

DDMC211CCT

# الکٹرانک صحافت

(Electronic Journalism)



نظامتِ فاصلاتی تعلیم

مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی

حیدرآباد، تلنگانہ، انڈیا-500032

© Maulana Azad National Urdu University

Course: Electronic Journalism

ISBN: 978-93-95203-51-7

First Edition: October, 2012

Revised Edition: December, 2022



On behalf of the Registrar, Published by:

**Directorate of Distance Education**

Maulana Azad National Urdu University

Gachibowli, Hyderabad-500032 (TS), India

Director: dir.dde@manuu.edu.in Publication: ddepublication@manuu.edu.in

Phone number: 040-23008314 Website:manuu.edu.in

© All rights reserves. No part of this publication may reproduces or transmitted in any form or by any means, electronically or machedically, including photocopying or any information storage or retrieval system, without prior permission in writing from the publisher (registrar@manuu.edu.in)



ایڈیٹر

Editor

Shams Imran  
Assistant Professor (JMC)  
Directorate of Distance Education  
Maulana Azad National Urdu University,  
Hyderabad

شمس عمران  
اسٹنٹ پروفیسر (ذرائع ابلاغ و ترسیل عامہ)  
نظامت فاصلاتی تعلیم  
مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

لینگویج ایڈیٹر  
Language Editor

Dr. Mohd Akmal Khan  
Directorate of Distance Education  
Maulana Azad National Urdu University,  
Hyderabad

ڈاکٹر محمد اکمل خان  
نظامت فاصلاتی تعلیم  
مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

ایڈیٹوریل بورڈ

Editorial Board

Shams Imran  
Assistant Professor (JMC)  
Directorate of Distance Education  
Maulana Azad National Urdu University,  
Hyderabad

شمس عمران  
اسٹنٹ پروفیسر (ذرائع ابلاغ و ترسیل عامہ)  
نظامت فاصلاتی تعلیم  
مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

Dr. Aftab Alam Baig  
Assistant Registrar  
Directorate of Distance Education  
Maulana Azad National Urdu University,  
Hyderabad

ڈاکٹر آفتاب عالم بیگ  
اسٹنٹ رجسٹرار  
نظامت فاصلاتی تعلیم  
مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

پروگرام گوآرڈی نیٹر  
شمس عمران، اسٹنٹ پروفیسر (جرنلزم اینڈ ماس کمیونیکیشن)  
نظامتِ فاصلاتی تعلیم، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

اکائی نمبر

اکائی 1، 4

اکائی 2، 3

اکائی 5، 6



مصنفین:

ادارہ (ترتیب و ادارت ڈاکٹر آفتاب عالم بیگ، اسٹنٹ رجسٹرار، ڈی ڈی ای، مانو)

جناب عارف معین، ای ٹی وی اردو، حیدرآباد

جناب جمیل شیدائی، گوآرڈی نیٹر، سیاست اسٹڈنٹس، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد

پروف ریڈنگ:

ڈاکٹر شمس الحق : اول

ڈاکٹر آفتاب عالم بیگ : دوم

شمس عمران : فائنل

## فہرست

06	وائس چانسلر	پیغام
07	ڈائریکٹر، نظامت فاصلاتی تعلیم	پیغام
09	کوآرڈینیٹر	کورس کا تعارف
11	ریڈیو اور ٹیلی ویژن	اکائی 1
30	کیبل سیٹلائٹ اور ڈائریکٹ ٹو ہوم (ڈی۔ٹی۔ایچ)	اکائی 2
49	آڈیو اور ویڈیو کیسٹ، کمپیوٹر ڈسک، ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک	اکائی 3
	لیزر کمپیکٹ ڈسک، پاور پوائنٹ	
69	الکٹرانک میڈیا، اطلاعات، تعلیم اور تفریح	اکائی 4
100	ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے سامعین و ناظرین کی قسمیں اور ہدف گروپس	اکائی 5
119	آوازوں کا تعارف، ریڈیائی آواز کی بصری خصوصیت	اکائی 6
	مختلف اقسام کے صوتی تاثرات	
135	نمونہ امتحانی پرچہ	

## پیغام

مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی 1998 میں وطن عزیز کی پارلیمنٹ کے ایکٹ کے تحت قائم کی گئی۔ اس کے چار نکاتی مینڈیٹس یہ ہیں۔  
(1) اردو زبان کی ترویج و ترقی (2) اردو میڈیم میں پیشہ ورانہ اور تکنیکی تعلیم کی فراہمی (3) روایتی اور فاصلاتی تدریس سے تعلیم کی فراہمی اور (4) تعلیم نسواں پر خصوصی توجہ۔ یہ وہ بنیادی نکات ہیں جو اس مرکزی یونیورسٹی کو دیگر مرکزی جامعات سے منفرد اور ممتاز بناتے ہیں۔ قومی تعلیمی پالیسی 2020 میں بھی مادری اور علاقائی زبانوں میں تعلیم کی فراہمی پر کافی زور دیا گیا ہے۔

اردو کے ذریعے علوم کو فروغ دینے کا واحد مقصد و منشا اردو داں طبقے تک عصری علوم کو پہنچانا ہے۔ ایک طویل عرصے سے اردو کا دامن علمی مواد سے لگ بھگ خالی رہا ہے۔ کسی بھی کتب خانے یا کتب فروش کی الماریوں کا سرسری جائزہ اس بات کی تصدیق کر دیتا ہے کہ اردو زبان سمٹ کر چند ”ادبی“ اصناف تک محدود رہ گئی ہے۔ یہی کیفیت اکثر رسائل و اخبارات میں دیکھنے کو ملتی ہے۔ اردو قاری اور اردو سماج دور حاضر کے اہم ترین علمی موضوعات سے نابلد ہیں۔ چاہے یہ خود ان کی صحت و بقا سے متعلق ہوں یا معاشی اور تجارتی نظام سے، یا مشینی آلات ہوں یا ان کے گرد و پیش ماحول کے مسائل ہوں، عوامی سطح پر ان شعبہ جات سے متعلق اردو میں مواد کی عدم دستیابی نے عصری علوم کے تئیں ایک عدم دلچسپی کی فضا پیدا کر دی ہے۔ یہی وہ چیلنجز ہیں جن سے اردو یونیورسٹی کو نبرد آزما ہونا ہے۔ نصابی مواد کی صورت حال بھی کچھ مختلف نہیں ہے۔ اسکولی سطح پر اردو کتب کی عدم دستیابی کے چرچے ہر تعلیمی سال کے شروع میں زیر بحث آتے ہیں۔ چوں کہ اردو یونیورسٹی کا ذریعہ تعلیم اردو ہے اور اس میں عصری علوم کے تقریباً سبھی اہم شعبہ جات کے کورسز موجود ہیں لہذا ان تمام علوم کے لیے نصابی کتابوں کی تیاری اس یونیورسٹی کی اہم ترین ذمہ داری ہے۔

مجھے اس بات کی بے حد خوشی ہے کہ یونیورسٹی کے ذمہ داران بشمول اساتذہ کرام کی انتھک محنت اور ماہرین علم کے بھرپور تعاون کی بنا پر کتب کی اشاعت کا سلسلہ بڑے پیمانے پر شروع ہو چکا ہے۔ ایک ایسے وقت میں جب کہ ہماری یونیورسٹی اپنی تاسیس کی پچیسویں سالگرہ منا رہی ہے مجھے اس بات کا انکشاف کرتے ہوئے بہت خوشی محسوس ہو رہی ہے کہ یونیورسٹی کا نظامی تعلیم از سر نو اپنی کارکردگی کے نئے سنگ میل کی طرف رواں دواں ہے اور نظامی تعلیم کی جانب سے کتابوں کی اشاعت اور ترویج میں بھی تیزی پیدا ہوئی ہے۔ نیز ملک کے کونے کونے میں موجود تشنگان علم فاصلاتی تعلیم کے مختلف پروگراموں سے فیضیاب ہو رہے ہیں۔ گزشتہ دو برسوں کے دوران کووڈ کی تباہ کن صورت حال کے باعث انتظامی امور اور ترسیل و ابلاغ کے مراحل بھی کافی دشوار کن رہے تاہم یونیورسٹی نے اپنی حتی المقدور کوششوں کو بروئے کار لاتے ہوئے نظامی فاصلاتی تعلیم کے پروگراموں کو کامیابی کے ساتھ رو بہ عمل کیا ہے۔ میں یونیورسٹی سے وابستہ تمام طلباء کو یونیورسٹی سے جڑنے کے لیے صمیم قلب کے ساتھ مبارکباد پیش کرتے ہوئے اس یقین کا اظہار کرتا ہوں کہ ان کی علمی تشنگی کو پورا کرنے کے لیے مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی کا تعلیمی مشن ہر لمحہ ان کے لیے راستے ہموار کرے گا۔

پروفیسر سید عین الحسن  
وائس چانسلر

## پیغام

فاصلاتی طریقہ تعلیم پوری دنیا میں ایک انتہائی کارگر اور مفید طریقہ تعلیم کی حیثیت سے تسلیم کیا جا چکا ہے اور اس طریقہ تعلیم سے بڑی تعداد میں لوگ مستفید ہو رہے ہیں۔ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی نے بھی اپنے قیام کے ابتدائی دنوں ہی سے اردو آبادی کی تعلیمی صورت حال کو محسوس کرتے ہوئے اس طرز تعلیم کو اختیار کیا۔ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی کا آغاز 1998 میں نظامتِ فاصلاتی تعلیم اور ٹرانسلیشن ڈویژن سے ہوا اور اس کے بعد 2004 میں باقاعدہ روایتی طرز تعلیم کا آغاز ہوا اور بعد ازاں متعدد روایتی مدرسوں کے شعبہ جات قائم کیے گئے۔ نو قائم کردہ شعبہ جات اور ٹرانسلیشن ڈویژن میں تقرریاں عمل میں آئیں۔ اس وقت کے اربابِ مجاز کے بھرپور تعاون سے مناسب تعداد میں خود مطالعاتی مواد تحریر و ترجمے کے ذریعے تیار کرائے گئے۔

گزشتہ کئی برسوں سے یو جی سی۔ ڈی ای بی UGC-DEB اس بات پر زور دیتا رہا ہے کہ فاصلاتی نظام تعلیم کے نصابات اور نظامات کو روایتی نظام تعلیم کے نصابات اور نظامات سے کما حقہ ہم آہنگ کر کے نظامتِ فاصلاتی تعلیم کے طلباء کے معیار کو بلند کیا جائے۔ چونکہ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی فاصلاتی اور روایتی طرز تعلیم کی جامعہ ہے، لہذا اس مقصد کے حصول کے لیے یو جی سی۔ ڈی ای بی کے رہنمایانہ اصولوں کے مطابق نظامتِ فاصلاتی تعلیم اور روایتی نظام تعلیم کے نصابات کو ہم آہنگ اور معیار بلند کر کے خود اکتسابی مواد SLM از سر نو بالترتیب یو جی اور پی جی طلباء کے لیے چھ بلاک چوبیس اکائیوں اور چار بلاک سولہ اکائیوں پر مشتمل نئے طرز کی ساخت پر تیار کرائے جا رہے ہیں۔

نظامتِ فاصلاتی تعلیم یو جی، پی جی، بی ایئر، ڈپلوما اور بشقہ کیٹ کورسز پر مشتمل جملہ پندرہ کورسز چلا رہا ہے۔ بہت جلد تکنیکی ہنر پر مبنی کورسز بھی شروع کیے جائیں گے۔ معلمین کی سہولت کے لیے 9 علاقائی مراکز بنگلور، بھوپال، دربھنگہ، دہلی، کولکاتا، ممبئی، پٹنہ، رانچی اور سری نگر اور 6 ذیلی علاقائی مراکز حیدرآباد، لکھنؤ، جموں، نوح، وارانسی اور امراتلی کا ایک بہت بڑا نیٹ ورک تیار کیا ہے۔ ان مراکز کے تحت سر دست 144 معلم امدادی مراکز (Learner Support Centres) نیز 20 پروگرام سنٹرز (Programme Centres) کام کر رہے ہیں، جو طلباء کو تعلیمی اور انتظامی مدد فراہم کرتے ہیں۔ نظامتِ فاصلاتی تعلیم نے اپنی تعلیمی اور انتظامی سرگرمیوں میں آئی سی ٹی کا استعمال شروع کر دیا ہے، نیز اپنے تمام پروگراموں میں داخلے صرف آن لائن طریقے ہی سے دے رہا ہے۔

نظامتِ فاصلاتی تعلیم کی ویب سائٹ پر معلمین کو خود اکتسابی مواد کی سافٹ کاپیاں بھی فراہم کی جا رہی ہیں، نیز جلد ہی آڈیو۔ ویڈیو ریکارڈنگ کالنگ بھی ویب سائٹ پر فراہم کیا جائے گا۔ اس کے علاوہ معلمین کے درمیان رابطے کے لیے ایس ایم ایس (SMS) کی سہولت فراہم کی جا رہی ہے، جس کے ذریعے معلمین کو پروگرام کے مختلف پہلوؤں جیسے کورس کے رجسٹریشن، مفوضات، کونسلنگ، امتحانات وغیرہ کے بارے میں مطلع کیا جاتا ہے۔

امید ہے کہ ملک کی تعلیمی اور معاشی حیثیت سے چھڑی اردو آبادی کو مرکزی دھارے میں لانے میں نظامتِ فاصلاتی تعلیم کا بھی نمایاں رول ہوگا۔

پروفیسر محمد رضا اللہ خان  
ڈائریکٹر، نظامتِ فاصلاتی تعلیم

## کورس کا تعارف

آزاد صحافت کے بغیر جمہوریت کا تصور ناممکن ہے۔ صحافتی ادارے کسی بھی صحت مند معاشرے کی تعمیر و ترقی کے لیے ضروری ہے۔ دور حاضر میں اگر کسی غیر سرکاری ادارے کو عوامی حقوق کا سب سے بڑا علمبردار جانا جاتا ہے تو وہ صحافت ہے۔ برصغیر ہند میں صحافت کی تاریخ تقریباً ڈھائی سو سال پرانی ہے۔ 1780ء میں جیمز گسٹس کی گزٹ سے شروع ہو کر یہ سفر اب تک کئی مراحل سے گزر چکا ہے۔ جن میں برطانوی سامراج کے خلاف آزادی کی جدوجہد سے لے کر بے شمار چھوٹی اور بڑی سماجی اور سیاسی حقوق کی لڑائیاں شامل ہیں۔

حال ہی میں آئے انفارمیشن ٹکنالوجی کے انقلاب نے صحافت اور اس سے جڑے پیشے کو اور بھی دلچسپ بنا دیا ہے۔ سماجی، سیاسی اور اقتصادی امور میں آنے والی تبدیلیاں جیسے جیسے زور پکڑ رہی ہیں صحافت کو درپیش چیلنجز میں بھی ویسے ہی اضافہ ہو رہا ہے۔

ان بدلتے ہوئے حالات میں جہاں معلومات کا لامحدود ذخیرہ آپ کی انگلیوں کی جنبش کے ماتحت ہے وہیں اس میں سے قابل اعتبار معلومات کو الگ کرنا ایک بہت بڑا چیلنج ہے۔ مزید ٹکڑوں میں ملنے والی معلومات کو ان کے صحیح پس منظر میں سمجھنا اور دنیا کا ایک ناقابل اعتماد خا کہہنا ایک عام شہری کے لئے دشوار ثابت ہوتا جا رہا ہے۔ اسی لیے ایسے صحافیوں اور صحافتی اداروں کی اہمیت کئی گنا بڑھ جاتی ہے جو اس ساری جانکاری کو غیر جانبدارانہ انداز اور صحیح تناظر میں پیش کر سکیں۔

ڈپلوما ان جرنلزم اینڈ ماس کمیونیکیشن (DJMC) کا کورس دو باتوں کو ذہن میں رکھ کر تیار کیا گیا ہے۔ پہلی یہ کہ یہ کورس ایسے طلباء کے لئے فائدہ مند ثابت ہو جو آگے جا کر صحافت کا پیشہ اختیار کرنا چاہتے ہیں۔ دوسری یہ کہ ایک عام پڑھا لکھا شہری صحافت کے اصولوں اور کام کرنے کے طریقہ کار سے واقف ہوتا کہ وہ ذرائع ابلاغ سے ملنے والی جانکاری کو صحیح طریقے سے جانچ سکے۔ ایسا کرنے سے وہ ایک شہری کی حیثیت سے جمہوری نظام میں ایک مثبت رول ادا کر سکتا ہے۔

اس کورس میں ہم جانیں گے ہندوستان میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی شروعات کیسے ہوئی اور وقت کے ساتھ ان میں کیسے ترقی ہوئی۔ ہم کیبل، سیٹلائٹ اور ڈی۔ٹی۔ ایچ (D.T.H) کے متعلق بھی جانکاری حاصل کریں گے۔ اس کورس میں آڈیو اور ویڈیو کیسٹس اور ڈسکس کی مختلف اقسام کا بھی ذکر کیا گیا ہے۔ اس کے علاوہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے سامعین و ناظرین کی قسمیں، ہدف گروپس اور ان کی تعداد کے تعین کرنے کے طریقے بیان کیے گئے ہیں۔ آخر میں آواز کا تعارف، اس کی خصوصیات اور صوتی تاثرات کی وضاحت کی گئی ہے۔

شمس عمران

کورس کوآرڈینیٹر





# الکٹرانک صحافت



# اکائی 1- ریڈیو اور ٹیلی ویژن

## اکائی کے اجزا

- |  |     |
|--|-----|
| تمہید  | 1.0 |
| مقاصد  | 1.1 |
| ٹکنالوجی کی ترقی اور ریڈیو                                     | 1.2 |
| 1.2.1 ریڈیو۔ یورپ اور امریکہ میں                               |     |
| 1.2.2 ہندوستان میں ریڈیو                                       |     |
| 1.2.3 جنگ کے دوران ریڈیو کی سروس                               |     |
| 1.2.4 آزادی کے بعد نشریات                                      |     |
| 1.2.5 پہلے دوسرے اور تیسرے پانچ سالہ منصوبوں میں ریڈیو کی ترقی |     |
| 1.2.6 A.I.R کوڈ  |     |
| 1.2.7 1968 میں ریڈیو کی توسیع                                  |     |
| 1.2.8 چوتھا پانچ سالہ منصوبہ                                   |     |
| 1.2.9 کمرشیل براڈ کاسٹنگ                                       |     |
| 1.2.10 نیوز سروس ڈویژن (NSD)                                   |     |
| 1.2.11 بیرونی نشریات کا ڈویژن (ESD)                            |     |
| 1.2.12 تعلیمی نشریات   |     |
| 1.2.13 کسانوں کے لیے پروگرام                                   |     |
| 1.2.14 پانچواں پانچ سالہ منصوبہ                                |     |
| 1.2.15 ایکشن براڈ کاسٹ   |     |
| 1.2.16 مقامی ریڈیو (Local Radio)                               |     |

1.2.17 یووانی (نوجوانوں کے لیے)

1.2.18 قومی پروگرام

1.2.19 چھٹا منصوبہ

1.2.20 ایف ایم ریڈیو (FM Radio)

1.2.21 پرسار بھارتی

1.3 ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی مختصر تاریخ

1.4 سیٹلائٹ کے استعمال کا آغاز

1.5 ٹیلی ویژن کی نجی کاری

1.5.1 ٹیلی ویژن کی نجی کاری کے اثرات

1.5.2 نجی چینلز کی ذمہ داری

1.6 نجی چینلز اور اردو

1.7 اکتسابی نتائج

1.8 فرہنگ

1.9 نمونہ امتحانی سوالات

1.10 تجویز کردہ اکتسابی مواد

1.0 تمہید

ریڈیو براڈ کاسٹ کا آغاز تقریباً ایک سو سال قبل ہوا تھا۔ اس کے بعد ریڈیو کے نظام نے بتدریج ترقی کے مراحل طے کیے۔ ظاہر ہے کہ ریڈیو کی ترقی ٹکنالوجی کی ترقی کی مرہون منت ہے۔ لہذا جیسے جیسے ٹکنالوجی نے ترقی پائی اسی مناسبت سے ریڈیو کو بھی فروغ حاصل ہوا۔ زیر نظر اکائی میں آپ مطالعہ کریں گے ٹکنالوجی نے کس طرح ریڈیو کے فروغ میں معاونت کی۔ پہلے امریکہ اور یورپ میں ریڈیو کی شروعات ہوئی اور پھر ہندوستان میں ریڈیو نے رواج پایا۔ اس اکائی میں آپ ایئر کوڈ AIR CODE اور مختلف پروگراموں کی اہمیت کے بارے میں بھی پڑھیں گے۔ آپ کو ریڈیو کی موجودہ صورتحال سے بھی واقفیت حاصل ہوگی۔

اسی طرح ہندوستان میں ٹیلی ویژن کا آغاز 15 ستمبر 1959ء کو ہوا۔ موجودہ دور میں ٹیلی ویژن عوامی ترسیل و ابلاغ کا سب سے مقبول ذریعہ ہے۔ اب فرد کی ذاتی اور اجتماعی زندگی کا کوئی گوشہ اس کے زد سے باہر نہیں ہے۔ سیٹلائٹ کے ذریعے نشریات کے آغاز کے بعد بہت سے نجی چینلز شروع کیے گئے جو آج عوام میں بے حد مقبول ہیں۔ اس اکائی میں ریڈیو کے علاوہ ٹیلی ویژن کی مختصر تاریخ اور

سیٹلائٹ چینلز کی نجی کاری کے بارے میں بھی گفتگو کی گئی ہے۔ سب سے پہلے ریڈیو اس کے بعد ٹیلی ویژن کے بارے میں بتایا گیا ہے۔

## 1.1 مقاصد

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:

- ☆ ہندوستان میں ٹکنالوجی کی ترقی میں ریڈیو کے کردار پر روشنی ڈال سکیں۔
- ☆ ہندوستان میں کلکتہ اور ممبئی ریڈیو اسٹیشنوں کے قیام اور ان سرگرمیوں پر روشنی ڈال سکیں۔
- ☆ مقامی ریڈیو اور یووانی کے پروگرام کے بارے میں جان سکیں۔
- ☆ ٹی وی کی نجی کاری کے مضمرات کو سمجھ سکیں۔
- ☆ ٹی وی میں اردو زبان کے استعمال پر معلومات حاصل کر سکیں۔
- ☆ سیٹلائٹ کے استعمال کو سمجھ سکیں۔
- ☆ ریڈیو کے آغاز و ارتقاء سے متعلق معلومات حاصل کر سکیں۔
- ☆ ہندوستان میں ٹیلی ویژن کے آغاز و ارتقاء پر بات کر سکیں۔

## 1.2 ٹکنالوجی کی ترقی اور ریڈیو

ریڈیو کی ابتداء ٹکنالوجی کی ترقی سے جڑی ہوئی ہے۔ 1875ء میں تھامسن (Thomson) نے وائرلیس سگنل بھیجنے شروع کیے۔ ایک سال بعد گراہم بیل (Bell) نے ٹیلی فون ایجاد کیا۔ 1886ء میں (Oberlin Smith) نے مقناطیسی ریکارڈنگ (Magnetic Recording) کا نظریہ پیش کیا۔ 1887ء میں جرمن ماہر طبیعیات ہرٹز (Hertz) نے ریڈیائی لہروں (Radio waves) کو خلاء میں بھیجا۔ دو سال بعد ایڈیسن (Edison) نے کیمرہ ایجاد کیا۔ 1895ء میں مارکونی نے ریڈیو ٹرانسمیٹر ریسیور (Transmitter & Receiver) ایجاد کیا۔

1900ء میں ریگی نالڈ فیسڈن (Reginald Fessenden) نے آواز کو بغیر کسی وائر کے ترسیل کیا۔ مارکونی نے بین الاو قیانوسی سگنل (Transatlantic Signals) بھیجنے میں کامیابی حاصل کی۔ 1909ء میں ہیرالڈ نے سان جوز (San Jose) میں کامیاب ریڈیو براڈ کاسٹ کیا۔ 1917ء میں ماڈیسن (Madison) میں یونیورسٹی آف وسکانسن (University of Wisconsin) نے پہلا ریڈیو نشریہ پیش کیا۔ 1919ء میں ریڈیو کارپوریشن آف امریکہ کا قیام عمل میں آیا۔

### 1.2.1 ریڈیو۔ یورپ اور امریکہ میں

1920ء میں KDKA امریکہ میں پٹسبرگ (Pittsburg) سے پہلا مقررہ (شیڈول) پروگرام پیش کیا۔ 1921ء میں امریکہ میں گھریلو استعمال چھوٹے چھوٹے ریڈیو سیٹ تیار کیے گئے۔ 1922ء میں نیویارک میں ریڈیو اسٹیشن قائم کیا گیا۔ برطانیہ میں

پہلی باقاعدہ ریڈیوسروس نومبر 1922ء میں شروع ہوئی۔ 1927ء کو یہ کمپنی کارپوریشن میں تبدیل ہو گئی۔  
جرمنی میں ریڈیو کا آغاز 29 نومبر 1923ء اور اٹلی میں 27 اگست 1924ء کو ہوا۔ امریکہ میں نیشنل براڈ کاسٹنگ کمپنی کا وجود عمل  
میں آیا اور 1928ء میں فیڈرل کمیشن قائم کیا گیا۔

## 1.2.2 ہندوستان میں ریڈیو

اس دور میں ہندوستان کچھ پیچھے نہیں رہا۔ ممبئی سے 1921ء میں ممبئی اسٹیٹ کے گورنر کو پونے میں موسیقی کا ایک پروگرام سنایا گیا۔ تجرباتی طور پر ریڈیو کے نشری پروگرام شہروں میں شروع کیے گئے۔ اس میں ریڈیو کلبوں کا بڑا دخل رہا۔ 1923ء میں کلکتہ ریڈیو کلب نے اور 1924ء میں ممبئی ریڈیو کلب نے پروگرام پیش کیے۔ ان دونوں نشریاتی کلبوں کے لیے نشریاتی آلات مارکونی سے حاصل کئے گئے تھے جو چھوٹے ٹرانسمیٹر پر چلتے تھے۔ انڈین براڈ کاسٹنگ سروس (Indian Broadcasting Service) کا قیام 1926ء میں عمل میں آیا۔

1927ء میں ممبئی اور کلکتہ میں باقاعدہ اسٹیشن قائم کیے گئے۔ ممبئی اسٹیشن کا افتتاح 23 جولائی 1927ء کو ہوا۔ وائسرائے لارڈ ارو ن نے اس کا افتتاح کیا۔ اگست میں کلکتہ اسٹیشن کا افتتاح ہوا۔ کلکتہ کا یہ پروگرام رنگوں میں سنایا گیا۔ ممبئی اور کلکتہ کے دونوں ٹرانسمیٹر خانگی ٹرانسمیٹر تھے اور جب یہ معاشی مسائل سے دوچار ہونے لگے تو 1930ء میں حکومت نے ان کو اپنی تحویل میں لے لیا۔ اس سروس کو انڈین براڈ کاسٹنگ سروس کا نام دیا گیا۔ 1927ء میں ریڈیو لائسنس (Licenses) کی تعداد 3 ہزار تھی تو 1929ء میں 6 ہزار تک پہنچ گئی۔ ممبئی اسٹیشن نے 1933ء میں مراٹھی، گجراتی، کنڑ میں پروگرام نشر کرنا شروع کر دیا۔ ملک کا پہلا کمیونٹی سیٹ ضلع تھانہ کے بھیونڈی قصبے میں لگایا گیا۔

مدراس کارپوریشن نے مدراس اسٹیشن کو 1927ء میں اپنی تحویل میں لے لیا۔ جب کلب مالی مشکلات سے دوچار ہوا تو پھر 1938ء میں کارپوریشن سے حکومت نے اپنے کنٹرول میں لے لیا۔ بی بی سی (BBC) سے وہاں کے مشہور ویڈیو سروس لائسنس فیلڈن (Lionel Fielden) ہندوستان بھیجے گئے۔ وہ کٹرولر آف براڈ کاسٹنگ مقرر ہوئے۔ ان ہی کی ایما پر Lord Linlithgow نے انڈین براڈ کاسٹنگ سروس کا نام ”آل انڈیا ریڈیو“ منظور کیا۔ 1936ء میں دلی اسٹیشن کا آغاز ہوا۔ فیلڈن اور ان کے چیف انجینئر نے سارے ملک میں Short Wave Coverage کا جال بچھا دیا۔ حکومت نے 30 لاکھ روپے نشریات کے لیے منظور کئے۔ 1936ء میں آل انڈیا ریڈیو یونین کے Union International Radio کا ممبر بنا۔

1930ء سے 1999ء تک کا یعنی تقریباً ستر سال ریڈیو نشریات حکومت ہند کی مختلف وزارتوں کے تحت رہی۔ پہلے پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف کے تحت پھر انڈسٹریز (Industries) کے تحت اور پھر وزارت اطلاعات و نشریات کے تحت۔ ایک بات قابل غور ہے کہ 1924ء سے 1930ء تک نشریات کو مختلف ریڈیو کلب YMCA کارپوشن، یونیورسٹی اور صوبائی حکومت چلاتے رہے۔ قابل ذکر ہے کہ شروع میں حکومت کے وہ محکمے جو براڈ کاسٹنگ چلاتے رہے، وہ تھے پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف P&T اور انڈسٹریز۔ وہ دونوں اس بات کے قائل تھے کہ براڈ کاسٹنگ پر حکومت کا کوئی کنٹرول نہ رہے۔ وہ لائسنس فیس کے قائل تھے اور اسی سے مجموعی پروگراموں کے

اخراجات کی پابجائی کرنا چاہتے تھے۔

### 1.2.3 جنگ کے دوران ریڈیو کی سروس

دوسری عالمی جنگ کے دوران جرمن پروپیگنڈے کے اثر کو زائل کرنے کی غرض سے بیرونی نشریات اور نیوز سروس کا آغاز کیا گیا۔ 1937ء میں Central News Organisation کا قیام عمل میں آیا اور 1939ء میں External Service سے پشتو زبان میں نشریات شروع ہوئیں۔ عوام زیادہ سے زیادہ خبریں سننا چاہ رہے تھے۔ تلگو، تمل، گجراتی، مراٹھی پشتو خبرنامے شروع کیے گئے۔ 1939ء میں فوج نے جرمن پروپیگنڈے کے اثر کو زائل کرنے کے لیے Monitoring Unit شروع کیا۔ 1940ء میں جرمنی نے ہندوستانی زبانوں میں ہندوستانیوں کے لیے نشری پروگرام شروع کیا۔ نیتاجی چند بوس نے اسی ٹرانسمیٹر سے ہندوستانی عوام کو خطاب کیا تھا۔

1947ء میں ہندوستان کے حوالے 6 ریڈیو اسٹیشن (ممبئی، دلی، مدراس، کلکتہ، لکھنؤ، تراچنا پلی) کیے گئے۔ اور پشاور لاہور اور ڈھاکہ ریڈیو اسٹیشن پاکستان کے حوالے کیے گئے۔ تقسیم کے موضوع پر دلی اسٹیشن سے 1947ء میں پنڈت نہرو، محمد علی جناح، لارڈ ماؤنٹ بیٹن Lord Mount Balten نے تقریریں کیں۔ 14-15 اگست کی رات کو پنڈت نہرو نے حصول آزادی کے تعلق سے تقریر کی، جو راست نشر ہوئی۔

### 1.2.4 آزادی کے بعد نشریات

1947ء میں تقسیم کے بعد، دو لاکھ 6 ہزار لائسنس یافتہ ریڈیو سیٹ تھے۔ آبادی کے تناسب کے حساب سے 12 ہزار افراد پر ایک سیٹ تھا۔ اس وقت ہماری شرح تعلیم صرف 30% تھی۔ شرح تعلیم کو فروغ دینے کے لیے ہمارے منصوبہ سازوں نے ایک 8 سالہ ترقیاتی اسکیم شروع کی جس کے لیے 36 ملین روپے مختص کیے گئے۔ ایک کلو واٹ کے Pilot-Station شروع کرنے کا منصوبہ بنایا گیا۔ ڈسمبر میں جموں اسٹیشن قائم کیا گیا جس کے ڈائریکٹر راجندر سنگھ بیدی بنائے گئے۔ پھر 1950ء تک پٹنہ، کٹک، گوہاٹی کوڈی کوڈ، ناگپور، وجے واڑہ، سری نگر، الہ آباد، احمد آباد، جالندھر، دھارواڑ اسٹیشن قائم کیے گئے۔ 1950ء تک 25 ریڈیو اسٹیشن تھے اور ساٹھ ہزار گھنٹوں کے پروگرام سالانہ نشر ہوتے تھے۔ ان پروگراموں کو آبادی کے 12% لوگ سن سکتے تھے۔

### 1.2.5 پہلے، دوسرے اور تیسرے پنج سالہ منصوبوں میں ریڈیو کی ترقی

پہلے منصوبے میں تقریباً پانچ کروڑ کی رقم نشریات کی ترقی کے لیے رکھی گئی۔ پونے، راجکوٹ، اندور، بنگلور، جے پور، شملہ میں اسٹیشن کھولے گئے اور ٹرانسمیٹر کی طاقت بڑھادی گئی۔ 1952ء میں وادیہ ورندا (Vaday Vrinda) نیشنل آرکسٹرا کے نام سے شروع کیا گیا۔ رومی شکر اس کے ڈائریکٹر تھے۔ 23 اکتوبر کو پہلا ریڈیو سنگیت سمیلن نشر ہوا۔ لکھنؤ اور ناگپور سے علاقائی خبریں شروع کی گئیں۔ 1953ء میں تقریروں کا قومی پروگرام (National Programme of talks) شروع ہوا۔ 1955ء میں سردار پٹیل میموریل لیکچرس، ریڈیو نیوز ریل، اوپیراس (Operas) کے نیشنل پروگرام، ڈرامے اور فیچرس شروع کیے گئے۔

پہلے پانچ سالہ منصوبے کے اختتام پر آل انڈیا ریڈیو کو ملک کے تقریباً 46% لوگ سن سکتے تھے اور %31 آبادی کی ضرورتیں پوری ہو رہی تھیں۔ سارے ہندوستان میں لائسنس کی تعداد 10 لاکھ سے زیادہ تھی اور سالانہ ایک لاکھ گھنٹوں کے پروگرام نشر ہوتے تھے۔

دوسرے پانچ سالہ منصوبے کی لاگت 8 کروڑ روپے تھی۔ اس دور میں شمالی مشرقی علاقوں میں قبائلی پروگرام شروع کیے گئے۔ 1957ء کا سب سے اہم واقعہ دودھ بھارتی کی شروعات ہے۔ یہ پروگرام سو کیلوٹ پر ممبئی اور مدارس سے نشر ہوتے تھے۔ 1959ء کے دو اہم واقعات تجرباتی ٹیلی ویژن پروگرام کا آغاز اور کسانوں کے لیے Radio Rular Forum ہیں۔ 1960ء میں آل انڈیا ریڈیو نے Communication Broadcasting Conference کی میزبانی کی۔ 1960ء ہی میں اقوام متحدہ جنرل اسمبلی سے پنڈت جواہر لعل نہرو کی تقریر، نیویارک سے راست نشر ہوئی۔ 1961ء میں دلی سے اردو مجلس کے پروگرام شروع کیے گئے۔ تیسرے پانچ سالہ منصوبے میں میڈیم ویو (Medium Wave) کی توسیع کے منصوبے کے تحت کئی ضمنی اسٹیشن قائم کئے۔

مثلاً:

(Triunelveli)	ترونیل ویلی	(Bikaner)	بیکانیر
(Cuddapah)	کڑپہ	(Vishakapatnam)	ویزاگ
(Sambalpur)	سمبلپور	(Raipur)	رائے پور
(Sangli)	سانگلی	(Gwalior)	گوالیار
(Jaipur)	جئے پور	(Jabalpur)	جبلپور
(Bhadravati)	بھدراتی	(Jodhpur)	جودھپور
(Gulbarga)	گلبرگہ	(Coimbatore)	کوئمبٹور

1967ء میں کوہیما، امپھال پورٹ بلیر میں ایسے اسٹیشن قائم کئے گئے۔

تیسرے منصوبے کے اختتام پر ملک میں آل انڈیا ریڈیو کے 54 سینٹرز 28 شارٹ ویو اور 82 میڈیم ویو سنٹرز (Medium Waves Centers) تھے۔ یہ ملک کی 70 فیصد آبادی کی ضرورتوں کو پورا کر رہے تھے۔ 1967ء میں ممبئی، ناگپور سے سلسلہ وار (Chain) اشتہارات شروع کیے گئے۔ فیملی پلاننگ کے پروگرام 122 اسٹیشنوں سے نشر ہونے لگے۔

AIR 1.2.6 کوڈ

1967ء کا سب سے اہم واقعہ ایئر کوڈ AIR CODE ہے جس کو حکومت نے کلکتہ کے اسٹیشن ڈائریکٹر اور CPI کے وزیر کے مابین اختلاف کی وجہ سے نافذ کیا تھا۔ ریڈیو نشریات کے وقت ان ضابطوں کی پابندی کرنی پڑتی ہے۔ کوڈ کچھ ایسا ہے:

ان باتوں کی اجازت نہیں دی جائے گی:

1- ایسے ملک پر تنقید، جس کے ساتھ دوستانہ مراسم ہیں۔



- 2- مذہب یا فرقہ پر تنقید۔
- 3- فحش یا ہتک آمیز چیز کا مظاہرہ۔
- 4- کسی اشتعال کا اظہار۔
- 5- جس سے عدالت کی توہین ہو۔
- 6- جس سے صدر جمہوریہ، گورنر یا عدلیہ کی ساکھ متاثر ہو۔
- 7- کسی سیاسی پارٹی پر راست حملہ۔
- 8- مرکزی اور صوبائی حکومت پر خاصمانہ تنقید۔
- 9- آئین کے تحت کسی تبدیلی پر پابندی نہیں لیکن کوئی ایسی بات۔

الف۔ جس سے ملک کے آئین کی بے حرمتی ہوتی ہو۔ اور  
 ب۔ تشدد کے ذریعے اس میں تبدیلی کے لیے ورغلائی ہو۔  
 ایسے لوگ جو کوڈ کی پابندی نہیں کرتے، ڈائریکٹران کو نشریہ سے روک سکتا ہے۔

#### 1.2.7 1968ء میں ریڈیو کی توسیع

- 1- 1968 میں کمرشیل براڈ کاسٹ کی کلکتہ اسٹیشن تک توسیع کی گئی۔
- 2- انگریزی اور ہندی خبروں کے پلیٹن کے اوقات میں تبدیلی لائی گئی۔
- 3- 21 جولائی، کوہلی میں اندرا گاندھی نے یووانی پروگرام کا افتتاح کیا۔
- 4- کلکتہ میں میگا واٹ ٹرانسمیٹر کا قیام عمل میں آیا تاکہ مشرقی پاکستان اور برما کے لوگ سن سکیں۔

#### 1.2.8 چوتھا پنج سالہ منصوبہ

- 1- اس پنج سالہ منصوبہ کا مقصد یہ تھا کہ ملک کی آبادی کے 80 فیصد لوگ ریڈیو کی آواز سن سکیں۔ اس مقصد کی تکمیل کے لیے 40 کروڑ روپے کی خطیر رقم مختص کی گئی۔
- 2- Leh اسٹیشن کا قیام عمل میں آیا۔

#### 1.2.9 کمرشیل براڈ کاسٹنگ

چند کمیٹی کی سفارشات کو قبول کرتے ہوئے حکومت نے یہ فیصلہ کیا کہ وودھ بھارتی میڈیم ویو چینل پر یکم نومبر 1967ء میں ممبئی پونے، ناگپور سے تجارتی اشتہارات بھی پیش کیے جائیں۔ بعد میں یہ سلسلہ کلکتہ، دلی، مدارس، ترچنا پٹی، چنڈی گڑھ، جالندھر، بنگلور، دھارواڑ، احمد آباد، راج کوٹ، حیدرآباد، وجے واڑہ تک وسیع کر دیا گیا۔  
 تجارتی نشریات کے وقت وودھ بھارتی کی مجموعی نشریات کا 10% تھا۔ اشتہارات ایجنسیوں کے ذریعے حاصل کئے جاتے۔

اس بات کا بھی خیال رکھا جاتا کہ جو بھی اشتہار ریڈیو پر پیش ہو، وہ مذاق سلیم کے خلاف نہ ہو۔ اس کا خیال رکھا گیا کہ نشری اشتہارات، ملک کے دوسرے قوانین سے ہم آہنگ ہوں۔ خاص طور پر ان اشتہارات کی وجہ سے کسی طبقے کی اخلاقی، تہذیبی، مذہبی، احساسات کو دھکے نہ پہنچے۔ اشتہارات کو دستور ہند کے مقاصد اصولوں اور قاعدوں کے مطابق بھی ہونا ضروری تھا۔

#### 1.2.10 نیوز سروس ڈویژن (NSD)

اگرچہ ہندوستان کی ساری نشریات علاقائی طور پر ہوتی ہے جن میں قومی اور بین الاقوامی دونوں خبریں شامل ہیں۔ یہ خبریں ہندوستان کی ساری زبانوں میں نشر کی جاتی ہیں۔ ان خبروں کا مرکز دلی ہے جہاں یہ خبریں تیار کی جاتی ہیں۔ 1935ء تک دن میں دو مرتبہ تازہ خبر نامے نشر کیے جاتے تھے جن میں سے ایک انگریزی میں ہوتا تھا۔ دوسرا متعلقہ علاقائی زبان میں۔

1947ء میں آل انڈیا ریڈیو 74 نیوز پلیٹن نشر کرتا ہے جن میں 43 ہوم سروس کی جانب سے اور 231 بیرونی نشریات ESD کی جانب سے پیش کیے جاتے تھے۔ 1954-55 کے دوران جب علاقائی خبروں کی یونٹ قائم کی گئی تو آل انڈیا ریڈیو نے ریڈیو نیوز ریل کا آغاز کیا۔ جو اب انگریزی ہندی میں دہلی سے ہر روز نشر ہوتا ہے۔

#### 1.2.11 بیرونی نشریات کا ڈویژن (External Service Division)

بیرونی نشریات کا مقصد بین الاقوامی سطح پر لوگوں میں ہندوستانی نقطہ نظر سے ایک خاص قسم کی سوجھ بوجھ پیدا کرنا اور اس کو فروغ دینا ہے۔ باہر کے ممالک میں جو ہندوستانی عوام ہیں، ان کی تہذیبی ضرورتوں کو پورا کرنا ہے۔ انھیں ہندوستانی ترقیاتی صورتحال سے آگاہ کرنا ہے۔ پروگرام کی صورت گری کچھ اس طرح کی جاتی ہے:

حالات حاضرہ پر تبصرہ، اخبار اداروں کی تلخیص، نیوز ریل، انٹرویو مباحث، تقاریر، موسیقی کے پروگرام (ہلکی عوامی علاقائی کلاسیکی موسیقی) قومی اور بین الاقوامی تہوار۔

ہندوستانی موسیقی کی مقبولیت بین الاقوامی سطح پر ہے۔ پشتو، دری، روسی، سواحلی کے لیے بھی پروگرام پیش کیے جاتے ہیں۔

#### 1.2.12 تعلیمی نشریات

تعلیمی نشریات کے سلسلے میں نومبر 1937ء سے کلکتہ میں ہفتہ میں، آدھ آدھ گھنٹے کا پروگرام، اسکولوں کے لیے شروع کیا گیا تھا۔ اسکولوں کے لیے نشریات کا قاعدہ پروگرام ممبئی، کلکتہ دلی اور مدراس سے دسمبر 1938 میں شروع ہوا۔ مدراس میں ہر ہفتہ اسکولوں کے لیے تمل زبان میں پانچ پروگرام پیش کیے جانے لگے جو مدراس کارپوریشن کی خواہش پر شروع کیے گئے تھے۔ ان پروگراموں میں یہ بات خاص طور پر ملحوظ رکھی گئی تھی کہ یہ نشریاتی پروگرام اسکولوں کی تدریسی سرگرمیوں کی جگہ نہ لیں بلکہ ان سرگرمیوں کے ساتھ ایک ضمنی خدمات انجام دیں۔ پالیسی یہ تھی کہ نشریاتی پروگراموں کے ذریعہ تعلیمی ذوق و شوق بڑھایا جائے اور اس طرح اسکولوں کے ماحول میں ایسی دلکشی پیدا کی جائے کہ بچوں میں اسکول چھوڑ کر بھاگنے کا رجحان کم ہو جائے۔ یہ پالیسی بنیادی طور پر پرائمری اسکول کی سطح پر رو بہ عمل لائی گئی۔

اس میں ایک اصول یہ کارفرما تھا کہ پرائمری اسکولوں میں تفریحی طریقوں سے تعلیمی سرگرمیاں بڑھائی جائیں۔  
تعلیمی نشریاتی پروگراموں کا دوہرا مقصد تھا۔ ایک مقصد یہ تھا کہ نصاب تعلیم کی تدریس طالب علم تک پہنچے اور اسکول میں پڑھائے جانے والے نصاب کو واضح طور پر سمجھنے میں مددگار ہو۔ خاص طور پر ثانوی اسکولوں کے لیے جونشری پروگرام ہوتے تھے، وہ زیادہ تر نصاب تعلیم کے مطابق ہوا کرتے تھے۔

نشریاتی پروگرام یا تو سیدھی سادی تقریر پر مبنی ہوتے ہیں یا پھر ایسی ہی تقریروں کو ڈرامائی عناصر سے آراستہ کر کے پیش کیا جاتا تھا۔ اور یہ ڈرامائی پیش کش، کسی بھی نصابی متن سے متعلق تھی، اس میں طالب علم آپس میں مکالموں کے ذریعہ موضوع کو واضح کرتے یا اسکول کی جانب سے ایک سوال بند (کوئیز) پروگرام پیش کیا جاتا ہے۔

### 1.2.13 کسانوں کے لیے پروگرام

ریڈیو نے زراعت کی نئی ٹکنالوجی کو کسانوں کے دروازے تک پہنچانے اور کسانوں کو مختلف انداز کی ٹریننگ فراہم کرنے میں اور ساتھ ہی وزارت زراعت اور تعلیم کے مختلف پروگراموں سے ان کو واقف کرانے میں اہم رول ادا کیا ہے۔ سچ تو یہ ہے کہ 1966ء میں جب آکاش وانی کے کھیت اور گھر، اکائیوں نے اپنا نشری پروگرام شروع کیا تو اس کی وجہ سے حیرتناک بیج اور بڑھتی ہوئی پیداوار دیکھنے میں آئی۔ جنوب میں یہ پروگرام اتنے مقبول ہوئے اور کسانوں نے ان کو اتنا اپنایا کہ اس کو Radio Rice سے موسوم کیا گیا۔

1936ء کی بات ہے کہ شمال مغرب میں پشاور اسٹیشن قائم کیا گیا جس کے لیے مارکونی کمپنی نے ایک ریڈیو ٹرانسمیٹر مستعار دیا تھا جس کے نتائج امید افزا پائے گئے۔ الہ آباد یونیورسٹی اور مینی تال نے بھی لگ بھگ اسی زمانے میں ایک مقامی نشری خدمات کا سلسلہ شروع کیا تھا۔ اس وقت سے اب تک ریڈیو ترقی کی کئی منزلیں طے کر چکا ہے۔ یہ پروگرام مقامی زبانوں میں نشر کیے جاتے تھے جس میں مزاج، دوسری دلچسپیوں والے عناصر ملاتے ہوئے ایسے پروگرام بھی پیش کیے جاتے تھے جس میں دیہاتوں کے لیے زرعی، صنعتی، حیوانی افزائش سے متعلق معلومات ہوا کرتی تھیں۔ چھوٹے چھوٹے اور دوسرے سماجی برائیوں کے خلاف بھی پروگرام پیش کیے جاتے تھے۔ ساتھ ہی ساتھ عوامی دلچسپی کے حامل ڈرامے اور بالواسطہ طور پر ماہرین کے خیالات دوسری سماجی برائیوں کے خلاف بھی پروگرام پیش کیے جاتے تھے۔

1965ء سے وزارت اطلاعات و نشریات نے وزارت زراعت و تعلیم کے مشورے سے ایک نئی خدمت کا آغاز کیا۔ جسے ”کھیت اور گھر یونٹ“ (Farm & Home Unit) کہا جاتا ہے۔ یہ یونٹ چھوٹے چھوٹے علاقوں میں بسنے والے کسانوں کے مسائل اور ان کی ضروریات کو پیش نظر رکھتے ہوئے خصوصی پروگرام پیش کرتے تھے۔ اس طرح رفتہ رفتہ زراعت کے بارے میں سائنٹفک اور ٹیکنیکی معلومات پر راست تربیتی پروگرام کسانوں تک پہنچنے لگے۔

### 1.2.14 پانچواں پنج سالہ منصوبہ

پانچواں پنج سالہ منصوبہ (1974-78) کے اختتام تک 84 براڈ کاسٹنگ سٹیژز تھے۔ میڈیم ویو کے 124 اور شارٹ ویو کے 32 ٹرانسمیٹر تھے۔ ایک ایف ایم ٹرانسمیٹر بھی تھا۔ کل ملا کر ایک 157 ٹرانسمیٹر کام کر رہے تھے۔ ملک کے 78% رقبہ پر ریڈیو کی گونج

تھی اور 90% عوام ریڈیو سن سکتے تھے۔

پانچویں پنج سالہ منصوبے کے دوران آل انڈیا ریڈیو نے تقریباً 238 ملین روپے خرچ کیے۔ پہلے دو سال میں پچاس، پچاس ملین اگلے دو سالوں میں 80-80 ملین خرچ کرتے ہوئے۔ 1976ء میں میٹھلی بولنے والے عوام کے لیے درجہنگہ (بہار) مدھیہ پردیش کے بندیل کھنڈ کے لیے چھتر پور، مرہٹوارہ عوام کے لیے اورنگ آباد، جنوبی خطے کے عوام کے لیے منگلور اور ریاست ہریانہ کے لیے روہتک اسٹیشن کھولے گئے۔ 1977ء میں کونکن علاقے کے لیے رتناگیری اور مدھیہ دیش کے باگیل کھنڈے علاقے کے لیے ریو اسٹیشن کھولے گئے۔ 1977ء میں مدراس میں ایف ایم اسٹیشن قائم کیا گیا۔

### 1.2.15 ایکشن براڈ کاسٹ

ایکشن کے دوران سیاسی جماعتوں کو اپنی اپنی پارٹیوں کی پالیسیوں کی تشہیر کا موقع دیا جاتا ہے۔ سب سے پہلا ایکشن براڈ کاسٹ، دس صوبوں کے اسمبلی ایکشن میں 1977ء میں ہوا جب جتنا پارٹی کی حکومت تھی۔ ہر سیاسی جماعت کو جیسے ایکشن کمیٹیشن کی منظوری رہی ہو۔ 15-15 منٹ کے دوراؤنڈ دیے گئے۔ دوراؤنڈ ریڈیو میں، اور ایک راؤنڈ دور درشن پر۔

### 1.2.16 مقامی ریڈیو (Local Radio)

مختلف تجربوں سے یہ بات ثابت ہوئی ہے کہ مقامی براڈ کاسٹنگ سروس میں یہ خاص فائدہ ہے کہ سامعین اور نشر کرنے والوں میں بڑا قریبی رابطہ ہوتا ہے جس کی وجہ سے سامعین کے احساسات کو سمجھنے اور ان کی ضروریات کو پورا کرنے میں بڑی سہولت ہوتی ہے اور اس سہولت کی وجہ سے مقامی سامعین کے اندر ذہنی تبدیلی لانے کے امکانات سہل ہو جاتے ہیں۔ مختلف علاقائی ضروریات کا جائزہ لیتے ہوئے مقامی ریڈیو اسٹیشن قائم کیے گئے ہیں۔ مثال کے طور پر ایسے علاقے جہاں درج نہرست اقوام اور قبائل آباد ہوں ان کی ضروریات اور ان کا ردعمل بہت مختلف ہوتا ہے۔ ان سب کا لحاظ کرتے ہوئے مقامی ریڈیو ان کی خصوصی ضروریات کے مطابق پروگرام پیش کرتے ہیں۔

### 1.2.17 یووانی (نوجوانوں کے لیے)

جولائی 1969ء میں وزیراعظم اندرا گاندھی نے نوجوانوں کے لیے یووانی یعنی نوجوانوں کی آواز کے نام سے نشریاتی پروگرام کا افتتاح کیا۔ یہ 6 گھنٹے کا پروگرام، صبح شام دو ٹرانسمیشن میں پیش کیا جاتا تھا۔ اس کے پیچھے خیال تھا کہ ملک میں 60% فیصد آبادی ان لوگوں پر مشتمل ہے جن کی عمر بیس سال سے کم ہیں۔ ان نوجوان لڑکے اور لڑکیوں کی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے یہ خصوصی پروگرام بنایا گیا۔ یہ خصوصی پروگرام پہلے 35 پولیس اسٹیشنوں سے نشر کیا جاتا تھا۔ اس پروگرام کے تحت نوجوانوں کا ایک ایسا فورم تشکیل دیا گیا، جو نوجوانوں کے دل و دماغ کی نمائندگی کر سکے اور زیادہ سے زیادہ نوجوانوں کو اس پروگرام میں شرکت کے لیے راغب کر سکے۔ یہ پروگرام نوجوانوں میں اپنے ملک کی تاریخ و تہذیب کا شعور اس طرح پیدا کرنے کے لیے بنایا گیا تھا کہ ان کا ذہن عالمی تہذیب کے لیے کھل سکے۔

ان پروگراموں کے ذریعے اس بات کی کوشش کی جاتی تھی کہ نوجوانوں میں اس بات کا احساس پیدا ہو کہ وہ اپنی زندگی کا کوئی ایسا

مقصد طے کریں جو قوم کی تعمیر جیسے عظیم الشان کام کا ایک حصہ بن جائے۔ نوجوانوں میں سائنسی نقطہ نظر پیدا ہو اور ساتھ ہی ساتھ وہ ہندوستانی اقدار کی اہمیت کو پہچان سکیں۔ حال ہی میں (Vocational Guidance) کورسوں پر بھی زور دیا گیا۔

### 1.2.18 قومی پروگرام

قومی پروگراموں کو تشکیل دیتے وقت قوم کے مزاج کے مختلف پہلوؤں کو ملحوظ رکھا جاتا ہے۔ 1980-85ء کے دوران چھٹے منصوبے میں ناگپور میں 100 میگا واٹ کا ایک چینل قومی پروگراموں کے لیے مخصوص کیا گیا۔

### 1.2.19 چھٹا منصوبہ

اس منصوبے 1980-85 کے چار بنیادی مقاصد تھے۔ پہلا یہ کہ موجودہ علاقائی خدمات کو توسیع دی جائے۔ دوسرا یہ کہ بیرونی خدمات کو مضبوط بنایا جائے، تیسرا یہ کہ قومی براڈ کاسٹنگ چینل کو ترقی دی جائے اور چوتھے مقامی براڈ کاسٹنگ کو متعارف کرایا جائے۔

### 1.2.19 ایف ایم (FM) ریڈیو

ہمارے پانچویں منصوبہ کے دوران ایف ایم براڈ کاسٹنگ کی شروعات ہوئی تھی۔ یہ سہولت، مدراس، ممبئی اور کلکتہ تک محدود رہی۔ اب تو ایف ایم اسٹیشنوں کی کثیر تعداد ہے۔ آندھرا پردیش میں مارکا پورام، کرنول انت پور، تروپتی ورنگل، کوٹہ گوڑم اسٹیشن ہیں۔ حیدرآباد کے 6 کیلو واٹ کا دودھ بھارتی بھی ایف ایم اسٹیشن ہے۔ اب مختلف پرائیویٹ ایف ایم چینلز بھی کھل گئے ہیں۔

### 1.2.21 پرسار بھارتی

پرسار بھارتی یعنی براڈ کاسٹنگ کارپوریشن آف انڈیا ایک خود مختار ادارہ ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو حکومت ہند کے کنٹرول سے نکال کر اسے ایک آزاد الیکٹرانک میڈیا کی حیثیت سے قائم کیا گیا ہے۔ 1977ء میں ورگیز کمیٹی تشکیل دی گئی تھی۔ 1978ء میں ورگیز کمیٹی نے رپورٹ پیش کی۔ مئی 1979ء میں پرسار بھارتی بل پارلیمنٹ میں پیش کیا گیا۔ اگست 1990ء میں ترمیم شدہ پرسار بھارتی ایکٹ، پارلیمنٹ میں منظور ہوا۔ اکتوبر 1997ء میں پرسار بھارتی ایکٹ میں آرڈیننس کے ذریعے تبدیلیاں عمل میں لائی گئیں۔ 23 نومبر 1997ء کو پرسار بھارتی کا آل انڈیا ریڈیو اور دور درشن پر کنٹرول ہو گیا۔ اب آگے ٹیلی ویژن کا ذکر کیا جا رہا ہے۔

## 1.3 ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی مختصر تاریخ

ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی عمر اب چار دہائیوں سے زیادہ ہو چکی ہے۔ ان برسوں میں ترسیل و ابلاغ کے اس جدید ذریعے نے ہمارے ملک میں ترقی پذیر ممالک کے مقابلے میں زیادہ ترقی کی ہے۔ یہ ترقی تکنیک اور مواد دونوں کے اعتبار سے ہوئی ہے۔ ٹیلی ویژن سٹیٹس مہنگے اور عام آدمی کی پہنچ سے دور ہونے کی وجہ سے گرجہ شروع میں اس کی ترقی کی رفتار کم تھی مگر بہت جلد منظر نامہ بدلا اور ہندوستان ٹیلی ویژن نے اپنا اثر و رسوخ بڑھا لیا۔ اب ہندوستانی ٹیلی ویژن دنیا کے بہترین اور وسیع نیٹ ورک کے طور پر اپنی پہچان اور مقام بنا چکا ہے۔

15 ستمبر 1959ء کو یونیسکو (UNESCO) کی مدد سے تجرباتی طور پر دہلی میں ٹیلی ویژن کی نشریات شروع کی گئیں۔ اس وقت تک اس کی حد دہلی شہر کے کچھ علاقوں تک تھی اور ہفتے میں صرف ایک گھنٹے کے لیے پروگرام ٹیلی کاسٹ ہوتا تھا۔ اس ایک گھنٹے میں تعلیمی، معلوماتی اور تفریحی پروگرام پیش کیے جاتے تھے اور یہ پروگرام صرف دہلی میں چند جگہوں پر کمیونٹی ویونگ سیٹس (Community Viewing sets) کے ذریعے دیکھے جاسکتے تھے اور یہ سیٹس چند کلبوں میں ہی مہیا تھے۔

1961ء میں تجرباتی طور پر اسکول ٹیلی ویژن شروع کیا گیا جس سے طلبہ اور اساتذہ کی ایک بڑی تعداد ٹیلی ویژن کے قریب آگئی۔

اسکول ٹی وی (STV) اس وقت بھی مقامی اسکولوں کے نصاب کے تقاضوں کو سامنے رکھ کر چلایا جاتا تھا اور امید کی جاتی تھی کہ اس کے ذریعے ترتیب یافتہ اساتذہ اور خاص طور پر اسکولوں میں سائنس کی تجربہ گاہوں کی کمی کو کسی حد تک پورا کیا جاسکے گا۔ اسکول ٹی وی سے ٹیلی ویژن کی ترقی کی راہیں ہموار ہوئیں۔

1959ء یعنی ہندوستان میں ٹیلی ویژن کے آغاز سے 1965ء تک نشریات کا وقت ہفتے میں ایک گھنٹہ رہا 15 اگست 1965ء سے نشریات روزانہ ایک گھنٹے ہونے لگیں۔

دہلی کے بعد 1972ء میں ممبئی میں ٹیلی ویژن کا دوسرا مرکز قائم کیا گیا۔ ممبئی میں ٹیلی ویژن سنٹر کا قیام ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی تاریخ میں ایک اہم سنگ میل ہے۔ ٹیلی ویژن کا ممبئی سینٹر ہندوستان میں پیشہ ورانہ مہارت کا پہلا سنٹر ہے۔

ممبئی سنٹر کا لگ بھگ سارا ساز و سامان مغربی جرمنی نے ہندوستان کو تحفے میں دیا تھا۔ شروع میں اس کی نشریات روزانہ ڈیڑھ گھنٹے کے لیے تھیں لیکن کچھ عرصے بعد اس میں اضافہ کر دیا گیا اور پروگراموں کی نوعیت میں کچھ تبدیلی کر کے اسے مزید وسعت دی گئی۔

ممبئی میں ٹی وی سنٹر کے قائم ہونے کے بعد ایک سال کے اندر ہی پونے میں پہلا ریڈیو سنٹر قائم کیا گیا جس سے ممبئی ٹی وی کے پروگرام ریڈیو کیے جانے لگے اور اس کی وجہ سے ممبئی سنٹر کے پروگرام مہاراشٹر کے دیہی علاقوں تک پہنچ گئے۔ اس ریڈیو سنٹر کے قیام سے پہلے ممبئی ٹی وی کی نشریات ممبئی شہر تک محدود تھیں اس لیے بیشتر پروگرام شہری مسائل، ضروریات اور دلچسپیوں کو دھیان میں رکھ کر ترتیب دیے جاتے تھے لیکن جب پروگرام دیہی علاقوں تک پہنچنے لگے تو پروگرام میں گاؤں کی ضروریات، ماحول اور مسائل کا خاص خیال رکھا جانے لگا۔ پروگراموں کی اس توسیع و ترمیم سے ٹی وی کی مقبولیت میں اضافہ ہوا۔

#### 1.4 سیٹلائٹ کا استعمال کا آغاز

دہلی اور ممبئی میں ٹی وی سنٹر کے قیام اور پونے سے ریڈیو سنٹر شروع کرنے کے بعد ہندوستان ٹیلی ویژن کی تاریخ میں وہ اہم موڑ آیا جس نے اس ذریعہ ابلاغ کی حدود کو وسیع تر کرنے میں اہم کردار ادا کیا۔ 1975ء میں ہندوستانی ٹیلی ویژن کے لیے سیٹلائٹ کا استعمال کا آغاز ہوا۔

امریکہ کے سیٹلائٹ ٹی وی پروگرام کی مدد سے ہندوستان کی چھ ریاستوں کے تقریباً دو ہزار دیہات بیک وقت ٹی وی کی حدود میں آگئے۔ ان مقامات پر اجتماعی طور دیکھے جانے والے سیٹس (Community Viewing Sets) مہیا کرائے گئے اور گاؤں کی

چو پال داستانون، کہاوتوں اور سوانگوں کی دنیا سے نکل کر ٹیلی ویژن کی متحرک دنیا میں داخل ہو گئی۔ اس ترقی کا مقصد تعلیم گاؤں کے باشندوں تک تعلیم اور صحت مند تفریح کے ساتھ ان پروگراموں کے ذریعے ان کے کام میں مدد کرنا تھا۔ اس لیے ان نشریات کو عام طور پر دیہات کی ضروریات، مسائل اور مزاج کو سامنے رکھ کر مرتب کیا جاتا تھا۔ اگرچہ یہ سب کچھ اس وقت تجرباتی طور پر شروع کیا گیا تھا مگر یہی کامیاب تجربہ آگے چل کر ہندوستان ٹیلی ویژن کی تاریخ میں ایک اہم موڑ ثابت ہوا اور یہیں سے اس کی منزل کی راہ نکلی جس کا ایک روپ آج ہمارے سامنے ٹیلی ویژن کی بے پناہ مقبولیت کی صورت میں سامنے ہے۔

15 اگست 1982ء کو ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ کا اہم دن مانا جانا چاہیے اس لیے اس دن انسیٹ (1) کے ذریعے پورے ملک کی نشریات کو ایک لڑی میں پرو دیا گیا اور دہلی سے نیشنل پروگرام کا آغاز ہوا۔ اس کے نتیجے کے طور پر پورے ملک میں بیک وقت ایک ہی پروگرام دیکھا جانا ممکن ہو سکا جس سے ملک کی مشترکہ تہذیب کو فروغ ملا۔

15 اگست 1982ء ہی کو قومی نشریات کے ساتھ ہندوستان میں رنگین نشریات (Colour Transmission) بھی شروع ہوئیں اور بلیک اینڈ و ہائٹ کی جگہ رنگین ٹی وی نے لے لی۔

نومبر 1982ء میں نویں ایشیائی کھیلوں کو براہ راست نشر (Live Telecast) کرنے کے ساتھ ہندوستان کی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں ایک نئے باب کا اضافہ ہوا۔ نویں ایشیائی کھیلوں کو نہ صرف اپنے ملک میں بلکہ بیرونی ممالک میں براہ راست دکھایا جاسکا۔ اس انتظام کے لیے چلتے پھرتے اسٹوڈیوز (O.B.Van) اور بہت سے رنگین ویڈیو کیمرے منگائے گئے تاکہ اسٹوڈیو کے باہر بھی مہارت کے ساتھ کام کیا جاسکے۔

اس موقع پر 100 واٹ والے کم قوت کے ٹرانسمیٹر (L.P.T) بھی نصب کیے گئے تاکہ کھیلوں کی اختتامی تقریبات سارے ملک میں بیک وقت دکھائی جاسکیں۔

انسیٹ (1) بعد 15 اکتوبر 1983ء کو انسیٹ ایک (بی) نصب کیا گیا تاکہ سارے ملک میں بیک وقت نشریات کی سہولت کو اس سٹیٹلائٹ کے استعمال کے ذریعے مزید مضبوط و مستحکم بنایا جاسکے۔

اب تک ہندوستان میں صرف ایک چینل کا استعمال ہو رہا تھا اور دیکھنے والوں کے لیے انتخاب کی کوئی گنجائش نہ تھی مگر ستمبر 1984ء میں دہلی میں دوسرے چینل کی سہولت مہیا کی گئی جس سے دیکھنے والوں کو دو مختلف چینلز میں سے انتخاب کی سہولت میسر آئی۔ کچھ ہی دنوں بعد ممبئی، کلکتہ، مدراس اور دوسرے شہروں میں بھی دوسرے چینل کی سہولت ہو گئی۔

کچھ دن بعد مزید چینلز شروع کیے گئے۔ ان چینلز کا مقصد علاقائی زبانوں میں پروگرام تیار کرنا اور انہیں پیش کرنا ہے۔ چینلز اس مخصوص علاقے کی تہذیب، سماجی ضرورت اور وہاں کے مزاج کے اعتبار سے پروگراموں کو ترتیب دیتے ہیں۔ ان چینلز کو ریجنل لیگوتج سٹیٹلائٹ سروسز (RLSS) کہا جاتا ہے۔

## 1.5 ٹیلی ویژن کی نجی کاری

موجودہ دور میں ہمارے ملک میں کئی سطحوں پر ٹی وی چینلز جاری ہیں۔ ان میں تین سطحیں عام ہیں:

1- ٹرسٹیل (Terrestrial)

2- کیبل (Cable)

3- سیٹلائٹ (Satellite)

ٹرسٹیل چینلز کے اختیارات ابھی صرف دور درشن کے پاس ہیں۔ دور درشن فی الحال دو ٹرسٹیل چینل چلا رہا ہے۔ ان میں ایک نیشنل چینل ہے اور دوسرا خبروں کا چینل ہے۔

ٹرسٹیل سطح پر چونکہ کیبل یا ڈائریکٹ ٹو ہوم (D.T.H) کی ضرورت نہیں پڑتی اور اسے ڈائریکٹ ٹو وی اینٹینا سے دیکھا جاسکتا ہے اس لیے دور درشن کی پہنچ وہاں بھی ہے جہاں کیبل نہیں ہے۔

دوسری سطح کیبل کی ہے۔ یہ صرف کیبل کے ذریعے مقامی سطح پر دیکھا جاسکتا ہے۔ اس کا سیٹلائٹ یا پروفیشنل ٹیلی کاسٹنگ (Professional Telecasting) کے طریقے سے کوئی تعلق نہیں ہوتا۔ جہاں تک کیبل کا تار ہوتا ہے یہ وہیں تک محدود ہوتا ہے اور عام طور پر چند کلومیٹر کے دائرے میں ہی رہتا ہے۔ تیسری سطح سیٹلائٹ چینلز کی ہے۔ جیسا کہ نام سے ظاہر ہے اس کے لیے سیٹلائٹ اپ لنکنگ (Up Linking) کے بعد نیٹ ورک D.T.H کی ڈائریکٹنگ کے ذریعے ٹی وی سٹیٹس تک پہنچتا ہے۔ فی الحال پورے ملک میں ڈیڑھ سو سے زائد سیٹلائٹ چینلز ہیں ان میں دور درشن کے سیٹلائٹ چینلز بھی شامل ہیں۔

ہندوستان میں ٹی وی نیٹ ورک میں نجی زمروں کی شرکت کا آغاز دور درشن پر اسپانسر اور کمیشن کردہ پروگرامز سے ہوا۔ گویا چینلز کی نجی کاری سے پہلے جزوی نجی کاری ہونا شروع ہو گئی تھی۔ ہندوستان میں پرائیویٹ چینلز کو سیٹلائٹ اپ لنکنگ کی سہولت دینے کے بعد نجی کاری کا عمل فروغ پذیر ہوا۔

ٹیلی ویژن کی نجی کاری کے بعد نہ صرف روز نئے چینلز آتے گئے بلکہ اب الگ الگ زمروں کے منفرد چینلز عام ہیں۔ اب کھیل، کامیڈی، تعلیم، صحت، ماحولیات وغیرہ کے منفرد چینل ہیں۔ نیوز اور تفریح کے چینلوں کی نجی کاری کی ابتداء ہی سے تھے۔ نجی چینلز کو سیٹلائٹ کے ذریعے اپنی سرزمین سے اپ لنکنگ کی آسانی نے ٹیلی ویژن کی نجی کاری میں اہم کردار ادا کیا اور دھیرے دھیرے نجی چینلز نے نہ صرف عوام میں اپنی جگہ بنالی بلکہ شہروں میں قصباتی زندگی کی حد تک، جہاں جہاں کیبل کی سہولت مہیا ہے وہاں وہاں ایک بڑے حصے پر اپنا اثر قائم کر لیا۔ آج ملک کی آبادی کا ایک بڑا حصہ پرائیویٹ چینلز کا عادی ہو چکا ہے۔

اس میں کوئی شک نہیں کہ ٹیلی ویژن کی نجی کاری کے بعد ہندوستان میں ٹیلی کاسٹنگ کے معیار اور مقبولیت دونوں میں اضافہ ہوا ہے۔ ٹیلی ویژن کی نجی کاری سے صرف دیکھنے والوں کو ہی فائدہ نہیں ہوا بلکہ ایک خاص تعداد کو روزگار کے مواقع بھی فراہم ہوئے ہیں۔ آج ملک میں سینکڑوں پروڈکشن ہاؤسز ہیں، نجی چینلز ہیں اور ان سے متعلق ضمنی کمپنیاں ہیں جن میں لاکھوں لوگ مختلف سطحوں پر کام کر رہے ہیں۔

### 1.5.1 ٹیلی ویژن کی نجی کاری کے اثرات

سماج پر مدتوں سے ماس میڈیا کے سبھی ذرائع اور خاص طور پر ٹیلی ویژن کے اثرات مرتب ہو رہے ہیں لیکن ٹیلی ویژن کی نجی کاری



کے بعد اس کے تیز پھیلاؤ نے سماج کے ہر طبقہ، ہر فرد اور تمام تر شعبہ زندگی کو متاثر کیا ہے۔ اب ٹیلی ویژن فرد کی نجی زندگی میں اس طرح دخل ہے کہ اس کے اثر سے بچنا تقریباً ناممکن ہو گیا ہے۔

نجی کاری کے بعد ٹیلی ویژن اب زبردست صارفین کی صنعت اور منڈی کی شکل اختیار کر چکا ہے اور اب سماج کا کوئی شعبہ اس کے اثر سے باہر نہیں ہیں۔ ہمارے روزمرہ کے استعمال کی اشیاء سے لے کر ہمارے رسم و رواج، ہماری تہذیب و ثقافت، ہماری تعلیم اور ہمارا رویہ سب کچھ متاثر ہو رہا ہے۔ بعض صورت میں اراداً متاثر کیا جا رہا ہے۔

## 1.5.2 نجی چینلز کی ذمہ داری

ماس میڈیا کا بنیادی اطلاع (Information) تعلیم (Education) اور تفریح (Entertainment) مہیا کرنا ہے۔ نجی چینلز بھی ان مقاصد کو پورا کر رہے ہیں مگر ان میں توازن کی کمی ہے۔ مقصد کے حصول میں اگر توازن نہ ہو تو اطلاع حادثہ میں، واقعہ سانحہ میں، علم جہل میں اور تفریح مصیبت میں بدل سکتی ہے۔ ٹیلی ویژن کی نجی کاری کے بعد سے اس پر میڈیا والوں سے زیادہ تاجروں کا تسلط ہو گیا ہے۔ اب یہ صنعت تجارت کے زمرے میں داخل ہو چکی ہے۔ اب اچھے برے کے بجائے نفع و نقصان کی اصطلاح میں سوچا جا رہا ہے۔ اس لحاظ سے یہ اپنے بنیادی مقاصد سے دور ہوتی ہوئی نظر آتی ہے۔

نجی زمرے کے ٹیلی ویژن نے ہی عوامی ترسیل کے اس دودھاری ذریعے کو وسعت دی ہے اس لیے ان کی ذمہ داری ہے کہ وہ سماج کو اس کے مضر اثرات سے بچائیں اور صحیح معنوں میں اس کے بنیادی مقاصد یعنی اطلاع، تعلیم اور تفریح سے وابستہ صحت مند پروگراموں کو فروغ دیں۔

## 1.6 نجی چینلز اور اردو

ذرائع ابلاغ کوئی ذریعہ ایسا نہیں ہے جس میں اردو زبان کی ضرورت اور اہمیت مسلم نہ ہو۔ اخبار ہو یا ریڈیو، فلم ہو یا ٹیلی ویژن اردو زبان کی قوت اس کی ہمہ گیری، گیرائی و گہرائی، بلاغت و اشاریت، شیرینی و حسن ہر جگہ کام آتے ہیں۔ خاص طور پر الیکٹرانک میڈیا میں اس کی اہمیت اور ضرورت میں پہلے سے کہیں زیادہ اضافہ ہو گیا ہے۔ ٹی وی کی نجی کاری کے بعد اردو زبان کا چلن اور بھی بڑھا ہے اس لیے کہ ٹی وی چینلز کو عوامی ربط کے لیے اس زبان کی ضرورت ہے۔ اردو تاریخی اعتبار سے اپنی پیدائش سے ہی عوامی رابطے کی زبان رہی ہے اور اثر پذیری اس کی خصوصیات ہے، اس لیے میڈیا کو یہ اس آتی ہے۔

یہ زمانہ تخصیص اور اختیار کا ہے۔ انسان کے پاس فرصت کے لمحات کم اور ضروریات زیادہ ہیں اور اردو اپنی جامعیت کی وجہ سے اختصار کے ساتھ موثر ہونے پر قادر ہے۔ ٹیلی ویژن کی مقبولیت کے موجودہ دور میں اشتہارات کی اہمیت سے کون انکار کر سکتا ہے۔ ظاہر ہے ٹی وی کے لیے اشتہار تیار کرنے اور پھر اسے ٹیلی کاسٹ کرنے کی قیمت بہت زیادہ ہے۔ کبھی کبھی تو سکندوں میں دکھایا جانے والا اشتہار لمبے لمبے پروگراموں سے کہیں زیادہ مہنگا ہوتا ہے۔ ایسی صورت حال میں کم وقت میں ضروری مواد کھپا دینا بہت مشکل ہوتا ہے۔ اس جامعیت اور اختصار کے لیے اردو زبان موزوں ترین زبان ہے۔ کسی بھی وقت ٹیلی ویژن پر دکھائے جانے والے اشتہارات کو

غور سے سن لیجیے، ممکن ہو تو ان میں بولے جانے والے الفاظ کو کاغذ پر لکھ لیجیے۔ آپ پائیں گے استعمال کیے جانے والے لفظوں میں غالب عنصر اردو کا ہوگا۔ ہاں یہ ضرور ہے کہ ٹی وی کے لیے اشتہار لکھنا ایک پروفیشنل معاملہ ہے اور کس حد تک تکنیکی بھی۔ لیکن ایسے لوگوں کے لیے جو خیال کو لفظوں میں ڈھالنے کے ہنر سے واقف ہیں، یہ کوئی بہت بڑی رکاوٹ نہیں ہیں۔ بس ذرا سی مشقِ حق اور معلومات سے اس پر قابو پایا جاسکتا ہے یہ تو صرف ٹی وی میڈیم میں اردو کی اہمیت کی ایک مثال تھی ورنہ ٹیلی ویژن کے زیادہ تر پروگرام میں اردو کا استعمال ناگزیر ہے اور ٹیلی ویژن کی نجکاری کے بعد اس میں بہت زیادہ اضافہ ہوا ہے۔

ٹیلی ویژن نے صرف اردو زبان ہی سے فائدہ نہیں اٹھایا بلکہ اس سے آگے بڑھ کر اردو زبان کے ادب اور شاعری سے بھی خوب فائدہ اٹھایا ہے۔ کون سا ایسا مقبول سیریل ہے جس میں اردو کے مکالمے کا استعمال نہ کیا گیا ہو۔ شاید ہی کوئی مقبول سیریل ایسا ہو جس کا ٹائٹل ساگ (Tittle song) اردو شاعری کا مرہونِ منت نہ ہو۔ میڈیا سے وابستہ لوگ بخوبی جانتے ہیں کہ ترسیل کے لیے کیا ضروری ہے۔ اسی لیے اردو کا استعمال نہ صرف بڑھ رہا ہے بلکہ ٹی وی جیسے مقبول میڈیم (یعنی ٹیلی ویژن کو) وسعت کے مواقع میسر آئے ہیں وہیں اردو زبان اور اس سے وابستہ ثقافت کو بھی زبان کے توسط سے دور دور تک اپنا اثر بڑھانے کا موقع ملا۔

### 1.6.1 زبان اور تکنیک

ایک عام غلط فہمی یہ ہے کہ بصری میڈیم (Visual Madium) میں تکنیکی ضرورتوں کے لیے زبان جاننے اور نہ جاننے سے کوئی فرق نہیں پڑتا۔ اور یہی تصور لفظ کی اہمیت اور ضرورت کو کم کر دیا ہے۔ یہ نہ صرف غلط فہمی ہے بلکہ عدم واقفیت کا نتیجہ بھی ہیں۔ اس لیے کہ کوئی بھی پروگرام ہو، زبان کی واقفیت بلکہ مہارت کے بغیر ہرگز نہیں ہو سکتا۔

اب رہا خالص تکنیکی افراد کا معاملہ تو اس میں بھی زبان کا جاننا بہت مفید ہے۔ اگر ویڈیو ایڈیٹر زبان جانتا ہے تو اسے ایڈٹ کرنے میں آسانی ہوگی۔ اگر کیمرہ میں زبان سے واقف ہے تو اس زبان سے وابستہ تہذیب سے مطابقت رکھنے والے زاویوں کو چننے میں آسانی ہوگی کیونکہ ٹی وی میں بیشتر تکنیکی کام تخلیقی قوتوں سے اس طرح جڑے ہوتے ہیں کہ انھیں صرف مشین آپریٹر نہیں کہا جاسکتا بلکہ مشین کا تخلیقی استعمال ہی تکنیکی لوگوں کو ممتاز اور ماہر اور مکمل بناتا ہے۔

### 1.7 اکتسابی نتائج

ہم یہ کہہ سکتے ہیں کہ ریڈیو کی ابتداء ٹکنالوجی سے مربوط ہے۔ ہندوستان کا سب سے پہلا ریڈیو اسٹیشن ممبئی اور دوسرا کلکتہ میں قائم ہوا۔ یہ اسٹیشن انڈین براڈ کاسٹنگ سروس کے تحت قائم ہوئے۔ 1935ء میں فیلڈن انڈین براڈ کاسٹنگ سروس کے کنٹرولر بنے۔ دوران جنگ حکومت نے ریڈیو کو پروپیگنڈے کے لیے استعمال کیا اور بیرونی نشریات کا آغاز کیا۔ آزادی کی فوری بعد کئی اسٹیشن کھولے گئے۔ پہلے، دوسرے، تیسرے اور چوتھے پانچ سالہ منصوبوں میں ریڈیو کو کافی وسعت دی گئی۔ 1959ء میں ٹیلی ویژن کی شروعات ہوئی۔ 1967 میں وودھ بھارتی چینل قائم کیا گیا۔ نیوز سروس ڈویژن مقامی، ڈویژن مقامی، علاقائی، قومی، بین الاقوامی زبان میں خبریں نشر کرتا ہے۔ بیرونی نشریات کے تحت بھی خبریں نشر ہوتی ہیں۔ بیرونی نشریات میں، بیرون ملک کے ہندوستانی باشندوں اور ہندوستانی

تہذیب میں دلچسپی رکھنے والوں کے لیے مختلف پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔ 23 نومبر 1997ء کو ایک خود مختار ادارے پر سار بھارتی (براڈ کاسٹنگ کارپوریشن آف انڈیا) کا آل انڈیا ریڈیو اور دور درشن پر کنٹرول ہو گیا۔

ریڈیو یوٹائی وی کا براڈ کاسٹر ٹرانسمیٹر کے ذریعے اپنی بات آپ تک پہنچاتا ہے، آپ اس کو سنتے، دیکھتے ہیں۔ یہی عوامی ترسیل ہے۔ ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی عمر اب چار دہائیوں سے زیادہ ہو چکی ہے۔ ان برسوں میں ترسیل و ابلاغ کے اس جدید ذریعے نے ہمارے ملک میں کئی ترقی پذیریلکوں کے مقابلے میں زیادہ ترقی کی ہے۔ یہ ترقی تکنیک اور مواد دونوں اعتبار سے ہوئی ہے۔ 15 ستمبر 1959 کو یونیسکو (UNESCO) کی مدد سے تجرباتی طور پر دہلی میں ٹیلی ویژن کی نشریات شروع کی گئیں۔ اس وقت اس کی حد دہلی شہر کے کچھ علاقوں تک تھی اور ہفتے میں صرف ایک گھنٹے کے لیے پروگرام ٹیلی کاسٹ ہوتا تھا۔ 1961ء میں تجرباتی طور پر اسکول ٹیلی ویژن شروع کیا گیا جس سے طلبہ اور اساتذہ کی ایک بڑی تعداد ٹیلی ویژن کے قریب آگئی۔ دہلی کے بعد 1972ء میں ممبئی میں ٹیلی ویژن کا دوسرا مرکز قائم کیا گیا۔ 1975ء میں ہندوستانی ٹیلی ویژن کے لیے سیٹلائٹ کے استعمال کا آغاز ہوا۔ 15 اگست 1982ء کو ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ کا ایک اہم دن میں مانا جانا چاہیے۔ اس لیے اس دن انسیٹ (1) کے ذریعے پورے ملک کی نشریات کو ایک لڑی میں پرو دیا گیا اور دہلی سے نیشنل پروگرام کا آغاز ہوا۔ 15 اگست 1882ء ہی کو ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی رنگین نشریات بھی شروع ہوئیں۔ نومبر 1982ء میں نويس ایشیائی کھیلوں کو براہ راست نشر (Live Telecast) کرنے کے ساتھ ہندوستان کی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں ایک نئے باب کا اضافہ ہوا۔ نويس ایشیائی کھیلوں کو نہ صرف اپنے ملک میں بلکہ بیرونی ممالک میں براہ راست دکھایا جاسکا۔ ستمبر 1984ء میں دہلی میں دوسرے چینل کی سہولت مہیا کی گئی جس سے دیکھنے والوں کو دو مختلف چینلز میں سے انتخاب کی سہولت میسر آئی۔ موجودہ دور میں ہمارے ملک میں کئی سطحوں پر ٹی وی چینلز جاری ہیں۔ ان میں تین سطحیں عام ہیں: ٹرسٹیل Terrestrial، کیبل Cable، سیٹلائٹ Satellite۔

ہندوستان میں ٹی وی نیٹ ورک نجی زمروں کی شرکت کا آغاز دور درشن اسپانسر اور کمیشن کردہ پروگراموں سے ہوا۔ گویا چینلوں کی نجی کاری سے پہلے جزوی نجی کاری ہونا شروع ہو گئی تھی۔ اس میں کوئی شک نہیں کہ ٹیلی ویژن کی نجی کاری کے بعد ہندوستان میں ٹیلی کاسٹنگ کے معیار اور اس کی مقبولیت دونوں میں اضافہ ہوا ہے۔ ٹیلی ویژن کی نجی کاری سے نہ صرف دیکھنے والوں کو ہی فائدہ نہیں ہوا بلکہ ایک خاص تعداد کو روزگار کے مواقع بھی فراہم ہوئے ہیں۔ نجی کاری کے بعد ٹیلی ویژن اب زبردست صارفیناتی صنعت اور منڈی کی شکل اختیار کر چکا ہے اور اب سماج کا کوئی شعبہ اس کے اثر سے باہر نہیں ہے۔

ذرائع ابلاغ میں کوئی ذریعہ ایسا نہیں ہے جس نے اردو زبان کی ضرورت اور اہمیت مسلم نہ ہو۔ اخبار ہو یا ریڈیو، فلم ہو یا ٹیلی ویژن اردو زبان کی قوت اس کی ہمہ گیری، گیرائی و گہرائی بلاغت اشاریت، شیرینی و حسن ہر جگہ کام آتے ہیں۔ انسان کے پاس فرصت آج کم اور ضروریات زیادہ ہیں اور اردو اپنی جامعیت کی وجہ سے اختصار کے ساتھ موثر ہونے پر قادر ہے۔ ٹیلی ویژن نے صرف اردو زبان سے ہی فائدہ نہیں اٹھایا بلکہ اس سے آگے بڑھ کر اردو زبان کے ادب اور شاعری سے بھی خوب فائدہ اٹھایا ہے۔ ایک عام غلط فہمی یہ ہے کہ (Visual Medium) میں تکنیکی ضرورتوں کے لیے زبان جاننے اور نہ جاننے سے کوئی فرق نہیں پڑتا اور یہ کہ تصویر نے لفظ کی

اہمیت اور ضرورت کو کم کر دیا ہے۔ یہ نہ صرف غلط فہمی ہے بلکہ عدم واقفیت کا نتیجہ بھی ہے۔ اس لیے کہ کوئی بھی پروگرام زبان کے واقفیت بلکہ مہارت کے بغیر اثر انگیز نہیں ہو سکتا۔

## 1.8 فرہنگ

پہنچ	رسائی
مدد	معاونت
جس سے توہین ہو بے عزتی سے بھرا ہوا	ہتک آمیز
درمیان	مابین
کتاب کی اصل عبارت Text	متن
قانون کی جمع	قوانین
مخصوص کیا گیا	مختص
پہنچایا۔ بات کا مخاطب تک پہنچ جانا کمیونی کیشن	ترسیل
ریڈیو کی اصطلاح ہے۔ ریڈیو کے ذریعے بات کہنے والا	براڈ کاسٹر
ٹی وی کے ذریعے بات کہنے والا	ٹیلی کاسٹر
ذریعہ کی جمع کئی ذریعے	زرائع
اجتماعی طور پر دیکھے جانے والے ٹی وی سٹیشن	کمیونٹی ویگ سٹیشن
نشریہ کی جمع	نشریات
ایسے چینلز جو بنا کیبل کے صرف ٹی۔ وی اینٹینا کے ذریعے دیکھے جاسکیں	ٹرسٹیل چینلز
ڈائریکٹ ٹو ہوم کا مخفف	ڈی ٹی ایچ

## 1.9 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- 1- ہندوستان میں ریڈیو نشریات کی شروعات کب ہوئی؟
- 2- ہندوستان میں ٹیلی ویژن کا آغاز کس تاریخ کو ہوا؟
- 3- مارکونی نے ریڈیو ٹرانسمیٹر اور ریسیور کس سن میں ایجاد کیا؟
- 4- ہندوستان کے پہلے کنٹرولر آف براڈ کاسٹنگ کون تھے؟
- 5- انڈین اسٹیٹ براڈ کاسٹنگ سروس کا نام بدل کر آل انڈیا ریڈیو کس سن میں رکھا گیا؟

- 6- 1947 میں آزادی کے وقت ہندوستان کے پاس کتنے ریڈیو اسٹیشن تھے؟ ان کے نام لکھیے۔
- 7- AIR Code کس سن میں نافذ کیا گیا؟
- 8- ہندوستان میں ریڈیو پرتجارتی اشتہارات کی شروعات کس سن میں اور کس چینل پر ہوئی؟
- 9- یوانی (Yuva Vani) کی نشریات کس سن میں شروع کی گئی؟
- 10- ایف ایم (F.M.) براڈ کاسٹنگ کی شروعات کس پانچ سالہ منصوبہ کے دوران ہوئی؟

### مختصر جوابات کے حامل سوالات

- 1- یورپ اور امریکہ میں ریڈیو نشریات کی شروعات کب اور کیسے ہوئی؟ ہندوستان میں ٹکنالوجی کی ترقی نے ریڈیو کی شروعات میں کس طرح مدد کی؟
- 2- ہندوستان میں کلکتہ اور ممبئی ریڈیو اسٹیشنوں کے قیام اور ان کی سرگرمیوں پر روشنی ڈالیے۔
- 3- مقامی ریڈیو اور یوانی کے پروگرام کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں؟
- 4- ٹی وی کی نجی کاری کے مضمرات قلم بند کیجیے۔
- 5- سیٹلائٹ کے استعمال سے ہندوستانی ٹی وی اور ناظرین کو کس طرح فائدہ پہنچا؟
- 6- ٹی وی میں اردو زبان کے استعمال پر اپنی رائے لکھیے۔

### طویل جوابات کے حامل سوالات

- 1- ریڈیو کے آغاز و ارتقاء پر ایک مضمون لکھیے۔
- 2- تعلیمی نشریات اور کسانوں کے لیے پروگرام کے خصوصی حوالے سے "ریڈیو کی افادیت" پر ایک مضمون قلم بند کیجیے۔
- 3- ہندوستان میں ٹیلی ویژن کے آغاز و ارتقاء پر ایک مضمون لکھیے۔

### 1.10 تجویز کردہ اکتسابی مواد

- |    |   |                 |
|----|---|-----------------|
| 1. | <i>This is All India Radio</i>            | UL Baruah       |
| 2. | <i>Indian Broadcasting</i>                | Luthra          |
| 3- | ٹیلی ویژن نشریات۔ تاریخ، تحریر، تکنیک     | انجم عثمانی     |
| 4- | الکٹرانک میڈیا ریڈیو۔ ٹیلی ویژن           | محمد امتیاز علی |
| 5- | عوامی ذرائع ترسیل                         | اشفاق محمد خاں  |
| 6- | اردو۔ ریڈیو ٹی وی میں ترسیل ابلاغ کی زبان | کمال احمد صدیقی |

## اکائی 2- کیبل، سیٹلائٹ اور ڈائرکٹ ٹو ہوم (ڈی ٹی ایچ)

	اکائی کے اجزا
تمہید	2.0
مقاصد	2.1
ہندوستان میں کیبل کا آغاز	2.2
کیبل اور کیبل آپریٹرز کا طریقہ کار	2.2.1
کیبل کے فائدے، تعلیمی اور تفریحی پس منظر	2.2.2
معلومات کی جانچ	
سیٹلائٹ: تاریخی پس منظر	2.3
سیٹلائٹ کی تعریف اور کام کرنے کا طریقہ	2.3.1
سائٹ (SITE) کی شروعات	2.3.2
انسیت (INSAT) کے ترسیلی سیارے	2.3.3
تعلیمی پس منظر میں انسیت کی اہمیت اور اس کے فوائد	2.3.4
تعلیمی ٹیلی ویژن اور ایجوکیشنل سیٹلائٹ	2.3.5
ڈائرکٹ ٹو ہوم (Direct to Home - DTH)	2.4
ڈائرکٹ ٹو ہوم کا طریقہ کار	2.4.1
تعلیمی پس منظر میں ڈی ٹی ایچ کے فوائد	2.4.2
ڈی ٹی ایچ کی خوبیاں اور فوائد	2.4.3
اکتسابی نتائج	2.5
فرہنگ	2.6
نمونہ امتحانی سوالات	2.7
تجویز کردہ اکتسابی مواد	2.8

ہمارے ملک ایک وسیع ملک ہے۔ جہاں 100 کروڑ سے بھی زائد لوگ بستے ہیں۔ ہمارے ملک میں 28 ریاستیں ہیں اور یہاں بہت سی سی زبانیں بولی جاتی ہیں۔ ملک کی ہر ریاست کی اپنی تہذیب ہے وہاں کے لوگوں کا اپنا ایک الگ کلچر ہے۔ عالمگیریت (Globalization) کی وجہ سے دنیا گلوبل ولج کہی جانے لگی ہے اور اس کے کام میں ٹیلی ویژن نے کافی بڑا کام انجام دیا ہے۔ ٹیلی ویژن کی وجہ سے ہم بہ آسانی دنیا کے کسی بھی ملک میں ہونے والی سماجی، تعلیمی، تہذیبی، معاشرتی اور ثقافتی سرگرمیوں کا جائزہ گھر بیٹھ کر لے سکتے ہیں۔ گھر بیٹھ کر ہم امریکہ کے حالات معلوم کر سکتے ہیں۔ یہ بتا سکتے ہیں کہ کس شہر میں کتنی گرمی پڑ رہی ہے اور کہاں کتنی بارش ہو رہی ہے اور کہاں کب مانسون آئے گا۔ مختلف چینلوں کے ذریعے ہم ان ساری باتوں سے آگاہ ہو سکتے ہیں۔ چینل ایک خاص فری کونسنسی والے خاص قسم کے درجے کو Band کہتے ہیں۔ جو الیکٹرو میگنٹک لہروں کو وصول بھی کرتا ہے اور ان کی لہروں کی ترسیل بھی کرتا ہے۔ ٹیلی ویژن نے سماجی شعور پیدا کرنے میں ایک نمایاں کردار انجام دیا ہے اور آج کل ہر عمر، ہر مذہب، ہر ملک کا انسان اس سے فائدہ اٹھا رہا ہے۔ جہاں ابتداء میں ہندوستان میں صرف دور درشن کا دبدبہ تھا وہیں کیبل ٹی وی سروس کے آجانے سے کئی چینل لوگوں کو ملنے لگے ہیں۔ کیبل ٹی وی سے لوگوں کو بہت فائدہ ہوا۔ آہستہ آہستہ ڈی ٹی ایچ کی شروعات ہوئی۔ یہ ایک ایسی سروس ہے جو ملک میں کہیں بھی پہنچ سکتی ہے۔

اس اکائی میں کیبل ٹیلی ویژن سروس کا آغاز، اس کی اہمیت، کام کرنے کا طریقہ اور موجودہ صورتحال پر روشنی ڈالی گئی ہے۔ ساتھ ہی سیٹلائٹ کی تاریخ اور سیٹلائٹ کا طریقہ کار بھی پیش کیا گیا ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ ہندوستان میں ڈی ٹی ایچ کی شروعات اور اس کا طریقہ کار بھی بتایا گیا ہے۔ آپ کی معلومات کے لیے سوالات پیش کیے گئے ہیں۔ فرہنگ کے ذریعے مشکل الفاظ کے معنی کو سمجھا جاسکتا ہے۔ آخر میں کتابوں کی ایک فہرست پیش کی گئی ہے۔ ان کتابوں کے مطالعے سے آپ اپنی معلومات میں مزید اضافہ کر سکتے ہیں۔

## 2.1 مقاصد

- اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:
- ☆ ”انسٹیٹ“ INSAT کا تعارف اور تعلیمی ٹیلی ویژن کے لیے اس کے تعاون کو سمجھ سکیں۔
  - ☆ Ku Band اور C-Band کا فرق کو سمجھ سکیں۔
  - ☆ کیبل کے ذریعے ہندوستانی ٹیلی ویژن میں رونما ہونے والی تبدیلی کو سمجھ سکیں۔
  - ☆ سیٹلائٹ کا تعارف اور اس کے استعمال و فوائد کو سمجھ سکیں۔
  - ☆ تعلیمی مقاصد کی تکمیل کے لیے سیٹلائٹ کی کارکردگی کو سمجھ سکیں۔
  - ☆ ڈی ٹی ایچ کے ورکنگ پروسس کو سمجھ سکیں۔
  - ☆ ہندوستان میں ڈی ٹی ایچ کی تاریخ پر روشنی ڈال سکیں۔

## 2.2 ہندوستان میں ہندوستان میں کیبل کا آغاز

جہاں تک ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی مقبولیت کا سوال ہے تو یہ کہنا غلط نہ ہوگا کہ اس کام میں 'کیبل' نے نمایاں کردار انجام دیا ہے۔ آزادی کے بعد یا پھر یہ کہیں کہ 15 ستمبر 1959ء سے 1992ء تک ہندوستان ٹیلی ویژن نشریات پر دور درشن کی خود مختاری تھی۔ ہمارے ملک ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی آمد 15 ستمبر 1959ء کو ہوئی تھی۔ اس وقت صدر جمہوریہ ہند کے عہدے پر ڈاکٹر راجندر پرساد اور وزیر اعظم کے عہدے پر پنڈت جواہر لال نہرو پر فائز تھے۔ ڈاکٹر راجندر پرساد نے نئی دہلی میں آل انڈیا ریڈیو (AIR) کے دفتر میں ٹیلی ویژن کے پہلے تجرباتی مرکز کا افتتاح کیا تھا۔ اس کے بعد ٹیلی ویژن کے میدان میں آہستہ آہستہ کام شروع ہوا۔ ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی آمد سے کئی فائدے ہوئے جس میں تعلیم، لوگوں کی تفریح اور خبریں وغیرہ شامل ہیں۔ آج کے دور میں ٹیلی ویژن فاصلاتی تعلیم کے شعبے میں بھی نمایاں کردار انجام دے رہا ہے۔

شروعاتی 17 سالوں میں ٹیلی ویژن نے کوئی خاص ترقی نہیں کی اور شاید اس کی وجہ یہ تھی کہ ٹیلی ویژن نشریات کے معاملے میں وزارت اطلاعات و نشریات (Ministry of Information and Broadcasting) کی اجارہ داری تھی۔ زیادہ تر پروگرام عوام کی اخلاقی سماجی اصلاحات کو ذہن میں رکھ کر تیار کئے جاتے تھے۔ 1976ء تک ٹیلی ویژن آل انڈیا ریڈیو کا ایک حصہ تھا۔ دور درشن اپنے تمام پروگرام ایک ہی نیٹ ورک (Network) سے پیش کرتا تھا۔ جب کہ علاقائی نشریات کے لیے 7 (Network) نیٹ ورک الگ سے تھے۔

1982ء میں ایشین کھیل ایک بار پھر سے ہندوستان میں منعقد ہوئے۔ اس سے قبل یہ کھیل ہمارے ملک میں 1951ء میں منعقد ہو چکے تھے۔ 1982ء میں ہی رنگین ٹیلی ویژن کی ابتدا ہوئی اور اسی سال سے دور درشن اپنے پروگراموں کو سیٹلائٹ ٹرانسمیشن Satellite Transmission کے ذریعے ٹیلی کاسٹ کرنے لگا۔ ٹی وی چینلس سے پیش ہونے والے پروگراموں میں لوگوں کی دلچسپی اس وقت تیزی سے بڑھی جب سال 1992ء میں دور درشن کے علاوہ ایک پرائیویٹ ٹیلی وژن چینل یعنی زی ٹی وی (Zee Tv) وجود میں آیا اور اپنے پروگرام سیٹلائٹ ٹرانسمیشن کے ذریعے پیش کرنے لگا اگرچہ کہ 1991ء میں سی این این (CNN) (Cable News Network) ایشیا ٹیلی ویژن نیٹ ورک (Asia Television Network) اور اسٹار ٹی وی (Star Tv) ہندوستان میں اپنے پروگرام نشر کرتے تھے۔ چنانچہ زی ٹی وی شروع ہونے کے بعد قومی پیمانے پر سن نیٹ ورک (Sun Network) نے اپنا چینل شروع کیا اور آہستہ آہستہ چینلوں کی تعداد میں اضافہ ہونے لگا۔ یہ بات واضح رہے کہ سی این این (CNN) اور اسٹار (Star) وغیرہ کی زمینی اسٹیشن (Earth Station) ہندوستان میں نہیں تھے۔ اس لیے اسٹار Star اپنے پروگرام ہانگ کانگ سے پیش کرتا تھا۔ زی ٹی وی (Zee Tv) اور دوسرے چینل اپنے پروگرام کی تیار شدہ ویڈیو ٹپس (Video Taps) غیر ملکی چینلوں سے نشر کیا کرتے تھے۔ شروع شروع میں کوئی بھی چینل 24 گھنٹے پروگرام نشر نہیں کرتا تھا۔ زیادہ تر چینل شام اور رات کے وقت اپنے پروگرام نشر کرتے تھے کیونکہ یہ پرائم ٹائم (Prime Time) ہوتا تھا۔

سال 1992ء تک 63 زیادہ طاقت والے، 361 درمیانی طاقت والے اور 23 کم طاقت والے ٹرانسمیٹر شروع کیے گئے۔



حکومت نے دور درشن کے علاوہ دیگر قومی اور بین الاقوامی چینلوں کو اپنے پروگرام نشر کرنے کی اجازت دی تو چینلوں کو بھر ماری ہو گئی۔ 1991ء میں جہاں ہندوستان میں صرف دو (2) ہی چینلس تھے وہیں 1996 تک چینلوں کی تعداد بڑھ کر 50 سے زائد ہو گئی۔ سال 1995-96ء میں ہندوستان میں تقریباً 60,000 کیبل آپریٹرز موجود تھے۔ لیکن ان کی تعداد گھٹ کر اب 30,000 رہ گئی ہیں۔ آج ہمارے پاس 100 سے بھی زائد ٹیلی ویژن چینلز موجود ہیں۔

## 2.2.1 کیبل اور کیبل آپریٹرز کا طریقہ کار

کیبل پر بات کرنے سے قبل ہم چینلوں کے بارے میں گفتگو کریں گے۔ چینل اس خاص فریکوئنسی (Frequency) والے بینڈ (Band) کو کہتے ہیں جو خاص قسم کے درجوں کی الیکٹرو میگنیٹک (Electromagnetic) لہروں یعنی (Signals) کو وصول کرتے ہیں اور ترسیل بھی کرتا ہے۔ ہم چینلس کو تین زمروں میں تقسیم کر سکتے ہیں، جو حسب ذیل ہیں:-

1- علاقائی چینل۔ جیسے ای ٹی وی نیٹ ورک کے مختلف زبانوں جیسے اردو، ہندی، مراٹھی، بنگالی، اڑیہ وغیرہ میں نشر ہونے والے چینل۔

2- ملک گیر چینل۔ جیسے این ڈی ٹی وی، انڈیائی وی، آج تک، زی ٹی وی، دور درشن وغیرہ۔

3- بین الاقوامی چینل۔ جیسے سی این این (CNN)، اشار، پوگو وغیرہ ہو۔

ان چینلس سے کو پروگرام نشر ہوتے ہیں ان کو درج ذیل آٹھ زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

- |                           |   |  |
|---------------------------|---|--|
| (a) نیوز چینلس            | : | جیسے این ڈی ٹی وی 24X7، سی این این۔ آئی بی این۔                  |
| (b) اسپورٹس چینلس         | : | جیسے زی اسپورٹس، ای ایس پی این، اشار اسپورٹس، ٹین اسپورٹس وغیرہ۔ |
| (c) مذہبی چینلس           | : | کیو ٹی وی، گاڈ ٹی وی، آستھا وغیرہ۔                               |
| (d) بچوں کے چینلس         | : | ہنگامہ، پوگو، ڈڈنی نیٹ ورک، کارٹون نیٹ ورک۔                      |
| (e) فلموں کے چینلس        | : | اے ایکس این۔ اشار موز، ہال مارک۔                                 |
| (f) مطالعہ قدرت کے چینلس  | : | ڈسکوری، اینمیل پلے بیٹ۔  |
| (g) تہذیبی و ثقافتی چینلس | : | جیسے جیو ٹی وی، ای ٹی وی اردو۔                                   |
| (h) تفریحی چینلس          | : | سونی، زی، اشار وغیرہ   |

کیبل ٹی وی ایک ایسی سروس ہے جو کہ ملک بھر میں صارفین کے پاس ایک بڑی تعداد میں مختلف کیبل آپریٹرز کے ذریعہ پہنچتی ہے۔ اس کے ذریعے صارفین کو اپنی پسند کے مختلف چینل اور پروگرام دیکھنے کو ملتے ہیں۔ آج کے دور میں کیبل ٹی وی نے بہت ترقی کر لی ہے اور اس کی مدد سے آج ہم کو 100 سے بھی زائد چینلس دستیاب ہیں جن کے ذریعے مختلف پروگرامس گھر بیٹھ کر دیکھنے کو ملتے ہیں۔ کیبل آپریٹرز کا طریقہ کار بہت آسان ہے۔ کیبل آپریٹرز کے مکا یا آفس کی چھت پر ایک ڈش لگی ہوتی ہے۔ یہ ڈش چھتری نما ہوتی ہے۔ ہر چینل کی ایک Downlink فریکوئنسی ہوتی ہے۔ اس Downlink فریکوئنسی کو یہ کیبل آپریٹرز اپنی ڈش کی مدد سے کچھ کر لیتا ہے اور Set Top Box کی مدد سے اپنے ناظرین تک پہنچاتا ہے۔ یہ بات ضروری ہے کہ کسی بھی چینل کو دکھانے سے پہلے اس چینل کا کیبل آپریٹرز اس کیبل

کے پاس ہونا ضروری ہے۔ آج کل دو طرح کے چینل دستیاب ہیں۔ ایک تو مفت یا فری ٹو ایئر (Free to Air) چینل جسے سہارا ون، ای ٹی وی اردو وغیرہ اور دوسرے ادا یگی والے چینل سیٹی وی چینلز (Pay Channels) جیسے اسٹار، سونی وغیرہ۔ فری ٹو ایئر چینل کے لیے کیبل آپریٹرز کو کوئی فیس نہیں دینی پڑتی ہے لیکن جہاں تک پے چینلز کا سوال ہے۔ ان کے لیے کیبل آپریٹرز کو ایک طے شدہ رقم ادا کرنا پڑتی ہے۔ کسی بھی پرائیویٹ ادارے کو ہندوستان میں ٹی وی اسٹیشن قائم کرنے یا ٹی وی سگنلس کو نشر کرنے کی اجازت نہیں تھی لیکن بین الاقوامی چینل جس میں سی این این اور اسٹار شامل ہیں، انھوں نے 1991ء میں ہندوستان سے اپنی نشریات شروع کیں اور 1992ء میں زی ٹی وی اور سن ٹی وی نے اپنی نشریات کا آغاز کیا۔ آہستہ آہستہ چینلوں کی تعداد میں اضافہ ہوا اور اس طرح کیبل آپریٹرز کی تعداد بھی بڑھتی رہی۔ 1995-96ء میں یہ تعداد بڑھ کر 60 ہزار ہو گئی۔ شروع شروع میں یہ لوگ 6-14 مختلف چینلز نشر کرتے تھے۔ اس کی وجہ یہ تھی کہ کچھ چینلز اپنی ڈاؤن لنکنگ (Downlinking) کے لیے ان کیبل آپریٹرز سے بھاری وصولی کی مانگ کرتے تھے۔ حکومت ہند نے سال 1995ء میں کیبل ٹی وی ایکٹ پاس کیا جس کے تحت ان کیبل آپریٹرز پر ٹیکس بھی عائد کیا گیا اور یہ بھی طے ہوا کہ یہ کیبل آپریٹرز کس طرح کے پروگرام لوگوں کے گھروں تک پہنچائیں۔

## 2.2.2 کیبل کے فائدے: تعلیمی اور تفریحی پس منظر

- 1- کیبل کے ذریعہ لوگوں کو اپنے پسند کے پروگرام 24 گھنٹے دیکھنے کو ملتے ہیں۔
- 2- پہلے جہاں صرف دور درشن ہوا کرتا تھا وہاں آج 100 سے بھی زائد چینلز موجود ہیں۔ آپ کو طے کرنا ہے کہ آپ کو کیا دیکھنا ہے۔
- 3- مختلف چینلوں پر تعلیمی پروگرام بھی موجود ہیں جس سے طلباء کو اپنا کریئر طے کرنے میں مدد ملتی ہے اور مختلف کورسز کے بارے میں معلومات بھی۔
- 4- گھر بیٹھے آپ مختلف فلموں کا لطف اٹھا سکتے ہیں۔
- 5- بریک کے وقت کیبل آپریٹرز مقامی اشتہار وغیرہ چلاتے ہیں جس سے ان کی کمائی میں اضافہ ہوتا ہے۔
- 6- ہندوستانی سرزمین کے علاوہ مختلف ممالک کے کچھ چینلس دیکھ کر طلباء وہاں کے کچھ، زبان، تہذیب کے بارے میں معلومات حاصل کر سکتے ہیں۔
- 7- یونیورسٹی گرانٹس کمیشن (UGC)، اندرا گاندھی نیشنل اوپن یونیورسٹی، (IGNOU) گیان درشن (Gyan Darshan) کے پروگرام بھی دیکھ سکتے ہیں۔

26 جنوری 2000ء کو ”گیان درشن“ پروگرام کا آغاز کیا گیا۔ شروع میں آٹھ گھنٹے کے پروگرام دکھائے جاتے تھے جن کو دن میں دو مرتبہ Repeat کیا جاتا تھا۔ یہ ایک ڈیجیٹل چینل ہے۔ اور 6 چینلوں کا ایک تعلیمی گلدستہ ہے۔ گیان درشن کے تمام پروگرام توسیعی (Extended) ”سی“ بینڈ ٹرانسپونڈر سے ریلے ہوتے ہیں اس کو دیکھنے کے لیے ایک بڑی ڈش اور Low Noise Block Convertor کی ضروری پڑتی ہے۔ لونوائز بلاک کنورٹر کیبل آپریٹرز کے پاس باآسانی دستیاب نہیں رہتا ہے۔ اس لیے کیبل آپریٹرز لوگوں کے اصرار پر بھی اس چینل کو نہیں دکھاتے۔ اسی لیے گیان درشن اور اس کے باقی تمام چینل ہر جگہ بہ آسانی دستیاب

نہیں ہیں۔

### معلومات کی جانچ:

- 1- کیبل ٹی وی سروس Cable TV Service سے کیا مراد ہے؟
- 2- کیبل آپریٹرز کی تعداد 1995-96 میں کتنی تھی؟
- 3- حکومت ہند نے کیبل ٹی وی ایکٹ کب پاس کیا؟
- 4- ہندوستان میں شروع ہونے والے پہلے دو غیر ملکی چینل کون سے تھے؟
- 5- زی ٹی وی کی شروعات ہندوستان میں کب ہوئی؟
- 6- چینل سے کیا مراد ہے؟
- 7- چینل کو کتنے حصوں میں بانٹا جاسکتا ہے۔
- 8- دوفری ٹو ایئر (Free to Air) اور Pay Channel کے نام لکھیے۔
- 9- کھیلوں سے متعلق قومی اور بین الاقوامی 2 چینلوں کے نام بتائیے۔
- 10- ہندوستان میں رنگین ٹیلی ویژن کی ابتداء کب ہوئی؟

### 2.3 سیٹلائٹ: تاریخی پس منظر

جیسا کہ بتایا جا چکا ہے کہ ہندوستان کی آبادی 100 کروڑ سے بھی زائد ہے اور پورا ملک 28 ریاستوں میں تقسیم ہے۔ 100 کروڑ سے زائد آبادی والے اس ملک میں نصف سے زائد آبادی آج بھی گاؤں میں رہتی ہے۔ گاؤں میں رہنے والے لوگوں کی ایک بڑی تعداد ایسی بھی ہے جس نے ٹیلی ویژن کی شکل تک نہیں دیکھی اور جن گاؤں میں ٹیلی ویژن موجود ہے وہاں صرف دور درشن دیکھنے کو ملتا ہے۔ ٹیلی ویژن خبروں اور دیگر پروگراموں کی فراہمی کا ایک اہم ذریعہ ہے۔ دیگر پروگراموں میں کھیل کود کے پروگرام، سیریل، فلمی پروگرام، مذہبی پروگرام وغیرہ شامل ہیں۔ جہاں تک خبروں کا سوال ہے مختلف نیوز چینلوں کے ہر شہر میں اپنے اپنے نمائندے ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ مختلف نیوز ایجنسیوں جیسے پی ٹی آئی (Press Trust of India - PTI) یو این آئی (United News of India - UNI) وغیرہ شامل ہیں۔ آج کل نیوز کے مختلف چینل موجود ہیں اور یہ سبھی چینل 24 گھنٹے صرف خبریں پیش کرتے ہیں۔ جہاں تک بین الاقوامی نیوز چینلز کی ہے اس میں سی این این، BBC، بی بی سی اور الجزیرہ وغیرہ شامل ہیں۔ نیشنل چینل میں اسٹار نیوز، این ڈی ٹی وی، آئی بی این، آئی بی این، AWAAZ، CNBC، SAHARA SAMAY، AAJ TAK، IBN، CNN اور ای ٹی وی وغیرہ شامل ہیں۔ یہ چینل 24 گھنٹے نیوز ٹیلی کاسٹ کرتے ہیں۔ اس کے علاوہ تفریحی پروگرام پیش کرنے والے مختلف چینل موجود ہیں۔ جس میں سونی، اسٹار، زی، سہارا ون وغیرہ شامل ہیں۔ کھیل سے متعلق چینل جیسے ای ایس پی این (ESPN) ٹین اسپورٹس (TEN SPORTS)، زی اسپورٹس (ZEE SPORTS) وغیرہ شامل ہیں جو کہ مختلف کھیلوں پر مبنی پروگرام آپ

کی خدمت میں پیش کرتے ہیں۔ آپ کے ذہن میں یہ بات آئی ہوگی آخر ٹیلی ویژن کی اتنی ترقی کیسے ممکن ہوئی؟

ٹیلی ویژن کی یہ ترقی سیٹلائٹ کی وجہ سے ممکن ہوئی۔ ہندوستان میں اپنا پہلا سیٹلائٹ ”آریہ بھٹ“ 1975ء کو خلا میں بھیجا تھا۔ اس کے 6 سال بعد یعنی 1981 میں ہندوستان نے اپنا پہلا ترسیلی سیٹلائٹ یعنی اپیل (Apple) خلا میں بھیجا۔ اس کے ایک سال بعد ہی 1982ء میں ناسا (NASA) کے ذریعے۔ INSAT-IA کو خلا میں بھیجا گیا۔ اس سیٹلائٹ کو امریکہ میں ہندوستانی تکنیک پر تیار کروایا گیا تھا۔ اس سیٹلائٹ کا فائدہ یہ ہوا کہ روزانہ تقریباً ساڑھے پانچ گھنٹے کی نشریات فراہم کرتا تھا۔ یہ سیٹلائٹ زیادہ نہ چل سکا اور جلد ہی خراب ہو گیا۔ حکومت ہند کے سامنے اب ایک ایسا سوال تھا کہ کس طرح کا سیٹلائٹ تیار کیا جائے جو کہ زیادہ کامیاب رہے اور زیادہ گھنٹے کی نشریات فراہم کرائے۔ سال 1983ء میں امریکہ کے خلائی شٹل کی آٹھویں اڑان کے ذریعے INSAT-1-B کو خلا میں بھیجا گیا اس مرتبہ کامیابی ملی اور سال 1985ء کے اختتام تک ٹیلی ویژن کافی لوگوں تک پہنچنے لگا۔ آہستہ آہستہ ٹیلی ویژن ناظرین کی تعداد میں اضافہ ہوا اور 1988ء تک پہنچتے پہنچتے یہ تعداد تقریباً 62 فیصد ہو گئی۔ INSAT-1-C بری طرح ناکام رہا۔

سال 1990ء میں INSAT-1-D کو خلا میں بھیجا گیا۔ یہ سیٹلائٹ موسم کی جانکاری بھی فراہم کرانے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ INSAT-2-A کو 1992ء میں خلا میں بھیجا گیا۔ اس سیٹلائٹ کی ایک خاص بات یہ ہے کہ یہ ہندوستان کے کامیاب سیٹلائٹ میں سے ایک ہے۔ اس کے بعد حکومت نے INSAT-2-B کو خلا میں بھیجا۔ اس کا استعمال آج تک ہو رہا ہے۔ 1997ء میں INSAT-2-D کو خلا میں بھیجا گیا۔ اس سے ترسیل کے شعبے میں ایک انقلاب آ گیا۔ اتنے سارے سیٹلائٹس ہونے کی وجہ سے ہندوستان کے تمام نیوز چینلز معیاری خبریں پیش کرتے ہیں۔ دنیا کے کسی بھی حصے میں کوئی واقعہ رونما ہوتا ہے تو پل بھر کے اندر وہ خبر تمام چینلز پر ٹیلی کاسٹ ہو جاتی ہے۔

12 مارچ 2007ء کو ہندوستان میں فرینچ گینانا سے INSAT-4-B سیٹلائٹ چھوڑا ہے۔ اس کے علاوہ IRSD-1 بھی ایک کثیر المقاصد سیٹلائٹ ہے۔

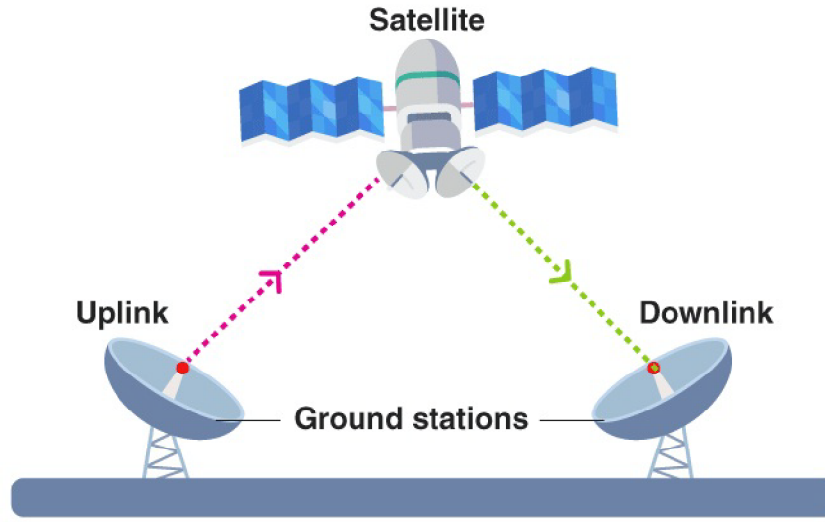
### 2.3.1 سیٹلائٹ کی تعریف اور کام کرنے کا طریقہ

ایک شے جو کہ دوسری شے کی جانب چکر لگاتی ہے اس کو ہم مصنوعی سیارچہ (Satellite) کہتے ہیں۔ سیٹلائٹ کو مختلف ادارے یا ایجنسیاں تیار کرتی ہیں۔ ان کو خلا میں بھیجنے کے لیے لانچ ویکل (Launch Vehicle) کی ضرورت پڑتی ہے۔ پہلا مصنوعی سیارچہ (سیٹلائٹ) اسپوٹنگ (Sputnik) تھا جس کو سوویت یونین نے 14 اکتوبر 1957ء میں لانچ کیا تھا۔ جہاں تک دنیا کے ترسیلی مواصلات کا سوال ہے۔ اس میں بہت تیزی سے ترقی ہوئی ہے اور اس سب کے لیے برطانوی راڈار انجینئر آر تھر کلا رک کافی حد تک ذمہ داری ہیں۔ آج دنیا میں ہر جگہ ٹیلی ویژن موجود ہے اور یہ اس لیے ممکن ہو سکا کیونکہ آر تھر کلا رک کا ترسیلی سیٹلائٹ کا نظریہ ٹیلی ویژن کے نشریات کے لیے کافی اہم تھا۔ کلا رک کے مطابق اگر کسی مصنوعی شے کو خلا 35,860 کلومیٹر کی اونچائی تک بھیج دیا جائے اور اس مصنوعی شہر میں ایسے آلات لگائے جائیں جن میں اتنی اہلیت ہو کہ وہ پیغام حاصل کر سکیں اور اسے نشر بھی کر سکیں اور ساتھ ہی وہ 24 گھنٹے میں زمین کا ایک محور پورا کرے۔ اگر کوئی مصنوعی شے ایسا کرنے میں کامیاب ہوتی ہے اور پھر اس کو خط استوا کے ایک نقطہ پر مرکوز کر دیا

جائے تو اس کو ٹیلی ویژن نشریات کا ایک اچھا ذریعہ (Source) بنایا جاسکتا ہے۔ ایسے مصنوعی سیارے کو ہم ارض سکونی سیارچہ Geo (Stationery Satellite) کہتے ہیں۔ اس نظریے پر کام کرتے ہوئے روس نے 1957ء میں ایک سیٹلائٹ خلا میں بھیجا اور اس کا نام اسپوٹنک (Sputnik) رکھا جیسا کہ اس کا ذکر ہم پہلے بھی کر چکے ہیں۔ اس کے بعد سے آج تک سیٹلائٹ کے شعبے میں کافی ترقی ہوئی ہے۔ ہمارے ملک ہندوستان نے مواصلاتی سیاروں کے ذریعے ٹیلی ویژن پروگرام شہر، شہر اور گاؤں، گاؤں تک پہنچا دیئے ہیں۔ تمام دینا میں پروگرام انٹیل سیٹ (Intelsat) کے ذریعے نشر ہونے لگے ہیں۔ ٹیلی ویژن کو ایک گلوبل سسٹم (Global system) بنانے کے لیے انٹیل سیٹ (Intelsat) یعنی (International Telecommunication satellite Consortium) کا وجود عمل میں آیا۔ ہر ایک چینل ایک مقررہ فریکوئنسی پر کام کرتا ہے۔ مثال کے طور پر ای ٹی وی اردو کے سیٹلائٹ کا نام INSAT-2E ہے اور اس کی ڈاؤن فریکوئنسی (Downlink Frequency) 4005 MHz ہے۔ ہر ٹریفریکوئنسی کی اکائی ہوتی ہے جس کو (Hz) کے نشان سے ظاہر کیا جاتا ہے۔ یہ سیٹلائٹ 83° ڈگری مشرق (83° E) کی جانب ہے۔ اسی طرح دور درشن کا لوک سبھا چینل INSAT-4A سیٹلائٹ کا استعمال کرتا ہے وہ بھی 83° ڈگری مشرق (83° E) کی جانب ہے۔ اور اس کی ڈاؤن لنکنگ فریکوئنسی (Downlink Frequency) 4170 میگا ہڈس 4170MHz ہے۔ کسی بھی ٹیلی ویژن چینل میں ایک ماسٹر کنٹرول روم (Master Control Room) لازمی ہوتا ہے۔ اس کو تمام تکنیکی شعبوں پر مکمل نگرانی رکھنے کے لیے بنایا جاتا ہے۔ اس کو MCR بھی کہا جاتا ہے MCR سب سے پہلے سگنلز کو زمینی اسٹیشن Earth Station کو بھیجا جاتا ہے۔ EARTH اسٹیشن کے بعد سگنلس سیدھے سیٹلائٹ میں بھیجے جاتے ہیں۔ اس کی اپنی ایک الگ فریکوئنسی ہوتی ہیں۔ اس عمل کو UPLINKING کہتے ہیں۔ جب سگنلس سیٹلائٹ میں پہنچ جاتے ہیں تو ان کو MCR کے اندر یا PCR کے اندر دوبارہ چیک کیا جاتا ہے۔ اس کو ڈاؤن DownLinking کہتے ہیں۔ Downlinking کی ایک الگ فریکوئنسی ہوتی ہے۔ یہ بات واضح رہے کہ Uplinking اور Downlinking فریکوئنسی الگ الگ ہوتی ہے۔ ہر چینل کا اپنا الگ Earth Station ہوتا ہے جہاں پر DISH ڈش لگی ہوتی ہے۔ ڈش فضا میں موجود برقی لہروں کو جمع کر کے ٹی وی سیٹ میں پروگرام کی شکل میں پہنچاتی ہے۔ اس ڈش کا کام لہروں کو ہوا میں بکھیرنا بھی ہوتا ہے کیونکہ یہی ڈش Uplinking کے دوران سگنلس سیٹلائٹ تک پہنچاتی ہے۔

مثال کے طور پر کسی براہ راست لائیو LIVE کرکٹ میچ کو لیتے ہیں فرض کیجیے کہ یہ میچ حیدرآباد میں کھیلا جا رہا ہے۔ سب سے پہلے یہ آؤٹ ڈور ہوگا۔ کھلے مقام (آؤٹ ڈور لوکیشن) سے لائیو ٹیلی کاسٹ کرنے کے لیے ہم کو او۔بی۔وین (Outdoor Broadcast van -OB.Van) کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس او۔بی۔وین میں 3 یا 4 کیمرے لگے ہوتے ہیں۔ ضرورت پڑنے پر مزید کیمرے بھی استعمال کئے جاسکتے ہیں۔ اس آؤٹ ڈور براڈ کاسٹنگ وین میں وہ تمام سہولیات موجود ہوتی ہیں جو کہ ٹی وی اسٹوڈیو میں ہوتی ہیں۔ اس او۔بی۔وین کی چھت پر ایک ڈش لگی ہوتی ہے۔ اس ڈش کی مدد سے سب سے پہلے سگنلس کو MCR تک پہنچایا جاتا ہے۔ اس کے بعد یہ سگنلس زمینی اسٹیشن سے ہوتے ہوئے سیٹلائٹ تک جاتے ہیں۔ اس کے بعد جو ڈش آپ کے گھر یا آپ کے کبیل آپریٹر کے یہاں ہوتی ہے اس کو اس سیٹلائٹ Downlink فریکوئنسی پر set کر کے سگنلس کو قید کیا جاتا ہے اور پھر آپ گھر

بیٹھے ہوئے میچ کا لطف لیتے ہیں۔۔ یہ طریقہ کار درج ذیل تصویر کے ذریعے مزید واضح ہو جائے گا۔



### 2.3.2 سائٹ (SITE) کی شروعات

ٹیلی ویژن براڈ کاسٹنگ کے سلسلے میں 1975ء میں ایک نیا انقلاب آیا۔ اس سال سائٹ (Site) سائٹ پروگرام یعنی سیٹلائٹ انسٹرکشنل ٹیلی ویژن ایکسپیریمینٹ (Satellite instructional Television Experiment) شروع کیا گیا۔ حکومت ہند اور نیشنل ایرو نائٹس اسپیس ایڈمنسٹریشن ناسا۔ (NASA) امریکہ کے مابین ایک معاہدہ ہوا اور اس کے بعد اپلی کیشن ٹکنالوجی سیٹلائٹ (Application Technology Setellite) یعنی (ATS -6) کا استعمال براہ راست 2400 ٹیلی ویژن ریسیوروں کو ٹیلی ویژن سگنل فراہم کرانے کے واسطے کیا جانے لگا۔ یہ روزانہ چار گھنٹوں کے لیے ایک سال کا پروجیکٹ تھا جو یکم اگست 1975ء سے 31 جولائی 1976ء تک چلا۔ اے ٹی ایس۔6 سیٹلائٹ کینیا وکٹوریہ جھیل کے اوپر پارک کیا گیا جہاں سے اس کے Foot Prints ہندوستان کے چھ علاقوں میں موصول ہو رہے تھے۔ اسرو (ISRO) نے دوزمینی اسٹیشن دہلی اور احمد آباد میں قائم کیے۔ اس سے ملک کے دیگر ٹی وی اسٹیشنوں کے ذریعہ کسانوں کی دلچسپی کے پروگرام، سائنس اور ٹکنالوجی، صحت، ماحولیات، زراعت وغیرہ ٹیلی کاسٹ ہوتے تھے۔

### 2.3.3 انسائیٹ INSAT کے تریسلی سیارچے

1963 میں ہندوستانی خلائی تحقیقی ادارے یعنی اسرو (Indian Space Research Organisation ISRO) کا قیام عمل میں آیا۔ اس کے ذمہ ملک بھر خلائی شعبے مطالعہ اور تحقیق کا کام تھا۔ سال 1983ء میں محکمہ موسمیات مواصلات اور محکمہ خلا کی کوششوں سے INSAT کا قیام عمل میں آیا۔ انسائیٹ INSAT ایک خلائی سیارچے کا پروجیکٹ ہے جو کچھ مدت بعد کارکردگی سیٹلائٹ خلا میں بھیجتا رہتا ہے۔ تاحال انسائیٹ پانچ سیارچوں کے سلسلوں پر مشتمل ہے جس میں INSAT-1، INSAT-2A، INSAT-2B،

INSAT-2C اور INSAT-2D ابھی تک کارکردہ ہیں۔ ہندوستان کے ترسیلی سیٹلائٹس کی ترقی اس طرح سے ہوئی۔

- 1- 19 جون 1981ء کو ہندوستان کا پہلا ترسیلی سیٹلائٹ اپیل Apple خلا میں بھیجا گیا۔
- 2- INSAT-1-A کو 1982 میں ناسا کے ذریعے خلا میں چھوڑا گیا۔
- 3- INSATE-1B کو 1983 میں امریکہ کی خلائی شٹل کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا۔ اس پر تقریباً 100 ملین ڈالر کا خرچ آیا۔ یہ بہت ہی کارآمد ثابت ہوا۔
- 4- INSAT-1C کو 1988 میں یورپین اسپیس ایجنسی ایرین کے ذریعے راکٹ Arian Rocket خلا میں بھیجا گیا۔
- 5- INSAT-1D کو 1990ء میں ”ڈیلٹا“ کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا۔
- 6- INSAT-2A کو بھی ڈیلٹا کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا۔ اس کا شمار ہندوستان کے کامیاب ترین سیٹلائٹس میں ہوتا ہے۔
- 7- 1993 میں فرنج گیا نا سے INSAT-2B خلا میں بھیجا گیا۔
- 8- 4 جون 1997 کو INSAT-2D کو فرنج گیا نا ہی سے خلا میں بھیجا گیا۔ اس کا وزن تقریباً 2019 کلوگرام ہے۔ ہندوستان کے ترسیلی انقلاب میں اس کی بہت اہمیت ہے۔
- 9- سال 2003 میں اسرو کی جانب سے INSAT-3E کو خلا بھیجا گیا۔ ایک مرتبہ پھر سے سیٹلائٹ بھی فرنج گیا نا سے بھیجا گیا۔
- 10- 12 مارچ 2007 کو فرنج گیا نا سے INSAT-4B کو خلا میں چھوڑا گیا۔

### 2.3.4 تعلیمی پس منظر میں اہمیت اور اس کے فوائد

- 1- ڈی بی ایس (Direct Broadcasting Satellite-DSB) سسٹم۔ اس کو ہم براڈ کاسٹ سیٹلائٹ سسٹم بھی کہتے ہیں۔
- اس کی مدد سے ہم اپنے گھروں پر سکنلس کو سیدھے اور فوری طور پر پاتے ہیں۔ جس سے ہم اپنی پسند کے پروگرام دیکھ سکتے ہیں۔
- 2- مختلف چینل 100 سے بھی زائد تعداد میں 24 گھنٹے مہیا ہیں جن پر اپنی پسند کے مختلف پروگراموں سے لطف اندوز ہو سکتے ہیں۔
- 3- مختلف چینل پر تعلیمی سرگرمیوں سے متعلق پروگرام دستیاب ہیں جیسے ای ٹی وی نیٹ ورک پر یووا بھارت، سی این بی سی آواز پر ہم ہوں گے کامیاب وغیرہ۔ طلباء اور طالبات مختلف کورسز کی جانکاری ان پروگراموں سے حاصل کر سکتے ہیں۔
- 4- مختلف تعلیمی چینل جیسے گیان درشن اندرا گاندھی نیشنل یونیورسٹی IGNOU کے تعلیمی پروگرام دیکھ سکتے ہیں۔
- 5- کھیل کود کے چینلس کی وجہ سے نوجوانوں میں کھیل کی دلچسپی پیدا ہوگی۔
- 6- خواتین، بچوں بزرگوں میں تعلیم اور صحت سے متعلق دلچسپی پیدا ہوگی اور بیداری آئے گی۔

- 7- لوگوں میں اچھا اور باوقار شہری بننے کا شعور پیدا ہوگا۔
- 8- سائنس سے متعلق پروگرام دیکھنے سے عوام میں سائنسی مزاج عام ہوگا۔
- 9- ملک میں قومی جہتی پیدا ہوگی۔
- 10- مطالعہ قدرت سے متعلق چینل جیسے نیشنل جیوگرافک، ڈسکوری، اینمل پلینیٹ، (National Geographic)، (Animal Planet، Discovery) کی وجہ سے طرح طرح کے قدرتی مناظر کے مشاہدے اور مطالعہ قدرت کا موقع ملتا ہے۔

11- طالب علموں کی سہولت کے لیے 1984ء میں یونیورسٹی یونیورسٹی گرانٹس کمیشن (UGC) نے ملک گیر کلاس روم پروگرام شروع کیا۔ اس کے علاوہ اگنو (IGNOU) بھی اپنے فاصلاتی تعلیم کے پروگرام ٹیلی ویژن پر دکھاتا ہے۔ کچھ ہی عرصہ قبل، گیان درشن کا خصوصی چینل شروع کیا گیا ہے۔ اور یہ سب کچھ سیٹلائٹ کے میدان میں ترقی کی وجہ سے ممکن ہوا ہے۔

### 2.3.5 تعلیمی ٹیلی ویژن اور ایجوکیشنل سیٹلائٹ

فاصلاتی تعلیم کے بارے میں پہلے بہت کم لوگوں کو علم تھا لیکن اندرا گاندھی نیشنل اوپن یونیورسٹی (IGNOU) کی شروعات کے بعد فاصلاتی طرز تعلیم بہت مقبول ہوا ہے۔ فاصلاتی طرز تعلیم کی مقبولیت کی وجہ سے تعلیمی ٹیلی ویژن آج ایک بہت اہم ضرورت بن گیا ہے۔ آہستہ آہستہ تعلیمی ٹیلی ویژن دیکھنے والوں کی تعداد میں اضافہ ہو رہا ہے۔ مسابقت کی وجہ سے تعلیمی ٹیلی ویژن چینلوں کو اب معیاری پروگرام بنانا ہوگا۔ اور لوگوں تک بات کو صحیح ڈھنگ سے پہنچانا ہوگا۔ خود روزگار، صحت، ماحولیات، دیہی ترقیات، زراعتی ترقیات، سائنس اور ٹکنالوجی، کمپیوٹر سائنس وغیرہ کے بارے میں خصوصی پروگرام کی ضرورت ہے۔ ٹیلی ویژن تعلیم کا اہم اور موثر ذریعہ ہے۔ کیونکہ انٹرنیٹ کی رسائی ابھی ٹیلی ویژن سے کم ہے۔ جہاں تک پروگراموں کے معیار کا سوال ہے تو ان کو بناتے وقت ہمیں یہ بات ذہن میں رکھنا ہوگی کہ یہ پروگرام عام لوگوں کے لیے ہوں اور ہر طبقہ اس سے استفادہ کر سکے۔ فاصلاتی تعلیم کے تحت آج بہت سے کورس دستیاب ہیں۔ ہم کو ہر کورس کے لیے الگ الگ پروگرام بنانے ہوں گے۔ جب پروگرام بن جائیں گے تو یہ دیکھنا ہوگا کہ کون لوگ کون سا پروگرام کس وقت دیکھنا پسند کریں گے۔ یعنی کہ فکسڈ پوائنٹ چارٹ (ایف پی سی) (FPC-Fixed Point Chart) کے بعد تیار کرنا ہوگا۔

ستمبر 2005ء میں حکومت ہند نے تعلیمی ٹیلی ویژن کی سمت میں ایک بڑا قدم اٹھایا اور ایجوکیشنل سیٹلائٹ کو خلاء میں چھوڑا۔ ایجوکیشنل سیٹلائٹ کوئی تعلیمی چینل نہیں ہے۔ سیٹلائٹ میں سینکڑوں کی تعداد میں تقابلی نوڈز (Interactive Nodes) اور کئی سو ریسیور نوڈز (Receive Only Nodes) ہیں۔ ہر نوڈز کے تقریباً ڈھائی سو ٹرمینلس (Terminals) ہیں۔ ان ٹرمینلس کی خاص بات یہ ہے کہ طلبہ ملک بھر میں کہیں بھی بیٹھ کر اپنے سوالات ماہرین سے کر سکتے ہیں اور اپنے سوالات کا جواب حاصل کر سکتے ہیں۔ اس میں تحریری مواد (Text) اور ویڈیو (Video) دونوں شامل رہتے ہیں۔ وہ وقت دور نہیں جب تعلیمی چینل اور ایجوکیشنل سیٹلائٹ کے اشتراک سے تعلیم ہر گھر میں پہنچے گی اور ناخواندگی کی شرح میں کمی آئے گی۔

اب آئیے دیکھتے ہیں کہ سب سے پہلے کس ملک نے کونسا سیٹلائٹ خلا میں بھیجا۔



پہلے سیٹلائٹ کا نام	کس سال میں لانچ ہوا	ملک
اسپوٹنک - I (Sputnik-I)	1957ء	سوویت یونین (Soviet Union)
ایکسپلورر - I (Explorer-I)	1958ء	یو۔ ایس۔ اے۔ (U.S.A)
ایسٹیرکس (Asterix)	1965ء	فرانس (France)
اوسومی (Osomi)	1970ء	جاپان (Japan)
ڈونگ فونگ ہونگ - I (Dong Fong Hong-I)	1970ء	چین (China)
پرو سپیر واکیس 3 (Prospero X-3)	1971ء	یو۔ کے۔ (U.K)
روہنی (Rohini)	1981ء	ہندوستان (India)

اپنی معلومات کی جانچ:

- 1- سیٹلائٹ سے کیا مراد ہے؟ ہندوستان میں پہلی مرتبہ کون سا سیٹلائٹ خلا میں بھیجا گیا؟
- 2- MCR یعنی (Master Control Room) کیا ہوتا ہے؟ MCR کے بعد سگنلس کو کہاں بھیجا جاتا ہے؟
- 3- ڈاؤن لنک فریکوئنسی (Downlink Frequency) کیا ہوتی ہے؟
- 4- سیٹلائٹ کے تعلیمی پس منظر میں دو فائدے تحریر کیجیے؟
- 5- کوئی ایسے چار مواصلاتی سیٹلائٹ کے نام بتائیے جو کہ فریج گیلانہ سے خلا میں بھیجے گئے ہوں؟
- 6- فریج گیلانہ سے پہلی مرتبہ کون سا سیٹلائٹ خلا میں بھیجا گیا؟
- 7- (Earth Station) سے کس طرح سگنلس سیٹلائٹ تک بھیجا جاتا ہے اور کس طرح یہ سگنلس زمین پر موصول ہوتے ہیں؟
- 8- O.B.Van کیا ہے؟ LIVE پروگرام کے دوران O.B.van کے ذریعے سگنلس کو کہاں بھیجا جاتا ہے؟
- 9- وہ کون سی چیز ہے جس کی وجہ سے ٹیلی ویژن کے شعبے میں اتنی تیزی سے ترقی ہوئی ہے؟
- 10- Geo Stationery Setellite سے کیا مراد ہے؟
- 11- تعلیمی ٹیلی ویژن کیا ہے؟
- 12- ایجوکیشنل سیٹلائٹ کیا ہے اور اس کو خلا میں کب چھوڑا گیا؟

## 2.4 ڈائریکٹ ٹو ہوم (Direct to Home -DTH)

ٹی ڈی ایچ ڈائریکٹ ٹو ہوم، جیسا کہ نام سے ظاہر ہے سیدھے گھروں میں پروگرام پہنچانا۔ اس کے علاوہ ڈائریکٹ ٹو ہوم کے ذریعے دور دراز علاقوں، شہروں اور گاؤں میں بھی تمام چینل ایک سستی اور چھوٹی ڈش کے ذریعے دستیاب ہوں گے۔ ڈی ٹی ایچ سروس کو سب سے پہلے ہندوستان میں سال 1996ء میں عمل میں لانے کے لیے کہا گیا تھا لیکن قومی سکیورٹی اور ثقافتی آلودگی Cultural invasion کی وجہ سے یہ ممکن نہ ہو سکا۔ سال 1997ء میں حکومت ہند نے ڈی ٹی ایچ DTH پر اس وقت پابندی عائد کر دی جب

انڈین اسکائی براڈ کاسٹنگ (Indian Sky Broadcasting) اس سروس کو ہندوستان میں شروع کرنے والی تھی۔ انڈین اسکائی براڈ کاسٹنگ روپرٹ مرڈوک (Rupert Murdoch) کی ملکیت تھی۔ آخر کار سال 2000ء ڈی ٹی ایچ DTH کو ہندوستان میں شروع کرنے کی اجازت دے دی گئی۔ نئی پالیسی کے مطابق تمام آپریٹرز کو ہندوستان میں ارتھ اسٹیشن Earth Station بنانے کی اجازت دی گئی۔ ان ارتھ اسٹیشن لائسنس (Licence) ملنے کے بعد 12 مہینے کے اندر بنانا ہوگا۔

ڈش ٹی وی Dish tv جو کہ زی گروپ کا ایک حصہ ہے۔ ہندوستان میں ڈی ٹی ایچ شروع کرنے والا پہلا گروپ بنا۔ حال ہی میں ٹاٹا اسکائی (Tata sky) نے اس شعبے میں قدم رکھا۔ ٹاٹا اسکائی، ٹاٹا گروپ اور اسٹار ٹی وی کا مشترکہ گروپ ہے۔ کسی بھی کمپنی کو ہندوستان میں ڈی ٹی ایچ لائسنس حاصل کرنے کے لیے 2.14 ڈالر خرچ کرنا ہوگا اور اس لائسنس کی مدت 10 سال ہوگی۔ وہ کمپنیاں جو ہندوستان میں ڈی ٹی ایچ سروس شروع کرنا چاہیں گی ان کا مالک ہندوستانی ہوگا اور باہر کا یعنی Foreign Equity 49 فی صد تک لگایا جاسکتا ہے۔ اس بات کی کوئی قید نہیں کہ کتنی کمپنیاں ڈی ٹی ایچ لائسنس کے لیے درخواست داخل کر سکتی ہیں۔ جتنی کمپنیاں چاہیں وہ اس اسکیم کا فائدہ اٹھا سکتی ہیں۔

#### 2.4.1 ڈی ٹی ایچ کا طریقہ کار

ڈی ٹی ایچ میں 18 انچ کا ایک ڈش اینٹینا ہوتا ہے۔ جس کو سبسکرائبر (Subscriber) کے گھر کے باہر چھت پر لگایا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ ایک سیٹ ٹاپ باکس (Set Up BoX) ہوتا ہے جس کو ٹی وی سیٹ کے ساتھ جوڑ دیا جاتا ہے۔ ڈی ٹی ایچ (DTH) سروس مہیا کرنے والی کمپنی تمام چینلوں کو ان کے براڈ کاسٹر (Broadcaster) کی اجازت سے اپنے سیٹلائٹ میں Uplink کرتی ہے۔ اپ لنکنگ کے بعد یہ سیٹلائٹ تمام چینلس کو ڈیجیٹل فارمیٹ (Digital Format) میں اس ڈش تک بھیجتا ہے جو کہ (Subscriber) کے گھر کی چھت پر لگی ہوتی ہے۔ یہ ڈش ان چینلس کے سگنلس کو سیٹ ٹاپ باکس میں بھیجتی ہے۔ سیٹ ٹاپ باکس ان چینلس کو (Decode) کرنے کے بعد ٹیلی ویژن میں بھیجتا ہے۔ اس کے بعد (Subscriber) کو اپنی پسند کا چینل دیکھنے کا موقع ملتا ہے۔ جو چینل آپ کو ڈی ٹی ایچ (DTH) کے ذریعے مہیا ہوتے ہیں ان کی کوالٹی (Quality) بہت معیاری ہوتی ہے کیونکہ آپ کو ڈی وی ڈی (DVD) جیسی تصویر دیکھنے کو ملتی ہے اور سی ڈی (CD) جیسی آواز سننے کو ملتی ہے۔

مثال کے طور پر ٹاٹا اسکائی سیٹلائٹ ٹی وی کے ذریعے آپ کو 100 سے زائد چینلس دیکھنے کو ملتے ہیں، جس میں اسٹار، سونی، زی، ایچ بی او، کارٹون نیٹ ورک، ڈسکوری، ڈسنی، ایم ٹی وی، این ڈی ٹی وی، ای ایس پی این، اسٹار اسپورٹس، ای ٹی وی اردو، ٹی وی ٹوڈے اور بھی بہت سارے چینلس دیکھنے کو ملیں گے۔ اس کے علاوہ تمام علاقائی چینلس جیسے سن ٹی وی، سہارا کے نیوز چینلس، ای ٹی وی کے علاقائی چینلس وغیرہ بھی دستیاب ہوں گے۔

2005ء میں پورے ملک میں تقریباً 7 لاکھ 50 ہزار لوگ ایسے تھے جنہوں نے ڈی ٹی ایچ لیا ہوا تھا۔ سال 2010ء کے آخر تک ان لوگوں کی تعداد 10 ملین سے زائد ہو جائے گی۔ فی الحال بازار میں دور درشن نے اس سروس کو ”ڈی ڈی ڈائریکٹ پلس“ (DD Direct Plus) کے نام سے اتارا ہے۔ زی ”ڈش ٹی وی“ کے نام سے ٹاٹا اور اسٹار گروپ ”ٹاٹا اسکائی“ کے نام سے

DD Direct Plus اپنے تمام صارفین کو تمام فری ٹو ایئر (Free to AIR) چینلس مہیا کرتی ہے جب کہ ڈس ٹی وی Pay Channels مہیا کرتی ہیں اور کچھ Free to Air Channels بھی۔ امید ہے آنے والے وقت میں ڈی ٹی ایچ کی مارکیٹ میں اضافہ ہوگا اور کچھ اور بڑے گروپ جیسے ریلائنس، سن وغیرہ بھی اس میدان میں قدم رکھیں گے۔

ڈی ٹی ایچ میں تمام پروگرام کے - یو۔ (K.U) بینڈ پر ٹیلی کاسٹ ہوتے ہیں۔ (Ku = High Frequency of) 11.7 to 14.55 Giga hertz جب کہ موجودہ C-band میں ٹرانسمیشن (3.4 to 6.65 GHz) کے درمیان عمل میں آتا ہے۔ Ku-band کے سکسلنس کو بہت چھوٹے ڈش اینٹینا یعنی 30-48 سینٹی میٹر یا 12 سے 18 انچ قطر کی ضرورت ہوتی ہے۔ جبکہ C-band کے سکسلنس کو بہت ہی بڑے ڈش اینٹینا یعنی 4.9-4-2 میٹر یا 8 سے 16 فٹ قطر Diameter والے اینٹینا کی ضرورت ہوتی ہے۔

جہاں تک سیٹ ٹاپ باکس کا تعلق ہے اس کی قیمت 4 سے 6 ہزار روپے کے درمیان ہے۔ اس کے علاوہ ڈی ٹی ایچ سروس مہیا کرانے والی کمپنی کی ماہانہ فیس الگ دینی ہوتی ہے۔

## 2.4.2 تعلیمی پس منظر میں ڈی ٹی ایچ کے فوائد

جہاں تک ڈی ٹی ایچ کی مقبولیت کا سوال ہے تو یہ کہنا بھی ٹھیک نہ ہوگا کہ ابھی یہ گھر گھر، گاؤں گاؤں، شہر شہر پہنچ چکا ہے۔ ابھی اس کے استعمال کرنے والوں کی تعداد بہت کم ہے اور ابھی بڑے پیمانے پر یہ کام عام نہیں ہوا ہے لیکن امید کی جاتی ہے کہ آنے والے کچھ سالوں میں اس کی مقبولیت میں اضافہ ہوگا۔ ایک اندازے کے مطابق سال 2010ء کے آخر تک ڈی ٹی ایچ استعمال کرنے والوں کی تعداد تقریباً 10 ملین ہوگی۔ ابھی اس پر 100 سے زائد چینلس دستیاب ہیں۔ آگے چل کر 150 سے زائد چینل ملنے لگیں گے۔ ان میں کئی چینل ایسے ہیں جن سے تعلیمی میدان میں بہت مدد ملے گی۔ مثال کے طور پر 'گیان درشن'، ایک ایسا چینل ہے جو تعلیمی شعبے میں کافی مددگار ہوگا۔ ڈی ٹی ایچ کے ذریعے تعلیمی ٹیلی ویژن کو دور دراز کے علاقوں اور گاؤں تک پہنچایا جاسکے گا۔ گیان درشن - 1 کے علاوہ دوسرے اور کئی چینل بھی مختلف موضوعات جیسے کریئر، صحت، آلودگی، تاریخ، میڈیکل سائنس، ٹکنالوجی وغیرہ سے وابستہ پروگرام پیش کرتے ہیں۔

## 2.4.3 ڈی ٹی ایچ کی خوبیاں اور فوائد

- 1- ڈی ٹی ایچ کی وجہ سے براڈ کاسٹر اور صارفین (Subscriber) دونوں کو فائدہ ہوتا ہے۔
- 2- ڈی ٹی ایچ ملک کے کونے کونے میں پہنچ سکتا ہے، چاہے وہ گاؤں ہو یا شہر، ریگستان ہو یا پھر پہاڑ۔ آپ جہاں چاہیں ڈی ٹی ایچ لگوا سکتے ہیں۔
- 3- اگر آپ ایک مرتبہ ڈی ٹی ایچ سروس لے لیتے ہیں تو اس کو آپ کہیں بھی استعمال کر سکتے ہیں۔ مثال کے طور پر آپ نے حیدرآباد میں ڈی ٹی ایچ کنکشن لیا اور آپ کا تبادلہ دہلی ہو گیا تو آپ یہی کنکشن دہلی میں بھی استعمال کر سکتے ہیں، کیونکہ آپ کا Set up box وہاں بھی کام کرے گی۔

- 4- اگر آپ چاہتے ہیں کہ آپ کے بچے ایسے چینل نہ دیکھیں جن سے ان کی زندگی میں کوئی بگاڑ پیدا ہونے کا خطرہ ہو تو آپ وہ چینلس لاک کر سکتے ہیں۔
- 5- ڈی ٹی ایچ پر مختلف قسم کے چینل ہر وقت دستیاب ہیں۔ کوئی چینل دیکھنے کے لیے آپ کو کیبل آپریٹر پر منحصر نہیں ہونا پڑے گا۔
- 6- ڈی ٹی ایچ کیبل کے مقابلے بہترین کوالٹی کی تصویر اور آواز پیش کرتا ہے۔
- 7- ڈی ٹی ایچ کی مدد سے (Stereophonic Sound Effect) موصول ہوتا ہے۔
- 8- ڈی ٹی ایچ کی مدد سے حکومت کی آمدنی میں اضافہ ہوگا۔
- 9- ڈی ٹی ایچ کی مدد سے ڈی وی ڈی (DVD) کوالٹی کی تصویر دیکھنے کو ملتی ہیں۔
- 10- نشریات کی کوالٹی بہت بہتر ہوتی ہیں۔

### اپنی معلومات کی جانچ

- 1- ڈی ٹی ایچ سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
- 2- فی الحال بازار میں کون کون سی کمپنیاں یہ سروس مہیا کر رہی ہیں؟
- 3- حکومت ہند نے ڈی ٹی ایچ شروع کرنے کی اجازت کب دی؟
- 4- ڈی ٹی ایچ کس طرح کے چینل پیش کرتا ہے؟
- 5- ڈی ٹی ایچ کے کوئی تین فائدے تحریر کیجیے۔
- 6- ڈی ٹی ایچ کی کوئی دو خوبیاں بتائیے۔
- 7- ڈی ٹی ایچ تعلیمی ٹیلی ویژن کے شعبے میں کس طرح مفید ثابت ہو سکتا ہے؟
- 8- ڈی ٹی ایچ کے ڈش اینٹینا کا سائز کیا ہوتا ہے؟
- 9- Ku بینڈ اور C بینڈ میں کیا فرق ہے۔

### 2.5 اکتسابی نتائج

اس اکائی میں آپ نے دیکھا کہ آزادی کے بعد سے اب تک ہندوستان میں ٹیلی ویژن کے تعلق سے کیا کیا تبدیلیاں رونما ہوئیں اور ان تبدیلیوں کو لانے میں کیبل سیٹلائٹ اور ڈی ٹی ایچ کا کیا کردار رہا ہے۔ ڈی ٹی ایچ اور کیبل سروس کی وجہ سے چینلس کی تعداد میں غیر معمولی اضافہ ہوا ہے۔ ایک طرف جہاں 1991ء تک صرف دو چینل ہوا کرتے تھے وہیں آج سال 2007ء میں ملک میں 100 سے زائد چینلس دستیاب ہیں اور یہ تعداد آگے چل کر اور بڑھے گی۔ ہمارے ملک میں ٹیلی ویژن کا آغاز 15 ستمبر 1959ء کو ہوا تھا۔ 15 اگست 1965ء کو ٹیلی ویژن کی باقاعدہ روزانہ نشریات شروع کی گئیں۔ خلائی شعبے میں مطالعے اور تحقیق کے لیے 1963ء میں ہندوستانی خلائی تحقیقی ادارے اِسرو (ISRO) کا قیام عمل میں آیا۔ سال 1983ء میں انڈین سیٹلائٹ (INSAT) کا قیام عمل میں آیا۔

ہمارے ملک میں ٹیلی ویژن تین اہم مقاصد کی تکمیل کر رہا ہے۔ پہلا مقصد عوام کی تعلیم و تربیت ہے۔ دوسرا مقصد عوام کو ملک اور دنیا بھر کے حالات کے بارے میں معلومات فراہم کرانا ہے۔ اور تیسرا مقصد عوام کو تفریح مہیا کرانا ہے۔ ملک میں ٹیلی ویژن کی بہت تیزی سے ترقی ہوئی ہے۔ 1994ء میں تقریباً 6 کروڑ لوگ سیٹلائٹ اور تقریباً 12 سے 15 کروڑ لوگ کیبل ٹی وی کی نشریات سے استفادہ کر رہے تھے۔ ٹی وی چینلس سے جو مختلف پروگرام پیش ہوتے تھے ان کی تعداد میں اچانک اس وقت ایک ساتھ اضافہ ہوا جب 1992ء میں زی ٹی وی (Zee tv) نے کچھ گھنٹوں کے لیے اپنی نشریات شروع کیں۔ یہ چینل اپنے پروگرام سیٹلائٹ ٹرانسمیشن کے ذریعے پیش کرتا تھا۔ اس کے مالک جناب سہاش چندرا تھے۔ زی ٹی وی کا آنا تھا کہ ٹیلی ویژن نشریات کے شعبے میں جیسے انقلاب آ گیا۔ فوراً ہی Sun tv نے اپنی نشریات شروع کیں۔ CNN نے خلیج کی جنگ (Gulf War) کو دکھا کر 1990ء میں ہی مقبولیت حاصل کر لی تھی۔ اس کے بعد 1991ء میں ایشیائی ویژن نیٹ ورک اسٹارٹی وی نے بھی اپنی نشریات شروع کیں۔ جب حکومت نے دور درشن کے علاوہ دیگر چینلوں کو اپنے پروگرام پیش کرنے کی اجازت دی تو کئی اداروں نے اپنے چینل شروع کر دیے۔ سال 1996ء تک یہ تعداد بڑھ کر 50 سے زائد ہو گئی۔ 1995-96 میں پورے ملک میں کام کرنے والے کیبل آپریٹرز کی تعداد تقریباً 60 ہزار تھی۔ سال 1995ء میں حکومت ہند نے کیبل ٹی وی ایکٹ پاس کیا۔ جس کے تحت تمام کیبل آپریٹرز اپنے ناظرین کو 6 سے 14 چینل دکھاتے تھے لیکن بعد میں یہ تعداد کافی بڑھ گئی۔ کیبل کے آجانے سے لوگوں کو کافی فائدہ ہوا کیونکہ ان کو مختلف قسم کے پروگرام دیکھنے کو ملنے لگے۔ دور درشن پر اس وقت اتنے معیاری پروگرام نہیں آتے تھے۔ کیبل کے آجانے سے مختلف چینل میدان میں آئے اور اچھے اور معیاری پروگراموں کے لیے ان چینلوں کے درمیان مقابلہ آرائی سے صارفین کو فائدہ ہوا۔ آہستہ آہستہ کیبل ٹی وی کی جگہ ڈی ایچ یعنی ڈائریکٹ ٹو ہوم لے رہی ہے۔ ڈی ٹی ایچ کے ذریعہ تمام چینل براہ راست گھروں میں پہنچتے ہیں۔ ڈی ایچ کے ذریعہ دور دراز کے علاقوں، شہروں اور مختلف گاؤں میں تمام چینل ایک سستی اور چھوٹی ڈش کے ذریعے دستیاب ہیں۔ جہاں تک ڈی ٹی ایچ سروس کو ہندوستان میں شروع کرنے کی اجازت کی بات ہے، حکومت ہند نے یہ اجازت سال 2000ء میں دی۔ اس سے قبل 1996ء میں ڈی ٹی ایچ سروس کو سب سے پہلے عمل میں لانے کی کوشش کی گئی تھی لیکن قومی سیکورٹی اور ثقافتی آلودگی (Cultural Invasion) کی وجہ سے یہ ممکن نہ ہو سکا۔ (Dish tv) ڈش ٹی وی جو کہ زی گروپ کا حصہ ہے، ملک میں ڈی ٹی ایچ شروع کرنے والا پہلا گروپ بنا۔

سال 2005ء میں پورے ملک میں تقریباً 7 لاکھ 50 ہزار لوگ ایسے تھے جنہوں نے اپنے گھروں میں ڈی ٹی ایچ لگوا یا ہوا تھا۔ ایک اندازہ کے مطابق سال 2010ء کے آخر میں ڈی ٹی ایچ صارفین کی تعداد بڑھ کر 10 ملین سے بھی زیادہ ہو جائے گی۔ ڈی ٹی ایچ کے ذریعے تقریباً 100 سے بھی زائد چینلس دستیاب ہیں جس میں مفت (Free to Air) اور ادائیگی والے چینل Pay Channel شامل ہیں۔ آگے چل کر یہ تعداد 150 سے بھی زیادہ ہو جائے گی۔ ڈی ٹی ایچ میں تمام پروگرام -ku band پر ٹیلی کاسٹ ہوتے ہیں۔ ڈی ٹی ایچ کی ڈش انٹینا کا سائز 12 سے 18 انچ کا ہوتا ہے۔

ڈی ٹی ایچ کے ذریعے تعلیمی ٹیلی ویژن کو دور دراز کے علاقوں اور گاؤں تک پہنچانے میں کافی مدد ملے گی۔ اس کے ذریعہ تعلیمی ٹیلی ویژن کی پہنچ ملک کے دور دراز علاقوں تک ہو جائے گی۔

## 2.6 فرہنگ

یہ چھتری نما شکل کی ہوتی ہے۔ اس کا کام فضاء میں موجود الیکٹرانک لہروں کو جمع کر کے ٹی وی سیٹ میں پروگرام کی شکل میں پہچانا ہے۔ لہروں کو ہوا میں بکھیرنا یعنی سیٹلائٹ تک پہچانا بھی ڈش کا کام ہے۔	:	ڈش (Dish)
مصنوعی سیارچہ۔ ایک شے جو کی دوسری شے کی جانب چکر لگاتی ہے اس کو مصنوعی سیارچہ کہتے ہیں۔	:	سیٹلائٹ (Satellite)
ٹیلی ویژن چینل میں ایسی جگہ جہاں تمام تکنیکی شعبوں پر مکمل نگرانی رکھی جاتی ہے۔	:	ماسٹر کنٹرول روم (MCR)
ایسی جگہ جہاں سے الیکٹرونک لہروں یا سگنلز کو سیٹلائٹ تک بھیجا جاتا ہے۔	:	ارتھ اسٹیشن (Earth Station)
اس کا مطلب ہوتا ہے جوڑنا۔	:	اپ لنک (Uplink)
سیٹلائٹ سے سکٹلس کو ڈش یا ڈی ٹی ایچ کی مدد سے ٹی وی سیٹ تک ایک مخصوص فریکوئنسی سے پہچانا۔	:	ڈاؤن لنک (Down link)
یہ ایک مصنوعی سیارہ ہے جسے ہندوستان نے چھوڑا تھا۔	:	انسیت - ایک - اے (INSAT-1A)
ایک سیکنڈ میں پیدا ہونے والے واہریشن Vibration کی تعداد۔	:	فریکوئنسی (Frequency)
یہ فریکوئنسی کی اکائی ہوتی ہے۔	:	ہرٹز (Hz)
خالی جگہ، جہاں سیٹلائٹ کو بھیجا جاتا ہے۔	:	خلا (Space)
Indian Space Research Organization	:	اسرو (ISRO)
ہندوستان کا خلائی تحقیقی ادارہ۔	:	
وہ گاڑی جس پر براہ راست نشریات کے تمام آلات نصب رہتے ہیں۔ Out Source Broacasting Van۔	:	او۔ بی۔ وین (O.B. VAN)
جگہ، جہاں پروگرام ریکارڈ ہوتا ہے یہ ان ڈور بھی ہو سکتا ہے اور آؤٹ ڈور بھی۔	:	لوکیشن (Location)
1975ء میں ہندوستان کی جانب سے خلا میں بھیجا جانے والا	:	آریہ بھٹ (Aryabhatt)

پہلا سیٹلا سٹ۔

ڈی ٹی ایچ (Direct to Home) : ڈائریکٹ ٹو ہوم (DTH) اس کا مطلب ہے بنا کیبل آپریٹر کی

مدد سے گھروں مختلف ٹی وی چینلوں کا پہنچنا۔

ملک گیر کلاس روم (Country Wide Classroom) : ٹیلی ویژن کے ذریعے کلاس روم کی طرح ملک بھر میں تعلیمی

پروگرام پہنچانا۔ اس کو سب سے پہلے اندرا گاندھی نیشنل اوپن

یونیورسٹی (IGNOU) نے شروع کیا۔ یہ فاصلاتی تعلیم میں

بہت مددگار ہے۔

مائیکرو ویو لینک (Micro Wave Link) : ٹی وی نشریات کا ٹرانسمیٹر کے ذریعے گھروں تک پہنچنا۔

بریک ڈاؤن (Break down) : نشریات کے دوران کسی بھی وجہ سے رکاوٹ۔

سی سی ٹی وی (Close Circuit TV CCTV) : کلوز سرکٹ ٹی وی۔ اس میں مخصوص جگہ پر ٹیلی ویژن کا نیٹ

ورک پھیلا یا جاسکتا ہے۔

ٹرانسمیشن (Transmission) : ٹیلی کاسٹ / نشریات

ایف پی سی (FPC) : فیکسڈ پوائنٹ چارٹ۔ جن اوقات میں سامعین / ناظرین

پروگرام زیادہ دیکھتے ہیں یا وہ اوقات جن میں پروگرام دیکھنا ان

کے لیے زیادہ سہولت بخش ہو، اس سلسلے میں تیار کیا گیا مقررہ

جدول۔

## 2.7 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1- ہندوستان کا پہلا ٹیلی ویژن چینل کون سا تھا اور اس کی شروعات کس سن میں ہوئی؟

2- مندرجہ ذیل میں سے کس کا تعلق کیبل ٹی وی سے نہیں ہے؟

Uplink(a) Bits(b) Downlink(c) Set Top Box(d)

3- کسی تین تعلیمی ٹی وی چینلز کے نام لکھیے۔

4- ”گیان درشن“ پروگرام کا آغاز کس سن میں ہوا؟

5- ہندوستان نے اپنا پہلا سیٹلا بیٹ کب خلا میں بھیجا اور اس کا نام کیا تھا؟

6- ہندوستان کے پہلے ترسیلی سیٹلا بیٹ کا نام کیا تھا اور اسے کس سن میں خلا میں بھیجا گیا؟

- 7- دنیا کا پہلا مصنوعی سیارچہ کس ملک نے اور کس سن میں خلا میں بھیجا؟ ان کا نام کیا تھا؟
- 8- 1975 میں شروع ہونے والے SITE پروگرام کا پورا نام کیا تھا؟
- 9- 'ISRO' کا پورا نام کیا ہے؟
- 10- DTH میں تمام پروگرام کس بینڈ پر ٹیلی کاسٹ ہوتے ہیں؟
- 11- پہلی خارجی جنگ کو کس ٹی وی چینل نے دنیا تک پہنچایا؟
- 12- حکومت ہند نے ڈی ٹی ایچ سروس شروع کرنے کی اجازت کس سن میں دی؟

### مختصر جوابات کے حامل سوالات

- (1) "انسیت" INSAT کیا ہے اور تعلیمی ٹیلی ویژن کے لیے اس کا کیا تعاون رہا؟
- (2) ڈی ٹی ایچ کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں؟ Ku Band اور C-Band کا فرق بتائیے؟
- (3) ہندوستان میں کیبل ٹی وی کی شروعات کب ہوئی؟ کیبل ٹی وی کے ابتدائی مراحل پر روشنی ڈالیے؟

### طویل جوابات کے حامل سوالات

- (1) کیبل کے ذریعے ہندوستانی ٹیلی ویژن میں کیا بدلاؤ رونما ہوا ہے۔ موازنہ کیجیے؟
- (2) سیٹلائٹ سے کیا مراد ہے۔ حکومت ہند اب تک کتنے سیٹلائٹ خلا میں بھیج چکی ہے؟ تفصیلی روشنی ڈالیے؟
- (3) تعلیمی مقاصد کی تکمیل کے لیے سیٹلائٹ کس طرح سے مفید ثابت ہو سکتا ہے مثالیں دے کر واضح کیجیے؟
- (4) ڈی ٹی ایچ سے یا مراد ہے؟ ڈی ٹی ایچ کس طرح کام کرتا ہے تفصیل سے لکھیے؟
- (5) ہندوستان میں ڈی ٹی ایچ کی تاریخ پر روشنی ڈالتے ہوئے ڈی ٹی ایچ کی تین خوبیاں اور تین فائدے تحریر کیجیے؟

### 2.8 تجویز کردہ اکتسابی مواد

سیکنڈ جی	:	ٹیلی ویژن ان انڈیا 1996
رویندر آر۔ وی۔	:	میڈیا اینڈ سوسائٹی 1999
اینڈریو بیک	:	کیونیکیشن اسٹڈیز 2002
ارونا زچار	:	کیونیکیشن میڈیا الیکٹرانک ریولوشن 1996ء
5- گویل ایس۔ کے۔	:	کیونیکیشن ٹومارو 1999ء
6- چندر شیکھر	:	دوردرشن، کیبل اینڈ سیٹلائٹ ٹیلی ویژن 1992ء



## اکائی 3- آڈیو اور ویڈیو کیسیٹ، کمپیوٹر ڈسک، ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک، لیزر کمپیکٹ

### ڈسک، پاور پوائنٹ

#### اکائی کے اجزا

تمہید	3.0
مقاصد	3.1
آڈیو اور ویڈیو کیسیٹس: تعریف، استعمال اور فائدے	3.2
3.3.1 ویڈیو کیسیٹ: اقسام اور فائدے	
3.2.2 کمپیوٹر ڈسک	
3.2.3 ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک	
3.2.4 لیزر کمپیکٹ ڈسک	
3.2.5 پاور پوائنٹ	
اکتسابی نتائج	3.3
فرہنگ	3.4
نمونہ امتحانی سوالات	3.5
تجویز کردہ اکتسابی مواد	3.6

#### 3.0 تمہید

ٹی وی اور ریڈیو پراگراموں کو ریکارڈ کرنے کے لیے ویڈیو اور آڈیو کیسیٹس کی ضرورت پڑتی ہے۔ ویڈیو کیسیٹس کئی طرح کے ہوتے ہیں جیسے وی ایچ ایس (VHS) بیٹا (Beta)، ڈی وی سی (DVC)، اور ٹی وی سی (Mini DVC) وغیرہ۔ آڈیو کیسیٹ میں ٹیپ ریکارڈ میں استعمال ہونے والی عام کیسیٹ اور ڈیٹ (DAT) وغیرہ آتے ہیں۔ ٹی وی اور ویڈیو پراگراموں کی ریکارڈنگ کے دوران اگر کوئی غلطی ہو جاتی ہے تو اس کو ایڈیٹنگ (Editing) کے دوران دور کیا جاسکتا ہے۔ سال 1980ء تک زیادہ تر پراگراموں کی

ریکارڈنگ 35 ایم ایم (ملی میٹر) کی فلم یا ریل (Reel) پر کی جاتی تھی۔ ریکارڈنگ مکمل ہو جانے کے بعد پروسیسنگ کرنی پڑتی تھی۔ جہاں تک ویڈیو کیسٹس کا سوال ہے ان کا کئی بار استعمال کیا جاسکتا ہے۔ مثال کے طور پر ڈی وی سی پرو (DVC Pro) ٹیپ کو تقریباً 10 مرتبہ استعمال کیا جاسکتا ہے اور بیٹا (Beta) ٹیپ کو تقریباً تین چار مرتبہ استعمال کر سکتے ہیں۔ اس کے علاوہ آڈیو ٹیپس کو بھی ایک سے زائد مرتبہ بہ آسانی استعمال کیا جاسکتا ہے۔

اس اکائی کا مطالعہ کرنے کے بعد آپ کو آڈیو اور ویڈیو کیسٹس جیسے ویڈیو ہوم سسٹم (VHS)، سپرو ویڈیو سسٹم (Super VHS)، بیٹا ٹیپ (Beta Tape)، ڈی وی سی پرو (DVC Pro)، آڈیو کیسٹ اور ڈیٹ (DAT) وغیرہ کے بارے میں معلومات حاصل ہوں گی۔ یہ سبھی چیزیں ترسیل کی دنیا میں اہم کردار ادا کر رہی ہیں۔ اس کے علاوہ آپ کو ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک اور لیزر کمپیکٹ ڈسک کے بارے میں تفصیلی معلومات فراہم ہوں گی کیونکہ آہستہ آہستہ آڈیو کیسٹ کی جگہ آڈیو سی ڈی نے لے لی ہے۔ جو فلمیں پہلے بازار میں (VHS) کیسٹ پر دستیاب رہتی تھیں آج وہ آپ کو ڈی وی ڈی میں سستے داموں پر مل جاتی ہیں اور تو اور گھر بیٹھے آپ کو ڈیجیٹل کوالٹی کی تصویر دیکھنے اور آواز سننے کو ملتی ہے اور گھر بیٹھے آپ کو سینما ہال کا لطف حاصل ہوتا ہے۔

ترسیل عامہ میں سمعی و بصری آلات بڑا نمایاں اور اہم کردار انجام دیتے ہیں۔ جس میں کمپیوٹر ایک ایسا ہی آلہ ہے۔ اس کی مدد سے مائیکروسافٹ کمپنی کے پروگرام پاور پوائنٹ (Power Point) کو استعمال کرتے ہوئے بہترین (Presentation) تیار کیے جاسکتے ہیں۔ ان (Presentation) میں تصویر، آواز، گرافکس، ٹیکسٹ، میوزک اور خوبصورت اسکرپٹ کا استعمال کر کے Client کے سامنے بہتر طریقے سے پیش کیا جاسکتا ہے۔ (Presentation) کو تیار کر کے اس کو ایک سی ڈی میں لے لیا جاتا ہے اور اس کو پروجیکٹر کے ذریعے تقریباً 35 ایم ایم (ملی میٹر) کی فلم کی سلائیڈ کا عکس پردے پر بڑا کر کے دکھایا جاتا ہے۔ کاروباری معاملات کی تشہیر اور مختلف (Client) کی وضاحت کے لیے آج کل ایک خصوصی آلہ کا استعمال ہوتا ہے جس کو ایل سی ڈی پروجیکٹر کہا جاتا ہے۔ پاور پوائنٹ میں تیار کردہ (Presentation) میں یہ ایل سی ڈی پروجیکٹر چار چاند لگا دیتا ہے۔

جب الیکٹرانکس کے میدان میں ترقی ہوئی تو نئے نئے آلات وجود میں آئے۔ کمپیوٹر نے انٹرنیٹ کے ذریعے ترسیل کی دنیا کے لیے نئے راستے فراہم کیے ہیں۔

اس اکائی میں آڈیو اور ویڈیو کیسٹس اس کی اہمیت و افادیت، ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک اور لیزر کمپیکٹ ڈسک اور پاور پوائنٹ کی اہمیت و افادیت پیش کی گئی ہے۔ فرہنگ کے ذریعے مشکل الفاظ کے معانی کو سمجھا جاسکتا ہے۔ آخر میں کتابوں کی ایک مختصر فہرست دی گئی ہے۔ ان کتابوں کے مطالعہ سے آپ اپنی معلومات میں اضافہ کر سکتے ہیں۔

### 3.1 مقاصد

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:

☆ آڈیو کیسٹ کے طریقہ کار کو سمجھ سکیں۔

☆ ویڈیو ہوم سسٹم کے بارے میں معلومات حاصل کر سکیں۔

- ☆ Super VHS اور DVC, Beta, VHS کو بیان کرتے ہوئے ان میں بنیادی فرق کو واضح کر سکیں۔
- ☆ ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک کے بارے میں جان سکیں۔
- ☆ پاور پوائنٹ Power Point پر تفصیل سے روشنی ڈال سکیں۔

## 3.2 آڈیو کیسٹ (Audio Cassette)

جدید الیکٹرانک آلات کے استعمال سے ترسیل کا عمل اور بھی زیادہ آسان ہو گیا ہے۔ آواز کئی قسم کی ہوتی ہے۔ آواز کو ہم دیکھ نہیں سکتے بلکہ اپنے کانوں کے ذریعہ سن کر محسوس کرتے ہیں۔ ایک عام انسان کی آواز سننے کی صلاحیت 20 ہرٹز Hertz سے لے کر 20 ہزار ہرٹز تک ہوتی ہے۔ آواز کے اس پیمانے کو ہم (Decible) بھی کہتے ہیں۔ (Hertz) اور (Decible) فریکوینسی کی اکائی ہیں۔ 20 سے 20 ہزار کا مطلب یہ ہوا کہ ایک عام انسان کے کان ان دونوں فریکوینسی کے درمیان والی آواز سنیں گے اور کوئی بھی وہ آواز نہیں سن پائیں گے جو یا تو 20 ہرٹز سے کم ہو یا پھر 20 ہزار ہرٹز سے زیادہ ہو۔ ایک عام بات چیت کے دوران آواز کا پیمانہ 60 (Decibel) ہوتا ہے۔

آواز حاصل کرنے کے لیے انسان نے مختلف آلات ایجاد کیے جس میں گراموفون۔ لاؤڈ اسپیکر اور ٹیپ ریکارڈر وغیرہ شامل ہیں۔ آواز کی ٹکنالوجی نے بے حد ترقی کی ہے۔ اسٹیریو فونک ساؤنڈ اور ڈیجیٹل ساؤنڈ نے بہترین ٹکنالوجی کے سبب آواز کی دنیا میں بڑا انقلاب برپا کر دیا ہے۔

یوں تو آواز کو خوب تر بنا کر، اس میں طرح طرح کی ترمیم کر کے عوام تک پہنچانے کے لیے مختلف آلے ایجاد ہوئے لیکن جو کام ریڈیو اور ٹیپ ریکارڈر نے انجام دیا وہ کوئی اور نہیں کر پایا کیونکہ یہ دونوں ہی چیزیں عام آدمی کی پہنچ کے اندر ہیں اور بہ آسانی دستیاب ہیں۔ ریڈیو کے ذریعے آپ پروگرام سن سکتے ہیں جو مختلف نشریاتی ادارے سے نشر کرتے ہیں لیکن ٹیپ ریکارڈر کے لیے آپ کو آڈیو کیسٹ کی ضرورت درکار ہوتی ہے۔

اس کیسٹ کے اندر ایک پتلا سا مقناطیسی فیتا ہوتا ہے۔ اس فیتے کی چوڑائی تقریباً ساڑھے تین ملی میٹر ہوتی ہے۔ یہ فیتا کیسٹ کے اندر محفوظ رہتا ہے۔ جب ہم یہ کیسٹ ٹیپ ریکارڈر کے اندر ڈالتے ہیں تو فیتے کا وہ حصہ جو باہر کی جانب ہوتا ہے، ٹیپ ریکارڈر میں موجود کے قریب پہنچ جاتا ہے۔ کیسٹ کے اندر دو چھوٹے چھوٹے اسپول ہوتے ہیں۔ ایک اسپول میں چھ دتے ہوتے ہیں۔ جب یہ اسپول گھومتے ہیں تو فیتا آگے اور پیچھے حرکت کرنے لگتا ہے جو آواز آپ کو ریکارڈ کرنی ہوتی ہے اس آواز کو ٹیپ ریکارڈر میں موجود مائیک، ہیڈ تک منتقل کر کے ٹیپ پر مقناطیسی اثرات مرتب کرتا ہے۔

یہ بات واضح رہے کہ بعض ٹیپ ریکارڈر میں آواز کو ریکارڈ کرنے کے لیے پلے (Play) اور ریکارڈ دونوں بٹن ایک ساتھ دبائے جاتے ہیں جبکہ بعض میں ریکارڈر کا بٹن دبانے سے ہی پلے کا بٹن بھی خود بخود دب جاتا ہے۔ جب ہم کو یہ آواز نہیں سننی ہوتی ہے تو ہم کو پلے (Play) کا بٹن دباتے ہیں۔ اس کے بعد ٹیپ میں موجود (Player Head) سب سے پہلے ٹیپ میں موجود مریوط مقناطیسی ذرات (Magnetically Alligend Perticles Read) کو کرتا ہے۔ ایسا کرنے پر وہاں ایک لہر

(Impulse) پیدا ہوتی ہے اور ہم (Encoded) آواز سن سکتے ہیں۔ عام طور پر یہ کیسٹ کے اندر ایک لمبا مقناطیسی فیتہ استعمال کیا جاسکتا ہے جسے ٹیپ کہتے ہیں۔ یہ فیتہ ایک خرچی پر لپیٹا ہوا رہتا ہے جس کو اسپول کہا جاتا ہے۔ پلاسٹک کے اس فیتے پر ایک خاص قسم کا محلول لگایا جاتا ہے جس میں مقناطیسی صلاحیت ہوتی ہے۔ آواز کو ریکارڈ کرتے وقت جب یہ فیتہ ریکارڈر کے ایک خاص مقام سے گزرتا ہے تو اس پر موجود مقناطیسی اجزا میں ایک خاص ترتیب پیدا ہو جاتی ہے جو آواز سے مناسبت رکھتی ہے جس مقام پر یہ ریکارڈنگ ہوتی ہے اس کو ہیڈ کہا جاتا ہے۔ جب ہم کو یہ آواز سننی ہوتی ہے تو ہم کیسٹ کو پلے کرتے ہیں اور ٹیپ ریکارڈ میں موجود ہیڈ سے گزرنے پر مقناطیسی لہریں وہی آواز پیدا کرتی ہے جو اس میں محفوظ کر لی گئی تھیں اور ہم کو مطلوبہ آواز سننے کو مل جاتی ہے۔

آڈیو کیسٹ کی مدت (Duration) 60 منٹ یا 90 منٹ ہوتی ہے۔ اس کے اندر آواز کو دونوں جانب ریکارڈ کیا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ ایک چھوٹی کیسٹ جسے منی آڈیو ٹیپ (Mini Audio Tape) کہا جاتا ہے۔ مختلف صحافی، طالب علم، جاسوس وغیرہ استعمال کرتے ہیں۔ اس کا سائز ماچس کی ڈبیہ سے تھوڑا بڑا ہوتا ہے اور اس کے لیے تھیلی کے سائز کا ایک ریکارڈر ہوتا ہے۔ اس کو جیب میں رکھ کر کہیں بھی گھوما جاسکتا ہے۔ اس کے علاوہ آواز کو ریکارڈ کرنے کے لیے ڈیٹ (Digital Audio Tape Dat) کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ اس کے اندر بہت ہی عمدہ کوالٹی کی آواز ریکارڈ کی جاتی ہے جس کا استعمال فلموں اور سیریل وغیرہ میں کیا جاتا ہے۔ اس کو پلے کرنے کے لیے الگ مشین کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس کے ذریعے ڈیجیٹل آواز مہیا ہوتی ہے اور کسی میں بھی طرح کی آلودگی سے پاک ہوتی ہے۔ یہاں پر آلودگی سے مراد ریکارڈنگ کے وقت چھوٹی موٹی باریک آوازیں ہیں۔

25 فروری 1940ء کو لندن میں نیو برٹش براڈ کاسٹنگ سسٹم کی شروعات ہوئی اور اس کا قیام عمل میں آیا۔ اس ادارے نے پہلی مرتبہ میکینیکل ٹیپ (Magnitic Tape) کا استعمال کیا تھا۔ اس کے ذریعے موصول ہونے والی آواز کے سگنل بہت زیادہ صاف تھے اور ایسا لگتا تھا جیسے کوئی سامنے کھڑا ہو کر بول رہا ہو۔

### آڈیو کیسٹ کا استعمال:

- 1- موسیقی یا گلوکار کے نغمے ریکارڈ کرنے کے لیے استعمال ہوتی ہے۔
- 2- اگر آپ کسی کانٹریوکر رہے ہیں تو بجائے لکھنے کے آپ اس کو ریکارڈ کر سکتے ہیں اور اس کو بار بار سن کر اچھی خبر (نیوز) بنا سکتے ہیں۔
- 3- کسی بھی فلم اسٹار یا پولیٹیکل لیڈر کی آواز ریکارڈ کی جاسکتی ہے۔
- 4- طالب علم اپنے اساتذہ کے لکچر کو ریکارڈ کر کے بار بار سن سکتے ہیں۔
- 5- استاد اپنے لکچر کو ریکارڈ کر کے طلباء کو دے سکتے ہیں، اس سے یہ فائدہ ہوگا کہ غیر موجود طلباء بھی استفادہ کر سکتے ہیں۔
- 6- تعلیمی پروگرام ریکارڈ کر کے بچوں میں بانٹا جاسکتا ہے۔ مثلاً سائنس اور ٹکنالوجی سے متعلق پروگرام وغیرہ۔

### 3.2.1 ویڈیو کیسٹ (Video Cassettes)

جہاں تک آڈیو کیسٹ کا سوال ہے تو اس میں صرف آواز کو سننا جاسکتا ہے لیکن ویڈیو کیسٹ میں متحرک تصویروں کو دیکھا جاسکتا

ہے اور ساتھ ہی آواز کو سنا بھی جاسکتا ہے۔ 1980ء کے آس پاس ویڈیو ہوم کیسٹ ریکارڈ کے دو اہم نظامی بی ٹا (Beta) اور (VHS) ایجاد ہوئے۔ بنیادی طور پر یہ دونوں ایک ہی طرح سے کام کرتے ہیں لیکن دونوں میں ایک اہم فرق قیمتوں کا ہے۔ (VHS) بہت سستا ہے اس کے برعکس تھوڑا مہنگا۔ لیکن بیٹا میں پیکچر کوالٹی بہت بہتر ہوتی ہے۔ آج کل (VHS) کا استعمال اتنے بڑے پیمانے پر نہیں ہوتا کیوں کہ سی ڈی اور ڈی وی ڈی نے اس کی جگہ لے لی ہے۔

ویڈیو ہوم سسٹم (V.H.S) ٹیلی ویژن پروگرام کو بڑی آسانی سے ریکارڈ کرنے کا گھریلو نظام ہے۔ سوپر (Super VHS) اس کی ایک ترقی یافتہ شکل ہے۔ بی ٹا، ڈی وی سی پرو (DVC Pro) اور منی ڈی وی سی (Mini DVC) وغیرہ عمدہ کوالٹی پیکچر مہیا کرنے والی کیسٹس (Cassettes) ہیں۔ بین الاقوامی معیار (Standard) کو ذہن میں رکھتے ہوئے 10 مختلف کمپنیوں نے ایک ڈیجیٹل ویڈیو فارمیٹ (Digital video Format) تیار کیا ہے۔ جس کو ڈی وی (D.V) کہا جاتا ہے۔

یہ کمپنیاں ہیں: پینا سونک (Panaconic)، سونی کارپوریشن (Sony Corporation)، وکٹر کارپوریشن آف جاپان (JVS)، فلپس الیکٹرونکس (Philips Electronic)، این وی (N.V)، سینیو (Sanyo)، ہٹاچی لمیٹڈ (Hitachi Ltd)، شارپ کارپوریشن، (Sharp Corporation)، تھامپسن ملٹی میڈیا (Thompson Multimedia)، مستو بیٹی الیکٹرانک کارپوریشن، (Mitsubishi Corporation) اور توشیبا کارپوریشن (DV-Toshiba Corpation)، کنسورٹیم (Consortium)، خریدار (Consumer) کو دھیان میں رکھ کر بنایا گیا ہے۔ اس میں آج 60 سے بھی زیادہ کمپنیاں ہیں۔

1975ء کے آس پاس سونی کمپنی کے (Betamax) کی ایجاد ہوئی اور اس کو یو۔ بیٹک (U-Matic) کے اندر بدلاؤ کے بعد مارکٹ میں اتارا گیا تھا۔ (Betamax) کی پیکچر کوالٹی زیادہ بہتر تھی۔ سال 1976ء میں (JVC) کمپنی نے ویڈیو ریکارڈنگ سسٹم (VHS) کی ایجاد کی۔ (VHS) کیسٹ سستی ہوا کرتی تھی اور اس میں ریکارڈنگ بھی زیادہ ہوتی تھی اس لیے اس نے جلد ہی مارکٹ میں قدم جمالیا۔ 1985ء کے ختم (VHS) نے مارکیٹ میں دھوم مچادی اور اس کا استعمال زیادہ ہونے لگا۔ اس کے بعد (DVC Pro) (ڈیجیٹل ویڈیو کیسٹ) کی ایجاد ہوئی۔ اس کا استعمال کرنے کے لیے (DVC) کیمرہ کی ضرورت پڑتی ہے۔ آج کل (Mini DVD) کا بھی استعمال کثرت سے ہوتا ہے۔ اس کا استعمال چھوٹے کیمروں میں ہوتا ہے۔ آج کل زیادہ ترین وچینلس وغیرہ اسی کیسٹ کا استعمال کرتے ہیں۔ اس کی کوالٹی (DVC Pro) کے مقابلے تھوڑی کم ہوتی ہے۔

### ویڈیو ہوم سسٹم (Video Home System-VHS)

ویڈیو ہوم ریکارڈنگ سسٹم کی ابتدا (Victor Corporation of Japan) JVS نے 1976ء میں کی تھی۔ ابتدائی (VHS) نظام کو اس کمپنی نے 1970ء کی دہے میں تیار کر لیا تھا۔ اس کیسٹ کو آپ سبھی نے اپنے گھروں میں دیکھا ہوگا کیوں کہ وہ زمانہ زیادہ دور نہیں جب وی سی آر (VCR) اور وی سی پی (VCP) استعمال ہوتا تھا۔ ان (VHS) کیسٹ کا استعمال (VCR) اور (VCP) کے لیے ہوتا تھا۔ اس کے بعد شادی بیاہ میں بھی کیمرہ مین ان کیسٹوں پر شادی کی فلم بناتے تھے۔ اس کیسٹ کے اندر 1\2 انچ

کاٹیپ استعمال ہوتا ہے اور اس کی مدت (Duration) تقریباً 3 گھنٹے کے پاس ہوتی ہے۔

جہاں تک ویڈیو ٹیپ ریکارڈر میں ترقی کا سوال ہے تو اس کا آغاز 1940ء کے آس پاس ہوا۔ 1965ء میں ایک ویڈیو ٹیپ ریکارڈر ایجاد ہوا جس کے اندر بہ صلاحیت تھی کہ وہ ایک مقناطیسی ٹیپ پر ٹیلی ویژن پر نشر ہونے والی تصویروں کو ریکارڈ کر سکتا تھا۔ امریکہ کے کیلیفورنیا کے شہر میں واقع امپیکس کارپوریشن نے ایک ایسا ویڈیو ٹیپ ریکارڈر ایجاد کیا جس میں ٹیپ برعکس کے الیکٹرانک سنگنلوں کو عمودی خطوط میں ریکارڈ کیا جاتا تھا۔ جاپان کی توشیبا کارپوریشن (Toshiba Corporation) نے 1959ء میں پہلا ہیلیکل (Helical) ویڈیو ٹیپ ریکارڈر ایجاد کیا جو دیکھنے میں کافی چھوٹا تھا۔ 1970ء کے دہے پہلے ویڈیو کیسٹ ریکارڈر متعارف ہوئے۔

1980ء کے آس پاس ہوم ویڈیو کیسٹ ریکارڈر کے دو اہم نظام تیار کر لیے گئے۔ یہ دو سسٹم بی ٹا اور (VHS) تھے۔ ان دونوں میں فرق یہ تھا کہ (Beta) ٹیپ (VHS) کی بہ نسبت کافی مہنگا تھا جب کہ (VHS) ٹیپ بہ آسانی دستیاب تھا۔ اور اس پر (Beta) ٹیپ 30 منٹ کے برعکس 3 گھنٹے کی ریکارڈنگ ہوتی تھی۔ بنیادی طور پر یہ دونوں ایک ہی طرح سے کام کرتے تھے لیکن بی ٹا ٹیپ کی پیکر کوالٹی بہت بہتر ہوتی تھی۔ زیادہ تر گھروں میں (VCR) پر (VHS) ٹیپ کا استعمال ہوتا ہے۔ شروع میں (VCR) کی قیمت زیادہ تھی لیکن بعد میں سستا ہو گیا۔ کچھ دنوں میں جاپان کی مشہور کمپنی سونی کارپوریشن نے 8mm کا وی سی آر سسٹم متعارف کرایا۔ اس کو 8mm اس لیے کہا گیا کیونکہ اس میں 8 ملی میٹر کا ٹیپ استعمال ہوتا ہے۔ اس کا استعمال آگے چل کر کیم کارڈ (Camcorder) میں کیا گیا۔

### بیٹا ٹیپ (Beta Tape)

سونی کمپنی نے 1975ء میں بی ٹا میکس (Betamax) ایجاد کیا۔ اس کے اندر 12.7mm (0.5 Inch) کا ٹیپ استعمال ہوتا تھا۔ اس کو صنعتی طور پر استعمال ہونے والے یو۔ بیٹک (U-Matic) کے اندر بدلا کر کے بنایا گیا تھا۔ یو بیٹک کے اندر 19.1mm (0.75 inch) کے ٹیپ کا استعمال ہوتا تھا۔ بی ٹا ٹیپ کو ویڈیو ریکارڈنگ میں بہترین کوالٹی کی فلم بنانے کے لیے استعمال کیا گیا۔ بی ٹا ٹیپ انھیں خطوط پر کام کرتا ہے جس پر (VHS) کیسٹ کرتی ہے۔ لیکن اگر ہم بی ٹا ٹیپ کی پیکر کوالٹی کا موازنہ (VHS) کیسٹ سے کریں تو معلوم ہوگا کہ بی ٹا ٹیپ کے ذریعے بنائی گئی فلم یا پیکر کی آڈیو اور ویڈیو کوالٹی دونوں ہی بہتر ہوتی ہیں۔ بی ٹا کی ریکارڈنگ کی صلاحیت (Capacity) صرف آدھے گھنٹے یا 60 منٹ ہوتی تھی۔ اس کو استعمال کرنے کے لیے بی ٹا کیمبرے کی ضرورت ہوتی ہے جو کہ بہت مہنگا ہونے کے ساتھ ساتھ بھاری بھی ہوتا ہے۔ بی ٹا ٹیپ پر جو ریکارڈ کیا جاتا ہے اس کو استعمال کرنے کے لیے ایڈیٹنگ (Editing) کے لیے بی ٹا پلینر کی ضرورت ہوتی ہے۔ سونی کے ذریعے اتارے جانے والے (Betamax) ہوم ویڈیو سسٹم نے کافی ترقی کی۔ اس کے اندر (LV-1901) بیٹا میکس کونسل (Betamax Console) ہوتا تھا۔ سال 1983ء تک کا یہ سب سے (Popular) ویڈیو فارمیٹ تھا۔ یہ UK کی 1\3 مارکیٹ پر چھایا ہوا تھا۔ لیکن 1985ء کے شروع ہوتے ہوتے (VHS) نے اس کے قدم اکھاڑ دیئے اور مارکیٹ پر قبضہ کر لیا۔ آپ سوچ رہے ہوں گے کہ یہ لفظ (Betamax) کہاں سے ایجاد ہوا۔ اس کی داستان یہ ہے کہ جب اس ٹیپ (Tape) کو ٹرانسپورٹ (Transport) سے گزارا جاتا تھا تو اس کی شکل

یونانی زبان کے حرف "b" (Beta) جیسی دکھائی دیتی تھی۔

سانئو (Sanyo) کمپنی نے بی ٹا کورڈ (Beta Cord) ایجاد کیا لیکن اس کو بھی آہستہ آہستہ بیٹا (Beta) کہہ کر پکارا گیا۔ سوئی اور سانئو کے علاوہ بیٹا میکس ویڈیو ریکارڈرز کو (AIWA Pioneer Toshiba) اور (NEC) وغیرہ نے بھی بازار میں پیش کیا۔

### سوپرو ویڈیو ہوم سسٹم (Super Video Home System)

وی ایچ ایس بازار میں عوام میں بہت مقبول ہوا اس کی وجہ یہ رہی کہ یہ دوسرے ٹیپوں کے مقابلے سستا تھا اور اس کی ریکارڈنگ صلاحیت (Capacity) تقریباً 3 گھنٹے تھی۔ آج بھی یہ ٹیپ دنیا بھر میں وسیع پیمانے پر استعمال کیا جاتا ہے۔ مختلف ٹیلی ویژن اپنے پروگراموں کی (Downlinking) دیکھنے کے لیے اپنے پروگرام ان ہی ٹیپوں پر ریکارڈ کرتے ہیں اور بعد میں ان پروگراموں کو Perview کیا جاتا ہے۔ ان پروگراموں کو (VHS) پر اس کے لیے ریکارڈ کیا جاتا ہے دوسرے ٹیپ بہت مہنگے ہوتے ہیں اور ایک چینل پر اگر 24 گھنٹے پروگرام چلتے ہیں تو ایک کیسٹ میں 3 گھنٹے کے پروگرام بآسانی آجاتے ہیں۔ وی ایچ ایس (VHS) کو بنانے والی کمپنی جے وی سی (JVC) نے 1989ء میں ایک ترقی یافتہ ٹیپ متعارف کرایا جس کو سوپرو وی ایچ ایس (S.V.H.S) کہا گیا۔

(V.H.S) فارمیٹ کو (سوپر V.H.S) پر فوقیت حاصل ہے اور ایسا اس لیے ہے کہ (V.H.S) فارمیٹ میں تصویر کو بہت زیادہ (Resolution Power) کے ساتھ ریکارڈ کیا جاتا ہے۔ معیاری (V.H.S) ٹیپ کے اندر 240 خطوط (Lines) پر ریکارڈنگ ہوتی ہے جبکہ (سوپر V.H.S) میں 400 خطوط پر ریکارڈنگ ہوتی ہے۔ اس کے علاوہ سوپر (V.H.S) اس پر بھی ریکارڈ ہونے والی تصویر کی کوالٹی بہت عمدہ ہوتی ہے۔ ان کیسٹوں کا استعمال عام طور پر گھروں میں ٹیلی ویژن کے مختلف پروگراموں کو ریکارڈ کرنے، شادی بیاہ اور دیگر تقریبات کی فلم بندی وغیرہ کے لیے ہوتا ہے۔ ان کو پلے (Play) کرنے کے لیے وی سی آر (Video Cassette Recorder) یا وی سی پی (Video Cassette player) کی ضرورت ہوتی ہے۔

### ڈیجیٹل ویڈیو کیسٹ (Digital Video cassette-DVD)

ڈی وی سی کو عام طور پر (D.V) بھی کہا جاتا ہے (D.V) ایک بین الاقوامی معیار (International Stander) ہے۔ (DVC) کے اندر 1\4 انچ ملی میٹر سائز کے میٹل (Evaporate) ٹیپ کا استعمال بہت ہی عمدہ کوالٹی کے پیکچر کو ریکارڈ کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ زیادہ تر ٹیلی ویژن چینل اپنے پروگراموں کی ریکارڈنگ اسی (DVC) پر کرتے ہیں اور ماسٹر (Episode) یا ٹیلی کاسٹ کا پی بھی (D.V.C) پر تیار کی جاتی ہے اور اس کو لائبریری میں محفوظ کر کے رکھا جاتا تھا۔ اس کی سائز آڈیو کیسٹ سے تھوڑا بڑا ہوتا ہے۔ اس (D.V.C) ٹیپ کا استعمال ہوتا ہے۔ (DVC) ٹیپ پر 720 پیکسل (Pixel) کی ایک (Scan Line) یا خطوط میں ریکارڈنگ ہوتی ہے۔ اس سے ملنے والی تصویر بیٹا ٹیپ کے مقابلے اتنی شاندار نہیں ہوتی یا ہم کہہ سکتے ہیں کہ پیکچر کوالٹی بیٹا شپ جیسی نہیں ہوتی۔ ایک سیکنڈ میں ریکارڈ ہونے والے فریم کی تعداد 24 ہوتی ہے۔ ایک سیکنڈ میں ریکارڈ ہونے والے فریم کی تعداد 24 ہوتی ہے۔ اس ٹیپ کے اندر (Intraframe Compression) کا استعمال ہوتا ہے۔ عام طور پر (D.V.C) ٹیپ 33 منٹ اور

66 منٹ کی مدت کے ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ ہم 33 منٹ والے ٹیپ پر گھنٹے والے پروگرام کی ریکارڈنگ کی (Recoarding) اور 66 منٹ والے ٹیپ پر ایک گھنٹے والے پروگرام کی ریکارڈنگ کرتے ہیں۔ ٹیپ کو استعمال کرنے سے قبل اس پر کیمرہ کے ذریعے یا ڈی وی سی ریکارڈر کے ذریعے ٹوٹل کاؤنٹر ریڈنگ (Total ounter Reading) ڈالا جاتا ہے۔ جس کو اس طرح پڑھا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر 00:02:10:21 کا مطلب 0 گھنٹے 2 منٹ 10 سیکنڈ اور 21 فریم ہے۔ جیسے ہی فریم کی تعداد 24 ہوگی تو فوراً سیکنڈ کی تعداد بدلے گی کیونکہ ایک سیکنڈ میں 24 فریم ہوتے ہیں۔ اسی طرح سے 59 منٹ ہونے کے بعد منٹ کی تعداد 60 نہیں ہوگی بلکہ گھنٹوں کی تعداد ایک ہو جائے گی۔ جس کو ہم اس طرح بہ آسانی سمجھ سکتے ہیں۔

کرتے۔ یہ کیسٹ ٹیلی ویژن پروگراموں کی ریکارڈنگ کے لیے استعمال ہوتی ہے۔ (00:59:59:23)(01:00:00:00) اس کیسٹ کا استعمال (V.H.S) اور سپر (V.H.S) کی طرح عام لوگ نہیں کرتے۔

### 3.2.2 کمپیوٹر ڈسک (Computer Disc)

ابلاغ عامہ کے برقی ذرائع میں کمپیوٹر کو ایک نمایاں مقام حاصل ہے۔ کیونکہ یہ عوام کو تفریح اور معلومات فراہم کرنے کا ایک موثر ذریعہ ہیں۔ کمپیوٹر بلاشبہ دور جدید کی ایک ایسی حیرت ناک مشین ہے جس نے زندگی کے سبھی شعبوں میں اپنی افادیت کو منوالیا ہے۔ جہاں ہم ایک زمانے میں نغمے سننے کے لیے آڈیو کیسٹ اور فلم دیکھنے کے لیے ویڈیو کیسٹ کا استعمال کرتے تھے وہیں آج کے زمانے یہ کام سی ڈی یا کمپیکٹ ڈسک کے ذریعے کرتے ہیں۔ سی ڈی کو لکھنے اور پڑھنے (Write) کے لیے ہیڈ کے لیے بجائے لیزر شعاعیں استعمال کی جاتی ہیں۔ ان لیزر شعاعوں کو ہم عام طور پر (Laser Beam) کہتے ہیں۔ لیزر سے نکلنے والی شعاعیں ریکارڈ کیے جانے والے میٹریل (Material) کو (Disc) پر ڈیجیٹل شکل میں منتقل کر دیتی ہیں اور کمپیوٹر میں اس (Disc) کو لگا کر بہترین آواز کا لطف لیا جاسکتا ہے۔

ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک (Digital Video Disc - D.V.D) اور ایل سی ڈی (L.C.D) یعنی لیزر کمپیکٹ ڈسک کے بارے میں تفصیلی معلومات آگے دی جا رہی ہیں۔

### 3.2.3 ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک (Digital video Disk - D.V.D)

ڈی وی ڈی (D.V.D) یعنی ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک یا پھر ڈیجیٹل اور سٹائل ڈسک (Digital Versatile Disc) ایک ایسا آپٹیکل ڈسک اسٹوریج (Optical Disc Storage) میڈیا فارمیٹ ہے جس کو ڈیٹا اسٹوریج یا محفوظ کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈیٹا سے ہمارا مطلب وہ مواد ہے جس کو ہم ڈی وی ڈی میں ڈالنا چاہتے ہیں۔ مثال کے طور پر عمدہ پیکچر والی اور بہترین آواز والی فلمیں۔ ڈی وی ڈی کا قطر کی طرح ہوتا ہے۔ جو کہ 120mm یا 4.72inch یا پھر عموماً 80mm یا 3.15 inch کا ہوتا ہے۔ (DVD) کو جہاں تک (Encode) کرنے کا سوال ہے تو یہ طریقہ (C.D) سے مختلف ہوتا ہے۔ ڈی وی ڈی کے لیے ڈیٹا ٹرانسفر (Density) بہت زیادہ ہوتی ہے۔ ڈی وی ڈی (DVD) کی اسٹوریج کی صلاحیت (Capacity 17 Gigabyte) تک ہوتی ہے اور اس کا (Access Time) بھی (CD-ROM) کی بہ نسبت زیادہ تیز ہوتا ہے جو کہ تقریباً 1.3MBPS ہے۔



چوں کہ (DVD) کی صلاحیت زیادہ ہوتی ہے، Access Time تیز ہوتا ہے اور اس میں MPEG کمپریشن (Compression) کا استعمال ہوتا ہے اس لیے اس کو ڈیجیٹل ویڈیو کی بہترین کوالٹی دستیاب کرانے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ کچھ D.V.D ہم ڈسک کی دونوں جانب ڈاٹا محفوظ کر سکتے ہیں۔ جو کہ تقریباً 4.7 Gigabyte سائٹ ہے۔ DVD میں تقریباً 133 منٹ کا ویڈیو، آواز کے ساتھ بہ آسانی ریکارڈ کیا جاسکتا ہے۔ عام طور پر ڈی وی ڈی D.V.D کو دو حصوں میں بانٹا جاسکتا ہے۔ ایک ڈی وی ڈی D.V.D ویڈیو اور دوسرا ڈی وی ڈی D.V.D آڈیو ڈسک۔ ڈی وی ڈی D.V.D ویڈیو ڈسک وہ ہے کس کے اندر بہترین کوالٹی (Video Content) موجود ہوتا ہے۔ اس کے برعکس ڈی وی ڈی D.V.D، صرف آڈیو میں صرف آڈیو ہی موجود رہتا ہے۔ اس کے علاوہ (DVD Data) ڈسک بھی ہوتی ہے۔ DVD کو ایک (Generic Term) کے طور پر بھی استعمال کیا جاتا ہے جس میں ویڈیو فارمیٹ شامل ہیں جو کہ (Blue-ray Disc) اور H.D.D.V ہیں۔

1990ء کی ابتداء میں دو اہم High Density والے (Optical Storage Standard) کی ایجاد ہوئی جس میں ایک تو ملٹی میڈیا کمپیکٹ ڈسک تھی جس کو فلپس اور سونی نے تیار کیا تھا۔ دوسری سوپر ڈینسٹی ڈسک (Super Density Disk) تھی۔ جس کو توشیبا، ہٹاشی، تھامسن اور جے وی سی وغیرہ نے تیار کیا تھا۔ بعد میں فلپس اور سونی نے کچھ ترمیم کے ساتھ اپنی Multimedia Compact Disk کو ختم کر کے توشیبا کی سپر ڈینسٹی ڈسک کو تیار کرنے کے لیے اپنی منظوری دی اور اس کو EFM PLUS کہا گیا۔ 1997ء DVD Consortium کو بدل کر DVD Forum کر دیا گیا جس کے دروازے سبھی دوسری کمپنیوں کے لیے بھی کھلے ہوئے ہیں۔

لفظ ڈی وی ڈی D.V.D کا استعمال سب سے پہلے ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک کے لیے کیا گیا۔ 1995ء میں Specification کے آخری مرحلے میں اس کو Digital Versatile Disk بھی کہا گیا۔ DVD کی Capacity کو گیگا بائیٹ (Gigabyte) میں ظاہر کیا جاتا ہے۔ ایک گیگا بائیٹ (Gigabyte) میں 10<sup>9</sup> (1,000,000,000) بائٹس ہوتی ہیں اس کو انگریزی حروف ”GB“ سے ظاہر کیا جاتا ہے۔ کچھ پروگرام GiB (Gibibyte) ظاہر کرتے ہیں جو کہ 2 یا 1,073,741,824 بائٹس کے برابر ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر ایک ڈسک جس کی صلاحیت (8.5GB) ہے وہ 7.92 GiB کے برابر ہوگی۔

ڈی وی ڈی کے چار اہم اقسام اس طرح سے ہیں:

- 1- سنگل سائڈڈ، سنگل لئیر (Single Sided, Single Layer) اس کو DVD-5 بھی کہا جاتا ہے۔
- 2- سنگل سائڈڈ ڈیول لئیر (Single Sided, Dual Layer) اس کو DVD-9 کہا جاتا ہے۔
- 3- ڈبل سائڈڈ، سنگل لئیر (Double Sided, Dual Layer) اس کو DVD-10 کہا جاتا ہے۔
- ڈبل سائڈڈ، ڈیول لئیر (Double Sided, Dual Layer) اس کو کہا DVD-18 کہا جاتا ہے۔

اس کے علاوہ عام طور پر ایک اور ڈی وی ڈی فارمیٹ کا استعمال ہوتا ہے۔ جس میں ایک طرف ڈیٹا کی سنگل لئیر ہوتی ہے اور دوسری جانب ڈاٹا کی دو لئیریں ہوتی ہیں اس کو DVD-14 کہا جاتا ہے۔ اس کی صلاحیت تقریباً 13.2G.B ہوتی ہے۔

ابھی ہم نے ڈی وی ڈی اور اس کی Storage Capacity کے بارے میں معلومات حاصل کیں۔ آئیے اب وی سی ڈی V.C.D کے بارے میں مختصر معلومات حاصل کرتے ہیں۔ وی سی ڈی، سی ڈی پلیئر کی طرح کا ایک آلہ ہے۔ اس کے اندر ایک خاص سہولت یہ ہوتی ہے کہ اس کو ٹیلی ویژن اور کمپیوٹر سے جوڑا جاسکتا ہے۔ اور اس طرح سے ہم V.C.D میں موجود تصویروں اور آوازیں دیکھ اور سن سکتے ہیں۔

ڈی وی سی اور وی سی ڈی کا استعمال تفریحی مقاصد کو پورا کرنے کے علاوہ دیگر مقاصد جیسے تعلیم، سائنس اور ٹکنالوجی کے فروغ کے لیے، چھوٹے چھوٹے ایسے موضوع (Subject) جو کہ سوسائٹی سے جڑے ہوئے ہیں ان پر فلم بنا کر ان کو محفوظ کرنے کے لیے کیا جاسکتا ہے۔ ڈی وی ڈی کے ذریعے موصول ہونے والی آواز اور تصویر کی کوالٹی دونوں ہی بہت بہتر ہوتی ہے۔ سی ڈی اور وی سی ڈی کے مقابلے ڈی وی ڈی تھوڑی مہنگی ہوتی ہے۔ لیکن کامیابی اور ترقی کے دور میں جہاں آج گھر گھر میں کمپیوٹر موجود ہے وہاں لوگ ڈی وی ڈی کو خریدنے میں تھوڑی بھی ہچکچاہٹ محسوس نہیں کرتے اور گھر بیٹھے بہترین کوالٹی سے لطف اندوز ہوتے ہیں۔

#### 3.2.4 لیزر کمپیکٹ ڈسک (Laser Compact Disc - L.C.D)

لیزر کمپیکٹ ڈسک یعنی ایل سی ڈی (L.C.D) ایک خاص قسم کی کمپیکٹ ڈسک ہوتی ہے۔ اس کا قطر 120 ملی میٹر یا 4.72 انچ اور کبھی کبھی 80 ملی میٹر یا 3.15 انچ کا ہوتا ہے۔ ایل سی ڈی کو لکھنے اور پڑھنے یعنی Write اور Read کرنے کے لیے ہیڈ کی بجائے لیزر شعاعیں (Laser Rays) استعمال ہوتی ہیں۔ ان لیزر شعاعوں کو عام طور پر لیزر بیم (Laser Beam) کہا جاتا ہے۔ ایک سُرخ رنگ کے لیزر سے شعاعوں کو پیدا (Generate) کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد یہ شعاعیں لیزر کمپیکٹ ڈسک (L.C.D) کے signal Track پر کسی Prism یا Beam Spitter کے ذریعے ڈالی جاتی ہیں۔ یہ C.D ایسا لگتا ہے کہ وہ جگہ رُکی ہوئی ہے لیکن آہستہ آہستہ گھومتی رہتی ہے۔ لیزر کی شعاعیں ریکارڈ کیے جانے والے مواد (Material) کو ڈسک پر لیزر کی مدد سے منتقل کر دیتی ہیں۔ Compact Disc کو ایک Drive System گھماتا ہے۔ جو کہ اس کے Rotaion Speed کو طے کرتا ہے۔ ایسا اس لیے کیا جاتا ہے کہ موجودہ ڈاٹا ایک ہی Speed اس پر Read کیا جاسکے۔ تمام ڈاٹا 0 اور 1 کی شکل (Binary Number) میں Read کیا جاتا ہے۔ لیزر کمپیکٹ ڈسک کی اپنی ایک اشاراتی زبان ہوتی ہے جو کہ Binary Number کی زبان ہے۔ جو بھی ڈاٹا لیزر کے ذریعے C.D میں منتقل کیا جاتا ہے۔ وہ (Binary Number) کی شکل میں اسٹور ہوتا ہے۔

#### 3.2.5 پاور پوائنٹ (PowerPoint)

سماج میں جہاں لوگ مل جل کر زندگی گزارتے ہیں وہیں پر مختلف قسم کے تجربات، خیالات، تصورات، رجحانات اور تجاویز کا ذہن، میں آنا ایک فطری عمل ہے۔ ان تمام چیزوں کو مختلف ضروریات و وجوہات کی بنا پر مختلف انداز میں پیش کیا جاتا ہے۔ پیشکش کا انداز جتنا بہتر ہوگا اتنا ہی موثر ہوگا۔ موجودہ زمانے میں کمپیوٹر کی مدد سے اپنی بات کو دلکش و خوبصورت انداز میں مکمل دلائل کے ساتھ پیش کیا جاسکتا ہے۔ چاہے وہ بات تحریری ہو، یا تصویری ہو یا پھر آڈیو (Audio) کی شکل میں ہو۔ اس پورے عمل کو ہم کمپیوٹر کی اصطلاح میں

## Microsoft Power Point Presentation کہتے ہیں۔

پاور پوائنٹ پرزینٹیشن کمپیوٹر کے بغیر ممکن نہیں۔ کیوں کہ یہ کمپیوٹر کی ہی دین ہے۔ اس سے قبل کہ ہم آپ کو اس کے بارے میں تفصیل سے بتائیں آئیے کچھ کمپیوٹر کے بارے میں جان لیتے ہیں۔ گزشتہ سالوں میں کمپیوٹر نے سماج میں ایک انقلاب پیدا کر دیا ہے۔ یوں تو آج کل زیادہ تر کاموں میں کمپیوٹر کا استعمال ہوتا ہے۔ لیکن اگر بات ہم ترسیل کی کریں تو اس میدان میں بھی کمپیوٹر نے ایک نمایاں کردار ادا کیا ہے۔ معلومات کی ذخیرہ بندی، ایڈیٹنگ، ساؤنڈ ریکارڈنگ، پراسیسنگ اور اسے تیز رفتاری سے ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانا، یہ سب کام ترسیل کے میدان میں کمپیوٹر بہ آسانی انجام دے رہا ہے۔ ریاضی داں چارلس بابج (Charles Babbage) کو کمپیوٹر کا بانی یا فادر آف کمپیوٹر کہا جاتا ہے۔ انھوں نے 1830ء کے آس پاس اولین کمپیوٹر ایجاد کیا۔ اس کو انھوں نے تجزیاتی انجن (Analytical Engine) کا نام دیا۔ اس کے بعد کمپیوٹر کے میدان میں نئے نئے تجربے ہوتے رہے۔

جہاں تک کمپیوٹر کی اقسام کا سوال ہے ان کو درج ذیل چار قسموں میں بانٹا جاسکتا ہے۔

1- پرسنل کمپیوٹر (اس میں Lap Top, Palm Computer بھی آجاتا ہے) اس کو ڈیسک ٹاپ (DeskTop) کمپیوٹر بھی کہتے ہیں۔

2- منی کمپیوٹر۔

3- مین فریم کمپیوٹر۔

4- سپر کمپیوٹر (Super Computer)۔

کمپیوٹر کے اہم حصے درج ذیل ہیں:

1- مونیٹر اسکرین (Monitor or Screen)۔

2- کلیدی تختہ (Keyboard)۔

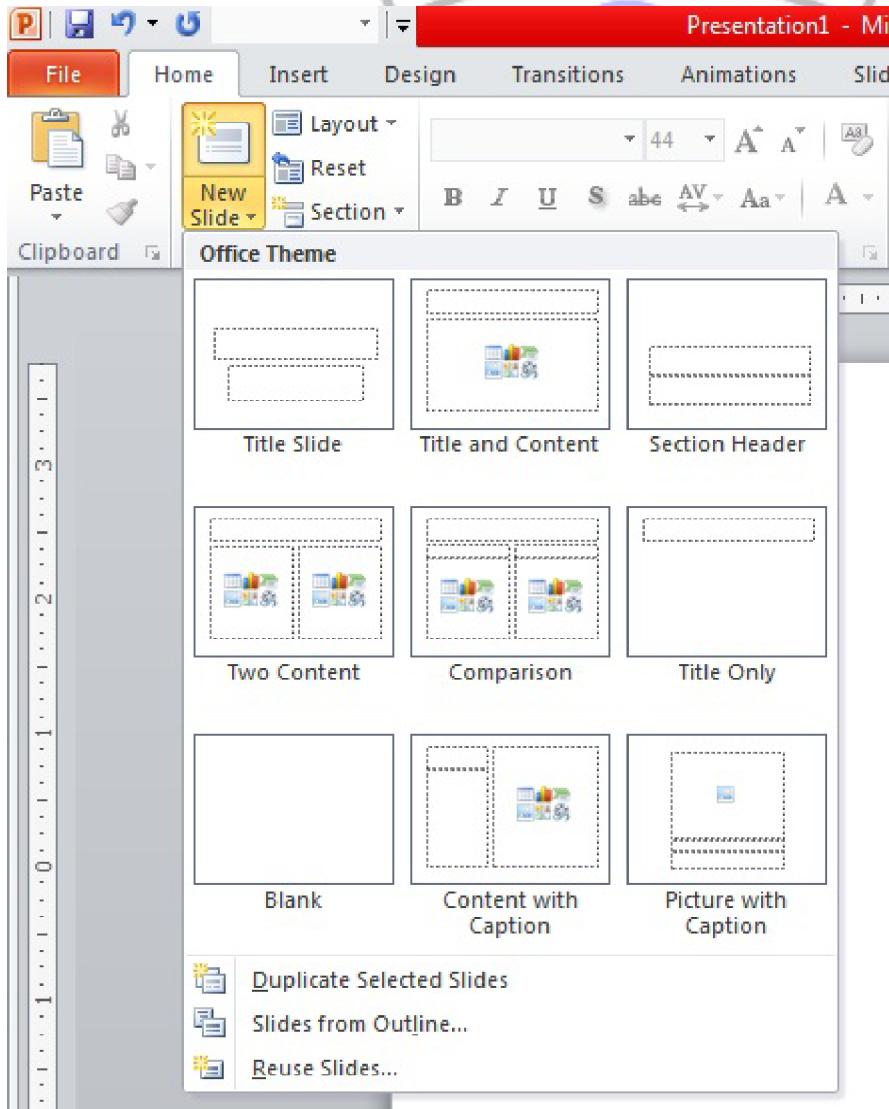
3- سنٹرل پراسیسنگ یونٹ (Central processing Unit)۔

4- پرنٹر (Printer)۔

کمپیوٹر کا اپنا ایک اشاراتی کوڈ Code ہوتا ہے جسے ہم کمپیوٹر کی زبان کہہ سکتے ہیں۔ جس قسم کی بھی تفصیلات کمپیوٹر میں Feed کی جاتی ہے ان کو پراسیسر (Processor) ایسے برقی چارج میں بدل دیتا ہے جو دو عدد (Number) کو ظاہر کرتی ہیں۔ یہ عدد 0 اور 1 ہیں۔ اس طرح کمپیوٹر ثنائی عدد کے نظام یعنی Binary Number System کو استعمال کرتا ہے۔ اس کو ہم ایک بٹ Bit کہتے ہیں۔ دو عدد کا مجموعہ ہے اور وہ ہیں Binary Digit۔ کمپیوٹر میں ہٹ پروگرام کے مختلف امتزاج Combination یعنی اعداد، حروف، علامات، تصاویر، گرافکس وغیرہ کے مختلف حصے اور آواز وغیرہ کی نمائندگی کرتے ہیں۔ کمپیوٹر میں جو جان کاری ہم ڈالتے ہیں اس کی پیمائش بائیٹس (Bytes) میں کی جاتی ہے۔ ایک کلو بائیٹ کا مطلب ہوتا ہے 1024 بائیٹس (1024 Bytes)۔

اب بات کرتے ہیں پاور پوائنٹ کے بارے میں۔

پاور پوائنٹ مائیکروسافٹ آفس (M.S Office) میں شامل ایک ایسا سافٹ ویئر ہے جس کا تعلق پیش کش یعنی پرنٹیشن (Presentation) سے ہے۔ پرنٹیشن یا پیش کش سے ہماری مراد معلومات کو خوب صورت اور بہترین ترتیب کے ساتھ پیشہ وارانہ انداز میں پیش کرنا ہے۔ اس سافٹ ویئر کی مدد سے ترتیب دیے جانے والے پرنٹیشن کو Transparencies، Peper یا پھر اسکرین پر پیش کیا جاسکتا ہے۔ اس پرنٹیشن میں ہم تصویر، آواز، گرافکس، سوپرس وغیرہ کا استعمال کرتے ہیں تاکہ اس کو زیادہ سے زیادہ خوب صورت بنایا جاسکے۔ عام طور پر اساتذہ، ریسرچ اسکالر، طالب علم اور Sales Representative وغیرہ اس کا استعمال کرتے ہیں۔ پاور پوائنٹ میں ہم Built in Professional Design کا استعمال کرتے ہیں جس کو ہم Auto Layout یا Templates بھی کہتے ہیں۔ اس کے علاوہ بھی مختلف ورژن (Version) کے پرنٹیشن مختلف سامعین کے لیے بنائے جاتے ہیں جس میں Text Based Outline View یا پھر Design Based Slide View شامل ہیں۔ جب بھی ہم

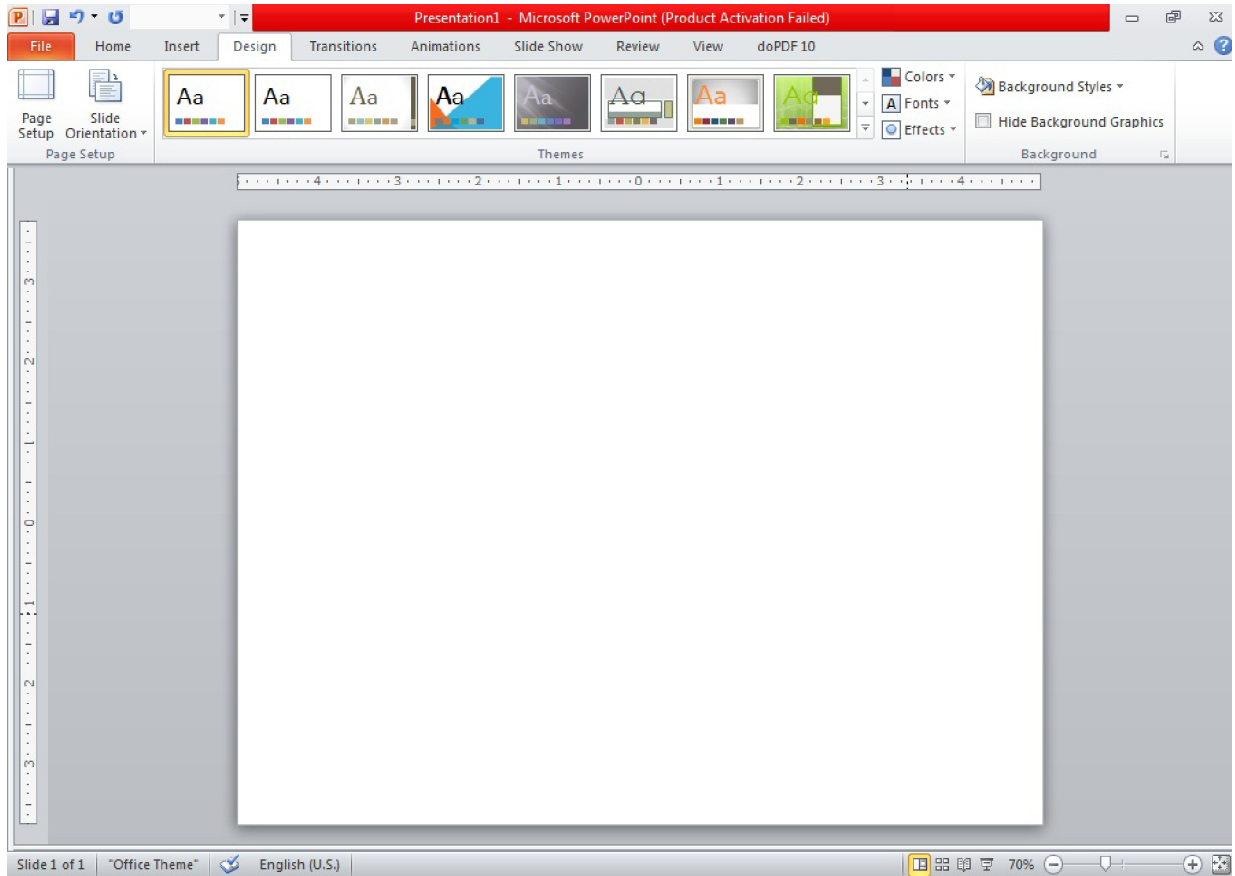


پاور پوائنٹ کے ذریعے کوئی پرنٹیشن بناتے ہیں تو وہ سلائیڈ (Slide) کی شکل میں ہوتا ہے۔ کسی بھی پرنٹیشن کے واحد صفحہ / اسکرین کو سلائیڈ (Slide) کہتے ہیں۔ یہ دو قسم ہوتے ہیں جس میں Templates اور Blank Documents شامل ہیں۔ Templates میں خود موجود (Inbuilt) 160 قسم کے سلائیڈ ہوتے ہیں جو مختلف ڈیزائن پر مشتمل ہوتے ہیں۔

### تصویر 3.2.5

Blank Documents میں خالی Slides ہوتی ہیں۔ جس میں اپنی ضرورت کے حساب سے ڈیزائن بنانا پڑتا ہے۔ اس کے علاوہ بھی مختلف قسم کی سلائیڈ ہوتی ہیں جو استعمال کنندہ (User) کی ضرورت پر منحصر کرتا ہے کہ وہ کیا استعمال کرنا چاہتا ہے۔ اس میں گرافکس، گرافس، ٹائٹیل سلائیڈ Table, Text, Shapes اور Chip Art وغیرہ شامل ہیں۔ نمونہ کے لیے 3.2.5 کے تحت دی گئی تصویر دیکھیے۔

پاور پوائنٹ کا استعمال کس طرح کریں گے یہ سوال آپ کے ذہن میں ضرور آ رہا ہوگا۔ یہ بہت ہی دلچسپ اور آسان ہے۔ جس کو آپ بہ آسانی سیکھ سکتے ہیں۔ سب سے قبل Task Bar میں جا کر Start پر کلک کریں۔ اس کے بعد پروگرام میں جا کر پاور پوائنٹ کو کلک کریں۔ پھر File Menu میں جائیں اور New کو کلک کریں۔ جب آپ New پر کلک کریں گے تو ایک فائل کھل جائے گی جس کو آپ نیچے دی گئی تصویر سے سمجھ سکتے ہیں۔

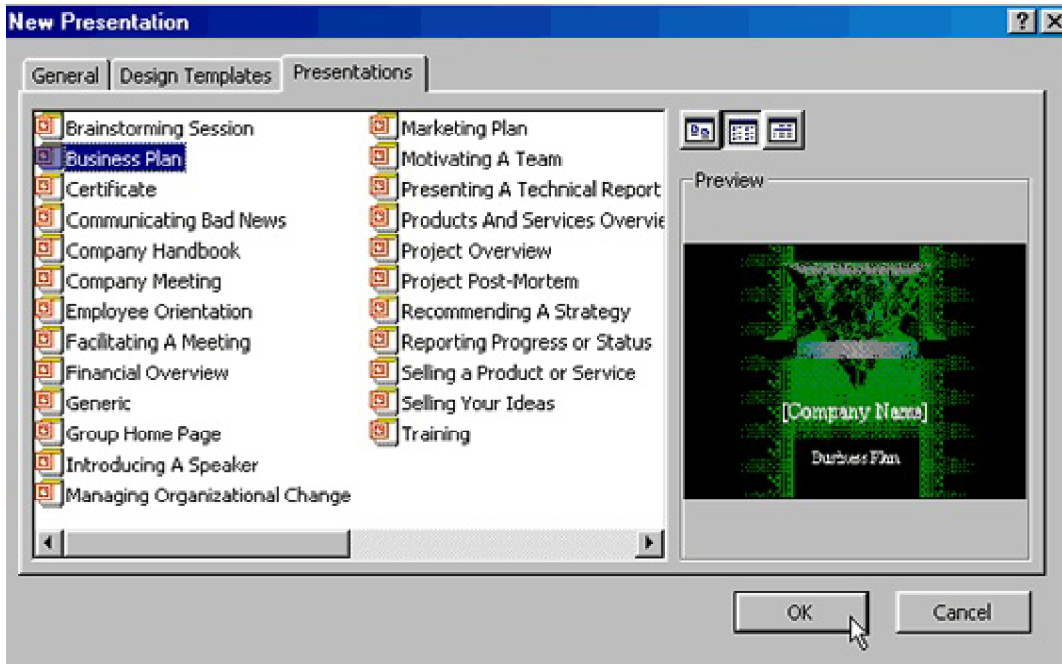


جب بھی آپ New Presentation کو کلک کریں گے درج بالا انداز میں آپ کا اسکرین نظر آئے گا جس میں تین آپشن ہوں گے۔

1. Auto Content Wizard
2. Design Templates

### 3. Blank Presentation

Auto Content Wizard مائیکروسافٹ کی جانب سے تیار کیے گئے پرزینٹیشن کا وہ مجموعہ ہے جس کے ذریعہ آپ آسانی سے ماہرانہ انداز میں متعلقہ موضوع پر پرزینٹیشن تیار کر سکتے ہیں۔ Blank Documents اور Templates کے تعلق سے آپ پہلے پڑھ چکے ہیں۔ اس کے بعد آپ کو یہ کرنا ہے کہ آپ Blank Documents کو منتخب کر لیں۔ آپ کو اسکرین میں New Sildes نظر آئے گا اس میں آپ اپنی ضرورت کے اعتبار سے کلک کر سکتے ہیں۔ مثال کے طور پر ٹائٹل کے لیے الگ سلائیڈ ہوگا، ٹیبل کے لیے الگ ہوگا۔ آسان الفاظ میں یہ کہا جاسکتا ہے کہ آپ جس سلائیڈ پر بھی کر سر (Cursor) رکھیں گے وہ اپنے نام کے ساتھ خود بہ خود Highlight ہو جائے گی۔ جس کو نیچے دی گئی تصویر میں بتایا گیا ہے۔



Design Templates کے بٹن کو کلک کرنے پر مختلف قسم کے Design مع Perview نمودار ہوں گے۔ آپ جس

ڈیزائن کو بھی چاہیں منتخب کر لیں۔

پاور پوائنٹ میں کلپ آرٹ کا استعمال:

Clip Art کا مطلب کمپیوٹر کے اندر موجود مختلف Symbols, Arrows اور Illustrations ہیں۔ ان کو بھی سلائیڈ پر

لاکر پرزینٹیشن میں استعمال کیا جاسکتا ہے۔ اس کا طریقہ بہت آسان ہے۔ اس کے لیے سب سے پہلے New Slide میں جا کر

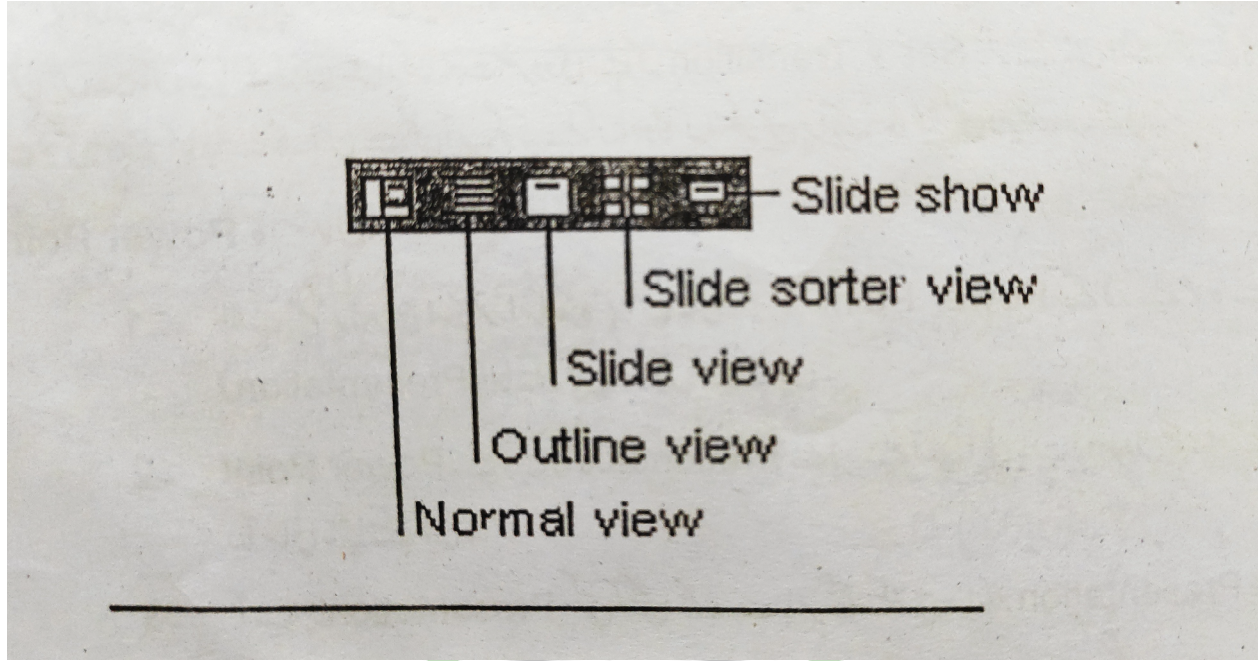
Object Slide کو کلک کریں۔ اس کے بعد Slide میں Object کو کلک کریں۔ Object Slide کمپیوٹر میں موجود

Clipart کو فائل کو Open کرے گا۔ اس میں سے آپ جس آبیجیکٹ Object یا کلپ Clip کو چاہیں چن سکتے ہیں اس کے

علاوہ بھی اپنی خود کی تیار کی ہوئی File میں موجود Object یا Images کو Add کر سکتے ہیں۔ Power point سے

بنے Presentation میں سب سے اہم چیز Transitions ہیں۔ Transitions سے مراد وہ طریقہ ہے جس کے ذریعے

ایک سلائیڈ اسکرین سے غائب ہو جاتی ہے اور دوسری Slide ایک نئے انداز میں ظاہر ہوتی ہے۔ اس کے ذریعے آپ سلائیڈ کا مقام بدلنے کے علاوہ کاپی بھی کر سکتے ہیں۔ اور Notes view کسی بھی سلائیڈ کی مزید تفصیلات کو محفوظ کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ اس پر کلک کرنے سے نوٹس صاف طور پر نظر آئیں گے جب آپ کی Slide تیار ہو جائیں تو Presentation کو دیکھنے کے لیے Slide Show بٹن پر کلک کریں جس کے بعد دیکر ترتیب کے اعتبار سے سلائیڈ اسکرین پر نمودار ہوں گے۔ اسکرین پر ان تمام کے Icons اسکرین کے Bottem Left Corner پر اس طرح ظاہر ہوں گے۔



پہلے ہم نے ذکر کیا تھا کہ Templates سے ہماری مراد کمپیوٹر میں ابتدا سے ہی موجود ڈیزائن شدہ سلائیڈ کا مجموعہ ہے جو کہ 160 قسم کے ہوتے ہیں۔ اگر آپ ان ڈیزائن شدہ Templates کو استعمال کرنا چاہتے ہیں تو Power Point کے Opening میں Dialogue Box میں جا کر Template Option کو کلک کرنا ہوگا۔ خالی سلائیڈ پر ہم کسی بھی قسم کا Text الفاظ ٹائپ کر سکتے ہیں۔ اس کے بعد سلائیڈ پر Mouse کو دوبارہ کلک کیجیے اور Font کو Select کر لیجیے۔ اب آپ جو بھی ٹائپ کرنا چاہتے ہیں ٹائپ کر سکتے ہیں۔ اس کے بعد سلائیڈ پر Mouse کو دوبارہ کلک کیجیے اور Font کو Select کر لیجیے۔ اب ٹائپ شدہ الفاظ اپنے مخصوص باکس کے اندر ظاہر ہوں گے۔ لکھنے کے بعد باکس کے باہر Mouse کو کلک کرنے پر باکس غائب ہو جائے گا۔ مثال کے طور پر آپ نے MANUU لکھا اور اس کو آپ حرکت Movement دینا چاہتے ہیں تو آپ مطلوبہ Text پر کلک کریں۔ کرسر کو Box میں رکھ کر Mouse کو Press کرتے ہوئے جس مقام پر آپ Text کو لے جانا چاہتے ہیں وہاں تک لے جائیں۔ اس کے بعد Text کو Select کر لیں پھر کوئی دوسرا Font منتخب کر لیں۔ Text کا رنگ (Colour) بدلنے کے لیے Text کو Select کر کے پہلے Text Colour Square میں جائیں اور جو رنگ آپ چاہتے ہیں وہاں کر رکھ کر کلک کریں Text کا رنگ (Colour) تبدیل ہو جائے گا۔ اگر آپ پرزیشن میں کسی نئی سلائیڈ کا اضافہ کرنا چاہتے ہیں تو آپ Edit میں جا کر نئی

سلائیڈ کو کلک کر لیجیے، سلائیڈ کا اضافہ ہو جائے گا۔ اگر آپ سلائیڈ کو Delete کرنا چاہتے ہیں تو آپ کو کچھ معلومات سیکھنی ہوں گی۔ ان معلومات کو ہم Power Point View کہتے ہیں۔

Microsoft Power Point اسکرین پر مختلف انداز میں پرزینٹیشن کو ظاہر کرتا ہے۔ یہاں پر آکر Slide Sorter کی بہت اہمیت ہوتی ہے۔ Slide Sorter کے ذریعے ہم Slides کو چھانٹ سکتے ہیں اور یہ سلائیڈس ایک ہی سلائیڈس ایک ہی صفحہ پر چھوٹے چھوٹے انداز میں اسکرین پر نمودار ہوتی ہیں۔ Transition کئی طریقے کے ہوتے ہیں جس میں Wipe, Dissolve وغیرہ شامل ہیں۔ یہاں یہ بات ذہن میں رکھنا بہت ضروری ہے کہ Transition کو Set کرنے میں وقت کتنا لگے گا اور اس درکار وقت کو بھی Set کیا جائے گا۔ اس سے قبل آپ کو یہ طے کرنا ہوگا کہ اسکرین پر ایک سلائیڈ کتنی دیر تک رکے گی۔

### Power point کا استعمال:

- 1- طالب علم، ریسرچ اسکالر، اساتذہ، بزنس میں وغیرہ Power Point کے ذریعے عمدہ سے عمدہ پرزینٹیشن (Presentation) بنا سکتے ہیں اور پیش کر سکتے ہیں۔
- 2- Power Point سے بنے Presentation کے ذریعے آپ اپنی بات دوسرے تک موثر ڈھنگ سے اور بہ آسانی پہنچا سکتے ہیں۔
- 3- آپ اپنا Presentation کسی کو بھی ملک سے باہر بھیج سکتے ہیں یا پھر Online presentation دے سکتے ہیں۔
- 4- Power point کا استعمال چھوٹے Animation میں بھی کیا جاتا ہے۔
- 5- آج کل ٹکنالوجی Technology کا زمانہ ہے اور یہ سستا اور آسان طریقہ ہے۔
- 6- کم وقت میں اچھا پرزینٹیشن تیار کیا جاسکتا ہے۔
- 7- Client بہ آسانی چیزوں کو سمجھ سکتا ہے۔
- 8- Presentation کو آپ کہیں بھی لے جاسکتے ہیں اور دکھا سکتے ہیں۔
- 9- اسکول/کالجوں میں اساتذہ پاور پوائنٹ پرزینٹیشن کی مدد سے سبجیکٹ Subject کو اور دلچسپ بنا سکتے ہیں۔
- 10- سائنسی شعور پیدا کرنے کے لیے یہ ایک بہترین چیز ہے۔

پاور پوائنٹ پرزینٹیشن کو آپ سلائیڈ پروجیکٹر (Slide Projector)، ایل سی ڈی پروجیکٹر L.C.D Projector اور لیپ ٹاپ Laptop وغیرہ کی مدد سے Play کر سکتے ہیں۔ سلائیڈ پروجیکٹر ایک ایسا آلہ ہوگا ہے جو کسی شفاف سلائیڈ (Slide) پر پڑنے والے عکس کو پردے پر اس حقیقی سائے سے بڑا کر کے دکھاتا ہے۔ اس کے لیے عام طور پر 16 ملی میٹر کی فلم کی اسٹریپ استعمال کی جاتی ہیں۔ آواز پیدا کرنے کے لیے اسپیکر دستیاب رہتے ہیں۔ پروجیکٹر میں ایک ٹرے ہوتا ہے جس میں کئی خانے Slot بنے ہوتے ہیں۔ ہر خانے میں ایک سلائیڈ رکھا جاتا ہے جس سلائیڈ کو پردے پر دکھانا مقصود ہوتا ہے اس کو پروجیکٹر میں موجود بلب کے سامنے لایا جاتا ہے۔ بلب کی روشنی کی شعاعیں یا لہریں سلائیڈ سے گزر کر Lens سے ہوئے پردے پر گرتی ہیں۔ اور سلائیڈ کا عکس پردے پر بڑا ہو کر



دکھائی دیتا ہے۔

ایل سی ڈی پروجیکٹر (L.C.D Projector): ایل سی ڈی پروجیکٹر کو کمپیوٹر یا لپ ٹاپ سے جوڑ دیا جاتا ہے۔ ایسا کرنے پر آپ کو پرنٹیشن کے دوران جو کچھ بھی کمپیوٹر اسکرین پر دکھائی دے گا وہی بڑا ہو کر دیوار پر لگے پردے پر دکھائی دے گا۔ اس پروجیکٹر L.C.D اس لیے کہا جاتا ہے کہ اس میں ایک چھوٹی سی Chip ہوتی ہے۔ اس Chip میں ہزاروں Pixel ہوتے ہیں اس پروجیکٹر میں لگے بلب کی روشنی جب ان پکسل سے ہو کر گزرتی ہے تو پردے پر ایک بڑا اور واضح عکس دکھائی دیتا ہے۔

### 3.3 اکتسابی نتائج

ترسیل عامہ میں کمپیوٹر ایک نمایاں اور اہم رول ادا کرتا ہے۔ معلومات کی ایک جگہ سے دوسری جگہ ترسیل کے لیے انسان ہمیشہ سے کوشاں رہا ہے۔ انسان معلومات کو جلد سے جلد اور زیادہ سے زیادہ مقدار میں ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچانے کے لیے مختلف آلات ایجاد کرتا رہا ہے۔ ایسے آلات میں کمپیوٹر بڑی اہمیت کا حامل ہے۔ کمپیوٹر بلاشبہ دور جدید کی ایک ایسی حیرت ناک مشین ہے جس نے زندگی کے سبھی شعبہ میں نمایاں کردار انجام دیا ہے۔ اس یونٹ میں اپنے دیکھا کہ کمپیوٹر کا استعمال کرتے ہوئے MS-office کے Software، یا پاور پوائنٹ پر کس طرح سے تصاویر، آواز، گرافکس، سوپر ساؤنڈ دیگر Effects کو استعمال کرتے ہوئے بہترین اور خوب صورت پرنٹیشن بہ آسانی تیار کیا جاسکتا ہے۔

آڈیو کیسٹ اور ویڈیو کیسٹ کے استعمال نے زندگی کو اور زیادہ بہتر بنا دیا ہے۔ تعلیمی میدان میں ان چیزوں سے بڑی حد تک فائدہ ہوا ہے۔ 1980ء کے دہے میں ویڈیو ہوم کیسٹ ریکارڈر کے دو اہم نظام بی ٹا اور VHS ایجاد ہوئے۔ بنیادی طور پر دونوں ایک ہی طرح سے کام کرتے ہیں۔ آج کل زیادہ تر گھروں میں VHS ہی استعمال ہوتا ہے۔ سپر VHS دراصل VHS کی ایک ترقی یافتہ شکل ہے جن کو جے وی سی (JVC) کمپنی نے 1981ء میں متعارف کروایا۔ VHS ٹیلی ویژن پروگرام کو بڑی آسانی سے ریکارڈ کرنے کا گھریلو نظام ہے۔

آواز کی ٹکنالوجی نے بھی بے حد ترقی کی ہے۔ (Mini Audio Cassette) اساتذہ اور طالب علم کے لیے بے حد مددگار ثابت ہوئے ہیں کیوں کہ یہ آواز کو ریکارڈ کرنے کا آسان طریقہ ہیں۔

اس اکائی میں آپ نے ویڈیو کیسٹ کے مختلف اقسام کے بارے میں بھی پڑھا جن کا استعمال ٹیلی ویژن چینلوں اور فلم وغیرہ کی ریکارڈنگ کے لیے ہوتا ہے۔ کمپیوٹر ڈسک، جس میں ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک اور لیزر کو مپیکٹ ڈسک Compact Disc بھی شامل ہیں، نے انسان کی دنیا ہی بدل دی ہے۔

### 3.4 فرہنگ

Hertz ہرٹز : فریکوئنسی کی اکائی  
Transition : مختلف Effects کے ذریعے ایک منظر سے دوسرے منظر کی تبدیلی کے لیے یہ استعمال ہوتا ہے۔

آواز اس کا تعلق ساؤنڈ ریکارڈنگ Sound Recording اور اس کے	:	آڈیو (Audio)
Reproduction سے ہے۔ خاص طور پر وہ Chain جو کہ Sound Information کو		
Carry کرتی ہے۔		
ایسا کیسٹ جس کا استعمال آواز کو ریکارڈ کرنے کے لیے ہوتا ہے۔	:	آڈیو کیسٹ Audio Cassette
انسان کو سننے کی Normal رینج صلاحیت جو کہ 20Hz سے لے کر 20 ہزار ہرٹز تک ہوتی ہے۔	:	آڈیو فریکوئنسی
		Audio Frequency
Video Home System ایک ویڈیو کیسٹ سسٹم جس میں 2 انچ کا ٹیپ استعمال ہوتا ہے۔	:	وی ایچ ایس V.H.S
جاپان کی ایک کمپنی جس کا نام Victor Coporation of japan ہے۔	:	جے وی سی JVC
ویڈیو کمپیکٹ ڈسک Video Compact Disc	:	وی سی ڈی V.C.D
ڈیجیٹل آڈیو ٹریک Digital Audio Track آواز کو ریکارڈ کرنے کی چھوٹی کیسٹ۔	:	ڈیٹ Dat
مائیکروسافٹ کا ایک پروگرام جس کی مدد سے گرافکس، تصاویر، سوپرس اور آواز وغیرہ کو استعمال کر کے	:	پاور پوائنٹ
بہترین پریزنٹیشن بنائے جاتے ہیں۔		Power Point
اس کا استعمال ویڈیو کیسٹ میں موجود Record Matrial کو صرف دیکھا اور سنا جاسکتا	:	وی سی پی V.C.P
ہے۔		
ایسا ٹیپ فارمیٹ جو کہ بیٹا میکس سسٹم میں استعمال کیا جاتا ہے۔ اس میں 2 انچ کا ٹیپ کا	:	بیٹا ٹیپ
استعمال ہوتا ہے۔		Beta Tape
ویڈیو کیسٹ کو پلے کرنے والی ایک مشین۔ اس میں ریکارڈنگ بھی ہوتی ہے۔	:	وی سی آر V.C.R
Digital video cassette۔ اس میں 3 انچ کا میٹل Evaporate ٹیپ استعمال	:	ڈی۔ وی۔ سی D.V.C
ہوتا ہے۔		
Total Counter Recarder کا مخفف ہے۔	:	ٹی سی آر T.C.R
اس ریکارڈنگ کی سب سے بہتر کوالٹی ملتی ہے۔	:	ڈی وی کیم موڈ
		D.V.Cam Mode
Digital Versatile\Video Disc کا مخفف ہے۔	:	ڈی وی ڈی D.V.D
مخفف ہے۔		Gi Bi Byte
اس میں 10 بائیس ہوتی ہیں۔	:	Gigabyte
		GB

Liquid Crystal Display	:	LCD
Magnetic، اپنی طرف کھینچنے کی قوت	:	مقناطیسی
ذره کی جمع	:	ذرات
ظاہر ہونا، سامنے آنا	:	نمودار
طلب کرنا، مانگنا، تقاضا کرنا	:	مطلوبہ

### 3.5 نمونہ امتحانی سوالات

#### معروضی جوابات کے حامل سوالات

- 1- ویڈیو کیسٹس کی کوئی تین قسمیں بیان کیجیے۔
- 2- آڈیو کیسٹ کی مدت عام طور پر کتنی ہوتی ہے؟
- 3- Betamax ویڈیو کیسٹ کو کس کمپنی نے ایجاد کیا؟ اس کا دوسرا نام کیا تھا؟
- 4- VHS کو کس کمپنی نے ایجاد کیا؟
- 5- سی ڈی (C.D) کو لکھنے اور پڑھنے کے لیے ہیڈ کے بجائے کس چیز کا استعمال کیا جاتا ہے؟
- 6- DVD میں ہم ڈسک کی دونوں جانب ڈاٹا محفوظ کر سکتے ہیں۔ صحیح یا غلط؟
- 7- کس ریاضی داں کو کمپیوٹر کا بانی (Father of Computer) کہا جاتا ہے؟
- 8- کمپیوٹر کی بنیادی زبان کون سی ہے؟
- 9- Charles Babbage نے اپنا اولین کمپیوٹر کس سن میں ایجاد کیا اور اس کا نام کیا رکھا۔
- 10- ایک عام بات چیت کے دوران آواز کا پیمانہ کتنے ڈیسیبل (Decibel) ہوتا ہے؟

#### مختصر جوابات کے حامل سوالات

- 1- آڈیو کیسٹ کا طریقہ کار تحریر کیجیے۔
- 2- ویڈیو ہوم سسٹم کے بارے میں اپنی معلومات کا اظہار کیجیے۔
- 3- ڈیجیٹل ویڈیو کیسٹ پر ایک مختصر نوٹ لکھیے۔

#### طویل جوابات کے حامل سوالات

- 1- Super VHS اور DVC, Beta, VHS کو بیان کرتے ہوئے ان میں بنیادی فرق واضح کیجیے۔
- 2- ڈیجیٹل ویڈیو ڈسک کے بارے میں ایک تفصیلی نوٹ تحریر کیجیے۔
- 3- پاور پوائنٹ Power Point سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ ایک تفصیلی نوٹ لکھیے۔

ایس۔ کرشنا سوامی	انڈین فلم
Oxford University Press	ہسٹری اینڈ تھیوری آف اینڈ میڈیا
آر۔ این۔ آچاریہ	ٹیلی ویژن ان انڈیا
انجی۔ آر۔ لوتھرا	انڈین براڈ کاسٹنگ
Hubbel	ٹی وی پروگرام اور پروڈکشن
Andrew boyd	براڈ کاسٹ جرنلزم



## اکائی 4۔ الیکٹرانک میڈیا: اطلاعات، تعلیم اور تفریح

### اکائی کی اجزا

تمہید	4.0
مقاصد	4.1
ریڈیو	4.2
ریڈیو کے مختلف اقسام	4.2.1
نیوز سروس ڈیویژن	4.2.2
بیرونی نشریاتی ڈیویژن	4.2.3
تقریریں	4.2.4
ڈراما	4.2.5
دستاویزی اور فچر پروگرام	4.2.6
موسیقی پروگرام	4.2.7
فون ان پروگرام	4.2.8
کمرشیل پروگرام	4.2.9
متفرقات	4.2.10
تعلیمی نشریات	4.2.11
کسانوں کے لیے پروگرام	4.2.12
الیکشن براڈکاسٹ	4.2.13
یوانی (نوجوانوں کے لیے)	4.2.14
ٹیلی ویژن	4.3
خبریں	4.3.1

حالات حاضرہ پر مباحثے 4.3.2

دستاویزی فلمیں 4.3.3

ماحولیاتی پروگرام 4.3.4

تعلیمی پروگرام 4.3.5

بچوں کے پروگرام 4.3.6

کارٹون پر مبنی پروگرام 4.3.7

بچوں کی دلچسپی کے سیریل 4.3.8

کھیل کود کے پروگرام 4.3.9

خواتین کے پروگرام 4.3.10

ٹیلی ڈراما 4.3.11

ٹیلی فلم 4.3.12

ٹی وی سیریلز 4.3.13

فلمی پروگرام 4.3.14

تہذیبی پروگرام 4.3.15

زبان و ادب کے پروگرام 4.3.16

موسیقی 4.3.17

رقص 4.3.18

مذہبی پروگرام 4.3.19

مقابلے یا انعام کے پروگرام 4.3.20

فیشن پر مبنی پروگرام 4.3.21

اسپورٹس 4.3.22

اشتہارات 4.3.23

اکتسابی نتائج 4.4

فرہنگ	4.5
نمونہ امتحانی سوالات	4.6
تجویز کردہ اکتسابی مواد	4.7

#### 4.0 تمہید

ریڈیو اور ٹیلی ویژن نے اپنے آغاز ہی سے تین اہم کارنامے انجام دیے ہیں۔ اطلاعات کی فراہمی، تعلیم اور عوام کو تفریح مہیا کرانا۔ ان مقاصد کے حصول میں اسے خاصی کامیابی ملی ہے۔ اگرچہ اس کی نوعیت الگ الگ ممالک میں وہاں کے سماجی، معاشی اور ثقافتی معیارات کے مطابق مختلف رہی ہے۔ لیکن عوامی شعور کو بیدار کرنے میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن نے اہم کردار ادا کیا ہے۔ موجودہ دور میں انٹرنیٹ کا بھی اس سمت میں اہم رول ہے اور اس کی وسعت اور اہمیت و افادیت بڑھتی ہی جا رہی ہے۔ ٹیکنالوجی کی ترقی نے انسانی معاشرے کو یکسر تبدیل کر دیا ہے۔ انسان کے غور فکر کا انداز بھی بدل گیا ہے۔

اس اکائی میں ذرائع ابلاغ یعنی ریڈیو، ٹیلی ویژن نے اطلاعات، تعلیم اور تفریح کے شعبے میں جو خدمات انجام دیے ہیں اس کا مختصر جائزہ لیا گیا ہے تاکہ آپ ان کی اہمیت و افادیت سے واقف ہو سکیں۔ اکائی کے آخر میں نمونے کے لیے امتحانی سوالات دیے گئے ہیں، فرہنگ کے ذریعہ مشکل الفاظ کی وضاحت کی گئی ہے اور کتابوں کی فہرست دی گئی ہے جس سے آپ مزید مطالعہ کر کے اپنی معلومات میں اضافہ کر سکیں۔ سب سے پہلے ریڈیو، پھر ٹیلی ویژن کے پروگراموں کا جائزہ لیا گیا ہے۔

#### 4.1 مقاصد

اس اکائی کے مطالعے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:

- ☆ ریڈیو اور اس کے مختلف پروگرام کے بارے میں جان سکیں۔
- ☆ خبروں کی اہمیت کو سمجھ سکیں۔
- ☆ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی اہمیت و افادیت پر روشنی ڈال سکیں۔
- ☆ دستاویزی اور فچر فلم کے درمیان فرق کر سکیں۔
- ☆ ٹیلی ویژن کے ثقافتی اور مذہبی پروگراموں کا جائزہ لے سکیں۔

#### 4.2 ریڈیو

برقی ذرائع ابلاغ میں ریڈیو ایک طاقت ور ذریعہ ہے۔ اس کی نشریات کسی سرحد کی پابندی نہیں۔ اسی لیے ریڈیو کے توسط سے وہ لوگ ایک دوسرے سے بہت قریب محسوس کرتے ہیں جو جغرافیائی اور ملکی سرحدوں کی وجہ سے ایک دوسرے سے بہت دور ہوتے

ہیں۔ ریڈیو آواز کا میڈیم ہے۔ ٹیلی ویژن کی طرح یہاں کردار اور مناظر سامنے نہیں ہوتے بلکہ آواز ہی سب کچھ ہوتی ہے۔ ایک اور اہم بات یہ ہے کہ تحریری مواد مثلاً اخبارات و رسائل اور کتابیں صرف تعلیم یافتہ افراد کے لیے ہیں جب کہ ریڈیو سے سماج کا ہر طبقہ مستفید ہوتا ہے۔ جس میں تعلیم یافتہ نیم خواندہ اور ناخواندہ سبھی شامل ہیں۔ اس کے علاوہ اس کی پہنچ شہر شہر اور گاؤں گاؤں تک ہے اور دوسرے ذرائع کے مقابلے میں سستا بھی ہے جسے غریب اور کم آمدنی والے لوگ بھی خرید سکتے ہیں۔ آپ چاہے گھر میں ہوں، کارخانے میں ہوں، فیکٹری میں ہوں یا سفر ہوں، ریڈیو ہر جگہ آپ کا ساتھی ہے۔

ریڈیو کے ذریعے سامعین کو نہ صرف اطلاعات اور معلومات فراہم کی جاتی ہیں بلکہ مختلف مسائل کے تعلق سے ان میں بیداری بھی لائی جاتی ہے۔ اس کے علاوہ تفریحی پروگرام بھی پیش کیے جاتے ہیں اور سامعین اپنی اپنی دلچسپی کے مطابق محفوظ ہوتے ہیں۔ یہاں ہم ریڈیو کے مختلف پروگراموں کا الگ الگ جائزہ لیتے ہیں۔

#### 4.2.1 ریڈیو کے مختلف پروگرام

ریڈیو کے اطلاعاتی پروگرام میں خبریں، حالات حاضرہ، مذاکرہ، انٹرویو، ریڈیو ٹاک، دستاویزی پروگرام، فیچر، میگزین، رپورٹ، نیوز ریل، ریڈ ڈراما، موسیقی، کھیل کوڈ وغیرہ شامل ہیں۔ ان تمام پروگراموں کا مقصد لوگوں کو حالات حاضرہ سے آگاہ کرنا اور مختلف شعبہ حیات کے بارے میں معلومات بہم پہنچانا ہے۔ ساتھ ہی لوگوں کو صحت مند تفریح مہیا کرنا ہے۔ جہاں تک خبروں کا تعلق ہے تو اطلاعات کے حصول کے لیے خبریں بڑی اہمیت کی حامل ہوتی ہیں۔ آل انڈیا ریڈیو سے روزانہ خبروں کے پلیٹین نشر کئے جاتے ہیں۔ ان میں اردو، ہندی اور انگریزی کے علاوہ دیگر علاقائی زبانوں کی خبریں شامل ہوتی ہیں۔

دوسری جنگ عظیم کے دوران جرمن پروپیگنڈے کے اثر کو ختم کرنے کے لیے بیرونی نشریات اور نیوز سروس شروع کی گئی۔ 1937ء میں سینٹرل نیوز آرگنائزیشن کا قیام عمل میں آیا۔ 1939ء میں بیرونی نشریاتی سروس سے پشتو زبان میں نشریات ہوئیں۔ جنگ کے زمانے میں لوگ زیادہ سے زیادہ خبریں سننا چاہتے تھے۔ لہذا پشتو، تمل، تملگو، گجراتی، مراٹھی زبانوں میں خبر نامے شروع کیے گئے۔

#### 4.2.2 نیوز سروس ڈویژن

نیوز سروس ڈویژن خبروں کے لیے قائم کیا گیا ہے۔ اس کا مرکز دلی ہے۔ ہندوستان کی سبھی نشریات علاقائی طور پر ہوتی ہیں ان میں قومی اور بین الاقوامی خبریں بھی شامل ہیں۔ یہ خبر ہندوستان کی سبھی زبانوں میں نشر کی جاتی ہیں۔ 1935ء میں دو مرتبہ خبر نامے نشر کیے جاتے تھے جن میں سے ایک انگریزی میں ہوتا تھا اور ایک علاقائی زبان میں۔ آزادی کے بعد 1947ء آل انڈیا ریڈیو 74 نیوز پلیٹین نشر کرتا تھا جن میں 43 ہوم سروس کی جانب سے اور 31 بیرونی نشریات (External Service Division) کی جانب سے پیش کیے جاتے تھے۔ 1954-55ء میں جب علاقائی خبروں کی یونٹ قائم کی گئی تو آل انڈیا ریڈیو اور نیوز ریل آغاز کیا۔ جو روزانہ دلی سے انگریزی اور ہندی میں نشر ہوتا ہے۔ نیوز سروس ڈویژن مختلف ریاستوں سے موصولہ نیوز لیٹر (News Letter) بھی نشر کرتا ہے۔



### 4.2.3 بیرونی نشریاتی ڈویژن

بیرونی نشریات کا مقصد بین الاقوامی سطح پر ہندوستانی نقطہ نظر کو پیش کرنا ہے اور اسے فروغ دینا ہے۔ چونکہ بیرونی ممالک میں ہندوستان کے عوام بڑی تعداد میں موجود ہیں۔ لہذا ان کی تہذیبی ضرورتوں کو بھی پورا کرنا اور انہیں ہندوستانی ترقیات سے آگاہ بھی کرنا ہے۔ بیرونی نشریات کے پروگرام کچھ اس طرح ہوتے ہیں کہ ان حالات حاضرہ پر تبصرے، اخباری اداروں کی تلخیص، نیوز ریل، انٹرویوز، مباحثے، تقاریر اور موسیقی وغیرہ کے پروگرام نیز قومی اور بین الاقوامی تہواروں پر مبنی پروگرام شامل ہوتے ہیں۔ پشتو، دری، روسی، سواحلی زبانوں میں بھی پروگرام پیش کئے جاتے ہیں۔ ایکسٹرنل سروس ڈیزائن دنیا کی 24 زبانوں (17 غیر ملکی اور 7 ہندوستانی) میں پروگرام پیش کرتا ہے اور روزانہ مجموعی طور پر 75 گھنٹے کی نشریات کرتا ہے۔ ایک خصوصی ہفتہ وار پروگرام تیار کر کے انگلینڈ، امریکہ، کناڈا کے ریڈیو اسٹیشنوں سے نشر کیا جاتا ہے۔ جو وہاں بڑی تعداد میں بسنے والے ہندوستانیوں کے لیے ہوتے ہیں۔

یہ تو ہوئی ہمارے آل انڈیا ریڈیو کی بات۔ لیکن جہاں تک خبروں اور حالات حاضرہ کے پروگراموں کا معاملہ ہے تو اس سلسلے میں دوسرے ریڈیو اسٹیشن بھی بہت مقبول ہیں۔ مثلاً بی بی سی لندن، وائس آف امریکہ، ریڈیو ڈاچی ویلی جرمنی، ریڈیو چین وغیرہ۔ ان اسٹیشنوں سے اردو، ہندی اور انگریزی کے علاوہ دنیا بھر کی مختلف زبانوں میں خبریں اور دیگر پروگرام نشر ہوتے ہیں۔ آگے ریڈیو کے دیگر پروگراموں کا ذکر کیا جا رہا ہے۔

### 4.2.4 تقریریں

مختلف ریڈیو اسٹیشن سے آپ ٹاک سنتے ہوں گے۔ ٹاک کو آپ اردو میں تقریر کہہ سکتے ہیں۔ جیسا کہ آپ کو معلوم ہے کہ ریڈیو اور دوسرے ذرائع ابلاغ کا کام عوامل کی معلومات میں اضافہ کرنا اور ان میں بیداری لانا ہے، لہذا مختلف موضوعات پر تقریریں اسی مقصد کے تحت نشر کی جاتی ہے ہیں۔ بیشتر ریڈیو اسٹیشنوں سے سلسلہ تقریر (Series of Talks) بھی پیش کیا جاتا ہے۔ اس کے پلے ایک عنوانات کے تحت یکے بعد دیگرے کئی تقریریں پیش کی جاتی ہیں اس طرح کے سلسلے کے تحت جو تقریریں پیش کی جاتی ہیں وہ ہفتہ وار بھی ہو سکتی ہے اور پندرہ روزہ بھی۔ اس کا تعین متعلقہ ریڈیو اسٹیشن کے طے کردہ اوقات اور گنجائش کے مطابق ہوتا ہے۔ ان تقاریر میں عام لوگوں کی دلچسپی چیزیں پیش کی جاتی ہیں جن کا مقصد بیداری لانا بھی ہوتا ہے مثال کے طور پر کوئی ریڈیو اسٹیشن ”بچے اور بچائے“ کے عنوان سے تقریر کا ایک سلسلہ شروع کر سکتا ہے۔ اس کے تحت کئی تقریریں پیش کی جائیں گی جن کے ذیلی عنوانات ہوں گے:

- 1- بچے اور بچائے ماحولیاتی آلودگی سے
- 2- بچے اور بچائے آبی آلودگی سے
- 3- بچے اور بچائے لڑائی جھگڑے سے
- 4- بچے اور بچائے رشوت خوری سے، وغیرہ

آپ نے اندازہ کیا کہ ذیلی عنوانات کے تحت جن تقریروں کی منصوبہ بندی کی گئی وہ سب کی سب عوامی مفاد سے متعلق تقریریں ہیں۔ اسی طرح سماجی برائیوں سے متعلق بھی تقریریں پیش کی جاتی ہیں۔ یہ تقریریں سنجیدہ نوعیت کی بھی ہو سکتی ہیں اور مزاحیہ انداز کی بھی۔

مزاحیہ تقریروں میں ہلکے پھلکے انداز سے سماجی برائیوں پر وار کیا جاتا ہے تاکہ لوگ محظوظ بھی ہوں اور اثر بھی قبول کریں مثلاً ایک مزاحیہ سلسلہ تقاریر کا عنوان ہو سکتا ہے۔

”بڑی مشکل سے سیکھا ہے.....“

اس کے ذیلی عنوانات ہو سکتے ہیں۔

- (i) غیبت کرنا
- (ii) جھگڑے کرانا
- (iii) دفتر سے غائب رہنا
- (iv) پاکٹ ماری کرنا، وغیرہ۔

اس طرح کے سلسلہ وار تقریروں کے علاوہ موقع کے اعتبار سے مخصوص تقریریں بھی پیش کی جاتی ہیں۔ مثلاً دیوالی یا دوسرے تہواروں کے موقع پر بھی تقریریں نشر کرنے کا اہتمام کیا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ عظیم شخصیتوں کے یوم پیدائش اور یوم وفات پر بھی ایسی تقریریں پیش کی جاتی ہیں جن میں ان شخصیتوں کے اوصاف اور ان کی خدمات پر روشنی ڈالی جاتی ہے۔ عام طور پر تقریریں دس منٹ کی ہوتی ہیں۔ لیکن یہ پانچ سے سات منٹ کی بھی ہو سکتی ہیں۔ ان تقریروں کے لیے وقت کی جو پابندی ہوتی ہے اس کا ایک مثبت پہلو یہ ہوتا ہے کہ طے کردہ وقت کے اندر ہی پیش کرنے والے (Talkers) کو اپنی بات کہنی ہوتی ہے۔ ایک اچھی اور پراثر تقریر کی سب سے بڑی خصوصیت یہ ہوتی ہے کہ اس میں غیر ضروری اقتباسات نہ ہوں۔ تقریر لکھنے والے کو اس بات کا خیال رکھنا پڑتا ہے کہ زبان آسان اور عام فہم ہوتا ہے جس حلقے کو مخاطب کرتا ہے وہ حلقہ اسے سمجھ سکے اور محظوظ بھی ہو سکے۔ ریڈیائی تقریریں عام دلچسپی کے موضوعات کے علاوہ ادبی اور علمی موضوعات پر بھی ہوتی ہیں۔ اگر آل انڈیا ریڈیو اور نشریات کے حوالے سے بات کی جائے تو یہ کے ممتاز ادیبوں کی خدمات حاصل کی گئی تھیں۔ ان کے علاوہ ممتاز دانش اور پروفیسر مجیب ڈاکٹر سید عابد حسین، مرزا محمود بیگ وغیرہ بھی اکثر مدعو کیے جاتے تھے۔

#### 4.2.5 ڈراما (Drama)

ریڈیو ایک ایسا میڈیم ہے جس میں مخصوص تکنیک استعمال کر کے خیالات، الفاظ اور ایکشن کو ایک ایسے سانچے میں ڈھالا جاتا ہے کہ سننے والے کے ذہن میں ایک واضح تصویر ابھرتی ہے۔ اس مخصوص ریڈیائی تکنیک کا بہترین مظاہرہ ڈراموں میں ہوتا ہے۔ ڈرامے کی کہانی ایک ایسا ڈھانچہ پیش کرتی ہے جس میں واقعات کے تعلق سے ساری باتیں سامع کی سمجھ میں آجاتی ہیں۔ آئینے میں جب ہم اپنی شکل دیکھتے ہیں تو وہ ہو بہو ویسی ہی نظر آتی ہیں، ہمارا ہر جنبش اور ہر ایکشن بھی آئینے میں منعکس ہوتا ہے۔ ریڈیو ڈرامے کی خصوصیت یہ ہوتی ہے کہ آوازوں کے ذریعے پوری کہانی ہمارے سامنے لاتا ہے۔ کرداروں کے ایکشن اور انداز گفتگو سے سامع اپنے ذہن میں تخیل کی مدد سے ان تمام کرداروں کو اپنے سامنے کھڑا پاتا ہے۔ یہ ڈرامے زندگی کے واقعات، دکھ سکھ، تضادات اور دوسرے حقائق کو اس طرح پیش کرتے ہیں کہ سامع خود بخود کہانی میں دلچسپی لینے لگتا ہے اور اس کے اختتامی منظر کا انتظار کرتا ہے۔

بصری (Visual) آرٹ میں مناظر براہ راست پیش کیے جاتے ہیں، یعنی ہر چیز ہماری نظروں کے سامنے ہوتی ہے لیکن

ریڈیو کا معاملہ یہ ہوتا ہے کہ سامع نشر ہونے والے مواد پر اپنے تخیل کے سہارے تصویریں بناتا ہے، اس لیے ڈرامے میں کچھ حد بندیاں بھی ہوتی ہیں۔ یہ حد بندیاں ساز، حقائق، مقامات اور موڈ وغیرہ کے حوالے سے ہوتے ہیں۔ اگر واقعات، مقامات اور کرداروں کی بھر مار ہوگی تو سامع کی دلچسپی کم ہو جائے گی اور اس کے لیے کہانی کا سمجھنا مشکل ہو جائے گا۔ لہذا ڈرامے کی کہانی لکھنے والے کو اپنے سامعین کے تئیں حساس ہونا چاہیے۔

دراصل سامع ڈرامے سے اس طرح جڑ جاتا ہے کہ ڈرامے میں پیش کیے گئے واقعات کی وہ اپنے ذاتی تجربے کی بنیاد پر کوئی تصویر وضع کرتا ہے۔ ڈراما نگار کو کہانی کا تانا بانا اس طور پر تیار کرنا چاہیے کہ سامع کی گرفت میں آسانی سے آجائے۔ ڈرامہ لکھنے والے ریڈیو کی ضروریات اور سامعین سے اس کے رشتے کا پورا ادراک ہونا چاہیے۔ ایسا بھی ہوتا ہے کہ کہیں کہیں ڈرامہ نگار کا خود پر ڈیوسر ہوتا ہے۔ ظاہر ہے اس صورت میں اس کی ذمہ داریاں دہری ہوتی ہیں۔ ایک طرف ریڈیو کے سامعین کے لیے ڈراما لکھنے کا پورا تجربہ ہونا چاہیے تو دوسری طرف ڈراما پروڈکشن سے متعلق خصوصی تکنیک کا بھی علم ہونا چاہیے۔ لیکن جہاں پروڈیوسر ڈراما نگار دو مختلف شخصیتیں ہوں تو ان دونوں کے درمیان بھرپور تال میل اور مفاہمت ہونی چاہیے۔ دونوں کو مل کر مکالمے، موسیقی، صوتی اور خاموشی کے توسط سے ایک ایسا ماحول بنانا پڑتا ہے کہ خود بہ خود اپنے تخیل کے سہارے تصویریں بنا سکے۔

برطانیہ کے ریڈیائی تحریروں کے ایک بہت بڑے ماہر بارٹ گیولگین نے کہا ہے کہ ڈرامہ کی کہانی لکھنے والے کے سامنے سامع کے نقطہ نظر سے تین سوال ہونے چاہئیں:

1- ہیرویا ہیروئن کون ہے؟

2- وہ کیا چاہتا/چاہتی ہے؟

3- مجھے اس سے کیا غرض؟

تیسرا یعنی آخری سوال بہت اہم ہے اور ڈراما نگار کی ذہانت کا اصل امتحان یہی ہے کہ ایسی صورت حال (Situation) اور ایسا کردار تخلیق کرے کہ سامع کو اس سے اس کے کار سے دلچسپی پیدا ہو جائے۔ اگر وہ ایسا کرنے میں ناکام رہتا ہے تو پھر اس کا لکھا ہوا ڈراما ایک بے معنی سی چیز بن کر رہ جاتا ہے۔ ریڈیو ڈراما پیش کرتے وقت اس بات کو بھی ذہن میں رکھا جاتا ہے کہ کرداروں کے نام میں کوئی کنفیوژن نہ ہو۔ لہذا ابتدائی منظر میں مکالموں کے توسط سے ناموں کی نشاندہی کر دی جاتی ہے۔ مثلاً:

جمیل ..... ”ارے و بے تم یہاں اکیلے کیا کر رہے ہو؟ کیا کسی کا انتظار ہے؟“

و بے ..... ”ہائے جمیل! یاد راصل میں آٹورکشہ کے انتظار میں ہوں۔ کالج ذرا جلدی پہنچنا ہے۔“

ان مکالموں کے ذریعے کرداروں کے ناموں کی نشاندہی ہوگئی۔ اب سامع ان کی آوازوں سے انھیں پہچان لیں گے اور اپنے ذہن میں ان کی کوئی تصویر بھی بنا لیں گے۔

غم اور خوشی کے ماحول کو مناسب موسیقی کے ذریعے ابھارا جاتا ہے۔ مثلاً اگر ماحول خوشی کا ہوگا تو وہاں شوخ موسیقی ہوگی۔ اسی طرح غم کا ماحول ظاہر کرنے کے لیے ایسی موسیقی استعمال کی جائے گی جس میں غم کا عنصر ہو۔ منظر بدلتے وقت چند سکند کی ہلکی سی موسیقی

استعمال کی جاتی ہے جسے Change over music کہا جاتا ہے۔

#### 4.2.6 ڈاکیومنٹری اور فچر پروگرام

ڈاکیومنٹری اور فچر پروگراموں میں اکثر کنفیوژن پیدا ہو جاتا ہے اور کچھ لوگ سمجھتے ہیں کہ دونوں میں کوئی خاص یا واضح فرق نہیں ہے لیکن ایسا نہیں ہے۔ ڈاکیومنٹری کو ہم اردو میں دستاویزی فچر کہہ سکتے ہیں۔ ڈاکیومنٹری یعنی دستاویزی فچر پورے طور پر حقائق پر مبنی ہوتا ہے جس میں دستاویز کے طور پر مناسب مواد شامل کیے جاتے ہیں۔ یہ مواد تحریری طور پر ریکارڈ میں موجود ہوتے ہیں۔ پھر ایسے ذرائع کا سہارا لیا جاتا ہے جو مستند اور معتبر ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ کچھ انٹرویو بھی شامل کیے جاتے ہیں۔ ڈاکیومنٹری فچر کا خاص مقصد سامعین کو کسی خاص موضوع یا مسئلے کے بارے میں معلومات فراہم کرنا ہوتا ہے۔ اس طرح کے پروگرام میں عصری مسائل یعنی اپنے زمانے کے اہم مسائل کو موضوع بنایا جاتا ہے۔ مثلاً ماحولیات کے مسائل، شہری ترقیات، طبی تحقیق یا روزگار کے مسائل۔ ڈاکیومنٹری پیش کرنے مقصد یہ ہوتا ہے کہ سامعین پیش کردہ ڈاکیومنٹری کے توسط سے اس موضوع کے بارے میں یا کسی خاص پہلو کے بارے میں تفصیلی معلومات حاصل کر سکیں۔ مثال کے طور ماحولیات اور فضائی آلودگی کے بارے میں اگر کوئی دستاویزی فچر پیش کی جا رہا ہے تو پہلے تو ماحولیاتی آلودگی کے نقصانات اور انسانی صحت پر مرتب ہونے والے اس کے مضر اثرات کے بارے میں معلومات مہیا کرائی جائیں گی۔ اس کے بعد مستند حوالوں سے یہ بتایا جائے گا کہ کس طرح اور کن حالات میں ماحولیات کا توازن بگڑتا ہے۔ متعلقہ محکمے سے وابستہ اہم شخصیتوں کا انٹرویو لیا جاتا ہے اور ان سے یہ جاننے کی کوشش کی جاتی ہے کہ اس سمت میں کیا کچھ ہو رہا ہے اور یہ متعلقہ محکمہ مستقبل کے لیے کس طرح کی منصوبہ بندی کر رہا ہے۔ ساتھ ہی کچھ عام آدمیوں کے انٹرویو بھی شامل کیے جاسکتے ہیں۔ اس طرح دستاویزی واقعی دستاویز بن جاتا ہے جو پورے طور حقائق پر مبنی ہوتا ہے۔ البتہ عام فچر پیش کرنے والے کو سب کچھ توازن اور جانبداری کے ساتھ پیش کرنا چاہیے تاکہ سامعین کے سامنے کسی مسئلہ کی اہمیت کو پوری طرح اجاگر کیا جاسکے۔

فرض کیجیے کہ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی کے بارے میں ایک دستاویزی فچر پیش کرنے منصوبہ بنایا گیا۔ اس صورت میں یونیورسٹی کے قیام کا اصل مقصد بتانا ہوگا۔ اور یہ بتانا ہوگا کہ 1998ء میں پارلیمنٹ ایک ایکٹ کے ذریعے ایک قومی یونیورسٹی کے طور پر اس کی تشکیل عمل میں آئی۔ یونیورسٹی کی موجودہ کارکردگی کے بارے میں تفصیلات فراہم کی جائے گی اور مختلف کورسز اور اور ان کی کارکردگی کے بارے میں تفصیل پیش کی جائے گی۔ تفصیلات فراہم کرانے کے لیے وائس چانسلر اور مختلف شعبوں کے ہونے والے انٹرویو شامل کیے جائیں گے اور ساتھ ہی ساتھ کچھ طلباء اور طالبات سے بھی بات چیت کی جائے گی۔ ان میں ان طلباء و طالبات کو بھی شامل کیا جاسکتا ہے جو اس ادارے سے فارغ فیض یا بھوکے ہیں۔ اس طرح یہ فچر پورے طور پر ڈاکیومنٹری یا دستاویزی فچر بن جائے گا۔ عام فچر پروگرام بھی ڈاکیومنٹری کی طرح حقائق پر مبنی ہوتے ہیں لیکن واضح فرق یہ ہے کہ اس میں کوئی ثبوت پیش کرنا ضروری نہیں ہوتا۔ فچر پیش کرنے والا اپنا تخیل اور ذہانت کے سہارے اسے دلچسپ بنا دیتا ہے۔ وہ حقائق کو تو نہیں پیش کرتا جس طور پر دستاویزی فچر میں پیش کئے جاتے ہیں لیکن وہ ان حقائق کو اس طور پر اجاگر کرتا ہے کہ عام سامع کو رفتہ رفتہ دلچسپی پیدا ہو جاتی ہے۔ فچر کو دلچسپ بنانے کے لیے خوبصورت الفاظ، لوک گیتوں، شاعروں اور ڈرامائی عناصر کا بھی سہارا لیا جاتا ہے۔

مثال کے طور پر کولمبس کے سفر اور نئی دنیا کی تلاش کے بارے میں اگر کوئی شخص فچر پیش کیا جا رہا ہے تو اس میں ظاہر ہے کہ کولمبس کی آواز شامل نہیں کی جاسکتی اور نہ ہی اس زمانے کی دوسری شخصیتوں کو تلاش کیا جاسکتا ہے۔ اس صورت میں کولمبس کی ڈائری اور اس زمانے کے جو ریکارڈ موجود ہیں انہیں کے اقتباسات پیش کئے جائیں گے۔ عام فچر سر میں موضوعات کو تخیل کے سہارے دلچسپ بنایا جاتا ہے۔ دستاویزی ثبوت کی ضرورت نہیں پیش آتی۔ ریڈیو نشریات کے ایک بہت بڑے ماہر لانس کیلیم کا خیال ہے کہ اچھا فچر وہ ہوتا ہے جس میں کسی موضوع کی صداقت کو ڈرامائی طاقت کے سہارے پیش کیا جائے۔ دراصل عام فچر حقائق اور تخیل کی آمیزش سے ہی بنتا ہے۔ اگر تخیل کا سہارا نہ لیا جائے تو دستاویزی مواد کی دستیابی کے باوجود فچر میں جان نہیں ڈالی جاسکتی۔ امید ہے کہ ڈاکیومنٹری (دستاویزی فچر) اور عام فچر پروگرام کا فرق آپ نے محسوس کر لیا ہوگا۔

#### 4.2.7 موسیقی پروگرام

موسیقی اور ریڈیو کا رشتہ کافی مضبوط ہے اور یہ رشتہ کچھ اتنا توانا ہے کہ پوری دنیا کے ریڈیو اسٹیشنوں سے موسیقی کے پروگرام نشر ہوتے ہیں۔ چونکہ ڈسک اور ریکارڈ (صدابند) موسیقی کے ٹیپ آسانی سے دستیاب ہیں اسی لیے براڈ کاسٹروں کے لیے ایک آسانی پیدا ہو گئی ہے کہ ہر طرح کی موسیقی کے ٹیپ یا ڈسک اس کے پاس موجود ہوتے ہیں۔ پروگرام کو دن رات کئی کئی گھنٹے چلایا جاتا ہے۔ ان میں تسلسل پیدا کرنے کی غرض سے موسیقی کا سہارا لیا جاتا ہے۔ اس بات سے آپ واقف ہوں گے کہ ریڈیو نے موسیقی کو فروغ دینے میں نمایاں رول ادا کیا ہے پھر موسیقی کی مختلف اقسام کا تحفظ بھی ریڈیو نے بہت اچھے ڈھنگ سے کیا ہے۔ یہ اسی لیے ممکن ہے کہ صدر بن مواد (Recoard Material) کو سنبھال کر رکھنے اور ایک مواد کو دوسرے ٹیپ میں منتقل کرنے کی آسانیاں پیدا ہو گئی ہیں اور یہ آسانی یا کافی پہلے ہی پیدا ہو گئی تھیں۔ بہر حال مختلف پروگراموں کے درمیان موسیقی پیش کرنے سے جہاں ایک طرف تبدیلی اور تازگی کا احساس ہوتا ہے تو دوسری طرف نشریات کا تسلسل برقرار رہتا ہے۔ موسیقی کے ٹیپ یا ڈسک ریڈیو اسٹیشنوں کے لیے نسبتاً کم قیمت پر اور آسانی سے دستیاب ہوتے ہیں۔ ہر وقت موسیقی کے پروگرام براہ راست لائیو Live نشر ہی نہیں ہوتے۔ پہلے جب ریکارڈنگ کی تکنیک زیادہ فروغ یافتہ نہیں تھی تو عموماً موسیقی کے پروگرام بھی براہ راست نشر کیے جاتے تھے۔ لیکن ریکارڈنگ کی بہترین تکنیک ایجاد ہونے کے بعد بڑی آسانیاں پیدا ہو گئی ہیں۔ جو ریکارڈڈ موسیقی سامعین کو سنوائی جاتی ہے اس میں کاپی رائٹ سے متعلق قانون کی سختی سے پابندی کی جاتی ہے تاکہ معنی، نغمہ نگار، سازندوں اور دوسرے متعلقہ افراد کا حق محفوظ رہے۔ لہذا ریڈیو اسٹیشن جب کسی کی موسیقی کو نشر کرتے ہیں تو مناسب اور طے شدہ رائٹس پابندی سے ادا کرتے ہیں۔ پرنٹریوسر کو اس بات کا پورا خیال رکھنا پڑتا ہے کہ اس معاملے میں کوئی بے ضابطگی نہ ہونے پائے۔

ریکارڈڈ موسیقی نشر کرنے کے ساتھ ساتھ اچھے براڈ کاسٹنگ محکمے کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ کبھی کبھی براہ راست Live بھی موسیقی نشر کرتے رہیں۔ نئے فنکاروں کو تلاش کرنا اور موقع دینا بھی ان کے فرائض میں شامل ہیں۔ اس میں کوئی شبہ نہیں ہے کہ بہت سے فنکاروں کی حوصلہ افزائی کرنے اور ان کے فن کو مقبول بنانے میں ریڈیو نے نمایاں رول ادا کیا ہے۔ یہ روایت باقی رہنی چاہئے۔ موسیقی میں دلچسپی لینے والوں کے مذاق جدا جدا ہو سکتے ہیں۔ کسی کو لوک گیت زیادہ پسند آتے ہیں تو کوئی جدید موسیقی کا شیدائی ہوتا ہے۔ بعض اسٹیشنوں پر

مختلف اوقات بھی مخصوص کیے جاتے ہیں تاکہ مقررہ وقت پر موسیقی کے شائقین اپنی پسند کی چیزیں سن سکیں۔

موسیقی کے فرمائشی پروگرام بھی ہوتے ہیں اور سامعین کے خطوط میں جن چیزوں کی فرمائش کی جاتی ہے۔ انہیں براڈ کاسٹر بڑی دلچسپی سے پڑھتے ہیں اور اسی کے مطابق موسیقی کا انتخاب کرتے ہیں۔ سامعین کے خطوط سے یہ اندازہ بھی ہوتا ہے کس چیز کو زیادہ پسند کیا جاتا ہے۔ ظاہر ہے جس چیز کی فرمائش زیادہ لوگ کرتے ہیں اس کے بارے میں یہی تصور کیا جاتا ہے کہ وہ سامعین کے بہت بڑے حلقے میں مقبول ہے۔ ریڈیو اسٹیشنوں کی طرف سے وقتاً فوقتاً مدعو سامعین Invited Audience کے سامنے پروگرام پیش کیے جاتے ہیں۔ انہیں کنسرٹ Concert کہا جاتا ہے۔ اس کے ذریعے عوام کے ایک بہت بڑے حلقے سے براہ راست رابطہ بھی قائم ہوتا ہے۔

نامناسب نہ ہوگا اگر موسیقی کے حوالے سے ہندوستانی موسیقی اور آل انڈیا ریڈیو کے روابط کی بات کی جائے۔ ہندوستان میں موسیقی کی روایت بہت قدیم ہے اور یہاں کلاسیکی موسیقی کے دو اسکول ہیں۔ ان میں ایک تو ”ہندوستانی“ یعنی شمالی ہند کی موسیقی کا اسکول ہے اور دوسرا کرناٹک یا جنوبی ہند کا اسکول ہے۔ آزادی سے قبل رجواڑے فنکاروں کی حوصلہ افزائی کیا کرتے تھے جس کے نتیجے میں کلاسیکی موسیقی کو زبردست فروغ حاصل ہوا لیکن آزادی کے بعد ریاستوں کا خاتمہ ہو گیا اس لیے صورت حال بدل گئی۔ اس خلا کو آل انڈیا ریڈیو نے پورا کیا۔ کلاسیکی موسیقی کو مقبول بنانے میں موسیقی کے ہفتہ وار قومی پروگرام اور سالانہ سنگیت سمیلن نے بہت نمایاں رول ادا کیا ہے۔

آل انڈیا ریڈیو سے جن فنکاروں کی موسیقی سنوائی جاتی ہے ان کی آوازوں کا آڈیشن کیا جاتا ہے اور یہ کام غیر سرکاری کمیٹی انجام دیتی ہیں۔ ابتدائی طور پر علاقائی اسٹیشنوں پر ان کے فنکاروں کی آوازوں کی جانچ ہوتی ہے جن کا تعلق ان علاقوں سے ہوتا ہے۔ جو لوگ اس مرحلہ میں کامیاب ہو جاتے ہیں ان کی آواز میں ان کی گائی ہوئی چیز ریکارڈ کر لی جاتی ہے۔ جس کی جانچ بعد ازاں مرکزی کمیٹی کرتی ہے۔ اسے ”میوزک آڈیشن بورڈ“ کہا جاتا ہے۔ یہ بورڈ چارزمروں کے فنکاروں کا انتخاب کرتا ہے۔ ٹاپ Top ’گریڈ اے‘ گریڈ بی ’ہائی‘ اور گریڈ بی۔ مرکزی کمیٹی کے قیام کا جواز یہ ہے کہ کلاسیکی موسیقی کے فنکاروں کو قومی معیار پر پورا اترنا چاہیے کیونکہ یہ ایک ایسا فن ہے جو پورے ملک میں مقبول ہے اور اس کی اہمیت مسلم ہے۔

#### 4.2.8 فون ان پروگرام (Phone-in - Programme)

یہ نسبتاً ایک نیا سلسلہ ہے۔ اسٹوڈیو سے فون کے ذریعے سامعین رابطہ قائم کرتے ہیں۔ پروڈیوسر بھی براہ راست سامع سے مخاطب ہوتا ہے۔ بعض حلقے ”فون ان پروگرام“ پروگرام شدید تنقید کرتے ہیں اور اسے تضحیح اوقات کا ذریعہ اور خانہ پُری کی کاروائی بتاتے ہیں۔ بلاشبہ کبھی کبھی ایسا محسوس ہوتا ہے لیکن اس کی اہمیت و افادیت سے انکار نہیں کیا جاسکتا۔ پروگرام کا معیار اور اس کی منصوبہ بندی ہی اس بات کو ثابت کر سکتی ہے کہ آیا یہ پروگرام افادیت کا حامل ہے یا نہیں۔ بی بی سی میں فون ان پروگرام کافی مقبول ہوا ہے۔ اس کے ذریعے براہ راست دنیا کی ممتاز شخصیتوں سے رابطہ قائم کر کے مختلف موضوعات پر ان کی رائے حاصل کی جاتی ہے اور سامع براہ راست ان کی آواز اپنے ریڈیو سیٹ پر سنتا ہے۔ اس میں سامعین کافی دلچسپی لیتے ہیں۔ مختلف اسٹیشنوں پر مختلف قسم کے فون ان پروگرام ہوتے ہیں۔ ان میں سامع براہ راست شمولیت ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر بعض اسٹیشنوں پر انسانی صحت پر عمومی گفتگو کے لیے یا کسی خاص

سامعین گھر بیٹھے اپنے فون کے ذریعے اسٹوڈیو میں بیٹھے ہوئے ڈاکٹر سے رابطہ قائم کرتے ہیں اور اس سے اس بیماری کے بارے میں ضروری معلومات فراہم کرنے کے لیے کسی معروف ڈاکٹر یا اس مرض کے کسی ماہر کو اسٹوڈیو میں مدعو کیا جاتا ہے۔ ضروری معلومات حاصل کرتے ہیں۔ لیکن اس طرح کی گفتگو کا دائرہ کافی وسیع ہوتا ہے۔ صحت سے متعلق پروگرام کے علاوہ حالات حاضرہ کے کسی موضوع یا کسی بھی قومی یا بین الاقوامی مسئلہ پر فون ان پروگرام کے توسط سے بات چیت ہو سکتی ہے۔ اس بات کا انحصار فون ان پروگرام کے پروڈیوسر پر ہے کہ اس کی منصوبہ بندی کس طور پر ہوتی ہے۔ اسی کو یہ طے کرنا ہوتا ہے کہ پروگرام کا خاص مقصد کیا ہے اور اسے کس طور پر حاصل کیا جاسکتا ہے۔ فون لائن کو محض سامعین کے لیے کھول دینا ہی کافی نہیں ہے۔

فون ان پروگرام کو مجموعی طور پر چار زمروں جملے میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

- 1- اوپن لائن..... اس کے ذریعے اسٹوڈیو میں پروگرام پیش کرنے والی شخصیت سے براہ راست گفتگو کی جاسکتی ہے۔
- 2- کسی خاص موضوع کے لیے اس موضوع کے کسی ماہر کو مدعو کیا جاسکتا ہے جس سے مشورے لیے جائیں۔
- 3- صارفین کے معاملات پر بحث کی جاسکتی ہے اور ان کے مسائل سے نمٹنے کے بہتر طریقوں پر گفتگو کی جاسکتی ہے۔
- 4- ذاتی نوعیت کے مسائل پر گفتگو ہو سکتی ہے۔

فون ان پروگرام میں میزبان کا رول بہت اہم ہوتا ہے۔ چونکہ اس طرح کا پروگرام ”جمہوری“ نوعیت کا ہوتا ہے لہذا اس میں حصہ لینے والے سامع کو اس کا موقع ملنا چاہئے کہ وہ اپنی بات کہہ سکے۔ دراصل اس پروگرام کی حیثیت اس کا لم جیسی ہوتی ہے جو اخباروں میں ”ایڈیٹر کی ڈاک“ یا ”قارئین کے خطوط“ کے نام سے شائع ہوتے ہیں اور جن میں قارئین کسی بھی موضوع پر اپنے خیالات پیش کرتے ہیں۔ میزبان کو کسی بھی معاملے میں جانبدار نہیں ہونا چاہیے۔ البتہ ریڈیو اسٹیشن مثبت نوعیت کی کوئی ادارتی پالیسی وضع کر سکتے ہیں۔ اس صورت میں میزبان پر پریزنٹر (Presenter) کو ذہنی طور پر چاق و چوبند اور وضع کردہ ضابطوں اور ان کی حد بندیوں سے اچھی طرح واقف ہونا چاہیے۔ اگر کوئی سامع اوٹ پٹانگ باتیں کرنا چاہتا ہے یا ایسی بات کہنا چاہتا ہے جو وضع کردہ پالیسی سے میل نہیں کھاتی تو میزبان اسے ایسا کرنے سے باز رکھنے کا مجاز ہوتا ہے۔

اس پروگرام کی کامیابی یا ناکامی کا دار و مدار میزبان یا پریزنٹر کی ذاتی صلاحیت پر ہوتا ہے۔ اگر وہ حاضر دماغ نہیں ہے اور معلومات عامہ اور حالات حاضرہ پر اس کی گہری نظر نہیں ہے تو وہ فون ان پروگرام میں جان نہیں ڈال سکتا۔ فون ان پروگرام کے لیے ضروری ہے کہ اسٹوڈیو میں ایک خصوصی فون موجود ہو اور اس نمبر کے فون کو نارمل فون کی طرح استعمال نہ کیا جائے۔ اگر ریڈیو اسٹیشن کے عام فون کے ذریعہ بات کی جائے گی تو قدم قدم پر رکاوٹ پیدا ہوگی۔

اس پروگرام کے تعلق سے ایک بات کھٹکتی ہے۔ یعنی اس میں وہی لوگ حصہ لے سکتے ہیں جن کے گھر میں ٹیلی فون ہے۔ عام طور سے ٹیلی فون کی سہولیات شہروں میں زیادہ دستیاب ہے جبکہ دیہی علاقوں کی صورت حال مختلف ہے۔ پھر شہروں میں بھی سب کے پاس فون نہیں ہوتا۔ ایسی کوئی صورت نکالی جانی چاہیے جس کے تحت سامعین کے بڑے حلقے کو اس سے جوڑا جاسکے۔

## 4.2.9 کمرشیل پروگرام

جیسا کہ نام سے ظاہر ہے کہ کمرشیل پروگرام کا مقصد تجارتی اداروں کے اشتہارات نشر کرنا ہے۔ مختلف نشریاتی ادارے مختلف انداز سے کمرشیل پروگرام کی منصوبہ بندی کرتے ہیں لیکن ان سب کا بنیادی مقصد اشتہارات کے ذریعہ تجارت کو فروغ دیا ہے۔ چون کہ ریڈیو ابلاغ عامہ کا ایک موثر وسیلہ ہے اس لیے تجارتی ادارے اس کا سہارا ضرور لیتے ہیں۔ کمرشیل براڈ کاسٹنگ میں اس بات کو خاص طور پر پیش نظر رکھا جاتا ہے کہ تفریحی پروگراموں کے ساتھ ساتھ اشتہارات دیے جائیں تاکہ سامع کی دلچسپی برقرار رہے۔ مثلاً فلمی گانوں کی جھلکیوں، مزاحیہ پروگرام اور مختصر ڈراموں کو بھی نشر کیا جاتا ہے اور بیچ بیچ میں اشتہارات کے مواد نشر کیے جاتے ہیں تاکہ سامعین کی دلچسپی برقرار رہے۔

ریڈیو کے ذریعے اشتہار دینے کے لیے تجارتی کمپنیاں چند سکند منٹ کے لیے ایسے مختصر مواد تیار کراتی ہیں۔ تجارتی کمپنیوں کا اصل مقصد سامان بیچنا ہوتا ہے۔ لہذا ان کی کوشش یہ ہوتی ہے کہ اشتہار کا مواد کچھ ایسا ہو کہ ان کے شوروم کے سامان باہر آئیں اور گاہک ان میں دلچسپی لیں۔ کمرشیل پروگرام کے لیے اشتہاری ایجنسیاں خصوصی پروڈکشن کے اداروں کی خدمات حاصل کرتی ہیں اور ان کے تعاون سے تجارتی پروگرام تیار کرتی ہیں۔ وہ اپنی ڈی سی یا ٹیپ ریڈیو اسٹیشن کو مہیا کراتی ہیں۔ لیکن مقامی نوعیت کے اشتہاروں کے لیے متعلقہ اسٹیشن کا پروڈیوسر بھی اپنے طور پر منصوبہ بندی کر سکتا ہے۔ البتہ اسے ان تمام ضابطوں کو اچھی طرح واقفیت ہونی چاہیے جو کمرشیل براڈ کاسٹ کے لیے نشریاتی ادارے طے کرتے ہیں۔ یہ وہ ضوابط ہوتے ہیں جنہیں بڑی سختی سے نافذ کیا جاتا ہے۔ تجارتی اداروں کو چند سکند کے اشتہار کے عوض اچھی خاصی رقم چکانی پڑتی ہے کیونکہ ریڈیو بہت ہی طاقتور میڈیم ہے اور اس کے توسط سے عوام کے بہت بڑے حلقے کو اشتہار میں دیے گئے تجارتی سامانوں کا علم ہوتا ہے۔

پروڈیوسر یا اشتہاری ایجنسیوں کو اس بات کا خیال رکھنا پڑتا ہے کہ سامعین کے کس حلقے تک اشتہار پہنچایا ہے۔ پھر یہ دیکھنا پڑتا ہے کہ مخصوص تجارتی سامان کی کس خصوصیت کو اجاگر کرنے کی ضرورت ہے جس کے ذریعے سامعین کے بڑے حلقے کو متاثر کیا جاسکے۔ اشتہار کو دلچسپ بنانے کے لیے مناسب الفاظ اور اسٹائل کا انتخاب کرنا پڑتا ہے۔ پھر اشتہار کے ساتھ اگر ضرورت پڑی تو کچھ صوتی منظر بھی شامل کیے جاتے ہیں۔

فرض کیجیے کہ کسی اشتہار کے لیے 30 سکند کا وقت مخصوص کیا گیا۔ ظاہر ہے 30 سکند کی مختصر سی مدت میں کسی بھی تجارتی سامان کے بارے میں ساری تفصیلات نہیں فراہم کی جاسکتیں۔ لہذا ایک یا زیادہ سے زیادہ دو خصوصیات کا ذکر کیا جاتا ہے اور ان کا ذکر کچھ اس انداز سے کیا جاتا ہے کہ سننے میں پرکشش لگیں۔ جن خصوصیات پر زیادہ زور دیا جاتا ہے ان میں یہ بتایا جاتا ہے کہ سامان کی افادیت کیا ہے، وہ کتنا پائیدار ہے اور اس کی قیمت کتنی کم ہے۔ ہم ریڈیو کی کمرشیل سروس کے پروگراموں میں دلچسپ اور نئے نئے انداز کے اشتہار سنتے ہیں۔ بعض تو اتنے دلچسپ ہوتے ہیں کہ لوگوں کی زبان پر چڑھ جاتے ہیں اور لوگ ان کی نقل کرنے لگتے ہیں۔ تجارتی سامان کی فرض کیجیے کسی کمپنی نے ایک ایسا پروڈیوسر تیار کیا ہے جسے ہاتھ روم میں چھڑک کر اگر صفائی کی جائے تو ہاتھ روم چمکنے لگتا ہے اور بیماری پھیلانے والے کیڑے ختم ہو جاتے ہیں۔ اس پکڑ کر اس کی صفائی کی جائے تو ہاتھ روم چمکنے لگتا ہے بیماری پھیلانے والے کیڑے ختم ہو جاتے ہیں اس کا



مختصر اشتہاریوں ہو سکتا ہے ”باتھ روم کی صفائی آپ کی صحت کی ضامن ہے اس لیے پاؤڈر..... استعمال کیجیے۔“ دوسرا اشتہاریوں ہو سکتا ہے۔ ”کیا آپ کو صحت عزیز ہے؟ کیا آپ نے..... پاؤڈر ابھی تک نہیں خریدا؟“ ایک اور انداز یہ ہو سکتا ہے۔ ”ارے اتنی کم قیمت میں پورے گھر کی صحت..... واہ..... پاؤڈر وغیرہ وغیرہ۔“

#### 4.2.10 متفرقات

ابھی تک ریڈیو سے نشر ہونے والے کچھ خاص خاص پروگراموں کا ذکر کیا گیا ہے جو سامعین عام طور سے ریڈیو پر سنتے ہیں اور ان سے اچھی طرح واقف بھی ہیں۔ لیکن کچھ اور بھی پروگرام ہوتے ہیں جو اکثر یا کبھی کبھی سننے کو ملتے ہیں۔ اس کا دار و مدار متعلقہ اسٹیشن پر ہوتا ہے کہ وہ اپنی نشریات کے مخصوص اوقات میں کتنے اور کس طرح کے پروگرام پیش کر سکتا ہے۔ مثلاً مختلف اسٹیشنوں سے مباحثے اور انٹرویو بھی نشر ہوتے ہیں۔ یہ مباحثے (Discussion) حالات حاضرہ پر بھی ہو سکتے ہیں اور اہم سماجی مسائل پر بھی۔ خبروں کے شعبے کی طرف سے اکثر حالات حاضرہ خصوصاً سیاسی موضوعات پر خصوصی مباحثوں کی بھی گنجائش ہوتی ہے۔

چوں کہ ہمارا سماج مختلف حلقوں پر مبنی ہے اس لیے عمومی نوعیت کے پروگراموں کے علاوہ مختلف حلقوں کے لیے مختلف نوعیت کے پروگرام بھی پیش کئے جاتے ہیں۔ مثلاً خواتین اور بچوں کے پروگرام ہوتے ہیں جن میں ان کی صحت اور غذائیت سے متعلق باتیں بتائی جاتی ہیں نیز سماج میں ان کی حیثیت اور حقوق و فرائض کے بارے میں بھی مفید قسم کی باتیں پیش کی جاتی ہیں۔ کہیں کہیں اس طرح کے پروگرام ہفتہ میں ایک یا دو بارہ ہو سکتے ہیں اور کہیں پندرہ دن میں ایک بار۔ اس کا انحصار بہر حال متعلقہ ریڈیو اسٹیشن کے اوقات پر ہوتا ہے کہ کس طرح کے پروگرام کے لیے کتنا وقت مخصوص کر سکتا ہے۔

تعلیمی پروگرام کو بھی ریڈیو میں اب ایک خاص اہمیت حاصل ہو گئی ہے۔ عام طور سے ہائر سکندری درجات کے طلبہ طالبات کے لیے ایسے پروگرام پیش کیے جاتے ہیں جنہیں ”اسکول براڈ کاسٹ“ کے لیکن اب اس میں وسعت پیدا کر کے اعلیٰ درجات اور یونیورسٹی سطح کے طلباء و طالبات کے لیے بھی تعلیمی پروگرام نشر کرنے کا سلسلہ شروع ہو گیا ہے۔ دیہی ترقیات اور مفاد عامہ کے پروگراموں کو بھی اہمیت دی جاتی ہے۔ اس طرح اگر غور کیا جائے تو سماج کے ہر طبقہ کے لوگوں کی دلچسپی اور مفاد کو پیش نظر رکھا جاتا ہے اور اسی کے مطابق پروگرام کی منصوبہ بندی کی جاتی ہے۔ مقصد سماج کے وسیع تر کے حلقے تک پہنچنا اور ان میں بیداری لانا ہے۔

یہاں اس بات کو بھی ذہن میں رکھنا ضروری ہے کہ مختلف علاقوں کے اپنے مسائل ہوتے ہیں اور ان کی اپنی ضروریات ہوتی ہیں۔ پھر زبان اور کلچر بھی مختلف علاقوں کے مختلف ہوتا ہے۔ اس لیے علاقائی ریڈیو اسٹیشن متعلقہ زبانوں اور بولیوں میں پروگرام نشر کرتے ہیں۔ پسماندہ اور آدی باسی علاقوں میں اس بات کا خاص خیال رکھا جاتا ہے کہ ایسے پروگراموں کی منصوبہ بندی کی جائے جو ہاں کے عام لوگوں میں بیداری کا باعث بنے۔ علاقائی اسٹیشنوں کے ذریعے زبان و پیکچر کو بھی فروغ دینے کی کوشش کی جاتی ہے۔ ضرورت کے مطابق ”نشریات کی نئی نئی قسمیں بھی ایجاد کی جاسکتی ہیں اور کی جاتی ہیں۔ مقصد پروگرام میں تنوع اور دلچسپی پیدا کرنا ہوتا ہے۔“

## 4.2.11 تعلیمی نشریات

تعلیمی نشریات کے سلسلہ میں نومبر 1937ء سے کلکتہ میں ہفتہ میں 'آدھ آدھ گھنٹے' کا پروگرام اسکولوں کے لیے شروع کیا گیا تھا۔ اسکولوں کے لیے نشریات کا باقاعدہ پروگرام ممبئی، کلکتہ، دلی اور مدارس سے دسمبر 1938ء میں شروع ہوا۔ مدارس میں ہر ہفتہ پرائمری اسکولس کے لیے تمل زبان میں پانچ پروگرام پیش کیے جانے لگے جو مدارس کا رپوریشن کی خواہش پر شروع کی گئے تھے۔ ان پروگراموں میں یہ بات خاص طور پر ملحوظ رکھی گئی تھی کہ یہ نشری پروگرام اسکولوں کی تدریسی سرگرمیوں کی جگہ نہ لیں بلکہ ان سرگرمیوں کے ساتھ ایک ضمنی خدمت انجام دیں۔ پالیسی یہ تھی کہ نشریاتی پروگراموں کے ذریعے، تعلیمی ذوق شوق بڑھایا جائے اور اس طرح اسکول کے ماحول میں ایسی دل کشی پیدا کی جائے کہ بچوں میں اسکول چھوڑ کر بھاگنے کا رجحان کم ہو جائے۔ یہ پالیسی بنیادی طور پر پرائمری اسکولوں کی سطح پر رو بہ عمل لائی گئی۔ اس میں ایک اصول یہ کارفرما تھا کہ پرائمری اسکولوں میں تفریحی طریقوں سے تعلیمی سرگرمیاں بڑھائی جائیں۔

تعلیمی نشریات پروگراموں کا دوہرا مقصد تھا۔ ایک مقصد تو یہ تھا کہ نصاب تعلیم کی تدریس طالب علم تک راست پہنچے اور اسکول میں پڑھا جانے والے نصاب کو واضح طور پر سمجھنے میں مددگار ہو۔ خاص طور پر ثانوی اسکولوں کے لیے جو نشری پروگرام ہوئے تھے وہ زیادہ تر نصاب تعلیم کے مطابق ہوا کرتے تھے۔

نشریاتی پروگرام یا تو سیدھی سادی تقریر پر مبنی ہوتے ہیں یا پھر ایسی ہی تقریروں کو ڈرامائی عناصر سے آراستہ کر کے پیش کیا جاتا تھا۔ اور یہ ڈرامائی پیشکش، کسی بھی نصابی متن سے متعلق ہوتی تھی۔ اس میں طالب علم آپس میں مکالموں کے ذریعے موضوع کو واضح کرتے یا اسکول کی جانب سے ایک سوال بند (کوئز) پروگرام پیش کیا جاتا ہے۔ ریڈیو سے یونیورسٹی گرانٹس کمیشن اور اندرا گاندھی نیشنل اوپن یونیورسٹی اور دیگر اداروں کے تعلیمی پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔

## 4.2.12 کسانوں کے لیے پروگرام

ریڈیو نے زراعت کی نئی ٹکنالوجی کو کسانوں کے دروازے تک پہنچانے، انہیں مختلف انداز کی ٹریننگ فراہم کرنے اور ساتھ ہی وزارت زراعت اور تعلیم کے مختلف پروگراموں سے ان واقف کرانے میں اہم کردار ادا کیا ہے۔ سچ تو یہ ہے کہ 1966ء سے جب آکاش وانی کے "کھیت اور گھر" اکائیوں نے اپنا نشری پروگرام شروع کیا تو اس کی وجہ سے حیرت ناک بیج اور بڑھتی ہوئی پیداوار اور دیکھنے میں آئی۔ جنوب میں یہ پروگرام اتنے مقبول ہوئے اور کسانوں نے ان کو اتنا اپنایا کہ اس کو (Radio Race) سے موسوم کیا گیا۔

1935ء کی بات ہے کہ شمال مغرب میں پیشاورا سٹیشن قائم کیا گیا جس کے لیے مارکونی کمپنی نے ایک ریڈیو ٹرانسمیٹر مستعار دیا تھا جس کے نتائج امید افزا پائے گئے۔ الہ آباد یونیورسٹی اور نیننی تال نے بھی لگ بھگ اسی زمانے میں ایک مقامی نشری خدمات کا سلسلہ شروع کیا تھا۔ اس وقت سے اب تک ریڈیو ترقی کی کئی منزلیں طے کر چکا ہے۔ یہ پروگرام مقامی زبانوں میں نشر کیے جاتے تھے جس میں مزاج، دوسری دلچسپیوں والے عناصر ملاتے ہوئے ایسے پروگرام بھی پیش کیے جاتے تھے جس میں دیہاتوں کے لیے زرعی، صنعتی، حیوانی افزائش سے متعلق معلومات ہوا کرتی تھیں۔ چھوت چھات اور دوسرے سماجی برائیوں کے خلاف بھی پروگرام پیش کیے جاتے تھے۔ ساتھ ہی ساتھ عوامی دلچسپی کے حامل ڈرامے اور بالواسطہ طور پر ماہرین کے خیالات عوامی تربیت کے لیے پیش کیے جاتے تھے۔

1965ء سے وزارت اطلاعات و نشریات نے وزارت زراعت و تعلیم کے مشورے سے ایک نئی خدمت کا آغاز کیا جسے ”کھیت اور گھر یونٹ“ کہا جاتا ہے۔ یہ یونٹ چھوٹے چھوٹے علاقوں میں بسنے والے کسانوں کے مسائل اور ان کی ضروریات کو پیش نظر رکھتے ہوئے خصوصی پروگرام پیش کرتے تھے۔ اس طرح رفتہ رفتہ زراعت کے بارے میں سائنٹفک اور ٹیکنیکی معلومات پر راست تربیتی پروگرام کسانوں تک پہنچنے لگے۔

#### 4.2.13 الیکشن براڈ کاسٹ

الیکشن کے دوران سیاسی جماعتوں کو اپنی اپنی پارٹیوں کی پالیسیوں کی تشہیر کا موقع دیا جاتا ہے۔ سب سے پہلا الیکشن براڈ کاسٹ، دس صوبوں کے اسمبلی الیکشن کے دوران 1977ء میں ہوا جب جتنا پارٹی کی حکومت تھی۔ ہر سیاسی جماعت کو جیسے الیکشن کمیشن کی منظوری رہی، 15-15 منٹ کے دوراؤنڈ دیے گئے۔ دوراؤنڈ ریڈیو میں، اور ایک راؤنڈ دور درشن پر۔

#### 4.2.14 یوانی (نوجوانوں کے لیے)

جولائی 1969ء میں وزیر اعظم اندرا گاندھی نے، نوجوانوں کے لیے یوانی یعنی ”نوجوانوں کی آواز“ کے نام سے نشریاتی پروگرام کا افتتاح کیا۔ یہ چھ گھنٹے کا پروگرام صبح شام ٹرانسمیشن میں پیش کیا جاتا تھا۔ اس کے پیچھے خیال یہ تھا کہ ملک میں 60% فیصد آبادی ان لوگوں پر مشتمل ہے جن کی عمریں بیس سال سے کم ہیں۔ ان نوجوان لڑکوں اور لڑکیوں کی ضروریات کا پورا کرنے کے لیے یہ خصوصی پروگرام بنایا گیا۔ یہ خصوصی پروگرام 35 اسٹیشنوں سے نشر کیا جاتا تھا۔ اس پروگرام کے تحت نوجوانوں کا ایک ایسا فورم تشکیل دیا گیا۔ جوں جوں نوجوانوں کے دل و دماغ کی نمائندگی کر سکے اور زیادہ سے زیادہ نوجوانوں کو اس پروگرام میں شرکت کے لیے راغب کر سکے۔ یہ پروگرام نوجوانوں میں اپنے ملک کی تاریخ و تہذیب کا شعور اس طرح پیدا کرنے کے لیے بنایا گیا تھا کہ ان کا ذہن عالمی تہذیب کے لیے کھل سکے۔

ان پروگراموں کے ذریعے اس بات کی کوشش کی جاتی تھی کہ نوجوانوں میں ایک بات کا احساس پیدا ہو کہ وہ اپنی زندگی کا کوئی ایسا مقصد طے کریں جو قوم کی تعمیر جیسے عظیم الشان کام کا ایک حصہ بن جائے، نوجوانوں میں سائنسی نقطہ نظر پیدا ہوا اور ساتھ ہی ساتھ وہ ہندوستانی اقدار کی اہمیت کو پہچان سکیں۔ حال ہی میں Vocational Guidance کورسوں پر بھی زور دیا گیا ہے۔

اب آگے ٹیلی ویژن کے مختلف اطلاعی، معلوماتی، تعلیمی اور تفریحی پروگراموں کا ذکر کیا جا رہا ہے۔

### 4.3 ٹیلی ویژن

آج ٹیلی ویژن ہماری زندگی کا ایک ناگزیر حصہ بن چکا ہے اور ایسا لگتا ہے کہ اب ہم ٹیلی ویژن کے بغیر زندگی کا کوئی تصور نہیں کر سکتے۔ لیکن اب سے کچھ برس پہلے ہماری زندگی ٹیلی ویژن سے بہت کم متاثر تھی۔ ٹیلی ویژن انٹرنیٹ کو چھوڑ کر ابلاغیات کے تمام ذرائع خصوصاً اخبار، فلم اور ریڈیو کے مقابلے میں جدید ترین ہے۔ ٹیلی ویژن کی ایجاد تو کافی بعد میں ہوئی لیکن اس کا فروغ بہت ہی تیز رفتاری سے ہوا ہے اور آج ٹیلی ویژن سب سے موثر اور طاقت ور ذریعہ ابلاغ بن گیا ہے۔

ٹیلی ویژن کی نشریات کا آغاز سب سے پہلے 1920ء میں امریکہ میں ہوا تھا۔ یہ نشریات تجرباتی طور پر کی گئی تھیں۔ اس وقت

تصویروں کے بدلنے کی رفتار کافی کم تھی اس لیے وہ آج کی طرح زندہ جاوید اور چلتی پھرتی تصویریں نہیں محسوس ہوتی تھیں۔ لیکن اس تجربے میں بڑے امکان نظر آئے اور بہت تیزی سے اس سمت میں کام کیا جانے لگا۔ 1923ء آتے آتے تکنیکی طور پر کافی سدھار ہو گیا اور اب یہ تصویریں زندگی سے زیادہ بھر پور تھیں۔ اگلے کئی برسوں تک سائنسدانوں نے کڑی محنت کی اور ان کے کافی بہتر نتائج حاصل ہوئے۔ ٹیلی ویژن نشریات کا وہ معیار ہو گیا کہ اس سے مستقل پروگرام نشر کیے جانے لگے۔ 1930ء میں نیویارک میں این۔بی۔سی (N.B.C) اور بی۔بی۔سی (B.B.C) کے ٹیلی ویژن اور اسٹیشنوں کا قیام عمل میں آیا اور یہ دونوں چینل مستقل طور پر اپنے پروگرام نشر کرنے لگے۔ دوسری عالمی جنگ (1939-1945) کے دوران اس سلسلے میں کوئی خاص ترقی نہ ہو سکی۔ لیکن جنگ کے خاتمے کے بعد ٹیلی ویژن نشریات میں کافی تیزی سے ترقی ہوئی۔ اگلے 10/15 برسوں میں ترقی یافتہ ممالک جیسے امریکہ، جاپان، کناڈا اور یورپی ممالک میں ٹیلی ویژن زندگی کا ایک اہم حصہ بن چکا تھا۔

ہندوستان میں نئی دہلی 15 ستمبر 1959ء کو جب پہلی بار تجرباتی طور پر ٹیلی ویژن نشریات عمل میں آئیں۔ تو اس میں یونیسکو (UNESCO) کا مالی تعاون اور امریکہ فلیپس (ہندوستان۔ Philips India) کا تکنیکی تعاون شامل تھا۔ اس کا مقصد تھا کہ ٹیلی ویژن نشریات کے ذریعے تعلیم اور قوم کی ترقی کے امکانات تلاش کیے جائیں۔ یہ تجرباتی نشریات کلب کے 180 مخصوص ممبران کے لیے تھیں جنہیں یونیسکو (UNESCO) نے مفت میں ٹیلی ویژن سیٹ دستیاب کر آئے تھے اور یہ پروگرام صرف چالیس کلومیٹر کے دائرے میں دیکھے جاسکتے تھے۔ 1961ء سے اسکول (S.TV) کا آغاز وارتقا اور پروگرام نشر کیے جانے لگے۔ یہ پروگرام تعلیمی ہوتے تھے خاص طور سے سائنس کے اساتذہ اور طالب علموں کو نظر میں رکھ کر تیار کیے جاتے تھے۔ 1959ء سے 1965ء تک ہفتہ میں صرف ایک دن ایک گھنٹے کے لیے پروگرام دکھائے جاتے تھے۔ 1965ء میں پہلی بار کچھ تفریحی پروگراموں کا بھی آغاز ہوا لیکن تعلیم، صحت۔ دیہی مسائل اور مختلف ترقیاتی پروگرام کو ابھی بھی ان ترجیحات میں تھے۔ یہ سلسلہ 1976ء تک چلتا رہا اسی برس ٹیلی ویژن سے کاروباری نشریات کا آغاز ہوا۔ اب تک ٹیلی ویژن اور ریڈیو ایک ہی شعبے کی دو شاخیں تھیں اور ایک ہی ڈائریکٹوریٹ کے تحت تھے۔ اسی برس ٹیلی ویژن کو ایک الگ مستقل ادارہ بنایا گیا۔ جسے ”دوردرشن“ کا نام دیا گیا۔

اس کے بعد 1982ء میں ٹیلی ویژن میں انقلابی تبدیلیاں آئیں جب کہ سیٹلائٹ کے ذریعے قومی جال (National Network) قائم کیا گیا جس کے ذریعے قومی نشریات کا آغاز ہوا جسے بیک وقت پورے ہندوستان میں دیکھا جاسکتا تھا۔ اس قومی نشریات کی ایک صفت یہ بھی تھی کہ ہندوستان میں پہلی بار رنگین نشریات عمل میں آئیں۔ اسی سال ٹیلی ویژن پر پہلی بار براہ راست (Live Telecast) نشریات کا آغاز ہوا۔ ایشیائی کھیلوں اور ناوابستہ ممالک کی کانفرنس کو دوردرشن پر سیدھا دکھایا گیا۔ 1984ء میں ہندوستان کا پہلا ٹی۔وی۔سیریل ”ہم لوگ“ دکھایا گیا۔

جس امر نے ٹیلی ویژن کی پوری تاریخ بدل دی وہ 1922ء میں واقع ہوا۔ اسی سال سے کیبل ٹی۔وی کا آغاز ہوا اور دوردرشن کے علاوہ پرائیویٹ چینلوں کا بھی آغاز ہوا۔ سب سے پہلا پرائیویٹ چینل زی۔ٹی۔وی تھا۔ جس نے ہندوستان میں پرائیویٹ چینلوں کی ایک مستحکم روایت کی بنیاد ڈالی۔ اور اس کے بعد ٹیلی ویژن نشریات کی رفتار اتنی تیزی سے بدلی اور ایسی ترقی کی کہ نہ صرف ٹیلی ویژن

بلکہ پورے معاشرے کی تاریخ پر بہت گہرے نقوش ثبت ہوئے۔ ان نجی چینلوں نے پروگراموں میں اس قدر تبدیلی کی کہ ان کا حساب لگانا ایک مشکل امر ہے۔

یہ تھے ہندوستان میں ٹیلی ویژن کے ارتقاء کے چند اہم موڑ۔ اب موجودہ دور میں یا اب سے کچھ پہلے تک جو پروگرام ٹیلی ویژن پر نشر ہو رہے تھے ان کا ایک اجمالی خاکہ پیش کیا جا رہا ہے۔

#### 4.3.1 خبریں

خبریں ٹیلی ویژن کے مقبول ترین پروگراموں میں سے ایک ہے۔ ان کی مقبولیت کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ پچھلے کچھ برسوں سے ہر سال کچھ نئے چینل کھل جاتے ہیں اور جن میں سے بیشتر بہت کامیابی کے ساتھ چل رہے ہیں۔ کچھ چینل مکمل طور پر خبروں کے نہیں ہیں لیکن وہ بھی ایک مستقل وقفے پر خبریں نشر کرتے ہیں این۔ ڈی۔ ٹی۔ وی، دور درشن، سہارا ٹی۔ وی، زی۔ نیوز، آج تک، اسٹار نیوز، ای۔ ٹی۔ وی وغیرہ ہندوستانی اور بی۔ بی۔ سی، سی۔ این۔ این۔ این۔ بی جیسے غیر ملکی چینل ہیں جو ہندوستان میں 24 گھنٹے خبریں نشر کرتے ہیں۔

اپنے ارد گرد اور سماجی و سیاسی حالات سے باخبر رہنا انسان کی فطرت کا حصہ ہے۔ اس کی تاریخ اتنی ہی قدیم ہے جتنی کہ خود انسان کی تاریخ۔ جب انسان جنگل میں رہتا تھا تو شام کو قبیلے کے سارے لوگ ایک جگہ پر جمع ہوتے تھے اور ایک دوسرے کے دن بھر کی روداد سناتے تھے۔ جیسے جیسے انسان ترقی کرتا گیا خبروں کے ذرائع بدلتے گئے لیکن خبروں سے اس کی دلچسپی میں کمی نہیں آئی اور آج بھی اسی طرح سے برقرار ہے۔ اب خبروں کا سب سے موثر ذریعہ ٹیلی ویژن ہی ہے۔

ٹیلی ویژن کی خبروں کا ارتقاء دراصل اخبار اور ریڈیو کی خبروں سے ہوا ہے۔ اسی لیے پہلے ٹی۔ وی پر بھی ریڈیو کی طرح خبریں سنائی جاتی تھیں لیکن اب جائے واردات پر جا کر وہاں سے براہ راست رپورٹنگ نے ٹیلی ویژن کے گھروں میں بڑا اضافہ کیا ہے۔ ٹیلی ویژن خبروں میں ایک انقلابی تبدیلی اس وقت آئی جب سے بالکل چھوٹا کیمرہ آ گیا جیسے صحافی چھپا کر آرام سے کہیں بھی لے جاسکتا ہے اور سامنے والے کو خبر بھی نہیں ہو پاتی ہے کہ وہ جس سے بات کر رہا ہے وہ صحافی ہے اور اس کی گفتگو ریکارڈ کی جا رہی ہے۔ اس قسم کے کیمرے سے کئی بہت بڑے بڑے اسکینڈل سامنے آئے۔ تو تہلکہ نے تو دفاعی خرید میں ہوئی دھاندلی کو اس طرح سے دکھایا کہ حکومت کو ہلا کر رکھ دیا۔ اس کے بعد ان کیمروں کی بدولت ایک سے ایک بڑھ کر اسکینڈل سامنے آئے۔ ٹیلی ویژن صحافت ایک طرف جہاں اچھے کام کر رہا ہے وہیں اس کا دوسرا پہلو یہ بھی ہے کہ چوہینس گھنٹے نئی سے نئی اور سب سے پہلے خبریں پیش کرنے کی ہوڑ نے انسان کی ذاتی زندگی میں غیر اخلاقی دخل دینا شروع کر دیا ہے۔ یہ چینل خبروں کو ڈراما نر کر رہے ہیں اور توڑ مروڑ کر پیش کر رہے ہیں۔ اس طرح ٹیلی ویژن خبریں ایک نئے دور میں داخل ہو گئی ہیں۔

#### 4.3.2 حالات حاضرہ پر مباحثے

ٹیلی ویژن پر مختلف موضوعات پر مباحثے بھی بہت اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔ ان مباحثوں کا کوئی متعین موضوع نہیں ہوتا ہے۔ وہ سیاسی، سماجی، تہذیبی، ماحولیاتی، سائنس وغیرہ کسی بھی سنجیدہ موضوع پر ہو سکتے ہیں۔ لیکن مباحثے اس وقت کے ہم عصر موضوعات پر

خاص طور سے ہوتے ہیں۔ پارلیمنٹ میں جن موضوعات پر بحث چل رہی ہو یا کوئی سیاسی پارٹی یا حکومت جن موضوعات پر گفتگو کرتی ہے ان موضوعات پر زیادہ مباحثے ہوتے ہیں۔ دستاویزی فلموں میں اس موضوع پر مختلف رائے رکھنے والے افراد کے ساتھ ساتھ دستاویزی فلم کار کا بھی نظریہ سامنے آتا ہے اور فلم کار کا نظریے کی اہمیت اکثر دوسرے افراد زیادہ ہوتی ہیں لیکن مباحثے میں عام طور پر پروگرام بنانے والے نظریہ سامنے نہیں آتا ہے۔

حالات حاضرہ پر مباحثوں میں اکثر سیاسی، سماجی، تہذیبی کارکن، اس موضوع کے ماہر پروفیسر سینئر صحافی یا مدیر حصہ لیتے ہیں اور اس موضوع پر عوامی رائے بنانے کی کوشش کرتے ہیں۔ اس قسم کے مباحثوں میں یہ امر بہت ضروری ہے کہ اس موضوع پر مختلف رائے رکھنے والوں کو بلا یا جائے۔ ایسا نہ ہو کہ وہ ایک ہی رائے سامنے آئے ورنہ مباحثے کا مقصد ہی فوت ہو جاتا ہے۔

### 4.3.3 دستاویزی فلمیں (Documentary Films)

دستاویزی فلمیں وہ فلمیں ہوتی ہیں جن میں کسی ایک موضوع پر پوری تفصیل کے ساتھ تحقیق کر کے تمام دستاویزی جمع کر کے ان پر فلم تیار کی جاتی ہے۔ دستاویزی فلمیں اکثر کسی سیاسی، سماجی، تاریخی، تہذیبی، ماحولیاتی یا سائنسی وغیرہ کسی سنجیدہ موضوع پر ہو سکتی ہیں۔ اس کے علاوہ کسی ایسی بڑی شخصیت پر بھی ہو سکتی ہے جنہوں نے انسانی زندگی کے کسی بھی شعبہ حیات پر گہرا اثر ڈالا ہو۔ دستاویزی فلم کے لیے ایک شرط یہ ہوتی ہے کہ وہ کسی مفروضے یا بیان پر مبنی نہیں ہوتی بلکہ تمام مستند حقائق کی تلاش کر کے انہیں تخلیق اور فلکرا انگیز انداز میں پیش کیا جاتا ہے۔ دستاویزی فلمیں ایسے موضوعات پر اور اس سنجیدگی سے بنائی جاتی ہیں کہ ان کی اہمیت وقتی نہیں بلکہ دیر پا قائم رہتی ہے۔ ان کی اسکرپٹ ایک تحقیقی مقالے کی طرح تحقیق شدہ دستاویزات پر مبنی ہوتی ہے۔ دستاویزی فلموں میں پس پردہ بیانیہ (Background Commentary) کی بہت اہمیت ہوتی ہے۔ کبھی کبھی کچھ ایسی چیزیں ہوتی ہیں جن کو اس وقت نہیں شوٹ کر پاتے جب وہ ہو رہی ہوں تو انہیں اداکاروں کی مدد سے اس واقعے کی تخلیق کرتے ہیں۔ دستاویزی فلم میں اس طرح کی تخلیق کو ”ڈاکوڈراما“ کہتے ہیں۔ ڈاکوڈراما سے دستاویزی فلمیں تھوڑی دلچسپ ہو جاتی ہیں۔ دستاویزی فلموں میں اگر چہ ڈاکوڈراما کا کبھی غیر معمولی صورتحال میں استعمال کر لیتے ہیں لیکن دستاویزی فلموں میں ڈراما بہت مستحسن امر نہیں ہیں۔

ہندوستان میں دستاویزی فلم کاروں میں آئند پٹور دھن کا نام سرفہرست ہے۔ انھوں نے ہندوستان کے سلگتے ہوئے موضوعات پر فلکرا انگیز فلمیں بنائی ہیں۔ رام کا نام، ”پتا پتہ“ اور ”دھرم یودھ“ جنگ اور امن وغیرہ ان کی عالمی شہرت کی دستاویزی فلمیں ہیں۔ گجرات فسادات پر مبنی شرمائی فلم ”Final Solution“ (آخری حل) بھی عالمی شہرت حاصل کر چکی ہے۔ ان کے علاوہ بہت سارے فیچر فلم بنانے والے فلم کاروں نے بھی بہت اہم دستاویزی فلمیں بنائی ہیں۔ موجودہ میں انور جمال، شاہد جمال، سہو سنگھ، صبادیوان، سنجے کاک اور رائل رائے نے بھی بہت اہم دستاویزی فلمیں بنائی ہیں۔

چونکہ دستاویزی فلموں کا کوئی ایک مخصوص موضوع نہیں ہوتا ہے اسی لیے دستاویزی فلموں کا کوئی ایک چینل بھی نہیں ہے کہ وہ اسی مخصوص چینل پر دکھائی جاتی ہوں۔ وہ اپنے موضوع کے لحاظ سے مختلف چینلوں پر دکھائی جاتی ہیں۔ خبروں کے تمام چینل کچھ دستاویزی فلمیں دکھاتے ہیں۔ ڈورڈرشن ڈسکوری (Discovery) اور نیشنل جیو گرافک چینل (National Geographic)

(Channal) وغیرہ پر خاص طور سے دستاویزی فلمیں دکھائی جاتی ہیں۔

#### 4.3.4 ماحولیاتی پروگرام

ماحولیاتی پروگرام سے مراد خصوصاً ان پروگراموں سے ہے جو (National Geographic Channel) اور Discovery Channel نیز Animal Planet پر نشر ہوتے ہیں۔ ان چینلوں پر قدرت کی چھوٹی اور بڑی سے بڑی مخلوق کی زندگی، ان کے رہن سہن، کے کھانے پینے کے طریقے، ان کی وہ خصوصی صفات جس کی وجہ سے وہ مخلوق دوسری مخلوقات سے مختلف ہیں وغیرہ کی تفصیل بہت تحقیق سے تیار کی جاتی ہیں۔ اس کے علاوہ قدرت میں ہو رہی تبدیلیاں، اس کے ماحول میں آنے والی تبدیلیوں کے اثرات جو مختلف مخلوقات پر پڑ رہے ہیں، ان سب حالات کو ان پروگراموں میں خاص طور سے دکھایا جاتا ہے۔ ان چینلوں پر انسانوں کے بڑے کارناموں پر بھی پروگرام ہوتے ہیں۔ دراصل یہ دستاویزی فلمیں ہی ہوتی ہیں جو بہت تحقیق اور تخلیقی انداز سے پیش کی جاتی ہیں۔

ان پروگراموں کی ایک بہت اہم صفت یہ ہوتی ہے کہ ان کی شوٹنگ بہت ہی عمدہ قسم کے کیمروں سے اور جدید سے جدید ٹیکنالوجی کے ذریعے ہوتی ہے۔ ان کے کیمرے اتنے طاقت ور ہوتے ہیں کہا کیمرے میں این اشیا (Object) سے بہت دور ہونے کے باوجود اتنی باریکی سے شوٹ کرتا ہے کہ انہیں دیکھ کر حیرت ہوتی ہے۔ ایسی اعلیٰ قسم کی شوٹنگ عام کیمرے میں ایک عام کیمرے سے ان کے پاس کھڑے ہو کر شوٹ کرے تو بھی اس معیار تک نہ پہنچ سکے۔ اسی لیے یہ پروگرام بہت خشک موضوع پر ہونے کے باوجود بہت مقبول ہیں کیونکہ یہ پروگرام بہت ہی اعلیٰ درجے بنائے جاتے ہیں۔ ان چینلوں کے پروگراموں کو ماڈل بنا کر پیش کیا جاسکتا ہے۔

#### 4.3.5 تعلیمی پروگرام (Educational Programme)

1959 میں ہندوستان میں جب ٹیلی ویژن نشریات کا آغاز ہوا تو تعلیمی پروگرام سے ہوا تھا، جیسے یونیسکو نے خاص طور سے اپنے مالی تعاون سے شروع کرایا تھا۔ اس طرح ہندوستان میں ٹیلی ویژن نشریات کی سب سے قدیم روایت تعلیمی پروگراموں کو ہی ہے۔ 1959ء میں تجرباتی نشریات کے بعد 1961ء سے 1965ء تک محض تعلیمی پروگرام ہی نشر کیے جاتے تھے جن میں کچھ ترقیاتی پروگرام بھی ہوتے تھے۔ اس میں سائنسی تعلیم پر خاص طور سے توجہ دی جاتی تھی۔

1965ء میں پہلی بار تفریحی پروگرام کا آغاز ہوا۔ جب سے تفریحی پروگرام کا سلسلہ بڑھتا ہی جا رہا ہے اور آج یہ حالت ہے کہ تعلیمی پروگراموں کی سنجیدہ آواز اور تفریحی پروگراموں کے شور میں کہیں دب سی گئی ہے۔ اگرچہ تعلیمی پروگراموں میں اب بہت اضافہ ہو چکا ہے اور ان کا معیار بھی بہتر ہوا ہے۔ دور درشن کا گیان بھارتی، یو۔ جی۔ سی (U.G.C) کی اعلیٰ تعلیم کے خصوصی پروگرام اور اندرا گاندھی نیشنل اوپن یونیورسٹی (I.G.N.O.U) کے بھی پروگرام معیاری ہوتے ہیں اور اپنے مقصد کو پورا کر رہے ہیں۔ لیکن اس صارفی سماج میں تعلیمی پروگراموں کے لیے کوئی پرائیویٹ کمپنی انھیں اشتہارات نہیں دیتی اس لیے ان کے پاس وسائل کی بہت کمی رہتی ہے۔ مالے کی کمی کی وجہ سے اکثر اتنے معیاری پروگرام نہیں بن پاتے جتنے بن سکتے ہیں۔

#### 4.3.6 بچوں کے پروگرام

ٹیلی ویژن پر بچوں کے پروگراموں کی بہت اہمیت ہوتی ہے بچوں کے پروگراموں کی اہمیت کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ ان کے پروگرام کے لیے الگ سے کئی چینل کھلے ہوئے ہیں۔ کارٹون نیٹ ورک (Cartoon Network) اور پوگو (Pogo) ایسے چینل ہیں جن پر صرف بچوں کے ہی پروگرام نشر ہوتے ہیں۔ مختلف چینلوں پر بچوں کے لیے کئی پروگرام نشر کیے جاتے ہیں جن میں سے کچھ ایسے پروگرام ہوتے ہیں جو خاص طور سے بچوں کے لیے ہی تیار جاتے ہیں۔ ممکن ہے کچھ بڑے لوگ بھی انہیں دیکھتے ہوں لیکن وہ تیار بچوں کے لیے کیے جاتے ہیں۔ اسی طرح کچھ ایسے پروگرام بھی نشر ہوتے ہیں جو بچوں کے لیے خاص طور سے نہیں تیار کیے جاتے لیکن بچے بھی کافی دلچسپی کے ساتھ دیکھتے ہیں۔

بچوں کے پروگراموں کی کچھ مخصوص صفات ہوتی ہیں جو دیگر پروگراموں میں نہیں ہوتیں۔ ان صفات کو سمجھنے کے لیے ضروری ہے کہ بچوں کی نفسیات کو اچھی طرح سے سمجھا جائے اور بچوں سے متعلق پروگرام بناتے وقت ان کو ملحوظ رکھنا چاہیے۔ بچے منطق سے زیادہ تخیل پسند کرتے ہیں۔ اس لیے بچوں کے اکثر وہی پروگرام کامیاب ہوتے ہیں جن میں تخیل سے بھرپور کام لیا گیا ہو۔ جادو، طلسم، اور نئی نئی مہموں سے دوچار ہونا انہیں بہت پسند ہے۔ پروگرام میں تجسس یوں تو سبھی لوگ پسند کرتے ہیں لیکن بچے خاص طور سے ایسے پروگرام دیکھنا چاہتے ہیں جن میں ہر لمحے ایک نیا سوال پیدا ہو کہ اب کیا ہوگا؟

بچوں کے پروگراموں میں ایک بہت اہم مسئلہ یہ ہوتا ہے کہ ان کے پروگراموں میں تعلیم یا نصیحت دیکھنا پسند نہیں کرتے۔ وہ ٹیلی ویژن کو تفریح کے لیے ہی دیکھتے ہیں، اس میں نصیحت کو وہ برداشت نہیں کر سکتے۔ اس لیے بچوں کے پروگرام بہت دلچسپ ہونے ضروری ہیں۔ ہاں اگر دلچسپی کے ساتھ ساتھ اس میں تھوڑی بہت نصیحت چھپی ہو تو اسے بہت پسند کرتے ہیں۔ مندرجہ ذیل قسم کے پروگرام بچوں کے لیے ہوتے ہیں۔

#### 4.3.7 کارٹون پر مبنی پروگرام

بچوں کا سب سے پسندیدہ پروگرام کارٹون ہوتا ہے جنہیں دیکھنے میں بچوں کو سب سے زیادہ دلچسپی ہوتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ کارٹون نیٹ ورک کا ایک پورا چینل ہے جو ہر وقت صرف کارٹون سے متعلق پروگرام پیش کرتا ہے۔ ان کارٹونوں کی اپنے آپ میں ایک دنیا ہوتی ہے جو اس جیتی جاگتی دنیا سے کچھ معاملوں میں یکساں بھی ہوتی ہے اور کچھ معاملوں میں مختلف بھی۔ کارٹون کے بصری پیکر (Visual) گرافکس اور اپنی انیمیشن (Animation) سے تیار کیے جاتے ہیں اور آوازیں ایک مخصوص تکنیک سے کچھ مختلف نکلتی ہیں۔ جنہیں سن کر ایسا محسوس ہوتا ہے کہ روبوٹ یعنی کمپیوٹر سے تیار کی گئی ہیں۔ نئے نئے قسم کی مخلوق، دیکھنا ان کی گفتگو سننا، یہ سب بچوں کا ایک پسندیدہ مشغلہ ہوتا ہے۔ بچوں کی نفسیات کے مطابق کارٹون ان کی اکثر خواہشات کو پر کرتے ہیں۔ اس لیے بچے کارٹون دیکھنا بہت پسند کرتے ہیں۔



### 4.3.8 بچوں کی دلچسپی کے سیریل

بچوں کی دلچسپی کے سیریل دو قسم کے ہوتے ہیں۔ اول وہ جو خاص طور سے بچوں کے لیے تیار کیے جاتے ہیں، دوم وہ جو بڑوں کے لیے تیار کیے جاتے ہیں لیکن ان میں کچھ عناصر ایسے ہوتے ہیں جس سے وہ بچوں میں بھی مقبول ہو جاتے ہیں۔ بچے ایسے سیریل زیادہ پسند کرتے ہیں، جو تخیل سے بھرپور ہوں، جن و پری کے ذکروالے، طلسم اور جادو والے سیریل بچوں کو پسند آتے ہیں۔ بچوں میں ایک قسم کی عینیت ہوتی ہے اس لیے وہ ایسے پروگرام دیکھنا بہت زیادہ پسند نہیں کرتے جن میں بہت زیادہ قتل و غارت ہو، البتہ ڈھشٹم ڈھشٹم والی ہلکی مار پیٹ انھیں اچھی لگتی ہے۔ بچے مزاحیہ سیریل بھی دیکھنا پسند کرتے ہیں۔ ہنسنا ہنسانا ان کا بہترین مشغلہ ہوتا ہے۔

### 4.3.9 کھیل کود کے پروگرام

کھیل کود کے پروگرام اگرچہ محض بچوں کے لیے ہی تیار کی جاتے ہیں لیکن بڑے بھی ان میں بہت دلچسپی لیتے ہیں بلکہ اگر یہ کہا جائے کہ وہ بنیادی طور پر بالغ ناظرین کے لیے تیار کیے جاتے ہیں تو شاید غلط نہ ہوگا لیکن اس میں بھی کوئی دورا نہیں ہو سکتی کہ بچے کھیل کود کے پروگرام دیکھنا بہت پسند کرتے ہیں۔ کھیلوں کے دوران بچوں سے متعلق اشیاء کے آنے والے اشتہاروں سے بھی اندازہ لگایا جاسکتا ہے کہ کھیل کود کے پروگرام خاص طور سے کرکٹ میچ دیکھنا انہیں بہت پسند ہے۔ دراصل کھیل کود کا تعلق بچپن سے ہی ہوتا ہے بڑے تو صرف ناسٹیل جیا کے طور پر دیکھتے ہیں۔ بچے نہ صرف تفریح کے طور پر کھیل دیکھتے ہیں بلکہ وہ ان سے کھیلنا بھی سیکھتے ہیں۔

### 4.3.10 خواتین کے پروگرام

مرد اور خواتین زندگی کی گاڑی کے دو پہیے ہیں جب تک دونوں پہیے ایک ساتھ نہ چلیں گاڑی نہیں چلتی۔ خواتین سے الگ مردوں کی دنیا ممکن نہیں ہے۔ خواتین اور مرد دونوں انسان ہیں ان میں بے شمار باتیں مشترک ہوتی ہیں۔ اس لیے ٹیلی ویژن کے تمام پروگراموں میں خواتین برابر کی شریک ہوتی ہیں ان کے لیے الگ ڈبے (Compartment) کی کوئی خاص ضرورت نہیں ہوتی ہے۔ لیکن ہمارے سماج میں آج بھی ایک بڑی تعداد ایسی خواتین کی ہے جو محض گھریلو کام کرتی ہیں اور ان کا باہر جانا بہت کم ہو پاتا ہے۔ ایسی خواتین میں خواتین کی تعداد زیادہ ہے جو یا تو تعلیم سے بالکل محروم ہیں یا انھیں بیچ میں ہی تعلیم روکنا پڑتی ہے۔ ایسی خواتین کی ایک مخصوص نفسیات ہوتی ہے اور ان کی فکر کا دائرہ بہت محدود ہوتا ہے۔ ان خواتین کو دھیان میں رکھ کر کچھ خصوصی پروگرام تیار کیے جاتے ہیں۔ انھیں خواتین کے پروگرام کا درجہ دیا جاسکتا ہے۔ آج کل بڑی تعداد میں اس قسم کے ٹی۔وی۔ سیریل نشر کیے جا رہے ہیں۔ خاص طور سے ایلکتا پور نے ایسی عورتوں کی نفسیات کو بہت خوبی سے سمجھا ہے اور ان کے کئی سیریل مثلاً "کیوں کہ ساس بھی کبھی بہو تھی"، "کہانی گھر گھر کی" وغیرہ ٹیلی ویژن پر کئی برسوں سے نشر کیے جا رہے ہیں۔ اگرچہ ان سیریلوں کو خالص خواتین کے سیریل کہنا بہت مناسب نہیں ہوگا لیکن یہ بھی حقیقت ہے کہ ایسے سیریل خواتین خاص طور سے دیکھتی ہیں اور انھیں دھیان میں رکھ کر ہی یہ سیریل بنائے جاتے ہیں۔

ٹیلی ویژن پر کچھ پروگرام کھانا پکانا سکھانے کے بھی آتے ہیں جنھیں خواتین خاص طور سے دلچسپی کے ساتھ دیکھتی ہیں۔ لیکن انہیں بھی محض خواتین کے پروگرام نہیں کہا جاسکتا کیوں کہ خاص طور سے شہری سماج میں کھانا پکانا اب محض خواتین کا کام نہیں رہ گیا ہے۔

ویسے بھی ان پروگراموں میں جو کھانا پکانا سکھاتے ہیں وہ اکثر پانچ ستارہ ہوٹلوں کے باورچی ہوتے ہیں جو اکثر مرد ہی ہوتے ہیں۔ بس یہی کچھ پروگرام ہوتے ہیں جنہیں خواتین کے پروگرام کہا جاسکتا ہے۔

#### 4.3.11 ٹیلی ڈراما

ٹیلی ڈراما ایک ایسا ڈراما ہے جو ناظرین کے سامنے نہ پیش کر کے کیمرے کے سامنے پیش کیا جاتا ہے۔ ٹیلی ڈراما بھی اسٹیج ڈرامے کی طرح ہی فکشن ہوتا ہے جس میں ایک فرضی کہانی دلچسپ انداز میں پیش کی جاتی ہے۔ ٹیلی ڈراما میں یوں تو ٹیلی ویژن کی تمام تکنیکیں استعمال کی جاتی ہیں لیکن یہ پورا اسٹوڈیو میں ہی سیٹ بنا کر شوٹ کیا جاتا ہے۔ ٹیلی ڈراما ایک طرح سے ریڈیو اور اسٹیج ڈراما کی ترقی یافتہ شکل ہے۔

#### 4.3.12 ٹیلی فلم

ٹیلی فلم اور ٹیلی ڈراما کا بنیادی فرق یہ ہے کہ ٹیلی فلم اسٹوڈیو میں نہیں شوٹ کی جاتی ہے بلکہ اس میں بیشتر شوٹنگ آؤٹ ڈور (Out Door) ہوتی ہے۔ اگر ان ڈور (In Door) شوٹنگ ہوتی ہے تو بھی نقلی سیٹ بنا کر شوٹ کرنے کی بجائے اصل مکان یا جس کسی بھی جگہ کی شوٹنگ ہو اس جگہ پر جا کر شوٹ کرتے ہیں۔ ٹیلی فلم میں نقلی سیٹ کا استعمال نہیں کیا جاتا ہے۔

#### 4.3.13 ٹی۔وی۔سیریلز

ٹی۔وی سیریلز تکنیکی اعتبار سے ایک طرح سے ٹیلی فلم اور ٹیلی ڈراما کا مجموعہ ہوتے ہیں جن میں حسب ضرورت آؤٹ ڈور (Out Door) شوٹنگ کے ساتھ ساتھ ان ڈور (In Door) شوٹنگ بھی ہوتی ہے اور اصلی مقام یا اسٹوڈیو کے نقلی سیٹ کی بھی کوئی قید نہیں ہوتی ہے ٹی۔وی۔سیریلز کی کہانی اس طرح کی ہوتی ہے کہ وہ لمبے عرصے تک چلتی رہے۔ کئی ہفتے، کئی مہینے اور کبھی تو کئی سال تک ایک سیریل چلتا رہتا ہے اور نئے نئے واقعات آتے چلے جاتے ہیں۔ ہماری قدیم داستانوں کی طرح ٹی۔وی۔سیریلز کی کہانیوں کا بھی کوئی حدود حساب نہیں ہوتا ہے۔ اس میں تجسس بنائے رکھنے کے لیے کہانی کا پلاٹ بہت مربوط ہونا ضروری ہے بلکہ ہر اپی سوڈ کی کہانی کا پلاٹ کسا ہونا چاہیے۔ اس میں تجسس برقرار رہنا چاہیے اور ہر اپی سوڈ اس مقام پر ختم ہونا چاہیے کہ قاری اگلا اپی سوڈ دیکھنے کے لیے بے قرار ہے۔ لیکن ٹی، وی۔سیریلز کی کہانی اتنی تیزی سے بھی نہیں بڑھنی چاہیے کہ اگر کوئی ایک یا دو اپی سوڈ نہ دیکھ سکے تو آگے اس کی کچھ سمجھ میں ہی نہ آئے۔

ٹی۔وی۔سیریلز ٹیلی ویژن پر نشر ہونے والے چند مقبول ترین پروگراموں میں سے ایک ہے۔ اکثر ٹیلی ویژن کے مقبول ترین پروگراموں کی جب درجہ بندی (Rating) کی جاتی ہے تو کوئی سیریل ہی سرفہرست ہوتا ہے اور مقبول ترین دس پروگراموں میں اکثر آدھے یا آدھے سے زیادہ پروگرام ٹی۔وی۔سیریلز ہی ہوتے ہیں۔ ٹی۔وی۔سیریلز تقریباً تمام تفریحی چینلوں پر نشر ہوتے ہیں۔ کچھ چینلوں کے گروپ جن کے کئی کئی چینل ہیں مثلاً اسٹار ٹی۔وی، زی۔ٹی۔وی، سونی ٹی۔وی۔ ان سب چینلوں کے ٹی وی سیریلز کے الگ چینل ہیں۔ جن میں تقریباً 24 گھنٹے ٹی وی سیریلز نشر ہوتے رہتے ہیں۔ بڑی تعداد میں ٹی۔وی۔سیریلز کے ادارکار اور دوسرے فن

کار بعد میں فلموں میں کام کرنے لگتے ہیں۔ اسی طرح فلموں کے بہت سے فن کار یا ہدایت کار وغیرہ ٹی۔وی۔ سیریلز میں کام کرنے لگتے ہیں۔ اس سے بھی ٹی۔وی۔ سیریلز کی وقعت اور مقبولیت کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔ راماین اور مہا بھارت کے تو کئی اداکار بعد میں سیاست میں آکر انتخاب میں کامیاب ہوئے اور ممبر پارلیمنٹ بھی بنے۔

ٹی وی سیریلز میں فلموں کی طرح انسانی زندگی کے تمام دکھ درد اور تمام رنگارنگی موجود ہوتی ہے۔ ٹی۔وی سیریلز کے کرداروں کے ساتھ پیش آنے والے تمام واقعات و جذبات کو انسان اپنے غموں اور خوشیوں کے ساتھ وابستہ کر کے دیکھتا ہے۔ ٹی۔وی سیریلز میں فلموں کے مقابلے زیادہ قریب سے نظر آتی ہے کیونکہ ٹی وی سیریلز میں زندگی کو زیادہ تفصیل کے ساتھ پیش کیا جاتا ہے۔ اور فلموں کی طرح ٹی وی سیریلز میں ہیر و پرستی نہیں ہوتی ہے جس کا ہیر و تمام صفات سے پر ہوتا ہے۔ البتہ اس میں انسانی کمزوریاں کم نظر آتی ہیں۔ ٹی وی سیریلز میں زندگی زیادہ حقیقی ہوتی ہے۔ فلموں کے مقابلے ٹی وی سیریلز میں عام طور پر اس طرح کے واقعے اور مناظر نہیں ہوتے ہیں کہ جن کو گھر والوں کے ساتھ دیکھنے میں شرمندگی محسوس ہو۔ یہی سب وجوہات ہیں کہ ٹی۔وی۔ سیریلز ٹیلی ویژن کے مقبول ترین پروگراموں میں سے ایک ہیں۔

#### 4.3.14 فلمی پروگرام

فلمی پروگرام بھی ٹیلی ویژن کے مقبول ترین پروگراموں میں سے ایک ہے۔ کئی ایسے چینل ہیں جو صرف فلمی پروگرام ہی پیش کرتے ہیں۔ تکنیکی طور پر فلم ٹیلی ویژن سے اس لحاظ سے مختلف ہے کہ فلم اور ٹیلی ویژن کی ریل مختلف ہوتی ہے۔ فلم کی ریل بڑے بڑے پردے کے لیے ہوتی ہے اسے فلمی ریل یا ٹیپ کہتے ہیں۔ جب کہ ٹیلی ویژن کا پردہ چھوٹا ہوتا ہے اس کی ریل یا ٹیپ کو ویڈیو ٹیپ کہتے ہیں۔ فلم کی ریل پہلے ٹکیٹو تیار ہوتی ہیں پھر لیب میں اس کے ٹکیٹو سے پاز ٹیٹو تیار کیے جاتے ہیں۔ جب کہ ویڈیو ٹیپ براہ راست پاز ٹیٹو ہی تیار کیے جاتے ہیں۔ جب کہ ویڈیو ٹیپ براہ راست پاز ٹیٹو ہی تیار ہوتے ہیں۔ فلم میں ٹیلی ویژن کے مقابلے لمبے شارٹ Long Shot کے لیے زیادہ گنجائش رہتی ہے کیونکہ ٹیلی ویژن کا پردہ چھوٹا ہونے کی وجہ سے لمبے شارٹ میں صاف نظر نہیں آتا ہے۔ ٹیلی ویژن پر جو فلمی پروگرام نشر ہوتے ہیں وہ شوٹ تو فلم پر ہی ہوتے ہیں۔ ٹیلی ویژن پر دکھانے کے لیے انھیں بعد میں ویڈیو ٹیپ پر منتقل کیا جاتا ہے تبھی وہ ٹیلی ویژن پر نشر کیے جاسکتے ہیں۔ ٹیلی ویژن پر فلمی پروگرام دکھانے کی سب سے بڑی افادیت یہ ہے کہ انھیں ٹی۔وی۔ پر دکھانے کے لیے صرف فلم سے ویڈیو ٹیپ پر منتقل کرنا پڑتا ہے اور کچھ نہیں۔ اس لیے اس کے بنانے کی قیمت (Production Cost) تقریباً انہیں کے برابر ہوتی ہے۔ ٹیلی ویژن پر نشر ہونے والے فلمی پروگراموں کی درج ذیل تین قسمیں ہوتی ہیں۔

#### 1- فیچر فلمیں

فیچر فلمیں میں ایک پورا الگ موضوع ہے جس کی تفصیل میں جاننا یہاں بے محل ہوگا۔ یہاں ان فلموں کا ذکر محض ٹیلی ویژن پر دکھائے جانے کے حوالے سے ہے۔ ٹیلی ویژن پر دکھانے کے لیے فلم میں کوئی تبدیلی نہیں کی جاتی ہے بس اس فلمی ریل کو ویڈیو ٹیپ پر منتقل کرنا ہوتا ہے۔ ٹیلی ویژن پر فلم دیکھتے وقت حالات بہت تبدیل ہو جاتے ہیں اس لیے ٹیلی ویژن پر فلم دیکھنے میں وہ تاثیر باقی نہیں رہتی ہے جو تھیٹر میں جا کر فلم دیکھنے میں ہوتی ہے۔ ٹیلی ویژن پر فلم کے دوران بار بار اشتہار آتے ہیں جس سے ناظرین کو بہت الجھن ہوتی

ہے اور وہ انہماک باقی نہیں رہتا جو تھیٹر میں دیکھنے سے قائم ہوتا ہے۔ ٹیلی ویژن چونکہ گھر میں بیٹھ کر دیکھتے ہیں اکثر کسی نہ کسی گھریلو کام کی وجہ سے بھی توجہ ہٹانے پڑتی ہے۔

## 2- فلمی نغمے

فلموں کی طرح ان کے نغمے بھی تیار کیے جاتے ہیں۔ بعد میں انہیں ویڈیو ٹیپ پر منتقل کر کے انہیں دکھایا جاتا ہے۔ فلمی نغموں کو ٹیلی ویژن پر دکھانے کا ایک اچھا پہلو یہ ہے کہ فلمی نغمے میں نے تقریباً 4/5 منٹ کے ہوتے ہیں اور فلم کی کہانی جانے بغیر بھی انہیں دیکھا جا سکتا ہے۔ اس لیے نغموں میں انہماک ٹوٹنے کا مسئلہ نہیں آتا ہے۔ فلمی نغمے فلموں کے ساتھ تو آتے ہی ہیں مگر بے شمار ایسے پروگرام بھی ہیں جن میں صرف فلمی نغمے ہی نشر ہوتے ہیں۔ یہاں تک کہ کئی ایسے چینل ہے جن پر 24 گھنٹے صرف فلمی نغمے ہی آتے رہتے ہیں۔ فلمی نغموں کا تصور خالص ہندوستانی ہے باقی ملکوں کی فلموں میں نغمے نہیں ہوتے ہیں۔ البتہ پاکستانی فلموں میں، جن کا ہندوستانی فلموں سے گہرا تعلق رہا ہے، بھی نغمے ہوتے ہیں۔

ٹیلی ویژن پر دکھائے جانے والے فلمی نغموں میں ایک و باادھر کچھ برسوں سے پھیلی ہوئی ہے کہ پرانے فلمی نغموں کو (Remix) کر کے پھر سے تیار کیا جا رہا ہے۔ اس (Remix) میں اکثر نغموں کے گیت کو جوں کا توں رہنے دیا جاتا ہے، موسیقی کی دھن بنیادی طور پر وہی رہتی ہے البتہ ان میں کچھ آلات کم یا زیادہ کر دیے جاتے ہیں، اس (Remix) میں جو بڑی تبدیلی کی جاتی ہے وہ ان کے بصری پیکر (Visuals) میں کی جاتی ہے۔ بصری پیکر کو یکسر تبدیل کر دیا جاتا ہے۔ ان تبدیلیوں میں ایک یہ ہے کہ نئے بصری پیکر اب نہایت بے ہودہ اور نفسیاتی خواہشات کو بھڑکانے والے ہوتے ہیں۔ موسیقی میں جو تبدیلی کی جاتی ہے اس میں بھی اسی امر کو ملحوظ رکھا جاتا ہے۔ اگر ان نغموں کا اصل خالق ان نئے (Remix) کو دیکھ لے تو تبدیلیوں کی وجہ سے حیران رہ جائے۔

## 3- چھوٹی یا ستاویزی فلمیں (Short or Documentary Films)

کچھ فکشن اور غیر فکشن فلمیں بہت کم وقفے کی ہوتی ہیں انہیں چھوٹی فلم کہتے ہیں۔ غیر فکشن فلمیں دستاویزی فلمیں ہی ہوتی ہیں۔ دستاویزی فلموں کے اوپر تفصیل کے ساتھ ذکر کیا جا چکا ہے۔ یہ فلمیں فلمی ٹیپ اور ویڈیو ٹیپ دونوں پر شوٹ کی جاتی ہیں۔ کچھ لوگ جو اسے فلم کی ریل پر شوٹ کرتے ہیں وہ بھی اکثر بعد میں اسے ویڈیو ٹیپ پر منتقل کروا کے ٹیلی ویژن پر نشر کرواتے ہیں۔

## 4.3.15 تہذیبی پروگرام

ہر ملک یا قوم اپنی تہذیب کو فروغ دینے کی کوشش کرتی ہے۔ عوامی ذرائع ترسیل اس سلسلے میں بہت معاون ثابت ہوتے ہیں۔ ٹیلی ویژن اس سلسلے میں بہت موثر ترسیل کا کام انجام دے سکتا ہے۔ لیکن افسوس کا مقام یہ ہے کہ اس صارفی سماج میں اب ہماری تہذیب کے بہت کم پروگرام ہوتے ہیں اور ٹیلی ویژن پر مغربی تہذیب کے پروگرام بہت نشر ہوتے ہیں۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ عالم کاری کے نتیجے میں ملٹی میڈیا کمپنیوں کے لیے ہندوستان کی روایتی تہذیب راست نہیں آتی ہے۔ اس تہذیب میں اپنی بنائی ہوئی اشیاء کے بکنے کے اتنے امکان نہیں ہیں جتنا مغربی تہذیب میں۔ اس لیے مغربی کمپنیاں ایسے پروگراموں کے لیے اشتہار دیتی ہیں جن سے مغربی تہذیب یہاں

وسعت اختیار کر لے۔ خود ہندوستانی کمپنیوں کے لیے بھی یہی صورتحال معاون ہیں ہے اور وہ بھی ہندوستانی تہذیب کے فروغ سے زیادہ مغربی تہذیب کے فروغ کو پسند کرتی ہے۔ ایسے میں ہندوستانی تہذیب سے متعلق بہت کم پروگرام ٹیلی ویژن پر نشر ہوتے ہیں۔ لے دے کر ایک دور درشن ہی ہے جیسے ہندوستانی تہذیب کے فروغ کی تھوڑی بہت فکر رہتی ہے۔ بہت کم سہی لیکن ہندوستانی تہذیب کے کچھ پروگرام ابھی بھی دور درشن پر نشر ہوتے ہیں۔ نشر ہونے والے ان تہذیبی پروگراموں کو مندرجہ ذیل حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

#### 4.3.16 زبان و ادب کے پروگرام

آج کے صارفی سماج میں ادب کے لیے بہت کم گنجائش ہے۔ کیوں کہ ادب ہمیشہ سے اپنی فطرت میں صارفی سماج کا مخالف رہا ہے اسی لیے ادبی پروگراموں کے لیے اشتہار کا ملنا تقریباً ناممکن ہے۔ دور درشن ابھی بھی پورے طور پر کاروباری چینل نہیں ہے اس لیے اس پر کچھ ادبی پروگرام نشر ہوتے ہیں۔ لیکن ان پروگراموں کی مقدار بہت کم ہے بلکہ نہیں کے برابر ہے۔ ہفتے میں محض کچھ گھنٹے کے پروگرام ہوتے ہیں۔ البتہ کچھ عوامی ذوق کے مشاعرے اور اسی قسم کے کچھ دوسرے پروگرام کچھ دوسرے چینلوں پر بھی آتے ہیں جیسے E.TV اردو، سب ٹی۔ وی اور چین ٹی۔ وی وغیرہ پر بھی کچھ ادبی پروگرام آتے ہیں لیکن وہ سب سے زیادہ تر عوامی مذاق کے پروگرام ہوتے ہیں۔ سنجیدہ پروگرام بہت کم ہوتے ہیں۔

#### 4.3.17 موسیقی

موسیقی یوں تو ٹیلی ویژن پر نشر ہونے والے تقریباً ہر پروگرام کا ایک ضروری جز ہوتی ہے لیکن موسیقی کا استعمال پردے کے پیچھے سے ان پروگرام کے تاثر میں اضافہ کرنے کے لیے ہوتا ہے۔ خود موسیقی پر ان کی توجہ نہیں ہوتی ہے۔ اس موسیقی کا تعلق فن اور تہذیب سے نہیں کے برابر ہوتا ہے۔ ٹیلی ویژن پر موسیقی کے چار قسم کے پروگرام نشر ہوتے ہیں 1۔ کلاسیکل 2۔ لائٹ موسیقی 3۔ فوک موسیقی 4۔ میوزیکل ڈراما۔ موسیقی کے تمام پروگراموں کی ایک مشکل یہ ہے کہ موسیقی کا تعلق بنیادی طور پر سننے سے ہے جبکہ ٹیلی ویژن پر بصری پیکر Visual ضروری ہوتے ہیں۔ اس لیے ضروری ہوتا ہے کہ موسیقی کو مصور (Illustrate) کیا جائے اس کے لیے بہت مہارت کی ضرورت ہوتی ہے۔

اس کے ساتھ ساتھ موسیقی کے کچھ مسابقتی پروگرام بھی آتے رہے ہیں۔ جن میں کئی راؤنڈ ہوتے ہیں اور آخر میں کسی ایک کو بہترین گائیک گلوکار کا انعام ملتا تھا۔ یہ پروگرام بھی بہت مقبول رہے ہیں۔ انڈین آئیڈیل Indian Idol فیم گروکل (Fame Grukul) اور انٹاکشری بھی کچھ اسی سے ملتے جلتے پروگرام ہیں۔

#### 4.3.18 رقص

موسیقی کی طرح رقص بھی ایک ایسا فن ہے جس کا استعمال بہت سارے پروگراموں میں کیا جاتا ہے لیکن رقص کے ایسے پروگرام بہت کم ہے جن کا تعلق ہماری تہذیب و فن سے ہو۔ مغربی رقص کا فاشی پھیلانے میں اب جم کرا استعمال ہو رہا ہے جس کا ہندوستانی تہذیب پر بہت برا اثر پڑ رہا ہے۔ لیکن ان سب صورت حال کے باوجود رقص کے کچھ بہت عمدہ پروگرام بھی پیش کیے جاتے ہیں جن میں کلاسیکی

رقص سرفہرست ہے۔ اس کے علاوہ لوک رقص اور قبائلی رقص کا بھی تعلق ہماری تہذیب سے ہے۔ نیپلے اور اوپیرا اگرچہ غیر ملکی رقص لیکن ان کا استعمال اس طرح سے نہیں ہوتا جن کا مقصد فحاشی پھیلا نا ہو۔ نیپلے ہندوستانی تہذیب میں اب رچ بس گئے ہیں۔

فلمی نغموں پر رقص کے پروگرام ٹیلی ویژن پر بہت مقبول رہے ہیں جو مختلف اوقات پر پیش کیے جاتے رہے ہیں۔ بڑے بڑے فلمی ستاروں سے لے کر نوخیز رقص رقص کے پروگرام پیش کرتے ہیں۔ کچھ خاص پارٹیوں کے موقع پر بھی فلمی نغموں پر رقص بہت مقبول رہا ہے۔ مثال کے طور پر جب نئے سال کے پروگرام نشر ہوتے ہیں تو ان میں فلمی نغموں پر بہت سے معروف و مشہور رقص ارقا صائیں رقص پیش کرتے ہیں۔ اسی طرح فلم فیئر انعام کے پروگرام کے دوران بھی فلمی نغموں پر رقص کے کئی پروگرام پیش کیے جاتے ہیں۔

#### 4.3.19 مذہبی پروگرام

کسی بھی تہذیب میں مذہب کا کردار مرکزی ہوتا ہے، کیوں کہ مذہب محض ذوق و شوق کا نام نہیں بلکہ زندگی گزارنے کا ایک طریقہ ہے۔ اس لیے انسان کی زندگی ہر لمحے کسی نہ کسی طور پر مذہب سے متاثر ہوتی ہے۔ مذہب کی مناسبت سے ہی اس کی رسم و رواج بنتے ہیں، جشن و غم منائے جاتے ہیں، شادیاں بچتے ہیں۔ لیکن اس کا مطلب یہ ہرگز نہیں ہے کہ تہذیب مکمل طور پر مذہب پر مبنی نہیں ہوتی ہے۔ کسی قوم کی تہذیب مذہب کے علاوہ وہاں رسم و رواج، جغرافیہ، رہن سہن اور لباس وغیرہ سے بھی متاثر ہوتی ہے۔ ہندوستانی سماج میں بچوں کے مذہب کی جڑیں بہت مستحکم ہیں۔ اس لیے مذہبی پروگراموں کو دیکھنے کے لیے بہت سے ناظرین ہیں۔ اس لیے کمپنیاں انھیں اشتہار بھی دیتی ہیں۔ اس وقت کئی مذہبی چینل ہندوستان میں چل رہے ہیں۔ ”آستھا“ اور ”سنسکار“ جہاں ہندو مذہب کے ہیں۔ وہیں مسلمانوں کا Q.TV ہے جو نشر تو پاکستان سے ہوتا ہے لیکن بڑے پیمانے پر ہندوستان میں بھی دیکھا جاتا ہے۔ اسی طرح پنجابی اور جین ٹی۔ وی بھی ہیں جو پورے طور پر مذہبی چینل نہ سہی لیکن ان پر بھی بڑی تعداد میں مذہبی پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔



#### 4.3.20 مقابلے یا انعام کے پروگرام

ٹیلی ویژن پر اس قسم کے بہت سے پروگرام نشر ہو رہے ہیں جن میں کچھ عام معلومات (General Knowledge) کے سوال پوچھے جاتے ہیں اور ان سوالوں کے صحیح جواب دینے پر بڑی بڑی رقمیں انعام کے طور پر ملتی ہیں۔ اس قسم کے پروگراموں کا آغاز اسکولی بچوں میں عام معلومات کے مقابلے سے ہوا تھا۔ اس قسم کے پروگراموں سے طالب علموں کی حوصلہ افزائی ہوتی تھی ان کی معلومات میں اضافہ ہوتا تھا اور وہ پڑھنے کی طرف راغب ہوتے تھے۔ بعد میں امریکی ٹیلی ویژن کی نقل میں ہندوستان میں بھی بہت سے اس قسم کے پروگرام نشر ہونے لگے۔ اس قسم کے پروگراموں میں انقلاب اس وقت آ گیا جب 2000ء میں ایٹا بھ بچن اسی قسم کے ایک پروگرام ”کون بنے گا کروڑ پتی“ کے میزبان (Host) بن کر آئے بعد میں پروگرام کی میزبانی شاہ رخ خان نے کی۔ کون بنے گا کروڑ پتی نے مقبولیت کے سارے ریکارڈ توڑ دیے۔ اسی سے متاثر ہو کر مختلف چینلوں نے کچھ اور ٹیلی ویژن پروگرام شروع کیے۔ جیسے: ”سوال دس کروڑ کا“، ”چھپر پھاڑ کے“ وغیرہ ان پروگراموں نے پورے معاشرے میں ایک عجیب قسم کی ہلچل پیدا کر دی اور لوگ راتوں رات کروڑ پتی بننے کے خواب دیکھنے لگے۔

#### 4.3.21 فیشن پر مبنی پروگرام

فیشن کے پروگرام کے لیے ایف ٹی وی F-TV کا ایک الگ چینل ہے جو ہر وقت فیشن شو دکھاتا رہتا ہے۔ کبھی کبھی اور چینل بھی فیشن شو دکھاتے ہیں۔ فیشن کے پروگرام میں نئی نئی ڈیزائنوں کے کپڑوں کی نمائش کی جاتی ہے۔ یہ ڈیزائنیں خواتین و مرد ماڈل پہنتے ہیں اور اسٹیج پر مارچ کرتے ہوئے یا مہکتے ہوئے آتے ہیں اور پھر اسی طرح واپس چلے جاتے ہیں۔ اس کے جانے کے بعد دوسرا ماڈل پہنتے ہیں اور اسٹیج پر مارچ کرتے ہوئے یا مہکتے ہوئے آتے ہیں اور پھر اسی طرح واپس چلا جاتا ہے۔ فیشن کے نمائش پروگرام میں باقی کچھ خاص نہیں ہوتا۔

#### 4.3.22 اسپورٹس

کھیل کود ہماری زندگی کا ایک لازمی حصہ ہیں۔ کھیل کود کی سب سے بڑی افادیت یہ ہے کہ وہ صحت کے لیے مفید ہوتے ہیں۔ بدن میں چستی پھرتی بنی رہتی ہے۔ انسان قاعدے قانون میں رہ کر کام کرنا سیکھتا ہے۔ لیکن یہ سارے فائدے سے خود کھیلنے سے ہیں ٹیلی ویژن پر میچ دیکھنے سے نہیں، پھر کیا وجہ ہے کہ اتنی بڑی تعداد میں لوگ دیوانگی کی حد تک میچ دیکھنے کے لیے بے چین رہتے ہیں؟ اس وقت کئی چینل تو محض میچ دکھاتے ہیں اور کچھ نہیں۔ مثال کے طور پر ٹین اسپورٹس (Ten Sports)، اسٹار اسپورٹس (Star Sports) اور درشن اسپورٹس DD Sports وغیرہ۔

اپنی برتری کو ثابت کرنا انسانی فطرت میں شامل ہے۔ کھیل کود میں کچھ ایسا ہی محسوس ہوتا ہے۔ لوگ اپنی زندگی کی بے شمار ناکامیوں کو کھیل میں کامیاب دیکھ کر دیکھ مطمئن ہو جاتے ہیں اور اپنے درد و غم بھول جاتے ہیں۔ ہمارے معاشرے میں کھیل کود کے تئیں اتنی دلچسپی پیدا کرنے میں میڈیا نے بھی بڑا اہم رول ادا کیا ہے۔

#### 4.3.23 اشتہار

اشتہار کا الگ سے کوئی پروگرام نہیں ہوتا لیکن اشتہار ٹیلی ویژن کے تقریباً تمام پروگراموں کا ایک لازمی جز ہوتے ہیں۔ جو کسی پروگرام سے پہلے بعد میں اور پروگرام کے درمیان نشر ہوتے ہیں۔ ٹیلی ویژن چونکہ عوامی ذرائع ترسیل کا سب سے طاقتور ذریعہ ہے اس لیے ہر کوئی چاہے وہ پرائیویٹ کمپنی ہو، کوئی حکومت، کوئی ادارہ ہو، یا فرد ہو اپنی بات کو عوام کی ایک بڑی تعداد تک پہنچانے کے لیے ٹیلی ویژن پر اشتہار کا سہارا لیتا ہے۔ ٹیلی ویژن ایک مہنگا میڈیم ہے۔ اس کے لیے کافی مالیہ درکار ہوتا ہے جبکہ ٹیلی ویژن چینل کے آمدنی کا اہم ذریعہ اشتہار ہی ہوتے ہیں۔ یہ اشتہار پرائیویٹ کمپنیوں کے نہیں ہوتے ہیں یہ سرکاری پالیسی اور سماجی ترقی کی بھی ہوتے ہیں۔ ایسے اشتہارات اکثر حکومت کی طرف سے جاری کیے جاتے ہیں۔

اشتہار کا سب سے بڑا واحد ذریعہ نجی کمپنیاں ہیں جو اپنی اشیاء کو سب سے بہترین ہونے کا دعویٰ پیش کرتی ہیں۔ اشتہار اس خوب صورتی سے تیار کیے جاتے ہیں کہ ان کے بیشتر دعویٰ غلط بھی ہوں تو وہ اشیاء لوگوں کے ذہنوں میں دھیرے دھیرے گھر کر لیتی ہیں۔ اشتہار کا وقت بہت کم ہوتا ہے اکثر 10، 20 یا 30 سیکنڈ کے ہوتے ہیں اتنے کم وقت کے اشتہار کی نشریات کے کئی کئی لاکھ روپے آ کر

پڑتے ہیں۔ اس لیے سب سے بہترین تخلیقی ذہن اشتہار بنانے میں کارفرما ہوتے ہیں اور ہر شعبے کے ماہرین ان اشتہاروں میں کام کرتے ہیں۔ اشتہاروں کا ایک منفی پہلو یہ ہے کہ انہوں نے زندگی کی ضروریات کو اتنا بڑھا دیا ہے کہ انسان ان چیزوں کو حاصل کرنے کے لیے کسی بھی جائز یا ناجائز طریقے کو اپنارہا ہے جس سے سماج میں بہت سی برائیاں پھیل رہی ہیں۔

ٹیلی ویژن پر اشتہار کی حیثیت کو ایک لطیفہ کے ذریعے بہت بہتر سے سمجھا جاسکتا ہے۔ دو دوست بہت دنوں بعد ملتے ہیں۔ پہلا دوسرے سے اس کے بیٹوں کے بارے میں پوچھتا ہے۔ وہ بتاتا ہے کہ میرا ایک بیٹا ایم۔ اے پاس ہے اور دوسرے نے بی۔ ایس۔ سی کیا ہے لیکن تیسرے کا پڑھائی میں دل نہیں لگا اور وہ ایک نائی کی دکان چلاتا ہے۔ یہ سن کر دوست کہتا ہے کہ تمہارا تیسرا لڑکا تو بہت نالائق نکل گیا ایسے لڑکے کو تو گھر سے نکال دینا چاہیے۔ اس پر دوست نے کہا آپ بالکل صحیح فرماتے تھے لیکن کیا کروں وہ پڑھے لکھے تو بے روزگار ہیں گھر کا خرچ تو نائی کی دکان والا لڑکا ہی چلاتا ہے۔ ایسے میں اس کو گھر سے کیسے نکال سکتا ہو؟ یہی صورت حال اشتہاروں کی ہے۔ اشتہار ٹیلی ویژن کا سب سے نالائق بیٹا ہے۔ لیکن ٹیلی ویژن کی آمدنی اشتہاروں سے ہی ہوتی ہے۔

#### 4.4 اکتسابی نتائج

ریڈیو جیسے کہ پہلے کہا گیا ہے کہ انتہائی طاقتور میڈیم ہے۔ ریڈیو کی ایجاد سے پہلے خبریں اور معلومات تحریری شکل میں لوگوں تک پہنچ چکے تھے۔ لیکن تحریر، زرائع و ابلاغ (Print Media) سے صرف وہی لوگ فیض یاب ہوتے تھے جو خواندہ یا تعلیم یافتہ ہوتے تھے اور پھر تعلیم یافتہ لوگوں کی بھی کئی سطحیں ہوتی تھیں اور ہوتی ہیں لیکن ریڈیو کے ذریعے جو چیزیں پیش کی جاتی ہے ان سے ہر شخص مستفید ہوتا ہے۔ سب سے اہم بات یہ کہ خبروں کی حد تک ریڈیو اخبارات کے مقابلے میں بہت جلد عوام کو صورتحال سے باخبر کر دیتا ہے۔ یعنی واقعے کے تھوڑی دیر بعد ہی پورے ملک بلکہ پوری دنیا کو ریڈیو کے ذریعے آگاہی ہو جاتی ہے۔ جب کہ اخباروں میں یہ خبر دوسرے دن شائع ہو گی۔ پھر ریڈیو کے ذریعے عوامی مسائل کو بڑے بھرپور انداز میں پیش کیا جاسکتا ہے اور اس طرح عوام میں بیداری لائی جاسکتی ہے۔ ہم اس بات کو فراموش نہیں کر سکتے کہ خاندانی بہبود، صحت عامہ کی سہولیات کی بگڑتی ہوئی صورت حال اور اس طرح کے دوسرے مسائل کے بارے میں ریڈیو عوام میں بیداری لانے کا بہت بڑا مسئلہ بنا ہے۔ ان سب کی سب سے بڑی وجہ یہ ہے کہ عام آدمی ریڈیو سے بہت زیادہ جڑ گیا ہے۔ گھر کے علاوہ کھیت کھلیان میں بھی ریڈیو انسان کا رفیق ہے۔ سامع اپنا کام کرنے کے ساتھ ساتھ ریڈیو پروگرام بھی سنتا رہتا ہے۔ جبکہ ٹیلی ویژن میں یہ ممکن نہیں ہے۔ خبروں کے علاوہ دلچسپی کی دوسری چیزیں بھی سننے کو ملتی ہیں جن میں تفریحی پروگرام بھی شامل ہیں۔

ٹیلی ویژن پروگراموں کی نوعیت میں بہت انفرادیت اور رنگارنگی ہے۔ ٹیلی ویژن پر بنیادی طور پر چار قسم کے پروگرام ہوتے ہیں۔ ایک وہ جو معلوماتی اور فکری ہوتے ہیں۔ اس طرح کے پروگرام میں خبریں حالات حاضرہ پر مباحثے، دستاویزی فلمیں، ماحولیاتی پروگرام، تعلیمی پروگرام، بچوں کے پروگرام اور خواتین کے پروگرام شامل ہیں۔ یہ پروگرام جہاں ایک طرف ناظرین کے علم میں اضافہ کرتے ہیں وہیں دوسری طرف ان کی فکری گہرائی بھی کھلتی ہیں اور ان کی فکر کا دائرہ وسیع ہوتا ہے۔ دوسری قسم ان پروگراموں کی ہے جو بنیادی طور پر تفریح اور تہذیب کے ہیں۔ اس نوعیت کے پروگراموں میں ٹیلی ڈراما، ٹیلی فلم، ٹی وی سیریلز، فلمی پروگرام، تہذیبی پروگرام،



مذہبی پروگرام مقابلے اور انعام کے پروگرام اور فیشن پر مبنی پروگرام شامل ہیں۔ تیسری قسم کھیل کود کے پروگراموں کی ہے جو مختلف میچوں کی لائیو کا منٹری Live Commentry پر مبنی ہوتے ہیں۔ ظاہر ہے کہ ان سے فکر و علم میں کوئی خاص اضافہ نہیں ہوتا اور نہ تو تہذیب سے کچھ خاص تعلق ہے۔ البتہ تفریح ہی ان پروگرام کا مقصد ہوتا ہے۔ ٹیلی ویژن کے پروگراموں چوتھی قسم اشتہاروں کی ہے۔ ظاہر ہے اشتہاروں کی نوعیت ٹیلی ویژن پر باقی پروگراموں سے بالکل مختلف ہے۔ اشتہار کا اپنا کوئی پروگرام نہیں ہوتا ہے بلکہ وہ تمام پروگراموں کے دوران نشر ہوتے ہیں۔

ٹیلی ویژن پر خبریں، فلمی پروگرام، کھیل کود اور ٹی وی سیریلز سب سے زیادہ دیکھے جاتے ہیں۔ ان چاروں میں مقبولیت کی درجہ بندی کا کام آسان نہیں ہے اور حتمی فیصلہ کرنا تو تقریباً ناممکن ہے لیکن اس میں شبہ نہیں کہ یہ چاروں پروگرام دوسرے پروگراموں کے مقابلے میں زیادہ دیکھے جاتے ہیں۔ اس طرح سے آپ کو معلوم ہوا کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن اطلاعات، تعلیم اور تفریح مہیا کرنے کا اہم ذریعہ ہے۔



#### 4.5 فرہنگ

پیش کرنے والا	:	Presenter پرزنتیر
وہ پروگرام جو براہ راست نشر کیے جاتے ہیں جو کچھ آپ دیکھ اور سن رہے ہیں وہ اسی وقت سیدھے آپ تک پہنچاتا ہے	:	Live Programme
وہ پروگرام جن کی صدا بندی اور ایڈیٹنگ پہلے سے کر لی جاتی ہے۔	:	ریکارڈڈ پروگرام
دستاویزی فیچر	:	ڈاکمنٹری
ایسے پروگرام جن میں براہ راست ویڈیو کے اسٹوڈیو اور سامعین سے رابطہ قائم ہو جاتا ہے۔	:	فون ان پروگرام
سامع	:	لسنر Listener
مباحثہ	:	ڈسکشن Discussion
ریڈیائی تقریر	:	تقریر Talk
اسکولی بچوں کے لیے تعلیمی پروگرام	:	اسکول براڈ کاسٹ
خبر نامہ	:	بلیٹن
خبر پڑھنے والا	:	نیوز ریڈر
پہنچانا، بھیجنا	:	ابلاغ
اوپر چڑھنا، ترقی	:	ارتقاء
فرض کیا گیا	:	مفروضہ

انہماک	:	مصروفیت
روداد	:	وہ تحریر جس میں کاروائی درج ہو
منطق	:	وہ علم جو عقلی دلائل سے حق و ناحق میں تمیز کر دیتا ہے، علم دلائل
اپنی سوڈ	:	قسط، سلسلہ، واقعہ
نشریات	:	ریڈیو اور ٹی وی کے پروگرام
تخیل	:	تصور، خیال
ترسیل	:	روانہ کرنا، ارسال کرنا
بصری پیکر	:	جو نظر آتا ہے مراد Visual

#### 4.6 نمونہ امتحانی سوالات

#### معروضی جوابات کے حامل سوالات

- 1- آل انڈیا ریڈیو پر بیرونی نشریات کب اور کس زبان میں شروع ہوئیں؟
- 2- آل انڈیا ریڈیو میں علاقائی خبروں کا یونٹ کب قائم کیا گیا؟
- 3- دوسرے ممالک سے تعلق رکھنے والے دو ایسے ریڈیو اسٹیشن کے نام لکھیے جن کے اردو اور ہندوی میں نشر ہونے والے پروگرام ہندوستان میں بہت مقبول ہیں؟
- 4- ہندوستان میں ایکشن براڈ کاسٹ کی شروعات کس سن میں ہوئی؟
- 5- ریڈیو رام میں غم اور خوشی کے ماحول کو کس طرح ابھارا جاتا ہے؟
- 6- مدعو سامعین کے سامنے پیش کیے جانے والے ریڈیو کے موسیقی کے پروگرام کیا کہلاتے ہیں؟
- 7- آل انڈیا ریڈیو سے جن فنکاروں کی موسیقی سنائی جاتی ہے ان کی آواز کی جانچ کس مرکزی کمیٹی کی ذمہ داری ہے؟
- 8- ریڈیو پروفون ان پروگرام (Phone-in-programme) کی کامیابی یا ناکامی کا دارومدار میزبان کی ذاتی صلاحیت پر ہوتا ہے۔ صحیح یا غلط؟
- 9- ریڈیا پرنشر ہونے والے کمرشیل پروگرام کا کیا مقصد ہوتا ہے؟
- 10- آکاش وانی پر کھیت اور گھر کی نشریات کا آغاز کس سن میں ہوا؟ جنوب کے کسانوں نے اس کو کیا نام دیا؟

#### مختصر جوابات کے حامل سوالات

- 1- فون ان پروگرام پر ایک نوٹ لکھیے۔
- 2- دستاویزی اور فمچر فلم کا فرق واضح کیجیے۔

3- ٹیلی ویژن کے ثقافتی اور مذہبی پروگراموں کا جائزہ لیجیے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

- 1- ریڈیو کے مختلف پروگرام کیا کیا ہیں؟ مختصر جائزہ لیجیے۔
- 2- خبریں ٹیلی ویژن کے مقبول ترین پروگراموں میں سے ایک ہے۔ اپنی رائے لکھیے۔
- 3- ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی اہمیت و افادیت پر روشنی ڈالیے۔

#### 4.7 مزید مطالعے کے لیے تجویز کردہ کتابیں

اُردو کتابیں:

- 1- ٹیلی ویژن نشریات (تاریخ-تحریر-تکنیک) انجم عثمانی 557 لکشمی بانئی نگر، دہلی
- 2- ٹیلی ویژن کی صحافت شکیل حسن شمسی 405 ٹیگور ہاسپٹل، منٹو روڈ، نئی دہلی
- 3- الیکٹرونک میڈیا کے نئے رجحانات طارق اقبال صدیقی نئی دہلی
- 4- عوامی ترسیل (مترجم عرفان صدیقی) آر۔ کے۔ چیٹر جی نیشنل بک ٹرسٹ، انڈیا، نئی دہلی
- 5- ابلاغیات ڈاکٹر شاہد حسین ایجوکیشنل پبلیشنگ ہاؤس، دہلی-02
- 6- عوامی ذرائع ابلاغ، ترسیل اور تعمیر و ترقی دیوندر اسر قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی
- 7- اردو ریڈیو اور ٹیلی ویژن میں ترسیل و ابلاغ کی زبان ڈاکٹر کمال احمد صدیقی قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی

ہندی کتابیں:

- 1- ٹیلی ویژن لکھن ٹیلی ویژن لکھن
- 2- کتھا پکھتھا منوجنڈاری وانی پرکاشن دریا گنج، نئی دہلی-02
- 3- جن سچا رام دھیموں کا ساما جک چتر ڈاکٹر جوری مل پارکھ انامکا پبلیشرس، دہلی-52
- 4- میڈیا اور ساہتیہ سدیش پچوری راج سویہ پرکاشن، نئی دہلی-53

English books:

1. *Mass Communication in India* Keval J.Kumar
2. *Radio production* Robert malish
3. *This is All India Radio* U.L. Luthra
4. *Broadcasting in India* P.C Chatterjee

## اکائی 5۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے سامعین و ناظرین کی قسمیں اور ہدف گروپس

اکائی کے اجزا	
تمہید	5.0
مقاصد	5.1
سامعین و ناظرین کی تعداد کے تعین کے طریقے	5.2
5.2.1 ڈائری سسٹم ریڈیو سامعین کی تعداد	
5.2.2 ٹیلی ویژن کے ناظرین کی تعداد کا تعین ڈائری اور میٹر سسٹم سے	
ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے آڈینس کی قسمیں	5.3
5.3.1 ملک کی آبادی	
ریڈیو کے سامعین کے لیے پروگرام	5.4
آل انڈیا ریڈیو کی نشریات	5.5
5.5.1 آل انڈیا ریڈیو کی نئی اختراع: ایف ایم ریڈیو	
ٹیلی ویژن کے ناظرین	5.6
ہدف گروپس	5.7
5.7.1 0 سال سے 14 سال گروپ	
5.7.2 15 سال سے 34 سال کا گروپ	
5.7.3 35 سال سے 64 سال کا گروپ	
5.7.4 65 سال اور اس سے زائد عمر کا گروپ	
اکتسابی نتائج	5.8
فرہنگ	5.9

نمونہ امتحانی سوالات	5.10
تجویز کردہ اکتسابی مواد	5.11

## 5.0 تمہید

ریڈیو اور ٹیلی ویژن لیکن اس لحاظ سے اپنی منفرد شناخت رکھتے ہیں کہ ان اداروں کو اپنے سامعین اور ناظرین کی تعداد معلوم کرنے کے لیے تحقیق و جستجو کرنی پڑتی ہے۔ یہ معاملہ دیگر تجارتی اداروں کے لیے نہایت آسان ہے۔ جیسے کہ اگر کوئی کارخانہ مصنوعات تیار کرتا ہے اور اسے فروخت کے لیے بازار میں پیش کرتا ہے تو اسے اس بات کا پتہ چل جاتا ہے کہ بازار میں ان مصنوعات کی خریداری کی تعداد کتنی ہے۔ اس طرح اخبار کے مالکین کو یہ معلوم کرنے میں زیادہ مشقت اٹھانی نہیں پڑتی ہے کہ ان کے اخبار کے خریدار کتنے ہیں۔ ایسے ادارے جو صرف اپنی خدمات بیچتے ہیں جیسے دواخانے وغیرہ انہیں بھی اپنے مریضوں کی صحیح تعداد کا علم ہو جاتا ہے۔ اس کے برخلاف ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے پروگرام بلا کسی معاوضے یا قلیل معاوضہ اور ناظرین تک پہنچائے جاتے ہیں اور بغیر تحقیق کے یہ معلوم کرنا مشکل ہو جاتا ہے کہ دراصل ان کی حقیقی تعداد کتنی ہے۔ تعداد کے تعین کے لیے انہیں سروے کرنا پڑتا ہے۔ تعداد کا تعین کر کے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ناظرین و سامعین کی زمرہ بندی کر سکتے ہیں۔

## 5.1 مقاصد

اس اکائی کو پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- ☆ ریڈیو کے سامعین کے بارے میں بتائیں۔
- ☆ سامعین کے لیے ریڈیو کس قسم کے پروگرام پیش کرتا ہے، اس پر روشنی ڈال سکیں۔
- ☆ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے سامعین اور ناظرین کی تعداد کا تعین کس طرح کیا جاتا ہے، بتائیں۔
- ☆ ٹیلی ویژن کے ناظرین کی زمرہ بندی کر سکیں۔
- ☆ ٹیلی ویژن اپنے ناظرین کے لیے کون سے پروگرام پیش کرتا ہے اس کی وضاحت کر سکیں۔
- ☆ ناظرین اور سامعین کی تعداد کا تعین کیوں ضروری ہے، بتائیں۔
- ☆ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ہدف گروپس کا کیا مطلب ہے، سمجھ سکیں۔

## 5.2 سامعین و ناظرین کی تعداد کے تعین کے طریقے

عموماً تعداد کا تعین دو طریقوں سے کیا جاتا ہے۔

- 1- ڈائری سسٹم Diary system
- 2- میٹر سسٹم Meter system

## 5.2.1 ڈائری سسٹم (Diary System): ریڈیو سامعین کی تعداد

1920ء میں ریڈیو ترقی یافتہ ممالک میں مقبول ہوا اور اسی کے ساتھ ہی سامعین کی تعداد معلوم کرنے کی جستجو شروع ہوئی۔ یہ کام آسان نہیں تھا۔ مختلف مغربی ممالک کی حکومتیں اس بات سے واقف تھیں کہ ان کے ملک میں کتنی ریڈیو سیٹس (Sets) ہیں۔ انہیں یہ جانکاری ریڈیو سیٹس فروخت کرنے والی ایجنسیاں یا تجارتی ادارے باہم پہنچاتے تھے یا پھر یہ معلومات حکومت کے اس جذبے سے مل جاتی تھیں جو شعبہ ریڈیو کے لائسنس اجراء کرتا تھا۔ ریڈیو سیٹس کی تعداد معلوم کرنے کے بعد یہ بھی معلوم کرنے کی کوشش کی گئی جس گھر میں ریڈیو ہے وہاں کتنے لوگ رہتے ہیں اور کون کون ریڈیو سے خبریں یا دیگر پروگرام سنتے ہیں۔ یہ بات واضح رہے کہ پہلے ریڈیو کے لیے لائسنس لینا پڑتا تھا۔

اس کام کے لیے کچھ گھروں کا انتخاب کیا گیا اور انہیں یہ بتایا گیا کہ وہ سامعین کے سروے کے کام میں تعاون کریں۔ دولت مند مغربی ممالک میں 30 فیصد مکانات اور ترقی پذیر ممالک میں 05 فیصد گھروں کو منتخب کیا گیا اور گھر کے ہر فرد کے لیے ایک ڈائری مختص کر دی گئی۔ عموماً ڈائری کی مدت ایک ہفتہ ہوتی تھی اور بعض صورتوں میں اس کی مدت کو بڑھا کر دو ہفتے بھی کر دی گئی۔

ڈائری میں جو تفصیلات لکھنا ہوتی تھیں وہ یوں تھیں

- 1- تاریخ
- 2- وقت۔ دن اور رات کے گھنٹوں کو چار حصوں میں تقسیم کر کے لکھا جاتا تھا۔ عموماً یہ کالم دو صفحوں تک پھیلا ہوا ہوتا تھا۔
- 3- پروگرام کا نام
- 4- پروگرام سننے والے کا نام
- 5- عمر

اس قسم کی ڈائریاں 1930ء سے 1932ء کے دوران ہالینڈ، امریکہ اور برطانیہ میں شروع کی گئیں۔ ان ڈائریوں کے معلومہ مواد کو اکٹھا کرنے کے بعد ریڈیو اسٹیشن کو سامعین کی تعداد کے علاوہ پروگراموں کی مقبولیت کا بھی اندازہ ہو جاتا تھا۔

اگرچہ کہ ڈائری سسٹم کی افادیت سے انکار نہیں کیا جاسکتا، مگر سروے کے اس طریقہ کار میں کچھ خامیاں بھی تھیں۔ مثلاً وہ لوگ جو ریڈیو رات دیر گئے سنتے تھے وہ دن بھر کی مشقت سے تھکے ہوئے ہوتے تھے اور ان کے لیے ڈائری کی خانہ پوری کٹھن مرحلہ ثابت ہوتی تھی۔ عموماً ایسے خانہ پُری کئے بغیر سو جاتے تھے۔ یہی حال دیگر کچھ لوگوں کا بھی تھا جو اپنی کاہلی کی وجہ سے ڈائری کے استعمال سے اجتناب کرتے تھے۔ یعنی ڈائری کا نظام لوگوں کی صوابدید پر موقوف تھا۔ ایسی صورت میں ریڈیو کے سامعین کی حقیقی تعداد کا تعین مشکل تھا۔

بی بی سی (British Broadcasting Corporation) کی نشریات دنیا کے ہر گوشے میں سنی جاتی تھیں۔ چنانچہ یہ ادارہ 1990ء تک ڈائری سسٹم ہی کے ذریعہ مختلف ممالک میں اپنے سامعین کی تعداد کا سروے کراتا رہا۔ ہندوستان میں آل انڈیا ریڈیو کے سامعین کے سروے کا کام دی آڈینس ریسرچ یونٹ (The Audience Research Unit) کرتی ہے۔ اس یونٹ کا صدر دفتر دہلی میں ہے اس کے علاوہ علاقائی آڈینس ریسرچ (Region Audience Research) کی چھ اکائیاں دہلی، ممبئی، کلکتہ، مدراس

شیلانگ اوالہ رآباد میں ہیں۔

اس یونٹ کی ابتدا 1946ء میں ہوئی۔

ان اکائیوں میں ہونے والی سرگرمیوں کا احوال یوں ہے۔

- ☆ کسی علاقے میں ریڈیو اسٹیشن شروع کرنے سے پہلے اس اسٹیشن کو سامعین کے بارے میں واقف کرانا
- ☆ پروگراموں کی قدر و قیمت کا تعین اور پروگرام بنانے والوں اور پالیسی سازوں کے رہنمایانہ خطوط وضع کرنا
- ☆ سامعین کی شبیہ پیش کرنا
- ☆ پروگراموں کی مقبولیت کی درجہ بندی کرنا
- ☆ آل انڈیا ریڈیو سے ہونے والی سرگرمیوں کا معلومہ مواد تیار کرنا

ان سرگرمیوں کو انجام دینے کی لیے جو طریقہ کار استعمال کیا جاتا ہے وہ سروے، مشاہدہ، صورتحال کا جائزہ، تجرباتی تحقیق، مندرجات کا تجزیہ اور ہر ہفتے پروگراموں کے تعلق سے لوگوں کے ردعمل کی جانچ مثال کے طور پر یہ یونٹ چار ایف ایم (FM) ریڈیو کے سامعین کا سروے کرتی ہے۔ نیشنل پروگراموں کے تعلق سے عوامی ردعمل کا ریکارڈ کرتی ہے اور (IGNOU (Indira Gandhi National Open University کے تحت اسباقی پروگراموں کا جائزہ لیتی ہے۔

(2) میٹر کا استعمال

میٹر Meter کا استعمال عموماً ریڈیو میں نہیں کیا جاتا۔

## 5.2.2 ٹیلی ویژن کے ناظرین کی تعداد کا تعین ڈائری اور میٹر سسٹم سے

ٹیلی ویژن کے ناظرین کی تعداد کا سروے بھی دو طریقوں سے کیا جاتا ہے۔ ڈائری اور میٹر۔ ڈائری سروے کے لیے بے ترتیب (Random) نمائندہ گھروں کا انتخاب کیا جاتا ہے اور پھر ان گھروں کے افراد سے انٹرویو لینے کے لیے عملے کو بھیجا جاتا ہے۔ اگر گھر کے افراد تعاون دینے کے لیے راضی ہو جاتے ہیں تو انہیں ڈائری دی جاتی ہے اور یہ بتا دیا جاتا ہے کہ ڈائری کی خانہ پری کس طرح کی جائے اس ڈائری کی مدت بھی ایک ہفتہ یا دو ہفتوں کے لیے ہوتی ہے۔

ریڈیو ڈائری اور ٹیلی ویژن کی ڈائری میں جو نمایاں فرق ہے وہ یہ ہے کہ ریڈیو ڈائری گھر کے افراد خاندان کو فی کس ایک عدد کے حساب سے دی جاتی ہے جبکہ ٹیلی ویژن ڈائری ہر گھر کے کئے صرف ایک ہوتی ہے۔ یعنی فی سیٹ ایک عدد ڈائری۔ ڈائری کو ٹیلی ویژن سیٹ پر رکھ دیا جاتا ہے اور جو بھی ٹیلی ویژن دیکھتا ہے وہ اس ڈائری کی خانہ پری کر دیتا ہے۔

دو صفحات پر مشتمل ڈائری میں ایک بڑا جدول ہوتا ہے۔ اس جدول کی قطار میں پندرہ منٹ کے فرق سے وقت لکھا جاتا ہے۔ جیسے 6 بجے - 6/15، 6/30، 6/45، 7 بجے۔ اور جدول کے مختلف کالموں میں ٹیلی ویژن چینلوں چینلوں کے نام لکھے جاتے ہیں۔ وہ لوگ جو ٹیلی ویژن دیکھتے ہیں وہ وقت اور کالم میں دیئے گئے چینلوں پر درست کا نشان ( ) لگاتے ہیں۔ اس طرح یہ معلوم کیا جاتا ہے کہ

کون سا چینل کتنی مدت کے لیے دیکھا گیا۔ اس کالم سے لگا ہوا ایک اور کالم ہوتا ہے جس میں دیکھنے والا اپنے نام کا پہلا حرف (Initial) لکھ دیتا ہے۔

ڈائری کے سرورق پر گھر کے افراد کی تفصیلات لکھ دی جاتی ہیں۔ جیسے (الف) مرد ہے، جس کی عمر 35 سال سے 44 سال کے درمیان ہے اور (ب) عورت ہے جو 25 سے 34 برس کی ہے۔ اگرچہ طریقہ کار آسان نظر آتا ہے مگر اس میں مشکل یوں ہے۔

☆ لوگ خلوص دل سے تعاون نہیں کرتے

کافی رات گئے ٹیلی ویژن دیکھنے والے عموماً چیائل دیکھتے ہیں جو عریاں مناظر پیش کرتے ہیں وہ ان چینالوں کا اندراج ڈائری میں دیگر افراد خاندان کے خوف سے نہیں کرتے۔ ڈائری کی اس خامی کی وجہ سے عبوری طور پر معلومہ مواد (Data) اکٹھا کرنے کے لیے ٹیلی فون یا پھر شخصی انٹرویو کا سہارا لیا گیا۔ مگر اس طریقہ کار میں پیش آنے والی مشکل یہ تھی کہ پروگراموں کے تعلق سے لوگوں کی یادداشت کمزور ہوتی ہے اور وہ کچھ ہی دنوں میں یہ بھول جاتے ہیں کہ انہوں نے کون کون سے پروگرام دیکھے تھے۔ اس کے علاوہ یہ طریقہ کار کی کفایتی بھی نہیں تھا، اس کے لیے خطیر سرمایہ درکار تھا۔ کیونکہ دیہی علاقوں میں بسنے والے لوگوں سے ٹیلی فون پر رابطہ قائم کرنے میں کافی اخراجات آجاتے ہیں۔

☆ میٹر کے ذریعے ٹیلی ویژن کے ناظرین کی تعداد

ڈائری کے سروے کے برخلاف، میٹر (Meter) سے کیا جانے والا سروے مہینوں تک چلتا ہے۔ اس سروے کی مدت کم سے کم چھ ماہ سے دو سال کی ہوتی ہے۔ میٹر کی تنصیب کے لیے رضا کاروں کو لالچ دیا جاتا ہے جیسے کہ ایک یا دو سال تک ٹیلی ویژن کی دیکھ بھال مفت وغیرہ اور جب کوئی رضا کار تعاون کے لیے راضی ہو جاتا ہے تو اس گھر ٹیکنیشن (Technician) بھیجا جاتا ہے جو میٹر کے تاروں کو ٹیلی ویژن سے جوڑ دیتا ہے اور جیسے ہی ٹیلی ویژن آن کیا جاتا ہے۔ میٹر اپنا کام شروع کر دیتا ہے اور وہ ساری تفصیلات نوٹ کر لیتا ہے جو ڈائری سسٹم میں دی گئی ہیں۔ کمپیوٹر کے ایک خاص سافٹ ویئر کے ذریعے میٹر کو کمپیوٹر سے جوڑ دیا جاتا ہے۔ معلومہ مواد اکٹھا کرنے کے لیے کمپیوٹر پر میٹر کے نمبر فیڈ کئے جاتے ہیں اور میٹر دیکھے گئے سارے پروگراموں کی تفصیل کمپیوٹر کو بھیج دیتا ہے یہ معلومات یوں ہوتی ہیں۔

☆ چینل کا نمبر

☆ شروع ہونے کا وقت

☆ بند ہونے کا وقت

تمام نمائندہ گھروں (اکثر شہر میں 300 سے 400 گھر) سے معلومہ مواد اکٹھا کر کے کمپیوٹر چینالوں کو دیکھے جانے کے اوسط وقت کے ساتھ ساتھ گھروں کی اوسط تعداد بھی نکالتا ہے اور ان ساری معلومات تشہیر سے متعلق ایجنسیوں ٹی وی چینل کے مالکوں کو فیا کس یا ایمیل کے ذریعے بھیج دیا جاتا ہے۔



بعض ممالک میں اس قسم کے معلومات کے حصول کے لیے Meters کے بجائے People Meters لگائے جاتے ہیں اور گھر میں بسنے والے تمام افراد کو اس بات کا پابند بنایا جاتا ہے کہ وہ ٹی وی دیکھتے ہوئے حاضر رہنے کا ثبوت بہم پہنچائیں۔ People Meter دراصل ایک قسم کا آلہ ہے جس پر 8 روشنیاں چمکتی رہتی ہیں ان روشنیوں کو ایک سے 8 کے نمبر دیئے جاتے ہیں۔ اس میٹر کا ایک ریموٹ کنٹرول ہوتا ہے جس پر ایک سے 8 نمبر کے بٹن ہوتے ہیں۔

گھر کے ہر فرد کو ایک نمبر الاٹ کر دیا جاتا ہے جب ٹیلی ویژن آن کیا جاتا ہے تو ہر آدمی اس سے متعلق نمبر والے بٹن کو دبا دیتا ہے۔ مثلاً ایک نمبر والا بٹن دبا دیا گیا تو یہ میٹر یہ بتاتا ہے کہ پروگرام دیکھنے والا 35 سے 44 سال درمیانی عمر والا مرد ہے۔ سیٹ پر تنصیب کردہ میٹر خود کار ہوتا ہے جبکہ People Meter ناظرین کا تعاون کا مرہون منت ہوتا ہے۔

اس بات سے واقف ہو جانے کے بعد کہ سامعین اور ناظرین کی تعداد کا تعین کن کن طریقوں سے کیا جاتا ہے، اب ہم ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے Audience قسمیں معلوم کریں گے۔

### 5.3 ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی آڈینس کی قسمیں

ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے سامعین اور ناظرین کی قسموں کا انحصار بڑی حد تک ملک کی آبادی پر ہوتا ہے۔ اسی لیے ہمیں آڈینس Audience کی قسمیں جاننے کے لیے جن باتوں کا جائزہ لینا ہوگا وہ یہ ہیں:

☆ ملک کی آبادی

☆ ملک کی آبادی میں مختلف عمروں کے لوگوں کا تناسب

☆ ملک میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے اسٹیشنوں کی تعداد

☆ ریڈیو اور ٹیلی ویژن سیٹس (Sets) کی جملہ تعداد

☆ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے (Audience) میں مردوں، عورتوں اور بچوں کا تناسب

#### 5.3.1 ملک کی آبادی

مندرجہ ذیل جدول مختلف سالوں میں پائی جانے والی ملک کی آبادی کے بارے میں بتاتا ہے۔

سال	آبادی
1960	443,000,000
1970	553,000,000
1980	684,000,000
1990	838,141,000
2000	1,004,59,054

1,095,054,669	2005
1,29,866,154	2007
1,184,000,000	2010

آبادی کا سرسری جائزہ لینے کے بعد ہم یہ دیکھیں گے کہ اس آبادی میں مختلف عمروں کے افراد کا تناسب کیا ہے۔

☆	صفر سے 14 سال تک کا فیصد	30.8	-	(بشمول لڑکے اور لڑکیاں)
☆	15 سال سے 64 سال تک فیصد	64.3	-	(بشمول مرد و خواتین)
☆	65 سال اور اس سے زائد کا فیصد	4.9	-	(بشمول مرد اور خواتین)

ریڈیو کے افسران بالا یا مشہور کمپنیوں کے حکام (تشریح کا مقصد کے تحت) جب اپنے پروگرام بناتے ہیں ان کے پیش نظر بلحاظ آبادی بچوں اور عورتوں مردوں کی تعداد اور ان کی عمروں کا واضح خاکہ کا ہوتا ہے اس کے ساتھ ساتھ وہ اس بات پر بھی غور کرتے ہیں کہ آبادی کے تناسب سے ملک میں ریڈیو کتنے ہیں اور ٹیلی ویژن سٹیٹس کی تعداد کیا ہے۔

1,29,886,154	.....	ہندوستان کی آبادی
312	.....	ملک میں ریڈیو اسٹیشنوں کی تعداد
116,000,000	.....	ریڈیو سٹیٹس کی تعداد
112.6 عدد	.....	ایک ہزار افراد میں ریڈیو سٹیٹس
562	.....	ایک ہزار افراد میں ریڈیو سٹیٹس
63,000,000	.....	ٹیلی ویژن سٹیٹس کی جملہ تعداد
61.2	.....	ایک ہزار لوگوں میں ٹیلی ویژن سٹیٹس

ان سارے اعداد و شمار کو پیش نظر رکھ کر ہی پروگرام تیار کیے جاتے ہیں۔ حکومت کی طرف سے چلائے جانے والے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے پروگرام اس مقصد کے تحت بنائے جاتے ہیں کہ لوگ دنیا کے حالات سے واقف ہوتے ہوئے تفریح کا بھی لطف لیں اور دنیا سے ہم آہنگ ہونے کے لیے ان باتوں کو بھی اپنائیں جو کسی ملک کی مجموعی ترقی کے لیے ناگزیر ہوتی ہے۔ وہ ریڈیو یا ٹیلی ویژن اسٹیشن جنہیں نجی کاروباری ادارے چلاتے ہیں ان کا مقصد خبروں کو پیش کرنے کے ساتھ ساتھ تفریحی ہوتا ہے۔ خیال ہیکہ پروگراموں کی تشکیل میں وہ عوامی پسند یا ناپسند کا خاص خیال رکھتے ہیں کیونکہ اس مسابقتی دور میں اگر وہ پیچھے رہ جاتے ہیں تو انہیں خسارے کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

#### 5.4 ریڈیو کے سامعین کے لیے پروگرام

ریڈیو کے پروگراموں کو دو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے

الف۔ ایسے پروگرام جن میں الفاظ کا استعمال بول چال کے طریقے سے کیا جاتا ہے جسے انگریزی میں

(Spoken Words Programmes) کہا جاتا ہے، جیسے خبریں، فیچر، خبرنامہ، ڈرامے، انٹرویو، ٹاک شو، آنکھوں دیکھا حال وغیرہ وغیرہ۔

ب۔ موسیقی: اس میں کلاسیکل اور لائٹ میوزک (غزل، فلمی گیت وغیرہ) شامل ہیں۔ ریڈیو جن لوگوں کے لیے اپنے پروگرام نشر کرتا ہے ان میں شامل ہیں۔

- 1- بچے
- 2- خواتین
- 3- مرد
- 4- قبائلی
- 5- طالب علم
- 6- کسان
- 7- کارخانوں میں کام کرنے والے مزدور

ریڈیو نے یہ ثابت کر دیا ہے کہ ملک کی ترقی اور تعلیمی سرگرمیوں کی پیشرفت کے لیے ریڈیو سے بہتر اور مؤثر حل کوئی اور میڈیا نہیں ہے۔ اس کی دراصل وجہ یہ ہے کہ ریڈیو سماجی، معاشی اور تہذیبی مسائل کو موضوع بحث بنا کر پیش کرتا رہا ہے۔ جیسے صحت، زراعت، خاندانی منصوبہ بندی، تغذیہ، رسمی اور غیر رسمی تعلیم کے مسائل۔ ایک طرف جہاں ریڈیو سے ان سنجیدہ قسم کی سماجی مسائل کی پیشکش ہوتی رہی ہے تو دوسری طرف اسے تفریحی پروگرام بھی پیش کیے جاتے رہے ہیں اور یہ تفریحی پروگرام خاندان کے ہر فرد کے لیے ہوتے ہیں۔ جہاں تک دیہی علاقوں کا تعلق ہے وہاں 50 فیصد گھروں میں ریڈیو سٹیشن ہیں ان گھروں میں بسنے والے ریڈیو سے نشر ہونے والے پروگراموں سے استفادہ کرتے ہیں اور ان علاقوں میں زراعت سے متعلق پروگراموں کو نہایت توجہ اور خاص دلچسپی سے سنا جاتا ہے۔ اس سلسلے میں مقامی ریڈیو اسٹیشن بڑے کارآمد ثابت ہوتے ہیں کیونکہ یہ مقامی لوگوں کی مدد سے معلوماتی اور دلچسپ پروگرام پیش کرتے ہیں۔

ملک کے مختلف مقامات پر کئے گئے سروے اور سامعین کی تحقیقاتی رپورٹ سے اس بات کی تصدیق ہوتی ہے کہ لوگوں کی ایک کثیر تعداد ریڈیو کے پروگراموں سے محظوظ ہوتی ہے۔ سامعین کے لیے لکھے گئے بے شمار خطوط سے اس بات کا پتہ چلتا ہے کہ یہ لوگ بطور خاص دیوانی، فلمی نغمے اور دیہاتوں اور ان کی طرز زندگی کی عکاسی کرنے والے پروگراموں کو سنتے ہیں۔

ابلاغ کا ہر میڈیا اپنی ایک خاص شناخت رکھتا ہے اور اگر کسی میڈیا کی شناخت بن نہیں پاتی ہے تو اس کی مقبولیت برقرار نہیں رہتی۔ مدت مدید سے ریڈیو نے تعلیمی اور ملک کی ترقی کے میدان میں اپنی اہمیت کا ثبوت بہم پہنچایا ہے۔ اس کے برخلاف ٹیلی ویژن کو اس کی اپنی تفریحی نوعیت کی وجہ سے جانا جاتا ہے اور یہ سمجھا جاتا ہے کہ ٹیلی ویژن دراصل فلمی صنعت کی توسیع ہے حالانکہ یہ نظریہ درست نہیں ہے۔

## 5.5 آل انڈیا ریڈیو کی نشریات

اگر ہم آل انڈیا ریڈیو کا جائزہ لیں اور یہ دیکھیں کہ وہ اپنی سروس کن سامعین کے لیے پیش کرتا ہے تو ہمیں پتہ چلے گا کہ آل انڈیا ریڈیو اپنی سروس کے ذریعے ملک اور ملک سے باہر اپنے سامعین پر اثر انداز ہوتا ہے۔ ان سروس کی تفصیل یوں ہے۔

### 1- نیشنل سروس (National Service)

آل انڈیا ریڈیو قومی سطح پر سامعین کے لیے خبریں، نیوز ریلیس اسپاٹ لائٹ اور حالات حاضرہ کے پروگرام نشر کرتا ہے۔ اس کے علاوہ علاقائی اسٹیشنوں سے تیار کردہ موسیقی ڈرامے اور فیچر بھی نشر کیے جاتے ہیں۔ اس سروس کا سرکردہ افسر ڈائریکٹر جنرل ہوتا ہے۔ اس سروس سے اشتہارات بھی نشر کئے جاتے ہیں جس کی وجہ سے آل انڈیا ریڈیو کو خاطر خواہ آمدنی ہو جاتی ہے۔

### 2- علاقائی سروس (The Regional Service)

علاقائی سروس ان سامعین کے لیے پروگرام نشر کرتی ہیں جو ایک خاص لسانی اور تہذیبی پس منظر کا حامل ریاست ہوتی ہے۔ جیسے آندھرا پردیش میں تلگو، کرناٹک میں کنڑی، پنجاب میں پنجابی اور گجرات میں گجراتی زبان کے پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔ ان ہی علاقائی اسٹیشنوں سے وقتاً فوقتاً نیشنل سروس سے نشر ہونے والے خبروں اور موسیقی کے پروگرام بھی ریلے Relay کیے جاتے ہیں۔ علاقائی اسٹیشن سے نشر ہونے والے پروگراموں کے سامعین بچے، مرد و خواتین، مزدور اور کسان ہوتے ہیں۔

1995ء میں کئے گئے سروے کے مطابق آل انڈیا ریڈیو کے 105 علاقائی اسٹیشن ہیں یعنی ملک کی ہر ریاست میں اوسطاً چار سے پانچ اسٹیشن ہیں۔ کچھ ریاستوں میں ان اسٹیشنوں کی تعداد زیادہ بھی ہے جیسے مدھیہ پردیش میں گیارہ 11، اتر پردیش میں آندھرا پردیش میں 10 آندھرا پردیش، راجستھان، کرناٹک اور مہاراشٹر میں ان اسٹیشنوں کی تعداد (8) فی ریاست ہیں۔

### 3- مقامی سروس (Local Service)

حالیہ سالوں میں ملک کے مختلف علاقوں میں مقامی ریڈیو اسٹیشن قائم کیے گئے ہیں۔ خیال ہے کہ 1992ء تک (73) ضلعوں میں 500 سے زائد اسٹیشن بنائے گئے۔ ہر مقامی ریڈیو کی پہنچ (100) کلومیٹر ہوتی ہے۔ ان اسٹیشنوں سے جو پروگرام انشر ہوتے ہیں وہ خالص مقامی طرز کے اور مقامی لوگوں کی ہی مدد سے بنائے جاتے ہیں۔ مقامی ریڈیو سے نشر ہونے والے پروگرام میں ایف ایم FM ریڈیو کی ٹکنالوجی کا استعمال کیا جاتا ہے۔

ملک کے مختلف غیر سرکاری ادارے اپنے ترقیاتی کاموں کی تشہیر کے لیے مقامی ریڈیو اسٹیشنوں کا استعمال کرتے ہیں۔ مثلاً کلکتہ کی غیر سرکاری تنظیم ”چھٹانا“ اور پٹنہ کی ”روی بھارتی“، تعلیمی بالغان کے پروگرام مقامی ریڈیو سے نشر کرتی ہے۔

### 4- وودھ بھارتی سروس (Vividh Bharati Service)

آل انڈیا ریڈیو کی آمدنی کا ایک بڑا حصہ اس سروے سے حاصل ہوتا ہے۔ ایک تخمینے کے مطابق ہر سال بعد وودھ بھارتی سے ہونے والی آمدنی 36 ہزار لاکھ (3.6 کروڑ) روپے ہوتی ہیں۔ دن اور رات میں وودھ بھارتی سے 12 گھنٹے 45 منٹ کے پروگرام نام

نشر کیے جاتے ہیں۔ اتوار اور تعطیلات میں ایک گھنٹے کا اور وقت بڑھا دیا جاتا ہے۔ اس کے زیادہ سے زیادہ پروگرام ممبئی میں تیار کیے جاتے ہیں۔ وودھ بھارتی سے نشر ہونے والے پروگراموں کا 60 فیصد وقت فلمی نغموں کو نشر کرنے میں لگایا جاتا ہے۔ وودھ بھارتی کے سامعین کی تعداد تقریباً 2500 لاکھ (2.5 کروڑ) بتائی جاتی ہے۔

#### 5- ایکسٹرنل سروس (External Service)

1939ء میں آل انڈیا ریڈیو سے ایکسٹرنل سروس کی شروعات ہوئی اور اس وقت پروگرام صرف پشتو زبان میں ہی نشر کیا جاتا تھا۔ اب صورتحال یہ ہے کہ آل انڈیا ریڈیو دنیا کے 25 مختلف زبانوں میں 155 ممالک کے سامعین کے لیے اپنے پروگرام پیش کرتا ہے۔ اس سروس کا اہم مقصد دنیا کے مختلف ملکوں میں بسنے والے لوگوں کو یہ بتانا ہے کہ دنیا کے مسلسل و متواتر بدلتے ہوئے سیاسی تناظر میں ہندوستان کی سوچ کا دھارا کیا ہے۔ اس کے علاوہ انہیں ہندوستان میں ظہور پذیر ہونے والی ترقی سے بھی واقف کرانا ہے اور یہ بھی بتانا ہے کہ ہندوستان کے عوام کس طرح اپنی زندگی بسر کرتے ہیں اور ان کے خیالات کیا ہیں۔

ریاستیں اور مغربی یورپ کی ریاستیں

#### 6- اسکول براڈ کاسٹ (School Broadcast)

اسکول کے طلباء کے لیے پروگرام بڑے شہروں اور دیگر بڑے مراکز ہی سے نشر کیے جاتے ہیں۔ یہ بتایا جاتا ہے کہ ملک میں 7 لاکھ اسکول ہیں مگر اگر صرف 20 ہزار اسکول ہی اپنے ریڈیو سٹیٹس رکھتے ہیں اور ان میں سے بھی چالیس فیصد ہی اسکول پابندی سے ریڈیو آن کر کے اس سے استفادہ کرتے ہیں۔ کچھ مدارس اپنے نظام الاوقات میں ریڈیو کے پروگراموں کو بھی شامل کرتے ہیں۔

اسکول کے لیے نشر کیے جانے والے پروگراموں میں یکساں معیار نہیں ہوتا۔ قابل اساتذہ بہترین براڈ کاسٹر بن سکتے ہیں، مگر یہ ذمہ داری آل انڈیا ریڈیو کے پینل (Panel) کی ہوتی ہے جس میں اساتذہ کی کوئی شمولیت نہیں ہوتی۔ بلکہ اساتذہ باہر ہی سے پروگرام کی تیاری میں مدد کرتے ہیں۔

#### 5.5.1 آل انڈیا ریڈیو کی نئی اختراع: ایف ایم ریڈیو

فریکوئنسی میں ماڈیولیشن براڈ کاسٹ (Frequency Modulation Broadcast) ایف ایم (F.M) یعنی ریڈیو کے سکنلس (Signals) نشر گاہ سے بے محابا فضا میں پہنچ جاتے ہیں۔ فضا کے ماحول کا ان پر کوئی اثر نہیں ہوتا۔ ضرورت اس بات کی ہوتی ہے کہ ایف ایم ریڈیو نشر گاہ کے دائرہ عمل میں ہو۔ عموماً اس کا احاطہ 70 کلومیٹر تک ہوتا ہے۔ اگرچہ ایف ایم F.M ریڈیو کی ابتداء 1977ء میں ہوئی مگر یہ 1922ء میں ہی کارگر ثابت ہوا۔ ایف ایم سے پروگرام دن میں 6 سے 12 اور 18 گھنٹوں کی مدت میں پیش کئے جاتے ہیں۔ بڑے شہر جیسے دہلی، ممبئی، کلکتہ اور مدارس میں ایف ایم 24 گھنٹے اپنے پروگرام نشر کرتے ہیں۔

اس سے نشر ہونے والے پروگرام مقامی سامع کے لیے کافی کارآمد ثابت ہوتے ہیں۔ ایف ایم سے نشر ہونے والے پروگرام یوں ہیں۔

I- فون ان پروگرام (Phone in Programme)۔ سامعین فون کر کے اپنے سوالات کے جوابات حاصل کرتے ہیں یا کسی پروگرام فون پرفرمانس کر سکتے ہیں۔

II- وائس میل (Voice mail)۔ سامعین فون کر کے اپنی استدعا، شکایتیں، مشورے وغیرہ ریکارڈ کر سکتے ہیں۔

III- ریڈیو برج (Radio Bridge)۔ کچھ خاص موقعوں پر AIR کے پروگراموں کو سیٹلائٹ کے ذریعے ایف ایم ریڈیو سے مربوط کر دیا جاتا ہے۔

IV- ریڈیو پیجنگ (Radio Paging)۔ اس کے ذریعے لوگوں تک اہم معلومات پہنچائی جاتی ہیں جیسے ایمرجنسی کال، ٹریفک جام وغیرہ۔

یہ سروس میڈیکل سے وابستہ پیشہ وارانہ لوگوں کے لیے بہت اہم ہے۔ آل انڈیا ریڈیو کے فی الحال 17 مراکز ایسے ہیں جہاں ایف ایم (F.M.) ٹرانسمیٹر ہیں۔

## 5.6 ٹیلی ویژن کے ناظرین

الباغ عامہ کے تمام شعبوں میں ٹیلی ویژن ہی ایک ایسا واحد شعبہ ہے جس کے سب سے زیادہ ناظرین ہیں۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ یہ تمام عمر لوگوں کو یکساں طور پر متوجہ کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے خواہ تعلیم یافتہ ہوں یا ناخواندہ ہوں۔ ہندوستان میں شروع ہی سے ٹیلی ویژن تفریح کے ساتھ ساتھ معلومات کو عام کرنے اور تعلیمی ضروریات کی تکمیل کے لیے زیادہ سے زیادہ استعمال کیا جاتا رہا ہے۔ اگرچہ کہ فی زمانہ کمرشیل ٹیلی ویژن ہندوستان میں ہیں اس کے باوجود اس کا بنیادی مقصد بڑی حد تک وہی ہے جو شروع میں تھا یعنی ایسے پروگرام پیش کرنا جس سے ملک کی سالمیت بنی رہے اور ملک ترقی کے مرحلے طے کرتا جائے۔ ہندوستان میں دور درشن ہی قومی نٹ ورک ہے اس کے 41 کینڈر (اسٹیشن) ہیں جہاں اسٹوڈیو اور پروگرام کو تیار کرنے کی تمام سہولتیں مہیا ہیں۔ دور درشن کے جملہ 921 ٹرانسمیٹر ہیں۔ آل انڈیا ریڈیو کی سروس کے برخلاف ٹیلی ویژن سے صرف تین قسم کے پروگرام ٹیلی کاسٹ کیے جاتے ہیں۔ قومی، علاقائی اور مقامی۔

### 1- قومی پروگرام (National Programme)

قومی پروگراموں کی تیاری دہلی میں ہوتی ہے اور یہیں سے یہ پروگرام مختلف ریاستوں کو ریلے کیے جاتے ہیں۔ یہ ہندی اور انگریزی زبان میں ہوتے ہیں کچھ خاص پروگرام یوں ہیں۔

☆ نیوز بلیٹنس	☆ سیریس (Serials)
☆ ٹی وی ڈاکیومنٹریز (T.V. Documentaries)	☆ کلاسیکل ڈانس ☆ موسیقی کے پروگرام
☆ کوئز شو Quiz Show	

☆ مباحثے اور قومی سطح پر ہونے والی تقاریب وغیرہ۔ اس پروگرام کی رسائی آبادی کے 87 فیصد حصے تک اور یہ 868 ٹرانسمیٹروں کے ذریعے ریلے کیا جاتا ہے۔ یہ دن اور رات اپنے پروگرام پیش کرتا ہے۔

## 2- علاقائی پروگرام (Regional Programme)

علاقائی پروگرام علاقائی زبان میں ریاست کے صدر مقام سے ٹیلی کاسٹ کیے جاتے ہیں۔ عموماً ان پروگراموں میں ریاستی مسائل، علاقائی تہذیب کی جھلکیاں پیش کی جاتی ہیں۔ علاقائی پروگرام زائد از 16 ریاستوں سے ٹیلی کاسٹ کیے جاتے ہیں اور ان پروگراموں کی مدت فی یوم چار گھنٹے یا اس سے زیادہ ہوتی ہے۔ ان پروگراموں کی افادیت یہ کہ ان علاقائی لوگ اپنی ایک خاص شناخت محسوس کرتے ہیں۔

## 3- مقامی پروگرام (Local Programme)

مقامی پروگرام اس لحاظ سے اہم ہوتے ہیں کہ ان میں حصہ لینے والے مقامی افراد اور آرٹسٹ ہوتے ہیں، جنہیں اپنا کمال دکھانے کا موقع میسر آتا ہے۔ عموماً یہ پروگرام مقامی زبانوں اور بولیوں میں تیار کئے جاتے ہیں۔ مختلف ناظرین کی دلچسپی کو پیش نظر رکھ کر ٹیلی ویژن کے پروگرام ترتیب دیئے جاتے ہیں۔ عموماً یہ پروگرام تین قسم کے ہوتے ہیں:

### (الف) معلوماتی پروگرام

- 1- خبریں اور حالات حاضرہ کے پروگرام۔ خبر نامے (نیوز لیٹن)، پارلیمنٹ اور اسمبلی اسٹیشن سے راست ٹیلی کاسٹ، قومی تقاریب کی خبریں اور حال نیوز میگزین۔ اہم شخصیتوں کے بارے میں معلوماتی پروگرام۔ ان سب کے علاوہ ان سماجی و سیاسی مسائل کی پیشکش جس سے قوم دوچار رہے۔
- 2- کھیل کی خبریں، بین الاقوامی، قومی اور مقامی کھیلوں سے متعلق خبریں
- 3- عام معلومات۔ حقوق انسانی یا قانون مسائل سے متعلق پروگرام۔ مساوات و عدم مساوات، سائنس اور ٹکنالوجی، معیشت، کاروبار و سیاحت کی خبریں۔

### (ب) تعلیمی پروگرام

ایجوکیشنل ٹی وی کے اعلیٰ تعلیمی پروگرام۔ ETV's Higher Education Programme

UGC کا اعلیٰ تعلیم کا پراجیکٹ اگست 1984ء میں شروع کیا گیا اور اس کے تعلیمی ٹی وی پروگرام Educational T.V Programme ملک کے طول و عرض میں پیش کئے جانے لگے۔ 1700 کالجوں کو رنگین ٹی وی سیٹس مفت فراہم کئے گئے۔ کچھ کالجوں نے اپنے سرمایے سے ٹی وی سیٹس خریدے۔ ابتداء میں ٹیلی کاسٹ ہونے والے پروگرام برطانیہ، امریکہ، مغربی جرمنی اور روس سے مستعار لیے جاتے رہے، بعد (Educational Media Centers) EMRC'S اور آٹھ (AVRCS) (Audio visual Research Centers) ملک کے مختلف حصوں میں قائم کیے گئے اور آہستہ آہستہ ان دونوں مراکز پر تعلیمی پروگراموں کی تیاری عمل میں آئی۔ UGC کے پراگراموں کو تقریباً 190 لاکھ (1.9 کروڑ) لوگ دیکھتے ہیں۔ ان میں طالب علموں کی

تعداد 45 فیصد ہوتی ہے۔

(ج) تفریحی پروگرام

- 1- ڈرامے۔ عموماً ہر عمر کے لوگ انہیں دلچسپی سے دیکھتے ہیں۔ مزاحیہ، سنجیدہ ڈرامے اور سیریلیس بطور خاص دیکھے جاتے ہیں۔
- 2- فلمیں۔ فچر فلمیں۔ فلمی نغمے اور فلمی رقص اور فلم میگزین دیکھنے والے کافی ناظرین ہیں۔
- 3- ہلکی پھلکی اور مقبول عام موسیقی اور لوگ گیت اور رقص (Folk songs & dance) ناظرین شوق سے دیکھتے ہیں۔
- 4- دیگر پروگرام۔ گیم شوز۔ کوئیز۔ ٹاک شوز وغیرہ وغیرہ

ٹیلی ویژن کے قومی، علاقائی اور مقامی نٹ ورک اور ان سے ٹیلی کاسٹ ہونے والے پروگراموں کو جدول کی شکل میں نیچے دیا جا رہا ہے۔

مقامی	علاقائی	قومی	پروگرام
کیندر %	نٹ ورک %	نٹ ورک %	
10.0	10.4	17.9	1- خبریں اور حالات حاضرہ
30.0	22.1	20.3	2- عام معلومات
30.0	21.1	7.4	3- سماجی تعلیم
20.0	7.5	3.9	4- ثقافتی
	8.9	12.6	5- اسکول اور یونیورسٹی تعلیم
10.0	25.4	45.3	6- تفریحی
	4.6	2.6	7- متفرق

## 5.7 ہدف گروپس (Target Group)

ہدف گروپس کی تشریح عموماً اعداد و شمار (Demography) کی اصطلاحات میں ممکن ہے۔ اس کا تعلق آبادی سے متعلق سروے کے سلسلے میں جمع شدہ مواد سے ہے جیسے عمر کا گروپ، جنسی، تعلیم، پیشہ وغیرہ۔ اس لئے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ہدف گروپس کا تعین گروپ کی عمروں سے کیا جاتا ہے۔ چنانچہ ہدف گروپس کی زمرہ بندی بلحاظ عمریوں کی جاسکتی ہے:

- ☆ 0 سال سے 14 سال کی عمر والا گروپ ..... (بشمول لڑکے اور لڑکیاں)
- ☆ 15 سال سے 34 سال کی عمر والا گروپ ..... (بشمول مرد و خواتین)
- ☆ 35 سال سے 64 سال کی عمر والا گروپ ..... (بشمول مرد و خواتین)
- ☆ 65 سال اور اس سے زائد عمر والا گروپ ..... (بشمول مرد و خواتین)



## 5.7.1 صفر سال سے 14 سال کی عمر والا گروپ

اس گروپ میں شامل کچھ بچے تو تعلیم حاصل کرنے والے ہوں گے اور کچھ ناخواندہ اور کچھ بچے مزدوری کرنے والے۔ بچوں اور ان کے پس منظر کی جانکاری یوں تو اعداد شمار سے مل جاتی ہے۔ اس کے باوجود ریڈیو اور ٹیلی ویژن سے وابستہ لوگوں کے لیے بچوں کے پروگرام تشکیل دینا اتنا آسان نہیں ہوتا۔ یہی وجہ ہے کہ حال تک بچوں کے لیے جو پروگرام نشر اور ٹیلی کاسٹ کیے جاتے تھے ان کی مدت نہایت قلیل تھی۔

کیبل اور سیٹلائٹ ٹی وی کی وجہ سے آئے دن مسابقت تیز سے تیز تر ہوتی جا رہی ہے چنانچہ اس عمر کے گروپ والوں کے لیے کئی چینل خاص پروگرام نشر کرنے لگے ہیں اور بچوں کے یہ چینل ہمہ وقت کارکردہ رہتے ہیں وہ بچے جو ابھی ابھی پیدا ہوئے ہیں یا جن کی عمریں کچھ مہینوں کی ہیں، ان کی نگہداشت اور صحت سے متعلق بھی ریڈیو اور ٹیلی ویژن سے پروگرام نشر کیے جاتے ہیں۔ بچوں کے پسندیدہ پروگرام کا سروے کیا گیا تو اس بات کا پتہ چلا کہ بچوں میں مقبول عام پروگرام کارٹون سے متعلق ہوتا ہے۔ عموماً کارٹون کے پروگرام انگریزی زبان میں ہوا کرتے ہیں اس لیے ہندوستان میں ان پروگراموں کو سمجھنا ان بچوں کے لیے مشکل تھا جو یا تو خواندہ ہیں یا ایسے علاقوں میں رہتے ہیں جہاں صرف علاقائی زبان کا چلن ہے چنانچہ ایسے بچوں کی سہولت کے لیے ان پروگراموں کا مقامی زبان میں ترجمہ کیا جاتا ہے۔ ترجمہ کی وجہ سے اس بات کی سہولت ہو گئی کہ بچے متحرک تصویروں کے ساتھ ساتھ ان کے مزاجیہ مکالموں سے بھی محظوظ ہوتے ہیں۔

وہ پروگرام جو قطعی طور پر بچوں کے لیے ہیں، بچے ان کے علاوہ دیگر پروگرام بھی دیکھتے ہیں جو بڑی عمر والے گروپ کے لیے تیار کیے جاتے ہیں، جیسے ڈرامے فلمیں وغیرہ۔ ان پروگراموں سے بچے اثرات قبول کرتے ہیں چنانچہ ان کی طرز زندگی میں نمایاں تبدیلیاں محسوس کی جانے لگی ہیں جیسے کہ وہ کچھ زیادہ ہی لا پرواہ ہو گئے ہیں۔ تعلیم سے ان کی دلچسپی کم ہوتی جا رہی ہے کیونکہ وہ اپنا زیادہ وقت ٹیلی ویژن ہی کے سامنے گزارتے ہیں۔

جب یہ جاننے کے لیے تحقیق کی گئی کہ ٹیلی ویژن کے اثرات بچوں پر کس طرح مرتب ہو رہے ہیں تو یہ باتیں سامنے آئیں۔

1- شائع شدہ مواد سے ان کی دلچسپی جاتی رہی ہے۔

2- گھر سے باہر کی سرگرمیاں بڑی حد تک ختم گئی ہیں۔ اب بچوں کی دلچسپی عام کھیلوں میں نہیں رہی بلکہ وہ کرکٹ، ٹینس جیسے قیمتی کھیلوں میں دلچسپی لینے لگے ہیں۔ ان کے والدین کے لیے یہ سنگین مسئلہ بن گیا ہے جن کی آمدنی ان کھیلوں کی متحمل نہیں ہو سکتی۔

3- شری بچوں کی سرگرمیاں ٹی وی کی وجہ سے کم ہو گئی ہیں کیونکہ وہ اپنا زیادہ تر وقت ٹی وی کے سامنے گزارنے لگے ہیں۔

4- ٹیلی ویژن اور ریڈیو سے ہونے والے اشتہارات کا اثر بھی بچوں پر خاطر خواہ ہونے لگا ہے ان کی طلب میں اضافہ ہو رہا ہے۔ وہ نہ

صرف اپنے لیے بلکہ گھر کے لیے بھی وہی سامان خریدنے کی فرمائش کرنے لگے جیسا سامان اشتہاری پروگراموں میں بتایا جاتا ہے۔

## 5.7.2 15 سال سے 34 سال کا گروپ (بشمول مرد خواتین)

اس گروپ میں شامل ہیں

- ☆ طالب علم
- ☆ سرکاری اور غیر سرکاری اداروں کے ملازم (مرد خواتین)
- ☆ شہری نوجوان (لڑکے اور لڑکیاں)
- ☆ دیہی نوجوان (لڑکے اور لڑکیاں)
- ☆ گھریلو عورتیں۔ وغیرہ وغیرہ

یہ گروپ چونکہ جنسی طور پر سرگرم ہوتا ہے اس لیے اس گروپ سے وابستہ لوگوں کی دلچسپی ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ان پروگراموں سے زیادہ ہوتی ہے جو انہیں ان کی صحت اور روزگار کے متعلق بتاتے ہیں۔ اس گروپ کی وہ عورتیں جن کا تعلق امور خانہ داری سے ہے وہ سیریس اور فلموں کی دلدادہ ہوتی ہیں۔ آج کل ملازمت پیشہ یا کاروبار سے وابستہ لوگوں میں F.M ریڈیو سننے کا رواج پکڑ رہا ہے۔ وہ گھر سے آفس یا کاروباری مقام کو آتے جاتے اپنی کاروں میں بیٹھ کر F.M ریڈیو سنتے ہیں۔

اس گروپ کے لوگ جن پروگراموں کو دلچسپی سے دیکھتے ہیں ان میں شامل ہیں۔

- 1- خبریں
- 2- کھیل کی خبریں
- 3- تفریح پروگرام
- 4- مشرقی و مغربی فلمیں
- 5- موسیقی کے پروگرام
- 6- جنسی طور پر برا بیچنے کرنے والے پروگرام۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے نجی ادارے اس گروپ کو ایک خاص گروپ جانتے ہیں۔ اس گروپ کی وجہ سے انہیں اشتہارات ملتے ہیں اور ان کی آمدنی میں خاطر خواہ اضافہ ہوتا ہے۔ ملبوسات، کاسمٹک اور مشروبات بنانے والی کمپنیاں خاص طور سے اس گروپ کو اپنا ہدف بناتی ہیں اور یہی گروپ اپنی آمدنی کا زیادہ تر حصہ ان کمپنیوں کی مصنوعات خریدنے پر لگاتا ہے۔ خاص طور سے آٹوموبائل کمپنیاں انہیں اپنی طرف راغب کرنے لے لیے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کا سہارا لیتی ہیں۔

اس گروپ سے تعلق رکھنے والے طلباء کے لئے اسباق تیار کر کے نشر اور ٹیلی کاسٹ کیے جاتے ہیں۔ طلباء کو تعلیمی ادارے سے اپنا ہدف گروپ تسلیم کرتے ہیں۔ فاصلاتی تعلیم کے عام ہونے کی وجہ سے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی اہمیت کچھ سوا ہوئی ہے۔

## 5.7.3 35 سال سے 64 سال عمر کا گروپ (بشمول مرد اور خواتین)

اس عمر والے گروپ کی وابستگی اپنے خاندانوں سے زیادہ ہوتی ہے اس لیے اس گروپ کو عموماً بیمہ کمپنیاں یا وہ ادارے جو سرمایہ مشغول کرنے کا طریقے بتاتے ہیں اپنا ہدف بناتے ہیں اور اشتہاروں کے ذریعے انہیں راغب کرتے ہیں۔ یہ عاقل و بالغ لوگوں کا گروپ ہے اس لیے ریڈیو اور ٹیلی ویژن اس گروپ کے لیے اپنے خاص پروگرام پیش کرتے ہیں جیسے:

خبریں، عالمی، قومی اور علاقائی۔ ٹاک شو۔ انٹرویوز۔ اور سائنس اور ٹکنالوجی کے پروگرام اور اس کے ساتھ ساتھ تفریحی پروگرام اور کاروبار

سے متعلق پروگرام۔

#### 5.7.4 60 سال اور اس سے زائد عمر کا گروپ (بشمول مرد خواتین)

اس عمر کا گروپ اپنی عمر کے آخری پڑاؤ میں ہوتا ہے اس لیے اس گروپ کو مذہبی پروگراموں سے خاص رغبت پیدا ہو جاتی ہے۔ اس گروپ کے لیے ریڈیو اور ٹیلی ویژن خاص پروگرام ترتیب دیتے ہیں۔ اس بزرگ گروپ کے پسندیدہ پروگرام ہوتے ہیں۔ خبریں۔ مذہبی پروگرام۔ مذہبی نغمے اور صحت سے متعلق پروگرام۔

#### 5.8 اکتسابی نتائج

ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے سامعین اور ناظرین کی تعداد کا تعین دو طریقوں سے کیا جاتا ہے۔ 1۔ ڈائری سسٹم 2۔ میٹر سسٹم۔ اس کام کے لئے کچھ گھروں کا انتخاب عمل میں لایا جاتا ہے اور اہل خانہ سے گزارش کی جاتی ہے کہ وہ سامعین و ناظرین کے سروے میں ان کی مدد کریں۔ جب وہ تعاون کے لیے راضی ہو جاتے ہیں تو انہیں ڈائریاں دی جاتی ہیں جن کی مدت ایک ہفتہ اور بعض صورتوں میں دو ہفتے بھی ہوتی ہے۔ اہل خانہ کو ڈائری پُر کرنے کا طریقہ بتایا جاتا ہے جس میں تاریخ کے اندراج کے ساتھ، وقت، پروگرام کا نام، پروگرام سننے والے کا نام اور عمر وغیرہ لکھنا ہوتا ہے۔ نمائندہ گھروں سے معلومہ مواد اکٹھا کر کے سامعین اور ناظرین کی تعداد معلوم کی جاتی ہے۔

میٹر سسٹم ڈائری سسٹم سے مختلف ہے۔ یہ خود کار ہوتا ہے اور صرف ٹیلی ویژن کے لیے مختص ہے۔ میٹر ایک قسم کا آلہ ہے جسے ٹی وی سیٹ، پر نصب کر دیا جاتا ہے۔ جیسے ہی ٹی وی آن کیا جاتا ہے میٹر سسٹم اپنا کام شروع کر دیتا ہے اور ان ساری تفصیلات کو اکٹھا کر دیتا ہے جن کی ضرورت سروے کرنے والے کو ہوتی ہے۔

ہندوستان میں آل انڈیا ریڈیو کے سامعین کے سروے کا کام دی آڈینس ریسرچ یونٹ (The Audience Research Unit) انجام دیتی ہے۔ اس یونٹ کا صدر دفتر دہلی میں ہے اور اس کی چھ اکائیاں ملک کے مختلف شہروں میں واقع ہیں۔

ریڈیو اور ٹی وی کے سامعین اور ناظرین Audience کی قسمیں جاننے کے لیے ہمیں جن معلومات کی ضرورت درپیش ہوتی ہے ان کا احوال یوں ہے۔

☆ ملک کی آبادی

☆ ملک کی آبادی میں مختلف عمروں کے لوگوں کا تناسب

☆ ملک میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے اسٹیشنوں کی تعداد

☆ ریڈیو اور ٹیلی ویژن سیٹس (Sets) کی جملہ تعداد

☆ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے آڈینس میں مردوں اور عورتوں اور بچوں کا تناسب

ریڈیو اور ٹیلی ویژن سامعین اور ناظرین کو پیش نظر رکھ کر اپنے پروگرام ترتیب دیتے ہیں، اس لیے پروگراموں کے جائزے سے

بھی ہمیں اس بات کا پتہ چل جاتا ہے کہ ان پروگراموں سے کس گروپ کو نشانہ بنایا جا رہا ہے۔ سامعین اور ناظرین کو بہ لحاظ عمر چار زمروں میں تقسیم کیا گیا ہے۔

0 سے 14 سال کا گروپ

15 سے 34 سال کا گروپ

35 سے 64 سال کا گروپ

65 سال اور اس سے زائد عمر والوں کا گروپ

ریڈیو اور ٹیلی ویژن ان ہی گروپس کو اپنا ہدف بنانے کے لیے خاص پروگرام ترتیب دیتے ہیں۔

## 5.9 فرہنگ

مصنوعات	:	بنائی ہوئی چیز، تیار کی گئی چیز، اشیاء، Products
مشقت	:	محنت
مختص	:	مخصوص کیا گیا، خاص کیا گیا، نامزد کیا گیا، Allocate
BBC	:	British Broadcasting Corporation
FM	:	Frequency Modulation
IGNOU	:	Indira Gandhi National Open University
توسیع	:	وسعت دینا
تنصیب	:	نصب کرنا، لگانا، قائم کرنا
تشہیر	:	شہرت، مشہور کرنا، اشتہار کرنا
تعطیلات	:	معطل ہونا، چھٹی پر جانا، چھٹی ہونا
متواتر	:	لگاتار، بار بار، مسلسل
فون ان پروگرام	:	جن پروگراموں میں فون کے ذریعے سامعین رابطہ کرتے ہیں۔
ریڈیو پیچنگ	:	اس کے ذریعے لوگوں تک اہم معلومات پہنچائی جاتی ہے، مثلاً ایمر جنسی کال، ٹریفک جام وغیرہ۔
ETV	:	Educational Television
ہدف	:	نشانہ، مار
رغبت	:	خواہش، آرزو، میلان، شوق، طلب
تناسب	:	مناسبت ہونا، مطابقت، موافقت، نسبت
خاطر خواہ	:	خواہش کے مطابق، طبیعت کے مطابق، حسب مرضی

All India Radio	:	AIR
پہلا حرف	:	Initial
حاصل ہونا	:	بہم پہنچانا

## 5.10 نمونہ امتحانی سوالات

### معروضی جوابات کے حامل سوالات

- 1- سامعین و ناظرین کی تعداد کا تعین عموماً کن دو طریقوں سے کیا جاتا ہے؟
- 2- 1930 سے 1932 کے دوران ریڈیو میں ڈائری سسٹم کی شروعات کن ممالک میں ہوئی؟
- 3- آل انڈیا ریڈیو کے سامعین کے سروے کا کام کون انجام دیتا ہے؟
- 4- آل انڈیا ریڈیو کے The Audience Research Unit کی ابتدا کس سن میں ہوئی؟
- 5- میٹر (Meter) سے کئے جانے والے سروے کی کم سے کم مدت کتنی ہوتی ہے؟
- 6- ایف ایم (FM) ریڈیو کا دائرہ عمل عموماً کتنا ہوتا ہے؟
- 7- ریڈیو برج (Radio Bridge) کسے کہتے ہیں؟
- 8- عمر کے لحاظ سے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ہدف گروپس کون سے ہیں؟
- 9- طالب علم بہ لحاظ عمر کس ہدف گروپ کا حصہ مانے جاتے ہیں؟
- 10- Educational T.V کب شروع کیا گیا؟ اس کا تعلق کس ادارے سے ہے؟

### مختصر جوابات کے حامل سوالات

- 1- آل انڈیا ریڈیو سے نشر ہونے والی سروس Services کے بارے میں بتائیے؟
- 2- ٹیلی ویژن سے ٹیلی کاسٹ ہونے والی سروس کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں؟
- 3- ٹیلی ویژن کے بچوں پر کیا اثرات مرتب ہوتے رہے ہیں؟
- 4- بہ لحاظ عمر سامعین اور ناظرین کے کون کون سے گروپ ہیں؟

### طویل جوابات کے حامل سوالات

- 1- ناظرین اور سامعین کی تعداد کا تعین کن طریقوں سے کیا جاتا ہے؟
- 2- ڈائری سسٹم اور میٹر سسٹم کے فرق کو واضح کیجیے؟
- 3- حاضرین Audience کی تعداد کے تعین کے لیے کن عناصر کو پیش نظر رکھنا ہوتا ہے؟

1. *Broadcasting in India* by G.C.Awasthy
2. *Indian Broadcasting* by H.K Luthra-Publication Division
3. *Audience Research Unit -Doordarshan-New Dehli*(Annual Survey)
4. *Listening & Viewing* by N.L Chowla-New Dehli
5. *The Magic Window* By Sevanti Ninan -N.Dehli ,Penguin



## اکائی 6۔ آواز کا تعارف

### ریڈیائی آواز کی بصری خصوصیت، مختلف اقسام کے صوتی تاثرات

اکائی کے اجزا	
6.0	مقاصد
6.1	تمہید
6.2	آواز کی تعریف
6.3	آواز کی ترسیل کے لیے تین بنیادی چیزیں
6.4	آواز کی لہریں
6.5	آواز کی فری کونینسی (Frequency)
6.5.1	آواز کی سطح Pitch
6.5.2	آواز کی شدت
6.5.3	آواز کی خوبی
6.6	آواز کی رفتار
6.7	ریڈیائی آواز کی بصری خصوصیت
6.8	صوتی تاثرات
6.8.1	صوتی تاثرات کی قسمیں
6.8.2	ریڈیو ڈراموں میں صوتی تاثرات کا استعمال
6.8.3	فلم، ٹیلی ویژن اور ریڈیو کے تاثرات کا باہمی فرق
6.8.4	چند صوتی تاثرات کی تیاری کے طریقے
6.9	اکتسابی نتائج

فرہنگ	6.10
نمونہ امتحانی سوالات	6.11
تجویز کردہ اکتسابی مواد	6.12

## 6.0 تمہید

اُس دن کا تصور کیجیے کہ جب ہماری دنیا سے آواز کا وجود ختم ہو جائے۔ عجیب افراتفری کا عالم ہوگا۔ نہ ہم کسی سے کچھ کہہ سکیں گے اور نہ کسی کی کوئی بات سن سکیں گے۔ ہمارے ریڈیو نا کارہ ہو جائیں گے اور ٹیلی ویژن سے ہم صرف تصویروں کا مشاہدہ کر سکیں گے۔ ہمیں یوں لگے گا کہ زندگی کا نصف لطف محض آوازوں کے جانے سے جاتا رہا ہے۔

آواز کے بغیر دنیا کا تصور ممکن نہیں تو مشکل ضرور ہے۔ قوت سماعت ایک اہم حواسِ خمسہ ہے۔ آپ نے سننے کی صلاحیت سے محروم لوگوں کو دیکھا ہوگا ان کے لیے زندگی اتنی آسان نہیں ہوتی۔ وہ ہمیشہ حادثوں کی زد پر ہوتے ہیں اس کے علاوہ موسیقی جیسی نعمت سے کسی قیمت لطف انداز ہو ہی نہیں سکتے۔

## 6.1 مقاصد

- اس اکائی کو پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہوں گے کہ:
- ☆ آواز کی تعریف بیان کر سکیں۔
  - ☆ آواز کی لہروں کے بارے میں بتا سکیں۔
  - ☆ ان تین بنیادی عوامل کے بارے میں بتا سکیں گے جو آواز کے لیے ناگزیر ہیں۔
  - ☆ ان اصطلاحوں پر روشنی ڈال سکیں گے، جو آواز کے تعلق سے استعمال میں لائی جاتی ہیں۔
  - ☆ انسان کا کان کن آوازوں کی سماعت کر سکتا ہے، بتا سکیں۔
  - ☆ صوتی تاثرات کیا ہیں اس سے بحث کر سکیں۔
  - ☆ ریڈیو کے پراگراموں میں صوتی تاثر کیوں ضروری ہے، سمجھا سکیں۔
  - ☆ ریڈیو کی آواز کی بصری خصوصیت سے مراد ہے؟ بتا سکیں۔

## 6.2 آواز کی تعریف

روزمرہ کی زندگی میں ہم آواز کے لیے مختلف الفاظ استعمال کرتے ہیں جیسے صوت، صدا وغیرہ۔ ان لفظوں کو ہم مختلف اقسام کی چیزوں کی شناخت کے طور پر استعمال کرتے ہیں۔ دراصل آواز کی تعریف ہے:



سماعت کو محسوس ہونے والی شے کا نام آواز ہے۔

☆ آواز ایک ایسا ہیجان ہے جو سماعت کو محسوس کرنے کے قابل بناتا ہے۔

☆ آواز وہ ہے جو انسان سن سکتا ہے۔

آواز کی تعریف کی محدود ہے۔ کچھ آوازیں ایسی بھی ہوتی ہیں جن کو انسان سن سکتا۔ یہ تو آواز کی عام سی تعریفیں ہوں گی۔ مگر سائنسدان اور انجینئرز آواز کی تعریف مختلف ڈھنگ سے کرتے ہیں۔ یعنی آواز ہوا میں دھبے اور تیز ارتعاشات (Vibration) کا نام ہے۔ جسے انسان سن نہیں سکتا اور یہ ارتعاشات لہروں کی شکل میں مادہ کی کسی بھی شکل جیسے ٹھوس، مائع اور گیس سے گزر جانے کی صلاحیت رکھتے ہیں۔ یعنی آواز لہروں کی شکل میں ہوتی ہے۔

وہ آوازیں جن کو انسان سن سکتا ہے ایسی آوازوں کو صوتی آوازیں (Sonic) کہا جاتا ہے ان کا سماعتی دائرہ عمل 20 سے 20,000 ہرٹز (Hertz) ہوتا ہے۔ ہرٹز (Hertz) جس کا مخفف (Hz)، آواز کی فری کوئینسی (ارتعاش کی تعداد فی سیکنڈ) تاپنے کی اکائی ہے یعنی ایک سیکنڈ ہرٹز کا مطلب ہوگا ایک ارتعاش فی سیکنڈ

$$1\text{Hertz(Hz)}=1\text{Vibration}\backslash\text{Second}$$

یعنی انسان ان ہی آوازوں کی سماعت کر سکتا ہے جن کی فری کوئینسی 20 سے 20 ہزار ارتعاش فی سیکنڈ ہوتی ہیں۔ مگر احتیاط کے تقاضے کے طور پر یہ تسلیم کر لیا گیا ہے کہ ایک اوسط سماعت رکھنے والا انسان 15 سے 10,000 ہرٹز کی فری کوئینسی والی آوازیں سن سکتا ہے۔ فری کوئینسی کو پیش نظر رکھ کر آواز کو مخفف نام دیئے گئے ہیں، جیسے:

- 1- 15 سے 10000 ارتعاش فی سیکنڈ رکھنے والی آواز کو Sonic کہا جاتا ہے۔
- 2- 10000 اور اس سے زائد ارتعاش فی سیکنڈ رکھنے والی آواز کو Ultrasonic کہلاتی ہے۔
- 3- ایسے آوازیں جس میں ارتعاش فی سیکنڈ 15 سے کم ہوتے ہیں اسے Subsonic یا Infrasonic کہا جاتا ہے۔

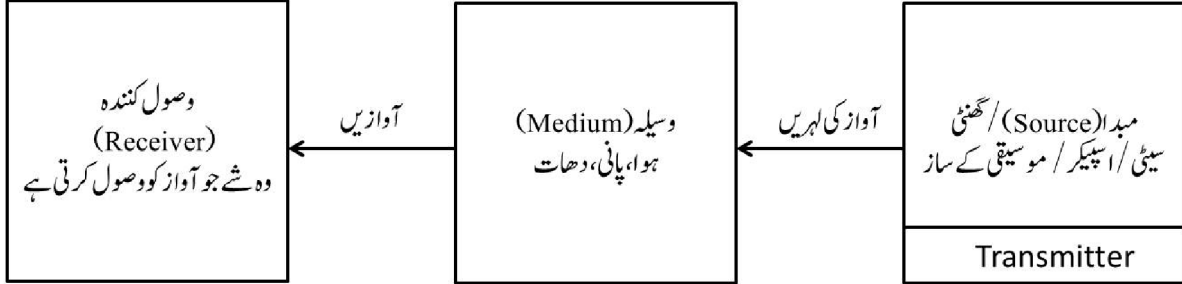
### 6.3 آواز کی ترسیل کے لیے تین بنیادی چیزیں

اس بات کو ذہن نشین رکھیے کہ آواز کی لہریں دبی شکل (Compressed) میں ہوتی ہیں۔ ان دبی ہوئی لہروں کا وجود توانائی کے تبادلے پر منحصر ہوتا ہے۔ آواز پیدا کرنے کے لیے ارتعاش ضروری ہے اور ارتعاش کسی میکانیکی آلے ہی کی مدد سے پرپا کیا جاسکتا ہے۔ چاہے وہ آلہ کسی مادے کا ہو یا انسانوں اور جانوروں کے نطقی عصبہ (Vocal Chord) کا، اگر یہ آلہ کسی وسیلے (Medium) سے مربوط ہوگا تو آواز کی توانائی اس وسیلے کے ذریعہ وصول کنندہ (Reciever) تک پہنچے گی۔ اگر آلہ مبداء (Source) کسی وسیلے کے ربط میں نہیں ہوگا تو توانائی کا تبادلہ عمل میں نہیں آئے گا اور کوئی آواز پیدا نہیں ہوگی۔ کیونکہ آواز کی توانائی (یعنی لہریں) خلا Vaccum سے گزر نہیں سکتیں۔

اس طرح آواز کی ترسیل اور اسے وصول کرنے کے لیے تین بنیادی چیزیں درکار ہوتی ہیں:

- 1- مبداء (Source) / ترسیل کنندہ Transmitter

- 2- وسیلہ (Medium) / جیسے ہوا، پانی، دھات وغیرہ
- 3- وصول کنندہ (Receiver) / جس تک آواز پہنچائی جاتی ہے جیسے کان



☆ **مبداء (Source)** کوئی بھی وہ شے جس میں ارتعاش پیدا کرنے کی صلاحیت ہوتی ہے یا بہ الفاظ دیگر جو وسیلہ (Medium) میں خلل پیدا کر سکتی ہے مبداء کہلاتی ہے۔

☆ **وسیلہ (Medium)** وہ مادہ جس کے سہارے آواز کی لہریں آگے بڑھتی ہیں وسیلہ / واسطہ کہلاتا ہے۔ آواز کی رفتار کا انحصار وسیلے کی نوعیت پر ہوتا ہے۔ ہوا کے مقابلے میں آواز کی رفتار پانی میں زیادہ ہوتی ہے اور دھات میں اس کی رفتار پانی کی رفتار سے زیادہ ہوتی ہے۔

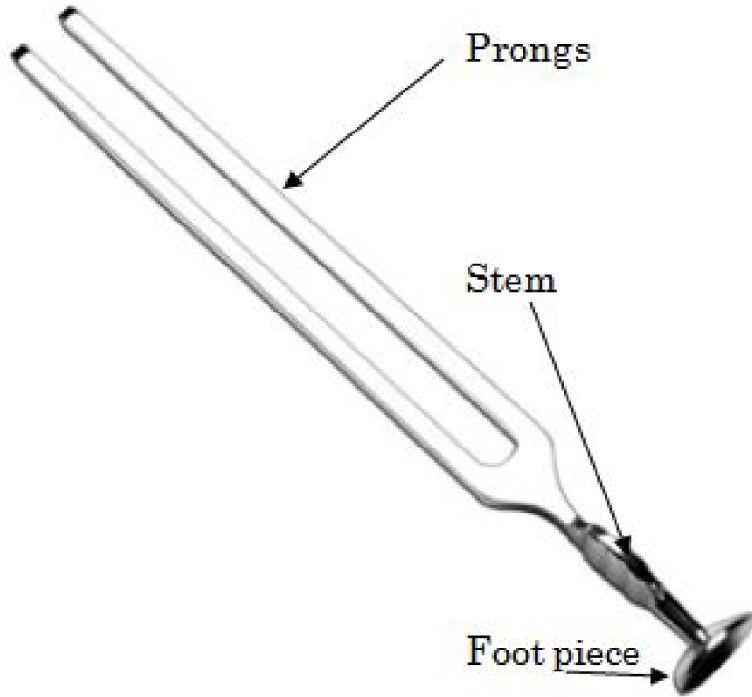
☆ **وصول کنندہ (Receiver)** آواز کی لہروں کو حاصل کرنے والا وصول کنندہ کہلاتا ہے۔ یہ آواز کی توانائی کے ایک قلیل حصہ کو جذب کرتا ہے اور لہروں کو دور تک لے جانے کے لیے اسے **Amplifier** کی ضرورت لاحق ہوتی ہے۔ **Amplifier** دراصل ایک ایسا آلہ ہوتا ہے جو آواز کی لہروں کی قوت کو دور تک لے جانے کے لیے اسے **Amplifier** کی ضرورت لاحق ہوتی ہے۔ **Amplifier** دراصل ایک ایسا آلہ ہوتا ہے جو آواز کی لہروں کی قوت کو بڑھا کر انہیں آواز میں تبدیل کرتا ہے اسے آلہ مکبر الصوت کہتے ہیں اس کا استعمال ٹیلی فون، لاؤڈ اسپیکر، ریڈیو اور ٹی وی میں کیا جاتا ہے۔

## 6.4 آواز کی لہریں

آواز اور موسیقی ہماری روزمرہ کی زندگی کا اہم حصہ ہیں یا یوں بھی کہا جاسکتا ہے کہ ہمارا احساس آواز اور موسیقی کے تجربے سے ہر روز گزرتا ہے جس طرح ہم رنگ اور نور کا نظارہ اپنی آنکھوں کی مدد سے کرتے ہیں اسی طرح آواز کی مختلف شکلوں کو کانوں کی مدد سے سماعت کے ایک حصہ بناتے ہیں۔ سماعت کے عمل سے ہم روز دوچار ہوتے رہتے ہیں مگر شاید ہی اس کے بارے میں غور کرتے ہیں کہ آواز کیا ہے؟ کس طرح پیدا ہوتی ہے یا پیدا کی جاسکتی ہے؟ اور وہ میکانیکی عمل کیا ہے جس سے گزر کر آواز ہمارے کانوں تک آتی

ہے؟ آواز دراصل ایک میکانکی لہر ہے جو مختلف چیزوں میں ارتعاش پیدا کر کے معرض وجود میں لائی جاسکتی ہے اور پھر کسی وسیلے کے ذریعے اسے ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچایا جاسکتا ہے۔ جب کسی شے میں ارتعاش پیدا کیا جاتا ہے تو اس کے اطراف و اکناف والی فضاء میں خلل پیدا ہوتا ہے۔ فضا کا یہی خلل آواز ہے جو کہ فضا میں موجود ہوا کے ذریعہ آگے بڑھتا ہے۔ کسی بھی شے میں ارتعاش پیدا کرنے کے لیے توانائی (Energy) درکار ہوتی ہے۔ جتنی زیادہ توانائی لگائی جائے گی آواز کی لہریں بھی اسی تناسب سے فاصلہ طے کریں گی۔ مثال کے طور پر ایک آدمی آپ سے زیادہ فاصلے پر نہیں ہے اور اگر آپ اسے اپنی جانب متوجہ کرنے کے لیے اس کا نام پکاریں گے تو آپ کو زیادہ توانائی صرف کرنے کی ضرورت نہیں ہوگی۔ اس کے برخلاف کوئی آپ سے بہت زیادہ فاصلے پر ہوتا تو آپ چیخ کر اس کا نام لیں گے۔ چیخنے یا بلند آواز سے بلانے آپ کو زیادہ توانائی لگانا پڑے گی۔ بسا اوقات آپ نے دیکھا ہوگا کہ کوئی آدمی آپ سے کافی فاصلے پر ہوتا ہے اور آپ کو ایسا لگتا ہے کہ آپ کی بلند تر آواز بھی اس تک نہیں پہنچے گی تو ایسی صورت میں آپ اسے متوجہ کرنے کے لیے تالی بجانے لگتے ہیں۔ تالی بجانے کے عمل سے فضاء کے ایک بڑے حصے میں ارتعاش پیدا ہو جاتا ہے اور آواز کی لہریں فضاء میں ایک دوسرے سے ٹکرا کر زیادہ تیز رفتار ہو جاتی ہیں اور تالی کی آواز سے کم وقت میں اس انسان تک جا پہنچی ہے۔

آواز کس طرح پیدا ہوتی ہے اور کس طرح اپنا سفر طے کرتی ہے اس عمل کو بہتر طور پر دو شاخہ اوزار (Tuning Fork) کی مدد سے واضح کیا جاسکتا ہے۔ دو شاخہ اوزار دھات سے بنایا گیا ایک اوزار ہوتا ہے جس دو شاخیں ہوتی ہیں جیسے:



اگر اس پر برکی ہتھوڑی سے ضرب لگائے جائیں تو اس کی شاخوں میں ارتعاش پیدا ہوتا ہے اور یہ آگے اور پیچھے حرکت کرنے لگتی ہیں۔ ان کی اس حرکت (ارتعاش) سے اطراف و اکناف میں موجود ہوا کے (Molecule) (مادے کی اقل ترین اکائی) میں خلل

پڑتا ہے اور خلل سے پیدا ہونے والی کیول سے دوسرے مالی کیول میں منتقل ہوتی ہوئی آگے بڑھتی ہے۔ یہ حرکت توانائی کی مکمل طور پر صرف ہو جانے تک جاری رہتی ہے۔ حرکت کا یہی عمل دراصل آواز کی لہر کہلاتا ہے۔

یہاں قابل توجہ بات یہ ہے کہ آواز کی لہر کے ساتھ ہوا کے ذرات (مالی کیول) آواز کے مبداء سے دور نہیں جاتے بلکہ اپنی جگہ قائم رہتے ہیں۔ جو چیز آواز کی لہروں کے ساتھ آگے بڑھتی ہے وہ ہوا کا دباؤ ہوتا ہے۔

آواز کی لہریں سمندر کی موجوں ہی طرح ہوتی ہیں۔ پانی کے مالی کیول موج کے ساتھ حرکت نہیں کرتے۔ آپ نے دیکھا ہوگا اگر ہم کوئی ایسی چیز سمندر میں پھینک دیتے ہیں جو پانی پر تیرتی ہے سمندر کی لہروں کے ساتھ کنارے پر نہیں آتی بلکہ پھینکی ہوئی جگہ پر ڈوبتی رہتی ہے۔ وہ کنارے سے اس وقت آگتی ہے جب موج کا کوئی زبردست تھپڑ اسے ڈھکیل دیتا ہے۔

آواز کی لہریں مبداء سے دور ہوتی ہوئی اپنی توانائی کھو بیٹھی ہیں۔ یہ ہمارے روز کا مشاہدہ ہے کہ جب ہم ریڈیو سے در جاتے ہیں تو اس سے نشر ہونے والی موسیقی بتدریج ہمیں کم سنائی دینے لگتی ہے۔

## 6.5 آواز کی فری کوئینسی (Frequency of Sound)

آواز کے بیان میں اکثر ہمارا سامنا فری کوئینسی اصطلاح سے ہوتا ہے۔ اب ہم اس بات پر غور کریں گے کہ آواز کی فری کوئینسی کیا ہے؟ جب آواز کی لہریں وسیلے (Medium) سے گزرتی ہے تو وسیلے کے ذرات میں ارتعاش پیدا ہوتا ہے اور یہ ذرات آگے اور پیچھے حرکت کرنے لگتے ہیں یعنی آواز کی لہر کی فری کوئینسی کا مطلب یہ دیکھنا ہے کہ جب لہر وسیلے سے گزر رہی تھی تو اس کے ذرات فی سیکنڈ کتنی بار آگے اور پیچھے حرکت کر رہے تھے؟ آواز کی لہر کی فری کوئینسی کو ناپنے کے لیے یہ دیکھا جاتا ہے کہ وقت کی ایک آکائی میں وسیلے کے ذرات نے کتنی بار آگے پیچھے حرکت کی۔ اگر ہوا کا ایک ذرہ (Molecule) دو سیکنڈ میں 1000 بار حرکت کرتا ہے تو اس لہر کی فری کوئینسی ایک سیکنڈ میں 500 ہوئی۔

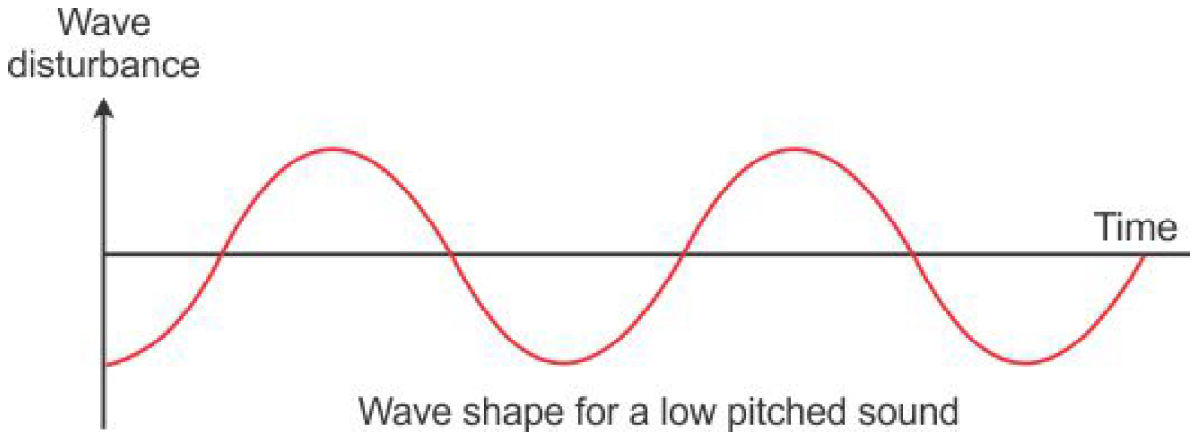
عام طور پر فری کوئینسی کو ناپنے کے لیے جو آکائی استعمال کی جاتی ہے اسے Hertz کہا جاتا ہے اس کا مخفف (Hz) ہے یعنی

ایک ہرٹز = ایک ارتعاش فی سیکنڈ

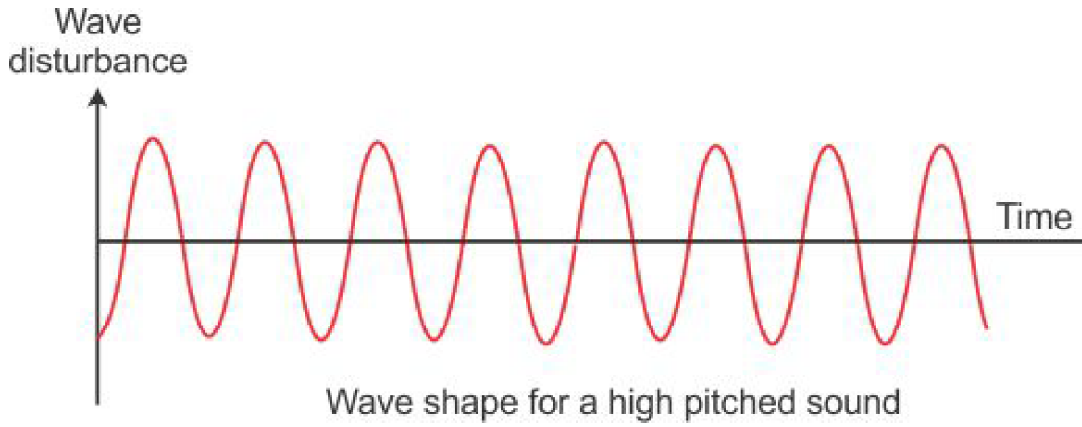
$$1 \text{ Hertz} = 1 \text{ Vibration per Second}$$

### 6.5.1 آواز کی سطح (Pitch)

Pitch کی اصطلاح فری کوئینسی کی وضاحت کے لیے استعمال کی جاتی ہے۔ جب کسی مبداء یا Source میں فی سیکنڈ بے شمار ارتعاشات پیدا ہوتے ہیں تو اس کے نتیجے میں جو آواز برآمد ہوتی ہے اسے اونچی سطح کی آواز یا High Pitched آواز کہا جاتا ہے جیسے پولیس کی سیٹی۔ اسی طرح وائلن کے تاروں سے کم سطح کی آواز (Low Pitched آواز) نکلتی ہے۔ اس طرح آواز کی سطح کا تعین فری کوئینسی انجام دیتی ہے۔ جب فری کوئینسی کم ہوتی ہے تو آواز کی لہر لمبی ہوتی ہے اور دو لہروں کا درمیانی وقفہ بھی زیادہ ہوتا ہے۔ اسے نیچے تصویر کے ذریعہ سمجھایا جا رہا ہے۔



اور جب فری کوئینسی زیادہ ہوتی ہے تو آواز کی لہر چھوٹی ہوتی ہے اور دولہروں کا درمیانی وقفہ بھی چھوٹا ہوتا ہے۔ نیچے تصویر کے ذریعے بتایا جا رہا ہے۔



بعض اوقات آواز کی فری کوئینسی اتنی لمبی ہوتی ہے کہ اس سے جو آواز پیدا ہوتی ہے وہ سماعت کے دائرہ کار میں نہیں آتی۔ ایسی آواز کو کان سننے سے قاصر ہوتے ہیں۔ اسی طرح بعض فری کوئینسی اتنی کم ہوتی ہے کہ کان انہیں آواز میں تبدیل کرنے سے قاصر ہوتا ہے۔ آواز کو سننے کی صلاحیت ہر جاندار میں مختلف ہوتی ہے۔

نیچے دیئے گئے جدول میں بتایا گیا ہے کہ مختلف جاندار کتنی کم سے کم اور کتنی زیادہ سے زیادہ فری کوئینسی کی لہروں کو سن سکتے ہیں:

نام	کم سے کم فری کوئینسی (Hz)	زیادہ سے زیادہ فری کوئینسی (Hz)
انسان	20	20,000
کتا	50	45,000
بلی	45	85,000

120,000	-	چمکا ڈر
2,00,000	-	ڈولفن
10,000	5	ہاتھی

### 6.5.2 آواز کی شدت (Intensity Of Sound)

ایک خاص فاصلے پر آواز کی شدت کا انحصار لہروں کے مرکز (Amplitude) پر ہوتا ہے جب دو شاخہ اوزار (Tuning Fork) پر زور سے ضرب لگائی جاتی ہے تو اس سے ایک بڑی مقدار میں توانائی پیدا ہوتی ہے۔ اس کے برخلاف اس پر ہلکی ضرب لگائی جائے تو اسی تناسب سے توانائی کا کم اخراج ہوگا۔ دو شاخہ اوزار سے نکلنے والی توانائی چاروں سمت پھیل جاتی ہے جس کی وجہ سے مختلف سمتوں میں کھڑے ہوئے لوگوں کو یکساں شدت کی آواز سنائی دیتی ہے۔

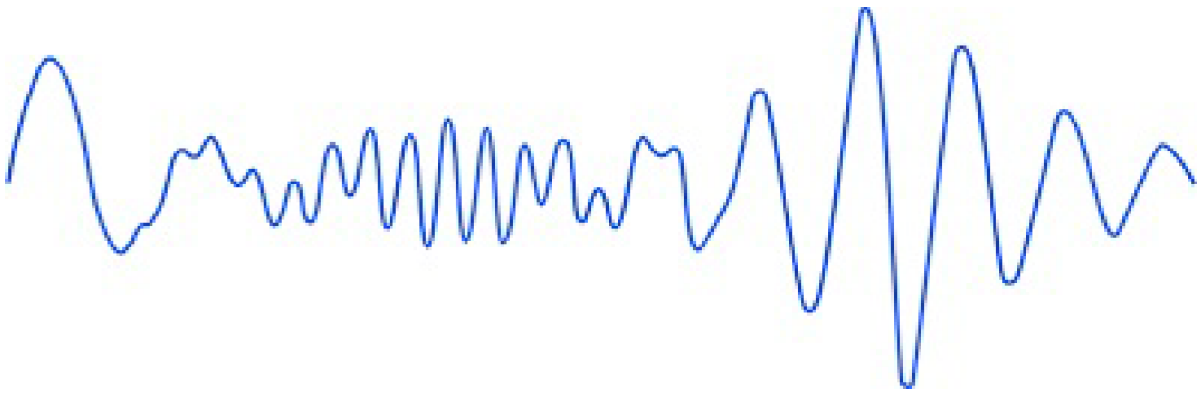
عموماً آواز کی شدت اور اونچی آواز High Volume کو ایک دوسرے کا مترادف سمجھا جاتا ہے۔ مگر ایسا نہیں ہے۔ دونوں میں تعلق ضرور ہے مگر دونوں ایک نہیں ہے۔ آواز کی لہر کی توانائی کا پیمانہ آواز کی شدت ہے جبکہ بلند یا اونچی آواز کا تعلق سماعت سے ہے۔

### 6.5.3 آواز کی خوبی

آواز کی خوبی یا معیار کا تعلق آواز کی لہروں کی پیچیدگی پر منحصر ہوتا ہے جو مختلف فری کوئینسیز کا مجموعہ ہوتی ہیں۔ اس لیے آواز سے نغموں کی ادائیگی یا سازوں سے بجائے ہوئے سروں میں آواز کی لہریں پیچیدہ فری کوئینسیز کی حامل ہوتی ہیں۔ اس لیے ہمیں نغموں اور موسیقی میں آواز کو ایک خاص خوبی نظر آتی ہے۔

### شور یا بے ہنگم آوازیں / خرا (Noise)

بے ہنگم آوازوں سے مراد ایسی آوازیں جس میں آواز کی لہروں کی فری کوئینسی کسی ضابطے کی پابند نہیں ہوتی۔ ان بے ہنگم آوازوں کی سماعت میں کان مختلف آوازوں میں کوئی فرق محسوس نہیں کرتے۔ جیسے کسی دھات پر ہتھوڑوں کی ضربیں یا دروازے کے بند ہونے کی آواز یا کسی قسم کا شور غل۔



## 6.6 آواز کی رفتار

آواز کی رفتار کا تعلق اس وسیلے (Medium) سے جڑا ہوتا ہے جس وسیلے سے آواز کی لہریں گزرتی ہیں آواز کی رفتار کے تعین کے لیے جن عوامل کو پیش نظر رکھنا ہوتا ہے وہ ہیں:

وسیلہ:

- ☆ کثیف یا لطیف
- ☆ وسیلے کا درجہ حرارت (Temperature)
- ☆ دباؤ (Pressure)

اگر وسیلہ کثیف ہوگا تو آواز کی رفتار سست ہو جائے اور لطیف ہوگا تو تیز رفتار تیز ہوگی

- ☆ ہوا میں آواز کی رفتار --- 344 میل فی سیکنڈ
- ☆ پانی میں آواز کی رفتار --- 1500 میل فی سیکنڈ
- ☆ دھات میں آواز کی رفتار --- 5000 میل فی سیکنڈ

## 6.7 ریڈیائی آواز کی بصری خصوصیت

ریڈیو سے نشر ہونے والے سارے ہی پروگرام ہم تک آواز ہی کے ذریعے آتے ہیں اور آواز ہی کے ذریعے ہمیں دنیا دکھائی جاتی ہے۔ جب ہم ریڈیو سے خبریں سنتے ہیں تو خبروں میں بیان کردہ حالات مجسم ہو کر ہمارے سامنے آکھڑے ہوتے ہیں۔ مثلاً عراق میں بمباری کا احوال یا صومالیہ کی فاقہ کش قوم کی روداد۔ دونوں کے بارے میں خبریں سن کر ہم تصور کی آنکھ سے ان مقامات کو دیکھنے لگتے ہیں جہاں بم گرائے گئے ہیں۔ ہمارے آنکھوں کے سامنے غارت گری کے مناظر یکے بعد دیگرے آنے لگتے ہیں اور ہم دیکھنے لگتے ہیں کہ کس طرح لوگ اپنے عزیز واقارب کی اموات پر رو رہے ہیں، بچے اپنی ماؤں کے لیے بلک رہے ہیں۔ اس طرح صومالیہ کی فاقہ کش لوگوں کی زبوں حالی کی تصویر بھی ہمارے تخیل پر بے محابا ابھرنے لگتی ہے۔

آواز کو بصری حیثیت دینے میں دو عوامل کا فرما ہوتے ہیں۔

1- تحریر (جو آواز ہی کی شکل میں ہم تک پہنچتی ہے)

2- آواز کے ذریعے تحریر کی موثر پیش کشی

1- تحریر: ریڈیو سے نشر ہونے والے 80 فیصد پروگرام ضبط تحریر میں لائے جاتے ہیں۔ صرف 20 فیصد پروگرام یا تو راست (Live) یا راست جیسے (As Live) پیش کئے جاتے ہیں۔ راست پروگراموں میں شامل ہوتے ہیں انٹرویوز، ٹاکس شوز، حالات حاضرہ پر تبصرہ، کھیلوں کا آنکھوں دیکھا حال وغیرہ۔ ان پروگراموں کو ضبط تحریر میں نہیں لایا جاتا۔

2- آواز کے ذریعے تحریر کی موثر پیش کشی: ہم ریڈیو سے فچر ریڈیائی ڈرامے سنتے ہوئے محسوس کرتے ہیں کہ ہمیں وہی فچر اور ڈرامے اچھے

لگتے ہیں جن میں ایسے صدا کار ہوتے ہیں جن کی آواز خوب ہوتی ہے اور لفظوں کی ادائیگی کے ساتھ ساتھ ان کی آواز کا اتار چڑھاؤ فیچر یا ڈرامے میں پیش کی گئی سچویشن کی کامیاب ترسیل میں مددگار و معاون ہوتا ہے۔ یہی وہ صدا کار ہوتے ہیں جو تحریر کو تصویر میں تبدیل کر کے ہمارے سامنے پیش کر دیتے ہیں۔ یہ ایک حقیقت ہے کہ ریڈیائی ڈرامے کی کامیابی کا انحصار ان چیزوں پر ہوتا ہے۔

1- ڈرامے اسکرپٹ \مکالمے

2- موسیقی

3- صوتی تاثرات (Sound Effects)

4- ڈرامے میں حصہ لینے والے صدا کار

اگر آپ نے ڈرامے کی اسکرپٹ اور مکالموں کو محسن و خوبی تحریر کیا اور ڈرامے کے ہر اس پہلو پر بدرجہ غایت غور کیا جو ڈرامے کو دلچسپ بناتے ہیں، ڈرامے کے لیے بہترین موسیقی اور مناسب موزوں صوتی تاثرات کا انتخاب بھی کیا مگر صدا کاروں کے انتخاب میں آپ سے چوک ہوگئی تو آپ کا ڈراما ناکام ہو جائے گا کیونکہ جن صدا کاروں کا آپ نے انتخاب کیا وہ سامعین کے ذہنوں میں وہ تصویر ابھار نہیں سکیں گے جن کا متقاضی ڈراما ہے۔

بعض صورتوں میں ایسا بھی ہوتا ہے کہ ڈرامے کی اسکرپٹ کمزور ہوتی ہے مگر اس میں حصہ لینے والے صدا کار تجربہ کار ہوتے ہیں، وہ اپنی آواز اور ادائیگی کی بنا پر اس کمزور اسکرپٹ والے ڈرامے کو کامیابی کی بلندی تک لے جاتے ہیں۔ ایسی صورت میں سامعین کو ایسا لگتا ہے کہ وہ ڈراما سن نہیں رہے بلکہ دیکھ رہے ہیں۔

ناہینا لوگوں کے لیے آواز ہی ان کی آنکھیں ہیں۔ وہ قوت سماعت ہی کو بروئے کار لا کر اپنے کام انجام دیتے ہیں۔

اسی طرح جانور اور پرندے بھی آوازوں کا استعمال کرتے ہیں۔ مثلاً جنگل میں کسی پرندے کی نظر شیر پر پڑتی ہے تو وہ ایک خاص قسم کی آواز نکال کر دوسرے پرندوں اور جانوروں کو باخبر کر دیتا ہے کہ قرب و جوار میں شیر موجود ہے اور وہ اس سے ہوشیار رہیں۔ اگرچہ کہ بہت سے جانوروں نے شیر نہیں دیکھا کیونکہ وہ کافی فاصلے پر ہیں مگر جب وہ اس پرندے کی آواز سنتے ہیں تو وہ شیر کو مجسم دیکھتے ہیں یعنی پرندے کی آواز ان میں بصری کیفیت پیدا کر دیتی ہے۔

ہر آواز کا تعلق کسی نہ کسی شے سے ضرور ہوتا ہے یہی وجہ ہے کہ ذہن آواز کو اس چیز سے جوڑ کر دیکھتا ہے تو تخیل اس آواز کو بصری شکل دے دیتا ہے۔

## 6.8 صوتی تاثرات (Sound Effects)

صوتی تاثرات (Sound Effects) یا (Audio Effects) ایسی آوازیں ہوتی ہیں جنہیں مصنوعی طور پر پیدا کیا جاتا ہے اور پھر انہیں فلموں، ٹیلی ویژن، ریڈیو اور ویڈیو کیسٹس میں استعمال کیا جاتا ہے۔

صوتی تاثرات کی اہمیت اپنی جگہ مسلم ہے۔ خاص طور سے یہ فلموں اور ٹیلی ویژن اور ریڈیائی پروگراموں میں ایک اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ صوتی تاثرات ذہن میں خاص کیفیت پیدا کر کے آنے والے سین کے لیے ذہن میں موزوں و مناسب پس منظر پیدا کرتے



ہیں تو کبھی تجسس کو انگیز کرتے ہیں تو کبھی غمگین صورتحال کی عکاسی کرتے ہیں۔ مثلاً ”قدموں کی چاپ“ والا ایک عام سا صوتی تاثر ہے مگر یہ عام سا تاثر فلموں اور ٹیلی ویژن کے پراگراموں میں اکثر استعمال میں لایا جاتا ہے اور اس سے مختلف کیفیتوں کی عکاسی کا کام لیا جاتا ہے۔

### (i) تجسس کی کیفیت

پردے پر ایک گھر بتایا جا رہا ہے۔ وقت رات کا ہے۔ گھر کے اطراف برقی قمقوں کی مدھم روشنی پھیلی ہوئی ہے اور ہمیں قدموں کی چاپ سنائی دیتی ہے۔ قدموں کی چاپ سنتے ہی ہمارا تجسس بڑھے لگتا ہے اور ہم سوچنے لگتے ہیں کہ وہ شخص کون اور کیسا ہوگا جس کے قدموں کے چاپ ہم سن رہے ہیں۔ قاتل۔ ڈاکو۔ چور۔ مجرم یا کوئی بھوت یا پریت۔ جیسے جیسے وقت گزرتا ہے ہمارا تجسس بڑھتا جاتا ہے۔

### (ii) اضطراب کی کیفیت

عدالت کا عین ہے۔ جرح مکمل ہو چکی ہے اور توقع اس بات کی ہے کہ ہیر ویا ہیر وٹن کو ٹری سز سنائی جائے گی۔ حج فیصلہ سنانے والا ہے کہ پس منظر میں قدموں کی چاپ سنائی دیتی ہے۔ ہمارا اضطراب بڑھنے لگتا ہے۔

- 1- کیا آنے والا کوئی اہم گواہ ہے جس سے فیصلے کا رخ بدل سکتا ہے۔
- 2- کیا کوئی اور کردار ہے جس کے یہاں ہیر ویا ہیر وٹن کی بے گناہی کا اہم ثبوت ہے۔

### (iii) خوشی کی کیفیت

ایک لڑکی بن سنور کر اپنے محبوب کا انتظار کر رہی ہے۔ کافی وقت گزر جانے کے بعد بھی وہ نہیں آتا ہے۔ وہ مایوس ہو کر اپنے گہنے اتارنے لگتی ہے کہ تبھی قدموں کی چاپ سنائی دیتی ہے۔ اس کی مایوسی خوشی میں تبدیلی ہو جاتی ہے اور وہ دوڑ کر دروازے کی طرف جاتی ہے۔

ان مثالوں سے یہ بات واضح ہوتی ہے کہ ایک ہی صوتی تاثر سے مختلف کیفیات پیدا کی جاسکتی ہیں۔ فلموں اور ٹیلی ویژن کے سیاق و سباق میں جن صوتی تاثرات کا عام چلن ہے وہ ہیں:

☆ عام صوتی تاثرات۔ جیسے دروازے کے کھلنے اور بند ہونے کی آواز۔ آتشیں ہتھیاروں کی فائرنگ مختلف سواریوں جیسے ریل، بس، کار اور موٹر سائیکلیں وغیرہ کی آوازیں۔ گھوڑوں کی ٹاپوں کی آوازیں وغیرہ۔

### ☆ پس منظر کے صوتی تاثرات۔ Background Sound Effect

ان تاثرات کو پیش کرنے کا خاص مقصد ناظرین کے ذہن میں ایک خاص صورت حال پیدا کرنا ہوتا ہے۔ جب آپ پردے پر جنگل کی سائیں سائیں سنتے ہیں تو آپ کا ذہن آگے پیش آنے والے عمل کے لیے خود کو تیار کر لیتا ہے۔

پس منظر میں ہونے والی کئی لوگوں کی بات چیت کو بھی صوتی تاثر کے زمرے میں رکھا جاتا ہے کیونکہ لوگ آپس میں کیا کہہ رہے ہیں اس کا کوئی اندازہ نہیں ہوتا۔ زبان کے ناقابل فہم اور ناقابل شناخت ہو جانے کے صوتی تاثر کو ”والا“ (Walla) کہا جاتا ہے۔

## ☆ فولی صوتی تاثرات Foley Sound Effect

ایسے صوتی تاثرات کو کہا جاتا ہے جس کو ایک آرٹسٹ مختلف آسان طریقوں سے پیدا کرتا ہے۔ جیسے قدموں کی چاپ۔ کاغذوں یا خطوں کی آوازیں یا تیز ہوا کی وجہ سے کپڑوں کی سرسراہٹ۔ (Foley) ہالی ووڈ کے ایک مشہور آرٹسٹ Jake foley کے نام پر رکھا گیا ہے صوتی تاثر پیدا کرنے میں ملکہ حاصل تھا۔

## ☆ خاص طور سے تیار کردہ صوتی تاثرات Design Sound Effects

ان صوتی تاثرات کو حسب ضرورت خاص طریقوں سے ریکارڈ کیا جاتا ہے اور ان سے لوگوں کے جذباتی موڈ بنانے کا کام لیا جاتا ہے۔

### 6.8.1 صوتی تاثرات کی قسمیں

حقیقی اور غیر حقیقی تاثرات

- 1- اصل کے مطابق صوتی تاثرات (Literal Effects)
- 2- اصل کے مطابق صوتی تاثرات اصل شے سے نسبت رکھنے والا ہوتا ہے۔ یہ تاثر ہمارے ذہن کو ایک خاص واقعہ سے جوڑ دیتا ہے اور صاف انداز میں ہمیں بتایا ہے کہ کیا ہو رہا ہے اور کیا ہونے والا ہے، جیسے شاہور سے پانی گرنے کی آواز۔ برتنوں کو دھونے کی آواز یا ٹوتھ برش سے دانتوں کے مانجھے کی آواز۔۔۔۔ وغیرہ۔

### 2- غیر اصل تاثرات Non-Literal Effects

یہ تاثر ایسے واقعے کی طرف ہمارے ذہن کو لے جاتا ہے جس واقعہ سے کسی آواز کو نسبت نہیں دی جاسکتی۔ جیسے بھوتوں کی آواز۔ یا مچھلی کا زیر آب تیرنا وغیرہ۔ عموماً ایسے مقامات پر صوتی تاثرات سے بھی کام لیا جاتا ہے اور ضرورت درپیش ہو تو موسیقی سے بھی۔

### 6.8.2 ریڈیو ڈراموں میں صوتی تاثرات کا استعمال

ریڈیائی ڈراموں کے تعلق سے ہم اس غلط فہمی کا شکار ہوتے ہیں کہ اس صنف میں صوتی تاثرات ہی سب کچھ ہوتے ہیں حالانکہ ایسا نہیں ہے۔ ریڈیو ڈراموں میں جن چیزوں کی اہمیت ہے وہ ترتیب وار یوں ہیں۔

☆ مکالمے

☆ موسیقی

☆ صوتی تاثرات

اگرچہ کہ صوتی تاثرات ریڈیو ڈراموں کا اہم جز ہیں مگر بہ اعتبار اہمیت ان کا تیسرا مقام ہے۔ اگر مکالموں، موسیقی اور صوتی تاثرات کا ڈرامے میں اوسط فیصد نکالا جائے تو اعداد و شمار ہمارے سامنے آتے ہیں وہ یوں ہوں گے:

مکالمے ..... 75 فیصد

موسیقی ..... 15 فیصد

صوتی تاثرات ..... 10 فیصد

بعض اوقات صوتی تاثرات پر زیادہ سے زیادہ انحصار ڈرامے کی روح کو مجروح کر دیتا ہے اور سامعین کے لیے ڈراما بارگراں کی حیثیت اختیار کر لیتا ہے۔ اس لیے ریڈیائی ڈراموں میں ان کا استعمال محدود اور ان ہی صورتوں میں ہونا چاہیے جہاں یہ ناگریز لگیں۔ اکثر مقامات پر صوتی تاثرات کی جگہ مکالموں سے کام نکال لیا جاسکتا ہے جیسے شاور سے پانی کے گرنے کا صوتی تاثر دینے کے بجائے ڈرامے کا ایک کردار دوسرے کردار سے کہہ سکتا ہے ”شاور میں گرم پانی آرہا ہے جاؤ اور نہالو“

### 6.8.3 فلم، ٹیلی ویژن اور ریڈیو کے صوتی تاثرات کا باہمی فرق

فلم ٹیلی ویژن کے لیے جو صوتی تاثرات تیار کیے جاتے ہیں ان کا استعمال فلم یا سیریل کی شوٹنگ کے بعد کیا جاتا ہے یعنی یہ Post Production کی کاروائی کا ایک حصہ بنتے ہیں جب کہ ریڈیو کے لیے تیار کیے جانے والے صوتی تاثرات ڈرامے کی ریکارڈنگ کے دوران استعمال میں لائے جاتے ہیں۔

### 6.8.4 چند صوتی تاثرات کی تیاری کے طریقے

تیاری کا طریقہ	تاثر
نازل کے خالی خولوں کو آپس میں ٹکرا کر	گھوڑوں کے ٹاپوں کی آواز
ہاتھ کے پچھلے حصے کو چوم کر	بوسہ
تربوز پر ضرب لگا کر	کسی کو گھونسا مارنے کی آواز
اوپچی ایڑی کا جوتا پہن کر لکڑی کے تختے پر چل کر	اوپچی ایڑی کے جوتے کی آواز
ڈنٹھل یا بمبو کو توڑ کر	ہڈی ٹوٹنے والا مکا
لفافے سے کاغذ کھینچ کر	وہ دروازہ جو کھسکا کر کھولا جاتا ہے
دستانوں کو اوپر نیچے حرکت دے کر	پرندے کا پھڑ پھڑانا
کھلے ہوئے آڈیو ٹیپ کا ہاتھوں سے گولے کی شکل بنا کر	گھاس یا پتوں کا چرچرانا

### 6.9 اکتسابی نتائج

یہ ایک حقیقت ہے کہ آواز کے بغیر دنیا کا تصور ممکن نہیں تو مشکل ضرور ہے۔ قوت سماعت ایک اہم حواسِ خمسہ ہے جو لوگ اس حس سے محروم ہوتے ہیں ان کے لیے قدم قدم پر مشکلیں آن کھڑی ہوتی ہیں اور وہ لوگ تو واقعی بدنصیب ہوتے ہیں جو سماعت اور

بصارت دونوں ہی سے محروم ہو جاتے ہیں، کان بطور آلہ سماعت خدا کی ایک بہترین نعمت ہے۔

آواز مختلف طریقوں سے ہماری زندگی پر اثر انداز ہوتی ہے۔ اسی کے ذریعے ہم اپنے اپنے خیالات کو دوسروں تک پہنچاتے ہیں اور اسی کے ذریعے دوسروں کی خیالات ہم تک پہنچتے ہیں۔

روزمرہ کی زندگی میں ہم آواز کے ہم معنی یا مترادف کئی لفظ استعمال کرتے ہیں، جیسے صوت، صدا وغیرہ اور اس کی عام سی تعریف یوں کی گئی ہے کہ آواز ایسی شے ہے جو سماعت کو محسوس کرنے کے قابل بناتی ہے اسے ایک ایسے ہیجان سے تعبیر کیا جاتا ہے جو ہماری سماعت سے نکلتا ہے۔ ایک اور تعریف یوں بھی ہے کہ آواز وہ ہے جسے انسان سن سکتا ہے۔

آواز دراصل فضا کے سکوت کو درہم برہم کرتی ہوئی کسی Medium یا واسطہ/وسیئہ کے توسط سے ہم تک پہنچتی ہے۔ آواز ذہنی ہوئی (Compressed) تو انائی ہے جو مبداء (Source) میں حالت سکوت میں رہتی ہے۔ یہ تو انائی اس وقت تک جوں کی توں پڑی رہتی ہے جب تک اس کو پھیلنے کے لیے کسی بیرونی عامل کے ذریعے مجبور نہ کیا جائے۔ یہ مبداء سے لہروں کی شکل میں وسیلے سے گزر کر وصول کنندہ تک پہنچتی ہے۔

انسان ان ہی آوازوں کو سن سکتا ہے جن کی فری کونینسی (ارتعاش فی سکینڈ) 20 ہرٹز (Hertz) سے 20,000 ہرٹز کے درمیان ہوتی ہے۔ وہ آواز جو سماعت کے احاطہ عمل میں آتی ہے یا جسے کان سن سکتے ہیں اس آواز کو (Sonic) کہا جاتا ہے۔ آواز کی ترسیل کے لیے تین بنیادی چیزوں کا ہونا ضروری ہے۔

1- مبداء Source۔ جیسے سیٹی، گھنٹی، دو شاخہ اوزار..... وغیرہ وغیرہ

2- وسیئہ Medium۔ جیسے ہوا، پانی اور دھات

3- وصول کنندہ (Receiver)۔ کان یا ریڈیو کے رسیور، فون کے رسیور..... وغیرہ

آواز چونکہ لہروں کی شکل میں نقل مقام کرتی ہے اس لیے ان لہروں کی رفتار بھی مختلف میڈیا میں مختلف ہوتی ہے۔

ہوا میں آواز کی رفتار 344 میل فی سکینڈ

پانی میں آواز کی رفتار 1500 میل فی سکینڈ

دھات میں آواز کی رفتار 5000 میل فی سکینڈ ہوتی ہے

آواز میں بصری خصوصیت ہوتی ہے اور آواز ہی کے ذریعے ہم بے شمار چیزوں کو اپنے ذہن میں مجسم دیکھتے ہیں۔ گویا یہ آواز کا ایک ایسا خصوصی پہلو ہے جس سے ہم دیکھنے کا کام لے سکتے ہیں۔

صوتی تاثرات فلم، ٹیلی ویژن اور ریڈیو کے پراگراموں کی تیاری کے لیے ناگزیر ہیں۔

ان تاثرات کو مصنوعی طور پر تیار کیا جاتا ہے اور حسب ضرورت انہیں پراگراموں میں شامل کر کے کہانی یا ڈرامے کی فضاء میں حقیقت کا رنگ بھرا جاتا ہے۔

ٹیلی ویژن اور ریڈیو اسٹیشن کے دفاتر میں صوتی تاثرات بنے بنائے بھی مل جاتے ہیں اس کے علاوہ ضرورت کے مطابق بنایا بھی

جاتا ہے۔

## 6.10 فرہنگ

سماعت	:	سننے سے متعلق
قاصر	:	مجبور، معذور
کثیف	:	کثافت والا، گندا، گدلا، ناپاک
لطیف	:	نرم، نازک، باریک، پاکیزہ
دو شاخہ	:	جس میں دو شاخیں ہوں
خلل	:	خرابی، بگاڑ، انتشار
ارتعاش	:	مرتعش، Vibration
مائع	:	Liquid
تجسس	:	کھوج، تحقیق، جستجو، تلاش
خمسہ	:	پانچ، عربی شمار میں پانچ
مصنوعی	:	بناوٹی، خود ساختہ، جو قدرتی نہ ہو

## 6.11 نمونہ امتحانی سوالات

معروضی جوابات کے حامل سوالات

- 1- وہ آوازیں جن کو انسان سن سکتا ہے، ایسی آوازوں کو کیا کہا جاتا ہے؟
- 2- انسان کتنے ہرٹز کی آواز سن سکتا ہے؟
- 3- کیا آواز کی لہریں خلا سے گزر کر سکتی ہیں؟
- 4- آواز کی ترسیل کے لیے کن تین بنیادی چیزوں کی ضرورت ہے؟
- 5- آواز کی فری کوئینسی کا ایک ہرٹز کس کے برابر ہوتا ہے؟
- 6- آواز کی رفتار کا تعلق کس چیز سے ہے؟
- 7- ہوا میں آواز کی رفتار کتنی ہوتی ہے؟
- 8- ایسے صوتی تاثرات جن کو ایک آرٹسٹ مختلف آسان طریقوں سے پیدا کرتا ہے، انہیں کیا کہتے ہیں؟
- 9- گھوڑوں کے ٹاپوں کی آواز والے صوتی تاثر کو کیسے تیار کیا جاتا ہے؟
- 10- آواز کی خوبی کا معیار کیا ہے؟

## مختصر جوابات کے حامل سوالات

- 1- فری کوئینسی کسے کہتے ہیں؟
- 2- مبداء، وسیلہ اور وصول کنندہ سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
- 3- صوتی تاثرات Sound Effects کی اہمیت پر ایک نوٹ لکھیے؟

## طویل جوابات کے حامل سوالات

- 1- آواز کی تعریف بیان کیجیے اور بتائیے کہ ہمارے لیے کیوں ناگزیر ہے؟
- 2- آواز کی لہروں کیا سے مراد ہے؟ ان لہروں کو کس طرح ناپا جاتا ہے؟
- 3- صوتی تاثرات کی اہمیت واضح کرتے ہوئے یہ بتائیے کہ ان کا استعمال فلموں، ٹی وی اور ریڈیو پراگراموں کے لیے کیوں ضروری ہے؟

## 6.12 تجویز کردہ اکتسابی مواد

1. Sight Sound Motion, Applied Media Aesthetics by Herbert Zetti
2. Producing great sound for Digital video by Jay Rose
3. Sound studio ,Audio Techniques for Redio ,Television ,film and Recoarding by Alec Nisbett
4. Sound Effects - Redio T.V and film by Robert L.Mott

# ڈپلوما ان جرنلزم اینڈ ماس کمیونیکیشن، دوسرا سمسٹر

## چوتھا پرچہ: الیکٹرانک صحافت

Diploma in Journalims & Mass Communication (DJMC), 2nd Semester

### Paper 4: Electronic Media

یہ پرچہ سوالات تین حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول، حصہ دوم، حصہ سوم۔ ہر جواب کے لیے لفظوں کی تعداد اشارہ ہے۔ تمام حصوں سے سوالات کا جواب دینا لازمی ہے۔

1- حصہ اول میں 10 لازمی سوالات ہیں جو کہ معروضی سوالات ہیں۔ ہر سوال کا جواب لازمی ہے۔ ہر سوال کے لیے 1 نمبر مختص ہے۔

$$(10=1 \times 10)$$

2- حصہ دوم میں 8 سوالات ہیں۔ اس میں سے کوئی 5 سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً دو سو (200) الفاظ پر مشتمل ہونا چاہے۔ ہر سوال کے لیے 6 نمبرات مختص ہیں۔

$$(30=6 \times 5)$$

3- حصہ سوم میں 5 سوالات ہیں۔ اس میں سے کوئی 3 سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً پانچ سو (500) الفاظ پر مشتمل ہونا چاہے۔ ہر سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔

$$(30=10 \times 3)$$

### حصہ اول

سوال: 1

- i ہندوستان میں ریڈیو نشریات کی شروعات کب ہوئی؟
- ii 'انڈین اسٹیٹ براڈ کاسٹنگ سروس' کا نام بدل کر 'آل انڈیا ریڈیو کس سن' میں رکھا گیا؟
- iii "گیان درشن" پروگرام کا آغاز کس سن میں ہوا؟
- iv حکومت ہند نے ڈی ٹی ایچ سروس شروع کرنے کی اجازت کس سن میں دی؟
- v VHS کو کس کمپنی نے ایجاد کیا؟
- vi Charles Babbage نے اپنا اولین کمپیوٹر کس سن میں ایجاد کیا اور اس کا نام کیا رکھا۔
- vii آل انڈیا ریڈیو سے جن فن کاروں کی موسیقی سنائی جاتی ہے ان کی آوازوں کی جانچ کس مرکزی کمیٹی کی ذمہ داری ہے؟
- viii مدعو سامعین کے سامنے پیش کیے جانے والے ریڈیو کے موسیقی کے پروگرام کیا کہلاتے ہیں؟
- ix آل انڈیا ریڈیو کے The Audience Research Unit کی ابتدا کس سن میں ہوئی؟
- x ہوا میں آواز کی رفتار کتنی ہوتی ہے؟

## حصہ دوم

- 2 ہندوستان میں کلکتہ اور ممبئی ریڈیو اسٹیشنوں کے قیام اور ان سرگرمیوں پر روشنی ڈالیے۔
  - 3 سیٹلائٹ کے استعمال سے ہندوستانی ٹی وی اور ناظرین کو کس طرح فائدہ پہنچا؟
  - 4 ڈی ٹی ایچ کے بارے میں آپ کیا جانتے ہیں؟ Ku Band اور C-Band کا فرق بتائیے؟
  - 5 آڈیو کیسٹ کا طریقہ کار تحریر کیجیے۔
  - 6 ڈیجیٹل ویڈیو کیسٹ پر ایک مختصر نوٹ لکھیے۔
  - 7 خبریں ٹیلی ویژن کے مقبول ترین پروگراموں میں سے ایک ہے۔ اپنی رائے لکھیے۔
  - 8 بہ لحاظ عمر سامعین اور ناظرین کے کون کون سے گروپ ہیں؟
  - 9 مبداء، وسیلہ اور وصول کنندہ سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
- حصہ سوم**
- 10 ہندوستان میں ٹیلی ویژن کے آغاز و ارتقاء پر ایک مضمون لکھیے۔
  - 11 تعلیمی مقاصد کی تکمیل کے لیے سیٹلائٹ کس طرح سے مفید ثابت ہو سکتا ہے مثالیں دے کر واضح کیجیے؟
  - 12 پاور پوائنٹ Power Point سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ ایک تفصیلی نوٹ لکھیے۔
  - 13 دستاویزی اور فیلڈ فلم کا فرق واضح کیجیے۔
  - 14 صوتی تاثرات کی اہمیت واضح کرتے ہوئے یہ بتائیے کہ ان کا استعمال فلور ٹی وی اور ریڈیو پروگراموں کے لیے کیوں ضروری ہے؟