ٹی وی چینلز کے اشتہارات میں عورت کی تشہیر واثرات:
اسلامی تعلیمات کے تناظر میں جائزہ

شازیہ حبیب *
محمد امجد **

Abstract

This research study investigates the impact of Pakistani TV channels' advertisements on the society in which women are generally used as an object. It is widely assumed that mass media play pivotal role in development of the society in general and character building in particular. It also promotes culture, tradition, life trends thus making the society conducive for everybody living. Mass media generally function under the policy of government around the globe. As Pakistan is a Muslim country, mass media should function according to the teachings of Islam. However it has been observed that Pakistani mass media is portraying women for objectification purpose especially in advertisements. This research study sheds light on portrayal of women in Pakistani TV channels' advertisements. Descriptive analysis was conducted on the impact of those advertisements on the society. Over-representation of women was witnessed especially they were used to arise the emotions of opposite gender. Contrary to Islamic teachings, obscenity and western bold life style is being promoted through advertisements using women as an object. An analysis has also been done on impact of these advertisements on the society. Several suggestions to improve media's role in character building of the society in the light of Islamic thoughts and teachings have also been advanced.

Keywords: TV Channels, Advertisement, Portrayal of Women, Objectification, Teachings of Islam.

اللہ تعالیٰ ہر چیز کا خالق و مالک ہے اور اپنی تخلیق کی طبیعت و فطرت سے خوب آگاہ ہے۔ اس لیے اس نے ہر چیز کی طبیعت کے موافق اس کا دائرہ کار متعین کیا۔ اسلام وہ واحد دین ہے جس نے نہ صرف عورت کے صحیح مقام کو اجاگر کیا بلکہ اس کو ایک باعزت شخصیت کے روپ میں پیش کیا۔ اسلام نے عورتوں کے حقوق و فرائض اور ذمہ داریوں

* پی ایچ ڈی سکالر، شعبہ علوم اسلامیہ، بہاء الدین زکریا یونیورسٹی، ملتان۔
** ایسوسی ایٹ پروفیسر، شعبہ علوم اسلامیہ، بہاء الدین زکریا یونیورسٹی، ملتان۔

کا تعین کرتے ہوئے عورتوں کی فطری صلاحیتوں اور کارکردگی کو اسلامی حدود قیود کے دائرے میں رہتے ہوئے بھرپور طریقے سے سرانجام دینے کی اجازت بھی دی۔ بلکہ قرآنی احکامات اسوہ رسول ﷺ اور آثار صحابہؓ و تابعین کے ذریعے ان کی رہنمائی بھی فرمائی۔ اسلام میں عورت کا کردار بہت بلند اور مؤثر ہے۔ اسلام نے عورت کی تمدنی حالت پر نہایت اہم مفید اور گہرا اثر ڈالا۔ ذلت کی بجائے عزت و رفعت سے سرفراز کیا اور کم و بیش ہر میدان میں ترقی سے ہم کنار ہونے کا موقع دیا۔ اسلام نے عورت کو ہر اس چیز سے بچانے کی کوشش کی ہے جو عورتوں کو تکلیف دے اور ان پر دھبہ لگائے۔ ہر انسان جس میں ادنیٰ سی بھی معرفت ہو وہ جانتا ہے کہ بہت سے ممالک میں عورت کے اظہار حسن و جمال مردوں سے عدم حجاب اور نمائش زینت (جیسے اللہ نے نامحرموں کے سامنے حرام قرار دیا ہوا ہے) کے باعث ہی مصیبتیں عام ہوتی ہیں۔ بلاشک و شبہ عورتوں کی بے پردگی عظیم منکرات اور اللہ تعالیٰ کی طرف سے نازل ہونے والی عقوبتوں اور مصیبتوں کے اسباب میں سے سب سے بڑا سبب ہے۔ اسلام وہ عظیم و شان مذہب ہے جو عورت کی تعلیم و تربیت پر زیادہ زور دیتا ہے۔ اور ایسے عفت و عصمت کا پیکر اور شرم و حیا کا مجسمہ بننے کی ترغیب دیتا ہے۔

امت مسلمہ اللہ تعالیٰ کی منتخب شدہ پسندیدہ امت ہے یہ ایک خاص مقصد حیات (فلاح انسانیت اور بندگی رب کا قیام) لے کر دنیا میں آئی ہے۔ قرآنی تعلیمات اور اسوہ حسنہ ﷺ کے خزانے سے مالا مال اس امت کے پاس یہ صلاحیت ہے کہ یہ ہر دور کے مسائل کا حل تلاش کر سکتی ہے اور انسانیت کو امن و انصاف فراہم کر کے اس کی قیادت کا فریضہ انجام دے سکتی ہے۔ آج دنیا جس اخلاقی بے راہ روی اور سماجی بدحالی میں مبتلا ہے امت مسلمہ ہی دنیا کو اس تباہی و بربادی سے نکال سکتی ہے۔ لیکن آج خود امت محمدیہ ﷺ ذہنی جمود، عقلی انحطاط، مادی پریشانیوں اور علمی افلاس میں گھری پڑی ہے۔ کیونکہ مغربی ذرائع ابلاغ کا اطلاعاتی طوفان مسلمانوں کو ان کی اندازِ فکر، روایات، طرزِ حیات، تہذیب اور مذہبی و اخلاقی اقدار سے تیزی سے بیگانہ کر رہا ہے۔ مغربی ذرائع ابلاغ کا کنٹرول یہودیوں کے پاس ہے اور وہ ہرگز نہیں چاہتے کہ مسلمان دوبارہ اپنی عظمت رفتہ کو حاصل کرنے کے لیے اٹھ کھڑے ہوں۔ چنانچہ سائنس و ٹیکنالوجی معیشت و اقتصادیات کے میدانوں میں مسلمانوں کو شکست دینے کے بعد اب مغرب مسلمانوں کو دینی و اخلاقی طور پر بھی تباہ کرنے کی فکر میں ہے۔

لہٰذا پاکستانی میڈیا میں بڑھتے ہوئے عورت کی کوریج کے رواج اور عورتوں پر مشتمل مواد کو محقق نے اپنی تحقیق کا موضوع بنایا ہے۔ اور اس میں یہ جائزہ لیا گیا ہے کہ پاکستان کے نمایاں نجی ٹی وی چینلز جو پوری دنیا میں بڑی تعداد میں دیکھے جاتے ہیں۔ ان میں خواتین کی نسوانیت کا اظہار کس طرح کیا جا رہا ہے۔ یا میڈیا میں عورتوں کی تصویر کشی کیسے

ہوتی ہے اور یہ کہ میڈیا میں کام کرنے والی عورتوں کا مقام کیا ہے؟ کیا ایک مسلم عورت ملازمت کے لیے اداکاری اور ماڈلنگ کو بطور پیشہ اختیار کر سکتی ہے؟ خواتین پر مشتمل مواد کس حد تک ان کے تقدس اور احترام کو مد نظر رکھ کر پیش کیا جا رہا ہے؟ نیز اشیاء کی تشہیر میں اسلام کا نقطہ نظر اور عورت کا گھر سے باہر نکل کر کام کرنے کے بارے میں اسلامی احکامات کیا ہیں؟

اس ضمن میں پاکستان کے نمایاں نجی ٹی وی چینلز پر پیش کیے جانے والے اشتہارات اور ان میں خواتین سے متعلق مواد کا تحقیقی اور تنقیدی جائزہ لیا گیا ہے اور اسلامی نقطہ نظر کو بھی پیش کیا گیا ہے۔ اور معاشرے میں اس سے رونما ہونے والے اثرات کو نہ صرف سامنے لانے کی کوشش کی گئی ہے بلکہ ان کے حل کے لیے اقدامات و تجاویز بھی پیش کی گئی ہیں:

تشہیر

تشہیر کا معنی و مفہوم:

اردو زبان میں ایڈورٹائزنگ کے لیے تشہیر کا لفظ استعمال ہوتا ہے۔ ایڈورٹائزنگ کے مفہوم میں مصنوعات (Products) کو شہرت دینا، ان کی سیل میں اضافہ کرنا، لوگوں کے ذہنوں میں اپنے برانڈ کے بارے میں مثبت رائے کو فروغ دینا۔ لوگوں کو اپنا برانڈ خریدنے پر آمادہ کرنا اور اسی سے متعلق تمام لوازمات شامل ہیں۔ ایڈورٹائزنگ یا تشہیر میڈیا کے ذریعے کی جاتی ہے۔ آج کل میڈیا اثر پذیری میں سب سے زیادہ طاقت ور آلہ ہے۔ اس لیے کسی بھی چیز کی بھرپور تشہیری مہم جب میڈیا پر چلتی ہے تو ہر کوئی مارکیٹ میں اس کی تلاش میں لگ جاتا ہے۔ یہی وہ شعبہ ہے جس سے خریداری بڑھتی ہے اور سرمایہ دار کا سرمایہ پھلتا پھولتا ہے۔[1]

تشہیر کا حکم:

اسلام دنیائے تاریخ میں ایک مؤثر قوت کے طور پر ابھرا۔ اور حیات انسانی کو سنوارنے میں اس نے بہت اہم اور بے مثال کردار ادا کیا۔ عہد رسالت سے قبل بازار میں لین دین کے معاملات میں فریب، استحصال جھوٹ اور دھوکہ دہی عام تھی۔ حضور پاک ﷺ نے ان معاملات کی اصلاح کے لیے عملی اقدامات کیے اور تجارت کی اہمیت کو بڑھا کر اس کو ایک معزز پیشہ قرار دیا حضور ﷺ رحمت اللعالمین تھے۔ آپ ﷺ نے کاروباری معاملات میں تمام

[1] https: // www. Mubashirnazir.org.dated, 01-09-2020

باطل اور فاسد طریقوں کو بند کر کے جائز اور پاکیزہ طریقوں کو برقرار رہنے دیا۔ تاکہ معاشرے میں غیر صالح اجزاء راہ نہ بنا سکیں۔ مسلمان تاجروں کی اپنی اخلاقی تاثیری سے کئی اقوام ملت اسلامیہ کا حصہ بنی اور اسلامی تشخص اپنی سچے اور امانت دار تاجروں کی بدولت قائم ہے۔ حضور صَلَّی اللّٰہُ عَلَیْہِ وَسَلَّمْ نے اس شعبے کو پاکیزہ کیا اور اسے اخلاقی و انسانی قدروں سے آراستہ کیا۔ جبکہ آج کل کی تشہیری دنیا میں کئی خرابیاں ہیں اور بد قسمتی سے مسلمان تاجر بھی اس سے بچے ہوئے نہیں ہیں۔ اور یقیناً یہ ایسا موضوع نہیں جسے مسلمان نظر انداز کر سکیں۔ کیونکہ مارکیٹنگ کی اصلاح پر پورے معاشرے کی اصلاح کا انحصار ہے۔

بلاشبہ جن معاشروں نے مارکیٹنگ میں امانت و صداقت اور حسن عہد کی اخلاقی و دینی قدروں کو پامال کیا۔ اسے اخلاقی بگاڑ اور روحانی معاشرتی فساد سے دنیا کی کوئی طاقت بچا نہیں سکی۔ جہاں تک مصنوعات کی تشہیر کا سوال ہے تو اس بارے میں اسلام کو کوئی اعتراض نہیں۔

قرآن میں ارشاد باری تعالیٰ ہے:

يَاأَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

"اے ایمان والو! تم ایک دوسرے کا مال آپس میں ناحق طریقے سے نہ کھاؤ سوائے اس کے کہ تمہاری باہمی رضامندی سے کوئی تجارت ہو اور اپنی جانوں کو مت ہلاک کرو، بے شک اللہ تم پر مہربان ہے۔"[2]

یعنی ہر شخص کو یہ حق حاصل ہے کہ وہ اپنی تیار کردہ اشیاء کو فروخت کرنے کے لیے لوگوں کو اس بارے میں آگاہ بھی کر سکتا ہے۔ انہیں اسے فروخت کرنے کے لیے ترغیب بھی دے سکتا ہے۔ یہ کام قدیم دور میں بازار میں کھڑے ہو کر آواز لگانے سے کیا جاتا تھا۔ جبکہ دور جدید میں اس مقصد کے لیے میڈیا کا استعمال کیا جا رہا ہے۔ لیکن دور جدید میں کچھ ایسے عوامل اس تشہیری مہم میں شامل ہو گئے ہیں جو دینی و اخلاقی اعتبار سے کسی طرح بھی قابل قبول نہیں۔[3]

معاصر میڈیا میں تشہیری قباحتیں:

---

[2] سورۃ النساء:۲۹

[3] محمد فاروق خٹک، مضمون، مارکیٹنگ اور تشہیر: اخلاقی و مذہبی حدود و ضوابط، https://www.taemeernews.com dated 1-09-2020

میڈیا کے اشتہارات میں فواحش و منکرات تک کا لحاظ نہیں رکھا جاتا لہذا کئی تشہیری قباحتیں ہیں ہمارے دینی واخلاقی اعتبار سے جن کا مختصراً ذکر ضروری ہے۔ مثلاً:

۱۔ میڈیا کے اشتہارات میں سرمایہ دار جہاں اپنے پراڈکٹس کے فوائد کو بیان کرتا ہے تو زیادہ زور اس کا اس بات پر ہوتا ہے کہ لوگ اپنی عقل کی بجائے اپنے جذبات کے ہاتھوں مجبور ہو کر یہ پراڈکٹ خریدیں۔ اس مقصد کے لیے ہر برانڈ کو کسی نہ کسی جزبے بلکہ جنسی جزبے یا خواہشات تک سے وابستہ کر دیا جاتا ہے پھر ان اشتہارات کو بار بار دیکھا کر اور ان کو دلکش میوزک، نغموں اور پرکشش نوجوان خوبصورت ماڈلز کے نت نئے انداز میں ڈھال کر انسانی جذبات کی شدت میں اضافہ کا باعث بنایا جاتا ہے۔

اخلاقی طور پر اس طریقے کو درست نہیں کہا جاسکتا۔ بلکہ زیادہ بہتر یہ تھا کہ پراڈکٹ کے حقیقی فوائد سے لوگوں کی عقل و دانش کو آگاہ کر کے مثبت جذبوں کو تقویت دی جاتی مثلاً شیر خوار بچوں کی اشیاء کے لیے ممتا کے جذبات، نوجوانوں کے استعمال والی چیزوں کی تشہیر میں ایڈونچر اور شجاعت و بہادری کے جذبات، گھریلوں اشیاء کے لیے حسن ذوق اور اپنایت کے جذبات وغیرہ کو تو یقیناً سراہا جاسکتا ہے۔ لیکن غصے، نفرت، تشدد اور جنسی خواہشات کے جذبات کو ابھارنا کسی بھی معاشرے اور خاص کر اسلامی معاشرے کی اخلاقیات میں جائز قرار نہیں دیا جاسکتا۔

قرآنی آیت کے یہ الفاظ:

اِلَّآ اَنۡ تَكُوۡنَ تِجَارَةً عَنۡ تَرَاضٍ مِّنۡكُمۡ [4]

"البتہ یہ کہ تمہاری باہمی رضامندی سے تجارت ہو۔"

یعنی تجارت میں دونوں فریقین کی رضامندی ضروری ہے نا کہ ایک فریق دوسرے کو مجبور کرے جبکہ جذباتی اشتہارات عموماً خریدار کو اسے سحر میں محصور کر دیتے ہیں کہ وہ اسے خریدنے پر مجبور ہو جاتا ہے۔

۲۔ تشہیر کا ایک اور معنی پہلو جھوٹ اور دروغ گوئی بھی ہے۔ اکثر اشتہارات میں کسی پراڈکٹ کی ایسی ایسی خصوصیات بیان کی جاتی ہیں جو اس میں سرے سے موجود نہیں ہوتیں۔ اور دوسری طرف اس کی خامیوں کو بھی چھپایا جاتا ہے۔

رسول پاک کی مشہور حدیث پاک ہے کہ:

[4] النساء:۲۹

فان صدقا و بینا بورك لما في بيعما وان كتما وكذبا محقت بركة بيعهما[5]

"خریدنے اور بیچنے والے اگر سچائی سے کام لیں اور معاملے کو واضح کر دیں تو ان کی خرید و فروخت میں برکت دی جاتی ہے۔ اور اگر دونوں کوئی بات چھپائیں اور جھوٹ بولیں تو ان کے کاروبار سے برکت اٹھالی جاتی ہے۔"

۳۔ بیشتر اشتہار ایسی اشیاء کے ہوتے ہیں جو تعیشات (Luxuries) کہلاتی ہیں۔ میڈیا پر ان اشیاء کی تشہیر سے عوام الناس میں اس کی چاہ پیدا ہوئی ہے اور پھر اس چاہ کو پورا کرنے کے لیے جائزہ و ناجائز طریقے سے لوگ دولت حاصل کرنے پر آمادہ ہو جاتے ہیں۔ اسی وجہ سے موجودہ دور میں جو دولت کی ہوس، دنیا پرستی اور ایک دوسرے پر معاشی سبقت کی دوڑ لگی ہوئی ہے۔ اس میں بلاشبہ تشہیر کا بڑا کردار ہے۔ ان اشتہارات کو دیکھنے والا غریب آدمی جو یہ خواہشات پوری نہیں کر سکتا وہ مستقلاً مایوسی (Frustration)، احساس کمتری اور بے چارگی کا شکار ہو جاتا ہے جس سے بہت سے معاشرتی و نفسیاتی مسائل جنم لیتے ہیں۔

۴۔ اشتہارات کا ایک اور منفی پہلو اسراف اور فضول خرچی ہے۔ قرآن پاک میں ارشاد باری تعالیٰ ہے کہ:

وَالَّذِيْنَ اِذَآ اَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْا وَلَمْ يَقْتُرُوْا وَكَانَ بَيْنَ ذٰلِكَ قَوَامًا۔[6]

"یہ وہی لوگ ہیں کہ جب خرچ کرتے ہیں تو نہ فضول خرچی کرتے ہیں اور نہ ہی کنجوسی یہ ان دونوں کے درمیان اعتدال سے خرچ کرتے ہیں۔"

تشہیر پر بڑی کمپنیاں سالانہ اربوں روپے خرچ کرتی ہیں۔ پاکستان میں چند سیکنڈ کی اشتہاری فلم پر جس میں شوٹنگ، ماڈلز، ڈائر کٹرز ایجنسیوں کے افسران اور دیگر افراد کا معاوضہ، فلم کی تیاری کا سامان، ایڈٹ کے اخراجات کچھ اشتہارات کی بیرون ملک شوٹنگ، ہوٹلوں کے ہوائی جہاز کے اخراجات اور پھر اشتہار بن جانے کے بعد اشتہار کے ائیر ٹائم کو خریدنا۔ ان تمام چیزوں پر کروڑوں کا خرچہ آتا ہے جسے اشیاء کی قیمتوں میں شامل کر کے عوام سے وصول کیا جاتا ہے۔ یہ سارا اسراف عام آدمی کے جیب پر کسی طرح بھی جائز قرار نہیں دیا جا سکتا۔

۵۔ میڈیا اشتہارات میں بہت بڑی قباحت یہ ہے کہ اس میں سب سے زیادہ جس جذبے کو نمایاں کیا جاتا ہے وہ جنسی جذبہ ہے۔ اشتہارات کے ذریعے جس طرح نوجوان نسل کو بے راہ روی کی طرف لے جایا جارہا ہے وہ ذی شعور

---

[5] صحیح بخاری، **کتاب البیوع**، حدیث: ۲۰۷۹

[6] الفرقان:۶۷

انسان کے نزدیک قابل مذمت ہے۔ ایسے اشتہار بنانے والے مادر پدر آزاد اور دینی احکامات سے لاتعلق افراد ہوتے ہیں۔ وہ اس چیز کی پرواہ نہیں کرتے کہ ہمارے دین نے بے حیائی پھیلانے سے سختی سے منع کیا ہے۔

۶۔ تشہیر یا ایڈورٹائزنگ کے لیے چلائی جانے والی مختلف قسم کی اسکیموں (Promotion Schemes) بھی اخلاقی نقطہ نظر سے جائز نہیں مثلاً کسی پراڈکٹ کی خریداری پر دوسرا افری، یا ساتھ کوئی انعامی کوپن جس سے قرعہ اندازی کے ذریعے کار، جیولری یا دوسرے قیمتی انعامات کا نکلنا وغیرہ۔[7]

اشتہارات میں نسوانیت کا اظہار:

آج تشہیری دنیا عورت کے دم سے ہی آباد ہے۔ عورت میڈیا پر زندگی میں شامل ہر ضرورت، آسانی اور آسائش کی اشیاء کی مارکیٹنگ کرتی دیکھائی دیتی ہے۔ اور ان سے پراڈکٹ کا تعارف اس انداز سے کرایا جاتا ہے۔ کہ اس سے ناواقف بلکہ جس شخص کو اس کی ضرورت نہ بھی ہو اسے بھی یہ اپنی محسوس ہونے لگتی ہے۔ تشہیری دنیا کی چمک دمک میں اصل حربہ عورت کی خوبصورتی کو کیش کرنے کا انداز ہے۔ مثلاً:

ا۔ گھر کے عام استعمال کی اشیاء کو دیکھ لیں جیسے صابن، شمپو اور ٹوتھ پیسٹ وغیرہ گھر کا ہر فرد استعمال کرتا ہے۔ لیکن ان کے اشتیارات میں ہمیشہ بنی سنوری عورت ہی دیکھائی جاتی ہے۔ جس کا انداز صاف ستھرائی سے زیادہ مردوں کو مائل کرنے والا ہوتا ہے۔

۲۔ صابن کے اشتہار میں عورت کے خوبصورت چہرے پر کشش جسم کی نیم برہنہ تصاویر کی تجارت ہوتی ہے۔ ان میں ہر قسم کی جلد کے لیے الگ الگ ماڈلز کو شامل کیا جاتا ہے۔ اور پھر ہر سال اس کا ایوارڈز منعقد کر کے اس میں الگ سے اعلیٰ پیمانے پر عورتوں کے جسم کی نمائش کی جاتی ہے۔

۳۔ اسی طرح ڈیری پراڈکٹس کے اشتہارات بھی خاصے نمایاں ہیں۔ ایک خوبرو عورت جس پیکنگ والے دودھ میں کیلشیم اور مکمل غذائیت سے بھرپور ہونے اور ترقی کا ضامن بتائی ہے اصل میں تو اس میں دودھ کا وجود ہی نہیں پایا جاتا بلکہ وہ ایک ٹی وائٹنر ہوتا ہے جو صرف چائے کو سفید کرتا ہے۔ یہ دھوکہ خوبصورت عورت کے حسن، سمارٹ نس اور اس کی دلکش مسکراہٹ سے دیا جاتا ہے۔

---

[7] محمد مبشر نذیر، **اشتہاری بازی اور میڈیا کچھ منفی و مثبت پہلو** https://www.aikrozani.com,1-9-2020

۴۔ موبائل فون کا اشتہار جس میں عورت کو زمین پر اس انداز میں الٹا لیٹا ہوا دکھایا جاتا ہے کہ جس انداز میں عورت اپنے گھر میں اپنے محرم مردوں کے سامنے بھی لیٹنے کو پسند نہ کرے۔ سوال یہ ہے کہ اس بے حیائی کے منظر کا موبائل فون کے مواصلاتی رابطے سے کیا سبق دیا جارہا ہے؟

۵۔ عورت کو اشتہارات میں اتنی کثرت سے پیش کیا جاتا ہے کہ اگر کوئی برانڈ اپنی تمام تر مصنوعات پر سیل لگاتا ہے تو تمام ملک کی بڑی بڑی شاہراہیں عورتوں کے سجے سنورے انداز اور نت نئے ملبوسات کی نمائش سے بھر جاتیں ہیں حالانکہ وہاں مردوں، بچوں اور گھریلوں اشیاء بھی سیل پر دستیاب ہوتی ہیں۔

۶۔ اسی طرح ایک برگر کا اشتہار کہ جس کو دیکھ کر آنکھیں حیرت زدہ ہو جاتی ہیں۔ جس میں ماڈل تیز سرخ لپ اسٹک لگائے پورا منہ کھول کر برگر کا سائز بیان کرتی ہے۔ پھر زبان باہر نکال کر اس کے مزے سے لطف اندوز ہوتی ہے۔

۷۔ ایک اشتہار میں لڑکی کو پرپوز کرنے کی خاطر لڑکا ایک اونچی عمارت سے کود جاتا ہے۔ ایسی سوچ نوجوانوں پر کیا اثر مرتب کرے گی۔ یہ کبھی کسی نے سوچا ہے۔

۸۔ ایک موبائل کا اشتہار جس میں ایک لڑکا لڑکی سے ملاقات کے لیے جاتا ہے لیکن اس کے فون کی بیٹری ختم ہو جاتی ہے۔ جس سے وقت پر نہیں پہنچ پاتا۔ دوسری طرف لڑکی جس ریسٹورنٹ میں انتظار کر رہی ہے وہاں موجود دوسرے لڑکے کے اشارہ کرنے پر اس کے ساتھ چل پڑتی ہے۔ یہاں سے سین پھر ریورس کیا جاتا ہے اب پہلا لڑکا "کیوں" موبائل لے لیتا ہے جو بہت جلد چارج ہو جاتا ہے۔ جس کی وجہ سے وہ لڑکی تک بروقت پہنچ جاتا ہے۔ یوں یہ لڑکی کسی اور کے ساتھ نہیں جاتی۔ یہاں لڑکی کے کس کردار کو دکھایا جارہا ہے؟

اشتہارات کی دنیا میں ایک ٹافی یا چاکلیٹ بلکہ یہاں تک کہ سر درد کی گولی بھی عورت کے حسن و جمال اور اس کی سمارٹنس کی نمائش کے بغیر نہیں بکتی۔ حتیٰ کہ جن اشیاء سے عورت کا تعلق بھی نہیں مثلاً سگریٹ بلیڈ یا شیونگ کریم وغیرہ کے اشتہار میں بھی عورت ہی نمایاں ہوتی ہے۔

تحقیق کے مطابق پاکستانی ایڈورٹائزنگ مارکیٹ میں ۳۱ فیصد مرد جبکہ ۶۹ فیصد خواتین ماڈلز کام کرتی ہیں۔ اور خواتین کا ان اشتہارات میں آنے کے لیے جہاں نسوانی حسن اہم سمجھا جاتا ہے وہاں ان کی جسمانی ساخت اور جنسی کشش بھی بہت اہمیت کی حامل ہوتی ہے۔ اسی وجہ سے اکثر اشیاء صرف محض ماڈلز کے حسن اس کے لباس کی تراش خراش، ناز و ادا اور نیم برہنگی کی وجہ سے کامیاب تجارت کے ریکارڈ توڑ دیتی ہیں۔ میڈیا پر اسی لڑکیوں کی مانگ ہوتی ہے جو

دبلی پتلی، جوان، خوبصورت اور دلکش ادا دیکھانے میں مہارت رکھتی ہوں اسی وجہ سے ہر اشتہار میں عورت کا وجود لازم و ملزوم ہے۔

اخلاق باختہ اشتہارات:

پاکستانی ٹی وی چینلز پر آج کل کئی ایسے اشتہارات بھی چل رہے ہیں جن کو دیکھ کر بندہ خوف زدہ ہو جاتا ہے اور فوراًہی ان چینلز کو بدلنا پڑتا ہے۔ جو کسی بھی صورت فیملی کے ساتھ نہیں دیکھے جاسکتے۔ یا پھر بچوں کو وہاں سے فوراًہٹانا پڑتا ہے۔ اور گھر کے بزرگوں یاماں بہن بیٹیوں کے ساتھ تو آدمی آنکھ ملانے کے قابل بھی نہیں رہتا۔ مثلاً:

ایک ایسے ہی اشتہار میں عورتوں کے استعمال کی ایک چیز (آئیٹم) میں سکول کی بچیاں ہیں جو ٹیسٹ دے رہی ہیں اور ساتھ ہی ڈانس بھی کر رہی ہیں۔ اور ساتھ ہی ڈانس نہ کر سکنے والی ایک لڑکی کی اس کیفیت اور بے چینی کو دکھایا گیاہے کیونکہ وہ اس مخصوص چیز (آئیٹم) کو استعمال نہیں کرتی۔

محقق کا یہ سوال ہے کہ ڈائریکٹر یاٹی وی چینلز کے مالکان صرف یہ بتادیں کہ کیاوہ یہ اشتہار اپنی بہن یا بیٹی کے ساتھ بیٹھ کر دیکھ سکتے ہیں؟

ایسا ہی ایک اور اشتہار مانع حمل آئیٹم "جوش" کا ہے۔ یہ بھی بہت بے حیائی پر مبنی ہے۔ اس میں ایک لڑکا دوکاندار سے یہ چیز لینے میں شرماتا اور ہچکچارہاہے۔ لیکن اسی وقت ایک لڑکی بڑے پر جوش انداز میں دکان میں داخل ہو کر بڑی بے باقی سے "جوش" کے دو پیکٹ مانگتی ہے۔ یوں اس لڑکے کا حوصلہ بھی بندھ جاتا ہے اور پھر وہ بھی بے خوف ہو کر یہ چیز طلب کرتا ہے۔

اسی پراڈکٹ کا اشتہار گزشتہ سال کرکٹ میچ کے دوران بار بار دکھایا جارہا تھاانتہائی اخلاق سوز اشتہار جس میں بالکل کرکٹ کمنٹری کی طرح سارے معاملے کی تشہیر بھی کی گئی اور ساتھ ہی تمام جملے لکھے ہوئے بھی اسکرین پر چلائے گئے۔ یہ اشتہار اس قدر نامناسب ہے کہ کوئی بھی شخص فیملی کے ساتھ بیٹھ کر نہیں دیکھ سکتا کیونکہ اس کے الفاظ وانداز انتہائی شرم ناک ہیں۔

ایسا ہی ایک سافٹ ڈرنک کا اشتہار بھی ہے۔ جس کو دیکھ کر تو چودہ طبق روشن ہو جاتے ہیں جس میں ایک حاملہ عورت کے پیٹ کے اندر ایک بچہ دکھایا گیا ہے جو اس ڈرنک کی بوتل پکڑے دنیا میں آنے کا منتظر ہے۔
یہاں سوال یہ ہے کہ کیا منافع ہمارے اخلاقی اقدار اور عورت کی تقدس و تکریم کو اس قدر بھی بے وقعت کر سکتا ہے؟

پچھلے کچھ سالوں سے آمد و رفت کے لیے ایک ایسی ٹیکسی بھی متعارف کروائی گئی ہے جیسے آپ اپنی لوکیشن بتا کر بلا سکتے ہیں۔ اس نے یقیناً بہت کم عرصے میں اپنی خدمات سے لوگوں کو فائدہ بھی پہنچایا۔ لیکن اتنی کامیابی اور اچھی سروس کے باوجود اس کمپنی نے اپنی تشہیر کے لیے بھی عورت کا سہارا لیا۔ اور اشتہار میں دلہن بنی لڑکی کو شادی کے دن گھر سے بھاگنے کے لیے اسی ٹیکسی (کریم) کو کال کرنے کا راستہ دکھایا۔ اور ساتھ ہی اوپر لکھا ہوا دکھایا گیا کہ "اپنی شادی سے بھاگنا ہو تو کریم ٹیکسی کرو۔"

اس اشتہار کو تمام شہر میں بڑے بڑے سائن بورڈ پر باقاعدہ لگایا گیا۔ اس اشتہار کے بعد غیرت مند پاکستانیوں نے سوشل میڈیا کے ذریعے اس کمپنی پر زور ڈال کر اس اشتہار کو اتارنے پر مجبور کیا لیکن حکومت کی طرف سے کوئی ایکشن نہیں لیا گیا۔

سلسلہ یہاں پر آکر ختم نہیں ہو جاتا بلکہ جب ان کمپنیوں کو اس قسم کے اشتہارات پر کوئی روک ٹوک نہیں ہوتی تو وہ مزید آگے کی حدیں بھی پار کر جاتی ہیں۔

کچھ عرصہ قبل ۲۰۱۹ء میں ایریل (Ariel) کمپنی نے سرف کا اشتہار بنایا۔ اس اشتہار میں عورت کے چار دیواری میں رہنے کو ایک داغ قرار دیا۔ اس اشتہار کے جملے کچھ یوں ہیں۔

تم ایک لڑکی ہو   پڑھ لیا اب گھر سمجھالو

لوگ کیا کہیں گے   چار دیواری میں رہو

ان سب جملوں پر بڑے بڑے داغ ہیں۔ پھر آخر میں پاکستانی کرکٹ ٹیم کی کھلاڑی بسمہ کہتی ہے "یہ داغ ہمیں کیا روکیں گے۔" یعنی اس اشتہار میں خواتین کا چار دیواری میں رہنا داغ قرار دیا گیا۔ اس میں قرآن پاک کے واضح حکم:

وَقَرۡنَ فِيۡ بُيُوۡتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجۡنَ تَبَرُّجَ الۡجَاهِلِيَّةِ الۡاُوۡلٰى۔[8]

[8] الاحزاب:۳۳

"اور اپنے گھروں میں بیٹھی رہو اور گزشتہ دور جاہلیت کی طرح بناؤ سنگھار دکھاتی نہ پھرو۔"

کا استہزاء اڑانا ہے، یہ صرف تشہیر نہیں بلکہ سوچی سمجھی سازش ہے۔ اس اشتہار نے عورت کو حیا پاک دامنی اور محافظت سے متعلق قرآنی حکم سے بغاوت کی ترغیب دی۔ اس میں صاف دیکھا گیا ہے کہ لڑکی ہونا، گھر سنبھالنا اور گھر میں رہنا جیسے اسلامی احکامات عورت کے لیے داغ اور باعث شرم ہیں۔ معاشرے میں خواتین کی آزادی کے لیے ان سے چھٹکارا لازمی ہے۔

اسلامی احکامات کا ہنسی مذاق بنانا یا استہزا کرنے سے سختی سے منع کیا گیا ہے۔ ایسا کرنے سے انسان دائرہ اسلام سے خارج ہو جاتا ہے۔

فرمان باری جل وعلا ہے:

وَلَئِنْ سَأَلْتَهُمْ لَيَقُولُنَّ إِنَّمَا كُنَّا نَخُوضُ وَنَلْعَبُ [9]

"اگر ان سے پوچھو تو کہیں گے کہ ہم تو کھیل مزاح کر رہے تھے۔"

شیخ الاسلام ابن تیمیہ رحمہ اللہ فرماتے ہیں:

"اللہ تعالیٰ، اس کی آیات، اور اس کے رسول کے ساتھ مذاق کرنا کفر ہے اس عمل سے بندہ ایمان لانے کے بعد کافر ہو جاتا ہے"[10]

علامہ ابن قدامہ رحمہ اللہ نے اسے ارتداد قرار دیا ہے۔ اس میں وہ مذاق بھی شامل ہے جیسا کہ بعض لوگ چند شرعی احکام کو مذاق بناتے ہیں

سیدنا ابن عباسؓ فرماتے ہیں: "جس نے ہنستے ہوئے گناہ کیا وہ روتے ہوئے جہنم میں داخل ہو گا"[11]

"مزاح سچائی پر مشتمل ہونا چاہئے نہ کہ جھوٹ پر۔"

امام احمد رحمہ اللہ اپنی مسند میں روایت نقل کرتے ہیں کہ رسول اللہ ﷺ نے ارشاد فرمایا" اس شخص کیلیے ہلاکت ہے جو بات کرتا ہے اس میں جھوٹ بولتا ہے تاکہ قوم کو ہنسا سکے اس کے لیے تباہی اور ہلاکت ہے"۔[12]

---

[9] التوبۃ:۶۵

[10] مجموع الفتاویٰ، ۷: ۲۷۳

[11] الحلیۃ لأبي نعیم، ۴: ۹۶؛ والفردوس، للدیلمي و، ۳: ۵۷۸

[12] ابو داؤد، کتاب الأدب، باب في التشدید في الک

اشتہارات کے معاشرے پر اثرات:

اس وقت پاکستان میں نجی ٹی وی چینلز تقریباً(۱۲۷) کی تعداد میں ہیں۔ جن میں ۲۰ یا ۲۵ چینلز قابل ذکر ہیں۔ ان چینلز پر چلنے والے اکثر اشتہارات غیر معیاری ہوتے ہیں۔ اور معاشرے پر برے اثرات مرتب کرتے ہیں۔

جیسے کے مختلف کمپنیوں کے ملبوسات اور کپڑوں کے بیگ، جوتوں کے ڈیزائن کی نمائش خوبصورت ماڈلز فیشن شوز میں سٹیج پر (Cat Walk) کرتے اٹھلاتی ہوئی آتی ہیں۔ ان اشیاء کو خوشحال گھرانوں کی لڑکیاں تو شاید خرید سکتی ہونگی لیکن متوسط اور غریب گھرانوں کی لڑکیاں ضرور احساس کمتری کا شکار ہو جاتی ہیں۔ اور پھر ان ہی لڑکیوں میں سے کوئی غلط راستے پر نکل پڑتی ہے۔ ان خوبرو ماڈلز کو دیکھ کر معاشرے کی ہر قابل قبول صورت لڑکی ماڈل بننے کے خواب ضرور دیکھتی ہے۔ یہ الگ بات کہ خاندانی دباؤ یا دینی لگاؤ کی وجہ سے ان کی یہ خواہش ان کے سینوں میں دبی رہ جاتی ہے۔ لیکن کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ اکثر جذباتی لڑکیاں کسی کے ورغلانے سے ماڈل بننے کے لیے گھر سے نکل پڑتی ہیں۔ پھر مردوں کے دھوکہ اور فریب میں آکر ماڈل بننے کی بجائے کہیں اور پہنچ جاتی ہیں۔ اخبارات میں روزانہ ایسی خبریں آتی ہیں کہ لڑکی ماڈل یا ایکٹرس بننے کے لیے آئی اور اوباش گروہ کے ہاتھوں بے راہ روی کے راستے پر چل پڑی یا زبردستی اس کی عصمت داغدار کر دی گئی۔

ٹی وی کمرشل کا ایک اور برا اثر عوام الناس کی جیبوں پر حملہ آور ہونا ہے۔ عام دیکھنے میں آیا ہے ک ایک آدمی کے پاس Cell فون ہونے کے باوجود کمرشل میں نت نئے ڈیزائن کے فون دیکھ کر اس قدر خواہش پیدا ہوتی ہے کہ وہ اپنی اشد ضرورتوں کو چھوڑ کر اس فون کو خرید لیتا ہے۔

اسی طرح بہت سی لڑکیاں اپنا رنگ گورا کرنے کے چکر میں اپنی اشد ضروریات کو بھی نظر انداز کر کے ایسی کریمز کو خریدنے پر مجبور ہو جاتی ہیں۔ بالوں کی خشکی دور کرنے کے والے شمپو مہنگے سے مہنگے والا خریدیں گی۔ گھر پر جوتوں کے کئی کئی جوڑے ہونے کے باوجود نئے ڈیزائن کے جوتے، اور ملبوسات جن کے ہر دوسرے دن ڈیزائن بدل رہے ہوتے ہیں خریدیں گی۔ غرض اشتہاری مہم بازی کے ذریعے سرمایہ دار نے انسانی ذہنوں کو (Mesmerize) کر دیا ہے۔

اسی طرح سب سے زیادہ لچر، حیاسوز ڈائیلاگ کے ساتھ بے ہودہ پوز عموماً موبائل فون کمپنیوں کے اشتہارات میں ہوتے ہیں۔ تھوڑے سے پیسوں میں لڑکا اور لڑکی پوری رات Cell فون پر بات چیت کر سکتے ہیں۔ باعزت گھرانوں کی لڑکیوں کو بے راہ روی کا راستہ دکھانے اور بغاوت پر اکسانے میں ایسے ہی اشتہارات کار فرماہیں۔

میڈیا کے اس قسم کے اشتہارات کے انتہائی برے اثرات میں یہ بھی ہے کہ بچے وقت سے پہلے بڑے ہو رہے ہیں۔

ان اشتہارات کے برے اثرات مردوں پر بھی بری طرح اثر انداز ہو رہے ہیں کیونکہ جب وہ غض بصر کو چھوڑ دیتے ہیں۔ اور اس معاملے میں بے پرواہی کرنے لگتے ہیں تو معاشرے میں وہ شرم وحیا کا معیار برقرار نہیں رہتا۔ جس کا ایک اسلامی معاشرے میں قائم رہنا ضروری ہے۔ ان اشتہارات کی وجہ سے مردوں کے حواس پر عورتوں کے حسین مناظر ہر وقت سوار ہو جاتے ہیں۔ جس سے ان کی کام میں یکسوئی اور توجہ متاثر ہوتی ہے۔

کچھ مرد تو اپنی بیویوں سے اسی طرح کی سمارٹنس، آرائش اور خوبصورتی کا مطالبہ کرتے ہیں۔ جبکہ گھروں میں رہنے والی اکثر خواتین کے پاس نہ ہی اتنے وسائل ہیں اور نہ ہی اتنا وقت کہ وہ ایک ماڈل کی طرح بن کر رہیں۔

ہمارے ملک کی خواتین کی بڑی تعداد پہلے ہی معیاری غذا سے محروم ہے۔ لیکن وہ ان اشتہارات سے متاثر ہو کر ماڈلز کی طرح اپنے جسم بنانے کی چکر میں ڈائٹ کنٹرول کر کے اپنی صحت کو بری طرح متاثر کر دیتی ہیں۔

اس معاملے میں ایک اور حساس پہلو یہ بھی ہے کہ نوجوان غیر شادی شدہ لڑکے اور لڑکیاں بھی ان اشتہارات کے اثرات سے بری طرح متاثر ہوتے ہیں۔ جب ان کے رشتوں کی بات چلتی ہے تو عموماً لڑکوں کی اور ان کی فیملی کی جانب سے حسین وجمیل، دبلی پتلی ماڈل کی طرح لڑکی کا مطالبہ کیا جاتا ہے اور یوں ایک عام قابل صورت لڑکیوں کو بار بار ٹھکرائے جانے کی اذیت سے گزرنا پڑتا ہے۔ کبھی رنگ کی وجہ سے، کبھی جسامت کی وجہ سے اور کبھی قد کی وجہ سے۔

اس وقت پاکستان میں دو کروڑ سے زیادہ نوجوان لڑکے اور لڑکیاں شادی کے انتظار میں بیٹھے ہیں اور اس کی وجہ یہی ہے کہ لڑکیوں کو ماڈلز کے حسن کے معیار پر پرکھا جاتا ہے۔ اور ان کی تمام سیرت وکردار کی خوبصورتی اور دیگر خوبیوں کو نظر انداز کر دیا جاتا ہے۔

میڈیا پر چلنے والے اشتہارات نوجوانوں میں محرومی اور مایوسی پیدا کرنے کا بہت بڑا سبب بن رہے ہیں۔ ہر وقت کمرشل میں پر تعیئش اشیاء دیکھ کر نوجوان بچوں کے زہنوں میں یہ ہی خیال آتا ہے کہ پیسہ ہو تو یہ سب مزے ہیں۔ پھر مسلسل ایسی آسائشوں کی تشہیر سے ان کی خواہش بنتی ہے کہ ہر صورت پیسہ حاصل کرنا ہے۔

مغرب میں تو نوجوانوں کو ہفتے میں ۲۰ گھنٹے کام کرنے کی اجازت اور مواقع فراہم کیے جاتے ہیں اس سے وہ اپنی پسند سے کوئی بھی چیز خرید سکتے ہیں یوں وہ نہ اپنے ماں باپ پر بوجھ بنتے ہیں اور نہ ہی ان اشیاء کو حاصل کرنے کے لیے

غلط قسم کے ہتھکنڈے استعمال کرتے ہیں۔ ویسے بھی اس عمر میں خواہشات بھی بس اتنی ہی ہوتی ہیں۔ مثلاً ڈیزائنرز کے ملبوسات، ماڈرن سیل فون، برانڈڈ جوتے یا دوستوں کو دینے کے لیے اچھا سا تحفہ یہی ایک نوجوان کی خواہشات ہوتی ہیں۔ لیکن ہمارے معاشرے میں نوجوانوں کے لیے ایسی نہ تو کوئی جابز ہیں اور نہ ہی کوئی حکومتی سہولت، لہذا وہ ان اشتہارات سے پیدا ہونے والی خواہشات کے لیے یا تو والدین پر دباؤ ڈالتے ہیں یا پھر غلط راستے پر چل کر جرائم کی دنیا میں پہنچ جاتے ہیں۔ سٹریٹ کرائم کرنے لگتے ہیں یا اوباشوں کے ہاتھوں مختلف مافیاز کے کارندے بن جاتے ہیں اور لڑکیوں اور لڑکوں کے ساتھ دوستی کر کے ان کے ہاتھوں خراب ہوتے ہیں۔ یوں گھر سے باہر موجود بھیڑوں کا آسان نشانہ بن جاتے ہیں۔ یا پھر منشیات فروشوں کے گروہ ان میں احساس محرومی کو بڑھا کر ان کو نشے کا عادی بنا لیتے ہیں۔

چائلڈ لیبر کسی معاشرے کے لیے اتنا تباہ کن ثابت نہیں ہوتا جتنا ان معصوم بچوں کا جرائم پیشہ یا منشیات فروشوں کا حصہ بن جانا ہے۔ ہمارے ہاں چائلڈ لیبر کی روک تھام اور مذمت پر آئے روز بات ہوتی ہے۔ لیکن اس قسم کے اشتہارات کو روکنے کے بارے میں کوئی بات نہیں کی جاتی جو اصل وجہ ہے معاشرے میں محرومی کے جذبات کو پروان چڑھانے کی۔

اسی طرح میڈیا کے اشتہارات کے انتہائی افسوس ناک اثرات معاشرے میں بے حیائی اور عریانی کی صورت میں سامنے آرہے ہیں جس سے پاکستانی معاشرے میں زنا، اغواء اور لواطت کے واقعات میں روز بروز اضافہ ہوتا جارہا ہے۔ ہمارے معاشرے میں بڑھتے ہوئے معصوم بچوں سے زیادتی کے واقعات بھی میڈیا سے بڑھنے والی بے حیائی اور عریانی کے نتائج ہیں۔

خواتین کی ملازمت کے سلسلہ میں اسلام کا نقطہ نظر:

اسلام عورت کو معاشی حقوق بھی عطا کرتا ہے۔ اسلام کے مطابق عورت اپنے نان نفقہ کی خود ذمہ دار نہیں بلکہ شادی سے پہلے اس کا باپ اور بھائی اور شادی کے بعد اس کا شوہر اس کا ذمہ دار ہو گا۔ لیکن اس کے ساتھ ہی حدود شریعت کے اندر رہتے ہوئے اور اپنے بنیادی فرائض سے غافل نہ ہو کر اسلام مرد کی طرح عورت کو بھی مالیات کے میدان میں دوڑ دھوپ کرنے کی اجازت دیتا ہے اور اس کی محنت کے صلے کو اس کا جائزہ حق تسلیم کرتا ہے۔

ارشاد باری تعالیٰ ہے:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللهُ بِهٖ بَعْضَكُمْ عَلٰى بَعْضٍ لِلرِّجَالِ نَصِيْبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوْا وَلِلنِّسَاۗءِ نَصِيْبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَ[13]

"اور اللہ نے جو تم میں سے بعض کو بعض پر فضیلت دی ہے اس کے لیے تمنانہ کرو، مردوں کے لیے وہ حصہ ہے جو انہوں نے کمایا اور عورتوں کے لیے وہ حصہ ہے جو انہوں نے کمایا۔"

پاکستانی عورت کا ملکی ترقی میں کردار ہو یا عورتوں کے حقوق کے تعین کا معاملہ ہو۔ پاکستان کے باشعور مسلمانوں کو یہ فیصلہ کرنا ہوگا کہ وہ ان چیلنجوں کا حل مغربی معاشرے کی تقلید میں سمجھتے ہیں یا ان مسائل کے حل کے لیے انہیں اسلام سے رہنمائی حاصل کرنی چاہیے۔ جس دین کی تعلیمات بلاشبہ آفاقی اور ہر زمانے کے لیے ہیں۔ شریعت اسلامیہ کے دائرے میں رہتے ہوئے ہی مادی ترقی کا حصول فطرت انسانی کے عین مطابق ہے۔ اسلامی اقدار اور خاندانی روایات کی قیمت پر اگر پاکستانی عورت ترقی کی منازل طے کرتی ہے تو یہ سراسر خسارہ کی بات ہے۔

اسلام نے مرد و عورت کے فرائض مختلف قرار دیے ہیں۔ عورت کا اصل مقام اس کا گھر ہے۔ البتہ بعض صورتوں میں اسلامی حدود و قیود کے ساتھ گھر سے باہر بھی فرائض انجام دے سکتی ہے۔ لیکن عورتوں کے حقوق کے نام پر تنظیمیں اور ہمارا میڈیا جو رول ماڈل (نمونہ) پیش کر رہا ہے وہ صرف اور صرف مغرب کا آندھی تقلید ہے۔ جس کا انجام معاشرتی اور خاندانی نظام کی تباہی کے علاوہ اور کچھ نہیں۔

عورتوں کی تشہیر اور اسلامی تعلیمات:

انسانی تاریخ گواہ ہے کہ عورت کو دنیا میں وہ حیثیت اور اہمیت نہیں دی گئی جس کی وہ واقعتاً مستحق تھی۔ جس طرح اسلام سے قبل کی تہذیب و تمدن نے عورت کے وقار کو تباہ کیا اس طرح جدید تہذیب نے بھی ایسے شوپیس بنا دیا اسے اشتہاری مہم میں استعمال کر کے بے عزت و بے وقعت کر دیا۔ مغرب جو آزادیِ نسواں اور حقوق نسواں کا علمبر دار بنا ہوا ہے۔ اس نے ہی عورت کو اس کا جائز مقام دینے کی بجائے اسے انتہائی گھٹیا انداز میں پیش کیا اور ہمیشہ عورت کے حقوق کو پامال کیا۔ اور ہمیشہ اسے اپنی محکومہ اور مملوکہ بنا کر رکھا۔ یونانی تہذیب سے لے کر روم فارس، ہندوستان یہودی اور عیسائی تہذیبوں تک نے عورت کو معاشرے میں گھٹیا مقام دے رکھا تھا۔ انہوں نے دنیا میں موت اور برائی کی ذمہ دار عورت کو قرار دیا اسے ناپاک ٹھہرایا۔

---

[13] النساء: ۳۲

جدید دور نے بھی عورت کو وہ حیثیت نہ دی جس کی وہ مستحق تھی۔ لیکن اسلام ہی دنیا کی تاریخ میں وہ واحد دین اور تہذیب ہے جس نے نہ صرف عورت کو بلند مقام دیا۔ بلکہ کائنات کا اہم ترین جز قرار دیا۔ اسلام کی آمد عورت کے لیے غلامی ذلت، ظلم واستحصال کے بندھنوں سے آزادی کا پیغام تھی۔ اسلام نے ان تمام جاہلانہ رسومات کو ختم کر دیا۔ جو عورت کے انسانی وقار کے منافی تھیں۔ اور عورت کو وہ حیثیت و مرتبہ عطا کیا جس سے وہ معاشرے میں عزت و تکریم کی حقدار قرار پائی۔ لہٰذا مردوں کی طرح عورتوں کے ہر ہر فعل اور ذمہ داری کے بارے میں واضح احکامات نہ صرف قرآن میں ہیں۔ بلکہ حضور پاک ﷺ کے ارشادات گرامی میں بھی اس صف نازک کا بڑا مقام و مرتبہ اور حیثیت پائی جاتی ہے۔

اللہ تعالیٰ نے مرد و عورت کو تخلیق کے درجہ میں برابر رکھا۔ ارشاد پاک ہے:

يَآيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَآئِلَ لِتَعَارَفُوْا اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰكُمْ [14]

"اے لوگو! ہم نے تم کو ایک مرد اور ایک عورت سے پیدا کیا اور تمہارے قبیلے اور برادریاں بنائی ہیں تاکہ تم ایک دوسرے کو پہچانو اور اللہ کے نزدیک تم میں سے معزز وہ ہے جو زیادہ متقی ہے۔"

اللہ پاک نے اعمال میں بھی مرد و عورت کو برابر رکھا۔ قرآن پاک میں ارشاد فرمایا:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ اَوْ اُنْثٰى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ اَجْرَهُمْ بِاَحْسَنِ مَا كَانُوْا يَعْمَلُوْنَ [15]

"جو کوئی نیک عمل کرے (خواہ) مرد ہو یا عورت جب کہ وہ مومن ہو تو ہم اسے ضرور پاکیزہ زندگی کے ساتھ زندہ رکھیں گے اور انہیں ضرور ان کا اجر بھی عطا فرمائیں گے ان اچھے اعمال کے عوض جو وہ انجام دیتے رہے۔"

نگاہ کے فتنے سے بچنے کا حکم:

اللہ تعالیٰ نے جس طرح مرد کو باعزت اور باوقار زندگی گزارنے کا حکم دیا ہے اسی طرح عورتوں کو بھی عفت و عصمت اور شرم وحیا کا پابند کرتا ہے۔ ارشاد باری تعالیٰ ہے:

---

[14] الحجرات:۱۳

[15] النحل:۹۷

قُلْ لِّلْمُؤْمِنِيْنَ يَغُضُّوْا مِنْ اَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوْا فُرُوْجَهُمْ ذٰلِكَ اَزْكٰى لَهُمْ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا يَصْنَعُوْنَ [16]

"اے نبیؐ! مومن مردوں سے کہہ دو کہ اپنی نگاہوں کو (غیر عورتوں کی دید سے) باز رکھیں اور اپنی شرم گاہوں کی حفاظت کریں۔ یہ ان کے لیے زیادہ پاکیزہ طریقہ ہے۔ جو کچھ وہ کرتے ہیں اس سے اللہ تعالیٰ باخبر ہے اور اے نبیؐ مومن عورتوں سے بھی کہہ دو اپنی نگاہوں کو (غیر مردوں کی دید سے) باز رکھیں اور اپنی شرم گاہوں کی حفاظت کریں۔"

نمائش حسن سے گریز:

اسلام نے عورتوں کو نمائش حسن کے سلسلے میں وعید سنائی ہے۔ عورت کو اللہ تعالیٰ نے حسن و جمال سے نوازہ اور اس کی زیب و زینت کی اجازت بھی دی لیکن اس کے بے جا نمائش اور بے جابانہ چھل پہل مردوں کے دلوں میں غلط خیالات کو جنم دے سکتی ہے۔ اس لیے شریعت نے اس پر پابندی لگائی ہے۔

قرآن پاک میں حکم ہوا:

وَقَرْنَ فِيْ بُيُوْتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْاُوْلٰى۔ [17]

"اور تم اپنے گھروں میں قرار سے رہو اور سابقہ دور جاہلیت کی طرح بن ٹھن کر باہر نہ نکلو۔"

اظہار زینت کی ممانعت:

وَلَا يَضْرِبْنَ بِاَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِيْنَ مِنْ زِيْنَتِهِنَّ۔ [18]

"اور وہ اپنے پاؤں زمین پر مارتی ہوئی نہ چلیں، کہ جو زینت انہوں نے چھپا رکھی ہے یعنی جو زیور وہ اندر پہنے ہوئے ہیں اس کا حال معلوم ہو (یعنی جھنکار سنائی دے)۔"

فتنہ عریانی کی مذمت:

---

[16] النور: ۳۰

[17] الاحزاب: ۳۳

[18] النور: ۳۱

اسلام نے شرم وحیا کی جس قدر مکمل اور جامع تعبیر کی ہے اس کی مثال دنیا میں کسی تہذیب میں نہیں پائی جاتی۔ اس میں لباس اس کو قرار دیا گیا جو مکمل ستر کے ساتھ زینت کا باعث بنے۔ اسلام کی نگاہ میں در حقیقت وہ لباس ہی نہیں جس سے بدن جھلکے اور ستر نمایاں ہو۔

حضور ﷺ کا فرمان ہے:

قال رسول الله سناء کاسیات عاریات ، ممیلات ۔۔۔ یجدن ریھما[19]

"جو عورتیں لباس پہن کر بھی ننگی رہتی ہیں اور دوسروں کو اپنی طرف متوجہ کرنا چاہتی ہیں وہ جنت میں داخل نہ ہوں گی اور اس کی خوشبو تک نہیں پا سکیں گی۔"

قرآن پاک میں ارشاد ہوا:

اِنَّ اللہَ یَاْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْاِحْسَانِ وَاِیْتَاۗءِ ذِی الْقُرْبٰی وَیَنْہٰی عَنِ الْفَحْشَاۗءِ وَالْمُنْکَرِ وَالْبَغْیِ ۚ یَعِظُکُمْ لَعَلَّکُمْ تَذَکَّرُوْنَ[20]

"اور اللہ بے حیائی یعنی فسق وفجور اور برے کام (جو خلاف شرع ہوں) اور ظلم سے منع کرتا ہے۔"

یٰٓاَیُّھَا الَّذِیْنَ اٰمَنُوْا لَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّیْطٰنِ ۭ وَمَنْ یَّتَّبِعْ خُطُوٰتِ الشَّیْطٰنِ فَاِنَّہٗ یَاْمُرُ بِالْفَحْشَاۗءِ وَالْمُنْکَرِ[21]

"اور جو کوئی شیطان کی پیروی کرے (وہ گمراہ ہو گیا) اس لیے کہ شیطان تو بے حیائی اور برے کام کرنے کو ہی کہتا ہے۔"

میڈیا میں عورتوں کی تصویر کشی کیسے ہوتی ہے اور میڈیا میں کام کرنے والی عورتوں کا مقام کیا ہے. اس سلسلے میں الیکٹرانک میڈیا جو اس وقت عالمی استعماری قوتوں کا آلہ کار بن کر پوری دنیا میں سامنے آیا ہے۔ جس میں ہمارا" اسلامی جمہوریہ پاکستان " بھی اس عالمی میڈیا کے زیر اثر ہے۔ وہ نہ صرف خصوصاً اسلام دشمن ملٹی نیشنل کمپنیوں کو معاشی مدد فراہم کر رہا ہے، ان کی اخلاق باختہ ثقافت کو فروغ دے رہا ہے، بلکہ حوا کی بیٹیوں کو اپنے فریبِ حسن اور

---

19 مسلم، **کتاب اللباس والزینۃ**، باب النساء الکاسیات، ۴: ۱۶۸

20 النحل: ۹۰

21 النور: ۲۱

کشش (Glamour) سے سحر زدہ کرکے نہ صرف تشہیر کا ذریعہ بنا کر پیش کر رہا ہے بلکہ انہیں ایک تجارتی جنس (Commodity)یعنی بیچنے والی چیز کی حیثیت دے رکھی ہے اور جس انداز سے میڈیا کے ذریعے عورت کی تذلیل کی جارہی ہے وہ اسلامی معاشرے کے لیے خاص طور پر لمحہ فکریہ ہے۔ پرائیوٹ چینلز کی بہتات سے قبل ہمارا پرنٹ اور الیکٹرک میڈیا کافی حد تک حکومت کے کنٹرول میں تھا اور اس پر کچھ نہ کچھ جواب دہی کا خوف تھا۔ لیکن اب نجی چینلز کی بھرمار اور ان کے اسکرین پر نشر ہونے والے بے حیائی سے آلودہ اور حیاسوز پروگراموں نے معاشرے کے ہر گھر کو متاثر کیا ہوا ہے، جبکہ دوسری طرف کیبل اور نیٹ ورک نے ہماری اخلاقیات کا جنازہ نکال دیا ہے۔ ٹی وی ڈراموں، فلموں ،ناچ گانوں کے واہیات پروگرامز اور ان پر گراموں کے درمیان چلنے والے اشتہارات میں عورت کو نیم برہنہ حالت میں دکھایا جاتا ہے۔ ایسی ایسی چیزوں کی تشہیر کی جاتی ہے کہ جسے خاندان کے لوگ ایک ساتھ بیٹھ کر دیکھ ہی نہیں سکتے۔ حد تو یہ ہے کہ کوئی مردانہ استعمال کی چیز ایسی نہیں جس میں عورت کو شامل نہ کیا گیا ہو۔ بلیڈ اور شیونگ کریم جیسی پروڈکس میں بھی عورت اپنی پوری حشر سامانیوں کے ساتھ نظر آرہی ہوتی ہے۔ عورتوں کو بطور جنس پیش کرنے کا نتیجہ نوجوانوں میں جنسی ہیجان ابھارنے کا ذریعہ بن رہا ہے اور عورتوں اور خاص طور پر کمسن بچیوں پر جنسی زیادتی کے واقعات میں روز افزوں اضافہ اسی ترغیب و تشویق کا منطقی نتیجہ ہے جو مادر پدر آزاد میڈیا کی جانب سے دی جارہی ہے اور کچے ذہنوں میں زہر انڈیلا جارہا ہے۔ ان اشتہارات میں مغربی لباس کا استعمال اور غیر مسلم اقوام کی مشابہت اختیار کی جاتی ہے۔ اسے معاشرے میں غیر ملکی ثقافت رواج پاتی ہے۔ جسے اسلامی تعلیمات میں اپنانے سے منع کیا گیا ہے۔

عبداللہ بن عمرو بن العاصؓ کہتے ہیں کہ:"رسول اللہ صلی اللہ علیہ وسلم نے مجھ کو زعفرانی رنگ کا کپڑا پہنے دیکھا، تو آپ نے فرمایا:"یہ کفار کا لباس ہے اس لیے اسے مت پہنو۔"[22]

عبداللہ بن عمر بن خطابؓ سے منقول روایت میں رسول اللہ ﷺ نے ارشاد فرمایا:

"مَنْ تَشَبه بِقَوْمٍ فهوَ مِنهم"[23]

"کہ جس نے کسی قوم کے ساتھ مشابہت اختیار کی اس کا تعلق اسی قوم کے ساتھ سمجھا جائے گا۔"

مغربی ذرائع ابلاغ تفریح اور اشتہارات کے نام پر عریانی و فحاشی، بے ہنگم موسیقی، جوئے بازی، لاٹری، فحش اپی سوڈ، مخلوط مجالس، اور گرل فرینڈ، بوائے فرینڈ کا تصور پیش کرتے ہیں جس سے معاشرے میں حرص و ہوس، صحت و

[22] مسلم، **کتاب اللباس و الزینۃ**، باب النهي عن لبس الرجل....

[23] ابوداؤد، **کتاب اللباس**، باب في لبس الشهرة

اخلاق کی خرابی، ذہنی بے سکونی اور جنسی پیاس میں اضافہ ہوتا ہے۔ ان کو "آرٹ یا فن" کا نام دیا جاتا ہے اور اعلی تہذیب کی نشانی سمجھا جاتا ہے۔ ان تمام چیزوں نے عوام الناس میں اخلاقی بے راہ روی، دین و اخلاق سے بے زاری اور خاندانی نظام کو ختم کرنے میں اہم کردار ادا کیا ہے۔

جس کی مثال خود مغربی معاشرے ہی میں دیکھی جاسکتی ہے خود ہمارے یہاں نوجوانوں کا دین، اخلاق اور صحت و توانائی برباد ہو رہی ہے۔ بچے قبل از وقت جوان ہو رہے ہیں اور اپنے ناپختہ ذہن و شرم کی وجہ سے وہ والدین یا دوسرے اعزہ و اقارب کو بتا بھی نہیں سکتے۔ ان کے والدین ان کو معصوم سمجھ کر غافل رہتے ہیں۔ اس وقت مسلم نوجوان لڑکے لڑکیوں کے آئیڈیل ہیرو اور ہیروئن ہیں۔ ان کی ہی نقل کی جاتی ہے، ان کے جیسا لباس، حلیہ، بات چیت اور طور طریقہ اپنانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ دیکھا جائے تو لڑکوں نے نازک اداؤں اور بننے سنورنے میں لڑکیوں کو بھی مات دے دی ہے۔ ظاہر ہے ان سے دین کی اشاعت و تبلیغ تو دور فسادات میں اپنا دفاع کرنے اور ماؤں بہنوں کو بچانے کی امید کیوں کر کی جاسکتی ہے۔

عورت کے حسن اور زیبائش کو، جو اپنی جگہ قابلِ احترام ہے، تجارتی اشیا کی فروخت کا ذریعہ بنالیا گیا ہے، جس میں کم و بیش ہر جگہ مصنوعات کی فروخت کے لیے عورت کی تصویر اور اس کے حسن و زیبائش کو پیش کیا جاتا ہے۔ اسے دوسرے لوگ کسی بھی نظر سے دیکھیں مگر ہمارے خیال میں یہ عورت کی توہین اور اس کی تذلیل ہے۔ یہ عورت کی تعظیم نہیں بلکہ تحقیر ہے، کیا اس طرح کے اشتہارات کو کور کرتے ہوئے نوجوان نسل میں بہادری ہمت اور اعتماد پیدا ہو گا؟ ہر گز نہیں۔ ایسے اشتہارات صرف اور صرف قوم کی اور نوجوان نسل کی بربادی کا سبب ہیں۔ کیا یہ ہمارا اسلامی معاشرہ ہے؟ کہ جہاں عورتوں کے پاس لباس مہیا ہوتے ہوئے بھی عورتیں برہنہ نظر آئیں؟ ایک مسلم معاشرے کے اندر ایسے بے ہودہ اشتہارات کی تکمیل کرنی چاہیے؟ کیا ان بے ہودہ اشتہارات کی تکمیل کرتے ہوئے مسلم معاشرے کی عورتوں کے تقدس کی پامالی نہیں کی جارہی؟ کیا ایسے بے ہودہ اشتہارات کو کور کرتے ہوئے خدا کے عذاب کو دعوت نہیں دی جارہی۔

ہمیں اس تباہی کو روکنا ہو گا۔ اپنی نسلوں کی حفاظت کے لیے ہمیں اس کے خلاف آواز بلند کرنی ہو گی اپنی تہذیب اور روایات کی حفاظت کے لیے اب عملی قدم اٹھانا ہو گا۔ حالات اتنے خراب ہو چکے ہیں کہ فیملی کے ساتھ بیٹھ کر ڈرامے تو کیا خبریں تک نہیں دیکھی جاسکتی۔ کوئی پتا نہیں کس وقت اسکرین پر کیا چلادیں۔ عمومی طور پر سب اس بات کو تسلیم کرتے ہیں کہ ہاں میڈیا معاشرے میں تیزی سے فحاشی و عریانیت پھیلانے اور ہماری مذہبی و معاشرتی اقدار کی

تباہی میں بہت آگے نکل چکا ہے۔ بے شرمی اور بے ہودگی کو ہر گزرتے دن کے ساتھ آہستہ آہستہ بڑھاوا دیا جا رہا ہے۔ ویسے تو ہم میں بحیثیت قوم انفرادی اور اجتماعی طور پر بہت سی خرابیاں پائی جاتی ہیں جن کی درستگی کیساتھ معاشرہ کی کردار سازی پر ریاست کے ساتھ ساتھ ہر فرد کو بہت کام کرنا پڑے گا۔ لیکن مغربی دنیا کے برعکس شرم وحیا ہمارے معاشرے کا وہ سرمایہ تھا جس پر ہمیں ہمیشہ فخر رہا اور جس نے ہمیں دوسروں سے نمایاں رکھا۔ معاشرے کی دوسری خرابیوں کو دور کرنے اور افراد کی کردار سازی میں اپنا کردار ادا کرنے کی بجائے ہمارے میڈیا نے ہمارے اس معاشرتی فخر اور اسلامی شعائر شرم وحیا کو ہی نشانہ پر رکھ لیا ہے ان حالات میں حکومت و پارلیمنٹ کو اس قوم اور ہماری آئندہ آنے والی نسلوں کی دنیا و آخرت کی بقا کیلیے میڈیا کو آئین و قانون کے دائرہ میں رہ کر کام کرنے کا پابند بنانا ہو گا۔

حاصل کلام:

دنیا میں دیگر مذاہب اور تہذیبوں کے برعکس اسلام نے ہی سب سے پہلے معاشرے میں عورت کو بلند مقام مرتبہ دے کر ایک طرف اس کو شرف انسانیت سے آراستہ کیا اور حقوق سے نوازہ اور دوسری طرف اس کی عفت اس کے اخلاق و کردار اور اس کے تحفظ کا بھی پورا انتظام فرمایا۔ اور عورت کے ہر روپ کو چاہے وہ ماں ہو، بہن ہو، بیوی ہو یا بیٹی یا کوئی بھی عام عورت ہر حیثیت میں اسے محترم قرار دیا۔ عورت کی فطری صلاحیتوں کے مطابق اس کو ذمہ داریاں سونپیں۔ اور اسے فوز و فلاح کی منزل سے ہمکنار کیا۔ عورت کو چادر و چار دیواری کا تحفظ فراہم کیا۔ یہاں تک کہ عورتوں کی وہی نماز افضل قرار دی گئی جو گھر کے اندرونی حصہ میں ادا کی جائے تو پھر شوبزنس، مخلوط مجالس، مقابلہ حسن، اشتہارات وغیرہ میں نسوانی حسن کی نمائش، بے پردگی اور بے حیائی کو پھیلانے کی اجازت اسلام کیسے دے سکتا ہے؟ لیکن آج قابل تشویش امر یہ ہے کہ عورت اپنے حقوق پہچاننے کی بجائے اپنا خود استحصال کرنے پر تلی ہے۔ ماڈرن تہذیب یا جدیدیت کا یہ کونسا تقاضا ہے کہ جس میں سر تا پا تنگ اور کسے ہوئے ملبوسات زیب تن کر کے مارکیٹ میں اپنی نمائش لگا دی جائے۔ آج اپنے ارد گرد نظر دوڑائیں تو مختلف اشیاء کے اشتہارات انتہائی قابل افسوس ہیں۔ جس میں عورت خود ایک پراڈکٹ کے طور پر استعمال ہو رہی ہے۔ ایسی چیزیں جن میں عورت کا کوئی کام نہیں، مثلاً سگریٹ، پان سے لے کر شیونگ کریم تک کے اشتہارات میں عورت کام کر رہی ہے۔ جس کی اسلام بلکل اجازت نہیں دیتا۔

عورت بھی بے شک آزاد مخلوق پیدا کی گئی ہے اور تمام حقوق رکھتی ہے۔ لیکن اپنی تذلیل کو اس نے اپنی کامیابی کیسے سمجھ لیا۔ ان اشتہارات میں جہاں یہ خواتین اسلامی احکامات کے خلاف، شہرت اور پیسے کی خاطر بڑے فخر

سے کام کرتی ہیں پراڈکٹس کی تشہیر میں فواحش ومنکرات کالحاظ تک نہیں رکھا جاتا۔ ان میں زیادہ تر ماڈل گرلز کی نیم برہنہ تصاویر، نامناسب حرکات اور فنکاروں اور گلوکاروں کی مخلوط سرگرمیوں کو پیش کیا جاتا ہے۔

جبکہ اسلام کا اس سلسلے میں مؤقف بالکل واضح ہے:

اِنَّ الَّذِيْنَ يُحِبُّوْنَ اَنْ تَشِيْعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَهُمْ عَذَابٌ اَلِيْمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْاٰخِرَةِ[24]

"بے شک جو لوگ چاہتے ہیں کہ ایمان والوں کے گروہ میں فحش پھیلے، وہ دنیا و آخرت میں دردناک سزا کے مستحق ہیں۔"

میڈیا کے ذریعے تشہیر آج بہت بڑی صنعت کا درجہ حاصل کر گئی ہے۔ جو بے حد منافع بخش ہے اب ہر بڑی کمپنی اس مد میں کروڑوں اربوں روپے خرچ کرتی ہے اور اس کے ذریعے اپنی مصنوعات کی سیل بڑھاتی ہے۔ اسلام جہاں زندگی کے ہر شعبے میں انسان کی رہنمائی کرتا ہے وہاں تشہیر کے پہلو کو بھی نظر انداز نہیں کیا گیا۔ اشتہارات کے سلسلے میں تجارتی کمپنیاں اپنی پراڈکٹس کی سیل بڑھانے کے لیے کسی بھی حد سے گزرنے کو تیار رہتی ہیں۔ چاہے وہ بے حیائی کی تشہیر ہو یا اسلامی احکام کی خلاف ورزی یا ان کا مزاق اڑانا ہی ہو۔ اس قسم کے اشتہارات پر سوشل میڈیا میں رد عمل نظر بھی آتا ہے اور کئی دفعہ احتجاج کرنے والے غیور پاکستانیوں نے ان پراڈکٹس کا بائیکاٹ بھی کیا۔ بائیکاٹ یقیناً احتجاج کی ایک موثر صورت ہے لیکن اسے احتجاج اور بائیکاٹ کی پوسٹیں اور بیانات جو چند دنوں سے آگے بڑھ نہ سکیں کا کوئی حاصل نہیں۔ فائدہ تو تب ہو جب متعلقہ کمپنی نہ صرف اپنے خسارے کی وجہ سے بند ہو جائے بلکہ اپنی غلطی کو مانے اور دوبارہ اس کا اعادہ نہ کرے۔ نیز عوام سے معافی مانگتے ہوئے اس عہد کی خلاف ورزی پر قانونی طور پر قابل گرفت بھی ہو۔

غور طلب بات یہ ہے کہ بے حیائی اور قرآنی احکامات کے استہزا کے اشتہار اسلامی مملکت کے ٹی وی چینلز پر چلیں تو حکومت کی کسی سیاسی جماعت یا سیاسی لیڈر کی طرف سے کوئی مذمت نظر نہیں آئی۔ بلکہ اسلام کے نام پر بننے والی سیاسی جماعتیں بھی ایسے اشتہارات کے خلاف کوئی خاص احتجاج کرتی دکھائی نہیں دیتیں۔

[24] النور:۱۹

خاندانی منصوبہ بندی کی اشیاء پر بننے والے اشتہارات نے تو فحاشی کے تمام ریکارڈ ہی توڑ ڈالے۔اب سنسر بورڈ کہاہیں کیا سنسر بورڈ کے ممبران اور وزارت اطلاعات و نشریات کے عہدیدار ان کی آنکھیں بند ہیں؟ یا وہ گہری نیند سوئے پڑے ہیں بہر حال ان پر بھروسہ نہیں کیا جاسکتا۔ایسی تجارتی کمپنیاں جن کی موضوعات پر عوام بھرپور اعتماد کرتی ہے ان کے فحش اشتہارات اور ان میں غیر اسلامی حرکات بلکہ اسلامی احکام کے کھلم کھلا مزاق بنانے پر عوامی وسیاسی سطح پر ذمہ داری کے ساتھ احتجاج ہونا اس وقت ہمارا ملی تقاضاہے۔بحیثیت قوم ہمیں یہ فیصلہ کرنا ہو گا کہ ہم کسی اشتہار کے ذریعے پروڈکٹ کی تشہیر پسند کر رہے ہیں یا معاشرے کی تخریب؟اگر اب بھی میڈیا کی ان سرگرمیوں کو روکا نہ گیا یا قابو میں نہ لایا گیا تو ہمارے معاشرے کی رہی سہی اخلاقیات اور غیرت مندی فحاشی،عریانی کے سیلاب کی نظر ہو جائے گی۔

تجاویز:

۱۔ غور کرنے سے یہ بات سامنے آئی ہے کہ وہ ہی اشتہار لوگوں کی توجہ اور پسند کا باعث بنتے ہیں جو ہمارے طرز معاشرت کی نمائندگی کرتے ہیں یا جن میں کوئی مثبت پیغام ہوتا ہے یا ایسے آئیڈیاز جو ہماری نجی زندگی کو بہتر بنانے کے لیے رہنمائی رکھتے ہوں۔

۲۔ یہاں حکومت کی یہ ذمہ داری بنتی ہے کہ اگر وہ غربت کو ختم نہیں کر سکتی تو ایسی اشیاء کے اشتہارات پر پابندی عائد کر دے جس سے معاشرے کے غریب طبقات میں فرسٹریشن پیدا ہوتی ہے۔

۳۔ اس طرح اگر یہ کمپنیاں کچھ ایسے اقدامات کریں کہ اشیاء کے اتنے چھوٹے چھوٹے پیکٹ لائیں جنہیں غریب سے غریب آدمی بھی خرید کر اپنی خواہش کو پورا کر سکے۔

۴۔ اسی طرح جن اشیاء کی قیمتیں بہت زیادہ ہیں اور ان کو کسی صورت کم نہیں کیا جاسکتا تو پھر ان کے اشتہارات کو امیر اور متوسط طبقے والے علاقوں میں ہی نشر کیا جائے اور اب جدید ٹیکنالوجی کی وجہ سے یہ عین ممکن ہے۔اس طرح غریب طبقات کی مایوسی اور احساس کمتری کو کافی حد تک ختم کیا جاسکتا ہے۔

۵۔ بحیثیت قوم ہمیں میڈیا کو آگاہ کرنا ہو گا کون کونسے اشتہار ہمارے معاشرے،ہماری دینی واخلاقی اقدار اور ہماری خواتین کے وقار سے متصادم ہیں اور کن کن اشیاء کے اشتہارات میڈیا پر دکھائی نہیں دیے جائیں گے۔اور دکھائے جانے والے اشتہارات کے پیغام والفاظ اور نظریہ ہمارے اسلامی تشخص اور مسلم خواتین کی عزت وتقدس کی نمائندگی کرتا ہو بجائے کسی اور کے نظریے کی۔

۶۔ اس کے ساتھ ہی اشتہار بنانے والی کمپنیاں بھی اس امر کو یقینی بنائیں کہ ایک صحت مند معاشرے کا قیام ان کی بھی ذمہ داری ہے لہذا اگر وہ اشتہار میں معاشرے پر اثر انداز ہونے والے پیغام کو ایک صحت مند پیغام کے طور پر نشر کریں تو یہ یقیناً ان کی بڑی قومی خدمت ہو گی۔

۷۔ گلیمر سے الگ ہو کر اشتہارات میں وہ ماحول دکھایا جائے جو ہمارے ماحول اور عوام کے حالات سے مطابقت رکھتا ہو۔ ایسی ثقافت واسراف نہ دیکھا جائے جو ایک نمایاں تضاد کو ظاہر کرتی ہو۔ کیونکہ جب معاشرے کا مؤثر طبقہ معاشرے کی اکثریت سے بے اعتنائی برتے گا تو پھر یہ ہی طبقہ اس کے نقصان کا بھی باعث بنے گا۔

۸۔ بے حد ضروری ہے کہ اشتہار سازی کے معاشرے پر اثرات کا گہرائی کے ساتھ جائزہ لیا جائے اور اس مؤثر صنعت کو معاشرے کی تعمیر کا ذریعہ بنایا جائے۔