ میڈیا کے اندر بھی بہت سے مختلف الخیال لوگ ہیں۔ مختلف نظریات رکھنے والے اخبارات اور ٹی وی چینلز ہیں۔ جب 3 نومبر کو میڈیا پر اندازہ میڈیا کی صلاحیت سے زیادہ ہے چنانچہ ان اندازوں نے توقعات کو بھی بڑھا دیا ہے۔ اس کے نتیجے میں صحافیوں پر کام کا دباؤ بھی زیادہ ہے۔ مقابلے کی دوڑ نے بھی ایک دباؤ کی کیفیت پیدا کی ہے۔ آج کا بہت بڑا میڈیا بھی افتخار محمد چوہدری کو بحال نہیں کروا سکا۔ ہمارے سامنے عراق کی مثال بھی ہے جب ایک ایک دن میں لاکھوں کے جلوس جلسے امریکہ کو عراق پر حملے سے نہ روک سکے۔ انہوں نے مزید کہا کہ میڈیا نے ناہمواری پر مبنی طبقاتی نظام کو بھی پیدا کیا ہے جہاں ہم دیکھتے ہیں کہ ایک صحافی ماہوار پانچ ہزار سے لے کر ایک لاکھ تک تنخواہ وصول کر رہا ہے۔ معاوضے میں اس قدر تفاوت نے ایک نئی کلاس کو پیدا کیا ہے۔ اقبال ڈھلوں نے اپنے صدارتی خطبے میں کہا کہ جب تک سیاست کسی ضابطے میں نہیں آتی تب تک معاملات اسی طرح بنتے بگڑتے رہیں گے۔ میڈیا میں جمہوریت کی بات ہو یا سماجی بھلائی و بہبود کی بات، صحیح سمت میں سیاست کے بغیر یہ ممکن ہی نہیں ہے۔ انہوں نے کہا کہ 80 کی دہائی میں یہاں ایسی زہر افشانی کی گئی جس کے بعد ایک طرح سے سیاست ختم کر دی گئی۔ اس ملک میں قومی ریاست کا مطلب ایک فوجی ریاست کے سوا اور کچھ نہیں ہے اور عملاً یہی ہو رہا ہے۔ میڈیا بھی اس کا عکاس ہے۔ مظہر عارف نے اپنی پریزنٹیشن کے ذریعے بتایا کہ ہم نے ایک ماہ کے چھ اخبارات (تین اردو اور تین انگریزی) کی پیائش کی۔ جس سے ظاہر ہوا ہے کہ ہمارے اخبارات کی دلچسپی اور عام لوگوں کی ضرورت میں بہت زیادہ بُعد ہے۔ انہوں نے مزید بتایا کہ اردو اور انگریزی دونوں زبانوں میں شائع ہونے والے ان اخبارات کے فرنٹ اور بیک صفحات پر کلچر، لٹریچر اور سائنس کے حوالے سے کوئی بات شائع نہیں ہوئی۔ ماہرین کے اظہار خیال کے بعد اوپن فورم میں حاضرین نے نہ صرف مقررین پر ان کی باتوں کے پس منظر میں بہت سے سوال کئے بلکہ انہوں نے اپنے تئیں میڈیا کی موجودہ صورت حال پر بھی اظہار خیال کیا۔

لاہور میں منعقدہ سیمینار سے جن مقررین نے اظہار خیال کیا ان میں جناب حسین نقی، جناب سلمان عابد، جناب پیٹر جیکب محترمہ زہرہ ارشد، جناب ڈاکٹر اختر رضوی اور مظہر عارف شامل تھے۔

مظہر عارف نے سیمینار کے اغراض و مقاصد بتاتے ہوئے کہا کہ SAMAR کی بنیاد 2005 میں رکھی گئی۔ اس ادارے کی تشکیل کا بنیادی مقصد غالب میڈیا (Mainstream Media) کا جائزہ لینا ہے۔ ہم یہ دیکھتے ہیں کہ میڈیا عام لوگوں، بالخصوص غریب طبقات، ٹریڈ یونین، پس ماندہ علاقوں کے رہنے والوں، طلباء اور خواتین کی بات کس حد تک ہمارے اخبارات اور ٹی وی کا موضوع بنتے ہیں۔ سوشل ایشوز جو کہ عام آدمی کا بہت بڑا مسئلہ ہیں میڈیا میں انکی کوریج نا ہونے کے برابر ہے۔ انہوں نے اپنی بات جاری رکھتے ہوئے کہا کہ آج کا میڈیا ریاست کا شریک کار اور ملٹی نیشنل مارکیٹ کا اسیر ہے۔ یہی وجہ ہے کہ عام لوگوں کے دُکھوں، ضرورتوں کی بات میڈیا کا موضوع ہی نہیں ہے۔

جناب حسین نقی نے اپنی گفتگو میں کہا کہ اس ملک کی عمر 61 برس کی ہے۔ ان 61 برسوں میں ابھی تک اس ملک میں جمہوریت نہیں آسکی۔ انہوں نے کہا کہ میڈیا ٹریڈ یونین اور طلباء کی آواز کو مکمل طور پر نظر انداز کرتا ہے جبکہ یہ حقیقت ہے کہ مارشل لاء ادوار میں یہی وہ طاقت ور آوازیں تھیں جنہوں نے آمریت کو للکارا اور اسے مار بھگایا۔ آپ لوگ میڈیا میں جمہوریت کیلئے کام کر رہے ہیں یہ بہت اچھی بات ہے مگر یہ آسان نہیں ہے۔ جب تک آپ کے ساتھ ٹریڈ یونینز، طلباء اور سول سوسائٹی سب ملکر ٹی وی کے دفتروں کے سامنے مظاہروں کا اہتمام نہیں کرتے تب تک یہ کام ہوتا نظر نہیں آتا، میرے کہنے کا مطلب یہ ہے کہ آپ کو معاشرے کے مختلف گروہوں کو اس کام کیلئے منظم کرنا ہوگا تب جا کر اس مقصد میں کامیابی کے امکانات روشن ہونگے۔

سلمان عابد نے میڈیا میں جمہوریت کے حوالے سے ایک اور زاویہ نگاہ حاضرین کے سامنے رکھا۔ ان کا کہنا تھا کہ یہ ملک، معاشرہ اور سیاسی جماعتیں کیا جمہوری ہیں؟ یقیناً ایسا نہیں ہے تو پھر میڈیا تنہا کس طرح جمہوری ہو سکتا ہے۔ انہوں نے کہا کہ جمہوریت کی بات کرنا بہت آسان ہے جبکہ جمہوری رویے اپنانا بہرحال ایک مشکل امر ہے۔ انہوں نے مزید کہا کہ اس حقیقت کو جھٹلایا نہیں جا سکتا کہ میڈیا ایسوسی ایشنز اور انفرادی سطح پر بھی لوگوں نے جمہوریت کیلئے بہت جدوجہد کی ہے تاہم آج یہ بھی حقیقت ہے کہ اخبارات میں ایڈیٹر کا ادارہ عملاً ختم ہو چکا ہے ایڈیٹر کا کردار آج خود مالکان اور کر رہے ہیں اور ظاہر ہے ان کا پہلا اور آخری مقصد زیادہ سے زیادہ منافع کمانا ہے جو وہ کما رہے ہیں۔ انہوں نے اس خیال کا بھی اظہار کیا کہ اگر سول سوسائٹی آرگنائزیشنز اور صحافتی تنظیموں کے مابین اشتراک کار قائم ہو جائے تو میڈیا میں کسی حد تک جمہوری رویے بنائے جا سکیں گے۔

پیٹر جیکب نے اپنی بات کا آغاز اس طرح کیا کہ آج کا یہ سیمینار ان حالات میں منعقد ہو رہا ہے جبکہ پاکستانی ریاست اور سوسائٹی، دونوں ہی مختلف نوعیت کے خطرات سے دوچار ہیں۔ انہوں نے کہا کہ ممبئی المیے کے حوالے سے ہر دو ملکوں کے میڈیا نے جو کردار ادا کیا وہ کسی طور بھی قابل تحسین نہیں ہے۔ ڈاکٹر اختر رضوی نے کہا کہ آج جبکہ میڈیا کے آزاد ہونے کا بہت شور ہے ہم وہ سب کچھ سننے اور دیکھنے پر مجبور ہیں جو ہم سننا اور دیکھنا نہیں چاہتے، شاید یہ ہی جمہوریت ہے! معاشرے کے دیگر گروہ جیسے مزدور، طلباء، ماہرین تعلیم اور دیگر اہم شعبوں کے لوگوں کی بات اور آواز کہیں گم ہو گئی ہے۔

زہرہ ارشد نے کہا کہ میڈیا میں جمہوریت کا ایک یقینی مطلب میڈیا کا لوگوں کے سامنے جواب دہ ہونا ہے، کیا ہمارے میڈیا پر اس کا اطلاق نظر آتا ہے؟ انہوں نے کہا کہ ٹی وی چینلز میں دکھائے جانے والے ٹاک شوز سے یوں لگتا ہے جیسے ٹی وی والوں نے 'کھلی کچہری' لگائی ہو۔ انہوں نے مزید کہا کیا یہ بھی ممکن ہے کہ کسی ٹاک شو میں اینکر پرسن مہمان کی جگہ لیں اور اینکر پرسن سول سوسائٹی سے ہو! ان کے کہنے کے مطابق میڈیا کا یہ رول ہے کہ وہ سوک ایجوکیشن کیلئے کام کرے۔ دوسرے ممالک میں سماجی ایشوز پر مبنی اشتہارات تک مفت شائع ہوتے ہیں۔

سٹیزن میڈیا واچ گروپس کی تشکیل

SAMAR نے راولپنڈی/اسلام آباد اور لاہور میں شہریوں، طلباء، سماجی وسیاسی کارکنوں کے اشتراک سے سٹیزن میڈیا واچ گروپ تشکیل دینے میں معاونت کی ہے۔ راولپنڈی/اسلام آباد میں اس حوالے سے 21 نومبر 2008 کو ایک میٹنگ کا انعقاد کیا گیا۔ اس میٹنگ میں شرکاء نے میڈیا میں شائع ہونے والی خبروں، اداریوں اور مضامین وغیرہ پر بہت تفصیل سے گفتگو کی۔ شرکاء کے خیال کے مطابق میڈیا اپنے مخصوص مفادات کے حصول میں اپنے بنیادی کردار کو فراموش کر بیٹھا ہے۔ میٹنگ میں سنجیدہ بحث و مباحثے کے بعد رضا کارانہ طور پر ایک گروپ تشکیل ہوا جو اپنے طور پر پرنٹ اور الیکٹرونک میڈیا کے مندرجات کا بغور جائزہ لے گا جس کے بعد ضرورت کے مطابق حکمتِ عملی تشکیل دینے کی بات بھی ہوئی۔ اس طرح کی ایک میٹنگ لاہور میں یکم دسمبر 2008 کو منعقد ہوئی۔ ہر دو شہروں میں تشکیل پانے والے گروپس کے ارکان یہ ہیں۔

اسلام آباد/راولپنڈی میڈیا واچ گروپ: چوہدری اقبال بالی ڈھلوں۔ بابر جمال۔ نبیلہ اسلم۔ فرمان علی۔ وسیم واگہا

لاہور میڈیا واچ گروپ: ڈاکٹر اختر علی رضوی۔ عاطف سندھو۔ اویس باجوہ۔ طارق خان۔ طلال حسن ہاشمی۔ علی عمران ایڈووکیٹ اور یونس عالم۔

اسلام آباد/راولپنڈی میڈیا واچ گروپ نے ممبئی دھماکوں کے حوالے سے ایک عوامی مذاکرے کا انعقاد بھی کیا جس میں شرکاء نے ہر دو ملکوں کے میڈیا کے جنگی جنون پر مبنی رویے پر سخت تنقید کی۔ اقبال بالی نے کہا کہ میڈیا کی روش کے پیشِ نظر بہت ضروری ہو گیا ہے کہ SAMAR جو متبادل میڈیا کی داعی ہے اپنا کردار ادا کرے۔ ہمارا میڈیا آج کے حالات میں انتہائی غیر ذمہ داری کا مظاہرہ کر رہا ہے جس کی قیمت پوری قوم کو ادا کرنی پڑے گی۔ جمیل عباسی نے حکومت کو موجودہ حالات کا ذمہ دار قرار دیتے ہوئے میڈیا کو ہوش سے کام لینے کا مشورہ دیا۔ جہانگیر اختر کا کہنا تھا کہ جب تک پاک فوج انڈیا دشمنی کا رونہیں بدلتی پاکستان کے غریب عوام کی حالت ایسی ہی رہے گی۔ بھوک، جہالت، بے روزگاری اور مہنگائی ایک بڑی وجہ فوج کا بجٹ ہے جسے کم کرنا اور پارلیمنٹ کے سامنے پیش کیا جانا بہت ضروری ہے۔ مظہر عارف نے موجودہ صورتِ حال کو ان طاقتوں کی ملی بھگت قرار دیا جو منتخب حکومت کو ناکام کر کے دوبارہ فوج کو لانا چاہتی ہیں۔ انہوں اس تمام عمل کو تحریکِ بحالی افواج قرار دیا۔ عوامی مذاکرے میں وسیم واگہا، طارق علی ایڈووکیٹ اور قائدِ اعظم یونیورسٹی کے طلباء نے بھی اپنے خیالات کا اظہار کیا۔

روزنامہ نوائے وقت لاہور

جلد 68، شمارہ 301، ہفتہ 6 دسمبر 2008، صفحات 16، قیمت 9 روپے

ایڈیٹوریل

میڈیا اور جمہوریت کی ضرورت

اظہارِ خیال

سلمان عابد

پاکستان میں جمہوریت کا مسئلہ ہمیشہ سے ایک بڑے مسئلے کے طور پر سر فہرست رہا ہے اور اب بھی ملک میں ایسے لوگوں کی کمی نہیں جو حقیقی جمہوریت کی جدوجہد کے لیے کوشاں ہیں۔ اسی طرح ہمارے ہاں سول سوسائٹی سے وابستہ ایسے اداروں کی بھی کمی نہیں جو مختلف طبقوں اور گروپوں میں بھی جمہوریت کی ترویج کا مطالبہ زور دے کر کرتے رہے ہیں۔ پاکستان کی پچھلی دہائی میں جس طرح سے پرائیویٹ ٹی وی چینلز اور ایف ایم ریڈیو کو وسعت ملی ہے اس نے میڈیا کے اندر کئی نئی جہتوں کو پیش کیا ہے اور اب یہ میڈیا معاشرتی تبدیلی میں ایک بنیادی اہمیت اختیار کر گیا ہے۔ اسلام آباد سے تعلق رکھنے والی ایک اہم این جی او "سوسائٹی فار الٹرنیٹو میڈیا اینڈ ریسرچ" آجکل "میڈیا میں جمہوریت کی ضرورت کیوں" کے موضوع پر مکالمہ کو قومی سطح پر فروغ دے رہے ہیں۔ جناب عارف مظہر اور جناب ارشد رضوی اس ادارہ کے روح رواں ہیں اور میڈیا اور الٹرنیٹو میڈیا کے ساتھ کام کرنے کا یہ دونوں دوست وسیع تجربہ رکھتے ہیں اور میں خود بھی ان کے کام سے آگاہی رکھتا ہوں۔ پچھلے دنوں اسی ادارہ نے لاہور میں اسی اہم موضوع پر ایک مکالمہ کا انعقاد کیا اور اس سے قبل وہ اسی طرز کا ایک مکالمہ اسلام آباد میں بھی کر چکے ہیں۔ اس مکالمہ سے معروف صحافی اور سیاسی تجزیہ نگار حسین نقی، سول سوسائٹی سے وابستہ جناب پیٹر جیکب، اختر حسین، مظہر عارف، ارشد رضوی اور مجھے بھی اظہار خیال کا موقع فراہم کیا گیا۔ مظہر عارف کے بقول اصل سوال یہ ہے کہ جو کچھ ہمارے میڈیا میں پیش کیا جا رہا ہے وہ کس حد تک معاشرے اور اس کے مسائل کی عکاسی کرتا ہے۔ وہ کہتے ہیں کہ ہماری تحریک یہ ہے کہ میڈیا کو لوگوں کی توقعات کے ساتھ جوڑتے ہوئے اسے ایک مضبوط جمہوری میڈیا کی شکل دے سکیں۔ ان کے ادارہ نے پچھلے دنوں اخبارات کی مانیٹرنگ کے حوالے سے جو رپورٹ تیار کی اس میں بھی چند اہم سوالات ہیں جو ظاہر کرتی ہے کہ ہم کس حد تک سماجی ایشوز کو اپنے ہاں جگہ دے رہے ہیں۔ وہ سمجھتے ہیں کہ جہاں میڈیا لوگوں کو سیاسی، سماجی شعور دینے کی کوشش کر رہا ہے وہاں میڈیا میں موجود لوگوں کو بھی میڈیا ایجوکیشن کی ضرورت ہے۔ ارشد رضوی کہتے ہیں کہ ہماری کوشش ہے کہ ہم اپنے اس کام کے ذریعے میڈیا اور میڈیا سے باہر ایسے دوستوں کو منظم کر سکیں جو اس عمل میں ہمارے ساتھ کام کریں اور میڈیا میں آنے والی نئی تبدیلیوں کو زیادہ موثر بنانے اور لوگوں کے ایجنڈے کو زیادہ طاقت کے انداز میں اجاگر کرنے کے عمل کا حصہ بنیں۔

میں سمجھتا ہوں کہ میڈیا میں جمہوریت کا مطالبہ بہت اہمیت کا حامل ہے اور یہ مطالبہ ضرور کیا جانا چاہیے مگر سوال یہ ہے کہ کیا میڈیا میں جمہوریت کسی سیاسی تنہائی میں لائی جا سکتی ہے تو اس کا جواب نفی میں ملتا ہے کیونکہ ہمارا پورا معاشرہ جمہوریت کے سوال کے ساتھ جڑا ہوا ہے اور جمہوریت پورے معاشرے میں ناپید نظر آتی ہے۔ جمہوری ادارے اس سماج میں وہ کچھ نہیں کر سکے جس کی ان سے توقعات تھیں۔ بدقسمتی سے اس ملک میں جمہوریت کم اور ڈکٹیٹر شپ کو ہمیشہ سے بالادستی رہی ہے اور محض معاملہ فوجی حکومتوں ہی کا نہیں بلکہ سول اور جمہوری حکومتیں بھی ڈکٹیٹر شپ کی حکومتوں کا تسلسل رہی ہیں۔ ہم ملک میں مسلسل اداروں کی بالادستی کے بحران کا شکار ہیں اور اس میں میڈیا کے اداروں کو بھی اسی بحران کا سامنا ہے۔ اس لیے جب ملک خود ہی جمہوریت کے ابتدائی سفر سے گزر رہا ہو اور ہم جمہوریت کے تسلسل کو برقرار رکھنے میں ناکام رہے ہوں تو پھر کسی ایک خاص ادارہ میں جمہوری تشخص کو جانچنے کا عمل حقائق کا بہتر ادراک نہیں ہوگا۔ اس میں کوئی شبہ نہیں کہ پاکستان میں میڈیا اور بالخصوص پرنٹ میڈیا سے تعلق رکھنے والے صحافیوں کی ملک میں منصفانہ معاشرے کے قیام، جمہوریت کی بالادستی اور ڈکٹیٹر شپ کے ساتھ لڑنے کے عزم کی داستانیں کافی طویل ہیں اور ایسے کئی صحافی ہیں جنہوں نے اس جدوجہد میں قید و بند کی صعوبتیں بھی برداشت کیں اور اسی طرح میڈیا سے وابستہ صحافیوں کی یونین نے بھی صحافیوں کی جدوجہد کے لیے بہت کچھ کیا ہے مگر اس کے باوجود صحافتی اداروں میں ایسے کئی سوالات ہیں جن پر یقیناً غور کی ضرورت ہے۔ ویسے بھی سماج میں جمہوریت کی بات کرنا آسان ہوتا ہے مگر اس کو حقیقی جمہوریت کے تناظر میں اپنے اوپر لاگو کرنا ایک بڑا مشکل کام ہے اور ایک معاشرے میں جہاں authority کو بنیادی حیثیت حاصل ہو اور ہر ایک کے نزدیک اس کا حصول ہی اصل طاقت ہے تو وہاں جمہوریت کی منزل اور زیادہ دور ہو جاتی ہے۔ ہمیں یہ تسلیم کرنا ہوگا کہ پاکستان میں پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا دونوں سطح پر موجود اندرونی ادارے اور بالخصوص ایڈیٹر کا ادارہ کمزور ہوا ہے اور اس کمزوری کے باعث یقیناً میڈیا کی کوالٹی بھی متاثر ہوئی ہے لیکن یہ کوئی انوکھی بات نہیں کیونکہ جو کچھ معاشرے کے دیگر اداروں میں ہو رہا ہے اس کی شکل ہمیں اپنے اداروں میں بھی نظر آتی ہے البتہ میڈیا میں حالات کی بہتری کے لیے اسے پہلے تسلیم کیا جانا ضروری ہے کہ ہمیں کچھ اہم اور بنیادی نوعیت کے مسائل درکار ہیں۔ جب آپ اپنے مسائل کی قبولیت کرتے ہیں تو پھر اس کی بہتری کے لیے موثر حکمت عملی اور طریقہ کار کو بہتر طور پر وضع کیا جا سکتا ہے۔

جہاں تک میڈیا میں جمہوریت کا سوال ہے تو اس کے لیے جہاں میڈیا سے وابستہ افراد کو کام کرنا ہے تو وہاں ہمیں سماج میں موجود سول سوسائٹی سے وابستہ اداروں جس میں سیاسی جماعتیں بھی شامل ہیں ان کو زیادہ مضبوط انداز میں سامنے لانا ہوگا۔ معروف صحافی اور سیاسی تجزیہ نگار حسین نقی جو صحافت میں جمہوری جدوجہد کا وسیع تجربہ بھی رکھتے ہیں اور خود بھی قید و بند اور ریاستی جبر کا شکار رہے ہیں انہوں نے اس مکالمہ میں کچھ بنیادی باتوں کو اجاگر کیا اور ان کے بقول اگر آپ میڈیا کو بہتر حالات میں دیکھنے کے خواہش مند ہیں تو یہ کام بغیر کسی جدوجہد کے ممکن نہیں اور اس کے لیے ملک میں سیاسی جماعتوں کے علاوہ مختلف ایسوسی ایشنوں اور جس میں ٹریڈ یونین بھی شامل ہے کو بحال کرنا ہوگا۔ ہمیں اس کام کے لیے کچھ نئی حکمت عملیوں کو ترتیب دینا ہوگا کہ ہم کس طرح محاذ آرائی سے گریز کرتے ہوئے ایک جمہوری انداز میں اپنے دباؤ کو اس انداز میں موثر بنا سکیں جو حالات کی تبدیلی کا بھی باعث بن سکے۔

salmanabidpk@yahoo.com

If you're not careful,
the newspapers will have you hating the people who are being oppressed,
And loving the people who are doing the oppressing.

Malcolm X

اگر آپ محتاط نہیں ہیں تو
اخبارات آپ کو ان لوگوں سے نفرت کرنا سکھا دیں گے جو ظلم و زیادتی کا شکار ہیں،
اور ان لوگوں سے محبت جو ظلم و زیادتی کر رہے ہیں۔

مالکم ایکس

Society for Alternative Media and Research

With the Co-opration of: FRIEDRICH EBERT STIFTUNG