

اشتہار بازی اور عالمگیریت کا فروغ

محمد عباس

(لیکچرار اردو، لاہور)

Muhammad Abbass

Lecturer Urdu,
G.C.(Boys) Lahore.

Abstract:

Globalization is the order of the day in almost every literary and intellectual discussion all across the board. In the name of Globalization, the third world is being made subservient to the advanced nations. Advertisement paves the way in this regard. Keeping the trend in view, in this article, it has been analyzed that how advertisement marks its impact on the masses and try to make them trans-national by disengaging them only from their own cultural roots and how far this manipulation of the public proves successful.

Key Words. Globalization, Advertisement, Western Powers, Products.

کلیدی الفاظ: عالمگیریت۔ اشتہارات۔ مغربی طاقتیں۔ مصنوعات۔

عالمگیریت کا لفظ آج کل عام استعمال ہوتا ہے البتہ مختلف افراد کے ذہن میں اس کا مفہوم الگ ہوتا ہے۔ سادہ لفظوں میں عالمگیریت سے مراد ایک ایسا عمل ہے جو دنیا کے تمام ممالک اور ان کے لوگوں کے مابین باہمی روابط آسان بنا دے جس سے معاشی عمل میں تیزی آئے۔ دانشورانہ سطح پر بھی لوگ اس کو مختلف زاویوں سے دیکھتے ہیں۔ کچھ کے خیال میں یہ ایک مثبت عمل ہے جو دنیا کو ارتقاء کے اگلے مراحل تیزی سے طے کر دیا ہے جب کہ کچھ لوگوں کے مطابق عالمگیریت ایک منصوبہ بند سازش ہے جو انسانوں اور قوموں کو ان کے سرمائے اور ثقافتی دولت سے محروم کر کے غلام بنانے کے لیے رچائی گئی ہے۔ ان دو نقطہ ہائے نظر میں توازن ڈھونڈنا ایک مشکل کام ہے اور ہمارے زیر نظر مطالعے کا دائرہ کار بھی نہیں۔ ہم صرف عالمگیریت کے عمل کا مختصر جائزہ لیں گے اور یہ دیکھیں گے کہ کیسے اشتہارات کے ذریعے اس کو ایک تسلیم شدہ حقیقت بنا یا گیا ہے۔

عالمگیریت سے مراد انسانوں، چیزوں، خدمات، سرمائے، ٹیکنالوجی اور ثقافتی اعمال کی نقل و حرکت اور تبادلے کے لیے دنیا بھر میں بڑھوتری ہے۔ ان میں بھی سب سے بنیادی نکتہ سرمائے کی آزادانہ نقل و حرکت پر ہے۔ "ہمیشہ سے پھلتے سرمائے اور اس کی سیاسی اور سماجی لحاظ سے قومی تشکیل کے درمیان تضاد کے ختم کرنے کا فیصلہ عالمگیریت کہلاتا ہے۔"⁽¹⁾

عالمگیریت سرمائے کے قومی مقام کو بین الاقوامی مقام تک رسائی کا نام ہے۔ یہ سرمایہ دارانہ نظام کی فتح کا اعلان بھی کہی جاسکتی ہے کیوں کہ اس کے تحت سیاسی نظام کے سامنے معاشی قوت کو برتری حاصل ہو چکی ہے جہاں دنیا بھر کی حکومتیں سرمایہ دار قوتوں کی مرضی کے مطابق اپنی پالیسیاں بناتی ہیں۔ عالمگیریت کے تحت سرمایہ کسی قسم کے حکومتی کنٹرول اور قومی وفاداری کے بغیر خود اپنے آپ کو پیدا کرتا جاتا ہے۔ اس کی سب سے جدید مثال Crypto currency ہے جس کا اس وقت کل سرمایہ 2.2 کھرب ڈالر ہو چکا ہے جو پوری دنیا کے سونے کے ذخائر کا 27 فیصد حصہ بنتا ہے۔^(۲)

John Micklethwait کے مطابق عالمگیریت کے پھیلاؤ میں تین قوتیں کام کرتی ہیں۔ ٹیکنالوجی، سرمائے کی معیشت اور انتظام۔ ٹیکنالوجی سے سرمائے کی حرکت میں تیزی آتی ہے، سرمائے سے ٹیکنالوجی دور افتادہ جگہوں تک پہنچتی ہے اور انتظام کمپنیوں کو وہ طریقے بتاتا ہے جس سے سرمائے اور ٹیکنالوجی کا استعمال موثر ہوتا ہے۔^(۳)

عالمگیریت دنیا کے مختلف خطوں اور اقوام کے مابین تفاعل کو بڑھاتی ہے۔ یہ سرمایہ دار دنیا کا سب سے بڑا ہتھیار ہے۔ سرمایہ داری قوتیں اپنی معاشی سرگرمیوں کے پھیلاؤ کے لیے عالمگیریت کا جال پھیلاتی ہیں تاکہ سرمایہ دنیا بھر میں آسانی سے نقل و حرکت کر سکے۔ بالواسطہ طور پر اس کا مقصد یہ بھی ہوتا ہے کہ غریب ممالک سے سرمایہ کھینچ کر سرمایہ دار قوتوں کے پاس پہنچ سکے۔ اس کے لیے آزاد منڈی کا تصور دیا گیا جس کی مدد سے سرمائے کا ارتکاز روز افزوں ہے۔ اس کا نتیجہ یہ ہے کہ صرف امریکہ کے پہلے دس امیر ترین آدمی 1150 ارب ڈالر کے مالک ہیں۔^(۴) جس سے پاکستان جیسے ملک کا جو آبادی کے لحاظ سے دنیا کا پانچواں بڑا ملک ہے، کا مجموعی بجٹ 26 دفعہ بن سکتا ہے۔^(۵)

عالمگیریت اپنی بنیاد میں ایک معاشی عمل ہے جو افراد، اداروں، کمپنیوں اور حکومتوں کے درمیان سرحدوں کے فرق سے بالا معاشی معاملات میں تعاون پیدا کرنے کے لیے سازگار ماحول بناتا ہے۔ اشیاء، خدمات، معلومات اور ٹیکنالوجی کا عالمی سطح پر لین دین ممکن ہوتا ہے۔ سرحد پار تجارت پر پابندیوں میں کمی نے اس عمل کو آسان بنایا ہے اور ذرائع نقل و حرکت اور ذرائع ابلاغ میں ترقی نے اس کی رفتار کو اڑان میں بدل دیا ہے۔ اس سے ایک عالمگیر منڈی یا واحد عالمی بازار کا تصور پیدا ہو رہا ہے جہاں سبھی پیدا کاروں کو اپنی مصنوعات و خدمات فروخت کرنے کے لیے یکساں مواقع دستیاب ہوں گے۔^(۶)

اس کی مدد سے کاروبار بہت تیزی سے ترقی کر رہے ہیں اور لوگوں کو اشیائے ضروریات آسانی سے فراہم ہو جاتی ہیں۔ سرگودھا کا کنو آسٹریلیا کے بازاروں میں دستیاب ہوتا ہے اور نیوزی لینڈ کا سیب چیچکو کی ملیاں

میں کسی پھلوں کی ریڑھی پر بکتا نظر آتا ہے۔ امریکہ میں کٹنے والی مرغی کا گوشت ٹھٹھہ میں بکنے والے برگر میں پایا جاتا ہے اور پاکستان میں مارے گئے جانور کی کھال کی جیکٹس سکٹڈے نیوین ممالک میں پہنی جاتی ہیں۔ کسی کی مصنوعات کے ضرورت مند خواہ دنیا کے کسی کونے میں ہوں، وہ اُن تک پہنچ جائیں گی اور ضرورت کی چیز چاہے سات سمندر پار پیدا ہوتی ہو، طلبگار کی چوکھٹ پر شتابی فراہم ہوگی۔

عالمگیریت کا یہ عمل کئی مثبت پہلو رکھتا ہے۔ اول تو یہ کہ ایک جگہ پیدا ہونے یا بننے والی چیزیں اپنی طلب تک پہنچ کر زیادہ قیمت وصول کرتی ہیں اور زیادہ پیداوار کے لیے تحرک پیدا ہوتا ہے۔ سیالکوٹ میں بننے والا کھیلوں کا سامان اگر پاکستان میں ہی بکے تو یہ سالانہ 1 بلین ڈالر درآمدات کی انڈسٹری۔ (۷) سکڑ کر ایک گلی تک محدود ہو جائے۔ دوسری طرف یہ باہمی مسائل پر بین الاقوامی تعاون کے لیے بھی راہ ہموار کرتی ہے۔ مثلاً Paris Agreement on Climate Change نامی معاہدے میں 195 ممالک نے اپنے ہاں کاربن کے اخراج کو کم کرنے پر رضامندی ظاہر کی تھی۔^(۸)

عالمگیریت کی بدولت صارفین کو کم قیمت پر زیادہ اشیاء مہیا ہو جاتی ہیں۔ کاروبار وسعت پذیر ہوتے ہیں۔ اشیاء کے معیار اور تنوع میں اضافہ ہوتا ہے۔ جدید ٹیکنالوجی تک عام آدمی کی رسائی ہوتی ہے۔ بہتر ملازمت کے مواقع ملتے ہیں۔ سائنسی ترقی کے لیے نئی راہیں کھلتی ہیں۔ فن و ادب اور ثقافتی سرمائے کو دنیا بھر میں پذیرائی ملتی ہے اور سیاحت کے کاروبار کو فروغ ملتا ہے۔ خواتین کے لیے ترقی کے مواقع اس عالمگیر ماحول میں پہلے کی نسبت کہیں زیادہ ہیں۔^(۹)

لیکن اس معاشی عمل کے کچھ پہلو ایسے بھی ہیں جو اہل نظر کے لیے باعث فکر ہیں۔ سرمائے کی عالمگیریت کے ساتھ ثقافتی اور سیاسی عالمگیریت کا نفوذ بھی بڑھ رہا ہے جو غریب ملکوں کو ترقی یافتہ ملکوں کر رنگ میں رنگ کر ان کی معیشت کو مزید محتاج بنا رہا ہے۔ پسماندہ ملکوں کے عوام ثقافتی لحاظ سے امیر ملکوں کی نقالی میں اور سیاسی لحاظ سے عالمی طاقتوں کے جبر تلے غیر محسوس انداز میں محکومی کی بیڑیاں پہنتے چلے جا رہے ہیں۔ اس کے علاوہ ترقی یافتہ ممالک میں بھی عالمگیریت سے عام لوگوں کو فائدے کی بجائے نقصان ہی ہوا۔ 2015ء میں ایک آن لائن سروے میں کئی ترقی یافتہ اقوام کے لوگوں نے اکثریتی رائے دی تھی کہ زندگی عالمگیریت کی اس لہر سے پہلے اچھی تھی۔ امریکہ میں صرف 6 فیصد نے اسے مثبت کہا، فرانس میں 3 فیصد نے مثبت مانا اور جرمنی میں 4 فیصد نے اس کی حمایت میں رائے ظاہر کی۔^(۱۰)

اس کا مطلب ہے کہ ترقی یافتہ ممالک اور عالمگیریت کے علمبردار ممالک میں بھی لوگ عالمگیریت کے منفی اثرات سے زیادہ متاثر ہوئے ہیں۔ ذیل میں ہم مختصر آئن منفی اثرات کا جائزہ لیتے ہیں۔ عالمگیریت کا

سب سے پہلا نقصان یہ شمار کیا جاتا ہے کہ ایک بڑے ادارے کے فائدے سے بے شمار انفرادی پیداوار بے روزگار ہو جاتے ہیں۔ مثلاً چین کی مصنوعات نے دنیا بھر میں اپنی جگہ بنالی ہے جس سے دنیا کے بیشتر ممالک کے مقامی کاروباری افراد کو زک بچنی ہے۔ دوسرا نقصان یہ ہے کہ عالمگیریت امیر اقوام اور افراد کو ہی فائدہ دیتی ہے اور دنیا کے سرمائے کا بہاؤ امیر ملکوں کی طرف بڑھ رہا ہے۔ اس کی سب سے عمدہ مثال یہ ہے کہ امریکہ کے پہلے دس امیر آدمیوں نے کووڈ-19 کے سبب ہونے والے لاک ڈاؤن کے پہلے آٹھ مہینوں میں (جب کہ دنیا کا ہر کاروباری فرد کاروبار کے مندا ہونے کا رونا رو رہا تھا۔) 540 بلین ڈالر کمایا ہے۔^(۱۱) جب کہ ایک ارب تینتیس کروڑ کی آبادی کے ملک انڈیا کا سالانہ بجٹ 317 ارب ڈالر ہے۔^(۱۲) اس عمل سے امیر غریب کے درمیان فاصلہ بڑھتا جا رہا ہے۔ دنیا بھر کے خریداروں کی دولت سمٹ کر سرمایہ داروں کی جیب میں جمع ہو رہی ہے۔^(۱۳)

عالمگیریت کے اس عمل سے مقامی کاروبار تباہ ہو رہے ہیں اور بڑی ملٹی نیشنل کمپنیاں مارکیٹ پر حاوی ہوتی جا رہی ہیں۔ مقامی ہنرمندوں کی بنائی ہوئی چیزیں اب مارکیٹ میں بار حاصل نہیں کرتیں اور صارفین برآمد شدہ اشیاء کو ترجیح دیتے ہیں۔ مزدور جو کہ پیداواری عمل کا سب سے بنیادی رکن ہے، عالمگیریت کی اس لہر میں استحصال کا شکار ہو رہا ہے۔ اسے کم سے کم معاوضے پر زیادہ سے زیادہ کام کرنا پڑتا ہے۔^(۱۴)

روزگار کی قلت بھی اس عمل کا ایک نمایاں اثر ہے۔ لوگ تیزی سے اپنی ملازمت گنوا تے چلے جا رہے ہیں۔^(۱۵) اس عمل سے ترقی پذیر اور پسماندہ ممالک میں عالمی طاقتوں کی مداخلت بڑھتی جا رہی ہے اور عالمی تجارتی اداروں کے ذریعے ان کی سیاسی خود مختاری سلب کی جا رہی ہے۔^(۱۶) ثقافتی تنوع میں کمی آتی جا رہی ہے اور لوگ ایک ہی رنگ میں رنگے جا رہے ہیں۔

Marieke De Mooij نے اس عام خیال کی مدلل تردید کی ہے۔ اس کے مطابق بڑی سطح پر یہی لگتا ہے کہ لوگ ایک جیسے ہو رہے ہیں اور اعداد و شمار بھی اس خیال کو تقویت دیتے ہیں جیسا کہ آبادی کی نسبت سے ٹیلی ویژن سیٹ، موبائل فون، کاریں وغیرہ رکھنے کا تناسب لیکن درحقیقت لوگ اپنے اپنے ملک میں اپنے کلچر اور اپنی اقدار کے مطابق زندہ رہتے ہیں اور ان کے ثقافتی رویوں پر ذرا فرق نہیں پڑتا۔ اس کی ایک مثال وہ کھیلوں کی دنیا سے دیتا ہے کہ دنیا کے مختلف ممالک کے لوگوں میں الگ الگ کھیل مقبول ہیں۔ کرکٹ انگلینڈ اور اس کے سابقہ مقبوضہ علاقوں میں مقبول ہے۔ رگبی نیوزی لینڈ کے لوگوں کو زیادہ پسند ہے۔ امریکہ کی عوام باسکٹ بال اور بیس بال پسند کرتی ہے۔ بیڈمنٹن ملائیشیا اور چین میں زیادہ کھیلی جاتی ہے۔ فٹ بال یورپ اور لاطینی امریکہ میں حاوی ہے وغیرہ وغیرہ۔^(۱۷)

انگریزی کے غلبے کی وجہ سے مقامی زبانیں بھی معدوم ہوتی چلی جا رہی ہیں۔^(۱۸) اس سارے معاشی عمل کے نتیجے میں ایک ایسا طبقہ وجود میں آرہا ہے جسے نیا بورژوازی کہا جاتا ہے۔ یہ لوگ کسی علاقے یا قوم کی معیشت، سیاست اور ثقافت کو اپنے قابو میں رکھتے ہیں اور اس کے باوجود وہاں کے شہری بھی نہیں ہوتے۔^(۱۹)

Joseph E. Stiglitz جنہیں معاشیات کے میدان میں 2001ء میں نوبل انعام ملا تھا، نے اپنی کتاب (2003) Globalizaion and its Discontents میں لکھا تھا کہ اگر عالمگیریت کا عمل حکومتی نگرانی میں ہو تو یہ کامیابی کا سبب ہو سکتا ہے جیسا کہ تائیوان اور جنوبی کوریا میں ہو جہاں حکومتی انتظام کی بدولت درآمدات میں اضافہ ہوا اور ترقی کی شرح نموبڑھنے سے لوگوں کو انفرادی طور پر فائدہ ہوا لیکن اگر یہ عمل بین الاقوامی اداروں (جیسے آئی۔ ایم۔ ایف، عالمی بینک یا ڈبلیو۔ ٹی۔ او وغیرہ) کی نگرانی میں ہو تو نقصان دہ ثابت ہوتا ہے۔ یہ ادارے احتساب کے عمل سے عاری ہوتے ہیں اور کسی جمہوری عمل کے بغیر فیصلے صادر کرتے ہیں جن میں پیداواری سرمایہ کاری کے مواقع پیدا کرنے کی بجائے بھاری شرائط پر قرضہ دینے کو ترجیح دی جاتی ہے جس سے مقامی حکومتیں کمزور ہونے لگتی ہیں اور بغیر منصوبہ بندی کے سرمایہ کاری کی وجہ سے مقامی کاروباری افراد نقصان اٹھاتے ہیں جب کہ ملٹی نیشنل کمپنیوں کا منافع بڑھتا جاتا ہے۔ اس کی مثال، جنوبی کوریا، ملائیشیا اور چین سے ملتی ہے جنہوں نے آئی۔ ایم۔ ایف جیسے اداروں کا احسان اٹھانا گوارا نہ کیا اور آج طاقتور معیشت میں شمار ہوتی ہیں۔ جب کہ آئی۔ ایم۔ ایف دیرے دیرے اپنی شرح سود بڑھاتا جاتا ہے اور لوگوں کا کاروبار تباہ اور قومیں دیوالیہ ہونا شروع ہو جاتی ہیں۔ یہ وہ نکتہ ہوتا ہے جہاں آئی۔ ایم۔ ایف قومی اداروں کی نجکاری کا حکم دیتا ہے تاکہ اس کا قرض ادا ہو سکے اور ملٹی نیشنل کمپنیاں یہ ادارے اونے پونے داموں خرید لیتی ہیں۔ یہی آئی۔ ایم۔ ایف کا کردار ہے۔^(۲۰)

یہی مصنف چار سال بعد "Making Globalization Work" میں بتاتا ہے کہ عالمگیریت سے جو توقعات باندھی گئی تھی، وہ عالمگیر اداروں کی وجہ سے پوری نہیں ہوئیں لیکن مسئلہ عالمگیریت کی اپنی روح میں نہیں، اسے چلانے کی ترکیب میں ہے جہاں صرف اور صرف معاشی پہلو کو بنیادی اہمیت دی گئی ہے۔ Stiglitz کے خیال میں اگر بڑھتی ہوئی بے روزگاری، ماحولیاتی آلودگی، ثقافتی غلبے اور تجارتی خسارے کو کم کرنے کے لیے عالمی ادارے توجہ دیں تو عالمگیریت کے ثمرات دنیا کے ہر فرد تک پہنچ سکتے ہیں۔^(۲۱)

عالمگیریت سے یہ خوش گمانی اپنی جگہ لیکن عالمگیریت کے معاشی مقاصد کو سامنے رکھتے ہوئے یہ خیالات یوٹوپیا لگتے ہیں۔ عالمی اداروں کو کیا پڑی ہے کہ وہ کمزوروں کا ساتھ دیں جب کہ ان کا اپنا مفاد طاقتوروں کے ساتھ وابستہ ہے۔ عالمگیریت سرمایہ دار کا خواب ہے۔ سرمایہ دار چاہتا ہے کہ ساری دنیا ایک ایسے گاؤں میں بدل جائے جہاں اس کی مصنوعات بکتی ہوں۔ بلا امتیاز رنگ و نسل و مذہب ساری دنیا اس کی خریدار ہو۔

عالمگیریت اس خواب کو پورا کرنے کے صلاحیت رکھتی ہے اس لیے وہ اپنی مصنوعات کو فروخت کرنے سے پہلے عالمگیریت کے تصور کو فروغ دیتا ہے تاکہ اس کی مصنوعات کے خریدار پیدا ہو سکیں۔ جب کسی معاشرے میں عالمگیر طرز فکر پروان چڑھنے لگے تو سرمایہ دار اپنی مصنوعات پر عالمگیریت کا پس ورق لگا کر پہنچ جاتا ہے۔ لوگ عالمگیر نظر آنے کے لیے، اپنے آپ کو نئے زمانے سے ہم آہنگ ثابت کرنے کے لیے وہ اشیاء بھی خریدنے لگتے ہیں جن کی کوئی ضرورت ہوتی ہے نہ ہی اپنے ماحول سے تعلق۔ اس شوق عالمگیریت میں مقامی اشیاء کو نہ صرف حقارت سے دیکھا جاتا ہے بلکہ انہیں استعمال کرنے والوں کو بھی اولڈ فیشن ہونے کا طعنہ ملتا ہے۔ اشتہار کی نفسیات کے مطابق ان پڑھ لوگ زیادہ جلدی اشتہار سے متاثر ہو جاتے ہیں اور اپنے خریداری رجحان کو تبدیل کر لیتے ہیں۔ اکثر کسی پیمانہ سے علاقے کے لوگ کسی ملٹی نیشنل کمپنی کے اشتہار کا سلوگن یا تھیم ساگ گنگناتے دکھائی دیتے ہیں جو اس بات کا بین ثبوت ہے کہ وہ اشتہار اور مشہور مصنوعات ان کے دل میں اپنی جگہ راسخ کر چکے ہیں۔

معاشری سطح کی اس عالمگیریت تک پہنچنے کے لیے سب سے بڑی مزاحمت مقامی ثقافت کی طرف سے سامنے آتی ہے۔ لوگ اپنی ثقافت سے تعصب کی حد تک پیار کرتے ہیں۔ اس پیار کو بھلانے کے لیے اشتہار بازی کا سہارا لیا جاتا ہے۔ لوگوں کو ان کے گھر کی ٹی وی سکرین پر بار بار اس عالمگیر ثقافت کے مظاہر دکھائے جاتے ہیں جو سرمایہ دار کا مطلوب و مقصود ہے۔ کولڈ ڈرنک کے اشتہارات میں نوجوان لڑکے لڑکیوں کا آپس میں ہلا گلا اور کلب ڈانس، برگر کے اشتہارات میں چلتی نوجوانوں کی پارٹیاں، لباس اور جوتوں کے اشتہارات میں ماڈلنگ کا مغربی انداز، انگریزی زبان (جو عالمگیریت کا سب سے بڑا ہتھکنڈا ہے) کا بے دریغ استعمال، کھانے پینے کی ایسی اشیاء جن کی افادیت اشتہار میں نہیں بتائی جاتی، سبھی مقامی سوچ کو ختم کر کے انہیں عالمگیریت کی طرف دھکیلتی ہیں۔ کلچر کو تفریح کی ایک چیز بنا کر رکھ دیا جاتا ہے جس کے ساتھ کوئی قلبی وابستگی نہیں ہوتی بلکہ محض ایک معاشی سرگرمی کی حیثیت اختیار کر لیتی ہے۔ کسی بھی ادبی، فنی یا دانشورانہ سرگرمی کو بازار میں فروخت کے ترازو پر تولا جاتا ہے۔ جو زیادہ بکتا ہے، وہ بڑا فنکار ہے۔ جس کی بازار میں فروخت ممکن نہیں، وہ ادب نہیں۔ عالمی انعامات، ایوارڈ اور اعزازات اسی معاشی حیثیت کو بڑھانے میں معاون ہوتے ہیں۔ لوگ آہستہ آہستہ اپنی مقامی ثقافت سے دور ہو کے اُس مغربی ثقافت کے پیروکار بن جاتے ہیں جسے اشتہارات کے ذریعے ان کے ذہنوں میں راسخ کیا جاتا ہے۔ یہاں ایک نکتہ یہ بھی ہے جسے ڈاکٹر ناصر عباس نیر صاحب نے بیان کیا ہے کہ عالمگیریت بننا صرف ان اقوام کا مسئلہ ہے جو مادی ترقی کی دوڑ میں پیچھے رہ گئی ہیں۔ مغرب کی ترقی یافتہ اقوام کی ثقافت کی نقالی ہی عالمگیریت کہلاتی ہے۔

”۔۔۔ جسے ہم عالمی معاشرہ کہتے ہیں، یعنی مغربی دنیا وہاں عالمی شہری کا تصور شاید ہی موجود ہو۔ وہ بنیادی طور پر مقامی شہری ہیں، اپنی زبان، اپنے کلچر، اپنے ادب، اپنی تاریخ کے ساتھ۔ عالمی شہری ہونا غیر مغربی دنیا یعنی ایشیائی، افریقی و لاطینی ممالک کے باشندوں کا مسئلہ ہے۔ وہ مغربی اور زیادہ تر امریکی لائف سٹائل اختیار کر کے عالمی شہری ہونے کی سعی کرتے ہیں۔ چنانچہ عالمی شہری ہونے کا حقیقی مطلب mimicry ہے اور اپنی مقامی ثقافت کے سلسلے میں کہیں لا تعلق اور کہیں شبہات۔“ (۲۲)

اشتہار کی دنیا تمام انسانی امتیازات کو ختم کرتی ہے اور انہیں انسانی بنیادوں پر دوسروں کے جذبات محسوس کرنے اور عالمگیریت کے جھنڈے تلے اکٹھا کرنے کی طرف مائل کرتی ہے۔ سرف ایکسل کا ہولی کے متعلق اشتہار۔ (۲۳) Rosta کا رمضان ایڈ جس میں ایک سکھ سینئر اپنے مسلمان جو نیوز کا روزہ افطار کرواتا ہے۔ (۲۴) گلزار کی شاعری کے ہمراہ گوگل کا اشتہار جس میں دوستی کے ناتے سے انڈیا پاکستان کی سرحدیں ختم ہوتی دکھائی دیتی ہیں۔ (۲۵) وغیرہ۔ اس کی وجہ یہی ہے کہ باہمی تعصب لوگوں کی اشیائے صرف پر بھی اثر انداز ہوتا ہے۔ اگر ایک برانڈ کسی ایک گروہ کو پسند ہے تو نفرت کے رشتے سے دوسرا گروہ اس برانڈ کو استعمال نہیں کرے گا۔ اس لیے سب کمپنیاں انہیں اکٹھا کرنے کی طرف لاتی ہیں تاکہ ان کی مصنوعات سبھی لوگ بلا تفریق خرید کریں۔

“In advertising, social contradictions and class differences are masked and workplace conflicts are not shown. Advertising campaigns suggest that solutions to human problems are to be found in individual consumption, presented as an ideal outlet for mass energies...a socially acceptable form of action and participation which can be used to defuse potential political unrest. "Consumer democracy" is held out to the poor around the world as a substitute for political democracy.” (26)

اشتہار بازی نے اس عالمگیریت کو فروغ دینے کے لیے یہ حربہ اپنایا ہے کہ ایک ہی اشتہار کو دنیا کے ہر حصے میں دکھایا جاتا ہے۔ ایسی اشتہار بازی، مشنر کے لیے آسان اور سستی بھی ہے اور زیادہ مفید بھی۔ McDonaldz کا ایک ہی اشتہار دنیا بھر میں انگلش میں دکھانا اس عالمگیریت کا ہتھیار تھا کہ اب ہماری مصنوعات بھی خریدنی ہوگی اور ہماری زبان کے ذریعے ترغیب بھی ملے گی۔ (27)

اشتہار بازی نے جب سے بین الملکی رویہ اپنایا ہے، یہ تاثر عام ہو چکا ہے کہ مغربی مصنوعات جدیدیت کے ساتھ وابستہ ہیں، اور جدید ہونے کا مطلب اچھا ہونا اور روایتی ہونے کا مطلب برا ہوتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ

پاکستان کے دور دراز دیہاتوں میں بھی لوگوں کی غذا اور لباس میں مغربی انداز جھلکنے لگا ہے۔ یہ عالمگیریت غریب ملکوں کو پیغام دیتی ہے کہ آپ اور آپ کی مصنوعات بے معنی ہیں۔ ہماری طرف آئیں، ہم آپ کو قابل قدر بنا دیں گے۔ عالمگیریت مقامی کلچر کو پیچھے ہٹانے کی مسلسل کوشش کا لابدی نتیجہ ہے۔ لوگ مقامی کلچر سے جڑے رہیں گے تو اشیاء بھی مقامی خریدیں گے۔ اس لیے عالمگیریت کے دعوے دار یا تو کلچر کے حاوی پہلوؤں کو دبا دیتے ہیں یا اپنے مطابق ڈھال لیتے ہیں۔ جیسے مقامی فن پہلوانی کا خاتمہ یا فلموں اور موسیقی کا بدلتا ہوا مغربی انداز۔

مقامی لوگ جب ٹی۔وی سے آشنا ہوئے تو اشتہارات کی مسلسل بوچھاڑ کے سامنے ان کی حالت کھلونوں کی دکان میں بچے جیسی ہو گئی۔ ٹی۔وی سکرین پر نت نئی اشیاء کے انبار نظر آتے تھے۔ ہر چیز مصنوعی چمک دمک کے ساتھ دکھائی جا رہی تھی۔ وہ جس چیز کا اشتہار دیکھتے، خریدنے پر آمادہ ہو جاتے اور اگر دکان پر کوئی ایسی چیز نظر آ جاتی جس کا اشتہار کبھی ٹی وی پر نہ چلا ہو تو اسے خریدنے سے کتراتے۔ خریدنے کی طرف مائل کرنے کے لیے خوف اور احساس کمتری کے جذبات کو پیدا کیا جاتا ہے۔ جیسے اگر ہمارا صابن، کریم، شیمپو یا لوشن نہ استعمال کیا جائے تو لڑکی کا کیرئیر نہیں بن سکے گا۔⁽²⁸⁾ ہمارے ڈٹر جنٹ سے کپڑے نہ دھلے تو محفل میں سبکی ہو جائے گی۔⁽²⁹⁾ ہماری کار، ہماری گھڑی ہماری عینک نہ ہوگی تو آپ کی شخصیت بے کشش رہ جائے گی۔⁽³⁰⁾ ہماری چیز نہ کھانے سے آپ کمزور رہ جائیں گے۔⁽³¹⁾ وغیرہ وغیرہ۔ مقامی لوگوں کو قدیم، جاہل، کالا اور اولڈ فیشن ثابت کر کے کمپنیاں اپنی مصنوعات بیچتی ہیں۔ کوکا کولا، پیپسی کولا، میکڈونلڈز، نیسلے، مگی وغیرہ کی مصنوعات آخر ایسی کون سی غذائی ضروریات کو پورا کرتی ہیں جو کسی مقامی خطے کی اشیاء سے نہیں ہو سکتیں۔ مقامی لوگوں کو گوری اتوم کی ماڈلز دکھا کر یہ تاثر دیا جاتا ہے کہ رنگ دار جلد ہونا بد صورتی کی نشانی ہے اور مقامی مرد و خواتین کا سیمپلکس کی چیزوں پر بے اندازہ خرچ کر کے اپنے آپ کو وہ کچھ بنانے کی سعی حاصل میں مبتلا ہو جاتے ہیں جو کہ وہ کبھی بن ہی نہیں سکتے۔ مقامی لباس کو اولڈ فیشن ثابت کر کے اپنی مہنگی ترین مصنوعات بیچی جاتی ہیں۔ مغربی غذائی اجزاء کو مقامی لوگوں کے لیے آب حیات ثابت کر دیا جاتا ہے اور لوگ سکنجبین، لسی، سنتو یا سردائی کی بجائے کوکا کولا، مائیلو، بون ویٹا اور ریڈ بلی پی کر خود کو پہلوان سمجھتے رہتے ہیں۔

عالمگیریت کا عمل مثبت ہے یا منفی، اس کا فیصلہ وقت کرے گا لیکن اشتہارات کے ذریعے جس عالمگیریت کو پیش کیا جاتا ہے، اس کا واحد مقصد زیادہ سے زیادہ لوگوں کو اپنی مصنوعات کی طرف راغب کرنا ہے۔ یہاں عالمگیریت اپنی اصل شکل میں نہیں بلکہ مصنوعی چمک دمک کا لبادہ اوڑھا کر سامنے لائی جاتی ہے تاکہ اس کی چکا چوند سے متاثر ہو کر لوگ وہ چیزیں بھی خریدنا شروع کر دیں جو کسی طرح بھی ان کی ضرورت نہیں۔

عالمگیریت کی یہ صورت لوگوں کو اصراف پر آکساتی ہے اور انہیں انسان کی بجائے محض صارف کی سطح پر لے آتی ہے۔ عالمگیریت کو بطور ہتھیار استعمال کر کے تشہیری کمپنیاں صارفیت کے نظام کو پھیلا رہی ہیں۔

حوالہ جات

1. McBride , Stephen, "Globalization and its Discontents ",New York, Palgrave, 2000.
- 2- پوری دنیا کے سونے کے ذخائر 7.5 کھرب ڈالر ہیں جبکہ Cryptocurrency اپریل 2021ء میں 2 کھرب ڈالر سے زیادہ مالیت کی پیدا ہو چکی تھی۔ یہ عالمگیریت میں سرمائے کے خود بخود پیدا ہونے کی سب سے عمدہ مثال ہے۔
<https://www.cnbc.com/2021/04/06/cryptocurrency-market-cap-tops-2-trillion-for-the-first-time>.
3. Micklethwait, John and Wooldridge, Adrian, "A Furtue Perfect", New York, Random House Trade paperback, 2003.
4. <https://www.visualcapitalist.com/mapped-the-wealthiest-billionaire-in-each-u-s-state/>
- 5- پاکستان کا بجٹ برائے سال 2020-21 بیالیس ارب ڈالر تھا۔ جب کہ امریکہ کے پہلے دس امیر ترین افراد کا کل سرمایہ اس سے 26 گنا زیادہ ہے۔
https://www.finance.gov.pk/fb_2021-22.html
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Globalization#Economic_globalization
7. https://punjab.gov.pk/sialkot_key_industry
8. <https://www.weforum.org/agenda/2016/11/5-charts-that-explain-the-paris-climate-agreement>
9. Kerr, Liam F., "Women and Globalization: The Impact of Increased Women's Economic Rights on Globalization", Content: "Inquiries Journal :Online Academic Student Journal", vol:11, Issue:01, 2019.
10. <https://www.weforum.org/agenda/2017/01/what-is-globalization-explainer/>
11. <https://www.bbc.com/news/world-55793575>
12. Union Budget of India 2020-21-IBEF [https://www.ibef.org/indian Economy](https://www.ibef.org/indian-Economy)
13. International Flows of Selected Goods and Services" (PDF). Archived from the original (PDF) on 5 July 2010. Retrieved 31 July 2010.

14. <https://www.cfr.org/blog/globalization-job-loss-and-stagnant-wages-evidence-changing>.
15. <https://theconversation.com/international-trade-has-cost-americans-millions-of-jobs-investing-in-communities-might-offset-those-losses-143406>)
16. Stiglitz, Joseph, "Globalization and Its Discontents", New York, W. W. Norton Company, 2002
17. Mooij, Marieke De, "Consumer Behaviour and Culture, California, Sage Publications, 2011.
18. <https://www.insidehighered.com/blogs/world-view/increasing-dominance-english>
19. Indeed, in several of the crisis countries, ordinary people as well as many government officials and business people continue to refer to the economic and social storm that hit their nations simply as "the IMF"—the way one would say "the plague" or "the Great Depression." History is dated by "before" and "after" the IMF, just as countries that are devastated by an earthquake or some other natural disaster date events by "before" or "after" the earthquake.
20. Stiglitz, Joseph E. "Globalizaion and its Discontents ", London, W. W. Norton & Company, 2002. p108
21. Stiglitz, Joseph E. "Making Globalization Work", U.S.A, Penguin Books, 2007. p280-286
- 22- نیر، ناصر عباس، ڈاکٹر، "عالمگیریت اور ثقافت"، مشمولہ، "عالمگیریت، ثقافت اور ادب" مرتبہ: حنا جمشید، فیصل آباد، مثال پبلشرز، ص: 2019، 32ء
23. https://www.youtube.com/watch?v=zq7mN8oi8ds&ab_channel=Surfexcel
24. https://www.youtube.com/watch?v=vlicwHJOJ_o&ab_channel=Rostaa
25. <https://www.youtube.com/watch?v=gHGDN9-oFJE>
26. <https://www.culturalsurvival.org/publications/cultural-survival-quarterly/advertising-and-global-culture>

27. https://www.youtube.com/watch?v=dI-xHMM8wXE&ab_channel=FilipeAugusto
28. https://www.youtube.com/watch?v=8k7_swyGQDI&ab_channel=oliviapakistan
29. https://www.youtube.com/watch?v=XFYko7SysUk&ab_channel=Brite
30. <https://www.youtube.com/watch?v=sHwVmJyBJYk>
31. <https://www.youtube.com/watch?v=jDQdaDx9GyE>