

ابلاغی اضطراب: روایتی ذرائع ابلاغ کے زوال کی اصل وجہ

ڈاکٹر فاروق عادل

Abstract

In the present era, regular media is in decline. Newspaper circulation is declining, and the popularity of electronic media is also declining. Although this trend is global, there are other factors under discussion in Pakistan. Among them, the government's intentions regarding freedom of the press are particularly under discussion. Another issue in this regard is the shrinking finances of the media. The government is also blamed for this. These issues are important for the life of the media but modern research says something else in this regard. According to modern research, if certain habits are ingrained in the media, then as a result such media outlets lose their credibility. Such as pushing the basic national issues of a society into the background and highlighting unrealistic issues. Making the internal politics of a political party a topic of discussion without giving importance to any political movement or election manifesto of any party or discussing the position and form of a person or his family on the position of a politician or an institution. In the context of Pakistan, it is necessary to know through content analysis whether there is this style of reporting and commentary exist here. If so, a new point will be made to understand the reasons for the growing unpopularity of the Pakistani media.

Keywords: Conventional media, Downfall, Print media, Pakistani Print media

پاکستان میں اب یہ بحث بہ تدریج زور پکڑ رہی ہے کہ روایتی ذرائع ابلاغ (اخبارات اور خبر دینے والے ٹیلی ویژن چینل) اپنے پھیلاؤ اور اثر انگیزی کے اعتبار سے سکڑ رہے ہیں۔ رحمت (2019) قومی ذرائع ابلاغ کی اہمیت اور پھیلاؤ میں کمی کی وجوہات کیا ہیں۔ اس سلسلے میں ایک موقف تو روایتی ہے۔ یہ روایتی موقف پاکستان کی سیاسی تاریخ کے بطن سے پیدا ہوا ہے۔ اس کا تعلق خاص طور پر ان ادوار سے ہے جب ملک میں جمہوریت کی بیخ کنی کر کے امریت یا شخصی حکومتوں کو فروغ دیا گیا۔ ان ادوار میں صحافت کو زیر دام لانے کے لیے کئی طریقے اختیار کیے گئے۔ اس مقصد کے لیے مالکان اخبارات اور صحافیوں کو انعام و اکرام سے بھی نوازا گیا، (مسعود، 2017) اشتہارات کی فراوانی کے ذریعے مالی فوائد پہنچائے گئے اور جب ضرورت پڑی سزا اور تعدیب کا طریقہ بھی اختیار کیا گیا۔ پاکستان کے ابتدائی برسوں میں جنم لینے والی یہ روایت صحافیوں اور خاص طور پر صحافیوں کے ذہنوں میں رچ بس گئی جنہوں نے جبر کے ان زمانوں میں آزادی اظہار کے لیے جدوجہد کی (نیازی، 2004)۔ یہی سبب ہے کہ صحافت پر آنے والی کوئی آزمائش زیر بحث آتی ہے تو یہ سرد و گرم چشیدہ بزرگ ریاست اور اسٹیبلشمنٹ کے عزائم کا ذکر چھیڑ دیتے ہیں۔ اس کے باوجود کہ ریاست، حکومت اور اسٹیبلشمنٹ یا ان سے وابستہ بعض اداروں کا طرز عمل اس سلسلے میں مسائل پیدا کرتا ہے۔ شاید یہی سبب رہا ہو گا کہ آنے والی دہائیوں میں جب نئے حالات میں نئے مسائل پیدا ہوئے تو ان پر زیادہ توجہ نہ دی جا سکی لہذا نئے مسائل و حالات پر تحقیق و تنقید کا سلسلہ کمزور رہا ہے۔ گزشتہ چند برسوں کے دوران میں جب سے جدید ذرائع ابلاغ یعنی سوشل اور ڈیجیٹل میڈیا کی مقبولیت میں اضافہ ہوا ہے اور لوگوں نے خبروں کے حصول کے لیے ان ذرائع کو اہمیت دینی شروع کی ہے، پاکستان میں اس موضوع پر بحث کا آغاز ہو گیا ہے۔

اس سلسلے میں جن موضوعات پر زیادہ توجہ دی جا رہی ہے، ان میں اس قسم کے عنوانات شامل ہیں جن میں سیاسی سرگرمی سے آگاہی اور سیاسی سرگرمیوں میں شرکت کے ضمن میں سوشل میڈیا اور ایک حد تک ڈیجیٹل میڈیا بھی، مصنف کا استعمال (Taufeeq Ahmed, 2019) جیسے موضوعات شامل رہے ہیں۔ اگر پاکستان کی سیاسی تاریخ کو عوام تک رسائی اور ان کی رائے پر اثر انداز ہونے کے لیے جدید ٹیکنالوجی کے استعمال کے تعلق سے مختلف ادوار میں تقسیم کیا جائے تو یہ تسلیم کرنا پڑے گا کہ اس سلسلے میں سال 2014ء ایک غیر معمولی سال ہے جس میں سیاسی مہم جوئی کے لیے سوشل میڈیا کو بنیادی اہمیت ملی۔

اس عہد میں جدید ٹیکنالوجی کے استعمال کی وجہ سے فیک نیوز وغیرہ کے رجحانات کسی قدر زیر بحث آئے ہیں۔ (Tier3) انتخابی عمل میں سماجی رابطے کی ویب سائٹس کے اثرات پر بعض صحافتی رپورٹیں (خبریں) بھی موضوع بنی ہیں۔ (IRNA, 2018) پاکستانی ذرائع ابلاغ میں بھی اس سلسلے میں بعض سرسری رپورٹیں دیکھی جا سکتی ہیں لیکن باقاعدہ تحقیق ابھی ابتدائی مراحل میں ہے۔ ان نئے رجحانات سے جہاں تک روایتی ذرائع ابلاغ کے متاثر ہونے یا انحطاط کا شکار ہوجانے کی بات ہے، اس پر پاکستان میں دانشورانہ سطح پر گفتگو شروع ہوئے زیادہ عرصہ نہیں گزرا۔ اس سلسلے میں بعض دانشوروں کی آرا سامنے آئی ہیں۔ یہ آرا انہوں نے مختلف مذاکروں اور سمیناروں میں پیش کی ہیں۔

لٹریچر کا جائزہ

پاکستان کے مقابلے میں دنیا کے مختلف حصوں میں اس موضوع پر بڑے پیمانے پر توجہ دی گئی ہے۔ اس سلسلے میں ذرائع ابلاغ کی ایک سنجیدہ قاری کا احساس قابل توجہ ہے۔ وہ لکھتی ہیں کہ ذرائع ابلاغ ہمارے ذہنوں کو مسموم کرنے کے لیے بعض اوقات ایسے طریقے اختیار کرتے ہیں کہ عام قاری کو اس کا احساس بھی نہیں ہوتا۔ ایسا کرنے کے لیے وہ الفاظ میں اکثر ایسی معمولی سی ترامیم کر دیتے ہیں جن سے معانی زمین و آسمان کا فرق واقع ہو جاتا ہے۔ اسی طرح وہ بعض اوقات اس قسم کی صورت حال پیدا کر دیتے ہیں جس سے پڑھنے والے کی قوت متخیلہ کہیں سے کہیں جا پہنچتی ہے۔ اس سلسلے میں انہوں نے دو انگریزی الفاظ 'Migrant' اور 'Immigrant' کی مثال پیش کی ہے۔ پہلے لفظ سے مراد روزگار کے لیے کسی شخص کی ایک سے دوسری جگہ منتقلی ہے جب کہ دوسرے لفظ سے مراد کسی شخص کی کسی غیر ملک میں مستقل منتقلی ہے۔ مصنفہ لکھتی ہیں کہ رپورٹنگ کے دوران اخبارات اس قسم کی 'کارروائی' اپنے سیاسی اور نظریاتی رجحانات کے پس منظر میں کرتے ہیں۔ مصنفہ کہتی ہیں کہ برطانیہ کے بڑے اور نہایت معتبر سمجھے جانے والے اخبارات کے مندرجات سے بھی اس قسم کی مثالیں بہ آسانی تلاش کی جا سکتی ہیں۔

انہوں نے اپنے مضمون میں اس سلسلے میں 'Daily Mail'، 'The Guardian' اور 'The Times' جیسے اخبارات کے نام پیش کیے ہیں۔ اخبارات کا یہ طرز عمل مصنفہ کے لیے مایوسی کا باعث بنا ہے۔ ان کا خیال ہے کہ ان اخبارات کے مخاطب عوام نہیں ہوتے بلکہ کوئی خاص نقطہ نظر رکھنے والے لوگ ہوتے ہیں۔ ان کا تمام تر مواد حتیٰ کہ سرخیاں تک ان ہی کو متوجہ کرنے کے لیے ہوتی ہیں۔ (Adams, 2014)

ذرائع ابلاغ کے سنجیدہ صارفین کے اس انداز فکر کا جائزہ ماہرین ابلاغیات نے علمی انداز میں لیا ہے جس کے مطابق اخبارات (اور نیوز چینلز بھی) کی رپورٹنگ تعصبات کا شکار ہے۔ سی این این، فاکس نیوز اور نیویارک ٹائمز عالمی شہرت یافتہ ابلاغی مراکز بھی ایسی شکایات سے میرا نہیں ہیں۔ یہی سبب ہے کہ ذرائع ابلاغ کے صارفین اطلاعات کے حصول کے لیے اب دوسرے ذرائع کی طرف منتقل ہو رہے ہیں۔ (Dickerson, 2017)

نظریاتی وابستگی کے علاوہ ذرائع ابلاغ سے مایوسی کا ایک اور سبب ان اداروں کا بزنس ماڈل ہے جو ان کے مندرجات پر اثر انداز ہوتا ہے۔ اسے سپلائی اینڈ ڈیمانڈ سے تعبیر کیا جا سکتا ہے۔ اس کا تعلق انتخابی عمل کے دوران انتخابی مہم کے بجٹ سے ہے۔ ذرائع ابلاغ کے اس طرز عمل کے ناقدین کا کہنا ہے کہ فیک نیوز اور اپنے پسندیدہ نظریات کی تکرار (Filter Bubble) کے مقابلے میں امریکی ذرائع ابلاغ کا یہ مسئلہ زیادہ بڑا ہے۔ (Anand, 2017)

روایتی ذرائع ابلاغ کے زوال کا جائزہ جس باریک بینی سے دنیا کے مختلف خطوں میں لیا جا رہا ہے، پاکستان ابھی اس دور میں داخل نہیں ہوا۔ البتہ بعض دانش وروں نے اپنی گفتگو میں اس طرف اشارے ضرور کیے ہیں۔ صحافیوں میں اس معاملے جن لوگوں نے توجہ دی ہے، ان میں ابھی تک 'ڈان' اسلام آباد کے سابق ریزیڈنٹ ایڈیٹر فہد حسین کا نام ہی سامنے آیا ہے۔ انہوں نے 'ڈان نیوز' کے ایک ٹاک شو میں کہا کہ صحافت کی بنیاد اعتماد ہے جس سے وہ محروم ہو رہی ہے۔ اس کا سبب یہ ہے صحافیوں کی ایک بڑی تعداد اپنی پسند کے سچ کو ترجیح دینے لگی ہے۔ اس کی مثال انہوں نے یہ پیش کی

کہ صحافیوں کا ایک طبقہ صرف ایک ہی جماعت کے مؤقف کو سچ قرار دیتا ہے اور دوسری جماعت کے مؤقف کو جھوٹ حلال کہ انہیں اس طرح کسی ایک فریق کی طرف داری کرنے کے بہ جائے 'کیس ٹو کیس' مؤقف اختیار کرنا چاہئے۔ فہد حسین کے بہ قول صحافیوں کے اس طرف عمل نے انہیں اپنے قارئین یا ناظرین کے اعتماد سے محروم کر دیا ہے۔ (حسین)

سیاست دان فوادچوڈہری بھی اس موضوع میں دل چسپی رکھتے ہیں۔ اس سلسلے میں ان کے جو خیالات اب تک سامنے آئے ہیں، ان سے اندازہ ہوتا ہے کہ ان کا ذہن اس سلسلے میں ٹیکنالوجی کی طرف ہے جیسے انہوں نے کہا کہ اب کیبل ٹیلی ویژن کا دور بھی آئندہ پانچ برسوں کے دوران میں ختم ہو جائے گا، اس لیے ذرائع ابلاغ اگر جدید ٹیکنالوجی اختیار کرنے میں تاخیر کریں گے تو انہیں مستقبل میں بڑے بحران کا سامنا پڑے گا۔ سرکاری اشتہارات کا حصول پاکستانی ذرائع ابلاغ کی اقتصادی شاہ رگ کی حیثیت رکھتا ہے۔ 2018ء میں تحریک انصاف کی حکومت کے قیام کے بعد میڈیا ہاؤسز کو اس سلسلے میں مشکلات کا سامنا کرنا پڑا اور صحافی بڑی تعداد میں بے روزگار ہوئے۔ اس پس منظر میں حکومت پر زور دیا گیا کہ وہ اشتہارات بحال کرے۔ اس سلسلے میں وزیر اطلاعات نے سوال اٹھایا کہ صحافتی ادارے حکومت کو اگر کلینٹ سمجھنے کے بہ جائے نجات دہندہ (Savior) تصور کریں گے تو پھر وہ صحافت کی آزادی کا سوال کس طرح اٹھا سکتے ہیں۔ (Aslam, 2019)

پاکستان میں روایتی ذرائع ابلاغ کے زوال اور زبوں حالی پر یہ بحث ابھی کسی قدر پریس کلیوں کی دانش ورانہ گفتگوؤں تک محدود ہے، اخبارات کے صفحات میں خبروں کی صورت میں سامنے آئی ہے یا ٹیلی ویژن ٹاک شوں میں۔ یہ دعویٰ کرنا مشکل ہو گا کہ پاکستان میں ابھی تک اس موضوع پر کوئی تحقیقی کام بھی ہوا ہے۔

تحقیق کا طریقہ کار

وہ کیا عوامل ہوتے ہیں جن کے وجہ سے ذرائع ابلاغ اپنے صارفین کی نگاہ میں اپنی قدر و قیمت کھو بیٹھتے ہیں۔ اس سلسلے میں امریکا میں نظریہ سازی کی سطح پر کام ہوا ہے۔ یہ کام ایک طرح سے ایک اور تحقیق کی ضمنی دریافت ہے۔ 1967ء میں امریکا میں یہ تحقیق ہوئی کہ کیا وجہ ہوتی ہے کہ رائے دہندگان کی دل چسپی عام یا صدارتی انتخابات میں محدود ہو جاتی ہے۔ جستجو کا یہ سلسلہ محققین کو ذرائع ابلاغ کے طرز عمل کی طرف لے گیا۔ پہلی بار یہ حقیقت آش کار ہوئی کہ ذرائع ابلاغ جب اپنے طے شدہ اصولوں سے روگردانی کر کے مختلف (غیر پیشہ دارانہ) رویہ اختیار کریں گے تو اس کے نتیجے میں معاشرہ ابلاغی اضطراب (Media Malaise) کا شکار ہو جائے گا۔ کوئی معاشرہ جب ابلاغی اضطراب کا شکار ہو جاتا ہے تو اس کے نتیجے میں جانز، آئینی اور قانونی سیاسی نظام میں عوام کی دل چسپی محدود ہو جاتی ہے۔ (Kurt Lang, 1966) ایسی صورت میں وہ صحافتی ادارے جو ابلاغی اضطراب پیدا کرنے کا ذریعہ بنے ہوں گے، وہ بھی عوام کے اعتماد سے محروم ہو جائیں گے۔ (Hopmann, 2015)

پاکستان کی معروضی سیاسی اور صحافتی صورت حال بھی اس تجزیے پر پوری اترتی ہے۔ اس لیے ذرائع ابلاغ کے انحطاط کی وجوہات کے تعین کے لیے یہ جاننا ضروری ہے کہ کہیں معاشرہ ابلاغی اضطراب کا شکار تو نہیں ہو گیا؟ یہ تعین اخبارات کے تجزیہ مشتملات سے کیا جا سکتا ہے۔

موجودہ دور میں پاکستانی ذرائع ابلاغ، خاص طور پر اخبارات کی سرکیولیشن میں کمی واقع ہوئی اور دیگر کے مقابلے میں اپنے صارفین سے وہ زیادہ محروم ہوئے ہیں، اس لیے تجزیہ مشتملات کے لیے اخبارات کا انتخاب کیا گیا۔ ان نتائج کی تعمیم (Generalization) ممکن ہوگی اور ان نتائج کو پورے پاکستانی میڈیا کے عمومی رجحان پر قیاس کیا جاسکے گا۔ ذرائع ابلاغ کی زبوں حالی کیوں کہ ایک جاری رجحان ہے، اس لیے ماضی قریب کے اخبارات ہی کا تجزیہ مشتملات ہی مناسب تھا، لہذا اس مقصد کے لیے ملک کے معروف کثیر الاشاعت اخبار 'جنگ' کو منتخب کر کے اتفاقی طریقے (Random) دسمبر 2021ء کے دوسرے ہفتے کے اخبارات چنے گئے۔ اس مطالعے کو زیادہ طوالت سے بچانے کے لیے فیصلہ کیا گیا کہ اخبار کے پہلے اور آخری صفحے پر شائع ہونے والے مندرجات تجزیے میں شامل کیے جائیں گے۔

وہ کیا مظاہر ہوسکتے ہیں جو کسی معاشرے کو ابلاغی اضطراب سے دوچار کر سکتے ہیں۔ یہ سوال ایک طویل بحث کامتناقضی ہے تاہم گلیڈی لینگ اور ان کی اہلیہ نے چند واضح محرکات کا تعین کر کے اس سوال کا جواب آسان کر دیا ہے۔ وہ کہتے ہیں:

- جب کسی صورت حال کو اس کے معروضی انداز میں پیش کرنے کے بہ جائے منفی انداز میں پیش کیا جائے (خیالات یا موقف پر شخصیت کو ترجیح دینا)
- کسی صورت حال کا جائزہ توضیحی انداز میں لیا جائے کیوں کہ توضیح کرتے ہوئے مصنف کسی حقیقت واقعہ میں اپنے خیالات کی آمیزش کر سکتا ہے۔
- کسی صورت حال میں کوئی حقیقی اور بنیادی مسئلہ معاشرے کا ایجنڈا یا کسی جماعت کا انتخابی نعرہ یا کسی صورت حال میں کسی فریق کا اصولی موقف ہو لیکن اس موقف پر نظر انداز کر کے جوابی طور پر کسی موقف کو اجاگر کرنا
- معاشرے میں تشدد اور تصادم سے متعلقہ واقعات کو نمایاں کرنا

اس مطالعے میں ان بنیادی و عملی پیرا میٹرز کی روشنی میں یہ جائزہ لیا گیا

'پاکستانی ذرائع ابلاغ ابلاغی اضطراب پیدا کرنے کا باعث بنتے ہیں'۔

تجزیہ مشتملات کے نتائج

ابلاغی اضطراب کے اس پیمانے کے مطابق زیر مطالعہ عرصے کے اخبارات میں شائع ہونے والا مواد دل چسپ اعداد و شمار پیش کرتا ہے۔

ایک ہفتے کے دوران اخبار کے پہلے اور آخری صفحے پر شائع ہونے والی خبروں کی کل تعداد 397 100%

قومی زندگی سے متعلق شائع ہونے والی خبروں کی تعداد 208 52.40%

ابلاغی اضطراب پیدا کرنے والی خبریں 193 92.80%

ان اعداد و شمار کی زمرہ جاتی (Category) صورت حال اس مطالعے کو مزید واضح کرتی ہے۔ اس سے اندازہ ہوتا ہے کہ ابلاغی اضطراب پیدا کرنے والے مختلف عوامل کو ظاہر کرنے والے مواد ہمارے ذرائع ابلاغ میں کتنی جگہ پاتا ہے:

منفی اثرات رکھنے والا مواد	19.23%
کسی حقیقی مسئلے پر کم اہمیت یا مصنوعی اہمیت رکھنے والا مواد	7.2%
توضیحی اسلوب رکھنے والا مواد	1.45%
تصادم اور تشدد کو فروغ دینے والا مواد	64.91%
ابلاغی اضطراب پیدا کرنے والے مواد کی کل مقدار	92.79%
ابلاغی اضطراب سے پاک مواد کی مقدار	7.21%

زیر مطالعہ عرصے میں اخبار میں شائع ہونے والے کل مواد، اس کے مقابلے میں ابلاغی اضطراب پیدا کرنے والے مواد کی مقدار سے واضح ہے، یوں یہ ثابت ہو جاتا ہے کہ ذرائع ابلاغ ابلاغی اضطراب پیدا کرنے والا مواد زیادہ مقدار میں شائع ہوتا ہے اور ابلاغی اضطراب پیدا کرنے کا باعث بنتا ہے کیوں کہ ذرائع ابلاغ کے صارفین ابلاغی اضطراب پیدا کرنے والے مواد کو وصول کرنے والی انتہا پر ہے اور اس کے لیے اس یلغار سے بچنا ممکن نہیں، سوائے اس کے کہ وہ اس سے لاتعلقی اختیار کر لیں۔

ابلاغی اضطراب کے اثرات رکھنے والے مواد کی عددی مقدار (52.40%) اپنی جگہ لیکن ایک حقیقت یہ بھی ہے کہ دیگر یعنی (47.60%) فیصد مواد بیرون پاکستان میں رونما ہونے والے واقعات، معیشت اور کھیلوں وغیرہ کی خبروں سے متعلق ہوتا ہے۔ قومی سیاسی اہمیت سے تعلق رکھنے والی خبروں کے مقابلے میں یہ مواد کم نمایاں انداز میں شائع کیا جاتا ہے۔ اس طرح کل مواد میں تقریباً نصف سے کم ہونے کے باوجود یہ مواد سیاسی معاملات میں سنسنی خیزی پیدا کرنے والے مواد کے مقابلے میں نہ زیادہ نمایاں ہوتا ہے، اس لیے سیاسی پیغام رکھنے والے مواد کے مقابلے میں اس نوعیت کا مواد قومی سطح پر بحث کا موضوع بننے کی کم اہمیت رکھتا ہے۔

تجزیہ مشتملات کی زمرہ جاتی تقسیم (ڈسکشن)

یہاں ضروری محسوس ہوتا ہے کہ ابلاغی اضطراب پیدا کرنے والے مختلف زمروں (جن کے اعداد و شمار پیش کیے گئے) کی کیفیات پیش کی جائیں جن سے اندازہ ہو سکے گا کہ وہ کس قسم کے پیغامات ہو سکتے ہیں جو ذرائع ابلاغ کے صارفین میں ذرائع ابلاغ میں مایوسی پیدا کرنے کا باعث بن سکتے ہیں۔

منفی اثرات رکھنے والا مواد

سیاسی زندگی میں مختلف سیاسی شخصیات کے درمیان مختلف مسائل پر اختلاف اور اس اختلاف کے نتیجے میں تلخی کا پیدا ہو جانامعمول ہے۔ تلخی کے اظہار کی مختلف صورتیں ہو سکتی ہیں۔ اگر مخالفین کے درمیان ایسے الفاظ کا تبادلہ ہو جائے یا کسی ایک فریق کی طرف سے اخلاق سے گزرے ہوئے الفاظ استعمال کر لیے جائیں اور ذرائع ابلاغ میں بھی وہ اپنی اسی حیثیت سے جگہ پانے میں کامیاب ہو جائیں تو یہ چیز ابلاغی اضطراب پیدا کرنے کا باعث بن سکتی ہے۔ ایسا ہی ایک واقعہ دسمبر 2021ء میں رونما ہوا جس کی وجہ سے بیان در بیان اور الزامات اور جوابی الزامات کا سلسلہ دراز ہو گیا۔ سپریم کورٹ آف پاکستان کے ایک سابق جج کسی زمانے میں ایک سیاسی جماعت میں

شامل ہو گئے تھے۔ اس جماعت کے طرز عمل سے اختلافات کی وجہ سے وہ اس سے علیحدہ ہو گئے۔ بعد میں کسی وقت انہوں نے یہ بیان جاری کیا کہ اس جماعت کے سربراہ اپنا کوئی ذاتی ذریعہ آمدن نہیں رکھتے، اس لیے ایک بڑے صنعت کار خفیہ طور پر ان کے اخراجات پورے کرتے ہیں۔ ان کے اس الزام کے جواب میں اس جماعت کے ایک اہم عہدے دار اور وفاقی وزیر نے سابق جج کا نام لے کر انہیں مسخرہ قرار دیتے ہوئے کہا کہ ہمیں ان کے بے ہودہ الزامات پر توجہ دینے کی کوئی ضرورت نہیں۔ (نمائندہ، جسٹس وجیہ جیسے مسخروں کو توجہ دینے کی ضرورت نہیں، 2021) اسی طرح کراچی میں بلدیاتی قانون میں ترامیم کے لیے دیے گئے دھرنے کے خلاف حکمران جماعت کے ایک ذمہ دار نے الزام لگایا کہ احتجاج کرنے والے لسانی فسادات کرنا چاہتے ہیں۔ (نمائندہ، اپوزیشن لسانی فسادات کرنا چاہتی ہے، 2021) اس کی ایک اور مثال ریاستی سطح کے اہم عہدے دار کے ایک بیان کی صورت میں سامنے آئی جس میں انہوں نے ملک کی اقتصادی بدحالی کا ذمہ دار سابق حکومتوں کے بے لالہ تلوں کو قرار دیتے ہوئے کہا کہ ان جماعتوں نے ملک میں خاندانی آمریت کو فروغ دیا۔ (نمائندہ، ملک کی بدحالی کے ذمے دار بھٹو اور شریف خاندان ہیں)

منفی خبروں اور اُن کے خاموش اثرات پر کام کرنے والے مصنفین نے اس قسم کی خبروں اور بیان بازی کے بارے میں قرار دیا ہے کہ اس قسم کے الزامات اور جوابی الزامات بدمزگی کا ایک طویل سلسلہ چل نکلتا ہے جس سے ذرائع ابلاغ کے صارفین میں بدمزگی اور انقباض کی کیفیت پیدا ہوتی ہے۔ (Jan Kleinnijenhuis, 2006) یہ کیفیت سیاسی عمل کے علاوہ خود ذرائع ابلاغ سے بیزاری کا باعث بھی بنتی ہے۔

کسی حقیقی مسئلے پر کم اہمیت یا مصنوعی اہمیت رکھنے والا مواد سیاسی عمل متنوع پہلو رکھتا ہے، اس عمل کے دوران میں فریقین کے درمیان سیاسی موقف اور بیانیوں کی تکرار ہوتی ہے۔ پاکستانی سیاست کی تاریخ سے اس کی کئی مثالیں پیش کی جا سکتی ہیں۔ سال دو ہزار اٹھارہ میں پاکستان میں جس سیاسی دور کا آغاز ہوا، اس کا ایک مسئلہ اقتصادی مسائل رہا ہے۔ مہنگائی میں بڑے پیمانے پر اضافہ ہوا اور لوگ بڑی تعداد میں بے روزگار ہوئے حکومتیں ایسے مسائل پر ظاہر ہے کہ دباؤ کا شکار ہوتی ہیں اور عوام کو امید دلانے کے جتن کرتی ہیں یا ان کی توجہ دیگر مسائل پر مبذول کرانے کی کوشش کرتی ہیں۔ اس دور میں حکومت نے اس مسئلے کی شدت کو تسلیم کرنے کے بہ اس کے متوازی موقف اختیار کیا۔ حکومت کی طرف سے یہ تکرار کہا گیا کہ ملک کی معیشت بہتر ہے اور تیزی سے بہتر ہو رہی ہے۔ (نمائندہ، غربت میں کمی، لوگ روزگار ڈھونڈنے پاکستان آئیں گے، 2021) ان ہی دنوں ملکی راز فروخت کرنے کے الزام میں معمولی عہدہ رکھنے والے ایک پولیس اہل کار کی گرفتاری کی خبر آئی۔ (نمائندہ، ملکی راز بیچنے کا الزام)۔ اسی خبر کی تفصیل میں جائیں تو کوئی اور کہانی سامنے آتی ہے لیکن سرخیوں سے یہی ظاہر ہوا کہ یہ راز فروخت کرنے کا معاملہ تھا۔

انتخابی مہمات کے دوران یا کسی دوسری سیاسی سرگرمی کے موقع پر ذرائع ابلاغ میں بعض اوقات اس نوعیت کا مواد جگہ پانے لگتا ہے جس سے اصل مسئلہ پس پشت چلا جاتا ہے اور کوئی دوسرا مسئلہ زیادہ نمایاں ہو جاتا ہے۔ پیٹرسن نے اس قسم کے مواد کو ٹیکٹیکل سے تعبیر کیا ہے (Thomas, 1993) جیسے انتخابی مہم کے دوران

کسی سیاسی جماعت کے ایجنڈے اور انتخابی منشور پر توجہ دینے کے بجائے اس جماعت کے اندر ٹکٹوں کی تقسیم پر زیادہ توجہ دی جانے لگے۔

توضیحی اسلوب رکھنے والا مواد

توضیحی اسلوب میں خبر نگار کے پاس کسی معروضی صورت حال پر تبصرہ کرتے ہوئے رنگ آمیزی کی کافی گنجائش ہوتی ہے۔ اینڈریاس شک نے اپنے مقالے میں روبنس کا حوالہ دیا ہے جنہوں نے لکھا ہے کہ صحافیوں کا توضیحی انداز اضطراب پیدا کرنے کا باعث بنتا ہے۔ (A.R.T, 2017) سبب وہی ہے کہ کسی صورت حال کا تجزیہ اور توجیہ کرتے ہوئے صحافی کے لیے کسی صورت حال میں اپنی رائے ظاہر کرنے کی کافی گنجائش میسر آجاتی ہے۔

زیر مطالعہ عرصے کے دوران میں اخبار کے خبری صفحات پر اس نوعیت کا زیادہ مواد نہیں پایا گیا۔ تاہم اس زمانے میں ٹیلی ویژن چینل کے ٹاک شو کی تفصیلات اخبارات میں شائع کرنے کا رجحان کافی پختہ ہو چکا تھا۔ اس نوعیت کی کچھ خبریں زیر مطالعہ اخبارات میں بھی شائع ہوئیں۔ ان میں ایک خبر میں حکومت کی طرف سے حزب اختلاف پر تنقید کی حوصلہ افزائی کی گئی۔ (رپورٹ) اسی طرح ایک اور خبر میں بتایا گیا کہ اسلام آباد میں سیاسی ماحول گرم ہو گیا اور وزیرا گھبراہٹ کا شکار دکھائی دینے لگے۔ (نمائندہ، اسلام آباد میں حالات بدلنے لگے، وزیرا گھبراہٹ کا شکار، 2021) پاکستان میں اس مزاج کی خبروں کی اشاعت عام ہے لیکن کسی کو گھبرایا ہوا قرار دینا ایک موضوعی (Subjective) معاملہ ہے۔

تصادم اور تشدد کو فروغ دینے والا مواد

بدتمیزی اور بری زبان کا استعمال جب بڑھ کر تصادم کی شکل اختیار کر جائے (A.R.T, 2017) یا تشدد کی راہ پر جانکلے تو اس کی کوریج بلکہ ضرورت سے زیادہ کوریج بھی اضطراب کو جنم دیتی ہے۔ ابلاغی اضطراب پر کام کرنے والے محققین نے اضطراب کی اس صورت کو کافی اہمیت دی ہے۔ پاکستان کی سیاسی صورت حال میں بھی اس کی کافی صورتیں ہیں جن میں تشدد سے لے سیاسی سرگرمیوں تک شامل ہیں جیسے پارلیمنٹ کے اندر ہنگامہ اور تلخ کلامی وغیرہ۔ زیر مطالعہ زمانے میں اسی زمرے سے متعلق سب سے زیادہ مواد سامنے آیا۔

اس زمانے میں پارلیمنٹ کی پبلک اکاؤنٹس کمیٹی کے معاملات کے ضمن میں تلخی پائی جاتی تھی، وزیراعظم چڑ کر جس کا معاملہ کابینہ میں لے گئے (نمائندہ، وزیر اعظم پبلک اکاؤنٹس کمیٹی کی کابینہ سے متعلق شکایات کابینہ میں لے آئے) اور اس موضوع پر تند و تیز بیانات سامنے آئے۔ جسٹس شوکت صدیقی جنہیں ان کے منصب سے ہٹا دیا گیا تھا، ان کے مقدمے کی سماعت کی تفصیلات اخبارات میں شائع ہوئیں جن میں ان سے کہا گیا تھا کہ انہیں ثابت کرنا ہے کہ ان کے ساتھ زیادتی کی گئی۔ (نمائندہ، وزیر اعظم پبلک اکاؤنٹس کمیٹی کی کابینہ سے متعلق شکایات کابینہ میں لے آئے) اس طرح کے تنازعات کی خبروں کے علاوہ سابق وزیر اعظم میاں نواز شریف کی تاحیات نااہلی کے خاتمے کے لیے عدالت میں پٹیشن (نمائندہ، تاحیات نااہلی کے خلاف اپیل دائر) کے دائر کرنے کے علاوہ کئی پولیس مقابلوں کی خبریں بھی اخبار میں شائع ہوئیں (نمائندہ، کراچی میں پولیس مقابلہ، 2021)

خلاصہ کلام

یہ جائزہ واضح کرتا ہے کہ پاکستانی ذرائع ابلاغ میں ایسا مواد کثرت کے ساتھ موجود ہے جو صارفین کو اضطراب یا بے زاری میں مبتلا کر سکتا ہے۔ یقین سے نہیں کہا جا سکتا کہ پاکستان جیسے معاشروں میں یہ موضوع زیر بحث آیا ہوگا۔ البتہ مغرب میں اس موضوع پر کافی توجہ دی جا رہی ہے جس سے یہ بھی سمجھ میں آتا ہے کہ موجودہ دور میں ذرائع ابلاغ کے صارفین کی تعداد میں کمی کے رجحان کے کیا اسباب ہو سکتے ہیں۔

عالمی شہرت یافتہ ماہر نفسیات پروفیسر گراہم ڈیوی کا خیال ہے کہ گزشتہ پندرہ بیس برس کے دوران میں خبروں کی پیش کش کے انداز میں جوہری تبدیلی رونما ہو چکی ہے۔ یہ تبدیلی ذہنی صحت کے لیے بہت نقصان دہ ہے۔ (MARKHAM HEID, 2018) پروفیسر ڈیوی کی یہ تشخیص پاکستانی معاشرے میں معالجین کے اس مشورے سے مطابقت رکھتی جس میں وہ اپنے مریضوں کو اخبار کے مطالعے اور ٹیلی ویژن کی خبروں سے دور رہنے کا مشورہ دیتے ہیں۔ مارخم ہیڈ (MARKHAM HEID) نے لکھا ہے کہ امریکی جائزوں اور سروے رپورٹس کے مطابق یہ بات پایہ ثبوت کو پہنچ گئی ہے کہ ذرائع ابلاغ کے صارفین ذہنی انتشار اور دباؤ، بے چینی، تھکن اور بے خوابی کا شکار ہو جاتے ہیں۔ (Ibid)

مارخم ہیڈ کے اس دعوے کی تصدیق اسی موضوع پر سامنے آنے والی دیگر تحقیق سے بھی ہوتی ہے۔ ایک برطانوی میڈیا پریکٹیشنر نے اپنے ایک مضمون میں اسے تجرباتی طریقے سے بیان کیا ہے۔ وہ لکھتی ہیں کہ 'بری خبر' ایک حقیقی وجود رکھتی ہے۔ یہ جو ہمارے ارد گرد خبروں کا ہجوم اکٹھا ہو چکا ہے، اس کی وجہ سے ہم خود کو بے بس محسوس کرتے ہیں۔ ہم پر یاسیت غلبہ پا لیتی ہے اور مستقبل کے بارے میں ہم پُر امید نہیں رہتے ہیں۔ وہ لکھتی ہیں کہ جب ان پر ایسی کیفیات کا غلبہ ہو گیا تو انہوں نے اپنے سیل فون پر خبروں اداروں کے الرٹ غیر فعال (Disable) کر دیے چند دنوں کی بعد ان کی کیفیات بدل گئیں۔ ان کی ناامیدی کا خاتمہ ہو گیا اور وہ اپنے اور اپنے خاندان کے مستقبل کے بارے میں پر امید ہو گئیں۔ (Radojevic)

صدر ڈونلڈ ٹرمپ کے زمانے میں امریکا میں سیاست میں جس قسم کا بیجان دیکھنے میں آیا اور اس کی عکاسی ذرائع ابلاغ میں ہوئی، اس سے بھی ظاہر ہوتا ہے کہ میڈیا کے صارفین اس سے بیزار محسوس کرتے ہیں اور وہ سیاسی خبروں سے زیادہ دیگر موضوعات کے بارے میں جاننے میں دل چسپی رکھتے ہیں۔ یہ معاملہ کس انتہا کو جا پہنچا ہے، اس کا اندازہ ایک مذاکرے سے ہوتا ہے

ایونیورسٹی آف سوسکس (Sussak) کے پروفیسر امریش اور نفسیات کے جرنل Experimental Psychopathology کے مدیر اعلیٰ جس میں امریکا کے چوٹی کے صحافیوں نے جن کا تعلق سی این این سمیت دیگر اداروں سے تھا۔ جوشوا بینٹن کہتے ہیں کہ خبروں بھرمار اتنی ہو گئی ہے کہ امریکی صارفین اپنے اسکرین آف کر کے اور ہیڈ فون اتار کر بیٹھ گئے ہیں (Chakrabarti, 2019) ٹینا روزبرگ¹ کا خیال ہے کہ سیاسی امور کے بارے میں کوریج میں صارفین کی دل چسپی

² ٹینا روزن برگ، سلوشن جرنلزم نیٹ ورک کی شریک بانی، نیویارک ٹائمز کے کالموں پر مشتمل کتاب 'The Fixer' کی شریک مصنف۔ وہ معتبر امریکی صحافتی ایوارڈ پولٹزر بھی حاصل کر چکی ہیں۔

انتہائی محدود ہو چکی ہے۔ یہی سبب ہے کہ ذرائع ابلاغ اب عالمی معیشت اور ٹیکنالوجی جیسے موضوعات کی کوریج پر سرمایہ کاری کر رہے ہیں۔ (Chakrabarti, 2019)

ذرائع ابلاغ کے خبری مواد اور خاص طور پر بڑھتی ہوئی سیاسی کوریج سے بے زاری کے بارے میں ان تاثرات کی سائنسی اعتبار سے پیو ریسرچ کے ایک سروے سے تصدیق ہو جاتی ہے پیو ریسرچ نے اس سروے میں ری پبلکن اور ڈیموکریٹ کے وابستگان کے علاوہ امریکی معاشرے کے مختلف طبقات کی دل چسپی کا کھوج لگایا ہے۔ سیاسی کوریج میں دل چسپی کے ضمن میں ان دونوں امریکی سیاسی جماعتوں کی حامیوں کے اعداد و شمار میں اگرچہ کچھ فرق ہے لیکن پورے معاشرے کی دل چسپی عمومی طور پر غیر معمولی کمی کے رجحان کی عکاس ہے۔ اس جائزے کے مطابق 32 فیصد امریکی سیاسی کوریج کے موجودہ رجحان سے اطمینان محسوس کرتے ہیں، اس کے مقابلے میں 66 فیصد افراد اس سے بے چینی اور پریشانی محسوس کرتے ہیں۔ (GOTTFRIED, 2020)

ذرائع ابلاغ میں بڑھتی ہوئی سیاسی کوریج کی مختلف صورتوں سے بے زاری کے رجحان کی تصدیق سائنسی بنیاد پر کیے جانے والے جائزوں سے ہوتی ہے۔ کیا ان جائزوں کی بنیاد پر یہ دعویٰ کیا جاسکتا ہے کہ پاکستانی ذرائع ابلاغ کے صارفین بھی دنیا کے دیگر حصوں کے صارفین کی طرح پاکستانی ذرائع ابلاغ کے مواد سے تھک چکے ہیں اور اب ان کی دل چسپی دیگر موضوعات میں ہے؟ درست طریقہ تو یہی ہے کہ کسی نتیجے پر پہنچنے کے لیے اس ضمن میں باقاعدہ جائزے اور سروے منعقد کیے جائیں۔ یہ جائزے ثابت کر دیں گے کہ ذرائع ابلاغ میں خبری مواد کے مقابلے میں دیگر مواد میں دل چسپی کے رجحانات ترقی کر رہے ہیں لیکن بعض رجحانات بالکل واضح ہیں جیسے گزشتہ چند برسوں کے دوران میں پاکستانی اخبارات کی اشاعت اور فروخت میں غیر معمولی کمی ریکارڈ کی گئی ہے۔ اسی طرح نیوز چینلز کی مقبولیت میں کمی دیکھی گئی ہے اور ان کے مقابلے میں ڈرامے اور کھانے پینے کی اشیاء کی تیاری کے طریقے بتانے والے چینلز کی مقبولیت میں اضافہ ہوا ہے۔ زیر نظر تجزیہ مشتملات سے یہ ثابت ہو گیا ہے کہ پاکستانی ذرائع ابلاغ میں ایسے مواد کا غلبہ بلکہ غیر معمولی کثرت ہے جو صارفین کی بے زاری کا باعث بن کر انہیں ذرائع ابلاغ سے دور کرنے کا باعث بن سکتا ہے۔ یہ جائزہ اس امکان کی تصدیق کر دیتا ہے کہ پاکستانی ذرائع ابلاغ خاص طور پر اخبارات کی اشاعت میں کمی اور خبری ٹیلی ویژن چینلوں کی عدم مقبولیت کے بڑھتے ہوئے رجحان کا ایک سبب ابلاغی اضطراب بھی ہے۔

References

- A.R.T, S. (2017). *Media Malaise and Political cynicism*. (P. R. Zoonen, Ed.) Jhon Wiley and Sons.
- Adams, K. (2014). *How the Media Uses Language to Manipulate You*. Retrieved January 2022, 2022, from <https://www.writerscookbook.com/media-uses-language-manipulate/#:~:text=The%20media%20uses%20language%20to%20manipulate%20us%20in,allowing%20us%20to%20relate%20to%20the%20article%20more>.
- Anand, B. N. (2017). *The U.S. Media's Problems Are Much Bigger than Fake News and Filter Bubbles*. Retrieved January 27, 2022, from <https://hbr.org/2017/01/the-u-s-medias-problems-are-much-bigger-than-fake-news-and-filter-bubbles#:~:text=The%20U.S.%20Media%E2%80%99s%20Problems%20Are%20Much%20Bigger%20than,%E2%80%94%20in%20its%20coverage%20of%20the%20presidential%20election>.
- Chakrabarti, M. (2019). *News Fatigue? Why More People Are Avoiding News Consumption*. Retrieved January 2022, from <https://www.wbur.org/onpoint/2019/06/26/news-fatigue-why-more-people-are-avoiding-news-consumption>
- David Nicolas Hopmann, A. S. (2015). *Contagious Media Effects: How Media Use and*. doi: 10.1080/15205436.2015.1022190
- Dickerson, J. (2017). *Why Mainstream Media is Dying?* Retrieved from <https://www.theodysseyonline.com/why-mainstream-media-is-dying>
- GOTTFRIED, J. (2020). *Americans' news fatigue isn't going away – about two-thirds still feel worn out*. Retrieved January 2022, from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/02/26/almost-seven-in-ten-americans-have-news-fatigue-more-among-republicans/>

- Irfan Aslam*. (2019). Karachi, Pakistan: Herald Publications. Retrieved jANUARY 20, 2022, from <https://www.dawn.com/news/1457457>
- IRNA. (2018). *Impact of social media on Pakistani election*. Tehran. Retrieved January 28, 2022, from <https://en.irna.ir/news/82979543/Impact-of-social-media-on-Pakistani-election>
- Jan Kleinnijenhuis, A. M. (2006). *Negative News and the Sleeping Effects of Distrust*. doi:1177/1081180X06286417
- Kurt Lang, G. E. (1966). *Mass Media And Voting* (2nd ed.). (M. J. Hirsch, Ed.) New York: Free Press.
- MARKHAM HEID. (2018). *You Asked: Is It Bad for You to Read the News Constantly?* Retrieved January 2022, from <https://time.com/5125894/is-reading-news-bad-for-you/>
- Monika Radojevic. (n.d.). *Bad news fatigue- Why I took abreak from the this Christmas*. Retrieved January 2022, from <https://study.soas.ac.uk/author/monika/>
- Taufeeq Ahmed, A. A. (2019). *The Use of Social Media on Political Political Participation*. doi:10.1177/2158244019864484
- Thomas, P. E. (1993). *Out of Order*. New York: Alfred A. Knof.
- Tier3. (n.d.). *Fake News & Social Media Propaganda – Impact and Effects on Election Campaigns and polls in Pakistan*. Islamabad, Pakistan. Retrieved January 28, 2022, from <https://tier3.pk/fake-news-social-media-propaganda-impact-and-effects-on-election-campaigns-and-polls-in-pakistan/>
- ف, حسین. (n.d.). *In Focus*. پاکستان, کراچی. Retrieved from https://twitter.com/waqasali012/status/1480469626785959936?t=mpeARxAXrgQenc_CLCjaTg&s=08

- پاکستان، سندھ، کراچی (ed. پنجم) یہ صورت گر کچھ خوابوں کے (2017). م. ط. ڈاکٹر ہما پبلشنگ ہاؤس
- ، الرحمن ش. م. حزب اختلاف پر تنقید سے حکومت کو فائدہ ہوگا (n.d.). و. ٹ. رپورٹ انڈیپینڈنٹ نیوز پیپرز کارپوریشن: راول پنڈی (Ed.)
- رحمت (2019). *Why is Pakistan's Media In Crises*. Karachi, Pakistan: Herald Publications. Retrieved from <https://www.pakistanpressfoundation.org/why-is-pakistans-media-in-crisis/>
- ہما پبلشنگ ہاؤس: کراچی یہ صورت گر کچھ خوابوں کے (2017). ط. ڈ. مسعود
- دسمبر (Ed.)، الرحمن ش. م. اپوزیشن لسانی فسادات کرانا چاہتی ہے (2021). نمائندہ 2022 جنوری Retrieved راول پنڈی
- ش. م. اسلام آباد میں حالات بدانے لگے، وزیر گھبراہٹ کا شکار (2021). نمائندہ انڈیپینڈنٹ نیوز پیپرز کارپوریشن: راول پنڈی (Trans.)، الرحمن
- ش. م. جسٹس وحیہ جیسے مسخروں کو توجہ دینے کی ضرورت نہیں (2021). نمائندہ 2022 جنوری Retrieved انڈیپینڈنٹ نیوز پیپرز کارپوریشن: راول پنڈی (Ed.)، الرحمن
- ش. م. غربت میں کمی، لوگ روزگار ڈھونڈنے پاکستان آئیں گے (2021). نمائندہ 2022 جنوری Retrieved دسمبر (Ed.)، الرحمن
- انڈیپینڈنٹ: راول پنڈی (Ed.)، الرحمن ش. م. کراچی میں پولیس مقابلہ (2021). نمائندہ نیوز پیپرز کارپوریشن
- انڈیپینڈنٹ: راول پنڈی (Ed.)، الرحمن ش. م. تاحیات نالہی کے خلاف اپیل دائر (n.d.). نمائندہ نیوز پیپرز کارپوریشن
- ، الرحمن ش. م. ملک کی بدحالی کے ذمے دار بھٹو اور شریف خاندان ہیں (n.d.). نمائندہ 2022 جنوری Retrieved انڈیپینڈنٹ نیوز پیپرز کارپوریشن: راول پنڈی (Ed.)
- راول پنڈی (Ed.)، الرحمن ش. م. ملکی راز بیچنے کا الزام (n.d.). نمائندہ 2022 جنوری Retrieved

وزیر اعظم پبلک اکاؤنٹس کمیٹی کی کابینہ سے متعلق شکایات کابینہ میں (n.d.). نمائندہ
انڈیپنڈنٹ نیوز پیپرز کارپوریشن: راوپ پنڈی (Ed., الرحمن ش. م) لے آئے
پاکستان: کراچی (Trans., کمال ا.). (ed. اول) صحافت پابند صحافت (2004). ض، نیازی
اسٹڈی سنٹر جامعہ کراچی