Current electronic Media spreading violence and Chaos amongst the society. A reality check.

کیا موجودہ الیکٹرونک میڈیا معاشرے میں انتشار اور بےچینی کا سبب بن رہاہے

محمد بلال خان

سندھ مدرستہ اسلام یونیورسٹی،کراچی

aquarius.mbk@gmail.com

ڈاکٹر مسرور خانم

masroor.khanam@fuuast.edu.pk

اردو یونیورسٹی کراچی

Abstract

This research is a study of yellow journalism which prevails in Pakistani media. In this piece of work researcher looks into the circulation of baseless news print media and electronic media in sensational packaging just to attract or urge their readers and audiences on any specific issue for their vested interests. For this purpose author selected hypothesis that if the above mentioned modes of media propagate against government, establishment and opposition as per their requirements or for any other interest. This research bases on sample survey technique in which 100 participants of 20 to 50 years age group are involved whom are either media persons or student of media sciences. Following said survey researcher

finds that all three forms media prevailing in the country are in practice of yellow journalism up to an alarming stage which is not only spreading panic among masses but also blurring an image of fourth pillar of state. At the end author recommends all sort of media to avoid baseless news and sensational tactics of presentation. Transparency as well as ethical balance may also restore public trust on media

Keyword: Yellow Journalism, Sensational, Print and Electronic Media,

موضوع کا تعارف

تفتیشی صحافت کے دْور عروج میں مختصر عرصے کے لیے زرد زرد صحافت کا آغاز: کے عروج کے ساتھ ساتھ ولیم (Joseph Pulitzer) صحافت کا دور بھی آیا۔ جوزف پولٹزر) نئی پہچان کے ساتھ اُبھرا۔ جو قارئین کو William Randolph Hearst(رینڈولف ہرسٹ متوجہ کرنے کا ہنرجانتا تھا۔اپنی اس قابلیت کے باعث ہرسٹ کے اخبارات مشرق تک پہنچ گئے۔ولیم رینڈولف نے انحطاط پذیر نیویارک جرنل کو خرید کر’پولٹرز‘ کے اخبار’نیویارک ورلڈ‘سے بھی زیادہ اشاعت کے قابل بنادیا۔اسے یہ خاص شہرت حاصل کی تھی کہ وہ ڈوبے ہوئے اخبارات خریدتا اور انہیں منافع بخش کاروباری ادارے میں بدل ڈالتا۔اس نے عملاً یہ کردکھایاکہ خبروں کا کاروبار بھی ایسے ہی منافع بخش ہوسکتا ہے جس طرح ریل کے راستوں،فولاد یا تیل کا ہو سکتا ہے۔ اس کے اخبارات کی خصوصیت یہ تھی کہ کم قیمت ہونے کے ساتھ ساتھ ان میں نئے قسم کا اختراعی مواد ہوتا تھا۔اس کی کامیابی کا ایک کم آمدنی والے قارئین کے لیے نئی اور بہتر تدبیریں پیش کرنا تھا۔ولیم پر یہ الزام بھی عائد کیا

میں ہسپانیہ اور امریکا کے درمیان جنگ شروع کرانے کا ذمے 1898جاتا ہے کہ وہ دارتھاکیوں کہ اس نے جنگی بحری جہاز کے دھماکے سے اڑجانے والے حادثے کی وضاحت کے بغیر اشتعال انگیز خبروں کی اشاعت کی،اور کانگریس کو اُکسا کر اعلان جنگ یعنی کیوبا اس نیت سے بھیجا تھا کہ وہ (Havana)کرادیا۔ ولیم نے اپنے فوٹو گرافر کو ہوانا جنگی خبریں گھڑے تاکہ اخبا رکی فروخت میں اضافہ ہومگر اس غیر ذمے دارانہ حرکت پروہ جلد ہی بہت سے نقادوں کی شدیدذد میں آگیاتھا (عبداسلام خورشید

زرد صحافت میں سرخ یا سیاہ رنگ کی بہت موٹے ٹائپ میں چیختی،چلاّتی،دھاڑتی سرخیوں اورتصویروں کی بھرمارکے ساتھ نیم سائنسی مضامین میں بہت مبالغہ آرائی سے کام لیا جاتاتھا۔اتوار کا خصوصی ایڈیشن جس میں رنگین تصویری کہانیاں دی جاتی تھیں اور سنسنی خیز مضامین چھاپے جاتے تھے جب کہ عوامی مفادکو آگے بڑھانے کی آڑمیں مبالغہ آمیز مواد اور تبصروں کی اشاعت کی جاتی تھی۔ ان اخباروں کے صفحات عام طور پر سرخیوں اور تصویروں سے اتنے بھرپور ہوتے تھے کہ خبروں کا متن بہت کم جگہ گھیرتا اور ان کے بقیے دوسرے صفحات پر دیے جاتے، کبھی ایک بڑی سرخی اور اس سے متعلق تصاویر سے پورا صفحہ بھرجاتا تھا۔(امریکن اسٹڈیز

جب کہ نیویارک ورلڈ کا ایک کارٹون نگاہ کا مرکز بنا اور بہت مقبول ہوا جس میں زرد رنگ کے کشادہ لباس میں ملبوس ایک دانت نکال کر کھسیاتا بچہ دکھایا گیا جس کے منہ میں دانت تھے اور نہ سر پر بال۔ اس کارٹون کا مرکزی خیال دراصل نیویارک کی پس ماندہ کچی

بستیوں کا منظرتھا جو نہ صرف مقبول ہوا بلکہ بہت سے تنازعات کا سبب بھی بنا۔(جریدہ ابلاغ عامہ)

اخبار کے اتنی جلدی مقبول ہونے کی ایک وجہ یہ بھی تھی کہ ولیم رینڈولف ہرسٹ نے اپنے اخبار کے مختلف شعبوں کے لیے نام ور اور ذہین افراد کی خدمات حاصل کیں اور یلو کڈ ز کے اس کارٹونسٹ کو خطیر معاوضہ دے کر اپنے حریف سے چھین لیا۔ یہی نہیں بلکہ جوزف پولٹزرکے نیو یارک ورلڈ کے اتوار کو شائع ہونے والے سنڈے ورلڈ کے عملے کو بھی اضافی معاوضہ دے کر اپنے اخبار میں جگہ دی۔اخبار کے فروغ کے لیے زیادہ سنسنی خیزی، دلچسپ اور مزاحیہ تحریریں شائع کرنا شروع کردیں جس کے بعد 'دی نیویارک جرنل'' اور ''دی نیویارک ورلڈ''کے درمیان سخت مقابلہ رہا۔(ایضا)

ڈرامائی عکاسیوں، سائنسی حقائق کی غلط تشریح سمیت غیر ذمے دارانہ زرد صحافت کا یہ دور تقریباً ایک عرصیتک زائد چلتا رہا، جس میں اکثر اخبارات بے مقصد کہانیاں، مبالغہ آرائی پر مبنی اور قارئین کو بھڑکا دینے والی خبریں شائع کرتے رہے۔ جس کا مقصد ذمے دارانہ صحافت کے ذریعے اخبارات کو فروغ دینا ہرگز نہ تھا بلکہ اس طرز کی صحافت سے زیادہ سے زیادہ قارئین کی توجہ حاصل کرکے اخبارات کی اشاعت کو بڑھانے کا رویہ اختیارکیا گیا تاہم سنجیدہ حلقوں نے اخبارات کا یہ طرز عمل مسترد کیا اور اس نئے اسلوب کو زردصحافت کے لقب سے نوازا جس کا بالاآخر انجام یہ ہوا کہ انیسویں صدی کے اختتام تک ولیم اور پولٹزر کی یہ زرد صحافت بھی ختم ہوگئی۔(ایضا)

یوں تو زرد صحافت کا دورانیہ بہت مختصر تھا لیکن اس دور میں اخبا رات میں مقابلے و مسابقت بہت زیا دہ تھی ہر اخبا ر دوسرے اخبا ر سے با زی لے جانے کے لیے نئے انداز، زاویے اورنئے موضوعات پر خبریں شا ئع کرنا چا ہتا تھا جس کی وجہ سے اخبا را ت نے عوا م کو متوجہ کرنے کے لیے عوامی مسائل پر خبروں کی اشاعت کر نا شروع کر دی تھیں۔یو ں زردصحا فت کے اختتام کے ساتھ عوامی مسائل پر تفتیشی خبروں کی اشاعت کی جانے لگی۔

تحقیق کے مقاصد

1۔ اس تحقیق کا مقصد یہ جاننا ہے کہ پاکستانی پرنٹ اور الیکٹرونک میڈیا جھوٹ کو سنسنی خیز انداز میں سچ بناکر پیش کر رہا ہے؟

2۔ اس تحقیق کا مقصد یہ جاننا کہ کیا ملک کے کچھ میڈیا گروپس حکومت، اسٹیبلشمنٹ یا اپوزیشن کے خلاف منفی پروپیگنڈہ کر رہے ہیں؟

3۔ اس تحقیق کا مقصد یہ جاننا ہے کہ کیا موجودہ ڈیجیلٹل میڈیا کا دور زرد صحا فت کا دور ہے؟

4۔ اس تحقیق کا مقصد یہ جاننا ہے کہ کیا اس طرح کی صحافت معاشرے میں انتشار اور بے چینی کا سبب بن رہی ہے؟

5۔ اس تحقیق کا مقصد یہ جاننا ہے کہ اس طرح کی صحا فت کیا ابلاغ عامہ کی قدر و منزلت میں کمی کابا عث بن رہی ہے؟

6- اس تحقیق کا مقصد یہ جاننا ہے کہ کیا آزادی صحافت کی بات کرکے نفرت پھیلائی جارہی ہے؟

7- اس تحقیق کا مقصد یہ جاننا ہے کہ کیا ٹی وی چینلز ریٹنگ بڑھانے کے لیے خبروں میں سنسنی اور اشتعال پیدا کرتے ہیں؟

تحقیق کی اہمیت

ہماری اس تحقیق کا مقصد ملک میں میڈیا کے ذریعے پھیلائی جانے والی سنسنی خیزی یا موجودہ دور میں ہونے والی زرد صحافت کے بارے میں ایک تحقیقی جائزہ پیش کرنا ہے، اگر اس عنوان (Title) کی اہمیت کی بات کریں تو ہمارے ملک میں الیکٹرونک میڈیا کو ایک دہائی سے بھی کم عرصے میں پختگی کا موقع نہیں ملا اور ہر دن 24 گھنٹے میڈیا چینلز کام کرتے نظر آتے ہیں اور اسی دوران ریٹنگ کی دوڑ میں جعلی یا جھوٹی خبروں میں بھی تیزی دیکھی گئی ہے۔

کاغذ پر مبنی خبروں کے زوال اور آن لائن ذرائع کے عروج کے ساتھ ہی معاملہ بد سے بدتر ہورہا ہے اور متعدد میڈیا گروپ کا مخصوص انداز میں خبر کو پیش کرنا زرد صحافت کی ایک تازہ مثال ہے۔

بدقسمتی سے سیاست دانوں اور میڈیا ہاؤسز سیاسی بیانیے کا رخ اپنے حق میں موڑنے کے لیے جان بوجھ کر جعلی خبروں کا غلط استعمال کر رہے ہیں اور عوام کے لیے معلومات کا ذریعہ بننے کے بجائے کئی میڈیا ہاؤسز مختلف سیای عناصر کے پروپیگنڈا ٹولز بنتے جارہے ہیں۔

ایک اندازے کے مطابق ملک میں اس وقت کم و بیش 30 نیوز چینلز موجود ہیں جس میں کچھ بڑے ناموں میں جیو نیوز، اے آر وائے نیوز، ڈان نیوز، ایکسپریس نیوز، سما نیوز و دیگر شامل ہیں۔

لہٰذا اس تحقیق کی ضرورت اس لیے پیش آئی کہ ہم یہ جان سکیں کہ کیا واقعی پاکستانی میڈیا اس سنسنی خیزی کے ذریعے زرد صحافت کررہا ہے۔

متعلقہ مواد کا جا ئزہ

زرد صحافت اور پاکستانی میڈیا میں بدعنوانی کی لعنت زرد صحافت اور پاکستانی میڈیا میں بدعنوانی کی لعنت کے عنوان سے جرنلزم ڈاٹ یو کے میں 25 مارچ 2011 کو شائع ہونے والے ایک آرٹیکل میں لکھا گیا کہ پاکستان میں سنسنی خیز میڈیا اور زرد صحافت کے بڑھنے کے نتیجے میں ملک میں میڈیا اور صحات کے پیشے کے احتساب سے متعلق بحث نے جنم لیا۔

پاکستان میں زرد صحافت کو زیادہ تر کرپٹ صحافیوں کے وسیع مفاد کے لیے قومی مفاد کے معاملات کو ایک مختلف انداز میں پیش کرنے سے جوڑا جاتا ہے۔

اگرچہ میڈیا کو ریاست کا چوتھا ستون سمجھا جاتا ہے لیکن پاکستان میں میڈیا اور صحافت سے وابستہ افراد پر زیادہ تر لوگوں کا عدم اعتماد نظر آرہا ہے۔

اخبارات اور نجی نیوز ٹیلی ویژن کی سنسنی خیزی اور اسے معاشرے میں جنم لینے والے مسائل عوام میں تحفظات کو بڑھا رہے ہیں اور لوگ سے اس طرح کی سنسنی خیزی اور زرد صحافت کرنے والے صحافیوں اور اینکرز کے احتساب کا مطالبہ کر رہے ہیں۔

سیئنئر صحافی مطیع اللہ جان نے پاکستانی میڈیا میں پہلی مرتبہ ایسے صحافیوں اور ٹیلی ویژن اینکرز کے بارے میں تحفظات کا اظہار کرتے ہوئے آواز اٹھائی جن کی روزمرہ کی زندگی زرد صحافت کے خلاف ان کے عوامی بیانات سے متصادم ہے۔انہوں نے جنوری 2011 میں ڈان نیوز پر شروع ہونے والی 'اپنا گریبان' نامی سیریز میں صحافیوں کی کرپٹ پریکٹسز اور اسکینڈلز کو بےنقاب کیا جس پر انہیں صحافیوں کی ایسوسی ایشنز اور یونینز کی جانب سے سخت تنقید کا سامنا بھی کرنا پڑا۔مطیع اللہ جان نے اس سوالیہ تعلقات کو بے نقاب کیا کہ زرد صحافی سیاست دانوں سے مستفید ہورہے اور اس وقت کی موجودہ سیاسی حکومت سے مراعات حاصل کر رہے ہیں۔

ٹیلی ویژن پر ان کے بیان کے بعد زرد صحافت کی لابی نے سخت غم و غصے کا اظہار کیا تھا اور پروگرام کی مذمت کرتے ہوئے اسلام آباد میں بینر آویزاں کیے تھے۔

روزنامہ ڈان اخبار میں 29 جنوری 2018 کو شائع ہونے والے ایک اداریے بعنوان (زرد ایک ایسے صحافت میں لکھا گیا کہ پاکستان میں میڈیا کے کچھ حلقے اخلاقیات سے بالاتر زون میں کام کر رہے ہیں جہاں وہ حقائق اور مفروضے کے درمیان فرق کو عبور کررہے ہیں اس کی پرواہ کیے بغیر کے اس کے کتنے سنگین نتائج ہوسکتے ہیں۔)ادرایہ ڈان نیوز(

درحقیقت ایسا لگتا ہے کہ پاکستان میں میڈیا کے ایسے حلقوں نے سنسنی اکثر سنسنی خیز سوشل میڈیا کے کچھ پہلوؤں کو اپنا لیا ہے۔

اس کی مثال زینب زیادتی و قتل کیس ہے جہاں کچھ عناصر نے اس یقین کے ساتھ نظریات کو پیش کیا جن کا حقائق کے طور پر غلط استعمال کیا جاسکتا تھا۔

28 جنوری 2018 کو ملک کے ایک نجی ٹی وی چینلز نیوز پر ’لائیو ود ڈاکٹر شاہد مسعود‘ کے نام سے نشر ہونے والے پروگرام میں اس کے میزبان اور اینکر پرسن ڈاکٹر شاہد مسعود کی جانب سے یہ دعویٰ کیا گیا کہ زینب زیادتی و قتل کیس میں مرکزی ملزم کئی غیرملکی کرنسی اکاؤنٹس چلاتا ہے اور اس کے بین الاقوامی پورنوگرافی رنگ کے ساتھ تعلقات ہیں۔ تاہم ان دعوؤں کی انکوائری کے لیے قائم کردہ جے آئی ٹی نے اسٹیٹ بینک کی مدد سے رپورٹ کیا کہ اس طرح کے کوئی اکاؤنٹس موجود نہیں، تاہم یہ الزامات جاری رہے اور عوام کے ذہنوں میں اس معاملے پر کنفوژن گھومتی رہی جہاں جذبات پہلے ہی بلندیوں پر موجود تھے۔

نظریا تی فریم ورک

پیش نامہ بندی کا نظریہ

کسی اجلاس کے ایجنڈے کا تصور یہ ہے کہ اجلاس میں کیا کیا نکات کس ترتیب سے زیر غور آئیں گے، ذرائع ابلاغ روزانہ کی بنیاد پر بلکہ ہر گزرتے وقت کی بنیاد پر پیش کیے جانے والے مواد (Contents) کی ایک ترتیب تیار کرتے ہیں جس سے مواد کی اہمیت بھی واضح ہوتی ہے، مثال کے طور پر ایک خبرنامے میں ایک خبر پہلے نمبر پر تفصیل اور فوٹیج کے ساتھ پیش کرتے ہیں، تحقیق سے دیکھا گیا ہے کہ ذرائع ابلاغ جن موضوعات اور معاملات کو اہم قرار دیتے ہیں، قارئین ناظرین اور سامعین بھی انہی کو اہم تر تصور کرتے ہیں۔ نثاز زبیری

سماجی ذمہ داری کا نظریہ

ذرائع ابلاغ پر معاشرے کی طرف سے (بڑی) ذمہ داری عائد ہوتی ہے اور ان کی ملکیت کسی دوسری تجارت وغیرہ کی طرح نہیں بلکہ اس کے لیے عوام کے اعتماد پر پورا اترنا ضروری ہے، ساتھ ہی خبری ابلاغ کو صادق، بالکل درست، سب کے ساتھ مساوی سلوک کا حامل، غیر جانبدار اور معاشرے کے جملہ حالات سے کٹا ہوا نہیں بلکہ ہم آہنگ ہونا چاہیے۔ذرائع ابلاغ کو آزاد ہونا چاہئے لیکن انہیں اپنے آپ کو معاشرے کی خدمت کے لیے ایک نظم کا پابند بنانا چاہیے اس کے علاوہ ذرائع ابلاغ کو اخلاقی اصولوں اور پیشہ وارانہ قواعد کے متفقہ ضابطوں پر عمل کرنا چاہیے۔سماجی ذمہ داری کے نظریے میں یہ بھی شامل ہے کہ کچھ حالات کے اندر عوامی مفاد کی حفاظت کے لیے حکومت کو ذرائع ابلاغ کے معاملات میں مداخلت کرنی پڑ سکتی ہے اور ذمہ دار ذرائع ابلاغ وہ ہوں گے جو معاشرے کے تمام حالات کی ایک نمائندہ تصویر لوگوں کے سامنے ذہانت کے ساتھ پیش کریں اور کی فراہم کردہ اطلاعات سیاق و سباق کے ساتھ مکمل ہوں۔ذرائع ابلاغ کا ایک اہم کام یہ بھی ہے کہ وہ خود کو تبصرے اور تنقید کے لیے ایک پلیٹ فارم تصور کریں تاکہ انہیں عوام کے سب حلقوں کے مفادات کا محافظ سمجھا جائے، اسی طرح ذرائع ابلاغ کا ایک کام یہ بھی ہے کہ وہ معاشرے کی روایات اور اقدار لوگوں سے ذہن سے محو نہ ہونے دے۔سماجی ذمہ داری کے نظریے میں یہ بھی اہم ہے کہ ذرائع ابلاغ کو سنسنی خیزی اور خبروں میں ادارتی رائے زنی سے اجتناب کرنا چاہیے۔اس کا اگر جائزہ لیں تو سماجی ذمہ داری کا نظریہ ذرائع ابلاغ سے معاشرے کی توقعات واضح کرنے کے سلسلے میں اس طرح

کے دیگر تمام نظریات کے مقابلے میں زیادہ مکمل اور جامع ہے، اس میں تقریباً ہر پہلو سے واضح کیا گیا ہے کہ ذرائع ابلاغ کو کیسے کام کرنا چاہیے اور معاشرہ ان کے کام کو کس نظر سے دیکھتا ہے۔ نثاز زبیری

فریم بندی کا نظریہ

اس نظریے کی بنیاد یہ سوال ہے کہ لوگ روز مرہ کے انفرادی اور اجتماعی حالات کا مطلب کس طرح سمجھتے ہیں؟ ارونگ گوفمین کا قائم کردہ نظری یہ ہے کہ لوگ قدرتی طور پر ہر معاملے میں اپنی توقعات قائم کرتے ہیں اور کسی افسانے یا ڈرامے میں نامکمل چھوڑے جانے والے منظر کا مطلب اپنی توقعات کے مطابق سمجھ لیتے ہیں، ادب وغیرہ میں ایسے ابہام کو فن سمجھا جاتا ہے، ہم اس ابہام کا مطلب اپنی توقعات کے مطاب نکالتے ہیں، اگر ہمارا تعارف کسی مصور سے کرایا جائے جائے تو ہم اپنے طور پر سمجھ لیتے ہیں کہ وہ کس طرح کا فرد ہوگا؟ گوفمین کا خیال ہے کہ ہماری توقعات مجموعوں کی شکل میں ہوتی ہے، ان مجموعوں کو گوفمین نے 'فریم' قرار دیا ہے۔ان کا خیال ہے کہ ہم دن بھر مختلف اقسام کی صورتحال میں ایک فریم سے دوسرے میں آتے جاتے رہتے ہیں، مثال کے طور پر دوستوں کے درمیان گپ شپ کے دوران سیاست سے کھیل، کھیل سے جرائم، جرائم سے رومان، رومان سے پھر سیاست، سیاست سے مہنگائی، گویا ہم ایک فریم سے نکل کر دوسرے، پھر دوسرے سے تیسرے میں آتے جاتے ہیں۔یہ تبدیلی کسی اشارے (Clue) کی وجہ سے ہوتی ہے، مثلاً سیاست پر گپ شپ ہوتے ہوتے ایک دم اگر کوئی دوست کہہ دے کہ یار سیاست نے تو کرکٹ تک کو خراب کردیا ہے، یہ جملہ ادا ہوتے ہی اسب دوست قومی سیاست کے فریم سے نکل کر پاکستانی کرکٹ کے فریم میں آجاتے ہیں اور پھر کسی نئے

اشارے پر کسی اور فریم میں چلے جاسکتے ہیں، نظریے کی بنیاد اس خیال پر بھی ہے کہ ہماری توقعات کے سب مجموے (یعنی فریم) خاص طور پر دو ذرائع سے بنتے ہیں، یہ دو ذرائع عام زندگی کے براہ راست تجربات اور ذرائع ابلاغ سے حاصل ہونے والی معلومات ہیں۔ نثار زبیری

(Hypothesis)مفروضات

1۔ پاکستانی میڈیا جھوٹ کو سنسنی خیز انداز میں سچ بنا کر پیش کر رہا ہے

2۔ کچھ میڈیا گروپس حکومت، اسٹیبلشمنٹ یا اپوزیشن کے خلاف پروپیگنڈہ کر رہے ہیں۔

3۔ موجودہ صحافت ملک میں انتشار کا باعث بن رہی ہے۔

4۔ٹی وی چینلز ریٹنگ کے لیے خبروں میں سنسنی خیزی پید ا کرتے ہیں

5۔اس طرح کی صحافت سے ابلاغ عامہ کی قدر و منزلت کم ہورہی ہے۔

تحقیقی طریقہ کا ر

کمیتی طریقہ کار کے تحت یہ تحقیق کی گئی ہےسروے میں کراچی کے مختلف شعبوں سے افراد جن کی عمر 20 سے 50 سال ہے کو شامل کیا گیا ہے، اس میں میں 100وابستہ سروے کے) کیا گیا ہے۔Focusصحافیوں اور شعبہ ابلاغ عامہ کے طالبعلموں کو مرکوز(سوالات کو تحقیق کے مقاصد کے اعتبار سے ترتیب دیا گیا ہے۔

سوال نمبر 1 : جنس

مرد	عورت
فیصد62.3	فیصد37.7 .

اعشاریہ 7 فیصد عورتوں نے جواب دیا۔37 فیصد مرد جبکہ 3 اعشاریہ 62سروے میں

سوال نمبر 2 : عمر

20 سے 25 سال	25 سے 30 سال	30 سے 35 سال	35 سے 40 سال	40 سے 50 سال
23 فیصد	50.8 فیصد	18 فیصد	13.1 فیصد	3.3 فیصد

سروے میں 50.8 فیصد لوگ ایسے تھے جن کی عمر 25 سے 30 سال کے درمیان تھی، اس کے بعد 20 سے 25 سال کی عمر کے 23 فیصد، 30 سے 35 سال عمر کے 18 فیصد، 35 سے 40 سال عمر کے 13.1 فیصد اور 40 سے 50 سال عمر کے 3.3 فیصد شامل تھے۔

سوال نمبر 3 : تعلیمی قابلیت

میٹرک	انٹرمیڈیٹ	بیچلر	ماسٹر	دیگر
کوئی نہیں	کوئی نہیں	42.6 فیصد	52.5 فیصد	4.9 فیصد

سروے میں سب سے زیادہ 52.5 فیصد افراد کی تعلیمی قابلیت ماسٹر تھی، اس کے بعد 42.6 فیصد بیچلر جبکہ 4.9 فیصد دیگر قابلیت رکھتے تھے جبکہ میٹرک اور انٹرمیڈیٹ کے کسی فرد نے کوئی جواب نہیں دیا۔

سوال نمبر 4 : پیشہ

صحافی، ابلاغ عامہ کے طالبعلم	ڈاکٹر یا انجینئر	سرکاری و نجی ملازم	طالبعلم	گھریلو خواتین	تاجر	دیگر
60 فیصد	3.3 فیصد	10 فیصد	10 فیصد	6.7 فیصد	1.7 فیصد	8.3 فیصد

سروے میں صحافی یا شعبہ ابلاغ عامہ کے طالبعلموں کی تعداد 60 فیصد تھی، اس کے بعد سرکاری و نجی ملازم 10 فیصد، طالبعلم 10 فیصد، دیگر 8.3 فیصد، گھریلو خواتین 6.7 فیصد، ڈاکٹر یا انجینئر 3.3 فیصد اور تاجر 1.7 فیصد تھے۔

سوال نمبر 5 : کیا پاکستان میں پرنٹ یا الیکٹرونک میڈیا جھوٹ کو سنسنی خیز انداز میں سچ بنا کر پیش کرتا ہے؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
66.7 فیصد	26.7 فیصد	6.7 فیصد

سروے میں اس سوال کے حق میں 66.7 فیصد نے ووٹ دیا جبکہ 26.7 فیصد نے انکار کیا جبکہ 6.7 فیصد لوگوں نے پتا نہیں میں جواب دیا۔

سوال نمبر 6 : کیا ملک کے کچھ میڈیا گروپس حکومت، اسٹیبلشمنٹ یا اپوزیشن کے خلاف منفی پروپیگنڈہ کر رہے ہیں؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
73.3 فیصد	18.3 فیصد	8.3 فیصد

سروے میں ہاں کے لیے 73.3 فیصد، نہیں کے لیے 18.3 فیصد اور پتا نہیں کے لیے 8.3 فیصد نے جواب دیا۔

سوال نمبر 7 : آپ کے خیال میں ملک کا کون سا میڈیا گروپ ایک مخصوص سیاسی جماعت یا سیاسی ایجنڈے کو فروغ دے رہا ہے؟

جنگ میڈیا گروپ	ڈان میڈیا گروپ	اے آر وائے گروپ	ایکسپریس گروپ	فروغ نہیں دے رہا	دیگر

13.6 فیصد	1.7 فیصد	62.7 فیصد	کوئی جواب نہیں	8.5 فیصد	13.6 فیصد

سروے میں سب سے زیادہ 62.7 فیصد نے اے آر وائے گروپ کا انتخاب کیا، اس کے بعد 13.6 فیصد نے جنگ میڈیا گروپ اور 13.6 فیصد نے ہی دیگر کا آپشن چنا جبکہ فروغ نہیں دے رہا کو 8.5 فیصد اور ڈان میڈیا گروپ کو 1.7 فیصد نے منتخب کیا، مزید یہ کہ ایکسپریس گروپ کے لیے کوئی جواب نہیں آیا۔

سوال نمبر 8 : کیا ٹی وی چینلز اپنی ریٹنگ کے لیے خبروں میں سنسنی خیزی اور اشتعال انگیزی پیدا کرتے ہیں؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
96.7 فیصد	کوئی جواب نہیں دیا	3.3 فیصد

سروے میں 96.7 فیصد نے ہاں جبکہ 3.3 فیصد نے پتا نہیں کا جواب دیا، کسی فرد نے بھی نہیں کے آپشن کا انتخاب نہیں کیا۔

سوال نمبر 9 : کیا ٹی وی چینل پر اس طرح کی سنسنی خیزی مخصوص خبروں کے لیے کی جاتی ہے؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
82 فیصد	13.1 فیصد	4.9 فیصد

سروے میں 82 فیصد نے ہاں، 13.1 فیصد نے نہیں اور 4.9 فیصد نے پتا نہیں کا جواب دیا۔

سوال نمبر 10 آپ کے خیال میں ٹی وی چینلز پر کس طرح کی خبریں انتشار کا سبب بن رہی ہیں؟

سیاست سے متعلق خبریں	جرائم سے متعلق خبریں	مذہب سے متعلق خبریں	توہین مذہب و رسالت سے متعلق خبریں	دیگر خبریں
45.9 فیصد	18 فیصد	9.8 فیصد	19.7 فیصد	6.6 فیصد

سروے میں 45.9 فیصد نے سیاست سے متعلق خبریں، 18 فیصد نے جرائم سے متعلق خبریں، 9.8 فیصد نے مذہب سے متعلق خبریں، 19.7 فیصد نے توہین مذہب و رسالت سے متعلق خبریں جبکہ 6.6 فیصد نے دیگر خبروں کا انتخاب کیا۔

سوال نمبر 11 : آپ کے خیال میں کیا ملک میں آزادی صحافت کی بات کرکے نفرت پھیلائی جارہی ہے؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
19.7 فیصد	72.1	8.2 فیصد

سروے میں 19.7 فیصد نے ہاں جبکہ 72.1 فیصد نے نہیں کا انتخاب کیا جبکہ 8.2 فیصد نے پتا نہیں کا جواب دیا۔

سوال نمبر 12 : کیا موجودہ صحافت معاشرے میں انتشار اور بےچینی کا سبب بن رہی ہے؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
67.8 فیصد	20.3 فیصد	11.9 فیصد

اس سوال کے جواب میں 67.8 فیصد نے ہاں اور 20.3 فیصد نے نہیں میں جواب دیا جبکہ 11.9 فیصد کا انتخاب پتا نہیں تھا۔

سوال نمبر 13 : کیا سنسنی خیزی پر مبنی صحافت ابلاغ عامہ کی قدر و منزلت میں کمی کا باعث بن رہی ہے؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
81.7 فیصد	13.3 فیصد	5 فیصد

سروے میں 81.7 فیصد نے ہاں میں جواب دیا، 13.3 فیصد نے نہیں اور 5 فیصد نے پتا نہیں کا انتخاب کیا۔

سوال نمبر 14: کیا پرنٹ و الیکٹرونک میڈیا کی طرح ڈیجیٹل میڈیا پر بھی سنسنی خیزی پھیلائی جارہی ہے؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
86.7 فیصد	8.3 فیصد	5 فیصد

سروے میں 86.7 فیصد نے ہاں، 8.3 فیصد نے نہیں اور 5 فیصد نے پتا نہیں کے آپشن کا انتخاب کیا۔

سوال نمبر 15 : کیا موجودہ ڈیجیٹل میڈیا کا دور ’زرد صحافت‘ کا دور ہے؟

ہاں	نہیں	پتا نہیں
51.7 فیصد	25 نہیں	23.3 فیصد

سروے میں ہاں کے آپشن پر 51.7 فیصد، نہیں پر 25 فیصد اور پتا نہیں پر 23.3 فیصد نے جواب دیا۔

حاصل نتائج

ہماری اس تحقیق کے حاصل ہونے والے نتائج اخذ کردہ مفروضات کے مطابق ہی تھے اور لوگوں خاص طور پر شعبہ صحافت سے وابستہ افراد نے میڈیا کی جانب سے پھیلائی جانے والی سنسنی خیزی کو تسلیم کیا اور موجودہ میڈیا کے دور کو زرد صحافت کا دور قرار دیا۔ اس تحقیق سے سامنے آنے والے نتائج میں 66 فیصد سے زائد لوگوں نے اس بات کو تسلیم کیا کہ پاکستان میں میڈیا جھوٹ کو سنسنی خیز انداز میں سچ بنا کر پیش کرتا ہے جبکہ 73 فیصد سے زائد لوگ اس بات کے بھی حق میں تھے کہ کچھ میڈیا گروپس حکومت، اسٹیبلشمنٹ یا اپوزیشن کے خلاف پروپیگنڈہ کر رہے ہیں۔

تحقیق سے حاصل نتائج میں یہ بات بھی سامنے آئی کہ ملک کے کچھ میڈیا گروپ خاص طور پر اے آر وائے گروپ ایک مخصوص سیاسی جماعت یا سیاسی ایجنڈے کو فروغ دے رہا ہے اور اس بات کے حق میں سروے میں شامل 62 فیصد سے زائد لوگوں نے جواب دیا۔اس کے ساتھ ہی تحقیق میں یہ بات سامنے آئی کہ 86.7 فیصد لوگ یہ سمجھتے ہیں کہ سنسنی خیزی پر مبنی صحافت سے ابلاغ عامہ کی قدر و منزلت میں کمی کا باعث بھی بن رہی ہے۔

اسی طرح یہ نتائج بھی حاصل ہوئے کہ میڈیا پر سیاست سے متعلق خبریں سب سے زیادہ انتشار کا سبب بن رہی ہیں، تاہم تحقیق میں سامنے آنے والے نتائج میں 72.1 فیصد لوگوں نے اس بات کو تسلیم کیا کہ آزادی صحافت کی بات کرکے نفرت نہیں پھیلائی جارہی۔

سفارشات

اس تحقیق کے ذریعے سامنے آنے والے نتائج کی روشنی میں ہم یہ سفارشات دینا چاہتے ہیں کہ میڈیا کو سنسنی خیزی کے بجائے خبر کو اس کے اصل انداز میں عوام تک پہنچانا چاہیے۔

میڈیا کو چاہیے کہ وہ ریٹنگ کی دوڑ سے باہر آکر جلد بازی میں غلط خبر دینے سے گریز کرے اور تحقیق اور حقائق کی جانچ کے بعد خبر کو شائع و نشر کرے۔

ہم یہ شفارشات دینا چاہتے ہیں کہ میڈیا ایک مخصوص ایجنڈے پر کام کرنے کے بجائے صحافت کے بنیادی اصول غیرجانبداری کو فروغ دے اور کسی بھی خبر میں توازن کو برقرار رکھے۔

میڈیا کو چاہیے کہ وہ سیاست پر مبنی خبروں اور پروگرامات کے لیے اپنے وقت کو کم کرے تعمیری اور عوام کی دلچسپی کی خبریں اور پروگرامات کو اپنے چینل کا حصہ بنائے۔

حوالہ جات

،زرد صحا فت ،روزنامہ ڈان کر اچی ص ایڈیٹوریل صفحہ ,2018جنوری29(اداریہ
https://www.dawn.com/news/1385835۔

سیلگ دی کڈز،دی رول آف یلوجرنلزم ،امریکن اسٹڈیز دی یونیورسٹی آف ورجینیا

http://xroads.virginia.edu/~ma04/wood/ykid/yj.htm.

،یلو جرنلزم اینڈ دی کرز آف کرپشن ان پاکستان کا میڈیا 2011مارچ 25(سمبل ایوب ملک ۔

ویب سائٹ جرنلزم ڈاٹ سی او ڈاٹ پی کے

-https://www.journalism.co.uk/news-features/-yellow-journalism-and-the-curse-of-corruption-in-pakistan-s-media/s5/a543400/

داستان صحا فت ،مکتبہ کارواں کچہری روڈ ،لاہور(1984-عبدالسلام خوشید

،آمیکریکنگ مآڈل انوییسٹی گیٹو رپورٹنگ سائیکل ان امریکن ہسٹری 2013(مارک فیسلڈن

،نییمن فاؤ نڈیشن

http://nieman.harvard.edu/wp-content/uploads/pod-assets/pdf/Nieman%

لائیو ود ڈاکٹر شاہد مسعود،نیوز ون ٹی وی کراچی -2018جنوری 28مسعود شاہد

نثاز زبیری ڈاکٹر ۔،ابلا غ عامہ کے افکا ر ونظریات،سنگل میل پبلی کیشنز،لاہور