

ریڈیو کی ابتداء و ارتقاء

ریڈیو کی ابتداء و ارتقاء :

اردو میں ریڈیو یا ریڈیو نشریات سے جو مفہوم ادا ہوتا ہے انگریزی میں اس کے لئے لفظ براڈ کاسٹنگ (BROADCASTING) استعمال کیا جاتا ہے اور یہ ٹیلی ویژن نشریات پر بھی محیط ہے۔ لہذا اس کی اہمیت و وسعت کے پیش نظر اس کے معنی و مفہوم کو اچھی طرح سمجھ لینا بہتر ہوگا۔

بنیادی طور پر یہ زراعت سے متعلق اصطلاح ہے۔ 1922 سے پہلے تک کی ڈکشنری میں اس کے معنی ہیں۔ بیج کو کھیت میں بونایا بکھیرنا۔

"TO SOW (SEED) OVER A WIDE AREA, ESPECIALLY BY HAND"

کہیں کہیں اس کے معنی بڑے رقبے میں پھیلا ہوا۔ یہاں وہاں بکھرے ہوئے طریقے سے۔ یا بڑے علاقے میں متعارف کرانا بھی دیئے ہیں۔ 1

آج یہ لفظ مختلف موقعوں پر مختلف معنوں میں استعمال ہو رہا ہے۔ مثلاً اسے بکھیرنے۔ پھیلانے۔ عام کرنے۔ بونے۔ ترسیل کرنے۔ شائع کرنے۔ نشر کرنے اور تقریر کرنے کے معنی میں بھی استعمال کیا جا رہا ہے۔ لیکن ہم یہاں اسے مندرجہ ذیل معنوں میں استعمال کریں گے۔ یعنی

"BROADCASTING MEANS SENDING OUT PROGRAMS THROUGH THE AIR TO EVERY ONE WITHIN REACH OF A STATION. ANY

1. John. R. Bitner, *Broadcasting an Introduction*, New Jersey, 1980, p.15

ONE WHO HAS THE NECESSARY
EQUIPMENT CAN LISTEN TO THE
PROGRAMS SENT OUT."¹

یوں تو باد صبا اور میگ دوت کے ذریعے اپنے محبوب کو سلام و پیام بھیجنے کا طریقہ زمانہ قدیم سے ہی مروج ہے لیکن حقیقی معنوں میں ہوا کے ذریعے پیغام بھیجنے کی کہانی انیسویں صدی کی چوتھی دہائی سے شروع ہوتی ہے۔ انیسویں صدی کا ابتدائی دور تبدیلیوں کا دور تھا۔ عالمی صنعتی انقلاب میں امریکہ ایک نئی صنعتی طاقت بن کر ابھر رہا تھا۔ برطانیہ بھی اپنے بڑے بحری فوجی و تجارتی بیڑوں کے ساتھ مرعوب کرنے والا ملک تھا۔ اور جیسے جیسے صنعتی ترقی ہو رہی تھی اور تبدیلیاں آرہی تھیں، زیادہ تیز تر سیلی نظام کی ضرورت شدت سے محسوس کی جا رہی تھی لہذا بہت سے سائنسداں ایسی چیزوں کی کھوج میں مصروف تھے جن کے ذریعے تیز رفتاری کے ساتھ پیغام بھیجا جاسکے۔

ریڈیو کا پیش رو ٹیلی گراف : (SAMUEL. F. B.)

(MORSE) مورس ان میں سے ایک تھا جو اس ضرورت کو پورا کرنے کی کوشش میں سرگرداں تھے۔ بنیادی طور پر وہ ایک پینٹر تھا اور اپنی زندگی کے ابتدائی حصوں میں تصویریں بنا کر اور اس فن کو سکھا کر رزق حاصل کرتا رہا تھا۔ عمر کے اکتالیسویں سال میں اس نے "الیکٹرومیگنٹ" پر ایک مذاکرہ سنا اور ٹیلی گراف میں دل چسپی لینے لگا۔ ٹیلی گراف جسے شروع میں "WRITING AT DISTANCE" کہا گیا۔ مورس نے اس کا ایک مکمل نظریہ تیار کیا۔ جس میں تمام امکانات کی مکمل وضاحت تھی۔ مگر غریبی اس کے آڑے آئی اور وہ اپنے اس نظریے کا عملی تجربہ تین سال تک پیش نہ کر سکا۔

1835-36ء کے موسم سرما میں مورس اپنے دوست الفریڈ ویل (ALFRED

VAIL) کی مدد سے 1700 فٹ لمبی تار کی لائن کے ایک سرے سے دوسرے سرے تک

1. Sandra Hybels. Dana, Ulloth, Broadcasting, An Introduction to Radio, and Television. New York. 1978. P. 119

کچھ اشارے بھیجنے میں کامیاب ہوا۔ لیکن اسے مزید ترقی دینے کے لئے پیسوں کی ضرورت تھی۔ بالآخر ویل کے والد کی مالی امداد سے ترقی دے کر اس کا عملی مظاہرہ ہوا۔ 1
1843ء میں امریکن گورنمنٹ نے بھی انھیں ٹیلی گراف کا ایک نظام واشنگٹن سے بالٹی مور (BALTIMORE) تک قائم کرنے کے لئے فنڈ کی منظوری دے دی۔ مورس نے جتنے دنوں میں اس پروجیکٹ کو پورا کرنے کا دعویٰ کیا تھا مختلف وجوہات کی بنا پر اس سے کچھ زیادہ وقت لگ گیا۔ پھر بھی اس کے ذریعے پہلا پیغام 24 مئی 1844ء کو واشنگٹن سے بالٹی مور بھیجا گیا اور اس کا جواب بھی موصول ہوا۔ اس طرح مورس اور اس کے دوست نے یہ ثابت کر دیا کہ تار کی لائن اور بجلی کے ذریعے پیغام بڑے بڑے فاصلوں تک بھی بھیجا جاسکتا ہے۔ 2

کافی سالوں تک مورس کا ایجاد کردہ ٹیلی گراف تیز رفتار ترسیل کے لئے استعمال ہوتا رہا۔ 1866ء میں پہلی بار (CYRUSFIELD) سائیرس فیلڈ کی نگرانی میں بحر اٹلانٹک کے آر پار کیبل ڈالا گیا اور امریکہ و یورپ کے درمیان ٹیلی گراف کے ذریعے پیغام کا تبادلہ ہوا۔ یہیں سے تیز رفتار عالمی ذریعہ ترسیل کی ابتدا ہوئی۔ 3
ٹیلی فون: ٹیلی گراف میں لاسلکی ذرائع سے اشاراتی پیغامات کو لمبے لمبے فاصلوں تک بھیجنے کا مظاہرہ ہو گیا تو اسی طرز پر بہت سے ملکوں میں سائنس دان انسانی آواز یا کسی آواز کو ہو بہو لاسلکی ذرائع سے بھیجنے کے لئے کوشاں ہو گئے۔

جرمنی میں 1861ء میں PHILIPREIS نے ایک ٹیلی فون ایجاد کیا۔ لیکن وہ اتنا ادھورا اور نامکمل تھا کہ اس کا عملی مظاہرہ نہیں ہو سکا۔ 1874ء میں گرے (GRAY) نے ایک ایسا آلہ تیار کر لیا تھا جس کے ذریعے آواز کی ہو بہو ترسیل ممکن تھی۔ لیکن پیٹنٹ کرانے کے لئے اس میں کچھ اصلاح کی ضرورت تھی جس میں اس کے دو سال گزر گئے۔ امریکہ کے

1. Sawndra Hybels, Danaulloth, Broad Coasting an Introduction to Radio and Television. 1978, New York P.38

2. Ibid, p.39

3. Ibid, p.42

پیٹنٹ آفس میں پیٹنٹ کرانے کی درخواست جب اس نے داخل کی تو اس سے دو گھنٹہ پہلے
ALEXANDER GRAHAM BELL نامی شخص نے ایسے ہی ایک آلے کو پیٹنٹ
کرانے کی درخواست داخل کر دی تھی۔

گراہم بیل اسکاٹ لینڈ کا رہنے والا تھا جس کی تعلیم ایڈنبرگ یونیورسٹی میں ہوئی تھی وہ
امریکہ بحیثیت استاد آیا تھا۔ بہر حال دونوں پیٹنٹ کرانے والوں میں مقدمہ بازی کی نوبت
آئی لیکن فیصلہ گراہم بیل کے حق میں ہوا۔ اور اس نے اپنے ساتھیوں کی مدد سے ایک بہت
ہی کامیاب ٹیلیفون انڈسٹری ”بیل ٹیلیفون“ کے نام سے قائم کی اور بیل کا نام ہمیشہ ہمیشہ
کے لئے ٹیلیفون سے جڑ گیا۔ بعد کو ٹیلی گراف اور ٹیلیفون دونوں ہی سے وائرلیس اور ریڈیو
کی ایجاد میں بہت مدد ملی۔ 1

وائرلیس کی ابتداء و ارتقاء :- اس کی کارکردگی کا اشارہ اس کے
نام کی ترکیب میں ہی پوشیدہ ہے۔ ابھی تک جو چیزیں برقی ترسیل کے لئے استعمال ہو رہی
تھیں ان میں وائر یعنی تار کا استعمال ہو رہا تھا اب یہ ایسا طریقہ ایجاد ہوا جس میں
وائر کا استعمال لیس (Less) یعنی ترک ہو گیا اور پیغام ہوا کے ذریعے بھیجا جانے لگا۔
1860-70 کے درمیان جس میں کلارک میکس ویل ایک اسکاٹس
(PHYSICIST) طبیعیات داں نے یہ نظریہ پیش کیا کہ فضا میں موجود
(WAIRLESSVAVE) برقی رو کس طرح کام کرتی ہے۔ 1864ء میں اس نے برق
(ELECTRICITY) اور (MAGNATISM) مقناطیسیت پر ابتدائی بیان دیا۔ لیکن
اس نظریے کی تفصیل 1873ء تک مکمل نہیں کر سکا۔

میکس ویل جب برقی رو کو نظریاتی بنیاد فراہم کرانے میں مصروف تھا۔ اسی وقت جرمنی میں
تجربے میں لگے ہنریچ ہرٹز (HEINRICH HERTZ) نے وائرلیس و برقی رو کی فضا میں موجودگی
کا مظاہرہ کر کے دکھا دیا۔ بنیادی طور پر یہ میکس ویل کے نظریے کا عملی ثبوت تھا۔ 1888ء میں
اپنے تجربے کی وضاحت کے لئے ہرٹز نے ایک مضمون شائع کرایا جس کا عنوان تھا۔

1. Sawndra Hybels, Danaulloth, Broad Coasting an Introduction to
Radio and Television. 1978, New York P.45

"ELECTROMAGNETIC WAVE IN AIR AND THEIR REFLECTION."¹

ہرگز طبیعات داں کی حیثیت سے برقناطیسی موجوں کی موجودگی ثابت کرنے میں تو دل چسپی رکھتا تھا مگر اس کے ذریعے کوئی تجارتی نظام قائم کرنے میں اسے کوئی دل چسپی نہیں تھی۔ لہذا وہ اپنی اس دریافت کو تجربہ گاہ کے باہر نہیں لے گیا۔ چنانچہ اسے شہرت و مقبولیت کافی برسوں بعد اس وقت ملی جب ریڈیو کی موجوں کی جنبش (OSCILLATION) کو ہرگز کا نام دیا گیا۔

میکس ویل نے وائرلیس کی نظریاتی بنیاد فراہم کی، ہرگز نے وائرلیس موجوں کی موجودگی کا عملی مظاہرہ پیش کیا اور اٹلی کے ایک اکیس سالہ نوجوان نے اسے تجارتی فائدہ حاصل کرنے کی حد تک ترقی دے دی۔

1894ء کے موسم گرماں میں جب گولگیموں مارکونی آپس (اٹلی) کی پہاڑیوں میں چھٹیاں گزار رہا تھا ایک روز یوں ہی ایک برقیات سے متعلق رسالہ اٹھالیتا ہے جس میں ہرگز کے تجربے کے بارے میں پڑھ کر اس قدر متاثر ہوتا ہے کہ فوراً گھر واپس آ کر وائرلیس کے ایسے نظام کو ترقی دینے کی کوشش میں لگ جاتا ہے جس کی تجارت ممکن ہو سکے۔

مارکونی ٹیلی گراف اور اس وقت تک کی تمام ایجادات کو ملا کر اور اس میں اپنی طرف سے کچھ چیزیں شامل کر کے ایک ایسا طریقہ کار ایجاد کرنے میں کامیابی حاصل کر لیتا ہے جس سے فضا میں موجود برقی موجوں کے ذریعے آواز کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک بھیجا جاسکتا تھا۔²

ابتداء میں کافی دنوں تک لگا تار محنت و تجربے کے بعد مارکونی جھینگر جیسی آواز کو اپنے بنائے ہوئے ریسیونگ اسٹیشن تک بھیجنے میں کامیاب ہوا۔ جو تقریباً میل کے چوتھائی حصے کے فاصلے پر تھا وہ حروف و الفاظ کو ہوا کے ذریعے بالکل اسی طرح بھیجنے میں کامیاب ہوا

1. Sawndra Hybels, Danaulloth, Broad Coasting an Introduction to Radio and Television. 1978, New York P.46

2. Ibid, p.41

جس طرح مورس نے نشانات و اشارات کو تار کی لائن کے ذریعے بھیجا تھا۔ اس سلسلے میں ایک اقتباس ملاحظہ ہو۔

"After endless weeks of experimenting Marcony successfully sent cricket like sound three quarters of a mile to a Receiving station he had set up. And by turning the transmitter on and off Marconi was able to send letters and words just as Morse had sent code over wires. Marconi sent through the air.¹

1896ء میں مارکونی اس کے تجارتی امکانات کا پتہ لگانے کے لئے انگلینڈ گیا۔ اس کا اندازہ تھا کہ وائرلیس کو سمندری جہازوں اور زمین پر تجارتی ضروریات کے لئے استعمال کیا جاسکتا ہے۔ اسے بالکل اندازہ نہیں تھا کہ اس کے ذریعے عوام کے اتنے بڑے گروہ تک نشریات کی جاسکے گی۔

انگلینڈ میں مارکونی نے پینٹ کے لئے درخواست دی۔ جو اسے 2 جون 1896ء کو مل گیا اور سرولیم پرسی نے برٹس پوسٹ آفس کے انجینئر انچارج کی مدد سے مارکونی کے ساتھ بڑے پیمانے پر وائرلیس کا تجربہ شروع کر دیا۔ برطانیہ کے تجارتی اس ایجاد سے اتنے متاثر تھے کہ انھوں نے وائرلیس کو ترقی دینے کے لئے فوراً ایک کمپنی قائم کر لی جس کا نام ”وائرلیس ٹیلی گراف سگنل کمپنی“ پڑا اور جس کی تشکیل 1897ء میں عمل میں آئی۔ بعد میں اس کا نام بدل کر ’مارکونی وائرلیس ٹیلی گراف کمپنی‘ رکھا گیا۔² یہ تجارتی منصوبہ پوری کامیابی سے چل رہا تھا کہ اسی دوران 1897ء میں مارکونی کو امریکہ سے بھی وائرلیس کا پینٹ سرٹیفکیٹ مل گیا۔ امریکن گورنمنٹ وائرلیس کی خدمات کو

1. Saundra Hybels, Danaulloth, *Broad Coasting an Introduction to Radio and Television*. 1978, New York P.42

2. Ibid, p.42

اپنے ملک کے لئے استعمال کرنا چاہتی تھی۔ اور مارکونی کو بھی وائرلیس کے ذریعہ آواز کو اٹلانٹک کے پار بھیجنے میں خاصی دلچسپی تھی لہذا اس نے امریکہ میں بھی اپنی ایک کمپنی قائم کر لی۔ کمپنی کا نام ”امریکن مارکونی وائرلیس ٹیلی گراف کمپنی رکھا۔ مارکونی نے 1901ء میں امریکہ میں وائرلیس اسٹیشن قائم کرنا شروع کر دیا تھا مگر وہ اس کانٹریکٹ سے بہت خوش نہیں تھا کیونکہ وہ بحر اٹلانٹک کے آر پار جلد سے جلد وائرلیس کا نظام قائم کرنا چاہتا تھا اور اس میں اسے کامیابی 12 دسمبر 1901ء کو ملی۔ لہذا 1902ء میں مارکونی کے آلات کے ذریعے امریکہ کے صدر روز ویلٹ (ROOSEVELT) اور انگلینڈ کے کنگ ایڈورڈ سوم کے درمیان گفتگو ہوئی۔ 1

1896-97ء کے دوران مارکونی نے ایک برطانوی سائنس داں سر اولیو لوگی (SIR OLIVE LOOGE) کے ساتھ مل کر اسے مزید ترقی دی۔ ادھر اٹلی کی بحری فوج نے مارکونی کو اس کے تجربات کے لئے امداد دینی شروع کر دی۔

1909ء میں S.S. REPUBLIC اور 1912ء میں S.S. TITANIC سمندری جہاز غرقاب ہوئے تو اس کی ضرورت و اہمیت زیادہ شدت سے محسوس کی جانے لگی۔ وائرلیس کی کامیابی کے بعد بہت سی کمپنیاں اس میں دل چسپی لینے لگیں اور اپنا وائرلیس نظام قائم کرنے کیلئے کوشاں ہوئیں۔ مگر مارکونی نے اپنے آلات و ایجادات کے حقوق کسی کو فروخت نہیں کئے تھے لہذا ان کمپنیوں کے لئے وائرلیس میں استعمال ہونے والے تمام آلات کو اپنے طور پر ایجاد کر کے پٹنٹ کرانا بڑا ہی مشکل تھا۔ نتیجہ یہ ہوا کہ امریکہ، جرمنی اور فرانس کی بہت سی کمپنیوں کے میدان میں آجانے کے باوجود سربراہی مارکونی کمپنی ہی کو حاصل رہی۔

مارکونی کے بعد ریٹالڈ فسنڈن (REGINALD FESSENDEN) (یہ کینیڈا میں پیدا ہوا مگر کام کرنے کا زیادہ زمانہ امریکہ میں گزارا۔) نے وائرلیس میں بہت سی اصلاح کر کے اسے جدید تر بنا دیا۔

پھر الیگزینڈر نامی شخص (جو سوئڈن سے امریکہ آیا تھا) نے فسیئنڈن کی اصلاح پر اصلاح کی اور وائرلیس کو ایک منزل اور اوپر پہنچا دیا۔

اس کے بعد فلمینگ نے ایک ایسے والو کا اختراع کیا جو آج بھی جدید ریسیور میں استعمال ہوتا ہے۔ اس کا کارنامہ یہ ہے کہ اس نے اپنے اس والو کے ذریعے آواز کی لہروں کو ریڈیو کی لہروں سے الگ کر دیا جسے ہم ایک اہم کامیابی کہہ سکتے ہیں۔ 1

فلمینگ کے کام کو آگے بڑھاتے ہوئے لی۔ ڈی۔ فاریسٹ (LEE-DE-FORSET) نے TRIODE والو یا گرڈ (GRID) کی ایجاد کی جو وائرلیس کی مستقبل کی ترقی کی بنیاد بنا۔ اور اسی کی وجہ سے وہ نظام وجود میں آیا جس کے ذریعے آواز اور موسیقی کو عوام کے بڑے گروہ کے لئے امریکہ اور پوری دنیا میں نشر کیا جاسکا۔ 2

ریڈیو کا حقیقت بننا: وائرلیس کی ایجاد ایک ایسی اہم اور بنیادی ایجاد تھی جس کی وجہ سے نہ صرف ترسیل زمین کی پستیوں سے اٹھ کر آسمان کی بلندیوں کو چھونے لگی بلکہ اسی کی وجہ سے ریڈیو۔ ٹرانسمیٹر۔ ٹیلی ویژن اور سیٹیلائٹ ترسیل ممکن ہو سکی۔ اور پوری دنیا میں صنعتی تجارتی ترقی انتہائی بلندیوں تک پہنچ گئی۔ اسی کی وجہ سے فاصلے سمٹ گئے وقت پر قابو پالیا گیا۔ لیکن ابھی تک عموماً وائرلیس کے ذریعے پیغام کوڈ (Code) یعنی کچھ مخصوص نشانات کے ذریعے ہی بھیجے جاتے تھے۔ گوکہ آواز کو بہتر ترسیل کرنے کی کوشش بہت پہلے شروع ہو گئی تھی اور اس میں کچھ لوگوں کو کچھ کامیابی بھی ملی تھی۔

پھر بھی اس بات میں اختلاف ہے کہ ریڈیو کا پہلا پروگرام کہاں پیش کیا گیا۔ البتہ مجموعی طور پر اس میں برتری امریکہ کو حاصل ہے۔ لہذا 1906ء میں فسیئنڈن (FESSENDEN) نے برنٹ راک ماس کے اپنے نجی تجرباتی اسٹیشن سے کرسمس کی شام کو ایک پروگرام نشر کیا۔ جسے بعض لوگ پہلا پروگرام کہتے ہیں۔ 3

1. Saundra Hybels, Dana Ulloth. Broad Casting. An Introduction to Radio and Television. New York. 1978 P. 47

2۔ سجاد حیدر۔ ریڈیاتی صحافت۔ اسلام آباد۔ 1981ء۔ 14

3. Narayanan Menon : The Communication Revolution 1976 N.D. P. 30

اس سلسلے میں لی ڈی فارسٹ کا نام بھی بہت اہم ہے اس نے ایفل ٹاور کے اوپر آلات نصب کر کے اور 1910ء میں نیویارک کے میٹروپولیٹن اوپیرا ہاؤس میں پانچ سو واٹ کا ٹرانسمیٹر نصب کر کے اس کے ذریعے پروگرام پیش کیا۔ کہا جاتا ہے کہ امریکہ کی ایک کمپنی نے ایرلنگ ٹن (امریکہ میں نیوی کا ایک اسٹیشن) سے ایفل ٹاور پیرس تک پروگرام نشر کیا جس کا فاصلہ چار ہزار میل ہے۔ 1

مگر یہ صرف تجربات تھے اس وقت تک مسلسل ریڈیو نشریات کا کوئی نظام قائم نہیں

ہوا۔

لی۔ ڈی۔ فارسٹ۔ فسنیڈن۔ ایڈون آرام اسٹراٹنگ۔ الیکزینڈرسن اور دوسرے سائنس داں اپنے اپنے طور پر اس ایجاد کو مزید ترقی دینے کی مسلسل جدوجہد کرتے رہے۔ اس سلسلے میں ایک اور نام فراموش نہیں کیا جاسکتا اور وہ ہے ڈیوڈ سرنوف (DAVID SARNOFE) کا جس نے کہ غرقاب ہوتے ہوئے TITANIC سے پیغام موصول کیا تھا۔ 2

لی۔ ڈی فارسٹ کے تجربے کو کچھ مقبولیت حاصل ہوئی تو 1916ء میں ڈیوڈ سرنوف نے اپنی ایک تحریر کے ذریعے جنرل مینیجر امریکن مارکونی کمپنی کو یہ صلاح دی کہ وہ گھروں کے لئے ریڈیو موسیقی باکس بنائیں اور ایک ریڈیو اسٹیشن (جس کی پہنچ پچیس سے پچاس میل کے دائرے میں ہو) کے ذریعے موسیقی وغیرہ کے پروگراموں کو گھروں تک پہنچائیں۔ سرنوف کا خیال تھا کہ میوزک باکس کے ذریعے بڑا منافع حاصل کیا جاسکتا ہے۔ جب کہ اس وقت صنعتی و تجارتی اشتہارات کا خیال سرنوف کے دماغ میں نہیں آیا تھا۔ انھوں نے اس کے پروگراموں میں صرف موسیقی۔ تقاریر اور نغمہ سرائی کو ہی شامل کیا تھا۔ مارکونی کمپنی جب تک امریکہ میں رہی یعنی جب تک کہ ٹیلی گراف یا ریڈیو نشریات کا انتظام امریکن کمپنی کے ماتحت نہیں ہوا تھا اس مشورے پر کوئی عمل درآمد نہیں ہوا۔ یہ مشورہ مسلسل

1. Saundra Hybels, Dana Ulloth. *Broad Casting. An Introduction to Radio and Television*. New York. 1978 P. 47

2. Ibid, p. 52

نشریات شروع ہونے سے برسوں پہلے کا تھا۔ پھر اس مشورے کے عمل درآمد میں پہلی جنگ عظیم بھی حائل ہوئی۔ 1

بہر حال ریڈیو نشریات کے سلسلے میں مندرجہ ذیل اقتباس اہمیت کا حامل ہے۔

"Then in October 1920 the Station was relicensed as K.D.K.A. and to inaugurate the new Station Canrad and executive of Westinghouse desided to air election from the Hording-Cox election on November 2-1920. This date is Often cited as the begining of Scheduled radio broad casting by a Station licensed by the federal government.²

اس طرح 2 نومبر 1920ء کو ہم باقاعدہ مسلسل ریڈیو نشریات کی شروعات کہہ سکتے ہیں۔ KDKA کو جہاں پہلا ریڈیو براڈ کاسٹنگ اسٹیشن ہونے کا فخر حاصل ہے وہیں اس نے بہت سے پروگرام جیسے پہلی چرچ سروس۔ دور دراز علاقوں کے لئے نشریات، کھیل میں کشتی۔ مکہ بازی۔ بیس بال اور فٹ بال وغیرہ میچوں کے رواں تبصرے بھی سب سے پہلے نشر کرنا شروع کئے۔

KDKA کے بعد جلد ہی بہت سی دوسری کمپنیوں کے اسٹیشن بھی براڈ کاسٹ کرنے لگے یہاں تک کہ 1920 سے 1925ء کے درمیان امریکہ میں 570 ریڈیو اسٹیشن براڈ کاسٹ کر رہے تھے۔ بہت سے اسٹیشنوں کے قائم ہو جانے کی وجہ سے قریب قریب فریکوئنسی کے اسٹیشنوں کے پروگراموں کی آوازیں آپس میں مل کر آواز کو خراب کرنے لگیں۔ لہذا امریکن گورنمنٹ کو اس میں دخل دینا پڑا گورنمنٹ نے تمام ریڈیو اسٹیشنوں کو

1. Saundra Hybels, Danaulloth. *Broadcasting An Introduction to Radio and Television*. New York. 1978 P. 53

2. Ibid P. 56

فریکوئنسی بینڈ الاٹ کیا۔ تب امریکن ریڈیو نشریات میں نظم و ضبط قائم ہوا۔ 1
 امریکہ میں ریڈیو کی ترقی کا دوسرا دورنٹ ورکنگ (NETWORKING) سے
 عبارت ہے۔ نٹ ورکنگ سے مراد یہ ہے کہ کئی اسٹیشنوں کو ایک ساتھ منسلک کر دیا جائے
 اور کسی پروگرام کو یہ اسٹیشن بیک وقت ایک ساتھ نشر کریں۔ پہلا نٹ ورک پروگرام صرف دو
 اسٹیشنوں کو منسلک کر کے 4 جنوری 1923ء کو پیش کیا گیا۔ پھر اس میں روز بروز ترقی
 ہوتی چلی گئی۔

نٹ ورک میں ترقی کے بعد امریکہ میں ریڈیو کی مقبولیت کا یہ عالم تھا کہ 1930ء
 سے 1935ء کے درمیان ہر سال چار سے چھ ملین ریڈیو سیٹ فروخت ہوئے اور اس
 حساب سے 1935ء تک 67 فیصد گھروں میں ریڈیو سیٹ پہنچ گئے۔ 2

برطانیہ: برقی ترسیل کا ارتقاء امریکہ اور برطانیہ میں قریب قریب ساتھ ہوا۔
 مارکونی کی حوصلہ افزائی سب سے پہلے برطانیہ نے ہی کی۔ برطانیہ کی بحری فوج کے بیڑے
 ہوں یا تجارتی جہاز۔ ڈاک و تار کا محکمہ ہو یا کوئی اور ادارہ ہر جگہ برقی ترسیل کو پہلی فرصت میں
 خوش آمدید کہا گیا۔

آج برطانیہ میں دو نشری نظام عمل پیرا ہیں۔ ایک برٹش براڈ کاسٹنگ کارپوریشن
 (B.B.C.) بی بی سی اور دوسرا انڈیپنڈنٹ براڈ کاسٹنگ اتھارٹی۔

دراصل 1922ء کی مئی میں برطانیہ کے پوسٹ ماسٹر جنرل نے عوام میں یہ اعلان کیا
 کہ اب ملک میں باقاعدہ ریڈیو نشریات کی اجازت دی جاتی ہے۔ چنانچہ اسی سال نومبر میں
 ریڈیو مصنوعات بنانے والوں اور ریڈیو نشریات میں دل چسپی رکھنے والوں کے باہمی
 مذاکرات اور تعاون سے برٹش براڈ کاسٹنگ کمپنی کا قیام عمل میں آیا۔ جس نے نجی ادارے
 کے طور پر اپنی روزانہ نشریات کی ابتداء کی اور یہ نشریات بہت ہی مناسب اطمینان بخش طریقے

1. Saundra Hybels, Dana Ulloth. Broadcasting an Introduction on
 To Radio and Television. New York. 1978 P. 56

2. Ibid, p.73

سے چلتی رہی۔ اس نشریات کو شروع کرنے والے مسٹر جے۔ سی۔ ڈبلیو۔ ریٹھ (MR. J.C.W. REITH) تھے جو اس کمپنی کے جنرل مینجر تھے اس کے چیف انجینئر کمپنیشن پی۔ پی۔ اکرسلے تھے (CAPTAIN P.P. ECKERSELY) جنھیں ہم بجا طور پر برطانیہ میں ریڈیو نشریات کا معمار کہہ سکتے ہیں۔

برٹش براڈ کاسٹنگ کمپنی کی کامیابی توقعات سے کہیں زیادہ تھی جس کا اندازہ اس بات سے لگایا جاسکتا ہے کہ دو سال کے اندر اندر برطانیہ میں ریڈیو سیٹ کی تعداد بیس لاکھ تک پہنچ گئی اور یہی نہیں بلکہ ریڈیو نشریات بہت تیزی سے عوامی زندگی کا جز بننے لگی۔ لہذا جلد ہی حکومت کو یہ احساس ہو گیا کہ ریڈیو نشریات کے وسیع حلقہ اثر کے پیش نظر اسے غیر سرکاری انتظام کے تحت نہیں رہنا چاہئے۔ نتیجے کے طور پر گورنمنٹ نے ایک انکوائری کمیشن 1925ء میں بٹھایا۔ جسے دنیائے نشریات ”کرافورڈ کمیٹی“ (CRAWFORD COMMITTEE) کے نام سے جانتی ہے۔ اس کمیٹی کی سفارشات پر بی۔ بی۔ سی کا قیام 1 جنوری 1927ء کو ایک خود مختار ادارے کی حیثیت سے عمل میں آیا۔ اور اس کے اغراض و مقاصد میں ملک کے مفاد کے تحفظ کو اولین اہمیت دی گئی اور مسٹری۔ جے۔ ڈبلیو۔ ریٹھ (جو بعد میں سر جون ریٹھ لارڈ ریٹھ ہوئے) اس کے پہلے ڈائریکٹر جنرل مقرر ہوئے۔

چونکہ بی بی سی کو مادر نشریات کہا جاتا ہے۔ اور ہماری نشریات کا ابتدائی ڈھانچہ تیار کرنے میں اس سے کسی قدر مدد ملی گئی ہے۔ اس لئے یہاں اس کی تفصیل غیر مناسب نہ ہوگی۔

جیسا کہ اوپر کہا گیا بی بی سی ایک خود مختار نشریاتی ادارہ ہے گو کہ وہ بیرون ملک نشریات کے لئے فنڈ براہ راست برطانوی پارلیمنٹ سے حاصل کرتا ہے ریڈیو لائسنس فیس کا تعین پارلیمنٹ کرتی ہے۔ اس کی نگرانی ورہنمائی کے لئے بارہ اشخاص کا ایک بورڈ بنایا جاتا ہے۔ ان اشخاص کو برطانوی ملکہ نامزد کرتی ہیں یہ ادارہ بہت سی ضمنی مشاورتی کمیٹیوں کے مشورے سے کام کرتا ہے۔ جو اس کے لئے بنائی جاتی ہیں اور خاص بات یہ ہے کہ بی بی سی ایک غیر منفعت بخش ادارہ ہے اس میں اشتہارات کی ممانعت ہے۔

پورے برطانیہ میں پروگراموں کو نشر کرنے کے لئے بی بی سی کو چار حصوں میں تقسیم کر دیا گیا ہے۔ جسے بی بی سی ایک دو تین اور چار کہا جاتا ہے۔ بی بی سی ایک اور دو سے ایسے پروگرام نشر کئے جاتے ہیں جو عام لوگوں کی دلچسپی کے ہوتے ہیں یہی وجہ ہے کہ یہ دونوں شعبے اسی فیصد برطانوی سامعین کو اپنی گرفت میں رکھتے ہیں۔ بی بی سی نمبر تین زیادہ تر کلاسیکی موسیقی۔ ڈرامے اور دوسرے ثقافتی پروگرام برطانیہ اور برطانیہ سے باہر ہوئی محفل نغمہ و سرود کو لا یونشر کرتا ہے۔ عالمی تھیٹر کے شاہکار کو پیش کرنے پر زور دیتا ہے۔ سائنس اور دوسرے فلسفیانہ مضامین کے مباحثے بھی بی بی سی نمبر تین کے پروگراموں میں شامل رہتے ہیں۔ بی بی سی نمبر چار تقاریر۔ ڈرامائی تفریح، خبریں اور حالات حاضرہ کی اطلاع و جانکاری کے بہم پہنچانے کے لئے وقف ہے۔ اس کے پروگراموں میں فون ان نیوز میگزین، پینل گیم شامل ہوتے ہیں۔ 1

بی بی سی کی اندرون ملک نشریات سے قطع نظر اس کی عالمی نشریات انگریزی کے علاوہ چالیس سے زیادہ زبانوں میں ہر ہفتے سات سو گھنٹے سے زیادہ دورانیے کے پروگرام سنواتی ہیں۔ انگریزی میں عالمی سروس چوبیس گھنٹے چلتی رہتی ہے۔ روزانہ دنیا بھر کے لئے چالیس زبانوں میں سو گھنٹے تک پروگرام تیار کر کے نشر کرنا بجائے خود ایک مسلسل مہم ہے اس مہم کے لئے بش ہاؤس لندن میں سینتالیس اسٹوڈیوز مخصوص کئے گئے ہیں۔ جن کے پروگرام ستر ٹرانسمیٹروں کے ذریعے دنیا بھر میں سنوائے جاتے ہیں ان میں چوالیس ٹرانسمیٹر برطانیہ کے اندر نصب ہیں اور 26 ریڈیو ٹرانسمیٹر بیرونی مقامات پر لگائے گئے ہیں۔

بی بی سی اپنے بین الاقوامی سامعین کے لئے روزانہ سو سے زائد صرف خبروں پر منحصر پروگرام پیش کرتا ہے۔ بش ہاؤس کے نیوز روم کے اندر ہر وقت سو سے زائد افراد کا اداراتی عملہ کام میں لگا رہتا ہے۔ اور ان سب کی کوشش یہی رہتی ہے کہ دنیا بھر کے تازہ بہ تازہ

واقعات کی حقیقت پر مبنی غیر جانبدارانہ رپورٹ سننے والوں کی خدمت میں پیش کر دیں لہذا ان لاکھوں لوگوں کے علاوہ جو بی بی سی کی خبریں براہ راست سنتے ہیں ایسے سامعین کی ایک بڑی تعداد ہے جو اپنے مقامی ریڈیو اسٹیشنوں کے ذریعہ بی بی سی کے حوالے سے دنیا بھر کی خبریں سنتے ہیں۔ کیونکہ اس نے دنیا بھر کے سامعین کا اعتماد حاصل کر لیا ہے۔ اس مسلسل مہم، جدوجہد اور کوشش کے واضح مقاصد کی تفصیل یوں ہے۔ 1

• برطانیہ کو اس وقت کے ترقی یافتہ ملک کی حیثیت سے دنیا کے سامنے پیش کرنا۔

• برطانیہ کی بنی ہوئی چیزوں کو دوسرے ممالک میں متعارف کرا کر اپنی صنعت کو فروغ

دینا۔

• برطانیہ کو عالمی سیاست میں با اصول، انصاف پسند اور با اثر طاقت کے طور پر پیش کرنا۔

دنیا کو ایسا باور کرانے کے لئے ضروری تھا کہ بی بی سی اپنی ساکھ مضبوط کرے۔ لہذا اس نے یہ پالیسی اختیار کی کہ جہاں تک ممکن ہو سکے خبروں میں بی بی سی کو غیر جانبدار ظاہر کیا جائے تاکہ سامعین اس ادارے پر اعتماد کرنے لگیں۔ اور ایک بار یہ اعتماد بحال ہو گیا تو اس کے دوسرے پروگراموں کو بھی وقعت کی سند مل جائے گی۔ لہذا آج بی بی سی اپنے اس مقصد میں کامیاب ہے اور اسے کسی حد تک یہ سند مل گئی ہے۔ 2

برطانیہ میں بی بی سی کے شانہ بہ شانہ I.B.A. (INDEPENDENT

BROADCASTING AUTHORITY) بھی ریڈیو نشریات کرتی ہے۔

آئی۔ بی۔ اے کو برطانوی پارلیمنٹ نے 1954ء میں تشکیل دیا تھا۔ بنیادی طور پر یہ مقامی ریڈیو پروگرام نشر کرنے کا ایک خود مختار ادارہ ہے مگر اس کا فنڈ تجارتی اشتہارات سے حاصل کیا جاتا ہے۔ لیکن اس میں اشتہارات کسی پروگرام سے پہلے یا پروگرام کے بعد ہی دئے جاتے ہیں۔ کسی پروگرام کے درمیان میں کوئی اشتہار نشر نہیں کیا جاتا۔ آئی بی اے کے ریڈیو

1- سجاد حیدر۔ ریڈیائی صحافت۔ اسلام آباد۔ 1989ء 16

2- ایضاً، ص 18

اشتہارات کے لئے یہ بھی شرط ہے کہ ایک گھنٹے کی نشریات میں نو منٹ سے زیادہ کے اشتہارات پیش نہیں کئے جائیں گے۔

اس کی نگرانی درہنمائی کے لئے بھی معزز شہریوں میں سے کچھ لوگوں کا انتخاب کر کے ایک بورڈ تشکیل دیا جاتا ہے۔ بی بی سی کی طرح یہ ادارہ بھی اپنے پروگرام دوسرے ملکوں کو فروخت کر سکتا ہے۔ 1

پہلی عالمی جنگ کے بعد بہت سے ملکوں میں ریڈیو نشریات نے ساتھ ساتھ ترقی کرنا شروع کر دیا تھا۔ البتہ ہر ملک میں ترقی کی رفتار مختلف تھی اور ہر ملک کا اپنا طریقہ کار بھی الگ رہا کیوں کہ ہر ملک کی سماجی سیاسی اور اقتصادی صورت حال مختلف تھی جس میں ریڈیو نشریات کو عمل کرنا تھا۔ لہذا کسی ملک نے اشتہارات کی اجازت نہیں دی تو کسی نے پرائیویٹ نشریات پر پابندی عائد کی مختصر یہ کہ اندرون ملک و بیرون ملک کے سامعین کو ریڈیو نشریات فراہم کرانے کا ہر ملک کا اپنا الگ نظام اور الگ نظر یہ تھا۔

ٹرانسسٹر :- ٹرانسسٹر 1947 میں بیل لباٹریز (BELL

LABORATORIES) میں کام کرنے والے ڈاکٹر ولیم شاکلے (DR. WILLIAM SHOCKLEY) نے ایجاد کیا۔ ولیم کے دو ساتھیوں JOHN BARDEEN اور WALTER. H. BRATTAIN نے اسے ترقی دے کر ہر لحاظ سے مکمل کر دیا۔

ٹرانسسٹر نے ریڈیو کی دنیا میں انقلاب برپا کر دیا۔ خصوصاً جب لوگوں نے یہ محسوس کیا کہ ریڈیو سیٹ کو ہم گھر سے باہر لے جاسکتے ہیں اور اسے چلانے کے لئے سوائے دو چھوٹی بیڑیوں کے جسے ہم ٹارچ میں استعمال کرتے ہیں۔ اور کسی چیز کی ضرورت نہیں۔ اس سے پہلے تک ریڈیو سیٹ بڑے ہوتے تھے انھیں چلانے کے لئے بجلی یا بڑی بیٹری کی ضرورت ہوتی تھی جو بھاری ہوتی تھی۔ لہذا ریڈیو سیٹ کو ہر جگہ

ساتھ نہیں لے جایا جاسکتا تھا۔ ٹرانسٹر کی ایجاد کے بعد اس کو کہیں بھی ساتھ رکھنا ممکن ہو گیا۔ کھیت، کھلیان میں کام کر رہے ہوں، گاؤں کی چوپال میں ہوں، پکنک میں کسی پارک یا بیچ پر ہوں، کسی بھی سواری سے سفر کر رہے ہوں، اس کے ذریعے مختلف ریڈیو اسٹیشنوں کے پروگرام آپ کی دسترس میں ہوتے ہیں۔

متذکرہ ولیم اور ان کے دونوں ساتھیوں نے اپنی اس ایجاد کے لئے فزکس کا نوبل انعام حاصل کیا۔ 1

ہندستان میں ریڈیو کی ابتداء اور ارتقاء :

ٹائمز آف انڈیا نے اپنے بمبئی آفیس میں 1921ء میں پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف کے اشتراک سے موسیقی کا ایک خصوصی پروگرام نشر کیا۔ یہ ہندوستان میں ریڈیو نشریات کا پہلا تجرباتی مظاہرہ تھا۔ 2

1922ء میں F. ROSHERE مینجنگ ڈائریکٹر آف دی انڈین اسٹیٹ اینڈ ایسٹرن ایجنسی لیمیٹڈ (MANAGING DIRECTOR OF THE INDIAN STATE AND EASTERN AGENCY LIMITED) نے گورنمنٹ کو ہندوستان میں ایک نشریاتی ادارہ قائم کرنے کی درخواست دی۔ اس درخواست پر فیصلہ کرنے کے لئے دہلی میں ایک کانفرنس ہوئی اور کچھ مہینوں بعد انھیں اس کی اجازت مل گئی لہذا انھوں نے ریڈیو کلب آف بنگال کے ساتھ مل کر کلکتہ میں ایک نشریاتی اسٹیشن قائم کیا۔ جس کا پہلا پروگرام نومبر 1923ء کو نشر ہوا۔ ایسا ہی ایک نشریاتی ادارہ 1924ء میں بمبئی ریڈیو کلب کے نام سے بمبئی میں شروع ہوا۔ یہ دونوں نشریاتی کلب مارکونی کمپنی سے لون پر حاصل

1. John. R. Bittner. Broadcasting an Introduction New Jersey 1980- P. 78-79

2. K.M. Shrivastava. Radio and T.V. Journalism. 1989 N. Delhi P.14

حاصل کئے گئے چھوٹے ٹرانسمیٹر کے ذریعے چلتے تھے۔ 1

16 مئی 1924ء کو مدراس پریسی ڈینسی ریڈیو کلب کا قیام عمل میں آیا۔ لیکن دو تین سال کے اندر اندر مالی خصرارے کی وجہ سے ریڈیو کلب بند ہونے لگے مثال کے طور پر

1927ء میں مدراس پریسی ڈینسی ریڈیو کلب بند ہو گیا۔ 2

پھر انڈین براڈ کاسٹنگ کمپنی کا قیام عمل میں آیا۔ اس کے دور ریڈیو اسٹیشن بمبئی اور کلکتہ میں کھولے گئے۔ یہ ایک پرائیویٹ تجارتی ادارہ تھا، جسے حکومت نے ریڈیو نشریات کے لئے لائسنس دیا تھا۔ وائسرائے لارڈ اروون نے 23 جولائی 1927ء کو اس کمپنی کے بمبئی اسٹیشن کا افتتاح کیا۔ اس کے پانچ ہفتے بعد اس کے کلکتہ اسٹیشن کا افتتاح کلکتہ کے گورنر

سراسٹینلی جیکسن (SIR. STANLEY JACKSON) نے کیا۔ 3

ان دونوں ریڈیو اسٹیشنوں کی طاقت ڈیڑھ کیلو واٹ تھی۔ یہ لوپ اوور ٹرانسمیٹر تھے۔ ان کے نشریات کی پہنچ اڑتالیس کیلومیٹر تک محدود تھی۔ کمپنی نے نشریات کی اشاعت کے لئے ایک رسالہ ”انڈین ریڈیو جنرل“ بھی جاری کیا۔ سنہ 1927ء کے مکمل ہوتے ہوتے لائسنس یافتہ ریڈیو اسٹیشنوں کی تعداد ساڑھے تین ہزار کے قریب تھی گو کہ دو سال کے اندر یہ تعداد بڑھ کر دو گنی ہو گئی۔ پھر بھی پروگرام تیار کرنے اور ریڈیو اسٹیشن کو چلانے کے اخراجات آمدنی سے زیادہ تھے۔ نتیجے کے طور پر 1930ء کے آتے آتے یہ کمپنی دیوالیہ ہو کر بند ہو گئی۔ اس عرصے میں کمپنی کو دو لاکھ کا خصرارہ ہوا۔ 4

ان ہی دنوں حکومت کی INCHCAPE COMMITTEE کی رپورٹ شائع ہوئی کہ ریڈیو نشریات ہندوستان میں خصرارے کا سودا ہے۔ اسے بند کر دینا چاہئے۔ اس رپورٹ کے شائع ہوتے ہی ان لوگوں کی طرف سے جنہوں نے ریڈیو اسٹیشن خریدے تھے

1. K.M. Shrivastava, Radio and T.V. Journalism, 1989 N. Delhi P. 14

2. Ibid P. 13

3. Ibid p. 14

4. Ibid p. 15

اور ان لوگوں کی طرف سے جنھوں نے اس تجارت میں پیسہ لگا رکھا تھا اور ان کا مال پڑا ہوا تھا، زبردست احتجاج ہوا۔ چنانچہ حکومت نے ریڈیو نشریات کا انتظام اپنے ذمہ لیکر اسے نیا نام انڈین براڈ کاسٹنگ سروس دے کر ایک اپریل 1930ء کو محکمہ صنعت و حرفت کے حوالے کر دیا۔ مگر اس کا بجٹ الگ مقرر ہوا۔ حکومت کچھ دنوں تک تجرباتی طور پر اپنے پاس رکھ کر اسے نجی ادارے کے حوالے کر دینا چاہتی تھی مگر کوئی نجی ادارہ اسے لینے کو تیار نہیں ہوا۔ اس پر صرف 22000 ماہانہ خرچ آتا تھا پھر بھی حکومت نے اسے دوسرے ہی سال بند کر دینے کا فیصلہ کر لیا۔ اس بار پھر عوام کی طرف سے زبردست احتجاج ہوا خصوصاً بنگال سے۔ لہذا حکومت کو دباؤ میں آ کر 23 نومبر 1931ء کو اپنا فیصلہ واپس لینا پڑا اور طوعاً و کرہاً اسے خود ہی چلانا پڑا۔ 1

البتہ حکومت نے ریڈیو آلات اور فالتو پرزوں پر درآمدی محصول بڑھا کر اور ریڈیو لائسنس قوانین کو سخت کر کے گھائے کو پورا کرنے کی کوشش کی جس میں اسے کچھ کامیابی بھی ملی۔

1932 میں بی بی سی نے اپنا نیا امپائر سروس پروگرام شروع کیا۔ چونکہ یہ پروگرام ہندوستان میں بہت صاف سنائی دیتا تھا۔ اس لئے ریڈیو میں لوگوں کی دل چسپی بڑھی اور ریڈیو لائسنس کی تعداد میں کافی اضافہ ہو گیا۔ اس سے درآمدی محصول کے ذریعے حکومت کی آمدنی کافی بڑھ گئی (کیونکہ اس وقت ریڈیو سیٹ اور فالتو پرزے وغیرہ درآمد کئے جاتے تھے)۔ اب حکومت کو اس کی طرف خصوصی توجہ دینی پڑی۔ لہذا اس نے 1934ء میں دہلی میں ریڈیو اسٹیشن قائم کرنے کے لئے ڈھائی لاکھ روپیہ منظور کیا۔ 2

آل انڈیا ریڈیو کا قیام : 1934ء کے آغاز میں دہلی ریڈیو اسٹیشن قائم کرنے کی منظوری ملی 30 اگست 1935ء کو بی بی سی کے مسٹر لائینل فیلڈن (MR. LIONEL FIELDEN) کی تقرری ہندوستان کے پہلے کنٹرولر آف براڈ

1. K.M. Shrivastava. Radio and T.V. Journalism. 1989 N. Delhi P. 15

2. Ibid p. 16

کاسٹنگ کے عہدے پر ہوئی اور حکومت نے بیس لاکھ روپیہ نشریات کی ترقی کے لئے منظور کیا۔ لہذا دہلی میں ایک 20 K.W. ٹرانسمیٹر نصب کیا گیا۔ جس سے 1 جنوری 1936ء کو پہلا پروگرام 18 علی پور روڈ سے نشر ہوا۔ اسی سال انڈین براڈ کاسٹنگ سروس کا نام بدل کر آل انڈیا ریڈیو رکھا گیا۔ اور اس طرح ہندوستان میں نشریات کا ایک الگ محکمہ قائم ہوا۔

آل انڈیا ریڈیو اگست 1936ء میں UNION INTERNATIONAL DE RADIO جینیوا کا ممبر بنا اور اس کے بجٹ میں بھی خاطر خواہ اضافہ ہوا۔ مگر جس رفتار سے اس کی ترقی ہونی چاہئے تھی نہیں ہوئی۔ اس کی دو وجہیں تھیں۔ ایک تو یہ کہ اس وقت ملک میں نشریات کے ترقیاتی منصوبوں کو پورا کرنے کے لئے تربیت یافتہ لوگوں کی بے حد کمی تھی۔ ریڈیو انجینئرنگ کے میدان میں ماہرین نایاب تھے۔ پھر پروگرام بنانے کے لئے بھی باصلاحیت افراد کم ملتے تھے۔ دوسری یہ کہ اس وقت فن کاروں کی فیس اتنی کم تھی کہ بڑے ادیب فن کار اس طرف سنجیدگی سے متوجہ نہیں ہو رہے تھے۔

البتہ دوسری جنگ عظیم کے زمانے میں ریڈیو نے مجموعی ترقی کی یعنی تکنیک و معیار کے اعتبار سے بھی اور بہ اعتبار تعداد بھی۔ چونکہ 1935ء سے ہی دوسری جنگ عظیم کے آثار نظر آنے لگے تھے۔ لہذا اس کی منصوبہ بندی اس وقت سے شروع ہو گئی تھی۔

1937ء میں آل انڈیا ریڈیو اسٹیشن ڈائریکٹرز کی مینٹنگ ہوئی اور اسی سال کے اختتام تک دہلی میں ملک کا پہلا شارٹ ویو (10 K.W.) ٹرانسمیٹر نصب ہوا۔ پھر ایسے ہی ٹرانسمیٹر بمبئی اور کلکتہ میں بھی لگائے گئے۔ جس سے ریڈیو نشریات کی پہنچ زیادہ سامعین تک ہو گئی۔ اسی کے ساتھ ساتھ میڈیم ویو اسٹیشن پشاور۔ لاہور۔ لکھنؤ اور مدراس میں قائم کئے گئے جن سے نشریات میں مزید وسعت آئی۔

بمبئی اسٹیشن نے 1933ء میں مراٹھی، گجراتی اور کنڑ میں مسلسل پروگرام شروع کر دئے تھے اور ملک کا پہلا کمیونٹی ریڈیو سیٹ ضلع تھانہ کے بھیونڈی قصبے میں لگایا گیا تھا۔ دوسری جنگ عظیم میں (جس کی ابتداء 1939ء میں ہوئی تھی) ریڈیو کی اہمیت بڑھ

جانے کی دو خاص وجہیں تھیں۔ ایک تو یہ کہ ریڈیو جنگی پروپگنڈے کے لئے موثر طریقے پر استعمال کیا گیا۔ دوسری یہ کہ عوام کی دلچسپی ملکی وغیر ملکی خبریں سننے میں کافی بڑھ گئی۔ لہذا بہت سی علاقائی زبانوں جیسے تامل۔ تیلگو۔ گجراتی۔ مراٹھی اور پشتو میں سنٹرلائز (مرکزی) خبرنامے شروع کئے گئے۔ انگریزی۔ اردو (ہندوستانی) اور بنگالی میں ایسے خبرنامے پہلے ہی سے نشر ہو رہے تھے۔ اسی زمانے میں ایک نیا ٹرانسمیٹر نصب ہوا اور بیرونی ریڈیو سروس (EXTERNAL BROADCASTING SERVICE) شروع ہوئی۔ نہ صرف نئے نئے خبرنامے شروع ہوئے بلکہ ان کا وقت بھی بڑھا دیا گیا۔ عوام کی دلچسپی کے مد نظر دوسرے بہت سے پروگرام شروع کئے گئے۔ جیسے نائٹ۔ فیچر اور موسیقی۔ چنانچہ ہندوستان کے تمام بڑے شہروں میں ریڈیو پوری طرح عوام کی دلچسپی کا مرکز بن گیا۔

1939ء میں مانیٹرنگ یونٹ کا قیام عمل میں آیا۔ اس کا مقصد فوجی پروپگنڈے کا جواب دینا اور دوسرے ممالک کے فوجی پروپگنڈے کا ریکارڈ رکھنا تھا۔ یہ فوج کے خفیہ ونگ کے تحت تھا۔ جس کا کوڈ نام MI-8 تھا۔ جنگ بند ہونے کے بعد اسے آل انڈیا ریڈیو کے سپرد کر کے اس یونٹ کو شملہ منتقل کر دیا گیا۔

1940ء میں جرمنی نے ہندوستانی زبانوں میں ہندوستان کے لئے ایک نشریاتی پروگرام شروع کیا۔ نیتاجی سبھاش چندر بوس نے اسی ٹرانسمیٹر سے ہندوستانی عوام کو خطاب کیا تھا۔ 1

اس پروگرام کو دیکھتے ہوئے برطانوی حکام نے مسٹر فیلڈن کی اس سابق تجویز کو منظوری دے دی جس میں بی بی سی سے ہندوستانی زبانوں میں ایک نشریاتی پروگرام شروع کرنے کی بات کہی گئی تھی۔ مگر وہاں مسئلہ درپیش تھا کہ بی بی سی میں اس شعبے کو چلائے گا کون نظر انتخاب فیلڈن پر ہی پڑی اور وہ اپریل 1940ء میں بی بی سی واپس چلے گئے ان کے جانے کے بعد آل انڈیا ریڈیو کے ڈائریکٹر جنرل پروفیسر احمد شاہ بخاری مقرر ہوئے جو اس وقت ڈپٹی ڈائریکٹر تھے۔ محکمہ انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ 1941ء میں قائم ہوا اور

1943ء میں آل انڈیا ریڈیو براڈ کاسٹنگ ہاؤس، نئی دہلی میں منتقل ہوا۔ 1

تقسیم ہند کے بعد ریڈیو نشریات: دوسری جنگ عظیم کے ختم

ہونے کے ساتھ ہی ملک میں زبردست سیاسی تبدیلیاں رونما ہوئیں۔ انگریزوں کی غلامی سے ہمارا ملک آزاد ہوا۔ چودہ اور پندرہ اگست (1947ء) کی درمیانی رات بارہ بجے انگریزوں نے اختیارات ہندوستانیوں کو سونپے۔ اسے آل انڈیا ریڈیو نے براہ راست نشر کیا۔ اور پورے ملک کے سامعین نے جوہر لال نہرو کی تاریخی تقریر TRYST WITH

2- DESTINY سنی

مگر آزادی کے ساتھ ساتھ تقسیم ہند کا سانحہ بھی وقوع پذیر ہوا اور یہاں تک کہ آل انڈیا ریڈیو بھی تقسیم ہو گیا۔ اس وقت پورے ملک میں نور ایڈیو اسٹیشن تھے۔ جس میں سے چھ یعنی دہلی۔ کلکتہ۔ بمبئی۔ مدراس۔ لکھنؤ اور ٹریپچی ہندوستان کے پاس رہے۔ لاہور۔ پشاور اور ڈھاکہ کے ریڈیو اسٹیشن پاکستان میں چلے گئے۔ 3

اس وقت پورے ملک میں 2,76,000 ریڈیو سیٹ تھے۔ جو اس وقت کی آبادی کے حساب سے بارہ ہزار افراد پر ایک سیٹ کا اوسط تھا۔ یہ عوامی ذرائع ترسیل کے ادارے کے دائرے میں بھی مشکل ہی سے آتا تھا۔ اس وقت تک عوامی ترسیل کا اہم ذریعہ مطبوعہ حروف تھے۔ مگر مشکل یہ تھی کہ ہماری صرف تیس فیصد آبادی پڑھی لکھی تھی اس میں سے بھی بہت سے لوگ دور دراز کے علاقوں میں رہتے تھے جہاں اخبارات و رسائل کا بروقت پہنچنا مشکل تھا۔ لہذا ملک کی منصوبہ بندی کرنے والوں نے اپنے منصوبوں میں نشریاتی ادارے کو ترجیح دی اور یہ تیزی سے ترقی کرنے لگا۔ آزادی کے بعد نشریات کی ترقی کے لئے دو باتوں کو بطور خاص پیش نظر رکھا گیا۔ ایک تو یہ کہ ریڈیو نشریات کو اتنی وسعت دے دی جائے کہ وہ بے آسانی ہندوستان کے ہر فرد تک پہنچ سکے۔ دوسرے یہ کہ اس کے پروگراموں کو اس طرح

1. K.M. Shrivastava. Radio and T.V. Journalism. 1989 N. Delhi P. 19

2. Ibid. P. 19

3. Ibid p. 19

ترتیب دیا جائے کہ وہ ایک نئے آزادی حاصل کئے ہوئے سماج کی ضرورتوں کو پورا کر سکے اور اس طرح ریڈیو تریبل ملک کی تعمیر میں پوری طرح مددگار ہو جائے۔ ودیا لنگر کمیٹی رپورٹ کے مطابق نشریات کا ایک مقصد یہ بھی تھا کہ وہ لوگوں کو پرسونائیڈ کرے۔ مطلع کرے اور انسپائر کرے تاکہ ان کے ذہنوں میں چیزوں کو قبول کرنے کی صلاحیت پیدا ہو جائے اور لوگ سماجی و مادی تبدیلیوں کو جو ترقیاتی منصوبوں کی وجہ سے پیدا ہو رہی تھیں آسانی سے قبول کر کے اپنی قوت فیصلہ بڑھائیں۔

اسی وقت آٹھ سال کی ایک ترقیاتی اسکیم 364 لاکھ کی کثیر رقم سے شروع کی گئی۔ لہذا 1950ء میں ریڈیو اسٹیشنوں کی تعداد 25 ہو گئی۔ جن کی نشریات ہماری 21 فیصد آبادی اور 12 فیصد رقبے تک پہنچنے لگی۔ نیوز سروس اور ایکسٹرنل سروس 1948ء میں الگ الگ ہوئیں۔ 1

پہلے پانچ سالہ منصوبے (1951-1955)ء میں چار کروڑ پانچانوے لاکھ کی رقم نشریات کی ترقی کے لئے مخصوص کی گئی۔ نئے ریڈیو اسٹیشن پونہ۔ راج کوٹ۔ اندور۔ بنگلور۔ جے پور اور شملہ میں کھولے گئے۔ بہت سے ٹرانسمیٹروں کی طاقت بڑھائی گئی۔ دیہی علاقوں کے سامعین کو مزید سہولیات فراہم کرنے کے لئے چودہ ہزار کمیونٹی ریڈیو سیٹ تقسیم کئے گئے۔ 2

1952 میں آل انڈیا ریڈیو نے VADYA VRINDA (وادیا ورنندا) کے نام سے موسیقی کا ایک نیشنل پروگرام رومی شنکر کے زیر نگرانی شروع کیا۔ 23 اکتوبر 1953ء کو پہلا ریڈیو سنگیت سمیلن نشر کیا گیا۔

دوسرے پنج سالہ منصوبے (1956-1961)ء کے دوران تین نئے ریڈیو اسٹیشن بھوپال۔ الہ آباد اور رانچی میں کھولے گئے۔ 1957 میں وودھ بھارتی کا افتتاح اس لئے کیا گیا تاکہ ریڈیو سیلون کے تفریحی پروگراموں کا بدلہ پیش کیا جاسکے۔ اسی سال آل انڈیا

1. K.M. Shrivastava, Radio and T.V. Journalism. N. Delhi, 1989 P.

11

2. Ibid. P. 20

ریڈیو کا نام بدل کر آکاش وانی رکھا گیا اور 1959ء میں دہلی سے ایک ریڈیو سروس انڈمان اینڈ نکوبار جزایروں کے لئے شروع کی گئی۔ پنج سالہ منصوبے میں نشریات کی ترقی کے لئے پانچ کروڑ ساٹھ لاکھ کی رقم مخصوص کی گئی اسی دوران اوپیر ایڈیو ڈرامے فیچر اور کلاسک پر منحصر پروگرام شروع ہوئے اور اس ذریعہ ترسیل نے ملک کی 55 فیصد آبادی، 37 فیصد رقبے کو اپنی گرفت میں لے لیا۔ 8 جون 1961ء کو آل انڈیا ریڈیو نے اپنی سلور جوبلی منائی۔ 1

تیسرے پنج سالہ منصوبے (1961-1966) میں آکاش وانی کے نٹ ورک میں 37 صدرا سٹیشن تھے۔ 17 معاون اسٹیشن 26 وودھ بھارتی سنٹر۔ اور 49 ریونگ سنٹر تھے۔ اس کے پروگرام 75 فیصد آبادی اور 60 فیصد رقبے تک پہنچتے تھے۔ 1965ء میں آکاش وانی کے تمام اسٹیشنوں سے دیہی پروگرام شروع کئے گئے۔ اس پنج سالہ منصوبے کے دوران ریڈیو نشریات کی ترقی پر سات کروڑ 64 لاکھ روپے خرچ کئے گئے۔

1964ء میں جب مسز اندرا گاندھی انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ منسٹر تھیں چندر کمیٹی جناب اشوک کے چندر کی صدارت میں تشکیل دی گئی۔ اس کا مقصد ہندوستان کے نشریاتی نظام کا آزادانہ جائزہ لیکر اس کا ریویو کرنا تھا۔ 8 اپریل 1966ء کو کمیٹی نے اپنی رپورٹ حکومت کو پیش کی جس میں سفارش کی گئی تھی کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے لئے دو الگ الگ خود اختیاری کارپوریشن بنائی جائیں۔ مگر حکومت نے ان سفارشات کو رد کر دیا۔ البتہ اس کمیٹی کی تجارتی سروس شروع کرنے کی تجویز کو منظوری ملی۔ لہذا 1967ء میں پہلے پہل بمبئی۔ پونہ اور ناگ پور سے یہ سروس شروع کی گئی۔ تجارتی سروس کی توسیع دہلی۔ مدراس اور ترچنہ پٹی تک 1969ء میں ہوئی۔

1967ء میں ریڈیو کوڈ بنایا گیا اس کے تحت آکاش وانی کسی فرد کو اپنے پروگرام پیش کرتے ہوئے کسی ایسی بات کی اجازت نہیں دے گا۔ جس میں

● - دوست ملک کے اوپر تنقید ہو۔

- کسی مذہب یا فرقے پر حملہ ہو۔ (کچھڑا اچھالا گیا ہو۔)
 - کوئی فحش یا ہتک آمیز چیز ہو۔
 - کوئی اشتعال انگیز چیز ہو۔
 - کوئی ایسی چیز جس سے عدالت کی توہین ہو۔
 - کوئی ایسی چیز جس سے صدر جمہوریہ۔ گورنر اور عدلیہ کے وقار پر تہمت آئے۔
 - کسی سیاسی پارٹی کا نام لیکر اس پر حملہ ہو۔
 - مرکزی حکومت یا صوبائی حکومت پر مخاصمانہ تنقید ہو۔
 - کوئی ایسی چیز جو ملک کے آئین کی بے حرمتی کرتی ہو یا اس میں تبدیلی تشدد کے ذریعے کرتی ہو۔ (مگر آئین کے تحت کسی تبدیلی کی حمایت پر پابندی نہیں)۔ 1
- اسٹیشن ڈائریکٹر کو یہ اختیار ہے کہ وہ کوڈ کی پابندی نہ کرنے والوں کو نشریات کی اجازت نہ دے۔

چوتھے بیچ سالہ منصوبے (1969-1974) میں ہائی پاور شارٹ ویو ٹرانسمیٹر دہلی و علی گڑھ میں اور سوپر پاور میگا واٹ ٹرانسمیٹر کلکتہ و راج کوٹ میں بیرونی سروس کو طاقتور بنانے کے لئے نصب کئے گئے۔ اس دوران آکاش وانی نے بہت سے خصوصی پروگرام شروع کئے جیسے فوجی جوانوں کے لئے۔ سرحدی علاقے کے لوگوں کے لئے، صنعتی کامگاروں کے لئے اور قبائلی سامعین کے لئے خصوصی پروگرام۔

نوجوانوں کو اپنا مافی الضمیر ادا کرنے کے لئے ایک پلیٹ فارم فراہم کرانے کی غرض سے آکاش وانی نے 1973ء میں ایک سروس یووا وانی کے نام سے 74 اسٹیشنوں سے شروع کی۔ جس کے ذریعے نوجوانوں کی پوشیدہ صلاحیتوں کو سامنے آنے کا موقع ملتا ہے۔

آنکھوں دیکھے حال کے تحت رواں تبصرے کے ذریعے آکاش وانی نے کھیل کود کو بڑھاوا دینے میں ایک اہم کردار ادا کیا ہے۔ کھیل سے متعلق اس کے پروگرام بہت

دلچسپ ہوتے ہیں۔ اس میں اندرون ملک اور بیرون ملک کے اہم کھیلوں کو رواں تبصرے کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے بڑے بڑے شہروں میں روزانہ 95 منٹ کا کھیل پروگرام نشر ہوتا ہے۔

(FREQUENCY MODULATION) F.M. نشریات مدراس سے 1977ء میں شروع ہوئیں۔ اگست 1980ء میں مختلف اسٹیشنوں پر پروگرام ایڈوائزری کمیٹی تشکیل دی گئی جس کا مقصد تھا ریڈیو کے لئے کام کرنے والوں میں پیشہ ورانہ جذبے کو ابھارنا تاکہ ان کا ذہن تعمیری تنقید کو بہتر طریقے پر قبول کر سکے۔ جس کے لئے سننے والوں کے خطوط فیڈ بیک کے مسلسل سروسے شروع کئے گئے۔ سننے والوں کے رد عمل کی تحلیل کے لئے (AUDIENCE RESEARCH UNIT) آڈینس ریسرچ یونٹ قائم کی گئیں۔ اس سب کا واضح نتیجہ اس وقت ہمارے سامنے آیا جب 1982ء میں آکاش وانی نے ایشیائی کھیلوں کو رواں نشر کیا۔ ایشیائی کھیلوں کا رواں تبصرہ اس حسن و خوبی کے ساتھ نشر کیا گیا کہ ہندوستانی ریڈیو کی تاریخ میں اسے ایک اہم درجہ دیا جاسکتا ہے۔ خصوصاً اس لئے بھی کہ اس کا تکنیکی ڈھانچہ مکمل طور پر اندرون ملک تیار کیا گیا تھا۔

1985ء کے اعداد و شمار کے مطابق پورے سال میں 3.19 لاکھ گھنٹے نشریات ہوئی تھیں وودھ بھارتی کی 1.76 لاکھ گھنٹے کی نشریات اس کے علاوہ ہیں۔ پھر خارجی نشریات میں روزانہ 17 غیر ملکی زبانوں اور آٹھ ملکی زبانوں میں قریب 56 گھنٹے کی نشریات پیش کی جاتی تھیں۔

1960ء سے 1985ء تک کے آکاش وانی کے موسیقی پروگراموں کا مجموعی جائزہ لیا جائے تو اندازہ ہوتا ہے کہ اس نے موسیقی کے پروگراموں کو جن میں ہندوستانی موسیقی مغربی موسیقی ہلکی پھلکی موسیقی۔ کلاسیکی موسیقی۔ صوبائی موسیقی۔ لوک سنگیت شامل ہیں۔ اس حسن و خوبی کے ساتھ پیش کیا کہ ریڈیو سیٹ کو پاپولر میوزک باکس کہا جانے لگا۔

1985ء کے آتے آتے اس کی خبروں کا معیار بھی بلند ہو گیا وہ نہ صرف خبروں کو پوری تفصیل سے بروقت سامعین تک پہنچا دیتا تھا۔ بلکہ نیوز ریل۔ تازہ مسائل پر مذاکرات۔ سماجی و

سیاسی۔ اقتصادی۔ سائنسی اور تہذیبی میدانوں کے لئے رجحانات دیہی ترقی۔ پارلیمانی کارروائی و کھیل کود سے متعلق خبروں کو بھی مفصل نشر کرتا تھا۔

1985ء میں روزانہ 254 خبر نامے نشر ہوتے تھے جس میں دہلی کی داخلی سروس سے 19 زبانوں میں 68 خبر نامے ساٹھ علاقائی زبانوں اور بولیوں کے 123 خبر نامے 24 غیر ملکی زبانوں میں خارجی سروس کے 63 خبر نامے شامل ہیں۔ اس کے علاوہ خاص خاص خبریں۔ کھیل کود کی خبریں۔ صوبائی خبریں۔ ہندی اردو اور انگریزی میں آہستہ روی سے بولی جانے والی خبریں علیحدہ ہیں۔

آکاش وانی کی تجارتی سروس نومبر 1967ء میں شروع ہوئی تھی 1985 میں 28 سنٹروں سے یہ خدمت انجام دی جا رہی تھی جس کے تحت کسی بھی زبان میں اشتہارات قبول کئے جاتے تھے۔ جس سے آکاش وانی کو کافی مالی فائدہ بھی ہوتا تھا۔ ”ریڈیو عوامی ترسیل کا ایک ادارہ“ یا ”ریڈیو سب کے لئے“ کا جو نظریہ تھا اس کا اندازہ ریڈیو سیٹوں کی تعداد سے بھی لگایا جاسکتا ہے۔ 1985ء میں ان کی تعداد قریب تین کروڑ ہو گئی تھی۔ اس وقت کی آبادی کے حساب سے یہ سو آدمیوں پر ساڑھے چار سیٹ آتے ہیں۔ جو کہ یونیسکو کی کم سے کم مقرر کردہ تعداد سو آدمیوں پر پانچ سیٹ یا ہر خاندان کے لئے ایک سیٹ سے بھی کم ہے۔ (1985 سے 2000ء تک ہندوستانی ریڈیو کے ارتقاء کا جائزہ یہاں مجموعی طور پر لینے کی کوشش کی جائے گی)

جیسا کہ اوپر ذکر ہوا 1930ء میں ریڈیو کو حکومت نے اپنی تحویل میں لے کر چلانا شروع کیا۔ اس وقت سے 23 نومبر 1997ء تک اس کے نام تو بدلتے رہے مگر رہا یہ حکومت ہی کی تحویل میں۔ 23 نومبر 1997ء کو ایک خود اختیاری نشریاتی کارپوریشن (AUTONOMOUS BROADCASTING CORPORATION) کی تشکیل ہوئی۔ جس کا نام پرسار بھارتی ہے۔ اس کے تحت آکاش وانی اور دور درشن دونوں کام کریں گے۔ 2000ء تک آکاش وانی کے ریڈیو اسٹیشنوں کی تعداد 198 ہو گئی ہے۔ جس میں سے 185 مکمل ریڈیو اسٹیشن ہیں۔ دس ریڈیو اسٹیشن ہیں۔ اور تین وودھ بھارتی کے مخصوص

تجارتی سنٹر ہیں۔ اس وقت آکاش وانی کے پاس کل 310 ٹرانسمیٹر ہیں جو 97.07 فیصد آبادی تک اپنی نشریات کو پہنچاتے رہتے ہیں۔ یہ آبادی ملک کے نوے فیصد رقبے پر پھیلی ہوئی ہے۔

1985ء سے 2000ء کے دوران آکاش وانی نے اپنے نٹ ورک اور کوریج دونوں کو خاطر خواہ ترقی دی ہے۔ مثال کے طور پر بہت سے ٹرانسمیٹر نکال کر ان کی جگہ دو نیا اس سے بھی زیادہ طاقت کے ٹرانسمیٹر یا تو نصب کر دیئے گئے ہیں یا کئے جا رہے ہیں۔ بہت سے ریڈیو اسٹیشنوں کے اسٹوڈیو کو جدید ترین بنایا جا رہا ہے۔ پروگراموں کا تکنیکی معیار بڑھانے کے لئے ڈیجیٹل پر منحصر (DIGITAL BASED) تکنیک کو تیزی سے اپنایا جا رہا ہے۔ (یہ تکنیک پوری دنیا میں استعمال ہو رہی ہے) پروڈکشن اور ٹرانسمیشن کا معیار بہتر ہو سکے اس کے لئے (COMPACT DISK PLAYERS) (کمپیکٹ ڈسک پلیئر) تمام بڑے اسٹیشنوں کو مہیا کرائے گئے ہیں رواں پنچ سالہ منصوبے میں آکاش وانی کے تمام براڈ کاسٹنگ سنٹر کانٹ ورک سٹلائٹ کے ذریعے قائم کیا گیا ہے۔ جس کے ذریعے نیشنل اور ریجنل پروگرام نشر کئے جا رہے ہیں۔

آج یعنی سنہ 2000ء میں آکاش وانی کا نیوز سروس ڈویژن روزانہ 315 خبر نامے نشر کرتا ہے جس کا مجموعی وقت 39 گھنٹے 39 منٹ ہے۔ اس کے علاوہ بارہ گھنٹے دورانے کے 88 خبر نامے ہوم سروس سے۔ 137 خبر ناموں کے ذریعے اٹھارہ گھنٹے دورانے کی خبریں ریجنل نیوز سروس سے اسٹریٹل (بیرونی) نیوز سروس ملکی وغیر ملکی 25 زبانوں میں روزانہ نو گھنٹہ نو منٹ دورانے کے 66 خبر نامے نشر کرتا ہے۔ نیوز سروس ڈویژن روزانہ F.M. کے ذریعے 24 ہیڈ لائن خبر نامے بھی نشر کرتا ہے۔ مزید یہ کہ آکاش وانی خصوصی خبر نامے جیسے کھیل کود سے متعلق خبر نامے نوجوانوں کے لئے خبر نامے حج کے زمانے میں دہلی سے پانچ منٹ کا حاجیوں کے لئے خصوصی خبر نامہ اور پریس کے تبصرے ہر روز نشر ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ نیوز سروس ڈویژن ہر روز ہندی اور انگریزی میں خبروں پر منحصر بہت سے پروگرام اور رواں تبصرے پیش کرتا ہے۔ پارلیمنٹ کا اجلاس ہوتا ہے تو مکمل

کارروائی کارواں تبصرہ نشر کیا جاتا ہے۔

آکاش وانی کی خبروں کا بڑا حصہ اس کے اپنے نامہ نگاروں سے حاصل کیا جاتا ہے جو پورے ملک میں پھیلے ہوئے ہیں نوے مستقل نامہ نگار ہیں جو اندرون ملک مختلف مقامات پر اور پڑوسی ملکوں جیسے کولمبو، ڈھاکہ، دوہی، پریٹوریا، کٹھمنڈو، سنگاپور اور اسلام آباد میں تعینات ہیں۔ 224 جزوقتی نامہ نگار ہیں جو ڈسٹرکٹ ہیڈ کوارٹر میں مقرر کئے گئے ہیں۔ نیوز سروس ڈویژن نیوز ایجنسیوں کا بھی مستقل خریدار ہے تاکہ وہ اپنے خبرناموں کو وسیع بنیاد فراہم کر سکے۔ خبروں کا ایک اہم ذریعہ مانیٹرنگ یونٹ ہے جو ایک طرف جنرل نیوز روم سے منسلک ہے دوسری طرف جنرل مانیٹرنگ سروس سے۔ یہ دنیا کے تمام بڑے اور اہم خبرناموں کی مانیٹرنگ کرتا ہے۔

نیوز سروس ڈویژن صبح اور شام کے ہندی و انگریزی خبرناموں کو دلچسپ اور سامعین سے مانوس بنانے کے لئے ان میں نامہ نگاروں کی رپورٹ اور ماہرین کی آرا کو ان کی آواز میں شامل کرتا ہے۔

آکاش وانی نے نیوز آن فون سروس کے نام سے، فون کے ذریعے خبروں کو سامعین تک پہنچانے کے لئے ایک سروس شروع کی ہے۔ جس کے ذریعے نازہ ترین واقعات کی تفصیل ہندی اور انگریزی میں آپ کہیں سے بھی فون کر کے معلوم کر سکتے ہیں۔ آکاش وانی کی خبریں انٹرنیٹ پر بھی دستیاب ہیں۔

نیشنل چینل: 18 مئی 1998ء کو آکاش وانی نے اپنا نیشنل چینل شروع کیا

اس چینل کا مقصد رات کو نشری خدمات فراہم کرانا ہے چنانچہ اس کے پروگرام شام کے چھ بج کر پچاس منٹ سے دوسرے دن صبح چھ بجے تک نشر ہوتے ہیں جو ملک کی 76 فیصد آبادی اور 64 فیصد رقبے تک پہنچائے جاتے ہیں۔

اس کے پروگراموں کے ذریعے قومی تہذیبی، خصوصیات کو پیش کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اس کے ذریعے ہندوستانی ادب کو مقبول بنانے کے لئے جو پروگرام نشر کئے

جاتے ہیں ان کی ایک مثال پروگرام ”ایک کہانی“ ہے جس میں علاقائی زبانوں کی کہانیوں میں سے کسی ایک کہانی کو ڈرامے کے پیکر میں پیش کیا جاتا ہے۔ اس کا ایک اور پروگرام ”بستی بستی نگر نگر“ ہے جس کے ذریعے ملک کے ٹورسٹ اسپاٹ کے بارے میں جانکاری دی جاتی ہے۔

نیشنل چینل رات میں ہر گھنٹے باری باری سے ہندی اور انگریزی میں خبر نامے بھی نشر کرتا ہے۔ پارلیمنٹ کا اجلاس چل رہا ہو تو کوئٹھن آور کی ریکارڈنگ بھی نشر کرتا ہے۔ رمضان المبارک کے مہینے میں صبح سویرے نیشنل چینل ایک خصوصی پروگرام ”سحر گاہی“ کے نام سے نشر کرتا ہے۔

تجارتی نشریات: آکاش وانی نے تجارتی نشریات کا سلسلہ 1967ء میں شروع کیا تھا اس وقت اس کا سلسلہ 110 پرائمری چینل اسٹیشن سے جاری ہے جس میں سے تیس وودھ بھارتی سنٹر ہیں۔ جو کامریشیل براڈ کاسٹنگ سروس سنٹر کے نام سے جانے جاتے ہیں۔ 76 لوکل ریڈیو اسٹیشن (F.M. (LRS) میٹرو چینل ہیں تجارتی پروگرام نیشنل چینل سے بھی نشر کرنے کی اجازت ہے یہ نئی دہلی سے خارجی سروس (اکسٹرنل سروس) اور نارٹھ ایسٹ سروس شیلانگ سے بھی نشر کئے جاتے ہیں۔

وودھ بھارتی روزانہ پندرہ گھنٹوں کے تفریحی پروگرام اپنے تیس سنٹروں سے نشر کرتا ہے جس میں دہلی، بمبئی، مدراس اور گوہائی کے شارٹ ویو ٹرانسمیٹر بھی شامل ہیں۔

سنٹرل مانیٹرنگ سروس: سنٹرل مانیٹرنگ سروس عالمی نشریات کے اہم نٹ ورک کی خبروں اور خبروں پر منحصر پروگراموں کی مانیٹرنگ کا فریضہ انجام دیتی ہے۔ یہ سروس اوسطاً ہر روز 90 نشریات اور 57 ٹیلی کاسٹ۔ 13 ریڈیو اور 6 ٹیلی ویژن نٹ ورک کی مانیٹرنگ کرتی ہے۔ مانیٹر کئے گئے پروگرام کی روزانہ رپورٹ تیار ہوتی ہے مزید یہ کہ ایک ہفتہ وار خصوصی تجزیاتی رپورٹ تیار ہوتی ہے جو پورے ہفتے کے جمع شدہ مواد کے تجزیے پر منحصر ہوتی ہے۔ دوسری ہفتہ وار خصوصی رپورٹ کا شمیر کے مسئلے پر پاکستان ریڈیو اور ٹیلی ویژن نٹ ورک سے کئے گئے۔ پروپگنڈے پر تیار کی جاتی ہے۔

یہ رپورٹیں مختلف محکموں اور منسٹری کے منتخبہ افسران کو بھیجی جاتی ہیں تاکہ وہ تازہ ترین حالات سے باخبر رہیں۔ دہلی کے علاوہ سنٹرل مانیٹرنگ کا ایک یونٹ کلکتہ اور دوسرا جموں میں بھی سرگرم عمل ہے۔

فارم اینڈ ہوم پروگرام: آکاش وانی کے تمام اسٹیشن دیہی علاقوں کے سامعین کے لئے خصوصی "فارم اینڈ ہوم پروگرام" نشر کرتے ہیں جس کا بنیادی مقصد اچھی فصل اور اچھے بیج پیدا کرنے میں مدد کرنا ہے۔ ہر فارم اینڈ ہوم یونٹ روزانہ ایک گھنٹے سے ڈیڑھ گھنٹے تک کا پروگرام نشر کرتی ہے۔ اس پروگرام میں تکنیکی جانکاری دینے کے علاوہ ایسے طریقے اور ذرائع بھی بتائے جاتے ہیں جن سے دانہ۔ دال۔ تالہن۔ سبزی اور پھلوں کی پیداوار میں اضافہ ہو سکے۔ اس کے علاوہ تعلیم بالغان دیہی ترقی میں پنچایت کا حصہ۔ دیہی ترقی کے لئے گورنمنٹ کے منصوبے نشر کئے جاتے ہیں۔ فارم اور ہوم یونٹ کے تحت دیہی علاقوں کی ترقی سے متعلق سائنسی ایجادات۔ دیہی عورتوں اور بچوں کی فلاح و بہبودی اور زچہ بچہ کی دیکھ بھال سے متعلق پروگرام یونیسکو اور صوبائی گورنمنٹ کے تعاون سے نشر کئے جاتے ہیں۔ 1

آکاش وانی کے بنیادی عمل اور مقصد میں معاونت کے لئے اس کے اور بھی بہت سے شعبے ہیں ان سب کی تفصیل یہاں بیان کرنا نہ تو ممکن ہے اور نہ ہی اس کی ضرورت۔ البتہ ان میں سے اہم شعبوں کے نام یہاں درج کئے جا رہے ہیں جن سے ان کے بارے میں کچھ اندازہ ہو جائے گا۔

- 1۔ ٹرانسکرپشن اینڈ پروگرام ایکس چینج سروس 2۔ پروگرام ایکس چینج یونٹ
- 3۔ ٹرانسکرپشن یونٹ 4۔ سنٹر ٹیپ بینک 5۔ اسٹاف ٹریننگ انسٹی ٹیوٹ 6۔ آڈیشن
- ریسرچ یونٹ 7۔ انٹرنیشنل ایلیشن 8۔ سنٹرل ایجوکیشنل پلاننگ یونٹ 9۔ سنٹرل انگلش فچر
- یونٹ 10۔ سنٹرل ہندی فچر یونٹ۔

ریڈ یائی تحریر کی خصوصیات:

ریڈ یائی تحریر دراصل گفتگو یا بات چیت کا ذخیرہ ہوتی ہے۔ مائیکروفون پر پیش کرنا اس کی دوبارہ بازیافت ہے۔ اس مجموعی کارروائی کو سامعین پر یہ تاثر قائم کرنا چاہئے کہ مرسل اس سے گفتگو کر رہا ہے بجائے اس کے کہ کوئی تحریر پڑھ رہا ہے اس میں شبہ نہیں کہ یہ گفتگو تحریر شدہ ہوتی ہے پھر بھی اسے تاثر یہ ہی قائم کرنا چاہئے کہ یہ فطری گفتگو ہے اور فی البدیہہ پیش کی جا رہی ہے۔

گفتگو کا یہ تحریری ذخیرہ ادائے مطلب کے لحاظ سے نامکمل یا خام ہوتا ہے کیونکہ خط کشید کرنے اور پنکچریشن کی تمام تر پابندیوں کو بروئے کار لانے کے باوجود ان مطالب کو ادا نہیں کر سکتا جو صرف کسی لفظ پر زور دے کر یا لہجے کی تبدیلی سے ادا کئے جاتے ہیں۔ تحریر یہ بھی نہیں بتاتی کہ بولنے کی رفتار کیا ہوگی، کہاں آواز نرم ہو کہاں سخت، لہجے کی تبدیلی مطالب کی ادائیگی میں معاون بھی ہوتی ہے اور مخل بھی۔ لہذا تحریر خصوصاً ریڈیو کی تحریر کے بارے میں کہا جاتا ہے کہ یہ بے معنی یا کم از کم مبہم رہتی ہے۔ جب تک اسے مائیکروفون پر پیش نہ کر دیا جائے۔

لہذا تحریر برقی ترسیلی عمل کا صرف ایک حصہ ہے برقی ترسیلی عمل اس وقت تک مکمل نہیں ہوتا جب تک تحریر کی مناسب پیش کش نہ ہو جائے۔ جب آپ ایسی کوئی چیز تحریر کر رہے ہیں جسے آپ کو خود ہی پیش بھی کرنا ہے تو بڑی مشکل درپیش ہوتی ہے لیکن یہ مشکل دوگنا ہو جاتی ہے جب آپ کسی دوسرے کی پیش کش کے لئے کچھ تحریر کر رہے ہوں۔

جب ریڈیائی تحریر گفتگو کا ہی ذخیرہ ہوتی ہے اور اس کے بہت سے معنی و مطالب ادائیگی اور پیش کش کے انداز پر منحصر ہوتے ہیں تو پھر اس کیلئے اسکرپٹ کی کیا ضرورت ہے کیا یہ نہیں ہو سکتا کہ اس گفتگو کو مائیکروفون پر براہ راست پیش کر دیا جائے؟ یہ ممکن تو ہے مگر ہمیشہ اسکی صلاح نہیں دی جاتی، اس وقت بھی نہیں جب رائیٹر خود ہی پیش بھی کرنے والا ہو۔ اسکرپٹ تیار کر لینے کی بہت سی مناسب وجہیں ہیں۔ مثلاً

• اسکرپٹ ایک احتیاطی قدم ہے اس سے کم از کم یہ پتہ رہتا ہے کہ ہم کیا کہنے جا رہے ہیں گو کہ اس سے یہ نہیں معلوم ہوتا کہ ہم کیسے کہنے جا رہے ہیں۔

• ایک مکمل اسکرپٹ یہ بتاتی ہے کہ کچھ چھوٹا نہیں۔ تمام مباحث کا احاطہ کر لیا گیا ہے بلکہ انھیں مناسب ترتیب سے مکمل کیا گیا ہے۔

• تحریری شکل میں مواد سامنے ہو تو اس میں رد و بدل کر کے الفاظ کی ترتیب بدل کر اسے رواں یا مزید بہتر بنایا جاسکتا ہے۔

• اسکرپٹ تیار کرنے کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ اگر ضرورت پڑ جائے تو دوسرے لوگ بھی ہمارے خیال کی ترسیل کر سکیں۔

• اس کی آخری اور اہم وجہ یہ ہے کہ اسکرپٹ کے ذریعے آواز کے ہوا میں معدوم ہو جانے والے مزاج کو قائم رہنے والی شکل دے دی جائے۔

اسکرپٹ کیوں لکھیں کے بعد آئیے دیکھیں کہ اسکرپٹ میں کیا لکھیں۔ اس سلسلے میں سب سے پہلی چیز جو کرنی چاہئے اور جو ترسیل کی تمام اقسام پر منطبق ہوتی ہے وہ یہ فیصلہ کرنا کہ ہمیں کیا کہنا ہے۔ وہ بنیادی نکتہ کیا ہے جسے ترسیل کرنا ہے۔ اور اس کے ذریعے کیا تاثر قائم کرنا ہے۔ یہ ہو سکتا ہے کہ ہم اس میں سو فیصدی کامیاب نہ ہوں لیکن یہ اس سے تو بہت بہتر ہوگا کہ ہمارے دماغ میں پہلے سے کوئی نکتہ ہی نہ ہو۔ لہذا جب بھی ہم کچھ لکھنے کے لئے قلم اٹھائیں تو سب سے پہلے اپنے آپ سے سوال کریں کہ ہمیں کیا کہنا ہے۔

پھر جو کچھ کہنا ہے اس کے اہم نکتوں کی ایک فہرست بنالیں۔ فہرست مکمل کرتے وقت اس بات کی ضرورت سلی کر لیں کہ جو کچھ کہنا ہے اس کی تمام جزئیات اس میں آگئی ہیں۔ بلکہ وہ چیزیں بھی آگئی ہیں جو ہماری بات کی توضیح میں معاون ہو سکتی ہیں۔ پھر ان نکتوں پر منحصر خیالات کو ایک منطقی ربط اور مناسب ترتیب کے ساتھ لکھتے چلے جائیں۔ زبانی پیش کی جانے والی چیزوں میں منطقی اور فطری ترتیب بہت اہم ہوتی ہے۔ تحریری ترسیل کی بات الگ ہے اس میں گھما پھرا کر بھی کچھ لکھا جاسکتا ہے چونکہ وہاں پورا مواد نظروں کے سامنے رہتا ہے لہذا اس میں کسی چیز کو سمجھنے کے لئے دوبارہ دیکھا اور غور کیا جاسکتا ہے۔ لیکن گفتگو

میں کسی بات کو فوراً سمجھیں یا پھر کبھی نہ سمجھیں۔ یہ اس پر منحصر ہوتا ہے کہ بات کتنے فطری و منطقی تسلسل کے ساتھ کہی گئی ہے۔

مزید یہ کہ مناسب ترتیب سے مراد ایسی ترتیب ہے جس سے بات سامعین کی سمجھ میں آسانی سے آجائے۔ مگر ایسا اس وقت تک ہونا مشکل ہے جب تک سامعین آپ کی نظر میں نہ ہوں۔ آیا وہ اسکول کے بچے ہوں گے۔ گھریلو عورتیں ہوں گی یا کار میں سفر کرتا ہوا کوئی شخص۔ اگر لکھنے سے پہلے سامعین کی تصویر ذہن میں صاف ہو تو لکھنے میں بہت آسانی ہو جاتی ہے۔ جب یہ معلوم نہیں ہوتا کہ ہمارے سامعین کون ہوں گے تو اکثر مواقع پر کشمکش پیدا ہو جاتی ہے مگر سامعین نظر میں ہوں تو دو ٹوک فیصلہ کیا جاسکتا ہے کہ یہ ہمیں ترسیل کرنا ہے یا نہیں کرنا ہے۔

اسی سے زبان کے استعمال کا مسئلہ بھی جڑا ہوا ہے جب سامعین نظر میں ہوں گے تو ان ہی کے مطابق زبان استعمال ہوگی۔ کچھ لوگ اپنی قابلیت کا رعب قائم کرنے کے لئے مشکل الفاظ استعمال کرنے کی بیماری میں مبتلا رہتے ہیں۔ مگر جہاں ابلاغ اہم ہو وہاں مشکل الفاظ کی نہیں بلکہ مناسب الفاظ کی ضرورت ہوتی ہے۔

ریڈیو تحریر گفتگو (ٹاک) کا ذخیرہ ہوتی ہے تو اس میں ان ہی الفاظ کو استعمال کرنا چاہئے جو روزمرہ کی فطری گفتگو کا جز ہیں نہ کہ کتابی زبان میں استعمال ہونے والے الفاظ کا اگر یہ بات سمجھ لی جائے کہ سامعین کو متاثر کرنا اہم نہیں ہوتا بلکہ معلومات۔ اطلاعات یا تجربات کا ابلاغ اہم ہے تو مقصد آسانی سے حاصل ہو جاتا ہے۔

جب ہم سامعین کو نظر میں رکھنے کی بات کرتے ہیں تو اس نکتے کو بھی نظر انداز نہیں کر سکتے کہ ریڈیو کے ذریعے ایک شخص کو ترسیل کیا جاتا ہے۔ گو کہ ریڈیو عوامی ترسیل کا حصہ ہے اس کی نشریات ہزاروں لاکھوں لوگوں تک بیک وقت پہنچتی ہیں پھر بھی آپ کے پیغام کی منزل ایک فرد ہوتا ہے۔ ریڈیو نشریات اس طرح کا اجتماعی تجربہ نہیں ہے جس طرح کسی ہال میں اکٹھا ہوئے لوگوں کا ہوتا ہے یا جس طرح کسی بڑے مجمع کا ہوتا ہے۔ اس لئے اس میں ایسی تراکیب کا بھی استعمال نہیں کرنا چاہئے جس میں اجتماعی خطاب ہو۔ مثلاً۔ ”سامعین آپ یہ سننا پسند کریں گے“ یا ”آپ میں سے کچھ لوگوں نے دیکھا ہوگا۔ اس کے بجائے

انفرادی خطاب کی تراکیب استعمال کرنا چاہئے۔ جیسے ”آپ سننا پسند کریں گے“۔ ”یا آپ نے دیکھا ہوگا“۔ ریڈیو میں مرسل اور ایک سامع کے درمیان تریلی عمل وقوع پزیر ہوتا ہے۔ ہر سامع اپنے طور پر اپنے خیالات و فکر کے ساتھ تہہ ریڈیو سنتا ہے۔ یہاں اجتماعی نفسیات کے بجائے انفرادی نفسیات کا فرما رہتی ہے۔ لہذا ریڈیو تحریر میں اشخاص کے بجائے شخص سے خطاب کرنا چاہئے۔ جب سامع یہ محسوس کرے گا کہ صرف اس سے خطاب کیا جا رہا ہے تو پیغام کی اثر پذیری میں اضافہ ہو جائے گا۔

یہ واضح ہو جانے کے بعد کہ کیا کہنا ہے کس طرح یعنی کس ترتیب سے کہنا ہے۔ اور کس سے کہنا ہے، ذرا اسکرپٹ پر بھی غور کر لینا چاہئے۔

ریڈیو، ٹرانسٹریٹ سامع کے اتنے قریب ہوتا ہے کہ وہ ہاتھ کی ایک ہلکی سی جنبش سے اس کا سوئچ بہ آسانی بند کر سکتا ہے۔ ریڈیو کا سامع کتنی آسانی سے مرسل کی گرفت سے نکل جاتا ہے اس کا صرف اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔ لہذا آپ کا پہلا جملہ اتنا دلچسپ ہونا چاہئے کہ سامع پر گرفت مضبوط ہو۔ اصل موضوع تک پہنچنے میں زیادہ وقت نہ لگے۔ اصل موضوع کی ابتداء راغب کرنے والی بر محل یا کم از کم غیر معمولی ہو۔ پھر جو کچھ کہا جائے پورے اعتماد اور وثوق سے کہا جائے سامع کو کہیں سے مشتتبہ نہ ہونے دیا جائے۔

ریڈیو کا ایک سنہرا اصول یہ ہے کہ اس کی تحریر کا پہلا جملہ دلچسپ ہو دوسرا جملہ مطلع کرے۔ پھر اپنے نکتوں کو موضوع کے دھاگے میں تسبیح کے دانوں کی طرح پروتے چلے جائیں۔

اوپر کہا گیا کہ ریڈیو تحریر کا مجموعی انداز بات چیت یا گفتگو کا ہونا چاہئے۔ لیکن گفتگو بے ڈھنگی۔ بے ربط۔ بے محل اور بازاروندہ ہو۔ اسے سنجیدہ۔ بر محل اور باوقار ہونا چاہئے۔

ریڈیو خبر ناموں کا اسلوب تو کبھی کبھی کسی قدر رسمی ہو جاتا ہے لیکن دوسرے پروگراموں کی تحریر کا اسلوب گفتگو کا ہی ہونا چاہئے اور اس سے یہی ظاہر ہو گیا کوئی بات چیت کر رہا ہے۔ البتہ اس بات چیت کے لئے ایسے الفاظ کا استعمال کرنا چاہئے جو عوام میں مقبول ہوں اور ایسے الفاظ جن کی صحت میں شبہ نہ ہو۔

ریڈیو تحریر کا ایک اصول یہ بھی ہے کہ اسے لکھنے سے پہلے بہ آواز بلند بول کر دیکھ لینا

چاہئے اس سے دو باتوں کا اندازہ ہو جاتا ہے ایک تو یہ کہ جو الفاظ لکھے جا رہے ہیں ان کی ادائیگی یا تلفظ مشکل تو نہیں ہے۔ دوسرے ان کی آوازوں میں روانی اور نغمگی کتنی ہے۔ مزید یہ کہ گفتگو کے اسلوب میں جو اسکرپٹ ہوتا ہے اس کی پیش کش بھی نسبتاً آسان ہوتی ہے۔ چھوٹے جملے با آواز بلند پڑھنے میں بھی آسان ہوتے ہیں اور سامعین کے سمجھنے میں بھی۔ لہذا اسلوب صاف سادہ اور رواں ہونا چاہئے۔ بات الجھائے بغیر سیدھے سادے طریقے سے کہنا چاہئے تاکہ سامعین الجھن نہ محسوس کریں اور براہ راست ابلاغ ہو سکے۔

اب ہمیں اسکرپٹ کی ظاہری ہیئت کے بارے میں کچھ گفتگو کر لینا چاہئے اگر ممکن ہو تو اسکرپٹ کو ٹائپ ہونا چاہئے وہ بھی دوہرے بلکہ تہرے اسپیس کے ساتھ۔ ٹائپ میں حجم کے اعتبار سے بڑے حروف کا استعمال کرنا چاہئے اس سے پیش کش کے وقت پڑھنے میں آسانی ہوتی ہے۔ کاغذ کے دونوں طرف مناسب حاشیہ چھوڑنا چاہئے۔ اس سے ترمیم و اضافے میں آسانی رہتی ہے اگر اسکرپٹ ہاتھ سے لکھا ہوا ہے تو اسے اتنا صاف ہونا چاہئے کہ دوسرے پڑھنے والے کو بھی کوئی دقت نہ ہو۔ تحریر کاغذ کے ایک ہی طرف لکھی یا ٹائپ کی جائے اور اس میں اچھے کاغذ کا استعمال کیا جائے۔

پیرا گراف واضح ہوں اور ایک بات ایک خیال یا ایک نکتے کے بعد پیرا گراف بدل دیا جائے کسی جملے کو آدھا کسی دوسرے صفحے پر نہ لے جایا جائے۔ اعداد کو لکھنے کے بارے میں مختلف نظریے ہیں۔ ایک نظریہ یہ ہے کہ انھیں ہندسوں میں لکھنا چاہئے۔ جیسے اس کار کی قیمت 240000 روپے ہے۔ دوسرا نظریہ یہ ہے کہ انھیں الفاظ میں لکھا جاسکتا ہے مثلاً اس کار کی قیمت دو لاکھ چالیس ہزار روپے ہے۔ تیسرا نظریہ ہے کہ انھیں ہندسوں اور الفاظ دونوں میں لکھا جائے۔ جیسے ”اس کار کی قیمت دو لاکھ چالیس ہزار روپے (2,40,000) ہے۔ اصل نظریہ یہ ہے کہ معنی واضح ہونا چاہئے۔

کسی بات کو مقررہ وقت کے اندر کہہ لینا بھی اک بڑا فن ہے۔ لہذا اسکرپٹ کے ساتھ وقت کا اور اسی کے ساتھ رفتار کا مسئلہ بھی جڑا ہوا ہے یعنی ہمیں جاننا چاہئے کہ اگر پروگرام کا وقت دس منٹ ہے تو اس کے لئے اسکرپٹ کا حجم کیا ہو۔ گو کہ کسی اسکرپٹ کی مائیکروفون پر

پیش کش کی رفتار سب کی ایک سی نہیں ہوتی۔ پھر بھی ریڈیو نشریات کی اوسط رفتار 160 سے 180 لفظ فی منٹ تسلیم کی جاتی ہے۔ ایک ٹائپ کی ہوئی لائن میں تین سے چار سکند لگتے ہیں۔ ایک دوہرے اسپیس سے ٹائپ کیا ہوا ایف فور سائز کا صفحہ جس پر 27 لائنیں ہوں اور جس میں تقریباً 270 لفظ ہوں اسے پڑھنے میں عموماً ڈیڑھ منٹ لگے گا۔

ابتداء کی طرح کسی موضوع کا اختتام بھی بہت اہم ہوتا ہے۔ اسے فطری نتیجہ خیز اور تاثر قائم کرنے والا ہونا چاہئے۔ اس موقع پر سامعین کو یہ محسوس ہونا چاہئے کہ بات اب اختتام کی طرف بڑھ رہی ہے اب یہ مکمل ہونے والی ہے اسے یکا یک ختم نہیں ہونا چاہئے۔ یہ اختتامیہ ہو اختتام نہ ہو۔

خلاصے کے بارے میں کہا جاتا ہے کہ یہ ایسی تحریر ہے جو کانوں کے لئے ہوتی ہے لہذا یہاں خلاصہ پیش کیا جا رہا ہے۔

- فیصلہ کیجئے کہ کیا کہنا ہے۔
- اپنے نکتوں کی منطقی ربط کے ساتھ فہرست بنائیں۔
- یہ پوری طرح تسلی کر لیں کہ آپ کے اسکرپٹ کی ابتداء دلچسپ اور معلوماتی ہے۔
- واحد سامع کے لئے لکھا جائے جو لکھا جائے اس کی تصویر اس کے سامنے آجائے۔
- آپ جو کچھ لکھنا چاہتے ہیں لکھنے سے پہلے با آواز بلند بولیں پھر لکھیں۔
- عام بول چال کی زبان استعمال کریں۔
- چھوٹے چھوٹے جملوں میں لکھیں۔
- اسکرپٹ کو دوہرے اسپیس میں ٹائپ کریں کاغذ کے دونوں طرف مناسب حاشیہ چھوڑیں پیرا گراف واضح ہوں۔
- پیچیدہ کو واضح کر کے لکھیں اور یاد رکھیں کہ نشریات میں مقصد ترسیل کرنا ہے قابلیت کا اظہار کرنا نہیں۔

ریڈیائی اصناف و پروگرام :

ریڈیو ٹاک: ریڈیو ٹاک لکھنا اور پیش کرنا ایک فن ہے جو اس ذریعہ ترسیل کی مخصوص ضرورتوں کو سمجھنے کا مطالبہ کرتا ہے۔ اس میں ایک شخص بیانیہ کے انداز میں کسی موضوع پر بولتا ہے۔ اسے پیش کرنے کے لئے زبان پہ قدرت اور آواز و ادائیگی پر قابو ہونا چاہئے۔ اس میں بولنے والا اپنے ان سامعین سے جو سامنے نہیں ہوتے فرداً فرداً مخاطب ہوتا ہے۔ ریڈیو ٹاک کوئی تقریر نہیں ہوتی۔ بلکہ وہ کسی ایسے دوست سے گفتگو ہوتی ہے جو سامنے نہیں ہوتا۔ پھر بھی وہ آپ سے قریب اور آپ کی طرف متوجہ ہوتا ہے لہذا اس پر یہ تاثر پڑنا چاہئے کہ آپ (ریڈیو ٹاکر) صرف اسی سے مخاطب ہیں۔ مختصر یہ کہ اس میں مخاطب کا بے تکلفانہ غیر رسمی انداز ہو۔ اس کے الفاظ سادہ اور مانوس ہوں۔ لیکن ان کے اندر معنی کو ادا کرنے کی قوت اور زور ہو۔ جملے چھوٹے، الجھاؤ اور پیچیدگی سے پاک ہوں۔ زبان و اسلوب میں ابتداء تا انتہا توازن برقرار رہے۔ کتابی زبان کے بجائے گفتگو کی زبان ہو، اور تھوڑے تھوڑے وقفے سے ایسے الفاظ کا استعمال کیا جائے جس سے مخاطب کا انداز قائم رہے۔

ٹیلی ویژن کے مقابلے میں یہ صنف ریڈیو سے زیادہ مناسبت رکھتی ہے۔ ریڈیو ٹاک کا منصوبہ عموماً کافی پہلے بنایا جاتا ہے قلیل مدت میں کچھ ٹاک لکھوائی جاتی ہیں مگر ایسا کم ہوتا ہے ٹاک کا وقت دس منٹ سے زیادہ نہیں ہونا چاہئے۔ بلکہ آج کل پانچ منٹ کی ٹاک کو ترجیح دی جا رہی ہے۔ اس کا موضوع اکثر حالاتِ حاضرہ سے متعلق ہوتا ہے۔ یہ سیاسی۔ سماجی۔ اقتصادی۔ سائنسی اور روزمرہ کے معاملات سے منتخب کیا جاتا ہے۔ اس کا کوئی مخصوص ڈھانچہ نہیں ہوتا۔ ٹاک کے سامعین کی یہ توقع ہوتی ہے کہ ٹاک دلچسپ اور معلوماتی ہو۔

انٹرویو: انٹرویو تحریری ذریعہ ترسیل کے لئے ہو یا برقی۔ انٹرویو کے معنی ہیں کسی منتخب شخص سے رسمی طور پر سوالات پوچھ کر جوابات حاصل کرنا۔ انٹرویو میں دو لوگوں کی ضرورت ہوتی ہے ایک انٹرویو لینے والا دوسرا انٹرویو دینے والا۔

انٹرویو دینے والا کسی موضوع کا ماہر۔ سیاسی لیڈر۔ مہم جو۔ موجد۔ دانشور۔ فنکار۔ رقص یا اداکار ہو سکتا ہے۔ انٹرویو میں انٹرویو لینے والے کی شرکت صرف سوال کرنے کے لئے ہوتی ہے۔ مگر جن موضوع مسئلے یا شخصیت پر وہ انٹرویو لے رہا ہے۔ اس کے بارے میں زیادہ سے زیادہ معلومات وضاحت اور تفصیلات کو سوالات کے ذریعے سامعین کے سامنے لانا اس کی ذمہ داری ہوتی ہے اس کے سوالات کو مختصر جامع اور ابہام سے پاک ہونا چاہئے۔

سوالات عموماً دو طرح کے ہوتے ہیں ایک بند سوالات جن کا جواب ”ہاں“ ”ناں“ میں یا چند الفاظ میں دیا جاسکتا ہے۔ دوسرے کھلے سوالات ہوتے ہیں جن کے جواب میں کچھ تفصیل بیان کرنی پڑتی ہے۔ ان کا جواب صرف ہاں یا ناں میں نہیں دیا جاسکتا یہ انٹرویو لینے والے پر منحصر ہوتا ہے کہ موقع محل اور صورت حال کے لحاظ سے کیسے سوالات کرے۔ بلکہ اس کے اندر اتنی سمجھ بوجھ ہونی چاہئے کہ وہ موقع محل اور سیاق و سباق سے اندازہ لگا لے کہ اب یہاں کس قسم کے سوال کی ضرورت ہے۔ مزید یہ کہ اسے انٹرویو دینے والے کے جوابات کو بہت غور اور توجہ سے سننا چاہئے تاکہ وہ انہیں جوابات میں سے ضمنی اور وضاحتی سوالات کر سکے انٹرویو عموماً تین طرح کے ہوتے ہیں۔

• اسپاٹ انٹرویو (SPOT INTERVIEW) :- جو کسی

واردات۔ جشن۔ محفل۔ تقریب نمائش یا میلے کے جائے وقوعہ پر لئے جاتے ہیں۔

• فیلڈ انٹرویو (FIELD INTERVIEW) :- جو کسی علاقے میں

گھوم گھوم کر لوگوں سے حاصل کئے جاتے ہیں۔

• فارمل اسٹوڈیو انٹرویو (FORMAL STUDIO

INTERVIEW) :- جو رسمی طور پر اسٹوڈیو کے اندر لئے جاتے ہیں۔

عموماً انٹرویو کا مقصد ہوتا ہے۔

• کسی واقعے۔ مسئلے یا فیصلے پر ان لوگوں کی رائے معلوم کرنا جو اس سے کسی نہ کسی طرح

منسلک یا متاثر ہوں۔

• کسی اہم فرد کی شخصیت کو واضح کر کے پیش کرنا۔

انٹرویو خبریں و معلومات حاصل کرنے کا بھی بہترین ذریعہ ہے اور یہ ایک ایسا آئینہ بھی ہے جس میں ہم کسی اہم شخصیت کا عکس دیکھتے ہیں۔ کسی بھی شخص کے ذہن کو پڑھنے کیلئے یہ بہترین صنف ہے۔ ہم انٹرویو کے ذریعے کسی فرد کی روحانی، اخلاقی اور منطقی حالت کا اندازہ بھی کر سکتے ہیں۔ انٹرویو کے وسیلے سے ایسی کارآمد اور دلچسپ باتیں معلوم کی جاسکتی ہیں جن کا عموماً دوسرے ذرائع سے حاصل ہونا مشکل ہوتا ہے۔

سب سے پہلے اخباری انٹرویو کا طریقہ انیسویں صدی کے وسط میں امریکہ میں شروع ہوا جیمس گورڈن بینٹ (JAMES GORDON BENNET) نام کے صحافی نے سب سے پہلا انٹرویو لیا۔ آج یہ دنیا کے قریب قریب تمام ملکوں میں رائج ہے۔¹

ماہیت کے اعتبار سے انٹرویو کی چار اہم قسمیں ہیں۔ خبری انٹرویو۔ شخصی انٹرویو۔ معلوماتی انٹرویو۔ حقائق کی بازیابی کے لئے انٹرویو۔

خبری انٹرویو: جب کوئی نیا مسئلہ پیدا ہوتا ہے یا گورنمنٹ یا ادارے کی طرف سے کسی اہم فیصلے کا اعلان ہوتا ہے تو یہ معلوم کرنے کے لئے اس کے کیا نتائج نکلیں گے۔ کسی وزیر۔ افسر۔ یا ادارے کے عہدے دار سے فوری طور پر ملاقات کی جاتی ہے اور اس کے جواب پر اس مسئلے یا فیصلے کی خبر کی بنیاد رکھی جاتی ہے۔ ایسی ملاقاتیں عجلت میں طے ہوتی ہیں اور مختصر ہوتی ہیں۔ یہ ریلوے اسٹیشن ہوئی اڈے یا بس اسٹیشن پر بھی ممکن ہو جاتی ہیں اس قسم کے انٹرویو میں اکثر اہم خبریں مل جاتی ہیں۔

شخصی انٹرویو: شخصی انٹرویو عموماً بڑی اور اہم شخصیتوں سے کسی خاص موقع پر لئے جاتے ہیں۔ مثلاً صدر جمہوریہ۔ وزیر اعظم۔ مرکزی وزیر۔ وزیر اعلیٰ یا گورنر کی بیرونی ممالک کے دورے سے واپسی پر۔ یا کسی ملک کے سربراہ یا اہم شخصیت سے اس کی آمد پر

لئے جاتے ہیں۔ سامعین ان حضرات کے بارے میں بھی جاننے کے خواہش مند ہوتے ہیں۔ جو یکا یک شہرت حاصل کر لیتے ہیں اور جن کے بارے میں وہ پہلے سے کچھ نہیں جانتے۔ جیسے کوئی اہم چوٹی سر کرنے والے۔ کرکٹ کھلاڑی۔ نوبل انعام یافتہ یا مہم جو مثلاً 36 گھنٹے لگا تارنا چنے والی رقاصہ۔ پیدل پورے ملک کا سفر کرنے والا نوجوان۔ سائیکل پر پوری دنیا کا چکر لگانے والا طالب علم۔ اس کے علاوہ سرکس کے فن کار۔ اسٹیج۔ ٹیلی ویژن اور فلم کے اداکار۔ بھی عوام میں مقبول ہوتے ہیں۔ ان کی ذاتی تفصیلات انٹرویو میں نشر ہوتی سامعین پسند کرتے ہیں۔

شخصی انٹرویو میں حقائق بھی ہوتے ہیں اور رائے بھی۔ ان میں ایسی شخصیت کے خدو خال ہلکے پھلکے دل چسپ انداز میں پیش ہوں جن میں لوگوں کو دلچسپی ہو۔ اس میں اس شخصیت کے حالات زندگی۔ اہم کارنامے۔ روزمرہ کی زندگی۔ روزانہ کی دلچسپی۔ غرض کہ اس کی زندگی کے تمام پہلو آجائیں تو انٹرویو دلچسپ ہو جاتا ہے۔ شخصی انٹرویو کا سامعین پر یہ تاثر پڑنا چاہئے گویا انہوں نے انٹرویو نہیں سنا بلکہ اس شخص سے خود ملاقات کی۔

معلوماتی انٹرویو: اس قسم کے انٹرویو کا مقصد ایسی معلومات حاصل کرنا ہوتا ہے جس کے پیش کرنے میں کوئی عجلت نہ ہو۔ وقت کی کوئی پابندی نہ ہو، اس کا دائرہ خاصا وسیع ہو سکتا ہے مثلاً کوئی شخص بیرون ملک سے کسی شعبے میں مہارت حاصل کر کے لوٹا ہے تو اس کے شعبہ مہارت کے بارے میں معلومات حاصل کرنا۔ کسی غیر ملکی سیاح سے اس کے تاثرات دریافت کرنا۔ علمی و ادبی سیاسی یا کسی اور طرح کی کانفرنس سے واپس آنے والوں سے معلومات اخذ کرنا۔ کسی ماہر تعلیم مصور یا ادیب سے ایسی معلومات حاصل کرنا جو سامعین کی دل چسپی کا باعث ہوں۔

حقائق کی بازیابی کے لئے انٹرویو: انٹرویو کسی شخصیت سے

ملاقات کر کے خبر یا اس کی رائے یا معلومات حاصل کرنا ہی نہیں ہے بلکہ اس میں وہ تمام ملاقاتیں شامل ہیں جو کسی خبر کے تمام اجزائے ترکیبی کو جمع کرنے کے لئے کی جاتی ہیں۔ ریڈیو یا اخبار کا نمائندہ ہمیشہ موقعہ واردات پر موجود نہیں ہوتا۔ مگر جیسے ہی وہ موقعہ واردات پر پہنچتا ہے تو چشم دید گواہوں سے متاثرین سے یا ان سے یا جن کا حادثے یا واردات سے کچھ بھی تعلق رہا ہے ناٹہ جوڑتا ہے اور یہ جاننے کی کوشش کرتا ہے کہ کیا ہوا۔ کیوں ہوا۔ کب ہوا۔ کیسے ہوا۔

اس کے علاوہ انٹرویو کی کچھ اور قسمیں بھی ہیں۔ جیسے مذاکراتی انٹرویو۔ انٹرویو برائے رائے مگر طوالت کے خوف سے ان کی تفصیلات یہاں درج نہیں کی جا رہی ہیں۔ بالمشافہ انٹرویو ہو تو بات کچھ اور ہی ہوتی ہے۔ اگر کسی وجہ سے کبھی یہ ممکن نہیں ہوتا تو نامہ نگار، رپورٹر، نمائندے تحریری سوالات بھیج دیتے ہیں۔ جن کے تحریری جوابات آجاتے ہیں۔ اب تو جدید ذرائع ابلاغ مثلاً ٹیلی فون۔ انٹرنیٹ اور ای میل کا استعمال بھی تیزی سے انٹرویو حاصل کرنے کے لئے کیا جا رہا ہے۔

رابرٹ میکلیش (ROBERT MCLEISH) اپنی کتاب ”ٹیکنیک آف ریڈیو پروڈکشن“ میں انٹرویو کو بہ حسن و خوبی مکمل کرنے کے لئے چار چیزوں پر زور دیتا ہے۔

● TECHNICAL (ٹیکنیکی)

● (DIRECTION OF THE INTERVIEWER) انٹرویو دینے والے

کے لئے ہدایات۔

● SUPPLEMENTARY QUESTION (ضمنی سوالات)

● AND TIMING اور وقت

ٹیکنیکی نقطہ نظر سے یہ مراد ہے کہ مائیکروفون کا زاویہ درست ہے یا نہیں۔ کیا پس منظر کی آوازیں مائیکروفون کا زاویہ تبدیل کرنے کا مطالبہ کر رہی ہیں۔ کیا انٹرویو دینے والے کا زاویہ مائیکروفون کے لحاظ سے کسی تبدیلی کا متقاضی ہے۔ یا آواز کی سطح میں کچھ تبدیلی کی ضرورت ہے۔

انٹرویو کی ہدایات سے مراد یہ ہے کہ ہر انٹرویو کا کچھ نہ کچھ مقصد یا نظریہ ہوتا ہے لہذا اس کے مطابق انٹرویو دینے والے کو کچھ ہدایات دی جاتی ہیں۔ تاکہ انٹرویو دیتے ہوئے اس مقصد و نظریے کو ہمیشہ اپنے پیش نظر رکھے۔ اور اپنے جوابات میں ان مخصوص نکتوں کو واضح کر سکے یا ان پر زور دے سکے جن کو واضح کرنا انٹرویو کا مقصد ہے۔

ضمنی سوالات سے مراد یہ ہے کہ انٹرویو لینے والے کو اصل سوالات سے پیدا ہوئے مناسب ضمنی سوالات ضرور پوچھنے چاہئیں۔ لہذا توجہ سے سننا اور تیزی سے سوچنا انٹرویو لینے والے کی بنیادی خصوصیات میں شامل ہے۔

وقت سے مراد یہ ہے کہ ریڈیو میں وقت کی بڑی اہمیت ہوتی ہے اسی لئے ہر چیز کے لئے وقت متعین ہوتا ہے اور ہر چیز میں انٹرویو بھی شامل ہے۔ اگر انٹرویو رواں نہیں ہو رہا ہے تو اسے اڈیٹنگ کے ذریعے کاٹ چھانٹ کر کے کم کیا جاسکتا ہے۔ اگر رواں (لائو) ہو رہا ہے تو یہ انٹرویو لینے والے کی ذمہ داری ہے کہ وہ اسے وقت کی حدود کے اندر رکھے۔

اس کے علاوہ بھی کچھ چیزیں ہیں جن کا انٹرویو لیتے وقت خیال رکھنا چاہئے مثلاً

- انٹرویو کے موضوع، انٹرویو دینے والے اور اس کے پس منظر سے انٹرویو لینے والے کو اچھی طرح واقف ہونا چاہئے۔

- اسے ان نکتوں سے بھی اچھی طرح واقف ہونا چاہئے جن کا احاطہ کرنا ہے۔

- اسے پروڈیوسر کی ہدایات کو سمجھنے والا ہونا چاہئے۔

- اسے اپنے انٹرویو کے لئے پہلے سے کچھ تحقیق بھی کر لینی چاہئے۔

اور انٹرویو کے اس اہم نکتے کو کبھی نظر انداز نہیں کرنا چاہئے کہ انٹرویو میں انٹرویو دینے والے کی حیثیت مکزی ہوتی ہے انٹرویو لینے والے کی حیثیت ثانوی۔ اس کا کام سوال کرنا ہے نہ کہ بحث کرنا۔ خواہ اس سے متفق ہو یا نہ ہو۔ مزید یہ کہ انٹرویو لینے والے کو ایسے سوالات بھی کرنے چاہئیں جو سامعین کے ذہن میں پیدا ہو رہے ہوں۔ اس کے لئے اسے پہلے سے تیاری کر کے آنا چاہئے۔

مذاکرہ: کسی موضوع کے تمام پہلوؤں پر سیر حاصل بحث انٹرویو کے ذریعے ممکن نہ ہو سکے یا پورے طور پر اس کا احاطہ نہ کیا جاسکے تو مذاکرے کی ضرورت پڑتی ہے۔ اس میں کسی موضوع کے جملہ پہلوؤں کا تجزیہ کیا جاتا ہے۔ مذاکرے میں کسی مسئلے پر ایک سے زیادہ آرا کو زیر بحث لانے کے لئے ایک سے زیادہ لوگوں کو بلایا جاتا ہے۔ جو یا تو مختلف نظریات و نکتہ ہائے خیال کی نمائندگی کرتے ہیں یا موضوع کے ماہرین و مبصرین ہوتے ہیں۔ یا کسی حادثے و واردات کے متاثرین ہوتے ہیں۔

مذاکرہ میں ایک ناظم کی ضرورت ہوتی ہے ریڈیو اسٹیشن کا نمائندہ یا کوئی غیر جانبدار شخص نظامت کے فرائض انجام دیتا ہے۔ ناظم کو موضوع کے بارے میں تازہ ترین معلومات ہونی چاہئے۔ جسے وہ پروگرام میں شرکت کرنے والوں کی توجہ میں لائے۔ ناظم کو شرکاء نے مذاکرہ کے خصوصی میدان کا علم ہونا چاہئے اور وہ اس سے اسی موضوع پر سوال کرے۔ ماہرین کوئی تکنیکی نکتہ بیان کریں تو آسان زبان میں اس کی وضاحت بھی کرتا جائے تاکہ تمام سامعین مذاکرے سے مکمل استفادہ کر سکیں۔ ناظم کی حسب ذیل ذمہ داریاں بھی ہوتی ہیں۔

- وہ مذاکرے کی ابتدا شرکاء و موضوع کے تعارف سے کرے۔
- باری باری سے تمام شرکاء کو بولنے کا موقع دے۔
- وہ شریک ہر فرد کو اپنے خیالات کے اظہار کا برابر موقع دے۔
- اسے چاہئے کہ مذاکرے کے اختتام پر اس کا نتیجہ اخذ کرتے ہوئے سامعین کو اس سے آگاہ کرائے۔

مذاکرے کا وقت 15 منٹ سے 30 منٹ کے درمیان کچھ بھی ہو سکتا ہے یہ مذاکرے کے موضوع اور شرکاء کی تعداد پر منحصر ہوتا ہے۔

کوئز: کوئز عموماً اسٹوڈیو کے اندر کا پروگرام ہوتا ہے۔ اور شرکاء اکثر طلباء ہوتے ہیں۔ یہ پروگرام سوال و جواب پر منحصر ہوتا ہے۔ سامعین کو اس سے بہت سی معلومات حاصل ہوتی

ہیں۔ اس پروگرام کی نظامت کرنے والے کو ”کوئز ماسٹر“ کہا جاتا ہے جو کوئز میں حصہ لینے والوں سے سوال کرتا ہے جو اب کے لئے کچھ وقت دیتا ہے پھر جواب پر اپنا فیصلہ سناتا ہے کہ یہ صحیح ہے یا غلط۔

کوئز کا موضوع مدعو کئے گئے لوگوں کی مناسبت سے متعین کیا جاتا ہے سوال بھی اسی معیار کے پوچھے جاتے ہیں کہ ان میں سے زیادہ سے زیادہ کا جواب دیا جاسکے۔ یعنی ان میں بھی شرکاء کی حیثیت کا خیال رکھا جاتا ہے۔ کوئز پروگرام کا وقت شرکاء کی تعداد کے لحاظ سے مقرر ہوتا ہے مگر عام طور سے یہ 20 سے 30 منٹ کا ہوتا ہے۔

شاعری سنانا: ریڈیو شاعری سے تعلق رکھنے والے افراد کی ہمت افزائی کے لئے شاعری سنانے کا خصوصی پروگرام نشر کرتا ہے اس کے لئے اوقات مخصوص ہیں اس پروگرام میں مقبول و مشہور شعراء کے ساتھ ساتھ نئے لکھنے والوں کو بھی موقع دیا جاتا ہے اسی کے ساتھ ریڈیو مشاعرہ اور کوی سمیلن کا بھی انعقاد کرتا ہے مشاعرے یا کوی سمیلن کی نظامت شریک شعراء میں سے ہی کوئی کرتا ہے۔

ریڈیو ڈرامہ: ریڈیو ڈرامے کی صنف ایک ایسی صنف ہے جس میں تخلیقیت کو بروئے کار لانے کے بے انتہا امکانات ہیں اس میں ہر چیز کی تصویر سامع کے دماغ میں تخلیق کی جاتی ہے کسی کردار کی شبیہ ہو۔ کوئی صورت حال ہو یا کوئی منظر سب کی تصویر مکالمے اور خصوصی صوتی اثرات کے ذریعے سامعین کے دماغ میں مرتب کی جاتی ہے۔ ویسے ڈرامے کا مقصد ہوتا ہے کسی قصے یا واقعے یا بنیادی خیال کو دوبارہ عمل پیش کرنا۔ اسٹیج ڈرامے میں انھیں اسٹیج پر اپنی خصوصی صوتی اثرات پس منظر کی موسیقی اور اداکاروں کے مکالمے اور ان کی حرکت و عمل کے ذریعے پیش کرنا ہوتا ہے۔ ٹیلی ویژن اور سینما میں متحرک تصویروں کے ذریعے۔ ریڈیو میں انھیں صرف آواز کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے۔ اس میں سامعین کے تخیل کو بیدار کرنا ہوتا ہے۔ پھر وہ اپنی چشم تصور سے ان تمام واقعات اور منظر و پس منظر کو بالکل اسی طرح دیکھتے چلے جاتے ہیں گویا پردے یا اسٹیج پر پیش

ہوتا ہوا دیکھ رہے ہوں۔

چونکہ اسٹیج، فلم و ٹیلی ویژن میں چیزیں دکھائی دیتی ہیں اس لئے ان میں تخیل سے زیادہ کام نہیں لینا پڑتا۔ ریڈیو میں چونکہ چیزیں دکھائی نہیں دیتی ہیں اس لئے اس میں تخیل سے زیادہ کام لینا پڑتا ہے اور ہر چیز بیان کرنی ہوتی ہے۔ کرداروں کی گفتگو کے علاوہ ان کا عمل و رد عمل ان کے حرکات و سکنات، جذبات کے اظہار سے پیدا شدہ صورت حال و کیفیات اور ان کا رد عمل، سب بیان کیا جاتا ہے۔ لیکن بیانیہ کے ذریعے نہیں بلکہ مکالمے کے ذریعے۔ یہی وجہ ہے کہ اسٹیج کے برعکس ریڈیو ڈرامے میں مکالموں کی اولین اہمیت ہو جاتی ہے اسٹیج ڈرامے میں بہت سے بن لکھے مکالمے ہوتے ہیں اس میں صرف اجسام کی پیش کش سے صورت حال مکمل ہو جاتی ہے لیکن ریڈیو میں ایسا نہیں ہوتا۔ یہی وجہ ہے کہ ریڈیو ڈرامے میں مکالموں کی تعداد زیادہ ہوتی ہے۔

ریڈیو ڈرامے میں جو چیز بیان نہیں کی جاسکتی اسے خصوصی صوتی اثرات کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے۔ ایسا خصوصاً منظر پس منظر کے سلسلے میں ہوتا ہے۔ اس میں آواز کے ذریعے بہت سی ایسی چیزیں بھی پیش کر دی جاتی ہیں جن کا اسٹیج پر پیش کرنا ممکن نہیں۔ مثال کے طور پر صبح کا سماں اسٹیج پر دکھانا مشکل ہے مگر ریڈیو ڈرامے میں مرغ کی آواز یا صبح سویرے بولنے والی چڑیوں کی آواز سے یہ سماں بہ آسانی پیش کیا جاسکتا ہے اسی طرح رات کے منظر کو آلو کی آواز جھینگڑ کی آواز اور ہوا کی سرسراہٹ سے پیش کر دیا جاتا ہے، ہوائی جہاز کا اڑنا، ریل کا اسٹیشن سے روانہ ہونا ان کی آوازوں سے ظاہر کر دیا جاتا ہے۔ اسی طرح کی سیکڑوں مثالیں پیش کی جاسکتی ہیں۔

ریڈیو ڈرامے کے کسی منصوبے یا تجویز کو کاغذ پر لکھنے سے پہلے اچھی طرح سوچنا چاہئے۔ جب پلاٹ اور ہیئت کا خاکہ ذہن میں صاف ہو جائے تو دو چیزوں پر غور کرنا چاہئے۔ ایک تو یہ کہ پلاٹ کا بنیادی خیال ٹارگیٹ آڈیننس کے لئے مناسب ہوگا یا نہیں۔ دوسرے تکنیکی طور پر اسے ریڈیو کے ذریعے سے پیش کیا جاسکے گا یا نہیں۔

اب مسئلہ آتا ہے کہ کسی منصوبے یا تجویز یا بنیادی خیال کو کہانی کی شکل کیسے دی جائے

اس کا ایک طریقہ یہ ہے کہ پہلے

• صورت حال کی وضاحت کر دی جائے۔

• ابتدائی تصادم سے متعارف کرایا جائے۔

• کشمکش اور حرارت و عمل کے ذریعے نقطہ عروج پیدا کیا جائے۔

• مسئلے یا جھگڑے کو جس کی وجہ سے تصادم پیدا ہوا تھا سلجھا دیا جائے۔

یہ درست ہے کہ اس میں ضمنی پلاٹ اور الجھاؤ بھی درپیش ہو سکتے ہیں۔ پھر بھی اچھی کہانی وہ ہوگی جس میں آخر تک انجام کو جاننے کی خواہش برقرار رہے مثلاً جرم کس نے کیا۔ عاشق و معشوق آخر میں ملے یا نہیں اگر ملے تو کیسے ملے۔ اس میں سب سے نازک مرحلہ یہ ہوتا ہے کہ مسئلے کا حل کس طرح سے نکالا گیا ہے یا جھگڑے کو ختم کیسے کیا گیا ہے جو عموماً آخر میں آتا ہے مگر یہ بھی ضروری نہیں ہوتا کہ ہر مسئلے کا حل نکلے اور ہر چیز کا فطری خاتمہ یا حل پیش ہی کیا جائے۔ کبھی کبھی چیزیں سوالیہ نشان بنا کر سامعین کے حل ڈھونڈنے اور فیصلہ کرنے کے لئے چھوڑ دی جاتی ہیں۔

اب مسئلہ آتا ہے کہ کہانی کو ریڈیو ڈرامے کی ہیئت میں کس طرح ڈھالا جائے۔ اس کے لئے ایک مثال ملاحظہ ہو۔ اگر ٹیلی ویژن فلم یا اسٹیج ڈرامے میں یہ جملہ کہا جائے ”دیکھو وہ ہاتھ میں بندوق لئے ہوئے ہے“ تو وہاں اسے زائد قرار دیا جاسکتا ہے کیونکہ ان ذرائع میں ناظرین صاف صاف دیکھ رہے ہیں کہ وہ ہاتھ میں بندوق لئے ہوئے ہے۔ مگر ریڈیو میں یہ کہہ کر بتانا پڑے گا کیونکہ وہاں کچھ دکھائی نہیں دے رہا ہے بلکہ صرف سنائی دے رہا ہے مزید یہ کہ اس جملے کو اگر کسی کردار سے سپاٹ لہجے میں ادا کروا دیا جائے تو وہ تاثر قائم نہیں ہو پائے گا۔ جسے صورت حال کے مطابق قائم کرنا مقصد ہے۔ لہذا اسے اس طرح ادا کرنا ہوگا جس سے خوف اور تحیر کا ملا جلانا تاثر قائم ہو۔ ایک اور مثال ملاحظہ ہو۔

فرض کیجئے کوئی پہاڑی مقام ہے ٹھنڈا موسم ہے ایک مکان کے باہری کمرے میں آگ روشن ہے باہر طوفان آنے کے آثار ہیں ایسے میں کوئی مہمان دروازے پر دستک دیتا ہے۔

اس منظر یا صورت حال کو ریڈیو ڈرامے میں پیش کرنا ہو تو اس طرح کریں گے۔
(دروازے پر کھٹ کھٹ کی آواز پھر دروازہ کھلنے کی آواز)

غفران: آئیے۔ آئیے اندر آجائیے۔ لگتا ہے باہر طوفان آنے والا ہے۔

مہمان: طوفان آنے والا نہیں حضور آچکا ہے بارش شروع ہو گئی ہے۔

غفران: ارے ہاں۔ آپ تو خاصے بھیگ گئے ہیں۔ آئیے آگ کے قریب آ

جائیے۔ کپڑے بھی سوکھ جائیں گے اور گرمی بھی ملے گی۔

مہمان: جی ضرور، میں بہت دنوں سے آپ کی طرف آنا چاہتا تھا مگر کسی نہ

کسی وجہ سے ملتا رہا۔

غفران: کافی عرصہ ہو گیا آپ سے ملے ہوئے۔ اچھا کیا آگئے۔ میں ادھر

بہت تنہا تنہا محسوس کر رہا تھا۔

مہمان: اوہ! اب کچھ بہتر محسوس کر رہا ہوں۔ کمرہ اچھا خاصا گرم ہے۔ باہر

تو بہت ٹھنڈ ہے۔

اس سے اتنی بات تو واضح ہو جاتی ہے کہ ریڈیو ڈرامہ اس صنف کا نام ہے جس میں کسی

کہانی قصے یا واقعے کو صرف آواز کے ذریعے پیش کیا جاتا ہے یہ انسانوں کی آواز ہو سکتی

ہے۔ موسیقی یا ماحول کے صوتی اثرات ہو سکتے ہیں۔

ذریعہ پیش کش سے صرف نظر کریں تو ریڈیو ڈراما اسٹیج ڈرامے ہی کی طرح کسی نہ کسی

ایسے پلاٹ پر منحصر ہوتا ہے۔ جس میں ابتداء وسط اور اختتام ہو۔ جس میں حرکت و عمل اور

ارتقاء ہو جس میں کوئی مسئلہ بحرانی صورت حال اختیار کرے یا جس میں نقطہ عروج ہو۔ ریڈیو

ڈرامے میں کردار جتنے کم ہوں اتنا ہی اچھا ہے اس کے لئے عموماً تین سے پانچ کرداروں کی

سفارش کی جاتی ہے۔ پھر ان کرداروں کے لئے ایسے اداکاروں کا انتخاب کیا جائے کہ جن

کی آوازیں ایک دوسرے سے مختلف ہوں تاکہ ان کی شناخت بہ آسانی ہو سکے۔ زیادہ

کردار ہونے کی صورت میں کرداروں کی شناخت مشکل ہو جاتی ہے کیونکہ اس میں

کرداروں کو ان کی آوازوں سے ہی پہچانا جاتا ہے۔

اسٹیج ڈرامے کی بہ نسبت ریڈیو ڈرامے میں منظر کی تبدیلی جلد جلد ممکن ہوتی ہے کیونکہ اس میں سین واقعی طور پر تخلیق نہیں کئے جاتے بلکہ وہ کرداروں کے ذریعے بیان کئے جاتے ہیں یا صوتی اثرات کے ذریعے پیش کئے جاتے ہیں۔

ریڈیو ڈاکومنٹری: ریڈیو اصناف میں یہ ایک نہایت اہم صنف ہے کیونکہ اس کا کینو اس بہت وسیع ہے کسی بھی موضوع کو ریڈیو ڈاکومنٹری میں سمویا جاسکتا ہے البتہ ڈاکومنٹری کی یہ خصوصیت ہے کہ اس میں خیالی قصے کہانی نہیں پیش ہوتے بلکہ اس میں حقائق کو پیش کیا جاتا ہے وہ حقائق خواہ کسی تحریر پر منحصر ہوں کسی کے ذریعے بیان کئے گئے ہوں یا کوئی معاصر انٹرویو ان کا انحصار ہو۔ اس کا بنیادی مقصد کسی اسٹوری یا صورت حال کے بیان کے ذریعے مطلع کرنا ہے اس میں سچی اور متوازن رپورٹنگ ہوتی ہے۔

ڈاکومنٹری میں ایک آسانی ہے کہ یہ بیانیہ میں ہوتی ہے اس میں کسی موضوع پر براہ راست و سلسلہ وار بولا جاسکتا ہے جس سے موضوع کی وضاحت و ابلاغ آسان ہو جاتا ہے اس میں مختلف لوگوں کی آوازوں صوتی اثرات اور حقائق کی شمولیت کی وجہ سے موضوع دل چسپ اور زندگی سے بھرپور ہو جاتا ہے۔ لہذا یہ بیک وقت تفریح بھی مہیا کراتی ہے اور معلومات بھی یہ ذہن کو روشن بھی کرتی ہے اور ترغیب بھی دیتی ہے۔

اس کے موضوعات میں اگر شہری ترقی۔ فضائی آلودگی۔ طبی تحقیق۔ سائنسی ایجادات شامل ہیں، تو دوسری طرف یہ کسی اہم شخصیت کسی اہم عمارت۔ کسی اہم ادارے۔ کسی فیکٹری۔ کسی تھیٹر گروپ یا کسی اسکول کا بھی احاطہ کرتی ہے۔

بیانیہ کی وجہ سے اس میں ایک راوی کی ضرورت ہوتی ہے جو پیش کئے گئے حقائق یا صورت حال کے درمیان رابطہ قائم کرے اور جہاں ضرورت ہو تفصیل یا وضاحت بھی پیش کرے۔ یہاں ایک بات یاد رکھنے کی ہے کہ، راوی کو رابطہ جوڑنا چاہئے۔ مخل نہیں ہونا چاہئے۔ بغیر راوی کے بھی ڈاکومنٹری تیار کی جاتی ہے جس میں چیزوں کی ترتیب وار پیش کش اس طرح ہوتی ہے کہ صورت حال خود بخود واضح ہوتی چلی جاتی ہے مگر یہ طریقہ خاصہ مشکل ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ ڈاکومنٹری

میں صوتی اثرات اور موسیقی کا بھی استعمال ہوتا ہے۔ جس سے اس میں جان پڑ جاتی ہے۔

ریڈیو فیچر: ریڈیو فیچر بلکہ ریڈیو ڈاکومنٹری کے بارے میں بھی کہا جاتا ہے کہ یہ دونوں ریڈیو ٹاک اور ریڈیو ڈرامے کی ملی جلی شکل ہیں۔ ان میں ٹاک کی طرح بیانیہ بھی ہوتا ہے اور ڈرامائی صورت حال بھی۔ لیکن ڈرامے میں افسانہ ہوتا ہے اس میں حقیقت۔

اکثر فیچر اور ڈاکومنٹری ساتھ ساتھ استعمال ہوتا ہے یہاں تک کہ بعض ناقدین اس میں کوئی فرق نہیں مانتے۔ لیکن رابرٹ میکلس کا خیال ہے کہ ڈاکومنٹری مکمل طور پر حقائق پر منحصر ہوتی ہے جب کہ فیچر میں اس کے موضوع کی بہتر وضاحت و پیش کش کے لئے حقائق کے ساتھ ساتھ لوگ گیت۔ شاعری اور افسانے کو بھی شامل کیا جاسکتا ہے۔¹

اچھے فیچر کے لئے سب سے پہلے اچھے موضوع کی ضرورت ہوتی ہے جو فیچر نویس تھوڑی سی کوشش سے بہ آسانی حاصل کر سکتا ہے۔

کیونکہ ڈاکومنٹری ہی کی طرح فیچر کا موضوع بھی وسیع ہوتا ہے اس کے موضوع کی وسعت اور تنوع کے تحت دنیا میں موجود چھوٹی سے چھوٹی اور بڑی سے بڑی ہر چیز کو فیچر کا موضوع بنایا جاسکتا ہے۔ فیچر ایک ایسی آزاد ہیئت ہے جس میں کسی موضوع کا مکمل احاطہ کیا جاتا ہے۔ بجائے اس کے کہ اس کی چند خصوصیات بیان کر دی جائیں۔ البتہ اس میں تازگی کا عنصر لازمی ہے یعنی کسی بھی قدیم موضوع کو نیا زاویہ دے کر اس کو نئی زندگی بخشی جاسکتی ہے۔ فیچر میں موضوع کے ساتھ ساتھ سرخی کو بھی دلچسپ ہونا چاہئے۔ فیچر کی زبان بھی سادہ رواں اور آسان ہونی چاہئے جو زیادہ سے زیادہ سامعین کی سمجھ میں آجائے۔ اس کے اعداد و شمار میں غلطی نہیں ہونی چاہئے جملوں میں ابہام یا الجھاؤ نہیں ہونا چاہئے اسلوب میں خوش بیانی ہو۔ تکنیکی اصطلاحات سے پرہیز کیا جائے۔ دلچسپی کے لئے فیچر میں چھوٹے چھوٹے قصے یا لطیفے بیان ہو سکتے ہیں۔ اس میں ڈرامائی کیفیت پیدا کی جاسکتی ہے۔ اس کے اختتام کو بھی دلچسپ ہونا چاہئے۔ مختصر یہ کہ فیچر ابتداء سے انتہا تک لطیف۔ دلچسپ خوشگوار اور رواں ہو تو

سامعین کی پوری توجہ حاصل کرتا ہے۔

ریڈیو میگزین: ریڈیو کا میگزین پروگرام اپنی ایک الگ شناخت اور امتیاز رکھتا ہے۔ یہ کئی چیزوں کا مجموعہ ہوتا ہے مثلاً تیس منٹ کے پروگرام میں ٹاک۔ انٹرویو۔ شاعری، کونز پروگرام۔ پیچر اور ڈرامہ شامل ہو سکتے ہیں مگر ان تمام پروگراموں میں ایک داخلی ربط و ہم آہنگی رہتی ہے۔ یہ تمام مختلف چیزیں میگزین میں ایک مخصوص ترتیب میں ہوتی ہیں اور یہ ترتیب اگلے اسپوڈ میں بھی قائم رہتی ہے خواہ مواد بدل جائے۔

کبھی کبھی میگزین پروگرام کے عنوان سے ہی ظاہر ہوتا ہے کہ اس کا موضوع و مواد کیا ہوگا مثلاً ”کھیل پتریکا“۔ ”وگیان پتریکا“ یا ”اسپورٹ میگزین“۔ اس پروگرام کے ذریعے جو چیزیں پیش کی جاتی ہیں ان میں تین چیزوں کا خاص طور پر خیال رکھنا چاہئے۔

● انہیں اس طرح ترتیب دیا جائے اور نشر کیا جائے کہ وہ سننے والوں کی توجہ اپنی طرف مبذول کرائیں۔

● اگر انھیں سامعین کی مانگ پر پیش کیا جا رہا ہے تو یہ سامعین کی خواہش و ضرورت کو پورا کر سکیں۔

● بلکہ اس میں ایسی نئی نئی چیزیں ترتیب دی جائیں جو سامعین کی ضرورتوں سے مناسبت رکھتی ہوں۔

ریڈیو رپورٹ: ترسیل کا بنیادی مقصد عوام کو روزمرہ کے واقعات اور تبدیلیوں سے آگاہ کرنا بھی ہے ریڈیو رپورٹ کسی تقریب۔ رسم۔ واقعات۔ حادثات۔ کسی اہم شخصیت کی آمد یا کسی بھی تہذیبی ثقافتی جلسے کے انعقاد کی تفصیل ہم تک پہنچاتی ہے۔ ریڈیو رپورٹ اسٹوڈیو سے باہر کی رکارڈنگ پر منحصر ہوتی ہے۔ جس میں کسی تقریر کا کوئی اقتباس، کوئی عینی شہادت۔ انٹرویو یا مقامی افسران کا بیان شامل ہوتا ہے۔ ریڈیو رپورٹ کا وقت دس منٹ سے تیس منٹ کے اندر ہو سکتا ہے یہ منحصر ہوتا ہے واقعے یا پروگرام

کی اہمیت و نوعیت پر۔

ریڈیو نیوز ریل: ترسیل کے امکانات جامع بھی ہیں اور وسیع و محیط بھی۔ ایک خبر نامے میں ہمارے آس پاس جو کچھ ہو رہا ہے ان کی تفصیل سمیٹنا مشکل ہو جاتا ہے، ریڈیو نیوز ریل خبر نامے پر اضافہ کر کے اس کی تکمیل کرتی ہے۔

اہم بات یہ ہے کہ جو چیزیں نیوز ریل میں شامل ہوتی ہیں ان کی خبری اہمیت (NEWS VALUE) ہوتی ہے۔ مختصر یہ کہ ریڈیو نیوز ریل خبروں کا زیادہ وسیع و وسیط عکس پیش کرتی ہے۔ اس کا وقت دس سے پندرہ منٹ کے اندر تجاوز کرتا رہتا ہے۔ ریڈیو نیوز ریل کا مقصد حالات و واقعات کی گہرائی میں جا کر تفصیلی جائزہ پیش کرنے کے بجائے ان کا وسیع تر پس منظر (تناظر) پیش کرنا ہوتا ہے اس میں اداراتی قسم کی آراء کو شامل کرنے سے بھی احتراز نہیں کیا جاتا۔ یہی چیزیں اسے خبر ناموں سے ممتاز کرتی ہیں۔

ریڈیو کی دوسری اصناف کی طرح اس کی زبان بھی سادہ عام فہم اور رواں ہوتی ہے اس پر وگرام کو پیش کرنے والا سب سے پہلے موضوع کا تعارف کراتا ہے۔ اسی کے بعد کسی مسئلے، حادثے، واقعے، تقریب یا جلسے کا آنکھوں دیکھا حال کچھ رائیں رپورٹس۔ تقریروں اور تبصروں کے اقتباسات سنائے جاتے ہیں۔ یہ سارا مواد پہلے سے ریکارڈ کیا ہوا ہوتا ہے ریڈیو نیوز ریل کو ہم اس اخباری فچر سے تعبیر کر سکتے ہیں جس میں انٹرویو رپورٹس اور تصاویر شامل ہوتی ہیں۔ اس میں تصویروں کی جگہ صوتی اثرات لائے جاتے ہیں۔

خبریں: خبر ریڈیو سے نشر کی جائے۔ ٹیلی ویژن کے اسکرین پر دکھائی جائے یا کاغذ پر طبع ہو۔ خبر ہی رہتی ہے اس کی ماہیت و اصلیت میں کوئی فرق نہیں آتا۔ یعنی خبر کیا ہے یا کس چیز کی خبری اہمیت ہے۔ ذریعہ ترسیل کے بدل جانے سے اس پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ البتہ ذریعہ ترسیل کے بدل جانے سے خبر کے مرتب کرنے اور اس کی پیش کش کے طریقے میں تبدیلی آ جاتی ہے۔

خبر نامہ ریڈیو کی ایک بہت ہی اہم اور بنیادی ہیئت ہے۔ اس کا ذریعہ آواز اور کان

ہے نہ کہ حروف اور آنکھ اخبار اور ریڈیو کی خبروں میں یہی فرق ہے۔ اخبار کی خبر آنکھوں سے دیکھ کر پڑھی جاتی ہے اور ریڈیو کی خبر کانوں سے سن کر سمجھی جاتی ہے۔ یہ وہی فرق ہے جو کسی چیز کے دیکھنے اور کسی چیز کے سننے میں ہوتا ہے۔ لہذا ریڈیو کی خبریں تیار کرتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ اس میں آپ کچھ دکھانے نہیں جا رہے ہیں۔ بلکہ صرف آواز کے ذریعے بیان کرنے جا رہے ہیں۔

ریڈیو کی خبریں اپنی برق رفتاری کی وجہ سے طبع شدہ حروف پر فوقیت رکھتی ہیں۔ اس کی پہنچ دور دور تک ہوتی ہے وقت اور فاصلے اس کے لئے کوئی معنی نہیں رکھتے۔ یہ بند دروازوں سے بھی گزر جاتی ہے ریڈیو بہت کم وقت میں خبروں کو سامعین کی بہت بڑی تعداد تک پہنچا دیتا ہے۔ ریڈیو سے خبریں سامعین تک پہنچانے کی تکنیک بہ مقابلہ دوسرے ذرائع کے آسان اور سستی ہے۔

چونکہ ریڈیو کے لئے وقت کی پابندی ہوتی ہے اسلئے اس کی خبروں کو مختصر جامع اور غیر پیچیدہ ہونا چاہئے۔ ریڈیو سامعین میں پڑھے لکھے کم پڑھے لکھے اور بغیر پڑھے لکھے ہر طرح کے لوگ ہوتے ہیں اس لئے اس کی زبان سادہ آسان عام فہم ہو۔ جملے چھوٹے ہوں بات کو سیدھے طریقے سے یعنی براہ راست بیان کیا جائے۔ تاکہ ایک عام آدمی تک بہ آسانی ابلاغ ہو سکے۔ ورنہ سامعین کی دلچسپی ختم ہو جاتی ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ اسے کھرا بے ریا اور بنیادی نکتوں پر مرکوز ہونا چاہئے۔

ریڈیو خبر ناموں کی زبان اس لئے بھی سادہ آسان اور عام فہم ہونی چاہئے کیوں کہ ریڈیو اپنے الفاظ دہراتا نہیں۔ اخبار میں کوئی لفظ سمجھ میں نہیں آتا ہے تو غور و خوض کرنے کا یا لغت دیکھنے کا موقع ہوتا ہے۔ لہذا ریڈیو میں مشکل الفاظ کے علاوہ ایسے الفاظ سے بھی پرہیز کرنا چاہئے جن کی آواز ملتی جلتی ہو۔ اس سے بھی کبھی کبھی پریشانی ہو جاتی ہے۔

خبر کو کبھی ”اچھی“ ”بری“ یا ”دلچسپ“ اپنی طرف سے نہیں کہنا چاہئے سامعین اپنی دل چسپی کے لحاظ سے خود فیصلہ کرتے ہیں۔ ریڈیو کی خبروں کا اندازہ صرف لکھ دینے سے نہیں ہوتا۔ بلکہ لکھ دینے کے بعد اسے با آواز بلند پڑھنا بھی چاہئے۔ تب ہی اس کا مجموعی تاثر

سامنے آتا ہے۔ ریڈیائی خبروں کی ابتداء اہم خبروں کے خلاصے سے ہوتی ہے یہ خلاصے ایک طرح سے سرخیوں کا کام بھی دیتے ہیں۔ آخر میں ان خلاصوں کو دہرایا بھی جاتا ہے تاکہ جن لوگوں نے دیر سے ریڈیو کھولے ہیں وہ بھی سن لیں۔

ٹاک شو: ٹاک شو آج کل ٹیلی ویژن پر سب سے زیادہ مقبول ہے لیکن ٹیلی ویژن کی طرح ریڈیو اسٹیشن بھی اس کا انعقاد کرتے ہیں۔ اس صنف کے تحت ریڈیو والے اپنے اسٹوڈیو میں دو یا تین اشخاص کو کسی موضوع پر بولنے کے لئے مدعو کرتے ہیں اور سامعین کو بھی اسٹوڈیو میں ہی بلایا جاتا ہے۔ اس پروگرام کا ایک ناظم تو ہوتا ہے مگر اسپیکر سے سوالات سامعین کرتے ہیں۔ اسے ہم ایک طرح سے انٹرویو کی توسیع کہہ سکتے ہیں۔ چونکہ اس پروگرام میں سوال در سوال کی گنجائش پیدا ہو جاتی ہے جس سے موضوع میں جان پڑ جاتی ہے۔

اس میں کسی اسپیکر کو جنگ آزادی پر بولنے کے لئے بلایا جاسکتا ہے یا کوئی مشہور کارٹونسٹ اپنی تخلیق براظہار خیال کر سکتا ہے۔ یا کوئی ادیب اپنی تخلیقات کے اسلوب پر بول سکتا ہے ڈاکٹر AIDS- نیشلی دواؤں کے استعمال پر اظہار خیال کرتا ہے کبھی کبھی یہ بھی ہوتا ہے کہ مختلف شعبوں سے اسپیکروں کو کسی ایک سماجی موضوع پر بولنے کے لئے بلایا جاتا ہے۔ جیسے ایک سماجی خدمت گار۔ ایک اخبار کارڈیٹر اور ایک استاد۔ کسی ایک موضوع پر بول سکتے ہیں۔ اس کے لئے اسٹوڈیو میں مدعو کئے گئے سامعین کا تعلق بھی کہیں نہ کہیں موضوع سے ہونا چاہئے۔

رواں تبصرہ (آنکھوں دیکھا حال):۔ رواں تبصرہ ریڈیو کی بہت ہی مقبول صنف ہے کہا جاتا ہے کہ ٹیلی ویژن تفصیلات کو اکیس انچ کے محدود دائرے میں ہی پیش کرتا ہے جب کہ ریڈیو کا دائرہ لامحدود ہے۔ یہ بات اس کے رواں تبصروں پر خاص طور سے عائد ہوتی ہے۔

ریڈیو کارواں تبصرہ ٹیلی ویژن کے مقابلے میں زیادہ تیز ہوتا ہے۔ وجہ ظاہر ہے ریڈیو کو ان چیزوں کی تفصیل بیان کرنی پڑتی ہے ٹیلی ویژن جنہیں دکھا دیتا ہے مثلاً کرکٹ میچ میں

ریڈیو والے کو یہ بتانا پڑتا ہے کہ کھلاڑی نے بلمیٹ پہنی ہے یا نہیں۔ جب کہ ٹیلی ویژن والے کو یہ کہنے کی ضرورت نہیں ہوتی، مختصر یہ کہ ریڈیو رواں تبصروں میں بولے جانے والے الفاظ ٹیلی ویژن رواں تبصرے کے مقابلے میں زیادہ ہوتے ہیں۔ اسی لئے اسے زیادہ تیز بولنا پڑتا ہے۔

ریڈیو رواں تبصرہ خواہ کسی میچ کا ہو، 26 جنوری کی پریڈ کا یا کسی مذہبی جلوس کا اس کے تبصرہ کرنے والے میں بغور مشاہدے کی اہلیت ہونی چاہئے اسے دماغی طور پر مستعد اور بہتر قوت گویائی کا مالک ہونا چاہئے۔

رواں تبصرہ گو کو عموماً یہ صلاح دی جاتی ہے کہ اپنے بیان کو آسان بنائے تاکہ زیادہ سے زیادہ لوگ سمجھ سکیں۔ کتابی الفاظ کے بجائے بولے جانے والے الفاظ کا استعمال کرے۔ صیغہ حال کو استعمال میں لائے لہجہ نرم خوشگوار اور دوستانہ ہو کہ مبصر کی ہر بات ماننے کو جی چاہے۔ اس میں پوری لگن سے حصہ لے۔ آس پاس کی فضا اور موسم کو بیان کرے۔ موقع محل کے لحاظ سے ناظرین کے رد عمل اور جوش و خروش کو بھی بیان کرے۔

ایک رواں تبصرہ گو کی کامیابی اس میں بھی پوشیدہ ہوتی ہے کہ وہ صرف آواز سے ہی سامعین کو ان کی چشم تصور میں، جائے وقوع کی تمام تفصیلات و مصروفیات دکھا دے۔ اور سامعین اس تقریب میں شریک ہونے کی سی تسکین حاصل کریں۔ رواں تبصرے میں مبصر کی مہارت کامیابی عطا کرتی ہے۔ اگرچہ رواں تبصرے کے لئے کوئی مسودہ تیار نہیں کیا جاتا پھر بھی موضوع کی مناسبت سے کچھ نوٹ تیار کر لینا چاہئے جس سے اسے کچھ مدد مل سکتی ہے۔ مگر اسے زیادہ انحصار اس تیاری پر ہی کرنا پڑتا ہے جو اس موضوع پر اس نے پہلے سے کی ہے اور جو اس کے ذہن میں پہلے سے محفوظ ہے۔

فلمی گانوں پر منحصر پروگرام: فلمی گانوں پر منحصر پروگرام کو ایک طرح سے رواں (LIVE) پیش کیا جاتا ہے اس قسم کے پروگرام کو ایک انناؤنسر کے ذریعے، اسٹوڈیو کے اندر سے نشر کیا جاتا ہے۔ جو کسی بھی گانے کے شروع ہونے سے پہلے

اس کی تھوڑی سے تفصیل بتا دیتا ہے۔ کچھ فلمی گانوں کے پروگرام کمپیرنگ (COMPERING) کر کے بھی پیش کئے جاتے ہیں۔

فون ان پروگرام: اس پروگرام کے ذریعے ریڈیو اپنے سامعین کو گھر بیٹھے براہ راست پروگرام میں شریک ہونے کا موقعہ دیتا ہے۔ فون کے ذریعے اسٹوڈیو میں آئی ہوئی ان کی آواز کو لائیو نشر کرتا ہے۔ فون ان پروگرام میں ریڈیو مختلف میدانوں کے ماہرین کو کسی موضوع پر بولنے کے لیے اسٹوڈیو میں مدعو کرتا ہے۔ بعد میں پروگرام کا ناظم سامعین کو سوال کرنے یا کسی چیز کی وضاحت چاہنے کا موقع دیتا ہے۔ سامعین صرف فون کے ذریعے سوالات کر سکتے ہیں۔ اس کے لئے فون نمبر پہلے سے نشر کردیئے جاتے ہیں جو اسٹوڈیو سے منسلک ہوتے ہیں۔

سامعین فوراً ہی اپنے سوالات کے جواب اپنے ریڈیو سیٹ پر پا جاتے ہیں۔ یہ ریڈیو کی اپنے سامعین کے زیادہ قریب پہنچنے کی ایک کوشش ہے۔

ریڈیو برج پروگرام: ریڈیو برج پروگرام دراصل فون ان پروگرام کی توسیع ہے۔ اس پروگرام میں چار یا اس سے زیادہ مختلف شہروں کے اسٹوڈیو آپس میں منسلک کر دیتے ہیں اور ہر اسٹوڈیو میں کسی ایک مجوزہ موضوع پر بولنے کے لئے ماہرین کو مدعو کیا جاتا ہے۔ سامعین فون کے ذریعے جب سوال کرتے ہیں تو بیک وقت کئی ماہرین کی آرا سے مستفیض ہو جاتے ہیں جو مختلف شہروں سے بول رہے ہوتے ہیں۔ اس پروگرام میں مختلف مقامات کے ماہرین کو ایک جگہ اکٹھا کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ ماہرین کے بیانات اور جوابات رواں (LIVE) نشر ہوتے ہیں۔

ریڈیو موسیقی پروگرام: موسیقی میں ہم اس کی روانی، ترنم، تناسب، لے، آہنگ اور مختلف سروں کی ہم آہنگی سے لطف اندوز ہوتے ہیں۔ اس سے حاصل ہونے والے جمالیاتی خط یا یوں کہئے اس سے ملنے والا ذہنی سکون اس کی طرف رغبت کا خاص سبب ہوتا ہے۔ آج کل یہ پروگرام ریڈیو میں ”ٹاک شو“ سے بھی زیادہ مقبولیت

حاصل کر گیا ہے۔

موسیقی پروگرام کو ہیٹ کے لحاظ سے الگ الگ ہی نشر ہونا چاہئے پاپ (POP) یا ڈسکو (DISCO) کو کلاسیکل یا بلکی کلاسیکی کے ساتھ نہیں ملانا چاہئے۔ البتہ صنف یا ہیٹ کے اندر تنوع ضروری ہے۔ ایسا نہ ہو تو یکسانیت سے اکتاہٹ پیدا ہو جائے۔ مزید یہ کہ کسی صنف یا ہیٹ کی جو مختلف چیزیں پیش ہوں انہیں دل چسپ اناؤنسمنٹ کے ذریعے مربوط کیا جائے۔

ریڈیو، فلمی موسیقی کے علاوہ موسیقی کی مختلف ہیٹ پیش کرتا ہے۔ مثلاً کلاسیکل، بلکی کلاسیکل، فوک، کورل (CHORAL MUSIC) اور انسٹرومنٹل موسیقی۔ میوزیکل کانسرٹ (کلاسیکل اور ہلکا کلاسیکل) منفرد گانے (کلاسیکل اور ہلکے کلاسیکل) اور میوزیکل اوپیراز میوزیکل میگزین اور فیچر اس کے علاوہ ہیں۔