

پاکستانی معاشرے پر ذرائع ابلاغ کے اثرات

اور

اصلاح کی مداریں

ڈاکٹر احسن اختر ☆

ذرائع ابلاغ کے اثرات پر بات کرنے سے قبل ضروری معلوم ہوتا ہے کہ پاکستانی معاشرے کے مزاج کے بارے میں یہاں کے ذو دانشوروں اور سینئر کالم نگاروں کی آراء بیان کی جائیں۔ ارشاد احمد حقانی نے اس بات کو اپنے کالم "حروف تنا" میں پاکستانی معاشرے میں انتہا پسندی..... جزل مشرف کی رائے، میں لکھا ہے:

"پاکستان کے 80 فیصد لوگ یقیناً نہ ہب سے لگاؤ رکھتے ہیں لیکن ان کا اپنا ایک فہم اسلام ہے جس میں صوفیاء کی تعلیمات کا بھی گہرا اثر ہے۔ وہ بنی ﷺ کی ذات اقدس سے گہری جذباتی وابستگی اور عقیدت رکھتے ہیں۔ وہ قرآن مجید کو بھی قیمتی غافلوں میں پیشیں گے۔۔۔۔۔ میلاد کے اجلاس اور جلوسوں میں بڑی عقیدت سے شرکت کریں گے۔ درباروں اور مزاروں پر عقیدت کے نذرانے پیش کریں گے۔۔۔۔۔ پاکستان کے 80 فیصد عوام بیک وقت بندیا پرست بھی ہیں اور برل بھی۔ دونوں ڈنی کیفیات کے الگ الگ خانے، تقاضے اور مظاہر ہیں۔ باقی 20 فیصد لوگوں میں بھانست بھانست کی بولیاں بولنے والے عناصر موجود ہیں۔ (ان میں کثر نہ بھی اور روحانیت پر انہا ایمان رکھنے والے شامل ہیں) لیکن بڑی تعداد باشعور، ہوشمند، برل اور دین کی حقیقی روح پر نظر رکھنے والی ہے۔

رعایة الله للمنافقین

عن ابی هریرۃ، رضی اللہ عنہ عن النبی صلی اللہ علیہ وسلم قال: "بِسْمِ رَجُلٍ يَمْشی بِفَلَّةٍ مِنَ الْأَرْضِ، فَسِمِعَ صَوْتاً فِي سَحَابَةٍ: أَسْقِ حَدِيقَةَ فَلَانَ، فَتَنَحَّى ذَلِكَ السَّحَابَ فَأَفْرَغَ مَاءَهُ فِي حَرَةٍ، فَإِذَا شَرَجَةٌ مِنْ تِلْكَ الشَّرَاجِ قَدْ اسْتَوْعَبَتْ ذَلِكَ الْمَاءُ كُلَّهُ، فَتَبَعَّ المَاءُ، فَإِذَا رَجَلٌ قَائِمٌ فِي حَدِيقَتِهِ يَحْوِلُ الْمَاءَ بِمَسْحَاهَتِهِ، فَقَالَ لَهُ: يَا عَبْدَ اللَّهِ مَا أَسْمَكَ؟ قَالَ: فَلَانَ لِلَّاسِمِ الَّذِي سَمِعَ فِي السَّحَابَةِ، فَقَالَ لَهُ: يَا عَبْدَ اللَّهِ لَمْ تَسْأَلِنِي عَنْ اسْمِي؟ فَقَالَ: إِنِّي سَمِعْتُ صَوْتاً فِي السَّحَابَ الَّذِي هَذَا مَأْوَهُ يَقُولُ: أَسْقِ حَدِيقَةَ فَلَانَ لِلَّاسِمِكَ، فَمَا تَصْنَعُ فِيهَا؟ فَقَالَ: أَمَا إِذْ قُلْتُ هَذَا، فَإِنِّي أَنْظَرْتُ إِلَيْهِ مَا يَخْرُجُ مِنْهَا، فَأَتَصْدِقُ بِشَاهِهِ وَأَكُلُّ أَنَا وَعَبَالِي ثَلَاثًا، وَأَرْدُّ فِيهَا ثَلَاثَةَ" (رواہ مسلم)

معاشرے پر ان کے منفی اثرات کا تذکرہ کرنے سے پہلے ضروری ہے کہ ان کے ثبت پہلوؤں اور کردار کا مختصر آجائزہ لیا جائے۔

پاکستان میں آزادی کے بعد تقریباً نصف عرصہ سے زائد فوجی یا نیم فوجی حکومتیں قائم رہی ہیں۔ ایوب خان کے مارشل لاء سے لے کر ضياء الحق کے مارشل لاء تک اخبارات پر اکثر کڑی سنسرشپ نافذ رہی ہے۔ (۵) ان تمام پابندیوں کے باوجود ان اخبارات نے عوام کو تازہ ترین حالات سے باخبر رکھنے میں اور پاکستان کے مختلف معاشرتی، اقتصادی اور سیاسی مسائل کے بارے میں آگاہی اور شعور پیدا کرنے میں اور لوگوں کو تفریح مہیا کرنے میں بہت بنیادی کردار ادا کیا ہے۔ میں آگاہی اور دوسرے عوامیت اور فناشی“ (۶)

اول الذکر دو مقاصد پورے کرنے کے ساتھ ساتھ تیرسے مقصد کو اخبارات موجودہ دور میں پچھے مدد سے زیادہ پورا کر رہے ہیں۔ لوگوں کو تفریح مہیا کرنے کے لیے اخبارات نے بہت سے نئے ایڈیشن مستقل صفحات اور نئے مندرجات وغیرہ کا اضافہ کر دیا ہے۔ پاکستانی اخبارات اپنی سرکولیشن بڑھانے کے لیے فلم، فیشن، جنس و جرائم اور تشدد کی سنسی خیز خبریں زیادہ شائع کرتے ہیں۔ (۷) نوجوان نسل اور اکثر قارئین ان خبروں کو زیادہ پڑھتے ہیں اور ان سے اثرات بھی قبول کرتے ہیں۔

شام کے اخبارات جو مرچ مصالحے سے بھر پور ہوتے ہیں ان کی سلامتی اور فروغ کا دار و مدار زیادہ تر ایسے منفی مواد پر ہی ہوتا ہے۔ نتیجتاً مطبوعہ صحافت میں نئے پیدا ہونے والے رجحانات کے بارے میں لکھا گیا:

”ہماری صحافت مدحت اور مذمت، قصیدہ خوانی اور تبصرہ بازی کی صحافت بن گئی ہے۔ خصوصاً کراچی سے شائع ہونے والے شام کے اخبارات ”عوام قومی اخبار اور پبلک“ نے غلظی صحافت کے ایسے فرش نہونے پیش کیے ہیں اور سنسی خیزی کی دوڑ میں شرائیز خبریں تخلیق کرنے کا سلسلہ شروع کیا ہے۔ غالباً اسی وجہ سے نوجوانوں کی اکثریت اب صحافی بننے میں روپی رکھتی ہے جس سے سیاستدان، بیورو کریس اور پولیس والے بھی غوفزدہ رہتے ہیں“ (۸)

پولیس پر پابندیوں کی وجہ سے تحقیقی اور تجزیاتی صحافت کا رجحان ختم ہو گیا۔ نتیجتاً اخباری

پاکستانی معاشرے میں اس وقت ایسے لوگوں کی تعداد جو جدید عالمی رجحانات سے باخبر، آگاہ اور دین کا Enlightened فہم رکھنے والے ہیں، آسانی ایک کروڑ سے زیادہ ہو گی اور یہ کوئی معمولی تناسب نہیں“ (۹)

عبدالکریم عابد نے اپنے کالم ”سیاست نامہ“ میں بعنوان ”پاکستانی معاشرہ کی مزاجی کیفیت“ میں لکھا ہے:

”پاکستانی معاشرے میں پچھلے دو تین عشروں میں دو متصاد چیزوں کو بڑی ترقی حاصل ہوئی ایک نہایت اور دوسرے عریانیت اور فناشی“ (۱۰)

ان دو آراء کی روشنی میں پاکستانی معاشرے میں پائے جانے والے ذہنی اور عملی رجحانات کا بخوبی اندازہ کیا جا سکتا ہے۔ اسی بنیاد پر اس معاشرے میں مختلف ذرائع ابلاغ کے اثرات کا جائزہ لینا زیادہ حقیقت پسندانہ اور درست ہو گا۔ عملی طور پر 80 فیصد لبرل اور چکدار معاشرے میں ہر ذریعہ ابلاغ آسانی سے اپنے اپنے دائرے میں بہت زیادہ مؤثر اور گہرے اثرات مرتب کر سکتا ہے۔

اب ہر ذریعہ ابلاغ کے اثرات کا ایک اجمالی سماجائزہ پیش خدمت ہے۔

اخبارات

الیکٹریک میڈیا یا بالخصوص ٹیلی وژن کی تمام تر رعنائیوں اور دلکشی کے باوجود اخبارات و رسائل کی اہمیت کسی بھی معاشرے میں کم نہیں ہوئی ہے۔ گوپاکستان کی بڑھتی ہوئی آبادی کے تناسب سے اخبارات کی سرکولیشن خاصی کم ہے۔ اس کی ایک بڑی وجہ شرح خواندگی کی بہت کی ہے۔ لیکن لاکھوں کی تعداد میں شائع ہونے والے اخبارات اس بات کی غمازی کرتے ہیں کہچھ ہوئے لفظ کو پڑھنے کی ضرورت اور اہمیت میں بھی اضافہ ہوا ہے۔ ملک میں 1988ء کے انتخابات کے دوران اخبارات کی تعداد 128 ہو گئی تھی۔ (۱۱) 1999ء میں کیے گئے ایک سروے کے مطابق پاکستان میں 47 فیصد قارئین با قاعدگی سے اور 53 فیصد کبھی کبھی اخبارات پڑھتے ہیں۔ (۱۲) پاکستانی

صحافت بیان بازی سے بھری نظر آتی ہے۔ اسی اخبار کو تجھ کی وجہ سے بہت سی سیاسی جماعتیں اور گروہ و جوڈ میں آتے رہتے ہیں۔ خبری اہمیت کے بغیر شائع ہونے والے ان بیانات کی وجہ سے اکثر نان ایشوز کی صورت میں سامنے آجاتے ہیں۔ کئی زیر و کوہیر و بنایا جاتا ہے۔ اس طرح عوام کی توجہ غیر ضروری مسائل اور موضوعات کی طرف لگادی جاتی ہے اکثر حکومتیں یا سرکاری ایجنسیاں اس نیک کام کو طے شدہ منصوبوں کے ساتھ کرتی ہیں۔

جرائم کی خبریں نوجوان نسل اور اکثر قارئین کی توجہ کا مرکز بنتی ہیں۔ اسی لیے اب اکثر اخبارات نے ایسی خبروں کے لیے ایک الگ صفحہ منصوب کر دیا ہے۔ ایسی خبروں کے لیے روپرٹر موقع پر جا کر خود معلومات حاصل کرنے کی بجائے اکثر روپیشنر پولیس کے ذریعہ پر ہی انحصار کرتے ہیں۔ الہمند ان کی صداقت بھی مشکوک ہوتی ہے۔ جرائم کی خبروں میں کسی واقعہ کی تفصیلات کو یوں بیان کیا جاتا ہے کہ پڑھنے والا اس خبر سے کوئی اصلاح کا راستہ اختیار کرنے کی بجائے اس میں چٹارہ یا تفریغ زیادہ حاصل کرتا ہے۔

اخبارات کے جو خصوصی رنگین ایڈیشن فلم، ٹی وی، سٹیچ، ریڈیو، خواتین اور طلبہ و طالبات کے لیے شائع ہوتے ہیں ان میں بھی فلمی اداکاراؤں اور ماڈلز کی بڑی بڑی نیم عمریاں تصاویر مختلف پوز سے شائع کی جاتی ہیں۔ قارئین اکثر ان تصاویر سے ہی جی بہلاتے ہیں یا اپنے سنتے ذوق کی تسلیکیں کے لیے انہیں دیواروں پر مستقل جایا لیتے ہیں یوں اخبارات و رسائل عربیانی و فرانشی کے اس ”صدقة جاریہ“ میں شریک رہتے ہیں۔

ٹی وی کے علاوہ یہ اخبارات ہی ہیں جنہوں نے خالصتاً ہندو تہوار ”بنت“ کے بعد خالصتاً مغربی تہوار ”ویلنائن ڈے“ کو پاکستانی معاشرے میں متعارف اور پاپولر کروانے میں اہم کردار ادا کیا ہے۔ 2001ء اور 2002ء میں تمام اردو اور انگریزی اخبارات نے ”بنت“ پر تصوریوں بھرے خصوصی رنگین ایڈیشن شائع کیے اور ”ویلنائن ڈے“ پر نوجوان لڑکے لڑکیوں کے محبت بھرے پیغامات شائع کیے۔ 2000ء میں بنت کو جس جوش و خروش کے ساتھ منایا گیا اس

پر انہا پسند ہندو لیڈر بالٹھا کرے نے کہا:

”پاکستان میں بست بیویوں منایا جانا ہندو تہذیب کی بڑی کامیابی ہے اور اس میں بلاک ہونے والے نوجوان شہید ہیں۔ اگر مسلمان قیام پاکستان سے پہلے ہی بھارتی ثقافت کو اپنا لیتے تو لاکھوں افراد کی زندگیاں بچائی جا سکتی تھیں،“ (۸)

گویا اس نے آج بھی قیام پاکستان کو ایک غلطی قرار دیا ہے۔ کچھ برس قبل کلنشن مونیزا کیس کے بارے میں پاکستانی اخبارات نے کچھ ایسی غیر ضروری تفصیلات شائع کیں جو ہماری اقدار کے منافی تھیں۔ سوچنے کی بات یہ ہے کہ پاکستانی قوم کو آج ان حالات سے دو چار کرنے میں میڈیا کا آخر کیا اور کتنا کردار رہا ہے۔ اس سوال کا جواب ہر پاکستانی کو اپنے گھر سے بھی مل سکتا ہے۔

اخبارات میں فیشن کے صفحات پر شائع ہونے والے جن ماڈلز کے مختلف پوز میں بڑی بڑی رنگین تصاویر شائع کی جاتی ہیں ان میں سے اکثر نے جو لباس پہنا ہوتا ہے وہ پاکستانی معاشرے میں عام خواتین نہیں پہنتیں۔ ایسے منفی رجحانات کو صرف برل پالیسی کے حامل اخبارات ہی فروغ نہیں دے رہے بلکہ اسلام اور نظریہ پاکستان کے علیحدار اخبارات بھی مسابقت کی دوڑ میں اپنے معاصرین سے دو قدم آگے نکلنے کی کوشش کر رہے ہیں۔ نیچا پاکستانی اخبارات ہمارے معاشرے کو نئے آزاد روپیوں اور رجحانات سے آشنا کرنے میں بنیادی کردار ادا کر رہے ہیں۔ آج کے پاکستان کے قومی اردو اخبارات کے صفحہ اول یا آخر پر کئی اہم اور حساس نویعیت کی خبریں شائع نہیں ہوتیں بلکہ ان کی جگہ شوبرنز سے تعلق رکھنے والی شخصیات حتیٰ کہ بھارتی اداکاراؤں کی مختلف خبریں نہیں ہوتیں۔ ان اخبارات میں تعلیم، سائنس، ماحولیاتی آلوگی، کرپشن، تشریحاتی اور تحقیقاتی روپرٹنگ وغیرہ پر مبنی خبریں نظر نہیں آتیں۔ یوں اخبارات معاشرے کو گمراہ کرنے، کرپشن اور بعد عنوانی کے عمل کو تیز کرنے میں خود شریک نظر آتے ہیں۔

ایک تحقیق کے مطابق پاکستان میں دو ہزار سے زائد رسائل شائع ہوتے ہیں جو اردو اگریزی، سندھی، پشتو، بلوچی، گجراتی، پنجابی اور سرائیکی زبانوں میں شائع کیے جاتے ہیں۔ ان میں سے ماہی، ماہانہ، پندرہ روزہ یہفت روزہ اور سہ روزہ رسائل شامل ہیں۔ ان سب کی مجموعی سرکولیشن دو لاکھ بنتی ہے۔ ان رسائل کے علاوہ اہم غیر ملکی رسائل مثلاً ریڈر زڈا جسٹ، ٹائم، نیوز ویک، اکانومیٹ، فارماٹریشن اکنامک، رویالیو، برس ویک، ایشین ویک اور کچھ دوسرے رسائل کی چالیس ہزار کا پیاس با قاعدگی سے درآمد کی جاتی ہیں۔

پاکستان میں خواتین اور بچوں کے لیے کئی رسائل شائع کیے جاتے ہیں۔ لیکن عام سوسائٹی میگزین ایک بڑی تعداد میں اردو اور انگریزی زبان میں شائع ہوتے ہیں۔ جو اکثر قارئین دلچسپی سے پڑھتے ہیں۔ ان رسائل میں معیشت فیشن، ریڈیو، ٹی وی، فلم، سیاست، نوجوان نسل، مہماں اور جاسوسی کے موضوعات پر مواد شائع ہوتا ہے۔ ان کے علاوہ سپورٹس پر بھی رسائل شائع ہوتے ہیں۔ جبکہ کچھ پیشہ ورane رسائل بینکنگ، دفاع، مارکیٹنگ، اکنامکس، مینجنمنٹ، پبلک ایڈنٹریشن، میڈیسین، زراعت، ٹیکنالوجی، قالین بانی، اور کمپیوٹر وغیرہ کے بارے میں شائع ہوتے ہیں۔ (۹)

ان میں اکثر رسائل و جرائد پاکستانی ثقافت اور معاشرتی اقدار کو فروغ دیتے ہیں۔ لیکن کچھ ان کی نفی بھی کرتے ہیں۔ ایسے رسائل و جرائد اپنے اثرات کے ذریعے بیان کا معاشرتی منظر نامہ تبدیل کر رہے ہیں۔ اخبارات کی نسبت رسائل کی خریداری میں قارئین کی کمکی دلچسپی یا ضرورت کو دخل ہوتا ہے۔ ان رسائل میں اخلاقیات کے متقاضاوی سامنے آتے ہیں۔ ان کے ایک صفحے پر مذہبی سکالرز کے فلم اور ٹیلی وژن دیکھنے کے خلاف فتوے بھی شائع ہوتے ہیں اور اس سے الگ صفحے میں تازہ فلموں اور ڈراموں کی نیشن اور بے ہودہ تصاویر شائع کی جاتی ہیں۔ مثلاً ایک فلمی رسالہ ایسا بھی شائع ہوتا ہے جس کا آغاز قرآن مجید کے اقتباس سے ہوتا ہے۔ (۱۰)

اخبارات و رسائل کے ان متقاضاوی درجات کی وجہ سے عام قارئین کے لیے غلط اور صحیح کی تمیز کرنا بہت مشکل ہو جاتا ہے۔ ان کے دینی عقائد مجروح ہوتے ہیں۔ ایسی مطبوعہ صحفات عام ذہنوں کو مسموم اور گمراہ کرنے میں بیانی کردار ادا کرتی ہیں۔

کتب

علم اور تجربات کو محفوظ کرنے کے لیے کتب اہم کردار ادا کرتی ہیں۔ ان کی بدولت انسانی معاشرے کی ترقی میں بہت اضافہ ہوا کسی بھی معاشرے یا کسی علاقے کی ثقافت، مذہبی، سائنسی اور تعلیمی عقائد، رسم و رواج اور طرزِ زندگی کا اندازہ اس معاشرے میں تخلیق ہونے والے ادب اور کتابوں سے بخوبی لگایا جاسکتا ہے۔ پرانے زمانے کے حکمران اور عام لوگ کتب بہت شوق سے پڑھتے تھے۔

اگرچہ اخبارات، رسائل اور ایکٹرائیک میڈیا کتب کے حریف کے طور پر ابھرتے ہیں کیونکہ ان ذرائع ابلاغ میں پرکشش اور دلفریب تفریحی عناصر کی موجودگی نے عام لوگوں کو کتابوں سے دور کر دیا ہے لیکن کتب کی حیثیت آج بھی ان ذرائع سے زیادہ اسی لیے ہے کہ کتاب کا اثر دیر پا بلکہ مستقل ہے جبکہ دوسرے ذرائع ابلاغ کا اثر عارضی ہوتا ہے۔

دوسرے ترقی پذیر ممالک کی طرح پاکستان میں بھی کتب بہت کم فروخت ہوتی ہیں۔

1960ء کے بعد سے یہاں انگریزی زبان کے غیر ملکی فلشن میں بھی بہت زیادہ اضافہ ہوا ہے، جس نے تعلیم یافتہ طبقے کی سوچ، پسند و ناپسند اور کتابیں خریدنے اور پڑھنے کی عادات کو بہت زیادہ متاثر کیا ہے۔ ملک میں کتب کی تمام بڑی دکانوں پر انگریزی کتب کی تعداد بہت زیادہ ہے۔ حالانکہ ان کتابوں میں بیان کردہ ماحول، کردار اور ثقافتی پس منظر پاکستان میں رہنے والوں کے لیے بالکل اجنبی ہے۔

مشاهدے کے مطابق ان انگریزی کتب کو پڑھنے والا زیادہ تر شہر کے پوش علاقوں میں رہنے والا انگریزی والان طبقہ یا سٹوڈنٹس ہیں۔ بہر حال ترقی یافتہ ممالک اپنی ثقافت اور سوچ کو

بہت آسانی کے ساتھ غیر ترقی یافتہ ممالک میں متعارف کروار ہے ہیں۔ اور یہاں کے عوام کو متاثر بھی کر رہے ہیں۔ کتابوں کے سلسلے میں بھی ان کی بالادستی قائم ہو چکی ہے اور تیسری دنیا کی اقوام نفسیاتی طور پر احساس کمتری اور وسائیں کی کمی کا شکار ہونے کی وجہ سے ان کے دینے ہوئے پیغامات سے شعوری اور لا شعوری طور پر متاثر ہو کر اپنے قومی تشخص کو دھنڈلاتی جاتی ہیں۔ (۱۱)

رہنمائی

ریڈیو الائکٹرانک میڈیا میں سب سے زیادہ پرانا اور ماضی میں سب سے زیادہ اثرات رکھنے والا میڈیا ہے۔ ٹیلی ویژن کی آمد نے پہلے شہری اور پھر دیہاتی علاقوں میں اس کی اہمیت کم کر دی۔ حکومت کے زیر کنٹرول ہونے کی وجہ سے ریڈیو سے معلومات کے سلسلے میں عوام کوئی حکومتی پالیسیوں سے باخبر رکھنے کا کام زیادہ لیا جاتا ہے۔ عوام کی مختلف مسائل اور کے حل اور ان کی پالیسیوں کے بارے میں وہنی تربیت کرنے کے حوالے سے ریڈیو کی اہمیت بہت زیادہ تھی۔

افر اتفری اور جنگ کے زمانے میں ریڈ یو تیز ترین اور تازہ ترین معلومات پہنچانے کا اہم ذریعہ ہے۔ جہاں ریڈ یو پاکستان نے زراعت کے میدان میں گراں قدر خدمات سرانجام دی ہیں وہاں بیسویں صدی کی ساٹھ اور ستر کی دہائیوں میں نئے فلمسی گانوں کو پالپور کرنے میں ریڈ یو کا بہت بیانیادی کردار رہا ہے۔ عموم کی یادداشت پر آج بھی ان نغمات میں بیان کیے گئے خیالات کے اثرات باقی ہیں۔ ریڈ یو کو شروع کرنے کا ایک مقصد پاکستان کی اکثریتی دیہی آبادی کی فلاخ و بہبود کے لیے پروگرام پیش کرنا بھی تھا جو بہت کم یورا ہو رہا ہے۔

23 مارچ 1995ء کو ایف ایم 100 کا آغاز ہونے سے ریڈیو کو ایک نئی زندگی ملی جہاں اس چینل نے بہت سے نئے پروگرام شروع کیے وہاں سامنے میں کی آوازیں ٹیکنی فون کے ذریعے براہ راست سنائی جانے لگیں۔ وہ دیگر گپ شپ کے علاوہ اپنے پسندیدہ نغمے سننے کی فرمائش کرنے لگے۔ اس عمل میں نوجوان لاک کے لڑکیاں گھری دلچسپی لیتے ہیں۔ آواز کے ذریعے ہر طرح کا تاثر اور لگیسر پیدا کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ 1998ء میں کیے گئے ایک سروے میں

82.02 فیصد سامعین نے اعتراف کیا کہ اس چینل کی وجہ سے ان کی ریڈی یو سنٹ کی عادت میں اضافہ ہوا۔ اس کی بڑی وجہ یہ تھی کہ اس چینل کے زیادہ تر پروگراموں میں سامعین کو شامل کیا جاتا ہے اور چینل کی طرف سے انہیں ٹریفک اور دیگر معاملات کے بارے میں رہنمائی دی جاتی ہے۔ دیگر ریڈی یو ٹیشنوں کی طرح اس ریڈی یو چینل پر بھی سب سے زیادہ موسیقی کے پروگرام سنے جاتے ہیں۔ (۱۲)

ایف ایم 100 کی مقبولیت کے بعد ریڈ یو پاکستان نے بھی اپنا ایف ایم 101 چینل شروع کیا۔ ایک دوسرے سروے کے مطابق ان دونوں ایف ایم ریڈ یو چینلز کے سامعین کی کراچی میں تعداد پندرہ لاکھ، لاہور میں پانچ لاکھ، اور راولپنڈی اسلام آباد میں دو لاکھ ہے۔ اس سے اندازہ ہوتا ہے کہ ریڈ یو کے سامعین کی تعداد پاکستان کے بڑے شہروں میں بھی کافی ہے۔ لہذا اس کے اثرات آج بھی استثنے وسیع اور ہمہ گیر ہیں۔

اُولیٰ کیسٹ

ریڈیو کی ترقی یافتہ آڈیو ٹیپ ریکارڈ اب بھی عوام میں بہت مقبول ہے۔ پاکستان کے دیہات میں اب بھی ٹریکشروں وغیرہ پر کسی حد تک اور شہروں میں گاڑیوں وغیرہ میں بہت حد تک ریڈیو پاکستان ایف ایم چینلز، یا ٹیپ پرنے آڈیو ایم سنتے جاتے ہیں۔ یہ بہت سنتے داموں ہر جگہ دستیاب ہیں۔ زیادہ تر انڈین فلمی گانوں، پنجابی فلمی گانوں، فونک گانوں اور اردو غزلوں اور گانوں کے لاکھوں کیسٹ پاکستان میں فروخت ہوتے ہیں۔ جدید فیشن زدہ یا نیم خواندہ طبقہ اکٹھ سمجھ میں نہ آنے کے باوجود مغربی موسیقی سننے کے لیے ان کیسٹوں سے لطف انداز ہوتا ہے۔ پاکستان میں نہستا کم پیانے پر قرآن پاک کی تلاوت اور اسلامی رحمات کے فروع میں بھی آڈیو کیسٹ کام آتی ہے۔ ان کیسٹوں کے ذریعے مذہبی اور سیاسی رہنماؤں کی تقریں بھی سنی جاتی ہیں۔

اس کے علاوہ معاشرے میں فرقہ و ارائہ منافرت پھیلانے اور شدت پیدا کرنے میں بھی آڈیو کیسٹ نے اہم کردار ادا کیا ہے۔

ٹی وی کے آنے سے قبل اور بعد میں بھی فلم پاکستان کے عوام میں مقبول رہی۔ اس لیے سر ترقی پذیر ممالک میں زیادہ تر لوگ کم ذرائع آمدی رکھتے ہیں۔ اور ان کے لیے سنتی ترین تفریخ کا ذریعہ سینما ہاؤس میں جا کر فلم دیکھنا ہی ہے۔ البتہ وی سی آر کی آمد سے سینما جا کر فلم دیکھنے والے شاہقین کی تعداد میں واضح طور پر کمی واقع ہو گئی ہے۔ کیونکہ اس میں وقت اور پیسہ دونوں کی بچت ہوتی ہے۔ اس کے باوجود ایک اندازے کے مطابق ستر کی دہائی میں پاکستان میں تقریباً اس لاکھ افراد اوس طرح روزانہ فلم دیکھتے ہیں۔ لیکن 1998ء میں یہ تعداد بڑھ کر 25 لاکھ روزانہ تک ہو گئی۔ لیکن عمومی مشاہدے کے مطابق پنجابی فلموں کے ناظرین کی تعداد زیادہ ہے۔ ان اعداد و شمار سے اندازہ ہوتا ہے کہ فلم عوام میں کس قدر پاپولر میڈیا ہے اور اس کے اثرات کتنے وسیع ہیں۔

فلم پاوفل اور زیادہ موثر میڈیا اس لیے ہے کہ ناظرین ایک بہت بڑی سکرین پر تمام کردار بولتے اور ایکشن کرتے دیکھتے ہیں۔ وہ سینما میں فلم دیکھتے ہوئے خیالاتی دنیا میں گم ہو جاتے ہیں اور فلم کے کرداروں کے ساتھ خیالاتی طور پر بہت involve ہو جاتے ہیں۔ پاکستان میں بننے والی اکثر فارمولہ فلموں میں فلم کا ہیر و کئی مسلح بدمعاشوں سے لڑتا ہوا انہیں مار جھگتا ہے یا کروڑ پتی سیٹھ یا جا گیر دار کی بیٹی یا بیٹا کسی مزدور لڑکے یا لڑکی کے عشق میں مبتلا ہو کر اپنی کروڑوں کی چاند کوٹھکراتا ہے تو فلم میں یہ سب کچھ بہت کشش اور روپی سے دیکھتے ہیں۔ اس کے علاوہ ہر فلم میں وقایہ و قتلے سے دکھائے جانے والے گانے ان کی توجہ اور تفریخ کا زیادہ مرکز ہوتے ہیں۔ اس لیے بیان گانوں کے بغیر کوئی فلم بناانا ناممکن نظر آتا ہے۔ پوں تو پاکستان میں فلمیں عموماً بھیڑ چال کا شکار رہتی ہیں۔ لیکن یہ فلمیں اپنے ناظرین پر گہرے اثرات ضرور ڈالتی ہیں۔ اسی لیے معابرے میں بہت سے افراد انفلوگو کرنے، اٹھنے، بیٹھنے اور چلنے پھرزنے کے طریقوں، کچڑے پہننے کے انداز، ہیئر شاکل اور فیشن کے نئے رجحانات فلموں سے ہی سکھتے ہیں۔ پاکستان کے طبقات

معابرے میں مختلف ادوار میں بننے والی نظریاتی فلمیں بھی ناظرین پر کافی اثر انداز ہوتی رہتی ہیں۔ مثلاً انگریز سامراج کے خلاف بننے والی فلمیں، کئی فلموں میں مذہبی اور تصوف کے رجحانات پر مشتمل مناظر پاکستانی ناظرین کے نظریاتی اور نفیاتی پہلوؤں کو مد نظر رکھ کر تیار کیے جاتے ہیں۔ پنجاب کی دیکھی شافت پر بننے والی فلمیں بھی پاکستان کے عوام میں کافی مقبول اور کامیاب ہوتی ہیں۔ پاکستان میں فلموں کے گہرے اثرات کا اندازہ یہاں پچاس برسوں میں تین ہزار تین سو چالیس فلموں کی تیاری سے بھی لگایا جاستا ہے۔ (۱۵)

ٹیلی و ڈن

ٹیلی و ڈن ایک ایسا ذریعہ ابلاغ ہے جو وسیع اور گہرے اثرات کے طور پر اپنا کوئی ثانی نہیں رکھتا۔ آواز کے ساتھ متحرک تصویر اپنے اثرات کو ہزاروں گناہ بڑھادیتی ہے کیونکہ قدیم چینی کہاوت کے مطابق ”ایک تصویر ہزار الفاظ کی نسبت زیادہ مؤثر ہوتی ہے۔“

پاکستان میں 1964ء میں جب ٹیلی و ڈن کا آغاز ہوا تو اس کے تین مقاصد طے کیے گئے اطلاع، تعلیم اور تفریخ۔ حکومتی کنشوں میں ہونے کی وجہ سے ٹی وی کے ذریعے عوام کو صرف وہی اطلاعات دی جاتی ہیں جو حکومت چاہتی ہے۔ اس پر رفتہ رفتہ تفریخ کا غصہ غالب ہوتا چلا گیا۔ ہمسایہ ملک ہندوستان نے جب 1973ء میں پاکستانی سرحد کے قریب امرتسر میں ٹیلی و ڈن سٹیشن قائم کیا تو پاکستانی معابرے میں اثنیں فلمیں دیکھنے کے شوق نے ٹی وی کی اہمیت، فروغ اور اثرات میں اضافہ کر دیا۔ پاکستانی ٹیلی و ڈن کے ڈرامے عوام میں مقبول ہوئے۔ یہ بجا ہے کہ ان کے ذریعے تفریخ اور شعور پیدا ہوا لیکن اکثر ان ڈراموں میں محبت اور شادی کے مکالموں کے علاوہ فلمی کہانیوں کو دوہرایا جاتا ہے۔ ان ڈراموں میں اکثر وہ مناظر دکھائے جاتے ہیں جن کا اکثریتی عوام کی بودو باش سے کوئی تعلق نہیں ہوتا۔ اس کے باوجود اکثر لوگ شام کو پرائم ناٹھم پر وہ ڈرامے شوق سے دیکھتے ہیں۔ اس کی ایک اہم وجہ ان ڈراموں میں پایا جانے والا گلیسٹر ہے۔ پاکستانی گھروں میں سب سے زیادہ بچے اور نوجوان ٹیلی و ڈن انہاں سے دیکھتے ہیں۔ اس سے

رانے عامہ کے ان کے تصورات و خیالات اور ہنفی سطح بہت زیادہ تبدیل ہو رہی ہے۔ وہ لی وی پر درآمد شدہ کارروں، اور فلمیں وغیرہ دیکھ کر ان سے گہرے اثرات قبول کرتے ہیں۔ رانے عامہ کے مختلف سروں سے ثابت ہوا ہے کہ میلی وزن نے بچوں کو سکول کا ہوم ورک کرنے اور پڑھنے لکھنے کے اوقات کو بری طرح متاثر کیا ہے۔ وہ سکول کے فارغ اوقات میں آپس میں لی وی کے مختلف پروگراموں کے تذکرے کرتے ہیں۔ یا کرکٹ اور ہاکی کے میچ ان کی گفتگو کا عمومی موضوع ہوتے ہیں۔ اس طرح اب اکثر موسیقی کے مختلف پروگرام اور ملکی اور غیر ملکی فلمی دنیا کے اداکاران بھی ان کے سپنوں پر چھائے رہتے ہیں۔ لی وی پر دکھائے جانے والے اشتہارات بھی وہ بہت غور سے دیکھتے ہیں۔ ان اشتہارات کی وجہ سے بچوں سمیت اکثر ناظرین کی خواہشات میں اضافہ ہوتا ہے اور اکثر لوگ اپنی آمدن سے زائد اخراجات کرتے رہتے ہیں۔

ویڈیو کیسٹ

پاکستان میں 1976 کے آخر میں ویڈیو کیسٹ متعارف ہوئی اور جzel ضیاء الحق کے دور میں اسے قانونی حیثیت دے دی گئی۔ اس کے تیجے میں ملک بھر میں غیر قانونی طور پر سمجھ شدہ بای وڈ اور ہالی وڈ کی فلمی کیسٹوں کا سیلا ب آگیا۔ صرف شہروں میں ہی نہیں بلکہ قصوبوں حتیٰ کہ دیہات میں بھی بازاروں اور گلیوں میں ویڈیو کیسٹ فروخت کرنے کے لیے دس میں روپے روزانہ کراچی پر دینے والے میوزک سنٹر کھل گئے۔ ان ویڈیو کیسٹوں میں اکثریت ہندوستانی فلموں کی ہے، جونہ صرف پاکستان کی ازی وابدی دشمن ملک کے مخالفانہ پروپیگنڈہ کا زہر اپنے اندر سوئے ہوئے ہیں بلکہ ان میں ہندو منہج کے ساتھ ساتھ عربیانی و فناشی کا پرچار بھی مخصوص ابلاغی حکمت عملی کے ساتھ کیا جاتا ہے۔ پاکستان میں آنے والی ہالی وڈ کی کیسٹوں میں سائنس، فلکشن، سپنیس ایکشن کرائم وغیرہ کے موضوعات پر کم اور جنی بے راہروی پر مشتمل فلموں کی بہتان ہو گئی۔

پاکستان کے سب سے بڑے شہر کراچی میں سمندری رستے سے لانچوں کے ذریعے اٹھیں اور امریکن ویڈیو کیسٹوں کی بہتان ہے۔ بعض اوقات کئی انڈین فلموں کے ویڈیو کیسٹ وہاں فلم ریلیز

ہونے سے قبل کراچی پیچ جاتے ہیں۔ (۱۶) وہاں سے یہ ویڈیو کیسٹ ملک بھر میں پھیل جاتے ہیں۔ پاکستانی معاشرے میں ہندوستانی فلموں کو زیادہ تر پوری فیلمی کے ساتھ دیکھنے کا رجحان پایا جاتا ہے۔ کراچی میں کم آمدی والے علاقوں میں ویڈیو ہال بنے ہوئے ہیں جہاں ہر قسم کی ویڈیو کیسٹ دکھائے جاتے ہیں۔ جبکہ ایکس فلمیں ہماری نوجوان نسل میں اکثر دوستوں کے ساتھ یا تھائی میں دیکھنے کا رجحان فروع پذیر ہو رہا ہے۔ کراچی میں رین یونیورسٹی تمام کیسٹوں کا سب سے بڑا مرکز ہے جہاں تقریباً 400 دکانیں ہیں۔ لاہور میں ہال روڈ پر واقع کئی پلازاوں میں سینکڑوں دکانوں میں یہ کاروبار اپنے عروج پر رہتا ہے۔ (۱۷) یہاں سے کیسٹوں ملک بھر میں پھیلتے ہیں۔ یہ ویڈیو کیسٹ دیکھنے کے نتیجے میں پاکستانی معاشرے میں معاشرتی آزادی، جنسی بے راہ روی اور جرامک میں نمایاں اضافہ ہو رہا ہے۔ نوجوان نسل اخلاقی حدود و قیود سے مزید آزاد ہوتی جا رہی ہے۔ بعد میں متعاف ہونے والے نئے ذرائع ابلاغ نے ویڈیو کیسٹ کی اہمیت کم کر دی ہے۔

سینیما سٹ چینلو

لی وی کی وسعت اور اثر پذیری میں اس وقت سے کئی گناہ اضافہ ہو گیا ہے جب 1991ء میں موافقانی سیاروں کے ذریعے ڈش ائینا لگانے سے مختلف ممالک کے کئی نئے چینلوں لی وی پر نظر آنے لگے ہیں۔ 1995ء تک کراچی میں 25000 ڈش ائینا لگے ہوئے تھے۔ (۱۸)

1996ء میں انڈیا کے 40 اور امریکہ کے ایک ہزار سے زائد چینلو ڈش پر آ رہے تھے۔

پاکستان میں ڈش ائینا کی تعداد میں بہت تیزی سے اضافہ ہوا۔ 1996ء میں کی گئی ایک تحقیق کے مطابق پنجاب یونیورسٹی کے ٹلب و طالبات پہلے نمبر پر ہندوستان کا Zee.TV چینل اور دوسرے نمبر پر MTV یعنی میوزک لی وی چینل زیادہ دیکھتے ہیں، جو ڈش کے بعد اب کیبل پر آسانی میسر ہیں۔ (۱۹)

2000ء میں کی گئی ایک تحقیق کے مطابق لاہور میں متوسط طبقے سے تعلق رکھنے والے 45 فیصد ناظرین زی لی وی، 33.33 فیصد سٹار پلس اور 33.33 فیصد MTV چینل دیکھتے

ہیں۔ یعنی تینوں ہندوستانی چینلر لا ہور کے متوسط طبقے میں بھی مقبول ہیں۔ (۲۰) 1996ء میں کی گئی ایک تحقیق سے عوام میں انہیں چینلر کی پسندیدگی کی وجہات سامنے آتی ہیں۔ فیشن اور نئے معاشرتی رسمحات کی وجہ سے پنجاب یونیورسٹی کے 33 فیصد اور لبرل ازم کی وجہ سے 29 فیصد طلبہ و طالبات انہیں چینلر کو پسند کرتے ہیں۔ (۲۱)

اس سے بخوبی اندازہ ہوتا ہے کہ ہماری نوجوان نسل اپنے کن ڈھنی رسمحات کی وجہ سے ان چینلر کی طرف مائل ہے۔ ظاہر ہے کہ پاکستان کا کوئی ثقہ وی چینلر ان کی ضرورتوں کو پورا کرتا نظر نہیں آتا۔

تحقیق کے مطابق ان پروگراموں میں 27 فیصد طلبہ و طالبات فلم، 21 فیصد ڈرامہ، 19 فیصد موسیقی کے پروگرام پسند کرتے ہیں۔ 71 فیصد طلبہ و طالبات کی رائے میں غیر ملکی چینلر ملکی چینلر کی نسبت زیادہ بہتر ہیں۔ یہ چینلر دیکھنے سے مختلف پہلوؤں سے نوجوان نسل پر مختلف اثرات مرتب ہو رہے ہیں۔ 66 فیصد طلبہ و طالبات میں عالمی معاملات پر سوچ میں تبدیلی واقع ہوئی ہے۔ 84 فیصد کھانے میں غیر ملکی ڈشوں کا استعمال کرنے لگے ہیں۔ 46 فیصد کے لباس کے انتخاب میں فرق آیا ہے۔ 50 فیصد طلبہ و طالبات اپنی زبان میں تبدیلی کے اثرات یوں محسوس کرتے ہیں کہ 60 فیصد سڑوؤں انگریزی الفاظ اپنی فنگلوں میں شامل کر رہے ہیں۔ 64 فیصد طلبہ و طالبات کی زبان میں ہندی الفاظ شامل ہو گئے ہیں جبکہ 34 فیصد میں خوشی و نیتی کے موقع پر بولے جانے والے الفاظ کا استعمال پدل گیا ہے۔ پہلی وی چینلر دیکھنے سے 9 فیصد طلبہ و طالبات میں مذہب کے حوالے سے سمجھدگی میں کمی آئی ہے۔ جبکہ 81 فیصد کی سوچ پہلے جیسی ہے۔ اس طرح 11 فیصد کو ملکی کی بجائے غیر ملکی شفاقت زیادہ پر کشش لگتی ہے۔ (۲۲)

صرف 9 فیصد طلبہ و طالبات کا متاثر ہونا ظاہر ایک اطمینان بخش امر ہے اور اس رسمحان کے استکام میں پاکستانی معاشرے میں پائے جانے والے مضبوط دینی عقائد و رسمحات کا خاصاً خلص و کھاتی دیتا ہے۔ حالانکہ ہندوستانی چینلر پر اس سلسلے میں خاصاً پروپیگنڈہ کیا جاتا ہے۔

تحقیق کے مطابق 38 فیصد طلبہ و طالبات نے رائے دی کہ ہندوستانی ثقہ وی چینلر دیکھنے سے وہ کشادہ ذہن (Broad Minded) ہو گئے ہیں جبکہ 30 فیصد میں جھگک اور شرم ختم ہو گئی ہے۔ 40 فیصد سڑوؤں یہ محسوس کرتے ہیں کہ انہیں تعلیمی میدان میں فائدہ ہوا ہے۔ جبکہ 45 فیصد کے جزو ناجی میں اضافہ ہوا ہے۔

خبروں کے سلسلے میں 49 فیصد طلبہ و طالبات یعنی اکثریت نے غیر ملکی چینلر کو قابل اعتماد اور 40 فیصد نے انہیں غیر جاندار قرار دیا ہے۔ اس سے پہلے ثابت ہوتا ہے کہ ان چینلر کے ذریعے اطلاعات کے یک طرفہ بہاؤ کی وجہ سے ناظرین کی سوچ میں تبدیلی لانا ممکن ہے۔ کیونکہ ہندوستانی اور دیگر غیر ملکی حکومتوں اپنے نظریات اور مشہور عالمی مسائل و تازعات اور معاملات پر اپنے موقف کو اپنے انداز میں پیش کرتی ہیں۔ اس سلسلے میں 66 فیصد طلبہ و طالبات نے اقرار کیا کہ کشمیر سمیت مختلف عالمی تازعات اور جمہوریت کے بارے میں یہ نظریات دیکھنے کے بعد ان کی سوچ پہلے جیسی نہیں رہی۔ (۲۳)

اس کا مطلب یہ ہے کہ واضح طور پر اکثر لوگ غیر ملکی پروپیگنڈے سے متاثر ہو رہے ہیں۔ یہ پہلو حکومت پاکستان اور اس کے کنٹرول میں چلنے والے ایکٹر انک میڈیا کے ارباب اختیار کے لیے خاصاً توجہ طلب ہے اور چینلر کی وجہ سے نوجوان نسل پر جو دیگر اثرات مرتب ہو رہے ہیں وہ ہر سوچنے سمجھنے والے کے لیے ایک سوال ہیں کہ مستقبل میں جب یہ شرگ و بالا لائیں گے تو اس قوم کا اجتماعی مزاج کیا ہو گا۔

تازہ تحقیق کے مطابق پنجاب یونیورسٹی کے طلبہ و طالبات کے بعد لا ہور کے متوسط طبقے پر ہندوستانی ثقہ وی چینلر کے اثرات مرتب ہو رہے ہیں۔ ان کی ماہانہ آمدی دس ہزار روپے تک ہے۔ 52 فیصد کھری یو خواتین فیشن کی وجہ سے یہ چینلر دیکھتی ہیں۔ جبکہ 71.43 فیصد مرد فلموں کی وجہ سے یہ چینلر دیکھتے ہیں۔ جبکہ 16 فیصد خواتین بھی ان چینلر پر دکھائے جانے والے ڈانس کو پسند کرتی ہیں۔ 45.7 فیصد مرد ڈراموں کو اور 31.43 فیصد اشتہارات کو بھی پسند کرتے ہیں۔

لی وی نے ادا کیا ہے۔

کیبل لی وی نیٹ ورک

ناظرین کو سیپلائٹ چینلز دیکھنے کے لیے ڈش انٹینا اور ریسیور وغیرہ لگوانا پڑتا تھا اور سالانہ فیں ادا کرتا پڑتی تھی۔ اس مشکل کو کیبل نیٹ ورک نے بہت آسان کر دیا۔ اب کم سے کم سو سین سورو پے ماہانہ میں ناظرین اپنے کئی ملکی وغیر ملکی پسندیدہ چینلز کسی بھی انٹینے کے بغیر آسانی دیکھ سکتے ہیں۔ ایک تحقیق کے مطابق ۱۹۹۶ء میں پاکستان کے شہروں میں ۴۰ فیصد سے زائد لوگ ڈش انٹینا پر لی وی چینلز دیکھ رہے تھے، اب پہلے کی نسبت بہت زیادہ تعداد میں چینلز سے ناظرین لطف اندوز ہو رہے ہیں۔ اس وقت ٹیلی وژن پر ہائی وڈ، میکسیکو، نیو یارک، پیرس، ماسکو اور انٹیا سے کھلی فاختی کے مناظر عام دکھائے جا رہے ہیں۔ (۲۸)

ان ممالک کے اکثر مقبول چینلز اب پاکستان کے اکثر گھروں میں مسلسل دیکھے جا رہے ہیں۔ لامحالہ ہر ایج گروپ (Age Group) کے افراد ان سے اثرات بھی تیزی سے قبول کر رہے ہیں۔ کیبل نیٹ ورک پر آپ کم از کم دس سے اٹھاڑہ چینلز دیکھ سکتے ہیں۔ انٹیا کی ہر فنی ریلیز ہونے والی فلم اسی رات کیبل پر دکھادی جاتی ہے۔ بڑے شہروں کے ایک علاقے میں کمی کیبل سسٹم شروع ہو گئے ہیں۔ یہ کاروبار کرنے والے اب کیبل کنشن کو بہت ستا کرنے کے ساتھ ساتھ ایک ماہ کی آزمائشی مدت کے لیے فری کنشن کی سہولت بھی دے رہے ہیں۔ موجودہ پرویز مشرف کی حکومت نے اب اس کاروبار کو باقاعدہ حکومتی سرپرستی عطا کر دی ہے کیونکہ اس غریب اور مقروض حکومت کے روپیوں میں اضافہ ہو گا۔ (۲۹) حکومت کو اس کے نتیجے میں عوام پر پڑنے والے گھرے منفی اثرات کی کوئی فکر و امن گیر نہیں ہے۔

ایک اخباری سروے کے مطابق ۶۰ فیصد لوگوں نے کیبل نیٹ ورک کی مخالفت جبکہ ۴۰ فیصد نے حمایت کی ہے..... کیبل نیٹ ورک سے معاشرے میں جوئے کو فروغ حاصل ہوا ہے۔ لوگ دنیا بھر میں ہونے والے کرکٹ میچوں، گھر دوڑ کے مقابلوں پر جو لگاتے ہیں۔ اس

سلسلے میں بعض مخصوص جگہوں پر بگنگ کی جاتی ہے۔ اور کیبل پر مچ دیکھ کر فیصلہ ہوتا ہے جو بعد میں لڑائی جھگڑوں کا باعث بھی بن جاتا ہے۔ اپنی رائے کا اظہار کرتے ہوئے کئی افراد نے اس سسٹم کو عام کرنے میں حکومتی اقدام کی مذمت کی ہے۔ کئی افراد نے کہا ہے کہ اس کے ذریعے ہمیں جدید اور دلچسپ معلومات تک رسائی حاصل ہوتی ہے۔ اور مختلف ممالک کے پروپیگنڈے کا بھی علم ہو جاتا ہے۔ (۳۰)

ایک اخباری اطلاع کے مطابق پاکستان ٹیلی کمپنیکش ایکٹ ۱۹۹۶ء کے باوجود اب بھی کئی کیبل آپریٹر غیر قانونی طور پر یہ کاروبار کر رہے ہیں۔ پاکستان کے سب سے بڑے شہر کراچی میں ۱,۵۰,۰۰۰ افراد اس کاروبار میں شریک ہیں۔ (۳۱)

کمپیوٹر اور انٹرنیٹ

کمپیوٹر پاکستانی معاشرے پر تیزی سے گھرے اثرات مرتب کر رہا ہے۔ یہ اب پاکستان میں بھی زندگی کے تمام شعبوں میں استعمال ہو رہا ہے۔ کمپیوٹر میں چلنے والی compact disk ڈی ڈی نے جہاں بہت سی مہنگی اور نایاب کتب، لٹرپچر اور معلومات تک انسان کی رسائی آسان بنا دی ہے وہاں فلموں کے ذریعے مزید آسان اور سستی تفریق حاصل کرنے کا ذریعہ بھی بن گئی ہے۔ اس سے معاشرے میں ایک نیا سی ڈی کلچر وجود میں آ گیا ہے۔ اب کمپیوٹر کی سکرین پر یہ سب کچھ زیادہ واضح اور دلکش نظر آنا شروع ہو گیا ہے۔ پاکستانی معاشرے میں ذاتی کمپیوٹر PC کی تعداد بڑھنے کے ساتھ ساتھ ڈی شاپ میں بھی اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ اب ویڈیو کیسٹ کی نسبت سی ڈی زیادہ فروخت ہوتی ہے۔

بیسویں صدی کی ساتویں دہائی کے آغاز میں امریکی فوج نے اس سے پہلے کمپیوٹر پر انٹرنیٹ ورک قائم کیا۔ رفتہ رفتہ یہ گلوبل نیٹ ورک چالیس سے زائد قومی، علاقوائی اور پرائیویٹ نیٹ ورک میں تبدیل ہو گیا۔ ۱۹۹۷ء تک چچاں لاکھ سے زائد کمپیوٹر انٹرنیٹ کے لیے بھی استعمال ہو رہے تھے۔ اس کے بعد انٹرنیٹ کے استعمال میں تیزی کے ساتھ اضافہ ہوتا چلا گیا۔

51.67 فیصد افراد نے ان چینلوں کو دیکھنے کے بعد اپنے لباس میں تبدیلی پیدا کی ہے۔ اس طبقے کے 48.33 فیصد لوگ شافتی طور پر ان چینلوں سے متاثر ہوئے ہیں۔ اس کے باوجود 71.43 فیصد افراد میں وی دیکھنے کی وجہ سے اپنے مہمانوں کی میزبانی کرنا پسند کرتے ہیں۔ 16.16 فیصد خواتین نے اعتراف کیا ہے کہ وہ گھر کی سجاوٹ (Interior Decoration) میں ان میں وی چینلوں کے پروگراموں سے متاثر ہوتی ہیں۔ ان تمام رجحانات سے ثابت ہوتا ہے کہ ماضی میں پاکستانی معاشرے میں جو باتیں ناقابل قبول تھیں اب ان میں وی چینلوں کی وجہ سے رفتہ رفتہ قابل قبول ہوتی جا رہی ہیں۔ (۲۳)

جو گھرانے اور علاقے ڈش اور کیبل کی "نعمت" سے محروم ہیں وہ پاکستان میلی وژن دیکھنے پر مجبور ہیں۔ ایک سروے کے مطابق 41 فیصد ناظرین گھر پر 25 فیصد دوستوں یا رشتہ داروں کے گھروں میں اور 34 فیصد مارکیٹ یا ہوٹلوں میں سیٹیلاسٹ چینلوں دیکھتے ہیں۔ (۲۴)

پی میں وی پر ان دنوں رقص و موسیقی کے پروگراموں کی بھرمار ہے ان پروگراموں میں انڈین چینلوں کی انڈھی تقليد کی جا رہی ہے۔ مثلاً مزاحیہ پروگرام "کنوارے دو" اور "او مائی گاؤ" عموم کے اخلاق کو بگاڑنے اور ان میں رومانی اور سفلی جذبات پیدا کرنے میں اپنا کردار ادا کر رہے ہیں.... اب پی میں وی پر تفریح لہو لعب، رقص و سرور اور فن کے نام پر رقصاصوں کا اتنا قبضہ ہو چکا ہے کہ میں وی کو ان کے رقص دکھانے سے جب فرصت ملتی ہے تو ان کے اثر و یوز چلا دیتے جاتے ہیں۔ (۲۵)

ان تمام حوالوں سے ثابت ہو چکا ہے کہ سیٹیلاسٹ چینلوں کی وجہ سے پاکستانی معاشرے پر ہمہ اطراف Multi Dimensional شافتی یلغار ہو رہی ہے اور لوگوں میں ماڈہ پرستی، جھوٹ، اور منفی رجحانات و خیالات میں اضافہ ہو رہا ہے۔

اشتہارات

میلی وژن پر دکھانے جانے والے اشتہارات نے ناظرین کو "مظلوم صارفین" بنادیا

ہے۔ کیونکہ وہ ذرائع ابلاغ کی جادوگری، چمک دمک اور اڑا آفرینی سے کسی طور پر نہیں بچ سکتے۔ اس لیے تجارتی اداروں کے بجٹ کا ایک بڑا حصہ اشتہارات پر صرف ہو رہا ہے۔ اگر اشتہارات کے ذریعے مٹی کو سونے کے بھاؤ بیچا جاسکتا ہے تو یہ بنیادی طور پر ذرائع ابلاغ اور بالخصوص میں وی کے ذریعے ممکن ہو سکا ہے۔ اس کے علاوہ پی میں وی پر دکھانے جانے والے ایڈز اور خاندانی منصوبہ بنڈی کے اشتہارات معصوم بچوں، بچیوں اور نوجوان نسل پر منفی اثرات مرتب کر رہے ہیں۔

پی میں پر دکھانے جانے والے اشتہارات کی سب سے مؤثر قسم تر غلبی اشتہارات کی ہے۔ جن میں سے مختلف فنیاتی حریبے استعمال کر کے مختلف سیکیوں کا لالج دے کر، بوتل کے ڈھلن میں موڑ سائیکل اور کار کے سینکر رکھ کر، صابن کے ریپر جمع کرنے پر قیمتی انعامات کی سڑھ بانی کی ترغیب دے کر، معصوم بچوں کو کھلونوں کا لالج دے کر، خاتین کو آسائشوں اور سائیل پسندی کا مژدہ سننا کر اور مرد حضرات کو بربے دنوں کا خوف دلا کر غرض طرح طرح کی خن طرازیاں کر کے شے کی مانگ پیدا کی جاتی ہے اور انہیں غریب اور متوسط ناظرین کی ضروریات زندگی میں خواہ مخواہ ٹھوں دیا جاتا ہے۔ ان اشتہارات کی ذریعے قرعداندازی، قسطوں پر فروخت کا کاروبار جس میں سود وصول ہوتا ہے، بیسہ زندگی، گاڑیوں کی انشوں جس میں ایک خاص مدت کے بعد جمع شدہ رقم سے مالک کو ہاتھ دھونا پڑتا ہے، سود پر حکومت یا بخی اداروں کا اشیاء یا قرض فراہم کرنا مثلاً پیلی ٹکسی اور گرین ٹریکٹر سیکیم وغیرہ سب دولت سیئنے اور دوسروں کی مجبوری سے فائدہ اٹھانے کے غیر اسلامی اور نرم موم طریقے ہیں۔ اسی طرح کولڈ ڈنکس، چائے، کامپیوٹر، ایسیز کلڈ یشنر، فرنچیز، قلین، پی می، وی سی آر، ریفریجیریٹر، موبائل فون وغیرہ کو ضروریات زندگی بنانے میں پی می وی اشتہارات کا گھر ادخل ہے۔ ایسے تقریباً 95 فیصد اشتہارات میں مصنوعہ کے مقابلے میں دکھائی گئی خوبصورت ماؤل کی اپیل زیادہ جاندار ہوتی ہے۔ ان میں ماڈلز کو ذمہ معنی الفاظ کے ساتھ اور کبھی اسٹریکٹ کات و سکنات کے ساتھ مختلف زاویوں اور اداوں سے پیش کر کے ناظرین کی توجہ حاصل ہے۔ (۲۶) ناظرین میں اشتہارات کے یہ اثرات پھیلانے کا سب سے زیادہ کردار

ایک اخباری سروے کے مطابق دنیا میں ویب سائٹس کی کل تعداد ۰۹۲,۹۸,۰۷۶ ہے۔

پاکستان میں پرویز مشرف حکومت نے انفارمیشن ٹینکنالوجی کی طرف زیادہ توجہ دے رہی ہے اور انٹرنیٹ لکچن پبلی کی نسبت کافی ستا کر دیا گیا ہے۔ مارچ ۲۰۰۰ء میں کیے گئے ایک اخباری سروے کے مطابق پاکستان میں انٹرنیٹ کے صارفین کی تعداد ایک لاکھ ۶۳ ہزار سے تجاوز کر چکی تھی۔ ان میں ۸۰ فیصد صارفین اندرون و بیرون ملک عزیزوں، رشته داروں اور دوستوں کی خیر و عاشریت دریافت کرنے کے لیے انٹرنیٹ کے ذریعے رابطہ کرتے ہیں۔ صرف دس فیصد صارفین مختلف النوع معلومات حاصل کرنے کے لیے انٹرنیٹ استعمال کرتے ہیں۔ (۳۲)

اصلاح کے لیے چند تجویز

ذرائع ابلاغ کے اثرات کے متعلق اس جائزے کے بعد ہر ذہن میں ایک ہی سوال ابھرتا ہے کہ آخر ان ذرائع ابلاغ کی اصلاح کیسے ممکن ہے۔ اس سوال کا اکثر یہی جواب سامنے آتا ہے کہ

۱۔ اسلام کی آفی اور اخلاقی تعلیمات پرخی سے عمل پیرا ہوا جائے۔

۲۔ خدا نے انسانوں کو معاشرتی زندگی گذارنے کے لیے قرآن مجید میں جو حددود و قیود مقرر کی ہیں ان کی ہر لمحے پابندی کی جائے۔

۳۔ ذرائع ابلاغ کو نہ صرف معروف کا حکم دینا چاہیے۔ بلکہ اس کے فروغ میں بھی مؤثر اور فعال کردار ادا کرنا چاہیے بلکہ ہر منکر یعنی برائی کے فروغ میں اپنا کردار ادا کرنا چاہیے۔ منکر سے مراد جھوٹا پروپیگنڈہ، تہمت تراشی، پوشید جرام کی تشویش، بدکاریوں پر ابھارنے والے افسانے اور ڈرامے، فلم، عریاں تصاویر، عورتوں کا بن سنور کر منظر عام پر آنا، مردوں اور عورتوں کے درمیان علی الاعلان اختلاط ہونا، سچ پر عورتوں کا ناچنا اور تھہر کنا اور ناز و ادا کی نمائش کرنا وغیرہ ہے۔ (۳۳)

پاکستان کے اکثر علماء کی ذرائع ابلاغ کی اصلاح کے ضمن میں یہی رائے ہے جبکہ ان

علماء کرام کا ذرائع ابلاغ کے بارے میں روایہ یہ ہے کہ ۳۸ فیصد علماء کے گھروں میں ٹیلی وژن نہیں ہے جبکہ ۴۱ فیصد علماء کے نزدیک ٹیلی وژن اور فلم غیر اسلامی ہیں۔ ماضی میں ان کے ۷۱ فیصد والدین کے نزدیک ٹیلی وژن اور فلم خلاف اسلام تھے۔ اس کا مطلب ہے کہ ذرائع ابلاغ کے بارے میں دوسری نسل کے خیالات میں بہت واضح تبدیلی پیدا ہو گئی ہے۔

۸۲ فیصد علماء کے نزدیک ٹی وی پر معلوماتی اور خبری پروگرام دیکھنے سے کوئی نقصان نہیں ہوتا جبکہ ۶۲ فیصد تفریجی پروگرام دیکھنے کے بھی خامی ہیں۔ جبکہ ۷۵ فیصد علماء نے ٹی وی ڈراموں اور تفریجی پروگراموں میں عورت کے آنے پر اعتراض کیا ہے۔ دوسری طرف ۸۵ فیصد علماء ایسے بھی ہیں جو عالمی میڈیا کا مقابلہ کرنے کے لیے اسے ضروری سمجھتے ہیں۔ ان میں ۶۹ فیصد علماء نے یہ بھی تعلیم کیا کہ دینی اداروں کے طلبہ کو ٹیلی وژن اور ریڈیو فراہم کیے جانے چاہیے۔ ۸۴ فیصد علماء کے نزدیک تصویر غیر ضروری ہے۔ آج بھی بہت سے مسلمانوں کا خیال ہے کہ جس کمرے یا گھر میں جانداروں کی تصاویر یگلی ہوں وہاں رحمت کا فرشتہ نہیں آتا۔ ذرائع ابلاغ کے بارے میں پاکستانی علماء کا یہ روایہ رہا ہے کہ انہوں نے پہلے ان کے خلاف فتوے صادر کیے اور پھر دقت گزرنے کے ساتھ ساتھ ان کو تعلیم کر لیا۔ (۳۴)

اس سروے کی روشنی میں یہ کہا جاسکتا ہے کہ قول اور عمل کے اس واضح تضاد کی وجہ سے بھی ذرائع ابلاغ کی اصلاح ممکن نہیں ہو سکی کیونکہ علماء کرام پاکستانی معاشرے میں رائے عامہ کے رہنمایی کی حیثیت رکھتے ہیں۔

ان تمام زمینی تھائق کے باوجود پاکستانی معاشرے پر ذرائع ابلاغ کے گھرے منقی اثرات سے انکار نہیں کیا جا سکتا لہذا ان کی اصلاح کے لیے تدبیر کرنا بھی ضروری ہیں۔

ایک دینی رسالے کے مطابق اصلاح کے ضمن میں یہ تجویز دی گئی ہے کہ

”.....ویسے تو یہ ہم میں سے ہر ایک کی ڈیوبٹی ہے مگر خاص طور پر حکمرانوں اور علماء و خطباء پر یہ ذمہ داری اور بھی زیادہ عائد ہوتی ہے کیونکہ وہ اس کے خلاف عمل پیرا ہونے کا

حوالہ جات
حوالہ جات رکھتے ہیں اور انہیاء کے وارث ہیں۔ اس لیے کہ ان کو چاہیے کہ وہ جس سطح پر ہو سکے پر نہ اور الیکٹرانک میڈیا کی تطبیر کا فریضہ سر انجام دیں۔ (۳۵)

کیبل ٹی وی نیٹ ورک کی اصطلاح کے لیے حکومت نے پاکستان ٹیلکمینیشن ایکٹ ۱۹۹۶ء بنایا۔ اس کے تحت ہر کیبل نیٹ ورک آپریٹر کو لائنس حاصل کرنا اور قواعد و ضوابط کی پابندی کرنا لازمی قرار دیا گیا ہے۔ اس پابندی کا جائزہ لینے کے لیے حکومت نے وفاقی اور صوبائی سطح پر مانیٹرنگ کمیٹیاں بنادی ہیں۔ اس قانون کے مطابق جو بارہ شرائط وضع کی گئی ہیں ان میں یہ شراکت بھی شامل ہیں کہ لائنس حاصل کرنے والا پروگرام ریلیز کرتے وقت ملک کی مذہبی، معاشرتی، ثقافتی اور روایتی اقدار کا احترام کرے گا۔ جن پروگراموں میں غیر اخلاقی، کھلی جنہی بے راہ روی، تشدد اور دہشت گردی ہوگی اس کی اجازت نہیں ہوگی۔ پھر کے پروگراموں میں ان کی معصومیت اور زود اثر پذیری کے باعث اعلیٰ اخلاقیات کا خیال رکھا جائے گا۔ (۳۶)

علماء کرام، پاکستانی والدین اور معاشرے کو اپنی نوجوان نسل کو ان خرابیوں سے آگاہ کرنا چاہیے جو ذرائع ابلاغ کے منفی اثرات کی وجہ سے پیدا ہو سکتی ہیں۔

حوالہ جات

- ۱۔ ارشاد احمد، کالم "حرف تمنا" پاکستانی معاشرے میں انتہا پسندی جزل شرف کی رائے"
- ۲۔ روزنامہ جگہ لاہور، ۹ فروری ۲۰۰۱ء
- ۳۔ عابد عبدالکریم، کالم سیاست نامہ "پاکستانی معاشرہ کی مزاجی کیفیت" روزنامہ انصاف، ۴ فروری ۲۰۰۱ء
- Pakistan Year Book (15th edition) 1987-88, East West Publishing Co, Karachi, 1988. P-91-93
- Gallup Profile of Pakistan, 1999
- Zamir Niazi, Press in Chains, Royal Book Co. Karachi, 1996,
- Zohra Yusaf, article the press did not fail, the daily Dawn Karachi, June 23, 1992
- ماہنامہ "ساحل" کراچی، جون ۱۹۹۷ء، ۵۹-۵۲
- صفیہ اکرم مضمون، پی ٹی وی پر اخلاق باختہ پروگراموں کا فروغ، روزنامہ انصاف، ۲۰ مارچ ۲۰۰۱ء
- Saeed, Abdul Ghani, unpublished research article, Media and Values, Karachi
- Film Asia, Magazine, karachi, Aug, 1991
- مہدی حسن، جدید ابلاغ عام، مقتدرہ تو می زبان، اسلام آباد، مارچ ۱۹۹۰ء، ص ۲۰۵-۱۹۸
- Rabeiah Naheed, Fm 100 as trendsetter of radio listening,
- The case of Lahore. Listeners, unpublished thesis, M.A, Mass Communication, University of the Punjab, Lahore, 1998, P-39
- Gallup Profile of Pakistan, 1999

- خالد یزدانی، کبل نیٹ ورک فچر کلوzap، سندھ میگزین، نوائے وقت، لاہور ج 30 اپریل 2000ء۔ ۲۸
- خان، کامران امجد، مضمون "کبل نیٹ ورک --- لوگ کیا کہتے ہیں؟" ۲۹
- Daily The News, Article, Being Informed in the global Village, Special supplement, Feb 4, 2001 ۳۰
- Burney, S.M. Aqil, article, Information technology, IT and its impact on society, Journal of Mass Communication, Deptt. of Mass Communication, University of Karachi, Vol: 1, June 1997, P-74-75 ۳۱
- روزنامہ جنگ، لاہور، 31 مارچ 2000ء ۳۲
- جانشہری، میاس محمد سرور، مضمون الیکٹر انک میڈیا - حکام اور عوام ہفت روزہ "زندگی" لاہور 19 اکتوبر 1995ء، ص ۲۸ ۳۳
- Akhtar, Rai Shakeel, Media, Religion and Politics in Pakistan, Oxford University Press, Karachi, 2000, P-61-62 ۳۴
- کلیم، محمد انور، مضمون "بڑے عذاب سے پہلے چھوٹے عذاب کیوں آتے ہیں؟، ص ۲۳، ماہنامہ مجلہ الحجۃ، مارچ 2001ء ۳۵

☆☆☆☆☆☆☆☆

- Zafar Samdani, Article, The ailing screen, the Daily Dawn, Dec.26,1999 ۱۵
- Daily The News, Special Suppliment, Feb 4,2001 ۱۶
- Aslam, Syed. M. Cover Story, Piracy, Pakistan and Gulf Economist, March 13-26, 2000, P- 13 ۱۷
- Sarwar Naseem, Research article, Computer and communication revolution, journal of Mass Communication, Vol: 1, Department of Mass Communication, University of Karachi, June 1997, P-64 ۱۸
- خان، محمد انور، سیٹلائٹ، نشریات کے پنجاب یونیورسٹی طلباء و طالبات پر اثرات، غیر مطبوعہ تحقیقی مقالہ ایم اے، ایم ایس، پنجاب یونیورسٹی، لاہور 1997ء، ۹ ۱۹
- Nabiha Fatima, Effects of Satellite Channel Zee TV on Lahore Middle Class, M.A. Mass Communication, University of the Punjab, Lahore, 2000, P-52 ۲۰
- خان، محمد انور، سیٹلائٹ، نشریات کے پنجاب یونیورسٹی طلباء و طالبات پر اثرات، غیر مطبوعہ تحقیقی مقالہ ایم اے، ایم ایس، پنجاب یونیورسٹی، لاہور 1997ء، ۱۰ ۲۱
- الیضا، ۱۶ ۲۲
- الیضا، ۲۰ ۲۳
- Nabiha Fatima, Effects of Satellite Channel Zee TV on Lahore Middle Class, ۲۴
- Gallup Profile of Pakistan,1998 ۲۵
- صفیہ اکرم مضمون، پی ای وی پر اخلاق باختہ پروگراموں کا فروغ، "روزنامہ الصاف، 20 مارچ 2001ء ۲۶
- شرفی فاروق، کالم "کبل نیٹ ورک --- علماء اور والدین اپنے فراکٹس سر انجام دیں" روزنامہ نوائے وقت، لاہور، 11 فروری 2001ء ۲۷

مولانا ابو الحسن علی ندویؒ نے فرمایا:

”انسان کا اپنے رب کے ساتھ تعلق محسوس قانونی اور عقلی رشتہ نہیں جس کا دائرہ صرف واجبات ادا کرنے، احکام کی تکمیل کرنے، ٹیکس دینے اور اس کے بد لے کچھ حقوق حاصل کرنے تک محدود ہو۔ بلکہ یہ محبت اور پاکیزہ جذبات کا بھی رشتہ ہے۔ یہ ایک ایسا رشتہ ہے جس پر ذوق و شوق اور عشق و قربانی کا اور دلسوzi و بے قراری کا غلبہ ہونا چاہیے اور یہ عصر اس رشتہ میں اس طرح جاری و ساری رہنا چاہیے کہ کوئی عمل اس کے اثر سے خالی نہ رہنے پائے“۔

اختلاف اور مخالفت — محرکات و عوامل

ڈاکٹر اشتیاق احمد گوندل

دعوتی و تحریکی زندگی میں اختلاف رائے کو باعث رحمت قرار دیا گیا ہے مگر رائے کے ساتھ ساتھ مزاج، رو یہ اور طبیعت کا اختلاف بھی فطری ہے۔ اللہ تعالیٰ نے سب انسانوں کو ایک جیسا پیدا نہیں کیا مگر اجتماعی زندگی میں اختلاف جب نفسی مسائل یا گروہی و جزئی تعصبات کی بناء پر مخالفت بن جائے تو اجتماعیت پر ثابت سے زیادہ منفی کلچر غالب آ جاتا ہے۔ لہذا اجتماعی زندگی میں چاہے خاندان اور معاشرہ ہو یا دعوتی و تنظیمی زندگی اختلاف کو مخالفت نہیں بنانا چاہیے۔ اگرچہ یہ بڑا حساس، لطیف اور مشکل کام ہے لیکن رسول رحمت ﷺ کی تربیت یافتہ جماعت نہ تو ایک ہی رائے رکھتی تھی اور نہ ہی یکساں مزاج مگر قرآن مجید نے بھی ﴿رَحْمَةً إِبْيَانَهُم﴾ (۱) کو صحابہ کی اجتماعی زندگی کے لیے بطور سند نازل کیا ہے۔

تاریخ اسلام میں بڑے بڑے مشاہیر اور اسلاف کو بھی بعض اوقات شدید مخالفوں کا سامنا کرنا پڑا لیکن یہ مخالفت محسوس غیروں کی طرف سے ہی نہیں ہوتی رہی بلکہ اپنوں کے رو یہ بھی بڑے شدید اور کربناک ہوتے ہیں تو اس کی چند نسبیتی و جوہات بھی ہوتی ہیں اور محسوس مخالفت کرنے والے ہی قصور و ارتباں ہوتے بعض اوقات بڑے بڑے اسلاف اور مصلحین نے بھی اپنی تمام تر علمی و روحانی عظمتوں کے باوجود اعتدال کا مظاہرہ نہیں کیا۔ اختلاف اتنا بڑا اور شدید نہیں ہوتا مگر جب ایک گروہ اختلاف کو مخالفت بناتا ہے تو رد عمل میں دوسرا گروہ عقیدت میں مبالغہ کرتا ہے لیکن تاریخ انسانی اس پر شاہد ہے کہ غیر معمولی شخصیات کی بالعموم مخالفت کی گئی ہے۔ اسوہ انبیاء کو قرآن نے جس انداز میں پیش کیا ہے وہ اس امر پر ہی دلالت کرتے ہے۔ مولانا اشرف علی تھانویؒ کے