مسلم ذرائع ابلاغ کی عمومی روش اور مغربی طرزِ ابلاغ سے تقابل

ڈاکٹر محمد ریاض
ریسرچ اسکالر، شعبۂ علوم اسلامی جامعہ کراچی، کراچی

Abstract

The majority of Western intellectuals believe that the Muslim world is not save place for media representatives. While internally in Muslim states, the media faces restrictions, threats, and intimidation. It is thought by Western countries that the way of freedom of speech is expressed or practice in West, the same freedom can hardly be pointed out in Muslim countries. The observers always wonder that why the Muslim countries do not follow the practice of freedom as it is being found in western media. Perhaps, it is being intimated to the world that the media not only internally encapsulated in Muslim countries but the western media representative become the subject of tyranny and losses lives during the line of duty also. The study is an attempt to explain the common method used in the media of Muslim countries and while the comparison of Western media has been summarized.

KeyWords: Media, western intellectuals, Muslim media

مسلم ریاستوں میں ذرائع ابلاغ کی شناخت کا مسئلہ نظامِ حکمرانی کی طرح مبہم اور غیر یقینی صورت حال سے دوچار ہے۔ اظہارِ رائے کی آزادی اور جاننے کا حق جیسے بنیادی حقوق ہمیشہ سے موضوعِ بحث بنے ہوئے ہیں اور مغرب ان معاملات کو تنقیدی نگاہ سے دیکھتا ہے۔ وقتاً فوقتاً ذرائع ابلاغ کی آزادی اور ان پر لگائے گئے قدغن کے حوالے سے جائزے اور تبصرے بھی ان کے ہاں عام ملتے ہیں۔ ایک طرف مسلم حکمرانوں کی بے جا سختیاں اور دوسری طرف عقابی نظریں رکھنے والے مغربی تبصرہ نگار، دو متعلقہ فریق کی موجودگی میں مسلم ذرائع ابلاغ کی بنیادی حیثیت کا تعین مشکل ہے کہ وہ آزاد زیادہ ہیں یا اچھی روش کے حامل ہیں۔ مغرب ان کو آزاد دیکھنا چاہتا ہے (اُن کے ہاں آزادی کا مفہوم وسیع معنوں میں لیا جاتا ہے) لیکن مسلم حکمرانوں کی سختیاں آڑے آتی ہیں۔ مغرب سمجھتا ہے کہ جاننے کا حق، جینے کا حق اور سوال کرنے کا حق ہر انسان کو حاصل ہے جبکہ مسلم ریاستوں کے حکمران سوال کرنے اور جاننے جیسے بنیادی حقوق کو سلب کرتے ہی ہیں بلکہ بعض دفعہ جینے کا حق بھی صرف اس لئے چھینتے ہیں کہ ان کے خلاف اظہارِ رائے کی جرأت کی گئی۔ گذشتہ ایک عشرے سے زائد عرصے کے دوران ذرائع ابلاغ سے وابستہ افراد کی اموات بھی سب سے زیادہ

ایک مسلم ریاست میں ہوئیں۔(۱)

جبکہ پابندی، قدغن، دھونس دھمکیاں بھی اس دوران مسلم حکمرانوں کا وطیرہ رہا۔ یہاں سے اس بات کی نشاندہی ہوتی ہے کہ مسلم ریاستوں میں اظہارِ رائے کی آزادی ابھی اس نہج پر نہیں ہے جس کی توقع متمدّن دنیا کرتی ہے۔ اکثر مسلم ریاستوں کے بارے میں یہ تاثر عام ہے کہ وہ ذرائع ابلاغ کے نمائندوں کیلئے غیر محفوظ ہیں۔ بعض مسلم ریاستیں تو گنتی میں بھی نہیں آتیں کہ وہاں ذرائع ابلاغ کے شعبے فعاّل ہیں بھی یا نہیں۔ خاص طور پر افریقی ممالک میں ریاستی اُمور کی تشہیر کیلئے ایک آدھ ٹیلی ویژن، ریڈیو اور اخبارات کی نشاندہی کی جاسکتی ہے جبکہ عالمی اُمور اور عوامی نوعیت کے معاملات کی تشہیر مقامی ذرائع ابلاغ میں نہ ہونے کے برابر ہے۔ لہٰذا یہ قرار دینا کہ مسلم ریاستوں میں رائج ذرائع ابلاغ کی عمومی روش مثبت اور تعمیری ہے ایک خوش فہمی ہی ہوسکتی ہے زمینی حقائق سے اس کا کوئی تعلق نہیں ہوسکتا، ایسی صورت حال میں جبکہ ذرائع ابلاغ کی مجموعی ہیئت پابندیوں، دھمکیوں اور جکڑ بندیوں کے نرغے میں ہو مثبت روش کی توقع کم از کم اسلامی ریاست کے باسیوں کیلئے ممکن نہیں۔ ایک طرف مسلم دنیا کے جابر حکمران ہیں جو کسی بھی قیمت پر اظہارِ رائے کی آزادی کو پسند نہیں کرتے اور اپنے مقتدرانہ رویئے کو جاری و ساری رکھنے پر بضد ہیں جبکہ دوسری جانب غیر جانبدار مغربی مبصرین ہیں جو اس بات کے متمنی ہیں کہ مسلم ریاستوں کے ذرائع ابلاغ بعینہ وہی رویہ اختیار کیوں نہیں کرتے جس قسم کی روش مغربی ذرائع ابلاغ کی ہے۔ یہ وہ بنیادی وجوہات ہیں جو مسلم ریاست میں ذرائع ابلاغ کی عدمِ فعالیت کی سبب بنتی ہیں۔ بعض دفعہ ریاستی جبر و تسلط کے نتیجے میں عوام نہ صرف اس بنیادی حق سے محروم رہتے ہیں بلکہ اپنے جائز مطالبات کی ترسیل میں بھی حکمرانوں کے دست نگر ہو کر رہ جاتے ہیں۔ لہٰذا یہ بات قطعاً وثوق سے نہیں کہی جاسکتی کہ اسلامی ریاست میں ذرائع ابلاغ کی روش مثبت اور تعمیری نہیں ہے تو اپنے ازلی حقوق یعنی ترسیل و تشہیر سے بھی محروم ہے۔

اس معاملے میں ذرائع ابلاغ کو دوش ٹھہرانے کے بجائے ریاستی جبر و تسلط کو بھی سامنے رکھنا ہوگا اور یہ تسلیم کرنا ہوگا کہ مسلم ریاستوں میں ذرائع ابلاغ عدمِ فعالیت اور تعمیری روش سے محروم ہیں تو اس کے پس پردہ حکمرانوں کی جابرانہ پالیسیاں بھی کارفرما ہوتیں ہیں۔ اگر ہم سمجھتے ہیں جیسا کہ عمومی خیال ہے کہ اکثر مسلم ریاستوں میں ذرائع ابلاغ پابندی کے شکار ہیں تو پھر ہمیں ذرائع ابلاغ سے مثبت روش کی توقع زیادہ نہیں ہونی چاہیے لیکن اگر ہمارا خیال یہ ہو کہ دنیا کی دیگر اقوام کی طرح مسلمانوں کے ہاں بھی اظہارِ رائے کی آزادی ہے تو پھر لامحالہ ہم ذرائع ابلاغ کو انسانی تعمیر کا سب سے بڑا ذریعہ، معاشرتی اصلاح کا ذمہ دار اور دینِ اسلام کی تشہیر و ترویج کا جدید آلہ قرار دیتے ہوئے ابلاغی روش کو یا تو مثبت انداز میں پیش کریں گے یا منفی سمجھتے ہوئے اس بات کی نشاندہی کریں گے کہ ذرائع ابلاغ اپنے مقصد سے غافل ہو چکے ہیں۔ جہاں تک ثانی الذکر نکتے کی بات کریں تو ابھی تک یہ نوبت ہی نہیں آئی ہے کہ ذرائع ابلاغ آزاد بھی ہوں اور اپنے فیصلے جن کا اطلاق ان کی آزادی سے لے کر ضابطہ اخلاق کی تعین تک ہے، خود کرنے کی صلاحیت بھی رکھتے ہوں۔ البتہ اول الذکر نکتے کو مدنظر رکھ کہ ذرائع ابلاغ پابندی میں جکڑے ہوئے ہیں، یہ کہا جاسکتا ہے کہ اُمید سے زیادہ پابندی میں ہونے کے باوجود منفی روش کا رجحان زیادہ دیکھنے کو مل رہا ہے جو یقیناً اسلامی ریاست کیلئے تعمیری قرار نہیں دیا جاسکتا۔

اب اگر دوسرے پیرائے میں دیکھا جائے کہ ذرائع ابلاغ پابندی کا شکار نہ ہوتے تو پھر ان کی اخلاقی حد بندی کہاں جا کر ختم ہوتی اور کس قسم کی روش کا اظہار رہتا، اس کا اندازہ عصری ذرائع ابلاغ کے مجموعی کردار سے بخوبی کیا جا سکتا ہے۔ یہاں پر سوال اُٹھتا ہے کہ کیا اسلامی ریاست کی ظاہری ہیئت وضع ہونے کے بعد سب سے اہم معاملہ ذرائع ابلاغ کو قرار دینا عقلاً و عرفاً درست ہوگا۔ مثلاً ہم قرار دیں کہ ذرائع ابلاغ مسلم معاشرے کے ناصح بنیں، ابلاغی و تبلیغی ذمہ داریاں اٹھائیں یا مبلغین بن کر اسلام کی نشر و اشاعت کریں۔ ہاں کرنے سے قبل ہم یہاں پر ماضی بعید کی ریاستوں کی مثال سامنے رکھتے ہیں تو ہمیں کوئی ایسے آثار نظر نہیں آتے جہاں ابلاغی ذرائع ریاست کے چوتھے ستون کی حیثیت سے ذمہ داریاں نبھا رہے ہوں۔ البتہ دیگر ریاستوں کی نسبت اولین اسلامی ریاست (مدینہ) نے ذرائع ابلاغ کو ضرور فوقیت دی ہے۔ ہم اسلامی ریاست کی پہلی منظّم ابلاغی ہیئت کو زیادہ آزاد خیال اور حالات حاضرہ سے موافق قرار دیتے ہوئے یہ نشاندہی ضرور کریں گے کہ اس میں ابلاغیات چوتھے ستون سے زیادہ فرضیت کا درجہ رکھتے تھے۔ جیسا کہ پیغمبر اسلامؐ کے بنیادی مقاصد میں سب سے اہم اور موثر مقصد دینِ اسلام کی تبلیغ و ترویج تھی۔ قرآن مجید نے بھی اس جانب اشارہ کیا ہے اور لازم امر کے طور پر ابلاغ و تبلیغ کی نشاندہی کی ہے، جیسا کہ ارشاد ہوتا ہے:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ (۲)

''اے رسولؐ! جو چیز آپ کے رب کی طرف سے آپ پر نازل کی گئی ہے اسے دوسروں تک پہنچائیں۔ اگر آپ نے ایسا نہیں کیا تو آپ نے فریضۂ رسالت ادا نہیں کیا۔''

اس آیت میں اگرچہ ایک خاص فرمان کا تاکیدی حکم ہے لیکن عمومی اطلاق کا پہلو بہر حال موجود ہے۔ یہ نتیجہ نکالا جا سکتا ہے کہ اسلام کی اولین ریاست میں ابلاغ و تبلیغ کا روشن باب موجود تھا اور جن مناہج (قرآن و سیرتِ پیغمبر اسلام) کو بطور ابلاغ متعارف کرایا گیا وہ دین اسلام کی تشہیر و ترسیل اور پہلی اسلامی ریاست کے موقف کی وضاحت کے لیے تھے۔ البتہ اُس وقت کی اسلامی ریاست اور اس کے خدوخال کو مکمل طور پر ذرائع ابلاغ کے مرہونِ منت قرار دینا شاید دُرست دعویٰ نہ ہوگا۔ کیونکہ ریاستی ذمہ داریوں میں جہاں ابلاغ و تبلیغ کا یقینی پہلو موجود تھا وہی عمل و کردار اور جملہ مساعی کی بے مثال داستان بھی رقم ہو رہی تھی۔ آج عصری دنیا کی طرف ہم نظر کرتے ہیں تو متمدن دنیا نے ذرائع ابلاغ کو ریاست کا چوتھا ستون مان لیا ہے۔ سرکاری موقف ہو یا نجی معاملات کی تشہیر، حادثات و واقعات کی بروقت ترسیل ہو یا تعلیم و تعلّم کی باریکیاں، ہر معاملے میں انسان کا ان کی طرف محتاج ہونا ہی دراصل ذرائع ابلاغ کی ذمہ داریوں اور ریاست کی مجبوریوں کا دوطرفہ تعین ہوتا ہے۔ لہٰذا آج کی اسلامی ریاست کیلئے بھی ذرائع ابلاغ کی اہمیت و افادیت بعینہ وہی ہے جس کی نشاندہی دیگر ریاستوں نے کی ہے یعنی ابلاغی ذرائع ریاست کیلئے چوتھا اہم ضروری اَمر کا درجہ رکھتے ہیں۔

یہاں پر ضروری معلوم ہوتا ہے کہ ہم ذرائع ابلاغ کے کلیدی فرض کی نشاندہی کریں تاکہ سلسلۂ کلام کے آغاز میں جو دعویٰ کیا تھا اُس کی حقانیت کی دلیل قائم ہو جائے۔ ذرائع ابلاغ کے فرائض کا تعین خود اسلامی ریاست کے حل و عقد کریں گے۔ جن معنوں میں مغربی ممالک ابلاغی فرائض اور اُس کی ذمہ داریوں کی تشریح کرتے ہیں ان کی توثیق اسلامی ریاست کیلئے یقیناً ناممکن ہے۔ مثلاً ہم دیکھتے ہیں کہ مغرب اور تمدنی دنیا میں اظہارِ رائے کی آزادی کے نام پر بعض دفعہ اخلاقی حدوں کو پامال کیا جاتا ہے۔ من جملہ مقدس

شخصیّات کی توہین، ان کی نقالی جیسی ناپسندیدہ حرکات (جن کا تصور بھی اسلامی نظامِ زندگی میں محال ہے) اُن کے ہاں عام ہیں۔اس طرح کی آزادیوں کا تعلق یقیناً ایک خاص معاشرے سے ہے لیکن چونکہ یہی معاشرہ (مغرب) پوری دنیا پر حاوی نظر آرہا ہے اس لئے دنیا کے دیگر ممالک کا اُن کی طرف سے نافذ کردہ نظریات وافکار سے متاثر ہونا لازمی اَمر ہے۔اسلامی ریاست میں رائج ذرائع ابلاغ کا انہی جیسے اُمور میں آزاد خیال ہونا کسی بھی طرح دُرست انداز نہ ہوگا۔کیونکہ اسلام کسی کی ہتکِ عزت کا قائل نہیں اور نہ ہی تفریح اور مسابقت کی آڑ میں کسی شخصیت کی تذلیل کو رَوا سمجھتا ہے۔مقدس شخصیّات کو طنز ومزاح کے دائرہ کار سے آزاد تصور کرنا اسلامی روشِ ابلاغ کا ایک فرضِ منصبی ہے جبکہ اس قسم کی روش کا اظہار مغربی ممالک میں ہو تو وہ پابندی اور قدغن کے زُمرے میں آتی ہے۔کم از کم ان جیسے اُمور میں اسلامی ذرائع ابلاغ دنیا کے دیگر ابلاغی ذرائع کے حامی نہیں ہوسکتے کیونکہ اسلامی ریاست کے اندر رائج ابلاغی ادارے کسی مقدس شخصیّت کی تذلیل کو نہ اپنا فرضِ عین سمجھتے ہیں اور نہ ہی معاشرتی اِصلاح کیلئے ضروری سمجھتے ہیں۔اسی طرح تجسس، ہیجان خیزی اور عوامی رجحان کو اپنی طرف راغب کرنے کیلئے ایک خاص قسم کی مصروفیت انجام دی جاتی ہے جس کو عصری زبان میں اِسٹنگ آپریشن (Sting Operation) کہا جاتا ہے۔یعنی کسی فرد کو مائل بہ گناہ کر کے اس کی شخصیت کے منفی پہلوؤں کی تشہیر دراصل اس عمل کی جامع ترین صورت ہے۔ایک معاصر مفکر نے اِسٹنگ آپریشن کی تعریف یوں کی ہے:

''ایک ایسا (عمل) آپریشن جس کے بارے میں سامنے والے کو پیشگی علم نہ ہو۔''(۳)

گناہ کی طرف مائل کرنے کے مختلف طریقے اختیار کئے جاتے ہیں۔مثلاً ایک خوش شکل خاتون جو کہ اصل میں کسی میڈیائی ادارے کی نمائندہ ہوتی ہیں کو یہ ذمہ داری دی جاتی ہے کہ وہ مختلف مشہور شخصیّات کے قریب ہونے کی کوشش کرے۔یہ خاتون حیلے بہانوں سے اُس شخصیت کے چھپے ہوئے گوشے سامنے لاتی ہیں۔یا جنسی جبلت پیدا کرنے کی کوشش کرتی ہیں۔۲۰۰۵ء میں ایک بھارتی فن کار کو اسی قسم کی صورت حال کا سامنا کرنا پڑا تھا۔(۴) اس کے علاوہ رُشوت خوری، اَقربا پروری اور من پسند افراد کو نوازنے جیسے اُمور کی نشاندہی بھی اس مخصوص طریقہ کار (اسٹنگ آپریشن) سے کرنے کی روش عام ہو چکی ہے۔اسی طرح میڈیائی نمائندے رشوت کے ذریعے بھی کسی شخصیت کو بے نقاب کرتے ہیں۔گویا اس طرح کے تمام اُمور کسی فرد کی ذاتی زندگی میں مداخلت ہے۔ایک اسلامی ریاست کے ذرائع ابلاغ اس طرح کے فرائض کی ادائیگی کے متحمل نہیں ہوسکتے۔وہ ریاست کے بنیادی آئین قرآن مجید اور سیرتِ طیبہ کے عمومی حکم پر عمل کرنے کے پابند ہوتے ہیں۔جس میں حکم دیا گیا ہے کہ

وَلَا تَجَسَّسُوْا وَلَا يَغْتَبْ بَّعْضُكُمْ بَعْضاً (۵)

''اور ایک دوسرے کے حال کا تجسس نہ کیا کرو اور نہ کوئی کسی کی غیبت کرے۔''

اسی طرح پیغمبر اسلام ﷺ کا فرمان ہے: **انک ان اتبعت عورات الناس افسدتهم او کدت ان تفسدهم** (۶) اگر تم لوگوں کی پوشیدہ باتوں کے پیچھے پڑو گے تو تم ان میں بگاڑ پیدا کردو گے، یا قریب ہے کہ ان میں اور بگاڑ پیدا کردو۔ لہٰذا اسلامی ریاست میں موجود ذرائع ابلاغ کے کلیدی فرائض کا تعین قرآن اور اقوالِ پیغمبر اسلام کی روشنی میں ہوتا ہے جس کا لازمی نتیجہ فلاحِ انسانیت واصلاحِ معاشرہ ہی ہے۔

کلیدی فرض کی نشاندہی کے بعد ذرائع ابلاغ کی حقیقی روش پر گفتگو ہمارا اصل مُدعا ہے۔ جیسا کہ ہم نے سطور بالا میں ذکر کیا کہ ایک مثبت روش کی نشاندہی اُس وقت ہوسکتی ہے جب ذرائع ابلاغ پابندیوں اور قدغنوں سے مبّرا ہوں۔ جکڑ بندیوں اور پابندیوں کی موجودگی میں ذرائع ابلاغ سے مثبت روش کی توقع رکھنا عبث ہے۔ مسلم ریاستوں میں قائم ہر ابلاغی ادارے کی یقیناً یہی خواہش ہوتی ہے کہ وہ آزاد ہو، اپنے اصولی موقف کے تحت عوام کو باشعور رکھنے کا فریضہ انجام دے اور ریاست مشنری کو معاونت فراہم کرتا رہے۔ تاہم ماضی کے تجربات اور عصری منظر نامہ اس حقیقت کے بالکل برعکس ہے۔ تین بڑے فریق ریاست، شخصیت اور جماعت (سیاسی و مذہبی جماعتیں) کی موجودگی میں ذرائع ابلاغ کو اپنی ذمہ داری کا تعین نہ صرف مشکل نظر آتا ہے بلکہ بعض دفعہ انہی تین فریقوں کی خواہشات وتمنائیوں کی روشنی میں حکمت عملی وضع کرنی پڑتی ہے۔ مسلم ریاستوں میں رائج ذرائع ابلاغ کی نپی تلی حکمت عملی اور اس کے نتیجے میں ترتیب پانے والا کردار تضاد پرمبنی نظر آتا ہے۔ حیرت کی بات یہ ہے کہ مسلمانوں کا طبقۂ خاص اس مجمل کردار کو نظر انداز کرتے ہوئے مغربی ذرائع ابلاغ کو ہدفِ تنقید بناتا ہے۔ یہ طبقہ خواص اس بات سے نالاں ہے کہ بین الاقوامی ذرائع ابلاغ اسلام اور مسلمانوں کے بارے میں اچھی رائے نہیں رکھتے۔ ان کے ہاں دیانت دار نظریات کی ترسیل نہیں ہوتی اور آزاد پسندی کے نام پر استحصالی رویہ اختیار کیا جاتا ہے۔ ان کی اِسی روش کی موجودگی میں اخبار، رسائل، جرائد اور برقی اخبارات کے قارئین لاشعوری طور پر استحصالیت کا شکار ہو جاتے ہیں۔ جبکہ ٹیلی ویژن کے ذریعے نہ صرف ناظرین اور سامعین کے اوقات برباد کئے جاتے ہیں بلکہ فکری طور پر غلام بنائے جانے جیسے اُمور بھی انجام دیئے جاتے ہیں۔ (۷)

یہ مغربی ذرائع ابلاغ کے بارے میں مسلمان خواص کے عمومی خیالات ہیں۔ لیکن جب ہم خود مسلم ریاستوں میں موجود ذرائع ابلاغ کی طرف نظر کرتے ہیں تو ہمیں ایک جداگانہ روش کے بجائے تقلیدی روش نظر آتی ہیں۔ تفریح اور مزاح کے نام پر وہی کچھ ہوتا ہے جس کا اظہار مغربی ذرائع ابلاغ میں ہوتا ہے۔ بعض دفعہ کھوج اور تحقیق کے نام پر قرآن کے اُس اُصول کو بھی نظر انداز کیا جاتا ہے جس میں کسی کے ذاتی معاملات کے تجسس (جس کا حوالہ سطور بالا میں دیا گیا ہے) میں نہ پڑنے کی ہدایت کی گئی ہے۔ واضح نظر آتا ہے کہ ایک مغربی ملک میں رائج ابلاغی ذرائع زیادہ فعّال ہیں بہ نسبت مسلم ریاست میں رائج ابلاغی ذرائع کے۔ ان کے ہاں اگر آزادی جیسے اُمور شدّت کے ساتھ نافذ ہیں تو وہ ان سے اِستفادہ بھی کرتے ہیں۔ جبکہ مسلم ریاستوں میں ذرائع ابلاغ کی آزادی کے نعرے بھی بہت بلند ہوتے ہیں اور نیم آزادی بھی میسر آتی ہے لیکن جب عملاً کام کرنے کا مرحلہ آتا ہے تو وہی گھسی پٹی کہانیاں اور مغربی اندھی تقلید نظر آتی ہے۔ سب سے اہم سوال یہ ہے کہ ان ابلاغی اداروں نے اسلام اور مسلمانوں کی جداگانہ شناخت کو برقرار رکھنے اور اس پر کئے جانے والے حملوں کے سدّ باب کیلئے کیا عملی اقدام کیا؟ اس سوال کے ضمن میں یہاں بیان کرنا ضروری ہوگا کہ ذرائع ابلاغ اپنی بنیادی ذمہ داری کا اظہار اُس وقت کریں گے جب وہ سرکاری اور نجی پابندی سمیت معاشی گرفت سے آزاد ہوں۔ اس سلسلے میں دو بنیادی نکات کی نشاندہی ضروری ہے:

اول: ذرائع ابلاغ سماجی وسیاسی طور پر آزاد ہوں

دوم: ذرائع ابلاغ معاشی مجبوریوں سے بے نیاز ہوں

سیاسی وسماجی دباؤ

سماجی پابندیاں دراصل انفرادی بھی ہوسکتی ہیں اجتماعی بھی، فردِ واحد بھی ذرائع ابلاغ کو اچھی روش کے اظہار میں رکاوٹ بن سکتا ہے اور اجتماعی (جماعت) بنیادوں پر بھی اس قسم کے رویئے کا اظہار ہوسکتا ہے۔ مثلاً کسی فرد کو ذرائع ابلاغ سے ذاتی دُشمنی ہوسکتی ہے۔ وہ ان سے صرف اس لئے نالاں رہ سکتا ہے کہ ان کے بارے میں پھیلائی گئیں خبریں حقیقت پر مبنی نہیں ہیں۔ حالانکہ ذرائع ابلاغ کسی شخصیت کو ہدفِ تنقید یا تنقیص بناتے ہیں تو یہ ذاتیات سے ہٹ کر اُن کا عمومی رویہ ہوتا ہے۔ یا بعض دفعہ ہدفِ تنقید بننے والی شخصیت اپنے جرائم کو چھپانے کیلئے بھی ذرائع ابلاغ کی آزادی میں سدِّ راہ بن جاتی ہے۔ یہی وہ مرحلہ ہوتا ہے جہاں ذرائع ابلاغ کو موہوم سے مزاحمت ہی صحیح لیکن شدید قسم کی پابندی کا سامنا ہوتا ہے جو آئندہ دنوں کیلئے ذرائع ابلاغ کو اپنے اصولی موقف سے ہٹنے پر مجبور کرتا ہے۔ انفرادی مقاومت یا مزاحمت بعض دفعہ دُرست بھی ہوسکتی ہے اور بعض دفعہ غلط فہمی کا نتیجہ ہوسکتی ہے، چونکہ ذرائع ابلاغ کے مالکان یا ملازمین بھی اسی سماج سے تعلق رکھتے ہیں اس لئے ان کی ذرا سی بے احتیاطی نہ صرف سماجی انتشار کا سبب بنتی ہے بلکہ خود ادارے کیلئے شدید قسم کے نقصان کا باعث بنتی ہے۔ ذرائع ابلاغ کو انفرادی پابندی یا مزاحمت جیسی صورت حال کا سامنا اکثر و بیشتر کرنا پڑتا ہے۔ ۶/نومبر ۲۰۰۰ء میں روزنامہ نوائے وقت کراچی کے دفتر پر ایک خاتون کی طرف سے خودکش حملہ اس نوع کی جیتی جاگتی مثال ہے۔ (۸) جبکہ وقتاً فوقتاً میڈیائی اداروں کے دفاتر میں آنے والے دھمکی آمیز ٹیلی فون بھی شخصی و انفرادی نفرت اور ذرائع ابلاغ کی روش میں تبدیلی کا اہم عنصر ہیں۔ سال ۲۰۱۳ء میں کالعدم تحریکِ طالبان پاکستان کے رہنما حکیم اللہ محسود نے اپنے نائب کو لاہور، کراچی، راولپنڈی اور اسلام آباد میں میڈیا کو نشانہ بنانے کی خصوصی ہدایات جاری کیں تھیں۔ یہ ہدایات میڈیا کے اُس کردار کے بعد جاری کی گئیں جو اُس نے سوات میں شدت پسندوں کے حملے میں زخمی ہونے والی ملالہ یوسف زئی کے واقعہ کے کوریج کے سلسلے میں ادا کیا تھا۔ (۹)

ذرائع ابلاغ کی روبہ زوال روش میں اجتماعی مزاحمت یا پابندی سب سے اہم عنصر ہے۔ مختلف قسم کے ادارے اپنے موقف کو مناسب جگہ نہ دینے پر نالاں ہوتے ہیں جبکہ بعض کالعدم تنظیمیں اپنے نظریات کو فروغ نہ دینے پر ذرائع ابلاغ سے ناراض ہوجاتی ہیں اور یہ ناراضگی بعض دفعہ قتل و غارت کا پیش خیمہ ثابت ہوتی ہے۔ اگرچہ ذرائع ابلاغ سے وابستہ افراد اس عزم کا اظہار کرتے رہتے ہیں کہ دھونس، دھمکیوں کے باوجود ہم اپنے اصولی موقف سے پیچھے نہیں ہٹیں گے لیکن عملاً یہ ممکن ہوتا ہوا نظر نہیں آرہا۔ ان اداروں اور تنظیموں کی طرف سے رَوا رکھے گئے سلوک ہی دراصل میڈیائی اداروں کو اپنے اصولی موقف سے پیچھے ہٹنے پر مجبور کرتا ہے۔ چونکہ مسلم ریاستوں میں متمدن دنیا کی طرح قوتِ برداشت اس نہج پر نہیں ہے جہاں ذرائع ابلاغ کے تنقیدی و تعمیری رویئے کی ستائش کی جائے۔ لہٰذا مخصوص اداروں اور تنظیموں کے شدت پسند رجحان کے تناظر میں ذرائع ابلاغ کو بھی اپنے موقف اور اچھی روش سے دستبردار ہونا پڑتا ہے۔ ہماری اس گفتگو میں تنظیموں سے مراد عام طور پر مذہبی جماعتیں ہی ہیں۔ پاکستان سمیت دنیا بھر کی مسلم ریاستوں میں مذہبی جماعتوں کو جس قسم کا تفوق حاصل ہے اس کے بل بوتے پر یہ ایک ذرا سے بھی تنقید برداشت کرنے کو تیار نہیں ہوتیں۔ میڈیا اگر ان کی توصیف میں زمین و آسمان ایک کردے تو یہ ادارے اچھے ہیں لیکن اگر کسی مذہبی شخصیت کی ذاتی زندگی

کے کچھ منفی پہلو زیرِ بحث آئے تو پھر تمام تر قومی و ملی خدمات کے باوجود وہ میڈیائی ادارہ مطعون ٹھہرایا جاتا ہے۔ یہ بات ذرائع ابلاغ کو اچھی طرح معلوم ہے کہ اپنی انفرادی ساکھ کو برقرار رکھنے کیلئے بعض دفعہ نہ صرف اصولی موقف سے انحراف ضروری ہے بلکہ کچھ شخصیات، اداروں اور تنظیموں کی بلاوجہ کی توصیف بھی کی جانی ضروری ہے۔ اس عمل سے ایک طرف ان کی بقاء کو تحفظ ملتا ہے اور دوسری طرف سماجی حیثیت بھی نمایاں ہو جاتی ہے۔

اسی ضمن میں سیاسی جماعتوں کے کردار کو بھی نظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔ یہ جماعتیں عوامی رجحان کو اپنی طرف راغب کرنے کیلئے میڈیائی طاقت کو اولین ضرورت سمجھتی ہیں۔ اپنے کارناموں کی رُوداد اور حریفوں کے نقائص کی نشاندہی کیلئے ذرائع ابلاغ ان کیلئے ہتھیار کا کام کرتے ہیں۔ پاکستان کی کئی نمائندہ سیاسی تنظیمیں اسی افادیت کے پیشِ نظر اپنے ترجمان اخبارات کا اجراء کر چکی ہیں۔ پیپلز پارٹی کے ترجمان روزنامہ ''مساوات''، جماعتِ اسلامی کے روز نامہ ''جسارت''، کالعدم الرشید ٹرسٹ کے روزنامہ ''اسلام'' شائع ہو رہے ہیں اور اسی رجحان کا تسلسل ہیں۔ روزنامہ اخبارات کے علاوہ ہفت روزہ اور ماہنامہ جرائد بھی شائع ہو رہے ہیں جن کا مقصد جماعتی اور تحریکی سرگرمیوں کی تشہیر ہے۔ جیسے جماعتِ اسلامی کا ہفت روزہ ''ایشیاء''، جمعیت علمائے اسلام (فضل الرحمٰن گروپ) کا ماہنامہ ''الجمعیۃ'' مرکزی جمعیت اہلحدیث کا ہفت روزہ ''اہلحدیث'' مزدور کسان پارٹی کا ہفت روزہ ''جدوجہد'' وغیرہ۔ لیکن ان کی تعدادِ اشاعت کم ہے اور قارئین کا حلقہ ان جماعتوں سے وابستہ افراد تک محدود ہے۔ قریبی تعلق اور منافع بخش ضرورت کے حصول کے باوجود یہی جماعتیں جب خبر و نظر کی زد میں ہوتی ہیں تو ذرائع ابلاغ کے بہت بڑے حریف کے طور پر سامنے آتی ہیں۔ خاص طور پر حکمراں سیاسی جماعتیں ان کے عیوب اور نقائص کے آشکار پر آگ بگولہ ہو جاتی ہیں اور نتیجتاً ذرائع اِبلاغ کو پابندی کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ اکثر مسلم ریاستوں میں آزادیٔ ضمیر یا آزادیٔ اظہارِ رائے خال خال ہی نظر آتی ہے۔

معاشی مجبوریوں سے مبرّا

ماضی میں اخبارات اپنی ذمہ داریوں کو فرض سمجھ کر ادا کرتے تھے۔ لیکن وقت اور حالات نے مطبوعہ ابلاغ کو بھی مالی و صنعتی اداروں کا محتاج بنا دیا۔ یہ رُخ جو خود مختاری سے محتاجگی کی طرف موڑا ہے، دراصل طباعتی ابلاغ سے آزادی سلب کرنے کا ایک وسیلہ ثابت ہوا۔ یہ حقیقت ہے کہ ابلاغی ذرائع اپنے وجود کی بقاء کیلئے اشتہارات کے محتاج ہیں اور یہ بھی عیاں ہے کہ ایک کامیاب ابلاغی ادارہ چلانے کیلئے کثیر تعداد میں کارکنان کی ضرورت پڑتی ہے۔ لامحالہ اس عمل، جس میں باہُنر افراد کے انتخاب سے لے کر ان کی تربیت تک کا تمام مرحلہ شامل ہے، کے ذریعے جدیدیت سے ہم آہنگ ہونے کی بہترے کوشش ہے۔ سب سے بڑھ کر معاصر میڈیائی اداروں سے مسابقتی جنگ پیشِ نظر ہوتی ہے۔ ایک ایسی صورت حال جو بیک وقت تین بڑے عناصر (باہنر افراد کا انتخاب، جدیدیت سے ہم آہنگ ہونے کی سعی اور معاصر ابلاغی اداروں سے مسابقت) کے نتیجے میں پیدا ہوتی ہے، ذرائع ابلاغ کو مجبور کرتی ہے کہ وہ صنعتی اداروں سے اپنا تعلق کاروباری نوعیت کا رکھے۔ اصولاً یہ تعلق دوطرفہ ہونا چاہیے تھا یعنی صنعتی ادارے صرف اپنی مصنوعات کی تشہیر کی حد تک اثرات انداز ہوتے اور ذرائع ابلاغ ایمانداری سے ان کی مصنوعات کی تشہیر کرتے لیکن ہم دیکھتے ہیں

کہ تشہیر میں ذرا سی بھی غفلت یا کوتاہی صنعتی اداروں کو بالکل بھی برداشت نہیں۔ یہاں تک کہ خبری مواد اگر صنعتی اداروں کی مرضی کے مطابق نہ بھی ہو تو کم سے کم ان کے صارفین کے مزاج کے خلاف نہ ہو۔ لہٰذا صنعتی عنصر جو ذرائع ابلاغ کو سانس لینے اور زندہ رہنے کا سب سے بڑا ذریعہ ہے، بھی ان ابلاغی اداروں کو اچھی روش اختیار کرنے کی اجازت نہیں دیتا۔ معاصر دنیا میں ہم دیکھتے ہیں کہ مشرق سے مغرب اور شمال سے جنوب تک قائم مسلم ریاستوں میں ابلاغی اداروں کا اب یہ وطیرہ بن چکا ہے کہ وہ مذہبی تبلیغ کا ذریعہ نہیں بلکہ دیگر صنعتوں کی طرح یہ بھی پیسہ کمانے کی ایک صنعت ہے۔ جس طرح دیگر شعبوں کے مالکان یا کارکنان مالی فوائد حاصل کرنے میں جُتے ہوئے ہیں، اسی طرح ابلاغی اداروں کے مالکان بھی مالی فوائد حاصل کرنے کی جستجو میں رہتے ہیں۔ صنعتی اداروں کی براہِ راست شمولیت سے ذرائع ابلاغ کو دو بڑے فریق کا سامنا کرنا پڑا:

اول: مالیاتی اداروں کے مالکان جو اپنی مصنوعات کی تشہیر کیلئے ذرائع ابلاغ کو وسیلہ بناتے ہیں۔

دوم: اِبلاغی اداروں کے مالکان جو تجزیات سے لے کر خبری مواد کی نشر و اشاعت تک کے تمام معاملات میں براہِ راست اثر انداز ہوتے ہیں۔

سوال یہ ہے کہ دو مضبوط فریق کی موجودگی میں ذرائع ابلاغ کو خود کی پالیسی ترتیب دینے اور اسلامی سماج سے ہم آہنگ روش اختیار کرنے کی کلی آزادی ہے؟ اس سوال کا جواب ہمیں موجودہ ابلاغی ہیئت کو سامنے رکھ کر ڈھونڈنا ہوگا۔ ہم دیکھتے ہیں کہ نہ صرف مسلم ریاستوں بلکہ دنیا کی دیگر متمدّن ریاستوں میں بھی ذرائع اِبلاغ پوری طرح آزاد نہیں ہیں کہ وہ اپنی مرضی کی روش کا اظہار کرسکیں۔ دوسرے لفظوں میں ہم یہ کہہ سکتے ہیں کہ فی الواقع ذرائع ابلاغ پوری طرح آزاد نہیں ہوتے۔ اس میں کوئی تفریق نہیں کہ مغرب ہو کہ مسلمان ممالک ذرائع ابلاغ کو آزاد سے زیادہ پالیسی ساز بننا پڑتا ہے۔ بعض دفعہ یہ روش ذرائع اِبلاغ خود اختیار کر لیتے ہیں اور بعض دفعہ ریاستی حکمران مجبور کردیتے ہیں کہ وہ ان کی پالیسی کے مطابق قدم اٹھائیں۔ اسلامی ریاستوں میں حکمرانوں کی طرف سے نافذ کردہ پالیسی کے نتیجے میں ذرائع ابلاغ کی روش زیادہ تر مقلّدانہ نظر آتی ہے جبکہ خود سے اختیار کردہ پالیسی کے تحت ذرائع ابلاغ زیادہ تر بے باک اور تفریحی پہلو کے زیادہ حامی نظر آتے ہیں۔ جبکہ مغربی ذرائع ابلاغ نے اُصول اور اخلاقیات کو حد درجہ آزادی کے دائرہ میں سمجھ رکھا ہے۔ ان کے ہاں اخلاقیات اور اُصول کو نہ صرف اظہارِ رائے کی آزادی میں آڑے نہیں آنے دیا جاتا بلکہ جو کچھ بھی ہے اظہار کی آزادی ہی ہے۔

یہی وجہ ہے کہ مغربی سماج میں اگر ذرائع ابلاغ آزاد زیادہ ہیں تو یہ ان کے سماج کے مطابق بالکل متوازی روش ہے۔ بلکہ ذرائع ابلاغ کی اکثریت وہی کچھ موقف رکھتی ہے جو ریاست کی طرف سے براہِ راست نافذ کیا جاتا ہے۔ ریاست اور ذرائع ابلاغ کے مابین ہم آہنگی دراصل ایک ریاست کی تکمیلی اور کامیاب ترین صورت ہوسکتی ہے۔ مغربی ذرائع ابلاغ نے اپنے معاشرے سے ہم آہنگ رہنے کی تمام تر خُوبی (روش) اپنے اندر جذب کرلی ہے جبکہ مسلمان ممالک کے ذرائع ابلاغ گومگو کیفیت میں ہیں کہ وہ مغربی اَقدار کی تقلید کریں یا اسلامی شعار کی ترویج میں حصہ ڈالیں۔ مقلد بن کر وہ اپنا شناخت وضع نہیں کرسکتے کیونکہ اسلامی معاشرہ اس بات کا متحمل نہیں ہوسکتا کہ آزادی کے نام پر وہ سب کچھ برداشت کرے جس کی گنجائش اسلامی تعلیمات میں قطعاً نہیں۔ البتہ

اسلامی شعار کی ترویج وتبلیغ کی ذمہ داری اپنے کاندھوں پر اُٹھا سکتے ہیں جس کے لیے مسلم ذرائع ابلاغ کو دینی مہم جوئی پر مبنی روش اختیار کرنی ہوگی۔ہم دیکھتے ہیں کہ موجودہ اسلامی ذرائع ابلاغ کی مجموعی ہیئت اس سے عاری نظر آتی ہے۔مغربی تمدن اور اس سے جُڑے تمام تر اُمور عرب سمیت پورے مسلمان ممالک میں عام دیکھے جاسکتے ہیں۔میوزک چینلز، چٹ پٹی خبروں (فلمی دنیا خاص طور پر ہالی ووڈ، بالی ووڈ اور لالی ووڈ سے متعلق خبریں) پر مشتمل اخبارات ورسائل، کھیلوں کی خبروں پر مبنی روزنامچے یا ہفتہ روزہ رسائل اسلامی ریاستوں میں عام شائع ہوتے ہیں۔دبئ سے شائع ہونے والا اخبار ''خلیج ٹائمز'' مسلم دنیا کے معتبر ابلاغی اداروں میں ہوتا ہے۔دیدہ زیب اور مہنگا ترین کاغذ پر اس کی چھپائی ہوتی ہے۔عصری دُنیا کے تمام تر حالات پر غائرانہ نظر رکھنے کے ساتھ ساتھ فلمی دنیا کی خبریں بھی اس اخبار کا اہم حصہ ہوتی ہیں۔ہالی ووڈ، بالی ووڈ اور لالی ووڈ جیسے فلمی ادارے اس اخبار کے شہ سُرخیوں میں ہوتے ہیں۔ایک مسلم ریاست کے ابلاغی ادارہ ہونے کے ناطے اس کی روش یک گونہ بھی انفرادیت کی حامل نظر نہیں آتی۔حالاتِ حاضر پر مضبوط گرفت اور خبروں کا تجزیہ وتحلیل اچھی روش اور باقی دنیا سے ہم آہنگ قرار دیا جاسکتا ہے لیکن فلمی دنیا اور اس سے جُڑے حالات کی تشہیر وترویج شاید اسلامی روش ابلاغ کی نمائندگی نہیں ہوسکتی۔کیونکہ اسلامی ریاستوں میں فلم اور اس سے وابستہ افراد کو اب تک کھلے دل سے قبول نہیں کیا گیا اور نہ ہی فلمی روش کو اسلامی تعلیمات کے موافق قرار دیا جاتا ہے۔

یہاں واضح رہے کہ فلم سے ہماری مراد وہ فلمیں ہیں جو اِصلاحی عمل سے عاری ہوتی ہیں۔جن میں فقط ناچ گانا، جنسی مناظر اور تفریحی پہلو نمایاں کیا جاتا ہے۔اصلاحی عمل کی نیت سے بنائی جانے والی فلمیں اسلام کی درست تشہیر کرنے میں معاون بن سکتی ہیں۔لیکن مسلم ریاستوں میں اس عمل سے استفادہ کرنے کا رجحان بہت ہی کم دیکھنے کو مل رہا ہے۔دیگر ممالک کی طرح ان ریاستوں میں بھی فلمی انداز عاشقانہ اور ماردھاڑ والا ہوتا ہے۔اسی طرح ''العربیہ نیٹ ورک'' جو بیک وقت ٹیلی ویژن چینل، اخبار اور ویب سائٹ چلاتا ہے اور عرب دنیا میں خاصا مقبول ہے، بھی حالات حاضرہ کی تشہیر انسانی سوچ اور ضرورت کے مطابق کرتا ہے۔لیکن مغربی دنیا کے ابلاغی اداروں کی نقالی میں یہ ادارہ بھی ہر وہ خبر شائع کرنے کی جتن کرتا ہے جو مسلم معاشرے کیلئے مفید بھی ہوسکتی ہے اور غیر مفید کا درجہ بھی رکھتی ہے۔ان اداروں سے وابستہ نیوز اینکرز جن میں زیادہ تر خواتین ہوتی ہیں، شرعی حجاب کو ضروری اُمر تصور نہیں کرتیں۔خبریں پڑھتے وقت کھلے بال اور مغربی طرزِ کا لباس ان نیوز اینکرز کا پسندیدہ اور شاید ضرورت کے تحت پہنا جانے والا لباس ہوتا ہے۔خبریں نشر کرنے کا انداز، خبریں پیش کرنے والے، والی دونوں طرح کے اینکرز وہی روش اپناتے ہیں جو مغربی ذرائع ابلاغ میں عام ہے۔ایک پاکستانی کالم نگار اس موافقت کو یوں بیان کرتے ہیں:

> ''فیشن شوز کے نام پر جو مناظر خبر نامے میں پیش کئے جاتے ہیں انہیں دیکھ کر گمان ہوتا ہے کہ کوئی یورپی چینل دیکھ رہے ہیں۔ملک [پاکستان] کے اسلامی تشخص کا خیال رکھا جاتا ہے نہ ملک کے وقار کا کوئی لحاظ ہے......ثقافتی ڈراموں کے نام پر ایسی مخالف تہذیب اور ایسے حیا باختہ موضوعات کو سامنے لایا گیا کہ ایک عام بندے کے لئے اپنے بیوی بچوں کے ہمراہ بیٹھ کر ٹی وی دیکھنا محال ہوگیا۔''(۱۰)

مغربی ذرائع ابلاغ کی خاصیت یہ ہے کہ وہ آزادی، تفریح اور جاننے کے اصولی موقف کی ہر حال میں دفاع کرتے ہیں

جبکہ مسلم ریاستوں کے ذرائع ابلاغ زیادہ آزاد خیال (اسلامی نقطۂ نظر سے) تصور کئے جانے کے باوجود مقیّد ہیں۔ خاص طور پر براہِ راست افراد اور شخصیات کا نام لے کر ان پر نقد و جرح اسلامی دائرہ قانون سے خارج اور نجی زندگی میں مداخلت کی ایک جارح حرکت تصور کی جاتی ہے۔ اس سلسلے میں قرآن اور احادیثِ پیغمبر ﷺ اس موقف کی بھرپور تائید کرتی ہیں۔ البتہ بعض معاملات میں سختی بھی رَوا رکھی گئی ہے جیسا کہ تاریخ کی کتابوں میں موجود ہے کہ آٹھ ہجری میں جب پیغمبر اسلام ﷺ نے مکہ فتح کرنے کی تیاری شروع کیں تو ایک صحابی حضرت حاطب بن ابی بلتعہؓ نے ایک خط میں ان حالات کو لکھ کر ایک خاتون مزینہ کنود کے ہاتھ اہل مکہ کی طرف روانہ کیا۔ پیغمبر اسلام کو بذریعہ وحی اس اَمر کی اطلاع ہوگئی۔ آپ ﷺ نے حضرت علیؓ، حضرت زبیرؓ اور حضرت مقدادؓ کو بھیجا کہ قاصد سے خط چھین لائیں۔ انہوں نے اس عورت کو راستے میں جالیا اور اس کی تلاشی لی گئی مگر خط نہیں ملا۔ اُس عورت نے بھی خط کی موجودگی سے انکار کیا تو حضرت علیؓ نے اُسے دھمکی دی کہ اگر اُس نے خط حوالے نہ کیا تو اسے برہنہ کر کے تلاشی لی جائے گی جس پر اُس خط ان کے حوالے کر دیا۔ (۱۱)

ان جیسی اور دیگر مثالوں اور واقعات سے واضح ہوجاتا ہے کہ مغربی ذرائع ابلاغ کی نقالی مسلم ذرائع ابلاغ کے حق میں بالکل بھی نہیں بلکہ اسلام کے اُصولی موقف کی پیروی ہی اسلامی ذرائع ابلاغ کا حقیقی مقصد ہوسکتا ہے۔ مغربی طرزِ عمل کی پیروی مسلم معاشرے اور مسلم خاندان کیلئے نہ صرف خسارے کا باعث ہے بلکہ خود اسلامی ریاست کی بقاء اور اس کے وجود کیلئے خطرے کا سبب بھی بن سکتی ہے۔ یہ مسلم دانشور طبقہ اور مذہبی رہنماؤں کا عمومی نظریہ ہے۔ ممکن ہے کہ یہ خیال درست بھی ہو لیکن اس بات سے انکار کرنا ناانصافی ہوگی کہ حد سے زیادہ آزادی اور مذہب کو عبادت گاہوں تک مقید کئے جانے کے باوجود مغربی معاشرے میں متعدد اَقدار ایسی ہیں جو اسلامی تعلیمات سے مکمل ہم آہنگ نظر آتی ہیں۔ جھوٹ کی حوصلہ شکنی (۱۲)، رشوت کی بیخ کنی (۱۳)، صفائی ستھرائی (۱۴)، باہمی اتحاد و اتفاق (۱۵)، علمی شغف (۱۶) جیسی خصوصیات جن کی اسلامی تعلیمات میں جا بجا نشاندہی کی گئی ہے، کو بطور مثال پیش کیا جاسکتا ہے۔ تو کیا مغربی ذرائع ابلاغ اپنے سماج سے ہٹ کر موقف پیش کرتے ہیں؟ یا اسی معاشرے کی عکاسی کرتے ہیں جس میں وہ اپنا وجود رکھتے ہیں؟ بظاہر ہمیں نظر آتا ہے کہ مغربی ذرائع ابلاغ اپنے سماج کی مکمل شبیہ اور عکس ہیں۔ جو کچھ سماج میں رونما ہوتا ہے اس کو حرف بحرف ترسیل کرتے ہیں۔ یہ یقینی بات ہے کہ مغربی ذرائع ابلاغ صرف غیر اخلاقی روش کی ترویج نہیں کرتے بلکہ ان تمام اقدار کی ترویج کرتے ہیں جو ان کے ہاں رائج ہیں۔ جبکہ ان کے مقابلے میں مسلم ذرائع ابلاغ قومی و ملی اقدار کی ترویج اتنی زیادہ نہیں کرتے جس قسم کا تقاضا مسلم معاشرہ اور اسلامی تعلیمات کرتی ہیں۔ مخصوص ایام میں تھوڑی بہت اگر اسلامی اَقدار اور شعائر کو جگہ دی بھی گئی تو اس کے پس پردہ معاشی پہلو کارفرما ہوتا ہے، وگرنہ انداز اور چلن سب کچھ مغربی ذرائع ابلاغ کا سا ہے۔ مسلم دانشور مغربی ذرائع ابلاغ کے جس پہلو کو سب سے زیادہ تنقید کا نشانہ بناتے ہیں وہ عریانی اور فحاشی ہے۔ ان کے خیال میں مغرب کے اس عمل سے مسلم معاشرے میں بگاڑ اور اِنتشار کا خطرہ رہتا ہے۔ خاص طور پر نوجوان نسل کا ان اُمور کی طرف جھکاؤ خطرناک صورت حال کی نشاندہی ہے۔

ہم دیکھتے ہیں کہ مغربی ذرائع ابلاغ کے دیکھا دیکھی مسلم ذرائع ابلاغ بھی تفریح اور آزادی اظہارِ خیال کے نام پر مختلف قسم

کے پروگرام پیش کرتے ہیں۔ان پروگراموں میں سیاست دانوں کی نقالی سے لے کر بیہودہ قسم کے کلمات ادا کئے جاتے ہیں جو یقیناً مسلم ذرائع ابلاغ کی درست روش نہیں ہوسکتی۔ دین اور معاشرتی اعتبار سے مغرب اور مسلمان دو الگ الگ قوم ہیں۔ دونوں اقوام میں سب سے زیادہ بنیادی تفریق دو الگ الگ مذہب کی پیروی ہے۔ دینی تعلیمات، عبودی معاملات، معاشرتی ضروریات اور بعض اخلاقی قدریں یکسر مختلف اور الگ انداز میں رائج ہیں۔اس واضح تفاوت کے بعد کہ مسلم معاشرے کی ضروریات الگ ہیں اور مغربی معاشرے کی ضروریات دوسری ہیں، دو جدا جدا نظام ہائے زندگی کی تصویر بھی یقیناً مختلف ہوگی۔ طرزِ عمل، رہن سہن، سلیقہ زندگی اور سماجی معاملات سب جداگانہ ہیں اور جو ذرائع ابلاغ ان معاشروں میں فعال ہیں وہ بھی اُسی معاشرے کی عکاسی کرتے ہیں۔ جبکہ زندگی کے تمام تر معاملات جدا جدا ہیں تو پھر ذرائع ابلاغ کی روش بھی یقیناً الگ ہوسکتی ہے کیونکہ ذرائع ابلاغ تو وہی تشہیر کریں گے جن کا تعلق اس معاشرے کے انسانوں سے ہوتا ہے۔ایسا تو ہو نہیں سکتا کہ معاشرہ کچھ اور چلن پر عمل کرے اور ذرائع ابلاغ کسی اور روش کی تشہیر کریں۔ لہٰذا مسلم ریاست میں قائم ذرائع ابلاغ اپنے اصولی اور ازلی موقف کی موجودگی میں کسی اور نظام میں رائج ذرائع ابلاغ کی پیروی اصلاً نہیں کرسکتے۔ان کو اُسی موقف کی تائید اور تشہیری کرنی ہوگی جس کا ازلی و ابدی تعلق اسلامی ریاست سے ہے، اسلامی معاشرے سے ہے اور اسلامی اقدار سے ہے۔اس بات کی وضاحت ایک پاکستانی دانشور نے بھی کی ہے۔ان کے خیال میں اسلامی فلسفہ ابلاغ دیگر ابلاغی نظریات سے یکسر مختلف اور عالمگیر نوعیت کا ہے۔ وہ لکھتے ہیں:

> ''اسلام کا فلسفہ دیگر ابلاغی نظریات کے مقابلے میں نہ صرف بالکل جدا اور منفرد ہے بلکہ اس اسلامی ابلاغی نظریئے نے جاننے کے حق اور اطلاعات تک رسائی کے حق کو ایک عالمگیر وسعت دی ہے اور معاشرہ کا ہر فرد خواہ وہ کسی بھی طبقۂ رنگ نسل زبان عقیدہ نظریئے سے تعلق رکھتا ہو ایک اسلامی معاشرہ میں اس بات کا حق دار ہے کہ اسے ہر بات کا نہ صرف علم ہوگا بلکہ کوئی بات خواہ کتنی ہی ضرر رساں کیوں نہ ہو چھپائی نہیں جائے گی۔''(۱۷)

البتہ یہ بات بحث طلب ہے کہ جدید اسلامی ریاستوں کے باقاعدہ قیام کے بعد سے لے کر اب تک اس موقف یعنی جداگانہ شناخت کی عملی تصویر ابھی تک نہیں دیکھی گئی۔ان ریاستوں میں میڈیا کی صورت حال ہمیشہ سے مقلدانہ، نحیف، دبی ہوئی اور اصولی مقاصد سے منحرف نظر آتی ہے۔ان وجوہات کے پس پردہ مندرجہ ذیل محرکات ہیں:

صنعتی انقلاب (۱۸۵۰ء) کے آغاز سے ہی مغرب نے تعلیم و تعلّم کو اپنا اوڑھنا بچھونا بنالیا۔ علمی جستجو نے جہاں اُن کی فکری جولانیوں کو بلند کیا وہی نت نئی ٹیکنالوجی پر اُن کو دسترس حاصل ہوگئی۔ ذرائع ابلاغ کے جدید آلات بھی اُن کو اسی علمی کاوشوں کے نتیجے میں حاصل ہوئے۔ بطور موجد کار وہ ان آلاتِ ترسیل کو زیادہ بہتر اور جاندار طریقے سے استعمال کرنا جانتے ہیں۔ان کے مقابلے میں مسلم ریاستوں اور آبادیوں میں ابلاغ کا طریقہ کار روایتی رہا۔ بیسویں صدی کے اواخر تک اِکادُکا مسلم ریاستیں ہی جدید ابلاغیات سے واقف تھیں۔ البتہ یہ رسائی بھی صرف حکمران کو تھی، عام لوگ ان سے نابلد تھے۔ آج بھی ابلاغی ذرائع کی قسمیں پہلے مغرب میں متعارف ہوتی ہیں بعد ازاں مسلم ریاستوں میں ان کی آمد ہوتی ہے۔ گویا مسلم ریاستوں میں ان ابلاغی ذرائع کی آمد ایک

تقلیدی روش ہو سکتی ہے، مسابقتی یا تعمیری روش کہنا شاید درست دعویٰ نہیں ہو سکتا۔

ایک مقلد اور صارف ہونے کی حیثیت سے مسلم ریاستوں کو ذرائع ابلاغ پر دسترس نہیں تھا۔ ان جدید ابلاغی ذرائع کے استعمال، طریقہ کار اور فنی و تکنیکی مہارت یقیناً مسلم ریاستوں کیلئے ایک چیلنج اور صبر آزما مرحلہ تھا۔ بطور صارف مسلم ریاستوں نے ہمیشہ سیکھنے کا عمل جاری رکھا۔ خود موجد بننے کی بجائے مغرب کی آئندہ ایجاد کا انتظار آج بھی مسلم ریاستوں کا محبوب مشغلہ ہے۔ ہم دیکھتے ہیں کہ ٹیلی ویژن، ریڈیو، سوشل میڈیا (فیس بک، ٹوئیٹر، واٹس اَپ وغیرہ) مغرب کی سرزمین پر متعارف ہونے کے بعد مسلم ریاستوں میں پہنچے ہیں اس لئے ان ریاستوں کے ابلاغی ذرائع جو روایتی لبادہ اوڑھے ہوئے ہیں، جدید مغربی ذرائع ابلاغ کے مقابلے میں کمزور، نحیف اور کم اثر رکھنے والے آلات واقع ہوئے۔ ایک ہندوستانی دانشور کے بقول:

> ''اسلامی صحافت اب تک مرعوبیت اور محرومیت کا جامہ پہنی ہوئی ہے اور مغربی صحافت کے سامنے اسلامی صحافت احساس کمتری و کہتری کی اسیر ہے۔'' (۱۸)

مسلمان ریاستوں میں ذرائع ابلاغ کو ہمیشہ سے ہی پابندی اور قدغن کا سامنا رہا ہے۔ جیسا کہ ہم نے سطور بالا میں ذکر کیا کہ عصری مسلم ریاستوں میں ذرائع ابلاغ کی عمومی روش ڈانوڈول اور انتشار کا شکار رہی ہے تو اس کے پس پردہ حکمرانوں کی بے جا سختیاں تھیں۔ اصلاً ذرائع ابلاغ کو اپنی اُس روش کو ظاہر کرنے کا موقع ہی نہیں ملا جس کیلئے یہ وضع ہوئے ہیں۔ جیسا کہ اکثر و بیشتر مشاہدہ میں آرہا ہے کہ جس طرح مسلم ریاستوں کے عوام اِن حکمرانوں کے نرغے میں ہیں اسی طرح ذرائع ابلاغ بھی ان کے رحم و کرم پر ہوتے ہیں۔ سید عبید السلام زینی کہتے ہیں:

> ''آج پورے عالم اسلام میں اظہارِ رائے پر جو پابندی لگی ہوئی ہیں اور اخبارات اور صحافت کی آزادی سلب ہے تو اس کی وجہ یہی ہے کہ کسی ایک مسلم ملک کے حکمران بھی ایسا نہیں ہے جن کو اُس ملک کے اہل الرائے مسلمانوں نے اپنی آزادرائے اور مرضی سے معروف طریقے پر منتخب کیا ہو یا وہ ان حکمرانوں کو اُن کے تقویٰ اور پرہیزگاری کی بناء پر دل سے احترام کرتے ہوں۔ سب کے سب حکمران الا ماشاءاللہ چور دروازوں سے آکر اپنے ملک کے عوام پر مسلط ہیں اور مسلط رہنے کیلئے بیرونی سہاروں کے محتاج ہیں۔ انہیں اگر کوئی خطرہ ہے تو اپنے عوام سے ہے۔ ایسی صورت میں بھلا وہ انہیں اظہارِ رائے اور تنقید کی آزادی کیسے دے سکتے ہیں۔'' (۱۹)

موصوف نے یہ کتاب اسی کی دہائی میں لکھی تھی۔ اُس وقت کے حالات کو مدنظر رکھتے ہوئے جو تجزیہ پیش کیا ہے آج بھی بعینہ وہی حالات ہیں۔ ایک ذرا سا فرق نہیں آیا۔ آج بھی مسلم حکمرانوں میں ڈرانے دھمکانے اور زبردستی حکمرانی کرنے کی روش بدرجہ اتم موجود ہے۔ یہ عجب بات ہے کہ ان حکمرانوں نے اپنے مقاصد کی تشہیر کیلئے تو ذرائع ابلاغ سے بھرپور مدد لی تاہم عوامی رائے کی تحقیر بھی ان کے پیش نگاہ رہی۔ آج بھی کئی مسلم ریاستیں ایسی ہیں جو اپنی عمل داری اور بقاء کا جواز ذرائع ابلاغ پر پابندی میں ڈھونڈتی ہیں۔ وہ نہ صرف ذرائع ابلاغ پر پابندی کو اپنے لئے بہتر تصور کرتی ہیں بلکہ حکومتی انتظام و انصرام کے تسلسل کیلئے بھی اس

عمل یعنی پابندی کو یقینی اور حرفِ آخر سمجھتی ہیں۔

اصولی موقف سے انحراف کا مطلب دینی و سیاسی اغراض ومقاصد کی عدمِ تشہیر ہے۔ یا ان کے مقابلے میں بے مقصد قسم کے پروگرام کو فوقیت دینا جیسے اُمور ''اصولی موقف'' سے منہا قرار دیئے سکتے ہیں۔ اسلامی ذرائع ابلاغ کی غالب اکثریت نے دینی شعار کی ترویج کے بجائے مغربی افکار ونظریات اور ان کے ہاں رائج میڈیائی روش کی پیروی اختیار کی ہوئی ہے۔ اسلامی طرزِ زندگی سے یکسر مختلف روش کا اظہار دراصل مغرب اور دیگر اقوام کی اندھی تقلید اور ذاتی طور پر نت نئی تخلیقات سے آشنا نہ ہونا ہے۔

سطور بالا میں ذکر کئے گئے نکات کی روشنی میں ہم یہ نتیجہ اخذ کر سکتے ہیں کہ یا تو اسلامی ریاستوں میں ذرائع ابلاغ پوری طرح آزادی نہیں ہیں یا اگر آزاد ہیں تو پھر اسلامی روش کا اظہار نہیں کرتے جس کی مثال آج کی مسلم ریاستوں میں رائج ذرائع ابلاغ کی دی جاسکتی ہے۔ البتہ اس حقیقت کو بھی تسلیم کرنا ہوگا کہ جہاں یہ ابلاغی ذرائع اغیار کی تقلید میں بہت زیادہ آگے نکل گئے ہیں وہی ریاست کے خدوخال، انتظامی اُمور، اسلامی شعائر کی تشہیر سمیت متعدد ایسے پہلو کی نشاندہی کرتے ہیں جن کا بالواسطہ اور بلا واسطہ تعلق اسلام اور اسلامی ریاست سے ہوتا ہے۔ مثلاً ہم دیکھتے ہیں کہ رمضان المبارک تمام اسلامی ریاستوں کا مقدس مہینہ ہے۔ قرآنی تعلیمات کے مطابق ہر مسلمان کو اس مقدس مہینے میں روزہ (ایک خاص کیفیت جس میں انسان کو صبح سے لے کر شام تک بھوکا رہنا ہوتا ہے) رکھنا ہے۔ چونکہ روزے کا مطلب بھوک پیاس سے بڑھ کر انسانی تطہیر اور روحانی تسکین ہے اس لئے یہ مہینہ جہاں بھوک پیاس کے حوالے سے پہچانا جاتا ہے وہی عمومی زندگی کو پاکیزگی اور معصیت سے باز رکھنے کا سبب بھی بنتا ہے۔ لہٰذا تمام اسلامی ریاستوں میں رمضان المبارک کو بہتر سے بہتر انداز میں گزارنے کے اسباب ڈھونڈھے جاتے ہیں۔

اسلامی شعائر کی ترویج وتشہیر اس مہینے میں سب سے زیادہ ہوتی ہے۔ ذرائع ابلاغ چونکہ پہنچانے کے عمل کے حوالے سے زیادہ شناخت رکھتے ہیں اس لئے ان میں بھی رمضان المبارک کے دوران نت نئے پروگرام اور اسلامی شعائر کی تشہیر کی جاتی ہے۔ اخبارات، ٹیلی ویژن چینلز، ریڈیو، رسائل، جرائد، یہاں تک کہ سوشل میڈیا پر بھی رمضان کے حوالے سے معلومات اور واقعات عام ملتے ہیں۔ یہ روش ایک طرف اسلامی شعائر کی تبلیغ کا سبب بنتی ہے تو وہی دوسری طرف کم سن اذہان اور متنفر قلوب کو درست راستہ دکھاتی ہے۔ لہٰذا رمضان المبارک کے مہینے میں اسلامی ذرائع ابلاغ کی طرف سے ظاہر کردہ روش کو مثبت قرار دینا اس لئے بھی منطقی اور زمینی حقائق سے قریب ہے کہ ان ایام میں عام لوگ بھی تبلیغات کی جستجو میں ہوتے ہیں۔ چونکہ یہ ذرائع قابل رسائی اور بہت زیادہ بااثر ہوتے ہیں اس لئے لوگ کا ان کی طرف ملتفت ہونا ایک عادتی اور جدید زمانے سے جُڑے رہنے کا ایک اہم وسیلہ قرار دیا جاسکتا ہے۔ اسی طرح مسلمانوں کی غالب اکثریت اسلامی مہینہ ربیع الاول کی بارہ تاریخ کو بانی اسلام حضرت محمدؐ کے یوم پیدائش کو ایک اسلامی شعائر کے تحت مناتی ہے۔ چونکہ مختلف جلسوں، پروگراموں اور کانفرنسوں میں اس دن کی مناسبت سے بڑی بڑی تقریریں اور وقائع بیان کئے جاتے ہیں اس لئے ذرائع ابلاغ کا ان کی طرف ملتفت ہونا ایک لازمی اَمر ہوتا ہے۔ ذرائع ابلاغ چونکہ عوام کی نبض پر ہاتھ رکھنے کی جستجو میں رہتے ہیں اس لئے ان جیسے ایام کو کوریج میں نہ رکھنا خود اِن ابلاغی اداروں کی سستی ہوگی اور عوامی ناپسندیدگی کا شکار بھی بن سکتے ہیں اس لئے یہ مجبوری اور شاذونادر دینی جذبے کے تحت ان ایام کی تشہیر کرتے ہیں۔

اسی طرح دسویں محرم الحرام کو نواسہ رسول حضرت امام حسینؓ کی شہادت کی مناسبت سے منعقدہ مجالس کی تشہیر اسلامی ذرائع ابلاغ کی انفرادی خاصیت اور جدید حالات میں مثبت روش ہے۔ چونکہ دس محرم الحرام اسلامی تاریخ میں ایک اہم واقعہ کی حیثیت رکھتا ہے اس لئے ذرائع ابلاغ اس دن سے متعلق تمام تر اُمور سے اسلامی ریاست کے عوام کو باخبر رکھنا چاہتے ہیں۔ لہٰذا اس عمل کو جس میں واقعاتی منظر نامہ بیان ہوتا ہے، ذرائع ابلاغ کی نیک روش قرار دیتے ہوئے نہ صرف اس کی حمایت کریں گے بلکہ ذرائع ابلاغ اگر ان پروگراموں میں معاشی پہلو کو مدنظر رکھتے ہیں تو وہ ان کی ضرورت سمجھتے ہوئے نیک نیتی پر محمول کریں گے۔ البتہ ان ایام میں بھی ذرائع ابلاغ کی روش دورویہ پہلو کی شکار ہے: ایک پہلو میں ذرائع ابلاغ دین سے متعلق وہ سب کچھ دکھاتے ہیں جن کی تشہیر اسلامی طرزِ زندگی میں لازمی سمجھی جاتی ہے، رمضان کی فضلیت بیان کی جاتی ہے، اللہ کی بارگاہ میں گڑگڑاتے ہوئے عبادت گزار بندے دیکھائے جاتے ہیں، چونکہ یہ عمل اسلامی تبلیغات کے ضمن میں آتا ہے اس لئے اس کو غلط روش سے تشبیہ نہیں دے سکتے۔ بلکہ اسلامی تعلیمات کے مطابق انجام پانے والا بہترین عمل کہا جاسکتا ہے۔

دوسرے پہلو کی رو سے ذرائع ابلاغ کی منفی روش کی نشاندہی رمضان کے دوران نشر ہونے والے پروگراموں کے میزبانوں (اینکرز) کی صورت میں کی جاسکتی ہے۔ چونکہ یہ تینوں واقعات دینی شعائر کی حیثیت سے شناخت رکھتے ہیں اس لئے ان کے بارے میں بولنے والے فرد کی معلومات کافی وسیع ہونی چاہیے لیکن ذرائع ابلاغ نے اس معاملے میں عجلت سے کام لیتے ہوئے کئی ایسے میزبانوں (اینکرز) کا انتخاب کیا ہے جن کی دینی معلومات یا تو نہ ہونے کے برابر ہیں یا بالکل بھی سطحی ہیں۔ لہٰذا وہ کھل کر اور سیر بحث گفتگو کے بجائے اختلافی و غیر مفید مسائل کو زیادہ اچھالتے ہیں اور نتیجتاً ذرائع ابلاغ کی منفی روش سامنے آتی ہے۔ یہاں پر یہ بات بھی بیان کرنے کی ہے کہ عصری دُنیا میں مسلم ریاستیں جہاں دیگر شعبہ ہائے زندگی میں مفلوک الحال ہیں وہی میڈیائی شعبہ میں بھی مقلد نظر آتی ہیں۔ ان ریاستوں میں شعبہ ابلاغیات نہ صرف سطحیت کا شکار ہے بلکہ پابندی اور قدغن کے نرغے میں بھی ہے۔ ہم مکمل طور پر میڈیائی صنعت کو دوش ٹھہرانے کے بجائے مسلم حکمرانوں کو بھی اس سُستی، کاہلی اور مسابقانہ عمل میں کوتاہی کے مرتکب قرار دیں گے۔ اگر میڈیائی ادارے آزاد ہونے کے باوجود تقلیدی روش کا اظہار کرتے تو یقیناً تمام تر الزام ان پر لگتا لیکن آزادی کی کرنیں ابھی اُن کے حصے میں نہیں آئیں ہیں لہٰذا ہم بہتری اور پختگی کی اُمید ضرور رکھ سکتے ہیں۔

حوالہ جات وحواشی

۱۔ انسانی حقوق کی تنظیموں کا دعویٰ ہے کہ سال ۲۰۰۱ء سے دہشت گردی کے خلاف جاری عالمی جنگ میں اب تک پاکستان میں ۹۰ صحافی پیشہ وارانہ ذمہ داریوں کے دوران اپنی جان سے ہاتھ دھو چکے ہیں جبکہ ساؤتھ ایشین فری میڈیا ایسوسی ایشن (سافما) کے مطابق صرف سال ۲۰۱۱ء میں جنوبی ایشیا میں کل ۷۱ صحافی مارے گئے جن میں سے ۱۲ کا تعلق پاکستان سے تھا۔ کمیٹی ٹو پروٹیکٹ جرنلسٹس کی جاری کردہ رپورٹ کے مطابق پچھلی دو دہائیوں میں دنیا بھر میں ۹۶۲ صحافی ہلاک ہوئے۔ بیس سالوں میں صحافیوں کی ہلاکت کے حوالے سے بدترین ملک عراق رہا جہاں ۱۵۱ صحافی ہلاک ہوئے۔ جبکہ اس دوران صومالیہ اور پاکستان میں ۴۸ صحافی ہلاک ہوئے۔ بحوالہ: http://www.cpj.org....http://www.safma.net/

۲۔المائدہ:٦٧

۳۔سہیل انجم،میڈیا روپ بہروپ، جامعہ نگر، نئی دہلی،۲۰۰٦ء،ص۸۱

۴۔ریحانہ بستی والا،''کاسٹنگ کاؤچ پر بالی ووڈ تقسیم''بی بی سی اُردو ویب،مورخہ:۱۹/ مارچ ۲۰۰۵ء،ممبئی

http://www.bbc.com/urdu/india/story/2005/03/050319_shakti_bollywood_zs.shtml

۵۔الحجرات:۱۲

٦۔ابی داؤدسلیمان بن الاشعث الازدی السجتانی، سنن ابی دائود، کتاب الاداب، باب: فی النهی عن التجسس ،رقم الحدیث:۴۸۸۸،دارُالرسالۃ العالمیۃ، دمشق،الطبعۃ الاولیٰ،۱۴۳۰ھ بمطابق ۲۰۰۹ء

۷۔فوادتوفیق العانی، الصحافة الاسلامية و حدودها فى الدعوة،الطبعۃ الاولیٰ،موسستہ الرسالۃ، بیروت،۱۴۱۴ھ بمطابق ۱۹۹۳ء،ص۲۴۴،عطاء الرحمٰن منگلوری، میڈیا کی یلغار ایک بڑھتا ہوا چیلنج،ظلال القرآن فاؤنڈیشن، راولپنڈی،۲۰۰۴ء،ص ۱۷۔۱۸،۲٦۔۳۳

۸۔جیسا کہ اُس وقت کے معاصر اخبارات خاص طور پر متاثرہ اخبار نوائے وقت کے صفحہ اول کی شہ سرُخی خبر کو بطورِ ثبوت پیش کیا جا سکتا ہے۔

۹۔شکور رحیم، اسلام آباد، پاکستانی میڈیا طالبان کی دھمکیوں کے بعد محتاط،ڈوئچے ویلے،۱۸/ اکتوبر،۲۰۱۲ء

۱۰۔چوہدری، ریاض احمد، الیکٹرانک میڈیا پر فحش بھارتی اشتہارات، مشمولہ: روزنامہ پاکستان، لاہور، مورخہ۱۴/ مارچ ۲۰۱۴ء،ص ۸

۱۱۔عبدالرحمٰن بن خلدون، دیوان المبتداء والخبر فی تاریخ العرب والبربرومن عاصرھم من ذوی الشان الاکبر، ج ۲،دارُالفکر، بیروت، ۱۴۲۱ھ بمطابق ۲۰۰۰ء،ص ۴۵۸

۱۲۔اِنَّ اللّٰہَ عَزَّوَجَلَّ جَعَلَ لِلشَّرِّ اَقْفَالاً اَوَ جَعَلَ مَفَاتِیحَ تِلْکَ الْاَقْفَالِ الشَّرَابِ وَالْکِذْبُ شَرٌّ مِنَ الشَّرَابِ،خداوند عزوجل نے شر اور برائی کیلئے تالے قرار دیئے ہیں اور ان تالوں کی چابی شراب ہے اور جھوٹ شراب سے بدتر ہے۔قمی، شیخ عباس، سفینۃ البحار و مدینۃ الحکمہ والآثار، ج ۲، دارالأسوۃ للطباعۃ والنشر ،طہران،۱۴۱٦ھ۔ق،ص ۴۸۳

۱۳۔لعن الله الراشي والمرتشي والرائش الذى يمشي بينهما،اللہ تعالیٰ نے رشوت کھانے اور کھلانے والے اور جو دونوں کے درمیان معاملہ طے کراتا ہے،ان سب پر لعنت فرمائی ہے۔بحوالہ: ہندی، علاءالدین علی متقی بن حسام الدین، کنزالعمال، دارالاشاعت، کراچی،۲۰۰۹ء، ج٦ ص ۱۱۴

۱۴۔النظافة من الايمان، ایمان صفائی و پاکیزگی کا سرچشمہ ہے۔بحوالہ: نوری، میرزا حسین، مستدرک الوسائل، مؤسستہ آل البیت لِاحیاء التراث ، بیروت، ۱۴۰۸ھ بمطابق ۱۹۸۸ء، باب: استحباب تخلیل الانسان، ج۱٦،ص ۳۱۹

۱۵۔وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا،اور سب مل کر خدا کی (ہدایت کی رسی) کو مضبوط پکڑے رہنا اور متفرق نہ ہونا۔بحوالہ: آل عمران:۱۰۳

۱٦۔الَّذِيْنَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِيْنَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيْرٌ ،اللہ تم میں سے ان لوگوں کے درجے بلند کر دے گا جو ایمان لائے اور جنھوں نے علم حاصل کیا۔بحوالہ: المجادلہ:۱۱

۱۷۔وحید الرحمٰن، سید، اطلاعات کی آزادی، جاننے کا حق اور قرآن، اسلامی ریاست میں اطلاعات تک رسائی اور جاننے کے حق کا فلسفہ قرآن، مشمولہ: ابلاغی تحقیق، وفاقی اُردو یونیورسٹی برائے فنون، سائنس و ٹیکنالوجی،۲۰۰۸ء،ص ۱۱۲

۱۸۔سلفی، عبدالمتین عبدالرحمٰن، صحافت کے بنیادی خدوخال اور اس کے اثرات، مشمولہ: ماہنامہ پیام توحید، نئی دہلی، اپریل ۲۰۱۲ء، شمارہ ۴، ج ۱۲،ص ۳۷ تا ۴۰

۱۹۔زینی، سید عبید السلام، اسلامی صحافت، ادارۂ معارف اسلامی، لاہور، ۱۹۸۸ء،ص ۵٦