

محمد عمید فاروقی
ڈاکٹر عصمت آرا

اردو صحافت کے ابتدائی ادارتی خاکوں (Cartoons) کا موضوعاتی و مشتملاتی جائزہ

A thematic study and content analysis on preliminary editorial sketches (sarcastic cartoons) in Urdu newspapers

By Muhammad Umaid Farooqui, Research Scholar, Dept. of Mass Communication, University of Karachi.

Dr. Asmat Ara, Associate Prof., Dept. of Mass Communication, University of Karachi.

ABSTRACT

The purpose of an editorial cartoon is not only to amuse the reader but also to aware them with the current events and issues. Unlike the newspaper itself, editorial cartoons are something which an uneducated person can also understand. Therefore, it commands a great importance. The study aims to analyze the cartoons published in an Urdu weekly titled Oudh Punch, first published from Lucknow, British India in 1877. This weekly was the first in Urdu to publish editorial cartoons. Selected cartoons from the Oudh Punch were analyzed in both qualitative and quantitative manner, for quantitative analysis these cartoons were analyzed in five different aspects. Convenience Sampling technique and Nominal level of measurement were used under the theoretical framework of Agenda setting Theory.

Keywords: Cartoons, Caricature, Newspaper, Political Cartoon, *Oudh Punch*, Agenda Setting Theory.

ریسرچ اسکالر، شعبہ ابلاغ عامہ، کراچی یونیورسٹی۔

ایسوسی ایٹ پروفیسر، شعبہ ابلاغ عامہ، کراچی یونیورسٹی۔



کارٹون اور کیری کچر، تاریخ اور تعارف:

کارٹون کا لفظ سن کر ذہن میں ایک رنگین اور پرمزاح تصویر یا خاکے کا خیال آتا ہے۔ انسائیکلو پیڈیا بریٹینیکا نے کارٹون کی تعریف میں لکھا ہے کہ یہ پینٹ، پچی کاری یا گل کاری کے ذریعے بنائی گئی تصویر ہے۔ دی انٹرنیشنل انسائیکلو پیڈیا آف کمیونیکیشن کے مطابق کارٹون ایک ایسی مزاحیہ تصویر ہے جس میں طنز و مزاح اور تمسخر کے ذریعے حالات حاضرہ پر تبصرہ کیا جائے اور عوامی رائے پر اثر انداز ہونے کی کوشش کی جائے۔^(۱)

کیری کچر کسی بھی موضوع (شخص، ملک، کام وغیرہ) کی ایسی پیشکش کو کہتے ہیں جس میں اس کی کسی خاصیت یا خامی کو بڑھا چڑھا کر پیش کیا جاتا ہے یا اسے جانوروں، پھلوں، سبزیوں سے مشابہت دی جاتی ہے۔^(۲) ادارتی کارٹونوں کا بنیادی مقصد لوگوں کو ہنسانا نہیں بلکہ ان کو قائل کرنا ہوتا ہے۔ ایک اچھا ادارتی کارٹون آپ کو حالیہ واقعات کے بارے میں سوچنے پر مجبور کرتا ہے۔ بہترین سیاسی کارٹونسٹ کسی مسئلے پر قارئین کی رائے کو بدل سکتا ہے۔ کارٹونسٹ اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے متعدد طریقوں، یا تراکیب کا استعمال کرتے ہیں۔ ہر کارٹون میں ان تمام تراکیب کو شامل نہیں کیا جاتا ہے۔ کارٹونسٹ جن تکنیکوں کو سب سے زیادہ استعمال کرتے ہیں وہ علامت (Symbolism)، مبالغہ آرائی (Exaggeration)، عنوان دینا (labeling)، مشابہت (Analogy) اور ستم ظریفی (Irony) ہیں۔ ان تراکیب کو تلاش کر کے کارٹونسٹ کے نقطہ نظر کو زیادہ واضح طور سمجھا جاسکتا ہے۔^(۳)

رائے آر بیٹرس نے ۱۹۷۷ء کی ایک تحقیق میں زبانی اور بصری مزاح کی اقسام میں کارٹون سے متعلق مندرجہ ذیل تین اقسام بیان کی ہیں۔

بدل/تبادلہ (Substitution): اس قسم میں مختلف قسم کی اشیا کو کسی خاص ترتیب میں بنا کر ایک نئی تصویر بنائی جاتی ہے۔

دوغلانیت (Hybridization): اس قسم کی مزاحیہ تصاویر میں دو مختلف نوع کی چیزوں کو آپس میں جوڑ دیا جاتا ہے مثال کے طور پر کسی انسانی چہرے کو کسی جانور کے دھڑ کے ساتھ جوڑ دینا۔

متناقض (Paradox) ایسے مزاحیہ کارٹون جو مختلف پہلوں سے دیکھنے پر مختلف نظر آئیں لیکن بظاہر ایک ہی کارٹون ہو۔ اس کی مثال ایسا کارٹون ہے جس کو سیدھا دیکھا جائے تو کسی لڑکی کی تصویر سامنے آئے لیکن اگر اسی تصویر کو الٹ کر دیکھا جائے تو ایک وہ کسی بوڑھی عورت کی تصویر لگنے لگے۔^(۴) نمونے کے طور پر منتخب کیے گئے کارٹونوں کو قسم کے لحاظ سے ان زمروں میں درج کیا گیا۔

تاریخ

کارٹون کی تاریخ خاصی پرانی ہے۔ اس کے ابتدائی نقوش قدیم جاپان کے ایک مذہبی پیشوا ”ٹوبا“ کے کتابچے میں ملتے ہیں جو اس نے تقریباً ایک ہزار سال پہلے ترتیب دیا تھا۔ بعد کی مثالوں میں برطانیہ کے ولیم ہاگ ہارٹ، جیمس گلرے، جارج شانک اور تھامس رالینڈ کے بنائے گئے کارٹون شامل ہیں جو اٹھارہویں اور انیسویں صدی میں برطانوی اخبارات میں شائع ہوتے رہے۔^(۵)

گزرتی دنیا پر طنزیہ تبصرے کی سب سے طویل روایت انگریزی زبان کے مزاحیہ میگزین پنچ نے بنائی جس کا آغاز ۱۸۴۹ء میں ہوا۔ پنچ کو انیسویں صدی کے دوران جان لیک، چارلس کین، جارج ڈوموریز اور بیسویں صدی میں جارج پیلچر، ایچ ایم بیٹ مین، نیکولس ہیٹلی، ای ایچ شیپرڈ اور اوسبرٹ لٹکاسٹر جیسے کارٹون نگاروں کا ساتھ حاصل رہا۔ وقت گزرنے کے ساتھ پنچ معاشرے کے اعلیٰ طبقے میں پڑھا جانے والا میگزین بن گیا۔^(۶)

بیسویں صدی میں پہلی جنگ عظیم کے بعد کارٹونوں کا انداز خاصاً تبدیل ہوا اور ماضی میں ممنوع سمجھے جانے والے موضوع قابل قبول بن گئے۔ اس زمانے میں بننے والے کیری کچر کافی متعصبانہ تھے اور ان کا ہدف معاشرے کے نو دولتیتے تھے۔ اس دور میں ایسے پرچوں کی مقبولیت میں اضافہ ہوا جن میں کارٹون شامل ہوں۔^(۷)

کارٹون صرف مزاحیہ ہونے کے علاوہ معاشرے میں شعور اور آگہی پھیلانے اور پراپیگنڈہ کے لیے بھی استعمال ہوتے ہیں۔ ۱۸۷۰ء کی دہائی میں امریکی کارٹون نگار تھامس ناسٹ کے کارٹون نے نیویارک کی شہری حکومت گرانے میں کردار ادا کیا تھا۔ انھوں نے اپنے کارٹونوں میں شہری حکومت کے سربراہ ولیم ٹویڈ کو بد معاش ظاہر کیا تھا۔ ٹویڈ ان کارٹونوں سے پریشان تھے کیوں کہ ان کا کہنا تھا کہ ان کے حلقے کے عوام کو پڑھنا تو نہیں آتا لیکن وہ دیکھ ضرور سکتے ہیں۔ بعد میں وہ امریکی جیل سے فرار ہو کر اسپین پہنچ گئے جہاں ان ہی کارٹونوں کی وجہ سے حکام کی نظروں میں آ گئے اور دوبارہ گرفتار کر لیے گئے۔^(۸) کارٹون کا استعمال جنگوں کے دوران بھی کیا گیا۔ ۱۹۳۰ء کی دہائی کے اواخر میں چین میں کارٹون کے ذریعے عوام کو بیرونی حملہ آوروں سے خبردار کیا گیا۔ دوسری جنگ عظیم کے دوران جاپانی فوج نے اتحادی افواج پر ہوائی جہاز سے کتابچے گرائے جن پر کارٹون بنے ہوئے تھے۔ اس سے ان کا مقصد اتحادی فوجیوں میں مایوسی پیدا کرنا تھا۔ اسی عرصے میں امریکا کے محکمہ جنگ میں ایک کارٹون بیورو قائم تھا جس کا مقصد کارٹون کے ذریعے پراپیگنڈہ کرنا تھا۔^(۹)

اکیسویں صدی میں کارٹون دنیا بھر میں سیاسی تبصروں کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔ سیاسی کارٹون اب کئی صورتوں میں شائع ہوتے ہیں جن میں اخبارات کے ادارتی صفحات پر موجود ایک فریم کی کارٹون سے لے کر ایک سے

زائد فریم کے کارٹون، جو عام طور پر comic strip کے طور پر جانے جاتے ہیں، شامل ہیں۔ یہ comic strips کسی سیاسی یا سماجی مسئلے کو اجاگر کرنے کے لیے اسے اپنے کرداروں کی روزمرہ زندگی میں شامل کر دیتے ہیں۔^(۱۰)

”اودھ پنچ“ اور اردو زبان میں مزاحیہ صحافت کی ابتدا

ہرزبان کے ادب میں مزاح کو ایک خاص اہمیت حاصل رہی ہے۔ اردو زبان بھی اس سلسلے میں زرخیز ثابت ہوئی ہے۔ ہندوستان میں فورٹ ولیم کالج کے قیام اور ہندوستان کے سیاسی اور سماجی نظام میں انگریزوں کی موجودگی کے اثرات اردو زبان پر بھی مرتب ہوئے۔ اردو زبان پر مرتب ہونے والے اثرات میں انگریزی طنز و مزاح بھی شامل ہے جس نے اردو ادب کے ساتھ ساتھ صحافت کو بھی متاثر کیا۔ اردو ادب اور صحافت پر انگریزی طنز و مزاح کے اثرات کا براہ راست آغاز ”اودھ پنچ“ سے ہوتا ہے۔^(۱۱)

”اودھ پنچ“ ۱۶ جنوری ۱۸۷۷ء کو لکھنؤ سے جاری ہوا۔ یہ ہفت روزہ اخبار ۱۲x۱۲/۹ پنچ کے آٹھ صفحات پر مشتمل ہوتا تھا۔ اس کے مدیر منشی سجاد حسین تھے جو کانگریس کے رکن بھی تھے۔ اخبار کی پالیسی کے تین بنیادی نکات میں ہندو مسلم اتحاد اور انڈین نیشنل کانگریس کی حمایت کرنا، مغربی تہذیب کی مخالفت اور مشرقی اقدار کا تحفظ کرنا اور حکومت اور ریاستی حکمرانوں پر بے باکانہ تنقید کرنا شامل تھا۔ اخبار کے سرورق پر ایک خاکہ بنا ہوتا تھا جس میں ایک شخص ہنستا ہوا دکھائی دیتا ہے، اس کے سیدھے ہاتھ پر اخبار کی قیمت درج ہے جبکہ الٹے ہاتھ پر اخبار کا اشتہار موجود ہے۔ اس شخص کی ٹوپی پر اخبار کا نام انگریزی میں تحریر ہے۔ اخبار کے سرورق پر Life is Pleasure تحریر ہے جو اخبار کا نصب العین بھی تھا۔^(۱۲)

”اودھ پنچ“ کے مضامین کا دائرہ کار بہت وسیع تھا۔ اس کے موضوعات میں مغربی تہذیب، بے راہ روی، سرسید کی تحریک، جہالت، غربت، سیاسی و سماجی ناہمواری، صحت زبان، شراب نوشی اور افیون کے استعمال جیسے دیگر معاملات شامل تھے۔ تاہم ”اودھ پنچ“ کا ایک کارنامہ اردو صحافت میں کارٹون کو متعارف کروانا ہے۔ اس اخبار نے کارٹون کو ایک ادارہ بنا دیا اور ادارت کو ایک نئی سمت دی۔ کارٹون کی لکیریں سیاسی تحریریں بن گئیں اور صحافت میں نئی راہیں کھل گئیں۔^(۱۳)

”اودھ پنچ“ میں کارٹون کو بہت زیادہ اہمیت حاصل تھی۔ اس کے سرورق پر بھی کارٹون شائع ہوتے تھے اور اندرونی صفحات پر بھی کبھی پورے صفحے پر ایک اور کبھی ایک سے زائد کارٹون شائع ہوتے تھے۔ یہ کارٹون یا تو لندن پنچ سے ہو بہو نقل کیے جاتے تھے یا پھر کارٹونسٹ، ایڈیٹر کے مشورے سے ان میں کچھ ترمیم کر دیا کرتا

تھا۔ ”اودھ پنچ“ کے کارٹون میں نظر آنے والے مسٹر پنچ بھی لندن پنچ سے نقل کیے گئے ہیں۔ اگرچہ ”اودھ پنچ“ میں کارٹون لندن پنچ کی تقلید میں شائع کیے جاتے تھے تاہم پھر بھی ”اودھ پنچ“ اردو کا پہلا اخبار تھا جس نے سیاسی تبصروں، کسی واقعے کے خاص پہلو کو نمایاں کرنے یا اپنے حریف کو نیچا دکھانے کے لیے کارٹون کا استعمال کیا۔ اس کی دیکھا دیکھی دیگر اخبارات نے بھی کارٹون شائع کرنا شروع کر دیے اور یہ سلسلہ ایک ایسی روایت بن گیا جس کے نتیجے میں کارٹون اردو اخبارات کا لازمی جز بن گئے ہیں۔^(۱۳)

”اودھ پنچ“ کے لکھنے والوں میں نواب سید محمد آزاد، ستم ظریف، مرزا مچھو بیگ، پنڈت تربون ناتھ ہجر، جوالا پرشاد برق، منشی احمد علی شوق، اور اکبر الہ آبادی جیسی شخصیات شامل تھیں، اخبار کے مدیر منشی سجاد حسین خود بھی پائے کے نثر نگار تھے۔ معاصر اردو صحافت پر اس اخبار کے یہ اثرات مرتب ہوئے کہ لوگ سیاسی اور معاشرتی امور پر کھل کے تنقید کرنے لگے۔ اس کے علاوہ جگہ جگہ سے پنچ اخبار جاری ہونے لگے جن میں سر پنچ ہند لکھنؤ، پنجاب پنچ لاہور، کلکتہ پنچ، بنارس پنچ، ہریانہ پنچ، کرناٹک پنچ اور جالندھر پنچ وغیرہ شامل تھے۔^(۱۴)

متعلقہ مواد کا مطالعہ

اخبارات میں شائع ہونے والے سیاسی یا ادارتی کارٹون اپنے اثرات کی وجہ سے تحقیق کا موضوع رہے ہیں۔ کرائسٹ یونیورسٹی، بنگلور میں ہونے والی ایک تحقیق کے مطابق کارٹون اخبارات کے لیے ناگزیر ہیں۔ اس تحقیق میں معلوم ہوا کہ لوگوں کا رجحان اخبارات کے اداریوں کی جگہ کارٹون کی طرف زیادہ ہوتا ہے کیوں کہ ادارے کے مشکل اور طویل متن کے برخلاف کارٹون کو سمجھنا آسان ہوتا ہے۔ تحقیق سے یہ بات بھی سامنے آئی کہ عوام کی رائے میں کارٹون کے معر ہونے کا براہ راست تعلق اس بات سے ہے کہ کارٹون کتنی جگہ پر بنایا گیا ہے۔^(۱۵)

یونیورسٹی پتراملائیشیا میں نائیجیریا پر ہونے والی ایک تحقیق میں سال ۲۰۱۰ء کے دوران نائیجیریا کے تین اخبارات میں شائع ہونے والے ۱۰۰ کارٹونوں کا انتخاب کیا گیا۔ کارٹونوں میں موجود تحریروں اور تصاویر کی مدد سے تجزیہ کیا گیا کہ کس طرح نائیجیریا کے سیاسی ماحول میں ان کارٹونوں کو پیش نامہ بندی کے لیے استعمال کیا گیا۔ اس تحقیق سے ثابت ہوا کہ اخبارات نے قومی مسائل پر بار بار کارٹون شائع کر کے ان مسائل کو اجاگر کیا اور قومی سطح پر ہونے والے مباحث کا رخ ان مسائل کی جانب کیا۔^(۱۶)

فیڈرل پولی ٹیکنک، اوکو، نائیجیریا میں کونسل او بیروہا کی جانب سے کی جانے والی اسی قسم کی ایک اور تحقیق میں بتایا گیا کہ اخبارات میں شائع ہونے والے کارٹونوں نے عوام کی رائے سازی کی اور ان میں کریپشن کے خلاف

شعور بیدار کیا۔ تحقیق میں یہ بھی بتایا گیا کہ اخباری کارٹون اپنے اثرات کی وجہ سے ملکی ترقی کے کسی بھی معاملے پر حکومت اور عوام کی توجہ حاصل کر سکتے ہیں اور کسی بھی پالیسی کے خلاف یا حق میں راے عامہ تیار کر سکتے ہیں۔^(۱۸)

پاکستان میں این ای ڈی یونیورسٹی میں کی جانے والی ایک تحقیق کے مطابق سیاسی یا ادارتی کارٹون سیاسی سرگرمیوں کا ایک اہم حصہ بن چکے ہیں کیوں کہ اس سے لوگ کسی واقعے سے متعلق ایک چھوٹی سی تصویر دیکھ کر ہی پورے واقعے کو سمجھ سکتے ہیں۔ پاکستان میں ۲۰۱۳ء میں ہونے والے عام انتخابات کی مہم نوے روز جاری رہی۔ اس تحقیق کے لیے ان نوے روز کے دوران مختلف اخبارات اور ویب سائٹس پر شائع ہونے والے چار سو کارٹونوں کے تجزیہ کارٹونسٹ کی جانب سے استعمال کی جانے والی ترغیب کی تکنیکیں، جو کہ علامت (Symbolism)، مبالغہ آرائی (Exaggeration)، عنوان دینا (labeling)، مشابہت (Analogy) اور ستم ظریفی (Irony) ہیں، میں ان کو تقسیم کیا گیا۔ تجزیے سے معلوم ہوا کہ تحقیق میں شامل تمام ہی اخبارات اور ویب سائٹس پر شائع ہونے والے کارٹونوں میں مذکورہ تکنیکوں میں سے کم از کم ایک تکنیک ضرور موجود تھی۔ تحقیقی سے یہ بھی ثابت ہوا کہ کارٹونسٹ مختلف تکنیکیں استعمال کر کے کسی بھی سیاسی سرگرمی پر کارٹون بنا سکتا ہے۔^(۱۹)

انڈونیشیا میں ہونے والی یایوک مارڈیاٹی ایک تحقیق میں یہ بات سامنے آئی کہ سیاسی کارٹون طلبہ کی سوچنے کی صلاحیت کو بہتر بنانے کا کام کر سکتے ہیں۔ اس تحقیق سے معلوم ہوا کہ ملک کے سیاسی نظام کی تصویر پر پیش کش طلبہ کے لیے سیاسی نظام کو سمجھنے میں معاون ثابت ہوتی ہے اور انھیں سیاست میں درست فیصلے کرنے کی ضرورت بھی معلوم ہوتی ہے۔^(۲۰)

شنگھائی جیاٹانگ یونیورسٹی میں پاکستانی اخبارات میں شائع ہونے والے کارٹون پر کی گئی ایک تحقیق میں یہ بات سامنے آئی کہ ایک مسئلے پر بار بار کارٹون شائع کر کے کس طرح لوگوں کی توجہ اس کی طرف مبذول کروائی جاسکتی ہے۔ تحقیق میں پیش نامہ بندی کے ضمن میں یہ بات بھی سامنے آئی کہ اخبارات کارٹون کے ذریعے ایسے معاملات پر بھی روشنی ڈالتے ہیں جن پر کوئی روایتی تحریر شائع کرنا اخبار کے لیے مشکل ثابت ہو سکتا ہے۔^(۲۱)

۲۰۱۴ء میں وون چو پڑا کی جانب سے انگریزوں کے دور میں برصغیر میں شائع ہونے والے با تصویر اخبارات پر کی گئی تحقیق میں بتایا گیا کہ ان اخبارات میں شائع ہونے والے کارٹون صرف انگریزی اخبارات کے کارٹونوں کی نقل نہیں تھے بلکہ ان کارٹونوں نے انگریزوں کے طنز و مزاح کو اپنے اندر جذب کر کے اسے اپنے رنگ میں ڈھال کر پھر عوام تک پہنچایا۔ یہ کارٹون آگے چل کر اس خطے میں اخبارات میں کارٹون شائع کرنے کی روایت کے پیش رو ثابت ہوئے۔ تحقیق میں یہ بھی بتایا گیا کہ آج یہ کارٹون اپنے آپ میں ایک سماجی اور ثقافتی

ذخیرہ گاہ (آرکائیو) کی حیثیت رکھتے ہیں۔^(۲۲)

تحقیقی سوالات

تحقیق کے لیے مندرجہ ذیل تحقیقی سوالات پیش نظر رہے:

- ۱۔ کیا ”اودھ پنچ“ نے اپنے کارٹونوں کے ذریعے عوام کو ملکی اور بین الاقوامی حالات سے آگاہی دی؟
- ۲۔ کیا ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں حالات کے صحیح اور غلط رخ کو واضح کیا گیا؟
- ۳۔ کیا ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں حالات اور واقعات کے ساتھ ساتھ شخصیات کو بھی اہمیت دی گئی؟
- ۴۔ کیا ”اودھ پنچ“ میں کارٹون کی جدید اقسام بھی موجود تھیں؟

طریقہ تحقیق

تحقیق کے لیے ۱۸۷۷ء سے ۱۹۲۹ء تک ۵۲ سالوں میں ”اودھ پنچ“ میں شائع ہونے والے کارٹونوں کا موضوعاتی اور مشتملاتی تجزیہ کیا گیا۔ تحقیق کے مقاصد کے تعین اور متعلقہ مواد کے مطالعے کے بعد تحقیق کے لیے کمیٹی تحقیق کی ایک قسم، تجزیہ مشتملات کا انتخاب کیا گیا۔ تجزیہ مشتملات کی ایک تعریف کے مطابق اس سے مراد ایک ایسا منضبط عمل ہے جس میں پہلے سے حاصل شدہ معلومات کے مشتملات کا تجزیہ کیا جاتا ہے۔^(۲۳) تحقیق کے لیے نمونے کے طور پر شامل ہر کارٹون کو ایک اکائی (Unit of Analysis) قرار دیا گیا۔ تجزیے کی اکائی میں یہ طے کیا جاتا ہے کہ اکائی کسے بنایا جائے گا؟ یہ کوئی جملہ، پیراگراف، مفہوم یا پورا آئٹم بھی ہو سکتا ہے۔^(۲۴) کارٹون کے نمونوں کے انتخاب کے لیے نامعلوم امکان کی نمونہ بندی (Non Probability Sampling) کی ایک قسم سہولتی نمونہ بندی (Convenience Sampling) کو اختیار کیا گیا۔ نامعلوم امکان کی نمونہ بندی نسبتاً آسان نمونہ بندی ہوتی ہے لیکن ساتھ ہی یہ مکمل طور پر درست نمائندگی فراہم نہیں کرتی۔ تاہم اگر معلوم امکان کی نمونہ بندی ناقابل عمل، ناممکن یا وقت طلب ہو تو نامعلوم امکان کی نمونہ بندی کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔^(۲۵) سہولتی نمونہ بندی سے مراد وہ نمونہ بندی ہے کہ جس میں محقق دستیاب مواد کو ہی نمونے کے طور پر استعمال کرتا ہے۔ اس قسم کی نمونہ بندی میں محقق کی جانب سے اس سوال پر زور نہیں دیا جاتا کہ کس مواد کو نمونے میں شامل کیا جائے اور کیوں شامل کیا جائے۔^(۲۶) جس کے تحت انٹرنیٹ پر ریجنٹ نامی ویب سائٹ^(۲۷) اور ”اودھ پنچ“ کے دفتر سے شائع ہونے والے ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں کے انتخاب^(۲۸) میں سے ”اودھ پنچ“ میں شائع ہونے والے ۱۰۰ کارٹونوں

کو تحقیق کے لیے منتخب کیا گیا۔ تحقیق کے لیے صرف ان کارٹونوں کا انتخاب کیا گیا جن میں موجود تحریر صاف اور پڑھنے کے قابل تھی۔ اس تحقیق کی اعتباریت (Reliability) کو جانچنے کے لیے نمونے میں شامل ابتدائی ۵ اور آخری ۵ کارٹونوں کو عملی تعریفات کو سامنے رکھتے ہوئے ان کے اندراج کو دوبارہ دیکھا گیا جس سے تحقیق کے لیے مواد کی جمع بندی کی اعتباریت کی تصدیق ہو گئی۔ تجزیہ مشتملات میں اعتباریت دراصل مواد کے لیے زمروں کی تیاری، عملی تعریفات کا تعین اور عملی تعریفات کی بنیاد پر مواد کو درست زمروں میں درج کرنے میں برتی جانے والی احتیاط کا نام ہے۔^(۲۹)

”اودھ پنچ“ کے منتخب خاکوں کی تشریح

۱۸۸۱ء میں ”اودھ پنچ“ کی جانب سے اس ہفت روزہ میں شائع ہونے والے کارٹونوں کا ایک انتخاب کتابی صورت میں شائع کیا گیا۔ اس انتخاب میں ۱۸۷۷ء سے ۱۸۸۱ء تک ”اودھ پنچ“ میں شائع ہونے والے کارٹونوں میں سے منتخب کارٹون ان کی تشریح کے ساتھ شامل کیے گئے۔ یہ کتاب ”اودھ پنچ“ کے مالک اور مدیر منشی سجاد حسین کی جانب سے ۲۹ دسمبر ۱۸۸۱ء کو اس وقت کے گورنر جنرل اور وائسرائے ہند جارج فریڈرک سیموئل کو پیش کی گئی۔ کتاب میں تعارف، تمہید اور اختتامیہ کے علاوہ ۲۰ منتخب کارٹون موجود ہیں، کتاب کی فہرست میں ہر کارٹون کے سامنے اس کو بنانے والے کارٹونسٹ کا نام بھی درج ہے۔^(۳۰) یہاں چند کارٹونوں کی وضاحت شامل کی گئی ہے تاکہ ان کارٹونوں کی ایک جھلک نمایاں ہو سکے۔

کارٹون نمبر ۱: ۲۰ مارچ ۱۸۷۷ء



۲۰ مارچ ۱۸۷۷ء کو ’اودھ پنچ‘ میں شائع ہونے والے اس کارٹون^(۳۱) میں ایک چانڈو خانہ یعنی نشہ کرنے والے افراد کی جگہ کا منظر دکھایا گیا ہے۔ کارٹون کے اوپر چارسطور میں یہ تحریر درج ہے کہ:

چانڈو خانے میں یہ خلقت جو نظر آتی ہے، آدمیت سے گزر جانے کی صحبت ہے یہی دیکھیے جس کو وہ انسان نہیں ہوتا معلوم، جسکو خالق نے کیا مسخ وہ امت ہے یہی اس کارٹون کے ذریعے نہ صرف حالات کے ایک پہلو کی منظر کشی کی گئی ہے بلکہ اس میں موجود عبارت کے ذریعے نشے کی لت اور اس کا شکار افراد سے بے زاری کا اظہار بھی کیا گیا ہے۔

کارٹون نمبر ۲: ۹ دسمبر ۱۸۷۹ء



اودھ پنچ میں ۹ دسمبر ۱۸۷۹ء کو شائع ہونے والے اس کارٹون^(۳۲) میں افغانستان کی صورت حال کی منظر کشی کی گئی ہے جس میں ایک بد حال شخص زمین پر بیٹھا ہوا ہے اور اس کی کمر کے گرد ایک رسی بندھی ہے جس کا دوسرا سر ایک سپاہی کے ہاتھ میں ہے اس شخص کو کارٹونسٹ نے کابل کے امیر یعقوب خان کا نام دیا ہے۔ ان کے سامنے کوئی شخص جسے کارٹونسٹ نے انگریز جنرل رابرٹس کا نام دیا ہے ایک دو شیزہ کے ساتھ کھڑا ہے۔ کارٹونسٹ نے اس دو شیزہ کو کابل سے تشبیہ دی ہے۔ کارٹون کے نیچے غالب کا شعر درج ہے کہ نکلتا خلد سے آدم کا سنتے آئے تھے لیکن، بہت بے آبرو ہو کر ترے کوچے ہم نکلے

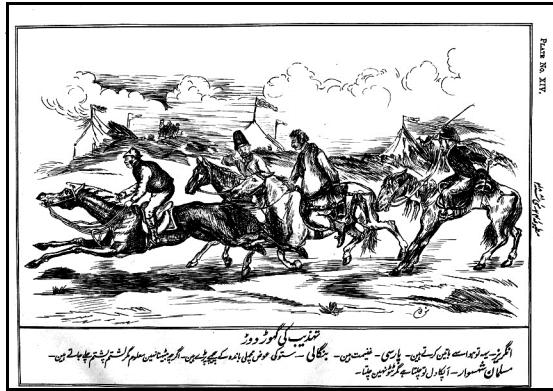
یہ کارٹون ۱۸۷۹ء میں ہونے والی افغان جنگ کے نتیجے کو ظاہر کر رہا ہے اس جنگ میں جنرل رابرٹس کی سربراہی میں برطانوی فوج نے کابل پر قبضہ کر لیا تھا اور امیر کابل، امیر یعقوب خان کو گرفتار کر لیا گیا تھا۔

کارٹون نمبر ۳: ۲۷ جنوری ۱۸۸۱ء



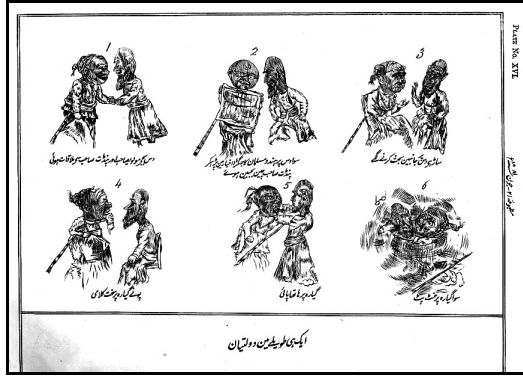
۲۷ جنوری ۱۸۸۱ء کو ’اودھ پنچ‘ میں شائع ہونے والے اس کارٹون^(۳۳) میں دکھایا گیا ہے ایک شخص جو وضع قطع سے اچھے حلیے کا ہے ایک دوسرے شخص کو جس کے ساتھ شیر کھڑا ہے ایک راضی نامہ پیش کر رہا ہے۔ اودھ پنچ کے کارٹونوں میں شیر کو برطانوی حکومت کے طور پر پیش کیا جاتا ہے۔ پس منظر میں ایک دیو ایک لڑکی پر حملہ کر رہا ہے۔ کارٹون میں اس دیو کو قحط جبکہ لڑکی کو خطہ کشمیر کا نام دیا ہے۔ اچھے حلیے والا شخص مہاراجا کشمیر کو ظاہر کر رہا ہے جو لارڈ لٹن کو ان کی حکومت کے حوالے سے اہل کشمیر کا راضی نامہ پیش کر رہا ہے۔ لیکن شیر کے ساتھ کھڑے لارڈ لٹن کے منہ سے ادا ہونے والا جملہ حالات کی ستم ظریفی کو ظاہر کرتا ہے جس میں راضی نامہ کو دیکھتے ہوئے کہا گیا ہے کہ یہ تو دیکھا مگر وہ پیچھے کیا ہو رہا ہے۔ اس جملے سے ظاہر ہو رہا ہے کہ اہل کشمیر کی طرف سے جاری راضی نامہ دراصل صرف مہاراجا کی خواہش سے جاری ہوا اور یہ کہ انگریز حکومت کو مہاراجا سے اتحاد سے زیادہ اہل کشمیر کی حالت زار کی فکر ہے۔

کارٹون نمبر ۴: ۲۴ مئی ۱۸۸۱ء



۲۴ مئی ۱۸۸۱ء کو ”اودھ پنچ“ میں تہذیب کی گھڑ دوڑ کے عنوان سے شائع اس کارٹون^(۳۴) میں چار گھڑ سوار دکھائے گئے ہیں اور کارٹون میں ان کو مختلف مذاہب اور قومیت سے متعلق دکھایا گیا ہے۔ ان میں ایک گھڑ سوار تیزی میں دوڑ رہا ہے، دو گھڑ سوار درمیانی رفتار سے چل رہے ہیں جبکہ ایک گھڑ سوار کا گھوڑا ایک جگہ اٹکا ہوا معلوم ہوتا ہے۔ کارٹون کے نیچے درج تحریر سے ”اودھ پنچ“ ان افراد کے بارے میں اپنی رائے دے رہا ہے۔ کارٹون کے نیچے درج ہے کہ انگریز: یہ تو ہوا سے باتیں کرتے ہیں۔ پارسی: غنیمت ہیں۔ بنگالی: ستو کی عوض مچھلی باندھ کے پیچھے پڑے ہیں، اگرچہ بیٹھنا نہیں معلوم مگر لاشتم چلے جاتے ہیں۔ مسلمان شہسوار: آپ کا دل تو چلتا ہے مگر ٹو نہیں چلتا۔ کارٹون میں ہندوستان میں بسنے والی قومیتوں کا حوالہ دے کر یہ بات واضح کی گئی ہے کہ ہندوستانی مسلمان تاریخ میں گمنامی کے خطرے سے دوچار ہیں۔

کارٹون نمبر ۵: ۲۱ جون ۱۸۸۱ء



۲۱ جون ۱۸۸۱ء کو ”اودھ پنچ“ میں ایک ہی طویلے میں دولتیاں کے عنوان سے شائع ہونے والا یہ کارٹون^(۳۵) دراصل ایک کامک اسٹریپ ہے۔ اس کامک اسٹریپ میں دو افراد کی ملاقات کے ۶ مناظر دکھائے گئے ہیں۔ پہلے منظر میں لکھا ہے کہ دس بجے مولوی صاحب اور پنڈت صاحب سے ملاقات ہوئی۔ دوسرے منظر میں لکھا ہے کہ سوادس پر ہندو مسلمان کا جھگڑا اخبار میں پڑھ کر پنڈت صاحب چین بے چین ہوئے۔ تیسرا منظر ہے کہ ساڑھے دس پر جانین بحث کرنے لگے۔ چوتھا منظر ہے کہ پونے گیارہ پر سخت کلامی ہوئی۔ پانچواں منظر ہے کہ گیارہ بجے ہاتھ پائی ہوئی۔ اور چھٹے منظر میں سوا گیارہ پر غٹ پٹ لکھا گیا ہے۔ اس کارٹون سے ”اودھ پنچ“ نے ہندوں اور مسلمانوں کے درمیان نا اتفاقی کو ظاہر کیا ہے۔

کارٹون نمبر ۶: ۱۵ نومبر ۱۸۸۱ء



۱۵ نومبر ۱۸۸۱ء کو ”اودھ پنچ“ میں مسئلہ گاؤکشی کے نام سے شائع ہونے والے اس کارٹون^(۳۶) میں ایک مذہبی تنازع کو دکھایا گیا ہے۔ گائے ہندوؤں کے نزدیک مقدس ہے جبکہ مسلمان گائے کی قربانی کرتے ہیں یہی وجہ ہے کہ گائے کی قربانی ہندوستان میں ایک مسئلہ رہا۔ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونسٹ اس مسئلے کی وجہ تعصب کو قرار دیا ہے۔ اس کارٹون میں دو گروہوں کو دکھایا گیا ہے جن میں سے ایک کو ہندو اور دوسرے کو مسلمان کا نام دیا گیا ہے۔ کارٹون میں دکھایا گیا ہے کہ یہ دونوں گروہ ایک گائے کو کھینچ رہے ہیں جسے تعصب کا نام دیا گیا ہے۔ مسلمان اسے منہ کی جانب سے کھینچ رہیں تو ہندو اس کی دم پکڑ کر اپنی جانب کھینچ رہے ہیں۔ اس کارٹون میں کارٹونسٹ نے برہمن ہندوؤں اور سکھوں اور دوسری طرف مسلمان قصابیوں کو ان کے حلیے سے واضح کیا ہے۔

نظری اساس

اخبارات میں شائع ہونے والے کارٹون جہاں حالات و واقعات کی عکاسی کرتے ہیں وہیں رائے سازی کا فریضہ بھی انجام دیتے ہیں۔ ادارتی کارٹونوں کی اس وظیفے کی ادائیگی کے پیش نظر پیش نامہ بندی کا نظریہ (Theory of Agenda Setting) زیادہ موزوں ہے۔ میک کامبس (McCaombs) اور شا (Shaw) نے ۱۹۷۲ء میں پیش کردہ اپنے نظریے میں کہا کہ ذرائع ابلاغ پر کسی موضوع کو اہمیت دیے جانے کا براہ راست اثر عوام کی جانب سے اس موضوع کو دی جانے والی اہمیت پر ہوتا ہے۔ ذرائع ابلاغ کی جانب سے کسی موضوع کو جتنی زیادہ اہمیت دی جاتی ہے عوام کی جانب سے بھی اس موضوع کو اتنی زیادہ ہی اہمیت دی جاتی ہے۔ ان کے

مطابق یہ ایک ایک طرفہ عمل ہے جس کے تحت عوام کو بتایا جاتا ہے کہ کس موضوع کو کتنی اہمیت دینی چاہیے۔^(۳۷) پیش نامہ بندی کے نظریے (Theory of Agenda Setting) میں سب سے اہم تبدیلی برنارڈ کوہن کے دعوے کے رد میں آئی۔ برنارڈ کا کہنا تھا کہ ذرائع ابلاغ ہمیں صرف یہ بتاتے ہیں کہ کس بارے میں سوچا جائے اور یہ نہیں بتاتے کہ کیا سوچا جائے۔ لیکن ۱۹۸۰ء کی دہائی میں ہونے والے تحقیقات سے یہ بات سامنے آئی کہ میڈیا کے ذریعے ہونے والی پیش نامہ بندی کس بارے میں سوچا جائے کے ساتھ ساتھ کیا سوچا جائے کا پہلو بھی شامل ہوتا ہے یعنی ذرائع ابلاغ دراصل کسی مسئلے پر عوام کی سوچ کو کوئی خاص رخ بھی دے سکتے ہیں۔^(۳۸)

حاصل تحقیق

جدول نمبر ۱: تکنیک

تکنیک	مماثلت (Analogy)	علامت (symbolism)	مبالغہ آرائی (Exaggeration)	نام دینا (Labelling)	ستم ظریفی (Irony)	دیگر (Other)	کل (Total)
تعداد	۲	۷۷	۳۵	۸۱	۴۰	۰	۲۳۵
فیصد	۸۵.۰	۷.۲۳	۱۴.۱۴	۳۴.۳۴	۱۷.۰۴	۰	۹۲.۹۹

اودھ پنچ کے ادارتی کارٹونوں کے تحقیقی جائزے کے مطابق کارٹون ساز نے ایک سے زائد تکنیکیات استعمال کیں۔ نمونے میں دیکھا گیا کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں ایک تہائی سے زیادہ یعنی ۳۴.۳۴ فیصد نام دینے (Labeling) کی تکنیک کا استعمال کیا گیا یعنی ان کارٹونوں میں موجود چیزوں کو باقاعدہ نام دیے گئے جیسا کہ ۲۸/۱۲ اپریل ۱۸۹۸ء^(۳۹) کو ”اودھ پنچ“ میں شائع کارٹون میں دو افراد کو امریکا اور کیوبا کا نام دیا گیا۔ نام دینے کی تکنیک کا استعمال اس لیے بھی زیادہ کیا گیا کہ ”اودھ پنچ“ کے اکثر کارٹون غیر ملکی جریدوں سے نقل کیے جاتے تھے۔ کارٹونسٹ نے ان کارٹونوں کو ہندوستان کے حالات میں ڈھالنے کے لیے اور قارئین کی تفہیم کے لیے ان میں موجود چیزوں کو نام (Label) دینا ضروری سمجھا۔

تحقیق میں یہ بات سامنے آئی کہ ”اودھ پنچ“ کے تقریباً ایک تہائی کارٹونوں میں علامت (Symbolism) کی تکنیک استعمال کی گئی۔ تحقیق سے ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں علامت (Symbolism) کی تکنیک کی شرح

۳۲.۷ فیصد سامنے آئی۔ کارٹونسٹ نے معاشرتی برائیوں، سیاسی چالوں اور تہواروں کو پیش کرنے کے لیے مختلف علامتوں کا سہارا لیا جیسا کہ ۱۹/۹ اگست ۱۹۰۶ء^(۳۰) کو شائع ہونے والے کارٹون میں دیکھا جاسکتا ہے جس میں ترکی کی جانب سے برطانیہ اور روس دونوں کے ساتھ روابط رکھنے کو سیاسی کرتب سے تشبیہ دی گئی ہے۔

نمونے میں یہ بات بھی دیکھنے کو ملی ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں ستم ظریفی (Irony) کی تکنیک کا بھی خاطر خواہ یعنی ۱۷.۰۲ فیصد استعمال کیا گیا۔ ستم ظریفی (Irony) کی تکنیک کے تحت کارٹونسٹ نے حالات کی حقیقت اور اصول میں فرق واضح کیا۔ ۱۳/۱۳ جولائی ۱۸۹۲ء^(۳۱) کو شائع ہونے والے کارٹون میں بھوک کا شکار لوگوں کو حکومت کی طرف صاف پانی فراہم کرتے ہوئے دکھایا گیا ہے۔

تحقیق سے یہ معلوم ہوا کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونسٹ نے قارئین کو کسی معاملے یا خیال کی جانب ترغیب دینے کے لیے سیاسی کرداروں اور حالات کی حیثیت اور خصوصیات کو بڑھا چڑھا کر پیش کیا اور ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں مبالغہ آرائی (Exaggeration) کی تکنیک کو ۱۳.۸۹ فیصد استعمال کیا گیا جیسا کہ ۳/۳ اگست ۱۸۹۹ء^(۳۲) کو شائع شدہ کارٹون میں رشوت کے خلاف کیے گئے حکومتی اقدامات کو ایک ہشت پا کی صورت میں دکھایا گیا ہے جس نے رشوت کو مکمل طور پر دبوچ رکھا ہے۔

تاہم ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں مماثلت (Analogy) کی تکنیک بہت کم استعمال ہوئی۔ دستیاب نمونے میں سے صرف ۰.۸۵ کارٹون ایسے تھے جن میں کارٹونسٹ نے مماثلت کی تکنیک استعمال کی یہ تکنیک ۲۴/۲۴ مئی ۱۸۸۱ء^(۳۳) کو شائع ہونے والے کارٹون میں استعمال کی گئی جس میں مختلف تہذیبوں کی صورتحال کو ایک گھڑ دوڑ سے مماثلت دی گئی۔ یہاں یہ بات بھی قابل ذکر ہے کہ دستیاب نمونے میں اکثر کارٹون ایسے تھے جن میں ایک سے زائد تکنیکیات استعمال کی گئیں۔

جدول نمبر ۲: موضوعات

کل (Total)	دیگر (Other)	عالمی حالات (Foreign Affairs)	مقامی سیاست (Local Politics)	طرز زندگی (People's Life)	مذہب (Religion)	معیشت (Economy)	تعلیم (Education)	موضوعات (Total)
۱۰۰	۴	۴۸	۳۰	۲	۴	۸	۴	تعداد
۱۰۰	۴	۴۸	۳۰	۲	۴	۸	۴	فیصد

اودھ پنچ کے کارٹونوں کی تجزیے سے یہ بات سامنے آئی کہ کارٹونوں کی اکثریت یعنی ۸۴ فیصد کارٹونوں

میں عالمی حالات (Foreign Affairs) کو موضوع بنایا گیا ان عالمی حالات میں سب سے زیادہ برطانیہ کی دیگر نوآبادیات اور یورپ میں سیاسی مداخلت کو دکھایا گیا۔

اسی طرح ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں ہندوستان کی مقامی سیاست (Local Politics) کو موضوع بنایا گیا جیسے ۳ اگست ۱۸۹۹ء^(۳۴) کے کارٹون میں روس اور چین کی لڑائی میں امریکا کو تماشین کے طور پر دکھایا گیا ہے۔ تحقیق سے کارٹونوں میں ہندوستان کی مقامی سیاست (Local Politics) کو موضوع بنانے کی شرح تقریباً ایک تہائی یعنی ۳۰ فیصد سامنے آئی۔

اودھ پنچ کے کارٹونوں میں معیشت (Economy) کو بہت محدود پیمانے پر موضوع بنایا گیا اور اس کی شرح ۸ فیصد سامنے آئی۔ ان کارٹونوں میں سے اکثریت کا موضوع ہندوستان کی زراعت کے حوالے سے تھا۔ ان کی مثال ۲۱ جنوری ۱۸۹۲ء^(۳۵) کو شائع ہونے والا کارٹون ہے جس میں ہندوستان کی برآمدات اور درآمدات کا ذکر کیا گیا ہے۔

سیاست اور معیشت کے ساتھ ساتھ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں تعلیم اور مذہبی موضوعات کو بھی جگہ دی گئی لیکن ان کی شرح بہت کم رہی۔ تعلیم (Education) کے موضوع پر بننے والے کارٹونوں جیسے دسمبر ۱۹۰۳ء^(۳۶) کے کارٹون، جس میں یونیورسٹی بل ہندوستان سے کہہ رہا ہے کہ وہ تعلیم کے ڈبوتے ہوئے جہاز کو دوبارہ تعمیر کر دے گا، کی شرح ۴ فیصد رہی۔ جبکہ مذہبی موضوعات (Religion) پر بننے والے کارٹونوں کی شرح بھی ۴ فیصد رہی۔ اس کی مثال وہ کارٹون ہے جس میں گائے کی قربانی کے مسئلے پر ہندوں اور مسلمانوں میں رسہ کشی دکھائی گئی ہے۔^(۳۷)

تحقیق سے یہ بات بھی سامنے آئی کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں عوام کے طرز زندگی (Peoples life) کے حوالے سے موضوعات کو نہ ہونے کے برابر اہمیت دی گئی اور اس موضوع پر کارٹونوں کی شرح صرف ۲ فیصد رہی۔ طرز زندگی سے متعلق زمرے میں ایسے کارٹون شامل تھے جن میں عوام کی اخلاقی حالت اور ان کے حالات زندگی شامل ہوں جیسے ۳۰ مارچ ۱۸۷۷ء^(۳۸) کو شائع ہونے والا کارٹون جس میں لوگوں کو نشے کا عادی دکھایا گیا ہے۔ اس کے علاوہ ۴ فیصد کارٹون ایسے سامنے آئے جو دیگر (Other) موضوعات پر تھے۔ یہاں یہ بات قابل ذکر ہے کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں عالمی حالات اور ہندوستان کے حالات کو تقریباً برابر اہمیت دی گئی ہے اور ان دونوں کی شرح ۴۸ فیصد بنتی ہے۔

جدول نمبر ۳: کارٹون کی اصناف

اصناف	کامک اسٹریپ (Comic Strip)	گیگ کارٹون (Gag Cartoon)	پینٹا مائم (Pantomime)	کل (Total)
تعداد	۱	۹۹	۰	۱۰۰
فیصد	۱	۹۹	۰	۱۰۰

تحقیق کے دوران ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں کی اصناف کا جائزہ لیا گیا اور حاصلات سے معلوم ہوا کہ ”اودھ پنچ“ کے تقریباً تمام کارٹون یعنی ۹۹ فیصد کارٹون گیگ کارٹون (Gag Cartoon) تھے یعنی ایسے کارٹون جو ایک فریم میں تھے اور ان میں کوئی نہ کوئی تحریر بھی موجود تھی جبکہ صرف ایک فیصد کارٹون کامک اسٹریپ (Comic Strip) کی صورت میں بنائے گئے تھے یعنی ان کارٹونوں میں ایک سے زیادہ فریم شامل تھے اس کی مثال ۱۲/ جون ۱۸۸۱ء^(۴۹) کو شائع ہونے والا کارٹون ہے جس میں ۶ مناظر پیش کیے گئے ہیں۔ تحقیق کے دوران معلوم ہوا کہ ”اودھ پنچ“ میں پینٹا مائم (Pantomime) کارٹون شائع نہیں کیے جاتے تھے۔ پینٹا مائم کارٹون بھی ایک فریم کے کارٹون ہوتے ہیں جن میں کوئی تحریر شامل نہیں ہوتی۔ یہ بات قابل ذکر ہے کہ کامک اسٹریپ کارٹون جو دورِ حاضر میں تو خاصے مقبول ہیں ”اودھ پنچ“ میں بھی شائع ہو رہے تھے۔

جدول نمبر ۴: مزاحیہ کارٹون کی اقسام

اقسام	بدل/تبادلہ (Substitution)	دوغلائییت (Hybridization)	متناقض (Paradox)	دیگر (Other)	کل (Total)
تعداد	۰	۱۰	۱	۸۹	۱۰۰
تعداد	۰	۱۰	۱	۸۹	۱۰۰

تحقیق میں کارٹون کی اقسام کے حوالے سے ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں کو تین اقسام میں تقسیم کیا گیا ہے۔ جن میں بدل/تبادلہ (Substitution) یعنی مختلف قسم کی اشیا کو کسی خاص ترتیب میں بنا کر ایک نئی تصویر بنانا، دوسری دوغلائییت (Hybridization) یعنی کسی مزاحیہ تصاویر میں دو مختلف نوع کی چیزوں کو آپس میں جوڑ دینا اور تیسری متناقض (Paradox) یعنی ایسے مزاحیہ کارٹون جو مختلف پہلوؤں سے دیکھنے پر مختلف نظر آئیں، شامل ہیں۔

تحقیق سے یہ بات سامنے آئی کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں کی غالب اکثریت یعنی ۸۹ فیصد کارٹون ان میں سے کسی بھی قسم کے نہیں تھے۔ جبکہ بہت کم کارٹون (۱۰ فیصد) ایسے تھے جو دوغلایت (Hybridization) پر مبنی تھے جیسا کہ ۸ اپریل ۱۸۸۹ء^(۵۰) کو شائع ہونے والے کارٹون میں روسی بادشاہ کے سر کو ایک جانور کے دھڑ کے ساتھ جوڑ دیا گیا ہے۔ اس کے علاوہ صرف ایک فیصد کارٹون متناقض (Paradox) قسم سے تعلق رکھتے تھے جیسا کہ ۹ نومبر ۱۸۹۳ء^(۵۱) کو شائع ہونے والا کارٹون جس کو سمجھنے کے لیے کارٹون کو الٹا کر کے عبارت پڑھنی پڑتی ہے جبکہ بدل/تبادلہ (Substitution) کی قسم کا کوئی کارٹون ”اودھ پنچ“ میں موجود نہیں تھا۔ یہاں یہ بات پیش نظر رہے کہ کارٹونوں کی یہ نظری اقسام ۱۹۷۷ء میں پیش کی گئی تھیں جبکہ تحقیق کے لیے منتخب نمونے ۱۹۲۹ء تک کے تھے۔

جدول نمبر ۵: شخصی خاکوں اور کیری کچر کا تناسب

کل (Total)	دیگر (Other)	کیری کچر (Caricatures)	شخصی خاکے (Personal Cartoons)	
۱۰۰	۷۵	۱	۲۴	تعداد
۱۰۰	۷۵	۱	۲۴	فیصد

تحقیق کے دوران ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں شخصیات کی اہمیت کو اندازہ لگانے کے لیے ان کارٹونوں میں شخصی کارٹونوں (Personal Cartoons) یعنی وہ کارٹون جن میں کسی شخصیت کی عکاسی کی گئی ہو یا ایسے کارٹون جن میں کسی شخص کو مرکزیت حاصل ہو اور کیری کچر (Caricature) یعنی ایسے کارٹون جو صرف ایک یا ایک سے زیادہ افراد کے کیری کچر پر مبنی ہوں، کے تناسب کا تعین کیا گیا۔ تحقیق سے معلوم ہوا کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں سے تقریباً ایک چوتھائی یعنی ۲۴ فیصد کارٹون شخصی کارٹون (Personal Cartoons) تھے جیسا کہ ۱۱ دسمبر ۱۹۲۰ء^(۵۲) کو شائع ہونے والا کارٹون جس میں عثمانی خلیفہ کا شخصی خاکہ بنایا گیا ہے جب کہ ایک فیصد کارٹون کیری کچر (Caricature) پر مبنی تھے جیسا کہ ۱۷ اپریل ۱۸۷۷ء^(۵۳) کو شائع ہونے والا کارٹون جس میں بسمارک اور سالسبری کا کیری کچر بنایا گیا ہے۔ اس طرح یہ بات کہی جاسکتی ہے کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں سے ایک چوتھائی کارٹون ایسے تھے جن میں حالات اور واقعات کی بجائے شخصیات کو اہمیت دی گئی تھی۔

ماحصل

تحقیق کے دوران بنائے گئے جدول نمبر: ۲ سے پہلے تحقیقی سوال یعنی کیا ”اودھ پنچ“ نے اپنے کارٹونوں کے ذریعے عوام کو ملکی اور بین الاقوامی حالات سے آگاہی دی کا جواب حاصل ہوا۔ تحقیق سے یہ بات سامنے آئی کہ ”اودھ پنچ“ نے اپنے کارٹونوں میں عالمی حالات اور ہندوستان کے مقامی حالات کو برابر اہمیت دی اور ان دونوں موضوعات پر بنائے گئے کارٹونوں کی شرح ۴۸ فیصد رہی۔ اس سے یہ ثابت ہوا کہ ”اودھ پنچ“ نے اپنے کارٹونوں میں ان دونوں موضوعات کو شامل کر کے عوام کو ملکی اور بین الاقوامی حالات سے باخبر رکھا۔

جدول نمبر: ۱ سے دوسرے تحقیقی سوال کہ کیا ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں حالات کے صحیح اور غلط رخ کو واضح کیا گیا کا جواب ملتا ہے۔ تحقیق سے معلوم ہوا کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں ستم ظریفی کی تکنیک کا استعمال ۱۷.۰۲ فیصد رہا۔ اس زمرے وہ کارٹون شامل تھے جن میں کارٹونسٹ نے یہ فرق واضح کیا کہ حالات کو اصولی طور کیسا ہونا چاہیے اور وہ حقیقتاً کیسے ہیں۔ اس نتیجے سے ہمیں دوسرے تحقیقی سوال کا جواب ملا کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں حالات کے صحیح اور غلط رخ کو واضح کیا گیا ہے۔

تحقیق کے لیے تیسرا سوال یہ تھا کہ کیا ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں حالات اور واقعات کے ساتھ ساتھ شخصیات کو بھی اہمیت دی گئی؟ جدول نمبر: ۵ سے یہ بات سامنے آئی کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں شخصی خاکوں اور کیری کچر کا حصہ ۲۵ فیصد تھا جس کا مطلب ہے کہ ”اودھ پنچ“ نے اپنے کارٹونوں میں حالات و واقعات کے ساتھ ساتھ شخصیات کو بھی خاطر خواہ اہمیت دی۔

تحقیق کے لیے چوتھا تحقیقی سوال یہ سامنے رکھا گیا تھا کہ کیا ”اودھ پنچ“ میں کارٹون کی جدید اقسام بھی موجود تھیں؟ جدول نمبر: ۴ سے یہ نتیجہ سامنے آیا کہ ”اودھ پنچ“ کے کارٹونوں میں سے ۳۰ فیصد کارٹون ایسے تھے جو کارٹون کی جدید اقسام کے زمرے میں آتے ہیں جس کا مطلب ہے کہ ”اودھ پنچ“ میں کارٹون کی جدید اقسام سے متعلق کارٹون بھی شائع ہوتے تھے۔

اودھ پنچ میں شائع ہونے والے کارٹونوں کے تجزیے سے یہ بات سامنے آئی کہ اردو صحافت کے اوّلین کارٹونوں کا مقصد صرف عوام کو تفریح فراہم کرنا نہیں تھا بلکہ اخبارات نے اپنے کارٹونوں کے ذریعے نہ صرف مشکل اور پیچیدہ سیاسی حالات کی منظر کشی سے عوام میں سیاسی شعور پیدا کیا بلکہ معاشرتی خرابیوں کے حوالے سے بھی طنزیہ کارٹون شائع کر کے معاشرے کی اصلاح کی کوشش کی۔ اخباروں کے کارٹونسٹ نے صرف چند الفاظ کا اضافہ کر کے مغربی اخبارات میں شائع ہونے والے کارٹونوں کو اس طرح ہندوستانی معاشرے اور حالات سے ہم

آہنگ کیا کہ گویا وہ کارٹون خاص طور پر ہندوستان کے حالات کے حوالے بنائے گئے ہوں۔ یہ کارٹون اپنے اندر نہ صرف صحافتی بلکہ سیاسی اور معاشرتی تاریخ سموئے ہوئے ہیں، اس نوعیت کے زیادہ سے زیادہ کارٹونوں کی کھوج کر کے انہیں ترتیب دینے سے اس خطے کی ایک مصور تاریخ مرتب کی جاسکتی ہے۔

حواشی

- ۱۔ جان اے لینٹ (John A. Ient)، *Cartoon*، مشمولہ *The International Encyclopedia of Communication*، مرتبہ وولف گیگ ڈونس باخ (Wolfgang Donsbach)، (امریکا: بلیک ویل پبلشنگ، ۲۰۰۸ء)، ص ۴۱۳
- ۲۔ وینسلو ایس (Winslow Ames)، *Caricature and Cartoon*، مشمولہ *Encyclopedia Britannica*، www.britannica.com/art/caricature-and-cartoon، رجوع کردہ: ۸ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۳۔ دیکھیے اینکر (Anchor)، <https://www.ncpedia.org/anchor/analyzing-political-cartoons#:~:text=clear%20%20to%20you>، رجوع کردہ: ۱۰ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۴۔ دیکھیے رائے آر بیرنس (Roy R. Behrens) کا مقالہ *Beyond Caricature: On Types of Human in Art*، <https://www.academia.edu>، رجوع کردہ: ۱۵ اگست ۲۰۲۰ء
- ۵۔ جان اے لینٹ (John A. Ient)، ص ۴۱۳
- ۶۔ وینسلو ایس (Winslow Ames)، *Caricature and Cartoon*، مجلہ بالا
- ۷۔ ایضاً
- ۸۔ *Cartoons, Political*، مشمولہ *International Encyclopedia of Social Sciences*، <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazine/cartoons-political>، رجوع کردہ: ۸ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۹۔ جان اے لینٹ (John A. Ient)، ص ۴۱۳
- ۱۰۔ *Cartoons, Political*، مجلہ بالا
- ۱۱۔ فوزیہ چودھری، ”اردو کی مزاحیہ صحافت“، (لاہور، سنگ میل پبلی کیشنز، ۲۰۰۰ء)، ص ۱۳۱
- ۱۲۔ محبوب عالم، ”اردو صحافت کی نادر تاریخ“، (لاہور: مغربی پاکستان اردو اکیڈمی، ۱۹۹۲ء)، ص ۵۱۱
- ۱۳۔ گرینچن چندن، ”اردو صحافت کا سفر“، (دہلی: ایجوکیشنل پبلشنگ ہاؤس، ۲۰۰۷ء)، ص ۲۶۷
- ۱۴۔ فوزیہ چودھری، ایضاً، ص ۱۶۴
- ۱۵۔ عبداللہ صالح، ”اردو صحافت میں اظہار و ابلاغ کے مختلف پیرائے کا تنقیدی جائزہ“، (دہلی: ایجوکیشنل پبلشنگ ہاؤس، ۲۰۰۹ء)، ص ۶۰
- ۱۶۔ دیکھیے میگھنا ایم لواتے (Meghna M. Lawate) کا مقالہ *Importance of political cartoons to news papers*، <https://www.semanticscholar.org>، رجوع کردہ: ۱۰ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۱۷۔ دیکھیے فیض ساتھی عبداللہ و دیگر کا مقالہ *Political cartoons as a vehicle of setting social agenda: The newspaper example*، doi: 10.5539/ass.v8n6p156، رجوع کردہ: ۱۰ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۱۸۔ دیکھیے کالینس آبیروہا (Collins Obiroha) کا مقالہ *Audience Perception of Newspaper Corruptio*

- https://www.academia.edu/38472241/AUDIENCE_PERCEPTION_OF_NEWSPAPER_CORRUPTION_CARTOONS_AS_OPINION_MOULDING_
TOOLS_ON_CORRUPTION_IJMPAS_Vol_2.pdf رجوع کردہ: ۰۱ جولائی ۲۰۲۲ء
- ۱۹۔ دیکھیے ناظرہ زاہد شیخ، رخسانہ طارق اور نجیب ثقلین کا مقالہ *Cartoon War: A political dilemma*، <http://journals.pu.edu.pk>، <http://journals/index.php/jms/article/view/1926> رجوع کردہ: ۱۰ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۲۰۔ دیکھیے یایوک مرڈیاتی (Yayuk Mardiaty) کا مقالہ *Integrating political cartoon into civic education teaching and learning*، https://www.academia.edu/34980287/Integrating_Political_Cartoon_into_Civic_Education_Teaching_and_Learning رجوع کردہ: ۱۱ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۲۱۔ دیکھیے طالب حسین اور بینکینگ لی (Benqian Li) کا مقالہ *Newspaper cartoons as national interest agenda setting tool*، <http://www.sci-int.com/pdf/636446896679486612.pdf> رجوع کردہ: ۱۱ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۲۲۔ دیکھیے ورین چو پڑا کا مقالہ: *Cartoons in the Raj: A study of the illustrated periodicals of colonial India*، https://www.academia.edu/37434628/Cartoons_in_the_Raj_A_study_of_the_illustrated_periodicals_of_Colonial_India رجوع کردہ: ۱۱ جولائی ۲۰۲۰ء
- ۲۳۔ راجر ڈی ویم (Roger D. Wimmer)، جوزف آر ڈومینیک (Joseph R. Dominic)، *Mass Media Research: An Introduction*، (پاسٹن: واڈس ورت، ۲۰۱۱ء)، ص ۱۵۶
- ۲۴۔ نثار احمد زبیری، ”تحقیق کے طریقے“ (کراچی: شعبہ تصنیف و تالیف و ترجمہ جامعہ کراچی، ۲۰۱۳ء) ص ۲۳۳
- ۲۵۔ ڈیلو لارنس نیومن (W. Lawrence Neuman)، سوئل ریسرچ میٹھڈس: کوالیٹیو اینڈ کوانٹیٹیو میٹھڈس: *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*، (ایسکس: پیپر سن، ۲۰۱۳ء)، ص ۲۳۸
- ۲۶۔ کلاس کری پینڈوف (Klaus Krippendorff)، *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*، (کیلی فورنیا: پیج پیبلی کیشنز، ۲۰۰۴ء)، ص ۱۲۰
- ۲۷۔ دیکھیے: <https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۲۸۔ منشی سجاد حسین (مرتب)، *Cartoons from the Oudh Punch*، (لکھنؤ: ”اودھ پنچ“، آفس، ۱۸۸۱ء) ص ۱
- ۲۹۔ ڈینیئل رائف (Daniel Riffe)، اسٹیفن لیس (Stephen Lacy)، فریڈرک جی فیکو (Frederick G. Fico)، *Analyzing Media Messages*، (لندن: لارنس ارل بام ایبوسٹی ایٹس پبلشرز، ۲۰۰۵ء)، ص ۱۶۵
- ۳۰۔ منشی سجاد حسین (مرتب)، *Cartoons from the Oudh Punch*، (لکھنؤ: ”اودھ پنچ“، آفس، ۱۸۸۱ء) ص ۱
- ۳۱۔ ایضاً، ص ۸
- ۳۲۔ ایضاً، ص ۱۷
- ۳۳۔ ایضاً، ص ۲۱
- ۳۴۔ ایضاً، ص ۹۲
- ۳۵۔ ایضاً، ص ۳۵
- ۳۶۔ ایضاً، ص ۴۲
- ۳۷۔ اسٹیفن ڈیلو لارنس جان (Stephen W. Littlejohn)، کیرن اے فوس (Karen A. Foss)، *Encyclopedia of Communication Theory*، (امریکا: پیج پیبلی کیشنز، ۲۰۰۹ء)، ص ۳۱

- ۳۸۔ ایضاً
- ۳۹۔ ایضاً، ۲۸/۱ اپریل ۱۸۹۸ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۰۔ ایضاً، ”اودھ پنچ“، لکھنؤ، ۹ اگست ۱۹۰۶ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۱۔ ایضاً، ۳۱ جولائی ۱۸۹۲ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۲۔ ایضاً، ۳ اگست ۱۸۹۹ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۳۔ ایضاً، ۲۴ مئی ۱۸۸۱ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۴۔ ایضاً، ۳ اگست ۱۸۹۹ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۵۔ ایضاً، ۲۱ جنوری ۱۸۹۲ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۶۔ ایضاً، دسمبر ۱۹۰۳ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۴۷۔ منشی سجاد حسین (مرتب)، *Cartoons from the Oudh Punch*، (لکھنؤ: ”اودھ پنچ“، آفس، ۱۸۸۱ء)، ص ۳۲
- ۴۸۔ ایضاً، ص ۸
- ۴۹۔ ایضاً، ص ۳۵
- ۵۰۔ ایضاً، ۸/۱ اپریل ۱۸۸۹ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۵۱۔ ایضاً، ۹ نومبر ۱۸۹۳ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۵۲۔ ایضاً، ۱۱ دسمبر ۱۹۰۲ء، رجوع کردہ: ایضاً
<https://www.rekhta.org/search/ebooks?q=%D8%A7%D9%88%D8%AF%DA%BE%20%D9%BE%D9%86%DA%86&lang=ur>
- ۵۳۔ منشی سجاد حسین (مرتب)، *Cartoons from the Oudh Punch*، (لکھنؤ: ”اودھ پنچ“، آفس، ۱۸۸۱ء)، ص ۱۱

ماخذ

- ۱۔ چندرن، گرچن، ”اردو صحافت کا سفر“، دہلی: ایجوکیشنل پبلیشنگ ہاؤس، ۲۰۰۷ء
- ۲۔ چودھری، فوزیہ، ”اردو کی مزاحیہ صحافت“، لاہور: سنگ میل پبلی کیشنز، ۲۰۰۰ء
- ۳۔ حسین، سجاد، منشی (مرتب)، *Cartoons from the Oudh Punch*، لکھنؤ: ”اودھ پنچ“، آفس، ۱۸۸۱ء

- ۵۔ رائف، ڈینیل (Riffe, Daniel)، اسٹیفن لیسلی (Lacy, Stephen)، فیکو، فریڈرک جی (Fico, Frederick G.)، *Analyzing Media Messages*، لندن: لارنس ارل ہام ایسوسی ایٹس پبلشرز، ۲۰۰۵ء
- ۶۔ زبیری، ثار احمد، ”تحقیق کے طریقے“، کراچی: شعبہ تصنیف و تالیف و ترجمہ جامعہ کراچی، ۲۰۱۳ء
- ۷۔ عالم، محبوب، ”اردو صحافت کی نادر تاریخ“، لاہور: مغربی پاکستان اردو اکیڈمی، ۱۹۹۲ء
- ۸۔ عبداللہ، صالح، ”اردو صحافت میں اظہار و ابلاغ کے مختلف پیرائے کا تنقیدی جائزہ“، دہلی: ایجوکیشنل پبلسنگ ہاؤس، ۲۰۰۹ء
- ۹۔ کری پیٹنڈوف، کلاس (Krippendof, Klaus)، *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*، کیلی فورنیا: پیج پیبلی کیشنز، ۲۰۰۲ء
- ۱۰۔ لٹل جان، اسٹیفن ڈبلیو (Littlejohn, Stephen W.)، کیرن اے فوس (Karen A. Foss)، *Encyclopedia of Communication Theory*، امریکا: پیج پیبلی کیشنز، ۲۰۰۹ء
- ۱۱۔ نیومن، ڈبلیو لارنس (Neuman, W. Lawrence)، *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*، ایسکس: پیپرسن، ۲۰۱۲ء
- ۱۲۔ ویم، راجر ڈی (Wimmer, Roger D.) اور ڈومینک، جوزف آر (Dominic, Joseph R.)، *Mass Media Research: An Introduction*، ہاسٹن: واڈس ورت، ۲۰۱۱ء

انسائیکلو پیڈیا

- ۱۔ ڈونس باخ، وولف گینگ (Donsbach, Wolfgang)، *The International Encyclopedia of Communication*، امریکا: بلیک ویل پبلسنگ، ۲۰۰۸ء
- ۲۔ لٹل جان، اسٹیفن ڈبلیو (Littlejohn, Stephen W.)، کیرن اے فوس (Karen A. Foss)، *Encyclopedia of Communication Theory*، امریکا: پیج پیبلی کیشنز، ۲۰۰۹ء
- ۳۔ لینٹ، جان اے (Lent, John A.)، *Cartoon*، مشمولہ *The International Encyclopedia of Communication*، مرتبہ وولف گینگ ڈونس باخ (Wolfgang Donsbach)، امریکا: بلیک ویل پبلسنگ، ۲۰۰۸ء

ویب سائٹس

1. <https://www.rekhta.org/>
2. <https://www.britannica.com>
3. <https://www.academia.edu>
4. <https://www.encyclopedia.com>
5. <https://www.semanticscholar.org>
6. <http://www.sci-int.com/>
7. <http://journals.pu.edu.pk>
8. <https://www.ccsenet.org>
9. <https://www.ncpedia.org>

