



www.uksresearch.com

صنفی حساسیت پرمنی۔
ایک رضا کارانہ ضابطۂ اخلاق



Uks - A Research, Resource &
Publication Centre on Women and Media

صفنی حسایت پرمنی ضابطہ اخلاق از خود تسلیم کردہ اور رضا کارانہ طور پر خود پر لاؤ کر دھن ضابطہ ہے۔ یہ ان روپیں، رجحانات اور معیاری وضاحت کرتا ہے جن کی پیشہ و صحافیوں، پیش کاروں، اینکرز پروڈیوسرز، سکرپٹ، فوٹوگرافروں، کیمر اپر سنز کے علاوہ پالیسی سازوں، ادارتی

عملی، اعلیٰ انتظامیہ اور ذرائعِ ابلاغ کے اداروں کے الکان سے تو قع کی جاتی ہے۔

ذرائعِ ابلاغ میں صنفی حسایت کا ضابطہ اخلاق ایک رضا کارانہ اور خود منظم کردہ کاوش ہے۔ یہ ضابطہ ذرائعِ ابلاغ کے ماہرین، پیشہ در صحافیوں، پیش کاروں، اینکرز، ٹکنیشن، پروڈیوسرز، سکرپٹ رائیزرز، کیمرہ میں، پالیسی ساز عملیہ اور ادارت اعلیٰ انتظامیہ اور میڈیا ماماکان کے لئے معیار، رویوں اور کردار کی وضاحت کرتا ہے۔

یہ ضابطہ اخلاق وضاحت سے ان مثالی رویوں کی بات کرتا ہے جو میڈیا سے وابستہ ہر شخص کو خود اپنانے چاہتیں اور ہر ادارے کو چاہتے کہ وہ ان اخلاقیات کو نافذ کرنے کی ذمہ داری حکومت کے سردارانے کے بجائے از خود اپنانے اور پر لاؤ کریں۔

عوام کا حق ہے کہ درست، دیندارانہ، معروضی اور سچی خبریں (یا اس کے علاوہ آراء) ان تک پہنچیں۔ اس لیے نیوز اور ذرائعِ ابلاغ کے دوسرے شعبوں سے وابستہ ہر شخص کا فرض ہے کہ وہ متضصب اور غیر جانبِ دارانہ حقوق اعماقِ عوام تک پہنچائے۔ صرف اس لئے کیونکہ ان پر اعتماد کرتے ہیں، انہیں چاہتے کہ بھیشہ ہر حال میں اس عتماد کو قائم رکھیں۔ بھیشہ اپنے پیشے کیا اچھی شہرت کا خیال رکھیں لہذا کبھی بھی اپنے مقام و مرتبے کو غلام مقاصد کے لئے استعمال نہ کریں خواتین چاہے وہ ان کے شاف کا حصہ ہوں، ہمہن ہو یا ان کی روپورنگ مضمون کا موضوع ہوں۔ کبھی بھی ان کے احترام میں کمی نہ کریں، نہ ہن تو تھیک آئیزرو یا اختیار کریں، نہ انہیں ہر اس اس کریں نہ ہی ان کا مراقب اڑائیں۔

میڈیا میں خواتین کو عموماً واطح کے امتیاز کی سلوک کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ (۱) ذرائعِ ابلاغ کے اداروں میں مردا و خواتین اضاف سے مساوی سلوک نہیں کیا جاتا۔ (۲) خواتین کی تصویر کیشی مت指控 اور روائی اندماز میں کی جاتی ہے۔ دوسرے بہت سے مسائل کے ساتھ ساتھ ذرائعِ ابلاغ کے اداروں میں ایک ہی جیسے کام کا خواتین کو مردوں کے برابر معادھہ نہیں دیا جاتا۔ نہ انہیں ٹریننگ اور اپنی صلاحیتوں کو بہتر بنانے کے مساوی موافق دیجئے جاتے ہیں اسی لئے وہ اعلیٰ نظری اور فیصلہ ساز عہدوں سے محروم رہتی ہیں۔

اہم بات یہ کہ میڈیا سے وابستہ بہت سی خواتین کے ساتھ ان کے مرد ساتھیوں اور افران کا برتاب اور احترام پر میں نہیں ہوتا۔ جب کہ کچھ کو حصی طور پر ہر اس کیا جاتا ہے، صنفی بندیدوں پر تفریق کی جاتی ہے اور سب سے بڑھ کر انہیں بے جا طور پر ہدف بنایا جاتا ہے۔

کئی دہائیوں پر پھیلی ہوئی پر دبیل تربیت، گذشتہ اور احتجاج کے باوجود عورتوں اور لڑکیوں کی کورنے اور تصویر کشی نہ تو جزوں میں نہ تھردوں اور نہ ہی تفریقی پر وکراموں میں معیار اور تعداد کے اعتبار سے بہتر ہوئی ہے۔ بلکہ ابھی تک متضصب رجحانات کا مظاہرہ جاری ہے۔

یہ ضابطہ اخلاق تمام متعلقہ لوگوں کی شمولیت اور ذرائعِ ابلاغ میں ہر سطح کے ذمہ دار مردو خواتین کی مشاورت اور شراکت سے ترتیب دیا گیا ہے۔ یہ اس طرح ترتیب دیا گیا ہے کہ میڈیا میں ہر سطح کے لوگ، ہر شعبے میں اسے ذرائعِ ابلاغ کے الکان، چیف ایگزیکٹو، مدیریان اور اعلیٰ انتظامیہ کی منظوری اور قبولیت سے اسے رضا کارانہ طور پر اپنا سکیں۔

اس ضابطہ اخلاق کا مقصود انفرادی طور پر صحافیوں، ذرائعِ ابلاغ کے افراد، انتظامیہ اور میڈیا ماماکان کی معاونت کرنا ہے۔

تاکہ ذہ صنفی مساوات کو اپنے اداروں میں فروغ دے سکیں۔ اور اپنے اداروں کی پالیسیوں میں اس تعلیم شدہ صنفی حسابیت کے عالمی معیار ردویوں اور رجحانات کو شامل کر سکیں۔ انہیں قول کر کے ان پر عمل درآمد کر سکیں۔

یہ ضابطہ چھ بنیادی نکات پیش کرتا ہے۔ جن میں پرائیویٹی اذاتی زندگی کی رازداری کا حق، خواتین کی تصویر کشی، خواتین کی مساوی نمائندگی، اشتہاروں میں صنفی کردار کو نمایاں کرنا، خواتین کے مسائل کی معیاری کو رونق اور پیشہ ورانہ معیار قائم رکھنا شامل ہیں۔

ان نکات کی تفصیل حسب ذیل ہے۔

۱۔ صنفی بنیادوں پر تشدد کے واقعات میں خواتین یا لڑکیوں کی شناخت نہ کی جائے مثلاً دوسراے واقعات کے علاوہ اجتماعی زیادتی، جنسی زیادتی، زنا، اغوا، فرار ہونا، تیزاب بچھتا، بچھوں کے ساتھ جنسی زیادتی، بچھوں اور عورتوں کی خرید فروخت اور عصمت فرشتی یادداہی والے دیگر واقعات میں جیسے استقطاب حمل یا ایڈز کا ہونا۔ پس ماندگان/ زیادتی کا نشانہ بننے والوں کے نام، تصاویر یاد دوسرا معلومات مثلًا شناخت، علاقہ، شعبہ اور پیشہ غیرہ ذرائع پر منتشر نہ کیا جائے۔ بہر کیف اگر کوئی بہادر خاتون اپنے ساتھ ہونے والی زیادتی کے بارے میں ذرائع ابلاغ پر بولنا چاہے تو میڈیا کو اسے دو ہری اذیت دینے اور اس کی توہین کرنے کی بجائے اس کے ساتھ ہمدردانہ رو یہ رکھنا چاہئے۔

۲۔ اشاعتی اور بر قی ذرائع ابلاغ کو چاہئے کہ حق جانے والی خواتین اور لڑکیوں کی کہانیوں کو سنسنی خیزانہ میں پیش نہ کرے۔ اور جب کسی وی آئی پی یا اہم شخصیت کے حق جانے والی / زیادتی کا نشانہ بننے والوں سے ملاقات کی کو رونق مقصود ہو تو اس میں ان کی شناخت صیغہ راز میں رکھنے کا خاص خیال رکھا جائے۔ جب کہ دوسرا طرف مجرموں کو ان کے ناموں اور شناخت کے ساتھ بے نقاب کیا جائے۔

۳۔ ٹیلی و ڈن جیلوں کو چاہئے کہ کرامہ شوز میں جرام کی واردات کوڈ رامے کی صورت میں نقل کر کے نہ پیش کیا کریں اور نہ ہی مجرموں پر پولیس کے چھاپے دکھائیں۔ اسی طرح کچھ انکرزاں خود قانونی فیصلے صادر کرنے لکتے ہیں۔ خاص طور پر منفی بنیادوں پر ہونے والے تشدد کے واقعات ہیں۔

۴۔ میڈیا کو چاہئے کہ حکومت یا امراء کی طرف سے امداد یا زکوٰۃ کو وصول کرنے والوں کی شناخت کو صیغہ راز میں رکھے خاص طور پر بیواؤں، تیئیوں اور غریب عورتوں کی ٹوپی کو رونق اور امراء اور سیاسی پارٹیوں کی تشویشیں کرنی چاہئے۔۔۔ کیونکہ ایسے واقعات سے ان کی عزت نفس مجروح ہوتی ہیں۔

خواتین کی تصویر کشی

۵۔ میڈیا کو رونق کی دو رنگوں خواتین کے جسمانی خدوخال اور منفع قطع کی بجائے مسائل کی اہمیت اور حقائق پر زور دینا چاہئے۔

لڑکیوں اور خواتین کی کسی بھی شبجی میں کامیابی کو نمایاں طور پر پیش کرنا چاہئے۔

۶۔ میڈیا کو رنج کے دوران تغیری کی، کھلیوں اور فیشن کے شعبوں میں قومی اور بین الاقوامی شخصیات (مردا و خواتین) کے درمیان نبہروں میں ایک توازن قائم رکھنے کی ضرورت ہے۔ تصاویر ثابت انداز میں خبریام موضوع کے مطابق اس کی اہمیت میں اضافے کے خیال سے لگائی جائیں۔ نہ کہ بین الاقوامی شخصیات کو سنتی خیزاندا اور ضرورت سے زیاد اہم بنانا کر پیشہ بنیش کرنے کے خیال سے۔ اور قومی شخصیات کو ان کے پیچھے نظر انداز کرنے کے خیال سے۔

۷۔ اخباریائی وی میں شوہر کی خواتین کی تصاویر (کسی محفل یا پارٹی میں لی گئی) بلا عنوان شائع نہ کی جائیں، خاص طور پر جب وہ ان کی اجازت کے بغیر شائع کی جا رہی ہوں۔

ذرائع ابلاغ سے وابستہ خواتین کی مساوی نہماںندگی

۸۔ ذرائع ابلاغ کے اداروں میں صفحی توازن قائم رکھنے کے لیے قیل مدتی اور طویل مدتی اہداف مقرر کرنے کی ضرورت ہے۔ قیل مدتی اہداف میں میڈیا مالکان، ایڈیٹرز اور سربراہ اہان کو چاہئے کہ اعلیٰ عہدوں پر اور فیصلہ سازی سے، مختلف عہدوں پر 33 فیصد تک خواتین کو شامل لازمی طور پر کریں۔

۹۔ ذرائع ابلاغ کے اداروں موثر اقدامات، تمام عہدوں پر کام کرنے والے شاف کی تربیت، صفحی حاسیت اور آگئی کے ذریعے خواتین کے لیے کام کرنے کا محل دوستانتہ بنایا جائے۔ نبیادی حقوق جیسے سازگار اور زچگی کی چھپیاں، ڈے کیسر سنتر، مردا و خواتین کے لیے الگ الگ ٹوائف، کام کی جگہ پر تخفیف اور خواتین کے لیے رانپورٹ جسمی سہولیت لازمی ہوئی جائیں۔ نہایت ضروری ہے کہ ذرائع ابلاغ کے تمام اداروں میں جنسی طور پر ہر اس کرنے کے خلاف قانون اور اس سے مسلک ضابط (AASHA) جتنی سے لا گویا جائے۔

۱۰۔ میڈیا میں کام کرنے والی خواتین کو ہر قسم کے مسائل پر اور ہر سیکٹر میں کام کرنے کے موقع ملنے چاہئیں نہ کہ انہیں چند روایتی موضوعات (خواتین کے متعلق یا کم اہمیت والی Beats وغیرہ) تک محروم رکھا جائے۔ تمام ذرائع ابلاغ کے تمام اداروں میں خواتین کو تربیت، صلاحیتوں میں اضافے اور کیریئر بنانے کے مواقع مردوں کے مساوی ملنے چاہئیں۔

۱۱۔ خبروں اور دوسرے تمام شعبوں (اسٹوریز، آراء، کالموں) میں یا جب عوام اور ماہرین سے آراء لی جائیں تو تمام معاشرتی اور معاشی طبقات کی خواتین کے خیالات بھی شامل کیے جائیں۔ اور تمام موضوعات پر ان کی شمولیت ہو جس خواتین کے مسائل پر ہی نہیں

اشتہاروں میں صفحی کردار کو نمایاں کرنا

۱۲۔ مردانہ طاقت بڑھانے کی ادویات وغیرہ کے اشتہارات کا تختی سے جائزہ لیا جائے کہ یہ صرف طلبی مسائل اور ان کے تدارک تک محدود رہیں۔ عطا نیم حکیموں کی جانب سے شادی سے پہلے مردانہ طاقت بڑھانے والی ادویات کے اشتہارات جو مردانگی کا غلط اور غیر فطری تصور پیش کرتے ہیں اور بلا واسطہ طور پر جنسی جا رہیت اور صفحی بنیادوں پر تشدید کی ترغیب دیتے ہیں، ہرگز

نثر، یا شائع نہ کئے جائیں۔ ذرائع ابلاغ اور اشتہاراتی کمپنیوں کو ذمہ دار ائمہ طور پر احساس کرنا چاہئے کہ ایسے اشتہارات کا منفی اثر اُن کے سامنے ہے، تاکہ ناطقین اور خصوصانوں کے لیے کسی بڑے معاشری، طبی، چینی اور جسمانی صحت کے لفظان کا باعث ہن سکتا ہے۔

۱۳۔ غیر حساس اور اشتھار ایگزیکٹو اشتہارات یا فلمی گیتوں اور مختلف فلمی مناظر کے ذریعے لوگوں کی تنفسی کرنی چاہئے خصوصاً جن میں جنسیت، زن پیاری اور پرتشد دانہ ازغالب ہو۔

۱۴۔ میدیا اشتہاراتی ایجنسیوں اور معالی معاوقت کرنے والی کمپنیوں کے ساتھ اس پہلو پر کام کرنے کی اشد ضرورت ہے کہ ثابت اور صحت مند صفحی روایوں کی تشریف ہونی چاہئے مثلاً، جن میں کبھی کھا مرد، بھی اپنے بچوں کی پروپر اور گھریلو کاموں میں مدد کرتے دکھائے جائیں اور خواتین گھر سے باہر انتظامی امور کے عہدوں پر کام کرتی دکھائی جائیں۔ خواتین کو مردانہ اشیاء ضرورت، اہم اشتہارات میں بطور ماذل اور شے کے پیش کرنے کا سلسہ فوری ختم کیا جائے مثلاً شیونگ کریم مردانہ بس وغیرہ کے اشتہارات میں۔

۱۵۔ اسی طرح خواتین اور لڑکیوں کی خواہشات، مقاصد، حیثیت، مقام، احترام اور کردار کے بارے میں منفی تصویر کشی، جیسی کہ خواتین کی آرائیش و زیبائیش کی اشیاء کے اشتہارات میں کی جاتی ہے، فوری طور پر بند کی جائے۔

خواتین کے مسائل کی معیاری کو رنج

۱۶۔ خواتین اور لڑکیوں کے بڑھتے ہوئے مسائل کو سمجھ ترپیانے پر نیایا کرنے کی اشد ضرورت ہے جن میں روزانہ زوں اضافہ ہو رہا ہے اور وہ جن کا سامنا کر رہی ہیں۔ مثلاً

نام خواندنی، صحت کے مسائل، تولیدی صحت کی سہولتوں کا انقدر اور حقوق (RHR)، خواتین اور لڑکیوں کے خلاف بڑھتا ہوا تشدد، نشیات کا استعمال، معدنوگی، انخوا، عصمت فرشی اور لڑکیوں کی خرید و فروخت، جبری مشقت غلامی، غربت اور بھوک، بے گھری، بیوگی، طلاق، جبری اور کم عمری کی شادی، جبری انفلام، غیر محفوظ اور لاکاتار پچوں کی بیباش اور غیر محفوظ حمل، کاروکاری سگ، چٹی، بارجاتی، سوارا، وینی، بدل صلح، قران سے شادی، خواتین کو زندہ دفاتر اکام تغواہ یا ماقرہ رقم کے عومن گھریلو مشقت، کام کرنے کی غیر محفوظ حالات، غیر مساوی تنخواہیں، بغیر اجرت کے کام لینا اور اس کے علاوہ دیگر مسائل۔

۱۷۔ ذرائع ابلاغ میں زندگی کے تمام شعبوں میں بلا احتیاز ان کے لئے تمام خواتین اور خصوصاً کارکن خواتین کے ساتھ باعزت اور باوقار سلوک کیا جانا چاہئے۔ اور میدیا سے وابستہ خواتین، غیر سرکاری اداروں اسی ایس اوز، کارکن، امنر ٹینمنٹ ائڈ سٹری، اداکاروں، ماڈلگ، ائیر اریل ایس ہوسٹس، پولیس، نرسوں، دیگر میدیہ یکل شعبوں، میں شامل کارکن خواتین، اور گھریلو خواتین اور دیگر شعبوں میں کام کرنے والی خواتین کے ساتھ خصوصی عزت سے پیش آیا جائے۔

پیشہ ورانہ معیارات قائم رکھنا

۱۸۔ خواہ نیوز رپورٹنگ ہو، یا حالات حاضرہ، اسپورٹس ہوں یا اشتہارات، میدیا کو کسی بھی شکل میں خواتین اور لڑکیوں کے لیے

تو ہیں آمیز، مریانہ، فیصلہ کن، تفحیک آمیز اور تمثیل انسان زبان استعمال نہیں کرنی چاہئے۔ خبروں میں صرف حقائق پیش کیے جائیں۔ جب کہ ذاتی آراء باعزت طریقے سے پیش کی جائیں۔

۱۹۔ میڈیا کو حساس اور تنازع صفائی مسائل کی روپرینگ کا حق حاصل ہے لیکن زیادہ سے زیادہ احتیاط کی ضرورت ہے تاکہ مندرجہ ذیل باقتوں کو لفظی بنا جائے کہ:

(ا) صفائی تصور یا جنسی اور روایتی ذہنیت کو تقدیر دینے کے لیے کسی واقعہ کو سختی توڑ مروڑ کرنے پیش کیا جائے۔

(ب) تو ہیں آمیز یا فیصلہ کن الفاظ کے استعمال سے گریز کیا جائے۔

(ج) اگر کسی اسنوری یا خبر کا کوئی پہلو زیادہ توجہ طلب ہے تو پورٹر، ایمکر پرسنر، پیش کاروں اور ذراائع ابلاغ کے دیگر افراد کو چاہئے کہاپنی ذاتی رائے دوسروں کے عوامی آراء یا فقط ہائے نظر کو ترجیح دیں۔

(د) صفائی توازن قائم رکھا جائے۔

۲۰۔ میڈیا کو صفائی پر منی کچھ اصول وضع کرنے اور معیار قائم کرنے کی ضرورت ہے تاکہ وہ کوئی بھی خبر نشر کرنے سے پہلے اس کی اہمیت کا تعین کر لیں اور اس پر ذراائع ابلاغ کا ہر ادا رہ خود فیصلہ کرے کہ اسے نشر کیا جائے یا نہیں۔ مثلاً کسی بڑی کی اشتباہ کا ساتھ فرار ہو جانے کی خبر کسی اہم زمرے میں نہیں آتی اور اس کی ضرورت سمجھیدہ نہیوز (سیاست، قانون، معاشریات، کاروبار، جرائم اور حکیلوں وغیرہ) میں سنسنی خیزی اور چوتھ پڑابنانے کے لئے محسوس کی جاتی ہے، اسی خبریں نہ نہیں کرنی چاہئیں۔

۲۱۔ صفائی تشدید اور جنسی زیادتی، تیزاب چینکنے، انخواہ اور اسی طرز کے دوسرے واقعات کی خبر سازی کے دوران خاتون کی ازدواجی حیثیت، بچوں کے نام عمر، جنس، تعداد اتنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔

۲۲۔ صفائی طور پر غیر حساس اور تو ہیں آمیز الفاظ مثلاً ”کنواری ماں“، ”خوب رو دو شیزہ“، غیرہ کی پوری فہرست بنائیں ختم کرنا چاہئے اور اس کی جگہ صفائی طور پر حساس اور مہذب الفاظ استعمال کیے جانے چاہئیں۔ ان الفاظ کی ایک فرہنگ تیار کی جا بچکی ہے اور ذراائع ابلاغ اور اشتہاری کمپنیوں کے استعمال کے لیے دستیاب ہے۔

۲۳۔ جرام کی کہانیوں کو مطری عام پر لانا اور ان کی تفصیلی روشنی ڈالنا ضروری ہے: جیسے کہ صفائی تشدید کے واقعات کو نمایاں کرنا کہ اس کا مقدمہ درج کیا گیا نہیں، اسے عدالت میں کس طرح پیش کیا گیا، پولیس اور عدالیہ کا رو یہ کیا رہا اور کیا مجرموں کو سزا ملی یا نہیں؟