



”ذرائع ابلاغ و ترسیل: اردو زبان و ادب کے حوالے سے“

مقالہ کا عنوان: اردو زبان و ادب اور ذرائع ابلاغ

مقالہ نگار: مائیکہ عبدالعزیز پٹھان

اسٹنٹ پروفیسر قصور اردو

پیپلز کالج ایڈیوٹی ہوٹل، حویلا پور، حویلا پور

اردو میں لفظ ”ترسیل“ خیالات، اطلاعات اور تجربات کو دوسروں تک پہنچانے یا دوسروں کو ان میں شریک کرنے کے معنوں میں مستعمل رہا ہے۔ جب کہ بلیغ، بلاغت اور ابلاغ ذرا مختلف معنوں میں مستعمل تھا۔ لیکن اب ہندوستان میں بھی ذرائع ترسیل کے لئے ذرائع ابلاغ کا استعمال ہونے لگا ہے۔ اسی طرح جیسے خدا حافظ کی جگہ اللہ حافظ کہنے کا رواج ہو رہا ہے۔ البتہ ہندوستان کو بھارت کہنے اور لفظ ہندوستان سے قصداً گریز کرنے کی اواہم نے ابھی تک نہیں اپنائی ہے۔ الفاظ کا چلن اپنے اندر سیاسی مضمرات بھی رکھتا ہے۔ اور جسے ہم زبان کی تخلیقیت کا عمل کہتے ہیں۔ وہ بھی سیاست سے خالی نہیں ہوتا ہے، بالکل اسی طرح عربی مصطلحات کو اپنانے کی وکالت کے پس پشت بلا و اسلامیہ سے جڑنے کی خواہش اور پان اسلام ازم کے دل خوش کن تصورات کا رفرما تھے۔

الفاظ، اصطلاحات اور تراکیب رواج پا جائیں تو فصاحت کے درجہ پر پہنچ جاتی ہیں۔ پھر بھی مشتمات کی سہولت کے لیے ہم فی الحال ترسیل، ترسیل عامہ اور ذرائع ترسیل عامہ کے استعمال پر قائم ہیں۔ ٹیلی گراف، پوسٹ کارڈ، اور ٹیلی فون کے ذریعہ ترسیل کو بھی ترسیل عامہ کی تعریف کے تحت لایا جانا چاہئے۔ اور ہندوستانی سماج میں جب سے مشین کا استعمال، ترسیل کے ذریعہ کے طور پر ہوا۔ اسے ترسیل عامہ کی ابتداء مان لینا چاہیے۔

اصطلاحات، خیالات و تصورات پر دلالت کرتی ہیں۔ اس لیے لازم ہے کہ ہم ان خیالات و تصورات کو سمجھنے کی کوشش کریں۔ جو ترسیل عامہ کے عمل میں کلیدی حیثیت رکھتے ہیں۔ مثلاً لفظ ماس (sms) ہم آئے دن سنتے رہتے ہیں۔ جب اشیاء کی پیداوار بڑے پیمانے پر کی جاتی ہے تو ہم اسے ماس پروڈکشن کہتے ہیں۔ عام لوگوں کی تہذیب کو ماس کلچر اور عوام کی بڑے پیمانے پر خواندگی کو ماس لٹریچر کہا جاتا ہے۔ ان سب میں بہت بڑے پیمانے، عوام کی بہت بڑی تعداد کا تصور پنہاں ہے۔ یہ پوچھا جاسکتا ہے کہ اگر یہ ماس ہے تو پھر پبلک کیا ہے؟

پبلک ماس:-

جب سماج بدلتا ہے تو سماج میں مروج تصورات بھی بدلتے ہیں، اور الفاظ و اصطلاحات نئے روپ بھرتے ہیں۔ مثلاً پرانے زمانے میں جب ہم شہر کہتے تھے اور اس سے دیہات کے برعکس ایک ایسی جگہ مراد لیتے تھے جہاں زراعت کے بجائے تجارت کی منڈیاں ہوتی تھیں۔ یا جہاں سے حکومت کا کام کاج ہوتا تھا۔ یا جہاں سے تہذیبی سرگرمیوں کی جلوہ گری ہوتی تھی۔ جس طرح کے صنعتی شہر آج موجود ہیں۔ پہلے ان کا کوئی تصور نہیں تھا۔ اس لیے اب قصبہ، شہر، نگر، مہانگر، میٹروپولس اور میگا سٹی جیسی اصطلاحات رواج پارہی ہیں۔ اسی طرح صنعتی سماج میں عوام کی اتنی بڑی تعداد کو ظاہر کرنے کیلئے ماس کی اصطلاح مستعمل ہے اور اسے مخاطبین کی اتنی بڑی تعداد تک پیغام کی ترسیل کو ترسیل عامہ کا نام دیا جاتا ہے۔ پھر یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ آخر کتنی بڑی تعداد کو ہم پبلک کے بجائے ماس گردانیں؟

سماجیات کے ماہرین کی رائے میں لوگوں کی اتنی بڑی تعداد جو کسی جگہ جمع ہو سکے اور جس سے براہ راست مخاطب ممکن ہو۔ عوام بمعنی پبلک گردانی جائے گی۔ اس کے برعکس اتنی بڑی تعداد جس کا ایک جگہ جمع ہونا ممکن نہ ہو اور جس سے براہ راست شخصی ترسیل ممکن نہیں ہو ماس قرار دی جائے گی۔ مثلاً کسی عوامی جلسہ، مجلس یا قوالی کے سامعین تو عوام بمعنی ”پبلک“ کہلا سکتے ہیں۔ لیکن ریڈیو کے سامعین، اخبار کے قاری اور فلم کے ناظر ”ماس“ کے زمرہ میں آئیں گے۔ اور ان کے درمیان ہونے والا بالواسطہ ترسیل کا عمل ترسیل عامہ کہلائے گا۔ جس کا ذریعہ میڈیا، ریڈیو، پریس یا فلم ہے۔ جس کی وجہ سے ہم ان کو ذرائع ترسیل عامہ Mass Communication Media کا نام دیتے ہیں۔

پبلک اور ماس میں وجہ امتیاز اور بھی ہے۔ پبلک کے مقابلہ میں ماس یعنی مخاطبین کی اتنی بڑی تعداد، اپنے مزاج کے اعتبار سے متنوع یعنی Hetrogenous ہوگی۔ اور ایک دوسرے سے بیگانہ یعنی Anonymous بھی ہوگی۔ جب کہ عوامی جلسہ، مجلس یا قوالی کا سامع اپنے مرسل کے سامنے موجود ہے۔ اسے دیکھ بھی رہا ہے اور سن بھی رہا ہے۔ مرسل بھی براہ راست بازرسی یعنی فیڈ بیک کے ذریعہ سامعین یعنی مرسل الیہ کے رد عمل کا اندازہ لگا کر اپنے فیڈ بیک کے ذریعہ تبدیلی کرتا رہتا ہے۔ بالواسطہ ترسیل میں یہ ممکن نہیں۔ بازرسی یا فیڈ بیک نہ صرف انتہائی محدود اور دیر پا ہے بلکہ کسی اور شخص کے تابع ہیں۔

جس طرح ترسیل عامہ کو محض مشین یا جدید ذرائع Modern Media کے استعمال کا مترادف نہیں سمجھنا چاہئے۔ اس طرح خود ذرائع یعنی میڈیا سے مشین یا اس کی پیداوار مراد نہیں لینا چاہیے۔ یعنی کتاب، اخبارات اور رسائل پریس کی پیداوار ہیں نہ کہ بذات خود ذریعہ۔ یہی بات ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے پروگرام کے بارے میں کہی جاسکتی ہے۔

اس سلسلے میں سب سے بڑا واقعہ ۱۷۸۰ء میں پہلے مطبوعہ اخبار ”بنگال گزٹ“ یا کلکتہ جرنل ایڈورٹائزنگ سائٹ ہونا ہے۔ فلمی اخبارات کا طرز، تو کسی حکمران کا خفیہ خبر رسالہ کا ذریعہ اور بی بی سی کی حیثیت سے کاری گزٹ مانٹوز لڑکا تھی، فرانس کا اظہار

رائے کا ذریعہ تھا۔ جس کے مخاطب، محدود معنوں میں کسی عام لوگ تھے۔ قلمی اخبارات کی طرح نہ تو اس کی ابتداء ”دائرہ دولت بنگالہ“ حضرت ظفر سبحانی“ کی فنی مصروفیات سے ہوتی تھی۔ اور نہ ہی دیگر خبروں کی ترتیب میں حفظ مراتب کا خیال رکھا جاتا تھا۔ یہ ایک سیاسی و تجارتی اخبار تھا۔

میڈیا کا ارتقاء محض تاریخ کی کھتونی نہیں ہے کہ ایڈیو کب شروع ہوا، پہلی قلم کب بنی، ٹیلی ویژن نے کب اپنا جلوہ دکھایا اور یہ سب ذرائع ابلاغ کس طرح ہمارے سامع میں بڑھتے پھلتے رہے۔ یہ سب ہمارا رکھا جا چکا ہے۔ اور کتابوں میں محفوظ ہے۔ اس اعلیٰ مجلس میں ہمارے لیے اہم یہ ہے کہ ابتداء میں میڈیا کی جواٹھان تھی اس نے آگے چل کر کیا رنگ روپ اختیار کیا اور اکیسویں صدی میں اس کا کردار ادا کیا ہے۔ گذشتہ صدی کی ساتویں دہائی میں جب اطلاعات کے آزادانہ بہاؤ کے خلاف بحث چھڑی تو ناواہستہ ممالک کی تحریک اپنے عروج پر تھی۔ نامیڈیا یا NAMEEDIA اس تحریک کے طعن سے پیدا ہوئی تھی۔ اطلاعات اور ترسیل کی عالمی سطح پر تنظیم نو کی مانگ، اس جدوجہد کا حصہ تھی، جو غیر ترقی یافتہ، نوآزاد ممالک، ترقی یافتہ ممالک کی بالادستی کے خلاف کر رہے تھے۔ مزید برآں یہ خوف کہ کمپیوٹر اور ترسیل قوت سے مسلح، کثیر قومی کمپنیاں، دوسروں کو معاشی، سیاسی اور ثقافتی طور پر دبوچ لیں گی۔ محض ان غیر ترقی یافتہ ممالک تک محدود نہیں تھا۔ جنہوں نے نئے عالمی اطلاعاتی اور ترسیل تنظیم NWICO کے لیے تحریک چلائی تھی بلکہ اس زمانے میں مغرب کے بہت ترقی یافتہ ممالک بھی اس خوف میں مبتلا تھے کہ زیادہ بڑی مچھلی، نسبتاً چھوٹی مچھلی کو کھا جائے گی۔

ہندوستان میں خصوصاً ٹیلی ویژن یا Cable Television نے معاشرے میں نت نئے رویوں کو فروغ دیا ہے۔ دوسری طرف اس سے فرد اور معاشرے پر جدا گانہ اثرات مرتب ہوئے ہیں۔ آزادی کے بعد کافی عرصے تک ایڈیو ہی نشر و تفریح اور اطلاعات کا واحد ذریعہ رہا۔ یہ شاید ۱۹۷۰ء کی بات ہے کہ دہلی میں ملک کا پہلا ٹیلی ویژن اسٹیشن شروع ہوا۔ وہ بھی Black & White میں۔ لیکن اس کی نشریات صرف چند گھنٹوں کے لیے اور وہ بھی اوک سنگیت کرشی درشن (کسانوں کا پروگرام) یا پھر فونٹکی وغیرہ کے علاوہ سرکاری پروگراموں کے لیے مختص تھیں۔ یہ پروگرام آج بھی ہوتے ہیں۔ اور کل کی طرح آج بھی اتنے ہی غیر معیاری اور ناپسندیدہ پروگرام کہلاتے ہیں۔ وہ صرف اور صرف یہ رہتی ہے کہ یہ ذریعہ ابلاغ سرکاری ملکیت ہونے کے باعث عوامی پسند ناپسند کو جاننے میں کبھی کوشاں نہیں رہا بلکہ آقاؤں کی خوشنودی اور ان کی پسند ناپسند پر زیادہ کام کرتا رہا۔ اب جب سے یہ پرسار بھارتی نام کے خود مختار ادارے کے تحت دیا گیا ہے۔ کچھ امید کی جاسکتی ہے کہ یہ عوامی پسند کو ملحوظ رکھ کر پروگرام بنائے گا۔ لیکن ٹیلی ویژن نے آکر عوامی شعور کی آنکھوں کو اتنا تیرا کر دیا ہے کہ اب مشکل ہی نظر آتا ہے کہ دور درشن اپنی دردناک سے نکل پائے گا۔

دور درشن اپنے چند ٹیلی ویژن مراکز سے اردو کی خبریں بھی دس منٹ کے لیے نشر کرتا ہے۔ جن میں بولی جانے والی اردو مشکل سے لکھی جاسکتی ہے۔ کیونکہ اس میں زیادہ تر الفاظ ہندی یا انگریزی ہی کے سنسنے کو ملتے ہیں۔ اس سلسلے میں حیدرآباد اور دہلی کے ٹیلی

ویٹرن مراکز کی نشریات پھر دوسروں کے مقابلے بہتر ہیں۔ حیدرآباد اور دہلی کے ٹیلی ویژن کا اردو پروگرام انجمن ایسے وقت دکھایا جاتا ہے۔ جب بڑے فنکاروں اور بچے اسکولوں سے واپس ہوتے ہوئے سڑکوں پر ہوتے ہیں۔ اور گھر کی خواتین ان سب کے گھر لوٹنے کی منتظر تیار یوں میں مصروف۔ نتیجہ یہ پروگرام کب ہوتا ہے اور کیسا ہوتا ہے اس کے بارے میں صرف وہ لوگ ہی بتا پاتے ہیں جو خود اس کا حصہ ہیں۔ یا پھر وہ لوگ جن کے افراد خاندان اس میں شریک رہتے ہیں۔ ۱۹۹۸ء کی اس محاز میں ملک بھر سے زبان کے چاہنے والے ایک ادیب، شاعر، صحافی، فن کار، دانشور شامل تھے۔ جس کی روح رواں محترمہ شیخ زیدی تھیں۔ یہ اردو محاز وزیر اعظم سے لے کر مرکزی وزیر اطلاعات و نشریات اور دور درشن کے ارباب مجاز سے وفد کی شکل میں ملا۔ جس کا مقصد صرف اور صرف ایک ہی تھا کہ جب ہندوستان کی ہر زبان کے لیے ایک ٹیلی ویژن اسٹیشن مختص ہو سکتا ہے تو اردو کے لیے کیوں نہیں؟ سوال بہت ہی تلخ حقیقت پر مبنی تھا۔ مگر جواب دینے والوں نے حقیقت کا سامنا کرنے سے انکار کر دیا۔

مرکزی حکومت کی وزارت اطلاعات و نشریات کے ذمہ دار عہدیدار کا تحریری جواب کمیٹی کے پاس موجود ہے۔ بہر حال حالات جو بھی تھے ہم مایوس نہیں ہوئے، کوشش جاری رہی۔ اور ایک مکمل اردو ٹیلی ویژن چینل کا خواب جو شعور زیدی اور ساتھیوں نے کھلی آنکھوں سے دیکھا تھا اس وقت پورا ہوا جب ۲۰۰۱ء میں راجیو راؤ نے E-TV اردو کا آغاز کیا۔

یہ چینل اردو والوں کی برسوں پرانی آرزو کی تکمیل بن کر سامنے آیا۔ دنیا کا پہلا مکمل اردو چینل جس کے آغاز کو بھی ہم اردو زبان و ادب اور فنون لطیفہ کا نشاۃ ثانیہ کہہ سکتے ہیں۔ یہ چینل کسی حد تک کام کر رہا ہے۔ آپ کس طرح اس سے استفادہ حاصل کر رہے ہیں یہ بات پھر ایک بار دہراؤں گی کہ ابلاغ عامہ کے ذرائع اس چاقو کی طرح ہیں جس سے پھل بھی کٹتا ہے اور گلا بھی۔

E-TV اردو جن ارادوں اور امنگوں سے شروع ہوا وہ اپنی جگہ راجیو راؤ صاحب کا مقصد اپنی جگہ چینل کا چلانا ایک طرف اور اردو والوں کی توجہ اور سرپرستی دوسری طرف۔ میں یہ کہنا چاہتی ہوں کہ ہمیشہ کی طرح اردو والوں کا رویہ وہی رہا جو رہتا ہے۔ ہمیشہ کی طرح آغاز پر دھوم دھام۔ اس کے بعد خاموشی، سکون، بے بسی، سناٹا، وجہ نامعلوم ہاں ہم اچھے تنقید نگار ہیں کیوں کہ اردو ادب میں یہ سب سے آسان صنف تھی ہے جس میں ہینگ لگے نہ پھنگری، اور رنگ آتا ہے چوکھا۔

اخبارات، ریڈیو، ٹی وی، کمپیوٹر، ہوم ویڈیو، سینٹلائٹ اور انٹرنیٹ وغیرہ کی آج پوری دنیا میں زبردست اہمیت ہے۔ آج کی دنیا تیل کے پینگ پر نہیں ابلاغ کے انہی ذرائع پر مبنی ہوئی ہے۔ اور یہ ذرائع ہماری سماجی، معاشی، تجارتی، تعلیمی، تہذیبی، ثقافتی اور معاشی زندگی پر بری طرح اثر انداز ہو رہے ہیں۔ انسانی زندگی کا کوئی بھی ایسا شعبہ اور گوشہ نہیں ہے جو ان ذرائع کی پہنچ اور دسترس سے دور ہو۔ کسی ہندی شاعر نے کہا تھا کہ جہاں نہ پہنچے روی وہاں پر پہنچے کوی۔ یعنی جہاں سورج کی روشنی کا گز نہیں ہو سکتا وہاں یہ شاعر پہنچ سکتا ہے۔ لیکن اب یہ دعویٰ بہت پیچھے چھوٹ گیا ہے۔ اب تو یہ کہنا چاہئے کہ جہاں سورج کی روشنی نہیں پہنچ سکتی یا جہاں تک شاعر کا خیال نہیں جا

سکتا وہاں بھی میڈیا اور ذرائع ابلاغ اور تزیل کے نمائندے پہنچ جاتے ہیں۔ ہم جس گزرگاہ سے گزرنے کا تصور بھی نہیں کر سکتے وہاں کیمرے نصب ہو رہے ہیں۔ اور ہم اپنے آئین میں بیٹھ کر وہاں کے مناظر سے آنکھیں چا کر رہے ہیں۔ پھر چاہے وہ عراق کا گڈھا ہو جہاں سے امریکی افواج نے عراق کے معزول صدر صدام حسین کو گرفتار کر کے باہر نکالا یا پھر افغانستان میں تو راہورا کی وہ سنکلاخ پہاڑیاں ہوں جو القاعدہ اور طالبان کی کین گاہیں تھیں کوئی بھی جگہ ان کی دسترس سے دور نہیں ہے۔

یہ زمانہ تخصیص اور اختصار کا زمانہ ہے۔ فرصت کے لمحات اور ضروریات زیادہ ہیں۔ اور اردو ایک ایسی جامع زبان ہے کہ اختصار اور تاثیر پذیریری اس کی ذاتی خصوصیات ہیں اور تاریخی اعتبار سے اپنی پیدائش سے ہی رابطہ کی زبان ہے۔ مثلاً ٹیلی ویژن کی مقبولیت کی موجودہ دور میں اشتہارات کی اہمیت سے انکار کر سکتا ہے اجتماعی ضروریات کی چیزوں سے لے کر انفرادی ضرورت کی معمولی سے معمولی چیز تک اشتہار کے ذریعے ہم تک پہنچتی ہے۔ ظاہر ہے کہ ٹی۔وی پر اشتہارات دکھانے اور دکھانے والے کے لئے بنانے کی قیمت بہت زیادہ ہے۔ کبھی کبھی تو سیکنڈوں میں دکھائے جانے والا اشتہار لمبے لمبے پروگراموں سے کہیں زیادہ مہنگا ہوتا ہے۔ ایسی صورت حال میں کم سے کم وقت میں زیادہ سے زیادہ مواد دکھانا ضروری ہوتا ہے۔ اور اسی جمعیت و اختصار کے لئے اردو موزوں ترین زبان ہے۔

ظاہر ہے کہ ہندوستان میں ٹیلی ویژن نے اردو زبان سے بہت کچھ لیا ہے۔ اس کے ادب، اس کی شاعری، اسی کے ڈکشن اور اس کے عوامی رابطیت سے پورا فائدہ اٹھایا ہے۔ مگر یہی میڈیم اس زبان اور اس سے وابستہ تہذیب اور اس سے متعلق افراد سے لاتعلق ہے۔ آج ہمارے معاشرے پر اس سب سے طاقتور میڈیا کے منفی اثرات غالب آتے جا رہے ہیں۔ آج ضرورت اس بات کی ہے کہ ہماری نئی نسل کے فلم ساز اور ہدایت کار معیاری ادب کا مطالعہ کر کے اپنی فلموں کے موضوعات طے کریں اور معاشرے کے تئیں اپنی ذمہ داریوں کو دل سے محسوس کریں۔

حوالہ جاتی کتب:-

(۱) اردو اور عوامی ذرائع ابلاغ۔ پروفیسر محمد شاہد حسین