صحافت کی الف ب پ

ڈیجیٹل صحافیوں کیلئے بنیادی گائیڈ

میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی

صحافت کی الف ب پ

ڈیجیٹل صحافیوں کیلئے بنیادی گائیڈ

صحافت کی الف ب پ

ڈیجیٹل صحافیوں کیلئے بنیادی گائیڈ

مصنف:

وقاص نعیم

جائزہ و تدوین:

صدف خان

ڈیزائن:

انیقہ حیدر

اشاعت: 2018

ناشر: میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی

MediaMatters forDemocracy

Policy Research & Advocacy Initiative

یہ گائیڈ بک اسلام آباد میں امریکی ایمبیسی کے تعاون سے تیار کی گئی ہے اور creative commons کے بین الا قوامی لائسنس 4.0 کے تحت اصل مصنفین اور ناشر سے منسوب کر کے دوبارہ اشاعت اور استعمال کیلئے دستیاب ہے۔ (CC BY 4.0)
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
جملہ حقوق محفوظ ہیں

ڈیجیٹل صحافت سے متعلق اس گائیڈ بک کی تیاری میں: مندرجہ ذیل صحافتی وسائل اور کتابوں سے رہنمائی لی گئی ہے جس کیلئے ہم ان اداروں اور مصنفین کے مشکور ہیں

رائٹنگ اینڈ رپورٹنگ نیوز: اے کوچنگ میتھڈ۔ (آٹھواں شمارہ) کیرول رچ۔
سنگیج لیرننگ

دی ایلیمنٹس آف جرنلزم۔ بل کووَیچ اور ٹام روزنسٹیئل۔ تھری ریورز پریس۔
موبائل جرنلزم مینوئل ویب سائٹ (کونراڈ ادیں اور سٹیفنگ)
پوائنٹر انسٹیٹیوٹ

فہرستِ مضامین

عنوان مضمون		صفحہ
پیش لفظ	---------------------------	5
حصّہ اول۔ خبر کیا ہے	---------------------------	6
باب نمبر ایک ---۔ خبروں کی اقدار کی سمجھ	---------------------------	7
باب نمبردو ---۔ خبروں کے عناصر کی نشاندہی	---------------------------	12
حصّہ دوم۔ نیوز رپورٹنگ کے بنیادی اصول	---------------------------	20
باب نمبر تین ---۔ ذرائع اور نسبت	---------------------------	21
باب نمبر چار---۔ انٹرویو کرن	---------------------------	28
باب نمبر پانچ ---۔ واقعات کی رپورٹنگ	---------------------------	31
حصّہ سوم۔ خبروں کی تحریر	---------------------------	36
باب نمبر چھ ---۔ ابتدائیہ کی تلاش	---------------------------	37
باب نمبر سات ---۔ الٹی اہرام	---------------------------	42
باب نمبرآٹھ ---۔ پرنٹ، براڈ کاسٹ اورڈیجیٹل میڈیا کیلئے تحریر	---------------------------	49
حصہ چہارم۔ ڈیجیٹل عہد میں صحافت	---------------------------	58
باب نمبر نو ---۔ موبائل فون اور صحافت	---------------------------	59
باب نمبر دس ---۔ سوشل میڈیا اور صحافت	---------------------------	75
ضمیمہ	---------------------------	81

پیش لفظ

پاکستان میں انٹرنیٹ کے بڑھتے ہوئے استعمال اور سوشل میڈیا کی مقبولیت کے پیش نظر صحافیوں اورصحافتی اداروں نے ڈیجیٹل ذرائع کی مدد سے خبروں کی تیاری اور نشر و اشاعت کا آغاز توکردیا ہے لیکن ایسے صحافی خواتین و حضرت کیلئے تربیتی وسائل کا فقدان ہے جو ڈیجیٹل آلات اور تکنیک کو اپنے روزمرہ کام میں استعمال کرنا چاہتے ہیں۔ پاکستان میں صحافیوں کی ڈویلپمنٹ کیلئے کام کرنے والے سول سوسائٹی اداروں نے اس حوالے سے تربیتی ٹریننگ کے متعدد سلسلے منعقد کرا کے اس کمی کو پورا کرنے کی کوشش کی ہے۔ ان اداروں کے اقدامات قابل تحسین ہیں لیکن اکثر یہ کوششیں ملک کے چند حصّوں تک محدود رہتی ہیں۔ اسی طرح اعلی سطح کے کچھ پرائیویٹ تعلیمی اداروں کو چھوڑکراکثریت پبلک سیکٹر یونیورسٹیوں میں ابھی ابھی رائج الوقت صحافتی رجحانات پر بحث ہوتی ہے نہ ہی عملی کام سکھایا جاتا ہے۔ اس صورت حال کا ایک نتیجہ یہ ہے کہ پاکستان کے چھوٹے شہروں اور مقامی میڈیا سے منسلک صحافی عالمی جرنلزم میں دیکھی جانے والی جدت سے یا تو نا آشنا ہیں یا پھر اس کو مکمل طور پر استعمال کرنے سے قاصر ہیں۔ دوسرا یہ کہ جن علاقوں میں وہ رپورٹنگ کر رہے ہیں وہاں قارئین و ناظرین اب سستے سمارٹ فون اور موبائل انٹرنیٹ بنڈل کے ذریعے سماجی رابطے اور معلومات کے حصول کیلئے سوشل میڈیا اور ویب سائٹس کا استعمال کر رہے ہیں جس کی وجہ سے بڑے شہروں کی طرح اب دیگر علاقوں میں بھی روایتی میڈیا پر انحصار کم ہونے کے امکاںات ہیں۔ ایسے میں صحافیوں کیلئے اشد ضروری ہے کہ وہ نہ صرف مقامی آبادی کے مسائل کی نشاندہی کیلئے معیاری خبریں شائع کریں بلکہ اشاعت کیلئے ڈیجیٹل اور سوشل میڈیا کو بروئے کار لائیں۔ یہ گائیڈ بک پاکستانیوں صحافیوں اور صحافت کے طالب علموں کیلئے صحافت کے بنیادی اصولوں کو دہرانے کے ساتھ ساتھ دور حاضر کے ڈیجیٹل صحافتی وسائل پررہنمائی فراہم کرے گی۔ ہمیں امید ہے کہ اردو زبان میں اس گائیڈ کی اشاعت سے وہ صحافی بھی مستفید ہوں گے جو انگریزی میں مہارت نہ رکھنے کے باعث ڈیجیٹل صحافت کے متعلق آن لائن وسائل سے رجوح نہیں کر پاتے یا وہ ساتھی جو پاکستان کے بڑے شہروں سے دوراپنی صحافتی ذمہ داریاں نبھا رہے ہیں۔ پڑھنے اورتربیتی عمل میں آسانی پیدا کرنے کیلئے اس کتاب کو چار حصّوں میں تقسیم کیا گیا ہے۔ پہلے حصے میں خبروں کی اقداراورعناصر کے حوالے سے بحث موجود ہے۔ دوسرا حصہ رپورٹنگ میں مددگار ثابت ہونے والے اصولوں کا تذکرہ کرتا ہے جبکہ تیسرے حصے میں نیوز تحریر کے بارے میں تربیت دی گئی ہے۔ بلاخر چوتھا حصہ خاص طور پر صحافت میں سوشل میڈیا اور موبائل فون کے استعمال پر روشنی ڈالے گا۔ ہرباب کے آخرمیں مشقی سوالات کی صورت میں معلومات کو دہرانے اور سبق کو سمجھنے کا موقع دیا گیا ہے۔ گزارش یہ ہے کہ صحافی گائیڈ میں درج معلومات کو عملی طور پر آزما کر دیکھیں۔ اسکے بغیر وہ اپنی صحافت میں سنوار پیدا نہیں کر سکیں گے۔

صدف خان
ڈائریکٹر پروگرامز، میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی

حصّہ اول

خبر کیا ہے

باب نمبر ایک — خبروں کی اقدار کی سمجھ بوجھ

اکیسوی صدی کے آغاز میں ڈیجیٹل ٹیکنالوجی کی جدت اور استعمال میں اضافے نے عالمی سطح پر سماجی رابطوں کے عمل میں ایک انقلاب برپا کر دیا۔ اس انقلاب نے صحافت کو بھی اپنی لپیٹ میں لیا اور چند برسوں میں وہ عوام جو ایک صدی تک خبروں کے حوالے سے بطور قارئین و ناظرین ایک جامد اکائی سمجھی جاتی تھی اب صحافتی عمل کا ایک فعال ستون بن گئی۔ انٹرنیٹ کی مدد سے صارفین نہ صرف خبریں دیکھ یا پڑھ کر انہیں شیئر کرنے کی سہولت سے روشناس ہوئے بلکہ وہ اپنی آواز صحافیوں تک پہنچانے اور بلاگ اور ویب فورم کے ذریعے معلومات کی اشاعت اور خبروں کی تخلیق کے قابل بھی ہو گئے۔ یوں ایک طرف روایتی میڈیا میں ڈیجیٹل صحافت کی بنیاد پڑی اور دوسری جانب شہری صحافت اور عینی شاہد رپورٹنگ کے رجحانات میں تیزی آئی۔

موجودہ دور میں موبائل صحافت اور سوشل میڈیا کی مدد سے خبروں کو اکٹھا کرنا اور خبروں کی ترسیل صحافیوں اور عوام کے درمیان باہمی اشتراک کا عمل بن گیا ہے۔ ان صحافتی تبدیلیوں کے پیش نظر ابلاغ عامہ کے مغربی ماہرین اب اس نتیجے پر پہنچے ہیں کہ خبریں بنانا صرف صحافیوں کی میراث نہیں ہے بلکہ کوئی بھی شخص صحافتی اصولوں کی پیروی کرتے ہوئے خبر رپورٹ کر سکتا ہے۔ لیکن انٹرنیٹ اور سوشل میڈیا پر معلومات کے وسیع انبار کے پیش نظر پیشہ وارانہ صحافیوں کی اہمیت میں کمی آنے کی بجائے ان کی ضرورت اور افادیت میں اضافہ ہوا ہے۔ ڈیجیٹل صحافت میں اپنا نمایاں مقام قائم کرنے کیلئے صحافیوں کو اپنے کام کو رپورٹنگ اور تحریر کے بنیادی اصولوں سے ہمکنار رکھتے ہوئے چند اضافی صلاحیات بھی سیکھنا ضروری ہیں۔ لیکن رپورٹنگ اور تحریر کے اصولوں کی طرف بڑھنے سے پہلے یہ انتہائی اہم ہے کہ صحافت اور خبروں کی بنیادی اقدار کا احاطہ کیا جائے اور یہ سمجھنے کی کوشش کی جائے کہ ٹیکنالوجی کے عہد میں یہ صحافتی اقدار کیسے ارتقا پذیر ہیں۔

صحافت کیا ہے؟

جرنلزم پروفیسرز بل کووچ اور ٹام روزنسٹیئل کے مطابق صحافت کا بنیادی مقصد شہریوں کو وہ معلومات مہیا کرنا ہے جس کی مدد سے وہ آزاد رہیں اور اپنے فیصلے خود کرنے کے قابل ہو جائیں۔ صحافت دراصل ایسے عمل کا نام ہے جس کے ذریعے معلومات کو اکٹھا کرنے کے بعد ان کی جانچ پڑتال کرکے انہیں خبر کی شکل دے کر پیش کیا جاتا ہے۔ صحافت کی امتیازی صفت تصدیق کا ضابطہ ہے جس کے تحت صحافی نشرواشاعت سے قبل معلومات کی سچائی اوردرستگی کا یقین کرتے ہیں۔ تصدیق کا یہ ضابطہ صحافت کو ابلاغ کی دیگراقسام، جیسا کہ آرا، اشتہارسازی، اور پروپیگنڈا وغیرہ، سے منفرد کرتا ہے۔

خبر کیا ہے؟

فلاح عامہ اورعوامی دلچسپی سے منسلک ایسے حقائق یا سچی معلومات جو پہلے عوام کے علم میں نہ ہوں لیکن جن کی مدد سے لوگ اپنی سیاسی یا سماجی زندگیوں کے حوالے سے بہتر فیصلے کر سکتے ہوں، انہیں خبریں کہتے ہیں۔

خبروں کی آٹھ اقدار

کیا ہرقسم کی نئی معلومات کو خبر کا درجہ دینا چاہئیے؟ یا پھر صحافی حقائق کو کسی کسوٹی پر پرکھنے کے بعد ہی رپورٹ کرنے کے قابل سمجھتے ہیں؟ وہ کیا صفات ہیں جن کی مدد سے ایک صحافی یہ تعین کر سکتا ہے کہ ایک واقعہ خبروں کے لائق ہے اور کوئی دوسرا واقعہ غیراہم ہے؟ صحافت کے طالب علم اکثر ان سوالات پر الجھن کا شکار ہوتے ہیں۔ بیسوی صدی میں کئی دہائیوں پر مشتمل صحافتی عمل کے مشاہدے اور تحقیق کے بعد ماہرین نے خبروں کی آٹھ اقدار کی نشاندہی کی جن کی مدد سے صحافی کسی بھی قسم کے واقعات کا خبروں کے اہل ہونے یا نہ ہونے کے بارے میں فیصلہ کر سکتے ہیں۔ ان اقدار کی تفصیل کو پڑھتے ہوئے صحافیوں کو یہ بات ذہن میں رکھنی چاہئیے کہ خبر کی تعریف بیان کرتے ہوئے جن دو شرائط یعنی 'فلاح عامہ' اور 'حقائق یا سچی معلومات' کا ذکر کیا گیا تھا ان کا اطلاق ان میں سے ہر ایک قدر پر ہوتا ہے۔

1) بروقت اطلاعات

ایسے واقعات جو حال ہی میں رونما ہوئے ہوں یا مستقبل قریب میں پیش آنے والے ہوں، خبروں کے حوالے سے زیادہ اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔ صحافت، خصوصا براڈکاسٹ جرنلزم، میں خبروں کو عوام تک فوری طور پر پہنچانا ضروری سمجھا جاتا ہے اوراطلاعات کی فراہمی میں اس بے وسیگی کو اہمیت دی جاتی ہے۔ مثال کے طور پر آج پیش آنے والے ٹریفک حادثے کی اطلاع کو اگر آج کی ٹی وی خبروں اور کل کے اخبار میں شامل نہ کیا گیا تو چند بعد دن اس خبر کو چھاپنا غیر ضروری سمجھا جائیگا لیکن اگر یہ واقعہ پہلے دن ہی رپورٹ کر دیا گیا ہو تو اگلے چند دنوں میں اس پر اپ ڈیٹ شیئر کی جا سکتی ہے۔ یہ قدر عام طور پر روز مرہ خبروں کے لیے موزوں سمجھی جاتی ہے، جبکہ تحققیاتی رپورٹنگ اور فیچر خبروں میں اکثر معاملات کی گہرائی تک پہنچنے کیلئے ماضی کے واقعات کی دوبارہ چھان بین اور تذکرہ کیا جاتا ہے۔

2) قربت

عام طور پر لوگ ان خبروں میں زیادہ دلچسپی رکھتے ہیں جو ان کے قریب کے علاقہ میں ہونے والے واقعات کے بارے میں ہوں۔ اس کی ایک مثال یہ ہے کہ اسلام آباد میں رہنا والا کوئی شخص لاہور میں پیش آنے والی ایک ٹریفک حادثے کی معلومات کے مقابلے میں اسلام آباد میں ہونےوالے کسی ٹریفک حادثے کی خبر کو زیادہ غورسے پڑھے گا کیونکہ وہ خود اسلام آباد میں مقیم ہے اور اس حادثے سے اس کے کاروبار زندگی

پر شاید کوئی اثر رونما ہونے کا امکان ہو۔ لہٰذاخبروں کے حوالے سے صحافی مقامی واقعات کو غیر مقامی معلومات پر فوقیت دیتے ہیں۔ چند اثنا میں قربت کا پہلو بیرونی خبروں میں بھی کار فرما ہوتا ہے مثال کے طور پر بیرون ملک پیش آنے والی کسی قدرتی آفت کی تباہ کاری میں اگر کوئی پاکستانی شہری متاثر ہوں تو پاکستان میں یہ خبر دلچپسی کا باعث اس لئے بنے گی کیونکہ لوگ اپنے ہم شہریوں کی خیریت کے بارے میں فکر مند ہوں گے۔

3) مناسبت

واقعات کی عوامی دلچپسی کے امورسے مناسبت کو جانچنا بھی ایک اہم خبری قدر ہے۔ کیا یہ معلومات ایسے مسائل سے منسلک ہیں جن کے بارے میں آپ کے ناظرین اور قارئین باقاعدگی سے سوچ رہے ہیں یا بحث کر رہے ہیں۔ اسکی ایک مثال یہ ہے اگر راولپنڈی شہر میں کوڑا کرکٹ کا مسئلہ عوام کیلئے درد سر بنا ہوا ہے تو اس پر رپورٹنگ کرنا اہم ہوگا کیونکہ لوگ اس مسئلہ کے سد باب کیلئے کیے جانے والے اقدامات کے بارے میں جاننا پسند کریں گے۔

4) اثر

خبروں کیلئے ایسے واقعات منتخب کیے جاتے ہیں جن کا عوام پر براہ راست اثر رونما ہوتا ہے، مثال کے طور پر اگر کسی نئی حکومتی پالیسی کے نتیجے میں اشیا خورد نوش کی قیمتوں میں اضافہ ہونا متوقع ہو تو یہ معلومات عوام تک پہنچانا اہم ہوگا کیونکہ عوامی طرز زندگی اس پالیسی سے متاثر ہو گی۔ اسی طرح اگر بیماری کی کوئی نئی وبا پھیلتی ہے تو یہ عوامی سلامتی کیلئے خطرہ ہے اور خبروں کے ذریعے عوام احتیاطی تدابیرجاننا پسند کریں گے۔

5) تنازع

سیاسی اور سماجی تنازعات کو اس لئے خبروں کیلئے اہم سمجھا جاتا ہے کیونکہ مقامی یا ملکی مسائل سے منسلک ہوتے ہیں اور ان میں 'مناسبت' اور 'اثر' کی خبری اقدار بھی کار فرما ہوتی ہیں۔ یہ تنازعات حکومت اور شہریوں کے مابین بھی ہو سکتے ہیں اور نامورشخصیات کے درمیان بھی۔ ریاستوں کے درمیان ایسی کشیدگی بھی خبروں کے ذریعے ہی منظرعام پر آتی ہے جس کا مظاہرہ خارجہ پالیسی میں سردی یا جنگ کی صورت میں ہو سکتا ہے۔

6) شہرت

ایسی شخصیات سے منسلک معلومات عوامی دلچپسی کا مرکز ہوتی ہیں جو اپنے پیشے یا کام کی نسبت عوام میں مقبول ہوں، مثال کے طور پر کھلاڑی، اداکار اور سیاست دان وغیرہ۔ صحافی ایسے واقعات کو خبروں کی صورت میں پیش کر سکتے ہیں۔ ایسا کرتے ہوئے ایڈیٹوروں کو خیال رکھنا چاہیے کہ وہ محض تفریح کی بنیاد پر یہ خبریں نہ شائع کریں اور خاص کر ان خبروں کیلئے عوامی فلاح کے اہم امور پر رپورٹنگ کی قربانی نہ دی جائے۔

7) انوکھا پن

نادر یا غیرمعمولی نوعیت کے واقعات کو خبروں کیلئے اس لئے اہل سمجھا جاتا ہے کیونکہ وہ عوام کی دلچپسی کا مرکز بن سکتے ہیں۔ یہ خبریں عام طور پر تفریحی نوعیت کی ہوتی ہیں اور ان کا تعلق عوام کی ضروریات سے زیادہ انکی خواہشات سے ہوتا ہے۔

8) انسانی پہلو

ایسے واقعات جو انسانی جدوجہد یا کارناموں کی مثال ہوں انہیں بھی خبروں میں جگہ دی جاتی ہے کیونکہ ایسی اطلاعات سے سماجی اورمعاشرتی نظام کو در پیش مسائل کی نشاندہی سے لے کرامید اور جراتمندی جیسے پیغامات تک مختلف امور اجاگر کیے جا سکتے ہیں۔

ایکسپریس ڈاٹ پی کے نیوز ویب سائٹ پر'عجیب و دلچسپ' کے نام سے ایک علیحدہ سیکشن ہے جس میں دنیا بھر سے انوکھی اور غیر معمولی واقعات پر مبنی حبریں شائع کی جاتی ہیں

خبروں کی اقدار پر ڈیجیٹل ٹیکنالوجی کے اثرات

انٹرنیٹ اور مواصلاتی ٹیکنالوجی کی وجہ سے خبری اقدار پر بھی دباؤ پڑا ہے۔ خبروں کی بروقت فراہمی کا مطلب اب تبدیل ہو کر 'رئیل ٹائم' یا براہ راست نشر و اشاعت ہوتا جا رہا ہے۔ بریکنگ نیوز، کھیلوں کے مقابلوں اور عالمی سیاست سے جڑے معاملات پر اب اکثر نیوز اور سماجی رابطوں کی ویب سائٹس کے ذریعے لمحہ بالمحہ خبریں عوام تک پہنچانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اس کا نقصان یہ ہے خبر نشر کرنے کی جلدی میں تصدیق کے عمل کی قربانی دینی پڑ جاتی ہے اور اکثر اوقات خبر رساں ادارے غیر تصدیق شدہ معلومات شیئر کرنے کی کشمکش سے دو چار ہوتے ہیں۔ اگر بعد میں خبر غلط ثابت ہو جائے تو ادارے کی ساکھ کو ٹھیس پہنچے گی اور ناظرین و قارئین کا اعتماد بھی مجروح ہوگا۔ عین ممکن ہے کہ ان کا اس خبر رساں ادارے سے اعتبار اٹھ جائے۔

انٹرنیٹ کی وجہ سے قربت کا تصور بھی وسیع تر ہوتا چلا جا رہا ہے اور دنیا کے ایک کونے میں بیٹھے ہوئے افراد اب اتنی ہی آسانی سے بیرون ملک کی خبریں حاصل کر سکتے ہیں جتنی آسانی سے وہ مقامی معلومات حاصل کرتے ہیں۔ چونکہ انٹرنیٹ پر صحافت کو منافع بخش بنانے کیلئے یہ ضروری ہے کہ زیادہ سے زیادہ لوگ خبروں کا مطالعہ کریں لہٰذا بد قسمتی سے اس دباؤ میں خبر رساں ادارے 'تنازع'، 'شہرت'، اور 'انوکھا پن' جیسی خبری اقدار سے منسلک خبروں کو دیگر اقدار کے مقابلے میں ضرورت سے زیادہ اہمیت دیتے ہیں جس سے خبروں میں سنسنی خیزی میں اضافہ ہوا ہے اور ٹیبلوائڈ صحافت پروان چڑھی ہے، جس میں معروف شخصیات کی ذاتی زندگیوں اور پگڑیاں اچھالنے پر زور ہوتا ہے۔ 'کلک بیٹ' جیسے نئے مسائل نے جنم لیا ہے۔ کلک بیٹ خبر میں مصالحہ دار شہ سرخی کے ذریعے عوام کو خبر کے لنک پر کلک کرنے پر مجبور کیا جاتا ہے لیکن جب کلک کرنے کے نتیجے میں صارف نیوز ویب سائٹ پر پہنچتا ہے تو وہاں کوئی معنی خیز خبر نہیں ہوتی بلکہ اشتہارات کی بھرمار ہوتی ہے۔

ان مشکلات سے نمٹنے کیلئے ماہرین یہ مشورہ دیتے ہیں کہ صحافیوں کو صحافت کے بنیادی اصولوں اور اساسی ذمہ داریوں سے جڑے رہنا چاہیئے۔

اس تصویر میں دیکھا جا سکتا ہے کہ ایکسپریس ڈاٹ پی کے نیوز ویب سائٹ پر مقبول ترین خبروں میں شمار ہونے والی چار میں سے تین خبروں کا تعلق شو بزنس، کھیل اور غیر معمولی واقعات سے ہے

صحافت کے اصول اور ان کی اہمیت

بدلتے ہوئے دور میں صحافت کے بنیادی اصول صحافیوں کیلئے مشعل راہ بن سکتے ہیں۔ تاکہ وہ ٹیکنالوجی کے دباؤ میں صحافت کا اصل مقصد اور ان کی اخلاقی ذمہ داریوں کو فراموش نہ کر بیٹھیں۔

سچائی اور درستگی

صحافیوں کو کسی بھی حال میں معلومات کی تصدیق کے بغیر انہیں شائع یا نشر نہیں کرنا چاہیئے۔ خبر کی سچائی اور درستگی کا یقین کرنے کیلئے صحافیوں کو معلومات کی تصدیق ایک سے زیادہ قابل اعتبار ذرائع سے کرنی چاہیئے۔ اس کے علاوہ انہیں اپنی رپورٹ میں شامل تمام حقائق کو اس نظر سے چیک کرنا چاہیئے کہ یہ صاف ظاہر ہو کہ ان حقائق کی بنیاد یا ماخذ کیا ہے۔ اس سلسلے میں سرکاری دستاویزات ان کی مدد کر سکتے ہیں۔ الزامات اور دعویٰ کی صورت میں صحافیوں کو تحریر میں ان الزامات کی نسبت صاف صاف ظاہر کرنی چاہیئے تاکہ پڑھنے والوں کو ابہام نہ رہے۔ علاوہ ازیں صحافیوں کو افواہیں، قیاس آرائیاں، اور بے پر کی باتوں کو کبھی سچ سمجھ کر خبروں میں پیش نہیں کرنا چاہیئے۔ اگر کسی معاملے سے منسلک افواہیں عام ہیں تو صحافی اپنی رپورٹنگ کے عمل میں انہیں سوال پوچھنے یا تصدیق کرنے کے کام لا سکتے ہیں لیکن تصدیق کیے بغیر انھیں خبروں میں شامل نہیں کرنا چاہیئے۔ صحافیوں کو اپنی ذاتی آراء کو بھی رپورٹنگ کا حصہ نہیں بنانا چاہیئے۔

منصفانہ رویہ اور توازن

ناظرین و قارئین خبروں میں تعصب کو آسانی سے بھانپ لیتے ہیں، اور اگر کسی نیوز ادارے کے حوالے سے عوامی تاثر یہ ہو جائے کہ وہ ادارہ متعصبانہ رپورٹنگ کرتا ہے تو بے شک یہ تاثر غلط بھی ہو اسے زائل کرنا بہت مشکل ہو جاتا ہے۔ لہٰذا ذمہ دار نیوز اداروں کو خبروں میں منصفانہ رویہ یا توازن برقرار رکھنا چاہئیے۔ اس کا ایک طریقہ یہ ہے کہ رپورٹر یا ایڈیٹر جس معاملے پر رپورٹنگ کر رہے ہیں اس پر قاضی نہ بنیں بلکہ غیر جانبداری سے تمام حقائق عوام کے سامنے لے کر آئیں تاکہ لوگ خود فیصلہ کر سکیں۔ ایک اور طریقہ یہ ہے کہ متنازعہ معاملات پر رپورٹنگ کرتے ہوئے تمام فریقین کا موقف شامل کریں۔ موجودہ صحافت میں صحافی اس بات کا اعتراف کرتے ہیں کہ ان کے اپنے تعصبات کو ختم کرنا نا ممکن ہے لہٰذا انہیں معروضی صحافت کا کھوکھلا وعدہ کرنے کی بجائے اپنے رپورٹنگ کے عمل میں شفافیت اور توازن قائم رکھنا چاہئیے۔ یہ توازن صحافی کی سوچ یا آراء کو قید کرنے سے نہیں پیدا ہوگا بلکہ اس کا ذریعہ دراصل تصدیق کے ضابطے کا ہر خبر میں مستقل مزاجی سے استعمال ہے۔ اکثریت خبروں کیلئے منصفانہ اور متوازن رپورٹنگ کے اصول سے استفادہ کرنا چاہئیے لیکن چند قسم کی خبروں میں صحافیوں کو جھوٹے توازن سے خبردار رہنا چاہئیے۔ یہ احتیاط ایسے معاملات میں ضروری ہوتی ہے جہاں ایک فریق کا موقف یا خبر کے ایک پہلو کا بیانیہ سچ ثابت ہو گیا ہو لیکن دوسرا فریق یا دوسرے پہلو کے علمبرداراس سچ کو ماننے سے انکاری ہو جائیں جیسا کہ موسمی تغیرات کے سلسلے میں دیکھنے کو ملتا ہے جہاں عالمی سائنسدانوں کی اکثریت تحقیق کے بعد اس نتیجے پر پہنچی ہے کہ دنیا کا درجہ حرارت انسانی سرگرمیوں کے باعث بڑھ رہا ہے اور اس سے کرہ ارض پر انسانوں کیلئے زندگی گزارنا شدید مشکل ہو جائیگا لیکن ایک اقلیت اس تحقیق کو بغیر کسی ثبوت کے رد کر رہی ہے۔

خود مختاری

صحافت کا ایک مقصد طاقتورطبقات کا احتساب کرنا ہے تاکہ وہ عوام کے سامنے جواب دہ رہیں۔ سماجی نا انصافیوں اور سیاسی بے ضابطگیوں سے پردہ اٹھانے پر صحافیوں کو اکثرایسی سرکاری یا غیر سرکاری قوتوں کا سامنا کرنا پڑتا ہے جو ان کی رپورٹنگ کو روکنے یا ان کی صحافتی آزادی کو سلب کرنے کی کوشش کرتی ہیں۔ اس کے علاوہ صحافتی ادارے چونکہ اکثر اشتہارات کے ذریعے منافع کماتے ہیں اس لئے اشتہار دینے والی کمپنیوں کی بھی کوشش ہوتی ہے کہ اشتہارات کے عوض وہ تنقیدی رپورٹنگ سے بچے رہیں، اور اکثر اشتہارات کی فراہمی بند کر کے بھی نیوز اداروں پر دباؤ ڈالا جاتا ہے۔ صحافتی خودمختاری کو یقینی بنانے کیلئے صحافیوں کو خود بھی اپنے کردار و عمل کو مضبوط بنانا ضروری ہے اور صحافتی یونینز اور تنظیموں کو بھی اس امر کیلئے جدوجہد کرنا لازمی ہے۔

اخلاقیات پر مبنی ذمہ دار رپورٹنگ

صحافیوں کو حتی الامکان کوشش کرنی چاہئیے کہ ان کی خبروں سے کسی فرد کو بلا جواز نقصان نہ پہنچے۔ صحافی اپنے لیے کسی اخلاقی فلسفے کا انتخاب کر سکتے ہیں جیسا کہ اجتماعی فائدہ کا اصول (یعنی صحیح اورغلط میں تمیز اس بنیاد پر ہو کہ کس امر سے اجتماعی فائدہ یقینی بنے گا)، یا نقصان کا اصول (یعنی انسان اپنے قول و فعل میں آزاد ہیں جب تک ان کے اقدامات سے کسی دوسرے کو نقصان نہیں پہنچتا)۔ لیکن ہر کیس میں صحافیوں کو پہلے یہ ضرور سوچنا چاہئیے کہ وہ جو کام کرنے جا رہے ہیں کیا وہ واقعی انکی صحافتی ذمہ داریوں کی انجام دہی کیلئے ہے؟ یعنی وہ عوام کی معلوماتی ضروریات، عوام کی خواھشات، سماجی تعمیرسازی یا طاقت کے احتساب کیلئے یہ کام کر رہے ہیں یا نہیں۔ اگر جواب نہیں میں ہے تو عین ممکن ہے کہ ان کے عمل کا صحافت سے تعلق نہیں ہے اور انہیں اپنے کام کا دوبارہ جائزہ لینا چاہئیے۔ مزید یہ کہ کسی صدمے سے گزرنے والے افراد یا حادثہ سے بچ جانے والے لوگوں، کمسن بچوں اور ذہنی امراض میں مبتلا افراد سے بات کرتے ہوئے حساسیت، درد مندی اور احتیاط کا مظاہرہ کرنا چاہئیے۔

ان اصولوں کے علاوہ امریکی صحافیوں بل کووچ اور ٹام روزنسٹیئل نے صحافت کے گیارہ عناصر وضح کیے ہیں جو صحافیوں کیلئے ان کے کام میں اصول پسندی قائم کرنے کیلئے رہنمائی فراہم کرتے ہیں۔ ان کے مطابق صحافت کی پہلی ذمہ داری سچ کی پاسداری ہے اور صحافیوں کی اولین وفاداری عوام کے ساتھ ہے۔ تصدیق کا ضابطہ صحافت کی روح ہے، اور صحافیوں کو جن لوگوں پر وہ رپورٹنگ کر رہے ہیں ان کے زیر اثر نہیں رہنا چاہئیے بلکہ طاقت کے مراکز پر خود مختاری کے ساتھ نظر رکھنی چاہئیے۔ صحافت کو عوامی تنقید کا پلیٹ فارم مہیا کرنا چاہئیے، اسے اہم معاملات سے عوام کی دلچسپی اور مناسبت قائم کرنی چاہئیے، اور خبروں کو مکمل اور مساوی بنانا چاہئیے۔ صحافیوں پر لازم ہے کہ وہ اپنے ضمیر کی آواز کو ملحوظ خاطر رکھیں۔ شہریوں کے بھی خبروں کے حوالے سے چند حقوق اور ذمہ داریاں ہیں۔ حقوق یہ ہیں کہ انہیں فلاح عامہ کے حوالے سے سچی، درست اور بر وقت خبریں دی جائیں جن میں عوام کے فائدے کو دیگر طبقات یا حکومتی فائدے پر ترجیح دی گئی ہو۔ عوام کی ذمہ داری یہ ہے کہ وہ اپنے تعصبات سے بالاتر ہو کر صحافیوں کے کام کو اس بنیاد پر پرکھیں کہ کیا وہ معاشرے میں آگہی کے فروغ کیلئے اپنا کردار ادا کر رہے ہیں یا نہیں۔ صحافیوں کو بھی چاہئیے کہ وہ عوام کو اپنے صحافتی عمل کا حصہ بنائیں۔

سوشل میڈیا اور صحافتی ضابطہ اخلاق

جدید صحافت میں سوشل میڈیا کے کردار کے پیش نظر بیشتر نیوز اداروں نے سوشل میڈیا سے ملنے والی معلومات کی تصدیق کے طریق کار وضح کیے ہیں اور اپنے عملے کی سوشل میڈیا پر کارروائی کیلئے ضابطہ اخلاق ترتیب دیے ہیں۔ سوشل میڈیا پر معلومات کی تصدیق کو تفصیل سے باب نمبر دس میں بیان کیا گیا ہے۔ صحافیوں کیلئے ضروری ہے کہ وہ سوشل میڈیا پر اپنی سر گرمیوں پر نظر ثانی کریں اور اسے پیشہ وارانہ معیار سے ہم آہنگ کرنے کیلئے کوشاں رہیں۔ پاکستان میں ڈان اخبار نے اپنے صحافتی عملے کیلئے ایک ضابطہ اخلاق بنایا ہے جس میں صحافیوں کو تلقین کی

گئی ہے کہ اخبار ملازمین اپنے کام کی تشہیر کیلئے سوشل میڈیا کا استعمال ضرور کریں لیکن ایسا کرتے ہوئے وہ شائستہ و مناسب زبان استعمال کریں اور لمبی تکرار سے پرہیز کریں۔ عملے کو یہ بھی تاکید کی گئی ہے کہ وہ یہ تاثر نہ رکھیں کہ انکی آن لائن تحریر پرائیویٹ ہے بلکہ یہ ذہن میں رکھیں کہ یہ سرگرمیاں کبھی بھی پبلک ہو سکتی ہے لہٰذا آراء کا اظہار کرتے ہوئے ذمہ داری کا ثبوت دیں۔ اس کے علاوہ تصدیق کے ضابطے کے حوالے سے بھی ہدایات اس ضابطہ اخلاق میں شامل ہیں۔ دیگر مقامی خبر رساں اداروں کو بھی چاہئیے کہ وہ ایسے ضابطہ اخلاق وضع کریں اور صحافیوں کو چاہئیے کہ وہ ان پر عمل پیرا ہوں۔

مشقیں

سوال نمبرایک۔۔۔ صحافی بل کووِیچ اور ٹام روزنسٹیئل اپنی کتاب صحافت کے عناصر میں تصدیق کے ضابطے کے حوالے سے پانچ اصولوں کا تذکرہ کرتے ہیں: کبھی اپنی طرف سے خبر میں کچھ اضافہ نہ کریں، کبھی قارئین کو دھوکہ نہ دیں، اپنے طریقہ کار اور اغراض و مقاصد کے بارے میں حتی الممکن شفافیت کا مظاہرہ کریں، اپنی خود کی رپورٹنگ پر انحصار کریں، اورانکساری سے کام لیں۔ ان اصولوں کو مد نظر رکھتے ہوئے اپنے نیوز روم میں یا اپنے صحافتی ساتھیوں کے ساتھ تبادلہ خیال کریں اور یہ جاننے کی کوشش کریں کہ آپ کس حد تک ان پانچ اصولوں کو اپنے صحافتی عمل میں استعمال کرتے ہیں۔ اس بات پر بھی غور کریں کہ ان اصولوں پر عمل پیرا ہونے کیلئے آپ کو کیا اقدامات اٹھانے پڑیں گے یا کیا حکمت عملی اپنانی پڑے گی۔

سوال نمبردو۔۔۔ اپنے علاقے کے کسی روزنامہ اخبار کے پہلے صفحے کا مطالعہ؟کریں اور وہاں موجود خبروں کا خبری اقدار کے حوالے سے تجزیہ کریں۔ اب یہی کام کسی نیوز ٹی وی چینل کے نیوز بلیٹن میں نشر ہونے والی خبروں کیلئے دہرائیں۔ کیا آپ کو خبری اقدار کے سلسلے میں کوئی رجحانات نظر آئے؟ کیا پرنٹ اور براڈکاسٹ کی کوریج میں کوئی خاص مماثلت یا فرق تھا۔

باب نمبر دو — خبروں کے عناصر کی نشاندہی

ڈیجیٹل صحافت سے خبروں کی پیشکش اور صحافیوں کے عوامی رابطے میں تو نمایاں تبدیلی آئی ہے لیکن جیسا کہ ہم پہلے باب میں جان چکے ہیں کہ صحافت کے بنیادی اصول تبدیل نہیں ہوئے اور انکی اہمیت اور افادیت بدستور قائم ہے۔

حالت حاضرہ کی خبروں میں عام طور پر ہمیشہ سے معلومات کی فوری فراہمی پر زور رہا ہے۔ براڈکاسٹ صحافت اس کی دیرینہ مثال ہے اور آن لائن صحافت نے اس کو مزید فروغ دیا ہے۔ چونکہ صحافیوں کو کم وقت میں معلومات کو خبر کی صورت میں عوام تک پہنچانا ہوتا ہے لہٰذا پیشہ وارانہ صحافت کے ابتدائی دنوں سے ہی خبر لکھنے یا بنانے کے حوالے سے ایک طریقہ رائج ہو گیا۔ اس طریقے کے تحت صحافیوں کو خبر بنانے کیلئے چند بنیادی عناصر کا استعمال کرنا ضروری ہے۔ یہ طریقہ اس لئے مفید ہے کہ اس کے ذریعے کام میں کفایت شعاری آئے اور اس لئے بھی کہ نئے صحافیوں کی تربیت کرنا آسان ہو جائے۔ خبر کے یہ بنیادی عناصر معلومات کی رپورٹنگ اور پیشکش میں مدد فراہم کرتے ہیں اور قارئین بھی شائع شدہ خبروں میں ان عناصر کی آسانی سے نشاندہی کر کے معلومات اخذ کر سکتے ہیں۔

جب انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل آلات جیسا کہ ٹیبلٹ پی سی اور موبائل فون کی وجہ سے خبروں کی فارمیٹنگ اور پیشکش میں بدلاؤ آیا تو نئے عناصر کی ایجاد کی بجائے روایتی خبروں کے ان عناصر کو ہی ڈھال کر ڈیجیٹل صحافت میں استعمال کیا گیا۔

ان عناصر کی نہ صرف پہچان اہم ہے بلکہ یہ بھی ضروری ہے کہ صحافی ہر عنصر کے عملی پہلو پر عبور حاصل کر لیں۔ یہ باب صحافیوں کو ان عناصر سے متعارف کرائے گا اور اس کے بعد آنے والے ابواب میں ان عناصر سے منسلک رپورٹنگ اور تحریری پہلوؤں کا تفصیلی جائزہ لیا جائیگا۔

مرکزی خیال

تمام خبریں کا محورایک مرکزی خیال ہوتا ہے جو صحافی کی رہنمائی کرتا ہے کہ خبر کس بارے میں ہے اور خبر کو سمجھنے میں قارئین کی مدد کرتا ہے۔

خبر کے متن میں اقوال، حقائق، اور معلومات اسی مرکزی خیال کی توثیق کیلئے شامل کیے جاتے ہیں۔ کہانی کے مرکزی خیال کوانگریزی صحافت میں فوکس کہا جاتا ہے۔ خبر کا فوکس تلاش کرنے کیلئے باب نمبرچھ میں رہنمائی فراہم کی گئی ہے۔

بنیادی سوالات: چھ 'ک'

تمام خبریں کسی واقعے، پیش رفت یا امر کے حوالے سے چند بنیادی سوالات کے جواب مہیا کرنے کی کوشش کرتی ہیں۔ ماہرین کے مطابق سب سے اہم سوالات کو چھ 'ک' کی صورت میں گنا جا سکتا ہے یعنی کہ: کون، کیا، کب، کہاں، کیوں اور کیسے؟

اگردیکھا جائے تو ان سوالات میں کسی بھی واقعے کی اہم ترین معلومات سما جاتی ہیں۔ مثال کے طور پر اگر صحافی ٹریفک حادثے کی خبر بنا رہا ہے تو یہ اطلاعات اہم ہیں کہ وہ حادثہ کب اور کہاں پیش آیا؟ اس سے کیا نقصان ہوا؟ کون لوگ اس حادثے سے متاثر ہوئے؟ حادثہ کیوں پیش آیا (یعنی اس کی وجہ کیا تھی)؟ اورحادثہ کیسے عمل میں آیا (یعنی اس دوران واقعات کا تسلسل کیا تھا)؟

موجودہ صحافت میں 'تو پھر کیا؟' کا سوال بھی استعمال کیا جاتا ہے تاکہ یہ تعین کیا جا سکے کہ خبرمیں عوامی فلاح اور دلچسپی کے پہلوؤں پر توجہ دی گئی ہے یا نہیں۔

بنیادی سوالات پر مزید نکات اس گائیڈ بک کے تحریر سے متعلق ابواب (نمبر چھ اور سات) میں درج کیے گئے ہیں۔

خبر کے بنیادی عناصر

تمام اقسام کے میڈیا پر رپورٹ کی جانے والی خبروں میں ہیٔت کے اعتبار سے کچھ اقدار مشترک ہوتی ہیں۔ خبر کا کوئی مرکزی خیال یا فوکس ہوتا ہے یعنی یہ خبر کس بارے میں ہے اور عوام اس سے کس طرح متاثر ہوں گے۔ پاکستانی نیوز اداروں میں اسے نیوز اینگل کہتے ہیں، جبکہ مغربی نیوز سلسلے میں اسے اکثرہک بھی کہا جاتا ہے۔ خبر کا ڈھانچہ شہ سرخی سے شروع ہوتا ہے اور عام طور پر خبر کے تین حصے ہوتے ہیں: آغاز جسے ابتدائیہ یا انٹرو کہا جاتا ہے، درمیانہ حصہ جسے انگریزی میں باڈی کہتے ہیں، اور اختتام۔

ہیڈلائن یا سرخی

نوائے وقت اخبار کے صفحہ اول کی اس تصویر میں خبروں کی شہ سرخیاں اور ضمنی سرخیاں دیکھی جا سکتی ہیں

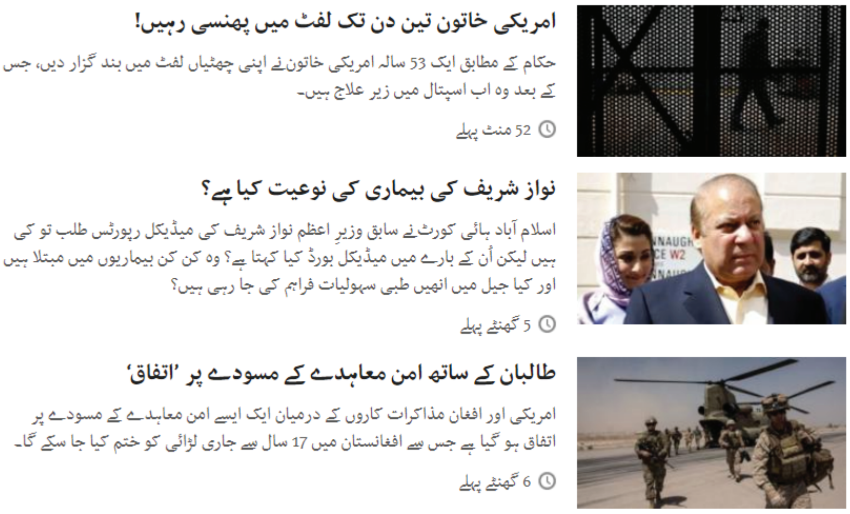
سرخی خبر کی شناخت کا درجہ رکھتی ہے کیونکہ یہ وہ سطر ہے جو قارئین سب سے پہلے پڑھتے ہیں اور اس کے ذریعے خبر کا مرکزی خیال یا سب سے اہم اطلاع فراہم کی جاتی ہے۔ اس کی اہمیت اس لیے بھی نمایاں ہے کیونکہ قارئین اکثر و بیشتر شہ سرخی پڑھ کر یہ فیصلہ کرتے ہیں کہ انہیں مکمل خبر پڑھنی چاہیئے کہ نہیں۔

عام طور پر اردو اخباروں میں سرخی کے ساتھ ضمنی سرخیاں بھی لگائی جاتی ہیں۔ پاکستانی انگریزی صحافت میں انہیں شولڈر(کاندھے) کہا جاتا ہے۔ ایسی صورت حال میں سب سے نمایاں سرخی کو شہ سرخی کہا جاتا ہے۔

ضمنی سرخیاں عام طور پر اہم ترین خبروں کیلئے استعمال ہوتی ہیں اور ان میں خبر کی مزید نمایاں تفصیلات بیان کی جاتی ہیں۔

آن لائن صحافت میں ضمنی سرخیوں کا کام ایک سمری یا خلاصہ پیراگراف کے ذریعے کیا جاتا ہے جو سرخی کے نیچے درج ہوتا ہے۔

باب نمبر آٹھ، نو، اوردس میں شہ سرخیاں لکھنے کے حوالے سے چند تجاویز پیش کی گئی ہیں۔



بی بی سی اردو ویب سائٹ سے لے گئی اس تصویر میں تین خبروں کی وضاحتی شہ سرخیاں اور سمری پیراگراف دیکھے جا سکتے ہیں

ابتدائیہ

یہ کسی بھی خبر یا نیوز رپورٹ کا پہلا جملہ ہے جس میں عوام کو سب سے ضروری معلومات فراہم کی جاتی ہیں اورعوام کی دلچسپی خبر کی طرف مرکوز کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

ابتدائیے کی مختلف اقسام کا تفصیلی تذکرہ باب نمبر چھ میں کیا گیا ہے۔

بیرون ملک جائیدادیں، سپریم کورٹ کل سماعت کریگی

الیف آئی اے کی جمع شدہ رپورٹ میں علیمہ خان کی دبئی میں جائیداد کا ذکر ہے

اسلام آباد(کورٹ رپورٹر) چیف جسٹس میاں ثاقب نثار کی سربراہی میں فل بنچ پاکستانیوں کی بیرون ملک جائیدادوں سے متعلق کیس کی سماعت کل 30 نومبر کو کرے گا۔ جسٹس فیصل عرب اور جسٹس اعجازالاحسن بھی بنچ کا حصہ ہیں۔اس مقدمہ میں ایف آئی اے نے رپورٹ جمع کرائی تھی جس میں وزیراعظم عمران خان کی بہن علیمہ خان کی دبئی میں جائیداد کا ذکر ہے۔ایف آئی اے کی رپورٹ میں وزیراعظم عمران خان کی بہن علیمہ خان کی بیرون ملک جائیداد کا 38 نمبر پر ذکر کیا گیا تھا۔ایف آئی اے نے علیمہ خان کو نوٹس انکی رہائش گاہ اور ای میل پر بھیجا تھا۔

روزنامہ ایکسپریس کی اس خبر میں ابتدائیہ چھ 'ک' والے بنیادی سوالات میں سے چار (کون، کب، کہاں، کیا) کے جوابات فراہم کر رہا ہے

فوکس پیراگراف

یہ دراصل ایک ایسا پیراگراف ہے جو کہ کہانی کے ابتدائیے کو اس کے مرکزی خیال سے جوڑتا ہے اور قارئین کو یہ باور کراتا ہے کہ خبر کیوں اہم ہے۔

یہ عام طور پر ایک مخصوص مثال سے منسلک ابتدائیہ کو ایک عمومی مسئلہ سے جوڑنے کا کام دیتا ہے۔ فوکس پیراگراف کو امریکی صحافت میں نٹ گراف بھی کہا جاتا ہے کیونکہ یہ خبر کے مقصد کو کوزے میں بند کرنے کا کام انجام دیتا ہے۔
فوکس پیراگراف روز مرہ اور حالات حاضرہ کی خبروں میں استعمال نہیں ہوتا۔ اس کا زیادہ تر استعمال فیچر کہانیوں اور میگزین آرٹیکلز میں کیا جاتا ہے۔ یہ ضروری نہیں کہ فوکس پیراگراف صرف ایک پیراگراف ہی ہو بلکہ یہ خبر کی پیچیدگی کے مطابق ایک سے زیادہ پیراگراف پر محیط بھی ہو سکتا ہے۔ فوکس پیراگراف کی مثالیں باب نمبر سات میں درج کی گئی ہیں۔

اقوال

ابتدائیے کے بعد خبر میں ایسی معلومات شامل کی جاتی ہیں جن سے کہانی کے مرکزی خیال کی وضاحت ہو جائے۔

ایسا کرنے کیلئے معلومات کے ذرائع سے ملنے والے اقوال اہم کردارادا کرتے ہیں کیونکہ ان کی مدد سے صحافی اپنی سورسز کی آرا اور بیانات قارئین تک پہنچا سکتے ہیں۔ اچھے اقوال کو کہانی میں ابتدائیے یا فوکس پیراگراف کے قریب شامل کرنا چاہئیے۔ سب سے مضبوط قول کو پہلے شامل کیا جا سکتا ہے۔

قول کی مضبوطی کا اندازہ اس بات سے لگایا جا سکتا ہے کہ وہ بغیر اطلاعات کو دہرائے ہوئے کس حد تک ابتدائیہ میں بیان کی گئی معلومات کی تائید کر رہا ہے۔ بہترین اقوال خبر میں زیر غور مسئلہ پر روشنی ڈالتے ہیں، نئی معلومات قارئین کے ساتھ شیئر کرتے ہیں، اورمسئلہ سے منسلک جذبات اجاگر کرتے ہیں۔

پاکستان کے صوبہ پنجاب کے شہر ساہیوال میں پولیس مقابلے میں ہلاک ہونے والے ذیشان جاوید کی ضعیف اور معذور والدہ نے منگل کو اسلام آباد میں سینیٹ کی قائمہ کمیٹی کے سامنے بولنا شروع کیا تو وہاں مکمل خاموشی چھا گئی۔

کسی بھی ماں کی طرح انھوں نے بار بار یہی بتایا کہ ان کا بیٹا ’بے گناہ اور معصوم‘ تھا۔

’اگر میرا بیٹا دہشت گرد قرار دیا تھا تو مارا کیوں؟ اسے زندہ گرفتار کیوں نہیں کیا؟ انڈیا کے جاسوس کو زندہ گرفتار کر لیا، تو کیا میرے بیٹے کو زندہ نہیں پکڑ سکتے تھے؟‘

واضح رہے کہ ساہیوال کے قریب قومی شاہراہ پر پنجاب پولیس کے محکمہ انسداد دہشت گردی (سی ٹی ڈی) کے اہلکاروں کی جانب سے کیے گئے پولیس مقابلے میں دو خواتین سمیت چار افراد ہلاک ہو گئے تھے۔ ہلاک ہونے والوں میں خلیل، ان کی اہلیہ اور کم سن بیٹی، جبکہ ڈرائیور ذیشان جاوید شامل ہیں۔

بی بی سی اردو کی سانحہ ساہیوال کے حوالے سے اس خبر میں تیسرے پیراگراف میں ایک مضبوط قول شامل کیا گیا ہے جس سے مقتول کی ماں کے جذبات کا اندازہ ہوتا ہے

اثر

صحافیوں کو اس بات کا خیال رکھنا چاہیئے کہ قارئین ان کی خبروں میں کیوں دلچسپی لیں گے۔ خبر میں ایسی کیا اہم معلومات ہیں جو قارئین کی توجہ اپنی طرف مرکوز کریں گی؟ خبر کے اس پہلو کو اس کا 'اثر' کہتے ہیں اور یہ ایک خبری قدر ہونے کے ساتھ ساتھ خبری تحریر کا ایک عنصر بھی ہے۔ جہاں تک ممکن ہو صحافیوں کو خبر میں یہ بات شامل کرنے کی کوشش کرنی چاہیئے کہ خبر میں زیر غور مسئلے سے عوام کس طرح متاثر ہوں گی۔ یہ ایک علیحدہ پیراگراف کی صورت میں بھی کیا جا سکتا ہے اور کسی سورس کے قول کے ذریعے بھی۔ آن لائن صحافت میں اب یہ کام کمینٹ سیکشن اور فیڈ بیک پولز کے ذریعے بھی کیا جاتا ہے۔

کمی ہو گئی ہے جسکے سبب گھریلو صارفین کو گیس کی سپلائی جاری رکھنے میں دشواری کا سامنا ہے‘دوسری طرف شہرِ قائد میں گیس کی لوڈ شیڈنگ کے باعث کئی علاقوں میں گیس کا پریشر کم ہونے کی وجہ سے شہریوں کو شدید پریشانی کا سامنا کرنا پڑ رہا ہے.موسم سرما شروع ہوتے ہی کراچی کے متعدد علاقوں میں گیس کی لوڈ شیڈنگ بھی شروع ہو گئی ہے، چند علاقوں میں پریشر کم جب کہ کہیں کہیں گیس کی فراہمی بالکل معطل ہو گئی ہے۔ اسکیم 33کے مختلف علاقے، گلشن اقبال، کیماڑی، شاہ فیصل، گلستان جوہر، ماڈل کالونی، معین آباد، لیاقت اباد اور اختر کالونی سمیت مختلف علاقوں میں گھریلوصارفین کو گیس بندش یا پریشر میں کمی کا سامنا ہے.دریں اثنا سوئی سدرن گیس کمپنی کی جانب سے سی این جی سیکٹر کو پیر کی صبح 8بجے سے گیس معطل ہے جو کہ منگل کی صبح بحال ہو نا تھی لیکن اب غیر معینہ مدت کی بندش سے شہر میں ٹرانسپورٹ کی قلت کا بھی مسئلہ پیدا ہو گیا ہے ،سی این جی پر چلنے والی بسیں سڑکوں سے غائب ہو گئی ہیں ،سی این جی رکشے بھی کم ہو نے کی وجہ سے کئی گنا زیادہ کرایہ وصول کرتے رہے ،سی این

جنگ اخبار کی یہ خبرکراچی میں گیس کی بندش کا شہریوں پراثر بیان کررہی ہے

نسبت

خبر میں معلومات کے ذرائع صاف صاف درج کرنے چاہئیں تاکہ ناظرین و قارئین خبر کی سچائی اور درستگی کا اندازہ لگا سکیں اور یہ جانچ سکیں کہ وہ خبر پر کس حد تک بھروسہ کر سکتے ہیں۔ نسبت کے اصولوں کیلئے باب نمبرتین کا مطالعہ کیجیئے۔

وضاحت
اچھی اور معیاری خبروں میں کوئی بھی تفصیلات عوام کے بوجھنے کیلئے نہیں چھوڑی جاتیں بلکہ مسئلہ کے ہر پہلو پر روشنی ڈالی جاتی ہے تاکہ خبر پڑھنے یا دیکھنے والوں کو مکمل صورت حال کی آگاہی حاصل ہو جائے۔ وضاحت طلب اموِرعام طور پر پیچیدہ تکنیکی معلومات (مثال کے طور پر 'گردشی قرضہ' کیا ہے؟) یا پھر کیوں اور کیسے کے سوالات سے منسلک ہوتے ہیں (مثلاً طیارے کا حادثہ کیوں پیش آیا؟) وضاحتی بیانات شامل کرنے کیلئے صحافی سرکاری عہدیداروں اور غیر جانبدار ماہرین سے انٹرویو کر سکتے ہیں۔ وضاحت کا ایک اہم پہلو خبر میں زیرِغور مسئلے کا پس منظر ہوتا ہے جو ماضی میں پیش آنے والے واقعات کے تناظر میں مسئلے کی اہمیت سمجھنے میں مدد کرتا ہے یا حالیہ واقعہ کو ایک مجموعی صورت حال سے منسلک کرتا ہے۔

اختتام
حالت حاضرہ کی خبروں میں آخری سطروں میں عام طور پر سب سے کم اہمیت کی معلومات شامل کی جاتی ہیں۔ فیچر یا میگزین کہانیوں میں خبروں کے اختتامی کلمات میں مستقبل میں پیش آنے والے ممکنہ واقعات کا تذکرہ کیا جاتا ہے یا معلومات کا خلاصہ پیش کیا جاتا ہے۔ خلاصہ کرتے ہوئے یہ کوشش ہونی چاہیئے کہ پہلے درج کی گئی معلومات کو دہرایا نہ جائے۔ بعض اوقات صحافی خبر میں زیرِغور مسئلے کے ممکنہ حل کو خبر کے اختتام پر شامل کرتے ہیں۔

درستگی اور توازن
خبر کی تحریر میں درستگی اور توازن کا خیال رکھنا چاہیئے۔ صحافیوں کو ایک سے زائد ذرائع سے معلومات اکٹھی کرنی چاہیئے اور خبر میں زیرِغور مسئلہ کے تمام فریقین کی بیانات خبر میں شامل کرنے کی کوشش کرنی چاہیئے۔

تماثیل
خبروں کی پیشکش میں تصاویر، چارٹ اور دیگر تماثیل کا بھی اہم کردار ہے۔ ان کے ذریعے خبر کے مختلف پہلو اجاگر کیے جا سکتے ہیں۔ ڈیجیٹل صحافت میں ویڈیو کا استعمال بھی عام ہوتا جا رہا ہے۔ آن لائن خبروں میں اب انفوگرافکس بھی شامل کیے جاتے ہیں جن میں تصاویر، چارٹ اور حقائق کی مدد سے خبر کے کسی پہلو کی وضاحت کی جاتی ہے۔

خلاصہ
جیسا کہ سرخی کے بارے میں تذکرہ کرتے ہوئے بتایا گیا تھا کہ آن لائن صحافت میں اب ضمنی سرخیوں کی جگہ خلاصہ پیراگراف نے لے لی ہے لہٰذا صحافیوں کو اب اپنی خبروں کیلئے خلاصہ پیراگراف بھی لکھنا پڑتا ہے۔ خلاصہ لکھتے ہوئے کوشش کی جانی چاہیئے کہ سرخی اور ابتدائیے میں موجود معلومات کو دہرایا نہ جائے۔ خلاصہ لکھنے میں رہنمائی کیلئے خبر کا مرکزی خیال یا اہم ترین معلومات مفید ثابت ہو سکتے ہیں۔

ایکسپریس ڈاٹ پی کے کی اس خبر کے خلاصے میں اہم ترین انکشاف شامل کیا گیا ہے

حقائق باکس
آن لائن صحافت میں اب خبر کی اہم ترین تفصیلات یا ذیلی معلومات ایک علیحدہ حقائق یا فیکٹ باکس کی صورت میں بھی شامل کیے جاتے ہیں۔ یہ عام طور پر بریکنگ نیوز یا پھر پیچیدہ معاملات پر لکھی جانے والی خبروں میں استعمال ہوتے ہیں۔

مشقیں

سوال نمبرایک۔۔۔ آپ کے علاقے میں ایک رہائشی بلڈنگ میں آتشزدگی کا واقعہ پیش آیا ہے اور آپ کے ایڈیٹر نے آپ کو فوری طور پر موقع پر پہنچ کر رپورٹنگ کرنے کا کہا ہے۔ اس خبر کیلئے چھ بنیادی سوالات مرتب کریں جو آپ کو مکمل واقعہ بیان کرنے میں مدد دیں گے۔ یہ بھی فیصلہ کریں کہ آپ کو رپورٹنگ کے دوران خبر کے بنیادی عناصر میں سے اور کن چیزوں کی ضرورت ہوگی؟

سوال نمبر دو۔۔۔ ایکسپریس ڈاٹ پی کے کی مندرجہ ذیل خبر میں بنیادی عناصر کی نشاندہی کریں:

کے پی کے حکومت کا پشاور تا لنڈی کوتل سفاری ٹرین بحال کرنے کا منصوبہ

عمر فاروق
پشاور: کے پی کے حکومت نے پشاور تا لنڈی کوتل ‘‘خیبر سفاری ٹرین’’ کی بحالی کا منصوبہ شروع کیا ہے۔

ٹرین کے بانی ظہور احمد درانی نے بتایا کہ سفاری ٹرین کو وہ اپنا بچہ مانتے ہیں۔ میں 1990 میں انگلستان گیا جہاں پر میں نے دیکھا کہ لوگ سفاری ٹرین میں شادی اور دوسرے تقریبات سے لطف اندوز ہوتے تھے۔ اس سے مجھے پشاور سے لے کر لنڈی کوتل تک خیبر کے پہاڑوں میں سفاری ٹرین چلانے کا خیال آیا۔ میں پاکستان ریلوے سے رابطہ کیا، انہوں نےٹریک پرکام شروع کر دیا اور انجن لیز پر لے لئے۔ 1995 میں وہ دن بھی آگیا جب سفاری ٹرین پشاور سے لنڈی کوتل کے لئے روانہ ہوئی۔13 سال تک سیاح پرانے سٹیم انجن کے ذریعے ان چٹیل پہاڑوں پر سفر کرتے رہے۔

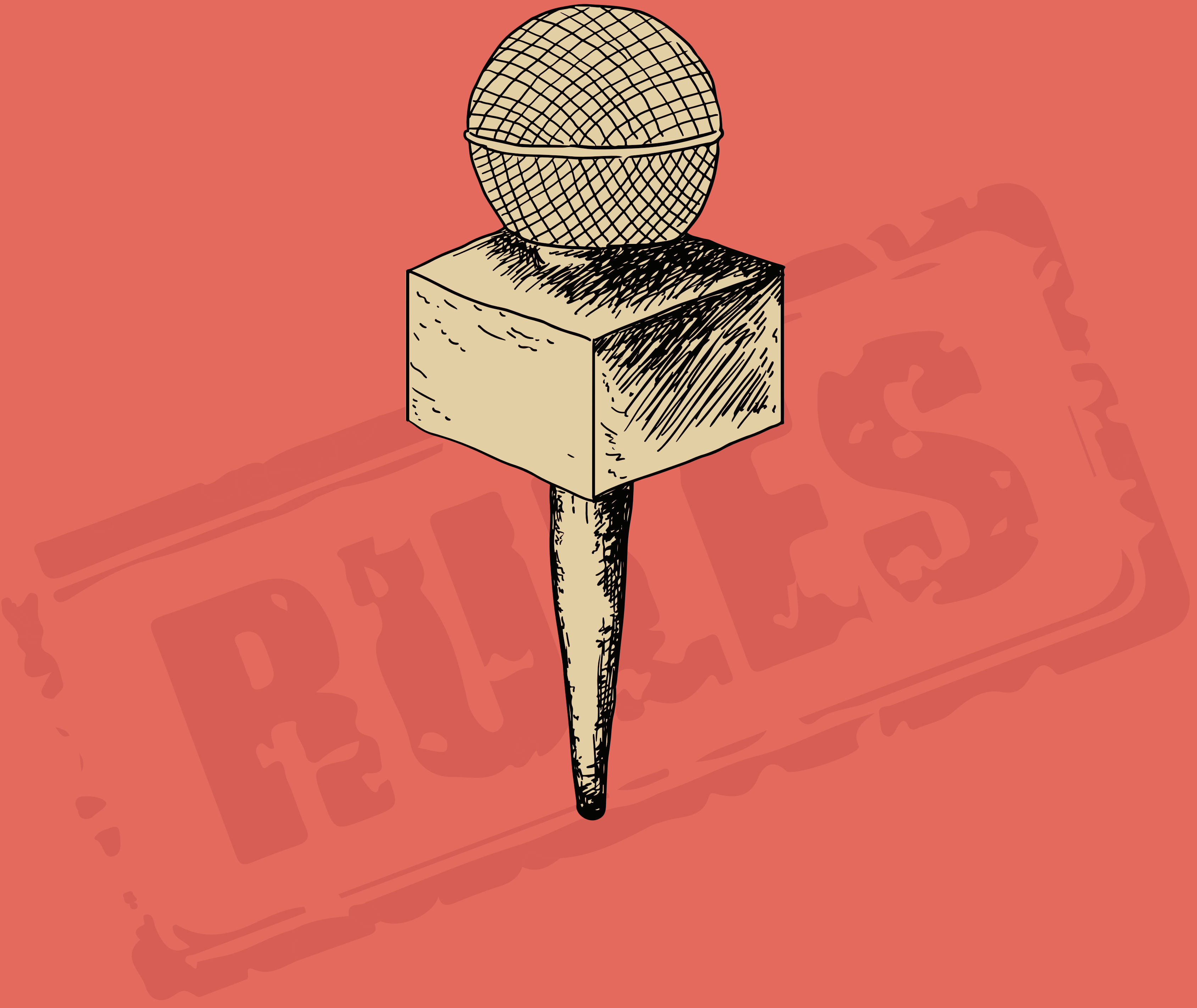
انہوں نے بتایا کہ ایک مرتبہ دو آسٹریلوی شہریوں نے سفاری ٹرین کے تصاویر دیکھیں اور انہوں نے ساری ٹرین ریزرو کرا لی۔ اس سفاری ٹرین میں اہم شخصیات بشمول برطانیہ کے وزیراعظمونسٹن چرچل کے نواسے سپنسر چرچل بھی سفر کرچکے ہیں۔ اس خوبصورت پراجیکٹ کو 2007 میں مجبوراً بند کرنا پڑا۔ خیبرپختونخواہ کی موجودہ حکومت سفاری ٹرین کی بحالی کے لئے کام کررہی ہے جو میرا خواب پورا ہونے کے مترادف ہے۔ میں اسے اپنے زندگی کا ایکخوشگوار لمحہ سمجھ رہاہوں اور امید کرتا ہوں کہ ایک دن یہ ٹرین دوبارہ اپنے سفر پر روانہ ہوگی۔

ظہور درانی نے کہا اگر چہ حکومت کو دوبارہ پٹڑی کی تعمیر میں ٹائم لگے گا لیکن یہ ایک بہت ہی اچھا اقدام ہے۔ پشاور سے لنڈی کوتل تک سفر کریں تو پٹڑی سڑک کے ساتھ نیچے گری ہوئی نظر آتی ہے، پٹڑی کا پانچ کلومیٹر تک حصہ تو سرے سے موجود ہی نہیں ہے، یہ پٹڑی سیلاب، نئی سڑک کی تعمیر اور تجاوزات کی نذر ہو گئی ہے۔ اگر چہ ٹرین کی بحالی میں بہت وقت لگے گا لیکن پھر بھی میں پرامید ہوں۔ٹرین کی بحالی اس بات کی علامت ہوگی کی دہشتگردی سے متاثرہ خیبر پختونخوا میں امن پھر لوٹ آیا ہے۔

ظہوردرانی کے مطابق یہ ٹریک 1880 میں برطانیہ نے اسلحہ اور جنگی سازوسامان افغان سرحد تک لے جانے کے لئے بچھایا تھا۔ یہ ٹریک شنواری، ملاگوری سے ہوتے ہوئے گزرتا ہے۔

حصّہ دوم

نیوز رپورٹنگ کے بنیادی اصول



باب نمبر تین — ذرائع اور نسبت

صحافی اپنی رپورٹنگ کیلئے بہت سے ذرائع پر انحصار کرتے ہیں۔ یہ ذرائع انسانی بھی ہو سکتے ہیں اور دستاویزات بھی۔ تصدیق کا اصول صحافت کی بنیاد ہے اور صحافیوں کو حقائق چھاپنے سے پہلے یہ یقین کرنا ہوتا ہے کہ معلومات مصدقہ اور قابل اعتبار ہیں۔ ایسے کرنے کیلئے صحافیوں کو ان معلومات کو ایک سے زائد ذرائع سے چیک کرنا پڑتا ہے۔ قابل بھروسہ ذرائع تلاش کرنا ایک ایسا چیلنج ہے جس سے صحافی روز نپٹتے ہیں۔
زیادہ تر صحافی متفق ہیں کہ سچے اور اچھے انسانی ذرائع سے تعلق بنانا ایک طویل منصوبہ ہے اور صحافیوں کو ہر وقت اس پر کام کرتے رہنا چاہئیے۔ لیکن آن لائن معلومات میں اضافہ کی وجہ سے اب صحافیوں کے لیے انٹرنیٹ کے توسط سے نئے اور متفرق ذرائع سے رابطہ رکھنا بھی ضروری ہو گیا ہے۔

اس باب میں ہم نے معلومات کے چند روایتی اور جدید ذرائع درج کیے ہیں جن کی مدد سے صحافی اپنا کام پیشہ وارانہ مہارت اور ذمہ داری کے ساتھ انجام دے سکتے ہیں۔

صرف بھروسہ مند ذرائع ہونا ہی کافی نہیں ہے۔ صحافیوں کو اپنے قارئین اور ناظرین کو یہ بھی بتانا ہوتا ہے کہ انہیں خبر کہاں سے اور کیسے ملی۔ قارئین ان خبروں پر زیادہ اعتبار کرتے ہیں جن میں ذرائع کی نشاندہی کھل کر اور واضح انداز میں کی گئی ہو۔ ایسی صورت میں وہ تفصیلات کی سچائی کو پرکھ سکتے ہیں۔ جیسے جیسے آن لائن اور سوشل میڈیا پر ہم معلومات کے ایک سیلاب کا سامنا کر رہے ہیں ویسے ہی معلومات کی حقیقت کی تصدیق کرنا بھی مشکل ہوتا چلا جا رہا ہے۔

نسبت وہ طریقہ ہے جس سے صحافی قارئین و ناظرین کیلئے اپنے ذرائع کی نشاندہی کرتے ہیں اور انہیں ان سے حاصل ہونی والی معلومات کے ساتھ منسلک کرتے ہیں۔ نسبت کے ذریعے صحافی اپنے قارئین و ناظرین کے ساتھ بھی اعتماد کا رشتہ قائم کر سکتے ہیں۔ خبر میں مضبوط نسبت شامل کرنے سے خبر کی ساکھ بڑھتی ہے اور کمزور نسبت ساکھ کو ٹھیس پہنچاتی ہے۔ کمزور نسبت یا نسبت کا نہ ہونا پڑھنے والوں کے ذہن میں یہ سوال پیدا کرتا ہے کہ یہ معلومات کہاں سے پتہ چلیں اور کیا ہمیں کسی خاص تعصب یا ایجنڈا کے وجہ سے تو یہ معلومات نہیں بتائی جا رہی ہیں۔ ایسے صحافی اور نیوز ادارے جو اپنی معلومات اکٹھا کرنے کے عمل کے حوالے سے زیادہ شفافیت کا مظاہرہ کرتے ہیں ان کا عوام کے ساتھ اعتبار کا رشتہ قائم کرنے کے امکانات بھی زیادہ ہوتے ہیں۔

ذرائع

زیادہ تر بیٹ رپورٹر اپنے ذرائع وقت گزرنے کے ساتھ بناتے ہیں۔ اس عمل میں انہیں حکومتی اور غیر سرکاری اداروں کے دفاتر کے چکر لگانے پڑتے ہیں اور وہاں مختلف عہدیداروں اور اہلکاروں سے گفتگو کرنی پڑتی ہے۔ مثال کے طور پر ایک کرائم رپورٹر تواتر کے ساتھ اپنے علاقے کے پولیس ڈیپارٹمنٹ اور تھانوں سے رابطے میں رہتا ہے۔ ایسا رپورٹر ایک ہفتے میں شاید ایک درجن نئے لوگوں سے بات کرتا ہے جن میں چند اس کے ریگولر سورس بن جاتے ہیں۔

ان میں پولیس کا سربراہ، ایس ایچ او یا تھانے کا انچارج، ترجمان، اور تفتیشی افسر شامل ہیں۔ اس کے علاوہ یہ رپورٹر علاقہ مکینوں اور تاجروں وغیرہ سے بھی ملاقاتیں کر سکتا ہے کیونکہ یہ وہ لوگ ہیں جو ذاتی یا کاروباری حیثیت میں پولیس کی حفاظت چاہتے ہیں۔ ان میں چند ایک ذرائع روزانہ یا ہفتہ وار رپورٹر کے کام آ سکتے ہیں اور کچھ صرف ایک عاد خبر کیلئے۔ مثال کے طور پر جب ایک کرائم رپورٹر ایک جائے وقوعہ پر پہنچتا ہے تو وہاں موجود عینی شاہدین سے بات کرتا ہے لیکن ممکن ہے کہ یہ عینی شاہد کسی اور خبر میں اس کے کام نہ آئیں۔ انسانی ذرائع کے علاوہ وقتاً فوقتاً کرائم رپورٹر کا ایڈیٹر چاہے گا کہ وہ پولیس کے بجٹ، سالانہ رپورٹ، جرائم کی شرح اور تفتیشی رپورٹوں کا بھی معائنہ کرے تاکہ پولیس کی کارکردگی پر مفصل خبر تحریر کی جا سکے۔

اس مثال سے واضح ہے کہ کسی بھی بیٹ پر کام کرنے والے رپورٹر کو بہت سے ذرائع سے رابطے میں رہنا پڑیگا۔ مندرجہ ذیل سیکشن میں ذرائع کی ایسی اقسام کا ذکر ہے جنہیں صحافی استعمال کر سکتے ہیں اور ساتھ ہی چند طریقے بھی درج ہیں کہ ایسے ذرائع کہاں اور کیسے تلاش کیے جائیں۔

اول اور ثانوی ذرائع میں فرق

اول ذرائع کسی بھی واقعہ کا بیان براہ راست فراہم کرتے ہیں۔ ثانوی ذرائع ایسے بیانات کسی مابینی ذریعے کی مدد سے سناتے یا چھاپتے ہیں، مثال کے طور پر اخباری خبر یا کوئی شخص جس نے کسی اور سے یہ بات سنی ہو۔

اول ذرائع میں پرسنل انٹرویو، تحقیق، اور حکومتی دستویزات شامل ہیں۔ ثانوی ذرائع میں اخباری رپورٹیں، ایسی تحقیق جس میں کسی اصلی تحقیق پر تبصرہ کیا گیا ہو، یا اقوال کے ذریعے معلوم ہونے والے حقائق شامل ہیں۔

مثال کے طور پر اگر ایک صحافی وزیر داخلہ کا انٹرویو لیتا ہے تو صحافی کے لیے وزیر ایک اول ذریعہ ہے لیکن اگر وہی صحافی اخبار میں چھپا ہوا

وزیر داخلہ کا قول اپنی تحریر میں شامل کرتا ہے تو وہ ایک ثانوی ذریعہ یعنی اخبار کو استعمال کر رہا ہے۔

ثانوی ذرائع اکثر اول ذرائع تلاش کرنے میں مدد دیتے ہیں۔

انسانی ذرائع اوران کی تلاش

خبریں اکٹھا کرنے کے عمل میں صحافیوں کو بہت سے لوگوں کے انٹرویو کرنے پڑتے ہیں۔ یہ انسانی ذرائع اپنے عہدے کی وجہ سے، اپنی مہارت یا ان پر کسی مسئلہ کا جو اثر ہو رہا ہے اسکی وجہ سے خبر کیلئے اہم ثابت ہو سکتے ہیں۔

عوام اورعوامی رہنما

صحافی اکثر خبروں میں عوام کے کردار کو اہمیت نہیں دیتے۔ لیکن یہ بھی سچ ہے کہ وہ مہنگائی سے لے کر موسمی تبدیلی تک ہر خبر کی رپورٹنگ میں عام لوگوں کے اقوال پر انحصار کرتے ہیں۔ رپورٹرعوامی نمائندوں کے تجربے سے بھی رپورٹنگ میں استفادہ کر سکتے ہیں خواہ وہ کوئی سیاستدان ہوں یا سماجی تنظیموں کے سربراہ۔

سرکاری افسر

چونکہ زیادہ تر سیاسی و سماجی خبروں کا تعلق کسی نہ کسی طرح حکومت یا حکومتی اداروں سے بنتا ہے لہٰذا صحافیوں کو حکومتی افسران سے اکثر جواب، وضاحتیں اور نئی معلومات طلب کرنی پڑتی ہیں۔ اگر آپ کسی ایسے امر پر گہرائی میں جا کر رپورٹنگ کر رہے ہیں جس کا تعلق کسی خاص حکومتی ادارے سے ہے تو یہ بہتر ہوگا کہ آپ سابقہ حکومتی افسران سے بھی بات کریں۔ چونکہ سابقہ افسران کو نوکری چلے جانے کا ڈر نہیں ہوتا اور وہ ادارہ کے اندرونی حالات کو بھی سمجھتے ہیں لہٰذا وہ اچھے ذرائع ثابت ہو سکتے ہیں۔

ماہرین

صحافیوں کو اکثر ہر شعبے اور مسئلے پر عبور حاصل نہیں ہوتا لہٰذا کسی معاملے کی پیچیدگی کو سمجھنے کیلئے انہیں اس شعبے کے ماہرین سے صلاح لینی چاہئیے۔ اسکالر، پروفیسر خواتین و حضرات اور پیشہ وارانہ ماہرین جیسا کہ ڈاکٹر، وکیل یا پبلک پالیسی تجزیہ نگار اپنے شعبے سے متعلق پیچیدہ امور پر رائے دے سکتے ہیں۔

ایسے ذرائع کو ڈھونڈنے کے مندرجہ ذیل طریقے صحافیوں کیلئے مددگار ثابت ہو سکتے ہیں:

پس منظر کی تحقیق

صحافیوں کیلئے کسی موضوع کے متعلق انسانی ذرائع ڈھونڈنے کا بہترین طریقہ یہ ہے کہ اس موضوع پر اب تک جو بھی صحافتی یا غیر صحافتی آرٹیکل لکھے گئے ہیں، انہیں پڑھیں۔ ایسا کرنے کیلئے صحافی اخباروں کے ذخیرے یعنی آرکائیو کا مطالعہ کر سکتے ہیں۔ اب یہ آرکائیوز آن لائن بھی دستیاب ہیں۔ اگر ان میں آپ کو کوئی متعلقہ انسانی ذرائع کا ذکر ملے تو ان سے رابطہ کرنے کی معلومات تلاش کیجئے تاکہ آپ ان سے براہ راست بات کر سکیں۔

نیوز ریلیز، نیوز لیٹر، اسکالرز کے مضامین، اور تحقیقاتی پیپر بھی پس منظر کی تحقیق کیلئے مدد فراہم کر سکتے ہیں۔ بعض اوقات ایسے مضامین اور پیپرز کے مصنف اس موضوع پر خبر کیلئے ماہرانہ ذرائع کے طور پر کام آ سکتے ہیں۔

تنظیمی ڈھانچہ

تقریبا تمام حالت حاضرہ کی خبروں میں کسی نہ کسی سرکاری عہدیدار کا قول یا بیان شامل کرنا ضروری ہوتا ہے۔ صحافی اپنی خبر کیلئے کسی حکومتی ادارے میں متعلقہ افسر کو تلاش کرنے کیلئے اس ادارے کے انتظامی ڈھانچے کا مطالعہ کر سکتے ہیں۔ اس انتظامی ڈھانچے میں ہرافسر کا عہدہ یا نام درج ہوتا ہے اور انہیں اثر و رسوخ کے اعتبار سے ترتیب دیا گیا ہوتا ہے۔ مثلا ادارے کا سربراہ سب سے اوپر ہوگا۔ صحافیوں کو چاہئیے کہ وہ طاقت کی اس سیڑھی میں ہر پائیدان پر موجود افسران سے رابطہ بنا کر رکھیں۔ بعض خبروں کیلئے ادارے کے سربراہ کے قول کی ضرورت ہوتی ہے۔ بعض میں کسی ڈپٹی سیکرٹری یا ترجمان کا بیان کافی ہوتا ہے اور اکثر روزمرہ رپورٹنگ میں جونیئر کلرک اور سیکشن افسر بھی نئی معلومات دریافت کرنے میں مدد کر سکتے ہیں کیونکہ بہت سی کاغذی کارروائی انکی نظروں سے گزر کر اعلی افسران تک پہنچتی ہے۔

رشتے بنانا

اکثر یہ ایک اچھی حکمت عملی ہوتی ہے کہ اپنے موجودہ ذرائع سے درخواست کی جائے کہ وہ آپ کو مزید ذرائع سے متعارف کرا دیں۔ یہ طریقہ اکثر فری لانس رپورٹروں کیلئے کار آمد ثابت ہوتا ہے لیکن بیٹ رپورٹر بھی اسے استعمال کر سکتے ہیں۔ اکثر ایک نئے شخص کے ساتھ صحافتی اعتبار کا رشتہ قائم کرنا مشکل ہوتا ہے اور اس میں وقت لگتا ہے لیکن موجودہ ذرائع آپ کے کام سے واقف ہوتے ہیں اور اگر وہ اپنے جاننے والوں میں سے کسی ایسے فرد سے جو آپ کی خبر کیلئے اہم معلومات فراہم کر سکتا ہے آپ کا تعارف کرا دیتے ہیں تو پھر اعتبار قائم کرنے میں دقت

نہیں ہوتی لہٰذا صحافیوں کو ہمیشہ اپنے موجودہ ذرائع سے پوچھنا چاہیے کہ کیا وہ کسی ایسے شخص کو جانتے جو فلاں خبر کیلئے انکی مدد کر سکے۔

پیشہ وارانہ نیٹ ورک

زیادہ تر شعبے اپنی ممبر شپ کو کسی تنظیمی شکل میں منظم کرتے ہیں۔ اکثر یہ کسی ایسوسی ایشن یا ٹریڈ یونین کی طرح کی تنظیم ہوتی ہے۔ ماہرانہ ذرائع تلاشکرنے کیلئے ایسی تنظیموں سے رابطہ کرنا مفید ثابت ہو سکتا ہے۔ آج کل آن لائن نیٹ ورک جیسا کہ لنکڈ ان پر بھی مختلف شعبہ جات سے منسلک لوگ اپنی پروفائل اور تجربہ شیئر کرتے ہیں گو کہ اس کا مقصد ملازمت کا حصول ہوتا ہے لیکن صحافی اسطرح کے نیٹ ورک پر کسی خاص خبر کیلئے ماہرین ڈھونڈ سکتے ہیں۔

ڈیٹا اور دستاویزات کیسے ڈھونڈی جائیں

انٹرنیٹ کی بدولت سرکاری اور متعلقہ ڈیٹا اور دستاویزات تلاش کرنا آسان ہوتا جا رہا ہے۔ مندرجہ ذیل طریقے صحافیوں کی اس کام میں مدد کر سکتے ہیں۔

آن لائن سرچ

معلومات ڈھونڈنے کا ایک تیز ترین طریقہ انٹرنیٹ پر سرچ انجنز کی مدد سے ہے۔ زیادہ تر لوگ اب معلومات ڈھونڈنے کیلئے گووگل جیسے سرچ انجن کا استعمال کرتے ہیں۔ صحافی بھی اس کے ذریعے اپنی خبر کے موضوع پر تحقیق کر سکتے ہیں اور اس سے متعلق دستاویزات تلاش کر سکتے ہیں۔ صحافیوں کو ڈیٹا کی تلاش کیلئے حکومتی اداروں کی ویب سائٹس سے شروعات کرنی چاہیئے۔ ایسی ویب سائٹس تک پہنچنے کیلئے گووگل سرچ کام آ سکتی ہے۔ حکومتی ویب سائٹس پر اب بجٹ فائلز سے لے کر خاص ریکارڈ جیسے کہ جرائم کے اعداد و شمار موجود ہوتے ہیں۔ سرچ کے عمل میں پھرتی لانے کیلئے صحافی گووگل ایڈوانسڈ سرچ کا استعمال بھی کرسکتے ہیں جس کے بارے میں رہنمائی میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی کی نیوز ویب سائٹ pakrtidata ڈاٹ org پر موجود ہے۔

آن لائن سرچ کے ذریعے خبر سے متعلق عالمی اداروں کی ڈیٹابیس جیسے کہ اقوام متحدہ کے اعداد و شمار یا ورلڈ بنک کی رپورٹوں سے بھی استفادہ کیا جا سکتا ہے۔ بہت سے سماجی مسائل کیلئے کچھ غیر سرکاری تنظیمیں بھی اعداد و شمار چھاپتی ہیں اور ان کو بھی اکثر ان اداروں کی ویب سائٹس کے ذریعے پڑھا جا سکتا ہے۔

یاد رہے کہ آن لائن سرچ کے ذریعے ملنی والی معلومات کو بغیر تصدیق اور چھان بین کے خبروں میں استعمال نہیں کرنا چاہیے۔

پبلک ریکارڈ

پبلک ریکارڈ سے مراد وہ دستویزات ہیں جو حکومتیں اپنی ذمہ داریوں کی ادائیگی اور عوام تک سہولیات کی فراہمی کے عمل کو ریکارڈ کرنے کیلئے تیار کرتی ہیں۔ مثال کے طور پر، حکومت ٹیکس کے پیسوں پر چلتی ہے لہٰذا حکومتی کارروائیوں کیلئے جو بجٹ تیار کیا جاتا ہے وہ ایک پبلک ڈاکومنٹ ہے اور عوام اسے دیکھنے اور پڑھنے کا آئینی حق رکھتے ہیں۔ اسی طرح ووٹر لسٹیں، گاڑیوں کے لائسنس، زمین اور مکان کی رجسٹریاں اور دیگر دستویزات عوام کی پہنچ میں ہوتے ہیں بشرطیکہ ان کو پڑھنے سے کسی فرد کی پرائیویٹ معلومات عوامی نہ ہو جائے جیسا کہ شناختی کارڈ نمبر وغیرہ۔ تمام پبلک ریکارڈ حکومتی ویب سائٹس پر دستیاب نہیں ہوتے۔ لہٰذا صحافیوں کو چاہیئے کہ متعلقہ دفاتر کا چکر لگا کر وہاں سے خبر کیلئے ضروری دستاویزات اکٹھی کریں۔ مثال کے طور پر اگر رپورٹر بڑھتے ہوئے موٹر سائیکل حادثوں کے اوپر خبر لکھ رہا ہے تو اسے چاہیئے کہ محکمہ ایکسائز سے جا کر یہ معلوم کرے کہ رواں سال میں کتنے نئے موٹر سائیکل رجسٹر ہوئے اور شہر کی سڑکوں پر آئے۔ صحافی معلومات تک رسائی کے قوانین کی مدد سے بھی یہ ریکارڈ طلب کر سکتے ہیں۔

معلومات تک رسائی کے قوانین

پاکستان کے وفاقی دار الحکومت اور چار صوبوں میں معلومات تک رسائی کے قوانین پاس کیے گئے ہیں جن کے تحت عوام حکومتی اداروں سے پبلک ریکارڈ طلب کر سکتے ہیں جیسا کہ حکومتی بجٹ، آڈٹ رپورٹیں، میرٹ لسٹیں، اور دیگر رجسٹریشن اور لائسنسنگ کی معلومات وغیرہ۔
قوانین کے مطابق حکومتی ادارے یہ معلومات فراہم کرنے کے پابند ہیں اور اگر وہ ایسا نہ کریں تو شہری انفارمیشن کمیشنز کو شکایات کر سکتے ہیں۔ یہ انفارمیشن کمیشن اس لیے قائم کیے گئے ہیں کہ شہریوں کے حق کو یقینی بنانے کیلئے حکومتی اداروں سے وہ معلومات انہیں حاصل کرنے میں مدد فراہم کریں گے۔ انفارمیشن کمیشن سرکاری افسران کو طلب کر سکتے ہیں اور معلومات کی فراہمی میں رکاوٹ ڈالنے پر ان پہ جرمانہ بھی عائد کر سکتے ہیں۔

نا معلوم ذرائع

زیادہ تر عالمی نیوز ادارے ایسے ذرائع سے منسوب خبریں چھاپنے کو معیوب سمجھتے ہیں جو معلومات شیئر کرتے وقت اپنا نام صیغہ راز میں رکھا جانے کی شرط عائد کریں۔ ایسے ذرائع کو anonymous یا نا معلوم ذرائع کا جاتا ہے۔ بہت سے لوگ صحافیوں سے تفصیلی گفتگو کرنے کو تیار ہو جاتے ہیں اگر صحافی ان کا نام نہ چھاپنے کا وعدہ کریں لیکن اگر معلومات کے ذرائع کے نام نہ چھاپے جائیں تو قارئین کی نظر میں

معلومات کی سچائی مشکوک ہو جاتی ہے۔ بہت سے سرکاری ذرائع اکثر نام نہ چھاپنے کے وعدوں کا غلط استعمال بھی کرتے ہیں اور صحافیوں کو ایسی معلومات مہیا کرتے ہیں جو صرف ان کے مفاد کو فائدہ پہنچاتی ہوں نا کہ عوامی مفاد کو ترویج دیتی ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ نیوز ادارے اپنے صحافیوں کو ترغیب دیتے ہیں کہ وہ انٹرویو شروع کرنے سے پہلے ذرائع کو صاف صاف بتا دیں کہ وہ انٹرویو کے دوران ملنے والی معلومات کو انکے نام سمیت خبر میں شامل کریں گے۔ اگر کوئی سورس نام چھاپنے پر رضا مند نہ ہو تو ایڈیٹر رپورٹروں کو مشورہ دیتے ہیں کہ وہی معلومات کسی اور انسانی یا دستاویزی ذریعے سے تصدیق کرنے کی کوشش کریں۔

بد قسمتی سے کچھ بین الاقوامی جرائد میں ایسے بھی واقعات سامنے آئے ہیں کہ نا معلوم ذرائع کی آڑ میں من گھڑت معلومات چھاپی گئی تھیں اور بعد میں معلوم ہونے پر ان صحافیوں کو نوکری سے نکال دیا گیا اور اداروں کو معافی مانگنی پڑی۔

زیادہ تر نیوز ادارے اہم امور کی رپورٹنگ میں اپنے صحافیوں کو نا معلوم ذرائع کے حوالے سے کچھ رعائیت دیتے ہیں مثال کے طور پر اعلی سطح کی سیاسی یا ڈیفینس نیوز کوریج میں جہاں بہت کم ذرائع ریکارڈ پر بیان دیتے ہوں لیکن اس طرح کے واقعات میں بھی یہ ضروری سمجھا جاتا ہے کہ ایڈیٹر اور رپورٹر بحث کر کے یہ تعین کریں کہ نا ملوم ذرائع سے معلومات کو منسوب کرنا نا گزیر ہے یا نہیں۔

معلومات کی نسبت کو صیغہ راز میں رکھنے کیلئے بین الاقوامی صحافت میں چند اصطلاحات کا استعمال کیا جاتا ہے :

آن دی ریکارڈ

اگر صحافی اور سورس متفق ہوں کہ معلومات سورس سے منسوب کر کے چھاپی جا سکتی ہیں تو ایسی معلومات کو آن ریکارڈ کہا جاتا ہے۔

آف دی ریکارڈ

عالمی پریس سسٹمز میں یہ وہ معلومات ہوتی ہیں جنہیں چھاپا نہیں جا سکتا لیکن پاکستان میں آف ریکارڈ معلومات کو نا معلوم ذرائع سے منسوب کر کے چھاپ دیتے ہیں۔ بعض اوقات پاکستان صحافت میں ایسی معلومات کیلئے سورس کے ادارے کی نشاندہی کی جاتی ہے مثال کے طور پر ایک پولیس افسر کے مطابق، یا ایک وفاقی وزیر نے یہ بتایا۔

بیک گراونڈ

عالمی پریس سسٹمز میں ایسی معلومات کو بغیر نسبت کے یا نا معلوم ذرائع سے منسوب کر کے چھاپتے ہیں، ایسے میں صحافی کو یقین ہوتا ہے کہ معلومات درست ہیں اور تصدیق شدہ ہیں، پاکستان میں ایسی معلومات کو آف دی ریکارڈ معلومات کی طرح برتا جاتا ہے۔

ڈیپ بیک گراؤنڈ

یہ معلومات چھاپنے یا منسوب کرنے کیلئے نہیں ہے، اس کا واحد مقصد یہ ہے کہ صحافی موضوع کے بارے میں اپنی سمجھ بوجھ بہتر کرے۔ پاکستان میں اس کا رواج نہیں ہے۔ یہ اصطلاح در اصل امریکی صدر نکسن کے دور میں واشنگٹن پوسٹ اخبار کی واٹرگیٹ سکینڈل کی کوریج سے مشہور ہوئی جس میں امریکی ادارے ایف بی آئی کے ایک سینئر اہلکار نے ڈیپ بیک گراؤنڈ پر صحافیوں کو معلومات فراہم کی تھیں۔

نسبت

نسبت جسے انگریزی میں attribution کہتے ہیں وہ عمل ہے جس کے ذریعے صحافی معلومات کو اپنے ذرائع سے منسوب کرتے ہیں۔

ایسا کرنے کیلئے چند خاص فقرے استعمال کے جاتے ہیں جیسا کہ "انہوں نے کہا" یا "انہوں نے بتایا" یا "ان کے مطابق"۔
صحافیوں کو اپنی خبروں میں تمام خاص معلومات، بیانات اور اقوال منسوب کرنے ہوتے ہیں۔ لیکن صحافی اکثر نسبت لگانے کے فیصلے میں غلطی کر بیٹھتے ہیں۔ اس سیکشن میں نسبت کے فیصلوں میں مدد کیلئے چند تجاویز پیش کی گئی ہیں۔

نسبت کب اور کیسے

1) اگر معلومات عام طور پر جانی جاتی ہیں یا نا قابل تردید ہوں تو انہیں منسوب کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی مثال کے طور پر :

سورج مغرب میں غروب ہوتا ہے

پاکستان میں لاکھوں لوگ گاڑیاں چلاتے ہیں

2) معلومات کو منسوب کرنا ضروری ہے اگر یہ عام علم میں نہ ہوں مثال کے طور پر :

محکمہ موسمیات کے مطابق پہلے رمضان کو سورج ساڑھے پانچ بجے غروب ہوگا

وزارت کامرس کے ایک سروے کے مطابق پاکستان میں پندرہ لاکھ لوگ سوزوکی گاڑیاں استعمال کرتے ہیں

3) ایسی معلومات جو صحافی نے خود مشاہدہ کی ہوں ان کے لیے نسبت کی ضرورت نہیں مثال کے طور پر :

اسٹیڈیم کے باہر سڑک پر لوگوں کا ایک ہجوم جمع ہو گیا جس نے اپنی ٹیم کی فتح کا جشن منایا

4) لیکن اگر معلومات صحافی نے خود اپنی آنکھوں سے نہ دیکی ہوں تو منسوب کرنے کی ضرورت ہے مثال کے طور پر :

فاتح ٹیم کے حامیوں نے کہا کہ انہوں نے اسٹیڈیم کے باہر سڑک پر اپنی ٹیم کی فتح کا جشن منایا

5) جب بھی کوئی ایسے بیانات شامل کریں جن میں کسی رائے کا اظہار کیا گیا ہو تو انہیں منسوب کریں مثال کے طور پر:

اپوزیشن جماعت کے رہنما نے کہا کہ حکومت معیشت کو بری طرح سے چلا رہی ہے

اسلام آباد کے مقامی تاجر اشرف خان نے کہا کہ وہ حکومت کی کاروباری پالیسی سے خوش ہیں

6) جب بھی کوئی الزام یا متنازعہ بات رپورٹ میں شامل ہو تو اسے ذرائع سے منسوب کرنا لازمی ہے مثال کے طور پر :

پولیس کے مطابق ہائی کورٹ جج کو ذاتی دشمنی کی بنیاد پر قتل کیا گیا

تین اہم سیاسی جماعتوں کے قائدین کا کہنا ہے کہ عام انتخابات میں دھاندلی ہوئ

نسبت کی لفاظی

کا لفظ نسبت کیلئے استعمال کیا جاتا ہے۔ اردو صحافت میں اس کا مترادف "کہا" یا "بتایا" تصور کیا جا سکتا ہے۔ "said" انگریزی صحافت میں ایسے الفاظ جو حرکات کو ظاہر کر رہے ہوں نسبت کیلئے استعمال نہیں کرنے چاہییں مثلا مسکرائے، چلائے، رو دیے وغیرہ۔ اس کے بر عکس "مسکراتے ہوئے بولے" یا "غصّے میں کہا" استعمال کیے جا سکتے ہیں۔ "مطابق" کا لفظ عام طور پر صرف غیر انسانی اشیا جیسے کہ کسی ادارے کا نام یا کوئی تحقیقی رپورٹ کی نسبت کیلئے استعمال کرنا چاہئیے۔ بعض اوقات صحافی مجموعی نسبت بھی استعمال کرتے ہیں جو اسم جمع میں ہوتی ہے جیسا کہ پولیس افسران نے کہا یا عینی شاہدین نے بتایا۔ ایسا کرتے ہوئے یہ خیال رکھنا چاہئیے کہ صحافی متعدد ذرائع سے بات کرنے کے بعد ہی یہ مجموعی نسبت استعمال کرے۔ ایسا نہیں ہونا چاہئیے کہ ایک ہی فرد سے بات کر کے اسے تقویت دینے کیلئے مجموعی نسبت استعمال کر لی جائے تاکہ قارئین کو یہ تاثر ملے کہ بہت سے لوگ اس بات سے متفق تھے۔ علاوہ ازیں جب بھی کوئی قول یا بیان صرف کسی ایک خاص سورس سے موصول ہوا ہو تو مجموعی نسبت ترک کر کے اسے انفرادی ذریعے سے منسوب کرنا چاہئیے۔

اقوال درج کرنے کے طریقے

اردو صحافت میں اقوال کو لفظ بہ لفظ تحریر کرنے کا رواج کم ہے لہٰذا انگریزی کے برعکس واوین کا استعمال بھی کم نظر اتا ہے۔ زیادہ تر اقوال اقتباسی نشانات کے بغیر درج کیے جاتے ہیں۔ لیکن انگریزی صحافت میں اور چند اردو نیوز ویب سائٹس پر اب براہ راست اقوال واوین کے ساتھ تحریر کیے جاتے ہیں لہٰذا صحافیوں کیلئے ان کے اصول سیکھنا ضروری ہے۔

1) علامت وقفہ ہمیشہ واوین کے اندر درج کریں، مثال کے طور پر

"حکومت عوام کی فلاح کیلئے کام کرے گی،" وزیر اعظم نے کہا۔

2) ہر نئی سورس کے قول کیلئے نیا پیراگراف استعمال کریں، مثال کے طور پر

"کبھی بھی دو لوگوں کے اقوال ایک لائن پر درج نہ کریں،" ایڈیٹر نے کہا۔

"کبھی بھی نہیں؟" رپورٹر نے کہا۔

"جی ہاں،" ایڈیٹر نے کہا۔

3) اگر آپ ایک ہی فرد کے دو اقوال درج کرنا چاہتے ہیں تو بار بار نسبت لگانے کی بجائے دونوں اقوال کے درمیان میں نسبت کا استعمال کریں، مثال کے طور پر:

"ایک ہی شخص کے دو اقوال کو دو دفعہ نسبت کی ضرورت نہیں ہوتی،" ایڈیٹر نے کہا۔ "اس کے بجائے درمیان میں نسبت استعمال کریں۔"

4) اقوال سے پہلے لمبی وضاحت درج نہ کریں، مثال کے طور پر مندرجہ ذیل جملہ نا مناسب ہے :

جب ان سے پوچھا گیا کہ حکومت نئے قانون پر عمل در آمد کیسے یقینی بنائے گی تو وزیر صحت نے کہا، " ہم اسکے لیے ایک ٹاسک فورس تشکیل دیں گے۔"

5) اس کے بجائے ایک عبوری جملہ استعمال کریں، مثال کے طور پر:

وزیر صحت نے کہا کہ حکومت نے نئے قانون پر عمل در آمد کرانے کیلئے حل نکالا ہے۔

"ہم اسکے لیے ایک ٹاسک فورس تشکیل دیں گے،" انھوں نے کہا۔

چربہ سازی

کسی اور کی تحریر کو بغیر اجازت یا بغیر اصل لکھاری سے منسوب کیے استعمال کرنے کی صحافت میں سخت ممانعت ہے۔ چربہ سازی سے دور رہنا چاہئیے۔ نسبت چربہ سازی سے بچنے کا ایک آسان اور مناسب حل ہے۔ اگر آپ کسی اور اخبار یا تحریری سورس سے مواد استعمال کر رہے ہیں تو انہیں اس کا کریڈٹ دیں۔ معلومات کے اصل ذریعے کی نشاندہی کرنا انتہائی اہم ہے۔ ایڈیٹروں کو چاہئیے کہ رپورٹروں کو چربہ سازی سے بچنے کی تنبیہ کریں اور اس کے مرتکب صحافیوں کوادارے سے نکل باہر کریں۔

مشقیں

مندرجہ ذیل جملوں کو پڑھ کر فیصلہ کریں کہ ان میں نسبت کی ضرورت ہے یا نہیں :

موجودہ اور سابقہ فنانس وزرا آج رات ایک مشہور ٹی وی چینل پر پاکستانی معیشت کے حوالے سے بڑھتے ہوئی شبہات پر مباحثے میں حصّہ لیں گے

لوگوں کی اکثریت کیلئے صحت مند غذا کھانے سے وزن کم کرنے میں مدد فراہم نہیں ہوتی

ایک نامطمئن ملازم نے آج صبح اپنے دفتر میں فائرنگ کر دی، جس سے دو ساتھی جاں بحق اور تین زخمی ہوئے

اپوزیشن جماعتوں کے ممبران نے جمعرات کو الیکشن کمیشن کے دفتر کے باہر الیکشن میں مبینہ دھاندلی کے خلاف مظاہرہ کیا

جمعہ کو ضلعی انتظامیہ نے فیصلہ کیا کہ وہ پانی ضائع کرنے والوں کے خلاف جرمانے میں اضافہ کرینگے

ہفتے کے روز ایک راہگیر تب اپنی جان سے ہاتھ دھو بیٹھا جب ایک ٹرک سڑک سے اتر گیا

حکومت نے موسمی تغیرات سے نمٹنے کیلئے ایک پارلیمانی کمیٹی تشکیل دی ہے

پاکستان کی مغربی سرحد افغانستان اور ایران کے ساتھ جڑتی ہے

پاکستان اور نیوزی لینڈ کے مابین دوسرا ٹیسٹ برابر رہا

لاہور ہائی کورٹ بار کونسل نے ووٹ کے ذریعے فیصلہ کیا کہ وہ اب صرف مرد وکلا کو کونسل کی رکنیت دیں گے

باب نمبر چار — انٹرویو کرنا

پچھلے باب میں انسانی ذرائع کا ذکر کیا گیا تھا۔ ان سے معلومات حاصل کرنے کیلئے صحافیوں کو سوال اور جواب کا سلسلہ شروع کرنا پڑتا ہے جسے انٹرویو کہتے ہیں۔ انٹرویو کسی بھی رپورٹر کیلئے ایک اہم فن ہے اور اپنی رپورٹنگ میں نکھار پیدا کرنے کیلئے صحافیوں کو انٹرویو تکنیک میں بہتری لانی ضروری ہے۔ اس باب میں انٹرویو میں مہارت پیدا کرنے کے حوالے سے مشورے شیئر کے جا رہے ہیں۔

بنیادی غلطیاں

انٹرویو کرتے ہوئے صحافی عام طور پر تین بنیادی غلطیاں کرتے ہیں جس کی وجہ سے وہ انٹرویو سے بہترین معلومات حاصل نہیں کر پاتے۔

1) نامکمل تیاری

اکثر صحافی یہ تصور کرتے ہیں کہ انٹرویو کیلئے تیاری کی ضرورت نہیں ہوتی اور ایک دو معمول کے سوال سوچ لینے سے انٹرویو آرام سے ہو سکتا ہے اور خبر کیلئے کافی مواد مل سکتا ہے۔ لیکن بہترین صحافی سورس اور موضوع کے اوپر ریسرچ کر کے سوال بناتے ہیں۔ ایسا کرنے میں وہ پہلے شائع شدہ خبروں اور کتابوں کا بھی جائزہ لیتے ہیں۔ اس سے نہ صرف انہیں موضوع پر عبوری دسترس حاصل ہو جاتی ہے بلکہ وہ اپنی سورس کو بھی قریب سے جاننے لگتے ہیں۔ ان معلومات کو سوالات میں ڈھال کر وہ سورس سے بہتر تفصیلات نکال سکتے ہیں۔ اکثر ماہرین اس امر کی پذیرائی کرتے ہیں جب صحافی سورس کے کام اور موضوع کے بارے میں معلومات رکھتے ہوں۔ وہ ایسے انٹرویوز میں زیادہ اعتبار کے ساتھ کھل کر اپنا موقف بیان کرتے ہیں کیونکہ انہیں یقین ہونے لگتا ہے کہ یہ معلومات درستگی کے ساتھ رپورٹ ہوں گی۔ یوں انٹرویو کیلئے تیاری سورس کے ساتھ اعتماد کا رشتہ بھی بہتر بناتی ہے۔

2) سننے میں ناکامی

ایک عام غلطی یہ بھی ہے کہ صحافی انٹرویو کے دوران اگلا سوال پوچھنے کی جلدی میں ہوتے ہیں اور اس جلدی میں وہ ٹھیک سے سورس کی باتوں کو سننے سے قاصر رہ جاتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ وہ ایسی معلومات کو بھی نظر انداز کر دیتے ہیں جو انکے فائدے کی ہو سکتی ہے۔

3) حاصل کردہ معلومات پر فولواپ نہ کرنا

انٹرویوز میں فراہم کی گئی معلومات پر فولو اپ سوال پوچھنے سے اکثر معلومات کی وضاحت طلب کی جا سکتی ہے اور معلومات کو سمجھنے میں آسانی ہوتی ہے۔ لیکن اگر رپورٹر انٹرویو میں اپنے ایک سوال سے اپنے ہی دوسرے سوال تک چلتا رہے تو وہ سورس کے جوابات پر مبنی سوال پوچھنے سے قاصر رہے گا اور ایسے میں وہ فراہم کی گئی معلومات کو معنی خیز انداز میں استعمال نہیں کر سکے گا۔ عین ممکن ہے کہ وہ اس معلومات کو خبر میں شامل بھی نہ کر سکے کیونکہ اس نے وضاحت طلب سوال نہیں پوچھے۔

بہتر انٹرویو کیلئے چار اصول

1) **تحقیق کریں:** جس موضوع سے متعلق انٹرویو کرنے جا رہے ہیں اس پر شائع شدہ مواد کو تفصیل سے پڑھیں خاص طور ایسی خبریں جو اس ایشو سے متعلق چھپ چکی ہیں کیونکہ اس سے آپ کو ان سوالات کی آگہی ملے گی جو اب تک یا تو پوچھے نہیں گئے یا ان کے جواب میسر نہیں ہوئے۔ یاد رہے کہ نئی معلومات یا اب تک نامعلوم حقائق فراہم کرنا ہی خبر کی تعریف ہے۔

2) **سورس کے ساتھ اعتماد قائم کریں:** انٹرویو دینے والا شخص تب ہی کھل کر اظہارِ خیال کرے گا جب وہ رپورٹر کو قابل اعتبار تصور کریگا۔ لہٰذا رپورٹر کیلئے ضروری ہے کہ وہ سورس کے ساتھ اعتبار قائم کرے۔ موضوع پر تحقیق اس کا ایک طریقہ ہے۔ ایک اور راستہ یہ ہے کہ رپورٹر اپنی پچھلی خبریں سورس کے ساتھ شیئر کرے اور شفافیت کے ساتھ انہیں اپنی خبر کا فوکس اور سوالات کی نوعیت بتائے۔ بعض اوقات سورسز انٹرویو سے پہلے سوالات دیکھنے کی خواہش کا اظہار کرتے ہیں۔ یہ رپورٹر کی صوابدید ہے کہ وہ اپنے سوال شیئر کرنا چاہتا ہے کہ نہیں۔ اگر رپورٹر کو لگتا ہے کہ سوال ظاہر کر دینے سے سورس انٹرویو منسوخ کر دے گی یا جھجھک کا اظہار کرے گی تو بہتر ہے کہ سوال شیئر نہ کیا جائیں بلکہ سورس سے غیر رسمی ملاقات طے کر کے سٹوری کے بارے میں بتا دیا جائے۔ یہ فیصلہ کرتے ہوئے سورس کے مقاصد کو بھانپنا ضروری ہے۔

3) **متعلقہ سوال پوچھیں:** سوال جس قدر موضوع سے منسلک ہوں گے اتنا ہی ان کے جوابات آپ کی خبر کیلئے مفید ہوں گے۔ غیر ضروری اور غیر متعلقہ سوال پوچھنے سے اجتناب کریں۔ بہتر ہے کہ سوال تیار کرنے پر کچھ وقت اور محنت لگائیں۔ سوالات گڑھنے کے بارے میں معلومات اس باب میں آگے چل کر بیان کی گئی ہیں۔

4) **غور سے دیکھیں اور دھیان سے سنیں:** انٹرویو کے دوران سورس کی حرکات و سکنات کا مشاہدہ کریں۔ عام طور پر اگر سورس پریشانی، غصے یا جذباتی حالت میں ہو تو یہ ان کے حرکات، لہجے اور چہرے کے آثار سے واضح ہوگا اور یہ جسمانی کیفیت آپ کو انکے بیانات کا سچ سمجھنے میں مدد کرے گی۔

انٹرویو کیلئے مشورے

ایک رپورٹر کو انٹرویو کے دوران معلومات کو صرف درج نہیں کرنا بلکہ اسے معلومات کو درستگی، توازن اور خبری اقدار کیلئے بھی جانچنا ہے۔ اسلئے بہتر ہے کہ انٹرویو کی پلاننگ کر لی جائے۔

انٹرویو کی پلاننگ: یہ مشورے ان انٹرویوز کیلئے ہیں جو وقت سے پہلے طے کیے گئے ہوں۔ انٹرویو سے پہلے خبر کا فوکس یا مرکزی خیال کا جائزہ لینا چاہئیے۔ اس کیلئے تحریر سے متعلق باب چھ میں رہنمائی موجود ہے۔ اس سے سوالات سوچنے میں مدد ملے گی۔ جیسا کہ پہلے ذکر کیا گیا ہے تحقیق کے عمل کو پلاننگ کے دوران مکمل کر لینا چاہیے۔ اس بات کا احاطہ کریں کہ انٹرویو سے آپ کے اغراض و مقاصد کیا ہیں؟ آپ کس قسم کی معلومات اس انٹرویو کے ذریعے حاصل کرنا چاہتے ہیں؟ دو طریقے سے انٹرویو کے سوالات مرتب کریں۔ وہ سب سوال لکھیں جو آپ پوچھنا چاہتے ہیں پھر ان میں سے وہ سوال علیحدہ کریں جن سے آپ کو اہم ترین معلومات ملیں گی۔ اس سے آپ کو انٹرویو کے دوران وقت کو بہتر مینیج کرنے میں مدد ملیگی۔ انٹرویو کا وقت اور جگہ طے کرنے کیلئے سورس کو فون کریں اور تعارف کرتے ہوئے اپنا نام اور ادارے کا نام بتانے کے ساتھ انٹرویو کا مقصد یا خبر کی مختصر تفصیلات بیان کریں۔

انٹرویو کے سوالات: انٹرویو سوالات کی دو بڑی اقسام ہیں: بند سرے کے سوال اور کھلے سرے کے سوال۔ بند سرے کے سوال مختصر اور حقائق پر مبنی معلومات کیلئے پوچھے جاتے ہیں مثال کے طور پر آپ کا نام کیا ہے؟ کیا یہ جرم آپ نے کیا ہے؟ یہ بنیادی سوالات ہوتے ہیں اور تفصیل پیش نہیں کرتے بلکہ اکثر ہاں یا نہیں میں جواب ملتے ہیں۔ کھلے سرے کے سوال اس مقصد سے پوچھے جاتے ہیں کہ اقوال، وضاحت اور لمبے جواب حاصل کیے جا سکیں۔ مثال کے طور پر سسٹم میں خرابی کیوں پیدا ہوئی؟ آپ کو ایسا کیوں لگتا ہے؟ یہ حادثہ کیسے پیش آیا؟ اپنے سوالات کو مختصر رکھیں اور سورس کو جواب دینے کا وقت دیں۔ سوال کی زبان اور الفاظ سادہ ہونے چاہئیے۔ ایک جملے میں ایک سے زیادہ سوالات کو مت جوڑیں۔

سوالات کے حوالے سے حکمت عملی

مندرجہ ذیل طریقے انٹرویو میں سوالات کی پیشکش کو آسان بناتے ہیں۔

احمقانہ روپ: اس بات سے مت گھبرائیے کہ آپ کو کسی مسئلے کے بارے میں مکمل معلومات کا علم نہیں ہے۔ یہی تو آپ کے انٹرویو کا مقصد ہے کہ آپ مکمل معلومات سورسز سے حاصل کر سکیں۔ اگر آپ کو کوئی بات پتہ ہے تب بھی احمقانہ روپ دھارنے سے آپ وہ معلومات سورس کے منہ سے سن سکتے ہیں اور آپ کو خبر کیلئے قول مل سکتا ہے۔ بعض اوقات سورسز صحافیوں پر دباؤ ڈالنے کیلئے ان کو احمق یا موضوع سے نہ آشنا ہونے کا طعنہ دیتے ہیں۔ ایسے میں بھی یہ احمقانہ روپ آپ کی مدد کر سکتا ہے۔ آپ سورس کو یہ کہہ سکتے ہیں کا موضوع سے نا آشنا ہونے کے باعث ہی تو آپ ان سے معلومات کے حصول کیلئے انٹرویو کر رہے ہیں۔ اکثر انا پرست سورسز اس جواب سے متاثر ہو کر کھل کر بات کرنے کو تیار ہو جاتی ہیں کیونکہ انہیں لگتا ہے کہ وہ آپ کو تعلیم دے رہے ہیں۔ یاد رہے کہ صحافی کے برتاؤ میں دھوکہ دہی یا خوشامد کا عنصر نہیں ہونا چاہئیے۔

سوالات کی غیر دھمکی آمیز ترتیب: سورس کے ساتھ اعتماد قائم کرنے کیلئے بہتر ہے کہ صحافی فورا سے نوٹ بک نکال کر نہ بیٹھ جائے۔ پہلے کچھ غیر رسمی بات چیت کے ذریعے اپنے آپ کو متعارف کرا دیں اور اگر انٹرویو سورس کے دفتر وغیرہ میں کیا جا رہا ہے تو مشاہدہ کر کے ارد گرد کے ماحول کے بارے میں بھی چیزیں نوٹ کرلیں۔ اپنے سوالات کی ترتیب بھی سوچ لیں۔ عام طور پر کسی دلچسپ لیکن غیر سنگین سوال سے آغاز کرنا اچھا ہوتا ہے کیونکہ اس سے سورس کی ٹینشن دور ہو جاتی ہے اور ممکن ہے وہ اطمینان کے ساتھ جواب دینا شروع کر دے۔ لیکن اگر آپ کے پاس وقت کم ہے یا سورس نا موافق ہے تو پھر سب سے اہم سوال پہلے پوچھنا چاہیے خواہ وہ سخت سوال ہی کیوں نہ ہو۔

بنیادی سوال، فولو اپ اور پس منظر: باب دو میں چھ 'ک' والے سوالات کا تذکرہ کیا گیا تھا۔ یہ بنیادی سوالات وہ معلومات فراہم کرتے ہیں جو کسی بھی معاملے کو سمجھنے کیلئے نا گزیر ہوتے ہیں۔ یہ بھی پوچھنا ضروری ہے کہ مسئلہ کیسے متاثر کرے گا اور کیسے؟ گفتگو کا طریقہ استعمال کرتے ہوئے سوال سے سوال بنائیں اور فولو اپ سوال ضرور پوچھیں تاکہ آپ وضاحت اور تفصیل حاصل کر سکیں۔ عام طور پر ان سوالات کی عبارتیں ایسی ہوتی ہیں: آپ کا رد عمل کیا ہے؟ اس بات سے آپ کا کیا مطلب ہے ؟ یا یہ کیسے ہوا؟ ایسے سوال ضرور پوچھیں جن سے آپ کو مسئلہ کا پس منظر، ماضی کے واقعات اور مستقبل کی پیش رفت کے بارے میں اندازہ ہو سکے۔

دوسروں پر الزام دھرنا: جہاں تک یہ درستگی کے دائرے کار کے اندر ہو، سخت سوال پوچھتے ہوئے مخالفین کے منہ میں بات ڈال سکتے ہیں مثال کے طور پر "آپ کے مخالفین کا کہنا ہے کہ آپ کی سیاست امن کی راہ میں حائل ہے؟"

تصدیق کریں: اگر سوالات سے ایسی معلومات حاصل ہو جن کی درستگی مشکوک ہو تو انکی سورس کے ساتھ موقع پر ہی تصدیق کرنے کی کوشش کریں۔ اس کا ایک طریقہ یہ ہو سکتا ہے کہ آپ سورس سے پوچھیں کہ آپ کو یہ بات کیسے پتہ چلی؟

حساس سوال دانشمندی سے پوچھیں: احساسات سے عاری سوال مت پوچھیں خاص طور پر جب آپ ایسے لوگوں سے مخاطب ہیں جو یا تو خود کسی سانحہ میں متاثر ہوئے ہیں یا پھر ان کے عزیز و اقارب۔ احساسات سے عاری سوال کی ایک مثال یہ ہے کہ آپ اس وقت کیسا محسوس کر رہے ہیں؟ اس کی بجائے صحافی ان سے ان کے زخمی ہونے والے یا انتقال کر جانے والے رشتہ داروں کی کسی اچھی یاد کے بارے میں پوچھ سکتے ہیں جس کی مدد سے متاثرہ افراد کی شخصیت کے بارے میں معلومات مل سکیں۔

کسی اور بات کا اضافہ: عام طور پر انٹرویو کا اختتام اس سوال سے کرنا ایک اچھی حکمت عملی ہوتی ہے کہ "اگر میرے سوالات میں کوئی کمی رہ گئی اور آپ کسی اور چیز کا اضافہ کرنا چاہتے ہوں تو برائے مہربانی ابھی ذکر کر سکتے ہیں۔" اس کا اثر یہ ہوتا ہے کہ سورس یا تو اپنی باتوں کو دہرا دیتے ہیں اور آپ تصدیق کر سکتے ہیں کہ آپ کے نوٹس درست ہیں یا پھر وہ کوئی ایسی نئی معلومات آپ کے ساتھ شیئر کردیتے ہیں جو آپ کی خبر کیلئے مفید ثابت ہو سکتی ہے۔

انٹرویو سے منسلک عام مسائل

اکثر سورس انٹرویو کے اختتام پر یہ کہہ دیتے ہیں کہ یہ بات چیت آف دی ریکارڈ ہے یا آپ میرا نام مت استعمال کیجئے۔ ایک تو ایسی صورت حال سے بچنے کیلئے آپ کو انٹرویو سے پہلے ہی سورس سے یہ گفتگو کر لینی چاہئیے کہ یہ انٹرویو ان دی ریکارڈ ہے اور آپ اس کو شائع کرینگے۔ اگر سورس آف دی ریکارڈ معلومات دینے پر اصرار کرتا ہے تو ان سے یہ پوچھئے کہ وہ ایسا کیوں کر رہے ہیں اور انہیں معلومات آن دی ریکارڈ کرنے پر آمادہ کرنے کی کوشش کریں۔ یہ بھی جاننے کی کوشش کریں کہ کیا آپ ایک نا معلوم ذرائع کے طور پر ان کا تذکرہ خبر میں کر سکتے ہیں۔ اس سلسلے میں آپ کو اپنے ادارے کی نیوز پالیسی کے بارے میں بھی علم ہونا چاہئیے۔ یہ گفتگو انٹرویو سے پہلے کر لینے سے آپ کا وقت ضائع نہیں ہوگا اور آپ کو اندازہ ہو جائیگا کہ سورس آپ کی خبر کیلئے فائدہ مند ہے بھی کہ نہیں۔ اگر سورس انٹرویو درمیان میں ختم کر دیتا ہے تو ان سے یہ پوچھئے کہ آپ دوبارہ ان سے کب رابطہ کر سکتے ہیں۔ اگر خبر کی اشاعت سے پہلے آپ کو سورس کے بیانات کی تصدیق کرتے ہوئے ان میں کوئی غلط یا جھوٹی معلومات کا انکشاف ہوتا ہے تو آپ دوبارہ سورس سے رابطہ کر کے ان سے اس غلطی یا جھوٹ کی وضاحت طلب کریں۔

مشقیں

سوال نمبر ایک۔۔۔ آپ پچھلے کچھ عرصہ میں شہر میں آتشزدگی کے چند واقعات پر رپورٹنگ کر چکے ہیں۔ ان واقعات میں قدر مشترک یہ نظر آتی ہے ہے کہ فائر بریگیڈ کا عملا تاخیر سے پہنچا۔ آپ فائر بریگیڈ کے چیف سے انٹرویو کا وقت لیتے ہیں۔ آپ ان سے کیا دس سوال پوچھیں گے اور ان سوالات کی ترتیب کیا ہوگی۔ اس باب میں فراہم کیے گئے مشوروں کو سوالات گڑھتے وقت استعمال کریں۔

سوال نمبر دو۔۔۔ آپ کو اطلاع ملتی ہے کہ محکمہ تعلیم میں ایک کروڑ روپے کی بے ضابطگی ہوئی ہے جس کو چھپایا جا رہا ہے تو آپ اس سلسلے میں کن تین افراد کا انٹرویو کریں گے اور ہر انٹرویو میں کیا پانچ سوال پوچھیں گے؟ سوالات کی ترتیب بھی وضع کریں۔

باب نمبر پانچ — واقعاتی رپورٹنگ

ایک رپورٹر کیلئے سب سے اہم بات نئی معلومات اور حقائق کو بر وقت اور درستگی کو ملحوظ خاطر رکھتے ہوئے عوام تک پہنچانا ہوتی ہے۔ یہ معلومات یا حقائق عام طور پر کسی واقعہ یا سانحہ سے جڑے ہوتے ہیں مثال کے طور پر ٹریفک حادثہ، کسی سیاستدان کی پریس کانفرنس یا کھیلوں کا کوئی مقابلہ۔ ان واقعات کی کوریج کیلئے صحافیوں کو فیلڈ میں وقت گزارنا پڑتا ہے، لوگوں سے بات کرنی پڑتی ہے اور معلومات کو کسی نہ کسی شکل میں ریکارڈ کرنا ہوتا ہے۔ ان میں بعض واقعات سنجیدگی کے اعتبار سے زیادہ اہم اور حساس ہوتے ہیں مثال کے طور ایسی قدرتی آفت یا تباہ کاری جو حال ہی رونما ہوئی ہو اور جس میں عوام کے جان و مال کو نقصان پہنچا ہو۔ جبکہ کچھ واقعات اس قدر سنگین نہیں ہوتے مثال کے طور پر کسی آڈیٹوریم میں تعلیم کے موضوع پر ہونے والا سیمینار۔ اپنے صحافتی کرئیر میں رپورٹرز کو ہر طرح کے واقعات پر رپورٹنگ کرنی پڑتی ہے۔

خبر رساں اداروں میں عام طور پر کام کو خبروں کے موضوع یا شعبہ کے اعتبار سے تقسیم کیا جاتا ہے مثلا سیاسی خبریں، معیشت سے متعلق خبریں، صحت، تعلیم اورکھیل وغیرہ۔ اس تقسیم کوعام صحافتی زبان میں نیوز بیٹس کہا جاتا ہے اور عام طور پر ایک رپورٹر کو ایک یا ایک سے زیادہ نیوز بیٹس پر کام پر لگایا جاتا ہے کہ وہ ان سے متعلق نئے حالت و واقعات کی معلومات تلاش کر کے ادارے کیلئے خبریں پیش کرے۔ خبر رساں اداروں میں کام کرنے والے بعض پیش ور رپورٹر وقت کے ساتھ اپنی دلچپسی کے پیش نظر یا اپنے ایڈیٹر کے حکم کو بجا لاتے ہوئے رپورٹنگ کیلئے کسی ایک خاص شعبہ یا نیوز بیٹ کا انتخاب کر لیتے ہیں اور پھر وقت اور محنت کے ساتھ یہ بیٹ انکی خاصیت بن جاتی ہے۔ بہر حال اس مقام تک پہنچنے سے پہلے رپورٹر کو بہت سی جنرل رپورٹنگ بھی کرنی پڑتی ہے جس میں شہری امور سے منسلک ہر طرح کے مسائل کی بات چیت ہوتی ہے۔ ان سب کیلئے ایک صحافی کو معلومات اکٹھا کرنے، سوال پوچھنے، سننے کی صلاحیات پیدا کرنے اورعوام سے پیشہ وارانہ برتاؤ کے حوالے سے بہت سے گر سیکھنے ضروری ہیں۔ اس باب میں فیلڈ رپورٹنگ کے حوالے سے چند تجاویز فراہم کی جا رہی ہیں جبکہ پچھلے باب میں انٹرویو کرنے میں مہارت حاصل کرنے کیلئے جو رہنمائی مہیا کی گئی تھی اس کو اس بحث کے ساتھ ملا کر پڑھا جا سکتا ہے۔

مشاہدے کی قوت

رپورٹنگ کیلئے مشاہدہ ایک زبردست صلاحیت ہے جس کیلئے زیادہ محنت بھی درکار نہیں ہے۔ مشاہدے سے آپ فیلڈ میں ایسی معلومات اکٹھی کر سکتے ہیں جو خبر لکھتے وقت آپ کو تفصیلات بیان کرنے میں مدد کریں گی۔ مثال کے طور پر ٹریفک حادثہ میں ملوث گاڑیوں کی ساخت، ماڈل اور رنگ۔ جس سرکاری افسر کا انٹرویو کیا جا رہا ہے اس کا قد قامت اور بات کرنے کا انداز۔

علاوہ ازیں آپ اپنی قوت مشاہدہ کا استعمال کرتے ہوئے واقعہ کے متعلق اہم سوال بھی اٹھا سکتے ہیں جو آپ کی رپورٹنگ میں اضافی معلومات شامل کرنے میں کام آئینگے۔ مثال کے طور پر اگر کسی جائے وقوعہ پر عام شہری پولیس کارڈن کے اندر پھر رہے تھے تو یہ مشاہداتی نوٹ پولیس افسر کے سامنے بطور سوال رکھا جا سکتا ہے کہ انہوں نے جائے وقوعہ پر موجود ثبوت کی حفاظت کیلئے ٹھوس اقدامات کیوں نہیں کیے۔

بریکنگ نیوز کیلئے مشاہدہ

جرائم، حادثات اور قدرتی آفت جیسی بریکنگ نیوز خبروں میں تفصیلات کی اہمیت زیادہ ہوتی ہے کیونکہ قارئین و ناظرین کو جائے وقوعہ، امدادی کارروائیوں اور عوامی تحفظ کے حوالے سے معلومات جاننے کا تجسس ہوتا ہے۔ کسی مظاہرے پرموجود رپورٹر یہ نوٹ کر سکتا ہے کہ مظاہرین نے جو پلے کارڈ اٹھا رکھے ہیں ان پر کیا عبارتیں درج ہیں۔ کسی حادثے کے موقع پر رپورٹر یہ دیکھ سکتے ہیں کہ تباہی کے کیا نشانات موجود ہیں۔ کسی مقدمے کی سماعت کے دوران رپورٹر یہ نوٹ کر سکتے ہیں کہ جج کے کلمات پر مدعی اور ملزم کیا رد عمل دکھاتے ہیں۔

براڈکاسٹ رپورٹنگ میں بھی رپورٹر کو الفاظ کی مدد سے بریکنگ نیوز حالات کی منظر کشی کرنی پڑتی ہے اور پرنٹ کے رپورٹر مشاہدہ کی بنیاد پر موثرطور پر خبروں میں انسانی پہلو اجاگر کر سکتے ہیں۔

جب پشاورمیں ایکسپریس ٹریبیون اخبار کے رپورٹروں نے آل سینٹس چرچ دھماکے کی کوریج کی تو رپورٹراسد ضیاء نے ایک سٹوری شائع کی جس کی پہلی سطریں یہ ہیں:

"کیا تم سن رہے ہو؟ امی انتقال کر گئی ہیں!" ایک لڑکا فون میں چلا رہا تھا۔ وہ اپنی ماں کو لیڈی ریڈنگ ہسپتال میں تلاش کر رہا تھا۔ جب اسے اپنی ماں کی لاش ملی تو اس نے گھر فون کیا۔ اس کے ہاتھ کانپ رہے تھے اور اس نے کئی کوششوں کے بعد صحیح نمبر ملایا۔

آپ دیکھ سکتے ہیں کہ یہ کہانی مشاہدے کے بغیر ممکن نہیں تھی لیکن مشاہدے میں اول طور پر اہم چیز تفصیلات اکٹھا کرنا ہیں۔

یاد رہے کہ بریکنگ نیوز خاص کر احتجاجی مظاہرے، قدرتی آفت اور حادثات یا تخریب کاری کی کاروائیوں میں رپورٹرکو چاہیئے کہ وہ اپنے آپ کو محفوظ رکھنے کا پورا خیال رکھے۔ ایسے میں جائے وقوعہ کے بالکل قریب جانے کے بجائے فاصلہ قائم رکھنا زیادہ بہتر ہے۔ اور رپورٹر فاصلے پر رہتے ہوئے بھی پولیس حکم، امدادی کارکن اور عینی شاہدین کے بیان قلم بند کر سکتا ہے۔

معلومات اکٹھا کرنا
خبر کے انسانی پہلو کو اجاگر کرنے کیلئے تفصیلات کا ہونا بہت ضروری ہے۔ یہ تفصیلات حاصل کرنے کیلئے عام طور پر بنیادی سوالات کے علاوہ بھی ایسے سوال پوچھنے پڑتے ہیں جو کسی فرد کی شخصیت، کردار، اورعادت و اطوار کے بارے میں ہوں۔ مثال کے طور پر جائے وقوعہ پر موجود کسی شخص نے کس قسم کا لباس پہنا تھا، حادثے کے وقت پر وہ کیا کر رہے تھے؟ ہو سکتا ہے یہ سوال ابتدائی تفتیش کیلئے اہم نہ ہوں لیکن ان کی مدد سے سانحہ کی مکمل تصویر کشی کی جا سکتی ہے۔

امریکی تحریری کوچ رائے پیٹر کلارک نئے رپورٹرز کو یہ مشورہ دیتے ہیں کہ وہ کسی واقعہ کی رپورٹنگ کرتے وقت اپنی نوٹ بک میں اس حد سے زیادہ معلومات درج کریں جتنا انکے خیال میں اس واقعہ کیلئے ضرورت ہے۔ ایسا کرنے سے تحریر اور ایڈیٹنگ کے وقت رپورٹر کے پاس گنجائش ہوتی ہے کہ وہ کون سی معلومات کو خبر میں شامل کریں اور کون سی معلومات چھوڑ دیں لیکن اگر وہ صرف ضرورت کے مطابق یا اس سے کم معلومات نوٹ کریں گے تو عین ممکن ہے کہ خبر لکھتے ہوئے انہیں مزید معلومات کی ضرورت پڑے جو ان کے پاس نہ ہو۔ اس وقت ان کے پاس شاید ڈیڈ لائن کی وجہ سے مزید رپورٹنگ کرنے کا وقت نہ ہواور خبر میں جھول رہ جائے۔

حساسیت
مشہورومعروف شخصیات جیسا کہ سیاست دان اورکھلاڑی میڈیا سے بات کرنے کے عادی ہوتے ہیں لہٰذا صحافی ان سے اپنے برتاؤ کو زیادہ ڈائریکٹ رکھتے ہیں لیکن پرائیویٹ افراد کے ساتھ خبروں کیلئے انٹرویو کرتے ہوئے حساسیت کا مظاہرہ کرنا چاہیئے۔ ایسے میں صحافتی اخلاقیات کے ضابطے صحافیوں کی مدد کر سکتے ہیں۔ مثال کے طور پر کونسل آف پاکستان نیوز پیپر ایڈیٹرز کے ضابطہ اخلاق میں ایک نقطہ یہ بھی درج ہے کہ پریس افراد کی پرائیویسی کا احترام کرے گا اور کوئی ایسا قدم نہیں اٹھائے گا جو ان کے گھر یا گھریلو زندگی میں مداخلت کرے۔

صحافیوں کی کوشش ہونی چاہیئے کہ وہ ان کی رپورٹنگ کے نتیجے میں کسی شخص کو بے جا نقصان سے محفوظ رکھیں۔ اپنی اوراپنے ادارے کی شناخت کرکے اور اجازت طلب کر کے ہی انٹرویو کا آغاز کریں۔ کچھ سورسز نام نہ بتانے کی شرط پر میڈیا سے بات کرنے کو تیار ہوتے ہیں۔ ایسے ذرائع کے بارے میں باب تین میں رہنمائی فراہم کی گئی ہے۔ کچھ ذرائع صحافیوں کو استعمال کرنے کی کوشش بھی کرتے ہیں لہٰذا صحافیوں کو خبردار رہنا چاہیئے اور سورس کی نیت اور ایجنڈا کو جانچنے کی کوشش کرنی چاہیئے کیونکہ جیسا کہ پہلے ذکر ہوا صحافت کا اولین مقصد عوامی فلاح میں رپورٹنگ کرنا ہے نا کہ کسی طاقتور طبقے کی مفاد کی حفاظت۔

سننے کی عادت ڈالنا
اچھی رپورٹنگ کیلئے ضروری ہے کہ رپورٹر سننے کی عادت ڈالیں۔

جو کہا جا رہا ہے اس پر توجہ دیں: انٹرویو کے دوران سورس کے کلمات اہم ہیں اور اگر آپ ان پر توجہ نہیں دیں گے تو نہ ہی انہیں ٹھیک سے نوٹ کر پائیں گے اور نہ ہی فولو اپ سوال پوچھ سکیں گے۔

گفتگو کا عمل: بہترین انٹرویو وہ ہوتے ہیں جو ایک غیر رسمی گفتگو کی طرح آگے بڑھیں لیکن یاد رہے کے یہ گفتگو غیر مساوی ہے کیونکہ رپورٹر کو چاہیئے کہ اپنے کلمات کو سوالات تک محدود رہیں. اہم بات یہ ہے کہ کیا رپورٹر سورس کی آخری بات یا آخری جملے سے ربط قائم کرتے ہوئے اگلے سوال کو پیش کر سکتا ہے یا نہیں۔

تین سطح پر سننا: ایک رپورٹر کو تین سطح پر سننا چاہیے: اول، حقائق کیلئے، دوسرا دلچسپ اقوال کیلئے، اور تیسرا ایسے جملوں اور آرا کیلئے جن پر مزید وضاحت چاہیئے ہو۔

خاموشی مگر جلد رد عمل: انٹرویو کے دوران رپورٹرکو چاہیئے کہ خاموشی سے سورس کی بات سنے لیکن جب کبھی وضاحت کی ضرورت ہو یا جب سورس کوئی متنازع یا صریحا غلط رائے کا اظہار کرے تو "کیوں" اور "کیسے" جیسے سوالات کا فورا استعمال کرے۔

جو نہیں کہا گیا: سننے کے عمل میں ایک اہم نکتہ یہ ہے کہ اس بات کا بھی خیال رکھیں کہ سورس کن معاملات پر بات نہیں کر رہا ہے یا کن موضوعات کو نظر انداز کر رہا ہے۔

لچک کا مظاہرہ کریں: اگر آپ انٹرویو میں صرف چند پہلے سے لکھے ہوئے سوال لے کر جائینگے تو عین ممکن ہے کہ آپ ان سے ہٹ کر کسی بات پر توجہ نہ دیں خواہ وہ کتنی ہی اہم یا ضروری کیوں نہ ہو۔ کھلا دماغ اور گفتگو پہ آمادگی ایک اچھے انٹرویو کیلئے ضروری ہیں۔

نوٹس لینا
آج کل نوجوان صحافی موبائل یا وائس ریکارڈر کی مدد سے انٹرویو ریکارڈ کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ اس میں کوئی حرج نہیں ہے بشرطیکہ وہ

سورس سے اجازت لے کر ریکارڈنگ کر رہے ہیں، لیکن انہیں یہ خیال رکھنا چاہیئے کہ آڈیو ریکارڈنگ کو ٹرانسکرائب یعنی نوٹس میں تبدیل کرنے کیلئے وقت درکارہوتا ہے اور ڈیڈ لائن پر خبر دینے کیلئے بہتر ہے کہ صحافی ہاتھ سے نوٹس لیں۔ اس سے نا صرف انکی نوٹس لینے کی پریکٹس ہوگی بلکہ ان کا مکمل انحصار ٹیکنالوجی پر نہیں رہے گا۔

نوٹس لینے کیلئے چند تجاویز مندرجہ ذیل ہیں:

چوکس رہیے: صرف الیکٹرانک ڈیوائس پردارومدار نہ کریں۔ کیونکہ اگر الیکٹرانک ڈیوائس میں خلل پیدا ہو جائے تو آپ مشکل میں پڑ جائینگے۔ اضافی پین، پنسل، اور نوٹ پیڈ اپنے پاس رکھیں۔

توجہ مرکوز رکھیں: جب آپ کی سورس آپ سے مخاطب ہو تو ان کے الفاظ پر توجہ دیں۔ اگر سورس کی بات چیت کے دوراں آپ اگلے سوال کا سوچ رہے ہیں تو اہم نکات بھول سکتے ہیں۔

شارٹ ہینڈ کا استعمال: مختصراصطلاحات اور شارٹ ہینڈ کی مدد سے نوٹس لینے میں آسانی پیدا ہوتی ہے۔ یاد رہے کہ اس سے مراد وہ پروفیشنل شارٹ ہینڈ نظام نہیں ہے جسے کلرک اور سٹینو گرافر استعمال کرتے ہیں بلکہ ہر صحافی اپنی لکھائی کو مد نظر رکھتے ہوئے اپنے لیے عبارتوں کا شارٹ ہینڈ سسٹم بنا سکتا ہے جس میں مخفف وغیرہ استعمال ہوں۔

رفتار کو کنٹرول کریں: عام طور پر آپ کی نوٹس لینی کی رفتار سورس کی بولنے کی رفتار سے کم ہوگی لہٰذا یہ ایک فطری نتیجہ ہے کہ آپ تمام نوٹس نہ لے پائیں۔ ایسے میں شرمندہ ہونے کی بجائے آپ انٹرویو کی رفتار کو کنٹرول کر سکتے ہیں۔ بعض اوقات اس کا مطلب یہ کہ آپ سورس کو ان کی بات دہرانے کا بھی کہہ سکتے ہیں۔

آنکھوں کا رابطہ: انٹرویو کے دوران ضروری ہے کہ آپ سورس کے ساتھ آنکھوں کا رابطہ قائم رکھیں اور صرف سر نیچے گرا کر نوٹس لینے پر نہ توجہ دیں۔ آنکھوں کا رابطہ قائم رکھنے سے آپ سورس کے ساتھ بات چیت بہتر طریقے سے کر سکیں گے اور ان کے جذبات اور رد عمل بھی نوٹ کر سکیں گے۔ سورس کو بھی باور ہوگا کہ آپ انکی بات دھیان سے سن رہے ہیں۔

دوبارہ چیک کریں: اگر انٹرویو میں سورس نے کوئی ایسی بات کہی جس میں ابہام ہو تو اسے موقع پر ہے ڈبل چیک کر لیں۔ اہم معلومات جیسے سورس کا نام، نام کی درست املا، اور ان کا عہدہ وغیرہ کی بھی تصدیق انٹرویو کے دوران کر لیں۔

براڈکاسٹ کیلئے رپورٹنگ

براڈکاسٹ رپورٹر کو رپورٹنگ کے دوران اچھے شاٹ بھی لینا ضروری ہیں اور ساتھ ساتھ اپنی خبر یا نیوز پیکج کے بارے میں بھی سوچنا چاہیئے۔

منظر: سڑکوں کے نام، فاصلے، علاقے میں مشہور عمارتیں وغیرہ ایسی معلومات ہیں جو براڈکاسٹ رپورٹنگ میں اہم تفصیلات کا اضافہ کرتی ہیں۔

اعداد و شمار: براڈکاسٹ رپورٹر کو خیال رکھنا چاہیئے کہ رپورٹنگ کے دوران کون سی ایسی معلومات ملی ہیں جنہیں تمثیلی شکل میں دکھایا جا سکتا ہے۔ عام طور پر اعداد و شمار کو بول کے بیان کرنے سے سمجھ نہیں آتی لیکن اگر ان کی تصویری پیشکش کر دی جائے تو براڈکاسٹ نیوز رپورٹ میں دیکھنے والوں کیلئے آسانی بن جاتی ہے۔

جھلکیاں اوریاد گار لمحات: کیا واقعہ سے متعلق کوئی ایسی معلومات ہیں جو سکرین پر ٹیکسٹ باکس کی مدد سے دکھایا جا سکتا ہے۔ یہ عام طور پر اہم تاریخیں، کارنامے اور یادگار لمحات کی جھلکیاں ہو سکتی ہیں۔

مشقیں

سوال نمبر ایک۔۔۔ نوٹس لینے کی پریکٹس کیلئے ٹی وی پر کوئی خبری بلیٹن لگا کر دیکھیں اور جیسے جیسے نیوز کاسٹر خبریں نشر کرتا ہے، کاغذ اور پنسل کی مدد سے اس کو تحریری شکل میں نوٹ کریں۔

سوال نمبر دو۔۔۔ اپنے ساتھ رپورٹر اور ایڈیٹرز سے پوچھیں کہ وہ انٹرویو کے دوران سننے اور نوٹس لینے کیلئے کیا حکمت عملی استعمال کرتے ہیں۔

حصّہ سوم

خبروں کی تحریر

باب نمبر چھ — ابتدائیہ کی تلاش

خبر کے پہلے جملے کو ابتدائیہ کہتے ہیں۔ اس پہلے جملے کے ساتھ صحافی اپنے قارئین کی توجہ خبر پر مرکوز کرا سکتے ہیں، اور خبر کے مضمون میں ان کی دلچسپی پیدا کر سکتے ہیں۔

جیسے جیسے آن لائن اور موبائل پلیٹ فارمز کے ذریعے خبریں پڑھنے والے قارئین کی تعداد میں اضافہ ہو رہا، ویسے ہی ابتدائیہ کی اہمیت بھی بڑھ رہی ہے۔ اسکی وجہ یہ ہے کہ جدید تحقیق کے مطابق آن لائن قارئین مکمل خبر پڑھنے کی بجائے اکثر صرف شہ سرخی اور ابتدائیہ پر دھیان دیتے ہیں۔ امریکہ کی مایہ ناز کولمبیا یونیورسٹی اور فرنچ نیشنل انسٹیٹیوٹ کی جانب سے 2016 میں کی گئی ایک تحقیق کے مطابق سوشل میڈیا ویب سائٹ ٹویٹر پر شیئر کیے گئے 59 فیصد لنک کبھی کلک ہی نہیں کیے گئے، جس سے محقق اس نتیجے پہ پہنچے کہ یہ لنک صرف شہ سرخی اور پری ویو میں دکھائے جانے والے ابتدائی بیان پڑھ کر شیئر کیے گئے تھے۔

اگر آن لائن چھپنے والی خبروں کے ابتدائیے اچھی طرح تحریر نہ کیے گئے ہوں تو یہ امکان کم ہو جاتا ہے کہ لوگ انہیں پڑھنے کی زحمت کریں گے۔

تحریر کے استاد یہ مشورہ دیتے ہیں کہ صحافی روزانہ کی خبروں کے ابتدائیے لکھتے ہوئے "راز فاش کر دیں" کی حکمت عملی استعمال کریں۔ یہ مشورہ بریکنگ نیوز، کرنٹ افیئر اور عوامی فلاح اور دلچسپی کی تمام خبروں کیلئے مفید ہے۔

ابتدائیہ تحریر کرنے کیلئے عمومی صلاح یہ ہے کہ ابتدائیہ میں 25 الفاظ سے زیادہ استعمال نہ کیے جائیں، تاکہ جملہ مختصر اور واضح رہے۔ بہرحال مختلف ممالک کے پریس نظام مختلف اسلوب کو ترجیح دیتے ہیں۔ مثال کے طور پر برطانوی پریس اور اس سے متاثر دیگر اخباری سلسلوں میں روایتی طور پر لمبے ابتدائیے لکھے جاتے ہیں۔ جبکہ امریکی اخبار اور ان کی ڈگر پر چلنے والے دیگر پریس سسٹم مختصر ابتدائیے کو بہتر سمجھتے ہیں۔ حالت حاضرہ کی خبروں اور فیچر کہانیوں کے ابتدائی جملوں کی ساخت میں بھی فرق پایا جاتا ہے۔

اس باب میں موثر ابتدائیے لکھنے کیلئے چند تجاویز اورتدابیرشامل کی گئی ہیں جن کی مدد سے صحافیوں کو ابتدائیہ کی اکثر استعمال ہونے والی اقسام سے متعارف کرایا جائیگا۔

خبر کیلئے ابتدائیہ تلاش کرنے کیلئے تجاویز

کئی صحافی خبر تحریر کرتے ہوئے اچھا ابتدائیہ لکھتے ہوئے مشکل میں پڑھ جاتے ہیں۔ یہ ہچکچاہٹ قدرتی ہے کیونکہ صحافی بہت سی معلومات کو اختصار سے بیان کرنے کی کوشش کر رہے ہوتے ہیں اور تفصیلات کے انتخاب کے فیصلے اکثر مشکل ہوتے ہیں۔

ابتدائیہ لکھنے کیلئے مندرجہ ذیل چند مشورے صحافیوں کے کام آ سکتے ہیں:

1) **اپنی کہانی کا مرکز تلاش کریں:** خبر کا مرکزی خیال کیا ہے؟ اس مرکزی خیال کو انگریزی میں فوکس کہتے ہیں، اور خبر کیلئے یہ مرکز یا فوکس ہونا انتہائی ضروری ہے، کیونکہ اس کی مدد سے صحافی رپورٹنگ کے دوران متعلقہ سوالات پوچھ سکتے ہیں اور تحریر کے وقت حقائق اور تفصیلات کو واضح انداز میں بیان کر سکتے ہیں۔

کہانی کا مرکز تلاش کرنے کیلئے اپنے آپ سے پوچھیے کہ خبر کس بارے میں ہے؟ آپ کی کہانی کن خبری اقدار کی متحمل ہے؟ اگر آپ ان سوالات کے جواب ایک جملے میں بیان کر سکتے ہیں تو آپ صحیح سمت میں سوچ رہے ہیں۔

بعض اوقات صحافی خبر کا مرکز کھوجنے کیلئے "تو پھر کیا؟" کے سوال کا بھی استعمال کرتے ہیں۔ اس کا مقصد یہ فیصلہ کرنا ہوتا ہے کہ کیا خبر میں کوئی ایسی بات ہے بھی کہ پڑھنے والے اس پر توجہ دیں گے۔ اگر آپ کے پاس "تو پھر کیا؟" کا اطمینان بخش جواب نہیں ہے تو عین ممکن ہے کہ آپ اپنی خبر کے فلاح عامہ کے پہلو کے بارے میں تذبذب کا شکار ہیں۔ ایسے میں یہ بہتر ہوگا کہ آپ دوبارہ سے یہ سوچیں کہ جس مسئلہ پر آپ رپورٹنگ کر رہے ہیں وہ عوام کو کیسے متاثر کر رہا ہے، اور آپ کی تحریر اس معاملے پر عوامی فہم بہتر بنانے میں کیا کردار ادا کریگی۔

2) **قارئین کی دلچسپی کا عنصر:** بعض اوقات عوامی فلاح کے امور میں بھی قارئین کی دلچسپی پیدا کرنا صحافیوں کیلئے ایک چیلنج ہوتا ہے۔ کیونکہ عوام کے فیصلہ کرنے کی طاقت سے متعلق امور اکثر دقیق اور پیچیدہ ہوتے ہیں، اور انکی خبر سازی انہیں مزید مشکل اور مبہم بنا سکتی ہے۔ لہٰذا صحافیوں کو اپنے آپ سے یہ سوال پوچھنا چاہیئے کہ پڑھنے والے اس موضوع کے حوالے سے کس چیز میں دلچسپی کا مظاہرہ کریں گے۔

3) **انوکھا پن:** معلومات کو ترتیب دینے کا ایک اچھا طریقہ یہ ہے کہ خبر سے متعلق سب سے یادگار یا انوکھے حقائق کی نشاندہی کی جائے۔

یادگار معلومات قارئین کی توجہ مبذول کر لیتی ہیں اور انہیں مکمل خبر پڑھنے پر مجبور کرتی ہیں۔

4) **کسی شخص یا کردار کو کہانی کا محور بنائیں:** رجحانات یا پیچیدہ امور کے متعلق فیچر کہانیوں میں کسی ایسے شخص یا کردار کی مثال سے آغاز کرنا جس نے اس مسئلہ کا سامنا کیا ہو اکثر ایک موثر تدبیر سمجھی جاتی ہے۔ اگر حقائق کسی اصل شخص کے احوال زندگی کے ساتھ منسلک ہوں تو قارئین کو سمجھنے میں آسانی ہوتی ہے۔ کسی فرد کی پریشانی کے ایسے قصے کو خبر کے درمیانے حصّے میں ایک مرکزی پیراگراف کے ذریعے ایک عمومی مسئلے کے ساتھ جوڑا جا سکتا ہے۔

5) **بنیادی امور پر دھیان دیں:** اکثر سب سے سادہ سوال ہی سب سے اہم جواب فراہم کرتے ہیں۔ رپورٹر کو کسی واقعے کے بارے میں بنیادی معلومات حاصل کرنے کیلئے چھ "ک" سوالات کا استعمال کرنا چاہیئے یعنی کہ کون، کیا، کب، کہاں، کیوں اور کیسے۔ ان بنیادی سوالات کے جواب حالت حاضرہ کی زیادہ تر خبروں کے ابتدائیوں کیلئے معلومات مہیا کر سکتے ہیں۔

ان تجاویز کے علاوہ صحافی یہ تعین کر سکتے ہیں کہ رپورٹنگ کے موضوع کے متعلق ان کے پاس کیا اس قدر معلومات موجود بھی ہیں کہ وہ اصل مسئلے کی تصویر کشی کر سکتے ہیں یا نہیں۔ مثال کے طور پر شہر میں کوڑا کرکٹ اکٹھا کرنے کے ناکارہ نظام یا آلودہ پانی سپلائی پر رپورٹنگ کرتے ہوئے آپ کو پتہ لگانا چاہیئے کہ یہ مسائل کیسے پیدا ہوئے۔ خبر کے آخر تک آپ قارئین کو ممکنہ حل بھی بتا سکتے ہیں۔ بعض اوقات صحافی اپنی خبر کا آغاز یوں بھی کر سکتے ہیں کہ وہ موجودہ حالت اور ماضی کی صورت حال کا موازنہ کریں یا پھر ایک تقابلی جائزے کے ذریعے یہ بیان کریں کہ ایک ہی مسئلہ دو مختلف گروہوں کو کیسے متاثر کر رہا ہے۔

ابتدائیہ کی اقسام

ابتدائیہ کو معلومات کی فراہمی کی بنیاد پر دو بڑی اقسام میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ معلومات کی فراہمی سے مراد یہ ہے کہ اہم تفصیلات کتنی جلدی قارئین تک پہنچائی جا رہی ہیں۔ ان دو اقسام کے نام مندرجہ ذیل ہیں:

1) براہ راست ابتدائیہ
2) تاخیری ابتدائیہ

اس سیکشن میں ہم ان دو اقسام کی اوصاف بیان کریں گے اور ان کی ذیلی اقسام کا مختصراً ذکر کریں گے۔

براہ راست ابتدائیہ

یہ ابتدائیہ خبر کے شروع میں ہی سب سے اہم معلومات قارئین تک پہنچا دیتا ہے۔ اس لیے اسے براہ راست ابتدائیہ کہتے ہیں۔

ایسے ابتدائیہ کو بعض اوقات سمری یا خلاصہ ابتدائیہ بھی کہا جاتا ہے کیونکہ یہ خبر کے پہلے جملے میں احوال کا خلاصہ بیان کر دیتا ہے۔

یہ ابتدائیہ حالت حاضرہ کی خبروں، جیسے کہ بریکنگ نیوز، جرائم کی خبریں، عدالتی کاروائیاں اور سیاسی منظرنامے، کیلئے زیادہ موزوں سمجھا جاتا ہے۔

براہ راست ابتدائیہ تدریجی ترتیب کی حامل خبروں میں استعمال ہوتا ہے۔ تدریجی ترتیب کی تفصیل باب نمبر آٹھ میں بیان کی گئی ہے۔ براہ راست ابتدائیہ تمام اقسام کے میڈیا مثلاً پرنٹ اور براڈکاسٹ کیلئے مناسب تصور کیا جاتا ہے۔

براہ راست ابتدائیہ کی چند مثالیں مندرجہ ذیل ہیں۔

پاکستان پیپلز پارٹی (پی پی پی) کے سینئر رہنما شوکت بسرا نے حکمران جماعت پاکستان تحریک انصاف (پی ٹی آئی) میں شمولیت کا اعلان کردیا۔ (ڈان نیوز اردو)

پاکستان کی عدالت عظمٰی نے ملک بھر میں 5 ہزار روپے سے زائد فیس لینے والے نجی سکولوں کو فیس میں 20 فیصد کمی کرنے کا حکم دیا ہے (بی بی سی اردو)

براہ راست ابتدائیہ عام طور پر چھ "ک" والے سوالات کے جواب فراہم کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ تاہم صحافیوں کو یہ خیال رکھنا چاہیئے کہ وہ تمام معلومات ایک جملے میں نہ ٹھونس دیں۔ ایسا کرنے سے جملہ طویل اور پڑھنے میں مشکل ہو جائیگا۔

عام طور پر "کیوں" اور "کیسے" کے جواب زیادہ وضاحت طلب ہوتے ہیں اور صحافی انہیں خبر کے دوسرے اور تیسرے پیراگراف میں بیان کر

سکتے ہیں۔

مثال کے طور پر بی بی سی اردو کی خبر جس کا ابتدائیہ اوپر پیش کیا گیا ہے آگے چل کر سپریم کورٹ کے فیصلے کی وجہ اس طرح سے بیان کرتی ہے:

عدالت میں صرف دو نجی سکولوں کی آڈٹ رپورٹ پیش کی گئی جس کے مطابق گزشتہ پانچ سال کے دوران پانچ ارب روپے سے زیادہ تنخواہوں کی مد میں ادا کیے گئے جس پر بینچ کے سربراہ کا کہنا تھا کہ نجی سکولوں کے مالکان اربوں روپے کماتے ہیں لیکن طالب علموں کو دو روپے کی رعایت دینے کو تیار نہیں ہیں۔

یاد رہے کہ اردو اخباری صحافت میں بیشتر خبروں کیلئے پیراگراف کی بجائے کالم کا معیار استعمال ہوتا ہے۔ جس میں ایک ہی پیراگراف کو ایک یا ایک سے زیادہ کالموں کے اوپر چھاپا جاتا ہے لیکن اب کئی اردو نیوز ویب سائٹس بھی انگریزی صحافت کی طرح خبر کو متعدد پیراگراف میں توڑ کر چھاپ رہی ہیں۔

تاخیری ابتدائیہ

یہ ابتدائیہ فوری طور پر قارئین کو سب سے اہم معلومات فراہم نہیں کرتا۔ یہ در حقیقت پڑھنے والوں کو ایک خاص مثال سے ایک عمومی مسئلہ کی جانب لے کر چلتا ہے تاکہ وہ کسی پیچیدہ مضمون کو بہتر طور پر سمجھ سکیں۔ تاخیری ابتدائیے بعض اوقات ایک جملے کی بجائے ایک یا ایک سے زیادہ پیراگراف پر محیط ہوتے ہیں۔

تاخیری ابتدائیہ کو بعض اوقات نرم ابتدائیہ بھی کہتے ہیں کیونکہ اس کا استعمال ایسی فیچر کہانیوں میں بھی ہوتا ہے جن کا تعلق گمبھیر سیاسی مسائل کی بجائے معاشرتی رجحانات سے ہو۔ لیکن یہ کہنے کا مقصد ہرگز یہ نہیں ہے کہ تاخیری ابتدائیہ حالات حاضرہ کی رپورٹنگ کیلئے استعمال نہیں ہو سکتا ہے۔

تاخیری ابتدائیہ کی کثرت سے استعمال ہونے والی تین ذیلی اقسام یہ ہیں:

1) حکایتی ابتدائیہ

اس طرح کا ابتدائیہ کسی ایک فرد کے ساتھ پیش آنے والے واقعے کو ایک خاص مسئلے کی مثال بنا کر پیش کرتا ہے۔ حکایت، قصہ گوئی یا کہانی سازی کے سب سے پرانے طریقوں میں سے ہے۔ زمانہ قدیم سے اسے سبق آموز نصیحتیں فراہم کرنے کیلئے استعمال کیا گیا ہے۔
حکایت اس لیے بھی آزمودہ ہے کیونکہ پڑھنے والے اس اسلوب سے واقف ہیں اور عام زندگی میں بھی ایک دوسرے کو اپنے حالات زندگی اور انہیں پیش آنے والے واقعات قصوں کی شکل میں سناتے ہیں۔ لہٰذا خبر میں حکایتی ابتدائیہ قدرتی طور پر قارئین میں خبر کے بارے میں دلچسپی پیدا کر دیتا ہے۔

روایتی حکایت اورحکایتی ابتدائیہ میں ایک فرق یہ ہے کہ حکایت میں فرضی کرداروں کا استعمال ہوتا ہے جبکہ حکایتی ابتدائیہ میں حقیقی افراد کی سچی کہانیاں استعمال کی جاتی ہیں۔

مثال کے طور پر ہیرالڈ میگزین میں نومبر میں چھپنی والی، رپورٹر ہانیہ جاوید کی ایک خبر باعنوان "پاکستان میں جنگلی جانوروں کی بے سدھ مارکیٹ" ایک حکایتی ابتدائیہ کی مدد سے ایک مختصر قصہ پیش کرتی ہے جس میں جانوروں کے ڈیلر سے ایک پالتو شیر لوٹ گیا تھا۔

چوہدری عثمان وینس کو جنوری 2018 میں فیس بک پر ایک پیغام موصول ہوا۔ خیبر پختونخواہ اسمبلی کے الیکشن کا ایک امیدوار ایک شیر خریدنے کا خواہشمند تھا اور چاہتا تھا کہ شیر کو پشاور میں ایک مخصوص مقام پر پہنچا دیا جائے۔ وینس، جو کہ جانوروں کے ڈیلر ہیں، چند دن بعد فیصل آباد میں اپنے گھر سے ایک افریقی شیر اور چند ساتھیوں کے ہمراہ گاڑی پر روانہ ہوئے۔ جیسے ہی وہ مقرّرہ مقام پر پہنچنے والے تھے دو گاڑیوں ان کے قریب آئیں۔ جن میں سے چند افراد نکلے اور ایک پیسہ دیے بغیر زبردستی شیر کو چھین کر لے گئے وینس نہیں جانتے کہ شیر لوٹنے والے لوگ کون تھے لیکن انہیں شک ہے کہ یہ بندے اسی سیاستدان نے بھیجے تھے جنہیں وہ شیر بیچنے جا رہے تھے۔

جیسے کہ آپ دیکھ سکتے ہیں کے اوپر دیے گئے حکایتی ابتدائیہ میں ایک مختصر لیکن مخصوص قصّہ بیان کیا گیا ہے جو ایک خاص فرد کے ساتھ پیش آیا۔ یہ ابتدائیہ پڑھ کر قدرتی طور پر قارئین کے ذہن میں یہ سوال پیدا ہو سکتا ہے کہ آگے کیا ہوا؟ یہی حکایتی ابتدائیہ کا کمال ہے: یہ قارئین کو اہم معلومات اور جوابات کی تلاش میں مکمل خبر پڑھنے پر مجبور کرتا ہے۔

جب بھی خبر میں حکایتی ابتدائیہ استعمال کیا جاتا ہے تو یہ ضروری ہے کہ خبر میں جلد ہی اس قصہ کو کسی عمومی مسئلے سے جوڑا جائے ورنہ قارئین

یہ سمجھنے سے قاصر رہیں گے کہ ابتدائیہ میں شامل کیے گئے قصے کی خبر کے تناظر میں کیا اہمیت تھی۔ مثال کے طور پر ہیرالڈ مگزین کی خبر در اصل پاکستان میں پالتو جانوروں کی خرید و فروخت کے قوانین کی عدم موجودگی کے بارے میں ہے۔

2) بیانیہ ابتدائیہ
یہ ابتدائیہ توضیحی زبان کے استعمال سے قارئین کیلئے کسی جگہ یا کارروائی کی منظر کشی کرتا ہے۔ یہ ابتدائیہ لوگوں، اشیا اور اعمال کی من وعن تفصیلات پر انحصار کرتا ہے۔ اسے عموما فیچراور گہرائی سے لکھی گئی خبروں میں استعمال کیا جاتا ہے تاکہ قارئین کوخبر سے منسلک جگہ اور افراد کا صحیح تاثر ملے۔

مثال کے طور پرڈان ڈاٹ کوم کی یہ خبر بیانیہ ابتدائیہ کی مدد سے پنجاب کے چاول کے کھیتوں میں خواتین کسانوں کے کام کے دشوار گزار حالات کی تصویر کشی کرتی ہے۔

پنجاب کے ضلع شیخوپورہ کے علاقہ مریدکے میں یہ جون کا ایک پگھلا دینا والا دن ہے۔ ہزاروں ایکڑ پر پھیلی ہوئی چاول کی فصلوں پر گرمیوں کے سخت سورج کی شعائیں چمک رہی ہیں۔ دنیا کا بہترین باسمتی چاول ادھر ہی اگایا جاتا ہے۔ دور سے ان کھیتوں میں نظر آنے والے رنگ برنگی نقطے در اصل کئی سو کسان عورتیں ہیں جو گیلی مٹی کے اوپر جھکی ہوئی اپنے ہاتھوں سے ایک ایک ننھا پودا بو رہی ہیں۔

رضیہ بی بی اور ان کی بیٹیاں کیڑے مار دوائیوں سے بھرے کیچڑ زدہ کھیتوں میں چل رہی ہیں۔ وہ ایک ہاتھ میں ننھے پودے پکڑے رکھتی ہیں اور دوسرے ہاتھ سے پھرتی سے زمین میں ایک مخصوص فاصلے پر ان پودوں کو کاشت کرتی ہیں۔ اپنی زندگیوں کی ہر گرمی کے موسم میں یہ کام کرنے کی وجہ سے ان کی حرکت بالکل مشینی نظر آتی ہے۔ اور بڑے گروہوں میں کام کرتے ہوئے وہ ہر دن بڑے رقبے پر چاول کے بیج بو لیتی ہیں۔ لیکن جس زمین پر وہ کاشتکاری کر رہی ہیں وہ ان کی اپنی جاگیر نہیں ہے نہ ہی یہ چاول جو وہ اگا رہی ہیں انکی ملکیت ہیں۔

کام کرنے کے حالات سخت ناخوشگوار ہیں۔ کھیتوں میں بھرا پانی جونکوں اور تحلیل کر دینے والوں کیمکلز سے بھرا پڑا ہے۔ ہر دن ان کی ٹولی میں کوئی گرمی سے نڈھال ہو کر گر پڑتا ہے۔ اجرت نہ ہونے کے برابر ہے لیکن رضیہ بیوہ اور چھ بچوں کی ماں ہیں جن میں سے دو کو پولیو ہے۔ مریدکے جیسی جگہ میں ان کے پاس زیادہ مواقع نہیں ہیں۔

جیسا کہ آپ پڑھ سکتے ہیں کہ بیانیہ ابتدائیہ کی مدد سے ایک عمل اور کہانی کے کرداروں کی تصویر کشی بہت موثر انداز میں کی جا سکتی ہے۔

2) واقعاتی ابتدائیہ
واقعاتی ابتدائیہ کہانی بیان کرنے کیلئے واقعات کے تسلسل کو مد نظر رکھتا ہے۔ صرف کرداروں (جیسا کہ حکایتی ابتدائیہ میں) یا جگہ (جیسا کہ بیانیہ ابتدائیہ میں) پر توجہ دینے کہ یہ ان تمام کو استمال کرتے ہوئے کسی واقعہ کی لمحہ بالمحہ تفصیل پیش کرتا ہے۔ اسکی ایک مثال ایکسپریس ٹریبیون نیوز لیب کی کہانی "ہر گھر میں ایک شہید" میں اس طرح ملتی ہے:

کشت و خون نے اگست 2008 میں چاہ منور شاہ کا دورہ کیا۔ گاؤں میں یہ بات پھیلی کہ مقامی شیعہ لیڈر باسط علی کو ایک حملے میں زخمی ہونے کے بعد خون کی ضرورت ہے۔ جیسے ہی مقامی باشندے ہسپتال پہنچے ایک خود کش بمبار ادھر پھٹ پڑا۔

تیس لوگ اس خونریزی میں قتل ہوئے۔ ان میں ایک ہی خاندان کے 21 افراد بھی تھے۔ گاؤں کے قبرستان میں بہشت زہرہ نامی ایک علیحدہ گوشہ میں ان کی باقیات دفن ہیں۔

ایک بھی خاندان نہیں بخشا گیا" گاؤں کے بزرگ انصر زیدی نے ایکسپریس ٹریبون کو بتایا"

جیسا کہ آپ نے پڑھا واقعاتی ابتدائیہ میں کسی ایک فرد یا جگہ کی تفصیل بتانے کی بجائے ایک سانحہ یا واقعہ کی روداد رقم کی جاتی ہے۔

مشقیں

سوال نمبرایک۔۔۔ نیچے دی گئی معلومات کے مطابق ایک براہ راست ابتدائیہ تحریر کریں:

پیر کے روز قائداعظم یونیورسٹی نے ایک تحقیق شائع کی۔ یہ تحقیق آغا خان فاؤنڈیشن کے توسط سے مکمل کی گئی۔ تحقیق کے مطابق ستر فیصد یونیورسٹی طلبا نے بتایا کہ انہیں کسی قسم کی شدید افسردگی یا شدید بے چینی کا سامنا ہے۔ تحقیق کے مطابق طلبا میں ذہنی امراض کی بڑی وجوہات پڑھائی میں اچھی کارکردگی دکھانے کا دباؤ، تعلیم کا بڑھتا ہوا بوج، اورسوشل میڈیا کا زیادہ استعمال ہو سکتے ہیں۔

سوال نمبردو۔۔۔ نیچے دی گئی معلومات کے مطابق ایک براہ راست ابتدائیہ تحریر کری:

ں

ہفتے کے روز پیزا ہٹ ریسٹورنٹ میں ڈاکہ پڑا۔ یہ ریسٹورنٹ آدم جی روڈ صدر راولپنڈی میں واقع ہے۔ چار مسلح افراد ڈیڑھ بجے کےقریب ریسٹورنٹ میں داخل ہوئے اور انتظامیہ اور گاہکوں کو بندوق کی نوق پر لوٹ گئے۔ ڈاکو جائے وقوعہ پر پندرہ منٹ تک رہے۔ انہوں نے غلہ سے نقد اور گاہکوں سے نقد اور قیمتی اشیا لوٹیں۔ انتظامیہ نے ڈاکوؤں کے جانے کے بعد پولیس کو بلایا۔ صدر تھانے میں رپورٹ درج کی گئی۔ ایف ائی آر کے مطابق ڈاکوؤں نے پچاس ہزار روپے نقد پچاس موبائل فون ایک لیپ ٹاپ اور دو لاکھ مالیت کے زیورات چوری کیے۔

سوال نمبر تین۔۔۔ نیچے دی گئی معلومات کو استعمال کرتے ہوئے ایک حکایتی ابتدائیہ تحریر کریں۔ یہ حکایت معلومات میں بتائے گئے فرد کے بارے میں ہونی چاہئیے۔ آپ کی تحریر کا مرکز انتظامیہ کی کم دورانیے میں فیس میں بے انتہا اضافہ کرنے کی وجہ سے طلبا میں پایا جانے والا غم و غصے کا احساس ہونا چاہئیے :

شہلا مجید اسلام آباد میں ایک پرائیویٹ یونیورسٹی میں انجینرنگ کی طالبہ ہیں۔ اکتوبر 2018 میں ایک دن انہوں نے یونیورسٹی کے فنانس ڈیپارٹمنٹ کے تین چکر لگائے صرف یہ یقین کرنے کیلئے کے انہیں جاری کی گئی فیس رسید درست ہے۔ 2017 میں وہ یونیورسٹی میں چھ ماہ کے سمسٹر کیلئے پینتالیس ہزار روپے ٹیوشن فیس جمع کراتی تھیں۔ 2018 کے آغاز میں فیس بڑھا کر پچاس ہزار روپے کر دی گئی۔ اب خزاں سمسٹر کے شروع میں فیس رسید پر ساٹھ ہزار فیس طلب کی گئی تھی۔ "اگر فیس میں یونہی اضافہ ہوتا رہا تو میرے والدین میری تعلیم کا بوجھ نہیں اٹھا سکیں گے" شہلا نے بتایا "یہ ہم ایسے محنتی طلبا کے ساتھ نا انصافی ہے جو وقت پر تعلیم مکمل کرنا چاہتے ہیں۔" شہلا یونیورسٹی کے ان بہت سے طلبا میں سے ہیں جو یونیورسٹی انتظامیہ کی جانب سے طلبا کو اعتماد میں لیے بغیر فیسوں میں اندھا دھند اضافے پرغصے میں ہیں۔

باب نمبر سات — تدریجی ترتیب اور خبر کی دیگر اشکال

صحافت میں چند خبری اشکال کے ذریعے صحافیوں کیلئے معلومات کو یکجا کر کے پیش کرنے کی آسانی پیدا کی گئی ہے۔ ان اشکال کی مدد سے صحافی کم وقت میں معلومات کو ترتیب دے کر قارئین تک پہنچا سکتے ہیں۔

خبری اشکال اکثر کہانی سازی کی چند خصوصیات کو بڑھاوا دیتی ہیں، مثال کے طور پر چند خبریں اسلئے لکھی جاتی ہیں تاکہ عوام کو حالت حاضرہ کے بارے میں مطلع کیا جائے۔ یہ خبریں ایسی خبری شکل استعمال کرتی ہیں جس میں حالیہ ترین یا سب سے اہم معلومات کو پہلے شامل کیا جاتا ہے۔ اس کی ایک مثال بریکنگ نیوز واقعات ہیں جیسے کہ ہائی وے پر ہونے والا کوئی حادثہ یا کسی عمارت میں لگنے والی آگ۔

تمام خبریں بریکنگ نیوز نہیں ہوتیں۔ کچھ کہانیاں کسی رجحان کی تفصیلی روداد یا کسی امر کی وضاحت بیان کرنے کیلئے لکھی جاتی ہیں۔ جیسا کہ کراچی کی کچی بستیوں میں منشیات کی لت میں اضافے کے بارے میں ایک تحقیقاتی رپورٹ۔ ایسی خبروں کو کسی ایسی خبری شکل کی ضرورت ہوتی ہے جو دھیرے دھیرے پڑھنے والوں پر اس موضوع کی پیچیدگی کو آشکار کرے، مختلف مسائل کے تانے بانے جوڑے، اور قارئین کو موضوع سے منسلک لوگوں، جگہوں اور اعمال سے متعارف کرائے۔

مختلف خبری ڈھانچے مختلف خبروں کیلئے مفید ثابت ہوتے ہیں۔ اب صحافی بیش بہا پلیٹ فارمز کے اوپر کام کرتے ہیں جیسا کہ ویب سائٹس، نیوز ایپ، اور سوشل میڈیا۔ لہٰذا انہیں مختلف قسم کی خبریں لکھنی پڑتی ہیں۔ خاص کر ایسے صحافی جو ملٹی میڈیا خبروں پر کام کرتے ہیں انہیں یاد رکھنا چاہیئے کہ معیاری رپورٹنگ اور تحریر کسی بھی پلیٹ فارم پر موثر خبریں لکھنے کیلئے سب سے اہم جزو ہیں۔ خبری اشکال صرف معلومات کی پیشکش کا ذریعہ ہیں۔ لیکن اگر رپوٹر اور ادارتی ٹیم حقائق اکٹھا کرنے اور انکی تصدیق کرنے اور ان حقائق کے جامع بیانیے کو فلاح عامہ سے منسلک کرنے میں ذمہ داری کا ثبوت نہیں دیتے تو خبری اشکال کہانی کو غیر اہم ہونے سے نہیں بچا سکتی ہیں۔

کہانی کے بیشتر استعمال ہونے والے ڈھانچے

کہانی کے چھ ڈھانچے روزانہ کی رپورٹنگ میں بیشتر استعمال ہوتے ہیں اور اب ان میں سے کچھ آن لائن اور موبائل میڈیا کیلئے بھی کامیاب تصور کیے جاتے ہیں۔ اس گائیڈ میں ہم ان چھ میں سے سب سے زیادہ استمال ہونے والی خبری شکل کو بیان کریں گے اور دیگر اشکال کا مختصر حوالہ پیش کریں گے۔

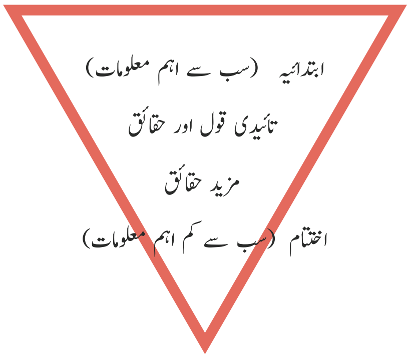
بنیادی شکل: تدریجی ترتیب

تدریجی ترتیب سب سے نامور اور عام خبری شکل ہے جسے دنیا بھر کے صحافی ہر قسم کے میڈیا کیلئے استعمال کرتے ہیں۔ یہ استعمال میں سب سے آسان ڈھانچہ بھی ہے۔

تدریجی ترتیب ایک بہت ہی سادہ اصول پر کام کرتی ہے۔ وہ یہ کہ سب سے اہم معلومات خبر کے شروع میں بیان کی جائے۔ جب سب سے اہم تفصیلات تحریر کر دی جائیں تو خبر سے منسلک دیگر حقائق گرتی ہوئی اہمیت کے اعتبار سے درج کی جاتی ہیں۔ خلاصے کے لیے تدریجی ترتیب میں سب سے اہم معلومات اوپر اور سب سے غیر اہم تفصیلات سب سے نیچے۔

آسان استعمال، یاد رکھنے میں بھی آسان

یہ خبری شکل اپنی ہئیت کے باعث مشہور ہے۔ اس شکل کو انگریزی میں الٹی اہرام کہا جاتا ہے کیونکہ ایک اہرام میں سب سے نیچے والی تہہ سب سے اہم ہوتی ہے کیونکہ یہ اہرام کی بنیاد ہوتی ہے اور اوپر تعمیر ہونے والی تہوں کو سہارا دیتی ہے۔ لیکن خبری شکل میں اہمیت کی ترتیب پلٹ دی گئی ہے اورہم اوپر زیادہ اہم معلومات سے نیچے کم اہم معلومات کی جانب چلتے ہیں لہٰذا یہ الٹی اہرام کی مانند نظر اتی ہے۔



تصویر 8.1 تدریجی ترتیب خبری شکل

تدریجی ترتیب کے حصّے

تدریجی ترتیب کی حامل خبریں ایک براہ راست یا خلاصہ ابتدائیہ سے شروع ہوتی ہیں۔ یہ ابتدائیہ قارئین کو بنیادی معلومات سے آگاہ کرتا ہے جیسا کہ ایسی تفصیلات جن کی نمائندگی چھ "ک" سے ہو یعنی کہ کون، کیا، کب، کہاں، کیوں، اور کیسے۔

آگے صحافی ایسی تفصیلات بیان کر سکتا ہے جو کہ ابتدائیہ کی تائید کریں۔ بعض اوقات یہ ممکن نہیں ہوتا کہ چھ "ک" سے منسلک تمام جوابات ابتدائیہ میں ہی بیان کر دیے جائیں لہٰذا صحافیوں کو چاہئیے کہ کچھ تفصیلات ابتدائیہ کے بعد آنے والے دوسرے اور تیسرے پیراگراف کیلئے بچا لیں۔

خبر میں نیچے مزید تائیدی حقائق قارئین کے ساتھ شیئر کے جاتے ہیں۔ اقوال اور وضاحتی نوٹ خبر کے آخری حصّے میں شامل کیے جاتے ہیں۔ بالاخر خبر کا اختتام سب سے کم اہم معلومات سے ہوتا ہے۔

نیچے دی گئی مثال میں ایک خبر کو تدریجی ترتیب خبری شکل کے اجزا میں توڑ کر دکھایا گیا ہے :

اتوار کے روز راولپنڈی کے صدر بازار میں ایک کپڑوں کی دکان میں گیس سلنڈر پھٹ جانے سے تین افراد زخمی اورقریب کی دو درجن دکانیں آتشزدگی کا شکار ہو گئیں۔	براہ راست ابتدائیہ جس میں کیا، کب، کہاں، اور کیوں کا ذکر ہے
ریسکیو 1122 کے ترجمان اشرف احمد نے بتایا کہ دھماکا شام میں تب پیش آیا جب دکاندار گیس ہیٹر کو سلنڈر سے جوڑ رہے تھے۔	تائیدی قول اور حقائق جس میں کون ،کیا ،کب، اور کیسے کا ذکر ہے
دھماکے سے آگ شام پانچ بجے کے قریب لگی اور جلد ہی پلازہ کو اپنی لپیٹ میں لے لیا۔ ترجمان نے بتایا کہ ریسکیو فائر بریگیڈ نے فوری طور پر آگ بجھانے کا کام شروع کر دیا۔ آگ پر قابو پانے تک پلازہ کی پچاس میں سے اٹھارہ دکانیں جل کر خاک ہو گئیں۔ شاپنگ پلازہ کے انچارج اظہر مقصود نے بتایا کہ آتشزدگی میں تین کروڑ مالیت کا سامان ضائع ہو گیا۔ زخمیوں کو قریبی برن یونٹ میں طبّی امداد فراہم کی جا رہی ہیں۔	مزید قول اور حقائق
عینی شاہدین کے مطابق مقامی تاجروں نے دکاندروں کو پلازہ سے نکالنے اور آگ پر قابو پانے کی کوشش کی تھی لیکن پھر ریسکیو سروس نے امدادی کارروائی سنبھال لی۔	سب سے کم اہم معلومات آخر میں درج کی ہیں

سب سے اہم" معلومات کیا ہیں؟"

اکثر صحافی یہ سوال پوچھتے ہیں کہ سب سے اہم معلومات کا تعین کیسے کریں۔

اس سوال کا کوئی کتابی جواب نہیں ہے۔ صحافی خبروں کے حوالے سے اپنی قوت فیصلہ کام اور تجربے کے ساتھ پیدا کرتے ہیں۔

اکثر سب سے اہم معلومات کا اندازہ لگانا آسان ہوتا ہے لیکن بعض اوقات یہ مشکل بھی ہو سکتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر شہر میں بم دھماکے میں 80 افراد ہلاک ہو جائیں تو زیادہ تر صحافی متفق ہوں گے کہ ہلاکتوں کی تعداد ابتدائیہ میں شامل ہونی چاہئیں۔ لیکن اگر ملک کے وزیر اعظم ایک پریس کانفرنس میں متعدد پالیسی امور پر بیان دیں جیسے کہ امور خارجہ، ملکی معیشت اور حکومتی احتساب تو صحافیوں کو یہ فیصلہ کرنے کیلئے کچھ سوچ بچار کرنی پڑیگی کہ ابتدائیہ میں کس پالیسی بیان کا ذکر ضرور کریں۔

اہم ترین معلومات کا تعین کرنے کیلئے صحافی مندرجہ ذیل نکات سے مدد لے سکتے ہیں:

---- کن معلومات کا قارئین پر سب سے زیادہ اثر ہوگا
---- کہانی کا سچا رخ دکھنے کیلئے قارئین کو کن معلومات کی اشد ضرورت ہوگی
---- کونسے اقوال مسئلہ کی وضاحت کرنے کیلئے سب سےموثر ہیں
---- مجموعی طور پر خبر کا قارئین اور عوام پر کیا اثر ہوگا
---- کیا چھ "ک" سوالوں میں سے چند زیادہ اہم ہیں۔ بعض اوقات کیوں اور کیسے کی وضاحت زیادہ الفاظ طلب کرتی ہے لہٰذا ان کے

جوابات کو نچلی سطروں میں منتقل کیا جا سکتا ہے۔

تدریجی ترتیب کے فوائد

یہ نیوز ماڈل کسی پراسرار ناول یا فلم کے بر عکس تجسس کو خبر کے شروع میں ہی ختم کر دیتا ہے۔ اس کا ایک فائدہ یہ ہوتا ہے کہ قارئین کو انتظار نہیں کرنا پڑتا۔ انہیں فورا اور سیدھے سادھے طریقے سے اہم معلومات مل جاتی ہیں۔

جیو نیوز اردو کا ایک ٹویٹ جس میں تدریجی ترتیب ماڈل کا استعمال صاف ظاہر ہے

اسی لیے صحافی بریکنگ نیوز میں تدریجی ترتیب خبری شکل کا استعمال کرتے ہیں۔ بریکنگ نیوز میں عوام کے تحفظ کو مد نظر رکھنا ہوتا ہے مثال کے طور پر اگر ایک عمارت میں آگ لگی تھی توکیا اس پر قابو پا لیا گیا ہے یا نہیں اور اگر پولیس کسی حملہ آور کا پیچھا کر رہی تھی توکیا وہ اسے پکڑ پائے یا نہیں۔

اہم معلومات پر فوکس کی وجہ سے تدریجی ترتیب نیوز ویب سائٹس اور ڈیجیٹل جرائد کی بھی محبوب ترین خبری شکل بن کر ابھری ہے۔ آن لائن قارئین کی دلچسپی کیلئے وقت کم اور مقابلہ سخت ہوتا ہے۔ تدریجی ترتیب کی مدد سے قارئین تیزی سے فیصلہ کر سکتے ہیں کہ انہیں خبر پڑھنی ہے کہ نہیں۔

نیوز ادارے اب اس ماڈل کو ٹوئیٹر اور سمارٹ فون ایپ کے ذریعے معلومات فراہم کرنے کیلئے استعمال کر رہے ہیں۔

تدریجی ترتیب کے نقصانات

اس شکل کا سب سے بڑا نقصان یہ ہے کہ قارئین ابتدائیہ کے بعد خبر پڑھنا چھوڑ سکتے ہیں۔

ایسا ہونے سے روکنے کیلئے ایڈیٹر عام طور پر ابتدائیہ کے بعد کوئی دلچسپ قول شامل کرتے ہیں تاکہ عوام کی توجہ بندھی رہے۔ تدریجی ترتیب کی یہ مثال جو ڈان اخبار سے اخذ کی گئی ہے ایک دلچسپ قول کے ذریعے توجہ بنائے رکھتی ہے۔

حکومت کے ریکوری یونٹ نے پانچ ہزار جعلی بنک اکاؤنٹس کی کھوج لگائی ہے جن پر الزام ہے کہ انکی مدد سے اربوں ڈالرغیر قانونی طور پر ملک سے باہرلے جائیگئے۔

براہ راست ابتدائیہ جس میں کون ، کیا اور کیوں کا ذکر ہے

یونٹ نے پاکستانی شہریوں کی بیرون ملک سات سو ارب روپے کل مالیت کی جائیدادوں کی بھی نشاندھی کی ہے۔

تائیدی حقائق جس میں کون، کہاں اور کیا کا ذکر ہے

ان پانچ ہزار بنک اکاؤنٹس کے مالک اصلی نہیں تھے کیونکہ امیر افراد نے اپنے "ملازموں، ڈرائیوروں اور باغبانوں کے نام پر یہ جعلی اکاؤنٹ کھول رکھے ہیں،" وزیر اعظم کے خاص مشیر برائے احتساب شہزاد اکبر نے ایک پریس کانفرنس کے دوران بتایا۔

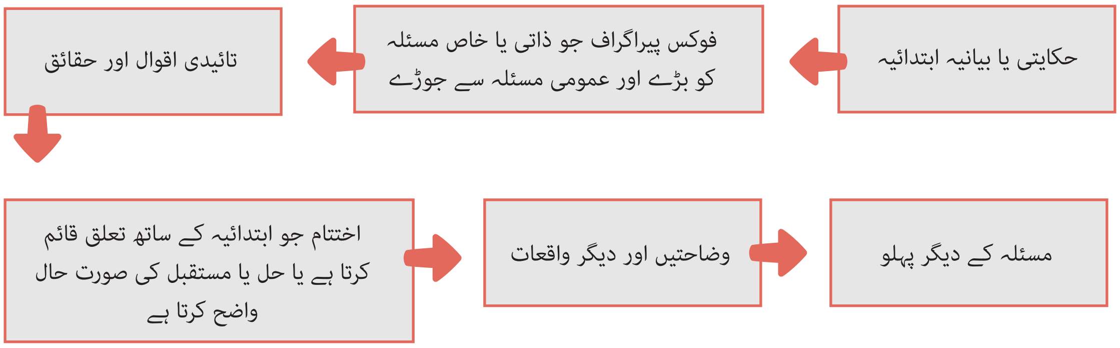
دلچسپ قول

وال سٹریٹ جرنل فارمولا

یہ خبری شکل زیادہ تر فیچر اور رجحانات پر مبنی کہانیوں کیلئے استعمال کی جاتی ہے۔ اس کا آغاز وال سٹریٹ جرنل نامی امریکی اخبار کے نیوز روم سے ہوا جو اپنی کاروباری اور معیشت کی رپورٹنگ کیلئے دنیا میں مشہور ہے۔ وہاں پر ایڈیٹر یہ چاہتے تھے کہ خبر کو تدریجی ترتیب کے علاوہ بھی بیان کریں تاکہ ایسے رجحانات جو وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ نمایاں ہوتے ہیں ان پر بھی رپورٹنگ کی جا سکے۔ اس کے ساتھ ساتھ وہ دقیق کاروباری خبروں میں انسانی عنصر بھی اجاگر کرنا چاہتے تھے کہ معاشی فیصلے عوام پر کیسے اثر انداز ہو تے ہیں۔

وال سٹریٹ جرنل فارمولے کی خبری شکل ایک تاخیری ابتدائیہ سے شروع ہوتی ہے جو کہ عام طور پر حکایتی یا بیانیہ ہوتا ہے۔ حکایت کسی ایسے شخص کے قصّے کی صورت میں ہوتی ہے جس نے کوئی خاص مسئلے کا سامنا کیا ہو۔ اس کے بعد فارمولے میں ایک مرکزی خیال یا فوکس پیراگراف کے ذریعے یہ سمجھایا جاتا ہے کہ یہ ذاتی مسئلہ بڑے پیمانے پر پھیلے سسٹم کی کسی خرابی سے کیسے منسلک ہے۔ فوکس پیراگراف قارئین کو یہ بھی بتاتا ہے کہ یہ کہانی کیوں اہم ہے اور انہیں اس کے بارے میں کیوں پرواہ کرنی چاہئیے۔

خبر کے درمیان میں تائیدی اقوال اور حقائق، وضاحتیں وغیرہ شامل کی جاتی ہیں۔ خبر کا اختتام یا تو اسی شخص کے ذکر سے ہو سکتا ہے جو کہانی کے ابتدائیہ میں بطور کردار متعارف کرایا گیا تھا یا پھر مسائل کے حل یا مستقبل میں متوقع کارروائیوں کے ذکر سے۔



وال سٹریٹ جرنل فارمولا خبری شکل

وال سٹریٹ جرنل فارمولا براڈکاسٹ صحافیوں کا پسندیدہ ہے۔ نیچے ایک مختصر مثال کے ساتھ اس خبری شکل کا نمونہ پیش کیا گیا ہے۔ میڈیا فار ٹرانسپیرنسی کی اس خبر میں بین الاقوامی شاپنگ ویب سائٹ کے پاکستانی صارفین کو در پیش مسائل کا تذکرہ ہے۔

مریم کو یاد ہے جب پہلی مرتبہ اسے اپنی آن لائن شاپنگ ڈیلوری کیلئے کسٹمز فیس ادا کرنی پڑی تھی۔ وہ اس فیس سے بالکل ناواقف تھی۔ سال 2014 سے اس نے علی ایکسپریس نامی چینی آن لائن ویب سائٹ سے بہت ساری اشیاء خریدی تھیں لیکن تین سال کے اس عرصے میں کبھی اسے کسٹمز فیس ادا نہیں کرنی پڑی تھی۔

لیکن جولائی 2017 کے اس دن ڈاکیے نے اسے ایک رسید تھما دی اور کہا بی بی اگرآپ شاپنگ پارسل کا قبضہ چاہتی ہیں تو کسٹمز اور دیگر فیس نقد ادا کریں ورنہ پارسل واپس پاکستان پوسٹ کے پاس چلا جائیگا۔ اس دن سے آج تک ایک سال کے عرصے

براہ راست ابتدائیہ جس میں کون ، کیا اور کیوں کا ذکر ہے

میں مریم نے ستر ہزار روپے کی شاپنگ پر تقریبا پچاس ہزار کسٹمز اور دیگر ٹیکس ادا کے ہیں۔

علی ایکسپریس کے دیگر پاکستانی صارفین اور پاکستان پوسٹ اور فیڈرل بورڈ آف ریونیو کے عہدیداروں سے انٹرویو کر کے میڈیا فار ٹرانسپیرنسی نے اس مسئلہ کی تہہ تک پہنچنے کی کوشش کی۔ ہماری تحقیق سے یہ معلوم ہوا کہ بے پرواہی، صلاحیت کے فقدان، اور دو حکومتی اداروں کے آپسی ربط کی غیر موجودگی کی وجہ سے علی ایکسپریس کے صرف چند پاکستانی صارفین کسٹمز اور ٹیکس ادا کرتے ہیں جبکہ بہت سے صارفین اس سے بچ جاتے ہیں۔

فوکس پیراگراف یہ بیان کر رہا ہے کہ اصل مسئلہ کیا ہے اور کیسے یہ صرف ایک فرد کو در پیش نہیں ہے بلکہ بہت سے لوگ اس سے متاثر ہو سکتے ہیں

تاریخی ترتیب

یہ خبری شکل ایک واقعہ کو شروع سے آخر تک بیان کرتی ہے۔ یہ ایسی خبروں میں استعمال ہوتی ہے جہاں قارئین کو یہ بتانا ضروری ہو کہ کیا واقعات رونما ہوئے اور ایک معاملہ کیسے وقت کے ساتھ گمبھیر ہوتا چلا گیا۔ تو ایسا کرنے کیلئے واقعات کا سلسلہ بیان کرنا ایک اچھی حکمت عملی سمجھی جاتی ہے۔ اس سے قارئین کو یہ معلوم ہو جاتا ہے کہ ایک معاملے سے منسلک مختلف کڑیاں کیسے جڑتی ہیں۔

اس خبری شکل میں اکثر وال سٹریٹ جرنل فارمولے کی طرح ایک حکایتی ابتدائیہ استعمال کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد معاملے کی تاریخ اور پاس منظر بتایا جاتا ہے۔ پھر اس خبری شکل کا مطالبہ ہے کے مسئلہ کی وسعت کا قارئین کو اندازہ فراہم کرے کہ مسئلہ محدود ہے یا پھیلا ہوا۔ اس کے بعد صحافی وجوہات بیان کر سکتا ہے اور یہ بتا سکتا ہے کہ مسئلہ کیسے لوگوں پر اثر انداز ہو رہا ہے اور اس کے شراکت دار کون ہیں۔ خبر کا اختتام مستقبل میں ممکنہ اقدامات کا ذکر کر کے کیا جا سکتا ہے۔

ریت گھڑی

ریت گھڑی کی شکل سے اکثر لوگ واقف ہوں گے۔ یہ ایسے ہی ہوتی ہے جیسے ایک الٹی تیکون یا اہرام ایک سیدھی تیکون یا اہرام کے اوپر رکھ دی گئی ہو۔ اور صحافت میں اس کا استعمال دو خبری اشکال کے ملاپ سے ہوتا ہے۔ کہانی کا آغاز تدریجی ترتیب سے کیا جاتا ہے۔ جب اہم معلومات لکھ دی جائیں تو پھر حالت کا بیان تاریخی ترتیب سے کرنا شروع کر دیا جاتا ہے تاکہ قارئین کو مکمل سلسلہ واقعات سمجھ آ جائے۔ دو اشکال کو ملانے کیلئے ایک عبوری سطر کا استعمال کیا جاتا ہے جو عام طور پر مجموعی نسبت کے ذریعے خبر کو آگے بڑھاتی ہے مثال کے طور ایک ٹریفک حادثہ کی خبر میں اگر ریت گھڑی خبری شکل استعمال کی جائے تو پہلے تدریجی ترتیب کے مطابق ہلاک اور زخمی ہونے والوں کی تعداد، جائے وقوعہ کہاں ہے، حادثہ کس وقت پیش آیا، حادثہ کی وجہ کیا تھی، اس طرح کی معلومات پڑھنے والوں تک پہنچائی جائیں گی۔ اس کے بعد ایک عبوری سطر جیسے کہ "پولیس کے مطابق" یا "عینی شاہدین کے مطابق" کی مدد سے قارئین کو حادثہ ہونے سے پہلے کے منظر یعنی واقعات کے سلسلے کی شروعات پر لے جایا جائیگا اور پھر ایک ایک کر کے اس سلسلے کے اختتام تک تاریخی ترتیب کے اعتبار سے تفصیل بیان کی جائیگی مثال کے طور پر پہلے بس تیز رفتاری سے پل کی جانب بڑھی، پھر ایک راہگیر اچانک سامنے آ گیا، پھر تیز رفتار بس کے ڈرائیور نے راہگیر کو بچانے کیلئے بس کا رخ موڑا، پھر بس الٹ گئی اور اس طرح مزید تفصیلات۔

قدم بہ قدم

یہ خبری شکل عموما پیچیدہ کہانیوں کیلئے استعمال کی جاتی ہے تاکہ متعدد مسائل اور ان کے ممکنہ حل کو ایک ایک کر کے بیان کیا جا سکے۔ اس کی مدد سے صحافی ایک نظام کو اس کے حصّوں میں توڑ کر پیش کر سکتے ہیں۔ اس خبری شکل کا ابتدائیہ عام طور پر کسی سسٹم کی متعدد ناکامیوں کا اظہار کرتا ہے اور ان ناکامیوں کی مثالیں پیش کرتا ہے۔ اس کے بعد پس منظر بیان کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد صحافی ہر مسئلہ کو اس کے اجزا میں توڑ کر ہر جز سے منسلک مسئلہ، وجوہات اور اثرات کی تفصیل پیش کر سکتے ہیں۔ خبر کا اختتام ممکنہ حل بتا کر کیا جاتا ہے۔

سیکشن فارمیٹ

یہ خبری شکل قدم بہ قدم شکل سے ملتی جلتی ہے لیکن اس میں ایک بڑے مسئلہ سے جڑے چھوٹے چیلینجز کو علیحدہ علیحدہ سیکشنز یا ابواب کی صورت میں پیش کیا جاتا ہے۔ یہ ایک کتاب کے ابواب کی مانند ہوتے ہیں اور اس شکل کا استعمال لمبی تحقیقاتی خبروں میں ہوتا ہے۔

ہر سیکشن کا اپنا ابتدائیہ، درمیانہ حصّہ، اور اختتام ہوتا ہے۔ کوشش کی جاتی ہے کہ ہر سیکشن کا اختتام اگلے سیکشن کے ابتدائیہ سے کسی طرح منسلک ہو تاکہ کہانی میں ربط رہے۔ مثال کے طور پر پاکستان کے سزا اور انصاف کے نظام پر کی گئی ایک اخباری سیریز میں ایک سیکشن پولیس تفتیش کے بارے میں ہو سکتا ہے، اگلا سیکشن عدلیہ کی پرفارمنس کے بارے میں، ایک سیشن وکلا کے کردار پر، اور پھر ایک سیکشن میں یہ ذکر کیا جا سکتا ہے کہ ان سب کا عوام پر کیا اثر ہو رہا ہے۔

مشقیں

سوال نمبرایک۔۔ مندرجہ ذیل معلومات کو تدریجی ترتیب خبری شکل میں ڈھال کر پیش کریں:

کون: اسلام آباد کیپٹل ایڈمنسٹریشن (اسلام آباد ضلعی انتظامیہ)

کیا: شیشہ مصنوعات کی خرید فروخت اور استعمال پر پابندی

کب: پیر کے روز

کہاں: وفاقی دارالحکومت اسلام آباد

کیوں: کیونکہ یہ خدشہ ہے کہ شیشہ مصنوعات میں پائے جانے والے زیادہ تمباکو مواد کی وجہ سے ایسے نوجوانوں میں جو شیشہ مصنوعات استعمال کرتے ہیں کینسر کے امکانات بڑھ جائیں گے۔ پابندی کا عمل اسلام آباد انتظامیہ کے شہر کو تمباکو سے پاک کرنے کی کوششوں کا حصّہ ہے۔ یہ حکم نامہ تمباکو کی روک تھام کے ایسے قوانین سے بھی ہم آہنگ ہے جن کے تحت اٹھارہ سال سے کم عمر لوگوں کو تمباکو مصنوعات کی فروخت کی اجازت نہیں ہے۔

کیسے: پابندی سے تقریباً تیس شیشہ دکانیں اور ریسٹورنٹ متاثر ہوں گے۔ اسلام آباد انتظامیہ نے چھ ٹیمیں تشکیل دی ہیں جو اس پابندی کا اطلاق ممکن بنائیں گی۔ یہ ٹیمیں چھاپے مار کر شیشہ مصنوعات ک قبضہ میں لینے اور مجرمان پر جرمانے عاید کرنے کا کام سر انجام دیں گی۔

ذریعہ: محمّد علی، اسسٹنٹ کمشنر سٹی

تائیدی معلومات: "ہماری کوشش ہے کہ اندرون خانہ تمباکو کے استعمال میں کمی لائی جائے،" محمّد علی نے بتایا "نوجوان جو ان شیشہ مصنوعات کو استعمال کر رہے ہیں وہ ان کے مضرصحت اثرات سے نا واقف ہیں۔" یہ پابندی سپریم کورٹ کے ایک حکم جس میں اعلی عدالت نے شیشہ کے بڑھتے ہوئے استعمال پر تشویش کا اظہار کیا تھا کے بعد عمل میں لائی گئی ہے۔ ماہرین صحت نے اس پابندی کا خیر مقدم کیا ہے۔ ماہرین کا ماننا ہے کہ شیشہ مصنوعات میں عام سگریٹ کی نسبت زیادہ نکوٹین ہوتی ہے جو کہ خطرناک ہے۔

سوال نمبردو۔۔ مندرجہ ذیل معلومات کو تدریجی ترتیب خبری شکل میں ڈھال کر پیش کریں:

کون: مسافر

کیا: حادثے میں نو افراد جاں بحق، چار زخمی

کب: بدھ بیس نومبر 2018

کہاں: ہٹیاں بالا میں ڈھاکاں گاؤں کے قریب

کیوں: مسافر بس کھائی میں جا گری۔

کیسے: تفتیش جاری ہے تاکہ اندازہ لگایا جائے کہ ڈرائیور تیز رفتاری کر رہا تھا یا بس میں تکنیکی مسائل پیدا ہو گئے تھے۔

ذریعہ: حمید کیانی ڈپٹی کمشنر ہٹیاں بالا

تائیدی معلومات: مقامی افراد نے موقعہ پر پہنچ کر ریسکیو آپریشن کا آغاز کر دیا۔ بعد میں ضلعی انتظامیہ نے بھی ریسکیو کارروایوں میں حصّہ لیا۔ "تمام لاشیں لواحقین کے حوالے کر دی گئی ہیں جبکہ زخمی مسافر ڈسٹرکٹ ہیڈکوارٹرز ہسپتال منتقل کر دیے گئے ہیں،"حمید کیانی نے بتایا. "چار میں سے تین زخمی انتہائی سنگین حالت میں ہیں اور انہیں علاج کیلئے مظفرآباد شفٹ کیا جا رہا ہے۔" کیانی نے بتایا کہ لواحقین کی امداد کیلئے چیک حکومت کی جانب سے جاری کے جائینگے۔

:

باب نمبر آٹھ — براڈکاسٹ اور ڈیجیٹل میڈیا کیلئے تحریر

براڈکاسٹ میڈیا کیلئے تحریر پرنٹ میڈیا سے قدرے مختلف ہے۔ پرنٹ میڈیا کے رپورٹر زیادہ لفاظی کا استعمال کر سکتے ہیں لیکن براڈکاسٹ رپورٹروں کو اختصار سے کام لینا ہوتا ہے۔

ٹی وی اور ریڈیو کے رپورٹروں کواپنی کوریج میں نئے انکشافات اور پے در پے بدلتے حالات کا سامنا کرنا پڑتا ہے لہٰذا انکے لیے ضروری ہے کہ وہ سخت ڈیڈ لائن اور نئی معلومات کے ساتھ کام کرنا سیکھ لیں۔ ٹی وی کے رپورٹر تصویروں کے اوپر انحصار کرتے ہیں اور ریڈیو رپورٹر آواز پر۔ اسلئے ٹی وی صحافیوں کیلئے بہتر ہے کہ وہ تصاویر کی طرز پر سوچنا بھی شروع کر دیں تاکہ وہ یہ فیصلہ کر سکیں کہ کون سے امیج ناظرین کو متاثر کرینگے، اسی طرح ریڈیو صحافیوں کو چاہیئے کہ وہ آواز کی مدد سے تاثرات کے اظہار پر عبور حاصل کریں۔

حالانکہ ٹی وی نیوز نے اپنے ناظرین نہیں کھوئے لیکن پرنٹ کی جگہ اب آن لائن نیوز نے لینی شروع کر دی ہے۔ ڈیجیٹل ذرائع سے خبریں حاصل کرنے والے قارئین کی تعداد اب پرنٹ سے بڑھ گئی ہے۔ لہٰذا پاکستان سمیت دنیا بھر میں پرنٹ میڈیا کے اداروں نے ڈیجیٹل نیوز میں سرمایہ کاری کرنی شروع کر دی ہے۔ مگر آن لائن قارئین کی عادات پرنٹ قارئین سے مختلف ہیں۔ آن لائن قارئین کی توجہ ایک وقت میں بہت سی جانب مبذول ہوتی ہے۔ سوشل میڈیا پر ہر منٹ لا تعداد نئے حقائق، آرا اور تجزیے شیئر ہوتے ہیں۔ ان پلیٹ فارمز پر نشر کیے جانے والے مواد کے فارمیٹ بھی نت نئے ہیں جیسے کہ مختصر اور عمودی ویڈیوز۔ ان تبدیلیوں نے صحافیوں کو مجبور کر دیا ہے کہ وہ نئے سٹائل اور فارمیٹ پر عبور حاصل کریں کیونکہ لوگ ان طریقوں سے معلومات حاصل کر رہے ہیں۔

پچھلے ابواب میں ہم نے جو تحریری طریقے سیکھے وہ زیادہ تر پرنٹ میڈیا سے متاثر تھے۔ اس باب میں ہم براڈکاسٹ اور ڈیجیٹل میڈیا کیلئے تحریر کی چند حکمت عملیوں کا تذکرہ کریں گے۔

ٹی وی براڈکاسٹ کے لیے لکھنا

ایک ٹی وی نیوز رپورٹ اکثر نیوز پیکج سے فرق تصور کی جاتی ہے۔ براڈکاسٹ پیکج میں عام طور پر ویڈیو، رپورٹر کا بیان، اور صوتی اقوال موجود ہوتے ہیں۔ ایک سادہ براڈکاسٹ رپورٹ میں صرف رپورٹر کا بیان اور تصاویر یا گرافکس شامل ہوتے ہیں۔

براڈکاسٹ رپورٹنگ کیلئے چند تجاویز

مندرجہ ذیل تجاویز کسی براڈکاسٹ رپورٹر کوحقائق اکٹھا کرنے اورنیوز پیکج کیلئے سکرپٹ لکھتے ہوئے اپنے نوٹس کو ترتیب دینے میں مدد دے سکتے ہیں۔

1) **دلچسپی کا پہلو:** سوچیئے کہ آپ کے ناظرین اس خبر میں کیوں دلچسپی لیں گے۔

2) **فوکس:** اپنے نیوز پیکج کا مرکزی خیال ایک جملے میں بیان کرنے کی کوشش کریں۔ اس سے آپ کو یہ واضح ہو جائیگا کہ آپ نے خبر میں کون سی معلومات ضرور شامل کرنی ہیں۔

3) **مجموعی تصویر:** اپنے آپ سے یہ پوچھیے کہ آپ کی خبر کسی بڑے مسئلہ کی نشاندہی کر رہی ہے اور آپ اس کو کس طرح سے اپنے ناظرین کو سمجھا سکتے ہیں۔

4) **غیر ضروری تفصیلات نکال باہر کریں:** براڈکاسٹ رپورٹ کیلئے مختصر وقت ہوتا ہے۔ غیر ضروری معلومات نکال دینے سے آپ کی کہانی مختصر لیکن موثر ہو جائیگی۔ کون سی تفصیلات غیر ضروری ہیں؟ عام طور پر ایسی باتیں جو لوگوں کو پہلے سے پتہ ہیں۔

5) **تصویروں میں دکھنے والے منظر کو دوبارہ بیان نہ کریں:** اگر تو لوگ منظر دیکھ سکتے ہیں تو اسی منظر کو الفاظ میں بیان کر کے آپ لوگوں کا وقت ضائع کر رہے ہیں۔ اس کے بر عکس اس وقت میں ان سے نئی معلومات شیئر کریں۔ مثال کے طور پر اگر منظر میں نظر آ رہا کہ لوگ بنک کے باہر لمبی قطاروں میں بل جمع کرانے کیلئے کھڑے ہیں تو یہ مت کہیے " بنک کے باہر لوگوں کی لمبی قطاریں لگ گئیں" اس کے بجائے آپ مثال کے طور پر یہ کہہ سکتے ہیں "بنک انتظامیہ نے بل ادائیگی کا وقت بڑھانے سے انکار کر دیا"

6) **انسانی عنصر:** ایسے لوگوں کو ڈھونڈنے کی حتی الممکن کوشش کریں جو اس مسئلہ سے دو چار ہیں جس پر آپ رپورٹ تیّار کر رہے ہیں۔ جیسے پرنٹ خبروں کیلئے حکایتی ابتدائیہ لوگوں کی توجہ کا مرکز بنتا ہے، اسی طرح ٹی وی پر لوگوں کی کہانیاں دیکھ کر ناظرین خبر میں محو ہوتے ہیں۔

7) ابتدائیہ میں اثرات کا ذکر: براڈکاسٹ نیوز پیکج کے ابتدائیہ میں اکثر یہ ذکر کیا جاتا ہے کہ کوئی مسئلہ لوگوں پر کیسے اثر انداز ہوگا۔

اس میں اکثر عوام کو براہ راست مخاطب کیا جا سکتا ہے مثال کے طور پر " اگر آپ نے 2018 میں انکم ٹیکس ریٹرن فائل کی ہے تو ممکن ہے کہ آپ کا شمار ان دس لاکھ لوگوں میں ہے جن کی آمدنی کی جانچ پڑتال کی جانے والی ہے۔"

8) **آواز کے بارے میں سوچیئے:** آواز ناظرین کو منظر کے اندر پہنچا دینے کا اثر رکھتی ہے لہٰذا فیلڈ میں رپورٹنگ کرتے ہوئے ارد گرد کی آواز ریکارڈ کریں خاص کر ایسی آوازیں جو رپورٹ میں نظر آنے والی حرکات سے منسلک ہوں۔

9) **صوتی اقوال:** آپ کی تحریر میں کوئی ایسی چیز دہرائی نہیں جانی چاہیئے جو کہ صوتی اقوال میں کسی سورس نے کہی ہو۔ اس کے بجائے ایسے لکھیے کہ آپ صوتی اقوال کا تعارف پیش کر دیں۔ مثال کے طور پر، ایک عینی شاہد نے پولیس کے رد عمل پر تنقید کرتے ہوئے کہا۔ کیو، صوتی قول: "پولیس ایک گھنٹے بعد پہنچی"

10) **اختتام:** اچھے براڈکاسٹ پیکج مضبوط اختتامی کلمات کے حامل ہوتے ہیں۔ اختتام کے بارے میں فیصلہ کرنے کیلئے صحافیوں کو چاہیئے کہ وہ فیلڈ میں ان کے کام کے اختتام کے بارے میں سوچیں۔ عام طور پر یہ اچھی حکمت عملی ہوتی ہے کہ ناظرین کو کسی احساس کے ساتھ چھوڑا جائے۔ ایسے اختتام جو ناظرین میں جذبات اجاگر کریں زیادہ موثر ہوتے ہیں۔ رپورٹر کو چاہیئے کہ خبر کے اختتام تک تمام نہیں تو زیادہ تر سوالات کے جواب فراہم کر دے۔ عام طور پر براڈکاسٹ کہانیاں مرکزی خیال کے خلاصے، مستقبل کی کارروایوں کے ذکر، یا ایسی معلومات کے ساتھ ختم کی جاتی ہیں جو ناظرین کو اس معاملے کے حوالے سے فیصلہ کرنے میں مدد کرے۔

خبری اسلوب کے بنیادی امور

براڈکاسٹ رپورٹ کیلئے کیا تحریری اسلوب اپنانا چاہیئے؟ یہ چند تجاویز تحریر میں مدد کر سکتی ہیں:

1) **نسبت پہلے:** براڈکاسٹ میں پرنٹ کے بر عکس نسبت پہلے بتائی جاتی ہے۔ سب سے پہلے ذریعے کی نشاندہی کریں اور پھر حقائق اور تفصیلات شیئر کریں۔

2) **فاعل پہلے:** زبان کے اعتبار سے فاعل کو فعل سے پہلے رکھیں، اس سے حرکت کا احساس رہتا ہے۔ اردو صحافت میں جملہ بناتے ہوئے فعل کے زمانے کے حوالے سے حال کی گردان استعمال ہوتی ہے لہٰذا یہی استعمال کی جانی چاہیئے۔

3) **اعداد و شمار کا استعمال:** براڈکاسٹ رپورٹ میں نمبر درد سر کا باعث بن سکتے ہیں لہٰذا صحافیوں کو چاہیئے کہ اعداد و شمار کا استعمال محدود رکھیں۔ بہتر ہے کہ نمبرز کو راؤنڈ کر کے پیش کریں مثال کے طور 301،500 روپے کی رقم کو راؤنڈ کر کے لگ بھگ تین لاکھ روپے کہا جا سکتا ہے۔ اسی طرح یہ کہنے کی بجائے کہ عمارت 140 میٹر بلند ہے، اس کا موازنہ کسی اور معروف عمارت سے کر کے اس طرح کہا جا سکتا ہے کہ مثال کے طور پر عمارت مینار پاکستان سے دو گنا اونچی ہے۔

براڈکاسٹ پیکج کے بنیادی عناصر

کہانی سازی میں جدت کے باوجود مندرجہ ذیل عناصر براڈکاسٹ صحافت میں اپنی جگہ قائم رکھے ہیں۔

او سی (OC): اس سے مراد ہے آن کیمرا، یعنی نیوز بلیٹن کے دوران نیوز کاسٹر براڈکاسٹ پیکج کو متعارف کرانے کیلئے جو ابتدائی جملے ادا کرتا ہے۔ اس کے ذریعے ناظرین کو خبر کا موضوع بتایا جاتا ہے۔ کوشش کی جانی چاہیئے کہ او سی نیوز پیکج کے پہلے جملے سے بالکل ملتا جلتا نہ ہو ورنہ پیکج کا آغاز بے اثر ہوگا۔ مثال کے طور پر "بزنس کمیونٹی نے حکومت کی نئی معاشی پالیسی پر منفی رد عمل کا مظاہرہ کیا ہے۔ ہمارے رپورٹر محمّد عدنان ہمیں مزید تفصیل سے آگاہ کر رہے ہیں کہ بزنس مالکان کو پالیسی سے تشویش کیوں لا حق ہے۔"

سوٹ (SOT): اس سے مراد ساونڈ آن ٹیپ ہے یعنی وہ اقوال جو رپورٹ کیلئے فلمبند کیے گئے ہیں۔ ان کے ذریعے صحافی براڈکاسٹ خبر میں سورس کو شامل کر سکتا ہے۔ یہ تریباً دس سیکنڈ پر محیط ہوتے ہیں۔ سوٹ میں ان میں سے ایک خصوصیت ضرور ہونی چاہیے: انفرادی کہانی، عینی شاہد تفصیل، ذاتی رائے، یا ماہرانہ رائے۔ سوٹ میں انہی باتوں کو نہیں دہرانا چاہیئے جو رپورٹر نے اپنے بیان میں کہیں ہیں۔

وی او (VO): اس سے مراد وائس اوور ہوتا ہے یعنی رپورٹر کا وہ بیان جس کے دوراں سکرین پر ویڈیو چل رہی ہو اور آواز پس منظر میں سنائی دے۔ وی او کے ذریعے صحافی حقائق بتا سکتا ہے اور سکرین پر نہ ہوتے ہوئے بھی ناظرین کو خبر کے اہم پہلو سے آگاہ کر سکتا ہے۔ یہ تقریبا بیس سے پینتالیس سیکنڈ لمبے ہوتے ہیں۔ ان کے دوران استعمال ہونے والی ویڈیو اور تصویر کو بی رول کہا جاتا ہے۔

وی او (VO): اس سے مراد وائس اوور ہوتا ہے یعنی رپورٹر کا وہ بیان جس کے دوراں سکرین پر ویڈیو چل رہی ہو اور آواز پس منظر میں سنائی دے۔ وی او کے ذریعے صحافی حقائق بتا سکتا ہے اور سکرین پر نہ ہوتے ہوئے بھی ناظرین کو خبر کے اہم پہلو سے آگاہ کر سکتا ہے۔ یہ تقریبا بیس سے پینتالیس سیکنڈ لمبے ہوتے ہیں۔ ان کے دوران استعمال ہونے والی ویڈیو اور تصویر کو بی رول کہا جاتا ہے۔

پی ٹی سی (PTC): یا پیس ٹو کیمرہ سے مراد رپورٹ کا وہ حصّہ ہے جہاں صحافی جائے وقوعہ یا رپورٹنگ کی جگہ پر کھڑا ہو کر کیمرے سے مخاطب ہو کر بات کرتا ہے۔ یہ عام طور پیکج کو ختم کرنے کیلئے استعمال ہوتے ہیں اور ان کا دورانیہ پندرہ سے بیس سیکنڈ ہوتا ہے۔

براڈکاسٹ خبر کی روایتی اور جدید اقسام

روایتی براڈکاسٹ نیوز سٹوری کو تین حصّوں میں تقسیم کیا جاتا ہے: شروعات، درمیان، اور اختتام۔ یہ ڈھانچہ آسان اور سادہ ہے۔ خبر کی شروع میں توجہ مرکوز کرنے والے امیج استعمال کیے جاتے ہیں۔ درمیان میں تین سے پانچ اہم نکات بیان کیے جاتے ہیں اور صوتی اقوال یا سوٹ کا استعمال یہاں ہوتا ہے۔ پھر اختتام میں پی ٹی سی وغیرہ کے ذریعے مدعے کا خلاصہ یا مستقبل میں پیش آ سکنے والے ممکنہ حالت کا ذکر کرتے ہیں۔

وقت کے ساتھ براڈکاسٹ نیوز اداروں نے اس تین حصّوں کے ڈھانچہ کو استعمال کرنے کیلئے کچھ خبری اشکال مرتب کی ہیں۔

مسئلہ اور اسکا حل: اس فارمیٹ میں براڈکاسٹ صحافی خبر کی ابتدا میں ایک مسئلہ ناظرین کو بیان کرتا ہے۔ پھر درمیانے حصّے میں اس کا پاس منظر اور ثبوت دیے جاتے ہیں اور اختتام میں ممکنہ حل بتا کر ناظرین کو سوچنے کا موقعہ دیا جاتا ہے۔

تاریخی ترتیب: پرنٹ اور ڈیجیٹل میڈیا کے بر عکس براڈکاسٹ میں تاریخی ترتیب در اصل تدریجی ترتیب اور سیدھی سادھی تاریخی ترتیب کا مرکب ہے۔ چونکہ براڈکاسٹ خبریں وقت کے اعتبار سے زیادہ نازک ہوتی ہیں اور ان میں معلومات کو جلداز جلد نشر کرنا ہوتا ہےلہٰذا خبر کے آغازمیں صحافی حالیہ واقعات پیش کرتا ہے، پھر ماضی کے واقعات سلسلہ وار بیان کرکے مستقبل میں پیش آ سکنے والی صورت حال پر خبر ختم کر دیتا ہے۔ گو ترتیب میں سے صرف حال کی معلومات کو اٹھا کر ترتیب سے پہلے جوڑ دیا اور باقی واقعات اصل آرڈر میں پیش کے گئے۔

دکھاؤ اور بیان کرو: یہ ایک قدرے نیا فارمیٹ ہے جس میں کیمرا صحافی کا پیچھا کرتا ہے اور جو مناظر ناظرین دیکھ سکتے ہیں صحافی اپنے بیان کے ذریعے یہ بتاتا ہے کہ وہ اس حال میں کیسے پہنچیں۔ مثال کے طور پر ایک جائے وقوعہ جہاں بم دھماکہ ہوا ہو، صحافی اس خبری شکل کی مدد سے اسکی تفصیلی روداد بیان کر سکتے ہیں۔ ایسا کرنے کیلئے پہلے صحافی کو عمدہ رپورٹنگ کر کے تمام تفصیلات اکٹھی کرنی ہونگی۔ یہ خبری شکل اکثر ناظرین کے جذبات کو اجاگر کرتی ہے اور وہ خبر دلچسپی سے دیکھتے ہیں۔

ایسے میں خیال رکھنا چاہئیے کہ صحافی کوئی غیر اخلاقی گفتگو یا مناظر نہ دکھائیں جیسا کہ مثال میں بم دھماکہ کی کوریج کا ذکر تھا تو صحافیوں کو خیال رکھنا چاہئیے کہ زخمیوں یا تباہی کے ایسے منظر نہ دکھائیں جن سے دیکھنے والوں کو صدمہ پہنچے یا جن زخمی افراد کے مناظر فلمبند کے جا رہے ہیں ان کی عزت مجروح ہو۔

پہلا آدمی یا فرسٹ پرسن: اس خبری شکل میں صحافی یا تو خود سورس بن جاتا ہے اور اپنی آپ بیتی بیان کرتا ہے یا پھر خود کو رپورٹ سے علیحدہ کر کے سورس کو یہ اختیار دے دیتا ہے کہ وہ کیمرے کو اپنی کہانی خود بتائے۔ مثال کے طور پر بی بی سی نے اس فارمیٹ کو استعمال کرتے ہوئے ایک نوجوان کشمیری لڑکے کی کہانی فلمبند کی جس نے اپنےعلاقے میں آلودہ جھیل کو تنہا صاف کرنے کی ٹھان لی ہے۔

ریڈیو کیلئے تحریر

ریڈیو رپورٹنگ کا انحصار صرف الفاظ اور آواز پر ہوتا ہے۔ یہاں نہ تصویر مدد کر سکتی ہے نہ ویڈیو۔ ریڈیو کے براڈکاسٹر مشورہ دیتے ہیں کہ اظہار میں سادگی ہو، معلومات واضح ہوں، اور تفصیلات کو ترجیحی بنیاد پر ترتیب دیا گیا ہو۔ ریڈیو صحافیوں کو چاہئیے کہ وہ اپنے لکھے ہوئے جملوں کو باواز بلند پڑھیں۔ اگر جملے چھ سیکنڈ سے لمبے ہوں، تو انہیں درست کیا جائے۔ ہر جملے میں ایک نقطہ سے زیادہ نہ ہو۔ اورخبرکےاظہارمیں کوئی ایسی بات نہ ہو جسے سننے والوں کو سمجھنے میں دقت ہو۔

ریڈیو صحافی ارد گرد کی آوازوں اور صوتی اقوال کا استعمال کرتے ہیں۔ رپورٹر کا بیان ایسا ہونا چاہئیے کہ وہ ان کو سپورٹ کرے اور ان کو دہرائے مت۔

یہ ایک تیس سیکنڈ کے ریڈیو سکرپٹ کی مثال ہے :

جلد ہی تمام ڈبے والی اشیا خورد نوش میں ایک قدر مشترک ہوگی۔ سادگی۔ یہ اس لیے کہ تمام ڈبوں پر اب آسانی سے پڑھے جانے والے لیبل لگائے جائینگے۔ ان پر اجزا، استعمال اور احتیاطی تدبیردرج ہونگی۔ کیونکہ اگر ایک چیزایسی ہے جو ہم سب جاننا چاہتے ہیں تو وہ یہ ہے کہ ہم کیا کھا رہے ہیں۔ مزید معلومات کیلئے صارفین پنجاب فوڈ اتھارٹی کی ہیلپ لائن سفر آٹھ سفر سفر پانچ کال کر سکتے ہیں۔ نیا لیبل، واقعی آسان ہے۔

اور یہی سکرپٹ پندرہ سیکنڈ کیلئے :

ڈبے والی اشیا خورد نوش کا موازنہ کر کر کے تنگ آ چکے؟ جلد ہی تمام ڈبوں پر آسانی سے پڑھے جانے والے لیبل لگائے جائینگے۔ مزید معلومات کیلئے پنجاب فوڈ اتھارٹی سے رابطہ کریں۔ نیا لیبل واقعی آسان ہے۔

صحافی شاید یہ تصور کریں کہ ریڈیو تو ماضی کا میڈیم ہے۔ لیکن اگر آپ ایسا سوچ رہے ہیں تو یہ غلط ہے۔ دنیا بھر میں پوڈکاسٹ کے ذریعے اب ریڈیو کے اصول پھرسے انٹرنیٹ کے ذریعے رائج ہو رہے ہیں۔ دس امیریکن لائف اور سیریل جیسی پوڈکاسٹ کی کامیابی کے بعد اب بہت سارے نیوز ادارے ہفتہ وار پوڈکاسٹ کا آغاز کر چکے ہیں۔ پوڈکاسٹ فارمیٹ اس لیے بھی کامیاب ثابت ہو رہا ہے کیونکہ اس کی تیاری اور نشریات میں ممبرشپ فیس اور سپانسرشپ دونوں بزنس ماڈل استعمال ہو سکتے ہیں۔

ویب کیلئے تحریر

لمبی خبروں کیلئے تو وہ تحریری مشورے جو باب آٹھ میں دیے گئے کافی ہیں لیکن آن لائن نیوز کیلئے صحافیوں کو چھوٹی اور منفرد خبریں تحریر کرنا پڑ رہی ہیں۔ آن لائن نیوز جلدی نشر کی جا سکتی ہیں، اور مختلف پلیٹ فارمز اور ڈیوائس کے اوپر شائع کی اور پڑھی جاتی ہیں۔
آن لائن قارئین خبروں کو شیئر بھی کرتے ہیں، ان میں موجود ہائپر لنک کلک کر کے مزید معلومات بھی پڑھ سکتے ہیں، اور کومنٹ کر کے صحافیوں کو اپنی رائے سے بھی آگاہ کر سکتے ہیں۔

آن لائن نیوز میں ٹیکسٹ کے ساتھ ساتھ تصاویر،ویڈیو، گرافکس، اور نقشے بھی شامل کیے جاتے ہیں۔ گو کہ سنجیدہ قارئین آن لائن ویب سائٹس پر بھی لونگ فارم آرٹیکل یعنی طویل مضامین پڑھتے ہیں لیکن روز مرہ کی خبروں کے حوالے سے تحقیق نے یہ بھی ثابت کیا ہے کہ آن لائن قارئین تین سیکنڈ کے اندر یہ فیصلہ کر لیتے ہیں کہ انہیں مکمل خبر پڑھنی ہے کہ نہیں۔ ان سب باتوں کو مد نظر رکھتے ہوئے اگلے سیکشن میں ڈیجیٹل صحافیوں کیلئے چند اہم تجاویز کا تذکرہ کیا گیا ہے۔

آن لائن تحریر کیلئے تجاویز

آن لائن خبری تحریر اب صرف ابتدائیہ سے نہیں شروع ہوتی۔ بعض اوقات خبر ٹوئیٹر کے اوپر بریک ہوتی ہے۔ بعض اوقات خبر کے ساتھ خلاصہ بلٹ پوائنٹس میں درج ہوتا ہے۔ اس لیے صحافیوں کو ویب پر تحریر کے عناصر کو مد نظر رکھنا چاہیئے۔

1) **شہ سرخی لکھنا:** شہ سرخیاں سوشل میڈیا پر شیئر کی جانی والی خبروں اور سرچ نتائج میں نظر آنے والی جھلکیوں میں سب سے زیادہ ابھر کر نظر آتی ہے۔ لہٰذا آن لائن خبروں میں شہ سرخی کا کردار مزید اہمیت حاصل کر گیا ہے۔

ڈیجیٹل نیوز ایڈیٹر شہ سرخیوں کے حوالے سے یہ کچھ مشورے دیتے ہیں:

دس الفاظ یا اس سے کم استعمال کریں
مثال کے طور پر روزنامہ ایکسپریس آن لائن کی یہ شہ سرخی

افغانستان کو سی پیک سے فائدہ اٹھانا چاہیے، وزیر خارجہ

ویب ڈیسک | ہفتہ 15 دسمبر 2018

شہ سرخی میں سوالیہ جملے استعمال کریں
مثال کے طور پر بی بی سی اردو کی یہ شہ سرخی

علیمہ خان کون ہیں؟

وزیراعظم عمران خان کی بہن علیمہ نیازی خاندان کی وہ واحد خاتون ہیں جو شروع سے ہی اپنے دبنگ اظہار خیال اور اپنی چاروں بہنوں کی ترجمان کے طور پر سماجی حلقوں میں جانی پہچانی جاتی ہیں۔

13 دسمبر 2018

شہ سرخی میں نمبر استعمال کریں
مثال کے طور پر ڈان اردو نیوز ویب سائٹ پر یہ شہ سرخی

'جس کی مدت 3 سال ہو اسے قوم کے فیصلے کرنے کا کیا حق ہے؟'

قوم کے فیصلے کرنے کا حق صرف پارلیمنٹ کو ہے، موجودہ حکومت سے کوئی کام نہیں ہوتا سوائے انڈے اور مرغی کے، آصف علی زرداری اپ ڈیٹ ایک گھنٹہ پہلے

شہ سرخی میں ایسے الفاظ یا فقرے استعمال کریں جو خبر کے موضوع سے منسلک ہوں
مثال کے طور پر ڈان نیوز آن لائن کی یہ شہ سرخی

ایل ڈی اے سٹی کیس: احد چیمہ سے تنخواہ سے زائد وصول کی گئی رقم واپس لینے کا حکم

ویب ڈیسک | رانا بلال | اپ ڈیٹ 15 دسمبر 2018   Translate 0 4

2) **کلک بیٹ سے بچیے:** شہ سرخیوں کی مدد سے آن لائن قارئین کو خبروں میں دلچسپی دلانے کی کوششوں میں بد قسمتی سے ایک غیر اخلاقی حرکت شروع ہو گئی ہے جسے کلک بیٹ کہتے ہیں۔ اس میں ویب سائٹس اپنے آرٹیکلز پر سنسنی خیز اور گمراہ کن شہ سرخیاں لگاتی ہیں اور جب قارئین آرٹیکل کو پڑھنے کی کوشش کرتے ہیں تو اس کا مضمون شہ سرخی کے بالکل بر عکس ہوتا ہے یا اس میں کوئی انوکھی بات نہیں ہوتی۔ ان حرکات کی وجہ سے پڑھنے والے ان ویب سائٹس پر اعتبار کھو بیٹھتے ہیں۔ بیشتر نیوز اداروں کی یہ پالیسی ہے کہ وہ کلک بیٹ شہ سرخیوں کی اجازت نہیں دینگی لیکن بہت سے ٹیبلوئڈ جریدے اس کا بے شرمی سے استعمال کرتے ہیں۔ ذمہ دار صحافیوں کو اس پھندے میں نہیں پھنسنا چاہیئے اور صرف درست شہ سرخیاں لکھنی چاہییں۔

3) **خلاصہ جھلکیاں:** بہت سی عالمی نیوز ویب سائٹس اب خبر کے ابتدائیہ سے پہلے خبر کی جھلکیاں خلاصے کے طور پر پیش کرتی ہیں۔ یہ خلاصہ تدریجی ترتیب کے ماڈل پر مبنی ہے۔

Follow

By Daniel Capurro, FRONT BENCH EDITOR and Chris Graham
10 DECEMBER 2018 • 12:34PM

- **Prime Minister will make statement to the Commons at 3:30pm**
- **Theresa May holding emergency conference call with ministers**
- **ECJ rules that UK can unilaterally revoke Article 50**
- **Michael Gove and Jeremy Hunt dismiss ECJ ruling**
- **Boris Johnson: We must take on Brussels with steel and unity**
- **PM makes 11th hour call to Donald Tusk**
- **Rivals advance plans for leadership bids – but who will replace her?**
- **Sign up to the Telegraph's Brexit WhatsApp group for all the latest**

Theresa May will delay the vote in Parliament on her Brexit deal, multiple sources have told The Telegraph, while she has held an emergency conference call with her Cabinet this morning.

یہ تصویر برطانوی نیوز ویب سائٹ دی ٹیلیگراف کی ایک خبر کی ہے جس میں خلاصہ جھلکیاں نظر آ رہی ہیں

4) **ضمنی سرخیوں کا استعمال:** تحقیق نے دکھایا ہے کہ آن لائن قارئین خبر کو اوپر اوپر سے پڑھتے ہیں اور ایسا کرتے ہوئے ضمنی سرخیوں یا سب ہیڈنگز کے ذریعے ان کی توجہ حاصل کی جا سکتی ہے۔

مثلاً اس بی بی سی اردو کی خبر میں سب ہیڈنگز کا استعمال نظر آ رہا ہے۔

خاص نہیں ہے، کیونکہ الاٹمنٹ ہونے کے باوجود لوگوں کو قبضہ نہیں دیا گیا ہے۔ آئی۔ 11 میں سبزی منڈی کا علاقہ ہے جہاں پھل اور سبزی کی مارکیٹ ہے۔ وہاں پر روزانہ دس سے پندرہ ہزار کام کرنے والے آتے ہیں۔ وہیں ساتھ ہی ایک فوجی کالونی لگتی ہے اور وہاں پر بھی ایک بہت بڑی کچی آبادی ہے۔

دس سال کے بچوں کو پولیو کے قطرے کیوں پلائے جارہے ہیں؟

پولیو کا یہ وائرس پیٹ میں رہتا ہے اور پیٹ سے خارج ہونے کے بعد یہ نالوں اور گٹروں میں پہنچ جاتا ہے۔
’بچوں پر ان قطروں کا اثر تو ہو رہا ہے لیکن قطرے پینے کے باوجود یہ بچے اسی ماحول کا حصہ ہیں جہاں پر یہ وائرس موجود ہے۔ ہماری پریشانی یہ ہے کہ یہ سامپل کیوں زندہ رہ رہا ہے جبکہ ہم نے پانچ سال کے بچوں تک کو پولیو کے قطرے پلائے تھے۔ کہیں نہ کہیں یہ وائرس بچوں کے پیٹ میں رہتا ہے جس کی وجہ سے یہ کچھ عرصے بعد دوبارہ ظاہر ہو جاتا ہے۔ نتیجتاً اس کا مکمل طور پر خاتمہ نہیں ہو پا رہا ہے۔ تبھی پانچ سال سے بڑھا کر دس سال کے بچوں کو بھی اس مہم میں شامل کیا گیا ہے۔ ہم نے پبلک سے اپیل کر کے سکولوں میں بھی بات چیت کی ہے تاکہ جتنے بھی دس سال کے بچے ہیں ان کو بھی قطرے پلائے جائیں۔ ‘

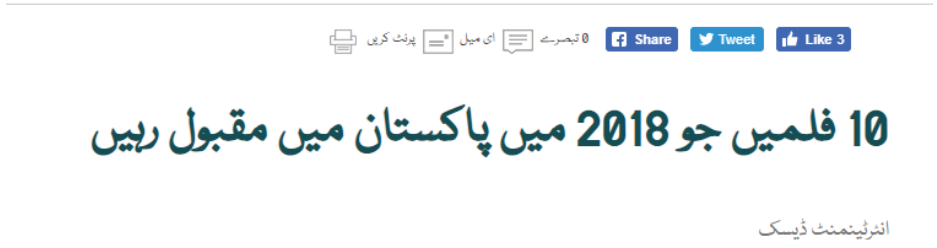
اس وائرس سے نمٹنے کا حل کیا ہے؟

ڈپٹی کمشنر شفقت نے بتایا کہ سردیوں کے موسم میں اس وائرس کے خلاف کام کیا جا سکتا ہے کیونکہ یہ گرمیوں میں اور مضبوط ہو جاتا ہے۔

5) **خبـر کے درمیانے حصّے کیلئے تجاویز:** مختصر اور سادہ جملے استعمال کریں۔ لسٹ کا استعمال کریں۔ ایک پیراگراف کو ایک خیال تک محدود رکھیں۔ ہائپر لنک استعمال کر کے معلومات کو ذرائع سے منسوب کریں اور مزید ہائپر لنک کے ذریعے اپنی نیوز ویب سائٹ پر متعلقہ خبریں پڑھنے کا پیغام دیں۔

6) **لسٹیکل کا استعمال:** لسٹیکل یا listicle دراصل ایک نیا فارمیٹ ہے جس کے ذریعے آن لائن خبروں اور معلومات کو قارئین تک پہنچایا جا رہا ہے۔ اس خبری شکل میں پانچ، دس یا اس سے زیادہ نکات پر مبنی آرٹیکل چھاپا جاتا ہے اور اس طرح کسی معاملے کی پیچیدگی یا وضاحت کو نکاتی بیان کے ذریعے سہل بنا دیا جاتا ہے۔

اردو آن لائن صحافت میں ابھی اس فارمیٹ کو لائف سٹائل اور انٹرٹینمنٹ کی خبروں کیلئے استعمال کیا جا رہا ہے جیسا کہ یہ خبر جو دس نکات کی شکل میں پاکستان میں سب سے زیادہ گوگل سرچ کی جانے والی دس فلموں کی تفصیل بتا رہی ہے۔



پرنٹ کریں ای میل 0 تبصرے Share Tweet Like 3

10 فلمیں جو 2018 میں پاکستان میں مقبول رہیں

انٹرٹینمنٹ ڈیسک

لیکن پاکستانی انگریزی صحافت میں اسے سنجیدہ موضوعات کیلئے استعمال کیا جا رہا ہے۔ مثال کے طور پر ڈان ڈاٹ کوم کی ایک خبر جس میں انہوں نے سپریم کورٹ کے ایک آرڈر کے دس اہم ترین نکات کی وضاحت پیش کی۔

مشقیں

سوال نمبر ایک۔۔۔ مندرجہ ذیل معلومات کی مدد سے ایک براڈکاسٹ نیوز خبر لکھیں۔

پچھلے دو ہفتوں میں ہر اتوار کو آپ کے مقامی پولیس تھانے میں ایک گاڑی چوری کی رپورٹ درج ہوئی ہے اور دونوں چوری کے واقعات میں گہری مماثلت ہے۔

دو ہفتے قبل، اتوار کو صبح ساڑھے نو بجے ایک آدمی سبزی منڈی سے پھل خرید رہا تھا۔ خریداری کے دوران اس نے چند لمحوں کیلئے اپنی جیکٹ کی جیب سے بٹوا نکلنے کیلئے گاڑی کی چابیاں دکان کے کاؤنٹر پر رکھیں۔ چند منٹ بعد اسے خیال آیا کہ گاڑی کی چابیاں کھو گئی ہیں۔ جب وہ اس مقام پر پہنچا جہاں اس نے اپنی لال 2009 ماڈل سوزوکی مہران پارک کی تھی تو گاڑی بھی غائب تھی۔ تین دن بعد پولیس نے گاڑی کا پتہ لگا لیا لیکن مشتبہ افراد کو حراست میں نہ لے سکی۔

پچھلے اتوار کو ایک شخص اپنے خاندان کے ہمراہ کپڑوں کی مارکیٹ میں شاپنگ کر رہا تھا۔ وہ شخص اپنی گاڑی کی چابیاں گاڑی میں ہی بھول گیا۔ جب وہ چابیوں کی تلاش میں کپڑا مارکیٹ کے قریب پارکنگ میں کھڑی گاڑی تک پہنچا تو اسکی 2015 ٹویوٹا ایکس ایل آئی گاڑی چوری ہو چکی تھی۔ گاڑی کا سراغ ابھی تک نہیں ملا۔ پولیس کی جانب سے عوام سے درخواست ہے کہ گاڑی کی چابیاں اور قیمتی اشیا پبلک میں مت بھولیں کیونکہ باآسانی چوری ہو سکتی ہیں۔

سوال نمبر دو۔۔ مندرجہ ذیل معلومات کی مدد سے ویب کیلئے ایک شہ سرخی اور رپورٹ لکھیں

شادی، طلاق اور دوبارہ بیاہ پر نئے ڈیٹا کے مطابق پاکستان میں 27 فیصد نئی شادیاں دس سال کے اندر طلاق یا علیحدگی کا شکار ہو جاتی ہیں۔ وزارت صحت کی نئی رپورٹ، جس کا عنوان "پہلی شادی تحلیل: پاکستان میں طلاق اور دوبارہ بیاہ" ہے، کے مطابق ہر پانچ میں سے ایک شادی پانچ سال کے اندر ختم ہو جاتی ہے۔

ان نتائج کیلئے وفاقی وزارت نے پاکستان بیورو آف سٹیسٹکس کی مدد سے ایک خصوصی سوال نامے کے ذریعے ملک بھر میں دس ہزار گھرانوں سے جواب موصول کیے۔

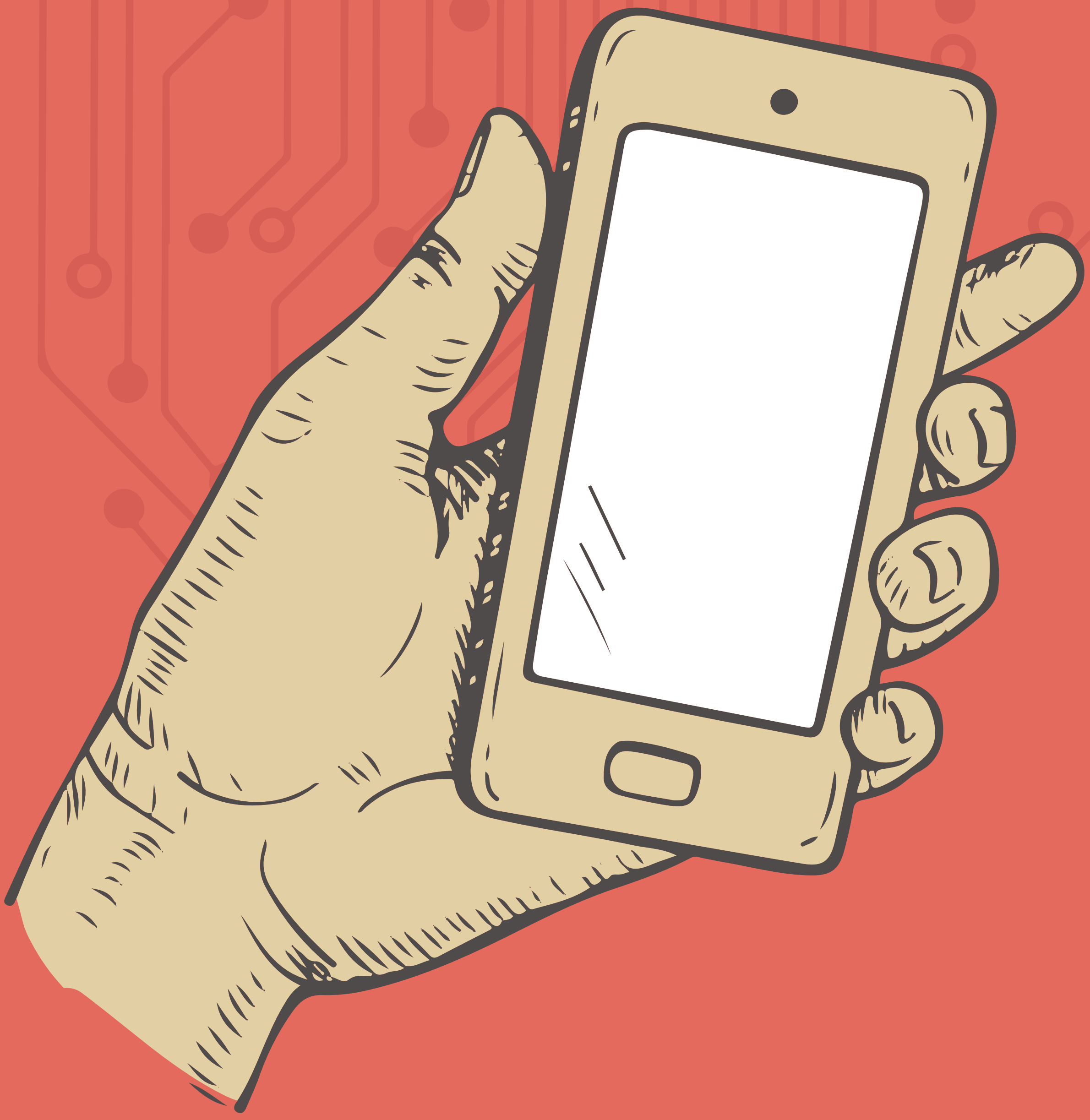
علیحدگی اور طلاق کے بچوں اور بالغوں کی صحت پر منفی اثرات مرتب ہو سکتے ہیں،" وفاقی سیکرٹری برائے صحت دردانہ" بٹ نے بتایا۔ "سابقہ تحقیق نے بتایا ہے کہ طلاق کا شرح اموات میں اضافے، صحت کے مسائل، اور خطرناک عادات جیسے نشے کی لت سے تعلق ہے۔"

نئی رپورٹ کے مطابق شادی کا دورانیہ پہلی شادی کے وقت خاتون کی عمر سے منسلک ہے۔ عورت پہلی شادی کے وقت عمر میں جتنی زیادہ ہو اتنا ہی شادی کے لمبے عرصے چلنے کا امکان ہے۔ مثال کے طور پر جب دلہن کی عمر اٹھارہ سال سے کم تھی تو ساٹھ فیصد شادیاں دس سال کے اندر علیحدگی یا طلاق میں ختم ہوویں لیکن جب عورت کی عمر پچیس برس یا اس سے زیادہ تھی تو یہ شرح گر کر سترہ فیصد ہو گئی۔

یہ ڈیٹا ہمیں ہماری قوم کے سماجی رویوں کی ایک جھلک دکھاتا ہے،" ڈاکٹر خالد صدیقی، جووفاقی وزارت کے ریسرچ ونگ" کے سربراہ ہیں نے بتایا۔ "طلاق بہت سے سماجی معاملات جیسا کہ صحت، بچوں کی فلاح اور گھرانے کے معاشی حالات پر اثر انداز ہوتی ہے۔"

حصہ چہارم

ڈیجیٹل عہد میں صحافت



باب نمبر نو— صحافت اور موبائل فون

ابلاغ عامہ کے ماہرین کے مطابق موبائل جرنلزم سے صحافت کے ایک نئے دور کا آغاز ہوا ہے۔ موبائل جرنلزم کو اصطلاحاً "موجو" کہتے ہیں۔ یہ صحافت کی ایسی قسم ہے جس میں صحافی خبر کی مکمل تیاری موبائل فون کے ذریعے کرتا ہے۔

امریکی نیوز ادارے گانیٹ نے سال 2005 میں ہی موجو ماڈل پر کام کرنا شروع کر دیا تھا۔ پچھلے دس برسوں میں بے شمار نیوز اداروں نے گانیٹ کی طرح موبائل پلیٹ فارمز کیلئے نیوز پبلش کرنے کا بندوبست کیا، کیونکہ انہیں یہ نظر آنا شروع ہو گیا تھا کہ قارئین موبائل فون پر خبریں پڑھ رہے ہیں اور موبائل کے ذریعے ہی ان خبروں کو اپنے جاننے والوں کے ساتھ شیئر کر رہے ہیں۔

موبائل فون ٹیکنالوجی میں تیز ترین جدّت سے سمارٹ فون کی دستیابی میں اضافہ اور قیمت میں کمی واقع ہوئی ہے۔ ٹیکنالوجی کے معیار میں اضافے سے یہ سمارٹ فون اب وہ اکثر کام بآسانی کر سکتے ہیں جن کے لیے پہلے صحافیوں کو مہنگا اور بھاری بھرکم سامان خریدنا اور فیلڈ میں استعمال کرنا پڑتا تھا۔

اچھی ریزولووشن کے کیمرے، آواز ریکارڈ کرنے کی سہولت، ویڈیو اور فوٹو ایڈٹ کرنی کی آسانی، میسجنگ ایپس کے ذریعے فوٹوز اور ویڈیوز کی ترسیل، اورتیز انٹرنیٹ سروس کی مدد سے صحافی اپنے فون سے تمام صحافتی ذمہ داریاں نبھا سکتا ہیں۔

ایسے صحافی جو موبائل جرنلزم میں قدم رکھنا چاہتے ہیں ان کیلئے ضروری ہے کہ وہ چند صلاحیتوں پر عبور حاصل کر لیں، جن کو سیکھنا مشکل نہیں لیکن وقت طلب ضرور ہے۔

اس باب میں ہم چند ایسے ٹولز اور طریقوں کا ذکر کریں گے جن کی مدد سے صحافی اپنے موبائل فون کے ذریعے خبروں کی رپورٹنگ، تحریر اور پروڈکشن مکمل کر سکتے ہیں۔

ان طریقوں کو پڑھتے وقت صحافیوں کو یہ خیال رکھنا چاہئیے کہ موبائل میڈیم پر منتقل ہو جانے سے صحافت کے اصول تبدیل نہیں ہوئے۔ ذمہ دارانہ، تصدیق شدہ اور درست صحافت موبائل جرنلزم کے عہد میں بھی صحافیوں کو عوام کے مفاد کی حفاظت کرنے اور طاقتور طبقات کو جواب دہ ٹھہرانے میں مدد فراہم کریگی۔

موبائل رپورٹنگ

صحافتی ماہرین کی رائے ہے کہ نئے اور تجربہ کار صحافیوں کو ایک موبائل سوچ اپنا لینی چاہئیے۔ ایسی سوچ کے تحت خبروں کے تناظر میں وقت کی اہمیت کا خیال رکھا جاتا ہے۔ موبائل صحافیوں کو خبر فائل کرنے کیلئے واپس نیوز روم آنے کی ضرورت نہیں ہوتی، وہ کہیں سے بھی اپنے فون پر ہی خبر کو مکمل کر کے ارسال کر سکتے ہیں۔

علاوہ ازیں موبائل صحافی جیسے جیسے معلومات اکٹھا کرتے ہیں ویسے ہی اسے چھاپ بھی سکتے ہیں۔ انہیں واقعات کو منطقی انجام تک پہنچنے کا انتظار کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ اسکی ایک مثال ہم اس طرح دیکھ سکتے ہیں کہ مختلف اقسام کے میڈیا کیلئے ایک پریس کانفرنس کو کیسے رپورٹ کیا جاتا ہے۔ ایک پرنٹ رپورٹر اپنے تحریری نوٹس لے کر واپس نیوز روم جائیگا اور اگلے دن کے اخبار کیلئے خبر فائل کریگا۔ ایک براڈکاسٹ رپورٹر اور کیمرہ پرسن بھی ریکارڈنگ کر کے نیوز روم کا رخ کرینگے اور پیکج یا رپورٹ بنا کر اس دن چلنے والے بلیٹن کیلئے بھیج دیں گے۔ اگر پریس کانفرنس بہت اہم ہو تو ممکن ہے کہ اس کا کچھ حصّہ براہ راست نشر کر دیا جائے۔ لیکن ایسی صورت میں بھی براڈکاسٹ صحافی کو پیکج یا رپورٹ تیار کرنی پڑیگی۔ ایک ویب رپورٹر شاید ایک دو گھنٹوں کے اندر رپورٹ ویب سائٹ پر چھاپ دے گا۔ ہر ایک میڈیا ٹائپ سے دوسرے کی طرف بڑھتے ہوئے خبر کی نشرو اشاعت کے وقت میں کمی آرہی ہے۔

لیکن موجو نے اس پبلشنگ ماڈل کو بالکل بدل کر رکھ دیا ہے۔ اب پریس کانفرنس کے دوران ہی بیانات براہ راست شائع بھی کیے جاسکتے ہیں اور نشر بھی۔ ایسا کرنے کیلئے موبائل صحافی سوشل میڈیا کا استعمال کریگا اور یہ معلومات پلک جھپکتے میں قارئین تک پہنچ جائینگی۔ اسی طرح سوشل میڈیا یا ویب سائٹ پر لائیو سٹریمنگ کے ذریعے پریس کانفرنس نشر بھی کی جا سکتی ہے۔ اب بہت سے نیوز ادارے اہم حالات حاضرہ اور کھیل کے مقابلوں کو لائیو ٹویٹ یا لائیو لائیو بلاگ کرتے ہیں جس میں ویڈیو نہ بھی ہو تو تحریری تبصرے اور بیان کے ذریعے تفصیلات عوام کے ساتھ شیئر کی جاتی ہیں۔

اس تیزی کے چکّر میں صحافتی تصدیق کے عمل پر دباؤ پڑتا ہے اور اکثر لمحہ بہ لمحہ کوریج سے عوام کو مجموعی حالت کا اندازہ نہیں رہتا۔ سو ان مشکلات کو مد نظر رکھتے ہوئے موبائل صحافیوں کو کن چیزوں کا خیال رکھنا چاہئیے؟ اور موبائل صحافی روایتی صحافت سے کیا سبق سیکھ سکتے ہیں؟ آئیے ان سوالات سے جنم لینی والی بحث پر نظر ڈالتے ہیں۔

کہانی ہی اولین ترجیح

موبائل صحافیوں کو ذہن میں رکھنا چاہئیے کہ اگر انکے پاس بتانے کو اچھی کہانی نہ ہو تو ٹیکنالوجی ان کی کوئی مدد نہیں کر سکے گی۔ موجو کہانیوں میں عام طور پر ویڈیو اور آڈیو کا استعمال ہوتا ہے، لیکن بغیر سوچے سمجھے آڈیو اور ویڈیو ریکارڈ کر لینے سے کہانی نہیں بن جاتی۔ صحافیوں کو چاہئیے کہ وہ کہانی کی پلاننگ کرنے کے بعد ویڈیو اور آڈیو ریکارڈ کریں۔ کہانی سازی کیلئے منظر، کردار، حرکات و واقعات اور ڈائیلاگ چاہئیے ہوتے ہیں۔ مندرجہ ذیل سوالات آپ کو اپنی کہانی سازی سدھارنے میں مدد فراہم کر سکتے ہیں۔

کہانی کس بارے میں ہے؟ موضوع کے مرکزی خیال کی نشاندہی کرنا ایک اچھی حکمت عملی ہے۔ کسی خاص مسئلے پر فوکس کرنے سے آپ کی کہانی واضح اور مختصر ہو سکے گی۔ مسئلے سے جڑے ایسے سوالات کے بارے میں سوچئیے جن کے جواب معلوم نہ ہوں۔

کہانی کے کردار کون ہیں؟ سوچئیے کہ مسئلے سے کون لوگ متاثر ہو رہے ہیں؟

کیا کردار کوئی اقدامات اٹھا رہے ہیں؟ چیک کیجئے کہ کیا آپ کرداروں کے ساتھ رہ کر کیا یہ دیکھ سکتے ہیں کہ وہ کہانی سے منسلک مسئلے سے کیسے نمٹتے ہیں۔ یہ بھی سوچئیے کہ آپ انٹرویو کے دوران کیا سوال پوچھ سکتے ہیں جن سے کرداروں کا مسئلے سے تعلق ابھر کر سامنے آئے۔ کیا واقعات کا کوئی ایسا سلسلہ ہے جو آپ کہانی میں دکھا سکیں؟ اگر کہانی کا کوئی خاص آغاز، درمیانہ حصہ، اور اختتام ہو تو کہانی کو بتانے اور سمجھنے میں سادگی اور آسانی پیدا ہوجاتی ہیں۔ لیکن ضروری نہیں ہے کہ آپ ہمیشہ سلسلہ وار کہانی سنائیں۔ بہر حال کہانی کے بیانیہ میں منطق کا خیال رکھیں کیونکہ اس سے ناظرین کو کہانی کو سمجھنے میں آسانی ہوتی ہے۔

کیا کہانی میں کوئی جذباتی پہلو ہے؟ سوچئیے کہ کیا باتیں ہیں جو آپ کے کرداروں کو مرکزی مسئلے کے حوالے سے پر امید یا مایوس کرتی ہیں؟ کیا مرکزی مسئلہ خوشی یا غصے کی کیفیت اجاگر کرتا ہے؟

اچھی اور معیاری آڈیو

ناظرین کے موبائل ویڈیو دیکھنے کے رویوں سے پتہ چلا ہے کہ جب تک کہ انہیں یقین ہو کہ ویڈیو کا موضوع انکے لیے اہم ہے تو وہ بری کوالٹی کی ویڈیو دیکھنے سے نہیں کتراتے۔ لیکن بری آڈیو والی ویڈیوز ناظرین کے تجربے کو نقصان پہنچاتی ہیں اور وہ ایسی ویڈیوز سے دور رہتے ہیں۔

کئی ماہرین مشورہ دیتے ہیں کہ موبائل صحافیوں کو ایک خارجی مائیکروفون خرید لینا چاہیے لیکن اگر آپ موبائل کا اندرونی مائیک استعمال کر رہے ہیں تو سورس کے قریب ہو کر ریکارڈنگ کریں تاکہ آواز کی کوالٹی اچھی ہو۔ ارد گرد کی آوازیں اور قدرتی ساؤنڈ ریکارڈ کرنا بھی اچھی عادت ہے کیونکہ ان کی مدد سے ناظرین کو منظر کا بہتر تجربہ ملتا ہے۔

یاد رہے کہ عمومی سوالات کے عمومی جواب ہی ملتے ہیں۔ اگر آپ مفصل یا جذباتی اقوال حاصل کرنا چاہتے ہیں تو آپ کو ذہین سوال پوچھنے پڑیں گے۔ ایسے سوال جوسورس سے وضاحت طلب کریں زیادہ ایماندارانہ اور تفصیلی جواب حاصل کرنے میں مدد کر سکتے ہیں مثلا "آپ نے ایسا کیوں کیا؟" یا "یہ (سسٹم، چیز، معاملہ) کیسے کام کرتا ہے؟"

براہ راست براڈکاسٹ کے حفاظتی اور اخلاقی پہلو

لائیو سٹریمنگ سروس، جیسا کہ فیس بک کا لائیو فیچر یا ٹوئیٹر کی پیری سکوپ سروس، کی مدد سے موبائل صحافی اب لائیو براڈکاسٹ بھی کر سکتے ہیں لیکن ایسا کرنے سے پہلے انہیں خطرے کے امکانات کا تعین کر لینا چاہئیے۔ مثال کے طور پر لائیو براڈکاسٹ کے دوران اگر فون کی لوکیشن سروس آن ہو یا ویڈیو میں کوئی جانی پہچانی جگہ نظر آ رہی ہو تو اس سے صحافی اور ان کے ذرائع کا پیچھا کیا جا سکتا ہے۔ حساس موضوعات پر لائیو براڈکاسٹ کرتے ہوئے اس بات کا خیال رکھنا چاہئیے کہ کہیں سورس کی جان کو خطرہ نہ پہنچے۔ اسی طرح لوگوں، خصوصاً بچوں، کی پرائیویسی کا خیال رکھنا چاہئیے اور اجازت لیے بغیر لائیو کے دوران راہگیروں یا اجنبی افراد کو فلمبند نہیں کرنا چاہئیے۔ مزید یہ کہ بریکنگ نیوز واقعات کی کوریج کے دوران خیال رکھنا چاہیے کہ کوئی ایسے منظر نہ دکھائے جائیں جن سے لوگوں کو صدمہ پہنچے مثال کے طور پر خون، تشدد، لاشوں یا زخمی افراد کی ویڈیو۔

موجو کا سامان

صحافی اکثر سوچتے ہیں کہ موجو کیلئے بہت اعلیٰ اور مہنگا فون اور سامان خریدنا پڑے گا لیکن یہ مکمل طور پر درست بات نہیں ہے۔ موبائل جرنلزم کے زیادہ تر استاد یہ مشورہ دیتے ہیں کہ صحافیوں کو ایک بنیادی اور سادہ کٹ سے آغاز کرنا چاہیے اور آہستہ آہستہ حسب ضرورت اس میں مزید سامان کا اضافہ کرنے کے بارے میں سوچنا چاہئیے۔

سمارٹ فون: کئی صحافی آئی فون کو ترجیح دیتے ہیں کیونکہ اسکی ویڈیو اور تصویر کی کوالٹی بہتر ہے اور اس پر موجود ایپس زیادہ معیاری ہیں

لیکن آئی فون بہت مہنگے بھی ہوتے ہیں اور ہر جگہ آسانی سے دستیاب نہیں ہوتے۔ اینڈرائڈ فونز میں بھی اب اچھی کوالٹی کے کیمرے موجود ہیں لیکن اس میں عام طور پر ایپس زیادہ بھروسہ مند نہیں ہوتی ہیں۔ جو موبائل صحافی کسی نیوز ادارے کی مدد کے بغیر موبائل صحافت سیکھ رہے ہیں یا موجو کے اصول استعمال کر رہے ہیں انہیں چاہیے کہ وہ بنیادی لیول کے اینڈرائڈ فون سے آغاز کریں اور مفت ایپس پر کام کرنا سیکھیں۔

خارجی مائیک: یہ بہتر ہوگا کہ موبائل صحافی ایک کالر مائیک حاصل کر لیں جو کہ ریکارڈنگ کے وقت موبائل کے ساتھ جوڑ دیا جائے تاکہ آواز ریکارڈ کرنے کی کوالٹی بہتر ہو جائے۔

ٹرائی پوڈ اسٹینڈ: اچھی ویڈیو ریکارڈنگ کیلئے موبائل کو ہلنے اور جھٹکے لگنے سے بچانا ضروری ہے۔ اس کے لیے ٹرائی پوڈ کی ضرورت پڑتی ہے۔ آج کل مارکیٹ میں چھوٹے ٹرائی پوڈ دستیاب ہیں جن پر موبائل کو پیوست کیا جا سکتا ہے۔ اس ٹرائی پوڈ کی مدد سے زووم، پین، اور کیمرے کو ترچھا کر کے ریکارڈنگ کرنے میں بھی آسانی ہو جاتی ہے۔ ٹرائی پوڈ کے بغیر رپورٹرکو موبائل کیمرے کے سامنے کھڑا ہو کر پی ٹی سی دینے میں بھی دقت ہوتی ہے۔

ریکارڈنگ اور ایڈیٹنگ کی ایپس: موبائل صحافیوں کو چاہیئے کہ وہ مفت ایپس سے کام کا آغاز کریں۔ زیادہ پروفیشنل اور کثرت سے کام کیلئے پریمیئم ایپس کا استعمال کیا جا سکتا ہے جن کے استعمال کیلئے معا وضہ ادا کرنا پڑتا ہے۔ مندرجہ ذیل ایپس موجو ایکسپرٹ ایوو بوروم کی طرف سے تجویز کی گئی ہیں :

ایڈیٹنگ: آئی مووی (آئی فون)، کینمے ماسٹر (اینڈرائڈ)

آڈیو: فیرائٹ، روڈ ریک آڈیو (آئی فون)، ریک فورج لائٹ

کیمرہ: فلمک پرو، کیمرہ + سٹلز

فوٹو: وی ایس سی او، سنیپ سیڈ

گرافکس: وونٹ، فوں ٹو

بیٹری اور سٹورج: اگر موبائل صحافی فیلڈ میں لمبے عرصے تک کام کرنا چاہتے ہیں تو انہیں کم از کم ایک پاور بنک رکھنا چاہیئے کیونکہ ویڈیو ریکارڈ کرتے ہوئے بیٹری جلدی استعمال ہوتی ہے۔ چونکہ ویڈیو فائلز بڑے سائز کی ہوتی ہیں اسلئے موبائل کی میمری میں زیادہ جگہ گھیرتی ہیں۔ ان کو ذخیرہ کرنے کیلئے میمری کارڈ، یوایس بی ڈرائیوز یا ہارڈ ڈرائیوز رکھی جا سکتی ہیں جن پر کمپیوٹر کے ذریعے ان فائلز کو اسٹور کیا جا سکتا ہے۔

فلمنگ کیلئے مشورے

ان مشوروں کی مدد سے صحافی موبائل سے بہترویڈیو اور آواز ریکارڈ کر سکتے ہیں۔

1) ریکارڈنگ کرنے سے پہلے کسی صاف کپڑے سے موبائل کیمرے کا لینز پونچھ لیجیئے۔ اگر لینز پر گرد یا دھبے لگے ہیں تو وہ ویڈیو کو برباد کردیں گے۔

2) ریکارڈنگ کرنے سے پہلے فون کو "ایئر پلین" یا ہوئی جہاز موڈ میں ڈال دیں، ایسا کرنے سے فون کا رابطہ نیٹ ورک سے منقطع ہو جاتا ہے اور اس پر کال اور میسج وصول نہیں ہوتے۔ ایسا نہ کرنے کی صورت میں اگر ریکارڈنگ کے دوران کوئی کال موصول ہو تو ریکارڈنگ رک جائیگی اور آپ کی محنت ضائع ہو جائیگی۔

3) ریکارڈنگ سے قبل یہ یقین کر لیں کہ فون کی لگ بھگ آدھی میمری سپیس خالی ہے ورنہ اگر فون میں نا کافی جگہ ہو تو ریکارڈنگ کے دوران ویڈیو رک جانے کا اندیشہ ہوگا۔

4) ٹی وی اور ویب کیلئے ویڈیو ریکارڈ کرتے ہوئے فون کو متوازی یا ہوریزونٹل پوزیشن میں پکڑیں۔ لیکن اگر ویڈیو کسی سوشل میڈیا ایپ پر نشر ہونی ہے جس کو ناظرین موبائل پر ہی دیکھیں گے تو فون کو عمودی یا ورٹیکل پوزیشن میں پکڑ کر ویڈیو ریکارڈ کی جا سکتی ہے۔ فیس بک اور سنیپ چیٹ جیسی ایپس پر اب عمودی ویڈیوز کازیادہ رواج ہے۔

5) جس چیز کی ویڈیو بنا رہے ہیں اس کو فوکس میں ہونا چاہیئے۔ ورنہ تصویر دھندلی نظر آئیگی۔ فریم میں کسی بھی چیز پر فوکس کرنے کیلئے ریکارڈنگ سے پہلے سکرین کو انگلی سے تھپکائیں تو فوکس تبدیل کرنے کی آپشن نظر آ جائیگی۔

6) ویڈیو ریکارڈ کرنے کے لیے قدرتی روشنی استعمال کریں اور شوٹنگ ہمیشہ لائٹ کے رخ سے کریں نا کہ اسکے خلاف۔ لائٹ کے خلاف (ریکارڈنگ کرنے سے چہرے اور منظر کی تفصیلات اندھیری نظر آئینگی۔ ریکارڈنگ سے پہلے سکرین کو تھپکانے سے سورج کا نشان اور سلائیڈر نظر آیگا جس کی مدد سے آپ کیمرے کا ایکسپوژر یعنی لینس کی روشنی وصول کرنے کی صلاحیت کو تبدیل کر سکتے ہیں۔

7) چھ بنیادی شاٹس بنانا سیکھیں اور کوشش کریں کہ ہر ویڈیو میں ایک سے زیادہ قسم کے شاٹس ریکارڈ کریں:

8) ایکسٹرا وائڈ شاٹ: یہ مقام یا منظر دکھانے کیلئے استعمال ہوتا ہے

9) وائڈ شاٹ: یہ منظر میں رپورٹر کو دکھانے کے کام آتا ہے

10) مڈ شاٹ: اسکے ذریعے ایکشن اور انٹرویوز کی فلمبندی کی جاتی ہے، اس میں عام طور پر رپورٹر یا سورس کی ناف تک فریم میں شامل کے جاتا ہے

11) کلوز اپ: یہ رد عمل اور جذبات کے اظہار کیلئے استعمال ہوتا ہے، اس میں رپورٹر یا سورس کے کاندھوں تک فریم کٹ کیا جاتا ہے۔

12) ایکسٹریم کلوز اپ: یہ تاثرات دکھانے کیلئے استعمال ہوتا ہے، اس میں رپورٹر یا سورس کی گردن تک کو فریم میں شامل کیا جاتا ہے۔

13) ریکارڈنگ کے دوران کیمرے کا زووم استعمال کرنے سے ویڈیو میں جھٹکے لگیں گے اور کوالٹی خراب ہو گی لیکن آواز پھر بھی دور سے ہی آ رہی ہوگی، لہٰذا بہتر یہ ہے کہ قدموں کا استعمال کرتے ہوئے کیمرے کو سورس کے قریب لے جائیں اور ایسا آہستہ آہستہ کریں تاکہ جھٹکے نہ لگیں اور آواز بھی بہتر ہو جائے۔

14) اگر ٹرائی پوڈ کے بغیر شوٹنگ کر رہے ہیں تو اپنے موبائل کو پکڑتے ہوئے بازو جسم کے ساتھ جوڑ لیں تاکہ موبائل نہ ہلے۔ یا پھر کسی ہموار سطح کے اوپر کہنیوں کی ٹیک لگا دیں تاکہ پوزیشن قائم رہے۔

15) بی رول ریکارڈ کریں: یہ فوٹیج ایک منظر سے دوسرے منظر میں منتقلی اور وائس اوور وغیرہ کیلئے کام آئیگی۔

16) ایک منظر کیلئے دس سیکنڈ سے زیادہ مت شوٹ کریں۔

17) ریکارڈنگ کیلئے موبائل فون کے پچھلے یعنی مین کیمرے کا استعمال کریں۔ اگر پی ٹی سی کرنا ہے تو موبائل کو گھما کر ریکارڈنگ کریں۔ فرنٹ کیمرے کی ریزولووشن نسبتا کم تر ہوتی ہے لہٰذا اس سے ویڈیو بنانے سے کوالٹی متاثر ہوگی۔ اگر فرنٹ کیمرے کا استعمال کرنا پڑ جائے تو سکرین پر دیکھنے کی بجائے اپنی نگاہوں کا رخ لینز کی طرف رکھیں۔

18) آڈیو لیول میں مستقل مزاجی لانے کیلئے بہتر ہے کہ ریکارڈنگ سے پہلے خارجی مائیکروفون موبائل سے جوڑ دیں۔ اگر آپ دوران ریکارڈنگ مائکروفون جوڑیں گے تو اس سے پہلے شوٹ کیے گئے مناظر کی آڈیو مختلف کوالٹی کی ہوگی اور ایڈیٹنگ کے دوران اس مسئلہ پر قابو پانا مشکل ہوگا۔ ریکارڈنگ کے دوران مائیکروفون کو سورس کے جس قدر نزدیک رکھ سکتے ہیں اتنا بہتر ہے کیونکہ اس سے آواز ریکارڈ کرنے میں بہتری آئیگی۔

19) اگر فون کا اپنا مائیکروفون استعمال کررہے ہیں تو خیال رکھئے کہ دوران ریکارڈنگ آپ کی انگلیاں مائیکروفون کے اوپر نہ ہوں ورنہ آواز مدھم ہو جائیگی۔

20) بریکنگ نیوز کیلئے:

----- جائے وقوعہ پر کارروائی فلم بند کریں۔

----- ساؤنڈ کے بارے میں سوچیئے۔ اگر یہ کسی حادثہ یا ایمرجنسی کا واقعہ ہے تو پولیس یا ایمبولینس کے سائرن اور لوگوں کی چیخ و پکار ایسی ممکنہ آوازیں ہیں جنہیں آپ ریکارڈنگ میں شامل کر سکتے ہیں۔

_____ وائس اوور کمینٹری کے ذریعے واقعہ کی تفصیل بیان کریں۔

_____ رپورٹ مکمل کرنے کیلئے ایک مختصر پی ٹی سی ریکارڈ کریں۔

_____ جلد از جلد رپورٹ فائل کر دیں۔

ایڈیٹنگ کیلئے مشورے

سمارٹ فون پر استعمال ہونے والی ایڈیٹنگ ایپس جیسا کہ ائی مووی اور کینی ماسٹر کے کنٹرولز اور پیشکش آسانی سے سمجھ میں آنے والے ہیں۔ ایسے صحافی جو ایڈوبی پریمئر پرو جیسے ویڈیو ایڈیٹنگ سافٹ ویئر سے واقف ہیں انہیں یہ سمارٹ فون ایپس استعمال کرنے میں اور بھی آسانی پیش آئیگی۔ لیکن جو لوگ یہ بنیادی سمجھ نہیں رکھتے ان کیلئے بھی آن لائن ٹٹوریلز کی شکل میں مدد اور رہنمائی موجود ہے۔ جرمن فاؤنڈیشن کونراڈ ادیں اور سٹیفٹنگ کی جانب سے تیار کی گئی ویب سائٹ موبائل جرنلزم مینوئل پر صحافیوں کی رہنمائی کیلئے معلومات موجود ہیں جن میں ویڈیو ایڈٹنگ کی سیکھ اور مشہور سمارٹ فون ویڈیو ایڈیٹنگ ایپس کا استعمال بھی شامل ہے۔ یہ ویب سائٹ مندرجہ ذیل ایڈریس پر موجود ہے :

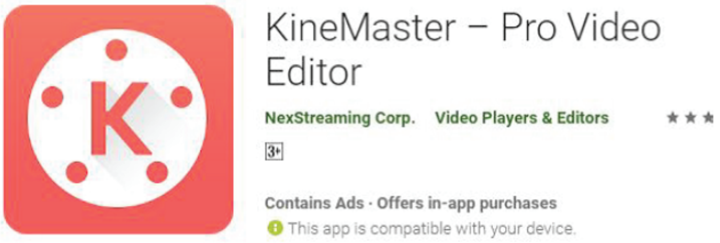
http://www.mojo-manual.org/

یونیورسٹی آف کیلی فورنیا برکلے کے جرنلزم اسکول نے بھی ملٹی میڈیا صحافت کے اپنے لیکچر شیئر کرنے کیلئے ایک ویب پورٹل قائم کیا ہے، جس پر موجود ٹٹوریلز آڈیو اور ویڈیو ریکارڈنگ اور ایڈیٹنگ کے مختلف موضوعات پر روشنی ڈالتے ہیں:

https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/

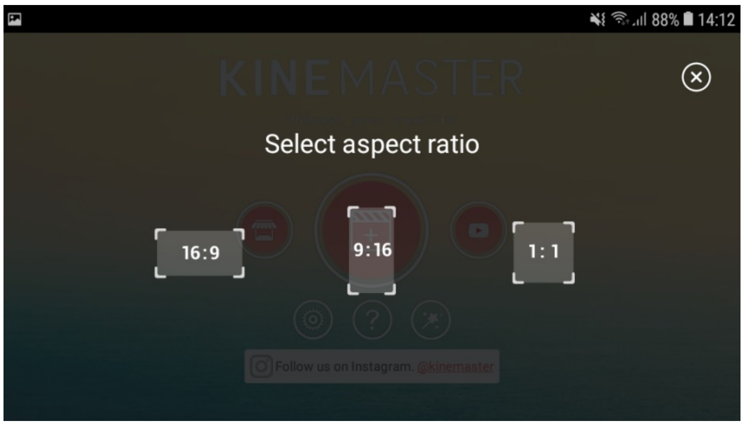
کینی ماسٹر کا استعمال

کینی ماسٹر ویڈیو ایڈیٹنگ ایپ آئی فون اور اینڈرائڈ دونوں پر استعمال ہو سکتی ہے۔ اسے اپنے فون پر ڈاون لوڈ اور انسٹال کریں۔

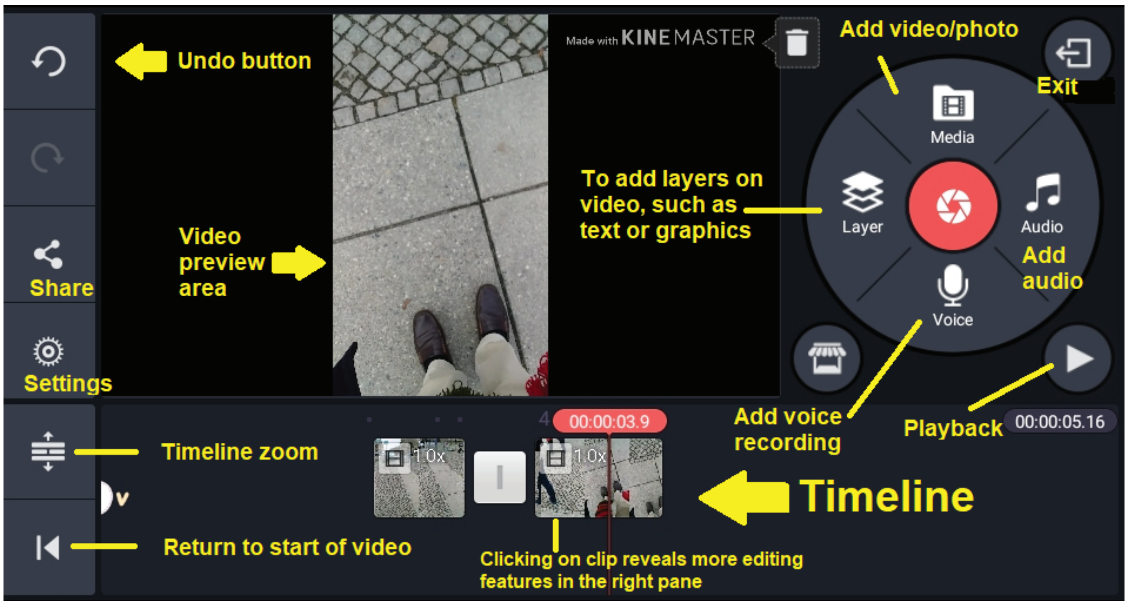


جب آپ اس ایپ کو کھولیں گے تو آپ کو مندرجہ ذیل تصویر میں دکھائی جانے والی سکرین نظر آئیگی۔ اس سکرین پر آپ درمیان میں دیا گیا "نیا پروجیکٹ" کا بٹن دبا کر ویڈیو ایڈیٹنگ کا آغاز کر سکتے ہیں۔

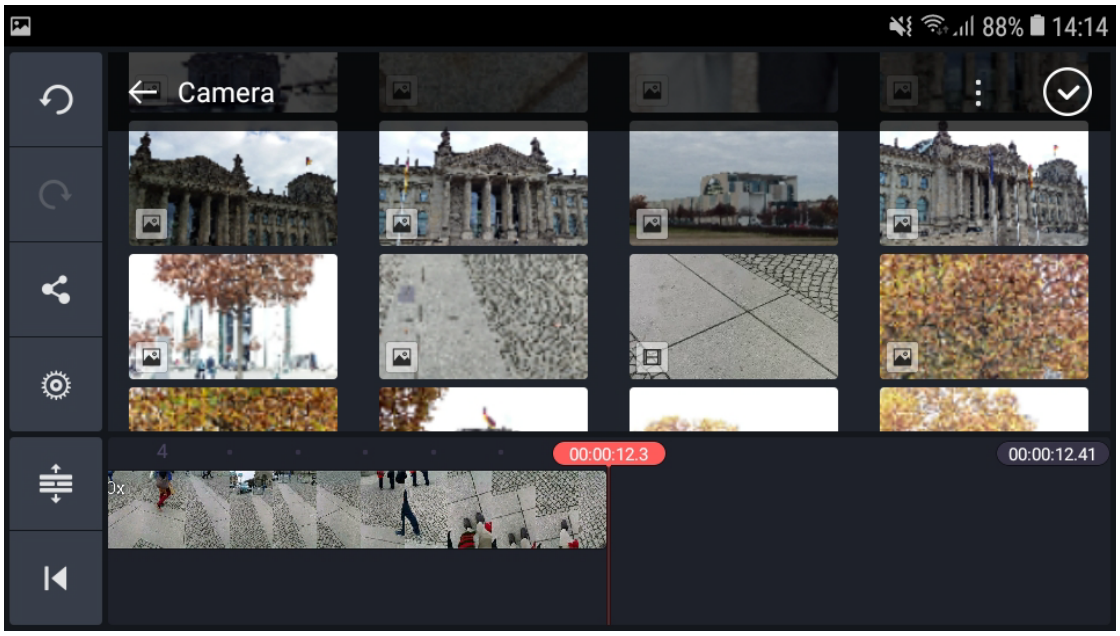
کینی ماسٹر آپ سے ویڈیو کی ایسپیکٹ ریشو یعنی ویڈیو کی لمبائی اور چوڑائی کا تناسب کے بارے میں پوچھے گا۔ زیادہ تر ویڈیوز 16:9 کے تناسب پر پبلش کی جاتی ہیں۔



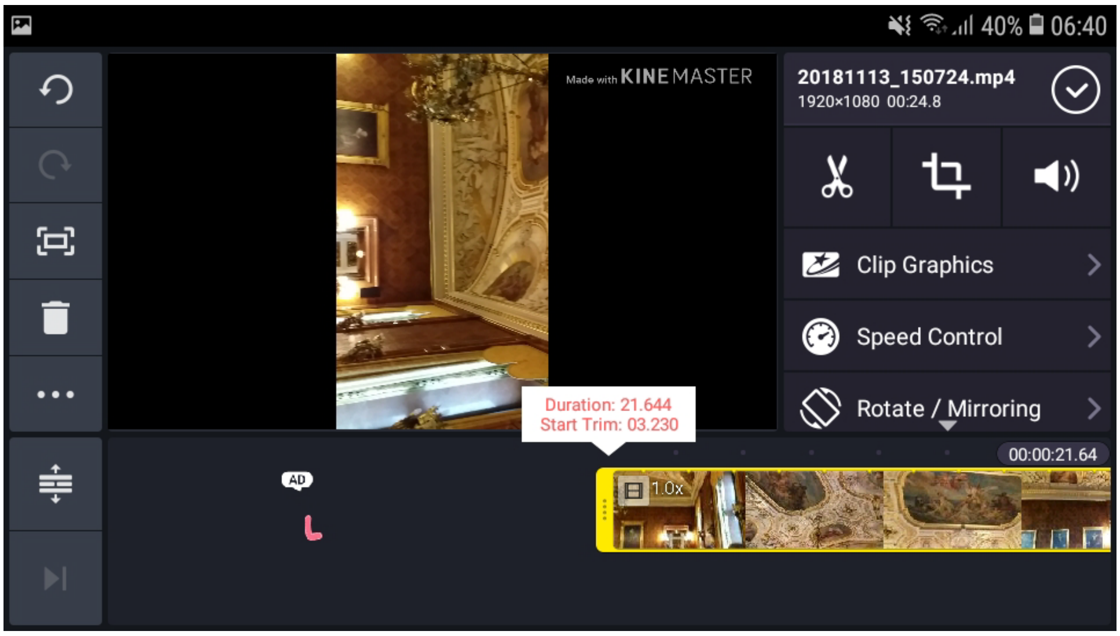
ایسپیکٹ ریشو کا انتخاب کرنے کے بعد آپ ایڈیٹنگ کی مرکزی سکرین پر پہنچ جائیں گے جو کہ مندرجہ ذیل تصویر میں دکھائی گئی ہے۔ سکرین کی دائیں جانب ایک گول دائرے میں میڈیا فائلز کے انتخاب کے طریقے دیے گئے ہیں۔ جبکہ بائیں جانب آخری اقدام کو واپس کرنے کیلئے ان ڈو کا بٹن، ویڈیو شیئر کرنے کا بٹن، سیٹنگز کا بٹن، اور دیگر آپشنز موجود ہیں۔ سکرین کا درمیانی حصہ مزید دو حصّوں میں تقسیم کیا گیا ہے۔ اوپر والے حصے میں ویڈیو کا پری ویو دکھایا جاتا ہے جبکہ نچلا حصہ ایک ٹائم لائن ہے جس پر آپ کے منتخب شدہ ویڈیو اور آڈیو کلپس نظر آئیں گے اور آپ انہیں ایڈٹ کر سکتے ہیں۔

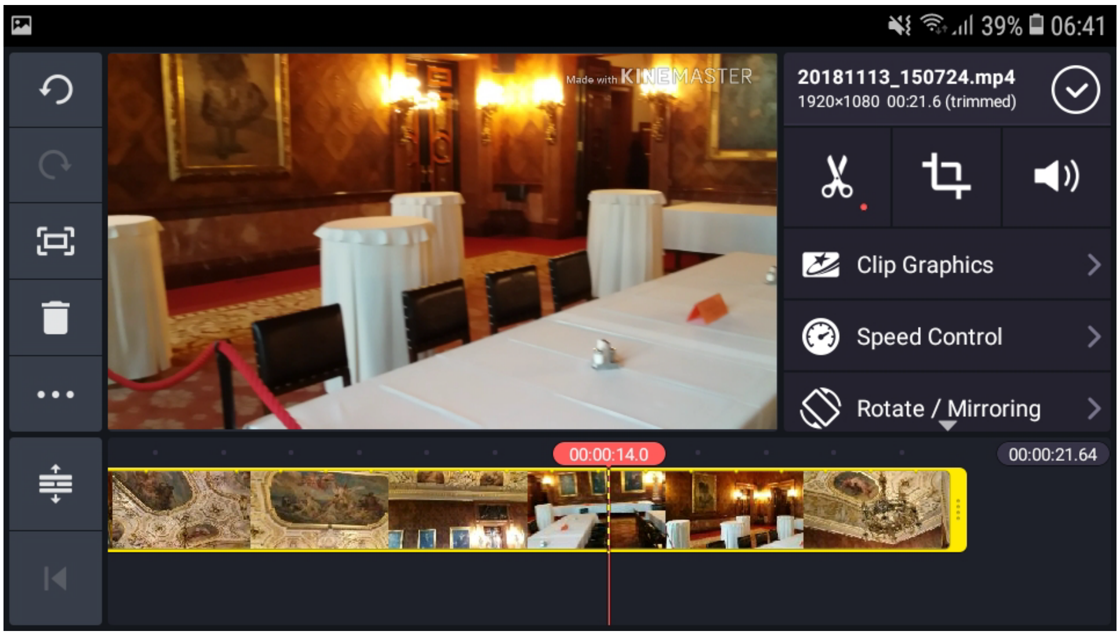


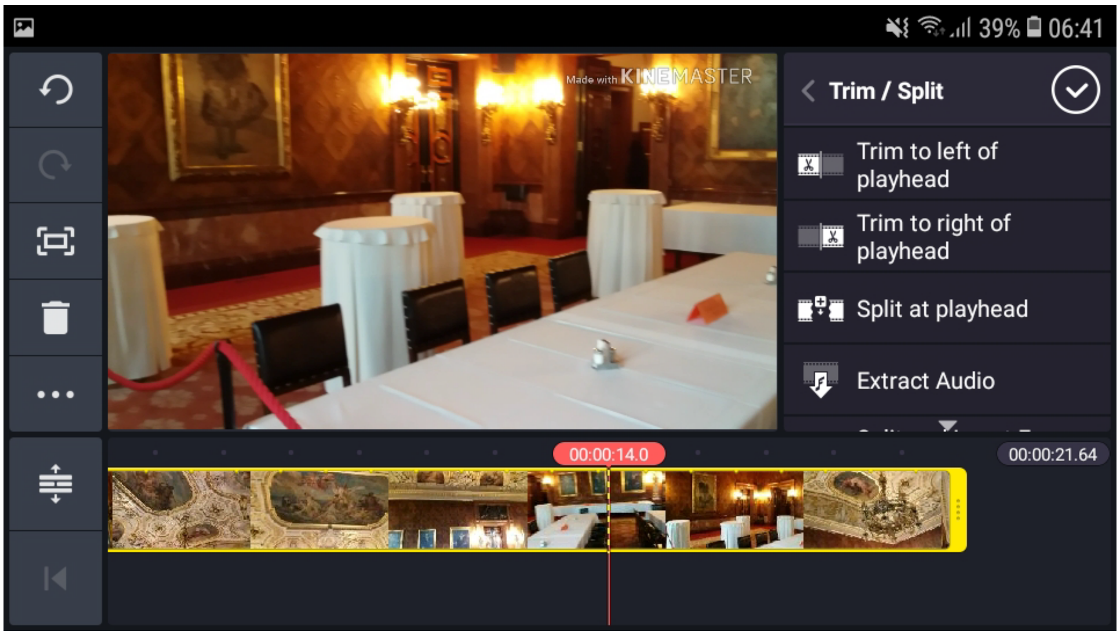
گول دائرے کے اوپر والے میڈیا بٹن پر کلک کرکے فون کی گیلری سے ریکارڈ شدہ ویڈیو کلپ منتخب کریں۔ یہ کلپ آپ کی ٹائم لائن پر نظر آنا شروع ہو جائیگی۔



اگر آپ ویڈیو کلپ کو انگلی سے تھپکائیں گے تو اسکے گرد پیلے رنگ کا حاشیہ نظر آ جائیگا اور سکرین پر دائیں جانب کلپ کو ایڈٹ کرنے کی آپشنز بھی نظر آنا شروع ہو جائینگی۔ اس حاشیے کو گھسیٹنے سے آپ کلپ کے نقطہ آغاز یا اختتام سے اس کا دورانیہ کم زیادہ کر سکتے ہیں۔ اگر آپ کلپ کے درمیانے حصے سے اسے کاٹنا چاہتے ہیں تو درمیان میں جس وقت سے ویڈیو کاٹنی ہے اس پر کلک کریں، پھر قینچی کے بٹن کو دبائیں اور نئی آپشن میں سے سپلٹ کے بٹن کو دبا کر ویڈیو کو مقررہ وقت سے دو حصوں میں تقسیم کر دیں۔ اب جس وقت تک ویڈیو کاٹنی ہے اس پر کلک کر کے اوپر دیا گیا قدم دہرائیں۔ ویڈیو کے تین حصے ہو جائیں گے جن میں سے درمیانہ حصہ وہ ہے جس کو آپ نے نکالنا تھا، اس پر کلک کر کے بائیں جانب دیا گیا ڈیلیٹ کا بٹن دبائیں۔ اس طرح غیر ضروری حصہ ویڈیو سے نکل جائے گا۔

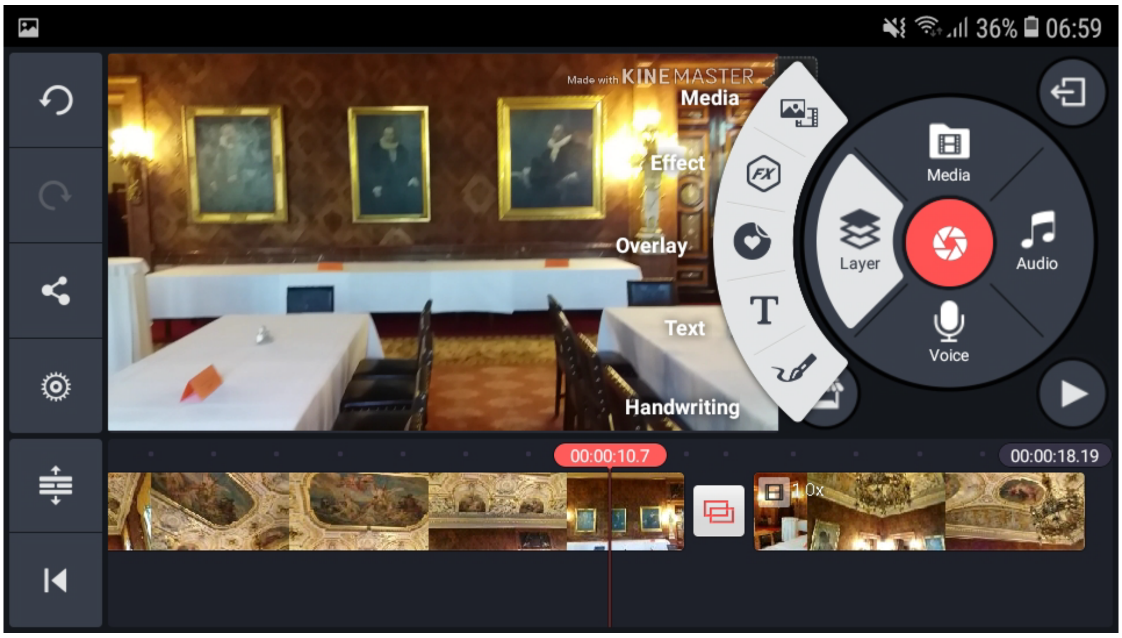


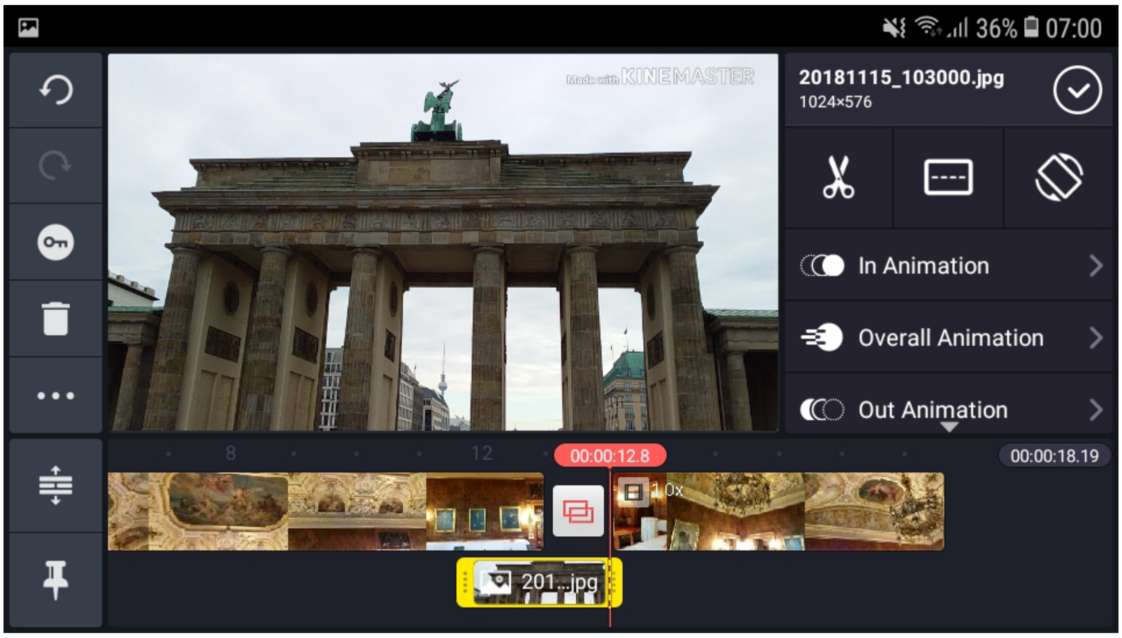




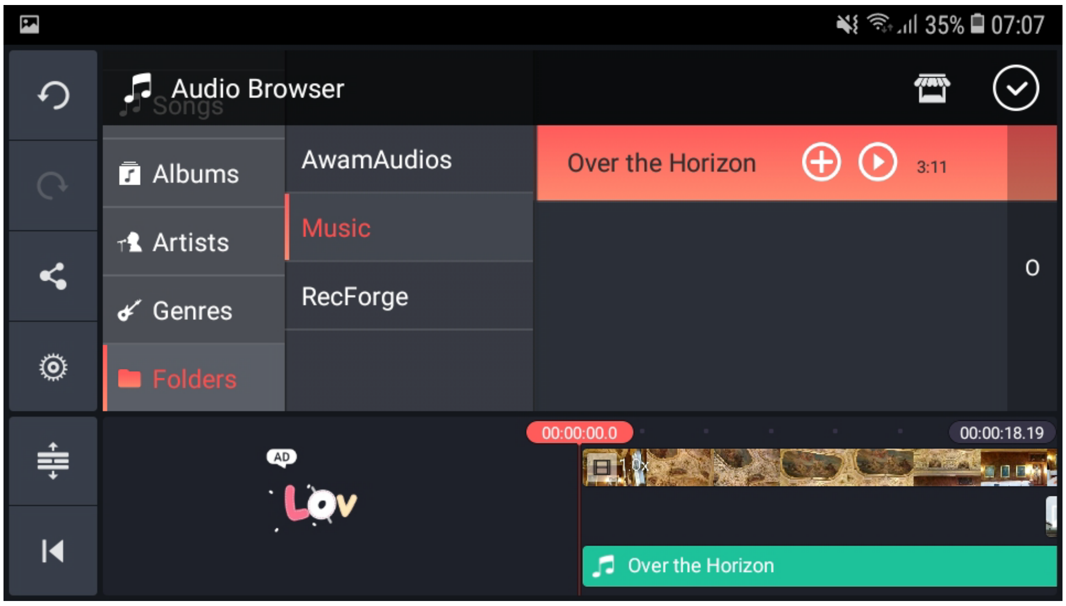
کسی بھی وقت اپنی ٹائم لائن پر ویڈیو کا معائنہ کرنے کیلئے دائیں یا بائیں گھسیٹیں۔ شہادت کی انگلی اور انگھوٹے کی مدد سے ٹائم لائن کو چٹکی بھر کر گھسیٹنے سے وقت کے اعتبار سے زووم ہو جائیگا تاکہ آپ باریکی سے ویڈیو ایڈٹ کر سکیں۔ آپ کلپس کی ترتیب بدلنے کیلئے ایک کلپ کو اٹھا کر دوسرے کلپ کے آگے یا پیچھے رکھ سکتے ہیں۔

بی رول کا اضافہ کرنے کیلئے گول دائرے پر دیے لیئر کے بٹن کو دبائیں اور اگلے مینو سے میڈیا کا انتخاب کریں۔ یہ تصاویر یا ویڈیوز آپ کے موجودہ کلپس کے نیچے ایک نئ سطح پر نظر آئینگے۔

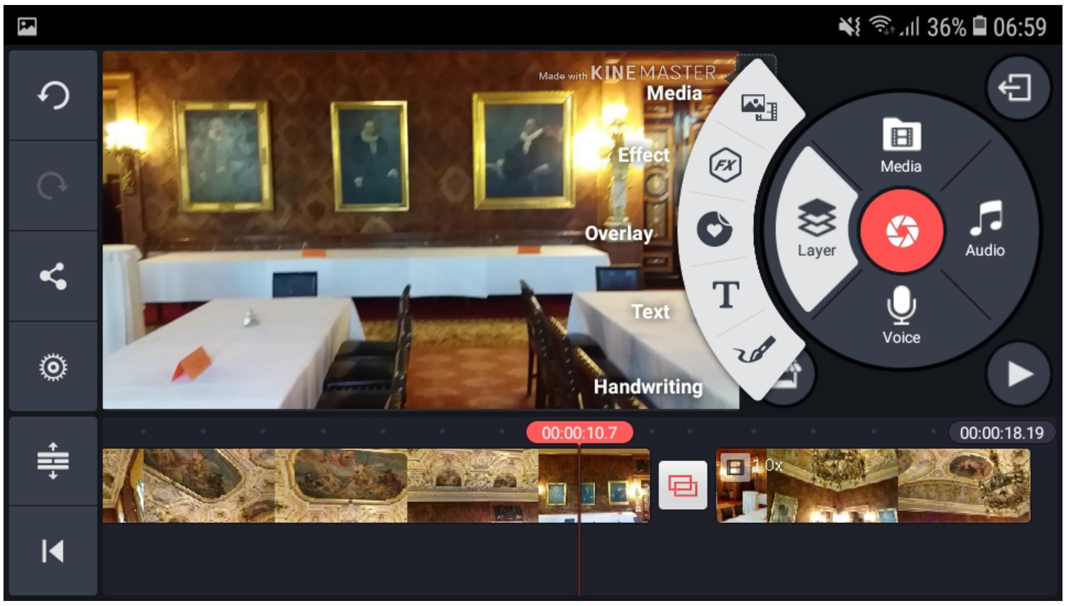


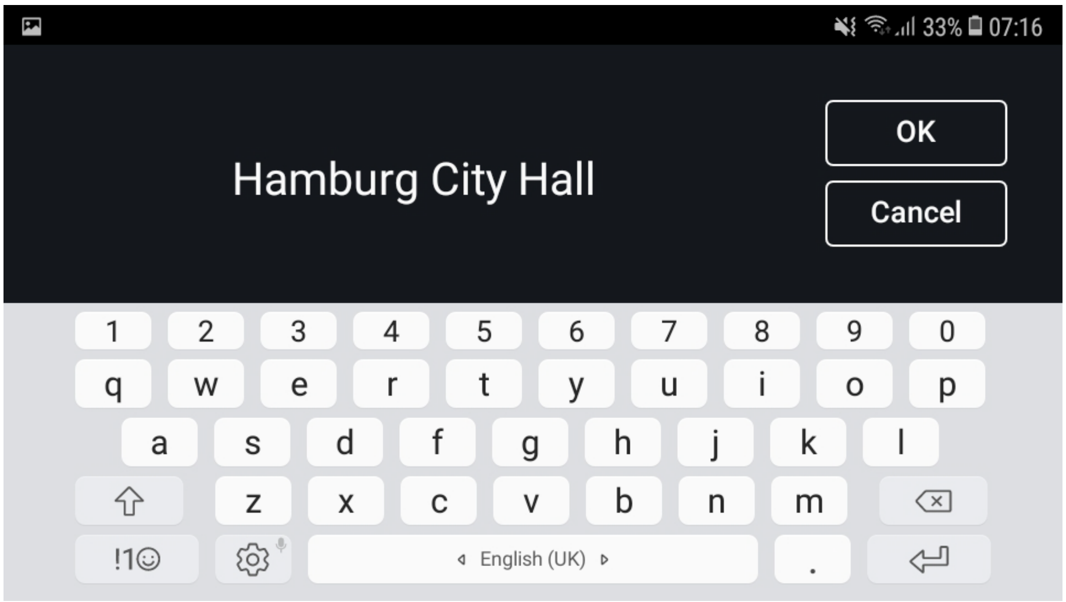


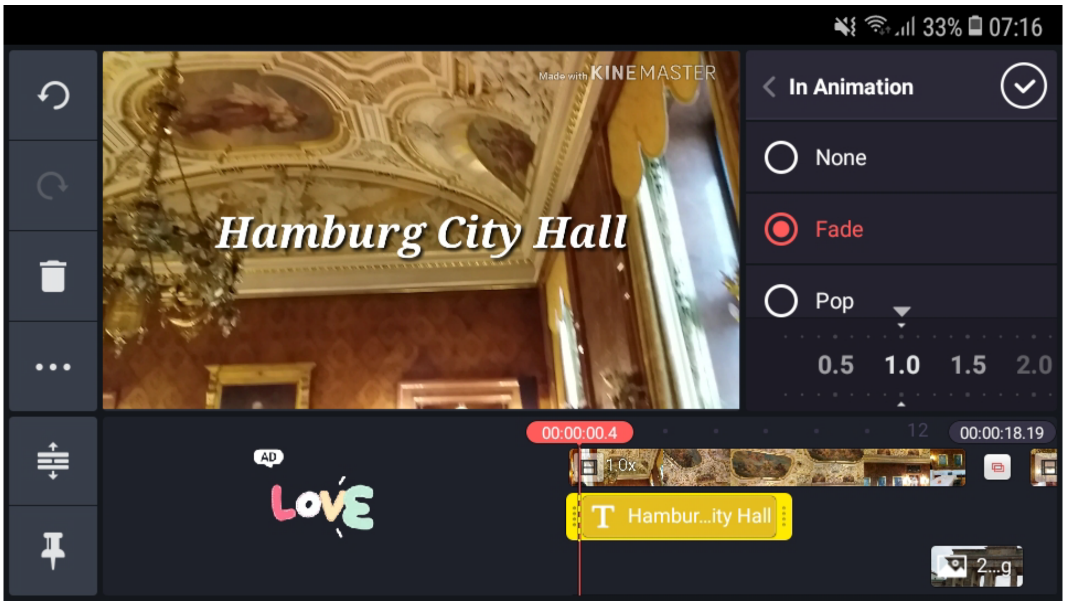
اسی طرح اگر آپ آواز کا اضافہ کرنا چاہتے ہیں تو گول دائرے پر دائیں جانب آڈیو کا بٹن دبا کر اپنے فون میں آڈیو ریکارڈنگ سے ساؤنڈ ٹریک منتخب کریں۔ آڈیو ٹریک کے ساتھ دکھائی دینے والا جمع کا بٹن دبانے سے یہ فائل آپ کے پروجیکٹ کا حصہ بن جائیگی۔ خیال رکھئے کہ یہ آڈیو فائل ٹائم لائن پر اسی جگہ رکھی جائیگی جہاں پر حال میں آپ نے ویڈیو کلپ کو کلک کیا تھا لہٰذا اگر آپ ویڈیو میں کسی خاص وقت پر آڈیو فائل رکھنا چاہتے ہیں تو پہلے اس وقت کا انتخاب کر لیں۔ آڈیو بھی ایک مختلف سطح پر نظر آئیگی اور آپ اس کو بھی ویڈیو کی طرح ایڈٹ کر سکتے ہیں



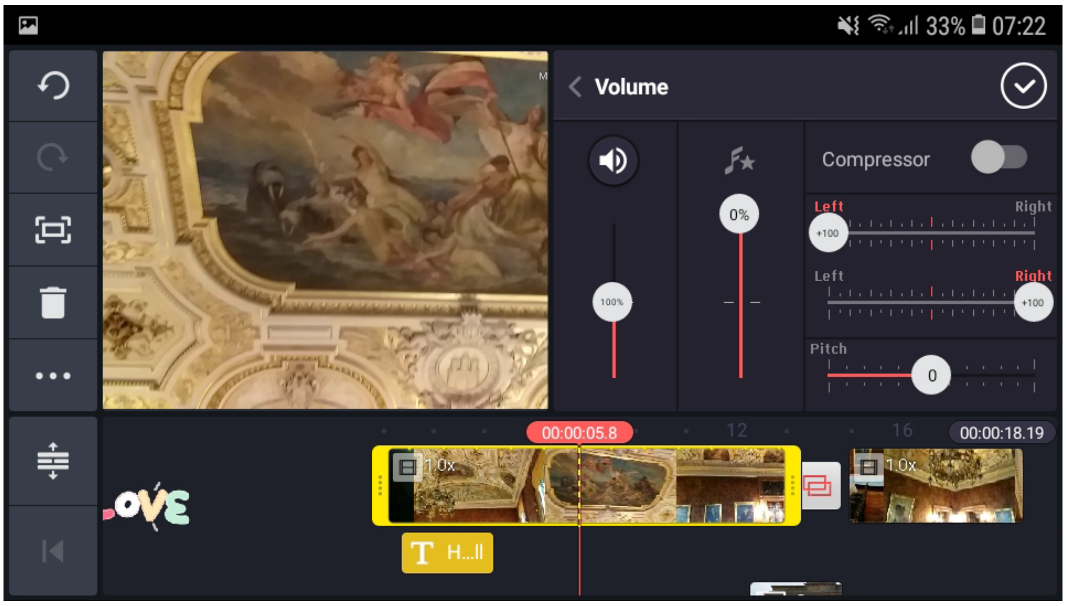
ویڈیو کا ٹائٹل ڈالنے کیلئے لیئر کے بٹن کو دبا کر ٹیکسٹ کی آپشن چنیے اور ٹائٹل تحریر کیجئے۔ کینی ماسٹر میں ٹیکسٹ کا فونٹ، سائز، اور پیشکش کا انداز تبدیل کرنے کی سہولیات موجود ہیں۔



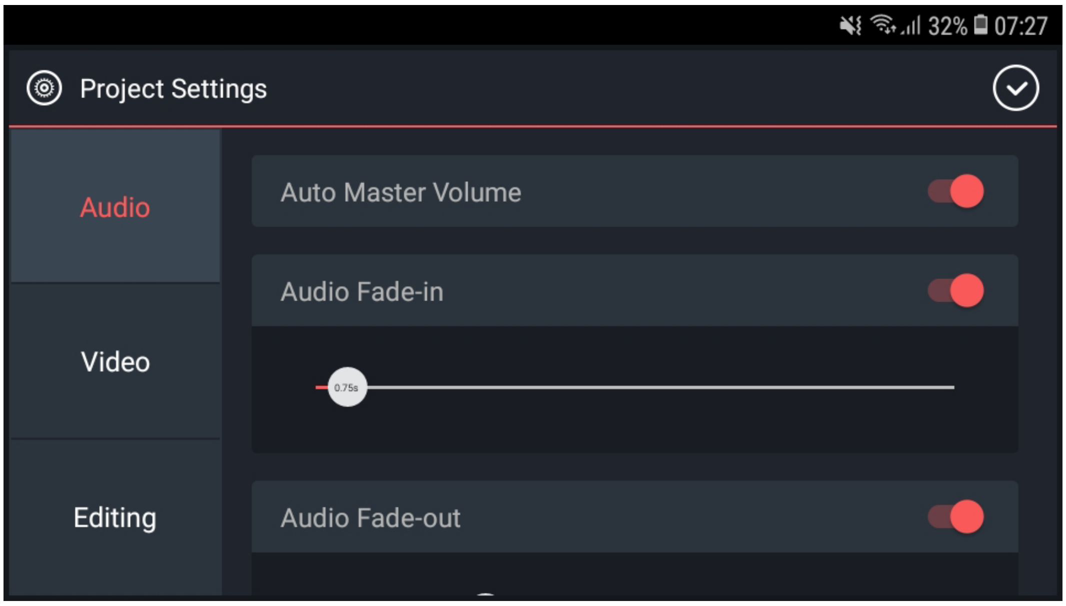


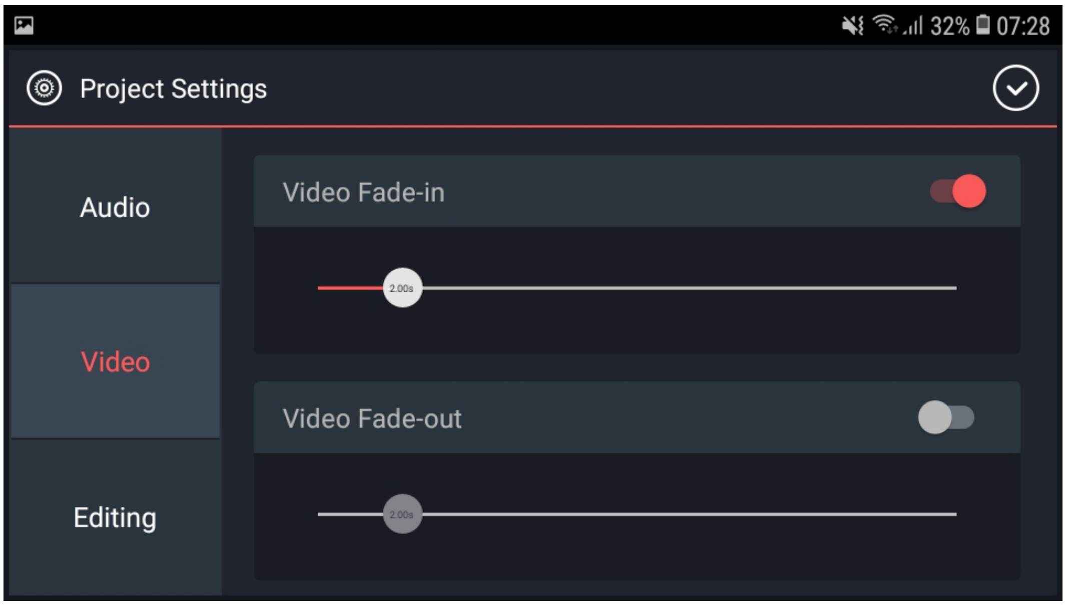


اگر آپ ویڈیو کلپ کے آڈیو لیول کو تبدیل کرنا چاہتے ہیں تو کلپ کو سلیکٹ کر کے دائیں ہاتھ والے مینو میں سے سپیکر کے بٹن پر کلک کریں۔ نیچے دی گئی تصویر میں نظر آنے والی سکرین نمودار ہوگی جس پر بائیں جانب والا سلائیڈر ویڈیو کلپ کی آواز کا لیول ہے اور دائیں جانب والا سلائیڈر بیک گراؤنڈ ٹریک کیلئے ہے۔

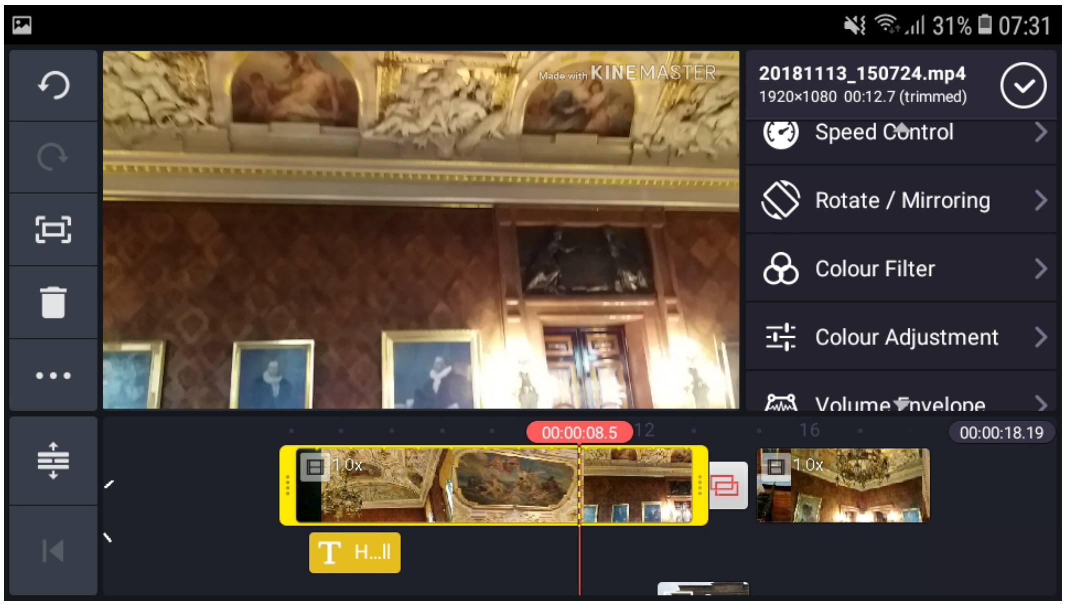


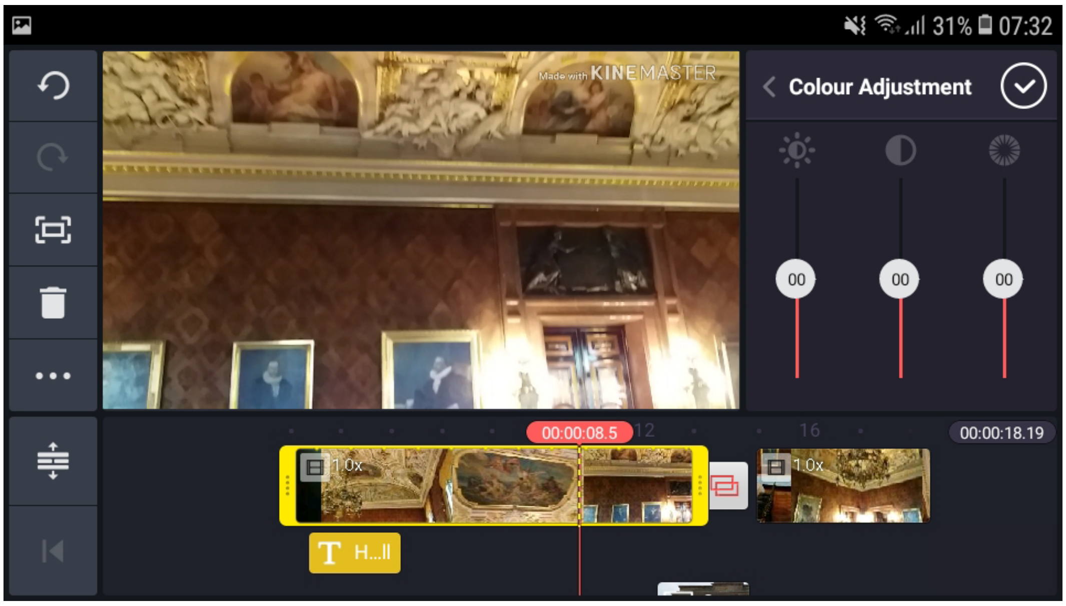
آپ ویڈیو اور آڈیو کے آغاز اور اختتام کی ٹرانزیشن بھی تبدیل کر سکتے ہیں۔ ایسا کرنے کیلئے سیٹنگز کا بٹن دبا کر آڈیو اور ویڈیو کے فیڈ لیول کو تبدیل کریں۔



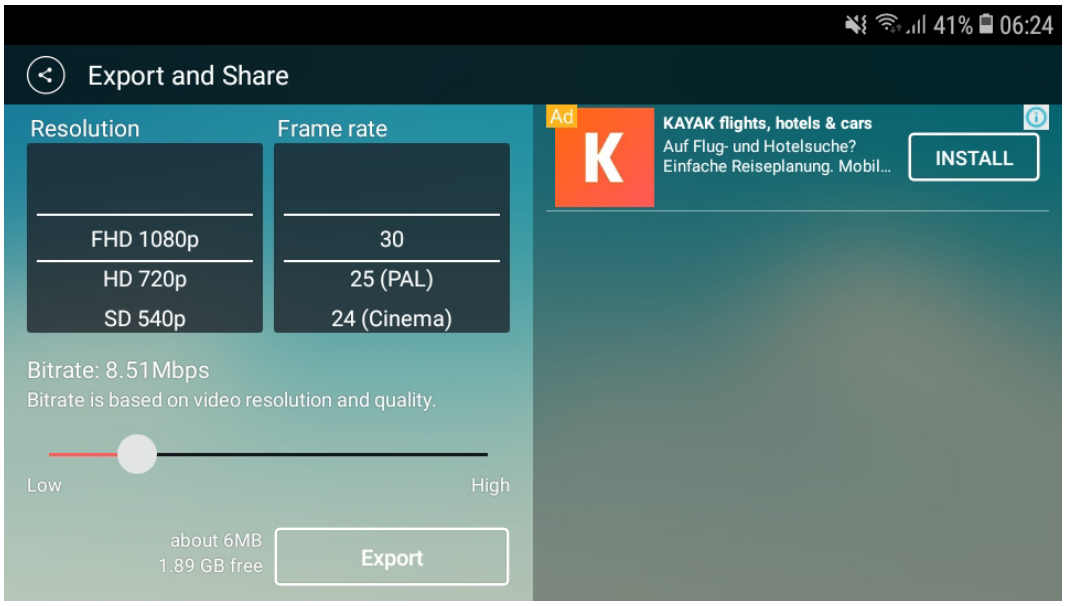


رنگوں کی اصلاح کیلئے کلر فلٹر یا کلر ایڈجسٹمنٹ کے بٹن دبا کر آپ روشنی وغیرہ ویڈیو کی خصوصیات کو تبدیل کر سکتے ہیں۔





جب آپ ویڈیو ایڈیٹنگ سے مطمئن ہو جائیں تو شیئر بٹن دبا کر فائل ایکسپورٹ کرنے کی تفصیلات منتخب کریں اور ایکسپورٹ کا بٹن دبا کر فائل اپنے فون میں محفوظ کر لیں۔ کینی ماسٹر ایپ کا فری ورژن ویڈیوز پر اپنا واٹر مارک شامل کرتا ہے۔



موبائل صحافت کیلئے تحریر

یونیورسٹی آف کولوراڈو کی ایک تحقیق کے مطابق تحقیق میں شریک افراد کی اکثریت نے موبائل کے اوپر ایک تحریری کہانی کے صرف تین پیراگراف پڑھے اور ایک منٹ سے کم موبائل نیوز ویڈیو دیکھی۔ اس تحقیق اور اس سے ملتی جلتی ریسرچ یہ ظاہر کرتی ہے کہ موبائل پر نیوز میں اختصار کی اہمیت اور بھی بڑھ گئی ہے۔

موبائل پر نیوز پبلشنگ کے ناقدین کا یہ کہنا ہے کہ مختصر معلومات سے ناظرین کا توجہ دینے کا دورانیہ اور کم ہو جائے گا اور اس سے ان کی پیچیدہ امور سمجھنے کی قوت بھی متاثر ہوگی۔ صحافی ان خدشات سے واقف ہیں اور نیوز ادارے موبائل کے ذریعے خبریں عوام تک پہنچانے کے مختلف طریقوں پر تجربہ کر رہے ہیں جیسا کہ نیوز ایپس، کم دورانیے کی وضاحتی ویڈیوز، ایسی ویڈیوز جن میں سب ٹائٹلز ہوں، کارڈز، اور سلائیڈز۔

لیکن یہ سب جدید طریقے اپنی افادیت اور عوامی رابطے کیلئے موثر تحریری تکنیک پر انحصار کرتے ہیں۔ موجو کیلئے مندرجہ ذیل مشورے مفید ثابت ہو سکتے ہیں:

1) سادہ اور دلچسپ شہ سرخیاں لکھیں

2) اختصاری ابتدائیے لکھیں

3) تدریجی ترتیب کا ڈھانچہ استعمال کریں

4) جملوں کی لمبائی مختصر رکھیں

5) پیراگراف کی لمبائی مختصر رکھیں

6) لسٹ کا استعمال کریں

7) تحریر میں اپنے آپ کو مت دہرائیں

8) لمبے ڈائریکٹ اقوال کو دوسرے الفاظ کی مدد سے سادہ زبان میں لکھیں

9) تصاویر اور ویڈیوز کا استعمال کریں

10) ویب لنک شامل کریں

11) اگر مناسب ہو تو گفتگو کا سٹائل استعمال کریں

مشقیں

سوال نمبر ایک۔۔۔ مندرجہ ذیل خبر کو موبائل فارمیٹ کیلئے تحریر کریں۔ یہ خبر نوائے وقت اخبار میں 15 نومبر 2018 کو چھپی تھی۔

سینٹ میں وفاقی وزیر اطلاعات فواد چوہدری کی تقریر پر ہنگامہ، وزیر اطلاعات نے نواز شریف' زرداری' فضل الرحمن اور محمود اچکزئی کو شدید تنقید کا نشانہ بنایا۔ اپوزیشن نے فواد چوہدری کے الفاظ پر شدید احتجاج کرتے ہوئے ایوان سے واک آؤٹ کر دیا اور قائد ایوان شبلی فراز کے منانے پر بھی اپوزیشن ایوان میں نہ آئی۔ چیئرمین سینٹ نے فواد چوہدری کے غیر پارلیمانی الفاظ ایوان کی کارروائی سے حذف کراتے ہوئے تنبیہ کی کہ آپ پارلیمانی زبان میں اپنا بیان دیں اگر آپ نے پارلیمانی زبان استعمال نہ کی تو آپ کو بولنے نہیں دیں گے۔ چیئرمین سینٹ کے بار بار کہنے پر فواد چوہدری اپنی نشست پر کھڑے رہے اور چیئرمین پر اعتراض کیا ہے کہ آپ اپوزیشن کی زیادہ سائیڈ لیتے ہیں اور ہمیں ہی ہمیشہ چپ کراتے رہتے ہیں۔ چیئرمین سینٹ نے کہاکہ چوہدری صاحب آپ جب بھی آتے ہیں ایوان کا ماحول خراب کر دیتے ہیں۔ چیئرمین نے فواد چودھری کا مائیک بند کرا دیا تاہم وزیر اطلاعات نے مائیک بند ہونے کے باوجود تقریر جاری رکھی۔ چیئرمین سینٹ نے کہا کہ سپیکر قومی اسمبلی کے ساتھ مل کر ضابطہ اخلاق بنانا چاہئے اور تمام اراکین اس پر عمل کریں۔ وزیر صاحب آپ

نامناسب الفاظ استعمال کرتے ہیں، برداشت کریں۔ ایوان کو چلانا حکومت کی ذمہ داری ہوتی ہے جبکہ فواد چوہدری نے معاشی دہشت گردی کی تحقیقات کے لئے پارلیمانی کمیٹی تشکیل دینے کا مطالبہ کرتے ہوئے کہا کہ محمود اچکزئی، فضل الرحمان، شریف اور زرداری نے اس ملک کو لوٹا ہے، گزشتہ دس سالوں میں 42 ٹریلین روپے بلوچستان کو دیئے گئے وہ کہاں استعمال ہوئے کسی کو کچھ پتہ نہیں، پچھلے دس سالوں میں وہاں کون حکمران تھے، ماضی میں مختلف جگہوں پر اولیاءکرام کے مزاروں سے ملحق اراضی پر قبضہ کیا گیا، جو اربوں کھا کر بیٹھے ان کا نام لینا ضروری ہے۔ مسلم لیگ ن والے دربار بابا فرید کی زمین بھی کھا گئے۔ کرپشن کے خلاف بات کریں تو اپوزیشن کا احتجاج شروع ہو جاتا ہے۔ مشاہداللہ نے میرے متعلق نامناسب الفاظ استعمال کئے وہ یا ان کی جماعت معذرت کرے۔ اپوزیشن کی خواہش ہے کہ احتساب کی بات نہ کریں، چیئرمین سینٹ صادق سنجرانی نے سپیکر قومی اسمبلی سے مشاورت کے بعد پارلیمانی کمیٹی بنانے کی یقین دہانی کرا دی۔ فواد چوہدری کے الفاظ پر اپوزیشن ارکان نے شدید احتجاج کیا اور شور شرابہ کیا۔ وفاقی وزیر پارلیمانی امور علی محمد خان نے کہا ہے کہ کوئٹہ ایئرپورٹ کا 72 فیصد کام مکمل کر لیا ہے، کام بروقت مکمل نہ کرنے کی وجہ سے منصوبے کی لاگت 2.6 ارب روپے سے بڑھ گئی۔ دیکھنا ہو گا کہ گزشتہ دس سالوں میں جو فنڈز بلوچستان میں گئے وہ درست طریقے سے لگے بھی یا نہیں۔ پی آئی اے کی بحالی' میں سارے معاملات کو دیکھا جا رہا ہے۔ قبل ازیں توجہ مبذول نوٹس پر سینیٹر عثمان کاکڑ، سردار اعظم موسیٰ خیل، سینیٹر میر کبیر شاہی اور سینیٹر کلثوم پروین نے کہا کہ کوئٹہ ایئرپورٹ کی تکمیل دسمبر 2017ء میں ہونا تھی لیکن اب تک اسے مکمل نہیں کیا گیا، کوئٹہ کی پروازیں اکثر منسوخ ہو جاتی ہیں، صوبے کے ساتھ ناانصافی نہ کی جائے۔ اپوزیشن نے وقفہ سوالات کے دوران وزراء کی عدم موجودگی اور تاخیر سے آمد پراور وزیر اطلاعات فواد چوہدری کی تقریر پر واک آؤٹ اور اجلاس کا بائیکاٹ کیا۔ چیئرمین سینٹ نے ہدایت کی کہ وزراء کی تاخیر سے آمد کے حوالے سے وزیراعظم کو خط ارسال کیا جائے۔ شبلی فراز نے کہا کہ سینئر وزرا کی غیرحاضری پر شرمندگی ہے۔

سوال نمبر دو۔۔۔ اس باب میں جن سمارٹ فون ایپس کا ذکر کیا گیا ہے ان میں سے کوئی اپنے فون پر انسٹال کر کے اسکی مدد سے اپنے علاقے کی کسی مارکیٹ یا کاروباری مرکز میں تاجروں اور گاہکوں کو پیش آنے والی مشکلات پر ایک ویڈیو ریکارڈ، ایڈٹ اور پبلش کریں۔ ویڈیو اور آڈیو ریکارڈ کرنے سے پہلے خبر سے متعلق افراد سے غیر رسمی بات چیت کر کے مسائل کی نشاندہی کریں تاکہ آپ کو اپنی خبر کا مرکزی خیال سمجھ آ جائے اور آپ بہتر سوال پوچھ سکیں۔ چند مرکزی کرداروں کی بھی نشاندہی کریں جن کے اقوال آپ کہانی میں شامل کر سکتے ہیں۔ بی رول کیلئے مارکیٹ یا کاروباری مرکز میں روز مرہ کی کارروائی کے لمحات ریکارڈ کریں۔ خبر کے اختتام کیلئے لوگوں کو در پیش مسائل کے ممکنہ حل کو پی ٹی سی کے ذریعے بیان کرنے کی آپشن پر غور کریں۔

باب نمبر دس — سوشل میڈیا اور صحافت

سوشل میڈیا کی وسیع تعریف میں ان تمام انٹرنیٹ ٹیکنالوجی اور پلیٹ فارمز کو شمار کیا جاتا ہے جن پر لوگ سماجی رابطے اسطوار کر سکتے ہیں۔ اس تعریف کے اعتبار سے فیس بک جیسے دیوقامت سوشل نیٹ ورک سے لے کر یو ٹیوب جیسی ویڈیو شیئرنگ ویب سائٹ اور آن لائن فورمز اور بلاگ بھی سوشل میڈیا کی چھتری کے نیچے آتے ہیں۔

سوشل میڈیا اب نیوز میڈیا کے منظر کا ایک اہم حصہ ہیں کیونکہ ان کے ذریعے نہ صرف معلومات اکھٹا کرنے میں آسانی ہوتی ہے بلکہ خبریں پبلش کرنے اور انہیں شیئر کرنے کی بھی سہولیات میسر ہوتی ہیں۔

کروڑوں لوگ ٹوئیٹر اور فیس بک کو روزانہ استعمال کرتے ہیں اور اسی وجہ سے نیوز اداروں کیلئے اپنی خبروں اور تجزیے کو ان پلیٹ فارمز پر شائع کرنا نہ گزیر ہو گیا ہے۔ آن لائن یوزر خبریں پیدا بھی کرتے ہیں۔ پاکستان اور دنیا بھر میں بریکنگ نیوز واقعات جیسا کہ حادثے یا آفات کے آئینی شاہد تفصیلات اب سب سے پہلے سوشل میڈیا پر ہی نمودار ہوتی ہیں۔ سوشل میڈیا پوسٹس کو آن لائن خبروں میں پیوست کرنے کی آسانی کی وجہ سے ایڈیٹر بھی اب سوشل میڈیا پر دستیاب تجزیے کو عوامی اہمیت کے امور پر کی جانے والی خبروں میں شامل کرنے کو اہمیت دیتے ہیں۔ سوشل میڈیا کے عام استعمال سے صحافیوں کے روایتی ذرائع بھی اب آن لائن پائے جاتے ہیں۔ مثال کے طور پر سرکاری اداروں نے فیس بک پیج بنا ڈالے ہیں۔ غیر سرکاری تنظیمیں ٹوئیٹر کے ذریعے معلومات شیئر کرتی ہیں۔ پبلک ریلیشنز افسر واٹس ایپ کے ذریعے پریس ریلیزیں ارسال کرتے ہیں۔ لنکڈ ان جیسے پروفیشنل نیٹ ورک پر بھی صحافیوں کو اہم ذرائع مل جاتے ہیں۔

موجودہ صورت حال میں صحافیوں کیلئے سمجھنا ضروری ہے کہ وہ سوشل میڈیا کو اپنی رپورٹنگ اور تحریر میں کیسے بہتر استعمال کر سکتے ہیں۔

سوشل میڈیا کی مدد سے رپورٹنگ

سوشل میڈیا کئی طرح سے رپورٹنگ میں صحافیوں کی مدد کر سکتے ہیں۔

تحقیق: بلاگز اور آن لائن فورمز جیسا کہ ریڈٹ اور قورا تحقیق کیلئے عمدہ ذرائع ہیں کیونکہ یہاں پر صحافیوں کو مختلف امور کے اوپر سوالات کے جواب، تبصرے اور ماہرین کی رائے مل سکتی ہے۔ صحافی گووگل اور ٹوئیٹر کے ایڈوانسڈ سرچ فیچر کو استعمال کر کے شائع شدہ بیانات اور معلومات کا کھوج لگا سکتے ہیں۔ اوپن سورس ٹیک کمیونٹیز جیسا کہ گٹ حب وغیرہ پر صحافیوں کو اپنی خبروں کیلئے پبلک ڈیٹا بھی مل سکتا ہے۔ بیٹ رپورٹروں کیلئے یہ مفید ہوگا کہ وہ اپنی روز مرہ کے ذرائع کو سوشل میڈیا ویب سائٹس پر فولو کریں تاکہ نئی معلومات جلد ان تک پہنچ سکیں۔

ٹرینڈنگ ٹاپکس: ٹوئیٹر پر ٹرینڈنگ ہیش ٹیگز کے ذریعے صحافی یہ جان سکتے ہیں کہ لوگ کن موضوعات پر بحث کر رہے ہیں۔ ان ٹرینڈنگ اور وائرل ٹاپکس کے ذریعے اب روایتی میڈیا اور سوشل میڈیا کے درمیان ایک رابطہ بھی بن رہا ہے کیونکہ روایتی میڈیا ان امور پر رپورٹنگ کرتے ہیں اور اس رپورٹنگ کے باعث سوشل میڈیا پر مزید بحث پیدا ہوتی ہے۔ لہٰذا روایتی میڈیا اور سوشل میڈیا کے درمیان اب معلومات کا ایک دو طرفہ بہاؤ دیکھنے کو ملتا ہے۔ صحافی ٹوئیٹر کی اپنی سرچ کے علاوہ ٹرینڈزمیپ یا بز سومو جیسی ویب سائٹس پر جا کر بھی ٹرینڈنگ ٹاپکس جان سکتے ہیں۔

مجمع سے اکٹھی کی گئی خبریں: خبروں اور معلومات کے حصول کیلئے انٹرنیٹ یوزرز پر انحصار ایک ڈیجیٹل صحافی کے کام میں ایک اہم حکمت عملی بن چکا ہے۔ صحافی سوشل میڈیا پر اپنے فولورز اور عوام سے اپنی خبروں کیلئے کومنٹ کر سکیں یا انٹرویو کیلئے ممکنہ ذرائع ڈھونڈ سکیں۔

کولمبیا جرنلزم ریویو کی مجمع سے معلومات اکٹھا کرنے کی گائیڈ کے مطابق اس کے پیغام مربوط یا غیر مربوط ہو سکتے ہیں۔

غیرمربوط اندازمیں صحافی عوام کیلئے ایک کھلا دعوت نامہ بھیجتے ہیں کہ اگر کسی کے پاس خبر سے متعلق معلومات ہوں تو وہ براہ راست صحافی یا نیوز ادارے سے رابطہ کر لے۔

مربوط انداز میں اہداف کا بہتر تعین کیا جاتا ہے۔ اس طریقے میں صحافی یا نیوز ادارے ای میل، آن لائن فورمز اور سروے وغیرہ کے ذریعے آڈینس کے ایک مخصوص طبقے سے مخصوص درخواست کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر ادویات بنانے والی کمپنیوں کی کرپشن کے حوالے سے ایک خبر کیلئے صحافی شاید صرف میڈیکل کمیونٹی سے رابطہ کرنا چاہیں۔ مربوط انداز کے حامل پیغام سے حاصل ہونے والے جوابات عام طور پر ایک ڈیٹا بیس میں محفوظ کیے جاتے ہیں تاکہ بعد میں ان کا تجزیہ کیا جا سکے۔

مجمع سے معلومات اکٹھا کرنے کیلئے صحافی اس قسم کے سوال پوچھ سکتے ہیں جیسا کہ کیا یہ واقعہ آپ کے ساتھ بھی پیش آیا؟ کیا آپ کبھی ایسے تجربے سے گزرے؟ یا پھر، آپ اس مسئلہ کے بارے میں کیا رائے رکھتے ہیں، ہمیں آگاہ کیجئے۔

امریکی ڈیجیٹل جریدے پرو پبلیکا نے 2017 میں زچگی سے متعلق صحت کی سہولیات پر ایک تحقیقاتی رپورٹ کیلئے جو صحافتی عمل اپنایا اسکا شمار مجمع سے معلومات حاصل کرنے کی بہترین مثالوں میں ہوتا ہے۔

پرو پبلیکا نے امریکی نیشنل پبلک ریڈیو کے ساتھ مل کر ایک سروے فارم ترتیب دیا جس کا مقصد یہ تھا کہ ان خواتین کی کہانیاں اکٹھی کی جائیں جو زچگی کے دوران فوت ہو گئیں یا انتقال سے بال بال بچ گئیں۔ اس سروے کے جواب میں ہزاروں جوابات موصول ہوئے جن کی مدد سے صحافیوں نے امریکا میں زچگی سے منسلک صحت کے نظام کا باریک بینی سے جائزہ لیا اور مسائل کی تہہ تک پہنچ کر ان کے ممکنہ حل کی نشاندہی کی۔

امریکی خبر رساں ادارے نیشنل پبلک ریڈیو کا ایک ٹویٹ جس میں کراوڈ سورسنگ کی مثال پیش کی گئی ہے

ملٹی میڈیا مواد

فوٹوز اور ویڈیوز سوشل میڈیا کیلئے کرنسی نوٹ کی حیثیت رکھتے ہیں۔ نیوز اداروں کو اس بات کا علم ہے کہ کسی بریکنگ نیوز واقعہ کی صورت میں ان کے رپورٹر یا فوٹو گرافر ہر مرتبہ فوری طور پر موقع پر نہیں پہنچ پائیں گے۔ لیکن عین ممکن ہے کہ کسی آئینی شاہد یا راہگیر نے اس اثنا میں اس واقعہ کی تصویر یا ویڈیو سوشل میڈیا پر اپلوڈ کر دی ہوگی۔ محدود وسائل کے باعث نیوز ادارے ہر جغرافیائی علاقے یا سماجی مسئلہ کو کوریج نہیں دے سکتے۔ لہٰذا کئی نیوز اداروں نے سوشل میڈیا ٹیمیں قائم کرنے میں سرمایا کاری کی ہے تاکہ وہ بریکنگ نیوز واقعات یا روز مرہ رپورٹنگ میں سوشل میڈیا پر موجود تفصیلات کو بار وقت استعمال کر سکیں۔

بی بی سی کا "یوزر جنریٹڈ کونٹینٹ حب" (یا یوزرز کی جانب سے تخلیق کے جانے والے مواد کا مرکز) اس کی بہترین مثال ہے۔ بی بی سی کا یہ یونٹ سوشل میڈیا پر موجود معلومات کو اپنی رپورٹنگ میں ادراک اور انسانی پہلو کا اضافہ کرنے کیلئے استعمال کرتا ہے۔ اس مواد میں اکثر تصویر اور ویڈیوز کا استعمال سر فہرست ہوتا ہے۔ دیگر صحافی بھی سوشل میڈیا کے ذریعے اپنی رپورٹنگ کیلئے فوٹو اور ویڈیو مواد سوشل میڈیا سے حاصل کر سکتے ہیں۔ لیکن یہ اس قدر سادہ اور آسان مرحلہ نہیں ہے۔ بی بی سی کے تجربے سے ایک اہم سیکھ یہ ہے کہ تصدیق کے عمل پر مکمل دھیان دینا چاہئے۔

تصدیق کا عمل
سوشل میڈیا پر دستیاب تمام معلومات پر بھروسہ نہیں کیا جا سکتا۔ اسی لیے ایڈیٹرز تجویز کرتے ہیں کہ سوشل میڈیا پر موجود معلومات کو خبروں میں استعمال کرنے سے پہلے تصدیق کے ایک سخت عمل سے گزارنا چاہیئے۔

بی بی سی کا یونٹ مندرجہ ذیل چھ پہلوؤں کی مدد سے مواد کی تصدیق کرتا ہے:

1) **اصلی پن:** صحافیوں کو چاہیئے کہ وہ کسی بھی مواد کے اصلی پن کو شک کی نگاہ سے دیکھیں۔ انہیں اس امکان کو نظر انداز نہیں کرنا چاہیئے کہ کوئی ٹویٹ جعلی ہو سکتا ہے، کوئی تصویر فوٹو شاپ کے ذریعے ایڈٹ کی گئی ہو، یا ویڈیو کسی اصلی منظر کے بجائے ڈرامے کر کے فلم بند کی گئی ہو۔ ان سوالات کی مدد سے وہ مواد کو زیادہ باریکی سے اور تنقیدی نظر سے جانچ سکیں گے۔

2) **سوشل میڈیا ہسٹری:** کسی سوشل میڈیا اکاؤنٹ سے معلومات استعمال کرنے سے قبل اس اکاؤنٹ کا بائیو، پرانی پوسٹس، اس اکاؤنٹ کا دیگر اکاؤنٹس یا ویب سائٹس کے ساتھ رابطہ اچھی طرح چیک کر لیں۔ بی بی سی ٹوئیٹرآڈٹ ڈاٹ کوم یا کلاؤٹ ڈاٹ کوم جیسی ویب سائٹس کے ذریعے اس اکاؤنٹ کا جائزہ لیں۔

3) **الٹی تصویری سرچ:** گوگل ریورس امیج سرچ یا ٹن آئی ڈاٹ کوم کی مدد سے صحافی یہ جانچ سکتے ہیں کہ کسی تصویر میں رد و بدل کیا گیا ہے یا وہ پہلے کبھی کہیں استعمال ہوئی ہے۔ بری کوالٹی، روشنی میں فرق، اور غیر فطری انداز چند ایسی نشانیاں ہیں جو عام طور تصاویر میں رد و بدل کی طرف اشارہ کرتی ہیں۔

4) **اصل ذریعہ:** بی بی سی یہ تجویز دیتا ہے کہ مواد کے اصل اپ لوڈر کا کھوج لگائیں اور ان سے براہ راست رابطہ کریں۔ صحافیوں کو چاہیئے کہ وہ اصلی ذریعے سے بنیادی سوال پوچھیں: وہ کون ہیں؟ انہیں یہ مواد کیسے ملا؟

5) **وقت:** ایکسیف تفصیلات یا میٹا ڈیٹا کی مدد سے یہ پتا چلایا جا سکتا ہے کہ تصویر کس تاریخ یا وقت پر کھینچی گئی۔ بعض اوقات پرانی تصاویر (5) کو مختلف پس منظر میں یا دھوکہ دہی کیلئے استعمال کیا جاتا ہے۔ ایسے میں یہ میٹا ڈیٹا تصدیق کے کام آ سکتا ہے۔ صحافی جیفری کا ایکسیف ویور کو استعمال کر کے تصویر کی یہ معلومات دیکھ سکتے ہیں
regex.info/exif.cgi

6) **جگہ:** کچھ تصاویر میں جیو لوکیشن ٹیگ موجود ہوتے ہیں جن کی مدد سے یہ چیک کیا جا سکتا ہے کہ کیا وہ اسی جگہ پر کھینچی گئیں جہاں پر کھینچے جانے کا وہ دعویٰ کرتی ہیں۔ جن ویڈیوز یا تصاویر میں کسی مقام پر موجود اہم تنصیبات یا یادگار دکھائی دیتے ہیں انکی تصدیق کیلئے گوگل میپس اور اس کا سٹریٹ ویو فیچر استعمال کیا جا سکتا ہے۔

بلاگ کیلئے تحریر
کئی نیوز اداروں نے اب اپنی ویب سائٹس پر بلاگ سیکشن بھی بنا لیے ہیں جن میں یا تو عوامی آرا کے کالم چھاپے جاتے ہیں یا پھر ادارے کا اپنا اسٹاف حالت حاضرہ پر تبصرے و تجزیے شیئر کرتا ہے۔

بلاگز میں عام طور پر خبروں کی نسبت غیر رسمی انداز تحریر استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ چند مشورے ان صحافیوں کیلئے ہیں جو اپنے کام کے ساتھ پروفیشنل یا ذاتی نوعیت کا بلاگ تحریر کرنا چاہتے ہیں:

مختصر رہیے: ایک عمومی بلاگ آرٹیکل کی لمبائی تین سو سے پانچ سو الفاظ کے درمیان ہوتی ہے۔

اپنی آڈینس کو جانیئے: ہر بلاگ کو ہر شخص نہیں پڑھتا۔ صحافیوں کو یہ اندازہ کرنا چاہیئے کہ وہ جس قسم کا مواد چھاپ رہے ہیں اسے کس قسم کے لوگ پڑھنا پسند کریں گے۔ اپنی آڈینس کو جاننے سے صحافی اپنے تحریری انداز پر نظرثانی کر سکتے ہیں۔ اس سے وہ بلاگ پوسٹس کیلئے موضوعات کا انتخاب بھی کر سکتے ہیں۔

تحریر میں گفتگو کا انداز اپنایئے: بلاگ کا تحریری اسلوب غیر رسمی اور گفتگو پر مبنی ہوتا ہے۔ صحافی براہ راست اپنے پڑھنے والوں کو مخاطب کر سکتے ہیں، ان سے سوال پوچھ سکتے ہیں، اور آرا اور تجزیے پیش کر سکتے ہیں۔

درست معلومات: اپنی رائے لکھنے کی آزادی کا مطلب یہ ہرگز نہیں ہے کہ صحافی اپنے بلاگ میں افواہوں کو جگہ دیں۔ معلومات کی درستگی، تصدیق، اور منصفانہ پن بلاگ پر بھی اسی طرح لاگو ہوتا ہے جیسے خبروں پر۔

اقدام اٹھانے کا پیغام: زیادہ تر کامیاب بلاگ تحریر کے اختتام پر قارئین کو کسی عمل پر راغب کرنے کا پیغام دیتے ہیں۔ یہ پیغام تحریر کے نیچے کومنٹ سیکشن میں اظہار خیال کرنے سے لے کر پوسٹ کو شیئر کرنے تک کسی بھی کسی قسم کا اقدام ہو سکتا ہے۔

ٹوئیٹر کیلئے تحریر

ٹوئیٹر نے حال ہی میں اپنے پلیٹ فارم پر تحریر کی حد ایک سو چالیس کرداروں سے بڑھا کا دو سو اسی کردار کر دی ہے۔ ٹوئیٹر نے تھریڈز کے نام سے ایک نیا فیچر بھی فراہم کیا ہے جس کی مدد سے ایک سے زیادہ تویٹس کو منسلک کیا جا سکتا ہے۔ ان تبدیلیوں کے باوجود ٹوئیٹر پر پیغام لکھنا صحافیوں کیلئے معلومات کواختصار سے بیان کرنے کیلئے ایک مفید مشق ہے۔

سوشل میڈیا ماہر سری سرینواسن نے صحافیوں کیلئے ٹویٹ لکھنے کیلئے کچھ صفات بیان کی ہیں جن میں سے کم از کم کسی ایک کا استعمال ہر ٹویٹ میں کرنا بہتر ہے۔ یہ صفات ہیں: ایسی تفصیلات جومعلومات میں اضافہ کریں، ایسی تفصیلات جو مدد گار ثابت ہوں، ایسی تفصیلات جو زیر غور مسئلے سے منسلک ہو یا دلچسپی کا باعث ہو، پریکٹیکل معلومات، ایسی معلومات جس پر عمل کیا جا سکتا ہو، بر وقت معلومات، تفصیلات جو فراخ دلی سے شیئر کی گئی ہو، معلومات جو قبل بھروسہ ہوں، مختصر تفصیلات، یا مزاحیہ اور تفریح کن معلومات۔

انٹرایکٹیویٹی یا باہمی عمل

کئی نیوز ادارے اب سروے، پولز، اور کومنٹ فورمز کے ذریعے اپنی ویب سائٹس اور سوشل میڈیا پر عوام کی توجہ حاصل کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ فیس بک، ٹوئیٹر، اور انسٹا گرام نے پول فارمیٹ متعارف کرائے ہیں جن کی مدد سے صحافی اور نیوز ادارے حالت حاضرہ سے متعلق منفرد سوالات عوام کے سامنے رکھ کر ان کی رائے معلوم کر سکتے ہیں۔ کچھ نیوز ادارے یہ بھی تجربہ کر رہے ہیں کہ کسی اہم تحقیقاتی رپورٹ کے گرد ایک فیس بک گروپ قائم کر کے وہاں قارئین کے درمیان مباحثہ کا آغاز کیا جائے۔

پوڈ کاسٹ

پوڈ کاسٹ ایک ڈیجیٹل ریڈیو شو ہے جس کو لوگ آن لائن سن سکتے ہیں اور ڈاؤن لوڈ کر سکتے ہیں۔ عام طور پر پوڈ کاسٹ ہفتہ وار اقساط کی شکل میں نشر کیا جاتا ہے۔

کئی مغربی ممالک میں پوڈ کاسٹس کی عوام میں مقبولیت کے باعث نیوز اداروں اور صحافیوں نے پوڈ کاسٹ بنانے کا آغاز کیا۔ حالت حاضرہ اور تحقیقاتی رپورٹنگ سے وابستہ بہت سے پوڈ کاسٹس کو عوام میں پذیرائی ملی جس سے اس رجحان نے زور پکڑ لیا ہے۔

گو پاکستان میں یہ سلسلہ نیا ہے لیکن پاکستان میں بھی چند مقبول پوڈ کاسٹ موجود ہیں جیسا کہ ہاو ٹو پاکستان، جماعت الموسیقی، پیس از پیس یار، سوچ بچار، اور مینی پاکستانز۔

پوڈ کاسٹ کا آغاز کرنے سے قبل اور اسے ریکارڈ کرتے وقت مندرجہ ذیل چند باتوں کا خیال رکھنا ضروری ہے۔

1) مقصد: آپ یہ پوڈ کاسٹ کیوں شروع کرنے جا رہے ہیں؟ اس میں ہونے والی گفتگو کا مقصد وضح کرنا ضروری ہے۔

2) سامعین: یہ پوڈ کاسٹ کن لوگوں کیلئے پیش کی جا رہی ہے؟ اس کو سننے والے لوگ کون ہوں گے۔

3) معلوماتی قدر: لوگ اس پوڈ کاسٹ میں دل چسپی کیوں لیں گے؟

4) نام: اپنے پوڈ کاسٹ سلسلے کو ایک اچھوتا نام دیجئے۔

5) پلاننگ: پوڈ کاسٹ کا دورانیہ، فارمیٹ، روانی، اور سکرپٹ کے بارے میں فیصلے کریں۔ عام طور پر ایک پوڈ کاسٹ کا دورانیہ بیس سے چالیس منٹ ہوتا ہے۔ فارمیٹ کی چند اقسام یہ ہیں: سولو شو جس میں صرف ایک میزبان بات کرتا ہے؛ دو میزبانوں کی گفتگو، یہ سب سے مقبول فارمیٹ ہے جس میں دو میزبان آپس میں گفتگو کے ذریعے حالت حاضرہ یا زیر غور مسائل پر نظر ڈالتے ہیں؛ انٹرویو، اس فارمیٹ میں ایک میزبان ہر قسط میں کسی شخصیت کو شو پر دعوت دیتا ہے اور ان سے گفتگو کرتا ہے۔ بعض اوقات ایک تحقیقاتی رپورٹ کو قسط وار ایک پوڈ کاسٹ کی مدد سے پیش کیا جا سکتا ہے۔ جیسا کہ پہلے ذکر ہوا کہ پوڈ کاسٹ عام طور پر ہفتہ وار نشر کی جاتی ہیں لیکن میزبان طے کر سکتے ہیں کہ وہ پوڈ کاسٹ کی قسطیں کتنی روانی سے نشر کرنا چاہتے ہیں۔

6) قسط کا عنوان اور تفصیل: ہر قسط کو ایک عنوان دینا ضروری ہے کیونکہ اس سے سامعین کی توجہ حاصل کرنے میں آسانی ہوتی ہے۔ اسی طرح ہر قسط کے متن کو بیان کرنے کیلئے ایک مختصر نوٹ تحریر کیا جا سکتا ہے جو ویب سائٹ پر قسط کے ساتھ نظر آیگا اور سامعین اس کو پڑھ کر قسط کے بارے میں مزید معلوم کر سکتے ہیں۔

7) ریکارڈنگ کا سامان: پوڈ کاسٹ کی ریکارڈنگ کیلئے ایک لیپ ٹاپ، اندرونی یا خارجی مائیکروفون، ڈیجیٹل وائس ریکارڈر، اور سپلیٹر جس کی مدد سے دو لوگوں کی آواز ریکارڈ کی جا سکتی ہے کا استعمال کیا جا سکتا ہے۔

8) ایڈیٹنگ سافٹ ویئر: چونکہ پوڈ کاسٹ براہ راست نشر نہیں کیے جاتے لہٰذا ان کو ایڈٹ کر کے پیش کیا جا سکتا ہے۔ ماہرین ریکارڈنگ اور ایڈیٹنگ کیلئے آڈیسٹی نامی سافٹ ویئر کا استعمال تجویز کرتے ہیں۔

پوڈ کاسٹ کو پبلش کرنے کیلئے آپ کو کوور آرٹ کی ضرورت ہوگی۔ آپ کاپی رائٹ کی قدغن سے آزاد موسیقی کو پوڈ کاسٹ کے انٹرو ٹریک کے طور پر استعمال کر سکتے ہیں۔

اپنی پوڈ کاسٹ کو انٹرنیٹ پر اپ لوڈ کرنے کیلئے آپ کو کوئی ویب ہوسٹ چاہیئے ہوگا، آج کل اینکر.ایف ایم (anchor.fm) کو اچھی آپشن تصور کیا جا سکتا ہے۔

اگر آپ کوئی ہوسٹ نہیں استعمال کر رہے تو آپ کو خود اپنی فائل کی آر ایس ایس فیڈ برن کرنی پڑیگی۔ اس کا طریقہ مشکل نہیں لیکن اس کے بغیر آپ اپنے پوڈ کاسٹ کو کسی ویب سائٹ پر پبلش نہیں کر پائینگے۔

پوڈ کاسٹ پبلش کرنے کیلئے اپنی ویب سائٹ کے علاوہ ساؤنڈ کلاؤڈ اور آئی ٹیونز اچھی آپشنز ہیں۔ ان دونوں سروسز پر پوڈ کاسٹس کے متعلق معلومات دستیاب ہیں اور مندرجہ ذیل ویب پیجز پر پڑھی جا سکتی ہیں:

https://soundcloud.com/for/podcasting

https://itunespartner.apple.com/en/podcasts/overview

براہ راست براڈکاسٹ

لائیو سٹریمنگ ویب سائٹس جیسا کہ یوسٹریم کے علاوہ اب فیس بک اور ٹویٹر پر براہ راست براڈکاسٹ کے فیچر دستیاب ہیں۔ جن کی مدد سے صحافی لائیو شوز اور رپورٹنگ کر سکتے ہیں۔

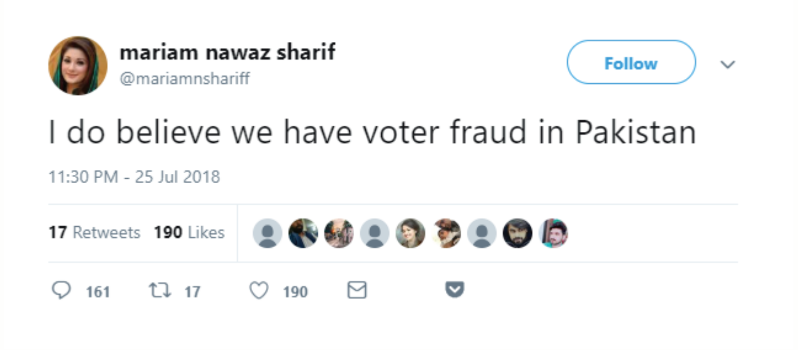
باب گیارہ میں براہ راست براڈکاسٹ کے حفاظتی اور اخلاقی پہلو کا تذکرہ کیا گیا ہے۔ ان کے علاوہ صحافیوں کو چاہئیے کہ براہ راست براڈکاسٹ کرنے سے پہلے براڈکاسٹ کے دوران زیر غور موضوعات پر ریسرچ کر لیں۔ علاوہ ازیں گفتگو کے سوالات وغیرہ پلان کر لیں تاکہ لائیو بحث کے دوران دقت نہ پیش آئے۔ بہتر یہ ہے کہ براہ راست براڈکاسٹ کرنے سے پہلے اس کے وقت کا اعلان کر دیا جائے تاکہ ناظرین مطلع ہو جائیں۔ براڈکاسٹ کے بعد ویڈیو محفوظ کر کے اسے دوبارہ بھی پروموٹ کریں تاکہ مزید لوگ ویڈیو دیکھ سکیں۔

مشقیں

سوال نمبر ایک۔۔۔ ایک نیا ٹویٹر اکاؤنٹ بنائیں یا اپنے موجودہ ٹویٹر اکاؤنٹ میں لاگ ان کیجئے۔ اب اپنے رپورٹنگ کام سے منسلک پانچ انسانی یا اداراتی ذرائع کیلئے سرچ کریں۔ یہ سرکاری عہدیدار بھی ہو سکتے ہیں، اور سیاستدان، سماجی تنظیموں کے کارکن، یا ماہرین۔ ان کے اکاؤنٹس کو فولو کریں اور ان کے حالیہ ٹویٹس کا جائزہ لے کر یہ اندازہ لگائیں کہ یہ آپ کے کام کیلئے کس قدر فائدہ مند ثابت ہو سکتے ہیں۔

سوال نمبر دو۔۔۔ آپ نے اپنے چند دوستوں کو یہ تشویش کا اظہار کرتے ہوئے سنا ہے کہ آپ کے علاقے کی ٹریفک پولیس ڈرائیوروں پر بے جا جرمانے عائد کر رہی ہے۔ اگر گاڑی چلانے والے کوئی جرم نہ بھی کر رہے تب بھی انہیں جرمانے بھرنے پڑ رہے ہیں۔ آپ ان الزامات کی چھان بین کرنا چاہتے ہیں لیکن یہ نہیں جانتے کہ آپ کے دوستوں کے سوا اور کن افراد کو یہ مسئلہ پیش آیا ہے۔ فیس بک پوسٹ یا ٹویٹ کی شکل میں ایک ایسا سوال تحریر کریں جو اس خبر کیلئے مجمع سے معلومات حاصل کرنے اور ممکنہ ذرائع کی نشاندھی میں آپ کی مدد کرے۔

آپ نے سوشل میڈیا پر مندرجہ ذیل ٹویٹ کی تصویر شیئر ہوتی دیکھی ہے۔ آپ اس ٹویٹ کے اصلی یا جعلی ہونے کی تصدیق کیلئے بطور صحافی کیا اقدام اٹھا سکتے ہیں



ضمیمہ

رپورٹر چیک لسٹ
یہ چیک لسٹ رپورٹنگ اور پبلشنگ کے مختلف مرحلوں میں صحافیوں کی رہنمائی کرتی ہے کہ وہ اپنی خبر کی تصدیق، عوامی دلچسپی اور توازن کے بارے میں ٹھیک کام کر رہے ہیں یا نہیں۔

(یہ چیک لسٹ کریگ سلورمین، سٹیو بٹری اور ڈیٹرائیٹ فری پریس کی فراہم کردہ معلومات سے اخذ کی گئی ہے۔)

رپورٹنگ سے پہلے
خبر کے مرکزی خیال کے بارے میں سوچا؟ ہاں / نہیں

کیا اس بارے میں سوچا کہ کوئی یہ خبر کیوں پڑھے گا؟ ہاں / نہیں

میرے ذرائع کون ہونگے اور میں ان تک رسائی کیسے حاصل کروں گا؟

مجھے کیا سوال پوچھنے چاہییں؟

رپورٹنگ کے دوران
کیا تمام بنیادی سوال پوچھے؟ (چھ 'ک') ہاں / نہیں

کیا سورس سے نام کے املا اور انکا عھدہ کے بارے میں پوچھا؟ ہاں / نہیں

کیا ضرورت سے زیادہ نوٹس لیے؟ ہاں / نہیں

کیا انٹرویو ریکارڈ کیے؟ ہاں / نہیں

کیا دعوے کی تصدیق کی؟ ہاں / نہیں

کیا خبر کا پس منظر معلوم کیا؟ ہاں / نہیں

کیا خبر سے متعلق دستاویزات حاصل کے؟ ہاں / نہیں

کیا ریسرچ محفوظ کی؟ ہاں / نہیں

اگر سورس نے اعداد و شمار پیش کے تھے تو کیا ان سے ان اعداد و شمار کا ذریعہ معلوم کیا؟ ہاں / نہیں

کیا سورس سے پوچھا کہ انہیں معلومات کیسے ملی؟ ہاں / نہیں

ایڈیٹنگ کے دوران
نام اور عھدے ڈبل چیک کیے؟ ہاں / نہیں
حساب کی غلطیاں چیک کیں؟ ہاں / نہیں

جگہوں کے نام چیک کیے؟ ہاں / نہیں

کیا اقوال اور معلومات کی نسبت چیک کی؟ ہاں / نہیں

کیا ہائپر لنک کیے گئے یو آر ایل چیک کیے؟ ہاں / نہیں

کیا خبر کی املا چیک کی؟ ہاں / نہیں

کیا گرائمر کی غلطیاں درست کیں؟ ہاں / نہیں

اشاعت سے پہلے

کیا کوئی بات ثبوت کے بغیر درج کی؟ یا تو تصدیق کریں یا نکال دیں

کیا کوئی دعوی کیا؟ اگر تو کوئی سورس دعوی کی حمایت کرتی ہے تو اس سے منسوب کر دیں ورنہ نکال دیں

کیا آپ کو خبر کے کسی پہلو کے بارے میں شک ہے؟ تصدیق کریں یا نکال دیں

سٹوری کے مرکزی خیال کا دوبارہ جائزہ لیں

کیا سٹوری منصفانہ اور متوازن ہے؟

کیا آپ نے "تو پھر میں کیا کروں؟" کے پہلو(یعنی لوگ خبر کے بارے میں کیوں فکر کریں گے) کا خیال رکھا؟

میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی کے بارے میں

میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی پاکستان میں آزادی اظہار رائے اور میڈیا اور انٹرنیٹ سے منسلک دیگر آزادیوں کے دفاع کیلئے کام کرتی ہے. ہمارا اولین مقصد پاکستان میں آزاد اور شمولیت پہ مبنی میڈیا اور انٹرنیٹ کا قیام ہے جہاں شہری بالعموم اور صحافی بالخصوص اپنے بنیادی حقوق کا استعمال اور پیشہ وارانہ فرائض کی ادائیگی کسی ظلم و ستم یا جسمانی ایذا کے ڈر کے بغیر کر سکیں. اپنے مقصد کے حصول کیلئے ہم ٹریننگ، پالیسی تحقیق، ایڈوکیسی، تحریک سازی اور قانونی چارہ جوئی سمیت مختلف طریقے استعمال کرتے ہیں۔

میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی

MediaMatters forDemocracy
Policy Research & Advocacy Initiative