ALLAMA IQBAL OPEN UNIVERSITY

USMAN NOTES
www.usmannotes.com

Name:

Registration No.:

Course Code: 454

Program:

Semester: Autumn 2026

ALLAMA IQBAL OPEN UNIVERSITY, ISLAMABAD

Course: Television Broadcasting (454) • Level: B.A. / Associate Degree

Semester: Autumn 2026

Assignment No. 2 (Units 5-9)

Total Marks: 100 • Passing Marks (BA): 50 • Passing Marks (AD): 50

SOLVED ASSIGNMENT GUIDE

(For Study & Reference)

Note: This guide is prepared for study and reference purposes. Students are advised to read the relevant units of the course book, understand the concepts, and then write the assignment in their own words.

نوٹ: یہ حل شدہ گائیڈ صرف مطالعے اور حوالے کے لیے تیار کی گئی ہے۔ طلبہ سے گزارش ہے کہ کورس کی کتاب کے متعلقہ یونٹس پڑھ کر خود اچھی طرح سمجھیں اور پھر امتحانی مشق اپنی زبان اور اپنے الفاظ میں تحریر کریں، کیونکہ دوسرے طالب علم کی تحریر بعینہٖ نقل کرنا یونیورسٹی کی "Plagiarism" پالیسی کے تحت سزا کا باعث بن سکتا ہے۔

سوال نمبر 1: ٹی وی نیوز کا مفہوم و اصول اور خبروں کے ذرائع (20 نمبر)

سوال نمبر 1: ٹی وی نیوز کا مفہوم اور اصول لکھیں نیز ٹی وی خبروں کے ذرائع بیان کریں۔ (20)

تعارف

خبر جدید ذرائع ابلاغ کی روح ہے اور ٹیلی ویژن خبر کی ترسیل کا سب سے مؤثر ذریعہ بن چکا ہے۔ اخبار کا قاری خبر پڑھتا ہے، ریڈیو کا سامع خبر سنتا ہے، مگر ٹیلی ویژن کا ناظر خبر کو دیکھتا بھی ہے اور سنتا بھی ہے۔ یہی بصری قوت ٹی وی نیوز کو دوسرے ذرائع سے ممتاز کرتی ہے اور اسی قوت کے ساتھ اس کی ذمہ داریاں بھی بڑھ جاتی ہیں۔ ٹی وی نیوز محض

واقعات کی اطلاع نہیں ہوتی بلکہ اس کے پیچھے باقاعدہ اصول، اقدار اور پیشہ ورانہ نظام کار فرما ہوتا ہے، اور اس کے مواد کے لیے متعدد مستند ذرائع پر انحصار کیا جاتا ہے۔ اس جواب میں پہلے ٹی وی نیوز کا مفہوم اور اس کے اصول بیان کیے جائیں گے اور پھر ٹی وی خبروں کے ذرائع تفصیل سے بیان ہوں گے۔

ٹی وی نیوز کا مفہوم

ٹی وی نیوز سے مراد ٹیلی ویژن کے ذریعے نشر کی جانے والی وہ خبریں ہیں جن میں تازہ ترین واقعات، حالات اور معلومات کو تصویر، آواز، تحریر اور بیان کی مشترکہ شکل میں ناظرین تک پہنچایا جاتا ہے۔ خبر کی عمومی تعریف یہ ہے کہ خبر کسی نئے، غیر معمولی، دلچسپ یا اہم واقعے کی وہ اطلاع ہے جو بڑی تعداد میں لوگوں کے لیے دلچسپی یا اہمیت رکھتی ہو۔ ٹیلی ویژن اس اطلاع کو سب سے مکمل انداز میں پیش کرتا ہے، کیونکہ اس میں واقعے کی متحرک تصویر، مقام کی اصل آوازیں، نامہ نگار کی رپورٹ اور خبر خواں کا بیان ایک ساتھ شامل ہوتے ہیں۔ اسی لیے کہا جاتا ہے کہ ٹی وی خبر ناظر کو واقعے کا عینی شاہد بنا دیتی ہے۔

ٹی وی نیوز کی کئی شکلیں ہیں: مقررہ وقفوں سے نشر ہونے والے نیوز بلیٹن، جن میں دن بھر کی اہم خبریں ترتیب سے پیش کی جاتی ہیں؛ بریکنگ نیوز، جو کسی بڑے واقعے کے رونما ہوتے ہی نشریات روک کر فوری طور پر دی جاتی ہے؛ نیوز پیکج، جو کسی واقعے پر نامہ نگار کی تیار کردہ تصویری رپورٹ ہوتا ہے؛ اور براہ راست کوریج، جس میں واقعہ اسی لمحے اسکرین پر دکھایا جاتا ہے۔ ٹی وی خبر کی نمایاں خصوصیات میں اس کی فوریّت، بصری شہادت، جامعیت اور ساکھ شامل ہیں۔ یہ خصوصیات ہی اسے اخباری و ریڈیائی خبر سے الگ کرتی ہیں؛ اخبار کی خبر تفصیلی اور تجزیاتی ہو سکتی ہے مگر اس میں تصویر جامد ہوتی ہے، ریڈیو تیز ہے مگر اندھا ذریعہ ہے، جبکہ ٹی وی خبر تیز بھی ہے اور آنکھوں دیکھی بھی۔ البتہ وقت کی کمی کی وجہ سے ٹی وی خبر عموماً اخبار کی نسبت مختصر ہوتی ہے اور پس منظر کم بیان کر پاتی ہے، یہ اس کی قدرتی حد ہے۔

ٹی وی نیوز کے اصول

ٹی وی نیوز کا پہلا اور سب سے بنیادی اصول صداقت و درستگی ہے۔ خبر میں پیش کیا گیا ہر واقعہ، عدد، نام اور بیان تصدیق شدہ ہونا چاہیے؛ اندازے یا افواہ کو خبر کے طور پر پیش کرنا صحافتی بددیانتی ہے۔ بصری ذریعے میں اس اصول کی اہمیت اور بڑھ جاتی ہے، کیونکہ غلط تصویر یا پرانی فوٹیج نئی خبر کے ساتھ چلانا ناظرین کو دھوکے میں ڈال دیتا ہے۔ دوسرا

اصول غیر جانبداری و توازن ہے۔ خبر پیش کرتے وقت نامہ نگار یا ادارے کو اپنا ذاتی رجحان خبر میں شامل نہیں کرنا چاہیے؛ متنازعہ معاملات میں تمام فریقوں کا موقف مناسب تناسب سے پیش کرنا توازن کہلاتا ہے اور یہی صحافت کی ساکھ کی بنیاد ہے۔ تیسرا اصول حق و انصاف اور غیر جانبدارانہ زبان ہے؛ ملزم کو مجرم کہہ کر پیش نہ کرنا، کسی فرد یا گروہ کے بارے میں تعصبانہ الفاظ سے گریز اور خبر و رائے کو الگ الگ رکھنا اسی اصول کے تقاضے ہیں۔

چوتھا اصول بروقت اور تازگی ہے۔ خبر کی قدر اس کی تازگی سے جڑی ہوتی ہے؛ پرانی خبر خبر نہیں رہتی۔ اسی لیے ٹی وی ادارے رفتار کو اہمیت دیتے ہیں، مگر پیشہ ورانہ اصول یہ ہے کہ رفتار درستگی پر قربان نہ ہو؛ غلط خبر جلدی دینے سے بہتر ہے کہ درست خبر تھوڑی دیر سے دی جائے۔ پانچواں اصول وضاحت و سادگی ہے؛ خبر کی زبان عام ناظر کے لیے آسان ہونی چاہیے، جملے چھوٹے اور براہ راست ہوں اور تکنیکی اصطلاحات جہاں لازم ہوں وہاں سادہ تشریح کے ساتھ آئیں۔ چھٹا اصول مفاد عامہ و اہمیت کی ترتیب ہے، یعنی بلیٹن میں خبر کی اہمیت، اثر اور عوامی دلچسپی کے مطابق اس کی جگہ اور دورانیہ مقرر کیا جائے۔ ساتواں اصول ذمہ داری و اخلاقیات ہے: حادثات و جرائم کی خبروں میں سنسنی سے گریز، متاثرین کی عزت و پرائیویسی کا احترام، تشدد کی غیر ضروری تصویری تفصیل سے پرہیز اور قومی و معاشرتی ہم آہنگی کو نقصان پہنچانے والے مواد سے اجتناب اسی میں شامل ہے۔ آٹھواں اصول منظر و خبر کی مطابقت ہے؛ جو کہا جا رہا ہو وہی دکھایا بھی جائے، اور اگر اصل فوٹیج موجود نہ ہو تو فائل فوٹیج استعمال کرتے ہوئے اس کا واضح اشارہ دیا جائے۔ ان اصولوں پر عمل ہی ٹی وی نیوز کو قابل اعتماد بناتا ہے۔

ٹی وی خبروں کے ذرائع

ٹی وی خبروں کا سب سے بڑا اور بنیادی ذریعہ ادارے کا اپنا نامہ نگار نظام ہے۔ مرکزی نیوز روم کے رپورٹر مختلف شعبوں یعنی بیٹس پر مامور ہوتے ہیں: عدالتیں، پارلیمنٹ، تعلیم، صحت، کھیل، تجارت وغیرہ۔ شہروں و اضلاع میں بیورو آفس اور نامہ نگاران ہوتے ہیں اور چھوٹے علاقوں میں نمائندے و سٹرنگرز مقامی خبریں اور فوٹیج فراہم کرتے ہیں۔ نامہ نگار موقع پر جاتا ہے، فوٹیج بناتا ہے، متعلقہ افراد کے بیانات یعنی ساؤنڈ بائٹس لیتا ہے اور خبر پیکج یا براہ راست رپورٹ کی صورت میں مرکز کو بھیجتا ہے۔ دوسرا اہم ذریعہ ملکی و بین الاقوامی خبر رساں ایجنسیاں ہیں۔ پاکستان کی سرکاری خبر رساں ایجنسی اے پی پی، اور عالمی ایجنسیاں جیسے رائٹرز، اے ایف پی اور اے پی وغیرہ ٹی وی اداروں کو تحریری خبریں،

تصاویر اور ویڈیو فیڈ فراہم کرتی ہیں۔ کوئی بھی ادارہ دنیا کے ہر مقام پر اپنا نامہ نگار نہیں بھیج سکتا، اس لیے خاص طور پر بین الاقوامی خبروں کے لیے ایجنسیوں کی خدمات ناگزیر ہیں۔

تیسرا ذریعہ سرکاری و ادارہ جاتی ذرائع ہیں: حکومتوں، وزارتوں، محکموں اور اداروں کی پریس ریلیزیں، اعلامیے، پریس کانفرنسیں اور ترجمانوں کے بیانات۔ چوتھا ذریعہ مانیٹرنگ ہے؛ نیوز روم میں دوسرے ملکی و غیر ملکی چینلز، ریڈیو نشریات، اخبارات و رسائل اور نیوز ویب سائٹس کی مسلسل نگرانی کی جاتی ہے، تاکہ کوئی اہم خبر رہ نہ جائے اور اس کی تصدیق کر کے اسے اپنی نشریات میں شامل کیا جا سکے۔ پانچواں ذریعہ عوامی ذرائع سے جڑے ہیں: عوام کی اطلاع، فون کالز، خطوط اور آج کے دور میں سوشل میڈیا۔ بہت سے واقعات سب سے پہلے موقع پر موجود شہریوں کی بنائی ویڈیوز سے سامنے آتے ہیں، جنہیں شہری صحافت کہا جاتا ہے؛ مگر پیشہ ورانہ اصول یہ ہے کہ ایسی فوٹیج کو تصدیق کے بغیر نشر نہ کیا جائے، کیونکہ جعلی و پرانی ویڈیوز کا خطرہ ہمیشہ موجود رہتا ہے۔ چھٹا ذریعہ ادارے کی اپنی لائبریری یا آرکائیو ہے، جہاں سے پس منظر، سابقہ واقعات اور معلوماتی فوٹیج حاصل ہوتی ہے۔ ساتواں ذریعہ عدالتی، پارلیمانی و سرکاری کارروائیوں کی براہ راست کوریج، کھیلوں و تقریبات کے حقوق یافتہ فیڈ اور اوبی وین و ڈی ایس این جی کے ذریعے براہ راست ترسیل بھی جدید نیوز نظام کا اہم ذریعہ ہے۔ ان تمام ذرائع سے موصول خبر کو نیوز ڈیسک پر جانچا، پرکھا اور ایڈٹ کیا جاتا ہے، تب جا کر وہ بلیٹن کا حصہ بنتی ہے۔

خلاصہ

خلاصہ یہ ہے کہ ٹی وی نیوز تصویر، آواز اور بیان کی مشترکہ شکل میں تازہ واقعات کی بامقصد ترسیل ہے، جس کی قوت اس کی بصری شہادت اور فوری رسائی میں ہے۔ اس کے بنیادی اصول صداقت، غیر جانبداری، توازن، بروقت ترسیل، وضاحت، مفاد عامہ اور اخلاقی ذمہ داری ہیں۔ اس کے ذرائع میں اپنے نامہ نگاران و بیوروز، ملکی و عالمی خبر رساں ایجنسیاں، سرکاری ذرائع، مانیٹرنگ، عوامی و سوشل میڈیا ذرائع اور آرکائیو شامل ہیں۔ اصولوں کی پاسداری اور ذرائع کی تصدیق ہی ٹی وی نیوز کی ساکھ کی اصل ضمانت ہے۔

سوال نمبر 2: ٹی وی نیوز روم اور نیوز بلیٹن سے متعلقہ اصطلاحات (20 نمبر)

سوال نمبر 2: ٹی وی نیوز روم اور نیوز بلیٹن سے متعلقہ مختلف اصطلاحات پر جامع نوٹ لکھیں۔ (20)

تعارف

ہر پیشے کی اپنی مخصوص زبان ہوتی ہے اور ٹیلی ویژن صحافت بھی اس سے مبرا نہیں۔ ٹی وی نیوز روم میں کام کرنے والے صحافی، پروڈیوسر، نامہ نگار اور تکنیکی عملہ روزمرہ گفتگو، ہدایات اور تحریری نوٹس میں ایسی اصطلاحات استعمال کرتے ہیں جو عام ناظر یا نئے آنے والے کے لیے اجنبی ہو سکتی ہیں، مگر نیوز روم کی تیز رفتار کارروائی میں یہی مختصر اصطلاحات فوری تفہیم اور درست عمل درآمد کی ضمانت ہوتی ہیں۔ نیوز روم سے مراد کسی ٹی وی چینل کا وہ مرکزی دفتر و نظام ہے جہاں خبریں موصول ہوتی ہیں، منتخب ہوتی ہیں، تحریر و ایڈٹ ہوتی ہیں اور بلیٹن کی صورت میں نشر کی جاتی ہیں؛ جبکہ نیوز بلیٹن مقررہ وقت پر نشر ہونے والا خبروں کا مجموعہ ہے۔ اس جواب میں نیوز روم کے نظام کا مختصر تعارف پیش کرنے کے بعد نیوز روم اور بلیٹن سے متعلقہ اہم اصطلاحات کی وضاحت کی جائے گی۔

نیوز روم کا نظام اور بلیٹن کی تیاری

نیوز روم کی سربراہی عموماً ڈائریکٹر نیوز یا نیوز کنٹرولر کرتا ہے۔ اس کے ماتحت مختلف ڈیسک کام کرتے ہیں: ان پٹ ڈیسک، جو نامہ نگاروں کی اسائنمنٹ اور خبروں کی آمد دیکھتا ہے؛ آؤٹ پٹ ڈیسک، جو بلیٹن کی ترتیب و تیاری کا ذمہ دار ہوتا ہے؛ نیشنل، انٹرنیشنل، اسپورٹس، بزنس اور دیگر موضوعاتی ڈیسک؛ اور اسائنمنٹ ایڈیٹر جو طے کرتا ہے کہ کون سا نامہ نگار کس خبر پر جائے گا۔ نیوز پروڈیوسر ہر بلیٹن کا انچارج ہوتا ہے؛ وہ خبروں کی ترتیب یعنی رن ڈاؤن تیار کرتا ہے، ہر خبر کا دورانیہ مقرر کرتا ہے اور بلیٹن کو وقت کے اندر مکمل رکھنا اس کی ذمہ داری ہوتی ہے۔ کاپی ایڈیٹر خبر کی زبان و درستگی دیکھتا ہے، ویڈیو ایڈیٹر فوٹیج جوڑتا ہے اور اینکر اسٹوڈیو سے بلیٹن پیش کرتا ہے۔ یہ سارا عمل ایک مسلسل سلسلہ ہے جو خبر کی آمد سے نشریات تک چلتا ہے۔

اہم اصطلاحات کی وضاحت

رن ڈاؤن یا رننگ آرڈر بلیٹن کی وہ تحریری فہرست ہے جس میں تمام خبروں کی ترتیب، ان کا دورانیہ اور ان کی شکل درج ہوتی ہے؛ پورا بلیٹن اسی ترتیب سے چلتا ہے۔ لیڈ اسٹوری بلیٹن کی سب سے پہلی اور اہم ترین خبر کو کہتے ہیں، جو دن کے سب سے بڑے واقعے پر مبنی ہوتی ہے۔ ہیڈ لائنز بلیٹن کے آغاز میں پیش کی جانے والی اہم خبروں کی مختصر جھلکیاں

ہیں، جن کا مقصد ناظر کی دلچسپی جگانا ہے۔ ٹیزر بھی اسی مقصد کی چھوٹی جھلک ہے جو وقفے سے پہلے اگلی خبروں کی طرف متوجہ کرتی ہے۔ بریکنگ نیوز سے مراد وہ اہم خبر ہے جو بلیٹن یا پروگرام کے دوران فوری طور پر نشر کی جائے، عموماً اسکرین پر خصوصی گرافک کے ساتھ۔ پیکج نامہ نگار کی تیار کردہ مکمل تصویری رپورٹ کو کہتے ہیں، جس میں اس کی آواز یعنی وائس اوور، موقع کی فوٹیج اور متعلقہ افراد کے بیانات شامل ہوتے ہیں۔

وائس اوور یا وی او وہ ریکارڈ شدہ آواز ہے جو تصویر کے اوپر سنائی دیتی ہے، خواہ وہ اینکر پڑھے یا نامہ نگار۔ سنک، ساؤنڈ بائٹ یا بائٹ سے مراد کسی شخصیت کے اصل بیان کا وہ مختصر حصہ ہے جو خبر میں شامل کیا جاتا ہے۔ ایس او ٹی یعنی ساؤنڈ آن ٹیپ بھی اسی مفہوم میں استعمال ہوتی ہے۔ وژول یا فوٹیج خبر سے متعلق خام یا تیار شدہ تصویری مواد کو کہتے ہیں۔ فائل فوٹیج یا آرکائیو وہ پرانی ریکارڈنگ ہے جو پس منظر کے طور پر استعمال ہو، اس کا بطور فائل واضح اشارہ دینا اصول ہے۔ لائیو سے مراد اسی لمحے براہ راست نشر ہونا ہے، جبکہ فون ان یا بیپر وہ صورت ہے جس میں نامہ نگار فون پر براہ راست خبر دے اور اسکرین پر اس کی تصویر یا نام دکھایا جائے۔ او بی یعنی آؤٹ سائیڈ براڈکاسٹ اسٹوڈیو سے باہر سے براہ راست نشریات کو کہتے ہیں، اور ڈی ایس این جی وہ گاڑی و نظام ہے جو سیٹلائٹ کے ذریعے کسی بھی مقام سے لائیو فیڈ بھیجتا ہے۔

سپر یا ٹکر اسکرین کے نیچے چلنے والی تحریری پٹی ہے جس پر خبر کا خلاصہ یا اہم نکات لکھے جاتے ہیں؛ اسٹریپ میں عموماً بولنے والے کا نام و عہدہ لکھا آتا ہے۔ انٹرو خبر کا وہ ابتدائی حصہ ہے جو اینکر اسٹوڈیو سے پڑھتا ہے اور ناظر کو پیکج یا رپورٹ کی طرف لے جاتا ہے؛ اس کے برعکس اختتامی جملے و نتائج بھی رپورٹ کا حصہ ہوتے ہیں۔ اسائنمنٹ کسی نامہ نگار کو سونپی گئی مخصوص خبر یا ذمہ داری کو کہتے ہیں۔ بیٹ نامہ نگار کے مقررہ شعبے یا علاقے کو کہتے ہیں۔ گل یعنی خبر کا چھٹنا ہوا غیر اہم ہونا اور پلگ یعنی خبر کا اچانک واپس لے لینا بھی ڈیسک کی عام اصطلاحات ہیں۔ گیسٹ کوآرڈینیشن، گرافکس اور پروموجیسے شعبے بھی نیوز روم ہی کے جڑواں نظام ہیں۔ نیچے کی جدول میں اہم اصطلاحات کا خلاصہ دیا گیا ہے تاکہ پڑھنے والا انہیں ایک نظر میں یاد کر سکے۔

جدول 1: ٹی وی نیوز روم و بلیٹن کی اہم اصطلاحات

اصطلاح	مفہوم

رن ڈاؤن	بلیٹن میں خبروں کی ترتیب و دورانیے کی تحریری فہرست
لیڈ اسٹوری	بلیٹن کی پہلی اور اہم ترین خبر
ہیڈ لائنز	بلیٹن کے آغاز میں اہم خبروں کی مختصر جھلکیاں
بریکنگ نیوز	نشریات کے دوران فوری دی جانے والی بڑی خبر
پیکج	نامہ نگار کی وائس اوور، فوٹیج و بیانات پر مبنی مکمل رپورٹ
وائس اوور (VO)	تصویر کے اوپر سنائی دینے والی ریکارڈ شدہ آواز
ساؤنڈ بائٹ / سنک	کسی شخصیت کے اصل بیان کا مختصر منتخب حصہ
فائل فوٹیج	پس منظر کے لیے استعمال ہونے والی آرکائیو ریکارڈنگ
لائیو / فون ان	براہِ راست نشریات / فون پر براہ راست رپورٹ
او بی / ڈی ایس این جی	بیرونی براہ راست نشریات / سیٹلائٹ لائیو ترسیلی نظام
سپر / ٹکر	اسکرین کے نیچے چلنے والی تحریری معلوماتی پٹی
اسائنمنٹ / بیٹ	نامہ نگار کو سونپی خبر / اس کا مقررہ شعبہ یا علاقہ

اصطلاحات کی اہمیت

ان اصطلاحات کو جاننا محض زبان دانی نہیں بلکہ نیوز روم کی کارکردگی کی شرط ہے۔ بلیٹن کا وقت سیکنڈوں میں ناپا ہوتا ہے؛ جب پروڈیوسر کنٹرول روم سے کہتا ہے کہ پیکج تیار ہے، ٹکر بدل دو یا لیڈ تبدیل کر دو، تو اس مختصر ہدایت پر فوری عمل اسی وقت ممکن ہے جب تمام عملہ ایک ہی اصطلاحی زبان سمجھتا ہو۔ اس کے علاوہ یہ اصطلاحات خبروں کی درجہ

بندی، ترتیب اور پیشکش کے پیشہ ورانہ معیار کو بھی ظاہر کرتی ہیں۔ نئے صحافی کی تربیت کا پہلا مرحلہ یہی اصطلاحات سیکھنا ہوتا ہے، کیونکہ ان کے بغیر وہ نہ رن ڈاؤن سمجھ سکتا ہے، نہ ڈیسک کی ہدایات پر درست عمل کر سکتا ہے اور نہ خود معیاری خبر لکھ سکتا ہے۔

خلاصہ

خلاصہ یہ ہے کہ ٹی وی نیوز روم خبروں کی آمد، انتخاب، تحریر و اشاعت کا منظم مرکز ہے، جس کی کارروائی ایک مخصوص اصطلاحی زبان میں چلتی ہے۔ رن ڈاؤن، لیڈ پیکج، وائس اوور، بائٹ، بریکنگ نیوز، او بی، ڈی ایس این جی اور ٹکر جیسی اصطلاحات اس نظام کی بنیادی اکائیاں ہیں۔ ان اصطلاحات کی درست تفہیم ہر ٹی وی صحافی کے لیے لازم ہے، کیونکہ اسی سے خبر کی تیاری تیز، مربوط اور معیاری بنتی ہے۔

سوال نمبر 3: مسودہ نگاری کا مفہوم اور ٹیلی ویژن مسودہ نگاری کے تقاضے (20 نمبر)

سوال نمبر 3: مسودہ نگاری کا مفہوم تحریر کریں نیز ٹیلی ویژن مسودہ نگاری کے بنیادی تقاضے تحریر کریں۔ (20)

تعارف

ٹیلی ویژن کا ہر پروگرام، خواہ وہ خبرنامہ ہو، ڈرامہ ہو، دستاویزی فلم ہو یا تفریحی شو، نشر ہونے سے پہلے کاغذ پر جنم لیتا ہے۔ اس کاغذی شکل کو مسودہ، اسکرپٹ یا تحریری خاکہ کہا جاتا ہے اور اسے لکھنے کے فن کو مسودہ نگاری کہتے ہیں۔ کیمرہ مین کیا شوٹ کرے گا، اداکار کیا بولے گا، اینکر کیا پڑھے گا اور ہدایت کار منظر کیسے ترتیب دے گا، ان سب کا فیصلہ مسودے میں ہوتا ہے۔ اچھا مسودہ پروڈکشن کی ریڑھ کی ہڈی ہے؛ کمزور مسودے پر بڑی سے بڑی ٹیم بھی معیاری پروگرام نہیں بنا سکتی۔ اس جواب میں پہلے مسودہ نگاری کا مفہوم بیان کیا جائے گا اور پھر ٹیلی ویژن مسودہ نگاری کے بنیادی تقاضے تفصیل سے تحریر کیے جائیں گے۔

مسودہ نگاری کا مفہوم

مسودہ نگاری سے مراد کسی ٹیلی ویژن پروگرام کے لیے وہ تحریری خاکہ تیار کرنا ہے جس میں پروگرام کے تمام اجزا پہلے سے طے شدہ ترتیب میں لکھے جائیں: مکالمے و بیان، مناظر کی تفصیل، کیمرے کی حرکات و ہدایات، آواز و موسیقی کے اشارے اور دورانیہ۔ انگریزی میں اسے اسکرپٹ رائٹنگ کہا جاتا ہے اور مسودے کو اسکرپٹ یا کھیل کی صورت میں ڈرامے کے لیے پلے بھی کہا جاتا ہے۔ مسودہ دراصل ایک مکمل پروگرام ہے؛ پروڈیوسر، ہدایت کار، اداکار، کیمرہ مین اور ایڈیٹر سب اسی تحریر کی رہنمائی میں اپنا اپنا کام کرتے ہیں۔ اس کی مثال عمارت کے نقشے جیسی ہے: جیسے نقشے کے بغیر عمارت کھڑی نہیں ہو سکتی، ویسے ہی مسودے کے بغیر مربوط ٹی وی پروگرام وجود میں نہیں آ سکتا۔

ٹیلی ویژن مسودے کی ساخت عام تحریر سے مختلف ہوتی ہے۔ بیشتر پروگراموں میں دو خانوں والی صورت استعمال ہوتی ہے: ایک خانے میں وژول یعنی تصویر سے متعلق ہدایات لکھی جاتی ہیں کہ اس وقت اسکرین پر کیا نظر آئے گا، اور دوسرے خانے میں آڈیو یعنی آواز سے متعلق مواد لکھا جاتا ہے کہ اس وقت کیا سنا جائے گا، کون بولے گا اور موسیقی یا آواز کا اثر کیا ہو گا۔ خبروں کے مسودے میں اینکر کی پڑھی جانے والی کاپی پیکج کا متن، چلنے والے گرافکس اور دورانیے درج ہوتے ہیں۔ ڈرامے کے مسودے میں منظر نمبر، مقام و وقت، کرداروں کی فہرست اور مکالمے ترتیب سے لکھے جاتے ہیں۔ ہر پروگرام کی نوعیت کے مطابق مسودے کی شکل بدلتی ہے، مگر اس کا مقصد ایک ہی رہتا ہے: پوری ٹیم کو ایک مشترکہ تحریری رہنما فراہم کرنا۔

ٹیلی ویژن مسودہ نگاری کے بنیادی تقاضے

ٹیلی ویژن مسودہ نگاری کا پہلا بنیادی تقاضا بصری انداز فکر ہے۔ ٹیلی ویژن دیکھنے کا ذریعہ ہے، اس لیے مسودہ نگار کو لفظوں کے بجائے تصویروں میں سوچنا چاہیے۔ قاعدہ یہ ہے کہ جو بات تصویر سے دکھائی جا سکتی ہے وہ بیان سے نہ کہی جائے؛ متن تصویر کی تکرار نہیں بلکہ اس کی تکمیل ہو۔ مثال کے طور پر اگر اسکرین پر بھیڑ اور افراتفری نظر آ رہی ہے تو متن میں صرف یہ کہنا کافی ہے کہ صورت حال کیوں پیدا ہوئی، نہ یہ کہ بہت بھیڑ ہے۔ دوسرا تقاضا سنی جانے والی زبان ہے۔ ٹی وی کا متن پڑھنے کے لیے نہیں، بولنے اور سننے

کے لیے لکھا جاتا ہے؛ اس لیے جملے چھوٹے، سادہ اور رواں ہوں، مشکل الفاظ و طویل تراکیب سے گریز ہو اور ہر جملے میں ایک ہی بات کہی جائے، کیونکہ ناظر کے پاس جملہ دوبارہ سننے کا موقع نہیں ہوتا۔

تیسرا تقاضا درستگی و تحقیق ہے۔ خبر ہو یا دستاویزی پروگرام، اس میں آنے والا ہر واقعہ، تاریخ، نام اور عدد مستند ذرائع سے تصدیق شدہ ہو۔ ڈرامے و معلوماتی پروگرام میں بھی پس منظر کی تحقیق مسودے کو وزن عطا کرتی ہے۔ چوتھا تقاضا ساخت و ترتیب ہے۔ مسودے کا مضبوط آغاز ناظر کو باندھتا ہے، درمیان میں دلچسپی بڑھتی رہتی ہے اور اختتام تسلی بخش و یادگار ہوتا ہے۔ خبر میں سب سے اہم بات پہلے لائی جاتی ہے، جبکہ ڈرامے و دستاویزی میں کشمکش و تجسس کا تسلسل برقرار رکھا جاتا ہے۔ پانچواں تقاضا وقت و دورانیے کی پابندی ہے۔ ٹی وی میں ہر سیکنڈ قیمتی ہے؛ مسودہ نگار کو معلوم ہونا چاہیے کہ اوسطاً ایک منٹ میں کتنے الفاظ بولے جاتے ہیں، تاکہ مسودہ مقررہ دورانیے سے بڑا یا چھوٹا نہ ہو۔ خبر نامے اور ڈرامے دونوں میں مقررہ وقت سے بڑھا ہوا مسودہ ایڈیٹنگ و نشریات کے مسائل پیدا کرتا ہے۔

چھٹا تقاضا ہدف ناظرین کی شناخت ہے۔ بچوں، کسانوں، خواتین، طلبہ اور عام ناظرین کے لیے لکھنے کا انداز الگ ہوتا ہے؛ زبان کی سطح، مثالوں کا انتخاب اور لہجہ ناظر کی عمر، تعلیم اور دلچسپی کے مطابق ہو۔ ساتواں تقاضا تکنیکی اشاروں کی وضوح ہے: مسودے میں کیمرے کے شاٹس، کٹ و ٹرانزیشن، موسیقی و آواز کے اثرات، گرافکس اور لوکیشن کی ہدایات واضح اور مقررہ علامتوں میں لکھی جائیں، تاکہ ہدایت کار و تکنیکی عملہ غلط فہمی کا شکار نہ ہو۔ آٹھواں تقاضا اصلیت و تخلیقیت ہے؛ مسودہ نگار نقل سے بچے، موضوع کو نئے زاویے سے پیش کرے اور مکالموں میں کرداروں کی شخصیت کے مطابق فطری انداز پیدا کرے۔ نواں تقاضا پالیسی، اخلاقیات اور قوانین کی پاسداری ہے: مذہبی و معاشرتی اقدار، نشریاتی ضابطے اور ہتک عزت و پرائیویسی جیسے قانونی پہلوؤں کا لحاظ رکھنا لازمی ہے۔ دسواں تقاضا نظر ثانی و اصلاح ہے؛ پہلا مسودہ شاذ ہی حتمی ہوتا ہے، اس لیے جائزہ، مشورہ، کاٹ چھانٹ اور دوبارہ لکھنے کو مسودہ نگاری کا لازمی حصہ سمجھا جائے۔

اس کے علاوہ ٹیلی ویژن مسودہ نگار کے لیے خود اس ذریعے کی عملی سمجھ بھی ضروری ہے۔ جس نے اسٹوڈیو، کنٹرول روم اور ایڈٹ سوٹ کا نظام دیکھا ہو وہ ایسا مسودہ لکھتا ہے جو قابل عمل ہو؛ اس کے برعکس محض ادبی انداز میں لکھا ہوا مسودہ پروڈکشن میں دقت پیدا کرتا ہے۔ اسی لیے ماہرین کہتے ہیں کہ اچھا ٹی وی مسودہ ادب، صحافت اور ٹیکنالوجی کا سنگم ہوتا ہے: اس میں زبان کی خوبصورتی بھی ہو، معلومات کی صحت بھی اور تکنیکی عمل درآمد کی سہولت بھی۔

خلاصہ

خلاصہ یہ ہے کہ مسودہ نگاری ٹیلی ویژن پروگرام کا تحریری خاکہ تیار کرنے کا فن ہے، جو تصور و آغاز سمیت پروگرام کے تمام اجزا کو پہلے سے ترتیب دیتا ہے اور پوری ٹیم کے لیے مشترکہ رہنما بنتا ہے۔ اس کے بنیادی تقاضوں میں بصری انداز فکر، سنی جانے والی سادہ زبان، درست وقت کی تفصیق، مضبوط ساخت، وقت کی پابندی، ہدف ناظرین کی شناخت، واضح تکنیکی ہدایات، تخلیقیت، پالیسی و اخلاقیات کی پاسداری اور مستقل نظر ثانی شامل ہیں۔ ان تقاضوں پر پورا اترنے والا مسودہ ہی کامیاب ٹیلی ویژن پروگرام کی پہلی سیڑھی ہے۔

سوال نمبر 4: ٹیلی ویژن پروگرام کی تخلیق کے مختلف مراحل (20 نمبر)

سوال نمبر 4: ٹیلی ویژن پروگرام کی تخلیق کے مختلف مراحل پر جامع نوٹ لکھیں۔ (20)

تعارف

ٹیلی ویژن پروگرام اسکرین پر چند منٹ یا چند گھنٹوں میں ختم ہو جاتا ہے، مگر اس کے پیچھے ہفتوں اور مہینوں کی منصوبہ بندی، محنت اور ہم آہنگی چھپی ہوتی ہے۔ کوئی پروگرام اچانک وجود میں نہیں آتا؛ وہ ایک خیال سے شروع ہو کر تحقیق، منظوری، تحریر، تیاری، ریکارڈنگ، ایڈیٹنگ اور نشریات جیسے باقاعدہ مراحل سے گزرتا ہے۔ ان مراحل کو مجموعی طور پر تین بڑے ادوار میں تقسیم کیا جاتا ہے: پری پروڈکشن یعنی تیاری سے پہلے کا مرحلہ، پروڈکشن یعنی اصل ریکارڈنگ یا شوٹنگ کا مرحلہ، اور پوسٹ پروڈکشن یعنی

تیاری کے بعد کا مرحلہ۔ ان مراحل کی ترتیب و اہمیت کو سمجھنا ہر ٹیلی ویژن کارکن کے لیے لازم ہے۔ اس جواب میں ٹیلی ویژن پروگرام کی تخلیق کے تمام مراحل ترتیب وار بیان کیے جائیں گے۔

پہلا مرحلہ: خیال، تحقیق اور تجویز

پروگرام کی تخلیق کا آغاز ایک خیال یا تصور سے ہوتا ہے۔ یہ خیال کسی ناظر کی ضرورت، کسی اہم موضوع، کسی ادارے کی پالیسی یا خود پروڈیوسر و مصنف کی تخلیقی سوچ سے پیدا ہو سکتا ہے۔ خیال کے بعد تحقیق کا مرحلہ آتا ہے: موضوع پر دستیاب معلومات، سابقہ پروگراموں، ماہرین کی آراء اور ہدف ناظرین کی پسند کا جائزہ لیا جاتا ہے، تاکہ معلوم ہو سکے کہ پروگرام کی ضرورت کیا ہے اور اسے کس انداز میں پیش کرنا مؤثر ہو گا۔ اس کے بعد پروڈیوسر ایک تحریری تجویز یا پروپوزل تیار کرتا ہے، جس میں پروگرام کا مقصد، فارمیٹ، دورانیہ، ہدف ناظرین، ممکنہ اخراجات اور نشریاتی اہمیت لکھی ہوتی ہے۔ یہ تجویز متعلقہ افسران یا چینل کی انتظامیہ کے سامنے پیش ہوتی ہے؛ منظور ہونے پر پروگرام اگلے مرحلے میں داخل ہوتا ہے اور کئی بار یہیں سے واپس کر دیا جاتا ہے یا اصلاحات کے بعد دوبارہ پیش کیا جاتا ہے۔

دوسرا مرحلہ: بجٹ، مسودہ اور منصوبہ بندی

منظوری کے بعد عملی تیاری شروع ہوتی ہے۔ سب سے پہلے پروگرام کا بجٹ بنایا جاتا ہے: اداکاروں و ماہرین کے معاوضے، سفری اخراجات، سیٹ و ملبوسات، آلات و ریکارڈنگ، ایڈیٹنگ اور دیگر اخراجات کا تخمینہ لگایا جاتا ہے اور بجٹ کی منظوری لی جاتی ہے، کیونکہ بجٹ ہی اس بات کا فیصلہ کرتا ہے کہ پروگرام کس پیمانے پر بنے گا۔ اسی مرحلے میں مسودہ یعنی اسکرپٹ تحریر کیا جاتا ہے۔ خبر و دستاویزی پروگراموں میں تحقیق کی بنیاد پر خاکہ و متن لکھا جاتا ہے، جبکہ ڈرامے و تفریحی پروگراموں میں مکمل مکالموں والا مسودہ تیار ہوتا ہے۔ پروڈیوسر و ہدایت کار مسودے کا جائزہ لیتے ہیں، اصلاحات ہوتی ہیں اور حتمی مسودہ منظور ہوتا ہے۔ اسی دوران پروڈکشن کی مکمل منصوبہ بندی بھی ہو جاتی ہے: شوٹنگ کے دنوں کا شیڈول، مقامات کا انتخاب، ٹیم کی ذمہ داریاں اور ٹائم لائن طے کر لی جاتی ہے۔

تیسرا مرحلہ: پری پروڈکشن انتظامات

پری پروڈکشن میں وہ تمام انتظامات مکمل کیے جاتے ہیں جن کے بغیر شوٹنگ ممکن نہیں۔ کرداروں کے لیے اداکاروں کا انتخاب یعنی کاسٹنگ اور ان سے معاہدے ہوتے ہیں؛ میزبان و مہمانوں کو دعوت و تصدیق دی جاتی ہے۔ شوٹنگ کے مقامات کا انتخاب کر کے اجازت نامے حاصل کیے جاتے ہیں؛ سیٹ ڈیزائن کر کے اس کی تعمیر شروع ہوتی ہے؛ ملبوسات، میک اپ اور ضروری اشیا یعنی پراپس کا انتظام ہوتا ہے۔ کیمرے، روشنی، آواز اور دیگر آلات کی بکنگ ہوتی ہے؛ اور شوٹنگ سے قبل ریہرسل کی جاتی ہے تاکہ اداکاروں و تکنیکی ٹیم کو پروگرام کے بہاؤ کی مشق ہو جائے۔ جتنا مضبوط پری پروڈکشن مرحلہ ہو گا، اتنی ہی شوٹنگ آسان، تیز اور کم لاگت میں مکمل ہو گی؛ تجربہ کار پروڈیوسر ہمیشہ سب سے زیادہ وقت اسی مرحلے کو دیتا ہے۔

چوتھا مرحلہ: پروڈکشن یعنی ریکارڈنگ / شوٹنگ

یہ وہ مرحلہ ہے جس میں مسودہ عملی تصویری شکل اختیار کرتا ہے۔ اگر پروگرام اسٹوڈیو کا ہے تو اسٹوڈیو میں سیٹ، روشنی اور کیمرے ترتیب پاتے ہیں، ہدایت کار کنٹرول روم سے ہدایات دیتا ہے اور پروگرام منظر بہ منظر ریکارڈ ہوتا ہے۔ اگر پروگرام فیلڈ یا آؤٹ ڈور نوعیت کا ہے تو یونٹ مقام پر جا کر شوٹنگ کرتا ہے؛ وقتی حالات، موسم و روشنی کے مسائل سے نمٹنا اسی مرحلے کا حصہ ہے۔ براہ راست پروگراموں میں پروڈکشن اور نشریات ایک ہی لمحے میں ہوتی ہیں، اس لیے تیاری کی اہمیت کئی گنا بڑھ جاتی ہے۔ شوٹنگ کے دوران ہدایت کاری، کیمرہ ورک، آواز و روشنی کا معیار اور تسلسل کی نگرانی مسلسل جاری رہتی ہے، اور غیر متوقع صورت حال کے لیے پروڈیوسر متبادل انتظامات بھی رکھتا ہے۔ اس مرحلے کے اختتام پر خام فوٹیج یعنی رشز پروڈکشن ٹیم کے پاس جمع ہو جاتے ہیں۔

پانچواں مرحلہ: پوسٹ پروڈکشن

پوسٹ پروڈکشن میں خام مواد کو مکمل پروگرام کی شکل دی جاتی ہے۔ اس کا سب سے اہم جز ایڈیٹنگ ہے: ایڈیٹر بہترین شاٹس منتخب کرتا ہے، انہیں مسودے کی ترتیب میں جوڑتا ہے، اضافی و کمزور حصے کاٹتا ہے اور مناظر کے درمیان منتقلی یعنی ٹرانزیشن لگاتا ہے۔ اس کے بعد آواز کا کام ہوتا ہے: ڈبنگ، آوازوں کی سطح کا توازن، پس منظر موسیقی اور

صوتی اثرات کا اضافہ۔ گرافکس، ٹائٹلز، ناموں کی پٹیاں اور جہاں لازم ہو اینی میشن بھی اسی مرحلے میں شامل کی جاتی ہے۔ رنگوں کی درستگی یعنی کلر کریکشن سے تصویر کا معیار یکساں کیا جاتا ہے۔ پوسٹ پروڈکشن پروگرام کا وہ مرحلہ ہے جہاں معمولی شوٹنگ بھی اچھی ایڈیٹنگ سے سنور سکتی ہے اور اچھی شوٹنگ بھی خراب ایڈیٹنگ سے بگڑ سکتی ہے، اس لیے اسے پروگرام کی حتمی تشکیل کا مرحلہ کہا جاتا ہے۔

چھٹا مرحلہ: جائزہ، منظوری، نشریات اور قدر پیمائی

تیار پروگرام کو نشریات سے پہلے متعلقہ افسران یا سینسر و جائزہ کمیٹی کے سامنے پیش کیا جاتا ہے، تاکہ اس کا فنی معیار، پالیسی و ضابطہ اخلاق سے ہم آہنگی اور دورانیے کی درستگی جانچی جا سکے۔ منظوری کے بعد پروگرام شیڈول میں شامل ہو کر مقررہ وقت پر نشر ہوتا ہے۔ اس دوران [illegible] تشہیر یعنی پروموز اور اعلانات بھی نشر کیے جاتے ہیں تاکہ ناظرین کو آگاہی ہو۔ نشریات کے بعد آخری مرحلہ قدر پیمائی یا جائزہ و فیڈبیک ہے: ناظرین کی آراء، ریٹنگ، ماہرین کے تبصرے یا ٹیم کے داخلی جائزے کی روشنی میں خوبیوں و کمیوں کا تعین کیا جاتا ہے۔ ڈرامہ سیریلز و سلسلہ وار پروگراموں میں یہ فیڈبیک آئندہ اقساط کی بہتری کے لیے فوری استعمال ہوتا ہے۔ یہ قدر پیمائی کا مرحلہ اگلے پروگرام کے پہلے مرحلے سے جڑ جاتا ہے اور تخلیق کا دائرہ مسلسل چلتا رہتا ہے۔

خلاصہ

خلاصہ یہ ہے کہ ٹیلی ویژن پروگرام کی تخلیق ایک منظم عمل ہے جو خیال و تحقیق سے شروع ہو کر تجویز و منظوری، بجٹ و مسودہ نگاری، پری پروڈکشن انتظامات، شوٹنگ و ریکارڈنگ، ایڈیٹنگ و پوسٹ پروڈکشن، اور آخر میں جائزہ، نشریات و قدر پیمائی کے مراحل سے گزرتا ہے۔ ان میں سے ہر مرحلہ اگلے کی بنیاد ہے؛ کسی ایک میں کوتاہی پورے پروگرام کو متاثر کرتی ہے۔ اسی لیے پیشہ ورانہ ٹیلی ویژن میں کہا جاتا ہے کہ اچھا پروگرام اسکرین پر نہیں، منصوبہ بندی کی میز پر بنتا ہے۔

سوال نمبر 5: ٹیلی ویژن پروگراموں کی اقسام اور برطانیہ کے نشریاتی ادارے (20 نمبر)

سوال نمبر 5: درج ذیل پر جامع نوٹ لکھیں: (الف) ٹیلی ویژن پروگراموں کی اقسام (ب) برطانیہ کے نشریاتی ادارے (20)

تعارف

ٹیلی ویژن دن بھر مختلف نوعیت کے پروگرام پیش کرتا ہے: صبح کی خبریں، دوپہر کے معلوماتی پروگرام، شام کے ڈرامے اور رات کے مباحثے۔ یہ تنوع اتفاقی نہیں ہے بلکہ ناظرین کی مختلف دلچسپیوں، عمروں اور اوقات کو پیش نظر رکھ کر ترتیب دیا جاتا ہے۔ اسی طرح دنیا کے مختلف ملکوں میں نشریاتی اداروں کے نظام بھی مختلف ہیں؛ کہیں سرکاری ادارہ غالب ہے، کہیں نجی و تجارتی ادارے، اور کہیں دونوں کا امتزاج۔ برطانیہ کا نظام اس حوالے سے دنیا بھر میں مثالی سمجھا جاتا ہے، کیونکہ وہاں عوامی خدمت کے ادارے اور تجارتی ادارے متوازن انداز میں ساتھ ساتھ چلتے ہیں۔ اس جواب میں پہلے ٹیلی ویژن پروگراموں کی اقسام اور پھر برطانیہ کے نشریاتی اداروں پر جامع نوٹ پیش کیا جائے گا۔

(الف) ٹیلی ویژن پروگراموں کی اقسام

ٹیلی ویژن پروگراموں کی درجہ بندی کئی بنیادوں پر ہوتی ہے۔ مقصد کے لحاظ سے سب سے بڑی قسم خبروں و حالات حاضرہ کے پروگرام ہیں، جن میں نیوز بلیٹن، نیوز آور، مباحثے، تجزیاتی و ٹاک شوز اور دستاویزی تحقیقی پروگرام شامل ہیں۔ ان کا مقصد معلومات، آگاہی اور رائے سازی ہوتا ہے۔ دوسری بڑی قسم تفریحی پروگرام ہیں، جن میں ڈرامہ سیریل و سیریز، سٹ کام، فلمیں، میوزک شوز، کامیڈی پروگرام، ریئلٹی و گیم شوز اور اسٹیج شوز آتے ہیں۔ پاکستان میں ڈرامہ ہمیشہ سے مقبول ترین صنف رہا ہے اور یہی پروگرام چینلز کو ناظرین و آمدنی دونوں فراہم کرتے ہیں۔ تیسری قسم تعلیمی و معلوماتی پروگرام ہیں، جن میں تدریسی نشریات، دستاویزی فلمیں، سائنس و تاریخ کے پروگرام، زرعی و صحت عامہ کی آگاہی اور پیشہ ورانہ تربیت کے پروگرام شامل ہیں۔

چوتھی قسم بچوں کے پروگرام ہیں، جن میں کارٹون، تعلیمی تفریح اور کہانیوں پر مبنی پروگرام شامل ہوتے ہیں، جن میں زبان کی سادگی اور اخلاقی سبق کا خاص خیال رکھا جاتا ہے۔ پانچویں قسم مذہبی پروگرام ہیں: تلاوت، نعت و دروس، سیرت و دینی رہنمائی کے پروگرام اور خصوصی مذہبی نشریات۔ چھٹی قسم کھیلوں کے پروگرام ہیں، جن میں

مقابلوں کی براہ راست کوریج، کھیلوں کی خبریں اور تجزیاتی شوز شامل ہیں؛ براہ راست کوریج ٹی وی کی سب سے زیادہ دیکھی جانے والی نشریات میں شامل ہوتی ہے۔ ساتویں قسم خواتین و گھریلو پروگرام، مارننگ شوز اور طرز زندگی سے متعلق پروگرام ہیں، جن میں صحت، کھانا پکانا، فیشن اور خاندانی امور زیر بحث آتے ہیں۔ آٹھویں قسم اشتہارات و تجارتی پروگرام، ٹیلی شاپنگ اور اسپانسرڈ مواد ہے جو چینلز کی آمدنی کا بڑا ذریعہ ہے، اگرچہ یہ پروگرام کم اور وقفے زیادہ محسوس ہوتے ہیں۔

ان کے علاوہ پروگراموں کی ایک درجہ بندی طرز پیشکش کے لحاظ سے ہوتی ہے: براہ راست و ریکارڈ شدہ پروگرام؛ اسٹوڈیو پروگرام و فیلڈ پروگرام؛ یک وقتی پروگرام و سلسلہ وار پروگرام؛ اور مقامی، قومی و بین الاقوامی ناظرین کے لیے بنائے گئے پروگرام۔ جدید دور میں موضوعاتی چینلز کی وجہ سے یہ اقسام مزید واضح ہو گئی ہیں: نیوز چینل صرف خبریں، اسپورٹس چینل صرف کھیل، میوزک چینل صرف موسیقی اور بچوں کے چینلز صرف بچوں کا مواد چلاتے ہیں۔ درجہ بندی جو بھی ہو، ہر قسم کے پروگرام کا ایک ہدف ناظر، ایک مقصد اور ایک مخصوص فارمیٹ ہوتا ہے؛ کامیاب چینل وہی ہے جو ان اقسام کا متوازن امتزاج اپنے شیڈول میں رکھے۔ نیچے دی گئی جدول میں اہم اقسام کا خلاصہ پیش کیا گیا ہے۔

جدول 1: ٹیلی ویژن پروگراموں کی اقسام (خلاصہ)

قسم	مثالیں	بنیادی مقصد
خبری و حالات حاضرہ	نیوز بلیٹن، ٹاک شو، مباحثہ	معلومات و رائے سازی
تفریحی	ڈرامہ، کامیڈی، میوزک شو، فلم	تفریح و ذہنی آسودگی
تعلیمی و معلوماتی	دستاویزی، تدریسی پروگرام	تعلیم و آگاہی
بچوں کے پروگرام	کارٹون، کہانی، تعلیمی تفریح	تفریح کے ساتھ تربیت
مذہبی	تلاوت، دروس، سیرت پروگرام	دینی رہنمائی

کھیل	لائیو میچ، اسپورٹس نیوز	کھیل کی کوریج و تجزیہ
تجارتی	اشتہارات، ٹیلی شاپنگ	آمدنی و مارکیٹنگ

(ب) برطانیہ کے نشریاتی ادارے

برطانیہ کو ٹیلی ویژن نشریات کے جدید عالمی نظام کے بانیوں میں شمار کیا جاتا ہے۔ وہاں 1922ء میں برٹش براڈکاسٹنگ کمپنی قائم ہوئی، جو 1927ء میں شاہی فرمان کے تحت برٹش براڈکاسٹنگ کارپوریشن یعنی بی بی سی بن گئی۔ بی بی سی دنیا کا سب سے پرانا اور معروف قومی نشریاتی ادارہ ہے۔ اس کی مالی بنیاد ٹی وی لائسنس فیس ہے، جو ہر ٹی وی رکھنے والے گھرانے سے لی جاتی ہے، اس لیے یہ اشتہارات پر انحصار نہیں کرتا اور اسی آزادی کی وجہ سے اس کی غیر جانبداری کا معیار کو دنیا بھر میں قدر کی نگاہ سے دیکھا جاتا ہے۔ بی بی سی کی بنیادی اصول تین الفاظ میں بیان کیے جاتے ہیں: آگاہی، تعلیم اور تفریح۔ اس کے ملکی و عالمی چینلز بی بی سی ورلڈ سروس درجنوں زبانوں کی نشریات اسے عالمی ادارہ بناتی ہیں۔ بی بی سی حکومت سے خود مختار ادارے کے طور پر کام کرتا ہے اور اس کی خود مختاری کو اس کے شاہی چارٹر سے تحفظ حاصل ہے۔

برطانیہ کا دوسرا بڑا نظام تجارتی ٹیلی ویژن ہے، جس کا آغاز 1955ء میں ہوا، جب آئی ٹی وی یعنی انڈی پینڈنٹ ٹیلی ویژن نے نشریات شروع کیں۔ آئی ٹی وی علاقائی تجارتی کمپنیوں کا نیٹ ورک تھا، جس کی آمدنی اشتہارات سے ہوتی تھی؛ اس کے آنے سے بی بی سی کی اجارہ داری ختم ہوئی اور مقابلے نے پروگراموں کا معیار و مقبولیت دونوں بڑھا دیے۔ بعد میں 1982ء میں چینل فور اور 1997ء میں چینل فائیو کا اضافہ ہوا۔ چینل فور کو خاص طور پر اقلیتوں، نوجوانوں اور اختراعی پروگراموں کی ذمہ داری دی گئی، اس لیے اس کے پروگرام موضوعاتی تنوع کے لیے مشہور ہیں۔ ان کے علاوہ سیٹلائٹ و کیبل دور میں اسکائی جیسے نجی نیٹ ورک بھی سامنے آئے، جنہوں نے کھیلوں و فلموں کی نشریات میں نئی صورت پیدا کی۔ ڈیجیٹل دور میں فری ویو جیسے نظام نے درجنوں مفت چینلز ہر گھر تک پہنچا دیے اور بی بی سی آئی پلیئر جیسی اسٹریمنگ خدمات نے برطانوی اداروں کو انٹرنیٹ دور میں بھی نمایاں رکھا۔

برطانوی نظام کی تیسری اہم خصوصیت اس کا نگرانی کا نظام ہے۔ نشریاتی اداروں کے لیے ضابطے بنانے، لائسنس دینے، مواد کے معیار و اخلاقیات کی نگرانی اور شکایات سننے کی ذمہ داری آف کام نامی خود مختار ادارے کی ہے، جو 2003ء میں قائم ہوا۔ آف کام اشتہارات، نقصان دہ مواد، بچوں کے تحفظ اور نشریاتی غیر جانبداری جیسے امور پر قواعد نافذ کرتا ہے۔ مجموعی طور پر برطانوی نظام کی کامیابی کا راز اس توازن میں ہے کہ وہاں لائسنس فیس سے چلنے والا عوامی ادارہ بی بی سی بھی موجود ہے، اشتہارات سے چلنے والے تجارتی چینلز بھی، اور ان سب پر ایک مضبوط مگر غیر جانبدار نگراں ادارہ بھی۔ یہی تین رخی نظام دنیا کے بہت سے ملکوں، بشمول پاکستان کے نشریاتی ماہرین، کے لیے مطالعے و تقلید کا موضوع رہا ہے۔

خلاصہ

خلاصہ یہ ہے کہ ٹیلی ویژن پروگرام مقصد کے اعتبار سے خبری، تفریحی، تعلیمی، بچوں، مذہبی، کھیلوں اور تجارتی اقسام میں تقسیم ہوتے ہیں اور ہر قسم کا اپنا ناظر و فارمیٹ ہوتا ہے۔ برطانیہ کے نشریاتی اداروں میں بی بی سی عوامی خدمت کا عالمی نمونہ ہے، آئی ٹی وی، چینل فور و چینل فائیو تجارتی نظام کی نمائندگی کرتے ہیں اور آف کام نگرانی کا ذمہ دار ہے۔ عوامی و تجارتی نظام کا یہ متوازن امتزاج ہی برطانوی نشریات کی پہچان ہے۔

USMAN NOTES www.usmannotes.com