پیغام رسانی برائے تبدیلی

مصنفین
نینسی فلاورز
راکھی گوئل

مترجم رضی مجتبیٰ

حقوق ترقی اور امن کیلیئے
خواتین کے سیکھنے کی شراکت داری

فہرست مندرجات

تعارف	2
اس کتابچے اور ویڈیو کا استعمال	5
سیکھنے والے معاشروں میں پیغام رسانی	
نظریاتی خلاصہ	7
حصہ اول	
ہم کس طرح موثر پیغام رسانی کرتے ہیں	9
پیغام رسانی س متعلق مشقیں	
مشق 1: موثر پیغام رسانی	11
مشق 2: قائل کرنے والی پیغام رسانی	13
مشق 3: پرکشش پیغامات	15
مشق 4: مطلوبہ سامعین کیلئے موزوں پیغام	20
مشق 5: پیغام رسانی کا منصوبہ	22
حصہ دوئم	
ہم اپنا پیغام کس طرح پہنچاتے ہیں	
ذرائع ابلاغ کے ذریعے پیغام رسانی کی مشقیں	
مشق 6: ذرائع ابلاغ کے ساتھ پیغام رسانی	26
مشق 7: ذرائع ابلاغ کیلئے موثر پیغام	32
کتابچے اور ویڈیو کا جائزہ	
مشق 8: جائزہ	35

تعارف: 2001ء میں حقوق ترقی اور امن کیلئے خوتین کی شراکتی ادارے (WLP) نے اپنے دیگر ساتھی اداروں BAOBAB جو کہ نائیجریا میں خواتین کے حقوق کیلئے کام کرتی ہے اور خواتین سے متعلق فلسطین میں موجود تکنیکی کمیٹی نے مل کر' خواتین رہنماؤں کیلئے تربیتی کتابچہ شائع کیا۔ اس کتابچے کے ذریعے خواتین اور مردوں کیلئے ترقی پسند اور بااصول قیادت کے طریقوں کوفروغ دیا گیا ہے اور یہ بتایا گیا ہے کہ جمہوری اور برابری کی بنیاد پر قائم معاشروں میں قائدانہ صلاحیتوں کو کیسے فروغ دیا جاسکتا ہے۔

اس کتابچے کے جائزے کے دوران (WLP) اور اس کی دیگر ساتھی تنظیموں نے اس بات کی ضرورت کومحسوس کیا کہ تین عنوانات : معاونت ، پیغام رسانی اور وکالت کیلئے اضافی تربیتی مواد کی ضرورت ہے۔ تجربہ کار معاونین اور معلم نے بھی اس بات کی ضرورت کومحسوس کیا کہ وہ شراکتی قیادت کے فروغ کیلئے معاونت، پیغام رسانی اور وکالت کی مزید مشقوں سے فائدہ اُٹھا سکتے ہیں۔

لہذا (WLP) نے مندرجہ ذیل تین عنوانات پر رہنما کتابچوں اور فلموں کا اجراء کیا:

- ☆ شراکتی طریقے سے معاونت
- ☆ پیغام رسانی برائے تبدیلی
- ☆ موثر تائیدی مہم سازی

1۔عورتوں کی قیادتی تربیت کیلئے رہنما کتابچہ پسند کی جانب''2001''

مشق 8: جائزہ

مقاصد:

- ☆ اس بات کا جائزہ لینا کہ شرکاء نے اس رہنما کتابچے اور فلم سے کیا سیکھا ہے۔
- ☆ اس کتابچے اور فلم میں استعمال کیے گئے سیکھنے کے عمل کا جائزہ لینا

فلپ چارٹ یا بورڈ، مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ گروپ کی معاونت کریں تاکہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پر عمل کریں ، وقت کی پابندی کریں اور اُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں

---

1 گروپ میں سے ہر شریک باری باری اس بات کی نشاندہی کرے گا کہ ''پیغام رسانی برائے تبدیلی' کے کتابچے اور فلم کون سے پہلو اُنہیں سب سے زیادہ پسند آئے ہیں۔ اور یہ بھی بتائے کہ کیوں۔ ایک رضا کار شرکاء کی آراء کو فلپ چارٹ یا بورڈ پر لکھتا جائے۔

2 اسی طریقہ کار کو استعمال کرتے ہوئے شرکاء اس بات کی نشاندہی کریں گے کہ کتابچے یا فلم کا کون سا حصہ اُنہیں سب سے کم پسند آیا۔ اور کیوں۔ ایک رضا کار اُن کے جوابات کو فلپ چارٹ پر لکھتا جائے۔

3 شرکاء مندرجہ ذیل سوالات کو مدنظر رکھیں۔

- ☆ کیا اس ورکشاپ اور 'پیغام رسانی برائے تبدیلی' کے اس کتابچے اور فلم میں دیے گئے اسباق آپ کی توقعات پر پورا اُترے ہیں؟
- ☆ کیا آپ یہ محسوس کرتے ہیں کہ موثر پیغام رسانی کے کچھ ایسے پہلو ہیں جن کے مطلق آپ مزید معلومات حاصل کرنا چاہیں گے؟ اگر ایسا ہے تو وہ کون سے پہلو ہیں؟
- ☆ پیغام رسانی سے متعلق وہ نئے ہنر جو آپ نے سیکھے ہیں اُن کو آپ اپنی روزمرہ زندگی میں کس طرح استعمال کریں گے۔

اس رہنما کتابچے اور ویڈیو کا جائزہ

کسی بھی سیکھنے کے عمل میں جائزہ لینے کا کام بہت اہم ہوتا ہے کیونکہ اس کے ذریعے شرکاء کو یہ موقع ملتا ہے کہ وہ یہ سوچ سکے کہ انہوں نے کیا سیکھا ہے اور سیکھنے کا عمل کس قدر موثر تھا۔ علاوہ ازیں معاونین، جائزے کے ذریعے حاصل کردہ معلومات کو استعمال کرتے ہوئے مستقبل کے پروگراموں پر نظر ثانی کر کے اُن کو بہتر بنا سکتے ہیں۔

☆ شراکتی طریقے سے معاونت

اس کتابچے سے معاونین کو مدد ملتی ہے کہ وہ شراکتی طریقہ کار اور حکمت عملی کو استعمال کرتے ہوئے موثر ورکشاپوں کا انعقاد کرسکیں۔ معاونین ایسے ہنر سیکھتے ہیں جس کے ذریعے وہ شراکتی سماعت کو فروغ دیتے ہیں، سرگرمیوں کے انعقاد کیلئے ذمہ داری بانٹتے ہیں، بحث کے عمل کو فروغ دیتے ہیں، مختلف نقطہ نظر کی حوصلہ افزائی کرتے ہیں اور مل جل کر کام کرتے ہیں۔

☆ پیغام رسانی برائے تبدیلی

یہ کتابچہ ایسا مواد فراہم کرتا ہے جس سے انفرادی اور تنظیمی پیغام رسانی کے ہنر میں بہتری لائی جا سکتی ہے اس کتابچے میں ایسی سرگرمیاں دی گئی ہیں جو یہ رہنمائی کرتی ہیں کہ مخصوص سامعین کیلئے جامع، پرکشش اور مختصر پیغام کیسے ترتیب دیئے جائے، پیغام رسانی کی حکمت عملی کی ایسی منصوبہ بندی کیسے کی جائے جس کے ذریعے موزوں مقامی پیغام رسانی کو استعمال کرتے ہوئے پیغام کو لوگوں تک پہنچایا جا سکے اور ذرائع ابلاغ عامہ میں انٹرویو کے ذریعے پیغام کیسے پہنچایا جائے۔

☆ موثر حمایتی مہم کی ترتیب

یہ کتابچہ اصولی لیڈرشپ اور شراکتی پیغام رسانی کی اُن مشقوں پر مشتمل ہے جن کا ذکر 'شراکتی پیغام رسانی کے طریقہ کار' اور 'پیغام رسانی برائے تبدیلی' کے رہنما کتابچوں میں ذکر کیا جا چکا ہے۔ کامیاب تائیدی مہم سازی ایسے بے اختیار اور ووٹ کے حق سے محروم شہریوں کو اس قابل بناتی ہے کہ وہ تبدیلی کا حصہ بن سکے اور اُن کی زندگیوں پر اثر انداز ہونے والی پالیسوں پر اثر انداز ہو سکے۔ اس رہنما کتابچے میں ایسی سرگرمیوں کا ذکر کیا گیا ہے جن کے ذریعے تائیدی مہم سازی کی تعریف کی جا سکے، تائیدی مہم سازی کے منصوبے کے اجزاء کو جانچا جا سکے اور ایک کامیاب تائیدی مہم سازی پر عمل درآمد کیا جا سکے۔

2۔ خصوصاً وہ مشقیں جو ''قیادت اور طاقت'' پر مبنی ہیں۔
پیغام رسائی برائے تبدیلی، صفحہ 16-9
3۔ خصوصاً پہلی تین مشقیں جو ''پیغام رسائی''
پیغام رسائی برائے تبدیلی، صفحہ نمبر 19-11

ان تینوں رہنماء کتابچوں اور فلموں کو الگ الگ استعمال کیا جا سکتا ہے یہ پھر 'خواتین لیڈران کی تربیت' کے کتابچے کے ساتھ ملا کر استعمال کیا جا سکتا ہے۔اس کے علاوہ صنفی تربیت، انسانی حقوق سے متعلق تربیت اور ہنر سازی کے پروگراموں میں اس کے مختلف حصوں کا استعمال کیا جا سکتا ہے ۔اس کتابچے میں موجود مشقوں کو ایک نمونہ کے طور پر استعمال کیا گیا ہے اور ان کو تربیتی پروگرام میں مخصوص ضروریات کے تحت تبدیل کیا جا سکتا ہے۔

2 اپنی ٹیم میں سے اپنا پیغام پیش کرنے کیلئے ایک میزبان/پیش کار کا انتخاب کریں اور گروپ کیلئے ایک فرضی ٹی وی انٹرویو کا انعقاد کریں ٹیم میں سے ایک رضا کار انٹرویو لینے والے کر کردار ادا کرے۔

3 فرضی انٹرویو سے پہلے میزبان انٹرویو لینے والے کو ٹیم کے مسائل کے بارے میں آگاہ کرے۔انٹرویو لینے والا انٹرویو کیلئے دو سوالات ترتیب دے گا۔

4 باری باری ہر ٹیم کا میزبان تین منٹ میں اپنے بیان کو پیش کریں (اگر ممکن ہو تو انٹرویو کو میڈیا پر ریکارڈ کریں۔ریکارڈ شدہ انٹرویو کو ٹی وی پر شرکاہ کو دکھائے تا کہ تمام گروپ اپنی رائے دے سکے کہ پیغام کو کس طرح بہتر انداز میں پیش کیا جا سکتا ہے۔فرضی ٹی وی انٹرویو کی مثال کیلئے پیغام رسانی برائے تبدیلی کی فلم دیکھیں)۔

5 گروپ مشترکہ طور پر ہر پیشکش کا جائزہ لے اور ہر پیشکش کے موثر ہونے پر تنقید کریں۔شرکاء مندرجہ ذیل سوالات پر غور کریں:

☆ کیا میڈیا پر پیش کیے گئے اس بیان میں آپ کو قائل کرنے کیلئے تمام معلومات موجود تھی؟

☆ کون سی اضافی معلومات مزید مددگار ثابت ہوتی ؟

☆ ایسی کون سی معلومات تھی جو اس پیغام کیلئے غیر ضروری تھی؟

☆ ٹیم کے میزبان نے پیغام پہنچانے کیلئے پیغام رسانی کے کون سے ہنر کا استعمال کیا۔

☆ کیا یہ پیشکش قائل کرنے والی تھی؟ کیوں یا کیوں نہیں

☆ کیا یہ پیشکش موثر تھی؟ کیوں یا کیوں نہیں

☆ اس پیشکش کو بہتر بنانے کے طریقے کون سے ہیں؟ اگر ہیں تو وہ کون سے ہیں؟

مشق 7:

موثر میڈیا کے پیغامات

مقصد:

موثر میڈیا پیغام مرتب کرنا اور اُسے پہنچانا

وقت: 60منٹ مواد: ویڈیو کیمرہ

ٹی وی، ویڈیو پلیئر، فلپ چارٹ یا بورڈ مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ گروپ کی معاونت کریں تا کہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پر عمل کریں، وقت کی پابندی کریں، اور اُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں

---

1 دو یا تین شرکاء کی ٹیموں میں کام کرتے ہوئے شرکاء مشق نمبر 5 پر مبنی مرتب دیے گئے عملدرآمد کے منصوبے کے تحت ذرائع ابلاغ کیلئے ایک مختصر بیان بنائے گے۔ اس بیان میں شرکاء کو مندرجہ ذیل عناصر کو شامل کرنا چاہئے:

☆ مسئلے کی تعریف کریں

☆ انفرادی یا تنظیمی مقاصد بیان کریں

☆ تجاویز پیش کریں آپ اپنے مقاصد کس طرح حاصل کر سکتے ہیں۔ قائل کرنے والے اعداد و شمار حقائق شہادتیں اور کہانیاں پیش کریں۔

☆ اپنے شرکاء کی اقدار یا مسائل پر توجہ دیں اور اپنا پیغام اُن کیلئے مرتب کریں تجاویز پیش کریں کہ مطلوبہ سامعین کو کس طرح شامل کیا جا سکتا ہے اور مسئلے کو حل کرنے میں وہ کیا اقدامات کر سکتے ہیں۔

☆ اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپ کا نام آپ کی تنظیم کا نام، اور آپ کے اہم پروگراموں کا نام واضح ہوں۔

رہنما کتابچے اور ویڈیو کا استعمال

اس رہنما کتابچے کا آغاز ایک مختصر خلاصے سے ہوتا ہے جس میں یہ بتایا جاتا ہے کہ پیغام رسانی کی بنیادی اساس کیا ہے اور متاثر کرنے والی، مطلع کرنے والی، قائل کرنے والی اور شراکتی پیغام رسانی کے طریقے کیا ہیں۔ چاہے آپ اپنے دوست سے بات کر رہے ہیں یا پھر کسی مہم سازی کی حمایت کر رہے ہیں، پر اثر پیغام رسانی کا ہنر ان سب باتوں کیلئے بہت لازمی ہے۔

اس کتابچے کا پہلا باب ''ہم پر اثر پیغام رسانی کیسے کرتے ہیں'' قائل کرنے والی ذاتی اور تنظیمی پیغام رسانی کے طریقے بتاتا ہے، پر اثر پیغام ترتیب دینے میں مدد دیتا ہے اور موثر پیغام رسانی کی منصوبہ بندی کرنے میں بھی معاونت دیتا ہے تا کہ ایک مخصوص قسم کے سامعین کیلئے ایک خاص قسم کا پیغام ترتیب دیا جا سکے۔ اس باب میں دی گئی مشقیں شرکاء کو اس قابل بناتی ہیں کہ وہ اُن مختلف طریقوں کا جائزہ لیں جس کے ذریعے وہ دوسروں کے ساتھ موثر پیغام رسانی کر سکیں۔

کتابچے کا دوسرا حصہ ''ہم اپنا پیغام کیسے پہنچائیں''؟ اس بات پر زور دیتا ہے کہ اپنا پیغام مخصوص سامعین تک پہنچانے کیلئے ریڈیو، ٹیلی ویژن، اخبارات اور انٹرنیٹ کا استعمال کیا جائے اور انکے استعمال کے فوائد بتاتا ہے۔ دی گئی مشقیں یہ موقع فراہم کرتی ہیں کہ ذرائع ابلاغ کیلئے ایک موثر پیغام کیسے مرتب کیا جا سکتا ہے اور اُسے کیسے پہنچایا جا سکتا ہے۔

کتابچے کے اختتام پر ایک مشق دی گئی ہے جو شرکاء کی مدد کرتی ہے کہ وہ اس بات کا جائزہ لے سکیں کہ انہوں نے کیا سیکھا ہے اور سیکھنے کے عمل پر مثبت تنقید کر سکیں۔

ہم سیکھنے کے عمل کیلئے مندرجہ ذیل تجاویز پیش کرتے ہیں۔

☆۔ دیگر شرکاء سے ملنے سے پہلے، کتابچے کو پڑھے اور ساتھ دی گئی فلم 'تبدیلی کیلئے پیغام رسانی' دیکھے اور موثر پیغام رسانی کرنے کیلئے نئے طریقوں کے بارے میں سوچے۔

☆۔ اس کتابچے میں فراہم کی گئی مشقوں میں شمولیت اختیار کریں۔

☆۔ فلم کو دوبارہ تیسری مشق ''پرکشش پیغام'' صفحہ نمبر ۱۵ میں دی گئی ہے کے ساتھ ملا کر دوبارہ دیکھے۔

☆۔ آخری مشق ''موثر ذرائع ابلاغ کے پیغامات'' کو مکمل کرنے کے بعد اپنے گروپ کے ہمراہ جائزہ لینے کے کام میں شریک ہوں۔

اس رہنما کتابچے کا بنیادی اصول یہ ہے کہ دوطرفہ اور شراکتی پیغام رسانی جمہوری اور مساوی معاشروں کو جنم دیتی ہے۔ سیکھنے کا یہ طریقہ کار بشمول اساتذہ اور منتظمین سیاسی کارکن سرکاری ملازم اور سیاسی لیڈران سب کیلئے مفید ہوسکتا ہے۔ دیگر کسی بھی ہنر کی طرح تبدیلی کیلئے موثر پیغام رسانی کا ہنر مسلسل لگن اور مشق سے حاصل ہوتا ہے۔

5 پیغام رسانی برائے تبدیلی کے ویڈیو کا ایک گروپ کے طور پر جائزہ لیں۔ شرکاء مندرجہ ذیل سوالات پر غور کر سکتے ہیں:

☆ کیا اس ویڈیو نے پرکشش پیغام بنانے کے سلسلے میں آپ کی سمجھ بوجھ میں اضافہ کیا؟

☆ کیا اس ویڈیو نے میڈیا کے ذریعے موثر انداز میں پیغام رسانی کرنے میں آپ کی مدد کی ہے؟

☆ اس ویڈیو کا سب سے اہم حصہ کون سا ہے؟ اس ویڈیو کا سب سے کم اہم حصہ کون سا ہے؟

☆ کون سے اضافی بصری مواد آپ کیلئے مفید ہیں؟

☆ ایسے کون سے چند مثبت طریقے ہیں جن کے ذریعے آپ منفی تنقید کا جواب دے سکتے ہیں؟

☆ آپ کس طرح تنقید اور چبھتے ہوئے سوالوں کو اپنے پیغام کو تقویت دینے کیلئے استعمال کر سکتے ہیں؟

اپنے انٹرویو دینے کی مہارت میں اضافہ کرنا:

Shelly کے مطابق ''میڈیا سے بات کرنے میں سب سے بڑی مشکل یہ ہے کہ آپ کو اپنی روزمرہ فطرت کے خلاف کام کرنا پڑتا ہے۔ ایسی کئی چیزیں ہیں جو ہم کسی عام گفتگو میں یا کسی دوست، خاندان کے افراد کے ساتھ بات کرتے ہوئے استعمال کرتے ہیں۔لیکن جب آپ کا انٹرویو ریکارڈ کیا جارہا ہو تو آپ کو اُن تمام باتوں کو جن پر آپ عام زندگی میں عمل درآمد کرتے ہیں اُن کے برعکس کرنا پڑتا ہے''۔

☆ انٹرویو دیتے ہوئے ایسے کون سے رویے اور پیغام رسانی کے کون سے طریقے ہیں جن کو آپ کو تبدیل کرنے کی ضرورت ہے؟

☆ ایسے کون سے چند طریقے ہیں جن کے ذریعے آپ اپنے انٹرویو دینے کے ہنر پر رائے لے سکتے ہیں؟

پیغام پہنچانے میں آپ کا کردار

اپنے انداز سے پیغام دوسروں تک پہنچانا موثر قیادت کا ایک اہم عنصر ہے۔ Shelly کے مطابق ہر کوئی میڈیا سے بات کرنے کیلئے موزوں شخص نہیں ہوتا اور اگرچہ تجربے اور غلطی سے آپ کو یہ بات پتہ چل سکتی ہے کہ آپ وہ شخص نہیں ہیں۔ ہوسکتا ہے کہ آپ پیغام کو بنانے اور اُس کو پہنچانے کی رہنمائی کرنے اور اُس پر رائے دینے کیلئے ایک موزوں شخص ہوں۔لیکن ہوسکتا ہے کہ کیمرہ کے سامنے کھڑے ہو کر بات کرنے کیلئے کوئی اور شخص موزوں ہو۔اسی لئے مل کر شراکت کاری میں کام کرنا ایک اچھی بات ہے''۔

☆ پیغام پہنچانے میں آپ کیا کردار ادا کرتے ہیں؟

☆ اپنے مطلوبہ سامعین پیغام پہنچانے میں آپ کیا کردار ادا کرنا پسند کریں گے؟ اور یہ کردار نبھانے کیلئے آپ اپنے آپ میں کس طرح بہتری لا سکتے ہیں؟

سیکھنے والے معاشروں میں پیغام رسانی ''نظریاتی خلاصہ''

انسان کے سننے اور پیغام رسانی کے طریقے یہ واضح کرتے ہیں کہ وہ کس قسم کی اندازے قیادت کو پسند کرتا ہے۔ حاکمیت پر مبنی کسی بھی تعلق میں کسی بھی تنظیم یا معاشرے میں اصولی طور پر پیغام رسانی کا نظام اُوپر سے نیچے اور ملازمین کے ساتھ یکطرفہ ہوتا ہے جس میں اُن کا افسر اُن کو ہدایات دے رہا ہوتا ہے۔

اس کے برعکس ایک ایسے سیکھنے والے معاشرے جس کی بنیاد باہمی احترام پر ہو اُس میں موثر پیغام رسانی کی بنیاد دوطرفہ ڈھانچے پر ہوتی ہے۔اس کی مثالی صورت دفتر میں ساتھیوں کے مابین مذکرات ہوتے ہیں۔ ہر کوئی ان مذکرات میں شرکت کرتا ہے اور سیکھتا ہے۔قائدین اپنے ساتھیوں کے ساتھ برابری کی سطح پر بات کرتے ہیں اور کسی مشترکہ ہدف کے حصول کیلئے مل جل کر کام کرتے ہیں۔

سیکھنے والے معاشروں میں موثر پیغام رسانی اور موثر قیادت کے مابین ایک اہم رشتہ ہوتا ہے۔

☆ **موثر قائدین اچھے سامع ہوتے ہیں۔**

یہ لوگ دوسروں کی ضروریات کے بارے میں حساس ہوتے ہیں۔اور یہ جتنا بولتے ہیں اور اُتنا ہی وہ سنتے ہیں تاکہ نہ صرف وہ اپنا پیغام دوسروں تک پہنچا سکیں بلکہ دوسروں کے پیغام کو بھی سُن سکے اور جو کچھ وہ سنتے ہیں اُس سے سیکھ سکے۔ باہنر سماعت کیلئے یہ ضروری ہے کہ ذہن میں موجود پہلے سے خیالات کو ختم کر دیا جائے، اور بولنے والے کے نکتہ نظر پر دھیان دیا جائے اور سب سے اہم یہ ہے کہ دوسروں کی رائے کا احترام کیا جائے۔

☆ **موثر قائدین ماہر پیغام رساں ہوتے ہیں**

وہ یہ بھانپ لیتے ہیں کہ کسی خاص صورت حال میں کس قسم کی پیغام رسانی کی ضرورت ہے اور اپنے پیغام کو اُس صورت حال کے مطابق ترتیب دے لیتے ہیں۔

مثال کے طور پر ایک ایسا بیان جس کے ذریعے دوسروں کو تحریک مہیا کرنے ہو وہ اُس بیاں کی نسبت بالکل مختلف ہوگا جس کا مقصد دوسروں کو تعلیم دینا ہوں یا اُن کی آگہی میں اضافہ کرنا ہو۔

☆ **موثر قائدین مثال پیش کر کے قیادت کرتے ہیں۔**

جو پیغام وہ پہنچانا چاہتے ہیں وہ اُس کو اپنی جسمانی حرکات سے موثر طور تک پہنچا دیتے ہیں۔ مثال اور عمل کے ذریعے سے پہنچائے گئے پیغام سے موثر کوئی چیز نہیں ہوتی۔

انٹرویو کے دوران

ویڈیو میں Shelley یہ تجویز پیش کرتی ہے ''پیغامات کو اعدود شمار مختصر پیغامات، کلمات اور کہانیوں کے ذریعے تقویت دی جاسکتی ہے۔جس قدر زیادہ اعدود شمار آپ پیش کر سکتے ہیں اُس قدر وہ مفید ثابت ہونگے۔اس سے آپ کا پیغام قابل یقین بنتا ہے اور لوگوں کو آپ کے پیغام کو سمجھنے کا نیا انداز بخشتا ہے۔ میں اس بات پر جتنا بھی زور دوں وہ کم ہے کہ یہ کس قدر اہم ہے کہ آپ جو کہہ رہے ہیں اُس سے متعلق اپنے سامعین کو کچھ ٹھوس مواد پیش کریں۔۔۔صرف یہ کہنا کہ آپ کا پروگرام بہت اچھا ہے کافی نہیں، بلکہ یہ ضروری ہے اُن کو یہ بتایا جائے کہ یہ پروگرام کیوں اچھا ہے''۔

☆ کس قسم کی حقیقی معلومات آپ کے پیغام کو قابل یقین بنانے میں آپ کی مدد کر سکتی ہے؟

☆ کس طرح آپ اکثر قلیل وقت میں اپنا پیغام مختلف ذرائع ابلاغ سے بار بار پیش کر کے پیغام کو تقویت دے سکتے ہیں؟

قابو پانا: انٹرویو شروع ہونے سے پہلے اپنے آپ پر قابو پانے سے آپ اپنا پیغام زیادہ موثر طریقے سے پہنچا سکتے ہیں۔Shelley کہتی ہے'' آپ ہمیشہ (انٹرویو میں) قابو پاتے ہیں کیونکہ ایک دفعہ جب کیمرہ کام کرنا شروع کر دیتا ہے تو اُس کے بعد اپنے آپ پر قابو پانے میں بہت دیر ہو جاتی ہے''

★ وہ ایسے کون سے چند طریقے ہیں جن کے ذریعے آپ انٹرویو سے قبل اپنے آپ پر قابو پا لیتے ہیں تا کہ اس بات کو یقینی بنایا جا سکے کہ آپ پورے انٹرویو کے دوران پر اعتماد اور قابو میں رہیں؟

☆ وہ ایسے کون سے چند طریقے ہیں جن کے ذریعے آپ انٹرویو کے دوران صورت حال پر قابو پا سکتے ہیں؟ آپ کو کن مشکلات کا سامنا کر پڑ سکتا ہے۔آپ ان مشکلات پر کیسے قابو پا سکتے ہیں؟

منفی سوالات: اس ویڈیو میں شرکاء تنقید اور منفی سوالات جن کا آپ کو انٹرویو کے دوران سامنا کرنا پڑتا ہے اُن سے بچنے کیلئے مختلف تجاویز پیش کرتے ہیں۔مثال کے طور پر Amina Lemrini، جو کہ مراکو کی ایک ماہر تعلیم اور ایک سرگرم کارکن ہے وہ کہتی ہے کہ تنقید کا جواب دینے میں زمانہ شناس جوابات کا استعمال ایک موثر ذریعہ ہے۔ یہ کہنے کے بجائے کہ ''نہیں یہ غلط ہے'' آپ یہ کہہ سکتے ہیں ''ہم یہ یقین رکھتے ہیں ''۔۔۔یا''میں یہاں اس لئے آیا ہوں کہ اس بارے میں بات کرسکوں۔۔''

اپنا پیغام اپنی آواز میں پہنچانا:

اس ویڈیو میں ماہر پیغام رسانی Dana VickershShelly کہتی ہیں کہ ''ذرائع ابلاغ کے ساتھ بات کرنے کی اہمیت یہ ہے کہ آپ اپنا پیغام اپنی آواز میں پہنچانا چاہتے ہیں''

☆ کون سے ایسے چند طریقے ہیں جن کہ ذریعے آپ اپنی کہانی اپنے انداز میں سنا سکتے ہیں؟

☆ آپ کو کن مشکلات کا سامنا کرپڑ سکتا ہے؟

☆ آپ ان پر کس طرح قابو پا سکتے ہیں

انٹرویو کی تیاری:

اس ویڈیو میں Shelly کہتی ہے'' آپ کو وہ تمام انٹرویو دینے کی ضرورت نہیں جن کی آپ سے درخواست کی جائے۔ اپنے آپ سے چند سوالات پوچھیں: کیا یہ انٹرویو آپ کے مطلوبہ سامعین تک پہنچے گا؟ کیا یہ ایسا ذریعہ ابلاغ ہے، جس کو آپ کے سامعین توجہ دیتے ہیں؟ اگر آپ منتخب لوگوں کو پہنچنے کی کوشش کر رہے ہیں، تو کیا یہ ایک اہم ریڈیو اسٹیشن یا اہم ذرائع ابلاغ ہے، یا ایک ایسا مقامی ذرائع ابلاغ جس کو منتخب نمائندے کوئی خاص توجہ نہیں دیتے''؟

☆ انٹرویو پر جانے سے پہلے آپ اپنے آپ سے کون سے چند سوالات پوچھ سکتے ہیں؟

☆ مختلف ذرائع ابلاغ پر دیے جانے والے انٹرویو۔مثلاً اخبارات ، ریڈیو یا ٹیلی ویژن۔کیلئے آپ کن طریقوں سے تیاری کرسکتے ہیں؟ پہلے سے ریکارڈ شدہ انٹرویو اور برائے راست نشر کیے جانے والے انٹرویو کیلئے آپ کیسے تیاری کریں گے؟

لباس اور انداز

ٹی وی پر انٹرویو دینے کیلئے یہ ضروری ہے کہ آپ سادہ لباس پہنیں تا کہ سامعین کی توجہ آپ پر کم اور آپ کے پیغام پر زیادہ ہوں۔ویڈیو میں Shelly یہ تجویز کرتی ہے کہ ایسے رنگ پہنے جائیں جو ٹھوس مگر زیادہ جاذب نظر نہ ہوں مثلاً نیلا لیکن سفید رنگ پہننے سے گریز کریں، سیدھے ہو کر بیٹھے تا کہ یہ محسوس ہو کہ آپ پر اعتماد ہیں اور ہاتھوں کی حرکات کم سے کم رکھیں۔

☆ ایسے کون سے اور طریقے ہیں جن سے آپ اپنی ظاہری شخصیت کو سادہ رکھ سکتے ہیں تا کہ سامعین کی توجہ پیغام پر مرکوز رہے؟

☆ ایسے کون سے چند طریقے ہیں جن کے ذریعے آپ اپنی پیشکش کو سادہ رکھ سکتے ہیں؟

ہم موثر طور پر پیغام رسانی کیسے کرتے ہیں؟

ایک فرد کی حیثیت سے جونہی ہم سو کر اُٹھتے ہیں اور جب تک ہم سوتے نہیں، ہم اپنے اردگرد موجود دیگر افراد سے پیغام رسانی کرتے رہتے ہیں۔موثر پیغام رسانی کے ہنر اس لئے ضروری ہیں تا کہ ہم اپنے دوستوں خاندان، ساتھیوں اور دنیا کے ساتھ بہتر انداز میں بات چیت کر سکیں۔

پیغام رسانی کے انداز بہتر بنانے سے ہمیں یہ صلاحیت بھی حاصل ہوتی ہے کہ ہم موثر قائدین بن سکتے ہیں۔

کسی بھی تنظیم یا گروہ کے ممبر کے طور پر یہ ضروری ہے کہ پیغام رسانی کا ایک موثر منصوبہ بنایا جائے جس کے ذریعے لوگوں کی آگہی میں اضافہ ہوتا ہے، معاشرے کو تحریک ملتی ہے اور تبدیلی لانے کیلئے ضروری روابط قائم کرنے میں بھی مدد ملتی ہے۔پیغام رسانی کا منصوبہ ہمیں معاونت دیتا ہے کہ ہم اپنے مقاصد کو واضح کریں، ان مقاصد کو حاصل کرنے کیلئے حکمت عملی مرتب دیں، اور ایک مشترکہ خواب کے حصول کیلئے مختلف گروہوں کو شریک کرنے کے طریقوں کو مرتب کرسکیں۔

افراد اور تنظیموں دونوں کیلئے موثر پیغام رسانی کا آغاز اس طریقے سے ہوتا ہے کہ سب سے پہلے صورت حال کا جائزہ لیتے ہیں اور مسئلے کی واضح نشاندہی کرتے ہیں

ہر روز ہم اپنے اردگرد ناانصافی اور غیر مساوی سلوک دیکھتے ہیں جس کا اثر ہم پر پڑتا ہے۔مثبت تبدیلی لانے کیلئے پہلا قدم یہ ہے کہ اُس مخصوص مسئلے کی نشاندہی کی جائے جس میں آپ تبدیلی لانا چاہتے ہیں۔

جب آپ یا آپ کی تنظیم کسی بھی مسئلے کی نشاندہی کر لے، اُس کے بعد ضروری یہ ہے کہ آپ اپنے مقاصد پر متفق ہوں:۔

آپ کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں، اور موجودہ مسئلے کا حل کیا ہے۔آپ ایک مقصد یا بہت سے مقاصد کی نشاندہی کرسکتے ہیں جن کے ذریعے آپ عام تبدیلیاں لانا چاہتے ہیں یا پھر ملکی سطح پر تبدیلیوں کے منصوبے بنانا چاہتے ہیں۔

اپنے سامعین، فرد، گروپ یا اُس حکومتی ادارے کی نشاندہی کریں جس کو آپ اپنا پیغام پہنچانا چاہتے ہیں عام طور پر معاشرے کے اُن مختلف گروہوں کے ساتھ پیغام رسانی مفید ہوتی ہے جن کے ذریعے آپ اپنے مقاصد حاصل کر سکتے ہیں۔ تاہم عوام یا ذرائع ابلاغ سامعین نہیں ہوتے۔ ایک دفعہ جب آپ اپنے مقاصد کا تعین کر لیتے ہیں اور اپنے سامعین کی نشاندہی کر لیتے ہیں، تو پھر آپ اپنا پیغام مرتب کرنے کیلئے تیار ہو جاتے ہیں۔ ایک موثر پیغام اُس مخصوص مسئلے کی نشاندہی کرتا ہے جو کہ آپ حل کرنا چاہتے ہیں اور اُس مسئلے کے حل کو بھی بیان کرتا ہے جس پر آپ عملدرآمد چاہتے ہیں۔ ایک موثر پیغام واضح طور پر یہ بیان کرتا ہے کہ آپ کون ہیں، آپ کے گروپ کا خواب کیا ہے، آپ کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں اور آپ یہ کس طرح حاصل کریں گے۔ ایک موثر پیغام کیلئے ضروری ہے کہ وہ قائل بھی کرے اور تفریق بھی کرے۔ اس پیغام کو آپ کے سامعین کے جذبات پر اثر انداز ہونا چاہئے اور اس کو ضروری اقدامات کی اہمیت کو واضح کرنا چاہئے۔

جب آپ اپنا پیغام ترتیب دے لیتے ہیں، تو پھر پیغام رسانی کا منصوبہ ترتیب دیں۔ سب سے پہلے ایک حکمت عملی مرتب کریں، جس کے ذریعے آپ اپنے مقاصد کو حاصل کریں گے۔ انفرادی یا تنظیمی حکمت عملی گروپ کے تجربات، اُن کی مہارت، اُن کی طاقت اور اُن کی کمزوریوں پر مبنی ہونا چاہئے۔ اپنے طریقہ کار کی منصوبہ بندی کریں، وہ مخصوص سرگرمیاں جن پر آپ عملدرآمد کریں گے تاکہ آپ اپنی حکمت عملی پر عملدرآمد کر سکیں۔ ان طریقہ کار میں یہ بات واضح ہونی چاہئے کہ آپ اپنے مقاصد کو حاصل کرنے کیلئے کس قدر وقت، پیسے اور کاوش کی سرمایہ کاری کر سکتے ہیں۔ پیغام رسانی کے منصوبوں میں مخصوص اوقات اور طریقے شامل ہونے چاہئے جن کے ذریعے آپ اپنی کاوشوں کے موثر ہونے اور اُن کی کامیابی کو جانچ سکیں۔ کامیابی کو جانچنے کے طریقوں میں یہ چیزیں شامل ہو سکتی ہیں کہ آپ دیگر تنظیموں کے ساتھ اتحاد بنانے میں کتنے کامیاب ہوئے ہیں، آپ کی مہم کتنی کثرت سے ذرائع ابلاغ میں آتی ہے یا آپ کو حاصل سرمایہ میں کتنا اضافہ ہوتا ہے۔ انفرادی اقدامات کرنے کیلئے، اپنے حلقہ انتخاب میں اپنی مہم کے مختلف حصوں کے دوران لوگوں سے رائے لیں۔

☆ ماضی میں آپ نے میڈیا کو اپنا پیغام سامعین تک پہنچانے کیلئے کس طرح استعمال کیا ہے؟

☆ کیا آپ نے اخبارات کو بشمول ایسے اخبارات جو کہ انٹرنیٹ پر آتے ہیں اُن کو کبھی انٹرویو دیا ہے؟ یا آپ نے ریڈیو یا ٹی وی پر انٹرویو دیا ہے؟

☆ کیا ذرائع ابلاغ کو استعمال کرنے کی آپ کی کاوشیں کامیاب ثابت ہوئی؟ کیوں یا کیوں نہیں

☆ کیا ذرائع ابلاغ پر پیغام پہنچانے کیلئے کچھ خاص قسم کے پیغام رسانی کے ہنر زیادہ مفید ہوتے ہیں؟ اگر ایسا ہے تو وہ کون سے ہیں؟

3 اس بحث کو ذہن میں رکھتے ہوئے گروپ تبدیلی کیلئے پیغام رسانی سے متعلق فلم دوبارہ دیکھے، اور اس بات کا جائزہ لیں کہ میڈیا کے ساتھ انٹرویو کے ذریعے آپ کس طرح اپنا پیغام بہتر طریقے سے پہنچا سکتے ہیں۔

4 گروپ مندرجہ ذیل سوالات میں سے چند یا تمام سوالات پر بحث کرے:

مخصوص سامعین کیلئے پیغام بنانا: اس ویڈیو میں Zainah Anwar جو کہ ایک ملائیشائی انسانی حقوق کے علمبردار ہیں وہ کہتے ہیں ''جب آپ تبدیلی کیلئے کوشش کر رہے ہوں تو یہ بہت ضروری ہے کہ آپ مختلف سامعین کیلئے پیغام میں ردوبدل کریں''۔

☆ مختلف سامعین کیلئے پیغام میں ردوبدل کرنے کے کیا فوائد ہیں؟

☆ مختلف سامعین کیلئے پیغام میں ردوبدل کیلئے کن مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے؟ آپ ان مشکلات پر کیسے قابو پا سکتے ہیں۔

ذرائع ابلاغ کے ذریعے پیغام رسانی سے متعلق مشقیں

مشق 6

ذرائع ابلاغ کے ساتھ پیغام رسانی کرنا

مقاصد: مختلف ذرائع ابلاغ کو استعمال کرنا

☆ مختلف ذرائع ابلاغ کے ذریعے اپنا پیغام پہنچانے کے طریقوں کی نشاندہی کرنا

وقت: 90 منٹ

مواد: تبدیلی کیلئے پیغام رسانی سے متعلق فلم، وڈیو پلیئر ٹی وی فلپ چارٹ، بورڈ، مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ گروپ کی معاونت کریں تا کہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پر عمل کریں، وقت کی پابندی کریں، اور اُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں

---

1 گروپ چند جانی پہچانی ذرائع ابلاغ پر چلائی گئی مہم کی فہرست پر بحث کریں گے۔ ایک رضا کار اس معلومات فلپ بورڈ یا چارٹ پر تحریر کرے گا۔

2 جب گروپ ایک لسٹ مرتب کرلیں تو شرکاء مندرجہ ذیل سوالات کو مدنظر رکھیں:

☆ اس مہم میں کون سے ذرائع ابلاغ استعمال کیے گئے ہیں: اخبارات، ریڈیو، ٹی وی یا /اورانٹرنیٹ؟

☆ کیا یہ مہم موثر تھی کیوں یا کیوں نہیں؟

☆ آپ کا پیغام مندرجہ ذیل ذرائع ابلاغ سے نشر کرنے کے کچھ فوائد اور نقصانات (یا مسائل) کون سے ہیں؟

☆ اخبارات

☆ ریڈیو

☆ ٹی وی

☆ انٹرنیٹ

پیغام رسانی سے متعلق مشقیں

مشق ا۔: موثر پیغام رسانی

مقاصد:۔

☆ موثر پیغام رساں کی خصوصیات کا جائزہ لینا

☆ موثر پیغام رسانی کی مثالوں کی نشاندہی کرنا

☆ وقت 30 منٹ:

☆ مواد

☆ فلپ چارٹ یا بورڈ، مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ غلط گروپ کی معاونت کریں تا کہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پر عمل کریں، وقت کی پابندی کریں ،اوراُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں۔ایک دوسرا رضاء کار شرکاء کی آراء کو فلپ چارٹ یا بورڈ پر اسطرح لکھتا ہے کہ سب دیکھ سکیں۔

1۔ ایک رضاء کار بورڈ یا فلپ چارٹ پر دو کالموں میں موثر پیغام رساں اور موثر پیغام رسانی کے الفاظ تحریر کرتا ہے۔

موثر پیغام رساں	موثر پیغام رسانی

2۔ شرکاء باری باری کچھ ایسے افراد یا تنظیموں کے نام لیتے ہیں جو کہ موثر پیغام رساں ہیں۔اس کے بعد شرکاء ایسے الفاظ کلمات نظریات کی نشاندہی کرتے ہیں جو کہ وہ لفظ ''موثر پیغام رسانی'' سے منسلک کرتے ہیں
رضا کار اُن کی رائے کو تحریر کرتا ہے۔

3۔ جب گروپ ایک لمبی فہرست ترتیب دے لیں، تو شرکاء مندرجہ ذیل میں سے کچھ یا تمام سوالات کو مدنظر رکھیں:۔

- ☆ جن افراد یا تنظیموں کی نشاندہی کی گئی ہے وہ دوسروں کے مقابلے میں کس طرح موثر پیغام رساں ہیں؟
- ☆ کیا آپ اُن کو اس لئے موثر سمجھتے ہیں کیونکہ وہ
  - ☆ ماہر سامع ہیں؟ کیوں یا کیوں نہیں
  - ☆ ماہر مقرر ہیں؟ کیوں یا کیوں نہیں؟
- ☆ کیا آپ اُن کو اس لئے موثر سمجھتے ہیں کیونکہ
  - ☆ اُنکے پاس ایک قائل کرنے والا اور پرکشش پیغام ہے؟ کیوں یا کیوں نہیں؟
  - ☆ وہ اپنے سامعین کو مذکرات میں شامل کرتے ہیں؟ کیوں یا کیوں نہیں
  - ☆ وہ دوسروں کی رائے کا احترام کرتے ہیں؟ کیوں یا کیوں نہیں
  - ☆ جو پیغام وہ پہنچا رہے ہوتے ہیں اُس کی مثال پیش کرتے ہیں؟ کیوں یا کیوں نہیں
- ☆ موثر پیغام رسانی کی نشاندہی کردہ مثالوں میں کیا مماثلت پائی جاتی ہے۔
- ☆ موثر پیغام رسانی کی نشاندہی کردہ مثالوں میں کیا فرق پائے جاتے ہیں۔
- ☆ کیا ایک ایسا فرد جو کہ ایک موثر پیغام رساں ہیں کیا وہ ایک موثر قائد بھی ہوتا ہے ؟ کیوں یا کیوں نہیں؟

آپ کا پیغام جس قدر موثر ہوگا، اُتنا ہی آپ کی کامیابی بہتر ہوگی

ایک موثر پیغام کو سادہ ہونا چاہئے اور اہم خیالات ایک یا دو سیدھے سادھے جملوں اور یادگار زبان میں پیش کرنے چاہئے اور اس میں مبہم الفاظ، تکنیکی زبان یا مخفف کا استعمال نہیں ہونا چاہئے۔ پیغام اُن چند مقاصد پر مبنی ہونا چاہئے جو آپ حاصل کرنا چاہتے ہیں اور اس میں تجاویز شامل ہونی چاہئے کہ لوگ آپ کا مقصد حاصل کرنے کیلئے کس طرح مدد کر سکتے ہیں۔ اپنے پیغام کو اعداد وشمار، نعروں، ٹھوس مثالوں اور قصوں سے تقویت دیں۔ اگر آپ اپنے پیغام کو مختصر وقفوں سے مختلف ذرائع ابلاغ کے ذریعے بار بار پیش کریں گے تو اس سے آپ کو زیادہ کامیابی حاصل ہوگی۔

حصہ دوئم

ہم اپنا پیغام کس طرح دوسروں تک پہنچاتے ہیں

ایک موثر پیغام رساں مختلف حکمت عملیوں کو استعمال کرتے ہوئے مخصوص سامعین کو موزوں پیغام اُن ذرائع کے ذریعے پہنچاتا ہے جو کہ اُن سامعین کیلئے پرکشش ہوں۔ مثال کے طور پر آپ اپنا پیغام رائے مرتب کرنے والے لوگوں جیسے صحافی، عالم، اساتذہ، قانون ساز یا پالیسی بنانے والے لوگوں کو میٹنگز یا مکالمے کی ذریعے پہنچا سکتے ہیں اور یہ لوگ آپ کو آپکا مقصد حاصل کرنے میں مدد کر سکتے ہیں۔ یا پھر آپ اپنے سامعین تک مقامی ذرائع ابلاغ مثلاً اخبارات میگزین، ریڈیو، پروگرام، ٹی وی، ای میل یا ویب سائیٹ کے ذریعے اپنا پیغام پہنچا سکتے ہیں۔ یہ ذرائع ابلاغ آپ کا پیغام پہنچانے میں ایک طاقت ور کردار ادا کرتے ہیں اور آپ کا پیغام اور آپ کی آواز آپ کے انداز میں لوگوں تک پہنچاتے ہیں۔

ذرائع ابلاغ کے ذریعے آپ کا پیغام لوگوں تک پہنچانے کا ایک اور سب سے اہم ذریعہ انٹرویو ہیں۔ آپ جس قدر انٹرویو کی بہتر تیاری کریں گے، وہ اس قدر زیادہ موثر ہوگا۔ انٹرویو دینے سے پہلے۔ چاہے آپ یہ انٹرویو اخبارات کو، ریڈیو ٹیلی ویژن یا انٹرنیٹ پر دے رہے ہیں۔ یہ ضروری ہے کہ آپ یہ جانتے ہوں کہ آپ کا انٹرویو کیا لیا جا رہا ہے، انٹرویو لینے والا کون ہے، اور کس شخص کا انٹرویو لیا جا رہا ہے اور متعلقہ مسئلے پر اُن کے خیالات کیا ہیں۔ انٹرویو کیلئے عمومی سامعین کی نشاندہی کریں اور اس بات کا فیصلہ کریں کہ کیا آپ کے پیغام رسانی کے منصوبے کیلئے یہ لوگ اہم ہیں۔ اپنے پیغام کو اپنے مخصوص سامعین کے مطابق تبدیل کریں۔ انٹرویو کے دوران۔

اپنا پیغام سامعین تک پہنچانے کیلئے انٹرویو لینے والے پر دارومدار نہ کریں۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ پیش کی گئی تمام معلومات درست ہے اور آپ کو آپکا مقصد حاصل کرنے میں مدد دے گی۔ انٹرویو کیلئے تیاری اور مختلف لوگوں سے رائے لینا اس بات کو یقینی بنائے گا کہ آپ انٹرویو کے دوران زیادہ موثر ثابت ہوں۔

پیغام رسانی سے متعلق مشقیں

مشق 2۔: موثر پیغام رسانی

مقاصد:۔

☆ موثر پیغام رساں کی خصوصیات کا جائزہ لینا

☆ موثر پیغام رسانی کی مثالوں کی نشاندہی کرنا

☆ وقت 30 منٹ:

☆ مواد

☆ فلپ چارٹ یا بورڈ، مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ غلط گروپ کی معاونت کریں تا کہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پر عمل کریں، وقت کی پابندی کریں، اور اُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں۔ ایک دوسرا رضاء کار شرکاء کی آراء کو فلپ چارٹ یا بورڈ پر اسطرح لکھتا ہے کہ سب دیکھ سکیں۔

1۔ ایک رضاء کار بورڈ یا فلپ چارٹ پر دو کالموں میں قائل کرنے والی اور قائل نہ کرنے والی کے الفاظ تحریر کرتا ہے۔

قائل کرنے والی	قائل نہ کرنے والی

2۔ شرکاء چند منٹ اُن طریقوں پر غور کرتے ہیں جن کے ذریعے وہ اپنے خاندان کے لوگوں، دوستوں اور ساتھیوں کے ساتھ پیغام رسانی کرتے ہیں۔ وہ اُن طریقوں پر بھی غور کرتے ہیں جن کے استعمال سے اُن کا گروہ یا تنظیم اپنے حلقہ انتخاب، رائے بنانے والوں اور ذرائع ابلاغ پیغام رسانی کرتا ہے ۔

3۔ گروپ پھر مندرجہ ذیل سوالات پر بحث کرتا ہے

☆۔ پیغام رسانی کے کون سے طریقے کسی انسان یا کسی تنظیم کو قائل کرنا والا بناتے ہیں؟ ایک رضا کار جوابات قائل کرنے والے کالم میں لکھے گا۔

☆۔ پیغام رسانی کے کون سے طریقے کسی انسان یا کسی تنظیم کو قائل نہ کرنے والا بناتے ہیں؟ ایک رضا کار جوابات قائل نہ کرنے والے کالم میں لکھے گا۔

4۔ شرکاءقائل کرنے والی پیغام رسانی کے اُن طریقوں پر بحث کرتے ہیں اور جائزہ لیتے ہیں جن کی اُنہوں نے خود نشاندہی کی تھی اور اس بات کا بھی جائزہ لیتے ہیں کہ اک فرد یا تنظیم کس طرح اپنی پیغام رسانی کو بہتر بنا سکتی ہے۔ بحث میں مندرجہ ذیل سوالات شامل کیے جاسکتے ہیں:۔

☆ کیاافراداور تنظمیں مختلف طریقے سے پیغام رسانی کرتی ہیں؟ بیان کریں

☆ کیا پیغام رسانی کے کچھ خاص طریقے دوسروں کی نسبت زیادہ قائل کرنے والے ہوتے ہیں؟ اگر ایسا ہے، تو وہ کون سے طریقے ہیں؟

☆ کیا خواتین اور مرد قائل کرنے کیلئے پیغام رسانی کے مختلف طریقے استعمال کرتے ہیں؟ اگر ایسا ہے تو وہ کون سے طریقے ہیں؟

☆ کیا پیغام رسانی کے کچھ خاص طریقے ہیں عورتوں کی نسبت مردوں کیلئے زیادہ مددگار ہوتے ہیں؟ اگر ایسا ہے تو وہ کون سے طریقے ہیں؟

☆ آپ قائل کرنے والے پیغام رسانی کے کون سے طریقے جانتے ہیں؟

☆ آپ یا آپ کی تنظیم کس طرح قائل کرنے کیلئے بہتر طور پر پیغام رسانی کر سکتی ہے؟

اپنے تبدیل شدہ پیغام کو پہلے سے آزمانے کے آپ کے پاس کون سے طریقے ہیں جن سے آپ اس بات کا فیصلہ کریں گے کہ آیا یہ پیغام آپ کے مطلوبہ سامعین کیلئے پرکشش ہوگا یا نہیں؟

☆ اُن سے ابتدائی رائے لینے کے چند طریقے کون سے ہیں؟

☆ اپنا تبدیل شدہ پیغام مطلوبہ سامعین تک پہنچانے کیلئے آپ کون سی سرگرمیاں کریں گے؟

☆ وہ کون سی تنظمیں یا افراد ہیں جن کے ساتھ آپ روابط بڑھا سکتے ہیں تاکہ وہ آپ کا پیغام پھیلانے میں مدد دے سکے؟

☆ آپ کا پیغام مطلوبہ سامعین تک پہنچانے کیلئے کس قسم کے ذرائع ابلاغ مثلاً اخبارات، ریڈیو، ٹی وی یا/اور انٹرنیٹ، موضوع ہیں؟ آپ کے سامعین معلومات حاصل کرنے کیلئے کون سے ذرائع ابلاغ کا استعمال کرتے ہیں؟ اپنا پیغام پھیلانے کیلئے آپ ان ذرائع ابلاغ کا کس طرح استعمال کر سکتے ہیں؟

☆ آپ اپنی کامیابی کو کس طرح جانچیں گے؟ آپ کون سے پیمانے استعمال کریں گے جن کے ذریعے آپ اپنی کاوشوں کے نتائج کو معلوم کر سکیں یا یہ معلوم کر سکیں کیا آپ کامیاب ہوئے ہیں؟

4 مشق نمبر 7 میں جو کہ ''موثر ذرائع ابلاغ کے پیغامات'' سے متعلق ہے اُس میں شرکاء اپنے عملی پیغام رسانی کے منصوبے کی بنیاد پر ذرائع ابلاغ کیلئے ایک مختصر بیان مرتب کریں گے۔

مشق5

پیغام رسانی کا منصوبہ

مقصد

پیغام رسانی کا منصوبہ تیار کیا جائے جس کے ذریعے پیغام مطلوبہ سامعین تک پہنچایا جائے۔

وقت: 45منٹ

مواد: فلپ چارٹ یا بورڈ، مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ گروپ کی معاونت کریں تا کہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پرعمل کریں، وقت کی پابندی کریں، اور اُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں

---

1 دو یا تین افراد پر مشتمل ٹیموں پر کام کرتے ہوئے، شرکاء پیغام رسانی کا ایک عملی منصوبہ مرتب کرتے ہیں جس کے ذریعے وہ اپنا پیغام اُن مخصوص سامعین پہنچا سکیں جن کی نشاندہی مشق نمبر4 میں کی جا چکی ہے۔

2 ہر ٹیم اپنے پیغام پر از سرنو غور کرتی ہے اور جس مسئلے کو حل کرنا چاہتے ہیں، جس حل پر وہ عملدرآمد چاہتے ہیں، اور جن مقاصد کو وہ حاصل کرنا چاہتے ہیں اُن سب پر غور کریں گے۔

3 جبکہ آپ عملی پیغام رسانی کا منصوبہ تیار کر رہے ہوں تو مندرجہ ذیل سوالات مدنظر رکھیں:

☆ آپ کو کون سے انسانی وسائل دستیاب ہیں؟ آپ کا پیغام پھیلانے میں کون لوگ شریک ہوں گے؟ اُن لوگوں کے تجربات، ہنر طاقتیں اور کمزوریاں کیا ہیں؟

☆ آپ کو کون سے مادی، مالی اور دیگر وسائل دستیاب ہیں؟ آپ کس قدر وقت اور مالی سرمایہ کاری کر سکتے ہیں؟

☆ آپ کا پیغام رسانی کا منصوبہ کس قدر وسیع ہے؟ کیا آپ اپنے پیغام کو علاقائی، قومی، مقامی یا بین الاقوامی سطح پر پھیلانا چاہتے ہیں؟

مشق3۔ پرکشش پیغامات

مقاصد:۔

☆ پرکشش پیغامات کے اجزاء کی نشاندہی

☆ ایک قائل کرنے والا پیغام بنانا

☆ وقت 120منٹ:

☆ مواد

☆ تبدیلی کیلئے پیغام رسانی سے متعلق فلم، وڈیو پلیئر، ٹی وی، فلپ کارڈ یا بورڈ، مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون مشق کے دونوں حصوں کیلئے بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ گروپ کی معاونت کریں تا کہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پر عمل کریں، وقت کی پابندی کریں، اور اُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں۔ ایک دوسرا رضاء کار شرکاء کی آراء کو فلپ چارٹ یا بورڈ پر اس طرح لکھتا ہے کہ سب دیکھ سکیں۔

پہلا حصہ

1۔ باری باری شرکاء کسی ایسے کلمے، نعرے، مہم، اتحاد یا تقریر کی نشاندہی کریں جسے وہ متاثر کن اور طاقتور سمجھتے ہیں ایک رضا کار یہ معلومات فلپ چارٹ یا بورڈ پر درج کرتا ہے۔

2۔ جب گروپ ایک لمبی فہرست ترتیب دے چکے تو شرکاء مندرجہ ذیل میں سے کچھ یہ تمام سوالات کو مدنظر رکھیں۔

☆ اُس کلمے، نعرے، مہم، اشتہار یا تقریر کو کس چیز نے یادگار بنایا؟

☆ کس چیز نے پیغام کو پرکشش یا حوصلہ افزاء بنایا؟

☆ کیا یہ پیغام آپ کو جذباتی طور پر متاثر کرتا ہے

☆ کیا یہ پیغام آپ کی اقدار اور آپ کے اہم مسائل سے بات کرتا ہے؟

☆ کیا پیغام آپ کو اس بات پر ابھارتا ہے کہ آپ فوری اقدامات کریں؟

☆ کیا پیغام کے اندر ایسی حقیقی معلومات ہے جو اس کو قابل یقین اور قائل کرنے والا بناتی ہے؟

☆ کیا اس پیغام نے آپ کو قائل کیا کہ آپ کچھ خریدیں، کچھ کریں یا کسی نئے طریقے سے سوچیں؟

3۔ اس بحث کو ذہن میں رکھتے ہوئے شرکاء پیغام رسانی برائے تبدیلی کی فلم دیکھے گے جو کہ موثر پیغام رسانی کے بنیادی طریقے بتاتی ہے اور پرکشش پیغامات ترتیب دینے کیلئے تجاویز بھی دیتی ہے۔ پیغام رسانی کو ٹی وی اور ذرائع ابلاغ سے پہنچانے کیلئے، فلم میں ایسے طریقے بتائے گئے ہیں جن کے ذریعے مختلف افراد یا تنظمیں اپنے پیغامات ایک حکمت عملی کے تحت لوگوں تک پہنچا سکتے ہیں۔

4۔ فلم دیکھنے کے بعد گروپ میں سے ایک رضا کار پرکشش پیغام کے اجزاء جو کہ اس فلم میں تجویز کئے گئے ہیں اُن کو بلند آواز سے پڑھتا ہے:۔

پرکشش پیغام

جامع۔ آپ کا پیغام ایک یا دو واضح جملوں اور یادگار زبان میں پہنچایا جانا چاہیئے۔ اپنے پیغام کو کچھ اہم نکات تک محدود رکھیں۔ بہت زیادہ نکات شامل کرنے سے پیغام مبہم ہو جا تا ہے۔

سادہ: سادہ اور فعالی جملے استعمال کریں مشکل الفاظ، تکنیکی زبان اور مخفف استعمال نہ کریں (اور اگر یہ استعمال کریں تو انکو بیان کریں)

پرکشش: آپ کے پیغام کو سامعین کی اقدار اور اُنکے جذبات کیلئے پرکشش ہونا چاہئے۔ یہ پیغام اُن کو جو وہ جانتے ہیں اور جو اُن کیلئے اہم ہے اُس کی یاد دہانی کرائیں۔ اس کے ذریعے سست لوگوں کو متحرک کر کے اس بات پر مائل کیا جانا چاہیئے کہ وہ فوری کچھ اقدامات کریں۔

آپ کے سامعین کا آپ کے مسئلے سے متعلق کیا یقین ہے جو آپ کے مقاصد کو حل کرنے میں رکاوٹ بنا ہوا ہے؟ آپ ان رکاوٹوں پر کیسے قابو پا سکتے ہیں؟

☆ آپ کے سامعین کا آپ سے اور آپ کی تنظیم کے متعلق کیا عمومی خیالات ہیں؟

4 ہر ٹیم اپنا تبدیل شدہ پیغام گروپ کو پیش کرے گی اور اُن سامعین کی نشاندہی کرے گی جن کو وہ پہنچنے کی کوشش کر رہے ہیں۔ تمام گروپ ہر پیغام کا جائزہ لیں گے اور اُس پر بحث کریں گے کہ ان خیالات کو زیادہ موثر طریقے سے کس طرح پیش کیا جا سکتا ہے۔ گروپ مندرجہ ذیل سوالات کو مدنظر رکھے گا:

☆ کیا ہر پیغام مطلوبہ سامعین کیلئے موثر بازگشت رکھتا ہے؟ کیوں یا کیوں نہیں؟

☆ مختلف قسم کے سامعین کیلئے ہر ایک پیغام کیلئے
کس قسم کا پیغام پیش کرنے والا شخص قابل یقین ہوگا

☆ مختلف قسم کے سامعین کیلئے ہر ایک پیغام کیلئے
کس قسم کا پیغام پیش کرنے والا شخص قائل کرنے والا ہوگا۔

ان سامعین کو پیغام پہنچانے کیلئے سب سے موثر حکمت عملی کیا ہوگی؟

آنے والی مشق میں ہر چھوٹی ٹیم پیغام رسانی کا ایک منصوبہ تیار کرے گی جس کے ذریعے وہ اپنا تبدیل شدہ پیغام اپنے مطلوبہ سامعین کو پہنچا سکے۔

ٹھوس اور عملی: واضح کریں کہ لوگ صورت حال کو تبدیل کرنے کیلئے کیا کر سکتے ہیں
مخصوص: اپنے پیغام میں اس طرح تبدیلی کریں تا کہ وہ مختلف سامعین کیلئے موزوں ہوں، لیکن پیغام کا معنی یکساں رکھیں۔
تبدیلی کے قابل: اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپکا پیغام ذرائع ابلاغ۔تحریری مواد، ویب سائیٹس ،تقاریر، اور انٹرویو کے ذریعے موثر طریقے سے تمام ذرائع ابلاغ تک پہنچ سکتا ہے۔

5۔گروپ مندرجہ ذیل سوالات میں سے کچھ سوالات یا تمام سوالات پر بحث کرے:

☆ یہ کیوں ضروری ہے کہ آپ کا پیغام فاعلی فعل میں ہو؟ (مثلاً لوگ بھوکے ہیں اور نہ کے یہ بھوکے لوگ ہیں)

☆ وہ کون سے ایسے کچھ طریقے ہیں جن کے ذریعے آپ اپنے پیغام کو ٹھوس اور عملی بنا سکتے ہیں

☆ کن طریقوں کے ذریعے ایک جامع پیغام کو زیادہ طاقت ور اور یادگار بنایا جا سکتا ہے۔

☆ کیا کچھ اور ایسے اجزاء ہیں جو پیغام کو پرکشش بناتے ہیں؟ اگر ہیں تو کون سے ۔

☆ کیا ماہر پیغام رساں اپنے ہنر کے ذریعے پیغام کو مزید موثر بنا سکتے ہیں، کیوں یا کیوں نہیں

☆ کیا تمام موثر قائدین کے پاس طاقت ور اور پرکشش پیغامات ہوتے ہیں؟ کیا کسی قائد کیلئے ضروری ہے کہ موثر قائد بننے کیلئے اُس کے پاس طاقت ور اور پرکشش پیغامات ہوں۔

مشق 4

صحیح سامعین کیلئے موزوں پیغام

مقصد

اس بات کی مشق کرنا کہ ایک پیغام کو مختلف سامعین کیلئے کس طرح تبدیل کیا جا سکتا ہے۔

وقت 45 منٹ

مواد فلپ چارٹ یا بورڈ، مارکر یا چاک

گروپ میں سے ایک رضا کار معاون بحث کا آغاز کرتا ہے۔ یہ معاون کی ذمہ داری ہے کہ وہ گروپ کی معاونت کریں تا کہ وہ مشق میں دی گئی ہدایات پر عمل کریں، وقت کی پابندی کریں، اور اُن شرکاء کو شرکت کا موقع دیں جو بولنا چاہتے ہیں۔ایک دوسرا رضاء کار شرکاء کی آراء کو فلپ چارٹ یا بورڈ پر اسطرح لکھتا ہے کہ سب دیکھ سکیں۔

---

1 ایک رضا کار اُن پیغامات کو با آواز بلند پڑھتا ہے جو کہ مختلف ٹیموں نے مشق نمبر 2 میں مرتب کیے تھے۔

2 گروپ مشترکہ طور پر اُن سامعین کی فہرست پر بحث کرتا ہے جو کہ اُن کی مقصد کو حاصل کرنے کیلئے اہم ہوں گے۔ایک دوسرا رضا کار شرکاء کے جوابات بورڈ یا فلپ چارٹ پر لکھتا جاتا ہے۔

3۔ مشق نمبر 2 میں بنائی گئی چھوٹی ٹیموں میں کام کرتے ہوئے، ہر ٹیم فہرست میں دیے گئے کسی ایک خاص سامعین کا چناؤ کرتی ہے۔اپنی اپنی ٹیموں میں شرکاء اس بات پر بحث کریں گے کہ اس قسم کے سامعین اُن کے مقاصد حاصل کرنے کیلئے کس طرح مددگار ثابت ہو سکتے ہیں، اور پھر وہ اُن سامعین کیلئے اپنے پیغام میں ردو بدل کریں گے۔ پیغام میں ردو بدل کرتے ہوئے ہر ٹیم مندرجہ ذیل سوالات کو مدنظر رکھیں:

☆ آپ اپنے مخصوص سامعین کا اپنے مسئلے سے متعلق رویے اور انداز کو کیسے معلوم کر سکتے ہیں؟

☆ یہ سامعین جو کہ آپ کے مقاصد کی حمایت کرتے ہیں اُن کا آپ کے مسئلے کے سلسلے میں کیا یقین ہے؟

☆ آپ اپنے سامعین کے ساتھ مشترکہ نقطہ نظر کیسے قائم کر سکتے ہیں؟

حصہ دوئم

1۔ دو یا تین افراد کی ٹیموں میں کام کرتے ہوئے، شرکاء ایک ایسا پیغام ترتیب دیں گے جس کو کسی تقریر، گانے، نعرے، اشتہار کسی تنظیم کی مشن کے طور پر یا پیغام رسانی کے کسی اور ذریعے کے طور پر پیش کیا جا سکے۔ یہ پیغام مختلف مقاصد یعنی کہ لوگوں کو محرک کرنا، تعلیم دینا یا مذکرات کیلئے بنایا جاسکتا ہے۔

2۔ اپنا پیغام ترتیب دیتے ہوئے ہر گروپ مندرجہ ذیل سوالات کو مدنظر رکھیں

☆ وہ کون سا خاص مخصوص مسئلہ ہے، جس کو آپ حل کرنا چاہتے ہیں۔

☆ وہ کیا حل ہے، جس پر آپ عملدرآمد دیکھنا چاہتے ہیں

☆ ایسے کون سے 3-5 مقاصد ہیں جو کہ آپ حاصل کرنا چاہتے ہیں

☆ آپ اپنے مقاصد کس طرح حاصل کریں گے

☆ اپنے مقاصد کو حاصل کرنے کیلئے اور مطلوبہ تبدیلی لانے کیلئے وہ کون سے لوگ یا تنظیم ہے جن تک آپ پہنچانا چاہتے ہیں؟ ان میں سے کون سے سب سے اہم ہیں؟ کون سے کم اہم ہیں؟

☆ آپ مسئلے کو کس طرح اس انداز میں پیش کر سکتے ہیں جس کے ذریعے سامعین بھی اس میں شامل ہو جائے؟

☆ آپ کے مقصد کی حمایت کرنے کیلئے سامعین کون سے فوری اقدامات کر سکتے ہیں؟

☆ آپ اپنے سامعین کو کس طرح محرک کریں گے کہ وہ مسئلے کے حل کیلئے اُس انداز میں اقدام کریں جو آپ تجویز کر رہے ہیں؟

☆ کیا آپ کا پیغام جامع اور سادہ زبان میں ہے؟

☆ کیا آپ کا پیغام آپ کی اہم مقصد کی حمایت کرتا ہے؟

☆ آپ اس بات کو کس طرح یقینی بنا سکتے ہیں کہ آپ کے پیغام کی شناخت آپ کی تنظیم سے کی جائے؟ کیا آپ کے پیغام میں یہ باتیں شامل ہیں کہ آپ کون ہیں، آپ کی تنظیم کا خواب کیا ہے، آپ کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں اور آپ کس طرح حاصل کرنا چاہتے ہیں؟

3۔ ہر چھوٹی ٹیم ایک مختصر پیشکش بنائے گی جو کہ قائل کرنے والی پیغام رسانی کہ کسی ایک طریقے کو استعمال کرے گی (جس کا ذکر مشق 2 ''قائل کرنے والی پیغام رسانی'' میں کیا جا چکا ہے) جس کے ذریعے وہ اپنا پیغام گروپ کے دیگر افراد تک پہنچا سکے۔

4۔ شرکاء ہر پیغام اور پیشکش کا جائزہ لے گے اور اُس کے موثر ہونے پر مثبت تنقید کریں گے۔ گروپ مندرجہ ذیل سوالات پر بحث کر سکتا ہے:

☆ اس پیشکش کا مقصد کیا تھا؟

مثال کے طور پر کیا اس کا مقصد متحرک کرنا تھا، تعلیم دینا تھا، آگہی میں اضافہ کرنا تھا یا اتفاق رائے پیدا کرنا تھا؟

☆ قائل کرنے کیلئے کون سے طریقے اپنائے گئے؟

☆ کیا اس پیشکش نے آپ کو قائل کیا؟

☆ کیوں یا کیوں نہیں

☆ کیا اس پیغام نے آپ کو قائل کیا کیوں یا کیوں نہیں

☆ آپ اس پیغام کو کس طرح پیش کرتے؟

اس سے بعد میں آنے والی مشق میں ہر ٹیم اپنے پیغام میں ردوبدل کرے گی تا کہ وہ کسی خاص سامعین کیلئے موزوں ہو۔