

عنوان: عوامی آگاہی کے نام پر تازہ دودھ کے خلاف میڈیا پر جاری مہم نیشنل اکانومی کے ساتھ نیشنل فوڈ سیکورٹی کے لئے خطرہ

جناب عالی! گزشتہ سال بھی مختلف وقتوں سے پاکستان کے چند بڑے ٹیلی ویژن چینلز پر عوامی آگاہی مہم کی آڑ میں تازہ دودھ کے خلاف منظم مہم چلا کر ہیکچڈ دودھ کو پروموٹ کرنے کا سلسلہ جاری رہا۔ اس میں میڈیکل پروفیشنلز کے ساتھ ساتھ نیوز اینکرز کا سہارا لیا گیا۔ عوامی ردعمل کے سامنے آنے سے وقتی تعطل کے بعد ایسے اشتہارات کا سلسلہ دوبارہ شروع ہو جاتا۔ سال 2022 کے آغاز سے ایک بڑے نیوز چینل نے ایک منفرد انداز سے اس مہم کا دوبارہ آغاز کر دیا ہے۔ ممکن ہے کہ اس طرز پر مہم دیگر چینلز پر بھی اگلے چند دنوں میں شروع ہو جائے۔ اس مہم میں مخصوص کارٹونز کے ذریعے عمومی سطحی اور کتابی الفاظ کا سہارا لے کر عوام کو تازہ دودھ سے متنفر کیا جا رہا ہے۔ پبلک سروس کے نام پر یہ تشہیر نیشنل اکانومی کے ساتھ ساتھ نیشنل فوڈ سیکورٹی کے لئے خطرہ ہے۔

یہ عوامی آگاہی مہم نہیں بلکہ مارکیٹ کے ایک چھوٹے مگر طاقتور پلیئر کی پروڈکٹ کے مقابلے میں سب سے بڑے مگر کمزور پلیئر کی پروڈکٹ کو عمومی تناظر میں گندا ثابت کر کے مارکیٹ پر اثر انداز ہونے کا غیر اخلاقی اقدام ہے۔ اس انداز سے اگر مارکیٹ پلیئر کو ایک دوسرے کی پروڈکٹس کی نیشنل میڈیا پر تبدیل کرنے کی اجازت دی جائے گی تو اس سے نہ صرف کمزور پلیئر کو مارکیٹ سے آؤٹ کرنا آسان ہو جائے گا بلکہ یہ قومی سطح پر انتشار کو بھی جنم دے گا۔

اس انداز سے اگر ٹیلی ویژن پر اشتہارات چلنے لگے تو پھر کل گوئندم، چاول، مصالحہ جات، دالوں، سبز یوں، پھلوں، پانی اور حتیٰ کہ کپڑوں اور جوتوں کے بارے بھی یہی کہا جانے لگے گا کہ یہ کھلے نہیں پیکٹ والے استعمال کریں جس کا فائدہ سرمایہ دار اور صنعت کار کو ہوگا۔ پاکستان کے لوگ غریب ہیں اور اکثریت میں ہیں۔ یہاں پروڈکٹس کی پیکنگ کی اضافی قیمت ادا کرنا صارف کے لئے بہت مشکل ہوگا۔

پاکستان زرعی ملک ہے جس کی معیشت کا بڑا حصہ زراعت اور اس سے منسلک لائیو سٹاک کے شعبہ پر منحصر ہے۔ اس ضمن میں بڑا اور بنیادی کردار لائیو سٹاک فارمرز کا ہے جو روایتی طور پر جانوروں کو پالتے ہیں۔ ان میں 80 فیصد سے زائد وہ فارمرز ہیں جن کے پاس ایک سے پانچ جانور ہیں۔ یہ فارمرز نہ صرف پاکستان کی دیہی معیشت بلکہ قومی معیشت کو بھی سہارا دیتے ہوئے ہیں اور اس کے ساتھ ساتھ پاکستان کی نیشنل فوڈ سیکورٹی کے بھی ضامن ہیں۔

پاکستان میں 95 فیصد مارکیٹ کھلے دودھ کی ہے جو تمام معاشی طبقات سے تعلق رکھنے والے لوگ استعمال کرتے ہیں۔ دیہی علاقوں میں تو یہ دودھ تقریباً ہر گھر میں موجود ہوتا ہے جبکہ شہروں میں بھی بڑی مقدار میں کھلا دودھ ہی فروخت کیا جاتا ہے۔ اس دودھ کی پیداوار اور کوالٹی کو چیک کرنے کے لئے محکمہ لائیو سٹاک اور فوڈ اتھارٹیز سمیت صوبائی سطح پر ادارے کام کر رہے ہیں۔ پاکستان بھر میں یہ دودھ انہی روایتی فارمرز سے حاصل کیا جاتا ہے جس میں کمرشل فارمز بھی اپنا حصہ ڈالتے ہیں۔ دوسری جانب اگر کسی جگہ پیکٹ میں دودھ بند کر کے بھی فروخت کرنا ہو اور اس میں شرط یہ ہو کہ پیکٹ والا دودھ اصلی ہوگا، تو یہ دودھ بھی اسی روایتی پروڈکشن سسٹم ہی سے حاصل کرنا پڑے گا۔ اس پروڈکشن سسٹم یا اس سے متعلقہ روایتی مارکیٹ کو متاثر کرنے والی کسی بھی قسم کی اشتہاری مہم دیہی معیشت کے ساتھ ساتھ مجموعی طور پر ملکی معیشت کے لئے نقصان دہ ثابت ہو سکتی ہے۔ چونکہ بڑی تعداد میں لوگ تازہ دودھ استعمال کرتے ہیں جو کہ روایتی اور مالی لحاظ سے لوگوں کی پہنچ میں ہے، اس لئے اگر اس مہم کا سلسلہ جاری رہا تو لوگ دودھ پینا چھوڑ دیں گے جس سے مجموعی طور پر عوامی صحت اور خصوصی طور پر بچوں کی نشوونما کے مسائل پیدا ہوں گے۔

کوئی میڈیا ہاؤس اس بات کی کیسے گارنٹی دے سکتا ہے کہ مارکیٹ میں فروخت ہونے والا ہر قسم کا ہیکچڈ دودھ معیاری اور بہترین ہے۔ اسی طرح ایسا بھی نہیں کہا جاسکتا کہ مارکیٹ میں ہر قسم کا تازہ دودھ غیر معیاری یا مضرت ہے۔ مارکیٹ میں تازہ دودھ کی بھی ڈیمانڈ ہے جبکہ ہیکچڈ دودھ کی بھی ڈیمانڈ موجود ہے۔ اب یہ کنزیومر پر چھوڑ دینا چاہئے کہ اس نے اپنی ضرورت کے مطابق

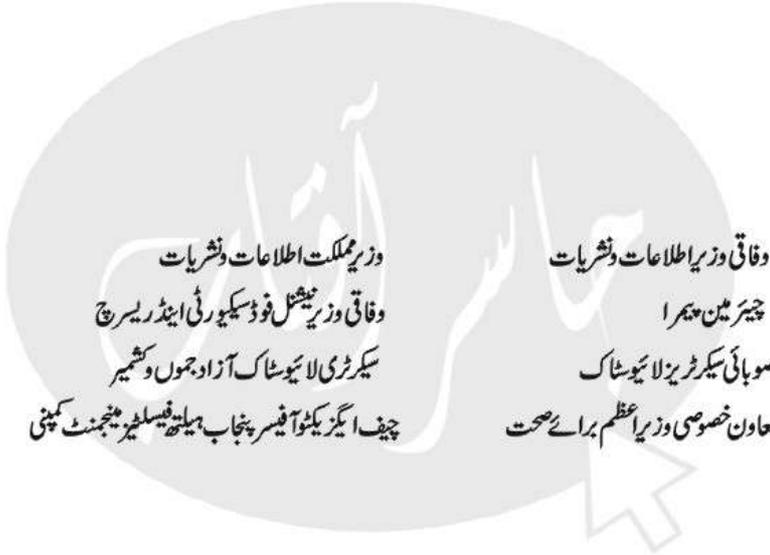
تازہ دودھ کا انتخاب کرنا ہے یا پیکچڑ دودھ کا۔ ہر کسی کو حق ہے کہ وہ اپنی پروڈکٹ کی تشہیر کرے لیکن یہ ہرگز مناسب نہیں کہ مختلف حربوں سے عوامی آگاہی کے نام پر سرمایہ دار طبقہ اپنی پروڈکٹ کی غریب کی پروڈکٹ کے مقابلے میں تشہیر کروائے۔ تازہ دودھ کے خلاف عوامی آگاہی مہم کے نام پر اشتہاری مہم چلانا تو بہت آسان ہے کیونکہ یہ غریب اور کمزور کی پروڈکٹ ہے۔ کیا ایسا ممکن ہے کہ پیکچڑ دودھ کے خلاف بھی اسی طرح کی مہم چلائی جاسکے؟

اگر کسی میڈیا ہاؤس کو دودھ کی کوالٹی کی فکر ہے تو دودھ کی مجموعی کوالٹی، اس کی پنڈنگ، گھر کی سطح پر اس کے بہتر استعمال، اس کی معیاری پروڈکشن اور سپلائی چین کی بہتری کے حوالے سے عمومی آگاہی مہم چلائے، مگر کسی مخصوص پروڈکٹ کی مشہوری نہ کرے۔ یہ ہرگز مناسب نہیں کہ لوگوں سے کہا جائے کہ وہ پیکٹ والا دودھ ہی استعمال کریں جس کی کوالٹی کے بارے میں بھی حتمی طور پر گارنٹی نہیں دی جاسکتی۔ یہ پبلک پر چھوڑ دیا جائے کہ انہوں نے مارکیٹ سے کس قسم کی پروڈکٹ خریدنی ہے۔

گزارش ہے کہ اس اشتہاری مہم کا نوٹس لیا جائے اور انکو اتری کر دوائی جائے کہ اس کی فنڈنگ کون کر رہا ہے؟؟ جس نے اپنی پروڈکٹ کی تشہیر کرنی ہے وہ اپنے نام سے کرے، اس کے لئے پبلک سروس میسج کا سہارا نہ لیا جائے۔



ڈاکٹر محمد جاسر آفتاب



کاپی برائے اطلاع:

سیکرٹری ٹوپر ایم منسٹر

چیئر پرسن کمپیشن کمیشن آف پاکستان

صوبائی وزراء لائیو سٹاک

چیئر مین پنجاب فوڈ اتھارٹی

وفاقی وزیر اطلاعات و نشریات

چیئر مین میمر

صوبائی سیکرٹریز لائیو سٹاک

معاون خصوصی وزیر اعظم برائے صحت

وزیر مملکت اطلاعات و نشریات

وفاقی وزیر نیشنل فوڈ سکیورٹی اینڈ ریسرچ

سیکرٹری لائیو سٹاک آزاد جموں و کشمیر

چیئر ایگزیکٹو آفیسر پنجاب، سیلہ فیسلٹی، منجمنٹ کمپنی

سیکرٹری اطلاعات و نشریات

وفاقی سیکرٹری نیشنل فوڈ سکیورٹی اینڈ ریسرچ

انٹیمل ہز بنڈری کمشنر آف پاکستان