© rasailojaraid.com

موثر ابلاغ کے مغربی نظریات اور اسلامی نقطہِ نظر

ڈاکٹر نوید اقبال انصاری
اسسٹنٹ پروفیسر، شعبۂ ابلاغ عامہ، جامعہ کراچی، کراچی
محمد اسامہ شفیق
اسسٹنٹ پروفیسر، شعبۂ ابلاغ عامہ، جامعہ کراچی، کراچی

Abstract

In this article the impact of message on the audience have been studied. The western theorist have different theories about the message and its effect on audience. We analyzed the western theories and the Islamic perspective about message and impact of message. It is very significant that the western theories are based on experiment and observations every theorist emphasizes that, theory is cent percent correct but all the western theories are in contradiction with each other's. On the other hand there is no relevance with the Islamic perspective. Quran and Sunnah discussed the message and its impact with another point of view that is the truthfulness of the message and in the western theories this point of view has never been addressed. For that reason the differences will be discussed under this article.

Key words: Media, Audience, Communication

قرآن واحادیث کا مطالعہ کیا جائے تو کسی بھی ابلاغ کے موثر ہونے کی شرائط مخصوص نظر آتی ہیں جبکہ موجودہ خاص کر مغربی ماہرین ابلاغ کا اس سلسلے میں جائزہ لیں تو معلوم ہوتا ہے کہ نہ صرف ان کے بے شمار نظریات ہیں بلکہ یہ ایک دوسرے سے خاصہ تضاد بھی رکھتے ہیں۔

ابلاغ کے لوگوں پر اثرات سے متعلق مختلف ماہرینِ ابلاغیات کے مختلف نظریات ہیں جن میں بندوق کی گولی کا نظریہ،

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

انجکشن کی سوئی کا نظریہ، پیش ترتیبی کا مفروضہ، عمرانی درجات و عمرانی تعلقات کا نظریہ، ثقافتی اقدار کا نظریہ، افادہ اور تسکین کا تصور، اثرات اور بے اثری کے نظریات، تشدد کے نظریات، مشاہداتی اکتسابی کا نظریہ، استحکام کا نظریہ، رویے میں تبدیلی کے مختلف نظریات، نظریہ نفوذ اور نظریہ مظہریت پسند وغیرہ شامل ہیں۔

بندوق کی گولی اور انجکشن کی سوئی کے نظریہ کے مطابق پریس، بندوق سے نکلنے والی کسی گولی کی طرح ٹھیک اپنے نشانے پر پہنچتا ہے اور جس طرح ایک سوئی جسم میں داخل ہو کر دوا کو فوری طور پر پورے جسم میں شامل کر دیتی ہے بالکل ویسے ہی ذرائع ابلاغ لوگوں پر اپنے اثرات ڈال دیتے ہیں۔ اسی حقیقت کے تناظر میں 'بندوق کی گولی' اور 'انجکشن کی سوئی' کا نظریہ وجود میں آیا۔ اس نظریے کا بنیادی تصور یہ ہے کہ ذرائع ابلاغ جو کہے لوگ اس پر یقین کریں کہ وہ درست ہے۔ پہلی جنگِ عظیم کے فوراً بعد کا زمانہ اتحادیوں اور محوری طاقتوں کے مابین زبردست پروپیگنڈے کا زمانہ تھا۔ نازیوں اور کمیونسٹوں نے عوام کو بے حد خوف زدہ اور دہشت زدہ کیا۔ اس زمانے میں ابلاغِ عامہ کے نظریات عام طور پر پریس کی قوت کے تصور پر مبنی تھے۔ انھی تصورات میں بندوق کی گولی اور انجکشن کی سوئی کا نظریہ بھی شامل ہے۔(۱)

پیش ترتیبی نظریے کے مطابق لوگوں کے ذہن میں کسی خاص موضوع کو اس طرح نمایاں کر دینا ہے کہ لوگ بے شمار موضوعات کی موجودگی کے باوجود اپنی توجہ محض ایک ہی موضوع پر مرتکز کیے رہتے ہیں۔ گویا کسی ایک موضوع کو لوگوں میں مقبولیت کا درجہ حاصل ہوتا جاتا ہے۔ بالالفاظ دیگر ذرائع ابلاغ کے اس تصور کے تحت لوگوں کے ذہنوں کو یہ تو مجبور نہیں کیا جا سکتا کہ وہ کس موضوع کے بارے میں کس زاویے سے سوچیں البتہ یہ ضرور ممکن ہے کہ وہ کس موضوع پر سوچیں گویا لوگ اصل مسئلہ کو بھول کر صرف ذرائع ابلاغ پر پیش کیے جانے والے مسئلہ کو ہی اپنا حقیقی مسئلہ سمجھ بیٹھتے ہیں۔(۲)

ثقافتی اقدار کے نظریے کے تحت ذرائع ابلاغ رائے عامہ کی تبدیلی، میں نئی اقدار کی تخلیق اور موجودہ طرز عمل میں انقلاب کے ذریعے نئے ثقافتی رجحانات پیدا کرتے ہیں اور لوگوں کی سوچ و پسند اور مزاج میں بھی تبدیلیاں لاتے ہیں۔ اس نظریے کی بنیاد یہ ہے کہ اگر پیشگی ترتیب کے نظریے کے تحت ذرائع ابلاغ کے پروگرام ترتیب دیے جائیں تو یقیناً یہ لوگوں کی ثقافتی اقدار کی تبدیلی کا باعث ہوگا البتہ یہ طے نہیں کیا جا سکتا ہے کس تیزی اور کسی شرح سے یہ تبدیلی واقع ہوگی۔(۳)

افادہ اور تسکین کے تصور کے تحت ذرائع ابلاغ میں لوگوں کو اپنی ضرورتوں کی تسکین اور ذاتی مقاصد کی تکمیل کسی حد تک ہوتی نظر آتی ہے۔ Lund Berg اور Hulten کے مطابق افادہ اور تسکین کی نہج کا انحصار کئی مفرضوں پر مشتمل ہے مثلاً یہ کہ لوگ ذرائع ابلاغ سے متحرک ہونے کی بناء پر اپنی ضرورتوں کی تکمیل کے لیے خاص قسم کے مافیہات (Contants) کا انتخاب کرتے ہیں یا لوگ اچھی طرح جانتے ہیں کہ ذرائع ابلاغ کس طرح ان ضرورتوں کی تکمیل کر سکتے ہیں یا لوگ جب کسی شے کا انتخاب کرتے ہیں تو اُس کے پیچھے ذرائع ابلاغ کا ہاتھ کارفرما ہوتا ہے۔(۴)

تشدد کے نظریات کے تحت ٹی وی پرگراموں میں شامل تشدد کے مناظر دیکھنے والوں کی شخصیت پر بھی کچھ ایسا ہی اثر مرتب کرتے ہیں۔ اس سلسلے میں مغرب میں کی گئی تحقیقات کے نتائج سے اخذ کیا گیا کہ تشدد کے پروگرام اور ناظرین میں گہرا تعلق پایا جا

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

تا ہے۔ یہ نتیجہ بھی اخذ کیا گیا کہ لوگوں کی عام زندگی میں نا کامیوں اور مایوسیوں نے بالآخر جارحانہ رویے کی شکل اختیار کی جب ٹی وی پر گراموں نے جن میں تشدد کے مناظر شامل تھے انھیں اس اظہار کا موقع فراہم کیا۔(۵)

جارحانہ تنبیہات کے نظریے کے تحت ٹی وی پر گراموں سے تشدد کا اظہار افراد میں فعالیاتی اور جذباتی جوش کو اُبھارتا ہے جو جارحانہ ردِعمل پیدا کرتا ہے۔ نظریے کے مطابق انفرادی عدم مطابقت اور ترجیحی ادراک کا تصور اس نظریے کی بنیاد ہے۔(۶)

مشاہداتی اکتساب کا نظریہ پیش کرنے والوں کے مطابق ناظرین ٹیلی ویژن پر گراموں کے ذریعے جارحانہ طرزِ عمل سیکھ سکتے ہیں اور ان کے کرداروں کی متشدد خصوصیات اختیار کر سکتے ہیں جنھیں وہ تشدد کرتے ہوئے اسکرین پر دیکھتے ہیں۔ باالفاظ دیگر پُر تشدد مناظر سے بھر پور پورگراموں سے دیکھنے والوں کو تشدد کرنے کی ترغیب ملتی ہے اور اُن کے جارحانہ رویے میں اضافہ ہوتا ہے۔(۷)

نظریہ استحکام کے پیش روکا کہنا ہے کہ پرتشدد پرگراموں سے ناظرین میں پہلے سے موجود تشدد کے جذبات اور تصورات استحکام ملتا ہے البتہ اُن میں اضافہ نہیں ہوتا۔(۸)

رویے میں تبدیلی سے متعلق ''وقوفی موافقت'' کا نظریہ کئی ماہرین نے پیش یا جن میں لازرمسفیلڈ (Lazarsfeld)، جوزف کلیپر (Joseph Klapper) اور ڈی فلیور (De Fluer) شامل ہیں۔ ان ماہرین نے اپنی تحقیقات سے یہ نتیجہ اخذا کیا کہ لوگ ذرائع ابلاغ کے پیغامات کو اپنے اردگرد کے عقائد اور اقدار سے ہم آہنگ دیکھنا چاہتے ہیں وہ ایسے پیغامات کو قبول کرنے سے گریز کرتے ہیں جو ان کے عقائد واقدرد سے ہم آہنگ نہ ہوں گو یا وہ اپنے موجودہ نظریات کو بچانے کی کوشش کرتے ہیں۔(۹)

وقوفی عدم موافقت نظریے کو لیئن فیسٹینگر (Leon Festinger) نے پیش کیا۔ اس نظریے کے تحت وہ اطلاعات جو فرد کے پہلے سے اختیار کردہ عقائد سے ہم آہنگ نہ ہوں فرد میں عدم موافقت پیدا کر دیتی ہے جس کو وہ لازماً دُور کرنا چاہتا ہے۔ مثلاً ایک شخص جو سگریٹ پیتا ہے اُسے معلوم ہے کہ یہ عمل صحت کے نقطۂ نظر سے درست نہیں ہے تاہم وہ سگریٹ پینا نہیں چھوڑتا بلکہ اس عدم موافقت کر دُور کرنے کے لیے وہ مختلف قسم کے دلائل (تسلی کے لیے) اکٹھے کر لیتا ہے مثلاً وہ یہ کہتا ہے کہ جناب اس سے ہاضمہ دُرست ہو جاتا ہے لہٰذا میں صرف ہاضمے کی درستگی کے لیے سگریٹ پیتا ہوں۔(۱۰)

ترجیحی انتخاب نظریہ کے مطابق لوگ ایسے ابلاغی پیغامات پر جلد توجہ دیتے ہیں جو ان کے پہلے ہی اختیار کردہ رویوں اور مفادات کے مطابق ہوں لیکن وہ ایسے پیغامات کو قبول کرنے سے پرہیز کرتے ہیں جن سے عدم موافقت پیدا ہوتی ہو۔ لازرمسفلیڈ، بیریلیسن اور گاڈٹ نے بھی اپنے مطالعے سے یہی نتائج اخذ کیے ہیں۔(۱۱)

نظریہ ترجیحی یادداشت کے تحت لوگ ایسی معلومات کو جلد ذہن نشین کر لیتے ہیں یا زیادہ عرصے تک یاد رکھتے ہیں جو ان کے رویوں اور مفادات سے موافقت رکھتی ہوں۔ ایک شخص کسی پیغام کا ترجیحی انتخاب کرتا ہے اس کا ادراک کرتا ہے اس مرحلے کے بعد وہ پیغامات جو اُس کے خیالات سے بہت زیادہ ہم آہنگ ہوتے ہیں وہ جلد ذہن میں محفوظ ہو جاتے ہیں جب کہ دیگر دوسرے

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

پیغامات مندمل ہو جاتے ہیں۔اس طرح پیغامات شعور سے لاشور اور تحت الشعور تک چلے جاتے ہیں اور وقتِ ضرورت دربارہ ذہن میں یادداشت کے طور پر آجاتے ہیں۔(۱۲)

ترجیحی ادراک کے نظریے کے تحت بعض افراد پیغامات وصول کرنے کے بعد اس سے اپنے خیالات کے مطابق نتیجہ اخذ کر لیتے ہیں۔فرض کریں ایک گلاس میں پانی موجود ہے۔ایک شخص کہتا ہے کہ آدھا گلاس بھرا ہے جب کہ دوسرا شخص کہتا ہے کہ آدھا گلاس خالی ہے، یوں ایک ہی موضوع اور ایک ہی پیغام کے بارے میں لوگوں کے ادراک کے مختلف ہوتے ہیں۔(۱۳)

ترجیحی عمل کے نظریے کے تحت رویے میں تبدیلی شعوری عمل کے تحت بھی ہوتی ہے، ذرائع ابلاغ سے بے شمار پیغامات جاری رہتے ہیں جب کہ پیغامات زیادہ پُرکشش ہوں یا پیغام وصول کنندہ کے خیالات،نظریات،عقائد اور پسند و ناپسند سے تعلق رکھتے ہوں وہ ان پر عمل کرتے ہیں اور دیر تک یاد بھی رکھتے ہیں۔بالالفاظ دیگر ایسے پیغامات جو وصول کنندہ کے خیالات سے مطابقت نہیں رکھتے یا جو کہ ان کے نظریات کے برعکس ہوں اُنہیں یاد رکھنا یا اُن پر عمل کرنا لوگون کے لیے قابلِ قبول نہیں ہوتا۔اس کی ایک مثال یہ دی جاتی ہے کہ ایک شخص کے سامنے اخبار کی بے شمار خبریں موجود ہوتی ہیں لیکن وہ تمام خبروں کو نہیں پڑھتا صرف اُنھی خبروں کو پڑھتا اور یاد رکھتا ہے جو اُس کے نظریات،عقائد اور پسند کے دائرے میں آتی ہیں، باقی خبروں کو ایک نظر ڈال کر چھوڑ دیتا ہے، اسی طرح اخبارات کے صفحے بھی پلٹ کر آگے بڑھ جاتا ہے۔(۱۴)

مندرجہ بالا مفکرین کے ابلاغ کے اثرات سے متعلق خیالات میں مختلف زاویے پائے جاتے ہیں جس کی بنیاد ان کے مشاہدے اور تحقیقات ہیں تاہم دینِ اسلام میں قرآن وحدیث کے حوالے سے جو رہنمائی ملتی ہے وہ بڑی دوٹوک اور واضح ہے جس میں کسی قسم کا کوئی ابہام نہیں گو کہ یہ اللہ تعالیٰ کے پیغام کے حوالے سے ہیں۔ان تعلیمات میں واضح طور پر بتایا گیا ہے کہ جب اللہ کا پیغام لوگوں تک پہنچایا جاتا ہے تو کن لوگوں پر اس کا مثبت اثر ہوتا ہے اور کن لوگوں پر اس کا بالکل ہی اثر نہیں ہوتا۔جن لوگوں پر اثر ہوتا ہے یعنی اللہ کے پیغام کا موثر اثر ہوتا ہے وہ وہی ہوتے ہیں جو قطعی آزادانہ طور پر درست راستہ کا انتخاب کرنا چاہتے ہیں چنانچہ ایسے لوگوں کے پاس اللہ کے پیغمبر و رسول سے منہ زبانی پیغام پہنچے یا کسی اور مبلغ کی طرف سے یا کسی اور ذریعے سے تحریری شکل میں پہنچے،ان پر اس پیغام یعنی ابلاغ کا ایسا موثر اثر ہوتا ہے کہ پیغام وصول کرنے والا اپنے پرانے مذہبی وثقافتی نظریات یکسر تبدیل کرنے کا فیصلہ کر لیتا ہے جیسا کہ حضرت علی نے بھی فرمایا کہ دلوں کی کچھ خواہش اور میلانات ہوتے ہیں کسی وقت وہ بات سننے کے لیے تیار رہتے ہیں اور کسی وقت اس کے لیے تیار نہیں رہتے تو لوگوں کے دلوں میں ان میلانات کے اندر سے داخل ہو اور اس وقت اپنی بات کہو کہ جب وہ سننے کے لیے تیار ہوں، اس لیے کہ دل کا حال یہ ہے کہ جب اسے کسی بات پر مجبور کیا جاتا ہے تو وہ اندھا ہو جاتا ہے۔(۱۵)

اس قول سے ظاہر ہو رہا ہے کہ کسی فرد پر کسی بھی ابلاغ کا اثر اس وقت ہی ہوگا کہ جب وہ دل سے اس کو قبول کرنے کے لیے آمادہ ہو نہ کہ پہلے ہی سے مخالفت پر آمادہ ہو، جبکہ موجودہ ابلاغ کے بعض نظریات کے تحت انسان ایسا پیغام سننا ہی نہیں چاہتا یا اس پر کسی ایسے ابلاغ کا قطعی اثر نہیں ہوتا جو پیغام وصول کرنے والے کے پہلے سے موجود فکر و نظریات یا ثقافت کے خلاف ہو۔

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

قرآن وحدیث میں بے شمار جگہوں پر اس سلسلے میں واضح رہنمائی ملتی ہے۔

قرآن کی پہلی سورہ البقرہ آیت ۲ میں ارشاد ہوتا ہے:

''اس کتاب (کے اللہ کی کتاب ہونے) میں کوئی شک نہیں، پرہیزگاروں کو راہ دکھانے والی ہے''۔

اس آیت کی تفسیر میں کہا گیا ہے کہ ویسے تو یہ کتاب الٰہی تمام انسانوں کی ہدایت و رہنمائی کے لیے نازل ہوئی ہے، لیکن اس چشمہء فیض سے سیراب صرف وہی لوگ ہوں گے جو آب حیات کے متلاشی اور خوف الٰہی سے سرشار ہوں گے، جن کے دل میں مرنے کے بعد اللہ تعالیٰ کی بارگاہ میں کھڑے ہو کر جواب دہی کا احساس اور جن کے اندر ہدایت کی طلب، یا گمراہی سے بچنے کا جذبہ ہی نہیں ہوگا تو انہیں ہدایت کہاں سے اور کیوں کر حاصل ہو سکتی ہے؟ (۱۶)

سورہ یونس کی آیت ۴۲ میں ارشاد باری تعالیٰ ہے کہ:

''اور ان میں سے بعض ایسے ہیں جو آپ کی طرف کان لگائے بیٹھے ہیں کیا آپ بہروں کو سناتے ہیں گو ان کو سمجھ بھی نہ آئے۔''

یعنی ظاہری طور پر یہ قرآن تو سنتے ہیں لیکن سننے کا مقصد چونکہ طلب ہدایت نہیں اس لیے انھیں اس طرح کوئی فائدہ نہیں ہوتا جس طرح ایک بہرے کو فائدہ نہیں ہوتا۔ (۱۷)

اسی طرح سورہ یونس کی آیت ۱۰۱ میں ارشاد ہوتا ہے کہ:

''آپ کہہ دیجیے کہ تم غور کرو کہ کیا کیا چیزیں آسمانوں اور زمین میں ہیں اور جو لوگ ایمان نہیں لاتے ان کو نشانیاں اور دھمکیاں کچھ فائدہ نہیں پہنچاتیں۔''

سورہ الاعراف آیت ۱۰۳ میں ارشاد ہوتا ہے کہ:

''پھر ان کے بعد ہم نے موسیٰ کو اپنے دلائل دیکر فرعون اور اس کے امراء کے پاس بھیجا مگر ان لوگوں نے ان کا بالکل حق ادا نہ کیا۔''

سورہ الاعراف کی آیت ۱۷۹ میں ارشاد باری تعالیٰ ہے:

''اور ہم نے بہت سے جن اور انسان دوزخ کے لیے پیدا کیے ہیں جن کے دل ایسے ہیں جن سے نہیں سمجھ سکتے اور جن کی آنکھیں ایسی ہیں جن سے نہیں دیکھتے اور جن کے کان ایسے ہیں جن سے نہیں سنتے۔ یہ لوگ چوپایوں کی طرح ہیں بلکہ ان سے بھی زیادہ گمراہ ہیں یہی لوگ غافل ہیں۔''

اسی سورہ کی ایک اور آیت ۱۹۸ میں ارشاد ہوتا ہے:

''اور ان کو اگر کوئی بات بتلانے کو پکارو تو اس کو نہ سنیں اور ان کو آپ دیکھتے ہیں کہ گویا وہ آپ کو دیکھ رہے ہیں اور وہ کچھ بھی نہیں دیکھتے۔''

سورہ الاعراف کی مندرجہ بالا آیات میں واضح طور پر بتایا گیا ہے کہ منکرین حق کو اگر چہ کتنے ہی دلائل کے ساتھ سمجھایا جائے

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

یا ان سے کتنا ہی عمدہ ابلاغ کیوں نہ کیا جائے چونکہ وہ منکرین حق ہیں لہٰذا ان پر کسی پیغام یا ابلاغ کا اثر نہیں ہوتا بالکل ویسے ہی جیسے بہرے اور اندھے کوئی بات سنائے جائے، کچھ دکھایا جائے تو اس پر کسی قسم کا کوئی اثر نہیں ہو۔ مزکورہ بالا قرآنی آیات کے تناظر میں ہم مغربی مفکرین کے پیش کردہ مختلف ابلاغی نظریات کا جائزہ لیں تو معلوم ہوگا کہ ان کے یہ نظریات مثلاً بندوق کی گولی، پیش ترتیبی مفروضہ، ثقافتی اقدار، افادہ تسکین، استحکام، رویئے میں تبدیلی، نفوذ اور نظریہ مظہریت پسند اس کے قطعی برعکس ہیں کیونکہ ان تمام نظریات میں پیغام وصول کرنے والے پر اثرات کا کوئی نہ کوئی زاویہ ضرور موجود ہے جب کہ اللہ تعالیٰ کے احکام کے مطابق منکرین حق پر کسی بھی پیغام کا کوئی اثر نہیں ہوتا چاہے کتنی ہی دلیلوں کے ساتھ پیغام کیوں نہ دیا جائے۔ اس سلسلے میں مذید وضاحت سورہ الاعراف ہی کی آیت ۵۸۔۵۷ میں اس طرح ملتی ہے۔

''پھر اس بادل سے پانی برساتے ہیں پھر اس پانی سے ہر قسم کے پھل نکالتے ہیں یوں ہی ہم مردوں کو نکال کھڑا کریں گے تاکہ تم سمجھو، اور جو ستھری سرزمین ہوتی ہے اس کی پیداوار تو اللہ کے حکم سے خوب نکلتی ہے اور جو خراب ہے اس کی پیداوار کم نکلتی ہے۔''

حدیث شریف میں مزید وضاحت اس طرح ہے کہ آپ ﷺ نے فرمایا:

''مجھے اللہ تعالیٰ نے جو علم و ہدایت دے کر بھیجا ہے اس کی مثال اس موسلا دھار بارش کی طرح ہے جو زمین پر برستی ہے۔ اس کے جو حصے زرخیز ہوتے ہیں انھوں نے پانی کو اپنے اندر جذب کر کے چارہ اور گھاس خوب اگایا اور اسکے بعض حصے سخت تھے جنھوں نے پانی تو روک لیا (یعنی اندر جذب نہیں ہوا) تاہم اس سے بھی لوگوں نے فائدہ اٹھایا، خود بھی پیا، کھیتوں کو بھی سیراب کیا اور کاشت کاری کی اور زمین کا کچھ حصہ بالکل چٹیل تھا جس نے پانی روکا اور نہ کچھ اگایا، بس اس شخص کی مثال ہے جس نے اللہ کے دین میں سمجھ حاصل کی اور اللہ نے مجھے جس چیز کے ساتھ بھیجا اس سے اس نے نفع اٹھایا، پس خود بھی علم حاصل کیا اور دوسروں کو بھی سکھایا اور مثال اس شخص کی بھی ہے جس نے کچھ نہیں سیکھا اور نہ وہ ہدایت ہی قبول کی جس کے ساتھ مجھے بھیجا گیا۔'' (۱۸)

سورہ التوبہ آیت ۱۲۵ میں ارشاد ہوتا ہے:

''اور جب کوئی سورت نازل کی جاتی ہے تو بعض منافقین کہتے ہیں کہ اس سورت نے تم میں سے کس کے ایمان کو زیادہ کیا ہے، سو جو لوگ ایمان والے ہیں اس سورت نے ان کے ایمان کو زیادہ کیا ہے اور وہ خوش ہو رہے ہیں اور جن کے دلوں میں روگ ہے اس سورت نے ان میں ان کی گندگی کے ساتھ اور گندگی بڑھا دی اور وہ حالت کفر میں مر گئے۔''

اسی طرح بنی اسرائیل کی آیت ۸۲ میں ارشاد ہے:

''یہ قرآن جو ہم نازل کر رہے ہیں مومنوں کے لیے تو سراسر شفا اور رحمت ہے، ہاں ظالموں کو بجز نقصان

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

کے اور کوئی زیادتی نہیں ہوتی۔''

گویا یہاں بھی مغربی مفکرین کے پیش کردہ مختلف نظریات کے برعکس واضح طور پر کہا گیا ہے کہ اللہ تعالیٰ کی طرف سے جب بھی کوئی پیغام (سورت) آتی ہے تو اس کا مثبت اثر صرف اہل ایمان پر ہی ہوتا ہے اور اس کا انھیں فائدہ بھی پہنچ تا ہے جب کہ منکرین حق اس سے قطعی محروم رہتے ہیں بلکہ اس کے فوائد کو سمجھ نے سے بھی قاصر رہتے ہیں۔

مزید سورہ یوسف کی آیت ۱۰۳ میں ارشاد باری تعالیٰ ہے:

''گو آپ لاکھ چاہیں لیکن اکثر لوگ ایماندار نہ ہونگے۔''

اس آیت کی تفسیر اس طرح بیان کی گئی ہے کہ اللہ تعالیٰ آپ ﷺ کو پچھلے واقعات سے آگاہ فرمارہے ہیں تا کہ لوگ ان سے عبرت پکڑیں اور اللہ کے پیغمبروں کا راستہ اختیار کر کے نجات ابدی کے مستحق بن جائیں لیکن اس کے باوجود لوگوں کی اکثریت ایمان لانے والی نہیں ہے کیونکہ وہ گذشتہ قوموں کے واقعات کو سنتے تو ہیں لیکن عبرت پزیری کے لیے نہیں، صرف دلچسپی اور لذت کے لیے، اس لیے وہ ایمان سے محروم رہتے ہیں۔(۱۹)

یہاں ایک بات اور واضح ہوتی ہے کہ اللہ تعالیٰ کے پیغام کا اثر، پیغام وصول کرنے والوں کی اکثریت پر نہیں بلکہ اقلیت پر ہوتا ہے گویا پیغام اگر حق پر مبنی ہو تو کسی بھی مغربی نظریہ ابلاغ کے برعکس اقلیت پر ہی مثبت اثر مرتب کرے گا کیونکہ اکثریت کبھی بھی عبرت پکڑنے یا حق کو تسلیم کرنے پر تیار نہیں ہوتی۔ اسلامی ابلاغ کا یہ پہلو مغرب کے کسی بھی نظریہ ابلاغ میں موجود نہیں ہے۔

مزید سورہ الکھف کی آیت نمبر ۵۷ دیکھیے:

''بے شک ہم نے ان کے دلوں پر پردے ڈال دیئے ہیں کہ وہ اسے (نہ) سمجھیں اور ان کے کانوں میں گرانی ہے گو تو انھیں ہدایت کی طرف بلاتا رہے لیکن یہ کبھی بھی ہدایت نہیں پائیں گے۔''

تفسیر، یعنی ان کے ظلم عظیم کی وجہ سے کہ انھوں نے رب کی آیات سے اعراض کیا اور اپنے کرتوتوں کو بھولے رہے، ان کے دلوں پر ایسے پردے اور ان کے کانوں پر ایسے بوجھ ڈال دیئے گئے ہیں جس سے قرآن کا سمجھنا، سننا اور اس سے ہدایت قبول کرنا ان کے لیے ناممکن ہو گیا ہے۔ ان کو کتنا بھی ہدایت کی طرف بلالو یہ کبھی بھی ہدایت کا راستہ اپنانے کے لیے تیار نہیں ہوں گے۔

مذکورہ پیغام الٰہی کے مطابق موثر ابلاغ سے متعلق مغربی نظریات کی کوئی قسم بھی کارگر نظر نہیں آتی، ان میں سے کسی بھی نظریہ کے تحت کتنی ہی کوشش کیوں نہ کر لی جائے منکرین حق پر کسی طرح اللہ کے پیغام کا اثر نہ ہوگا۔

مزید سورہ الانبیاء کی آیت ۴۵ اور اس کی تفسیر ملاحظہ کیجئے:

''کہہ دیجئے! میں تو تمھیں اللہ کی وحی کے ذریعے آگاہ کرتا ہوں مگر بہرے لوگ بات نہیں سنتے جبکہ انھیں آگاہ کیا جائے۔''

تفسیر:

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

''یعنی قرآن سنا کر انھیں وعظ و نصیحت کر رہا ہوں اور یہی میری ذمے داری اور منصب ہے لیکن جن لوگوں کے کانوں کو اللہ نے حق سننے سے بہرا کر دیا، آنکھوں پر پردہ ڈال دیا اور دلوں پر مہر لگا دی ان پر اس قرآن کا اور وعظ و نصیحت کا کوئی اثر نہیں ہوتا۔''(۲۰)

ایسا نہیں ہے کہ اللہ تعالیٰ نے پیغام کو موثر بنانے کے لیے حکمت استعمال نہ کی ہو یا اپنانے کی ہدایت نہ کی ہو، مثلاً سورہ طٰہٰ آیت ۴۳۔۴۴ میں ارشاد ہوتا ہے:

''تم دونوں فرعون کے پاس جاؤ، اس نے بڑی سرکشی کی ہے۔ اسے نرمی سے سمجھاؤ کہ شاید وہ سمجھ لے یا ڈر جائے۔''

بے شک اللہ تعالیٰ دلوں کے حال بھی جانتا ہے اور یہ بھی جانتا ہے کہ کل کیا ہوگا، کونسا بندہ اس کے حکم کی خلاف ورزی کرے گا اس کے باوجود ابلاغ کو موثر بنانے کے لیے مذکورہ آیت میں اللہ تعالیٰ نے فرعون جیسے سرکش کو بھی پیغام دینے کا وہ طریقہ بتایا جو سب سے بہتر ہے۔ مزید سورہ النحل کی آیت ۱۲۵ دیکھئے:

''اپنے رب کی راہ کی طرف لوگوں کو حکمت اور بہترین نصیحت کے ساتھ بلائیے اور ان سے بہترین طریقے سے گفتگو کیجئے۔''

اس آیت میں تبلیغ و دعوت (ابلاغ) کے اصول بیان کیے گئے ہیں جو حکمت، موعظہ حسنہ اور مفق و ملائمیت پر مبنی ہیں۔(۲۱)

یوں اللہ تعالیٰ نے اپنے پیغام کو موثر بنانے کے لیے تمام اہم شرائط سے بھی آگاہ کر دیا اور یہ بھی ظاہر کر دیا کہ ان شرائط کو اپنانے سے اللہ تعالیٰ کا پیغام اپنا اثر پیغام وصول کرنے والے پر صد فی صد مرتب کرتا ہے البتہ صرف لوگوں کی ان تعداد پر جو واقعی حق اور سچ کی تلاش میں ہوتے ہیں اور پہلے سے مخالفت کرنے کے لیے تیار نہیں بیٹھے ہوتے۔ ایسے لوگوں تک جب پیغام پہنچتا ہے تو پھر کسی پیش ترتیبی نظریئے کی ضرورت نہیں رہتی کہ پیغام وصول کنندہ اس نظریئے کی رو سے متاثر ہو کر پیغام کا اثر قبول کرے، نہ ہی کسی ثقافتی اقدار کے نظریئے کی محتاجی رہتی ہے کہ ثقافتی تبدیلی کو مخصوص حالات میں تسلیم کرے بلکہ وہ خود ایک بڑی ثقافتی تبدیلی کو بھی قبول کر لیتا ہے جیسا کہ اسلام کا پیغام قبول کرنے والوں کی زمانہ جاہلیت کی تمام ثقافتی قدریں یکسر تبدیل ہو گئیں۔ اسی طرح نہ ہی ترجیہی انتخاب، ادراک اور یاداشت کے نظریے کی ضرورت رہتی ہے نیز ترجیہی عمل کا نظریہ بھی ایک طرف رہ جاتا ہے اور پھر کوئی نظریہ کار گر ہوتا ہے تو وہ اللہ تعالیٰ کے پیغام پر من و عن عمل کرنے کا ہوتا ہے۔

علاوہ ازیں اگر پیغام وصول کرنے والے منکرین حق ہوتو پھر مغربی و جدید عصر کے مفکرین و ماہرین ابلاغیات کے پیش کردہ مذکورہ تمام نظریات بے اثر و ناکام ہو جاتے ہیں مگر اللہ تعالیٰ کے پیغام کا، پیغام وصول کرنے والوں پر کسی قسم کا کوئی اثر نہیں ہوتا۔

مغربی نظریات میں پیغام کے حق یا سچا ہونے کے حوالے سے کوئی ذکر نہیں ملتا بلکہ کسی بھی پیغام خواہ وہ حق ہو یا نہ ہو، پیغام وصول کنندہ پر اثرات سے متعلق مختلف نظریات ہیں جبکہ اسلامی نقطۂ نظر سے (جس کی قرآن و حدیث میں بڑی واضح بات کی گئی ہے) قطعی طور پر یہ بتایا گیا ہے کہ دین اسلام کے بتائے ہوئے راستے پر (پیغام وصول ہونے کے بعد) وہی لوگ آتے ہیں جو اچھے اور

© rasailojaraid.com

© rasailojaraid.com

برے کی تمیز رکھتے ہوں، اچھائی کو اختیار کرنے کی خواہش بھی رکھتے ہوں، ایسے ہی لوگوں پر اللہ تعالیٰ اپنے پیغام کا بھرپور مثبت اثر ڈالتا بھی ہے اور جو دل سے حقیقت کو سمجھنے کو تیار نہ ہوں، اچھائی کو اپنانے کی خواہش نہ رکھتے ہوں ان پر اللہ تعالیٰ کے پیغام کا کوئی اثر نہیں پڑتا بلکہ اللہ تعالیٰ انھیں اور ڈھیل دے دیتا ہے جس کے بعد ایسے لوگوں کو برائیوں کے پیغامات میں زیادہ لذت اور فائدہ نظر آتا ہے اور اسی کے پھر اثرات ان پر مرتب بھی ہوتے ہیں یوں قرآن کے مطابق وہ حق کے مخالف پیغامات کے اثرات میں گھیرتے چلے جاتے ہیں، لہٰذا اگر یہ کہا جائے تو غلط نہ ہوگا کہ مغربی مفکرین کی جانب سے مشاہدات و تجربات کے بعد جو نظریات پیش کیے گئے ہیں ان میں حق اور ناحق کی کوئی تفریق نہیں ہے نہ ہی انھیں اس حوالے سے کوئی سمجھ ہے کہ پیغام کے موثر اثرات کے حوالے سے حق اور سچائی کی بھی کوئی اہمیت ہوتی ہے۔

حوالہ جات

۱۔ Graths.Jwett:1992,"Propaganda and Persuasion" II Edition, Sage Publicatio, New Dehli.

۲۔ Philip M. Taylor: 1999,"War and the Media propaganda and persuasion in the Gulf war",Manchester and New York, Manschaster University Press

۳۔ ابلاغیات، ۱۹۸۶، شعبہ ابلاغ عامہ جامعہ کراچی

۴۔ نظریات ابلاغ، ۱۹۹۸، شعبہ ابلاغ عامہ جامعہ کراچی

۵۔ ایضاً

۶۔ Godwine, CHU,1001,"Social Impact of Satelite Television in Rural Indonesia" AMIC,Singapore.

۷۔ نظریات ابلاغ، محولا بالا ۸۔ ابلاغیات، محولا بالا ۹۔ نظریات ابلاغ، محولا بالا

۱۰۔ Tony Schwotz:1083,"Media:The Second God",New York

۱۱۔ See above, Graths.Jwett

۱۲۔ Ibid,

۱۳۔ نظریات ابلاغ، محولا بالا ۱۴۔ ابلاغیات، محولا بالا

۱۵۔ ندوی، مولانا، جلیل احسن، راہ عمل، ص ۲۴۹، اکتوبر ۲۰۰۲، اسلامک پبلیکیشن پرائیویٹ لمیٹڈ، لاہور

۱۶۔ شاہ فہد قرآن کریم پرنٹنگ، المدینۃ المنورہ، ص ۹ ۱۷۔ شاہ فہد قرآن کریم پرنٹنگ، ص ۵۷۵، محولا بالا

۱۸۔ صحیح بخاری، کتاب العلم، باب الفصل من علم وعلم

۱۹۔ تفسیر شاہ فہد قرآن کریم، سعودیہ، ص ۶۷۳

۲۰۔ ایضاً، ص ۸۹۴ ۲۱۔ ایضاً، ص ۷۸۳

© rasailojaraid.com