

# پاکستانی معاشرے پر ذرائع ابلاغ کے اثرات

اور

اصلاح کی تدابیر

☆ ڈاکٹر احسن اختر

ذرائع ابلاغ کے اثرات پر بات کرنے سے قبل ضروری معلوم ہوتا ہے کہ پاکستانی معاشرے کے مزاج کے بارے میں یہاں کے دو دانشوروں اور سینئر کالم نگاروں کی آراء بیان کی جائیں۔ ارشاد احمد حقانی نے اس بات کو اپنے کالم ”حرفِ تمنا“ میں پاکستانی معاشرے میں انتہا پسندی..... جنرل مشرف کی رائے“ میں لکھا ہے:

”پاکستان کے 80 فیصد لوگ یقیناً مذہب سے لگاؤ رکھتے ہیں لیکن ان کا اپنا ایک فہم اسلام ہے جس میں صوفیاء کی تعلیمات کا بھی گہرا اثر ہے۔ وہ نبی ﷺ کی ذات اقدس سے گہری جذباتی وابستگی اور عقیدت رکھتے ہیں۔ وہ قرآن مجید کو بھی قیمتی غلافوں میں لپیٹیں گے۔۔۔ میلاد کے اجلاس اور جلوسوں میں بڑی عقیدت سے شرکت کریں گے۔ درباروں اور مزاروں پر عقیدت کے نذرانے پیش کریں گے۔۔۔ پاکستان کے 80 فیصد عوام بیک وقت بنیاد پرست بھی ہیں اور لبرل بھی۔ دونوں ذہنی کیفیات کے الگ الگ خانے، تقاضے اور مظاہر ہیں۔ باقی 20 فیصد لوگوں میں بھانت بھانت کی بولیاں بولنے والے عناصر موجود ہیں۔ (ان میں کٹر مذہبی اور روحانیت پر اندھا ایمان رکھنے والے شامل ہیں) لیکن بڑی تعداد باشعور، ہوشمند، لبرل اور دین کی حقیقی روح پر نظر رکھنے والی ہے۔

پاکستانی معاشرے میں اس وقت ایسے لوگوں کی تعداد جو جدید عالمی رجحانات سے باخبر، آگاہ اور دین کا Enlightened فہم رکھنے والے ہیں، آسانی ایک کروڑ سے زیادہ ہوگی اور یہ کوئی معمولی تناسب نہیں“ (۱)

عبدالکریم عابد نے اپنے کالم ”سیاست نامہ“ میں بعنوان ”پاکستانی معاشرہ کی مزاجی کیفیت“ میں لکھا ہے:

”پاکستانی معاشرے میں پچھلے دو تین عشروں میں دو متضاد چیزوں کو بڑی ترقی حاصل ہوئی ایک مذہبیت اور دوسرے عریانییت اور فحاشی....“ (۲)

ان دو آراء کی روشنی میں پاکستانی معاشرے میں پائے جانے والے ذہنی اور عملی رجحانات کا بخوبی اندازہ کیا جاسکتا ہے۔ اسی بنیاد پر اس معاشرے میں مختلف ذرائع ابلاغ کے اثرات کا جائزہ لینا زیادہ حقیقت پسندانہ اور درست ہوگا۔ عملی طور پر 80 فیصد لبرل اور پگنڈار معاشرے میں ہر ذریعہ ابلاغ آسانی سے اپنے اپنے دائرے میں بہت زیادہ مؤثر اور گہرے اثرات مرتب کر سکتا ہے۔

اب ہر ذریعہ ابلاغ کے اثرات کا ایک اجمالی سا جائزہ پیش خدمت ہے۔

## اخبارات

الیکٹرانک میڈیا یا بالخصوص ٹیلی ویژن کی تمام تر رعنائیوں اور دلکشی کے باوجود اخبارات و رسائل کی اہمیت کسی بھی معاشرے میں کم نہیں ہوتی ہے۔ گو پاکستان کی بڑھتی ہوئی آبادی کے تناسب سے اخبارات کی سرکولیشن خاصی کم ہے۔ اس کی ایک بڑی وجہ شرح خواندگی کی بہت کمی ہے۔ لیکن لاکھوں کی تعداد میں شائع ہونے والے اخبارات اس بات کی غمازی کرتے ہیں کہ چھپے ہوئے لفظ کو پڑھنے کی ضرورت اور اہمیت میں بھی اضافہ ہوا ہے۔ ملک میں 1988ء کے انتخابات کے دوران اخبارات کی تعداد 128 ہو گئی تھی۔ (۳) ۱۹۹۹ء میں کیے گئے ایک سروے کے مطابق پاکستان میں 47 فیصد قارئین باقاعدگی سے اور 53 فیصد کبھی کبھی اخبارات پڑھتے ہیں۔ (۴) پاکستانی

معاشرے پر ان کے منفی اثرات کا تذکرہ کرنے سے پہلے ضروری ہے کہ ان کے مثبت پہلوؤں اور کردار کا مختصر جائزہ لیا جائے۔

پاکستان میں آزادی کے بعد تقریباً نصف عرصہ سے زائد فوجی یا نیم فوجی حکومتیں قائم رہی ہیں۔ ایوب خان کے مارشل لاء سے لے کر ضیاء الحقی کے مارشل لاء تک اخبارات پر اکثر کڑی سنسرشپ نافذ رہی ہے۔ (۵) ان تمام پابندیوں کے باوجود ان اخبارات نے عوام کو تازہ ترین حالات سے باخبر رکھنے میں اور پاکستان کے مختلف معاشرتی، اقتصادی اور سیاسی مسائل کے بارے میں آگاہی اور شعور پیدا کرنے میں اور لوگوں کو تفریح مہیا کرنے میں بہت بنیادی کردار ادا کیا ہے۔ اول الذکر دو مقاصد پورے کرنے کے ساتھ ساتھ تیسرے مقصد کو اخبارات موجودہ دور میں کچھ حد سے زیادہ پورا کر رہے ہیں۔ لوگوں کو تفریح مہیا کرنے کے لیے اخبارات نے بہت سے نئے ایڈیشن مستقل صفحات اور نئے مندرجات وغیرہ کا اضافہ کر دیا ہے۔ پاکستانی اخبارات اپنی سرکولیشن بڑھانے کے لیے فلم، فیشن، جنس و جرائم اور تشدد کی سنسی خیز خبریں زیادہ شائع کرتے ہیں۔ (۶) نوجوان نسل اور اکثر قارئین ان خبروں کو زیادہ پڑھتے ہیں اور ان سے اثرات بھی قبول کرتے ہیں۔ شام کے اخبارات جو مروجہ مصالحے سے بھرپور ہوتے ہیں ان کی سلامتی اور فروغ کا دارومدار زیادہ تر ایسے منفی مواد پر ہی ہوتا ہے۔ نتیجتاً مطبوعہ صحافت میں نئے پیدا ہونے والے رجحانات کے بارے میں لکھا گیا:

”ہماری صحافت مدحت اور مذمت، قصیدہ خوانی اور تبصرہ بازی کی صحافت بن گئی ہے۔

خصوصاً کراچی سے شائع ہونے والے شام کے اخبارات ”عوام قومی اخبار اور پبلک“ نے

غلیظ صحافت کے ایسے نمونے پیش کیے ہیں اور سنسی خیزی کی دوڑ میں شرانگیز خبریں تخلیق

کرنے کا سلسلہ شروع کیا ہے۔ غالباً اسی وجہ سے نوجوانوں کی اکثریت اب صحافی بننے میں

دلچسپی رکھتی ہے جس سے سیاستدان، بیوروکریسی اور پولیس والے بھی خوفزدہ رہتے ہیں“ (۷)

پریس پر پابندیوں کی وجہ سے تحقیقی اور تجزیاتی صحافت کا رجحان ختم ہو گیا۔ نتیجتاً اخباری

صحافت بیان بازی سے بھری نظر آتی ہے۔ اسی اخبار کو ترجیح کی وجہ سے بہت سی سیاسی جماعتیں اور گروہ وجود میں آتے رہتے ہیں۔ خبری اہمیت کے بغیر شائع ہونے والے ان بیانات کی وجہ سے اکثر نان الیٹوز بہت بڑے الیٹوز کی صورت میں سامنے آجاتے ہیں۔ کئی زیر و کوہیرو بنایا جاتا ہے۔ اس طرح عوام کی توجہ غیر ضروری مسائل اور موضوعات کی طرف لگادی جاتی ہے اکثر حکومتیں یا سرکاری ایجنسیاں اس نیک کام کو طے شدہ منصوبوں کے ساتھ کرتی ہیں۔

جرانم کی خبریں نوجوان نسل اور اکثر قارئین کی توجہ کا مرکز بنتی ہیں۔ اسی لیے اب اکثر اخبارات نے ایسی خبروں کے لیے ایک الگ صفحہ مختص کر دیا ہے۔ ایسی خبروں کے لیے رپورٹر موقع پر جا کر خود معلومات حاصل کرنے کی بجائے اکثر پیشتر پولیس کے ذرائع پر ہی انحصار کرتے ہیں۔ لہذا ان کی صداقت بھی مشکوک ہوتی ہے۔ جرانم کی خبروں میں کسی واقعہ کی تفصیلات کو یوں بیان کیا جاتا ہے کہ پڑھنے والا اس خبر سے کوئی اصلاح کا راستہ اختیار کرنے کی بجائے اس میں پٹخارہ یا تفریح زیادہ حاصل کرتا ہے۔

اخبارات کے جو خصوصی رنگین ایڈیشن فلم، ٹی وی، سٹیج، ریڈیو، خواتین اور طلبہ و طالبات کے لیے شائع ہوتے ہیں ان میں بھی فلمی اداکاراؤں اور ماڈلز کی بڑی بڑی نیم عریاں تصاویر مختلف پوز سے شائع کی جاتی ہیں۔ قارئین اکثر ان تصاویر سے ہی جی بہلاتے ہیں یا اپنے سستے ذوق کی تسکین کے لیے انہیں دیواروں پر مستقل سجالیستے ہیں یوں اخبارات و رسائل عریانی و فحاشی کے اس ”صدقہ جاریہ“ میں شریک رہتے ہیں۔

ٹی وی کے علاوہ یہ اخبارات ہی ہیں جنہوں نے خالصتاً ہندو تہوار ”بسنٹ“ کے بعد خالصتاً مغربی تہوار ”ویلنٹائن ڈے“ کو پاکستانی معاشرے میں متعارف اور پاپولر کروانے میں اہم کردار ادا کیا ہے۔ 2000ء اور 2001ء میں تمام اردو اور انگریزی اخبارات نے ”بسنٹ“ پر تصویروں بھرے خصوصی رنگین ایڈیشن شائع کیے اور ”ویلنٹائن ڈے“ پر نوجوان لڑکے لڑکیوں کے محبت بھرے پیغامات شائع کیے۔ 2000ء میں بسنٹ کو جس جوش و خروش کے ساتھ منایا گیا اس

پر انتہا پسند ہندو لیڈر بال ٹھا کرے نے کہا:

”پاکستان میں بسنت یوں منایا جانا ہندو تہذیب کی بری کامیابی ہے اور اس میں ہلاک ہونے والے نوجوان شہید ہیں۔ اگر مسلمان قیام پاکستان سے پہلے ہی بھارتی ثقافت کو اپنا لیتے تو لاکھوں افراد کی زندگیاں بچائی جاسکتی تھیں“ (۸)

گویا اس نے آج بھی قیام پاکستان کو ایک غلطی قرار دیا ہے۔ کچھ برس قبل کلنٹن مونیکا کیس کے بارے میں پاکستانی اخبارات نے کچھ ایسی غیر ضروری تفصیلات شائع کیں جو ہماری اقدار کے منافی تھیں۔ سوچنے کی بات یہ ہے کہ پاکستانی قوم کو آج ان حالات سے دو چار کرنے میں میڈیا کا آخر کیا اور کتنا کردار رہا ہے۔ اس سوال کا جواب ہر پاکستانی کو اپنے گھر سے بھی مل سکتا ہے۔

اخبارات میں فیشن کے صفحات پر شائع ہونے والے جن ماڈلز کے مختلف پوز میں بڑی بڑی رنگین تصاویر شائع کی جاتی ہیں ان میں سے اکثر نے جو لباس پہنا ہوتا ہے وہ پاکستانی معاشرے میں عام خواتین نہیں پہنتیں۔ ایسے منفی رجحانات کو صرف لبرل پالیسی کے حامل اخبارات ہی فروغ نہیں دے رہے بلکہ اسلام اور نظریہ پاکستان کے علمبردار اخبارات بھی مسابقت کی دوڑ میں اپنے معاصرین سے دو قدم آگے نکلنے کی کوشش کر رہے ہیں۔ نتیجتاً پاکستانی اخبارات ہمارے معاشرے کو نئے آزاد رویوں اور رجحانات سے آشنا کرنے میں بنیادی کردار ادا کر رہے ہیں۔ آج کے پاکستان کے قومی اردو اخبارات کے صفحہ اول یا آخر پر کئی اہم اور حساس نوعیت کی خبریں شائع نہیں ہوتیں بلکہ ان کی جگہ شو بزنس سے تعلق رکھنے والی شخصیات حتیٰ کہ بھارتی اداکاراؤں کی مختلف خبریں نمایاں ہوتی ہیں۔ ان اخبارات میں تعلیم، سائنس، ماحولیاتی آلودگی، کرپشن، تشریحاتی اور تحقیقاتی رپورٹنگ وغیر پر مبنی خبریں نظر نہیں آتیں۔ یوں اخبارات معاشرے کو گمراہ کرنے، کرپشن اور بدعنوانی کے عمل کو تیز کرنے میں خود شریک نظر آتے ہیں۔

ایک تحقیق کے مطابق پاکستان میں دو ہزار سے زائد رسائل شائع ہوتے ہیں جو اردو، انگریزی، سندھی، پشتو، بلوچی، گجراتی، پنجابی اور سرائیکی زبانوں میں شائع کیے جاتے ہیں۔ ان میں سہ ماہی، ماہانہ، پندرہ روزہ، ہفت روزہ اور سہ روزہ رسائل شامل ہیں۔ ان سب کی مجموعی سرکولیشن دو لاکھ بنتی ہے۔ ان رسائل کے علاوہ اہم غیر ملکی رسائل مثلاً ریڈرز ڈائجسٹ، ٹائم، نیوز ویک، اکانومسٹ، فار ایسٹرن اکنامک، ریویو، بزنس ویک، ایشین ویک اور کچھ دوسرے رسائل کی چالیس ہزار کاپیاں باقاعدگی سے درآمد کی جاتی ہیں۔

پاکستان میں خواتین اور بچوں کے لیے کئی رسائل شائع کیے جاتے ہیں۔ لیکن عام سوسائٹی میگزین ایک بڑی تعداد میں اردو اور انگریزی زبان میں شائع ہوتے ہیں۔ جو اکثر قارئین دلچسپی سے پڑھتے ہیں۔ ان رسائل میں معیشت فیشن، ریڈیو، ٹی وی، فلم، سیاست، نوجوان نسل، مہمات اور جاسوسی کے موضوعات پر مواد شائع ہوتا ہے۔ ان کے علاوہ سپورٹس پر بھی رسائل شائع ہوتے ہیں۔ جبکہ کچھ پیشہ ورانہ رسائل بینکنگ، دفاع، مارکیٹنگ، اکنامکس، مینجمنٹ، پبلک ایڈمنسٹریشن، میڈیسن، زراعت، ٹیکسٹائل، قالین بانی، اور کمپیوٹر وغیرہ کے بارے میں شائع ہوتے ہیں۔ (۹)

ان میں اکثر رسائل و جرائد پاکستانی ثقافت اور معاشرتی اقدار کو فروغ دیتے ہیں۔ لیکن کچھ ان کی نفی بھی کرتے ہیں۔ ایسے رسائل و جرائد اپنے اثرات کے ذریعے یہاں کا معاشرتی منظر نامہ تبدیل کر رہے ہیں۔ اخبارات کی نسبت رسائل کی خریداری میں قارئین کی گہری دلچسپی یا ضرورت کو دخل ہوتا ہے۔ ان رسائل میں اخلاقیات کے متضاد رویے سامنے آتے ہیں۔ ان کے ایک صفحے پر مذہبی سکالرز کے فلم اور ٹیلی وژن دیکھنے کے خلاف فتوے بھی شائع ہوتے ہیں اور اس سے اگلے صفحے میں تازہ فلموں اور ڈراموں کی فحش اور بے ہودہ تصاویر شائع کی جاتی ہیں۔ مثلاً ایک فلمی رسالہ ایسا بھی شائع ہوتا ہے جس کا آغاز قرآن مجید کے اقتباس سے ہوتا ہے۔ (۱۰)

اخبارات و رسائل کے ان متضاد مندرجات کی وجہ سے عام قارئین کے لیے غلط اور صحیح کی تمیز کرنا بہت مشکل ہو جاتا ہے۔ ان کے دینی عقائد مجروح ہوتے ہیں۔ ایسی مطبوعہ صحافت عام ذہنوں کو مسموم اور گمراہ کرنے میں بنیادی کردار ادا کرتی ہیں۔

کتاب

علم اور تجربات کو محفوظ کرنے کے لیے کتب اہم کردار ادا کرتی ہیں۔ ان کی بدولت انسانی معاشرے کی ترقی میں بہت اضافہ ہوا کسی بھی معاشرے یا کسی علاقے کی ثقافت، مذہبی، سائنسی اور تعلیمی عقائد، رسم و رواج اور طرز زندگی کا اندازہ اس معاشرے میں تخلیق ہونے والے ادب اور کتابوں سے بخوبی لگایا جاسکتا ہے۔ پرانے زمانے کے حکمران اور عام لوگ کتب بہت شوق سے پڑھتے تھے۔

اگرچہ اخبارات، رسائل اور الیکٹرانک میڈیا کتب کے حریف کے طور پر ابھرتے ہیں کیونکہ ان ذرائع ابلاغ میں پرکشش اور دلچسپ تفریحی عناصر کی موجودگی نے عام لوگوں کو کتابوں سے دور کر دیا ہے لیکن کتب کی حیثیت آج بھی ان ذرائع سے زیادہ اسی لیے ہے کہ کتاب کا اثر دیر پا بلکہ مستقل ہے جبکہ دوسرے ذرائع ابلاغ کا اثر عارضی ہوتا ہے۔

دوسرے ترقی پذیر ممالک کی طرح پاکستان میں بھی کتب بہت کم فروخت ہوتی ہیں۔ 1960ء کے بعد سے یہاں انگریزی زبان کے غیر ملکی فکشن میں بھی بہت زیادہ اضافہ ہوا ہے، جس نے تعلیم یافتہ طبقے کی سوچ، پسند و ناپسند اور کتابیں خریدنے اور پڑھنے کی عادات کو بہت زیادہ متاثر کیا ہے۔ ملک میں کتب کی تمام بڑی دکانوں پر انگریزی کتب کی تعداد بہت زیادہ ہے۔ حالانکہ ان کتابوں میں بیان کردہ ماحول، کردار اور ثقافتی پس منظر پاکستان میں رہنے والوں کے لیے بالکل اجنبی ہے۔

مشاہدے کے مطابق ان انگریزی کتب کو پڑھنے والا زیادہ تر شہر کے پوش علاقوں میں رہنے والا انگریزی دان طبقہ یا سٹوڈنٹس ہیں۔ بہر حال ترقی یافتہ ممالک اپنی ثقافت اور سوچ کو

بہت آسانی کے ساتھ غیر ترقی یافتہ ممالک میں متعارف کروا رہے ہیں۔ اور یہاں کے عوام کو متاثر بھی کر رہے ہیں۔ کتابوں کے سلسلے میں بھی ان کی بالادستی قائم ہو چکی ہے اور تیسری دنیا کی اقوام نفسیاتی طور پر احساس کمتری اور وسائل کی کمی کا شکار ہونے کی وجہ سے ان کے دیئے ہوئے پیغامات سے شعوری اور لاشعوری طور پر متاثر ہو کر اپنے قومی تشخص کو دھندلاتی جاتی ہیں۔ (۱۱)

### ریڈیو

ریڈیو الیکٹرانک میڈیا میں سب سے زیادہ پرانا اور ماضی میں سب سے زیادہ اثرات رکھنے والا میڈیا ہے۔ ٹیلی ویژن کی آمد نے پہلے شہری اور پھر دیہاتی علاقوں میں اس کی اہمیت کم کر دی۔ حکومت کے زیر کنٹرول ہونے کی وجہ سے ریڈیو سے معلومات کے سلسلے میں عوام کو نئی حکومتی پالیسیوں سے باخبر رکھنے کا کام زیادہ لیا جاتا ہے۔ عوام کی مختلف مسائل اور کے حل اور ان کی پالیسیوں کے بارے میں ذہنی تربیت کرنے کے حوالے سے ریڈیو کی اہمیت بہت زیادہ تھی۔ افراتفری اور جنگ کے زمانے میں ریڈیو تیز ترین اور تازہ ترین معلومات پہنچانے کا اہم ذریعہ ہے۔ جہاں ریڈیو پاکستان نے زراعت کے میدان میں گراں قدر خدمات سرانجام دی ہیں وہاں بیسویں صدی کی ساٹھ اور ستر کی دہائیوں میں نئے فلمی گانوں کو پاپولر کرنے میں ریڈیو کا بہت بنیادی کردار رہا ہے۔ عوام کی یادداشت پر آج بھی ان نعمات میں بیان کیے گئے خیالات کے اثرات باقی ہیں۔ ریڈیو کو شروع کرنے کا ایک مقصد پاکستان کی اکثریتی دیہی آبادی کی فلاح و بہبود کے لیے پروگرام پیش کرنا بھی تھا جو بہت کم پورا ہو رہا ہے۔

23 مارچ 1995ء کو ایف ایم 100 کا آغاز ہونے سے ریڈیو کو ایک نئی زندگی ملی

جہاں اس چینل نے بہت سے نئے پروگرام شروع کیے وہاں سامعین کی آوازیں ٹیلی فون کے ذریعے براہ راست سنائی جانے لگیں۔ وہ دیگر گپ شپ کے علاوہ اپنے پسندیدہ نغمے سننے کی فرمائش کرنے لگے۔ اس عمل میں نوجوان لڑکے لڑکیاں گہری دلچسپی لیتے ہیں۔ آواز کے ذریعے ہر طرح کا تاثر اور گیم پیدا کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ 1998ء میں کیے گئے ایک سروے میں



82.02 فیصد سامعین نے اعتراف کیا کہ اس چینل کی وجہ سے ان کی ریڈیو سننے کی عادت میں اضافہ ہوا۔ اس کی بڑی وجہ یہ تھی کہ اس چینل کے زیادہ تر پروگراموں میں سامعین کو شامل کیا جاتا ہے اور چینل کی طرف سے انہیں ٹریفک اور دیگر معاملات کے بارے میں رہنمائی دی جاتی ہے۔ دیگر ریڈیو سٹیشنوں کی طرح اس ریڈیو چینل پر بھی سب سے زیادہ موسیقی کے پروگرام سنے جاتے ہیں۔ (۱۲)

ایف ایم 100 کی مقبولیت کے بعد ریڈیو پاکستان نے بھی اپنا ایف ایم 101 چینل شروع کیا۔ ایک دوسرے سروے کے مطابق ان دونوں ایف ایم ریڈیو چینلوں کے سامعین کی کراچی میں تعداد پندرہ لاکھ، لاہور میں پانچ لاکھ، اور راولپنڈی اسلام آباد میں دو لاکھ ہے۔ اس سے اندازہ ہوتا ہے کہ ریڈیو کے سامعین کی تعداد پاکستان کے بڑے شہروں میں بھی کافی ہے۔ لہذا اس کے اثرات آج بھی اتنے وسیع اور ہمہ گیر ہیں۔

### آڈیو کیسٹ

ریڈیو کی ترقی یافتہ آڈیو ٹیپ ریکارڈ اب بھی عوام میں بہت مقبول ہے۔ پاکستان کے دیہات میں اب بھی ٹریکٹروں وغیرہ پر کسی حد تک اور شہروں میں گاڑیوں وغیرہ میں بہت حد تک ریڈیو پاکستان ایف ایم چینلوں، یا ٹیپ پر نئے آڈیو البم سنے جاتے ہیں۔ یہ بہت سستے داموں ہر جگہ دستیاب ہیں۔ زیادہ تر انڈین فلمی گانوں، پنجابی فلمی گانوں، نوک گانوں اور اردو غزلوں اور گانوں کے لاکھوں کیسٹ پاکستان میں فروخت ہوتے ہیں۔ جدید فیشن زدہ یا نیم خواندہ طبقہ اکثر سمجھ میں نہ آنے کے باوجود مغربی موسیقی سننے کے لیے ان کیسٹوں سے لطف اندوز ہوتا ہے۔ پاکستان میں نسبتاً کم پیمانے پر قرآن پاک کی تلاوت اور اسلامی رجحانات کے فروغ میں بھی آڈیو کیسٹ کام آتی ہے۔ ان کیسٹوں کے ذریعے مذہبی اور سیاسی رہنماؤں کی تقریریں بھی سنی جاتی ہیں۔

اس کے علاوہ معاشرے میں فرقہ وارانہ منافرت پھیلانے اور شدت پیدا کرنے میں بھی

آڈیو کیسٹ نے اہم کردار ادا کیا ہے۔

ٹی وی کے آنے سے قبل اور بعد میں بھی فلم پاکستان کے عوام میں مقبول رہی۔ اس لیے کہ ترقی پذیر ممالک میں زیادہ تر لوگ کم ذرائع آمدنی رکھتے ہیں۔ اور ان کے لیے سستی ترین تفریح کا ذریعہ سینما ہاؤس میں جا کر فلم دیکھنا ہی ہے۔ البتہ وی سی آر کی آمد سے سینما جا کر فلم دیکھنے والے شائقین کی تعداد میں واضح طور پر کمی واقع ہو گئی ہے۔ کیونکہ اس میں وقت اور پیسہ دونوں کی بچت ہوتی ہے۔ اس کے باوجود ایک اندازے کے مطابق ستر کی دہائی میں پاکستان میں تقریباً دس لاکھ افراد اوسطاً روزانہ فلم دیکھتے ہیں۔ لیکن 1998ء میں یہ تعداد بڑھ کر 25 لاکھ روزانہ تک ہو گئی۔ ان میں 28 فیصد باقاعدگی سے، 33 فیصد انگریزی، اور 3 فیصد دوسری فلمیں دیکھتے ہیں۔ (۱۴)

لیکن عمومی مشاہدے کے مطابق پنجابی فلموں کے ناظرین کی تعداد زیادہ ہے۔ ان اعداد و شمار سے اندازہ ہوتا ہے کہ فلم عوام میں کس قدر پاپولر میڈیا ہے اور اس کے اثرات کتنے وسیع ہیں۔

فلم پاورفل اور زیادہ مؤثر میڈیا اس لیے ہے کہ ناظرین ایک بہت بڑی سکریں پر تمام کردار بولتے اور ایکشن کرتے دیکھتے ہیں۔ وہ سینما میں فلم دیکھتے ہوئے خیالاتی دنیا میں گم ہو جاتے ہیں اور فلم کے کرداروں کے ساتھ خیالاتی طور پر بہت involve ہو جاتے ہیں۔ پاکستان میں بننے والی اکثر فارمولا فلموں میں فلم کا ہیرو کئی مسلح بد معاشوں سے لڑتا ہوا انہیں مار بھگاتا ہے یا کروڑ پتی سیٹھ یا جاگیردار کی بیٹی یا بیٹا کسی مزدور لڑے یا لڑکی کے عشق میں مبتلا ہو کر اپنی کروڑوں کی جائیداد کو ٹھکراتا ہے تو فلم بین یہ سب کچھ بہت کشش اور دلچسپی سے دیکھتے ہیں۔ اس کے علاوہ ہر فلم میں وقفے وقفے سے دکھائے جانے والے گانے ان کی توجہ اور تفریح کا زیادہ مرکز بنتے ہیں۔ اس لیے یہاں گانوں کے بغیر کوئی فلم بنانا ناممکن نظر آتا ہے۔ یوں تو پاکستان میں فلمیں عموماً بھیڑ چال کا شکار رہتی ہیں۔ لیکن یہ فلمیں اپنے ناظرین پر گہرے اثرات ضرور ڈالتی ہیں۔ ایسا لیے معاشرے میں بہت سے افراد گفتگو کرنے، اٹھنے، بیٹھنے اور چلنے پھرنے کے طریقوں، کپڑے پہننے کے انداز، ہمہر سائل اور فیشن کے نئے رجحانات فلموں سے ہی سیکھتے ہیں۔ پاکستان کے طبقاتی

معاشرے میں مختلف ادوار میں بننے والی نظریاتی فلمیں بھی ناظرین پر کافی اثر انداز ہوتی رہتی ہیں۔ مثلاً انگریز سامراج کے خلاف بننے والی فلمیں، کئی فلموں میں مذہبی اور تصوف کے رجحانات پر مشتمل مناظر پاکستانی ناظرین کے نظریاتی اور نفسیاتی پہلوؤں کو مد نظر رکھ کر تیار کیے جاتے ہیں۔ پنجاب کی دیہی ثقافت پر بننے والی فلمیں بھی پاکستان کے عوام میں کافی مقبول اور کامیاب ہوتی ہیں۔ پاکستان میں فلموں کے گہرے اثرات کا اندازہ یہاں پچاس برسوں میں تین ہزار تین سو چالیس فلموں کی تیاری سے بھی لگایا جاسکتا ہے۔ (۱۵)

### ٹیلی وژن

ٹیلی وژن ایک ایسا ذریعہ ابلاغ ہے جو وسیع اور گہرے اثرات کے طور پر اپنا کوئی ثانی نہیں رکھتا۔ آواز کے ساتھ متحرک تصویر اپنے اثرات کو ہزاروں گنا بڑھا دیتی ہے کیونکہ قدیم چینی کہاوت کے مطابق ”ایک تصویر ہزار الفاظ کی نسبت زیادہ مؤثر ہوتی ہے“۔

پاکستان میں 1964ء میں جب ٹیلی وژن کا آغاز ہوا تو اس کے تین مقاصد طے کیے گئے اطلاع، تعلیم اور تفریح۔ حکومتی کنٹرول میں ہونے کی وجہ سے ٹی وی کے ذریعے عوام کو صرف وہی اطلاعات دی جاتی ہیں جو حکومت چاہتی ہے۔ اس پر رفتہ رفتہ تفریح کا عنصر غالب ہوتا چلا گیا۔ ہمسایہ ملک ہندوستان نے جب 1973ء میں پاکستانی سرحد کے قریب امرتسر میں ٹیلی وژن سٹیشن قائم کیا تو پاکستانی معاشرے میں انڈین فلمیں دیکھنے کے شوق نے ٹی وی کی اہمیت، فروغ اور اثرات میں اضافہ کر دیا۔ پاکستانی ٹیلی وژن کے ڈرامے عوام میں مقبول ہوئے۔ یہ بجا ہے کہ ان کے ذریعے تفریح اور شعور پیدا ہوا لیکن اکثر ان ڈراموں میں محبت اور شادی کے مکالموں کے علاوہ فلمی کہانیوں کو دوہرایا جاتا ہے۔ ان ڈراموں میں اکثر وہ مناظر دکھائے جاتے ہیں جن کا اکثریتی عوام کی بود و باش سے کوئی تعلق نہیں ہوتا۔ اس کے باوجود اکثر لوگ شام کو پرائم ٹائم پر وہ ڈرامے شوق سے دیکھتے ہیں۔ اس کی ایک اہم وجہ ان ڈراموں میں پایا جانے والا گلیمر ہے۔ پاکستانی گھروں میں سب سے زیادہ بچے اور نوجوان ٹیلی وژن انہماک سے دیکھتے ہیں۔ اس سے

رائے عامہ کے ان کے تصورات و خیالات اور ذہنی سطح بہت زیادہ تبدیل ہو رہی ہے۔ وہ ٹی وی پر در آمد شدہ کارٹون، اور فلمیں وغیرہ دیکھ کر ان سے گہرے اثرات قبول کرتے ہیں۔ رائے عامہ کے مختلف سرووں سے ثابت ہوا ہے کہ ٹیلی وژن نے بچوں کو سکول کا ہوم ورک کرنے اور پڑھنے لکھنے کے اوقات کو بری طرح متاثر کیا ہے۔ وہ سکول کے فارغ اوقات میں آپس میں ٹی وی کے مختلف پروگراموں کے تذکرے کرتے ہیں۔ یا کرکٹ اور ہاکی کے میچ ان کی گفتگو کا عمومی موضوع ہوتے ہیں۔ اس طرح اب اکثر موسیقی کے مختلف پروگرام اور ملکی اور غیر ملکی فلمی دنیا کے اداکاران بھی ان کے سپنوں پر چھائے رہتے ہیں۔ ٹی وی پر دکھائے جانے والے اشتہارات بھی وہ بہت غور سے دیکھتے ہیں۔ ان اشتہارات کی وجہ سے بچوں سمیت اکثر ناظرین کی خواہشات میں اضافہ ہوتا ہے اور اکثر لوگ اپنی آمدن سے زائد اخراجات کرتے رہتے ہیں۔

### ویڈیو کیسٹ

پاکستان میں 1976 کے آخر میں ویڈیو کیسٹ متعارف ہوئی اور جنرل ضیاء الحق کے دور میں اسے قانونی حیثیت دے دی گئی۔ اس کے نتیجے میں ملک بھر میں غیر قانونی طور پر سمگل شدہ ہالی وڈ اور ہالی وڈ کی فلمی کیسٹوں کا سیلاب آ گیا۔ صرف شہروں میں ہی نہیں بلکہ قصبوں حتیٰ کہ دیہات میں بھی بازاروں اور گلیوں میں ویڈیو کیسٹ فروخت کرنے کے لیے دس بیس روپے روزانہ کرایہ پر دینے والے میوزک سنٹر کھل گئے۔ ان ویڈیو کیسٹوں میں اکثریت ہندوستانی فلموں کی ہے، جو نہ صرف پاکستان کی ازلی وابدی دشمن ملک کے مخالفانہ پروپیگنڈہ کا زہر اپنے اندر سموئے ہوئے ہیں بلکہ ان میں ہندو مذہب کے ساتھ ساتھ عریانی و فحاشی کا پرچار بھی مخصوص ابلاغی حکمت عملی کے ساتھ کیا جاتا ہے۔ پاکستان میں آنے والی ہالی وڈ کی کیسٹوں میں سائنس، فلشن، سسپنس، ایکشن کرائم وغیرہ کے موضوعات پر کم اور جنسی بے راہروی پر مشتمل فلموں کی بہتات ہو گئی۔ پاکستان کے سب سے بڑے شہر کراچی میں سمندری رستے سے لانچوں کے ذریعے انڈین اور امریکن ویڈیو کیسٹوں کی بہتات ہے۔ بعض اوقات کئی انڈین فلموں کے ویڈیو کیسٹ وہاں فلم ریلیز

ہونے سے قبل کراچی پہنچ جاتے ہیں۔ (۱۶) وہاں سے یہ ویڈیو کیسٹ ملک بھر میں پھیل جاتے ہیں۔ پاکستانی معاشرے میں ہندوستانی فلموں کو زیادہ تر پوری فیملی کے ساتھ دیکھنے کا رجحان پایا جاتا ہے۔ کراچی میں کم آمدنی والے علاقوں میں ویڈیو ہال بنے ہوئے ہیں جہاں ہر قسم کی ویڈیو کیسٹ دکھائے جاتے ہیں۔ جبکہ ایکس فلمیں ہماری نوجوان نسل میں اکثر دوستوں کے ساتھ یا تنہائی میں دیکھنے کا رجحان فروغ پذیر ہو رہا ہے۔ کراچی میں رین بوسنٹر ایسی تمام کیسٹوں کا سب سے بڑا مرکز ہے جہاں تقریباً 400 دکانیں ہیں۔ لاہور میں ہال روڈ پر واقع کئی پلازوں میں سینکڑوں دکانوں میں یہ کاروبار اپنے عروج پر رہتا ہے۔ (۱۷) یہاں سے کیسٹیں ملک بھر میں پھیلتی ہیں۔ یہ ویڈیو کیسٹ دیکھنے کے نتیجے میں پاکستانی معاشرے میں معاشرتی آزادی، جنسی بے راہ روی اور جرائم میں نمایاں اضافہ ہو رہا ہے۔ نوجوان نسل اخلاقی حدود و قیود سے مزید آزاد ہوتی جا رہی ہے۔ بعد میں متعاف ہونے والے نئے ذرائع ابلاغ نے ویڈیو کیسٹ کی اہمیت کم کر دی ہے۔

### سیٹلائٹ چینلز

ٹی وی کی وسعت اور اثر پذیری میں اس وقت سے کئی گنا اضافہ ہو گیا ہے جب 1991ء میں مواصلاتی سیاروں کے ذریعے ڈش انٹینا لگانے سے مختلف ممالک کے کئی نئے چینلز ٹی وی پر نظر آنے لگے ہیں۔ 1995ء تک کراچی میں 25000 ڈش انٹینا لگے ہوئے تھے۔ (۱۸)

1996ء میں انڈیا کے 40 اور امریکہ کے ایک ہزار سے زائد چینلز ڈش پر آرہے تھے۔ پاکستان میں ڈش انٹینا کی تعداد میں بہت تیزی سے اضافہ ہوا۔ 1996ء میں کی گئی ایک تحقیق کے مطابق پنجاب یونیورسٹی کے طلبہ و طالبات پہلے نمبر پر ہندوستان کا Zee.TV چینل اور دوسرے نمبر پر MTV یعنی میوزک ٹی وی چینل زیادہ دیکھتے ہیں، جو ڈش کے بعد اب کیبل پر آسانی میسر ہیں۔ (۱۹)

2000ء میں کی گئی ایک تحقیق کے مطابق لاہور میں متوسط طبقے سے تعلق رکھنے والے 45 فیصد ناظرین ٹی وی، 43.33 فیصد سٹار پلس اور 33.33 فیصد MTV چینل دیکھتے

ہیں۔ یعنی تینوں ہندوستانی چینلز لاہور کے متوسط طبقے میں بھی مقبول ہیں۔ (۲۰)

1996ء میں کی گئی ایک تحقیق سے عوام میں انڈین چینلز کی پسندیدگی کی وجوہات سامنے آتی ہیں۔ فیشن اور نئے معاشرتی رجحانات کی وجہ سے پنجاب یونیورسٹی کے 33 فیصد اور لبرل ازم کی وجہ سے 29 فیصد طلبہ و طالبات انڈین چینلز کو پسند کرتے ہیں۔ (۲۱)

اس سے بخوبی اندازہ ہوتا ہے کہ ہماری نوجوان نسل اپنے کن ذہنی رجحانات کی وجہ سے ان چینلز کی طرف مائل ہے۔ ظاہر ہے کہ پاکستان کا کوئی ٹی وی چینل ان کی ضرورتوں کو پورا کرتا نظر نہیں آتا۔

تحقیق کے مطابق ان پروگراموں میں 27 فیصد طلبہ و طالبات فلم، 21 فیصد ڈرامہ، 19 فیصد موسیقی کے پروگرام پسند کرتے ہیں۔ 71 فیصد طلبہ و طالبات کی رائے میں غیر ملکی چینلز ملکی چینلز کی نسبت زیادہ بہتر ہیں۔ یہ چینلز دیکھنے سے مختلف پہلوؤں سے نوجوان نسل پر مختلف اثرات مرتب ہو رہے ہیں۔ 66 فیصد طلبہ و طالبات میں عالمی معاملات پر سوچ میں تبدیلی واقع ہوئی ہے۔ 84 فیصد کھانے میں غیر ملکی ڈشوں کا استعمال کرنے لگے ہیں۔ 46 فیصد کے لباس کے انتخاب میں فرق آیا ہے۔ 50 فیصد طلبہ و طالبات اپنی زبان میں تبدیلی کے اثرات یوں محسوس کرتے ہیں کہ 60 فیصد سٹوڈنٹس انگریزی الفاظ اپنی گفتگو میں شامل کر رہے ہیں۔ 64 فیصد طلبہ و طالبات کی زبان میں ہندی الفاظ شامل ہو گئے ہیں جبکہ 34 فیصد میں خوشی و غمی کے موقع پر بولے جانے والے الفاظ کا استعمال بدل گیا ہے۔ یہ ٹی وی چینلز دیکھنے سے 9 فیصد طلبہ و طالبات میں مذہب کے حوالے سے سنجیدگی میں کمی آئی ہے۔ جبکہ 81 فیصد کی سوچ پہلے جیسی ہے۔ اس طرح 11 فیصد کو ملکی کی بجائے غیر ملکی ثقافت زیادہ پرکشش لگتی ہے۔ (۲۲)

صرف 9 فیصد طلبہ و طالبات کا متاثر ہونا بظاہر ایک اطمینان بخش امر ہے اور اس رجحان کے استحکام میں پاکستانی معاشرے میں پائے جانے والے مضبوط دینی عقائد و رجحانات کا خاصا دخل دکھائی دیتا ہے۔ حالانکہ ہندوستانی چینلز پر اس سلسلے میں خاصا پروپیگنڈہ کیا جاتا ہے۔

تحقیق کے مطابق 38 فیصد طلبہ و طالبات نے رائے دی کہ ہندوستانی ٹی وی چینلز دیکھنے سے وہ کشادہ ذہن (Broad Minded) ہو گئے ہیں جبکہ 30 فیصد میں جھجک اور شرم ختم ہو گئی ہے۔ 40 فیصد سٹوڈنٹس یہ محسوس کرتے ہیں کہ انہیں تعلیمی میدان میں فائدہ ہوا ہے۔ جبکہ 45 فیصد کے جنرل نالج میں اضافہ ہوا ہے۔

خبروں کے سلسلے میں 49 فیصد طلبہ و طالبات یعنی اکثریت نے غیر ملکی چینلز کو قابل اعتماد اور 40 فیصد نے انہیں غیر جانبدار قرار دیا ہے۔ اس سے یہ ثابت ہوتا ہے کہ ان چینلز کے ذریعے اطلاعات کے ایک طرفہ بہاؤ کی وجہ سے ناظرین کی سوچ میں تبدیلی لانا ممکن ہے۔ کیونکہ ہندوستانی اور دیگر غیر ملکی حکومتیں اپنے نظریات اور مشہور عالمی مسائل و تنازعات اور معاملات پر اپنے موقف کو اپنے انداز میں پیش کرتی ہیں۔ اس سلسلے میں 66 فیصد طلبہ و طالبات نے اقرار کیا کہ کشمیر سمیت مختلف عالمی تنازعات اور جمہوریت کے بارے میں یہ نشریات دیکھنے کے بعد ان کی سوچ پہلے جیسی نہیں رہی۔ (۲۳)

اس کا مطلب یہ ہے کہ واضح طور پر اکثر لوگ غیر ملکی پروپیگنڈے سے متاثر ہو رہے ہیں۔ یہ پہلو حکومت پاکستان اور اس کے کنٹرول میں چلنے والے الیکٹرانک میڈیا کے ارباب اختیار کے لیے خاصا توجہ طلب ہے اور چینلز کی وجہ سے نوجوان نسل پر جو دیگر اثرات مرتب ہو رہے ہیں وہ ہر سوچنے سمجھنے والے کے لیے ایک سوال ہیں کہ مستقبل میں جب یہ بیج برگ و بار لائیں گے تو اس قوم کا اجتماعی مزاج کیا ہوگا۔

تازہ تحقیق کے مطابق پنجاب یونیورسٹی کے طلبہ و طالبات کے بعد لاہور کے متوسط طبقے پر ہندوستانی ٹی وی چینلز کے اثرات مرتب ہو رہے ہیں۔ ان کی ماہانہ آمدنی دس ہزار روپے تک ہے۔ 52 فیصد گھریلو خواتین فیشن کی وجہ سے یہ چینلز دیکھتی ہیں۔ جبکہ 71.43 فیصد مرد فلموں کی وجہ سے یہ چینلز دیکھتے ہیں۔ جبکہ 16 فیصد خواتین بھی ان چینلز پر دکھائے جانے والے ڈانس کو پسند کرتی ہیں۔ 45.7 فیصد مرد ڈراموں کو اور 31.43 فیصد اشتہارات کو بھی پسند کرتے ہیں۔

51.67 فیصد افراد نے ان چینلز کو دیکھنے کے بعد اپنے لباس میں تبدیلی پیدا کی ہے۔ اس طبقے کے

48.33 فیصد لوگ ثقافتی طور پر ان چینلز سے متاثر ہوئے ہیں۔ اس کے باوجود 71.43 فیصد

افراد ٹی وی دیکھنے کی بجائے اپنے مہمانوں کی میزبانی کرنا پسند کرتے ہیں۔ 16.16 فیصد خواتین

نے اعتراف کیا ہے کہ وہ گھر کی سجاوٹ (Interior Decoration) میں ان ٹی وی چینلز کے

پروگراموں سے متاثر ہوتی ہیں۔ ان تمام رجحانات سے ثابت ہوتا ہے کہ ماضی میں پاکستانی

معاشرے میں جو باتیں ناقابل قبول تھیں اب ان ٹی وی چینلز کی وجہ سے رفتہ رفتہ قابل قبول ہوتی

جاری ہیں۔ (۲۴)

جو گھرانے اور علاقے ڈش اور کیبل کی ”نعمت“ سے محروم ہیں وہ پاکستان ٹیلی وژن

دیکھنے پر مجبور ہیں۔ ایک سروے کے مطابق 41 فیصد ناظرین گھر پر 25 فیصد دوستوں یا رشتہ

داروں کے گھروں میں اور 34 فیصد مارکیٹ یا ہوٹلوں میں سیٹلائٹ چینلز دیکھتے ہیں۔ (۲۵)

پی ٹی وی پر ان دنوں رقص و موسیقی کے پروگراموں کی بھرمار ہے ان پروگراموں میں

انڈین چینلز کی اندھی تقلید کی جا رہی ہے۔ مثلاً مزاحیہ پروگرام ”کنوارے دو“ اور ”اومائی گاڈ“

عوام کے اخلاق کو بگاڑنے اور ان میں رومانی اور سفلی جذبات پیدا کرنے میں اپنا کردار ادا کر رہے

ہیں.... اب پی ٹی وی پر تفریح لہو و لعب، رقص و سرور اور فن کے نام پر رقصاؤں کا اتنا قبضہ ہو چکا

ہے کہ ٹی وی کو ان کے رقص دکھانے سے جب فرصت ملتی ہے تو ان کے انٹرویوز چلا دیئے جاتے

ہیں۔ (۲۶)

ان تمام حوالوں سے ثابت ہو چکا ہے کہ سیٹلائٹ چینلز کی وجہ سے پاکستانی معاشرے پر

ہمہ اطراف Multi Dimensional ثقافتی یلغار ہو رہی ہے اور لوگوں میں مادہ پرستی،

جھوٹ، اور منفی رجحانات و خیالات میں اضافہ ہو رہا ہے۔

اشتہارات

ٹیلی وژن پر دکھائے جانے والے اشتہارات نے ناظرین کو ”مظلوم صارفین“ بنا دیا



ہے۔ کیونکہ وہ ذرائع ابلاغ کی جادوگری، چمک دمک اور اثر آفرینی سے کسی طور پر نہیں بچ سکتے۔ پس لیے تجارتی اداروں کے بجٹ کا ایک بڑا حصہ اشتہارات پر صرف ہو رہا ہے۔ اگر اشتہارات کے ذریعے مٹی کو سونے کے بھاؤ بیچا جاسکتا ہے تو یہ بنیادی طور پر ذرائع ابلاغ اور بالخصوص ٹی وی کے ذریعے ممکن ہو سکا ہے۔ اس کے علاوہ پی ٹی وی پر دکھائے جانے والے ایڈز اور خاندانی منصوبہ بندی کے اشتہارات معصوم بچوں، بچیوں اور نوجوان نسل پر منفی اثرات مرتب کر رہے ہیں۔

ٹی وی پر دکھائے جانے والے اشتہارات کی سب سے مؤثر قسم ترغیبی اشتہارات کی ہے۔ جن میں سے مختلف نفسیاتی حربے استعمال کر کے مختلف سیکموں کا لالچ دے کر، بوتل کے ڈھکن میں موٹر سائیکل اور کار کے سنیکر رکھ کر، صابن کے ریپر جمع کرنے پر قیمتی انعامات کی سٹہ بازی کی ترغیب دے کر، معصوم بچوں کو کھلونوں کا لالچ دے کر، خواتین کو آسائشوں اور تساہل پسندی کا مژدہ سنا کر اور مرد حضرات کو برے دنوں کا خوف دلا کر غرض طرح طرح کی خن طرازیاں کر کے شے کی مانگ پیدا کی جاتی ہے اور انہیں غریب اور متوسط ناظرین کی ضروریات زندگی میں خواہ مخواہ ٹھونس دیا جاتا ہے۔ ان اشتہارات کی ذریعے قرعہ اندازی، قسطوں پر فروخت کا کاروبار جس میں سود وصول ہوتا ہے، بیمہ زندگی، گاڑیوں کی انشورنس جس میں ایک خاص مدت کے بعد جمع شدہ رقم سے مالک کو ہاتھ دھونا پڑتا ہے، سود پر حکومت یا نجی اداروں کا ایشیا یا قرض فراہم کرنا مثلاً پیلی ٹیکسی اور گرین ٹریکٹر سیکیم وغیرہ سب دولت سمیٹنے اور دوسروں کی مجبوری سے فائدہ اٹھانے کے غیر اسلامی اور مذموم طریقے ہیں۔ اسی طرح کولڈ ڈرنکس، چائے، کاسمیٹکس، ایئر کنڈیشنر، فریج، ٹیلیفون، ٹی وی، وی سی آر، ریفریجریٹر، موبائل فون وغیرہ کو ضروریات زندگی بنانے میں ٹی وی اشتہارات کا گہرا دخل ہے۔ ایسے تقریباً 95 فیصد اشتہارات میں مصنوعہ کے مقابلے میں دکھائی گئی صورت ماڈل کی اپیل زیادہ جاندار ہوتی ہے۔ ان میں ماڈلز کو ذومعنی الفاظ کے ساتھ اور کبھی کبھار حركات و سکنات کے ساتھ مختلف زاویوں اور اداؤں سے پیش کر کے ناظرین کی توجہ حاصل ہے۔ (۲۷) ناظرین میں اشتہارات کے یہ اثرات پھیلانے کا سب سے زیادہ کردار

ٹی وی نے ادا کیا ہے۔

## کیبل ٹی وی نیٹ ورک

ناظرین کو سیٹلائٹ چینلز دیکھنے کے لیے ڈش انٹینا اور ریسیور وغیرہ لگوانا پڑتا تھا اور سالانہ فیس ادا کرنا پڑتی تھی۔ اس مشکل کو کیبل نیٹ ورک نے بہت آسان کر دیا۔ اب کم سے کم سو سے تین سو روپے ماہانہ میں ناظرین اپنے کئی ملکی وغیر ملکی پسندیدہ چینلز کسی بھی انٹینے کے بغیر آسانی دیکھ سکتے ہیں۔ ایک تحقیق کے مطابق 1996ء میں پاکستان کے شہروں میں 40 فیصد سے زائد لوگ ڈش انٹینا پر ٹی وی چینلز دیکھ رہے تھے، اب پہلے کی نسبت بہت زیادہ تعداد میں چینلز سے ناظرین لطف اندوز ہو رہے ہیں۔ اس وقت ٹیلی وژن پر ہالی وڈ، میکسیکو، نیویارک، پیرس، ماسکو اور انڈیا سے کھلی فاشی کے مناظر عام دکھائے جا رہے ہیں۔ (۲۸)

ان ممالک کے اکثر مقبول چینلز اب پاکستان کے اکثر گھروں میں مسلسل دیکھے جا رہے ہیں۔ لامحالہ ہر اچھے گروپ (Age Group) کے افراد ان سے اثرات بھی تیزی سے قبول کر رہے ہیں۔ کیبل نیٹ ورک پر آپ کم از کم دس سے اٹھارہ چینلز دیکھ سکتے ہیں۔ انڈیا کی ہرنی ریلیز ہونے والی فلم اسی رات کیبل پر دکھادی جاتی ہے۔ بڑے شہروں کے ایک علاقہ میں کئی کیبل سسٹم شروع ہو گئے ہیں۔ یہ کاروبار کرنے والے اب کیبل کنکشن کو بہت سستا کرنے کے ساتھ ساتھ ایک ماہ کی آزمائشی مدت کے لیے فری کنکشن کی سہولت بھی دے رہے ہیں۔ موجودہ پرویز مشرف کی حکومت نے اب اس کاروبار کو باقاعدہ حکومتی سرپرستی عطا کر دی ہے کیونکہ اس غریب اور مقروض حکومت کے ریونیو میں اضافہ ہوگا۔ (۲۹) حکومت کو اس کے نتیجے میں عوام پر پڑنے والے گہرے منفی اثرات کی کوئی فکر و امن گیر نہیں ہے۔

ایک اخباری سروے کے مطابق 60 فیصد لوگوں نے کیبل نیٹ ورک کی مخالفت جبکہ 40 فیصد نے حمایت کی ہے..... کیبل نیٹ ورک سے معاشرے میں جوئے کو فروغ حاصل ہوا ہے۔ لوگ دنیا بھر میں ہونے والے کرکٹ میچوں، گھڑ دوڑ کے مقابلوں پر جوا لگاتے ہیں۔ اس

سلسلے میں بعض مخصوص جگہوں پر بنگ کی جاتی ہے۔ اور کیبل پر میچ دیکھ کر فیصلہ ہوتا ہے جو بعد میں لڑائی جھگڑوں کا باعث بھی بن جاتا ہے۔ اپنی رائے کا اظہار کرتے ہوئے کئی افراد نے اس سسٹم کو عام کرنے میں حکومتی اقدام کی مذمت کی ہے۔ کئی افراد نے کہا ہے کہ اس کے ذریعے ہمیں جدید اور دلچسپ معلومات تک رسائی حاصل ہوتی ہے۔ اور مختلف ممالک کے پروپیگنڈے کا بھی علم ہو جاتا ہے۔ (۲۰)

ایک اخباری اطلاع کے مطابق پاکستان ٹیلی کمیونیکیشن ایکٹ 1996ء کے باوجود اب بھی کئی کیبل آپریٹر غیر قانونی طور پر یہ کاروبار کر رہے ہیں۔ پاکستان کے سب سے بڑے شہر کراچی میں 1,50,000 افراد اس کاروبار میں شریک ہیں۔ (۳۱)

کمپیوٹر اور انٹرنیٹ

کمپیوٹر پاکستانی معاشرے پر تیزی سے گہرے اثرات مرتب کر رہا ہے۔ یہ اب پاکستان میں بھی زندگی کے تمام شعبوں میں استعمال ہو رہا ہے۔ کمپیوٹر میں چلنے والی compact disk سی ڈی نے جہاں بہت سی مہنگی اور نایاب کتب، لٹریچر اور معلومات تک انسان کی رسائی آسان بنا دی ہے وہاں فلموں کے ذریعے مزید آسان اور سستی تفریح حاصل کرنے کا ذریعہ بھی بن گئی ہے۔ اس سے معاشرے میں ایک نیا سی ڈی کلچر وجود میں آ گیا ہے۔۔ اب کمپیوٹر کی سکریں پر یہ سب کچھ زیادہ واضح اور دلکش نظر آنا شروع ہو گیا ہے۔ پاکستانی معاشرے میں ذاتی کمپیوٹر PC کی تعداد بڑھنے کے ساتھ ساتھ سی ڈی شاپس میں بھی اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ اب ویڈیو کیسٹ کی

بہت سی ڈی زیادہ فروخت ہوتی ہے۔

بیسویں صدی کی ساتویں دہائی کے آغاز میں امریکی فوج نے سب سے پہلے کمپیوٹر پر انٹرنیٹ ورک قائم کیا۔ رفتہ رفتہ یہ گلوبل نیٹ ورک چالیس سے زائد قومی، علاقائی اور پرائیویٹ نیٹ ورک میں تبدیل ہو گیا۔ 1997ء تک پچاس لاکھ سے زائد کمپیوٹر انٹرنیٹ کے لیے بھی استعمال ہو رہے تھے۔ اس کے بعد انٹرنیٹ کے استعمال میں تیزی کے ساتھ اضافہ ہوتا چلا گیا۔

ایک اخباری سروے کے مطابق دنیا میں ویب سائٹس کی کل تعداد 7,23,98,092 ہے۔

پاکستان میں پرویز مشرف حکومت نے انفارمیشن ٹیکنالوجی کی طرف زیادہ توجہ دے رہی ہے اور انٹرنیٹ کنکشن پہلے کی نسبت کافی سستا کر دیا گیا ہے۔ مارچ 2000ء میں کیے گئے ایک اخباری سروے کے مطابق پاکستان میں انٹرنیٹ کے صارفین کی تعداد ایک لاکھ 63 ہزار سے تجاوز کر چکی تھی۔ ان میں 80 فیصد صارفین اندرون و بیرون ملک عزیزوں، رشتہ داروں اور دوستوں کی خیر و عافیت دریافت کرنے کے لیے انٹرنیٹ کے ذریعے رابطہ کرتے ہیں۔ صرف دس فیصد صارفین مختلف النوع معلومات حاصل کرنے کے لیے انٹرنیٹ استعمال کرتے ہیں۔ (۳۲)

اصلاح کے لیے چند تجاویز

ذرائع ابلاغ کے اثرات کے متعلق اس جائزے کے بعد ہر ذہن میں ایک ہی سوال ابھرتا ہے کہ آخر ان ذرائع ابلاغ کی اصلاح کیسے ممکن ہے۔ اس سوال کا اکثر یہی جواب سامنے آتا ہے کہ

- ۱۔ اسلام کی آفاقی اور اخلاقی تعلیمات پر سختی سے عمل پیرا ہوا جائے۔
- ۲۔ خدا نے انسانوں کو معاشرتی زندگی گزارنے کے لیے قرآن مجید میں جو حدود و قیود مقرر کی ہیں ان کی ہر لمحے پابندی کی جائے۔
- ۳۔ ذرائع ابلاغ کو نہ صرف معروف کا حکم دینا چاہیے۔ بلکہ اس کے فروغ میں بھی مؤثر اور فعال کردار ادا کرنا چاہیے بلکہ ہر منکر یعنی برائی کے فروغ میں اپنا کردار ادا کرنا چاہیے۔ منکر سے مراد جھوٹا پروپیگنڈہ، تہمت تراشی، پوشیدہ جرائم کی تشہیر، بدکاریوں پر ابھارنے والے افسانے اور ڈرامے، فلم، عریاں تصاویر، عورتوں کا بن سنور کر منظر عام پر آنا، مردوں اور عورتوں کے درمیان علی الاعلان اختلاط ہونا، سٹیج پر عورتوں کا ناچنا اور تھرکنا اور ناز و ادا کی نمائش کرنا وغیرہ ہے۔ (۳۳)

پاکستان کے اکثر علماء کی ذرائع ابلاغ کی اصلاح کے ضمن میں یہی رائے ہے جبکہ ان

علماء کرام کا ذرائع ابلاغ کے بارے میں رویہ یہ ہے کہ 38 فیصد علماء کے گھروں میں ٹیلی وژن نہیں ہے جبکہ 41 فیصد علماء کے نزدیک ٹیلی وژن اور فلم غیر اسلامی ہیں۔ ماضی میں ان کے 71 فیصد والدین کے نزدیک ٹیلی وژن اور فلم خلاف اسلام تھے۔ اس کا مطلب ہے کہ ذرائع ابلاغ کے بارے میں دوسری نسل کے خیالات میں بہت واضح تبدیلی پیدا ہو گئی ہے۔

82 فیصد علماء کے نزدیک ٹی وی پر معلوماتی اور خبری پروگرام دیکھنے سے کوئی نقصان نہیں ہوتا جبکہ 62 فیصد تفریحی پروگرام دیکھنے کے بھی حامی ہیں۔ جبکہ 75 فیصد علماء نے ٹی وی ڈراموں اور تفریحی پروگراموں میں عورت کے آنے پر اعتراض کیا ہے۔ دوسری طرف 85 فیصد علماء ایسے بھی ہیں جو عالمی میڈیا کا مقابلہ کرنے کے لیے اسے ضروری سمجھتے ہیں۔ ان میں 69 فیصد علماء نے یہ بھی تسلیم کیا کہ دینی اداروں کے طلبہ کو ٹیلی وژن اور ریڈیو فراہم کیے جانے چاہئیں۔ 84 فیصد علماء کے نزدیک تصویر غیر ضروری ہے۔ آج بھی بہت سے مسلمانوں کا خیال ہے کہ جس کمرے یا گھر میں جانداروں کی تصاویر لگی ہوں وہاں رحمت کا فرشتہ نہیں آتا..... ذرائع ابلاغ کے بارے میں پاکستانی علماء کا یہ رویہ رہا ہے کہ انہوں نے پہلے ان کے خلاف فتوے صادر کیے اور پھر وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ ان کو تسلیم کر لیا۔ (۳۴)

اس سروے کی روشنی میں یہ کہا جاسکتا ہے کہ قول اور عمل کے اس واضح تضاد کی وجہ سے بھی ذرائع ابلاغ کی اصلاح ممکن نہیں ہو سکی کیونکہ علماء کرام پاکستانی معاشرے میں رائے عامہ کے رہنما کی حیثیت رکھتے ہیں۔

ان تمام زمینی حقائق کے باوجود پاکستانی معاشرے پر ذرائع ابلاغ کے گہرے منفی اثرات سے انکار نہیں کیا جاسکتا لہذا ان کی اصلاح کے لیے تدابیر کرنا بھی ضروری ہیں۔

ایک دینی رسالے کے مطابق اصلاح کے ضمن میں یہ تجویز دی گئی ہے کہ

”..... ویسے تو یہ ہم میں سے ہر ایک کی ڈیوٹی ہے مگر خاص طور پر حکمرانوں اور علماء و خطباء پر یہ ذمہ داری اور بھی زیادہ عائد ہوتی ہے کیونکہ وہ اس کے خلاف عمل پیرا ہونے کا

حوصلہ اور سکت رکھتے ہیں اور انبیاء کے وارث ہیں۔ اس لیے کہ ان کو چاہیے کہ وہ جس سطح

پر ہوسکے پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا کی تطہیر کا فریضہ سرانجام دیں۔ (۳۵)

کیبل ٹی وی نیٹ ورک کی اصلاح کے لیے حکومت نے پاکستان ٹیلی کمیونیکیشن ایکٹ 1996ء بنایا۔ اس کے تحت ہر کیبل نیٹ ورک آپریٹر کو لائسنس حاصل کرنا اور قواعد و ضوابط کی پابندی کرنا لازمی قرار دیا گیا ہے۔ اس پابندی کا جائزہ لینے کے لیے حکومت نے وفاقی اور صوبائی سطح پر مانیٹرنگ کمیٹیاں بنا دی ہیں۔ اس قانون کے مطابق جو بارہ شرائط وضع کی گئی ہیں ان میں یہ شرائط بھی شامل ہیں کہ لائسنس حاصل کرنے والا پروگرام ریلیز کرتے وقت ملک کی مذہبی، معاشرتی، ثقافتی اور روایتی اقدار کا احترام کرے گا۔ جن پروگراموں میں غیر اخلاقی، کھلی جنسی بے راہ روی، تشدد اور دہشت گردی ہوگی اس کی اجازت نہیں ہوگی۔ بچوں کے پروگراموں میں ان کی معصومیت اور زود اثر پذیری کے باعث اعلیٰ اخلاقیات کا خیال رکھا جائے گا۔ (۳۶)

علماء کرام، پاکستانی والدین اور معاشرے کو اپنی نوجوان نسل کو ان خرابیوں سے آگاہ کرنا چاہیے جو ذرائع ابلاغ کے منفی اثرات کی وجہ سے پیدا ہوسکتی ہیں۔

## حوالہ جات

- ۱۔ ارشاد احمد، کالم ”حرف تمنا“ پاکستانی معاشرے میں انتہا پسندی ..... جہڑل مشرف کی رائے“  
روزنامہ جنگ لاہور، 9 فروری 2001ء
- ۲۔ عابد، عبدالکریم، کالم سیاست نامہ ”پاکستانی معاشرہ کی مزاجی کیفیت“ روزنامہ انصاف، 4 فروری  
2001ء
- ۳۔ Pakistan Year Book (15th edition) 1987-88, East West  
Publishing Co, Karachi, 1988. P-91-93
- ۴۔ Gallup Profile of Pakistan, 1999
- ۵۔ Zamir Niazi, Press in Chains, Royal Book Co. Karachi, 1996,
- ۶۔ Zohra Yusaf, article the press did not fail, the daily Dawn  
Karachi, June 23, 1992
- ۷۔ ماہانہ ”ساعل“، کراچی، جون 1997ء، ۵۲-۵۹
- ۸۔ صفیہ اکرم نضمون، پی ٹی وی پر اخلاق باختہ پروگراموں کا فروغ“ روزنامہ انصاف، 20 مارچ 2001ء
- ۹۔ Saeed, Abdul Ghani, unpublished research article, Media  
and Values, Karachi
- ۱۰۔ Film Asia, Magazine, karachi, Aug, 1991
- ۱۱۔ مہدی حسن، جدید ابلاغ عام، مقتدرہ قومی زبان، اسلام آباد، مارچ 1990ء، ص ۲۰۵-۱۹۸
- ۱۲۔ Rabeiah Naheed, Fm 100 as trendsetter of radio listening,  
The case of Lahore. Listeners, unpublished thesis, M.A, Mass  
Communication, University of the Punjab, Lahore, 1998, P-39
- ۱۳۔ Gallup Profile of Pakistan, 1999
- ۱۴۔ Ibid

- Zafar Samdani, Article, The ailing screen, the Daily Dawn, Dec.26,1999 ۱۵
- Daily The News, Special Supplement, Feb 4,2001 ۱۶
- Islam, Syed. M. Cover Story, Piracy, Pakistan and Gulf Economist, March 13-26, 2000, P- 13 ۱۷
- Sarwar Naseem, Research article, Computer and communication revolution, journal of Mass Communication, Vol: 1, Department of Mass Communication, University of Karachi, June 1997, P-64 ۱۸
- خان، محمد انور، سیٹلائٹ، نشریات کے پنجاب یونیورسٹی طلبہ و طالبات پر اثرات، غیر مطبوعہ تحقیقی مقالہ ایم اے، ابلاغیات، پنجاب یونیورسٹی، لاہور 1997، ۹ ۱۹
- Nabiha Fatima, Effects of Satellite Channel Zee TV on Lahore Middle Class, M.A. Mass Communication, University of the Punjab, Lahore, 2000, P-52 ۲۰
- خان، محمد انور، سیٹلائٹ، نشریات کے پنجاب یونیورسٹی طلبہ و طالبات پر اثرات، غیر مطبوعہ تحقیقی مقالہ ایم اے، ابلاغیات، پنجاب یونیورسٹی، لاہور 1997، ۱۰ ۲۱
- ایشیا، ۱۶ ۲۲
- ایشیا، ۲۰ ۲۳
- Nabiha Fatima, Effects of Satellite Channel Zee TV on Lahore Middle Class, ۲۴
- Gallup Profile of Pakistan,1998 ۲۵
- صفیہ اکرم مضمون، پی ٹی وی پر اخلاق باختہ پروگراموں کا فروغ، روزنامہ انصاف، 20 مارچ 2001 ۲۶
- شرفیہ فاروق، کالم ”کیبل ٹی وی نیٹ ورک-----علماء اور والدین اپنے فرائض سرانجام دیں“، روزنامہ نوائے وقت، لاہور، 11 فروری 2001ء ۲۷



- ۲۸۔ خالد یزدانی، کیبل نیٹ ورک فیچر گلوزاپ، سنڈے میگزین، نوائے وقت، لاہور ج 30 اپریل 2000ء
- ۲۹۔ خان، کامران امجد، مضمون ”کیبل نیٹ ورک --- لوگ کیا کہتے ہیں؟“
- ۳۰۔ Daily The News, Article, Being Informed in the global Village, Special suppliment, Feb 4, 2001
- ۳۱۔ Burney, S.M. Aqil, article, Information technology, IT and its impact on society, Journal of Mass Communication, Deptt. of Mass Communication, University of Karachi, Vol: 1, June 1997, P-74-75
- ۳۲۔ روزنامہ جنگ، لاہور، 31 مارچ 2000ء
- ۳۳۔ جالندھری، میاں محمد سرور، مضمون الیکٹرانک میڈیا۔ حکام اور عوام ہفت روزہ ”زندگی“ لاہور 19 تا 25 اکتوبر، 1995ء، ص ۳۸
- ۳۴۔ Akhtar, Rai Shakeel, Media, Religion and Politics in Pakistan, Oxford University Press, Karachi, 2000, P-61-62
- ۳۵۔ کلیم، محمد انور، مضمون ”بڑے عذاب سے پہلے چھوٹے عذاب کیوں آتے ہیں؟“، ص ۲۳، ماہنامہ مجلہ الحوة، مارچ 2001ء