



# خواتین اور عالمی ذرائع ابلاغ

## ایشیا اور اقیانوسی

### ذرائع ابلاغ میں

### عورت کی شخصیت پر ایک نظر

اپنے منفی اثرات سے انسانی تمدن و معاشرے کی وسعت و ترقی کو بری طرح تباہ کر رہی ہے یہی نہیں بلکہ اس امر کا بھی امکان ہے کہ یہ اثرات بعض ممالک کی گمراہ حکمت عملی کی بنا پر انہیں غلط نظریات کو فروغ دیں اور ملک کی تیز رفتار ترقی کو سست کر دیں اور ہم زندگی کے مختلف شعبوں بالخصوص ثقافت کے میدان میں قطعاً پیچھے رہ جائیں۔

اس کے برعکس جب ہم عالمی سطح پر ذرائع ابلاغ کی مقبولیت کی جانب نگاہ ڈالتے ہیں تو دیکھتے ہیں کہ مردوں کو طاقت و تخلیق کا مظہر بنا کر پیش کیا جاتا ہے اور ہر جگہ وہی داد شجاعت و لاپرواہی دیتے نظر آتے ہیں۔ چنانچہ عام طور پر انہی کی بالادستی کو اہمیت اور نفسیاتی اعتبار سے بھی انہیں ہی برتر تسلیم کیا جاتا ہے۔

ذرائع ابلاغ کے پروگراموں کی اس کیفیت سے یہ نتائج اخذ کر کے صدائے احتجاج ہم ہی نے نہیں، جو کہ اسلامی و اخلاقی اقدار کے پابند ہیں بلکہ دنیا کے دیگر مقامات پر بھی، اس کے خلاف تحریکیں پورے جوش و خروش سے اپنی آواز بلند کر رہی ہیں۔ چنانچہ ۱۹۹۲ء میں ایسی عریاں و فحش تصاویر نے جو کسی کارخانے کے اشتہاری پوسٹروں پر دکھائی گئی تھیں شہر میڈریڈ میں فتنہ برپا کر دیا۔ اور اسپانیہ کی تنظیم خواتین نے اپنا اعلان جاری کر کے اس کارخانے سے یہ مطالبہ کیا کہ وہ توہین آمیز پوسٹروں کو منظر عام سے ہٹائے۔ اس اعلان میں اشتہار بازوں کو اس

میں مختلف نظریات سے کیا جاتا ہے جو عورتوں کے مسائل سے وابستہ ہیں اور جہاں ان کے بارے میں مشابہ و مشترک افکار و خیالات پیش کئے جاتے ہیں۔ ماہرین معاشرہ کی یہ محکم رائے ہے کہ ذرائع ابلاغ کا ترقی یافتہ اور ترقی پذیر ممالک میں یہ خاصہ بن چکا ہے کہ وہ ”خواتین کی انسانی قوت و توانائی“ کو مستقل طور پر نظر انداز کئے جا رہے ہیں اور انہوں نے یہ ثابت کر دیا ہے کہ گویا زندگی کے مختلف میدانوں میں عورت کی حیثیت قطعاً زبوں و ناتواں ہے۔ چنانچہ یہ سلسلہ جاری ہے کہ عورت کو ایسی ہستی سمجھیں جس کے ظواہر سے فائدہ اٹھایا جائے اور معاشرے میں وہ یہی کردار ادا کرتی رہے۔ بالفاظ دیگر عورت گویا سامان تفریح اور جنسی ہوس کی تسکین کا آلہ ہے۔ اور یہ وہ خیال ہے جو تاریخی حقائق کے قطعاً منافی ہے۔ اور اس تصور نے اس کی شخصیت کے انسانی پہلو کو حیات انسانی کے مختلف ادوار میں قطعاً مخدوش بنائے رکھا ہے۔

ذرائع ابلاغ کی تمدن کے منافی یہ تحریک

آج ذرائع ابلاغ ہی ایسے قوی ترین آلات ہیں جن سے افکار کی طرح ریزی و ترویج کی جاسکتی ہے۔ یہی وہ مفید ترین وسائل ہیں جنہیں تمدنوں کے فروغ کے لئے بروئے کار لایا جاسکتا ہے اور انہی طریقوں سے معاشرے کے قلب کی گہرائی تک پہنچا جاسکتا ہے۔ چنانچہ یہی وجہ ہے کہ ”ذرائع ابلاغ“ اب ایسی اصطلاح بن گئی ہے جو بہت سے اجتماعی مباحث کا عنوان ہے اور ان مباحثوں میں ”عورت و ذرائع ابلاغ“ بھی ایسا ہی اصل ترین موضوع ہے جو گزشتہ تقریباً دس سال سے متفکرین اور ماہرین معاشرہ بالخصوص ان لوگوں کی گفتگو کا مرکز بنا ہوا ہے جنہیں خواتین کے مسائل میں متخصّص کہا جاتا ہے۔

امر واقعی یہ ہے کہ عورت کی شخصیت و تصویر کو پوری دنیا کے ذرائع ابلاغ اور عوام میں اس طرح گرا کر پیش کیا جا رہا ہے کہ اب یہ تسلیم کیا جا چکا ہے کہ یہ عناصر عورت کی ترقی کی راہ میں مانع ہیں۔ چنانچہ ”عورت و ذرائع ابلاغ“ شاید ان محدود موضوعات میں سے ایک ہے جن کا ذکر ان حلقوں

مر کی جانب بھی متوجہ کیا گیا کہ انہوں نے خواتین کو رہن وادامیش سمجھ کر خواتین کی قدر و منزلت کو ذک پہنائی ہے۔ اسپانیہ کے بنیادی قانون کی دفعہ ۳ کی رو سے تجارتی اشتہار بازوں پر جو پابندیاں عائد کی گئی ہیں ان کا حوالہ دیتے ہوئے خواتین کی اس تنظیم نے کہا کہ اگر جنسی پوسٹر منظر عام سے نہیں ہٹائے گئے تو اس تنظیم کو یہ حق حاصل ہو گا کہ وہ مذکورہ کمپنی کے خلاف قانونی چارہ جوئی کرے۔

خواتین کی فلاح و بہبود کے لئے جو جماعتیں برسرِ عمل ہیں ان میں سے ایک جماعت جاپانی خواتین کی ہے جو قدیم عرصے سے برسرِ پیکار ہے۔ یہ جماعت بھی خواتین اور ذرائع ابلاغ کے مسئلے پر حرکت میں آگئی ہے۔ چنانچہ ۱۹۷۷ء میں خواتین کی توہین آمیز لکسی تصاویر کے بارے میں جو ذرائع ابلاغ کی جانب سے تیار کرائی گئی تھیں تشویش خاطر کی گئی۔ خواتین کی اس جماعت کو اپنے مقصد میں کامیابی ہوئی اور اب یہ پابندی لگادی گئی ہے کہ تیراکی کے مقامات اور شراب کی بوتلوں پر اشتہار بازی کی غرض سے خواتین کی عریاں و نقش تصاویر کو تجارتی فروغ کی غرض سے استعمال نہ کیا جائے۔

فلپائن میں بھی خواتین کی فلپائن نامی جماعت موجود ہے۔ جس نے خود پر یہ ذمہ داری لے رکھی ہے کہ وہ اس امر کی نگرانی کرے کہ خواتین کی شخصیت کو ذرائع ابلاغ میں کس طریقے سے پیش کیا جا رہا ہے۔ اس سلسلے میں اس جماعت کو جو اطلاعات حاصل ہوئی ہیں انہیں کتاب کی شکل میں شائع کر دیا گیا ہے۔ اسی ملک میں ایک دستہ اور بھی ہے جس کا نام ”میڈیا واچ“ ہے چنانچہ اس نے بھی ذرائع ابلاغ کی نگرانی شروع کر دی ہے۔ اور اب یہ کوشش کی جا رہی

ہے کہ اس ملک کی مجلس قانون ساز ایسا قانون منظور کرے جس کی رو سے خواتین کے کردار کو جنسی ہوس کے طور پر استعمال نہ کیا جائے۔

اس واقعیت کی دوسری سند منطقہ ایشیا اور اقیانوس کی وہ کانفرنس ہے جو ۱۹۹۳ء میں ”عورت اور ترقی“ کے تحت عنوان جگارتہ میں منعقد ہوئی تھی۔ اور یہ اس دعوے کی دیگر گواہ ہے کہ ”عورت اور ذرائع ابلاغ“ کا مسئلہ عالمی سطح پر بحران کی شکل میں منظر عام پر آ گیا ہے اور یہ بحران اس امر کی دلیل ہے کہ ذرائع ابلاغ اخلاقی اور انسانی اقدار کو قطعی نظر انداز کر رہے ہیں۔

اس سند میں مختلف ذرائع ابلاغ اور ان خواتین کے کردار کی جانب توجہ دی گئی ہے جو ان ذرائع ابلاغ میں کام کرتی ہیں۔ چنانچہ ان منفعت خور اداروں کی جانب اشارہ کرتے ہوئے جن کا تعلق ذرائع ابلاغ بالخصوص مصنوعی اقدار کے تار و پود سے ہے، کیا گیا کہ:

۱۹۸۰ء کے اواخر سے ۱۹۹۱ء کے اوائل تک منطقہ ایشیا اور اقیانوس میں نہایت تیز رفتاری سے مصنوعی اقدار کے ذریعے رابطہ قائم کیا گیا ہے۔ چنانچہ

پالا یا انڈونیشیا میں ’ایوسی ایٹ ہانگ کانگ میں ’انی شیٹ ہندوستان میں اور بی۔ ایس۔ جاپان میں قائم کئے گئے ہیں۔ چنانچہ مذکورہ عرصے کو آغاز رابطہ اقدار مصنوعی عنوان سے یاد کیا گیا ہے۔ نیز یہ سلسلہ ابھی جاری ہے اور تھائی لینڈ میں تیا کم ’ملیشیا میں ایوسیٹ ہانگ کانگ میں اپ اشار اور پاکستان میں بدر اپنا کام جاری کئے ہوئے ہیں۔ مصنوعی اقدار کی سر بلع توسیع اور نظام ارتباط میں اس کی کار آمدگی نے بہت سے ممالک کے نظام اطلاعات و ارتباط میں نمایاں تبدیلی پیدا کر دی ہے۔ چنانچہ یہ توسیع و تیز رفتاری ان تین محوروں پر گردش کر رہی ہے:

- ۱۔ ذرائع ارتباط میں بے نظمی۔
  - ۲۔ ان ذرائع کی ضابطگی جنہیں خصوصی شعبوں کے دست اختیار میں دے دیا گیا ہے۔
  - ۳۔ اطلاعاتی منابع کی افزائش یعنی چند گنا چھینل۔
- نظریاتی اعتبار سے اطلاعاتی منابع کی افزائش پسندیدہ اقدام ہے۔ کیونکہ اسے آزادی انتخاب سے تعبیر کیا جاتا ہے لیکن حقیقت بالکل مختلف ہے۔ کیونکہ توقع یہ کی جاتی ہے کہ جو اطلاعات ہمیں حاصل ہوں ان میں تنوع برقرار رہے، درحالیہ سب میں ہی

نظریاتی اعتبار سے اطلاعاتی منابع کی افزائش پسندیدہ اقدام ہے۔ کیونکہ اسے آزادی انتخاب سے تعبیر کیا جاتا ہے لیکن حقیقت بالکل مختلف ہے۔ کیونکہ توقع یہ کی جاتی ہے کہ جو اطلاعات ہمیں حاصل ہوں ان میں تنوع برقرار رہے، درحالیہ سب میں ہی یکسانیت پائی جاتی ہے۔

یکسانیت پائی جاتی ہے۔ جس کی وجہ یہ ہے کہ نرم اوزاروں کی تولید و توسیع کے بجائے سخت اوزاروں کی تولید پر تاکید کے ساتھ توجہ دی جاتی ہے۔ مثال کے طور پر ہانگ کانگ میں قائم اشارنی وی پورے منطقہ ایشیا اور اقیانوس میں جاپانی، امریکی، انگریزی، ہانگ کانگ کی اور جمہوری کوریا کی بڑی بڑی کمپنیوں کی دلچسپی کا باعث ہے تاکہ ان کی فروعات و تولیدات کو اس وسیلے سے پیش کر سکے۔ یا بالفاظ دیگر منطقہ ایشیا اور اقیانوس میں اس قسم کی کمپنیوں کے لئے ایسا حساس علاقہ بن گیا ہے جس کے ذریعے دنیا کی تجارتی منڈیوں پر قبضہ کیا جاسکتا ہے۔ اور اسی وجہ سے اس وقت یہ علاقہ بہت بارونق اور سرگرم عمل منڈی بنا ہوا ہے۔

نصف آبادی پر مشتمل ہے۔ اس کے سارے پروگرام اس آمدنی سے چلتے ہیں جو سوئی یا کوکا کولا کمپنی کے اشتہارات سے وصول ہوتی ہے۔ اس چینل پر جتنے بھی تفریحی اور زشی اور موسیقی کے پروگرام دکھائے جاتے ہیں وہ سب امریکہ میں تیار ہوتے ہیں، اس چینل کے پہلو بہ پہلو بی بی سی کے چینل بھی چومیں گھنٹے چلتے رہتے ہیں اور خبریں نشر کرتے رہتے ہیں۔ چنانچہ یہی وجہ ہے کہ منطقہ ایشیا اور اقیانوس میں ذرائع ابلاغ کی عالمگیری روز افزوں ہے۔ اور یہ نزدیکی تعلقات اس منطقے کے اقتصادی حالات کی عالمگیری کا سبب ہیں یہاں یہ نکتہ قابل ذکر ہے کہ ذرائع ابلاغ کی عالمگیری کمزور اقتصادی حالات اور زبوں سیاست کے پس منظر میں عوام کے نزدیک کس

ان فلموں میں خواتین کو کمزور و ناتواں، دوسروں پر منحصر اور جنسی ہوس کی تسکین کا ذریعہ بنا کر منظر عام پر لایا جاتا ہے۔ یہ بات دیہاتی علاقوں میں خاص اہمیت کی حامل ہے۔ چنانچہ شری لڑکا میں تو اس قسم کے پروگراموں نے ایک ہنگامہ بپا کر دیا ہے۔ اب وہاں کی خواتین کا مطالبہ ہے کہ جو مناظر ان فلموں میں پیش کئے جا رہے ہیں انہیں اصولی طور پر تسلیم کر لینا چاہئے اور کسی کو ان پر کوئی اعتراض نہ ہونا چاہئے۔

اشارنی وی نے اپنے پروگرام ۱۹۹۰ء سے نشر

کرنا شروع کئے۔ جن کے لئے یہ امریکہ میں تیار کردہ مصنوعی قمر ایبوسی ایٹ کا استعمال کرتا ہے یہ پانچ چینل پر اپنا پروگرام انگریزی زبان میں نشر کرتا ہے۔ یہ چینل اوسطاً اٹھائیس ملکوں اور تقریباً دو ارب ستر کروڑ افراد پر احاطہ کئے ہوئے ہے جو تقریباً دنیا کی

اہمیت کی حامل ہو سکتی ہے۔

کرمل بھسین کا شمار ہندوستان کی ان نامور شخصیتوں میں سے ہوتا ہے جنہیں خواتین کے مسائل سے خاص دلچسپی ہے۔ چنانچہ وہ خواتین کے مسائل اور ذرائع ابلاغ کے بارے میں رقم طراز ہیں:

قابل افسوس بات یہ ہے کہ ذرائع ابلاغ کے

عالمگیر ہو جانے کے مفہوم میں دنیا کے تمام افراد یکساں طور پر شریک نہیں چنانچہ چینل CNN اور BCC کے عالمگیر ہو جانے کا مقصد میرے اور بچوں کے لئے یہ ہے کہ جنسی بیہانات کو پست ترین طریقے سے نشر کیا جائے۔ یعنی جب وہ عورت اور مرد کی تعریف بیان کریں تو ان کے اچھے اور برے افعال کا مظاہرہ بھی کریں۔ بالفاظ دیگر بچوں میں اس چیز کی جانب رغبت پیدا کرنا جسے پیش کر کے یہ کمپنیاں اسے فروخت کرنا چاہتی ہیں۔ گویا وسیع پیمانے پر ہر سمت وجانب خاص تمدن کی یورش۔

مذکورہ بالا مضمون کے دوسرے حصے میں

”خشونت کی وجہ“ کے زیر عنوان بیان کیا گیا ہے کہ:

ذرائع ابلاغ میں شجاعت و دلاوری کو اس طرح پیش کیا جاتا ہے کہ جس میں مرد کی اقدار کو مزید تقویت ملتی ہے۔ ان ذرائع ابلاغ کے ذریعے جو پیغام دیا جاتا ہے وہ یہ ہے کہ خشونت کو فروغ دیا جائے اور جنسی بیہان میں تیزی و تندہی پیدا کی جائے۔ مرد کی ذات وہ شخصیت ہے جو خواتین کا تحفظ و دفاع کرتی ہے اس کے برعکس خواتین کی حیثیت ایسی کمزور شخصیت ہے جس کا انحصار دوسروں کے رحم و کرم پر ہے۔ چنانچہ جو کچھ امریکہ میں فلموں کے ذریعے دکھایا جاتا ہے انہی عناصر کا فریفتہ ایشیائی نوجوانوں کو کیا جا رہا ہے۔

اس مضمون میں اس بات پر زور دیا گیا ہے کہ: از ذرائع ابلاغ میں رائج ترین اور سنجیدہ ترین شکل یہ ہے کہ جب عورتوں کی تصاویر کو پیش کیا جاتا ہے تو اس میں اس بات کی خاص طور پر تشہیر کی جاتی ہے کہ عورت گویا جنسی ہوس کا ساز و سامان ہے۔ یہ مسئلہ ایشیا اور اقیانوس کے تمام ممالک میں بالخصوص

میں جو فلمیں تیار کی جا رہی ہیں ان میں خواتین فنکاروں کو پست کرداروں کی شکل میں پیش کیا جاتا ہے۔ اور یہ وہ مناظر ہیں جو سونی صد تماشائیوں کو اپنی جانب مائل کرتے ہیں۔ ان فلموں میں خواتین کو کمزور و ناتواں دوسروں پر منحصر اور جنسی ہوس کی تسکین کا ذریعہ بنا کر منظر عام پر لایا جاتا ہے۔ یہ بات دیہانتی علاقوں میں خاص اہمیت کی حامل ہے۔ چنانچہ شری لڈکا میں تو اس قسم کے پروگراموں نے ایک ہنگامہ بپا کر دیا ہے۔ اب وہاں کی خواتین کا مطالبہ ہے کہ جو مناظر ان فلموں میں پیش کئے جا رہے ہیں انہیں اصولی طور پر تسلیم کر لینا چاہئے اور کسی کو ان پر کوئی اعتراض نہ ہونا چاہئے۔

جو فلمیں خاص مقاصد کے پیش نظر تیار کی جاتی ہیں ان میں زندگی کو اس طرح پیش کیا جاتا ہے جو حقیقت سے کہیں دور ہوتی ہے۔ چنانچہ جن جدید اقدار کو ان تصاویر میں پیش کیا جاتا ہے ان میں فیشن کی چیزوں کی خاص طور پر نمائش کی جاتی ہے۔ گویا اس میں تجارتی فروغ کا پہلو بھی شامل ہے۔ یہ موضوع ان فلموں میں جو جاپان میں تیار کی جاتی ہیں آسانی سے دیکھا جاسکتا ہے۔ اگرچہ ان فلموں کی داستان تو وہی روایتی ہوتی ہے لیکن جس انداز سے اس داستان کو پیش کیا جاتا ہے اس میں جدید طرز کو نمایاں دخل ہوتا ہے اور فیشن کی زندگی سے اس کی خاص مطابقت ہوتی ہے۔ اور جتنی زیادہ اس کی موسیقی جدید طرز کی ہوگی فلم کو اتنی ہی زیادہ مقبولیت حاصل ہوگی۔ مگر اس کے باوجود یہاں کے ذرائع ابلاغ میں خواتین اپنی روایتی زندگی کے پس منظر میں ہی فلمی پردے پر آتی ہیں تاکہ یہ محسوس ہو کہ تبدیلی واقع نہیں ہوئی ہے۔

.....

کی جانب لوگوں کو راغب کر رہا ہے بلکہ ان میں ایسی طرز زندگی کو پیش کیا جا رہا ہے جس میں عورتوں کے ساتھ امتیازی سلوک روا رکھا جاتا ہے۔

چنانچہ ملیشیا میں "ولاس" اور "اسرار" جیسے پروگرام پیش کئے گئے ہیں جن میں عورتوں کا کردار

گذشتہ دس سال سے مسلسل چلا آ رہا ہے اور روز بروز ترقی پر ہے۔ چنانچہ ان میں جتنا زیادہ عنصر اشتہار بازی اور تشہیر کا شامل ہوگا اتنا ہی زیادہ اس عنوان کو زور دیا جائے گا۔

بہت سے ایشیائی ممالک اس بات کے



اس مضمون میں اس بات پر زور دیا گیا ہے کہ: ان ذرائع ابلاغ میں رائج ترین اور سنجیدہ ترین شکل یہ ہے کہ جب عورتوں کی تصاویر کو پیش کیا جاتا ہے تو اس میں اس بات کی خاص طور پر تشہیر کی جاتی ہے کہ عورت گویا جنسی ہوس کا ساز و سامان ہے۔

منفی صورت میں پیش کیا گیا ہے اور یہی کردار ان پروگراموں کے لئے مثالی بن گئے ہیں جو اندرون ملک تیار کئے جاتے ہیں اور یہی وہ مسئلہ ہے جو ایشیائی اور مغرب ممالک میں مختلف نوعیت کا ہے۔

اس کے علاوہ چین، ہانگ کانگ اور ہندوستان

خواہشمند ہیں کہ وہ فلمیں جو مغرب بالخصوص امریکہ میں بنائی جاتی ہیں ان کی اپنے ملکوں میں درآمد کریں۔ کیونکہ یہ فلمیں ان پروگراموں سے کہیں زیادہ کم قیمت پر دستیاب ہو جاتی ہیں جنہیں وہ اپنے ممالک میں تیار کرتے ہیں۔ یہ پروگرام نہ صرف مغربی تمدن