

Research Journal Ulum-e-IslamiaJournal Home Page: <https://journals.iub.edu.pk/index.php/Ulum.e.Islamia/index>

ISSN: 2073-5146(Print)

ISSN: 2710-5393(Online)

E-Mail: muloomi@iub.edu.pk

Vol.No: 29, Issue:02. (January-June) 2022

Published by: Department Islamic Studies, The Islamia University of Bahawalpur

ذرائع ابلاغ کے نفسیاتی اثرات، تعلیمات اسلامی کی روشنی میں**Psychological Effects of Mass Media in the Light of Islamic Teachings****Farzana Shaheen**

Phd Scholar, Department of Islamic Studies, University of Balochistan, Quetta

Email: manahilahmed06@gmail.com

Dr. Jahanzeb Rana

Assistant Professor Islamic studies Isra University, Hyderabad, Sindh

Email: hafizjahanzaibrana@gmail.com

Prof. Dr. Sahibzada Baz Muhammed

Chairman Department of Islamic Studies University of Balochistan

Email: msahibzada8@gmail.com

Human nature requires that they convey their thoughts and feelings to others. The process of transmitting their thoughts and ideas through conversation is called communication. Modern media is the life of any society and civilization, which is the collective mood of any society. plays an important role in distorting and beautifying. Communication has become a part of our life. Experts have proven from preliminary research that mass media, if used with regular planning, have the power to make people Message through psychological and emotional movements

That they prepare people to accept the message through psychological and emotional movements, after that their behavior and reaction will be the same as the goal of the communicator. The most influential things are cartoons and video games. Television programs or movies that show scenes of fighting, violence, riots, killings, etc. have a great influence on children and lead to aggressive behavior. Produce Where Islam has laid down the principles of every aspect of life, there is the mass media.-

Key words: Media, psychological and emotional movements, behavior and reaction

تعارف:

یہ انسانی فطرت کا تقاضا ہے کہ جو خیالات، خواہشات، احساسات اس کے دل میں جنم لیتے ہیں وہ لفظوں کے ذریعے انہیں دوسروں تک پہنچانا چاہتا ہے۔ ان کا اظہار کرنا چاہتا ہے، اپنے خیالات، محسوسات اور خواہشات کا اظہار ابلاغ کہلاتا ہے۔ اپنے خیالات اور نظریات گفتگو کے ذریعے منتقل کرنے کے عمل کو ابلاغ کہتے ہیں۔ تاہم ابلاغ کے لئے یہ ضروری نہیں کہ اس کے لئے لفظ ہی استعمال کئے جائیں۔

آرٹسٹ اپنے خیالات کا اظہار رنگوں کے ذریعے کرتا ہے اداکار اپنے جذبات کا اظہار چہرے کے تاثرات اور جسمانی جذبات سے کرتا ہے۔ ضروری نہیں کہ پیغام کی ترسیل کیلئے الفاظ کا سہارا لیا جائے، بلکہ اشارہ، خاکہ، تصویر، کو بھی پیغام کے اظہار کیلئے استعمال کریں گے تو یہ ابلاغ ہی ہو گا۔ غرض ابلاغ کے عمل کو آگے بڑھانے کے لئے اسے مختلف طریقوں سے اظہار کے ذرائع استعمال کرنا پڑتے ہیں۔ چنانچہ ابلاغ ہی وہ عمل ہے جو معاشرے میں انقلاب برپا کرتے ہیں ابلاغ کی بنا پر معاشروں میں مذہبی، تمدنی، تہذیبی، علمی، سیاسی تغیر پیدا ہوتا ہے۔

ابلاغ کے لغوی معنی:

ابلاغ کا لفظ عربی زبان کے لفظ بلغ سے نکلا ہے۔ جس کے معنی ہیں پہنچانا

معاشرے میں رہتے ہوئے جب انسان اپنے خیالات، نظریات اور احساسات دوسروں تک پہنچاتا ہے تو یہ عمل ابلاغ کہلاتا ہے۔
ابوالفضل عبدالحفیظ بلیاوی کے مطابق

"بلغ" وابلغ الیہ، پہنچانا، بلغ عندالرسا لئالی القوم، پیغام رسانی کرنا" 01

انسائیکلو پیڈیا برائینیکا کے مطابق ابلاغ یعنی (Communication) کی تعریف کچھ اس طرح سے ہے۔

"Communication derives from the Latin word "Communicate," Means to make common to save, to import to transmit.02

جس کے معنی ہیں communication انگریزی زبان میں ابلاغ کا مترادف لفظ

"The imparting, convey, or exchange of ideas, knowledge, Information etc.(whether by speech, writing or sings).03

The world Book of Encyclopedia میں ابلاغ کی تعریف اس طرح کی گئی ہے۔

"Gestures, sound, pictures and word have been from ages the basic means of passing along ideas, feelings and from One person to another.04

ابلاغ عامہ کا اصطلاحی مفہوم:

اصطلاحاً ابلاغ سے مراد دوسروں سے بات چیت، ان پر اپنا مطلب واضح کرنے اور اپنے خیالات و تصورات کو ان تک پہنچانا ہے۔05

The world book encyclopedia ابلاغ عامہ کی تعریف ان الفاظ میں کی گئی ہے۔

"Modern journalism was very mean of communication to report the news of the world to newspaper, magazines and the news of the Radio and television network"06

Introducing to mass communication کے مصنف لکھتے ہیں۔

"Communication is the act of transmitting ideas and attitude from one person to another" 07

ابلاغ قرآنی آیات کی روشنی میں:

فَاعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا 08

"ان سے تعرض مت کرو، انہیں سمجھاؤ اور ایسی نصیحت کرو جو ان کے دلوں میں اتر جائے۔"

اردو میں لفظ ابلاغ بھی قرآن سے اخذ کردہ ہے۔
رسول کریم ﷺ کو حکم ہوا

09 إِنَّ اللَّهَ يَضْطَفِي مِنَ الْمَلَائِكَةِ رُسُلًا وَمِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ بَصِيرٌ
"اللہ تعالیٰ فرشتوں میں سے پیغام
پہنچانے والوں کو چن لیتا
ہے اور آدمیوں میں سے بھی،
بلاشبہ اللہ تعالیٰ سننے والا دیکھنے
والا ہے۔"

رسول کریم ﷺ کو حکم ہوا

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ
رِسَالَاتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

10

"اے رسول! آپ پہنچا دیجئے جو کچھ آپ کے رب
کی طرف سے آپ پر نازل کیا گیا، اور اگر آپ نے
ایسا نہ کیا تو آپ نے اللہ کا پیغام نہ پہنچایا، اور
لوگوں سے اللہ آپ کی حفاظت فرمائے گا، بے شک
اللہ کافر لوگوں کو راہ نہیں دکھائے گا۔"

اس کے علاوہ قرآن کریم میں ابلاغ کیلئے مختلف الفاظ استعمال ہوئے ہیں، مثلاً۔ دعوت۔ انداز، تبشیر وغیرہ۔

قرآن کریم میں تقریباً 22 مقامات پر "بلغ" ابلاغ کے معنوں میں استعمال ہوا ہے

گویا ابلاغ سے مراد کوئی اطلاع، کوئی پیغام، یا خیالات دوسروں تک پہنچانے کا عمل ہے۔ اپنے خیالات اور نظریات دوسروں
تک پہنچانا انسان کی فطرت ہے۔ انفرادی سطح پر ہمیشہ سے ابلاغ ذاتی اظہار کا ذریعہ رہا ہے جبکہ اجتماعی سطح پر یہ ایک معاشرتی عمل کا نام
ہے۔ یعنی ابلاغ انسان کی انفرادی ضرورت بھی ہے اور اجتماعی بھی۔

ذرائع ابلاغ کی اہمیت و ضرورت:

زمانہ قدیم میں ذرائع ابلاغ کی ضرورت و اہمیت اس طرح سے نہ تھی لیکن جوں جوں انسان تہذیب معاشرت ترقی کرتی گئی۔
معاشرے سنجیدہ ہوتے گئے اور مختلف ادارے وجود میں آتے گئے۔ علم و تہذیب زینہ بہ زینہ ترقی کرتی گئی انسانی سوچ کا دائرہ وسیع ہوتا
گیا تو ذرائع ابلاغ کی اہمیت بھی بڑھنے لگی۔

دور جدید میں ذرائع ابلاغ کی اہمیت و افادیت ماضی کے مقابلے میں کہیں زیادہ ہے۔ موجودہ دور کی ترقی و خوشحالی سائنسی
تحقیقات و ایجادات، معلومات کو ہم ذرائع ابلاغ ہی کے ذریعے سے حاصل کرتے ہیں۔ موجودہ دور میں ہونے والا کوئی بھی واقعہ یا خبر چند
لمحوں میں انفارمیشن ٹیکنالوجی کے ذریعے عوام تک پہنچ جاتا ہے۔

دنیا بھر کے ذرائع ابلاغ عوام تک معلومات اور خبریں پہنچانے کے لئے چوبیس گھنٹے مصروف عمل ہیں۔ اور کہیں کوئی بھی واقعہ
رونما ہو لے بھر میں اس کی خبر پھیل جاتی ہے۔ اور لوگوں کو متاثر کرتی ہے۔ لوگوں کا زیادہ تر وقت ذرائع ابلاغ کے ساتھ گزرتا ہے۔ اس
نے جہاں زندگی کو سہل، معلومات افزا اور پر لطف بنا دیا ہے وہاں انسانی زندگی کو درپیش آنے والے خطرات مثلاً، طوفان، سیلاب،
بیماریاں و بائیں اور ماحول کی آلودگی جیسے مسائل سے بھی آگاہ کرتا ہے تاکہ پیشگی آنے والے خطرات سے محفوظ رہا جاسکے۔ 11

جدید ذرائع ابلاغ کسی بھی معاشرے اور تہذیب کی جان ہیں جو کہ کسی بھی معاشرے کے اجتماعی مزاج کے بگاڑنے اور
سنوارنے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ذرائع ابلاغ کسی بھی ریاست و معاشرے کی بقا کی حیثیت رکھتے ہیں۔ ذرائع ابلاغ رائے عامہ کے

ترجمان ہوتے ہیں انھی ذرائع ابلاغ کے ذریعے عوام اپنے مسائل کو اجاگر کرتے ہیں۔ اور حقوق سے آگاہی حاصل کرتے ہیں۔ ذرائع ابلاغ کے ذریعے سے ہی سماجی برائیوں کی نشاندہی ہوتی ہے اور ان برائیوں سے ہونے والے معاشرتی نقصانات کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔

ذرائع ابلاغ کے انفرادی و اجتماعی نفسیات پر اثرات:

ذیل میں ذرائع ابلاغ انسانی معاشرے پر ہونے والے انفرادی و اجتماعی اثرات کا جائزہ مختلف زاویوں سے لیتے ہیں۔ واضح رہے کہ یہ اثرات مثبت و منفی ہر دو طرح کے ہو سکتے ہیں۔

1- معاشرہ اور اقدار پر اثرات:

ذرائع ابلاغ کسی بھی قوم کی بقا کی ضامن ہے۔ انھی کے ذریعے کسی بھی قوم کے فکر و مزاج کو تبدیل کیا جاسکتا ہے۔ جہاں یہ انفرادی تسکین کا ذریعہ ہیں۔ وہاں قوم کے اندرونی لگاؤ کے سدھارنے کا کام بھی کیا جاسکتا ہے۔ کیونکہ کسی بھی وعظ و نصیحت کو جب تک دوسروں تک پہنچایا نہ جائے وہ غیر موثر ہی رہتا ہے اور ابلاغ ہی ایسا عمل ہے جس کے ذریعے سے معاشرے کی خوشحالی اور تعلیم و تربیت کو بہتر سمت مہیا کی جاسکتی ہے۔ انسانوں کو کسی خاص نکتہ نظر، مقصد، مؤقف اور نظریے کا قائل کیا جاسکتا ہے۔

ذرائع ابلاغ ہماری زندگی کا حصہ بن گئے ہیں اور ہر فرد کسی نہ کسی طرح ان سے جڑا ہوا ہے ٹی وی، اخبارات، اور انٹرنیٹ خاص کر سماجی رابطے کی ویب سائٹ (سوشل میڈیا) کا ہمہ وقت دخل ہے۔ ذرائع ابلاغ نے ہمارے شب و روز کارخ ہی بدل دیا ہے، اس نے نہ صرف ہمارے ہماری اخلاقی اقدار کو متاثر کیا ہے بلکہ ثقافت، روایات، طرز زندگی ہر چیز کو متاثر کیا ہے، ابتداء میں انسانی نفسیات کے حوالے سے ابلاغ کے اثرات کا جائزہ لیا گیا، اس وقت یہ تصور سامنے آیا کہ ذرائع ابلاغ کے ذریعے ایک ایسی نفسیاتی فضا قائم کی جاسکتی ہے جس میں پیغام وصول کرنے والے مخصوص یا مطلوبہ رد عمل ظاہر ہو سکیں، ماہرین نے ابتدائی تحقیق سے ثابت کیا کہ ذرائع ابلاغ اگر باقاعدہ منصوبہ بندی سے استعمال کئے جائیں تو وہ یہ طاقت رکھتے ہیں، کہ وہ لوگوں کو نفسیاتی اور جذباتی تحریکات کے ذریعے پیغام کو من و عن قبول کرنے پر تیار کر دیں، اس کے بعد ان کا رویہ اور رد عمل وہی ہو گا، جو ابلاغ کار کا مقصد ہے۔ 12

کسی بھی معاشرے میں اعلیٰ اقدار ان کے اعلیٰ نظریات و فکر سے تشکیل پاتے ہیں۔ کسی بھی قوم کے نظریات و فکری سوچ جتنی سچائی اور حقیقت پر مبنی ہوتی اتنی ہی خوبصورت اقدار کی حامل ہوگی۔ ایسی قدریں جس میں عہد کی پاسداری، ایمانداری، رشتوں کا تقدس شرم و حیا، پاکیزگی، ذاتی مفاد کے بجائے اجتماعی مفاد کی ترجیح ہی معاشرے کو خوبصورت بناتے ہیں۔

اس بارے میں ڈاکٹر خالد علوی لکھتے ہیں

"اور اسلامی ثقافت سے مراد اعلیٰ نظریات، بلند نصب العین اور معاشرتی و

اخلاقی قدریں ہیں"۔ 13

ہماری مذہبی اقدار میں عبادت، نماز روزہ، تلاوت، حج، زکوٰۃ ذکر الہی کے علاوہ اسلامی، و اخلاقی اقدار میں شرم و حیا، ایثار و قربانی بڑوں کی عزت، چھوٹوں پر شفقت، حسن اخلاق، پابندی وقت احترام انسانیت، اطاعت، نظم، مریضوں کی عیادت، سادگی،

اعتدال پسندی، سچائی، محبت، اخوت اور اتحاد بین المسلمین وغیرہ شامل ہیں۔ 14

لیکن موجودہ دور میں جس طرح ذرائع ابلاغ نے ہماری سوچ و فکر کو متاثر کیا ہے۔ اس نے ہماری مذہبی دینی سوچ و فکر اور اقدار کو بری طرح نقصان پہنچایا ہے۔ روشن خیالی کے نام پر جس طرح عریانی و فحاشی کو عام کیا ہے اس نے ہماری قومی غیرت و حمیت کا جائزہ نکال دیا ہے۔

ہمارے معاشرے میں ذرائع ابلاغ کے منفی استعمالات نے اسے فحاشی اور عریانی کو فروغ دینے میں بہت کلیدی کردار ادا کیا ہے جس نے حیا و عفت جیسی اخلاقی اقدار کی دھجیاں اڑا دی ہیں۔

رقص و سرور اور ناچ گانا ہر چیز پر غالب آ گیا ہے۔ اسلامی اقدار کی تباہی میں اور معاشرے میں اخلاقی بحران بڑھانے میں جتنا شرمناک کردار ہمارے میڈیانے پچھلے دس سالوں میں ادا کیا ہے شاید ہی کسی نے کیا ہو۔ میڈیا پہلے اخلاقی انار کی پیدا کرتا ہے۔ اور جب کوئی حادثہ ہو جائے تو اسے خوب بڑھا چڑھا کر بیان کرتا ہے۔ 15

ہمارے معاشرے کی بنیاد مخصوص اخلاقی اور روحانی اقدار و روایات پر ہے لیکن جس طرح ہمارا معاشرہ انتشار، افتراق، اخلاقی بے راہ روی، خود غرضی اور مادہ پرستی کا شکار ہو رہا ہے۔ مغرب کی نقالی اور مادہ پرستی کی دوڑ میں ہمارے ذرائع ابلاغ تعمیر کی بجائے تخریب اخلاق اور کردار کی تطہیر اور تزکیہ کے بجائے بے حیائی اور بد چلنی پھیلانے کا باعث بن رہے ہیں۔ بازاری عورتیں ثقافتی عورتوں کا درجہ حاصل کر رہی ہیں، اس سے میراثی ثقافت گھر گھر میں داخل ہو گئی ہے۔

جدید ذرائع ابلاغ کے عوام پر ایسے نظریات مسلط کئے جا رہے ہیں جس سے معاشرے میں منفی رجحان فروغ پا رہا ہے۔ لوگوں کی سوچ کی سوچ و فکر کے دائروں کو تبدیل کیا جا رہا ہے۔ جسکی وجہ سے اسلامی تشخص اور معاشرتی روایات ختم ہوتی جا رہی ہیں۔ پروپیگنڈے کے ذریعے اسلامی شعار کی تحقیر و توہین کی جا رہی ہے۔ جدید ذرائع ابلاغ منفی پروپیگنڈے کا ذریعہ بن گئے ہیں۔ ذرائع ابلاغ کو استعمال کر کے مغرب نے مسلمانوں کو ایسی غلامانہ ذہنیت کا مالک بنا دیا ہے کہ خود ان کی اپنی نظر میں ان کی تہذیب قومی روایات اور نظریہ زندگی بے وقعت ہو کر رہ گئے ہیں۔ انھوں نے ذرائع ابلاغ جیسے خطرناک موثر ہتھیار سے وہ کام لیا جو بڑی سے بڑی فوجی قوت کے استعمال سے بھی ممکن نہیں تھا۔ ہر ایک ایسی نفسیاتی جنگ ہے جو بغیر ہتھیاروں کے کامیابی سے لڑی جا رہی ہے۔

ہماری سوچ و فکر کے دھارے تو یہاں تک تبدیل ہو گئے ہیں۔ کہ ٹی وی ڈراموں سے اشتہارات میں ہر جگہ عورت کو عریاں پیش کر کے اس کے تذلیل کی جا رہی ہے۔ فحش اور بے ہودہ پروگراموں کے ذریعے نوجوان نسل کو ذہنی لوگوں میں فن اور تفریح کے نام پر اداکاروں اور فنکاروں کو آئیڈیل بنا کر پیش کیا جا رہا ہے۔ آج معاشرے میں اہل علم، دانشوروں، اساتذہ، سائنسدانوں اور ادیبوں کی کوئی اہمیت نہیں رہی ان کی جگہ فنکار اور اداکار سیلیبرٹیز کا درجہ حاصل کر رہے ہیں بقول فہمی النجار۔

"ٹیلی ویژن کی نظر میں امت میں موجود اہل علم، انجینئر، ڈاکٹر اور یونیورسٹیوں کے اساتذہ کی کوئی اہمیت اور قدر نہیں ہے۔ اس کے نزدیک تمام اہمیت فنکاروں کو حاصل ہے۔ اور ٹی وی اداکاروں رقصاؤں اور کھلاڑیوں کو فنکار سمجھا جاتا ہے۔ اور شب و روز انھی کی اہمیت کو اجاگر کیا جاتا ہے۔ اور صرف یہی نہیں بڑے اہتمام کے ساتھ بڑے خوشنما اور پرکشش اسلوب میں ان کے انٹرویو بھی نشر کئے جاتے ہیں ان سب کا مقصد یہی ثابت کرتا ہے کہ ٹی وی دیکھنے والی نسل نو کے راہنما اور مقتدا یہی فنکار ہیں"۔ 16

بچوں پر اثرات:

بچے قوم کا اثاثہ اور کسی بھی قوم کا آنے والا کل ہوتے ہیں اور وہی قوم ترقی کر سکتی ہے۔ جس کے دامن میں جسمانی و نفسیاتی اور روحانی اعتبار سے صحت مند قوم ہوگی۔

عصری ذرائع ابلاغ بچوں کو ایسے مشاغل میں مصروف رکھتے ہیں کہ وہ نہ صرف جسمانی اعتبار سے سست، مایوس اور ڈھیلے ہو جاتے ہیں بلکہ تشدد اور فحاشی کے مناظر ان پر زہریلے اثرات مرتب کرتے ہیں۔ تحقیق سے ثابت ہوتا ہے کہ ٹی وی پہ دکھائے جانے والے تشدد اور جرائم میں معاشرے میں بچوں میں بڑھتی ہو سگدلی، درشتی اور بے ادبی میں واضح تعلق موجود ہے۔ 17

بچے کی پیدائش کے ساتھ ہی سیکھنے کا عمل بھی شروع ہو جاتا ہے۔ اور بہترین نشوونما کے لئے سازگار ماحول اور تعلیم و تربیت کی ضرورت پڑتی ہے۔ اسی لئے دنیا بھر میں بچوں کی تعلیم و تربیت پر بہت زور دیا جاتا ہے۔ عام طور پر بچہ اپنے ارد گرد کے ماحول سے

(جسمیں، والدین کے بہن بھائی، دوست، ذاتی تجربے) سے اطلاعات اور معلومات حاصل کرتا ہے۔ اور رسمی ہدایت کے ذریعے رویہ اور طریقہ سیکھتا ہے۔

لیکن براہ راست ذاتی تجربے اور دوسروں کے طرز عمل کے مشاہدے سے آموزش کی صورت اس وقت ہوتی ہے جب بچہ حقیقی زندگی میں کسی فرد کو دیکھ کر یا ذرائع ابلاغ میں کسی افسانوی کردار سے متاثر ہو کر اس کے اثرات کو قبول کرتا ہے۔ 18

ویڈیو گیمز اور کارٹون انڈسٹری:

اس وقت بچوں کے ذہن و دماغ کو سب سے زیادہ متاثر کرنے والی چیز کارٹون اور ویڈیو گیمز ہیں۔ جنہیں ایک سوچے سمجھے منصوبے کے تحت مذموم مقاصد کی تکمیل کیلئے استعمال کیا جاتا ہے۔ کارٹون کے ضمن میں بچوں کو ناچ گانا سننے کا عادی کیا جا رہا ہے۔ بچوں میں تقلید کا مادہ زیادہ ہوتا ہے۔ اور ٹیلی ویژن دکش ذرائع ابلاغ ہونے کی بنا پر بچوں کو بہت جلد اپنی طرف مائل کرتا ہے۔ تصویر ظاہر ہونا، محرک ہونا بچوں کی متجسس ذہن کو اپنی طرف مبذول کرنا ہے اور مغربی طرز کے پروگرام انھی کی تہذیب و ثقافت اور تعلیم و تربیت کے مطابق ہوتے ہیں۔ ان پروگراموں میں سب سے مؤثر کارٹون پروگرام ہیں۔ جو بچوں میں بے حد مقبول ہیں۔ یہ بچوں کو مغربی ثقافت اور روایت سے آگاہ کرتا ہے۔ اور بچوں کے ذہنوں کو خاص سمت کا شعور دیا جا رہا ہے۔

چونکہ کارٹون عموماً طلسماتی کردار پر مشتمل ہوتے ہیں جس میں کارٹون کردار کو عام انسانوں سے ہٹ کر غیر معمولی طاقت اور صلاحیت کا مالک دکھایا جاتا ہے۔ اور بچے اس کے کارنامے دیکھ کر ان کرداروں سے مرعوب ہو جاتے ہیں۔ کارٹون کے کردار ایسے بنائے جاتے ہیں جو اچھلتے کودتے اور بنا چوٹ کے زمین پر بیچنے دکھائی دیتے ہیں اور کسی بھی طرح کی توڑ پھوڑ ان پر اثر انداز نہیں ہوتی اس کا بچے کے دماغ پر منفی اثر ہوتا ہے۔

اب تو کارٹون بھی مذہبی عقائد کی ترویج کے لئے استعمال ہونے لگے ہیں غیر مسلم ممالک اپنی مذہبی کتابوں میں موجود سوچ اور مواد کو کارٹون کی شکل میں پیش کر رہے ہیں۔ جن کی وجہ سے مسلمان بچوں کی سوچ و فکر کو غیر محسوس انداز میں غیر مذہب کی طرف راغب کیا جا رہا ہے۔ مسلمان بچے ان طلسماتی کرداروں سے متاثر ہوئے بغیر نہیں رہ سکتے۔ اور کچی عمر میں کسی غیر مذہب کی شخصیت سے اس طرح متاثر ہونا انتہائی خطرناک ہے۔ کیبلز کی وجہ سے غیر ممالک کی نشریات باآسانی ہمارے معاشرے میں دیکھی جا رہی ہیں۔ ان میں پیش ہونے والے غیر مذہب کے کارٹون اپنی سوچ و فکر کے سانچے میں طلسماتی کرداروں میں ڈھلے نظر آتے ہیں۔

ہم اپنے بچوں کو نادانستہ غیر محسوس انداز میں غیر مذہب کے تعلیمات سے روشناس کروا رہے ہیں۔ ایسے کارٹون جو مذہبی کرداروں میں ڈھلے نظر آتے ہیں۔ جن میں چھوٹا بھیم، جو مہا بھارت جو ہندوؤں کی ایک مقدس کتاب میں ایک بہادر شخص کے طور سے ہے اس کے ساتھ ہی کرشنا کارٹون اور اس کے علاوہ ہنومان بندر اور سور کی شکل کا کارٹون یہ سب وہ محرکات ہیں جن کا ہم تذکرہ بھی کرنا پسند نہیں کریں گے۔ لیکن کارٹون کی صورت میں ہمارے بچوں کے ذہنوں پر اثر انداز ہو رہے ہیں۔ 19

اس کے علاوہ ایسے ویڈیو گیمز بھی اب تو آگئے ہیں، جو مارکٹائی اور تشدد سے بھر پور ہیں، بلکہ پوری طرح سے بچوں کے ذہن کو متاثر کرنے کے ساتھ ساتھ ان کی مذہبی سوچ کو بھی بدل رہی ہے۔ اس کے اثرات بھی کارٹونز کی طرح ہی ہیں،

ان ویڈیو گیمز سے بچوں کے کچے ذہنوں میں تشدد کا مزاج فروغ پاتا ہے، ایک دوسرے کو مارنا، سر پھاڑ ڈالنا، دوسروں کو گالیاں دینا دوسرے کو گرانے اور پچھاڑنے کے لئے کسی بھی حد سے گزر جانے کی نوعیت کے جذبات ابھرتے ہیں۔

معاشرتی نفسیات کے امریکی ماہر ڈاکٹر البرٹ بندورا (Dr. Albert Bandura) کے مطابق بچے آموزش بعذر یہ تقلید بہت سی عادتیں اور طریقے سیکھتا ہے اور بچے دوسروں کی تقلید بہت جلد کرتے ہیں، بندورا کا کہنا ہے کہ اس طریقے سے سیکھے ہوئے

افعال فرد کے ذہن میں محفوظ ہو جاتے ہیں اور وہ ان کا اظہار کرتا ہے۔ مثلاً بچے لڑائی کے مناظر سے بھرپور فلمیں دیکھ دیکھ کر جارحیت سیکھ جاتے ہیں۔

پر تشدد ڈرامے اور فلمیں:

ٹیلی ویژن کے ایسے پروگرام یا فلمیں جن میں جھگڑا، تشدد، فساد قتل و غارت وغیرہ کے مناظر دکھائے جاتے ہیں وہ بچوں پر بہت زیادہ اثر انداز ہوتے ہیں اور ان میں جارحانہ رویہ پیدا کرتے ہیں۔

2 ستمبر 2015ء، کو ایک خبر جو تمام ذرائع ابلاغ میں نمایاں نظر آئی، جسمیں کراچی کی ایک نجی سکول کی 15 سالہ طالبہ اور 16 سالہ طالب علم کا اسکول میں اقدام خودکشی ہے، طالبہ گھر سے والد کا پستول اٹھالائی اور انھوں نے بالکل اس انداز میں خودکشی کی جس انداز میں بھارتی فلم "رام لیلا" کے ہیرو، ہیروئن نے فلم میں خودکشی کی، لمحہ فکریہ، یہ ہے کہ جو عمر تعلیم و تربیت حاصل کرنے کی ہے اس عمر میں یہ بچے کیوں عشق و محبت کے پکر میں پڑے، ان کی یہ عمر لکھائی پڑھائی کی تھی نا کہ عشق و محبت کے خطوط لکھنے کی۔ ان محرکات کے درپردہ کئی عوامل کار فرما ہیں۔ والدین کی تربیت اور غیر ذمہ داری مخلوط نظام تعلیم، اور سب سے بڑھ کر میڈیا، جس نے عشقیہ ڈراموں، فلموں کے ذریعے اس رجحان کو پروان چڑھایا، جس سے متاثر ہو کر بچے اس اقدام کے مرتکب ہوئے۔

سگمنڈ فرائڈ کے مطابق پیدائش کے بعد بچہ نشوونما کے مختلف مراحل سے گزرتا ہے ان مراحل پر پیش آنے والے واقعات اور بچے کے اپنے تجربات اس کی شخصیت کی تشکیل پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اگر ارتقاء کے یہ مراحل نارمل طریقے سے طے ہو جائیں اور بچے کو کسی بڑی مشکل یا صدمے کا سامنا نہ کرنا پڑے تو وہ ایک پختہ اور بالغ نظر شخصیت کا مالک بنے گا۔ لیکن اگر کسی مرحلے کے فطری تقاضے صحت مند طریقے سے پورے نہ ہوں یعنی ان پر ضرورت سے زیادہ توجہ دی جائے یا مناسب طریقے سے ان تسکین نہ کی جائے تو نشوونما کا عمل رک سکتا ہے۔ اسے فرائڈ (Fixation) کا نام دیتا ہے۔ جس کا مطلب ہے کہ فرد اس مرحلے سے گزر جانے کے بعد بھی اپنی نفسی توانائی کا کچھ حصہ اس مرحلے کے مخصوص تقاضوں کی تسکین کے لئے صرف کرتا رہتا ہے۔ جس سے اس کی نشوونما پر منفی اثر مرتب ہوتے ہیں۔ فرائڈ کا خیال تھا کہ نشوونما کے مختلف مراحل میں فرد جس قسم کے تجربات اور حالات سے گزرتا ہے وہ اس کی شخصیت پہ دورس اثرات مرتب کرتا ہے۔ 20

نشوونما کے عمل کے دوران ہر وقت بچہ اور اس کا ماحول ایک دوسرے پر اثر انداز ہوتے ہیں جیسا کہ ہارڈ کلو سٹرمان زور دے کر کہتے ہیں کہ ٹیلی ویژن ایک کج روشدید بچے کے مزاج پر بہت خطرناک اثر مرتب کرتا ہے۔ یہ بچہ فریڈریشن کا شکار ہو کر تشدد پر مبنی فلموں سے بہت زیادہ متاثر ہوتا ہے فریڈریشن کا شکار یہ بچہ جب ان امنگوں کی تکمیل سے قاصر رہتا ہے۔ جو ٹی وی اس کے اندر ابھار دیتا ہے۔ اور وہ اس طرح نہیں کر پاتا جس طرح بڑی عمر کے لوگ ٹی وی کے مناظر میں کرتے ہیں تو وہ اضطراب اور بے چینی کا شکار ہو جاتا ہے جو مزید انحراف کی طرف لے جاتی ہے۔ فرانسیسی سائنسدان جان چرو کی تحقیقات سے معلوم ہوتا ہے کہ پیرس میں بے راہ رولوگوں کے انحراف کا بڑا سبب پر تشدد فلمیں دیکھنا ہے۔ 21

ٹی وی کے ابتدائی دنوں میں جب کمپیوٹر متعارف نہیں ہوا تھا اس وقت امریکی مفکر مارشل میکلوہن نے یہ نظریہ پیش کیا کہ ہر قسم کی ٹیکنالوجی بالخصوص میڈیا میں بے حس کرنے کی صلاحیت ہوتی ہے۔ اس کے اثرات مثبتات کی طرح ہوتے ہیں کنساس سیٹ یونیورسٹی کے ماہر نفسیات ڈاکٹر جان مرے نے دماغ کی تصویر لینے والے آلات (MRI) کے ذریعے ثابت کیا کہ جب 9 سے 12 سال کے بچے ٹی وی پر تشدد اور جرائم والی فلمیں دیکھتے ہیں تو ان کے دماغ کے وہ حصے متحرک ہو جاتے ہیں جن کا تعلق لڑنے جھگڑنے سے ہوتا ہے اس کے علاوہ ان کے دماغوں کے یادداشت اور سیکھنے کے حصے بھی متحرک ہوتے ہیں جن کا مطلب ہے کہ ایسے مناظر ان کی شخصیت

ٹیلی ویژن پر ایک ایسی نسل پیدا کرنے کا الزام لگایا جاتا ہے، جس میں دانشمندانہ سوچ کا فقدان ہے۔ ٹی وی بچوں کی مطالعہ کی صلاحیتوں کو متاثر کرتا ہے،

آسٹریلیا میں اس بارے میں بچوں پر تحقیق کی گئی، اس تحقیق میں دوسرے اور چوتھے درجے کے 1050 شرکاء کو تین سال کے لئے یہ جاننے کے لئے زیر مشاہدہ رکھا گیا کہ کیا ان کی ٹی وی دیکھنے کی عادت ان کے کتابوں کے مطالعے کے وقت پر متاثر متاثر ہوتی ہے محققین نے شماریاتی تکنیکات کا استعمال کرتے ہوئے یہ نتائج حاصل کئے کہ طلبہ جتنا وقت ٹی وی دیکھنے کی طرف مائل ہوئے اتنا ہی ان کے پاس مطالعے کا وقت کم ہو گیا، محققین کے سامنے جو وجوہات آئیں ان میں ایک تو یہ تھا کہ سکول کی سرگرمیوں خاص کر مطالعے میں ان کا دل نہیں لگتا، دوسری وجہ یہ کہ ٹی وی کی تیزی سے بدلتی ہوئی شبیہات اور تصویریں طلبہ میں مطالعے کے لئے درکار مکمل توجہ (ارتکاز) کی صلاحیت کم کر دیتی ہے اس لئے طلبہ زیادہ دیر تک مطالعہ نہیں کر پاتے۔ 23

مختصر یہ کہ ٹی وی کا تعلیمی اور ذہنی کارکردگی میں کمی سے تعلق ہے اس کے اثرات پیچیدہ ہوتے ہیں دوسرے الفاظ میں وہ وقت جو طلبہ گھنٹوں ٹی وی دیکھنے میں گزارتے ہیں، ان کی تعلیمی کارکردگی کو متاثر کرتا ہے۔

ماہرین کہتے ہیں، کہ ٹی وی پر پیش کئے جانے والے وہ پروگرام زیادہ موثر ہوتے ہیں، جو یکے بعد دیگرے پروگراموں میں ایک ہی تصور اور انداز پیش کیا جائے، جس کی وجہ سے لوگ اس کو غیر شعوری طور پر قبول کر لیتے ہیں، اور اس پر عمل پیرا ہوتے ہیں۔

بچے کا جو وقت دوسروں کے ساتھ میل جول اور کھیلنے کو دینے میں گزرنا چاہیے تھا، جس سے بچے کا ذہن تیز ہوتا ہے اس کے ذہن کی نشوونما ہوتی ہے وہ ہر وقت ٹی وی سکرین کے سامنے گزار دیتا ہے، جس سے اس کی صلاحیتیں پروان نہیں چڑھتی۔

مطالعہ سے یہ بھی ثابت ہوتا ہے کہ بچے اپنے گرد و پیش کو ذہنی خاکوں کی مدد سے تشکیل دیتے ہیں۔ ان میں سیکھنے کی صلاحیت گیارہ بارہ سال کی عمر میں لگ بھگ پیدا ہو جاتی ہے۔

اس بارے میں مفتی محمد شہزاد شیخ لکھتے ہیں۔

"دور جدید کی ایجادات کے تناظر میں طبعیت انسان میں جو فرق رونما ہو رہا ہے۔ اور جس طرح معاشرتی اقدار کا خاتمہ کیا جا رہا ہے۔ اس سے بچے بہت زیادہ متاثر ہو رہے ہیں چونکہ بچوں میں انفعالیات زیادہ ہوتی ہے اس لئے یہ بچے بہت جلد کسی بھی چیز کا اثر قبول کر لیتے ہیں خواہ وہ اچھی ہو یا بری پھر ان کے کچے ذہنوں میں پڑ جانے والی باتیں جب رسوخ پکڑتی ہیں تو آنے والی زندگی پر اس کے برے اثرات

مرتب ہوتے ہیں" 24

ماہرین کہتے ہیں کہ بچے کا جو وقت اہم مہارتوں کے حصول کا تھا جس میں وہ زبانی اور تخلیقی، فنی اور سماجی صلاحیتوں میں مہارت حاصل کرتا اس کا وہ وقت ٹی وی دیکھنے میں ضائع ہو جاتا ہے۔ جبکہ بچے کی زندگی کے ابتدائی دو سال ان صلاحیتوں کے لئے بہت اہم ہوتے ہیں۔

امریکہ کی کنساس سٹیٹ یونیورسٹی کے بچوں کے ماہر نفسیات جان مرے جنہوں نے بچوں پر ٹی وی کے اثرات کا 30 سال تک مطالعہ کیا بتایا کہ مشہور ٹی وی پروگرام سیریس سٹریٹ والوں نے 1960ء میں جان لیا تھا کہ بچوں کو ٹی وی میں مشغول رکھنے کا بہترین طریقہ یہ ہے کہ سکرین پر مناظر کو تیزی سے بدلا جائے تاکہ بچے بور نہ ہوں ایسے حالات میں بچوں کو کتاب پر نگاہ مرکوز کرنا ممکن رہتا۔ اور ان کی تعلیمی کارکردگی متاثر ہوتی ہے۔ 25

ٹی وی دیکھنے والے بچوں پر کی جانے والی نفسیاتی تحقیق ثابت کرتی ہے۔ کہ

- ❖ ایسے بچے جو مسلسل تشدد کا مشاہدہ کرتے ہیں وہ تشدد سے عام طور پر خوف اور اس کے عادی ہو جاتے ہیں۔
- ❖ ایسے بچے بے حس ہو جاتے ہیں اور انھیں دوسروں کی تکلیف کا کوئی احساس نہیں ہوتا۔
- ❖ اور پھر نتیجہ ایسے بچے خود تشدد مزاج ہو کر اس کی راہ کو اپنالیتے ہیں۔ 26

میڈیا کی یلغار کا اجتماعی معاشرتی نفسیات پر اثر:

یہ میڈیا کی یلغار کا اثر ہے کہ مغربی دنیا کی طرح اب مسلم امہ بھی اسلامی اقدار سے عاری ہو رہی ہے۔ مغربی طرز معاشرت کی پیروی میں مسلم خواتین میں شرعی پردہ کا اہتمام تیزی سے ختم ہو رہا ہے۔ اسلامی شرم و حیا عقائد ہو رہی ہے۔ زندگی کے ہر شعبے میں مرد و زن کا اختلاط عام ہو رہا ہے۔ مخلوط تعلیمی ادارے، ہسپتال، تفریح گاہیں، اونچے درجے کے ریستورنٹ و کلب وغیرہ تو اب یورپی معاشرے کا منظر پیش کرتے ہیں۔

ہماری اخلاقی پسماندگی کا حال یہ ہے کہ حکومتوں کو زیر کرنے کی تحریکوں میں دھرنوں کے لئے نہ صرف خواتین سڑکوں کی زینت بنا دیا جاتا ہے بلکہ مخلوط ہجوم میں ناچ گانا جیسے بے ہودہ حرکتوں کو تحریک کا نام دیا جاتا ہے۔ ماڈرن ازم اور لبرل ازم سوچ نے اسلامی طرز معاشرت کی دھجیاں اڑا دی ہیں۔

ہم اپنے ملک اور معاشرے کو دیکھیں تو میڈیا کی وجہ سے طرز معاشرت پر اس کے نمایاں اثرات دیکھے جاسکتے ہیں گھریلو خواتین میں فیشن کو فروغ حاصل ہوا۔ اور انھوں نے میڈیا پر دکھائے جانے والے اداکاروں، اور ماڈلز کی نقل میں خود کو ویسا ہی ڈھالنے کی کوشش کی ہیں اور اپنے لباس میں تبدیلی پیدا کی ہے۔ کل تک ہمارے معاشرے میں لباس اور پہناوے میں شائستگی اور تہذیب کی جھلک تھی لیکن میڈیا نے ہی طرز معاشرت میں پہناوے، لباس کو یکسر بدل دیا ہے۔ اب خواتین سر عام بلا جھجک کے پینٹ اور جینز میں نظر آتی ہیں۔ یہی نہیں اعلیٰ طبقے کی خواتین کا لباس اب عریانی کی حدوں کو پار کر رہا ہے۔ اور یہ تبدیلی انھی چینلز کی پیدا کردہ ہے۔

یہی نہیں اٹھنا بیٹھنا، نشست و برخاست سب میڈیا کے زیر اثر نظر آتا ہے۔ حتیٰ کہ گھروں کی سجاوٹ میں بھی خواتین میڈیا سے متاثر نظر آتی ہیں اور ماضی میں جو باتیں ہمارے معاشرے کیلئے ناقابل قبول تھیں اب ذرائع ابلاغ خاص کر ٹی وی چینلز کی وجہ سے رفتہ رفتہ قابل قبول ہو کر معاشرے کا حصہ بنتی جا رہی ہیں

مرد و زن کا اختلاط، عورتوں کی بے پردگی، ٹیلی میڈیا میں کام کرنے والے مرد و خواتین بھی شہوتوں کی کثرت کو فروغ دینے میں معاون بن رہے ہیں۔ ہر شخص کے دل میں ٹی وی، فلم وغیرہ دیکھ کر خواہش کروٹ لیتی ہے کہ اس کی بیوی بھی ایسی ہی ماڈل کی طرح ہو اور خواتین بھی کچھ ایسی ہی سوچ رکھتی ہیں۔

اگرچہ اسلام نے حسن کو شادی کے اسباب میں شامل کر کے انسانی فطرت کی تصدیق ہے۔ لیکن اس کو سب کچھ قرار نہیں دیا۔ میڈیا حسن کو کچھ زیادہ ہی حسین بنا دیا ہے۔ اور میڈیا میں کام کرنے والی خواتین بھی خوبصورت ہونے کے ساتھ ساتھ آراستہ پیراستہ ہوتی ہیں، اور تصویر ویسے بھی حقیقت سے خوبصورت ہوا کرتی ہیں۔ وہی تصویر آنکھوں میں بسی رہ جاتی ہے۔ اور زوجین میں سے ہر ایک اپنے ساتھی کو اعلیٰ ترین معیار پر پرکھتا ہے۔ یوں وہ تصویر نظروں سے دل میں اتر کر دونوں کو اپنے ساتھی سے بیزار کرنے کا باعث بن رہی ہے۔ عصر حاضر میں مرد یا عورت، گھریلو خاتون ہو ملازمت پیشہ اس کی آنکھ کا افق اتنا وسیع ہو گیا ہے کہ وہ ساری دنیا کی خوبصورتیاں سمیٹنا چاہتے ہیں اور وہی اثرات باہم فریقین کے تعلقات پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ 27

ذرائع ابلاغ نے مساوات مرد و زن کے نعرے میں عورت کو گھر سے نکالا اور بازاروں کی زینت بنا دیا۔ آزادی نسواں کے نام پر اس پر مشقت کا بوجھ لادیا۔ اور معاشی چوراہوں پر بکا و مال بنا کر چھوڑ دیا۔

ذرائع ابلاغ نے عورت کو بطور اداکارہ گلوکارہ، اور ماڈل پیش کر کے اس کا استحصال کیا، کسی بھی اشتہار کو دیکھ لیں عورت کی اس کا لازمی جز ہوگی گویا عورت کے بغیر اشتہار ہو ہی نہیں سکتا۔

جدید معاشرے میں عریانی و فحاشی اور بے حیائی پھیلانے میں ذرائع ابلاغ نے گھر گھر نقب لگائی ہے۔ ہر پروگرام میں عورت کھلے بال، کھلے بازو، نکلی پنڈلیوں اور نیم عریاں نظر آتی ہے۔ مختلف پروگراموں میں مخلوط مجالس، رقص اور نقل و حرکت کی حوصلہ افزائی کی جاتی ہے۔ مردوں اور عورتوں کے آزادانہ اختلاط نے عورتوں میں حسن کی نمائش کے جذبے کو اجاگر کیا ہے چنانچہ خوشبوئیات سے لیکر شیونگ کریم، بلیڈ، چائے سگریٹ ٹوٹھ پیسٹ کے اشتہار میں عورت کی موجودگی کامیابی کی ضمانت ہے۔ کارخانوں، تعلیمی اداروں، ہوائی جہازوں، ہسپتالوں اور کاروباری اداروں میں عورت کو کم حیثیت کام پر لگا کر ماں، بہن بیٹی کی حیثیت سے گردیا ہے۔ خود غرض سرمایہ داروں کے لشکر نے ہر ممکن تدبیر سے عوام کی شہوانی پیاس کو بھڑکانے میں لگا ہوا ہے۔ اور اپنے کاروبار کے فروغ کے لئے انھوں نے فحاشی و عریانی کو بڑھا دیا اور اس کام میں اعلیٰ درجہ کی ذہانت فن کاری اور نفسیات کی مہارت صرف کی جا رہی ہے۔ تاکہ لوگوں کے ذہنوں پر ان کی گرفت مضبوط رہے۔

اشتہارات کے اثرات:

ہماری طرز معاشرت کو بدلنے میں ٹی وی ڈراموں اور فلموں کے ساتھ ساتھ بہت بڑا کردار موجود دور کے اشتہارات بھی ہیں۔ جن کی چمک دمک اور نفسیاتی ترغیب صارفین کو اپنی طرف متوجہ کرتی ہے۔ اور لوگ اس کے سحر میں جکڑ کر انہی کی طلب کرتے ہیں۔

مغرب نے اشتہار بازی کو معاشی مقاصد کے لئے استعمال کیا آج کل اشتہارات کو اہم ذریعہ ابلاغ سمجھا جاتا ہے۔ انسانی نفسیات کی باریکیوں، گہرائیوں اور نزاکتوں کا خیال رکھ کر اسے بھرپور استعمال کیا جاتا ہے۔ اشتہارات میں اشیاء کی ترغیب اور اعلیٰ معیار زندگی دکھا دکھا کر ہر شخص کے دل میں لالچ ظاہری نمود و نمائش اور راتوں رات امیر ہونے کی ہوس بھردی گئی ہے۔ اس کے ذریعے فحاشی و عریانی کا پھیلاؤ بھی مقصود ہے۔

ٹیلی ویژن پر دکھائے جانے والے اشتہارات نے ناظرین کو مظلوم صارفین بنا دیا ہے کیونکہ وہ ذرائع ابلاغ کی جادوگری چمک دمک اور اثر آفرینی سے نہیں بچ سکتے۔ اس لئے تجارتی اداروں کے بجٹ کا ایک بڑا حصہ اشتہارات پر صرف ہو رہا ہے۔ ٹی وی پر دکھائے جانے والے اشتہارات جن میں ایڈز، خاندانی منصوبہ بندی کے اشتہارات معصوم بچوں بچیوں نوجوانوں نسل پر منفی اثرات مرتب کر رہی ہے۔

ٹی وی پر دکھائے جانے والے اشتہارات کی سب سے مؤثر قسم ترغیبی اشتہارات کی ہے جن میں مختلف نفسیاتی حربے استعمال کر کے، مختلف سکیموں کا لالچ دے کر بوتل کے ڈھکن میں موٹر سائیکل اور کار کے سٹیکر رکھ کر، صابن کے ریپر جمع کرنے پر قیمتی انعامات خواتین کو آسانکھوں اور تساہل پسندی کا مژدہ سنا کر اشیاء کی مانگ پیدا کی جاتی ہے۔ اور انھیں غریب اور متوسط ناظرین کی ضرورت زندگی میں خواہ مخواہ ٹھونس دیا جاتا ہے۔ ان اشتہارات کے ذریعے قرعہ اندازی قسطوں پر فروخت کا کاروبار جس میں سود وصول ہوتا ہے۔ بیمہ زندگی، گاڑیوں کی انشورنس سب دولت سمیٹنے اور دوسروں کی مجبوری سے فائدہ اٹھانے کے غیر اسلامی اور مذموم طریقے ہیں۔ اسی طرح کولڈ ڈرنکس، چائے کا سیمیکس ایئر کنڈیشن، فرنیچر، قالین، ٹی وی، موبائل فون وغیرہ کو ضرورت زندگی بنانے میں ٹی وی اشتہارات کا گہرا دخل ہے۔

ذرائع ابلاغ سادہ زندگی کے بجائے پر تعیش زندگی کو رواج دے رہے ہیں۔ جس کی وجہ سے حلال و حرام کی تمیز ختم ہو رہی ہے۔ لوگ خواہشات کی تکمیل کے لئے ہر جائز و ناجائز کام کرنے کو تیار ہیں۔ جس کے نتیجے میں بہت سی معاشرتی برائیاں پھیل رہی ہیں۔ اور لوگ ذہنی الجھنوں کا شکار ہو رہے ہیں۔

قدیم دور سے ہی مختلف اقوام کے اپنے اپنے نظریات رہے ہیں۔ آج بھی ابلاغ عامہ سے متعلق مختلف نظریات ہیں جن میں رائے عامہ کی تشکیل کا نظریہ، مقتدرانہ نظریہ ابلاغ، حریت پسندی کا نظریہ ابلاغ، سماجی ذمہ داری کا نظریہ ابلاغ، اشتراکی نظریہ ابلاغ، وغیرہ۔

اسلام کا تصور ابلاغ:

اسلام کا تصور ابلاغ دوسروں سے مختلف اور جامع ہے۔ اسلام میں ابلاغ کی اہمیت ابتداء سے ہی رہی ہے۔ اللہ تعالیٰ نے انبیاء اور آخر میں نبی کریم ﷺ خاتم الانبیاء ﷺ کو انسانیت تک اپنے پیغام کے ابلاغ کے لئے معبوث فرمایا۔

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ

رِسَالَتَهُ ۗ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ 28

”اے رسول! آپ پہنچا دیجئے جو کچھ آپ کے رب کی طرف سے آپ پر نازل کیا گیا، اور اگر آپ نے ایسا نہ کیا تو آپ نے اللہ کا پیغام نہ پہنچایا، اور لوگوں سے اللہ آپ کی حفاظت فرمائے گا، بے شک اللہ کافر لوگوں کو راہ نہیں دکھائے گا۔“

دین اسلام جو ایک مکمل ضابطہ حیات ہے۔ نبی کریم ﷺ نے اللہ کے اس پیغام کو لوگوں تک نہ صرف اس طرح پہنچایا کہ انھوں نے اسے قبول کیا بلکہ اپنے آباؤ اجداد کے رسم و رواج اور طور طریقوں تک کو چھوڑ دیا یہ عظیم کامیابی نبی کریم ﷺ کے موثر ابلاغ کا ہی نتیجہ تھی۔

دین اسلام کی نشر و اشاعت کا دار و مدار تبلیغ ہے۔ تبلیغ بمعنی پھیلانا، دین اسلام کی تبلیغ سے مراد رب کریم کے پیغام کو احسن اور خوبصورت طریقے سے پھیلایا جائے یعنی انسانوں تک پیغام پہنچانے کے عمل میں شائستگی نرمی اور احسن طرز عمل اختیار کیا جائے۔ جہاں تک ابلاغ کا عامہ کا معاملہ ہے تو یہ ایک مقدس پیشہ ہے اور دین اسلام نے جہاں ہر شعبہ زندگی کے اصول وضع کئے ہیں، وہاں ابلاغ عامہ کے لئے بھی اخلاقی ضابطے متعین کئے ہیں۔ ذرائع ابلاغ بھی احکام و حدود کے پابند ہیں جن کا مقصد خیر کا فروغ اور برائی کا انسداد ہے

i. اصول یہ ہے کہ کھری اور سیدھی بات کی جائے اسی لئے حکم دیا گیا ہے کہ کھری اور سیدھی بات کرو،

وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا۔ 29

”اور کہو سیدھی کھری بات“

ایک اور جگہ ارشاد باری تعالیٰ ہے۔

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أذى 30

”بھلی بات کہہ دینا اور درگزر کرنا اس صدقے سے بہتر ہے جس کے بعد کوئی تکلیف پہنچائی جائے۔“

انسان کیلئے ضروری ہے کہ بات ہمیشہ بھلی اور نیک بات کرے۔

وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا 31

"اور لوگوں سے بھلی بات کہنا،"

ذرائع ابلاغ کی آزادی کا مطلب یہ نہیں کہ لوگوں کی پکڑیاں سرعام اچھالتے پھریں۔ دین اسلام اس بات کی سختی ممانعت کرتا ہے کہ لطائف و افکار کے مہذب عنوان کے آڑ میں تمسخر و استہزاء کیا جائے۔ ارشاد باری تعالیٰ ہے۔

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُوا قَوْمًا مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ
وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ ۚ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ

وَلَا تَنَابَزُوا بِاللِّقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْقُسُوفُ بَعْدَ الْإِيمَانِ ۚ 32

"اے اہل ایمان! تم میں سے کوئی گروہ دوسرے گروہ کا مذاق نہ اڑائے،
ہو سکتا ہے کہ وہ ان سے بہتر ہوں (اسی طرح) عورتیں بھی دوسری
عورتوں کا مذاق نہ اڑائیں، ہو سکتا ہے وہ ان سے بہتر ہوں اور اپنے آپ کو
عیب مت لگائو اور نہ آپس میں ایک دوسرے کے چڑانے والے نام رکھا
کرو۔ ایمان کے بعد تو برائی کا نام بھی برا ہے۔"

معاشرے کی اصلاح و رہنمائی:

ذرائع ابلاغ کا کام صرف معاشرے میں معلومات و اطلاعات پہنچانا ہی نہیں بلکہ اس کا مقصد معاشرے کی تربیت اور اصلاح بھی ہے۔ معاشرتی برائیوں کے خاتمہ کے لئے کوشاں ہونا اور بھلائیوں اور نیکی کی طرف راغب کرنا بھی ہے۔

صحیح اسلامی معاشرے کے قیام کے لئے اس امر کی ضرورت ہے کہ ذرائع ابلاغ کو ان اصولوں کا پابند کیا جائے تاکہ معاشرہ امن و سلامتی اور فلاح و بہبود اور خوشحالی کا گوارا بن سکے۔ اور ایک پاکیزہ ذرائع ابلاغ کے ذریعے معاشرے میں اخوت، بھائی چارہ، باہمی ہمدردی اور رواداری کی فضا کو قائم کیا جاسکتا ہے۔ اور صالح معاشرے کا قیام عمل میں لایا جاسکے۔ شخصی آزادی کو تحفظ فراہم کرنا، ذرائع ابلاغ کی ذمہ داری ہے۔ تاکہ معاشرے میں عدل، مساوات، خیر، محبت، اخوت انصاف نیکی اور بھلائی کی فضا پیدا ہو۔ ذرائع ابلاغ کیلئے خود احتسابی ہی بہترین اصلاح ہے۔

خلاصہ بحث:

ابلاغ عامہ کا مقصد معلومات اور خبریں پہنچانا ہے لیکن موجودہ دور میں اس کا کردار جہاں مثبت ہونا چاہیے یہ اس سے کہیں زیادہ منفی ہے اور اس منفی اثر پذیری نے پورے عالم اسلام کو اپنی لپیٹ میں لیا ہوا ہے۔ اور خاص طور سے نوجوان نسل اور بچے زیادہ متاثر ہو رہے ہیں، جس سے لوگ مختلف نفسیاتی مسائل کا شکار ہو رہے ہیں اور معاشرہ اخلاقی انحطاط کا شکار ہو رہا ہے اور معاشرہ اسلامی روایات سے دور ہوتا جا رہا ہے معاشرے میں بد امنی، بے حسی، بے راہ روی، قتل و غارت اور بے چینی میں اضافہ ہو رہا ہے اس لئے ضروری ہے کہ اب میڈیا کو اسلامی روایات و اقدار کے مطابق تشکیل دیا جائے اور اسے اسلامی اصول اور قواعد و ضوابط کے مطابق استوار کیا جائے۔

حوالہ جات

- ابوالفضل، عبدالحفیظ بلیاوی، "مصباح اللغات" دہلی، مکتبہ برہان، 1964، ص
- Abu Alfazal, Abdul Hafeez, "Misbah ul Lughat" Dehli, Muktaba Burhan, 1964, p:03
- 2. Encyclopedia Britannica vol, 6, 1970, USA
- 3 The new Encyclopedia, Chicago, 1986, Vol:6, p:203
- 4 The world Book of Encyclopedia Vol:3, p:1628
- 5 شیخ، محمد طاہر، "اسلامی معاشرے میں ذرائع ابلاغ کا کردار"، مشرق میگزین 18 ستمبر 1990ء، ص 8
- Shiekh, Muhammad Tahir, "Islami Muashray ma Zray Iblagh ka kirdar" Mushriq Magzin ,18 September 1990, p:08
- 6 The world book Encyclopedia Field, Enterprisers education corporation
- 7 Avlt-E-Emery introducing to Mass Communication, Harper of Raw
- سورۃ النساء: 4: 63
- 8 Al.nisa 4:63
- نفیس الدین سعدی، "ابلاغ اور دور جدید"، کراچی، ڈیسٹ پرپریس، ص 13
- 9 Al.Hajj22:75
- 10- سورۃ النساء: 4: 63
- Al.Maida 5:92
- 12A- شیخ، وسیم اکبر، پروفیسر ڈاکٹر، "ذرائع ابلاغ اور اسلام"، لاہور، مکتبہ پبلی کیشنز اردو بازار، 2003ء، ص 37، 38
- Shiekh, Wasim Akber, Professor Doctor " Zraey Ablagh aur Islam" Lahor, Muktaba publicationer, Urdu Bazar, 2003, P:38,37
- 13- خالد علوی، ڈاکٹر "اسلام کا معاشرتی نظام"، لاہور، الفیصل ناشران، ص 129-
- Khald Alvi, Doctor " Islam ka Muashrti Nizam' Lahor, Alfaisal Nashran ,P:129
1. 14- شیخ، وسیم اکبر، پروفیسر ڈاکٹر "ذرائع ابلاغ اور اسلام" لاہور، مکہ پبلی کیشنز، ص 126
- Shiekh, Wasim Akber, Professor Doctor " Zraey Ablagh aur Islam" Lahor, Muktaba publicationer, Urdu Bazar, 2003, P:126
- 15- شیخ، محمد وسیم اکرم، پروفیسر ڈاکٹر، "اسلامی ریاست میں آزادی ذرائع ابلاغ کی حدود"، لاہور، مکتبہ تعمیر انسانیت، 2000ء، ص 16
- Shiekh, Wasim Akber, Professor Doctor " Zraey Ablagh aur Islam" Lahor, Muktaba publicationer, Urdu Bazar, 2000, P:16
- 16- فہمی، قطب الدین النجار، (مصنف)، صدیقی، ساجد الرحمن، (مترجم) "مسلم گھرانے پر ذرائع ابلاغ کے اثرات"، لاہور
- ، ادارہ معارف اسلامی، مئی 1979ء، ص 88
- Fehmi, Qutab ud din alnajar ,(writer) Siddiqui ,Sajid ur Rehman (Translator) " Muslim Gharany pr Zraey Iblagh ke Asarat" Lahore, Idara e Maarif Islami ,May 1979, P:88
- 17- خالد علوی، ڈاکٹر "اسلام کا معاشرتی نظام"، لاہور، الفیصل ناشران، ص 438
- Khald Alvi, Doctor " Islam ka Muashrti Nizam' Lahor, Alfaisal Nashran ,P:438

- 18۔ بحوالہ: مفتی، محمد شہزاد، "کارٹون بینی، ویڈیو گیم اور مسلمان، بچے" کراچی، رطیب پبلیشرز، 2014، ص 22-21
Mufti, Muhammad Shehzad, "Cartoon beeni, Video Game aur Musلمان bachy" Karachi, Tayyab Publishers, P:21,22
- 19 عبد الحمید، "نفسیات (دیگر)"، لاہور، اردو سائنس بورڈ، ص 459
- Abdul Hammed "Nafsiyat" Lahore, Urdu Science Board, P:459
- 20۔ فہمی، قطب الدین النجار، (مصنف) صدیقی، ساجد الرحمن، ڈاکٹر (مترجم) "مسلم گھرانے پر ذرائع ابلاغ کے اثرات" راولپنڈی، ظلال القرآن فاؤنڈیشن، ص 83۔
Fehmi, Qutab ud din alnajar, (writer) Siddiqui, Sajid ur Rehman (Translator) "Muslim Gharany pr Zraey Iblagh ke Asarat" Rawalpindi, Zilal ul Quran Foundation, P:83
- 21۔ گوہر مشتاق، ڈاکٹر، "میڈیا کا معاشرتی زہر"، لاہور، ماہنامہ البرہان، جون 2012، ص 25
Gohar Mushtaq, Doctor "Media ka Musharti Zehr" Lahore, Mahanama Alburhan, June 2012, P:25
- 22۔ متین الرحمن مرتضیٰ، پروفیسر، (مترجم) "تعارف ابلاغ عامہ"، الو قاری پبلی کیشنز، لاہور، ص 347
Mateen Ur Rehman Murtaza, Professor "Taaruf Iblagh Aama" Alwaqar Publicationers, Lahore, P:347
- 23۔ بحوالہ: مفتی، محمد شہزاد، "کارٹون بینی، ویڈیو گیم اور مسلمان، بچے" کراچی، رطیب پبلیشرز، 2014، ص 11
- Mufti, Muhammad Shehzad, "Cartoon beeni, Video Game aur Musلمان bachy" Karachi, Tayyab Publishers, P:11
- 24۔ بحوالہ: مفتی، محمد شہزاد، "کارٹون بینی، ویڈیو گیم اور مسلمان، بچے" کراچی، رطیب پبلیشرز، 2014، ص 14
Mufti, Muhammad Shehzad, "Cartoon beeni, Video Game aur Musلمان bachy" Karachi, Tayyab Publishers, 2014, P:14
- 25۔ شاہدہ پروین، ڈاکٹر، "عصری عالمی مسائل اور اسلامی تعلیمات" لاہور، پنجاب یونیورسٹی پریس یکم جون، 2013، ص 83
Shahida Parveen, Doctor "Asri Masail aur Islami taleemat" Lahore, Punjab University press, 1st June 2013, P:83
- 26۔ شیخ، وسیم اکبر، "ڈاکٹر، ذرائع ابلاغ اور اسلام" لاہور، نعمانی کتب خانہ، اگست 2015ء، ص 171
Shiekh, Wasim Akber, Professor Doctor "Zraey Ablagh aur Islam" Lahor, Nomani Kutab Khana, Augst 2015, P:171
- 27۔ شریف فاروق، "کبیل ٹی وی نیٹ ورک۔ علما اور والدین اپنے فرائض سرانجام دیں"، لاہور، روزنامہ نوائے شریف فاروق "Cabil TV network, Ulama aur walidin apny fraiz sr anjam dain" Lahore, Roznama Nawa e waqt 11 feb 2001
- المائدہ 5: 67
28 Al .Maida 5:67
- الاحزاب 33: 70
29 Al.Ahzab 33:70
- البقرہ 2: 263
Al.Baqara 2:263
- البقرہ 2: 83
Al.Baqara 2:83

