

ٹیلی ویژن

ٹیلی ویژن کی ابتداء اور اس کا ارتقاء :

کبھی کبھی تو ہم یہ محسوس بھی نہیں کر پاتے کہ تریسل کی تکنیکی ترقی کی وجہ سے انسانی برتاؤ کے انداز میں تبدیلی آجاتی ہے۔ تریسل کا نیا طریقہ کار کسی خیال، کسی فکر، کسی معلومات یا کسی تجربے کو تریسل کرنے کا نیا طریقہ ہی نہیں ہوتا بلکہ زندگی گزارنے کا نیا طریقہ بھی ہوتا ہے۔ لہذا آج کا انسان اپنے ہر دن کا آغاز نئے انداز اور نئے طریقے سے کرتا ہے، اور اس میں خصوصاً ٹیلی ویژن ٹیکنیک کی ترقی کا بڑا حصہ ہے۔

لفظ ٹیلی ویژن دو الفاظ کا مرکب ہے: ٹیلی (Tele) اور ویژن (Vision) ٹیلی ایک یونانی (Greek) لفظ ہے جس کے معنی ہیں بہت دور سے اور ویژن لاطینی (Latin) لفظ ہے جو درجہ To see سے بنا ہے، اور جس کے معنی دیکھنا یا دکھائی دینا ہے۔ 1 مجموعی طور پر اس کے معنی ہوئے بہت دور کی چیز کو دیکھ لینا۔

ٹیلی ویژن کی ایجاد سے قبل ریڈیو تریسل دنیا کی حقیقت بن چکا تھا۔ خاموش متحرک فلموں کو پردے پر پیش کرنے میں بھی کامیابی مل گئی تھی۔ پھر جلد ہی سائنسدانوں نے تصویر کی حرکت کے ساتھ آواز کو ہم آہنگ کرنے کے طریقے بھی ڈھونڈ لیے۔ جس کی وجہ سے متحرک فلمیں بیک وقت جنت نگاہ اور فردوس گوش بن گئیں۔ لیکن انہیں کسی مخصوص جگہ پر دے پر ہی پیش کیا جاسکتا تھا۔ یعنی انہیں صرف پروجیکٹ کیا جاسکتا تھا۔ ٹیلی کاسٹ

1. Derek Bowskill, The How and Why, Wonder book of Radio and T.V. TransWorld Publication, London, 1976, p.4

کرنا ممکن نہ تھا۔

ٹیلی ویژن نے اس محدودیت کو توڑا۔ یہ صوت و عکس کا خوبصورت امتزاج لئے ہر وقت آپ کے بیڈروم سے ڈرائنگ روم تک حاضر ہے۔ آپ بس، کار، ریل یا ہوائی جہاز میں سفر کر رہے ہوں یا گھر میں ہوں، یہ کسی ہمدردیرینہ کی طرح ہر وقت آپ کے ساتھ ہے۔ لہذا ٹیلی ویژن آج اپنی پہنچ، رنگارنگی، آواز و تصویر کی یکجہایت اور منظر و پس منظر کی وجہ سے موثر ترین، مقبول ترین، نظر فریب اور مسحور کن ذریعہ ترسیل بن گیا ہے۔ اس سے ہر قوم، ہر فرقے اور ہر طبقے کے لوگ بقدر ظرف استفادہ کر رہے ہیں۔ مستقبل میں اس کے خوب سے خوب تر ہونے کے امکانات بھی خاصے روشن ہیں۔

بظاہر یہ فلم سے مشابہ معلوم ہوتا ہے، لیکن اس کی پیش کش کا سارا انحصار ریڈیو تکنیک پر ہے۔ دراصل ریڈیو میں آواز کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانے کا عمل منحصر ہوتا ہے 'برقی رو' پر۔ برقی رو اپنے دور (سرکٹ Circuit) کی دو تاروں میں پہلے ایک سمت میں چلتی ہے پھر دوسری سمت میں۔ اس طرح یہ ایک سکینڈ میں پچاس بار اپنی سمت بدلتی ہے۔ جسے فنی اصطلاح میں اسکا تعدد (فریکوئنسی Frequency) پچاس سائیکل یا پچاس ہرٹز (Hertz) فی سکینڈ کہتے ہیں۔ اگر سو II یا اس سے زیادہ فریکوئنسی کی برقی رو کو ایک ہوائیے (Arial) کے ذریعے فضا میں پھینکا جائے تو یہ چشم زدن میں ہزاروں میل کا سفر طے کر لیتی ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن میں اسی چیز کو استعمال کیا جاتا ہے۔ 1

فضا میں سفر کرنے والی برقی رو برقی موقناطیسی موجوں کی صورت میں چلتی ہے۔ یعنی یہ اپنے ساتھ مقناطیسی (Magnetic) اور برق سکونی (Electrostatic) میدان Field لئے ہوتی ہے۔ ان موجوں کا استعمال ایک گاڑی کے طور پر ہوتا ہے۔ لہذا ان پر آواز یا تصویر کی برقی رو کو سوار کیا جاتا ہے۔ اپنے سفر کے دوران جب یہ کسی محصل کے

ہوایے (Arial) سے ٹکراتی ہیں تو دور بارہ برقی رو میں بدل جاتی ہیں۔ محصل آواز کو الگ کر کے اسپیکر پر سنا دیتا ہے۔ یا تصویر کو ٹیلی ویژن اسکرین پر پیش کر دیتا ہے۔¹ اس طرح ٹیلی ویژن میں تصویر کو متحرک کرنے کا عمل سینما سے لیا گیا مگر اسے نشر کرنے کا عمل ریڈیو سے۔ چنانچہ بنیادی طور پر یہ ریڈیو اور سینما کا خوبصورت امتزاج ہے۔

ٹیلی ویژن کا بنیادی نظریہ 1839ء میں اس وقت وجود میں آ گیا تھا جب فرانس کے ماہر طبیعیات الیکزینڈر ایڈمنڈ بی کوئیرل (Alexandre Edmond Becquerel) نے برق کیمیاوی (Electrochemical) اثرات کی جانکاری حاصل کی۔ لیکن 1884ء میں یہ نظریہ حقیقت میں بدل گیا۔ جب جرمن سائنسداں Paul G. Nipkon جی۔ نپکون نے اسکنینگ ڈسک کے ذریعے تصویر کو نشر کرنے میں کامیابی حاصل کر لی۔ نپکون اپنے اس طریقہ کار کو مزید ترقی دینے میں کوشاں تھا ہی کہ 1923ء میں (John Logi Bird) جان لوگی برڈ نے نپکون کی اسکنینگ ڈسک والے طریقے کو مزید ترقی دے کر تصویر کو ایک کمرے سے دوسرے کمرے تک پہنچا دیا۔ اور پھر یہ برڈ ہی تھا جس نے 1926ء میں پہلی بار متحرک تصویر کو ریڈیو کی آواز کی طرح نشر کیا۔ یہی وہ پہلا شخص تھا جس کی وجہ سے 1929ء میں بی بی سی اپنے ٹیلی ویژن پروگرام نشر کر سکی۔ اسے نپکون اور برڈ کا مکینیکل ڈسک ٹیلی ویژن کہا جاتا ہے۔²

1934ء میں مارکونی کی کمپنی نے ٹی وی کیمرہ ایجاد کیا جس میں گھومنے والی پلیٹ (Disc) کے بجائے Electron Gun استعمال ہوتی تھی۔ 1934 اور 1936ء کے دوران برطانیہ میں اس بات پر کافی مباحثہ چلتا رہا کہ عوامی ٹیلی ویژن نشریات کے لئے کون سا طریقہ زیادہ موزوں ہے۔ برڈ کا، یا مارکونی کا 1937ء میں برطانیہ کے پوسٹ ماسٹر جنرل نے اعلان کیا کہ مارکونی ہی کا طریقہ عوامی ترسیل کے لیے زیادہ مناسب ہے۔

1. سجاد حیدر، ریڈیائی صحافت، اسلام آباد، 1989ء، ص 24-13

2. John .R. Bittner, Mass Commuication and Introduction, 1986, USA, p. 106.

در اصل برطانوی ٹی وی کے لیے 1936ء ایک یادگار سال ہے کیونکہ اسی سال بی بی سی نے دنیا کی پہلی باقاعدہ ٹی وی سروس کا آغاز کیا۔ 1 اسی سال مئی کے مہینے میں بی بی سی نے ایک تاج پوشی کی رسم کو کامیابی سے ٹیلی کاسٹ کیا۔ اسی سال چند مہینوں بعد ووبلڈن کو پہلی بار ٹیلی کاسٹ کیا گیا۔ پھر ناؤں کی دوڑ، کرکٹ میچ، پرائم منسٹر کی میونخ سے واپسی غرض کہ 1938ء آتے آتے بی بی سی، ہر طرح کے پروگراموں کو (خواہ وہ اسٹوڈیو کے اندر کے ہوں یا باہر کے)۔ صاف تصویر اور واضح پس منظر کے ساتھ پیش کرنے پر قدرت حاصل کر چکا تھا۔ جو اس وقت کے لحاظ سے ایک بڑی کامیابی تھی۔ 2

بی بی سی کے پروگراموں میں ہر اتوار کو ڈرامے پیش کیے جاتے، موسیقی کے پروگرام ہوتے، باغبانی اور کھانا پکانے کے اسباق دیئے جاتے۔ انٹرویو، اسپورٹس، بیلٹ غرض کیا تھا جو وہاں موجود نہیں تھا۔ لیکن یکا یک یکم ستمبر 1939ء کو بی بی ٹیلی ویژن سروس بند کر دی گئی جو سات جون 1946ء تک بند رہی، شاید دوسری عالمی جنگ کی وجہ سے ایسا کرنا پڑا۔

برطانیہ کے علاوہ دوسرے مغربی ممالک میں بھی اس سمت میں تحقیق و جستجو جاری تھی۔ فرانس، روس اور جرمنی بھی کسی سے پیچھے نہیں تھے مگر بنیادی طور پر اس کے دو مرکز تھے یعنی برطانیہ اور امریکہ۔

لہذا امریکہ میں بھی نپکون کے اسکیٹنگ ڈسک کے طریقہ میں برابر تجربے اور ترقی ہو رہی تھی۔ 1920ء آتے آتے تصویر کافی صاف ہو گئی تھی لیکن اس میں بھرپور کامیابی اس وقت ملی جب مکمل برقی ٹیلی ویژن ایجاد ہوا۔ امریکہ میں یہ سہرا دو لوگوں کے سر بندھا۔ جس میں سے ایک کا نام تھا Vladimir K. Zorykin یہ روسی نژاد تھا۔ دوسرے کا نام تھا۔ Philofransworth یہ امریکی تھا۔ ذوارکن Pennsylvania کی

1. Narayanan, Menon, *The Communication Revolution*, 1976, New Delhi, p52.

2. P. N. Malhan, *Communication Media*, New Delhi, 1985, p. 139.

کمپنی Westing House میں کام کرتا تھا۔ 1919ء میں کمپنی نے ذوارکن کو اس نئے طریقہ کار پر کام کرنے کی اجازت دے دی جس میں الیکٹرانس کی مدد سے تصویر کی شناخت کر کے اسے بروقت نشر کیا جاتا۔ اس ایجاد کی رجسٹری 1932ء میں ہوئی اور اسے نام دیا گیا Iconoscope Television Picuptube اسی کے ساتھ مکینیکل ٹی وی یا اسکیٹنگ ڈسک طریقہ کار کا زمانہ ختم ہو گیا۔ لیکن اس نئے طریقہ کار یعنی برقی ٹیلی ویژن کے طریقے کو ایک اسکول طالب علم Philofransworth نے بہت ترقی دی۔ یہ Salt Lake City اور Sanfrancisco میں رہ کر اپنی تجربہ گاہ میں کام کرتا تھا پھر اس نے ذوارکن کے ساتھ مل کر بھی کام کیا۔

اسی دوران R. C. A. (ایک نشریاتی کمپنی) اپنے طور پر ٹیلی ویژن نشریات کے تجربے کر رہی تھی۔ اس نے نیویارک میں 1930 میں ایک ٹیلی ویژن اسٹیشن W.2 XBS بھی شروع کیا۔ کمپنی نے 1931ء میں امپائر اسٹیٹ بلڈنگ پر ایک نشریاتی ٹاور نصب کیا۔ اس تجربے سے تصویر پہلے سے زیادہ صاف ہو گئی۔ امریکہ میں 1936ء میں ٹیلی ویژن نشریات کا دائرہ عمل صرف ایک میل تھا۔ 1937ء میں امپائر اسٹیٹ بلڈنگ پر لگایا گیا اینینینا عوام کے استعمال کے لیے کھول دیا گیا اور R.C.A. و N.B.C. کمپنیاں ٹیلی ویژن کو عوام میں لے آئیں۔ انہوں نے نیویارک اسٹریٹ پر ایسا انتظام کیا کہ ادھر سے گزرنے والے رک کر اس نئی ایجاد کی کرامات کو دیکھ سکیں اس پر ایک ڈراما سوسان اینڈ گارڈ

Susan and God پیش کیا گیا۔ 1

امریکہ میں 1939ء میں پہلی بار درلڈ فیئر میں ٹیلی ویژن سیٹ فروخت کے لیے رکھے گئے۔ یعنی ٹیلی ویژن عوام میں آیا۔ اس سال اس کا دائرہ عمل بڑھ کر 160 میل ہو گیا تھا یعنی نیویارک شہر سے Schnectady تک۔ ایک سال بعد یعنی 1940ء میں نیویارک سے Schnectady تک جو ٹیلی کاسٹ ہوتی تھی اسے نیویارک کے اوپری

صوبوں کے لیے ری براڈ کاسٹ (Rebroad Cast) کیا جانے لگا۔ گوکہ یہ ری براڈ کاسٹ بہت چھوٹے پیمانے پر تھا اور تجرباتی تھا۔ پھر بھی اس سے اولین ٹیلی ویژن منٹ ورک کی شروعات ہوئی۔

1940ء سے 1950ء کے دوران امریکہ میں ٹیلی ویژن کے سلسلے میں اہم ترقیاں ہوئیں ان میں سے ایک رنگین ٹیلی کاسٹ کی ابتداء بھی ہے۔ شروع شروع میں وہاں کی دو بڑی براڈ کاسٹ کمپنیوں یعنی C. B.S. اور R.C.A. کے درمیان ایک دوسرے پر فوقیت حاصل کر لینے کے لیے شدید مقابلہ ہوا۔ مناسب رنگین ٹیلی کاسٹ کی اہلیت، دونوں کمپنیوں نے پیدا کر لی تھی۔

C.B.S. نے پہلے رنگین ٹیلی کاسٹ کا طریقہ ایجاد کیا مگر اس میں پریشانی یہ تھی کہ اسے مخصوص ٹیلی ویژن سیٹ پر ہی موصول کیا جاسکتا تھا۔ اس دوران R.C.A. نے ایسا رنگین ٹیلی کاسٹ کا طریقہ ایجاد کیا کہ جسے پہلے سے استعمال ہونے والے بلیک اینڈ وہائٹ ٹیلی ویژن سیٹ پر بھی موصول کیا جاسکتا تھا۔ دونوں کمپنیوں میں اپنی ایجاد کو معیاری تسلیم کرانے کی قانونی لڑائی چلتی رہی۔ لیکن بعد میں C.B.S. نے خود ہی R.C.A. کے طریقہ کار کی برتری تسلیم کر لی۔ اور یہی طریقہ کار جدید ٹیلی ویژن کا معیار مقرر ہوا۔¹

ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی ابتدا و ارتقاء: ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی ابتداء پندرہ ستمبر 1959ء میں یونیسکو (U.N.E.S.C.O.) کے ایک پائلٹ پروجیکٹ سے ہوئی۔ اس پروجیکٹ کا مقصد یہ معلوم کرنا تھا کہ یہاں کے پسماندہ طبقے کی تعلیم و ترقی میں ٹیلی ویژن کس حد تک مددگار ہو سکتا ہے۔ لہذا دہلی کے آس پاس بیس منتخبہ بستیوں میں بیس ٹیلی ویژن سیٹ لگائے گئے۔ ہر سیٹ پر قریب قریب ایک سو پچاس سے دو سو افراد تک پروگرام دیکھتے تھے۔ اسے ٹیلی کلب کا نام دیا گیا۔ اسکے لیے یونیسکو نے بیس ہزار ڈالر کی مدد بھی دی تھی۔ اس کے پروگرام ساٹھ منٹ کے ہوتے تھے جنہیں ہفتے

1. John .R. Bittner, Mass Commuication an Introduction, 1986, USA, p.119.

میں دوبارہ پیش کیا جاتا تھا۔ یہ پروگرام تعلیمی، معلوماتی اور تفریحی نقطہ نظر کو ذہن میں رکھ کر تیار کیے جاتے تھے۔ اس پروجیکٹ کا اصل تجرباتی پروگرام 23 ستمبر 1960ء سے پیش ہونا شروع ہوا جو 6 مئی 1961ء تک چلتا رہا۔ پھر ایک خود کفیل ایجنسی نے اس کے اثرات کا جائزہ لیا۔ جسے مجموعی طور پر مثبت پایا گیا۔

اس پروجیکٹ کی ہمت افزا رپورٹ کی وجہ سے 1961ء میں آل انڈیا ریڈیو (اس وقت ٹی وی اسی کے ماتحت تھا) نے فورڈ فاؤنڈیشن کی مدد سے ایک اور پروجیکٹ اسکول ٹیلی ویژن کے نام سے شروع کیا۔ اس کے لیے دہلی اور نواح دہلی کے چھ سوا اسکولوں کو چنا گیا۔ انہیں ٹیلی ویژن سیٹ فراہم کرائے گئے۔ ہر منگل کو دوپہر بعد ایک گھنٹے کا نصاب سے متعلق تعلیمی پروگرام طلباء کو دکھایا جاتا۔ گوکہ ان نصابی پروگراموں کی اہمیت اور مقبولیت دوسرے پروگراموں کی چمک دمک میں ماند سی پڑ گئی ہے مگر نہ صرف یہ کہ ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں یہ پروگرام اولیت کا درجہ رکھتے ہیں بلکہ ٹیلی ویژن سے متعارف کرانے اور اسے مقبول بنانے میں بھی مان کا بڑا ہاتھ ہے۔ اس پروگرام میں طلبہ و اساتذہ کافی دلچسپی لیتے۔ یہ پروگرام قریب قریب چار سال تک چلتا رہا۔ پھر ڈاکٹر پال نیور تھ (Dr. Paul Nurath) کو جو کہ کوننس کالج سٹی یونیورسٹی نیویارک میں سوشیالوجی اور اسٹیٹسٹک کے پروفیسر تھے، اس پروجیکٹ کا جائزہ لینے کے لیے بلایا گیا۔ انہوں نے اچھی طرح سروے کرنے کے بعد جو رپورٹ دی وہ بھی مثبت اور ہمت افزا تھی۔ 1

یہ الگ بات ہے کہ اسکول ٹیلی ویژن سے وہ توقعات پوری نہیں ہوئیں جو اسے شروع کرتے وقت پیش نظر تھیں۔ اسکول ٹیلی ویژن کی عمارت آج بھی اس سے آگے نہیں بڑھ سکی جہاں تجرباتی دور میں تھی۔ دوسرے پروگرام کے مقابلے میں اس کی ترقی نہیں کے برابر ہے۔

البتہ ان تجربات کی کامیابی کی وجہ سے یہاں باقاعدہ ٹیلی ویژن سروس شروع

1. Narayanan, Menon, The Communication Revolution, 1976, New Delhi, p63-64.

کرنے کے منصوبے کو تقویت ملی۔ چنانچہ 15 اگست 1965ء کو روزانہ ٹیلی ویژن سروس شروع ہو گئی۔ جس کے لیے دہلی میں پانچ سو واٹ کا ٹرانسمیٹر نصب کیا گیا جس کی پہنچ 25 کیلو میٹر تھی۔ وگیان بھون میں اس کا باقاعدہ افتتاح ہندوستان کے پہلے صدر جناب راجیندر پرشاد نے کیا۔

ابتداء میں اس ٹیلی ویژن سروس کے تحت روزانہ ایک گھنٹے کے پروگرام پیش کیے جاتے تھے۔ عام ناظرین کو ذہن میں رکھتے ہوئے ان میں مختلف قسم کی چیزیں جیسے خبریں، کنسرٹی، موسیقی اور رقص شامل ہوتیں۔ اسی کے ساتھ ساتھ اسپیشل آڈینس یعنی بچے، نوجوانوں اور عورتوں کے لیے مخصوص پروگرام پیش کیے جاتے۔

ٹیلی ویژن کو ہندوستانی سماج کے لیے مفید بنانے کے بنیادی نظریے کے تحت 1967ء میں زراعتی پروگرام کرشی درشن شروع کیا گیا۔ دیہی علاقوں میں ٹیلی ویژن کلب قائم کر کے کمیونٹی سیٹ لگائے گئے تاکہ ان پروگراموں کا فائدہ وہاں کے لوگوں تک پہنچ سکے۔

1972ء میں بمبئی کا ٹیلی ویژن سینٹر ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں سنگ میل کی حیثیت رکھتا ہے کیونکہ یہ سینٹر ہندوستان میں پیشہ ورانہ مہارت کا حامل پہلا سینٹر ہے۔ اس کے لیے ساری مشینیں اور آلات جرمنی نے ہندوستان کو تحفے میں دیں۔ ابتداء میں اس کے پروگرام روزانہ ڈیڑھ گھنٹے کے ہوتے تھے مگر جلد ہی اس کے پروگراموں کو زیادہ دلچسپ بنا کر اس کے اوقات میں اضافہ کر دیا گیا۔

اب حکومت کی پوری توجہ ٹیلی ویژن کی طرف مبذول ہو چکی تھی لہذا بمبئی سینٹر کے ایک سال بعد سری نگر ٹیلی ویژن سینٹر، ٹیلی ویژن کے نقشے پر ابھرا اسی سال یعنی 1973ء میں پہلا ریڈیو سینٹر پونہ میں قائم ہوا جس کے ذریعے بمبئی سینٹر کے پروگرام مہاراشٹر کے دیہی علاقوں تک پہنچنے لگے۔ اسی سال ایک ٹرانسمیٹر امرتسر میں نصب کیا گیا۔ 1975ء یہ حادثہ کلکتہ، مدراس اور لکھنؤ میں بھی رونما ہوا۔

1973ء میں آل انڈیا ریڈیو نے ٹیلی ویژن پر ایک سیمینار کرایا۔ جس میں ان

باتوں پر زور دیا گیا۔

- ٹیلی ویژن کو ایک ایسے وسیلے کے طور پر استعمال کیا جانا چاہیے جو ملک کی ترقی، سماجی تبدیلی اور ملکی سالمیت برقرار رکھنے میں مددگار ہو۔
- اسے تعلیمی نظام میں اہم رول ادا کرنا چاہیے۔ خصوصاً ابتدائی تعلیم کی خواہ یہ تعلیم اسکول کے اندر روایتی طرز کی ہو یا اسکول کے باہر غیر روایتی قسم کی۔
- ٹیلی ویژن کو چاہیے کہ وہ سائنس، ٹکنالوجی، زراعت، صحت عامہ اور خاندانی منصوبہ بندی جیسے محکموں کی مددگار کائیوں کے تعاون سے ان محکموں کی خصوصی اطلاعات کو عوام تک پہنچائے۔

ٹیلی ویژن کے پروگرام مرتب کرنے والوں کا کہنا تھا کہ پروگرام کا نیا شیڈیول بناتے وقت وہ ان چیزوں کو ذہن میں رکھتے ہیں۔ اس کے علاوہ اس بات کی بھی کوشش کرتے ہیں کہ سطحی تفریحی پروگراموں سے جس میں سفلا پن اور عریانیت ہو، گریز کیا جائے اور ایسے تعمیری تفریحی پروگراموں کو پیش کرنے کی سعی کی جائے جو ہمارے قومی افتخار و سر بلندی، فرقہ وارانہ ہم آہنگی اور ملکی سالمیت کے جذبات کو پروان چڑھانے میں مددگار ہوں۔

لیکن اس وقت کے ٹیلی ویژن ناقدین ان باتوں سے کسی حد تک متفق ہونے کے باوجود یہ محسوس کرتے تھے کہ اس نقطہ نظر سے ابھی ہمارے ٹیلی ویژن پروگراموں کو سدھارنے کی بہت ضرورت ہے۔

1975ء میں ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں وہ اہم موڑ آیا جس نے اس ذریعہ ترسیل کی مقبولیت کو زمین سے اٹھا کر آسمانوں کی بلندی تک پہنچا دیا اور یہ تھا سیٹلائٹ کے استعمال کی ابتداء۔

امریکہ کے ٹیلی ویژن سیٹلائٹ کی مدد سے 1975ء میں S.I.T.E. پروگرام شروع ہوا۔ S.I.T.E. مخفف ہے Satellite Instructional Television experiment کا۔ یہ ایک ایسا تجرباتی پروگرام تھا جس میں سیٹلائٹ کے ذریعے ان علاقوں میں ٹیلی ویژن پروگراموں کو پہنچانا مقصود تھا۔ جہاں وہ زمینی اسٹیشنوں کے ذریعے نہیں پہنچ پاتے۔ یہ ہندوستان میں سیٹلائٹ کے ذریعے ٹیلی ویژن

پروگرام ٹیلی کاسٹ کرنے کا ابتدائی تجربہ تھا۔ لہذا زراعت، آبپاشی، مویشی معالج، پود کاری، گھریلو صنعت، صحت و صفائی اور ماحولیات جیسے عنوانات پر منحصر پروگرام۔ ہندوستان کی چھ ریاستوں کے تقریباً دو ہزار دیہات تک پہنچائے جاتے۔ حکومت کی طرف سے ان مقامات پر مشترکہ ٹیلی ویژن سیٹ مہیا کرائے گئے۔ یہ پروگرام ایک سال چلا۔

1976ء میں ٹیلی ویژن نشریات کو مزید ترقی دینے کی غرض سے اس کا الگ ڈائریکٹریٹ قائم کیا گیا۔ ابھی تک یہ آل انڈیا ریڈیو کے ساتھ منسلک تھا۔ اور دونوں شعبے ایک ہی ڈائریکٹریٹ کے تحت کام کرتے تھے۔ ٹیلی ویژن کا الگ ڈائریکٹریٹ قائم ہونا بظاہر انتظامی نوعیت کا معمولی سا واقعہ ہے۔ مگر ٹیلی ویژن کی ضروریات، مقاصد، تقاضوں اور استعمال کے مد نظر یہ ایک بہت ہی اہم قدم تھا۔

1961ء میں ٹیلی ویژن کے جو تعلیمی پروگرام شروع کئے گئے تھے، انہیں مزید ترقی دی گئی۔ مختلف مضامین جیسے فزکس، کیمسٹری، حساب، تاریخ اور انگریزی وغیرہ کے اسباق کو مختلف صوبوں کے نصابات کے تحت تیار کر کے پابندی سے ٹیلی کاسٹ کیا جانے لگا۔ تعلیمی پروگراموں کو ٹیلی کاسٹ کرنے کے لیے جو سینٹر مخصوص کیے گئے ان میں دہلی، بمبئی، مدراس، بے پور، رائے پور، مظفر پور اور سنبھل پور اہم ہیں۔

ٹیلی ویژن کی تاریخ میں 1976ء اس لئے بھی یاد رکھا جائے گا کہ اس سال ہندوستانی ٹیلی ویژن کو مالی منفعت کے لیے استعمال کرنے کا فیصلہ بھی کیا گیا۔ لہذا شروع میں تجارتی اشتہارات کو ٹیلی کاسٹ کرنے کی ابتداء نو سینٹروں سے ہوئی۔ جن میں دہلی، بنگلور، بمبئی، لکھنؤ، حیدرآباد، جالندھر، کلکتہ، مدراس، اور سری نگر شامل تھے اشتہارات، State of Movie Spots کی شکل میں بھی قبول کئے جاتے تھے۔ اور دور درشن انہیں اسپانسر پروگرام کی شکل میں بھی ٹیلی کاسٹ کرتا تھا لیکن ٹیلی ویژن کے بنیادی مقاصد اور ترجیحات کے پیش نظر کل نشری اوقات کا کچھ ہی حصہ اس کے لیے مخصوص کیا گیا تھا۔

15 اگست 1982ء کا دن بھی ہندوستانی ٹیلی ویژن کی تاریخ میں بہت اہمیت کا حامل ہے کیونکہ اس دن دور درشن نے رنگین ٹی وی نشریات کی ابتداء کی۔ چنانچہ اس دن

15 اگست کی تقریبات کو لال قلعے سے براہ راست رنگین نشر کیا گیا۔ اسی سال نومبر میں دور درشن نے نویں ایشیائی کھیلوں کو جو ہندوستان میں منعقد ہو رہے تھے، براہ راست رنگین نشر کیا۔ اس سے پہلے تک براہ راست ٹیلی کاسٹ کا انتظام نہیں کے برابر تھا۔ اور تمام چیزیں ریکارڈ کر کے ہی نشر کی جاتی تھیں۔ نویں ایشیائی کھیل انیس مختلف مقامات پر کھیلے جا رہے تھے، جن میں دہلی کے علاوہ بمبئی اور بے پور بھی شامل تھے۔ انہیں چار رنگین Out Door Broadcastin Van پانچ بلیک اینڈ و ہائٹ O. B. Vans (Electronic News Gathering) یونٹ و دوسرے بہت سے آلات اور نو سو دور درشن کے منتخب مستعد کام کرنے والوں کی مدد سے پیش کیا گیا۔ ان کھیلوں کی براہ راست نشریات نہ صرف اپنے ملک میں ہوئیں بلکہ بیرونی ممالک کے لیے بھی انہیں براہ راست نشر کیا گیا۔ یہ پیش کش اتنی شاندار اور کامیاب تھی کہ اسے ملک کے کونے کونے اور بیرون ملک سے بھی داد ملی۔

یکم اپریل 1984ء میں دور درشن کے آٹھ سینٹر، نوریلے سینٹر (صرف نشری) اور آٹھ POST S.I.T.E. INSAT سینٹر تھے۔ 1984ء دور درشن سلور جوبلی سال تھا۔ اس سال ہر روز ایک ٹیلی ویژن ٹرانسمیٹر نصب کرنے کا منصوبہ یکم جولائی 1984ء سے چار ماہ تک چلتا رہا۔ اس منصوبے کے تحت نصب کیے جانے والے ٹرانسمیٹروں کی مجموعی تعداد 172 بتائی جاتی ہے جس سے دور درشن نشریات ہندوستان کی باون فی صد آبادی تک پہنچنے لگی۔

اس وقت دور درشن نے دیہی علاقوں تک اپنی نشریات کو پہنچانے کی طرف خاص توجہ دی۔ نئے ٹیلی ویژن سینٹروں کے علاوہ پرانے سینٹروں کی توسیع ہوئی اور ستر فی صد آبادی تک ٹیلی ویژن نشریات کو پہنچانے کا نشانہ مقرر کیا گیا۔ 1984-85ء میں ایک تخمینے کے مطابق ہندوستان میں پچیس لاکھ ٹیلی ویژن سیٹ تھے۔

مزید یہ کہ اب دہلی اور بمبئی سینٹروں نے دو چینلوں سے پروگرام نشر کرنا شروع کیا۔ یعنی ایک اور چینل کا اضافہ ہوا۔

ابتداء میں یہاں ٹیلی ویژن صرف گھروں ہی میں دیکھے جاتے تھے۔ پھر ایک اور طرح کے ناظرین پیدا ہوئے۔ جو کمیونٹی ٹیلی ویژن سیٹ پر پروگرام دیکھتے تھے۔ کمیونٹی ٹیلی ویژن کے نظریے کو اس وقت کافی تقویت ملی جب 1970ء میں قریب آٹھ ہزار ٹیلی ویژن سیٹ S.I.T.E. پروجیکٹ کے تحت مختلف منتخب گاؤں میں رکھے گئے۔ گو وہ دھیرے دھیرے ختم ہو گئے۔ مگر اس سے ٹیلی ویژن گاؤں میں متعارف ہوا اور گاؤں والوں کو ٹیلی ویژن کی چاٹ لگی۔ اب بہت سی ریاستی حکومتیں منتخبہ گاؤں میں کمیونٹی ٹیلی ویژن سیٹ مہیا کرانی ہیں۔ اسکے علاوہ U.G.C. نے ہزاروں ٹیلی ویژن سیٹ یہاں کی یونیورسٹیوں کو فراہم کرا کے مشترکہ ناظرین کے نظریے کو تقویت پہنچائی۔

1987ء کے ایک سروے کے مطابق جس میں 1170 افراد سے انٹرویو لیا گیا۔¹ دیہی علاقوں کی بہ نسبت شہری علاقوں میں ٹیلی ویژن کو اپنانے کا اوسط زیادہ ہے اور خصوصاً رنگین ٹیلی ویژن تو شہر کا امیر طبقہ ہی رکھتا ہے۔ اس کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ ہمارے یہاں ٹیلی ویژن سیٹ کی قیمت ترقی یافتہ ملکوں کی بہ نسبت زیادہ ہے۔ اس سبب کے باوجود اس میں شبہ کی گنجائش نہیں کہ ہندوستانی گورنمنٹ ٹیلی ویژن کی توسیع کی طرف کافی توجہ دے رہی ہے۔ اس کے لیے بجٹ میں ایک بڑی رقم مخصوص کی جاتی ہے۔ اس کا ایک ثبوت I.B. - INSAT ہے جس میں سولین ڈالر خرچ آیا تھا۔ زمینی ٹرانسمیٹر کانٹورک الگ ہے۔

1984-85ء کے درمیان ٹیلی ویژن نشریات کے اوقات میں اضافہ ہونے کی وجہ سے زیادہ پروگراموں کی ضروریات ہوئی۔ چونکہ یہاں ٹیلی ویژن پورے طور پر گورنمنٹ کا ادارہ تھا، اس لیے اس کے لیے پروگرام تیار کرنے پر بھی اس کی اجارہ داری تھی، لیکن اب اسے باہری آرٹسٹ، ڈائریکٹراور پروڈیوسرس کے لیے بھی کھول دیا گیا۔ لہذا

1. Arvind Singhal and M. Rogers, *India's Information Revolution*, 1986, p.67

اس میں حصہ لینے والے زیادہ تر باصلاحیت افراد وہ تھے جو بمبئی کی فلم انڈسٹری سے جڑے ہوئے تھے۔ ان ہی باہری پروڈیوسرس نے سیریل کی ابتداء کی لہذا پہلا ہندوستانی سیریل ”ہم لوگ“ ہے جس کی ابتداء 1984ء میں ہوئی۔ اس سے یہاں کے ٹیلی ویژن میں ایک انقلاب سا آ گیا۔

”ہم لوگ“ عوام میں بے حد مقبول ہوا۔ اس کی وجہ سے ٹیلی ویژن میں عوام کی دلچسپی یکا یک بڑھ گئی اور ہندوستانی ٹیلی ویژن کو ناظرین کی ایک بڑی تعداد مہیا ہو گئی۔ ٹیلی ویژن ناظرین کی بڑھتی ہوئی تعداد نے ٹیلی ویژن صنعت کاری میں گرم بازاری پیدا کر دی۔ 1970ء میں یہاں صرف چار لائسنس یافتہ کمپنیاں تھیں جو ٹیلی ویژن سیٹ بناتی تھیں اور بازار میں ان ہی کا بول بالا تھا۔ لیکن آج ان کی تعداد سینکڑوں میں ہے۔ 1983ء میں یہاں آٹھ لاکھ ٹیلی ویژن سیٹ ہر سال بنتے تھے۔ 1988ء میں ان کی تعداد چالیس لاکھ سالانہ تک پہنچ گئی۔ 1986ء کے بعد سے ٹیلی ویژن سیٹ کی بازار میں کچھ گراوٹ آئی۔ اس کی دو وجوہات تھیں۔ ایک تو الیکٹرانک پرزوں کی درآمدی ڈیوٹی میں اضافہ، دوسرے بازار میں کئی سو ٹیلی ویژن سیٹ بنانے والی کمپنیوں کے درمیان بڑھتا ہوا مقابلہ۔

آج ہندوستانی ٹیلی ویژن ”پرسار بھارتی“ کا ایک حصہ ہے۔ پرسار بھارتی ایک ہندوستانی خود اختیاری (AOTINOMOUS) براڈ کاسٹنگ کارپوریشن ہے۔ ”پرسار بھارتی ایکٹ آف 1990ء“، پندرہ ستمبر 1997ء سے لاگو کیا گیا۔ مگر پرسار بھارتی بورڈ نے، آل انڈیا ریڈیو و دور درشن کے انتظام و انصرام کی ذمہ داری 23 نومبر 1997ء سے سنبھالی۔ پرسار بھارتی کے استحکام سے پہلے دور درشن منسٹری آف انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ کے تحت کام کرتا تھا۔ اس کا ایک ڈائریکٹر جنرل ہوتا تھا جس کے ماتحت کئی ڈپٹی ڈائریکٹر جنرل ہوتے تھے جو الگ الگ شعبوں کے انتظامات کی ذمہ داری نبھاتے تھے۔

جیسا کہ پہلے لکھا جا چکا ہے۔ ہندستان میں ٹیلی ویژن کی ابتداء 1959ء میں ہوئی، اس کے پروگرام سب سے پہلے دلی سے شروع ہوئے، پھر دوسرا شہر بمبئی تھا جہاں

سے 1972ء میں پروگرام ٹیلی کاسٹ ہونا شروع ہوئے۔ ساتویں دہائی کے وسط تک ملک میں صرف سات ٹیلی ویژن سنٹر تھے۔ ٹیلی ویژن کا محکمہ 1976ء میں ریڈیو سے الگ ہوا اور دور درشن کا الگ وجود قائم ہوا۔ ملک گیر (NATIONAL) پروگرام 1982ء میں شروع ہوئے۔ اس کے بعد سے ٹیلی ویژن کی ترقی کی رفتار کافی تیز ہو گئی خصوصاً پچھلی صدی کی آخری دہائی میں اس نے روز افزوں ترقی کی اور نہ صرف یہ کہ ٹرانسمیٹروں کی تعداد میں اضافہ ہوا بلکہ ٹرانسمیٹروں کی طاقت میں اضافہ کر کے ان کی پہنچ کے دائرے کو کافی وسیع کر دیا گیا۔ جدید سہولیات سے لیس نئے اسٹوڈیو قائم کئے گئے۔ پرانے اسٹوڈیو کی جدید کاری ہوئی، نئے چینل قائم ہوئے۔ پروگراموں کے وقت میں توسیع ہوئی۔ سیٹلائٹ سے رابطہ قائم کرنے اور ٹیلی کاسٹ کرنے کے لئے جدید تکنیک اپنائی گئی۔ پروگرام کے موضوع مواد اور پیش کش کے معیار بلند ہوئے۔

ڈی. ڈی. 1. نیشنل:

نیشنل پروگرام، جن کا بنیادی مقصد ملکی سالمیت، آپسی اتحاد اور ہندوستانی عوام میں سر بلندی کے احساس کو بڑھا دینا ہے، 15 اگست 1982ء سے شروع ہوئے اور دھیرے دھیرے اس میں صبح و دوپہر وغیرہ کے پروگرام شامل ہوئے۔ اس وقت یعنی 2000ء میں اس کا کل ٹیلی کاسٹ اٹھارہ سے بیس گھنٹے روزانہ ہے۔ باقی وقت علاقائی پروگراموں کے لئے وقف ہے۔ اس کے ذریعے اندرون ملک وقوع پذیر ہونے والے واقعات کو براہ راست بھی ٹیلی کاسٹ کیا جاتا ہے۔

ڈی. ڈی. 2. میٹرو:

ڈی. ڈی. 2. میٹرو بطور ایک تفریحی چینل کے 1993ء میں اس وقت وجود میں آیا جب دہلی، کلکتہ، بمبئی اور مدراس کے چار زیادہ توانائی والے ٹرانسمیٹر ایک سیٹلائٹ کے ذریعے منسلک کر دیئے گئے۔ میٹرو چینل کا بنیادی مقصد شہری آبادی کو تفریحی مواد فراہم کرانا ہے۔ کچھ ہی دنوں کے اندر یہ ارضی (TERRESTRIAL) طریقے سے

56 شہروں تک اپنے پروگرام پہنچانے لگا۔ مزید ترقی دیتے ہوئے اب اس کے پروگراموں کو ارضی اور سیٹلائٹ دونوں طریقوں سے ٹیلی کاسٹ کیا جاتا ہے۔ اب اس کی ٹیلی کاسٹ کو اٹھارہ گھنٹوں سے بڑھا کر چوبیس گھنٹے روزانہ کر دیا گیا ہے۔ اس کے روزانہ پروگراموں میں سوپ یعنی سیریل، فیشن شو، گیم شو، ٹاک شو، تجارت اور سیاحت وغیرہ سے متعلق پروگرام شامل رہتے ہیں۔ اس کے زیادہ تر پروگرام اسپانسر ہوتے ہیں۔

ڈی. ڈی. انڈیا انٹرنیشنل:

14 مارچ 1995ء کو دور درشن نے اپنا عالمی چینل A.S.I.A.S.A.T-1 سیٹلائٹ کے ذریعے شروع کیا۔ ابتداء میں یہ ہفتے میں پانچ روز صرف تین گھنٹے روزانہ ٹیلی کاسٹ کرتا تھا۔ 1996ء میں جب دور درشن نے P.A.S-4 سے ایک ٹرانسپونڈر حاصل کر لیا تو یہ ٹیلی کاسٹ روزانہ چار گھنٹے ہو گئی۔ اس کی مزید توسیع یعنی اٹھارہ گھنٹے روزانہ نومبر 1996ء میں ہوئی۔ جس کے لئے کئی چیزوں کو ملا کر نو گھنٹے کا ایک پروگرام بنایا جاتا تھا۔ اور اسی کو دوبار ٹیلی کاسٹ کیا جاتا تھا۔ اس کے پروگرام جنوبی ایشیا، خلیجی ممالک، یورپ اور شمالی امریکہ میں P.A.S-4 اور P.A.S-1 سیٹلائٹ کے ذریعے موصول کئے جاتے ہیں۔ مزید یہ کہ انٹرنیشنل چینل نے چوبیس ساعتی سروس 27 دسمبر 1999ء سے شروع کر دی ہے۔ جس میں ہر روز آٹھ گھنٹے کے نئے پروگرام ہوتے ہیں۔ جنہیں دوبار ٹیلی کاسٹ کیا جاتا ہے۔ اس چوبیس ساعتی ٹیلی کاسٹ سے اسے اپنے پروگرام عالمی پیمانے پر فروخت کرنے میں مدد ملے گی۔ پہلے کچھ ٹیلی ویژن نٹ ورک، کچھ مخصوص مذہبی نظریہ رکھنے والے اور کچھ افراد ذاتی استعمال کے لئے اس چینل کے پروگرام بہت معمولی فیس پر حاصل کر لیتے تھے۔ مگر یکم جنوری 2000ء سے دور درشن ایک معاہدے کے تحت امریکہ کے گلوبل کنکشن ٹیلی ویژن (G.C.T.V.) کا ممبر بن گیا ہے، جس سے اسے پروگرام بہتر قیمت پر زیادہ سے زیادہ فروخت کرنے میں مدد ملے گی۔

تعلیمی پروگرام:

ابتداء سے ہی دور درشن تعلیمی پروگراموں کو اولیت و اہمیت دینے کا دعویٰ کرتا رہا ہے مگر یہ دعویٰ اب بھی ثبوت کا محتاج ہے۔ اس میں شبہ نہیں کہ 1961ء میں اسکول ٹیلی کاسٹ کی ابتداء ہوئی جو کہ S.I.T.E پروگرام کی توسیع کا ایک حصہ تھا۔

اسکول کے بچوں کے لئے تعلیمی پروگرام باقاعدہ 1982ء میں شروع ہوا۔ اس وقت جو تعلیمی پروگرام دور درشن کے لئے تیار کئے جاتے ہیں۔ وہ علاقائی ٹیلی کاسٹ کے تحت دہلی اور چنئی سے، اور صوبائی تعلیمی اداروں کے تحت تیار کئے گئے پروگرام ہندی، گجراتی، مراٹھی، اڑیہ اور تلگو میں اس زبان کے علاقے کے تمام ٹرانسمیٹروں سے ٹیلی کاسٹ کئے جاتے ہیں۔ سکندری اسکول کے لئے الگ سے وقت نیشنل نٹ ورک پر مقرر ہے، اور اس کے لئے پروگرام سنٹرل انسٹی ٹیوٹ آف ایجوکیشنل ٹیکنالوجی، تیار کرتا ہے۔

دور درشن نے نیشنل نٹ ورک پر اعلیٰ تعلیمی پروگراموں کے لئے الگ وقت مخصوص کیا ہے۔ اعلیٰ تعلیم کے پروگرام یو. جی. سی تیار کرواتے ہیں۔ اندر گاندھی اوپن یونیورسٹی کے ذریعے جو پروگرام ٹیلی کاسٹ کئے جاتے ہیں وہ ملکی تعلیمی پروگرام میں معاون کی حیثیت رکھتے ہیں۔ اب اس یونیورسٹی نے ڈی. ڈی. گیان درشن کے نام سے اپنا الگ چینل شروع کر دیا ہے۔

ڈی. ڈی. نیوز:

15 اگست 1999ء کو، دور درشن نے ایک نیا چوبیس ساعتی سٹیلائیٹ چینل ڈی. ڈی. نیوز کے نام سے شروع کیا ہے یہ روزانہ تیرہ بولٹن معہ شہ سرخیوں کے ٹیلی کاسٹ کرتا ہے۔ ان خبروں کی ٹیلی کاسٹ کرنے کا مقصد، ملک کے طول و عرض اور بیرون ملک، تازہ ترین خبروں کی ترسیل ہے۔ دور درشن "نیوز کیپ سول" C. N. N اور A. B. U کو بھی روزانہ فراہم کراتا ہے۔

اس چینل نے 10 جولائی 1999ء سے ہر گھنٹے خبروں کا بولٹن پیش کرنا شروع

کر دیا ہے اور 15 اگست 1999ء سے چوبیس ساعتی "نیوز اینڈ کرٹ افیر" چینل شروع کر دیا ہے۔

1999ء میں نئی لوک سبھا کے لئے انتخابات ہوئے تو اس نے الیکشن کمیشن کی ہدایات کے مطابق تمام تسلیم شدہ رجسٹرڈ سیاسی جماعتوں کو بلا معاوضہ وقت فراہم کرایا۔ اور ووٹروں کی ہدایات و جانکاری کے لئے کئی پروگرام پیش کئے۔ الیکشن سے پہلے ایگزٹ پول کے نتائج کو تو ٹیلی کاسٹ کیا ہی گیا۔ الیکشن کے بعد ووٹوں کی گنتی کی تازہ بہ تازہ جانکاری اور نتائج کو ناظرین تک بروقت پہنچانے کے لئے دور درشن نے دو پروگرام، ایک "آپ کا فیصلہ" اور دوسرا "INDIA VOTE" منعقد کروایا۔ ڈی. ڈی. 1 پر چالیس گھنٹے کا اور ڈی. ڈی. 2 پر 26 گھنٹے کا الیکشن کے نتائج کا براہ راست تجزیہ پیش کیا گیا۔

کھیل کود چینل:

18 مارچ 1999ء کو ہندستانی ٹیلی ویژن میں پہلی بار ایک ایسے سیٹیلائٹ چینل کا افتتاح ہوا جو مکمل طور پر کھیل شائقین کے لئے وقف تھا۔ اس کا وقت 25 اپریل 1999ء سے بڑھا کر بارہ گھنٹے روزانہ کر دیا گیا۔ جس میں دو گھنٹے روزانہ ملک کے مختلف حصوں سے کھیل کود کے پروگرام براہ راست ٹیلی کاسٹ ہوتے ہیں۔ اس سال دور درشن نے ہندستانی کرکٹ بورڈ کی طرف سے منعقد ہونے والے تمام کرکٹ میچوں کو براہ راست ٹیلی کاسٹ کرنے کا مکمل حق، پانچ سال کے لئے، حاصل کر لیا ہے۔ اس طرح یہ ہندستان کا سب سے بڑا اسپورٹ براڈ کاسٹر بن گیا ہے۔ اس کے پروگرام P.A.S-4 سیٹیلائٹ کے ذریعے خلیجی ممالک، C.I.S اور اس کے پڑوسی علاقے یورپ و افریقہ کے بہت سے علاقوں میں موصول کیا جاتا ہے۔

1999ء کے دوران دور درشن نے تمام اہم کھیلوں کو خواہ ہندستان میں ہوئے یا ہندستان سے باہر، براہ راست یا ریکارڈ کر کے پیش کیا۔ مثال کے طور پر ورلڈ کپ کرکٹ 1999ء جو انگلینڈ میں کھیلا گیا، L.G. سفاری کرکٹ سیریز جو کینیا میں کھیلی گئی اور انڈیا نیوزی لینڈ کرکٹ سیریز کے زیادہ تر میچوں کو براہ راست ٹیلی کاسٹ

کیا۔ S.A.F. گیمس جو کٹھمنڈو میں کھیلے گئے بڑے پیمانے پر ان کی نمائش ہوئی۔ اسی طرح ٹینس میں ومبلڈن، فرنیچ اوپن، ڈیوس کپ، زونل اور گولف لیکھ انڈیا اوپن کو مکمل طور پر ناظرین کی خدمت میں پیش کیا گیا اور اس سال (1999ء) پہلی بار گوا میں ہوئے SAFE کوکا کولا کپ فٹ بال ٹورنامنٹ کو براہ راست ٹیلی کاسٹ کیا گیا۔ فٹ بال کے دوسرے اہم میچ جنھیں پیش کیا گیا وہ تھے کوپا امریکا کپ، بنگال بندھو کپ، انٹرنیشنل فٹ بال ٹورنامنٹ (ڈھاکہ)، ایشیا کپ، وئرس کپ فٹ بال (ڈھاکہ)۔ اس کے علاوہ بھی دور درشن نے کھیل کود کی بہت سی چیزیں ریکارڈ کر کے یا براہ راست پیش کیں، ان کی فہرست یہاں طوالت کا باعث ہوگی۔

فلم:

یوں تو دور درشن ہمیشہ سے فلمیں اور فلموں سے متعلق پروگرام پابندی کے ساتھ پیش کرتا رہا ہے اور یہ پروگرام عوام میں بے حد مقبول بھی رہے ہیں مگر اس نے اکتوبر 1999ء میں فلموں سے متعلق ایک نئی پالیسی لاگو کی۔ جس کا اہم مقصد تھا دور درشن کی آمدنی بڑھانا اور اس کے ذریعے ڈی. ڈی. 1، ڈی. ڈی. 2 چینلوں کو زیادہ مقبول بنانا۔ اس منصوبے کے تحت فلم بنانے والوں سے اپیل کی گئی کہ وہ کم سے کم قیمت پر دور درشن کو فلمیں دیں۔ فلم پروڈیوسر نے اس کا مثبت جواب دیا۔ لہذا دور درشن اس قابل ہو گیا کہ اب نئی فلمیں بھی دکھائے۔ اب دور درشن یہ منصوبے بھی بنا رہا ہے کہ ہر سنیچر کو کامیاب بڑی فلموں کو پیش کرے۔ جس سے اس کی مقبولیت میں مزید اضافہ ہو سکتا ہے۔

تجارتی سروس: دور درشن نے تجارتی اشتہارات کو اپنے بائیس انچ کے اسکرین پر پہلے پہل یکم جنوری 1976ء کو متعارف کرایا تھا۔ اس کے لئے رہنمائی آل انڈیا ریڈیو سے ملی جہاں پہلے سے اشتہارات کا سلسلہ چل رہا تھا۔ دور درشن تجارتی سروس دہلی میں، نیشنل انٹرنیشنل اور دوسرے تمام چینلوں کے لئے اشتہارات قبول کرتی ہے۔ دور درشن کے دوسرے اسٹیشن انفرادی طور

پر بھی اسپورٹ اور اسپانسر شپ کی بنگ اپنے لئے کرتے ہیں۔ پچھلے آٹھ سالوں کا دور
درشن کی آمدنی کا گوشوارہ درج ذیل ہے:

سال	کل آمدنی (کروڑ میں)
1992-93	360.23
1993-94	372.98
1994-95	398.02
1995-96	430.13
1996-97	572.72
1997-98	490.15
1998-99	399.32
1999-2000	(نشانہ ہے. 500-00-450)

سگریٹ، شراب اور دوسری نشیلی چیزوں کے اشتہارات دور درشن پر قبول نہیں
کئے جاتے۔

ہندستانی ٹیلی ویژن کی موجودہ صورت حال:

اس سال (یعنی 1999-2000ء) دور درشن نے اپنے بہت سے چینلوں کی
ٹیلی کاسٹ کا وقت بڑھا دیا تاکہ وہ چوبیس گھنٹے ناظرین کو فراہم رہیں۔ مثال کے طور پر
ڈی ڈی 1 اور ڈی ڈی 2 کی چوبیس ساعتی سروس اگست 1999ء سے اور ڈی ڈی 4،
ملیالم، ڈی ڈی 7 بنگالی، ڈی ڈی 8 تلگو اور ڈی ڈی 9 کناڈا کی چوبیس ساعتی ٹیلی کاسٹ
جنوری 2000ء سے شروع ہوئی۔ مجموعی طور پر آج (2000ء میں) دور درشن کے بیس
چینل پوری طرح عمل پیرا ہیں۔ ان چینلوں کی تفصیل اس طرح ہے۔

- بنیادی چینل ڈی ڈی 1
- میٹرو چینل ” ” 2

- نیوز اینڈ کرنٹ افیر چینل ” ” نیوز
- اسپورٹ چینل ” ” اسپورٹ
- انٹرنیشنل چینل ” ” انڈیا
- ریجنل چینل گیارہ عدد
- صوبائی نٹ ورک چار عدد

ان چینلوں کے لئے، پورے ملک میں مختلف مقامات پر، سنتالیس اسٹوڈیو پروگرام تیار کرتے ہیں۔

1999ء کے دوران دور درشن نے سیٹلائٹ ڈی جیٹل براڈ کاسٹنگ طریقہ کار کو اپنایا۔ لہذا آج 2 ڈی ڈی 1 ڈی ڈی 2، ڈی ڈی نیوز، ڈی ڈی اسپورٹ اور ڈی ڈی انڈیا۔ اسی طریقہ کار کے ذریعے ناظرین تک پہنچائے جا رہے ہیں، اور سیٹلائٹ سے ان کا رابطہ بھی اسی طریقے کے ذریعے جوڑا جاتا ہے۔

اسی دوران دور درشن نے بمبئی میں ایک نیا اسٹوڈیو کا مپلکس چالیس کروڑ کی لاگت سے قائم کیا۔ جس سے اس اسٹوڈیو کے پروگراموں کی تعداد و معیار بڑھانے کی اہلیت میں خاطر خواہ اضافہ ہوا۔ نئے اسٹوڈیو ناگپور، راج کوٹ اور پونا میں بھی قائم کئے گئے۔

ڈی ڈی 1 کی توسیع کی خاطر ایک زیادہ توانائی والا ٹرانسمیٹر جو دھ پور میں اور گیارہ متوسط توانائی والے وچھ کم توانائی ٹرانسمیٹر ملک کے مختلف مقامات پر نصب کئے گئے۔ بھوج میں ایک 300-M ناور کی تعمیر مکمل ہوئی جس کی وجہ سے اس ٹیلی ویژن اسٹیشن کی پہنچ کا حلقہ کافی وسیع ہوا۔ I.L.P.T پروجیکٹ کے راج مندری اور کالی کٹ میں اس مالی سال (2000) کے آخر تک مکمل ہو جانے کے امکانات ہیں۔ اس کے علاوہ بہت سے V.L.P.T، L.P.T پروجیکٹوں کے جلد مکمل ہو جانے کی امید ہے جن سے میٹر و چینل یعنی ڈی ڈی 2 کے حلقے کی توسیع ممکن ہو سکے گی۔ دو زیادہ توانائی کے ٹرانسمیٹر اچ پور و سری نگر میں اور ایک کم توانائی کا امبا جوگائی میں نصب کیا گیا ہے۔ مزید یہ کہ گیارہ

زیادہ توانائی والے ٹرانسمیٹر ڈی ڈی 2 کی توسیع کے لئے زیر تعمیر ہیں۔ جن کا کام اس مالی سال (2000) کے اختتام تک مکمل ہو جانے کی توقع ہے۔ مذکورہ بالا تمام ٹرانسمیٹروں کی تکمیل کے بعد ڈی ڈی 1 کے ٹرانسمیٹروں کی تعداد ایک ہزار اور ڈی ڈی 2 کے ٹرانسمیٹروں کی تعداد 57 ہو جائے گی۔ اس طرح پارلیمنٹ کورٹج کے دو، کاشمیر چینل کے ایک ٹرانسمیٹر کو ملا کر دور درشن کے ٹرانسمیٹروں کی کل تعداد 1060 ہو جائے گی۔

سیٹلائٹ سے رابطہ قائم کرنے کی سہولیات 23 دور درشن اسٹیشنوں پر فراہم ہیں۔ سائیکل کاسٹ (SIMULCOST) رابطہ قائم کرنے کا طریقہ کار ANALOGUE AND DIGITAL کی سہولیات سات دور درشن اسٹیشنوں یعنی بمبئی، چنئی، گوہاٹی، کلکتہ، تروندرم، بنگلور اور حیدرآباد میں مہیا ہیں۔

دور درشن کے چینلوں کی مختلف سروسز کی کارکردگی کے لئے مختلف سیٹلائٹوں کے بیس ٹرانسپونڈرس استعمال کئے جاتے ہیں۔

دور درشن کے پروگرام انٹرنیٹ پر بھی فراہم ہیں۔ اس کی ویب سائٹ ہے "<http://ddindia.net>" دور درشن کے بنیادی چینل ڈی ڈی 1 کے پروگرام ملک کی 87.9% فیصد آبادی اور 74% فیصد رقبے تک پہنچتے ہیں۔ ڈی ڈی میٹرو کے پروگرام 20.8% فیصد آبادی تک پہنچتے ہیں۔ 1

ترسیلی سیٹلائٹ: ابتداء و ارتقاء: ترسیلی سیٹلائٹ کا ارتقا رکٹ تکنیک اور ترسیلی تکنیک کے سنگم کی پیداوار ہے تاریخ کے پس منظر میں دیکھیں تو ترسیلی دنیا کا یہ انقلاب اور بھی بامعنی نظر آتا ہے انسانی تاریخ کے بڑے حصے میں ترسیل اور نقل و حمل ہم معنی الفاظ تھے، ان کی رفتار اس وقت تک تقریباً برابر تھی جب تک خبر کو مواد کی شکل میں ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچایا جاتا تھا اور یہ صورت حال کچھلی صدی کے وسط تک قائم رہی بلکہ

1 کچھلی ایک دہائی کی دور درشن کی کارگزاریوں کے اس جائزے کے تمام اعداد و شمار نشری آف انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ کی رپورٹ 1999-2000 سے اخذ کئے گئے ہیں۔

اس وقت تک جب تک بجلی کی دریافت نہیں ہوگئی۔

ٹیلی گراف (1838) کو برقی ترسیل کا پہلا قدم کہا جاتا ہے اس پہلی کامیابی کے بعد سائنس دانوں کا حوصلہ بڑھا اور دوسری کامیابیاں جلد جلد ملنے لگیں۔ 1876 میں بل (Bell) کی ٹیلی فون کی ایجاد کو بھی اس سلسلے کی دوسری کڑی تسلیم کرتے ہیں۔ اس ایجاد کے بیس سال بعد مارکونی نے Electromagnetic Radiation کا استعمال کر کے بغیر کسی درمیانی وسیلے کے پیغامات کو ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچا دیا، یہ ترسیل کا سب سے بڑا، سب سے اہم کارنامہ اس لئے بھی تھا کہ اس نے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ارتقا کے لئے بنیاد فراہم کی، یہاں تک کہ ہوائی جہاز، پانی کے جہاز اور سیٹیلائٹ ترسیل بھی اسی کی وجہ سے ممکن ہو سکی۔

بہت پہلے سر آیزیک نیوٹن نے یہ ثابت کرنے کی کوشش کی تھی کہ اگر کسی گیند کو خلا میں ایک خاص رفتار سے اچھال کر چھوڑ دیا جائے جو اس کو زمین کی کشش سے باہر لے جا سکے تو وہ گیند بالکل اسی طرح زمین کے گرد گردش کرنے لگے گی جس طرح چاند کرتا ہے یہیں سے سیٹیلائٹ کا تصور پیدا ہوا، یہ تصور اور مستحکم ہو گیا جب سائنس دانوں نے تجربہ کر کے یہ پتا لگا لیا کہ اگر کسی چیز کو گیارہ کلومیٹر فی سکینڈ کی رفتار سے خلا میں چھوڑا جائے تو وہ دوبارہ لوٹ کر زمین پر نہیں آئے گی، لہذا سیٹیلائٹ کو خلا میں لے کر جانے والے ہر راکٹ کی رفتار یہی ہوتی ہے جسے رفتار ماورا (Escape velocity) کہتے ہیں، جب کسی سیٹیلائٹ کو رفتار ماورا سے زمین کی کشش سے باہر یعنی 35860 کلومیٹر کے فاصلے پر لے جا کر چھوڑا جاتا ہے تو وہ زمین کے گرد ایک مدار میں چکر لگانا شروع کر دیتا ہے جسے Geo Synchronous orbit کہتے ہیں، یہ سیٹیلائٹ چوں کہ چوبیس گھنٹے میں ایک چکر پورا کرتا ہے اور زمین بھی چوبیس گھنٹے میں ایک چکر پورا کرتی ہے اس لئے اس مدار میں واقع سیٹیلائٹ ہمیں غیر متحرک نظر آتا ہے۔ Geostationary

اگر کسی سیٹیلائٹ کو کھارک مدار میں پہنچا دیا جائے تو چوں کہ زمین کی اور اس کی رفتار ایک ہوتی ہے اسلئے اس کا رشتہ اپنے خطے سے کبھی منقطع نہیں ہوتا اور اس مقام تک پہنچ جانے کے بعد کسی سیٹیلائٹ کے زمین کے ماحول میں واپس آنے کے امکانات قریب قریب ختم ہو جاتے ہیں۔¹

یوں تو سیٹیلائٹ کی بہت سی قسمیں ہیں۔ متحرک، غیر متحرک، نشریاتی، زمین کی تحقیق و تفتیش کرنے والے، جہاز رانی میں مدد دینے والے اسی طرح اور بھی کئی لیکن انہیں بنیادی طور پر دو خانوں میں بانٹا جاتا ہے۔

- مشاہداتی سیٹیلائٹ - Observative Satellites
 - ترسیلی سیٹیلائٹ - Communication Satellites
- مشاہداتی سیٹیلائٹ کی تعریف اس طرح کی گئی ہے۔

"That are used for the collection and increasingly also for the processing of data and the transmission of information to earth." ²

ترسیلی سیٹیلائٹ کی تعریف یوں ہے۔

"That are used for the transmission, distribution and dissemination of information from and to various locations on earth." ³

سیٹیلائٹ سے جو کام لئے جاتے ہیں ان کی امریکن اسپیس ایجنسی ناسا (NASA) نے چار سمتیں مقرر کی ہیں۔

- ترسیل اور جہاز رانی

1. An Amic Compilation, Satelite Technology, Singapore, 1986, p. 19.

2. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p50.

3. Ibid, p41-42.

• خلائی معلومات

• زمین کی پیمائش

• دور سے چیزوں کا پتہ لگانا۔ (Remotesensing) 1

عموماً سیٹیلائٹ کی عمر سات سال ہوتی ہے البتہ دوسری نسل کے سیٹیلائٹ کی عمر دس سال ہے۔

ترسیلی سیٹیلائٹ: ترسیلی سیٹیلائٹ خلا میں ایک ایسا نشریاتی نظام ہے

جو زمین سے معلومات حاصل کر کے دوبارہ زمین پر دوسری جگہ فراہم کر دیتا ہے۔ زمین سے فاصلہ (35860 کلومیٹر) زیادہ ہونے کی وجہ سے وہاں تک پہنچتے پہنچتے اشارے کافی کمزور ہو جاتے ہیں، سیٹیلائٹ میں لگے توسیعی آلات (ٹرانسپونڈر) ان اشاروں کو قوت دے کر دوبارہ زمین پر مختلف فریکوئنسی میں بھیج دیتے ہیں۔ سیٹیلائٹ میں پرندوں کے بازوؤں کی شکل کے بڑے بڑے سولر پینل سورج کی روشنی سے توانائی حاصل کرتے ہیں اور اسے برقی توانائی میں تبدیل کر کے سیٹیلائٹ کو کارکردگی کے لئے برقی قوت پہنچاتے رہتے ہیں۔ 2

خود کار ترسیلی سیٹیلائٹ کی کارکردگی ممکن بنانے میں الیکٹرانک آلات کے چھوٹے ماڈل کی ایجاد کا بڑا ہاتھ ہے۔ راکٹ تکنیک کے علاوہ مختلف قسم کے الیکٹرانک آلات کی ایجاد و ارتقا کے باعث بھی مکمل اور تسلی بخش سیٹیلائٹ اور اس سے متعلق زمینی آلات بن سکے۔

ترسیلی سیٹیلائٹ کی وجہ سے ہی پستی و بلندی کی تمام حدود کو عبور کیا جا سکا ہے اور دنیا ایک گاؤں بن گئی ہے ان ہی کی وجہ سے آواز، اعداد و شمار اور تصویری اشارے دنیا کے کسی بھی حصے میں آسانی سے پہنچ سکتے ہیں۔ آج ترسیلی سیٹیلائٹ کی اہلیت میں حیرت انگیز

1. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p30.

2. ماہنامہ افکار ملی، انفارمیشن ٹکنالوجی، طارق سجاد، دہلی، ص 12-13.

بھی حصے میں آسانی سے پہنچ سکتے ہیں۔ آج ترسیلی سیٹلائٹ کی اہلیت میں حیرت انگیز اضافہ ہو گیا ہے۔ مثال کے طور پر ویسٹر (Wester) نام کے سیٹلائٹ کے ذریعے ایک رنگین ٹیلی وژن چینل، بارہ سو ٹیلی فون چینل اور تقریباً ایک ہزار ڈیٹا چینل ایک ساتھ بھیجے جاسکتے ہیں۔ انٹیل سیٹ (Intelset) کی صلاحیت اتنی ہے کہ وہ پوری دنیا میں بیک وقت اسی ٹیلی وژن چینل نشر کر سکتا ہے۔ بعض ترسیلی سیٹلائٹ ایسے بھی ہیں کہ اگر ان کے تمام ٹرانسپونڈر کھول دیے جائیں تو وہ صرف ایک منٹ میں پوری انسائیکلو پیڈیا برٹانیکا جیسے بار ایک براعظم سے دوسرے براعظم میں بھیج سکتے ہیں۔¹

سیٹلائٹ کا ارتقا: ترسیلی سیٹلائٹ کا باقاعدہ نظریہ سب سے پہلے 1945 میں آر تھری کلارک (Arthur C. Clarke) نے پیش کیا جو اس وقت برٹش انٹر پلائنٹری سوسائٹی کا سکریٹری تھا۔

کلارک نے ”وائرلس ورلڈ“ نامی رسالے میں اپنا مضمون ”دی فیوچر آف ورلڈ کمیونیکیشن“ شائع کیا تھا، بعد میں یہ مضمون Extraterrestrial relay کے عنوان سے بھی شائع ہوا۔ اس مضمون میں زیادہ فاصلے کے ریڈیو اور ٹیلی وژن نشریات سے بحث کی گئی تھی۔ کلارک کا کہنا تھا کہ ایک مکمل نشریاتی نظام پوری دنیا کے لئے ممکن ہو سکتا ہے بشرطے کہ اسے خلا میں کسی صحیح مقام سے نشر کیا جائے۔ اسی مضمون میں اس نے انکشاف کیا تھا کہ اگر کسی سیٹلائٹ کو خط استوا سے 35860 کلومیٹر کی بلندی تک پہنچا دیا جائے اور اس میں پیغام حاصل کرنے اور انہیں نشر کرنے کے برقی آلات لگے ہوئے ہوں اور وہ چوبیس گھنٹے میں زمین کا ایک چکر پورا کرے تو اسے خط استوا کے کسی نکتے پر مرکوز رکھ کر ریڈیو نشریات اور ٹیلی وژن نشریات کا ایک اچھا اسٹیشن بنایا جاسکتا ہے کلارک کا یہ بھی کہنا تھا کہ جہاں تک ریڈیو اور ٹیلی وژن نشریات کا تعلق ہے ایک سیٹلائٹ سے پوری زمین کا احاطہ کرنا مشکل ہے، اس لئے مناسب فاصلہ برقرار رکھتے ہوئے اگر تین سیٹلائٹ خط استوا کے مختلف

نقٹوں پر مرکوز کر دیے جائیں تو یہ پوری زمین پر محیط ہوں گے اور شمسی توانائی کے ذریعے سیٹلائٹ کے ریسیور، ایمپلی فائر اور ٹرانسمیٹر کو عمل پیرا ہونے کے لئے قوت پہنچائی جاسکتی ہے۔

کلارک کو عوامی سائنسی مصنف اور سائنسی ناول نگار کی حیثیت سے کافی شہرت ملی، اور اس نے کافی انعامات اور میڈل حاصل کئے۔ اس کی شہرت میں اس وقت چارچاند لگ گیا جب وہ فلم ”دو ہزار ایک“ کے شریک مصنف کی حیثیت سے متعارف ہوا، کبھی کبھی کلارک بڑی حسرت سے یہ شکایت کرتا تھا کہ میں نے تجارتی نقطہ نظر سے بیسیویں صدی کا سب سے اہم نظریہ پیش کیا اور اسے صرف چالیس چالیس ڈالر میں فروخت کر رہا ہوں، ایسے میں وہ اپنے کو صرف اس بات سے تسلی دیتا تھا کہ 1946 میں اس قسم کے نظریات کو اس وقت تک پینٹ نہیں کیا جاتا تھا جب تک کہ تکنیکی طور پر اسکے عملی امکانات ثابت نہ ہو جائیں۔

یوں تو خلائی ترسیل کی ابتدائی کوششیں اس وقت سے نظر آنے لگتی ہیں جب 1946 میں پہلی بارچاند سے رڈار کے ذریعے رابطہ قائم ہوا۔ لیکن باقاعدہ خلائی ترسیل کی ابتداء اس وقت ہوئی جب روس نے چاراکتوبر 1957 کو اسپوٹنک نامی پہلے سیٹلائٹ کو کامیابی سے خلا میں بھیجا، لہذا بنیادی طور پر، فوجی برتری حاصل کرنے کے نقطہ نظر سے، یہیں سے روس اور امریکہ کے درمیان خلائی دوڑ شروع ہوئی اور ناسا (NASA) کے مطابق 1957 سے 1980 تک (تمام قسموں کے ملا کر) دس ہزار سیٹلائٹ خلا میں بھیجے جا چکے تھے۔¹

چاند کو ترسیلی مرکز کے طور پر واشنگٹن اور ہوائی کے درمیان رابطہ قائم کرنے کے لئے امریکہ کی بحری فوج نے 1958 سے 1963 تک استعمال کیا۔²

1. An Amic Compilation, Satellite Technology, Singapore, 1986, p. 19.

2. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p51.

ایکٹیو سیٹلائٹ خلا میں بھیجا جو صرف بارہ دن ہی کام کر سکا۔ آواز اور تصویر کو زمین پر ایک جگہ سے دوسری جگہ نشر کرنے کیلئے جو پہلا سیٹلائٹ خلا میں بھیجا گیا وہ غبارے نما سیٹلائٹ ایکو-1 تھا جس سے ٹیلیفون مواصلات، تصویری ترسیل اور اعداد و شمار حاصل کرنے کا کام لیا جاتا تھا۔ اس طرح کے سیٹلائٹ 1968 تک کامیابی سے عمل پیرا رہے، اس کا قائم مقام کوریئر I. B. 1968 میں خلا میں بھیجا گیا جو صرف سترہ دنوں تک ہی کام کر سکا۔ یہ سب کے سب پسیو (Passive) سیٹلائٹ تھے جو پیغامات کو ہوبہو زمین پر واپس بھیج دیتے تھے۔ 1960 میں غیر فوجی ایکٹیو (Active) سیٹلائٹ کا تجربہ کیا گیا جو پیغامات کی رفتار اور قوت کو ضرورت کے مطابق بڑھا کر زمین پر واپس بھیجتا تھا۔¹

یہاں یہ بات بھی اہمیت کی حامل ہے کہ ٹیل اسٹار (Telstar) اور ریلے (Relay) کلاک مدار کے مقابلے میں نچلی سطح کے مدار کے سیٹلائٹ تھے جو افق میں غائب ہو جاتے تھے، جس سے ترسیل منقطع ہوتی تھی لہذا جولائی 1963 کو سائن کوم II-Syncom اور اگست 1964 کو سائن کوم III-Syncom کو کلاک مدار میں بھیجا گیا جس سے مسلسل نشر کا طریقہ شروع ہوا، ترسیل کی دنیا میں یہ ایک نئے دور کی ابتدا تھی۔ ترسیلی سیٹلائٹ کی وجہ سے ٹیلی وژن نشریات میں بنیادی تبدیلی آئی۔ اس سے پہلے تک امریکہ اور یورپ کے درمیان سمندر پار نشر ہونے والے پروگرام ایک مخصوص مقام سے دوسرے اسٹیشنوں کے ذریعے ریلے ہوتے تھے، لیکن INTELSET سیٹلائٹ سسٹم کی کامیابی کے بعد (جو کہ پہلا تجارتی ترسیلی سیٹلائٹ تھا) پوری دنیا میں براہ راست ٹیلی وژن نشریات ہونے لگیں۔ خاص طور سے 1975 میں امریکہ کے Application

Satellite Technology (جسے ATS-F بھی کہا گیا) سیٹلائٹ کے خلا میں بھیجے جانے کے بعد بھاری صرفے سے زمینی نشریاتی اسٹیشن بنانے کا خرچ کم ہو گیا، اب صرف ایک تین میٹر دائرے کا جالی دار اینٹینا اور ایک الیکٹرانک کنورٹر (Electronic Converter) عام

1. Edward. W. Ploman., Space Earth and Communication, London, 1984, p51-52.

ٹیلی وژن میں لگا کر براہ راست سیٹلائٹ سے ٹیلی وژن کے اشارے موصول کر سکتے ہیں اس کی وجہ سے ترسیلی سیٹلائٹ کے اشارے حاصل کرنا بہت آسان اور سستا ہو گیا ہے۔

ترسیلی سیٹلائٹ کا ارتقا ہندستان میں: چھٹی دہائی کے وسط میں ڈاکٹر وکرم سارا بھائی، چیرمین اٹاک انرجی کمیشن (اس وقت خلائی پروگرام بھی اسی کمیشن کے تحت آتے تھے) نے اعلیٰ حکام کے سامنے یہ بات رکھی کہ ٹیلی وژن کا ملک گیر نظام ہمارے ملک کی اقتصادی و سماجی ترقی میں مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔ اس تجویز کے نتیجے میں 1968ء میں ایک نیشنل سیٹلائٹ کمیونیکیشن گروپ (NASCOM) کی تشکیل عمل میں آئی جس کی سفارشات کی بنیاد پر ہماری گورنمنٹ نے ایک ہائیبریڈ (Hybrid) ٹیلی وژن نظام قائم کرنے کی اجازت دے دی۔ ترسیلی سیٹلائٹ خلا میں بھیجنا اور زمین پر مائیکروویو Microwave ترسیلی ٹرانسمیٹر قائم کرنا اس کے دائرہ کار میں شامل تھا۔

سارا بھائی کے ناس کوم (NASCOM) گروپ نے ہندوستانی ترسیلی سیٹلائٹ کا بلو پرنٹ تیار کیا جو خاص طور سے ٹیلی وژن پروگرام ٹیلی کاسٹ کرنے اور زیادہ فاصلے والے ٹیلی فون کال کے لئے تھا، چونکہ ترسیلی سیٹلائٹ خلا میں بھیجنے پر کثیر رقم کا صرفہ تھا اس لئے سارا بھائی نے زمین پر اس کے لئے جو تیاری کی تھی اس کی کامیابی کی تصدیق وہ پہلے کسی اور ذریعے سے بھی کرنا چاہتے تھے۔ لہذا انہوں نے حکومت کے سامنے یہ تجویز رکھی کہ امریکن گورنمنٹ سے National Aeronautical and Space Administration (NASA) کے ترسیلی سیٹلائٹ ATS-6 کے ذریعے ہندوستان میں کچھ ٹیلی وژن پروگرام ٹیلی کاسٹ کرنے کی گزارش کی جائے۔ حکومت ہند نے یہ تجویز منظور کرتے ہوئے امریکن گورنمنٹ سے گزارش کی لیکن مشکل یہ آن پڑی کہ اسی وقت برازیل نے بھی امریکن گورنمنٹ سے ایسی ہی درخواست کی تھی اور امریکن گورنمنٹ ایک وقت میں ایک ہی ملک کو اس کی اجازت دے سکتی تھی۔

چنانچہ 1968ء میں NASA نے ایک کمیٹی **MR. WILBUR**

کی سربراہی میں یہ جاننے کے لئے تشکیل دی کہ دونوں ملکوں میں سے کسے

ATS-6 سے بلا معاوضہ ٹیلی کاسٹ کرنے کی اجازت دی جائے۔ کمیٹی نے فیصلہ ہندوستان کے حق میں کیا کیوں کہ کمیٹی اس بات سے کافی متاثر تھی کہ ہندوستان نے تجرباتی تریسلی سیٹلائٹ کا زمینی اسٹیشن پہلے سے ہی تیار کر لیا ہے جو کسی بھی تریسلی سیٹلائٹ سے اشارے حاصل کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے۔

لہذا NASAI اور حکومت ہند نے 19 ستمبر 1969ء کو SITE (سیٹلائٹ انسٹرکشنل ٹیلی ویژن اکسپریمنٹ پروگرام) کے لئے ایک معاہدے پر دستخط کئے۔ SITE دراصل ایک سالہ پائلٹ پروجیکٹ تھا جس کے تحت امریکہ کے ATS-6 کے ذریعے ہندوستان میں ٹیلی ویژن پروگراموں کو محدود وقت کے لئے ٹیلی کاسٹ کیا جانا تھا، اس کے لئے آندھرا پردیش، بہار، کرناٹک، مدھیہ پردیش، اڑیسہ اور راجستھان کے دو ہزار چار سو گاؤں منتخب کیے گئے۔ ان گاؤں کو مشترکہ ٹیلی ویژن سیٹ مہیا کرائے گئے تھے۔ جن پر ATS-6 سے براہ راست ٹیلی ویژن پروگرام حاصل کیے جاتے تھے۔

اس کے لئے پروگرام، دہلی، کنک، اور حیدرآباد کے ٹیلی ویژن سینٹروں پر تیار کیے گئے جنہیں احمدآباد کے زمینی اسٹیشن سے سیٹلائٹ کو بھیجا جاتا تھا۔ یہ پروگرام دیہی علاقوں میں ابتدائی تعلیم، زراعت، صحت عامہ، خاندانی منصوبہ بندی، بھائی چارے اور حب الوطنی کے جذبات کو بڑھا دینے کے نقطہ نظر سے تیار کیے گئے تھے۔ ATS-6 ان منتخب ہندوستانی گاؤں کے لئے ایک سال تک (1975-76ء) ٹیلی کاسٹ کرنے کے بعد واپس امریکہ کے لئے ٹیلی کاسٹ کرنے لگا۔ یہ ہندوستان میں سیٹلائٹ تریسلی کا پہلا کامیاب تجربہ تھا۔

احمدآباد کے اسپیس ایپلیکیشن سینٹر (SAC) نے تریسلی سیٹلائٹ کے زمینی نیٹ ورک کو فروغ دینے میں بہت اہم رول ادا کیا۔ SITE پروگرام کو کامیاب بنانے کے لئے اس سینٹر نے دو خاص چیزیں تیار کیں جو ATS-6 سے براہ راست پیغام حاصل کرنے میں بہت معاون ہوئیں۔ ان میں ایک تھی چکن میش انٹینا (Chicken Mesh Antenna) اور دوسری رگڈ انٹرنیٹ ٹیلی ویژن سیٹ (Reggedixed TV Sets)۔

Chiken Mesh Antenna: چکن میش انٹینا المونیم کی جالیوں سے بنا ہوا ایک

تین فٹ دائرے کا ڈش انٹینا تھا۔ اس کی جالی مرغی خانے میں لگی جالیوں جیسی دکھائی دیتی تھی اس لئے اسے چکن میٹس کہنے لگے۔ المونیم برقی رو کا اچھا کنڈکٹر ہے یعنی اس میں سے برقی رو آسانی سے گزر جاتی ہے یہ وزن میں بھی ہلکا ہوتا ہے اسلئے منتقلی بھی آسان ہو جاتی ہے۔ اس کی جالی سے ہوا آسانی سے گزر جاتی ہے لہذا اسے نصب کرنے کے لئے بہت مضبوط ڈھانچہ نہیں بنانا پڑتا۔ سائٹ گاؤں کے لئے اس سینٹر نے جو انٹینا تیار کیا اس وقت اسکی قیمت پندرہ سو روپے تھی اور اسے نصب کرنے میں صرف چند گھنٹے لگتے تھے۔

Raggedixed T.V. Sets: اس سینٹر نے یہاں کے گاؤں کی ضرورت کے مطابق ایسے ٹیلی ویژن سیٹ تیار کئے جن میں فیوز آسانی سے بدلے جاسکیں۔ انہیں اس طرح سیلڈ کیا کہ کم سے کم خرابیاں آئیں، تھر تھر اہٹ اور برقی رو کے اتار چڑھاؤ کو برداشت کیا جاسکے اور جس میں گرد، گرمی اور نمی آسانی سے اندر نہ جائے۔ سینٹر نے ٹیلی ویژن سیٹ بنانے والی ہندوستانی کمپنیوں کو یہ تکنیک بلا معاوضہ دی اور کمپنیوں نے اسے فوراً استعمال کرنا شروع کر دیا۔

1988ء تک یہ سینٹر پانچ کروڑ روپے تک کی تکنیک ہندوستانی ٹیلی ویژن انڈسٹری کو مہیا کر چکا تھا، حکومت ہند کی طرف سے چلائے جانے والے قریب سو سینٹروں میں یہ اپنی نوعیت کا اکیلا سینٹر ہے جو کامیابی سے نئی نئی چیزیں ایجاد کر کے ٹیلی ویژن انڈسٹری کو مفت مہیا کراتا رہتا ہے۔

ہندستان میں سیٹلائٹ کی ابتدا اس وقت ہوئی جب یہاں کا پہلا سیٹلائٹ ”آریہ بھٹ“ 19 مارچ 1975ء کو خلا میں بھیجا گیا، یہ سائنٹفک سیٹلائٹ تھا جو کامیاب رہا۔ 1975 سے 1997 تک ہندستان مختلف قسم کے اکیس سیٹلائٹ خلا میں بھیج چکا تھا جن میں سے چھنا کام رہے بقیہ تمام کامیاب۔ اکیس میں سے ایک خالص ترسیلی سیٹلائٹ اور نو کثیر المقاصد تھے جنہیں ترسیل کے لئے بھی استعمال کیا جاتا تھا۔ ذیل میں ہندستان کے اہم ترسیلی سیٹلائٹ پر روشنی ڈالی جا رہی ہے۔

(1) ہندستان کا پہلا ترسیلی سیٹلائٹ ”اپیل“ 19 جون 1981ء کو ارینا کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا تھا جس نے اپنے مقاصد کو اچھی طرح پورا کیا۔

(2) **INSAT-1-A**: یہ ہندستان کا پہلا کثیر المقاصد سیٹلائٹ ہے جو امریکہ میں

ہندستانی تکنیک پر تیار ہوا اور 4 ستمبر 1982ء کو NASA کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا، یہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو روزانہ ساڑھے پانچ گھنٹے کی نشریات فراہم کراتا تھا۔ لیکن اس کی زندگی مختصر ثابت ہوئی اور خرابی آجانے کی وجہ سے اسے بند کر دیا گیا۔

(3) *INSAT-1-B*: کو کیلی فورنیا کی فورڈ ایرو اسپیس کمپنی نے ہندستان کی فراہم کردہ تکنیک پر بنایا، 5 اکتوبر 1983ء کو اسے امریکہ کی خلائی شٹل کی آٹھویں اڑان کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا، اسے قریب ایک سو ہندستانی خلائی انجنیروں نے فورڈ خلائی سینٹر کیلی فورنیا میں رہ کر تیار کروایا اور اس پر قریب سو ملین ڈالر خرچ آیا۔ *INSAT-1-B* کی وجہ سے ہندوستان میں ٹیلی ویژن کی بہت توسیع ہوئی، اس سے پہلے ہماری کل آبادی کا صرف اٹھائیسواں حصہ ہی ٹیلی ویژن تک رسائی حاصل کر پاتا تھا۔ وہ بھی صرف دہلی، ممبئی، کلکتہ، اور مدراس میں رہنے والے لوگ۔ اس کی بدولت 1985ء کے اختتام تک ٹیلی ویژن ہماری آبادی کے تریپن فی صد لوگوں تک پہنچنے لگا، 1988ء میں یہ تعداد بڑھ کر باسٹھ فی صد ہو گئی۔

(4) *INSAT-1-C*: یہ بھی ایک کثیر المقاصد سیٹلائٹ تھا جو 22 جولائی 1988ء کو ایک یورپین اسپیس ایجنسی ایرین راکٹ Arian Rocket کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا۔ اس کا استعمال ٹیلی ویژن نشریات، ٹیلی فون مواصلات اور موسمیات کے لئے کیا جاتا تھا، کسی نقص کی وجہ سے مدار میں اس کے ایک سولر پینل Solar Panel کے کام نہ کرنے کی وجہ سے انیدھن کی کمی ہو گئی اور اسے پورے طور پر استعمال نہیں کیا جا سکا۔

(5) *INSAT-1-D*: یہ کثیر المقاصد سیٹلائٹ 12 جون 1990ء کو ”ڈیلٹا“ کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا اور کامیاب رہا۔ اس کا استعمال ٹیلی ویژن نشریات، ٹیلی فون اور موسمیات کے لئے کیا جا رہا ہے۔

(6) *INSAT-2-A*: 10 جولائی 1992ء کو یہ کثیر المقاصد سیٹلائٹ ”ڈیلٹا“ کے ذریعے خلا میں بھیجا گیا جو کامیابی سے کام کرنے لگا۔ یہ اب تک کے ہندستان کے کامیاب ترین سیٹلائٹوں میں سے ایک ہے۔ اس سے ہمارا ترسیلی نظام بے حد مضبوط ہوا ہے۔ اس سے خصوصاً ٹیلی فونی مواصلات اور ٹیلی ویژن کو کافی تقویت پہنچی ہے۔

(7) *INSAT-2-B*: 23 جولائی 1993ء کو یہ کثیر المقاصد سیٹلائٹ 'فرینچ گائنا' سے ارینا نام کے لانچر سے صبح چارج کر ایتیس منٹ پر چھوڑا گیا اور ٹھیک 35 منٹ بعد اسرو کے ہاسن ماسٹر کنٹرول اسٹیشن میں اس کے سگنل ملنے شروع ہو گئے۔ *INSAT-1-D* اور *INSAT-2-A* کے تمام چینل بھر جانے کی وجہ سے *INSAT-2-B* کو خلا میں بھیجا گیا۔ اس کے خالی ٹرانسپونڈرس کا استعمال نجی کمپنیاں بھی اپنے ترسیلی پیغامات بھیجنے کیلئے کر رہی ہیں۔

(8) *INSAT-2-D*: 4 جون 1997ء کو صبح چارج ہندوستان نے اپنا دوسری نسل کا چوتھا تجارتی سیٹلائٹ *INSAT-2-D* فرینچ گائنا کے کورو شہر سے ارینا Arina نامی لانچر کے ذریعے خلا میں بھیجا، یہ ارینا کی 97 ویں اڑان تھی، اس سیٹلائٹ کا وزن 2019 کلوگرام ہے ہندوستان کے ترسیلی انقلاب میں اس کی اہمیت سنگ میل کی سی ہے اس سے ٹیلی ویژن نشریات، موسمیات اور اعداد و شمار کی منتقلی میں گراں قدر اضافے ہوں گے۔ اس کی مدد سے نہ صرف ہندوستان بلکہ شمالی مشرقی افریقہ، وسطی ایشیا، مغربی ایشیا اور جنوب مشرقی ایشیا کے لوگ بھی ٹیلی ویژن دیکھ سکیں گے۔

(9) *IRS D-1*: یہ بھی کثیر المقاصد سیٹلائٹ ہے، اس کا وزن 12 سو کلوگرام ہے اس کی سب سے بڑی خصوصیت یہ ہے کہ اسے ہندوستان نے اپنے ہی بنائے ہوئے لانچر *P-S-L-V-C-1* کے ذریعے 29 ستمبر 1997ء کو مکمل کامیابی کے ساتھ خلا میں بھیجا۔ ہندوستان کے لئے یہ بہت بڑی کامیابی ہے اس نے سیٹلائٹ بنانے کی صلاحیت تو پیدا کر لی تھی لیکن خلائی راکٹ ٹکنالوجی میں ابھی تک نمایاں کامیابی نہیں ملی تھی۔ جس کے لئے اسے بڑی قیمت ادا کرنی پڑتی تھی۔ لہذا *INSAT-2-D* کو خلا میں بھیجنے کے لئے فرینچ گائنا کو 60 ملین ڈالر ادا کرنا پڑا تھا۔ جب کہ اس سیٹلائٹ کو بنانے پر کل لاگت 30 ملین ڈالر آئی تھی۔

راکٹ ٹکنالوجی میں اس کامیابی کے بعد اب ہندوستان کا مقام ترقی یافتہ ممالک کی صف میں نمایاں بن گیا ہے اور اس میدان میں خود کفیل ہو جانے کے بعد ہندوستان کے لئے ترقی کی مزید راہیں ہموار ہو گئی ہیں۔

اسکرپٹ نگاری:

اسکرپٹ نگاری پر کچھ لکھنے سے پہلے ہمیں اسکرپٹ کی تعریف اور اس کے اس پس منظر کو سمجھ لینا چاہیے جس کی ایک کامیاب اسکرپٹ کے لئے ضرورت ہوتی ہے۔ کامیاب اسکرپٹ سے مراد وہ اسکرپٹ ہے جسے خریدار موکل یا پروڈیوسر پسند کر لے اور جوڈائریکٹر کے لئے قابل قبول ہو۔ ساتھ ہی ساتھ یہ وضاحت بھی ضروری ہے کہ یہاں اسکرپٹ سے مراد صرف ٹیلی ویژن اور سنیما اسکرپٹ ہے۔

اتنی بات تو ہم میں سے ہر ایک جانتا ہے کہ ٹیلی ویژن کے ذریعے جو پروگرام ٹیلی کاسٹ کئے جاتے ہیں، یا فلم کے ذریعے پردہ سیمیں پر پیش ہوتے ہیں۔ خواہ وہ تیس سکند کے ہی کیوں نہ ہوں ان کے لئے پہلے اسکرپٹ تیار ہوتا ہے۔ بغیر اسکرپٹ کے کوئی پروگرام آگے کے مرحلے سے نہیں گزر سکتا، لہذا اسکرپٹ کسی پروگرام کی بنیادی ضرورت ہوتی۔ اس سے اس کی اہمیت کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔

اسکرپٹ کی وضاحت و صراحت کے لئے اکثر ”بلو پرنٹ“، ”فریم ورک“، ”یا ڈھانچے“ کا لفظ استعمال کیا جاتا ہے۔ ان الفاظ سے اس کی کسی حد تک وضاحت ہو جاتی ہے پھر بھی مزید وضاحت کے لئے یہاں ایک اور تعریف پیش کی جا رہی ہے۔

”اسکرپٹ ایک ایسی تحریر ہے جس کے اندر مختلف خیالی یا حقیقی واقعات کی سلسلہ وار تفصیلات مع آوازی و تصویری اجزاء کے درج ہوتی ہیں اور جس میں اس میدان کی قبول کردہ یا منظور شدہ اصطلاحات، مخففات و ہیئت کو استعمال کیا جاتا ہے“۔ 1

اصطلاحات، مخففات و ہیئت اسکرپٹ تحریر کرنے کا وہ تکنیکی طریقہ ہے جو اسکرپٹ کوریکارڈ کرنے کے لائق بناتا ہے، اسکرپٹ کوریکارڈ کرتے وقت ان کا استعمال ہوتا ہے۔

اسکرپٹ نگاری کے لئے پانچ چیزوں کی اہلیت و ضرورت ہوتی ہے۔

• ریسرچ کرنے کی ضرورت۔

• ڈھانچہ بنانا۔

• CONCEPT (کانسپٹ) کو سوچ لینے کی اہلیت۔

• VISUALIZATION بصری پیکر میں سوچ نے یا پیش کرنے کی اہلیت۔

• مکالمے اور بیانیہ لکھنے کا ملکہ۔¹

ریسرچ کی ضرورت:۔ ریسرچ کے ذریعے اسکرپٹ سے متعلق بنیادی

معلومات یکجا کی جاتی ہیں۔ اسکرپٹ رائٹر اسکرپٹ کے موضوع سے متعلق چیزوں کی تلاش

کر کے انہیں حاصل کرتا اور منظم کرتا ہے۔ ریسرچ کے ذریعے اسکرپٹ سے متعلق بہت سی

چیزوں کے بارے میں سمجھ بڑھتی ہے۔ اچھی طرح ریسرچ کر لینے کے بعد اسکرپٹ لکھنا

آسان ہو جاتا ہے، تخلیقیت پیدا ہوتی ہے۔ اور اس سے لطف حاصل ہوتا ہے۔ بغیر ریسرچ

کے اسکرپٹ لکھنا اکثر ذہن پر بار ہو جاتا ہے۔ جلد اکتاہٹ والے لکھنے والے لگتی ہے اور وقت

بھی زیادہ صرف ہوتا ہے۔ رائٹر اسی میں الجھا رہتا ہے کہ اسے کیا اور کیسے ترسیل کرنا ہے۔

لہذا یہ ایک فرحت بخش تخلیقی عمل ہونے کے بجائے ایک پریشان کن مرحلہ ہو جاتا ہے۔

ان تمام چیزوں سے بچنے کے لئے ریسرچ کے دوران دو قسم کی معلومات حاصل

کی جاتی ہیں۔ ایک تو یہ کہ پروگرام کو کس طرح ترتیب دیں۔ دوسرے موضوع کے بارے

میں مکمل معلومات۔

پروگرام کو ڈیزائن کرنے یا ترتیب دینے کے بارے میں معلومات اسکرپٹ تحریر

کرنے کے پہلے مرحلے میں جمع کی جاتی ہیں۔ اس میں سے بہت سی معلومات پروگرام کے

خریدار سے ملتی ہیں۔ ناظرین کے انٹرویو اور پروڈیوسر سے بھی اس سلسلے کی بہت سی

معلومات حاصل ہو جاتی ہیں۔

لیکن یہ معلومات پروگرام کے اصل مواد میں براہ راست بہت کم استعمال ہوتی ہیں۔ نہ ہی ان سے کوئی نظر یہ ملتا ہے اور نہ ہی ان کا کوئی تصویری پہلو ہے۔ یہ ایک ایسا خام مواد ہوتا ہے۔ جو پروگرام کا طریقہ کار متعین کرنے میں مددگار ہوگا۔ اس میں مندرجہ ذیل معلومات جمع کی جاتی ہیں۔

● پروگرام کا مقصد کیا ہے۔

● ناظرین کا تفصیلی تجزیہ۔

● مجوزہ پروگرام کا استعمال کیا ہے۔

ناظرین کا تجزیہ کسی پروگرام کی کامیابی اور موثر اسکرپٹ کے لئے لازمی ہے۔ کیونکہ جن کے لئے اسکرپٹ لکھا جا رہا ہے ان کا مزاج ان کی پسند و ناپسند ان کا نظریہ زندگی اور ان کے برتاؤ کے بارے میں سمجھ لینا بہتر ہوتا ہے۔ ہمیں یہ بھی جاننا چاہئے کہ ان کی تعداد کیا ہے۔ وہ کیا چاہتے ہیں ان کے علم کا معیار کیا ہے۔ اگر ان سب چیزوں پر اچھی طرح ریسرچ کر لی جائے تو پروگرام کا طریقہ کار متعین کرنے کے لئے بنیاد فراہم ہو جاتی ہے۔ ہو سکتا ہے کہ بظاہر یہ چیزیں بہت اہم نہ معلوم ہوں مگر ان کی اہمیت کا اندازہ اس وقت ہوگا جب انہیں اصل مواد کے ساتھ ہم آہنگ کیا جائے گا۔

اصل موضوع یا مواد کے بارے میں بھی ریسرچ کی اہمیت مسلم ہے اس وقت تک ایک کامیاب و موثر اسکرپٹ تحریر نہیں کیا جاسکتا جب تک کہ موضوع کو اچھی طرح سمجھ نہ لیا جائے اور یہ سمجھ ریسرچ کے ذریعے ہی پیدا ہوتی ہے۔ اصل موضوع یا مواد کے بارے میں معلومات پروگرام یا اسکرپٹ کے خریدار سے اس موضوع کے ماہرین سے اور ناظرین سے حاصل کی جاسکتی ہیں۔

اصل موضوع اور طریقہ کار کے تعین کے لئے بھی معلومات حاصل کرنے کا بہتر طریقہ انٹرویو ہے۔ انٹرویو کی تکنیک ہر جگہ مختلف ہوتی ہے مگر کچھ عام تکنیک مشترک بھی ہیں جیسے۔

انٹرویو کے لئے بیٹری سے چلنے والا ٹیپ ریکارڈ استعمال کرنا چاہئے۔ ہاتھ سے

لکھنا نہ صرف محنت طلب ہے بلکہ کبھی کبھی انٹرویو دینے والے کی اکٹاہٹ کا سبب بنتا ہے اگر کوئی کسی بات کو اپنی آواز میں ٹیپ نہ کرانا چاہے تو صورت حال مختلف ہوگی، لہذا انٹرویو شروع کرنے سے پہلے ہی یہ دریافت کر لینا چاہئے۔

انٹرویو کے لئے کھلے ہوئے سوالات کرنے چاہئیں۔ کھلے ہوئے سوالات کا جواب صرف ہاں یا ناں میں نہیں دیا جاسکتا۔ کھلے ہوئے سوالات کا جواب دینے کیلئے جواب دینے والے کو سوچنا پڑتا ہے کہ وہ کیا کہہ رہا ہے۔ کھلے ہوئے سوالات کے جوابات چونکہ گہرائی سے دیئے جاتے ہیں اس لئے اس میں بہت سی دوسری معلومات بھی ہوتی ہیں جن کی آپ کو درپردہ ضرورت ہو سکتی ہے۔ اس کے علاوہ اصل موضوع کے مواد کے لئے کانفرنس ہال میں بھی جانا پڑ سکتا ہے اور میدان میں بھی، کامگاریوں اور مزدوروں سے بھی انٹرویو لینا پڑ سکتا ہے اور انجینیر اور مل مالکوں سے بھی، آپ کو اس ٹریننگ پروگرام میں بھی جانا پڑ سکتا ہے جس کے لئے پروگرام تیار کیا جا رہا ہے یا جس پر پروگرام منحصر ہے۔ ہو سکتا ہے وہ کتابچہ پڑھنا پڑے جس میں کمپنی کے اصول و نظریات درج ہیں، ہو سکتا ہے آپ کو ویڈیو ٹیپ و فلم دیکھنی پڑے۔ کوئی مظاہرہ دیکھنا پڑے، فوٹو کھینچنا ہو، اسکیچ یا نقشہ بنانا ہو، بنیادی نکتہ یہ ہے کہ اسکرپٹ رائٹر کو ہر اس چیز کا پیچھا کرنا ہوگا۔ جو موضوع کا ماہر بننے میں مددگار ہو۔

اس سبب کا نتیجہ یہ ہوگا کہ آپ کے پاس مواد کا ایک بڑا بے ترتیب پلندہ جمع ہو جائے گا۔ جس میں بہت سے نوٹس ہوں گے۔ ریکارڈ کئے ہوئے ٹیپ ہوں گے۔ فوٹو اسٹیٹ کئے ہوئے اوراق ہوں گے۔ تصویریں ہوں گی چارٹ اور نقشے ہوں گے۔

ڈھانچہ بنانا: اب آپ کا اگلا قدم ہوگا اس مواد میں موجود معلومات و اطلاعات کو منطقی ترتیب کے ساتھ منظم کرنا، دوسرے الفاظ میں موضوع کا خاکہ تیار کرنا۔ خاکہ اسکرپٹ لکھنے کے عمل کو رواں، آسان اور تیز کر دیتا ہے۔ اور لطف انگیز ہوتا ہے۔ خاکہ بکھری ہوئی معلومات کو ایک مضبوط ڈھانچہ فراہم کرتا ہے اور یہ ڈھانچہ اسکرپٹ تحریر کرنے کے لئے ایک راہ نما کا کام کرتا ہے۔

عام طور سے خاکے کا ڈھانچہ تین حصوں پر منحصر ہوتا ہے۔ ابتداء، وسط، اور اختتام ابتداء میں پورے مسئلے کا بہت مختصر تعارف اس طرح کرایا جائے کہ اس میں بنیادی چیزیں بھی آجائیں اور ناظرین کو دل چسپی بھی پیدا ہو جائے۔ وسط یا جسم (Body) میں مسئلے یا اصل موضوع پر گہرائی کے ساتھ روشنی ڈالی جائے اور اختتام میں وسط میں دیئے گئے مواد یا معلومات سے نتیجہ اخذ کیا جائے یہ تینوں مختلف چیزیں آپس میں اصل موضوع کے ذریعے منسلک ہوتی ہیں۔

ابتدائیہ یا تعارف ناظرین کی دل چسپی حاصل کر کے اختصار کے ساتھ اصل مسئلے کو پیش کرتا ہے۔ وسط یا جسم اصل مسئلے کی تفصیل میں جا کر اسے وسعت دیتا ہے۔ اختتامیہ میں پیش کی گئی معلومات سے نتیجہ اخذ کیا جاتا ہے یہاں اہم بات یہ ہے کہ ڈھانچہ آسان سادہ اور استدلالی طریقے سے تیار کیا جائے تاکہ ناظرین آسانی سے اصل مسئلے کو سمجھ لیں یا متاثر ہو جائیں۔

CONCEPT THINKING: (کسی منصوبے یا

تجویز کو تصور کر لینا) :- ایک بار جب نقشہ، خاکہ طریقہ کار اور اصل موضوع و مسئلے سے متعلق مواد لکھنے والے کے سامنے آجاتا ہے تو دماغ میں تخلیق کا عمل شروع ہو جاتا ہے اور اس عمل کے تحت دو اطلاعات کو دو معلومات کو دو خیال کو ملانے سے ایک نیا خیال ایک نیا منصوبہ، نئی تجویز دماغ میں آتی ہے۔ اور یہیں سے کسی منصوبے یا تجویز کو تصور کر لینے کی ابتداء ہوتی ہے۔

کسی منصوبے یا تجویز (Concept) کو آگے بڑھانے سے پہلے یہ بات ذہن میں صاف رہنی چاہئے کہ پرنٹ میڈیا اور ویزوئل (Visual) میڈیا کی تحریر میں بنیادی فرق ہوتا ہے اور یہ فرق بالکل ایسا ہی ہے جیسے کہنا مختلف ہے دکھانے سے۔

جب کچھ کہتے یا لکھتے ہیں تو آپ موضوع کی الفاظ کے ذریعہ صراحت کرتے ہیں۔ اس میں ایسے الفاظ کا انتخاب کرتے ہیں جو سننے والے یا پڑھنے والے کے ذہن میں وہی تصور پیدا کرے جو آپ ترسیل کرنا چاہتے ہیں۔ اس صورت میں صرف الفاظ ہی

ترسیل کا ذریعہ ہوتے ہیں لیکن انکی بہت اہمیت ہے کیونکہ پڑھنے والے صرف ان ہی کے ذریعے معلومات یا اطلاعات یا کوئی پیغام حاصل کرتے ہیں۔ انہیں کے ذریعہ ریسیور کے ذہن کو متاثر کیا جاتا ہے لہذا اس طریقہ کار میں الفاظ کا انتخاب فنکارانہ طریقے سے کیا جانا چاہئے۔ جو پڑھنے والے یا سننے والے کے تخیل و ذہن کو متحرک کر دیں۔

جب کسی منصوبے یا تجویز کو بصری ہیئت میں پیش کیا جاتا ہے تو لکھنے والا کہنے پر کم توجہ دیتا ہے۔ بہ نسبت دکھانے کے۔ گو کہ یہاں بھی الفاظ کی اہمیت برقرار رہتی ہے لیکن یہاں یہ اہمیت فنی کے بجائے تکنیکی ہوتی ہے یہاں الفاظ خریدار ڈائریکٹر اور پروڈیوسر کو ترسیل ضرور کرتے ہیں۔ مگر یہ پڑھنے والے کی قوت تخیل کو متحرک کرنے کے کام نہیں آتے۔ لہذا بصری ہیئت کے اسکرپٹ میں الفاظ صرف آواز اور متحرک تصویر کی وضاحت کا ایک ذریعہ ہوتے ہیں۔ یہاں پیغام کی ترسیل آواز اور تصویر سے ہوتی ہے مگر پڑھنے والے کو نہیں بلکہ دیکھنے والے کو یہاں اسکرپٹ لکھنے والے کے سامنے یہ مسئلہ نہیں ہوتا کہ وہ کون سے الفاظ کاغذ پر تحریر کرے بلکہ اس کے سامنے یہ مسئلہ ہوتا ہے کہ وہ اسکرین پر کون سی تصویر تخلیق کرے۔ کسی بھی پیغام کو بصری وسائل کے ذریعہ پیش کرنے کی بات سوچنا تمام کامیاب اسکرپٹ نگاروں کی امتیازی خصوصیت ہوتی ہے لہذا وہ اس اہلیت کا استعمال پہلے پہل منصوبے یا تجویز کا تصور کرتے وقت کرتے ہیں۔ اور بعد میں زیادہ تفصیل کے ساتھ اس وقت کرتے ہیں جب اصل اسکرپٹ تیار کر رہے ہوں۔

VISUALIZATION: (بصری پیکر تراشنا):۔ جیسا کہ ہم

جانتے ہیں کسی خیالی منصوبے یا تجویز کی ترسیل مختلف طریقوں سے کی جاتی ہے مکالمہ یا بیانیہ کاروائی انداز جس میں الفاظ چہرے کے تاثرات اور آواز کے زیر و بم کے ذریعے کسی خیال کی ترسیل ہوتی ہے۔ طبع شدہ اوراق میں پڑھ کر کسی خیال یا پیغام کو سمجھا جاتا ہے۔ آواز پہ منحصر ذرائع میں سن کر کسی پیغام کو حاصل کیا جاتا ہے۔ لیکن ان سب میں سب سے زیادہ موثر اور طاقتور ذریعہ فلم ویڈیو ویشن ہے کیونکہ اس میں دیکھا بھی جاتا ہے اور سنا بھی جاتا ہے۔ ”شنیدہ کے بودمانند دیدہ“ کے پیش نظر ہم صرف سنے ہوئے پر بھروسہ نہیں کرتے

بلکہ اس میں واقعات کو اس کے پس منظر میں آنکھوں سے ہوتا ہوا دیکھتے بھی ہیں۔
 لہذا آواز، متحرک تصویر اور جائے وقوع یا مقام کے امتزاج کی وجہ سے فلم ویڈیو
 ویژن موثر ترین و مقبول ترین ذریعہ بن گیا ہے کیونکہ اس میں ذہن و دماغ قوت سامعہ
 و قوت باصرہ سے بیک وقت متاثر ہوتے ہیں۔ چونکہ اس میں تمام چیزیں متحرک تصویروں
 کے ذریعہ پیش کی جاتی ہیں اس لئے اسکرپٹ نگار کے لئے Visualization کی
 اہلیت بہت ضروری ہے۔ Visualization کی ابتداء اسکرپٹ نگار سے ہوتی ہے اس نے
 جو منصوبہ یا تجویز تیار کیا ہے اس کو وہ اپنے دماغ میں متحرک تصویروں کے ذریعے ترتیب
 دیتا ہے۔ پھر ان کو کاغذ پر ایک خاص فارمیٹ (ہیئت) کے تحت لکھتا جاتا ہے پہلا لکھا ہوا مسودہ
 ٹریٹ منٹ کہلاتا ہے اس کا آخری مسودہ اسکرپٹ کہلاتا ہے۔ مگر اسکرپٹ تیار ہو جانے سے بات
 مکمل نہیں ہو جاتی۔ جیسا کہ تحریری ذرائع میں ہوتا ہے دراصل اسکرپٹ نگار کا کام بچو لیئے
 کا ہے۔ جو اسکرپٹ کے ذریعہ کسی تجویز کا منصوبہ ڈائریکٹر کو ترسیل کرتا ہے۔ یہاں سے ڈائریکٹر
 کا کام شروع ہوتا ہے وہ اس کام کا اختتام کرتا ہے جس کی ابتداء رائٹر نے کی تھی وہ اسکرپٹ کو
 پوری تفصیل کے ساتھ ٹیپ پر ریکارڈ کرتا ہے اور ایسا کرتے ہوئے وہ رائٹر کی خیالی متحرک
 تصویروں کو حقیقی زندگی سے پر متحرک تصویروں میں تبدیل کرتا ہے جو رائٹر کے تصور کو پوری طرح
 پیش کر سکیں۔

Visualization کے عمل میں سین کی پوری تفصیل دینا چاہئے۔ اس سے
 اپنے مقصد کو حاصل کرنے میں آسانی ہوتی ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ اسے ناظرین کے
 لئے قابل قبول بھی ہونا چاہئے، مختصر یہ کہ ہم سین کو صرف Visualize ہی نہ کریں بلکہ موثر
 بھی بنائیں۔ 1

بصری پیکر کے ذریعے سوچنا ان لوگوں کے لئے آسان ہو جاتا ہے جو اپنا مافی
 الضمیر کہنے کے بجائے دکھانے کے ذریعے ادا کرنے کی عادت ڈالتے ہیں۔ دراصل یہ
 دماغ کی آنکھوں کے ذریعے کسی سین کو دیکھ لینے کا عمل ہوتا ہے۔

مکالمہ اور بیانیہ کی اہلیت :- ایک اچھے اسکرپٹ نگار کے اندر مکالمہ اور بیانیہ لکھنے کی اہلیت کا ہونا بھی ضروری ہے گوکہ ٹیلی ویژن اور فلم میں ریڈیو اور دوسرے آوازی ذرائع کی طرح مکالمے اور بیانیے کی اولین اہمیت نہیں ہوتی بلکہ ان کی اہمیت ثانوی ہوتی ہے کیونکہ ان میں اکثر اجسام کو پیش کر دینا کافی ہوتا ہے۔ انہیں بیان نہ بھی کیا جائے تو صورت حال مکمل ہو جاتی ہے اور قصہ آگے بڑھ جاتا ہے۔

پھر بھی مکالمے اور بیانیے کے بغیر کسی منصوبے یا تجویز کا مکمل ہونا ناممکن نہیں تو مشکل ضرور ہے، کیونکہ مکالمے یا بیانیے کے خوبصورت الفاظ اور الفاظ کی بہترین ترتیب سے پیدا ہوئی غنائیت۔ پھر مکالمے یا بیانیے کو ادا کرنے کے لئے آواز کا زیرو بم لہجے کی شیرینی اور گداز کسی منصوبے یا تجویز کو پرکشش و موثر بناتے ہیں۔ انہیں کے ذریعے کسی کردار کی شخصیت کا ارتقاء ہوتا ہے۔ اقدار و ترغیبات کی ترسیل انہیں کے ذریعے ہوتی ہے۔ کردار جو کچھ کہتا ہے یا نہیں کہتا ہے۔ اس سے اندازہ ہوتا ہے کہ وہ کیا سوچ رہا ہے کس صورت حال میں ہے اس کا منصوبہ کیا ہے مکالمے یا بیانیے سین میں صورت حال کو موزوں بناتے ہیں۔

یہ کرداروں کی شخصیت کو استحکام بخشنے ہیں الفاظ کرداروں کے اندر زندگی پیدا کرتے اور انہیں متحرک بناتے ہیں اور الفاظ ہی سے کسی رول میں اصلیت و واقعیت پیدا ہوتی ہے۔ ٹیلی ویژن اور فلم پہلے نظری آرٹ ہے پھر سمعی۔ اسی لئے ان میں مکالمے یا بیانیے صرف اتنے ہونے چاہئیں جتنے ایکشن کی وضاحت کے لئے ضروری ہوں۔ ان میں مکالموں کی زیادتی مناسب نہیں۔ کیونکہ یہاں ”کیا کہا“ سے زیادہ ”کیا کیا“ اہم ہوتا ہے۔ مکالمے حرکت و عمل کو قوت بخشنے اور قصے کو آگے بڑھانے کے لئے ہوتے ہیں۔

چونکہ ہر پروگرام کا وقت محدود ہوتا ہے اس لئے مکالموں میں Economy of Words ضروری ہے۔ اس میں الفاظ کا انتخاب بالکل اسی طرح کرنا چاہئے جس طرح ٹیلیگرام کے لئے کیا جاتا ہے لیکن انہیں اتنا مختصر بھی نہیں ہونا چاہئے کہ صورت حال ہی واضح نہ ہو۔

مکالمہ لکھتے وقت یہ نہیں سوچنا چاہئے کہ مکالمے لکھ رہے ہیں بلکہ یہ سوچنا چاہئے کہ مکالمے بول رہے ہیں یہاں یہ کہا جاسکتا ہے کہ مکالمے مختصر ہوں۔ موقع و محل کے لحاظ سے ہوں۔ سادہ اور سلیس ہوں کتابی زبان کے بجائے بات چیت کی زبان میں ہوں۔ ان سے حرکت و عمل میں مدد ملے ان میں کردار نگاری کا خیال رکھا گیا ہو اور ان سے کرداروں کی نفسیات و معاشرت کی ترجمانی ہو۔ مکالموں میں کرداروں کی صحیح فطرت و معاشرت کی عکاسی کے لئے مختلف طبقوں کی زبان پر دسترس ہونی چاہئے اور نہ صرف زبان بلکہ زبان کے پیچھے جو تہذیبی عوامل کام کرتے ہیں۔ ان سے بھی واقفیت ہونی چاہئے۔ تب ہی وہ اپنے کرداروں کو ان کی معاشرت کے مطابق الفاظ دے سکے گا۔

مکالموں میں موزونیت ہو وہ بے ربطی تکرار اور ابہام سے پاک ہوں۔ صاف اور واضح ہوں۔ ہر کردار بہترین الفاظ میں اپنا مافی الضمیر ادا کرے، پروفیسر محمد حسن نے ڈرامے کے حوالے سے مکالمے کے بارے میں بڑی اچھی بات کہی ہے جو ٹیلی ویژن اور فلم کے مکالموں پر بھی صادق آتی ہے۔

ان کا کہنا ہے کہ

”مکالمے تین صورتوں سے خالی نہیں ہوتے اور اگر وہ ان تینوں میں سے کوئی بھی شرط پوری نہ کرتے ہوں تو ڈرامے میں ان کی گنجائش نہیں۔ یا تو مکالمہ کہانی کو آگے بڑھاتا ہو۔ یا کردار کے کسی پہلو کو واضح اور اس میں تبدیلی و ارتقاء ظاہر کرتا ہو۔ یا فضا پیدا کرنے میں معاون ثابت ہوتا ہو۔ یہ معیار ہر مکالمے کے ہر ٹکڑے کے لئے برتا جاسکتا ہے لفاظی یا شاعرانہ تقریروں کی گنجائش اس طرح ختم ہو جاتی ہے۔“¹

اسکرپٹ کی ہیئت (SCRIPT FORMAT): فلم و ٹیلی

ویژن کی اسکرپٹ کا ڈھانچہ (Format) بہت ہی مخصوص قسم کی تحریر ہوتی ہے، اس سے مختلف مقاصد حاصل کئے جاتے ہیں۔ مثلاً یہ اسکرپٹ نگار کا Visualization ڈائریکٹر کو اس طرح ترسیل کرتی ہے کہ رائٹر کے مقصد کو وہ اچھی طرح سمجھ لے اور اس کی حقیقی متحرک پیش کش کر سکے۔ دوسرے یہ کہ پروڈیوسر اسی کے ذریعے خرچ کے تخمینے کی منظوری دیتا ہے۔ سین کی شوٹنگ کا مقام کیا ہوگا۔ کس قسم کے اداکار ہوں گے۔ موسیقی کیسی ہوگی۔ مخصوص اثرات مرتب کرنے کے لئے کن کن چیزوں کی ضرورت ہوگی۔ ساز و سامان کیا کیا استعمال ہوں گے۔ کون کون سے اور کس معیار کے آلات کی ضرورت ہوگی۔ ان تمام تفصیلات کا اندازہ اسکرپٹ سے کیا جاتا ہے۔ اور انہیں پر خرچ کے تخمینے کا انحصار ہوتا ہے۔

مزید یہ کہ پروڈکشن ٹیم کے ممبروں کے لئے بھی اسکرپٹ ایک اہم کارآمد دستاویز ہے۔ لہذا اس میں اسٹنٹ ڈائریکٹر، پروڈکشن اسٹنٹ اور دوسرے لوگوں کے لئے الگ الگ نشانات ہوتے ہیں۔ اسے ہر ایک کے کام کی نوعیت کے لحاظ سے کئی حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ شوٹنگ کے دوران اسکرپٹ سپروائزر کے ذریعے اس میں جو نوٹس لکھے جاتے ہیں۔ وہ پروگرام کے مختلف حصوں کو جوڑنے کے لئے ایڈیٹر کے پاس ایک بہت ہی موثر ذریعہ ہوتے ہیں۔

بعض اسکرپٹ نگار اسکرپٹ کی بنیاد کی پابندی پر اتنا زور دیتے ہیں کہ اصل مواد سے توجہ ہٹ جاتی ہے اس میں توازن برقرار رکھنا چاہئے اور مخصوص ہیئت کے باوجود اسکرپٹ کو ترسیل کا ایک لوچر ذریعہ ہونا چاہئے۔ اسکرپٹ کے بنیادی طور پر تین حصے ہوتے ہیں۔

● سین کا عنوان (Scene Heading) اس کے تحت سین کا مقام اور وقت ظاہر کیا جاتا ہے۔

● سین کا بیان (Scene discription) اس میں Visual کی حرکات کا مختصر مگر جامع بیان۔ آواز اور تجویز کی گئی موسیقی کے ساتھ ہوتا ہے۔

● مکالمے اور بیانیہ۔ (Dialogue and Naration) اس کے تحت

تمام بولے جانے والے الفاظ آجاتے ہیں خواہ وہ کرداروں کے ذریعہ ادا کئے جائیں یا راوی کے۔ اس کی ایک مختصر مثال اسی ترتیب سے ملاحظہ ہو۔

(سین کا عنوان) 1 : آفس میں داخلہ دن کا وقت۔

(سین کا بیان) 2 : ناصر آفس میں داخل ہوتا ہے اس کے ہاتھ میں

کاغذ کا پلندہ ہے وہ چہرے سے جھلایا ہوا لگ رہا ہے۔

: کاغذات کا پلندہ مسٹر سود کے سامنے میز پر پٹک

کر کہتا ہے۔

(مکالمہ) 3 : ناصر : یہ مجھے آپ نے بھیجوایا ہے۔

مسٹر سود : ہاں میں نے ہی بھیجا ہے۔

ناصر : مسٹر سود۔ یہ لگا تار چوتھا ہفتہ ہوگا۔ جب مجھے

چھٹیوں میں کام کرنا پڑے گا۔

یوں تو اسکرپٹ کی کئی ہیئتیں ہیں۔ لیکن بنیادی طور پر دو ہیئتیں زیادہ مقبول

ومروج ہیں ایک ”دوکالمی ہیئت“ اور دوسری ”اسکرین پلے ہیئت“ اسکرپٹ کے مذکورہ

بالا تینوں اجزاء ان دونوں ہیئتوں میں پائے جاتے ہیں۔ دوسری ہیئتیں جیسے اسٹوری

بورڈ، اورڈاکومنٹری اسکرپٹ بھی ٹیلی ویژن کے لئے استعمال ہوتی ہیں لیکن کم کم۔

دوکالمی ہیئت:۔ دوکالمی ہیئت میں کاغذ کو اوپر سے نیچے دو حصوں میں تقسیم کر لیتے

ہیں۔ پروگرام سے متعلق بصری نشانات (Video or Picture) بائیں کالم میں

اور آڈیو (Audio) یعنی سنائی دینے والی چیزیں داہنے کالم میں درج ہوتی

ہیں (اردو چونکہ دہنی طرف سے لکھی جاتی ہے لہذا اس میں یہ ترتیب الٹ جائے گی)۔

اس ہیئت میں بصری حصے کی تفصیل کے لئے وافر جگہ ہوتی ہے اور ساتھ ہی مکالمے

یا بیانیے کے لئے بھی باآسانی جگہ نکل آتی ہے۔ یہ ہیئت خصوصاً ان پروگراموں کے لئے

بہت موزوں ہے جن میں کئی کیمرے ایک ساتھ استعمال ہوتے ہیں کیمرے کے ایک

دو تین کر کے نمبر ہوتے ہیں ڈائریکٹر ”ٹیک ون“۔ ”ٹیک ٹو“۔ ”ٹیک تھری“۔ کے ذریعہ موقع و محل کی مناسبت اور ضرورت کے مطابق ہدایت دیتا جاتا ہے۔ جس کیمرے کا نمبر بولتا ہے وہی کیمرہ کام کرتا ہے۔ ڈائریکٹر اسکرپٹ میں کیمرے کا نمبر سین کے ساتھ درج کرتا جاتا ہے۔

اس قسم کی ہدایت کے لئے دو کالمی ہیئت بہت کارآمد ہوتی ہے کیونکہ اس میں ٹیک پوائنٹ کی نشاندہی حرکت و عمل کے ساتھ بہ آسانی ہو جاتی ہے اور مکالمہ و بیانیہ کے علاوہ ڈائریکٹر کے نوٹ کو بھی آسانی سے درج کیا جاسکتا ہے۔ ڈائریکٹر کے ٹیک پوائنٹ کے علاوہ دوسری ہدایات جیسے سوپر امپوز۔ ٹائٹل نوٹیشن۔ نقل مکانی یا کوئی اور ہدایات جو ڈائریکٹر دینا چاہے اس کے لکھنے کی گنجائش بھی اس میں ہوتی ہے اس ہیئت کی کچھ خاص باتیں اس طرح ہیں۔

- پورے اسکرپٹ میں صفحہ نمبر دیا جائے۔
- ہر نیا ایکٹ یا سین نئے صفحے سے شروع کیا جائے اور ان کی ابتداء میں لکھا جائے۔
- ”ایکٹ ایک۔ سین ایک، یا ایکٹ تین سین دو۔ اسے جلی حروف میں لکھا جائے اور اس کے نیچے لائن کھینچ دی جائے۔ 1

اسکرین پلے ہیئت: اسکرپٹ کی اس ہیئت میں کاغذ کو کالم میں تقسیم نہیں کیا جاتا۔ بلکہ سین کی وضاحت پورے کاغذ پر درج کی جاتی ہے۔ مکالمہ یا بیانیہ کاغذ کے وسط میں لکھا جاتا ہے۔ مزید تفصیلات درج ذیل ہیں۔

- اگر سین دوسرے صفحے پر جاری رہتا ہے تو صفحے کے آخر میں ”جاری ہے“ لکھنا چاہئے اور نئے صفحے کے اوپری کونے میں بھی ”جاری“ لکھنا چاہئے۔
- اگر مکالمہ دوسرے صفحے پر جاتا ہے تو پہلے صفحے پر جملہ مکمل ہو جانا چاہئے۔
- اور دوسرے صفحے پر کردار کے نام کے ساتھ ”جاری ہے“ درج کرنا چاہئے۔

• نئے ایکٹ اور سین کا نمبر۔ کیمرے کا نیا زاویہ، نیا شارٹ، خصوصی اثرات کو ظاہر کرنے والے الفاظ اور سین میں ہدایات دینے والی اصطلاحیں جیسے ”کٹ“ اور ”ڈیزالو“ کو جلی حروف میں ہونا چاہئے۔

• کرداروں کے ناموں کو بھی جلی حروف سے نمایاں کرنا چاہئے، کچھ اسکرپٹ نگار صرف ابتداء میں ہی کرداروں کے ناموں کو جلی کرتے ہیں۔ مگر بعض حضرات ہر جگہ جلی کرتے ہیں۔ دونوں طریقے مروج ہیں۔

• صفحے کے داہنی طرف ڈیڑھ انچ اور بائیں طرف ایک انچ کا حاشیہ ہونا چاہئے۔

• مکالمے اور بیانیئے صفحے کے وسط میں آئیں اس کے لئے داہنی طرف تین انچ اور بائیں طرف دو انچ کی جگہ چھوڑی جائے۔

• اس ہیئت میں کردار کا نام مکالمے کے اوپر صفحے کے وسط میں آتا ہے اس کے لئے داہنی طرف سے چار انچ جگہ چھوڑ کر لکھنا چاہئے۔

• صفحے کے اوپر اور نیچے بھی ایک ایک انچ کا حاشیہ ہونا چاہئے۔

• صفحہ نمبر اوپر سے آدھا انچ اور بائیں طرف سے ایک انچ چھوڑ کر لکھنا چاہئے۔

یہ ایک روایتی ہیئت ہے جو عموماً فلم کے لئے استعمال ہوتی تھی۔ اور ایسے پروگراموں کی شوٹنگ کے لئے جو ایک کیمرے سے ہو۔ یہ ہیئت لوکیشن شوٹنگ یعنی اسٹوڈیو سے باہر کی شوٹنگ کے لئے زیادہ کارآمد ہے عموماً اس میں کیمرے کا زاویہ بھی درج نہیں کیا جاتا۔ اس کا پورا پورا اختیار ڈائریکٹر کو دیا جاتا ہے وہ جس زاویے سے چاہے شارٹ لے۔ 1

ڈاکومنٹری اسکرپٹ :- ڈاکومنٹری کے لئے اسکرپٹ تحریر کرنے سے پہلے شوٹنگ کر لی جاتی ہے۔

پھر شوٹنگ کئے ہوئے مواد کے پیش نظر اسکرپٹ تحریر کی جاتی ہے، تاکہ بصری نشانات کو ایک ڈھانچے کے اندر ترتیب دیا جاسکے اس میں بیانیہ، بصری نشانات میں ربط

پیدا کرنے یا وضاحت کے لئے ہوتا ہے۔ لہذا ڈاکومنٹری کے اسکرپٹ کے نام پر شوٹنگ سے پہلے صرف ایک خاکہ سا تیار کر لیا جاتا ہے۔ جو ڈائریکٹر یا کیمرا مین کی رہنمائی یا مدد کے لئے ہوتا ہے۔

لیکن شوٹنگ کے بعد جب اسکرپٹ تیار کی جاتی ہے تو دو کالمی ہیٹ میں ہی تحریر کی جاتی ہے۔ ایک کالم میں آڈیو اور دوسرے کالم میں ویڈیو تحریر ہوتا ہے۔ اسکرپٹ فلم یا ویڈیو ٹیپ تیار کرنے کا پہلا مرحلہ ہے مگر اس کے دوسرے مرحلے بھی اسکرپٹ سے منسلک ہیں اس لئے ان کے بارے میں بھی یہاں گفتگو کر لینا مناسب ہوگا۔ دراصل ویڈیو ٹیپ و فلم پروگرام تیار کرنے کے پورے مرحلے کو چار حصوں میں بانٹا جاتا ہے۔

- (Writing) لکھنا: اسکے ذریعے ریسرچ کر کے اسکرپٹ کو پروان چڑھاتے ہیں
- (Pre production): پروڈکشن سے پہلے: یعنی اسکرپٹ کو ریکارڈ کرنے یا فلمانے سے پہلے کی تیاریاں۔ یہ تیاریاں پروڈکشن اور پوسٹ پروڈکشن پر محیط ہوتی ہیں۔
- (Production) پروڈکشن: اسکرپٹ کو، فلم، ویڈیو ٹیپ۔ آڈیو ٹیپ یا ان سب پر ریکارڈ کرنا۔
- (Post Production) پروڈکشن کے بعد: یعنی ریکارڈ کی ہوئی تصاویر و آوازیں حصے کو ایڈٹ کر کے کسی پروگرام کو مکمل کرنا۔

لکھنا: اس مرحلے کی ابتدا اس وقت ہوتی ہے جب کوئی پروڈیوسر موکل یا خریدار کسی اسکرپٹ نگار سے کسی موضوع پر اسکرپٹ تیار کرنے کو کہتا ہے۔ سب سے پہلے پروڈیوسر اور رائیٹر کی میٹنگ ہوتی ہے۔ جس میں پروگرام کی تفصیلات یعنی مسئلے موضوع اور مواد کا تعین ہوتا ہے۔ پھر رائیٹر مختلف ذرائع سے مواد اکٹھا کرتا ہے۔ مواد جمع کرنے کے طریقہ کار اور ذرائع کا انحصار پروگرام کے موضوع اور نوعیت پر ہوتا ہے۔ کچھ رائیٹر دو کاغذات تیار کرتے ہیں ایک پر اسکرپٹ اور دوسرے پر ٹریٹمنٹ لکھتے ہیں۔ کبھی کبھی کچھ پروڈیو

سر مواد کا خاکہ یا تلخیص تیار کرنے کو کہتے ہیں۔ رائیٹر اکثر اسکرپٹ کا پہلا دوسرا اور تیسرا مسودہ تیار کرتا ہے۔ اسکرپٹ کا آخری مسودہ تیار ہو جانے کے بعد پروڈیوسر، ڈائریکٹر اور خریدار مل کر اسے پردے پر بصری پیکروں کے ذریعے پیش کئے جانے کے امکانات پر غور کرتے ہیں۔ ترمیم و اضافے کے بعد اسکرپٹ کو منظوری دے دیتے ہیں۔ یہیں پروڈیوسر اخراجات کا اندازہ لگاتا ہے۔

پروڈکشن سے پہلے: اسکرپٹ کے منظور ہو جانے کے بعد رائٹر کی موجودگی ضروری نہیں ہوتی کبھی کبھی ضرورت پڑنے پر اسے بلا لیتے ہیں۔ ڈائریکٹر کبھی کبھار اس سے کسی سین کی تصویری پیش کش کے بارے میں مشورہ کر لیتا ہے، یا کبھی کسی سین میں ترمیم یا اضافے کے لئے اسے بلا لیتا ہے۔

رائٹر کی موجودگی یا غیر موجودگی میں اب اسکرپٹ ہی سب کی توجہ کا مرکز بن جاتی ہے۔ شوٹنگ شروع کرنے سے پہلے کا یہی وہ مرحلہ ہے جس میں وہ سارے انتظامات کئے جاتے اور وہ تمام لوازمات مہیا کرائے جاتے ہیں جو ہر طرح سے مکمل شاٹ لینے کے لئے ضروری ہوتے ہیں یہیں پورے پروڈکشن کا طریقہ کار اور پروگرام طے ہوتا ہے۔ ان سب تیاریوں میں کتنا وقت لگتا ہے یہ منحصر ہوتا ہے آپ کی اسکرپٹ کی نوعیت پر۔ اسکرپٹ میں جتنے کردار ہوں گے اسی کے لحاظ سے اداکاروں کا انتخاب اور ان سے معاہدہ ہوگا اسکرپٹ میں جتنے مقامات دئے گئے ہوں گے یا سین کی مناسبت سے مقامات کا انتخاب کر کے ان کا معائنہ کرنا ہوتا ہے کہ کیا وہ پروڈکشن کی ضروریات کے مطابق ہیں کیا وہاں لائٹ ساؤنڈ کے آلات اور دوسرے آلات کو استعمال کیا جاسکے گا اور پروڈکشن ٹیم کے افراد کی ذاتی ضروریات فراہم ہو سکیں گی۔ اگر اسکرپٹ کسی عالیشان سیٹ کی مانگ کرتی ہے تو اسکرپٹ کی تفصیلات کے مطابق اسے بنایا سجا یا سنوارا جاتا ہے۔ اسکرپٹ نگار جہاں ضمنی جزیات کو بھی مکمل کرنے کی تاکید کر دیتا ہے۔ وہاں صرفے اور وقت پر دھیان دیئے بغیر جزیات کو مکمل کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

پروڈکشن: تمام تیاریاں مکمل ہو جانے کے بعد شوٹنگ کا کام شروع ہوتا ہے۔ یہاں اس بات کی کوشش کی جاتی ہے کہ کم سے کم وقت میں شوٹنگ کا کام مکمل کر لیا جائے۔ کیونکہ یہ بہت مشکل مہنگا اور گنجلک کام ہوتا ہے۔ شوٹنگ کے لئے عموماً تین سے سات لوگوں کے عملے کی ضرورت ہوتی ہے جس میں مندرجہ ذیل لوگ شامل ہوتے ہیں۔

● DIRECTOR:- اس شخص پر اسکرپٹ کو فلم ویڈیو یا آڈیو ٹیپ پر

منتقل کرنے کی پوری ذمہ داری ہوتی ہے۔

● ASSTT. DIRECTOR: اس پر بھی کام کا کافی بوجھ ہوتا ہے۔ کیونکہ یہ ڈائریکٹر

کا دست راست ہوتا ہے۔

● LIGHTING DIRECTOR, CAMERA OPERATOR

یہ شخص روشنی کا انتظام کرتا اور کیمرے کے استعمال کا ذمہ دار ہوتا ہے۔

● SOUNDENGINEER:- یہ فرد آواز کو ریکارڈ کرنے کی ذمہ داری

نبھاتا ہے۔

● GOFFER:- یہ لائٹ ڈائریکٹر کا پہلا نائب ہوتا ہے۔

● GRIP:- یہ عام لیبر اسٹنٹ ہوتا ہے۔

● PRODUCTION ASSTT.:- یہ پروگرام کا عام اسٹنٹ ہوتا ہے جو عام

انتظامات میں مدد کرتا ہے۔

رائیٹر کے لکھے ہوئے اسکرپٹ کو مکمل کرنے یا فلمانے کے لئے ان

تمام لوگوں کو بہت محنت مشقت اٹھانی پڑتی ہے۔ بہت وقت صرف کرنا ہوتا

ہے۔ پروڈکشن کے نقطہ نظر سے یہ بہتر ہوتا ہے کہ مقام اور وقت کا خصوصی طور پر

تعیین نہ کیا جائے۔ بلکہ ایسی چیزوں کے انتخاب کا اختیار ڈائریکٹر کو دے

دیا جائے۔ 1

اسکرپٹ کو پروڈکشن میں سہولت پیدا کرنے کے لائق بنانے کے لئے ایک طریقہ یہ بھی استعمال کیا جا سکتا ہے کہ کسی سین کو لکھ کر بار بار یہ تصور کیا جائے کہ کاغذ پر جو کچھ لکھا گیا ہے اسے کسی مقام پر کیمرے کے سامنے مکمل تفصیل کے ساتھ عملاً کس طرح پیش کیا جائے گا۔ کیا یہ سب کچھ مقررہ وقت کے اندر اس طرح عملاً پیش کیا جاسکے گا کہ کیمرہ اسے ریکارڈ کر لے۔ پھر یہ تصور کرنا چاہئے کہ مطلوبہ اثرات اس سے سادہ اور آسان طریقے سے پیش کئے گئے سین کے ذریعے مرتب کئے جاسکتے ہیں یا نہیں۔ اگر یہ ممکن ہے تو سین کے اندر ترمیم کر لینی چاہئے۔ ورنہ جوں کا توں رہنے دینا چاہئے۔ اس بات کو مندرجہ ذیل مثال سے بھی سمجھا جاسکتا ہے۔ صورت حال کچھ اس طرح ہے۔

غروب آفتاب کا وقت ہے۔ حامد اپنی کار میں بیٹھ کر کوٹھی کے گیٹ سے باہر نکل رہا ہے کہ اس کی بیوی خالدہ باہر سے ہاتھ میں کچھ تھیلے اٹھائے ہوئے وہاں آجاتی ہے حامد کار روک کر کار کی کھڑکی سے سر باہر نکال کر کہتا ہے۔

حامد : سجاد کی طبیعت پھر خراب ہوگئی ہے۔ اس کی بیوی کا فون آیا تھا۔
میں وہی جا رہا ہوں۔

خالدہ : ارے یہ تو بہت برا ہوا۔ آپ جلدی جائیے اور فون پر مجھے اس کا حال بتائیے گا۔

حامد : لیکن وہ ہمارا ڈنر کا پروگرام۔

خالدہ : دیکھا جائے گا میں گھر میں کچھ بنا لوں گی۔

حامد : ٹھیک ہے میں چلتا ہوں۔

خالدہ : فوراً فون کیجئے گا۔

حامد : ٹھیک ہے۔

اس سین کی شوٹنگ میں کئی قباحتیں ہیں۔ کیونکہ غروب آفتاب کے وقت کی شوٹنگ بہت مشکل ہوتی ہے۔ اس وقت ہر پل روشنی کم ہوتی جاتی ہے اور اس کا رنگ بھی

بدلتا جاتا ہے پھر سڑک کے قریب کی شوٹنگ میں ٹریفک کی آمد و رفت اور شور پر قابو پانا مشکل ہو جاتا ہے اور جب تک دوسری آوازوں پر قابو نہیں پایا جائے گا مکالموں کی ادائیگی اور آواز کا معیار اچھا نہیں ہوگا۔

اگر اس سین کو اس طرح کر دیا جائے کہ حامد کے گھر سے باہر نکلنے کے پہلے ہی ابھی وہ الماری سے اپنا کوٹ نکال رہا ہو تب ہی خالدہ کال بل جائے اور پھر سارا مکالمہ گھر کے اندر ادا ہو تو شوٹنگ میں کافی آسانی ہو جائے گی یہاں تک کہ باہر والی شوٹنگ میں ایک گھنٹے لگیں گے تو اندر والی شوٹنگ بیس منٹ میں ہو جائے گی۔

اگر ایسی تبدیلی سے قصے پر واقعے پر نقطہ نظر کی پیش کش و وضاحت پر کوئی اثر نہ پڑ رہا ہو تو کر لینی چاہئے۔

پروڈکشن کے بعد: شوٹنگ مکمل ہو جانے کے بعد یہ مرحلہ شروع ہوتا ہے۔ اس میں شوٹنگ کی ہوئی فلم یا ٹیپ کی اڈیٹنگ کی جاتی ہے۔ اڈیٹنگ کا کام مرصع سازی کے مترادف ہے۔ آپ کے سامنے سونے کا ڈالا رکھا ہو۔ خواہ کتنا ہی قیمتی ہو۔ نہ اس میں کوئی حسن ہوگا نہ اسے استعمال کیا جاسکے گا۔ جب تک مرصع ساز تراش خراش کر ٹیکنوں کو جڑ کر اسے زیور کی شکل نہ دے دے۔ کچھ یہی صورت شوٹنگ کی ہوئی فلم یا ٹیپ کی ہوتی ہے۔ اڈیٹنگ کرنے والا زائد چیزوں کو کاٹ چھانٹ کر نکالتا ہے۔ مختلف چیزوں کو جوڑ کر ربط تسلسل پیدا کرتا ہے۔ کسی چیز کو ایک مقام سے ہٹا کر دوسرے مقام پر رکھتا ہے۔ دو تین زاویے سے لئے گئے۔ شاٹ کا موازنہ کر کے سب سے مناسب و موزوں شاٹ کو فٹ کرتا ہے۔ اس طرح ایڈیٹر خام مال کو تیار مال میں تبدیل کرتا ہے۔ اس کے لئے ایڈیٹر اسکرپٹ کی اس ماسٹر کاپی کو اپنے ساتھ رکھتا ہے۔ جس پر اسٹنٹ ڈائریکٹر یا پروڈکشن اسٹنٹ نے نوٹ لکھے تھے۔

ٹیلی ویژن کی اصناف

ڈاکومنٹری اور فیچر:

ڈاکومنٹری یا فیچر میں خبریں ہوتی ہیں، اطلاعات ہوتی ہیں۔ حال کے کسی مسئلے کو زیر بحث لایا جاتا ہے یا تاریخ کے کسی واقعے کو پیش کیا جاتا ہے۔ یہ ادبی (تعلیمی) ہو سکتی ہے، تہذیبی ہو سکتی ہے یا کوئی ایسی چیز جس کا بظاہر اپنے عہد کے کسی مسئلے سے کوئی تعلق نہ ہو۔

لیکن ڈاکومنٹری براہ راست نہ خبر ہوتی ہے نہ انٹرویو نہ مذاکرہ، البتہ یہ چیزیں اس میں کہیں نہ کہیں موجود ضرور ہوتی ہیں۔ ماہرین کا ماننا ہے کہ ڈاکومنٹری خبر، خصوصی واقعات، فیچر موسیقی اور ڈرامے کا امتزاج ہوتی ہے۔ یہ ترسیل کی تخلیقی اصناف کے امتزاج کے ذریعے ماضی و حال کو پیش کرتی اور مستقبل کے امکانات کو واضح کرتی ہے۔ اس کے ذریعے کبھی کبھی یہ سب کچھ ایک واحد پروگرام میں سما جاتا ہے۔ جس کا انداز بیک وقت ڈرامائی علمی و جذباتی صورت حال سے ملوث ہوتا ہے۔ کچھ ناقدین ڈاکومنٹری کو خبریں اور اطلاعات پہنچانے کا بہترین فن تصور کرتے ہیں۔ لیکن ڈاکومنٹری مطلع کرنے کے ساتھ ساتھ ایک نقطہ نظر (View point) بھی پیش کرتی ہے۔ یا اس کا کوئی نہ کوئی مقصد بھی ہوتا ہے اور خاص بات یہ ہے کہ ڈاکومنٹری خیالی باتوں کے بجائے حقیقت اور سچائی پر مبنی ہوتی ہے¹

ایک اچھی ڈاکومنٹری کسی شہر علاقے یا ملک کی سیاسی، سماجی، اقتصادی یہاں تک کہ قانونی ترقی پر مثبت اثرات مرتب کرتی ہے، اکثر فیچر اور ڈاکومنٹری کو ایک ہی تصور کیا جاتا ہے مگر رابرٹ ایل، ہیرالڈ فیچر سے کہتا ہے جس میں کسی مسئلے کو

1. Robert L. Hilliard, Writing Television Radio and New Media, USA, 1999, p165

پیش نہ کیا گیا ہو اور نہ کسی خاص موضوع کی طرف کوئی نقطہ نظر ہو۔

ڈاکومنٹری وہ ایسی تخلیق کو کہتا ہے جس میں کسی مسئلے پر اس طرح روشنی ڈالی گئی ہو کہ دیکھنے اور سننے والے اس سے متاثر ہو کر اس مسئلے کے حل کے لئے عملاً اٹھ کھڑے ہوں¹۔ ہیرالڈ کا خیال ہے کہ فیچر کسی واقعے، صورت حال، کسی شخص، منصوبے، تجویز یا تصور کے بارے میں براہ راست رپورٹ ہوتا ہے مثال کے طور پر ملک کے کسی ایسے شخص کے حالات زندگی پیش کئے جائیں جو کسی وجہ سے بے گھر ہو گیا ہے تو یہ فیچر ہے۔ اگر اسی کے ساتھ ساتھ یہ خیال بھی شامل کر دیا جائے کہ بے گھر لوگوں کی مدد کرنا برادری کی اہم ذمہ داری ہے تو یہ فیچر ڈاکومنٹری کے دائرے میں داخل ہو جائے گا۔

کسی نئی فیکٹری کے روز بروز کے پروڈکشن پر کچھ پیش کرنا فیچر ہے مگر اسے ایسی مثالی فیکٹری کے طور پر پیش کیا جائے جو اپنے منافع میں اپنے کامگاروں کو بھی حصہ دیتی ہے اور یہ نظریہ پیش کیا جائے کہ اس سے ان فیکٹریوں کو سبق لینا چاہئے جو کم اجرت پر کامگاروں سے کام کروا کر ان کا استحصال کرتی ہیں، تو یہ ڈاکومنٹری ہو جائے گی۔

گرمی کی چھٹیوں میں مقامی چڑیا گھر یا آگرہ جا کر تاج محل دیکھنے کا ایک سفر نامہ (TRAVELOUGUE) فیچر ہوگا۔ لیکن اگر شہر کی گندگی سے بیماری پھیلنے کے خدشے یا فضائی آلودگی کے مضر اثرات پر کوئی چیز پیش کی جائے تو یہ ڈاکومنٹری ہوگی۔ فیچر یا ڈاکومنٹری دونوں فن کاری کا اچھا نمونہ ہو سکتے ہیں۔ بس دونوں کا مقصد تھوڑا سا مختلف ہوتا ہے۔

اسپیشل ایونٹ (SPECIAL EVENT): اسپیشل ایونٹ پر بھی کبھی کبھی فیچر کا دھوکا ہوتا ہے۔ فیچر ایک منصوبے کے تحت خصوصی طور پر اسکرپٹ کی شکل میں کسی اسٹیشن کے ذریعے تیار کیا گیا پروگرام ہوتا ہے، جب کہ اسپیشل ایونٹ زندگی کا ایسا واقعہ ہوتا ہے جو واقعی رونما ہوا ہو اور اسے عام آدمی میں سے کسی نے منظم کیا ہو۔ (عام آدمی سے مراد

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television Radio and New Media, USA, 1999,p165

غیر میڈیا پرسن ہے) اسپیشل ایونٹ بہ نسبت فیچر یا ڈاکومنٹری کے، خبر سے زیادہ قریب ہوتی ہے۔ یہ کبھی کبھی غیر متوقع بھی ہوتی ہے جب کہ فیچر یا ڈاکومنٹری پہلے سے منصوبہ بنا کر تیار کی جاتی ہے۔

اسپیشل ایونٹ کسی سربراہ مملکت کی کسی شہر میں آمد، کسی فلم کے اداکاروں کی موجودگی میں اس کا پری میئر شو یا کسی خاص عمارت کا افتتاح ہو سکتی ہے۔ لیکن فیچر ان واقعات کا احاطہ کرتا ہے جن میں کسی ادارے مثلاً صحت عامہ کا ادارہ ایڈس کی روک تھام کے لئے کون سے اقدام اٹھا رہا ہے۔ ڈاکومنٹری اس سے اور آگے بڑھ کر اس میں کوئی نظریہ بھی داخل کرتی ہے۔

تجربہ کار ڈاکومنٹری پروڈیوسر DONHEWITT کا کہنا ہے:

"The key to 60 Minute's (60 Minutes Documetary) success is a combination of good old-fashioned reporting and recognising people who have an ability to tell stories rather than simply reporting an envents"¹.

اس بیان سے واضح ہوا کہ اسٹوری بیان کرنا خبر کی رپورٹنگ سے بالکل مختلف ہے مزید یہ کہ فیچر اور ڈاکومنٹری میں ڈرامہ ہوتا ہے، گہرائی ہوتی ہے، ناظرین اور موضوع سے ایک رابطہ (Empathy) ہوتا ہے جو اسپیشل ایونٹ میں نہیں ہوتا۔ پھر یہ کہ اسپیشل ایونٹ کا وقت مقرر نہیں ہوتا جب کہ فیچر اور ڈاکومنٹری کا وقت مقرر ہوتا ہے۔ گو کہ ڈاکومنٹری اور فیچر دونوں مسائل، واقعات یا اشخاص سے متعلق ہوتے ہیں۔ جن کا تعلق حال یا ماضی

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television Radio and New Media, USA, 1999,p166

سے ہوتا ہے۔ پھر بھی وہ خبر نہیں ہوتے۔ دونوں بہ ظاہر نظر آنے والی چیزوں کی تہہ میں جاتے ہیں۔ خصوصاً ڈاکومنٹری زیادہ گہرائی میں جاتی ہے کہ اصلیت زیادہ واضح کر سکے۔ فیچر اصولاً مطلع کرتا ہے جب کہ ڈاکومنٹری کسی مسئلے پر سوچنے پر مجبور کرتی اور احساس دلاتی ہے۔ ڈاکومنٹری کو زیادہ سے زیادہ انکشاف کرنے والا ہونا چاہئے۔ جو کچھ ہوا اس کی وجوہات بتائے۔ اس سے جن لوگوں کے جذبات متاثر ہوئے ہیں ان کی نشاندہی کرائے۔ مزید یہ کہ ماہرین کی اور جن لوگوں کے متاثر ہونے کے امکانات ہیں۔ ان کی آرا و خیالات پر بھی روشنی ڈالے۔ فیچر عموماً معروضیت کو ظاہر کرتا ہے۔ جب کہ ڈاکومنٹری تعبیر و توصیف کے ساتھ ایک نقطہ نظر بھی پیش کرتی ہے۔

لکھنے کا طریقہ: فیچر اور ڈاکومنٹری دونوں ہی گہری اور محتاط ریسرچ، تجزیے اور تشخیص کا مطالبہ کرتے ہیں۔ دونوں میں ہی خبر، انٹرویو، مباحثہ، ڈرامہ، تقریر اور موسیقی کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔

دونوں کے لئے پہلے ایک آؤٹ لائن تیار کی جاتی ہے۔ موضوع کے انتخاب کے بعد رائیٹر کو ایک مکمل آؤٹ لائن تیار کر لینا چاہئے۔ پھر یہ دیکھنا چاہئے کہ انٹرویو، ریکارڈنگ، خاندان کے فوٹو گراف ڈائری یا اور دوسرے مواد میں سے کیا کیا مل سکتا ہے۔ آؤٹ لائن اسی امکان پر تیار کی جاتی ہے۔ پھر مکمل ریسرچ کے بعد ایک ابتدائی اسکرپٹ تیار کی جاتی ہے جس میں تمام حاصل شدہ مواد کو استعمال کیا جاتا ہے۔

فارم یا ہیئت: ڈاکومنٹری اور فیچر دونوں ڈرامے کی ہیئت میں ہو سکتے ہیں۔ مگر اس طرح نہیں جیسے ایک افسانوی ڈرامہ ہوتا ہے۔ بلکہ انھیں کسی صورت حال کی معتبر حقیقی پیش کش ہونا چاہئے۔

گو کہ ایسے پروگرام حقیقی اعداد و شمار، اطلاعات اور تعلیمی مواد پر منحصر ہوتے ہیں۔ مگر انھیں ایڈیٹنگ اور بیانیے کے ذریعے دل چسپ بنایا جاسکتا ہے۔ یہاں یہ کہنے کی

چنداں ضرورت نہیں کہ یہ دونوں بیانیے میں بھی ہو سکتے ہیں بلکہ ڈاکومنٹری کے لیے تو بیانیہ ایک لازمی جز ہے۔ مگر اس کی زیادتی اچھی نہیں بیانیے کی زیادتی سے پروگرام کوئی تعلیمی انٹرویو یا لکچر لگنے لگتا ہے۔ لہذا اس سے احتراز کرتے ہوئے بیانیے کے ذریعے چیزوں کو اختصار کے ساتھ مبسوط طریقے سے پیش کرنا چاہئے۔

فیچر اور ڈاکومنٹری سے ملتی ہوئی ایک چیز ڈاکوڈراما ہوتی ہے۔ جس میں حقیقت اور افسانے کا امتزاج پیش کیا جاتا ہے، مثال کے طور پر ہم کردار تو حقیقی لیں مگر اس کی زندگی کے واقعات میں افسانہ داخل کر دیں، یا واقعات تو حقیقی لیں مگر اس میں کردار غیر حقیقی ہوں۔ یہ بھی ہو سکتا ہے کہ کردار و واقعات دونوں حقیقی ہوں مگر ان کی تفصیلات کو خیالی طور پر امکانی بنانے کی کوشش کی جائے جیسا کہ معلومات کے خلا کو پُر کرنے کے لئے کیا جاتا ہے، زندگی سے سیکڑوں کردار اور واقعات حاصل کئے جاسکتے ہیں جنہیں نیم حقیقی بنا کر پیش کیا جاسکتا ہے۔

طریقہ کار: فیچر اور خصوصاً ڈاکومنٹری میں حقیقی اشخاص کے حقیقی الفاظ ہوتے ہیں۔ اگر وہ شخص حیات نہیں ہے یا اس تک رسائی ممکن نہیں ہے اور اس کی آواز کی ریکارڈنگ بھی نہیں ہے تو اس کی تحریر ڈائری، خطوط (مطبوعہ یا غیر مطبوعہ) یا متحرک وغیر متحرک تصاویر کو شامل کیا جاسکتا ہے پھر واقعات کے پس منظر کی اصل آواز و ویزوئل کو لیا جائے۔

اکثر ان تمام چیزوں کا آپس میں ربط نہیں ہوتا مگر انہیں ساتھ رکھ کر آؤٹ لائن کے مطابق اس طرح ایڈٹ کیا جائے جن سے ڈرامائی حرکت اور ربط و تسلسل پیدا ہو جائے۔

اب مسئلہ یہ اٹھتا ہے کہ شروع کس طرح کریں۔ یہ دونوں ہیئتیں، غیر نزاعی موضوعات کو لے کر شروع کی جاسکتی ہیں۔ مگر سب سے زیادہ یہ خیال رکھنا چاہئے کہ کون سا

موضوع عوام کی دل چسپی کا ہے۔ یہ ایڈس کا مسلہ ہو۔ سرکاری عملے کے کرپش کا معاملہ ہو یا جنگ سے تباہی کے امکانات بہر حال اس کے لئے ہمیں سب سے پہلے:

- موضوع اور نظریے کا تعین کر لینا چاہئے۔ کیا یہ کوئی آب جیکٹیو (Objective) معروضی حقیقی فیچر ہوگا یا کوئی (Subjective) موضوعی ڈاکومنٹری۔

- اس کے لئے ایک آزمائشی یا ابتدائی آؤٹ لائن بنالیں۔ جو کسی سڑک کا نقشہ نہ ہو بلکہ عام ہدایات ہوں۔

- گہرائی سے رسرچ کریں۔ لائبریریاں کھنگالیں، لوگوں تک پہنچیں، مقام تک پہنچیں۔ اور جو زبانی یا تحریری مواد حاصل ہو اس کا گہرائی سے مطالعہ کریں۔
- ڈائریکٹرو پروڈیوسر کے ساتھ بیٹھ کر آؤٹ لائن پر اچھی طرح غور و خوض کر لیں۔
- پھر مکمل اسکرپٹ لکھ ڈالیں۔

- ترمیم و اضافہ ہوتا رہتا ہے۔ دوسری یا تیسری بار لکھنے پر جب اسکرپٹ ایک شکل اختیار کرنے لگتی ہے تو موقع محل اور پس منظر کی ضرورت کے مطابق اس میں سے کچھ چیزوں کو نکالنا پڑتا ہے۔ (خصوصاً انٹرویو والے مواد میں سے) اس دوران کچھ نیا مواد حاصل ہو جاتا ہے تو بنیادی نظریے سے مناسبت اور ضرورت کے تحت اس میں کچھ داخل بھی کرنا پڑتا ہے۔

- کچھ موضوعات آؤٹ لائن میں امکانی طور پر داخل کر لیے جاتے ہیں۔ اگر وہ تمام کوشش کے باوجود حاصل نہ ہو سکیں تو انھیں ترک کرنا پڑتا ہے، اور اسی مناسبت سے آؤٹ لائن میں تبدیلی ہو جاتی ہے۔

- تمام ترمیم و اضافے کے بعد مکمل اسکرپٹ تیار ہو جائے تو اس پر، پروڈیوسر اور ڈائریکٹر کے ساتھ بیٹھ کر نظر ثانی کرنی چاہئے۔

• گوکہ ڈاکومنٹری میں کسی ایک نظریے پر زور ہوتا ہے۔ مگر مسئلے کے تمام رخوں کو پیش کرنا چاہئے۔ اس سے بنیادی نظریے کو مدد ملتی ہے۔ نظریہ ہر صورت میں اہم ہوتا ہے۔ خواہ پروگرام کسی چھوٹے اسٹیشن کے لئے کم پیسے میں بنایا جا رہا ہو یا کسی نیٹ ورک کے لئے بڑے بجٹ سے۔

• ٹیلی ویژن ڈاکومنٹری فہرچر میں راوی (NARRATOR) بہت اہم رول ادا کرتا ہے مگر جب تک وہ کوئی بڑی شخصیت نہ ہو اسے پس پردہ ہی رہنا چاہئے۔ اور ویزوئل کی مناسبت سے صرف اس کی آواز آتی رہے۔

• چیزوں کو بیان کرتے وقت ان کا ویزوئل اسکرین پر آتا رہے۔
• جیسے ہی موقع ملے اس میں حقیقی اور زندہ چیزوں کو داخل کر دینا چاہئے۔ مثلاً کسی کا انٹرویو۔ مگر انٹرویو دینے والے کو راوی کا بدل نہیں ہونا چاہئے۔

• اختتام کا ربط گذری ہوئی چیزوں سے ہونا چاہئے اور اختتام تک واقعات میں ربط و تسلسل قائم رہے۔

• ڈاکومنٹری کا پروڈکشن آسان ہوتا ہے۔ اسے کم سے کم ساز و سامان کے ذریعے پیش کیا جاسکتا ہے۔

• ڈاکومنٹری عموماً 60 منٹ کی ہوتی ہے۔ مگر منی ڈاکومنٹری کا رواج بھی کافی مقبول ہو گیا ہے۔ یہ پندرہ سے بیس منٹ کی ہوتی ہے۔ اسے لکھنے اور پروڈیوس کرنے کا سارا طریقہ وہی ہے۔ جو 60 منٹ کا ہے۔ اس میں صرف پیچیدگی سے پرہیز کیا جاتا ہے اس میں چیزیں صاف اور سیدھے طریقے سے پیش ہوتی ہیں۔

• سوانحی ڈاکومنٹری بھی کافی مقبول ہوتی ہے۔ اس میں کسی شخص کے حالات زندگی پیش کرتے ہوئے تاریخی ترتیب کو سختی سے ملحوظ رکھنا چاہئے اور اسٹوری صیغہ ماضی میں ہی بیان ہونی چاہئے خواہ صاحب سوانح حیات ہی کیوں

نہ ہو۔ سوانحی اسٹوری، صاحب سوانح حیات ہو پھر بھی، دوسروں کے ذریعے ہی بیان ہونی چاہئے خود اس کی زبانی نہیں۔¹

انٹرویو:

انٹرویو ٹیلی ویژن کی ایک ایسی صنف ہے جو اپنی مستقل حیثیت بھی رکھتی ہے۔ اور اسے ضمنی طور پر دوسرے بہت سے پروگراموں میں بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ انٹرویو کی بنیادی طور پر تین قسمیں ہوتی ہیں۔

- OPINION (رائے حاصل کرنے والا) انٹرویو۔
- INFORMATION (اطلاعاتی) انٹرویو۔
- PERSONALITY (شخصیت پر روشنی ڈالنے والا) انٹرویو۔

OPINION انٹرویو: جو کسی ذاتی رائے پر انحصار کرے وہ اوپینین انٹرویو ہے۔

ایسے انٹرویو عموماً کسی اہم شخصیت کے ہوتے ہیں، یا اپنے میدان کے ماہرین کے۔ ان میں کبھی کبھی شخصیتی اور اطلاعاتی انٹرویو کی جھلک بھی آ جاتی ہے۔ اس میں انٹرویو کرنے والا پہلے تعارف کراتا ہے۔ پھر سوال کرتا ہے اور پھر جواب میں سے مزید سوالات نکالتا ہے۔ انٹرویو ٹیپ کیا جا رہا ہو یا براہ راست ٹیلی کاسٹ ہو رہا ہو۔ انٹرویو دینے والے کو پہلے سے موضوع اور اس کے نکتے بتا دینے چاہئیں۔

INFORMATION انٹرویو: اس انٹرویو کی اطلاعات عوام سے حاصل

کی جاتی ہیں۔ یہ کسی واقعے سے متعلق کوئی عام آدمی بھی ہو سکتا ہے اور کوئی اہم شخصیت بھی، اس کا بنیادی مقصد معلومات حاصل کرنا ہوتا ہے۔ اس میں انٹرویو دینے والا کبھی براہ راست حقیقی اطلاعاتی مواد مہیا کر دیتا ہے اور کبھی اطلاعاتی مواد میں اپنا اعتقاد و نظریہ شامل کر دیتا ہے۔

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television Radio and New Media, USA, 1999,p169

PERSONALITY انٹرویو: یہ عموماً کسی شخص کے ذاتی رجحانات،

اعتقادات، نظریات اور عمل کو ظاہر کرنے کے لئے ہوتا ہے۔ ایسے انٹرویو کا سوال نامہ تیار کرنے کے لئے صاحب انٹرویو کی شخصیت کے پس منظر سے انٹرویو لینے والے کو پوری طرح واقف ہونا چاہئے۔ سوالات کی ایک آؤٹ لائن بنا کر صاحب انٹرویو سے پہلے تفصیلی گفتگو کر لینی چاہئے۔ تاکہ گہرائی سے سوالات تیار کئے جاسکیں اور انھیں منطقی ترتیب سے رکھا جاسکے۔

ٹیلی ویژن اور ریڈیو کے انٹرویو کی تین صورتیں ممکن ہیں۔

● انٹرویو کا مکمل اسکرپٹ پہلے سے تیار کر لیا جائے جس میں مکمل سوال و جواب شامل ہوں۔

● یا یہ صرف آؤٹ لائن کی شکل میں ہو۔ جہاں سوال و جواب کی ایک عام سمت مقرر کر لی جائے۔ مگر حقیقی الفاظ فی البدیہہ ادا کئے جائیں۔

● یا اس کے لئے کوئی تیاری ہی نہ کی جائے اور پورے کا پورا فی البدیہہ ہی ہو۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے انٹرویو میں ایسا بہت کم ہوتا ہے کہ انٹرویو کا مکمل اسکرپٹ پہلے سے تیار کر لیا جائے یا وہ مکمل فی البدیہہ ہو۔

پہلے سے اسکرپٹ تیار کئے ہوئے انٹرویو کی عبارت کتابی نوعیت کی ہو جاتی ہے۔ سوائے اس کے کہ صاحب انٹرویو اور انٹرویو لینے والا دونوں میڈیا کے اتنے ماہر فن کار ہوں کہ تحریری عبارت کو بھی فی البدیہہ بنا کر پیش کر دیں۔ ایسا عموماً نہیں ہوتا۔

دوسری طرف بالکل زبانی انٹرویو میں ایک خطرہ یہ رہتا ہے کہ صاحب انٹرویو زیادہ باتونی ہو تو پریشانی ہو جاتی ہے اور انٹرویو لینے والے کے لئے انٹرویو میں نظم و ضبط اور سوالات میں منطقی ترتیب قائم رکھنی مشکل ہو جاتی ہے۔

لہذا زیادہ تر انٹرویو آؤٹ لائن کی شکل میں لکھے جاتے ہیں۔ پہلے انٹرویو لینے والا، رائیٹر اور پروڈیوسر مل کر تجویز کئے گئے موضوع پر سوالات کی شکل میں ایک خاکہ بنا لیتے ہیں۔ پھر گہری اور مناسب ریسرچ کے بعد مناسب سوالات تیار کرتے ہیں اس سے انٹرویو

لینے والے کو تیار کئے گئے اہم سوالات کے متوقع جواب کا اندازہ ہو جاتا ہے اور ضمنی سوالات میں آسانی ہو جاتی ہے۔ اس کے لئے انٹرویو سے پہلے صاحب انٹرویو کے ساتھ ایک ابتدائی کانفرنس ہو جائے تو آسانی رہتی ہے۔ صاحب انٹرویو کبھی کبھی خود مناسب سوالات کی طرف اشارہ کر دیتا ہے۔ اس سے رائیٹر متوقع سوالات کو ذہن میں پہلے سے اچھی طرح ترتیب دے لیتا ہے۔ اگر اصل سوالات موجود ہوں اور متوقع جوابات کا اندازہ ہو جائے تو آگے کے سوالات تو انھیں جوابات پر منحصر ہوتے ہیں۔ البتہ کانفرنس نہ ہونے کی صورت میں متوقع جوابات ان جوابات کے آگے کے سوالات سب رائیٹر کو خود ہی سوچنے پڑتے ہیں۔ لیکن اگر صاحب انٹرویو پر اچھی طرح ریسرچ کر لی جائے تو زیادہ مشکل نہیں ہوتی اور سوالات میں یک رنگی متوقع رہتی ہے۔ صاحب انٹرویو سے اگر پہلے ملاقات نہ ہو سکے تو کوشش کرنی چاہئے کہ وہ پروگرام شروع ہونے سے پہلے ہی آجائے تاکہ اس کے ساتھ کچھ تبادلہ خیال یا رہنمائی ہو سکے۔

کامیاب انٹرویو کا راز تیاری میں پوشیدہ ہے جتنی اچھی تیاری ہوگی اتنا ہی کامیاب انٹرویو ہوگا۔ تیاری سے مراد یہ ہے کہ رائیٹر کو ہر چیز کے بارے میں گہرائی تک جانا چاہئے۔ انٹرویو لینے والے کو صاحب انٹرویو سے قربت ہو اس کے پس منظر، اس کی فکر اور نظریے کا علم ہو۔ مثال کے طور پر اگر کسی مصنف کا انٹرویو کسی کتاب کے حوالے سے لینا ہے تو جس نے کتاب توجہ سے پڑھی ہے وہ زیادہ مناسب، صحت مند اور منطقی سوالات کر سکے گا اور جس نے کتاب ٹھیک سے نہیں پڑھی ہے وہ کامیاب انٹرویو لینے سے قاصر رہے گا۔ لہذا صاحب انٹرویو کے بارے میں ہر ممکن معلومات حاصل کرنا چاہئے۔ اسی طرح اس موضوع پر بھی مکمل معلومات حاصل کرنا چاہئے جس پر آپ انٹرویو لے رہے ہیں۔ اگر صاحب انٹرویو نے کچھ لکھا ہے یا اس کے بارے میں کچھ لکھا گیا ہے تو اسے ہر صورت میں حاصل کرنا چاہئے۔

اس کے لئے لائبریری پہلا پڑاؤ ہے آرکائیو سے بھی چیزیں حاصل کی جاسکتی ہیں۔ اگر صاحب انٹرویو یا موضوع کا تعلق گورنمنٹ سے ہے تو گورنمنٹ کی فائلوں میں

مواد مل سکتا ہے۔ صاحب انٹرویو یا موضوع کے ماہرین سے رابطہ قائم کرنے میں بھی تکلف نہیں کرنا چاہئے۔

ایسے سوال کر کے اپنا اور صاحب انٹرویو کا وقت برباد نہیں کرنا چاہئے جس کے با معنی اور دانشمندانہ جواب ملنے کی توقع نہ ہو یا جن کے جوابات کہیں اور مل سکتے ہوں۔ انٹرویو کے لئے براہ راست معلومات پر بھروسہ کرنا چاہئے۔ جو معلومات کئی واسطوں سے ہوتی ہوئی آتی ہے وہ مسخ ہو جاتی ہے لہذا انٹرویو کے لئے پہلے ان لوگوں سے بات کرنی چاہئے جو صاحب انٹرویو کو ذاتی طور پر جانتے ہیں پھر ان لوگوں سے جو چشم دید گواہ ہوں۔ پھر ان لوگوں سے جو اس میں براہ راست ملوث ہوں۔ پھر ان لوگوں سے جو صاحب انٹرویو یا موضوع کو دوسرے ذرائع سے جانتے ہوں۔

انٹرویو کی ریسرچ کے ذرائع کا انتخاب پوری توجہ سے کرنا چاہئے، اور اس بات کی پوری طرح تسلی کر لینا چاہئے کہ جو معلومات حاصل کی گئی ہیں وہ پوری طرح درست ہیں۔ ذرائع جو کچھ کہتے ہیں اس کی درستگی کا تخمینہ خود بھی لگانا چاہئے۔ اس میں داخل ہونے والے متوقع ذاتی نقطہ نظر سے ہوشیار رہنا چاہئے۔ پہلے حقیقت جاننا چاہئے تعویلات و توجیہات بعد میں اور ان دونوں میں کنفیوز نہیں ہونا چاہئے۔ اگر جواب پوری طرح نہ سنے جاسکیں تو انہیں دہرانا چاہئے۔ معلومات کو کسی چیز پر تحریر یا ٹیپ کر لیا جائے، یا دداشت کے بھروسے نہ چھوڑا جائے۔ سامعین یا ناظرین کی ریسرچ، ٹاک شو یا انٹرویو کے لئے بھی اتنی ہی ضروری ہے جتنی کسی اور پروگرام کے لئے۔

انٹرویو کے اسکرپٹ کا ڈھانچہ کچھ اس طرح کا ہوتا ہے کہ اس کا ابتدائیہ اور اختتامیہ لکھا جاتا ہے۔ ابتدائیہ میں صاحب انٹرویو کا تعارف شامل ہوتا ہے۔ اشتہارات کی آمد اور اخراج واضح کیا جاتا ہے۔ پھر درمیان میں سوالات اور ان کے امکانی جوابات کی نشاندہی ہوتی ہے۔ اختتامیہ کا حجم اس بات پر منحصر کرتا ہے کہ آپ کا انٹرویو کتنا لمبا ہے۔ کچھ انٹرویو موضوع اور صاحب انٹرویو کے تعارف سے شروع ہوتے ہیں اور کچھ سیدھے سیدھے سوالات سے شروع ہو جاتے ہیں اور بیچ میں کہیں صاحب انٹرویو

موضوع کا تعارف آجاتا ہے۔ ویسے ابتداء میں ہی صاحب انٹرویو کا تعارف بہتر ہوتا ہے۔ بہت سے نوآموز رائٹر بھول جاتے ہیں کہ کچھ ناظرین صاحب انٹرویو کی شخصیت مشہور ہونے کے باوجود اسے شکل سے نہیں پہچانتے۔ لہذا صاحب انٹرویو کا نام نظر انداز ہو جاتا ہے۔

صاحب انٹرویو اگر کسی خاص پیشے سے جڑا ہوا ہے۔ یا اس کا کوئی لقب ہے یا اس کے پاس کوئی اچھا ہنر ہے یا اسے کوئی کمال حاصل ہوا ہے تو اس کا ذکر ہونا چاہئے۔ اس سے ناظرین زیادہ متوجہ ہوتے ہیں اور ان کی دل چسپی بڑھتی ہے۔

ابتداء میں ہی یہ بات واضح ہو جانی چاہئے کہ انٹرویو کی غرض و غایت کیا ہے اس کا مقصد و استعمال کیا ہے۔

ذاتی و نزاعی سوالات سے انٹرویو کا آغاز کرنا مناسب نہیں۔ اس میں صاحب انٹرویو شروع سے ہی دفاعی ہو جاتا ہے اور نال منول و حیلہ حوالہ کرنے لگتا ہے۔ لہذا بہتر یہ ہے کہ ابتداء میں پس منظر والے سوالات کئے جائیں جس سے صاحب انٹرویو کا میدان مہارت واضح ہو جائے اور وہ پرسکون رہے۔

صاحب انٹرویو سے عوام کی دل چسپی والے سوالات پوچھے جائیں تو انٹرویو میں دلچسپی بڑھتی ہے۔ خالص معلوماتی و خبری قسم کے سوالات انٹرویو میں دل چسپی کم کرتے ہیں۔ سوالات اس طرح تیار کئے جائیں کہ انٹرویو میں گفتگو کا انداز قائم رہے۔ یہ صاحب انٹرویو کی کنٹری نہیں ہونا چاہئے۔ ایسے سوالات بھی نہیں کرنے چاہئیں جن سے ایک ہی بات کو گھما پھرا کر جواب میں دہرانا پڑے صاحب انٹرویو کے منہ میں اپنے الفاظ بھی نہیں رکھنے چاہئیں اور ایک سوال سے دوسرے سوال کے درمیان اتنا وقفہ دینا چاہئے کہ صاحب انٹرویو جواب میں جو کچھ کہنا چاہ رہا ہے اسے مکمل کر لے۔

مذاکرہ یا مباحثہ:

اس پروگرام کا مقصد تبادلہ خیال، معلومات حاصل کرنا اور ممکن ہو تو کسی مسئلے کے حل تک پہنچنا ہوتا ہے۔ خواہ مکمل حل ہو یا حل کی طرف اشارہ ہو۔ اسے انٹرویو سے

کنفیوز نہیں کرنا چاہئے۔ انٹرویو کا مقصد جواب حاصل کرنا ہوتا ہے نہ کہ تبادلہ معلومات۔ مذاکرے کے لئے پہلے سے کوئی مکمل اسکرپٹ تیار کر لینا ممکن نہیں ہوتا۔ کیوں کہ اس میں شامل ہونے والوں کو یا کنونر کو پہلے سے اندازہ نہیں ہوتا کہ ایک دوسرے کا رد عمل، طرز ادایا لہجہ کیا ہوگا خواہ انھیں موضوع پہلے سے بتا ہی کیوں نہ دیا جائے۔

دوسری طرف اگر بالکل کوئی تیاری نہ کی جائے تو مذاکرے میں ربط و ترتیب برقرار رکھنا مشکل ہو جاتا ہے اور گفتگو منظم ڈھنگ سے آگے نہیں بڑھ پاتی۔ لہذا بہتر یہ ہوتا ہے کہ مذاکرے سے پہلے ایک خاکہ تیار کر لیا جائے تاکہ اس کے عام خطوط کا تعین ہو جائے اور مذاکرے میں حصہ لینے والے لوگ زیادہ ادھر ادھر نہ بہکیں۔ اس کے علاوہ اس میں حصہ لینے والوں کا تعارف، ابتدائی، اختتامیہ اور کہیں مناسب موقع پر پورے پروگرام کا خلاصہ یا لب لباب اس خاکے کا حصہ ہو سکتا ہے۔

مذاکرے کے موضوع کی خاص خاص باتیں، آؤٹ لائن کی شکل میں، مذاکرے میں شرکت کرنے والوں کو اگر پہلے دے دی جائیں تو انھیں جو کچھ کہنا ہے اسے اچھی طرح ترتیب دے لیں گے۔ کسی رسرچ یا اعداد و شمار کی ضرورت ہوگی تو اسے حاصل کر کے آئیں گے۔ اس سے مذاکرے میں وزن و گہرائی پیدا ہوگی۔ خاکہ بناتے وقت رائٹر کو چاہئے کہ وہ ان مسائل کی نشاندہی کرے جو زیر بحث آئیں گے، اور اس ترتیب کو ملحوظ رکھے جس میں مذاکرہ آگے بڑھے گا، اور اگر ممکن ہو تو ہر نکتے کے لئے ہر حصہ لینے والے کا وقت مقرر کر دے۔ اگر ہو سکے تو مذاکرے میں شریک ہونے والا ہر شخص رائٹر پروڈیوسر یا ڈائریکٹر سے مل کر اپنے نظریات کو پہلے سے ترتیب دے لے اور پروگرام شروع ہونے سے پہلے تمام حصہ لینے والے اس خاکے کی روشنی میں تبادلہ خیال کر لیں تو مذاکرہ بہت اچھے ڈھنگ سے آگے بڑھتا ہے۔ اگر پہلے سے تیاری نہ کی جائے تو بے جا تکرار کا خطرہ بڑھ جاتا ہے۔ آؤٹ لائن بناتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ مختلف فکر و نظریات کے لوگوں کو برابر موقع دیا جائے۔ اسی کے ساتھ یہ خیال بھی رکھنا چاہئے کہ مذاکرے میں شامل ہونے والے سبھی لوگ اگر تمام مسائل پر متفق ہو جائیں تو

پروگرام میں ناظرین کی دل چسپی ختم ہو جاتی ہے۔

ٹیلی ویژن مذاکرے میں تصویری پہلو کو بھی ہمیشہ مد نظر رکھنا پڑتا ہے۔ گوکہ اس میں تصویری پہلو بہت سادہ ہوتے ہیں۔ پھر بھی موضوع سے متعلق جوش و ولولہ اور پسندیدگی و ناپسندیدگی کے اثرات کو تاثرات کے ذریعے گہرا کرنے میں مدد ملتی ہے۔

مذاکرے کی تین چار صورتیں ہو سکتی ہیں۔ یہ تقریر کی صورت میں بھی ہو سکتا ہے جس میں باری باری سب کو بولنے کا موقعہ دیا جائے یا گروپ کی شکل میں مثلاً تین ایک طرف ہو گئے اور تین لوگ دوسری طرف۔ اس میں ایک گروہ مثبت نظر یہ اپنائے تو دوسرا منفی۔ یہ پینل کی شکل میں بھی ہو سکتا ہے۔

پینل مذاکرہ: پینل مذاکرے میں کچھ لوگ آمنے سامنے بیٹھ کر کسی مشترکہ دل چسپی کے موضوع پر تبادلہ خیال کرتے ہیں۔ اس کے لئے کوئی بنا بنایا اصول نہیں ہوتا، اور نہ ہی کوئی وقت کی قید ہوتی ہے اور نہ یہ طے ہوتا ہے کہ کون کتنا بولے گا۔

کنونز، جو عام طور سے اس میں حصہ نہیں لیتا، اس کا یہ کام ہوتا ہے کہ وہ مباحثے کی نگرانی کرتا رہے کہ مذاکرہ اس کے ہاتھ سے نکل نہ جائے یا موضوع سے دور نہ جا پڑے۔ اس میں رائے پیش کرنے میں شرکاء کا انداز غیر رسمی ہوتا ہے۔ کبھی کبھی ایسے مواقع بھی آتے ہیں کہ دو شرکاء میں تیز تیز بحث ہونے لگتی ہے۔ یہاں کنونز کو یہ دیکھنا چاہئے کہ مذاکرہ ایک یا دو لوگوں تک محدود نہ ہو جائے۔ مزید یہ کہ شرکاء اگر کسی نتیجے تک نہ پہنچ سکیں تو کنونز کو ناظرین کے لئے خود خلاصہ کر دینا چاہئے۔

پینل مذاکرے کو پینل کنونز یا پینل انٹرویو سے خلط ملت نہیں کرنا چاہئے یہ ان سب سے مختلف ہوتا ہے۔

اس کے لئے بھی اسکرپٹ کے نام پر ایک خاکہ تیار کیا جاتا ہے۔ جس میں کنونز کے ابتدائیہ جملے شرکاء کا تعارف۔ مسئلے یا موضوع کا تعارف۔ کچھ اصل موضوع کے تحت ذیلی موضوعات (جنہیں پروگرام سے پہلے شرکاء کو دیا جاسکتا ہے)۔ آخر میں اختتامیہ ہوتا ہے۔

براہ راست یا رواں پیش کش:

رواں پیش کش میں بہت سے پروگرام ہو سکتے ہیں۔ مثلاً تقریری مقابلہ، بیت بازی، موسیقی کا پروگرام۔ تصویروں کی نمائش، مذہبی تیوہار کا جلوس، 26 جنوری کی پریڈ یا کھیل کود کا کوئی پروگرام۔

اس قسم کے تمام پروگراموں کی براہ راست پیش کش کے لئے جو خاکہ بنایا جاتا ہے وہ قریب قریب ایک جیسا ہوتا ہے۔ البتہ پروگرام کے مزاج کے اعتبار سے مواد میں تھوڑی بہت تبدیلی یا اضافہ ہو جاتا ہے۔

دوسرے پروگراموں کی طرح ریڈیو اور ٹیلی ویژن رواں تبصرے میں بھی فرق ہوتا ہے۔ ریڈیوں میں حرکت و عمل اور کیفیات یا صورت حال کی ہلکی سی تبدیلی کی تفصیل بھی بیان کرنی پڑتی ہے۔ جب کہ ٹیلی ویژن میں راوی یا مبصر، جو کچھ نظر آ رہا ہے اس میں اپنی وضاحت سے صرف رنگ بھرتا ہے۔

ایسے پروگراموں کا اسکرپٹ ٹیلی ویژن کے لئے تیار کیا جاتا ہے تو پہلے پروگرام کا ابتدائیہ و اختتامیہ دیا جاتا ہے اور ان دونوں کے درمیان کچھ ایسی چیزیں بھی دی جاتی ہیں جن سے پروگرام رنگین ہو جائے۔ خاص طور سے ایسے پروگرام جو ست رفتاری سے چلتے ہوں یا جن میں وقفہ آتا ہو تو اس وقفے کو پر کرنے کے لئے کچھ دینا پڑتا ہے۔

گو کہ اس میں زیادہ تر چیزیں مبصر فی البدیہہ بولتا ہے لیکن اس کے لئے کچھ چیزیں تحریر میں بھی ہو سکتی ہیں تاکہ ہر لمحہ پر رہے۔ مثلاً پیش ہو رہے پروگرام کے پہلے کے اعداد و شمار، چارٹ و گراف کے ذریعے دکھائے جاسکتے ہیں۔ جائے وقوع کا ماحول و موسم، ناظرین کی تعداد اور پروگرام کی تاریخ کی اہم شخصیات و واقعات کے بارے میں بتایا جاسکتا ہے۔ جو لوگ پروگرام پیش کر رہے ہیں یا پروگرام میں حصہ لے رہے ہیں۔ ان کی شخصیت اور مرتبے پر بھی روشنی ڈالی جاسکتی ہے۔ پروگرام میں حصہ لینے والوں کے بارے میں کوئی بھی ایسی چیز پیش کی جاسکتی ہے جو ناظرین کی دل چسپی کا باعث ہو۔ یا جو حرکت عمل، کی وضاحت میں معاون ہو۔ اس قسم کی چیزیں پہلے سے ریکارڈ کر کے ٹیلی کاسٹ کرنے والوں کے پاس موجود ہوں تاکہ جہاں ضرورت ہو فوری طور پر استعمال کر لیں۔

یہاں پھر یہ سوال اٹھتا ہے کہ ایسے پروگراموں کے لئے اسکرپٹ تیار ہوتی ہے یا صرف خاکہ۔ دراصل یہاں اسکرپٹ اور خاکے کا فرق بھی واضح ہو جانا چاہئے۔ اسکرپٹ میں خاکے سے کچھ زیادہ ہوتا ہے۔ خاکے میں عموماً اہم نکتے ترتیب سے تحریر کر لئے جاتے ہیں۔ مگر اسکرپٹ میں اعداد و شمار اور بہت سی دوسری معلومات قدرے تفصیل سے دی جاتی ہیں۔ اسکرپٹ میں کچھ ایسے مختصر پیرا گراف ہوتے ہیں جو پس منظر کو واضح کر کے پیش کرتے ہیں۔ یا کوئی ایسی تحریر ہوتی ہے جو کسی پروگرام کا کوئی اہم دل چسپ پہلو پیش کرتی ہو۔ خصوصاً جب کسی ہیئت کے تحت کوئی اسکرپٹ لکھی جا رہی ہے تو بہت سی جگہوں پر صرف سلسلہ جاری رکھنے کے لئے بھی کچھ چیزیں لکھی جاتی ہیں۔ جب کہ خاکے میں یہ سب نہیں ہوتا۔

رواں پیش کش کے پروگرام اکثر بغیر اسکرپٹ تیار کئے ہی صرف ایک خاکے کے ذریعے ہی پیش کر دیئے جاتے ہیں، اور مبصر فی البدیہہ ہی سلسلہ جاری رکھنے میں کامیاب ہو جاتا ہے۔ مگر ایسی صورت میں مبصر کا اس فن سے واقف ہونا ضروری ہوتا ہے۔ جو پروگرام میں پیش کیا جا رہا ہے۔

ایسے پروگراموں کا خاکہ تیار کر لینے سے مبصر کو یہ معلوم رہتا ہے کہ اشتہارات کہاں کہاں آئیں گے اس سے پیش کش میں آسانی ہو جاتی ہے۔

بچوں کے پروگرام: بچوں کے لئے کچھ لکھنے سے پہلے یہ بات دماغ میں رہنی چاہئے کہ بچوں کا ذہن و دماغ اور ان کے جذبات بہت نازک ہوتے ہیں بہت جلد متاثر ہو جاتے ہیں۔ مغرب میں تو بچوں کے ٹیلی ویژن رائٹر کو یہ صلاح دی جاتی ہے کہ بچوں کے پروگرام کے منصوبوں کو عملی شکل دینے سے پہلے بچوں کے ماہر نفسیات اور وکیل سے گفتگو کر لینی چاہئے۔

بہر حال بچوں کے لئے لکھنے کا بنیادی نکتہ ہے، تخیل کی وسعت و گہرائی۔ کیوں کہ بچوں کی قوت تخیلہ بھی بہت وسیع، پر جوش اور متحرک ہوتی ہے، وہ کسی بھی خیالی قصے کہانی کو قبول کر لیتے ہیں اگر اسے قابل قبول بنانے کے لئے کوئی مناسب بنیاد فراہم کر دی

جائے۔ مثلاً اگر کردار، صورت حال اور ماحول قابل یقین ہے اور پلاٹ منطقی طریقے سے پروان چڑھا ہے تو واقعہ یا قصہ قابل قبول ہوگا۔

الگ الگ عمر کے بچے الگ الگ چیزوں کو پسند کرتے ہیں۔ آٹھ سال سے کم عمر کے بچے ہلکی پھلکی منطق کو سمجھتے ہیں۔ لہذا سادے پلاٹ کے ڈرامے اور فوق فطری عناصر پر مشتمل کہانیاں ان کے لئے پرکشش ہوتی ہیں۔ اور اس عمر کے بچے ان تمام چیزوں میں دل چسپی لے سکتے ہیں جو پیچیدہ نہ ہوں۔ آٹھ نو سال سے زیادہ عمر کے بچے مہمات سے پر کہانیوں میں دل چسپی لیتے ہیں جس میں وہ ہیر و اور ہیر وئن کی جگہ اپنے آپ کو رکھتے ہیں۔ کچھ اور بڑے ہو جاتے ہیں تو روزانہ اخبار کے کچھ حصے بھی پڑھنے لگتے ہیں اور ٹیلی ویژن پر Citcom کارٹون اور ڈاکومنٹری بھی دیکھنا پسند کرتے ہیں اور حقیقی زندگی کے واقعات و افکار پر اپنا رد عمل ظاہر کرنے لگتے ہیں۔ چنانچہ بچوں کے تمام پروگراموں کو شیریں، نازک اور خوبصورت نہیں ہونا چاہئے بلکہ کچھ پروگراموں کو مسائل اور مہمات سے پر بھی ہونا چاہئے۔

راوی یا کردار کے ذریعے بچوں تک براہ راست پہنچنا چاہئے۔ چیزیں سادہ اور صاف ہوں مگر ان پر سرپرستی کا انداز نہ ہو۔ مکالموں کی زیادتی مناسب نہیں البتہ انہیں شوخی سے بھرپور، حرکت و عمل سے مملو رنگین تصورات کے ذریعے پیش کیا جائے تو زیادہ موثر ہوں گے۔ بچے زیادہ دیر تک کسی چیز پر توجہ مرکوز نہیں رکھ پاتے لہذا انہیں نئے نئے تجربات اور نئی نئی فکر سے گزارنا یعنی ان کے سامنے نئی نئی چیزیں جلدی جلدی لانا چاہئے۔ کسی بھی غیر واضح اور الجھی ہوئی چیز سے گریز کرنا چاہئے۔ اگر کوئی اخلاقی چیز پیش کر رہے ہیں تو وہ براہ راست واضح اور یقینی ہو۔

بڑوں کے ڈراموں کی طرح بچوں کے ڈراموں میں بھی تشویش (SUSPENSE) ایک اہم جز ہے۔ کرداروں کو تصادم سے دوچار کرانا چاہئے۔ اس سے فرق نہیں پڑتا کہ وہ تصادم کتنا سادہ ہے۔ تاکہ ان کے اندر تجسس قائم رہے۔

ٹیلی ویژن اور ریڈیو ڈراما :

ڈراما ڈراما ہے خواہ اسے اسٹیج پر پیش کیا جائے، لیزریم کے ذریعے پردہ سیمیں پر یا ریڈیو ٹیلی ویژن پر، بنیادی طور پر وہ ڈراما ہی رہتا ہے۔ البتہ پیش کش کے ذرائع کی مخصوص ضروریات کے تحت اس کے اصولوں میں تھوڑی بہت تبدیلی آجاتی ہے۔ لہذا اس سلسلے میں ڈرامے کا مشہور نقاد BRANDER MATTHEWS اپنی کتاب THE DEVELOPMENT OF DRAMA میں لکھتا ہے:

"The rules of play writing are universal. They apply generally to the structure of the play written for the stage, Film, Television or Radio. The rules are modified in thier specific application by the particular medium's special requirement"¹

یہی نقاد ڈرامائی اصولوں کے بارے میں لکھتا ہے:

" Dramaturgic principle are not rules laid down by theoretical critics, who have rarely any acquaintance with the actual theater, they are laws inherent in the nature of art itself, standing eternal, as immetegable today as when sophocles was alive, or Shakespeor or Moliere".²

اس طرح یہ کہا جاسکتا ہے کہ ڈراما لکھنا ایک مشکل تخلیقی عمل ہے جو خدا داد

1. Robert.L.Hilliard, *Writing Television and New Media*, USA, 1999, p346

2. Ibid. p346

صلاحیت محنت لگن اور مشق کے اتصال سے وجود میں آتا ہے۔ صرف ڈرامائی اصول سیکھ لینے سے ڈراما نہیں لکھا جاسکتا کیوں کہ ذہانت امنگ اور جوش سکھانے کا کوئی اصول نہیں ہے۔ ڈرامے کا استاد زیادہ سے زیادہ یہ بتا سکتا ہے کہ خدا داد ڈرامائی صلاحیتوں کو ڈرامائی اصولوں کے ذریعے کس طرح عیاں کیا جائے۔ لیکن یہ بھی ایک مقالے کے چند صفحات میں پیش کرنا مشکل ہے۔ ڈرامے کے اصولوں کے لئے ایک ضخیم کتاب بھی ناکافی ہوگی۔ لہذا یہاں صرف ٹیلی ویژن ورڈیو کی مخصوص ضروریات کے اصولوں کو اختصار کے ساتھ پیش کرنے کی کوشش کی جائے گی۔

اگر سنجیدگی سے الیکٹرانک میڈیا کے لئے ڈراما لکھنا ہو تو پہلے حتی الامکان اسٹیج ڈراما لکھنے کی تکنیک کو سمجھنا چاہئے۔ تب ہی ویڈیو ڈراما لکھنے کی مستحکم بنیاد فراہم ہو سکے گی۔ اس کے لئے ادبی روایات سے بھی پوری واقفیت ہونی چاہئے۔

اٹھارہویں صدی تک، ایک آدھ ڈراما نگار کو چھوڑ کر جس میں خاص طور سے شیکسپیر کا نام آتا ہے، پلاٹ یا ڈرامائی حرکت و عمل، ڈرامے کا غالب عنصر تھا۔ بلکہ یہ کہنا بیجا نہ ہوگا کہ پلاٹ ہی سب سے اہم جز تھا۔ کردار اور مکالمے اس میں فٹ کر دیئے جاتے تھے۔ لیکن جدید ڈرامے میں کردار کو سب سے زیادہ اہمیت حاصل ہے۔ اس میں پلاٹ وہی شکل اختیار کرتا ہے جو کرداروں کی شخصیات اسے عطا کرتی ہیں، اور مکالمے زیادہ تر کرداروں کی شخصیت کو نمایاں کرنے کے لئے ہی ہوتے ہیں۔

ڈرامے کی ہیئت میں بنیادی طور پر چار اجزا ہوتے ہیں۔ کردار، پلاٹ مکالمہ اور زبان جن کا موضوع سے یک رنگی کے ساتھ متحد ہونا ضروری ہے۔ ہر چیز کا الگ الگ اختتام کی طرف متحد ہونا تاثر کو بڑھا دیتا ہے۔ کرداروں کی حرکات و واقعات کو یکا یک وقوع پذیر نہیں ہونا چاہئے۔ بلکہ اس کے لئے ناظرین کو پہلے سے منطقی طور پر تیار کرنا چاہئے۔ ناظرین کو ذہنی طور پر تیار کرنے کے لئے پہلے انھیں واقعات کے پس منظر کی آگاہی دینی چاہئے۔ لیکن پس منظر ایسا ہو جس میں کرداروں کی شخصیت کو نمایاں ہونے کا موقع مل سکے۔

جب کردار، موضوع اور پس منظر کا تعین ہو جائے تو ہر ایک کو گہرائی سے تخلیق کریں۔ اس کے لئے جتنی زیادہ ریسرچ ممکن ہو کی جائے تاکہ اپنے ڈرامے کے امکانات سے آپ اچھی طرح مانوس ہو جائیں۔

ہر کردار کا الگ الگ تفصیلی تجزیہ کر لینا چاہئے تاکہ کرداروں کی مکمل تصویر ان کی زندگی کے نشیب و فراز ہر وقت سامنے رہیں۔ کرداروں کا الگ الگ پس منظر بھی تیار کر لینا چاہئے۔ اور یہ پس منظر صرف اس دوران کا نہ ہو جب وہ حرکت و عمل میں ناظرین کے سامنے ہیں۔ بلکہ ڈرامے کی ابتداء سے پہلے کا بھی ہو یہاں تک کہ ان کے آبا و اجداد کا بھی جوان کی شخصیت پر اثر انداز ہوا ہے۔

کرداروں کے تجزیے و تحلیل سے پہلے ہی ان کے بولے جانے والے مکالموں کی نوعیت لہجے و اسلوب کا تعین ہوگا۔ کرداروں کو ایک مفروضہ صورت حال میں رکھ کر ان کے مکالموں کو لکھ کر ایک بار پرکھ لینا چاہئے۔ یہاں یہ یاد رکھنا چاہئے کہ مکالمے حقیقی گفتگو سے قریب ہونے کے بجائے زیادہ جامع، بلند آہنگ، تہہ دار، بامعنی اور مختصر ہوں۔ ہر کردار اپنی حیثیت و شخصیت کے پس منظر کے مطابق گفتگو کرے۔¹

ڈراما حقیقی انسانوں یا حقیقی زندگی کو ہو بہو پیش نہیں کرتا جیسا کہ ڈاکومنٹری میں ہوتا ہے۔ لیکن اسے عظمت اور بلندی عطا کرتا ہے۔ اسی طرح ڈرامے کے مکالمے بھی حقیقت کی نقالی کے بجائے مائل بہ عظمت و جامعیت ہوتے ہیں۔ حقیقی مکالمے ہو سکتا ہے کہ کبھی کبھی رنگین اور ڈرامائی ہوں۔ مگر عموماً یہ ست رفتار اور غیر متحرک ہوتے ہیں۔

مکالموں کو کرداروں کی شخصیت کو استحکام بخشنے والا ہونا چاہئے اور اسے پورے ڈرامے میں کرداروں پر مرکوز رہنا چاہئے۔ اسے پلاٹ کو آگے بڑھانا اور کرداروں کو نمایاں کر کے پیش کرنے والا ہونا چاہئے۔

ٹیلی ویژن ڈرامے میں مکالموں کا بدل اکثر تصویریں (VISUAL) پیش کرتی

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television and New Media, USA, 1999, p349

ہیں یہ نہ صرف صورت حال کو آگے بڑھا دیتی ہیں بلکہ صورت حال کی تشریح و توضیح بھی کرتی ہیں۔ ایسے مکالموں کے وقت کو، جن میں کردار کسی چیز، جگہ یا محسوسات کی وضاحت کر رہے ہوں، ایک سٹاٹ یا ایک کلوز اپ بہت مختصر کر دیتا ہے۔ اسی لئے اس میں مکالموں کے بجائے تصویروں پر توجہ مرکوز رکھنا چاہئے اور مکالمے کم سے کم استعمال کرنے چاہئیں۔

ٹیلی ویژن ڈرامے کے مکالمے لکھتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ یہ بالکل صاف واضح اور باآسانی ناظرین کی سمجھ میں آجائیں اور پلاٹ کو آگے بڑھائیں۔ یہ مختصر اور جامع ہوں ان میں تکرار سے گریز کیا جائے۔

لیکن ٹیلی ویژن کے برعکس ریڈیو میں، مکالمے، آوازی اثرات، موسیقی اور خاموشی کے ذریعے ہر چیز پیش کی جاتی ہے۔ وہی کرداروں کی شخصیت کو مستحکم کرتے ہیں، پلاٹ کو آگے بڑھاتے ہیں، صورت حال کو مکمل کرتے ہیں، یہاں تک کہ سیننگ اور حرکت و عمل کے بارے میں بھی ناظرین کو بتاتے ہیں، کیوں کہ اس میں ویزوول پیش نہیں کئے جاسکتے۔ ریڈیو کے مکالموں کو کرداروں کا تعارف کرانا چاہئے۔ بتانا چاہئے کہ وہ کون ہیں ان کی سرشت کیا ہے، ان کے بارے میں بتانا چاہئے۔ اسے یہ بھی بتانا چاہئے کہ وہ کہاں ہیں اور کیا کر رہے ہیں۔ لیکن یہ سب کچھ بہت نفاست کے ساتھ ہونا چاہئے۔ کہیں بھداپن نہ آئے اور یہ ظاہر نہ ہو کہ یہ سب کچھ شعوری طور پر کیا جا رہا ہے۔

کرداروں کی تخلیق کے بعد پلاٹ کے لئے زمین ہموار ہو جاتی ہے۔ لہذا پہلے پلاٹ کا ایک خاکہ بنانا چاہئے۔ اس کے لئے سب سے پہلے ایک ابتدائی تصادم کی ضرورت ہوتی ہے جس سے کوئی واقعہ جنم لے سکے۔ یہ تصادم فرد کا فرد سے ہو سکتا ہے۔ انسان کی اپنی خواہشات و جذبات کا ہو سکتا ہے۔ ایک فرد کا گروہ سے ہو سکتا ہے۔ فرد یا افراد کا اپنے سماج سے ہو سکتا ہے۔ مختصر یہ کہ تصادم کتنی قسم کا کتنی نوعیت سے ہو سکتا ہے اس کا تعین کرداروں کی نوعیت پر منحصر ہوتا ہے۔

پلاٹ میں تصادم کا تعین ہو جانے کے بعد عروج کی شروعات ہوتی ہے۔ یعنی تصادم میں آہستہ آہستہ شدت آتی ہے۔ کش مکش اور الجھاؤ پیدا ہوتا ہے اور پلاٹ نقطہ عروج

کی طرف بڑھتا ہے۔ نقطہ عروج وہ مقام ہوتا ہے، جہاں متضادم قوتوں میں سے ایک دوسری پر یا تو پوری طرح حاوی ہو جاتی ہے یا فتح حاصل کر لیتی ہے۔ پلاٹ کو نقطہ عروج تک پہنچنے کے لئے ایک واقعے کے بعد دوسرے واقعے کی شدت میں اضافہ ہوتا جاتا ہے۔ ہر تضادم یا کش مکش صورت حال کو مزید الجھاتی ہے اور ان میں مزید شدت پیدا ہو جاتی ہے۔ یہاں تک کہ تضادم اور کش مکش کو مزید شدید کرنا ممکن نہیں رہ جاتا۔

تضادم کو من مانا نہیں ہونا چاہئے۔ بلکہ اسے کرداروں کی شخصیت کو استحکام دینے والا ہونا چاہئے۔ مثلاً دو افراد میں تضادم اس لئے ہوتا ہے کہ ایک دوسرے کا مزاج، نفسیات، فکر اور طور طریقہ مختلف ہوتا ہے اور یہی اختلاف تضادم کا باعث بنتا ہے۔

جہاں تک زبان کا تعلق ہے ٹیلی ویژن ڈرامے میں، جیسا کہ پہلے کہا گیا، بولے جانے والے الفاظ محدود ہوتے ہیں۔ لیکن جو بھی ہوتے ہیں ان پر وہی اصول منطبق ہوتا ہے جو دوسرے ڈراموں کا ہے۔ یعنی اس کی زبان وہی ہو جو ٹارگٹ ناظرین کی ہے اور وہ صاف شستہ رواں اور بر محل ہو کہ ذہن پر زور دئے بغیر آسانی سے ناظرین و سامعین کی سمجھ میں آجائے۔ (دوسرے ڈراموں میں ریڈیو ڈرامہ بھی شامل ہے)۔

مزید یہ کہ ٹیلی ویژن کے لئے ڈرامہ لکھتے وقت اس بات کا خیال رکھنا چاہئے کہ ٹیلی ویژن گھروں میں دیکھا جاتا ہے۔ افراد کے تنہا بھی دیکھتے ہیں یا خاندان کے چند افراد ساتھ دیکھتے ہیں۔ یہاں اسٹیج ڈرامے کے برعکس مجمع یا گروہ کی نفسیات کے بجائے فرد کی نفسیات کو ذہن میں رکھنا چاہئے۔

ریڈیو ڈراما زیادہ رواں اور آسان ہوتا ہے۔ اسے بجا طور پر THEATER OF THE IMAGINATION کہا جاتا ہے۔ یہاں صرف ایک پابندی ہوتی ہے اور وہ ہے انسانی تصور کی، ریڈیو ڈرامے میں مقام کی کوئی پابندی نہیں، حرکت و عمل کی یا وقت کی کوئی پابندی نہیں۔ ریڈیو ڈراما نگار سامعین کو کہیں بھی لے جاسکتا ہے اور اپنے کرداروں سے جو بھی چاہے کروا سکتا ہے۔ ریڈیو مختلف قسم کی تصوراتی تصویریں اور صورت حال پیش کر سکتا ہے۔

ڈرامے کی اسکرپٹ کا ارتقاء:

ڈراما نگاری کے اصولوں کو اچھی طرح سمجھنے کے باوجود ضروری نہیں کہ ہم اچھا ڈراما یا ڈراما لکھ لیں۔ اس کے لئے فطری ذکاوت اور کسی محرک کی ضرورت ہوتی ہے جو تخلیقی قوت کو تحریک دے۔ فرض کیجئے یہ چیزیں بھی موجود ہیں پھر بھی ہم ابھی ڈراما لکھنے کے لائق نہیں ہوئے۔ کیوں کہ پہلے ہمیں اس کی کہانی یا پلاٹ کا خاکہ بنانا ہوگا۔ خاکے سے مراد ہے مجوزہ مکمل کہانی، پلاٹ یا اسکرپٹ کا خلاصہ تیار کرنا، جس میں اس کے اہم نکتوں و نشیب و فراز کی نشاندہی ہو۔ کبھی یہ ایک دو صفحوں پر محیط ہوتا ہے کبھی آٹھ دس بلکہ پندرہ صفحوں پر، یہ اس پر منحصر ہے کہ مجوزہ ڈرامے کا پلاٹ کتنا طویل ہے۔ یعنی یہ آدھے گھنٹے کا پروگرام ہے ایک گھنٹے نوے منٹ کا یا دو گھنٹے کا۔

خاکے سے پروڈیوسر کو یہ اندازہ ہوتا ہے کہ مجوزہ ڈراما بنیادی طور پر کیا ہے۔ اس کے مخصوص پروگرام کے لئے موزوں و مناسب ہے یا نہیں۔ اس سے ڈراما نگار کی محنت اور وقت بچتا ہے۔ اگر وہ مکمل اسکرپٹ تیار کر دے اور مخصوص پروگرام کو اس نہ آئے تو اس کی محنت رائیگاں جائے گی۔

پروڈیوسر یا ڈائریکٹر اس لئے بھی پہلے خاکہ یا خلاصہ دیکھنا چاہتے ہیں کہ مجوزہ ڈرامے کا بنیادی خیال یا نظریہ صحیح راستے پر ہے یا نہیں۔ خلاصہ یا خاکہ انھیں اس آجاتا ہے تب ہی وہ مکمل اسکرپٹ تیار کرنے کو کہتے ہیں۔

دیکھا جائے تو خاکہ ڈراما نگار کے لئے بہت معاون ہوتا ہے۔ خاکہ مکمل ہو جانے کے بعد اس کا باریکی سے تجزیہ کرنے سے اندازہ ہو جاتا ہے کہ کمزور حصے کون کون سے ہیں۔ کہاں کہاں خلا ہے۔ ترک، اضافے اور تبدیلی کے ذریعے خاکے ہی کی سطح پر اصلاح کر لینے سے وقت اور محنت دونوں ہی بچ جاتے ہیں۔ اس کے ذریعے خرابیوں اور اچھائیوں تک پہنچ جانا آسان ہوتا ہے اور ڈراما نگار پورے ڈرامے کو دوبارہ لکھنے سے بچ جاتا ہے۔ البتہ خاکہ بھی سین در سین ہی ہونا چاہئے۔ اختصار کے باوجود خاکے میں پلاٹ کا بیان کرداروں کی شخصیت، حرکت و عمل اور نمونے کے لئے کچھ مکالمے تو ہوں ہی اگر ٹیلی ویژن

یافلم کے لئے خاکہ تیار کیا جا رہا ہے تو اس میں کیمرے کے ان مخصوص زاویوں اور تصویری اثرات کو بھی شامل کرنا ہوگا جو مکالمے کی جگہ لیں گے۔ خاکے میں اس بات کی وضاحت ہو جانی چاہئے کہ ڈراما نگار ناظرین کو واقعی کیا دکھانا چاہتا ہے۔¹

سوپ اوپیرا:

اوپیرا ڈرامے کی وہ قسم ہے جس میں کسی قصے کو سر بسر رقص و سرود کے ذریعے پیش کیا جائے۔ اس میں کہانی کے موضوع کے مطابق موسیقی کا استعمال اس طرح ہوتا ہے کہ وہ موقع اور محل کے مطابق اپنے آپ متنوع ہوتی رہتی ہے لیکن کہیں اس کا تسلسل نہیں ٹوٹتا۔ یورپ میں اس صنف کی مقبولیت کے پیش نظر ان ڈراموں کو بھی اوپیرا کہا جانے لگا۔ جن میں موسیقی کا نہ یہ طور ہوتا تھا اور جو نہ سر بسر رقص پر منحصر ہوتے ہیں۔ بعد ازاں اوپیرا کے نام سے ان نشری ڈراموں کو بھی موسوم کیا گیا جو لمبی لمبی کہانیوں پر مبنی ہوتے اور جنہیں بالاقساط ٹیلی ویژن پر پیش کیا جاتا۔

ابتداء میں اس کی کہانی گھریلو مسائل پر منحصر ہوتی اور عموماً انہیں دن میں گھریلو عورتوں کے لئے پیش کیا جاتا چونکہ انہیں زیادہ تر صابن بنانے والی کمپنیاں اسپانسر کرتیں۔ لہذا دھیرے دھیرے اس میں سوپ کا لفظ شامل ہوتا گیا یہاں تک کہ اس کا نام ہی سوپ اوپیرا پڑ گیا۔

سوپ اوپیرا کی ابتدا امریکہ سے ہوئی لیکن جب یہ شروع ہوا تو اس کا مقصد صرف تفریح نہیں تھا بلکہ اس کے ذریعے سماجی اور ملکی ترقی بھی مطلوب تھی۔ اس لئے ابتدا میں اسے PRO DEVELOP SOAP OPERA بھی کہا گیا ہے۔ ترقی کی تشریح اس طرح کی گئی تھی کہ اس کے ذریعے بڑے پیمانے پر سماجی بدلاؤ لایا جائے۔ جس سے سماجی ترقی بھی ہو اور مادی ترقی بھی، سماجی ترقی میں مساویانہ حق، آزادی اور دوسری اخلاقی

1. Robert.L.Hilliard, Writing Television and New Media, USA, 1999, p360

قدریں شامل تھیں، مادی ترقی میں ترجیح دی گئی زراعت، خاندانی منصوبہ بندی، صحت عامہ غذا اور تعلیم کو۔

افلاطون نے بہت پہلے یہ نظریہ پیش کیا تھا کہ فنون لطیفہ خصوصاً موسیقی اور المیہ سے انسانی ذہن پر اچھے یا برے بہت سے اثرات پڑتے ہیں۔ ان سے جذبات اور احساسات میں ہیجان پیدا ہوتا ہے لہذا جس چیز سے انسان حظ حاصل کرتا ہے فطری طور پر اسی ڈھانچے اور نیچ پر اسکی نشوونما ہوتی ہے اس نقطہ نظر سے پروڈیولپ سوپ اوپیرا کے ذریعے سماجی اثر پذیری کا نظریہ ایک اہم نظریہ تھا سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ اس نظریے کا موجد کون تھا یہ نظریہ آیا کہاں سے؟

عموماً میکسیکو کے ایک تجارتی نٹ ورک ”ٹیلی ویژا“ (Televesa) کو پروڈیولپ سوپ اوپیرا کا موجد اور پہلے پہل عوام میں مقبول بنانے والا مانا جاتا ہے جس نے 1974ء میں اس کی ابتدا کی مسٹر میکول سبیڈو (Miguel Sabido) 1988ء تک سوپ اوپیرا کی چھ سیریز پیش کر چکے تھے۔ یہ سب کی سب عوام میں بیک وقت مقبول ہوئیں۔ اور انہیں ناظرین کی بڑی تعداد میسر رہی۔ ابتدا میں ان کے اوپیرا کا بنیادی خیال تعلیمی مسائل کے ارد گرد گھومتا۔ اس سے میکسیکو کے ناظرین کے علم میں اضافہ ہوا، تعلیم بالغان خاندانی منصوبہ بندی، رفاہ نسواں اور جنسی تعلیم کے بارے میں ان کے نقطہ نظر میں تبدیلی آئی۔

لیکن حقیقت یہ ہے کہ ”ٹیلی ویژا“ کو بھی تحریک ملی تھی۔ 1969ء کے پیرو کے ایک سوپ اوپیرا Simplemente mariya (Simple Marry) سے جس میں ایک ایسی لڑکی کی کہانی پیش کی گئی تھی، جو دیہی علاقے سے شہر آ کر اپنی محنت لگن اصول پسندی اور سمجھ داری کے بل پر سماج میں اعلیٰ مقام حاصل کرتی ہے۔ چوں کہ اس نے ترقی اپنے سلائی کے ہنر کے ذریعے کی۔ اس لئے سلائی مشین بنانے والی کمپنیوں نے اس اوپیرا کو خوب اشتہار دیا جس سے پروڈیوسر کو کافی مالی فائدہ ہوا۔

مسٹر سبیڈو و اتفاقاً طور پر اس سے متعارف ہوئے اور اسی سے سبق لیکر 1970ء

میں ”ٹیلی ویژن“ کے لئے اسی نہج کا سوپ اوپیرا بنانا شروع کیا۔ ان کے پہلے سوپ اوپیرا (Come with me) Vencmmingo کا یہ اثر ہوا (جس کا مرکزی خیال تعلیم بالغان کو بڑھاوا دینا تھا) کہ اس سال دس لاکھ ناخوندہ لوگوں نے تعلیم بالغان کے کلاس میں داخلہ لیا، جو پچھلے سالوں کے مقابلے میں 63 فیصد زیادہ تھا۔

اسی طرح جمائیکا اسرائیل اور دوسرے بہت سے ملکوں میں ایسے تجربے کے گئے جو بے حد مقبول ہوئے اور ان سے کافی سماجی تبدیلی آئی۔ یہاں یہ بات بھی دلچسپی سے خالی نہیں ہوگی کہ سوپ اوپیرا کی کامیابی کاراز کیا تھا۔ میگول سبیڈو نے اپنے اوپیراؤں کو کامیاب بنانے کے لئے پانچ چیزوں پر بہت زور دیا تھا۔ (1) زیادہ سے زیادہ ناظرین کو اپنی طرف راغب کرنا (2) بنیادی مروجہ تہذیبی عناصر پر زور دینا (3) کہانی میں جذبات کو شامل کرنا (4) سماجی ضرورت کی اخلاقی اقدار پر روشنی ڈالنا (5) سماجی تعلیم کے مناسب طریقہ کار کو اپنانا۔

میکسیکو کے سوپ اوپیرا کو ساری دنیا میں پھیلانے میں سینٹر فار پاپولیشن کمیونٹی کیشن انٹرنیشنل نے بہت اہم رول ادا کیا۔ اس سینٹر کا ہیڈ آفس نیویارک میں ہے۔ سینٹر کے پریسڈینٹ ڈیوڈ پونڈیکسٹر (David Poindexter) میگول سبیڈو اور دوسرے کئی لوگ اس بات پر متفق تھے کہ پروڈیولپ سوپ اوپیرا کو تیسری دنیا کے ملکوں تک بھی پہنچایا جائے تاکہ انہیں اس سے اپنے ملکی ترقی کے نشانے کو حاصل کرنے میں مدد ملے۔ لہذا ہندوستان،، کینیا، مصر، نائیجیریا اور برازیل کے اعلیٰ افسروں کو میکسیکو آنے اور میگول سبیڈو کی تخلیقات سے مستفیض ہونے کی دعوت دی گئی۔

ہندوستان سے منسٹری آف انفارمیشن اینڈ بڑاڈ کاسٹنگ کے سابق سکریٹری نے اپنے گروپ کی سربراہی کی۔ یہ گروپ 1983ء میں میکسیکو گیا اور وہاں انہوں نے جو کچھ دیکھا اس سے کافی متاثر ہوئے اور یہی تاثر ہندوستان کے پہلے سوپ اوپیرا (سیریل) ”ہم لوگ“ کی پیش کش کا پیش خیمہ بنا جس نے ہندوستانی ٹیلی ویژن کی مقبولیت کو زمین سے اٹھا کر آسمان تک پہنچا دیا۔ اس سیریل کے پیش ہوتے ہی، عوام نے اس میں اتنی دلچسپی لی

کہ اس سے پہلے کبھی نہیں لی تھی، لہذا ہندوستانی ٹیلی ویژن کو آنا فانا دسیوں لاکھ ناظرین میسر آ گئے اور کسی بھی عوامی ذریعہ ترسیل کو ناظرین کی بڑی تعداد کا میسر آ جانا اس کی ترقی کا ضامن ہو سکتا ہے۔ چوں کہ میکسیکو کے سوپ اوپیرا وہاں کی سماجی اقدار کے حامل ہوتے تھے جو ہماری سماجی اقدار سے مختلف تھیں لہذا ایک مانے ہوئے Social

Anthropologist ڈاکٹر ایس۔ سی دو بے اس کام پر مقرر کئے گئے کہ ہندوستانی سوپ اوپیرا (سیریل) کے لئے یہاں کی سماجی ضرورت کے مطابق اقدار کا تعین کریں۔ ڈاکٹر دو بے نے جو رپورٹ تیار کی وہ منحصر تھی خاندانی..... ہم آہنگی، ازدواجی مسائل اور خاندانی منصوبہ بندی پر۔ چوں کہ ہندوستان میں ٹیلی ویژن پورے طور پر گورنمنٹ کا ادارہ تھا لہذا پروگرام بنانے میں بھی اسی کی اجارہ داری تھی۔ 1984-85ء میں یہاں ٹیلی ویژن نشریات کے اوقات میں اضافہ ہوا۔ لیکن ابھی دور درشن کے پاس وہ تمام ذرائع نہیں تھے۔ جس سے وہ بڑھے ہوئے اوقات کی ضروریات کو پورا کر سکے یا کسی سوپ اوپیرا سیریز کو پیش کر سکے چنانچہ اس کے لئے پرائیوٹ پروڈیوسروں کو مدعو کیا گیا۔ پہلے پہل شو بھا ڈاکٹر آگے آئیں۔ اس وقت کے سکریٹری جانتے تھے کہ دور درشن خاندانی منصوبہ بندی کے نظریے کو شامل رکھنے کی غرض سے اپنا کچھ نہ کچھ کنٹرول ضرور چاہے گا۔ اس کے لئے انہوں نے سٹیش گرگ کو دور درشن کی طرف سے پروگرام کنٹرولر مقرر کیا۔ منوہر شام جوشی کا انتخاب بہ طور مصنف کے ہوا اور ہندستان کا پہلا سوپ اوپیرا بننا شروع ہو گیا۔ ابتدا میں اس کی ایک قسط (Episode) کے بنانے کا خرچ دو لاکھ چالیس ہزار کے قریب آتا تھا۔ جو بعد میں بڑھ کر دو گنا ہو گیا۔ یہ سارا خرچ اشتہارات کی آمدنی سے پورا کیا جاتا تھا۔ اس کی 165 قسطا پیش کی گئیں، شروع کی کچھ قسطا وہ کامیابی حاصل نہیں کر سکیں جو بعد میں اس کا مقدر بنی۔

اسی کے ساتھ ساتھ فلمی دنیا کے بہت سے تجربہ کار اور باصلاحیت اداکاروں ڈائریکٹروں اور پروڈیوسروں نے بھی ٹیلی ویژن میں دلچسپی لی اور یہاں ایک کے بعد ایک سیریل کا سلسلہ چل نکلا یہ الگ بحث ہے کہ ان سیریلوں میں سماجی و ملکی ترقی میں

مددگار چیزوں کو شامل کرنے کے نظریے پر کس حد تک عمل ہوا البتہ یہ ضرور ہوا کہ عوام کی بے انتہاد لچسپی کے پیش نظر، تجارتی کمپنیوں اداروں نے دل کھول کر اشتہارات دیئے۔ دور درشن کی آمدنی بڑھی جس سے ٹیلی ویژن پروگراموں کو فنی طور پر بہتر بنانے اور نٹ ورک کو وسعت دینے میں مدد ملی۔

ہم لوگ کے بعد دوسرا سیریل ”بنیاد“ پیش ہوا جس کی مقبولیت نے ہم لوگ کو بھی پیچھے چھوڑ دیا، اس کی کہانی تقسیم ہند کے واقعات پر مبنی تھی اور اس کے مصنف بھی منو ہرشیام جوٹی ہی تھے۔ اور بہت سے ایکٹر ”ہم لوگ“ والے ہی تھے۔ ”بنیاد“ کے بعد دور درشن کے مقبول ترین سیریل ”رامائن“ اور ”مہا بھارت“ ہیں۔

رامائن 1987-88 میں اٹھارہ مہینے تک پیش ہونے والا یہ سیریل ہندوستان کے عظیم رزمیے (Epic) ”رامائن“ پر مبنی تھا۔

اسے مشہور فلم ڈائریکٹر، رائٹر رامانند ساگر نے بنایا تھا۔ یہ ہر اتوار کو صبح دس بجے دور درشن سے ٹیلی کاسٹ ہوتا تھا۔ اس کا ایک اپی سوڈ 45 منٹ کا تھا۔ کہا جاتا ہے کہ اس سیریل کے اپی سوڈ کے شروع ہونے سے پہلے بہت سے ہندو عقیدت مند اشان کر کے ٹیلی ویژن سیٹ کے پاس اگر بتی جلا کر بیٹھتے تھے۔ شہروں کی سڑکیں سنسان ہو جاتی تھیں۔ بہت سی ٹرینیں اس وقت تک روانہ نہ ہوتی تھیں جب تک سیریل ختم نہ ہو جائے۔ اس کے ذریعے دیئے گئے اشتہارات سے آٹھ کروڑ روپے کی آمدنی ہوئی۔ شمالی ہند کے شہروں اور قصبوں میں اس کے ناظرین کا اوسط 95 فیصد ہوتا تھا۔

کہا جاتا ہے کہ رامانند ساگر نے چودہ مختلف نسخوں کا مطالعہ کرنے کے بعد اپنے سیریل کا مواد اخذ کیا اور اخلاقیات، فرماں برداری، اصول اور وفاداری کے پہلوؤں کو بطور خاص مد نظر رکھا۔ رامانند ساگر اسے بنانے میں اتنے خلوص اور انہماک کے ساتھ مشغول تھے کہ اٹھارہ مہینے تک شراب اور گوشت سے کنارہ کش رہے۔ انہوں نے امیر گاؤں گجرات میں جہاں رامائن کا سیٹ لگا ہوا تھا۔ دس ساگ بھاجی بنانے والے ماہر باورچیوں کو بلوایا تھا۔ تاکہ وہ ایک سو پچاس آدمیوں کے عملے کے لئے سبزی پر منحصر لذیذ کھانے

تیار کر سکیں۔ ارون گوئل نام کے جس ایکٹر نے شری رام کارول ادا کیا وہ یہاں ”مہاتما“ کی حیثیت اختیار کر گیا۔ امبر گاؤں اور آس پاس کے ہزاروں لوگ روزانہ صبح ان کے پاؤں چھو کر آشیر واد لینے آنے لگے۔ اس کی مقبولیت اور شہرت کا یہ عالم تھا کہ اس کی مطبوعہ شکل، ویڈیو ٹیپ اس میں استعمال ہونے والے ہتھیار جیسے تیرکمان گدا وغیرہ بڑی تعداد میں فروخت ہوئے یہاں تک کہ ہندوستان سے باہر رہنے والے ہندوستانیوں نے طرح طرح سے اس کے ویڈیو کیسٹ حاصل کیے کسی نے ہندوستان آنے جانے والوں کے ذریعے منگوا یا تو کسی نے اپنے شہر کی ہندوستانی دوکان سے کرائے پر حاصل کیا۔

رامائن کی کامیابی سے تقویت پا کر ملک کے ایک اور رزمیے ”مہا بھارت“ کو بھی دور درشن سے 1988ء میں پیش کیا گیا جو ”رامائن“ ہی کی طرح بے انتہا مقبول ہوا۔ 1989ء تک دور درشن سے تقریباً 40 سیریل ٹیلی کاسٹ کئے جا چکے تھے جن میں سے زیادہ تر مقبول ہوئے یہ سلسلہ اب بھی جاری ہے لیکن مختلف پرائیوٹ چینل اور کیبل کے آجانے کی وجہ سے ان کی تعداد اتنی بڑھ چکی ہے کہ ان کا حساب رکھنے اور ان پر گفتگو کرنے کے لئے ایک دفتر درکار ہے۔ مجموعی طور پر اتنا کہا جاسکتا ہے کہ فنی اعتبار سے ان کے معیار میں روز افزوں ترقی ہو رہی ہے۔

سوپ اوپیرا کی اہم ضروریات:

سوپ اوپیرا میں مقام اور ماحول جو دکھایا جائے وہ مانوس اور جانا پہچانا ہونا چاہئے۔ مقامات، گھر، گریہستی کے سامان سے پر ہوں۔ ڈاکٹر کا آفس ہو، اسکول ہو یا کوئی اور جگہ، چھوٹا کوئی قصبہ دکھائیں یا بڑا شہر، ناظرین اس مقام یا ماحول کو آسانی سے پہچان لیں اور اس سے اپنا ربط اور لگاؤ محسوس کریں۔ طلسمی ماحول یا مقام ناظرین کو متحیر تو کر سکتا ہے لیکن اس سے لگاؤ یا کشش پیدا نہیں ہو پاتی۔

اسی طرح کردار بھی جانے پہچانے ہونے چاہئیں۔ یہ ضروری نہیں کہ ناظرین سے گہرا تعلق ہو، مگر وہ ایسے کردار ہوں اور اس طرح کے مسائل سے نبرد آزما ہوں اور اس طریقے سے نبرد آزما ہوں کہ کوئی بھی ناظر انہیں دیکھتے ہی پہچان لے اور انہیں اپنی کسی قریبی

شخصیت سے منسوب کرے۔ غرض یہ کہ کرداروں کی شخصیت کا ارتقاء غیر پیچیدہ، کھلا ہوا، براہ راست اور سادہ ہونا چاہئے۔ گویا وہ سوسائٹی کا مقبول اور جانا پہچانا چہرہ ہو، یہاں تک کہ سوپ میں ہیرو ہیروئن بلکہ ویلن کی شخصیت بھی تہہ دار نہیں ہوتی۔

کرداروں کو ایسے مواقع فراہم کرانا چاہئیں کہ وہ مختلف قسم کی پریشانیوں کا مقابلہ کرتے ہوئے نظر آئیں۔ مگر وہ مسائل ہماری زندگی کے حقیقی مسائل ہوں۔ وہ مسائل پر فتح حاصل کریں، پریشانیوں پر قابو پائیں اور وہ سب کچھ کریں جو ناظرین کرنا چاہتے تھے مگر نہیں کر سکے۔ سوپ اوپیرا کا بنیادی مقصد ہے کہ کردار کے ساتھ ناظرین کی ہمدردی اور جذباتی ہم آہنگی و مطابقت پیدا ہو۔

سوپ اوپیرا کے مکالمے خصوصاً روزانہ کے مکالمے ہماری روزمرہ حقیقی گفتگو کی طرح آہستہ اور غیر ڈرامائی انداز کے ہوں۔ ایسی گفتگو جو کسی چوراہے پر، سڑک پر، یا بازار میں آسانی سے سنی جاسکتی ہے۔

سوپ اوپیرا کے ہر اپی سوڈ کو کسی مسئلے کی پیچیدگی کی شدت سے شروع کرنا چاہئے وہ مسئلہ اس اپی سوڈ میں حل ہو جائے یا کسی خوبصورت موڑ پر اپی سوڈ کا اختتام ہو، اگر مسئلہ حل ہو جاتا ہے تو دوسرے کسی مسئلے کی ابتداء کر کے تھوڑی سی کشمکش و پیچیدگی پیدا کر کے چھوڑ دینا چاہئے تاکہ ناظرین کی بے چینی اور دلچسپی قائم رہے۔

سوپ اوپیرا خواہ روزانہ ہو یا ہفت روزہ ہر اپی سوڈ کی ابتداء میں جو اہم واقعات گذر چکے ہیں ان کا خلاصہ اور پچھلے اپی سوڈ کا خلاصہ ربط قائم کرنے کے لئے دینا کسی حد تک ضروری ہوتا ہے اور پیش ہوئے اپی سوڈ کے اختتام میں نئی پیچیدگی ہو جو اگلا اپی سوڈ دیکھنے کے لئے ناظرین کو واپس لائے۔

کبھی کبھی کچھ ڈرامے یا سوپ اوپیرا کسی ناول، افسانے یا غیر افسانوی تخلیق سے ماخوذ ہوتے ہیں۔ یہاں رائٹر اصل سے انحراف کرتے ہوئے گھبراتا ہے۔ لیکن اس سلسلے میں ناقدین کی رائے ہے کہ اصل کے سلسلہ وار واقعات و حرکات و سکنات و مکالمات کی پیروی سے ضرورت کے مطابق انحراف کر لینا چاہئے۔ کیونکہ اصل تصنیف میں خواہ وہ نثر

میں ہو یا نظم میں کچھ چیزیں ایسی ہو سکتی ہیں جو ڈرامائی فن سے مناسبت نہ رکھتی ہوں۔

ناول نگار یا تاریخ نویس اپنے اشخاص یا کرداروں کو بیان کرتا ہے ان کے محسوسات اور ذہنی کیفیات کی وضاحت کرتا ہے، صورت حال و ماحول کی صراحت کرتا ہے یہاں تک کہ کرداروں کے داخلی احساسات، تاثرات اور جذبات، ان کے ایک لفظ بولے بغیر، تفصیل سے پیش کرتا ہے۔ سوپ اوپیرا یا ٹیلی ویژن ڈرامے میں کسی قسم کے بیان، وضاحت اور صراحت کی کوئی گنجائش نہیں ہوتی وہاں تو سب کچھ دکھانا ہوتا ہے۔ لہذا Adoption میں اصل تخلیق کی ہیئت اور فن سے بالکل آزاد ہو کر اس کے پلاٹ، کردار اور پس منظر کو بنیاد بنا کر ایک نئی چیز تخلیق کرنی چاہئے۔ لیکن اصل مکالموں سے اکثر انحراف نہیں کرنا چاہئے، گو کہ غیر ڈرامائی اور کتابی زبان کے مکالموں کو اگر زیادتی کے ساتھ با آواز بلند ادا کیا جاتا ہے تو سننے میں بڑے مضحکہ خیز لگتے ہیں۔ چنانچہ اصل تخلیق سے پوری طرح واقفیت حاصل کر لینے اور اچھی طرح اپنے میں ضم کر لینے کے بعد اسے الگ رکھ دینا چاہئے۔ اور ڈرامے کو اپنے طور پر ڈرامائی اجزا اور فن کے مطابق پروان چڑھانا چاہئے۔ اصل خالق کی فکر یا طریقہ کار کو ذہن میں رکھیں یا بنیاد بنائیں مگر حرف بہ حرف نہیں، اور اس بات کو ہمیشہ یاد رکھیں کہ آپ اس کو اختیار کر رہے ہیں اس کی نقل نہیں کر رہے ہیں لہذا جہاں ضرورت ہو سین اور کردار جوڑے یا کاٹے جاسکتے ہیں، دو کرداروں کو ملایا جاسکتا ہے، ان کی شخصیت کو بدلا جاسکتا ہے، واقعات کو داخل کیا جاسکتا ہے یا ان کی ترتیب بدلی جاسکتی ہے۔