

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

پہلا سبق  
تبلیغ کی شناخت

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

**تمہید**

امید ہے کہ اس سبق کے بعد آپ درج ذیل نکات سے آشنا ہو جائیں گے۔

۱. تبلیغ کا مفہوم اور اس کی صحیح تعریف۔
۲. تبلیغ اور دوسرے علوم میں فرق۔
۳. تبلیغ کا موضوع اور اس کی غرض و غایت۔
۴. تبلیغ کی تاریخ اور اس کے تحولات سے آگاہی۔
۵. الہی افراد کا تبلیغ کے وجود میں کردار۔

**تفصیل****پہلا باب: مفہیم اور کلیات****تبلیغ کا لغوی و اصطلاحی مفہوم**

لغت میں تبلیغ کا معنی "موجودہ وسائل کو بروئے کار لاتے ہوئے مخاطب تک پیغام یا کسی خبر کو پہنچانا ہے" (۱)۔ اور اصطلاحی لحاظ سے تبلیغ کی مختلف تعاریف کی گئی ہیں ہر کسی نے اپنے ذوق اور رجحان کے مطابق اس کی تعریف کی ہے۔ لیکن تمام تعریفات کا معنی تقریباً ایک ہی بنتا ہے۔ محققین کی تعریف میں جو تفاوت نظر آتا ہے وہ صرف یہ ہے کہ کیا تبلیغ تعلیم دینے کے قابل ہے یا نہیں ہے؟ بعض محققین کا یہ نظریہ ہے کہ کسی کو تبلیغ کی تعلیم نہیں دی جاسکتی اور اس کو آہستہ آہستہ حاصل نہیں کیا جاسکتا بلکہ یہ ایک ایسی روش اور ایسا اسلوب ہے جو تیزی کے ساتھ اپنا اثر دکھاتا ہے۔

لیکن یہ نظریہ قابل قبول نہیں ہے کیوں کہ جس وقت تبلیغ کا معنی یہ کیا جاتا ہے کہ پیغام کو مخاطب تک منتقل کرنا ہے اور یہ اثر انداز ہونے کی ایک روش و اسلوب ہے اور اس میں مخاطب کو مثبت نکات کی پہچان کروائی جاتی ہے اور اس کو ترغیب دلائی جاتی ہے کہ انہیں اپنائے اور اس طرح منفی نکات سے بھی آگاہ کیا جاتا ہے تاکہ ان سے اپنے دامن کو بچائے۔ تو یقیناً اس صورت میں تبلیغ قابل تعلیم ہے۔

دوسری طرف تبلیغ اس وقت موثر ہے جس وقت مخاطب کے لیے عقیدہ، جذبات یا جدید معلومات کو مخاطب کے ذہن میں منتقل کرے۔ اس بنا پر کہہ سکتے ہیں کہ تبلیغ اس یاد کرنے والے اسلوب میں شمار ہوتی ہے جس میں تعلیمی پہلو کے ساتھ ساتھ تربیتی پہلو

۱۔ لغت نامہ دھڑرا، کلمہ تبلیغ۔



بھی موجود ہے۔ چنانچہ اس بحث کو کہ کیا تبلیغ قابل تعلیم ہے یا نہیں؟ اس پر واضح دلیل ہونے کی بناء پر مزید بیان نہیں کرتے ہیں۔ کیوں کہ یہ بات اظہر من الشمس ہے کہ تبلیغ میں موجود خصوصیات کو دیکھتے ہوئے اس میں کسی قسم کے شک کی گنجائش نہیں کہ یہ قابل تعلیم ہے۔

### تبلیغ کی مختلف تعاریف

تبلیغ کی مختلف تعریفیں کی گئی ہیں جن میں صرف لفظی فرق ہے حقیقت میں تمام تعریفوں کا محور ایک ہی ہے۔ ہم اس مطلب کو واضح کرنے کے لیے چند تعریفات آپ کی خدمت میں پیش کرتے ہیں:

۱. اسلامک تبلیغ کالج قاہرہ کے انچارج احمد غلوش نے اسلامی تبلیغ کے بارے میں یوں کہا ہے:

هو العلم الذي به تعرف كافة المحاولات الفنية المتحددة الرامية الى تبليغ الناس الاسلام بما هو من عقيدة و شريعة و اخلاق۔<sup>(۱)</sup>

اسلامی تبلیغ ایسا علم ہے کہ جس کے وسیلہ سے پوری کوشش کی جاتی ہے کہ ہر ممکنہ ہنر کے ذریعہ اعتقاد، احکام، شریعت اور اسلام کی اخلاقی تعلیمات سے لوگوں کو روشناس کرایا جائے۔ اس تعریف میں درج ذیل نکات قابل غور ہیں:

**الف:** اس تعریف میں تبلیغ کو علم کے ساتھ تعبیر کیا گیا ہے واضح سی بات ہے کہ مخاطبین کے ساتھ رابطہ برقرار کرنے اور ان میں سننے، پڑھنے اور سمجھنے کا انگیزہ پیدا کرنا ایسا فن ہے کہ جسے یاد کرنا چاہیے۔

**ب:** کلمہ "ہنر" کا استعمال کرنا بھی قابل غور ہے کیوں کہ یہاں ہنر کا معنی عام ہے یعنی ہر ممکن طریقہ سے تبلیغ کرنا، چنانچہ عصر حاضر میں جو بھی ہنر و آرٹ قابل استفادہ ہیں جیسے گرافک، طراحی، تھیٹر وغیرہ ان کے ذریعہ اسلامی معارف کی تبلیغ بھی کی جاسکتی ہے اور ان سے استفادہ کرنا چاہیے۔ تبلیغ کا ہنر ایسا عظیم ترین اور ظریف ترین ہنر ہے جس کے ذریعہ مبلغ ایک لحظہ میں ایسا عمل انجام دیتا ہے جس کے ذریعے مخاطب کے احساسات و جذبات، عقل و خرد کو تحت تاثیر قرار دے دیتا ہے اور اپنے پیغام کو احسن طریقہ سے پہنچا دیتا ہے۔

**ج:** اس تعریف میں تمام دینی امور کو بیان کیا گیا ہے جن میں اعتقادات، احکام اور اخلاقی موضوع وغیرہ شامل ہیں۔



۲. ایک اور مصنف اسلامی تبلیغ کی یوں تعریف کرتے ہیں:

"الاعلام الاسلامی ترجمۃ للفکر و نظام الحیاة الامة المسلمة"<sup>(۱)</sup>

اسلامی تبلیغ، امت اسلامیہ کے افکار اور نظام زندگی کے لوٹانے کا نام ہے۔

اس تعریف میں بھی اسلامی افکار کو پہچاننے کی تاکید کی گئی ہے۔

۳. امام خمینی نے اسلامی تبلیغاتی مرکز میں اپنے نمائندے کو ایک خط میں اسلامی تبلیغ کی یوں تعریف کی ہے:

"تبلیغ یہی ہے کہ خوبیوں کی نشاندہی کی جائے اور انہیں انجام دینے کی ترغیب دی جائے اور اسی طرح برائیوں کو واضح کر کے ان کے ارتکاب سے روکا جائے۔ یہ اسلام کا انتہائی اہم اصول ہیں۔

مندرجہ بالا مفہیم، قرآن مجید میں بھی ہیں لیکن معلوم ہونا چاہیے کہ قرآن مجید میں دو الفاظ "بلاغ" اور "دعوت" زیادہ استعمال ہوئے ہیں۔ اگرچہ دونوں الفاظ ایک ہی مقصد کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔ موضوع کو مزید واضح کرنے کے لیے قرآن مجید کی آیات میں چند نمونے پیش کرتے ہیں جن میں "بلاغ" اور "دعوت" جیسے کلمات استعمال ہوئے ہیں۔ ان آیات کو ذکر کرنے کے بعد درست نتیجہ اخذ کریں گے۔ وہ آیات جن میں تبلیغ کی بحث کی گئی ہے وہ درج ذیل ہیں:

"أَبْلِغْكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي"<sup>(۲)</sup>

"وَأَبْلِغْكُمْ مَا أُرْسِلْتُ بِهِ"<sup>(۳)</sup>

"يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ"<sup>(۴)</sup>

"لَقَدْ أَبْلَغْتُكُمْ رِسَالَةَ رَبِّي"<sup>(۵)</sup>

"قَدْ أَبْلَغُوا رِسَالَاتِ رَبِّهِمْ"<sup>(۶)</sup>

۱۔ وسائل الاعلام المطبوعہ، ص ۴۳۔

۲۔ اعراف ۶۲۔

۳۔ احقاف ۲۳۔

۴۔ احزاب ۳۹۔

۵۔ اعراف ۷۹۔

۶۔ جن ۲۸۔



" اِنَّمَا عَلَيَّ رِسُولِنَا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ " (۱)

قارئین کرام حاشیہ میں موجود آیات کی طرف رجوع کر کے مزید تحقیق و مطالعہ کر سکتے ہیں۔ (۲)

وہ آیات جن میں کلمہ " دعوت " استعمال ہوا ہے۔

" قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا " (۳)

" قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي " (۴)

اس کے علاوہ حاشیہ میں موجود دوسری آیات کی طرف رجوع کیا جاسکتا ہے۔ (۵)

نتیجتاً ہم کہہ سکتے ہیں کہ اسلامی تبلیغ میں مختلف اسلوب کے سہارے مخاطب کو خوب و بد مطالب سے آگاہ کیا جاتا ہے تاکہ ان کی بدولت مخاطبین کو اچھے امور کے ساتھ تربیت کی جاسکے۔

ایک اور تعبیر کے مطابق مبلغ دوسروں کو آگاہی دینے کے علاوہ پوری کوشش کرتا ہے کہ بشارت و ڈرانے کو بھی درجہ کمال تک پہنچائے اور مخاطب میں حق اور اس پر عمل کرنے کا محرک پیدا کرے اور یہ کام تبلیغ کے علاوہ ممکن نہیں ہے۔ کیونکہ انسان جس وقت کوئی کام انجام دیتا ہے اگر اس کام کو پہلے سے ذہنی طور پر قبول کرتا ہو یا حد اقل اس وقت ذہنی و نفسیاتی طور پر اس کام کی طرف متوجہ ہو تو اس صورت میں تبلیغ جو مخاطب کو خیر و شر کی طرف بلاتی ہے مخاطب ان دو میں سے کسی ایک کو قبول کر لیتا ہے۔ ذہنی طور پر قبول کرنے کے دو پہلو ہیں (۱) عقلی طور پر قبول کرنا (۲) جذباتی و احساساتی طور پر قبول کرنا۔

۱- ماخذہ ۹۲-

۲- " مَا عَلَيَّ الرَّسُولُ إِلَّا الْبَلَاغُ " ماخذہ ۹۹- " هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ " ابراہیم ۵۲- " يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَنْ يَبْلُغُ رِسَالَتَهُ " ماخذہ ۶۷-

۳- نوح ۵-

۴- یوسف ۱۰۸-

۵- " وَيَا قَوْمِ مَا لِي أَدْعُوكُمْ إِلَى النَّجَاةِ وَتَدْعُونَنِي إِلَى النَّارِ " نافر ۴۱-

" وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ " یونس ۲۵-

" وَإِنَّكَ لَتَدْعُوهُمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ " مومنون ۷۳-

" وَالرَّسُولُ يَدْعُوكُمْ لِتُؤْمِنُوا بِرَبِّكُمْ " حدید ۸-

" ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ " نحل ۱۲۵-

" وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ " آل عمران ۱۰۴-



عقلی طور پر قبول کرنا ایسا ہے کہ جس میں عقیدہ منطقی طریقہ سے ذہن میں جاگزیں ہوتا ہے اور جذباتی یا غیر عقلی طور پر قبول کرنا ایسا ہے جس میں مخاطب احساسات و فطرت کے ذریعہ کسب کرتا ہے۔

ان دو طریقوں سے مخاطب کی فکر میں مطالعہ کو سمو یا جاسکتا ہے جس کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ انسان کی نفسیات میں جدید کردار پیدا ہو جائے گا اور یہ وہی مقصد ہے (مقصد تبلیغ) کہ جس تک پہنچنے کے لیے پہلے سے منصوبہ بندی کی گئی تھی۔ یعنی کسی فرد یا گروہ کی فکر میں اطلاعات کے ذریعہ نفوذ پیدا کرنا اور اسے اچھائی یا برائی کی دعوت دینا۔

بنائیں قرآن مجید کی آیات بلاغ و دعوت کے مفہیم کی طرف توجہ کرتے ہوئے تبلیغ کی بہترین تعریف یوں کی جائے گی: "تبلیغ ایک روش یا مہم اسالیب کا مجموعہ ہے جو باہمی طور پر پیوستہ ہیں جس کے ذریعے کسی ایک فرد یا سماج کے ذہن میں خاص مقصد تک پہنچنے کے لیے نفوذ کیا جاتا ہے اور یہ نفوذ شخصیت، افکار، عقائد یا احساسات و جذبات میں ہوتا ہے"۔ مبلغ کو چاہیے کہ مورد نظر ہدف تک پہنچنے کے لیے خاص اصول و مہمانی کی مراعات کرے تاکہ روش تبلیغ کو احسن طریقہ سے انجام دے سکے۔ تبلیغ کے مہمانی و اصول کو آئندہ کے ابواب میں بیان کیا جائے گا۔

### تبلیغ کی تاریخ

انسانی معاشروں کی پرفراز و نشیب تاریخ اس بات کی شاہد ہے کہ انسان کے تمام ادوار میں تبلیغ اس کے ہمراہ رہی ہے۔ اور انسانی زندگی کے مختلف پہلوؤں جیسے اعتقادی، سماجی اور اقتصادی وغیرہ ضروریات کو پورا کرتی رہی ہے، یہ معلوم کرنے کے لیے کہ ہم ایسے ہنر و علم کے وارث ہیں جو خلقت انسان کے ابتداء سے آج تک مختلف اسلوب اور روش کے تجربات سے گزرا ہے اس علم کے مختلف گوشوں سے اختصار کے ساتھ پردہ اٹھائیں گے۔ اگر آج مبلغین بہترین طریقہ سے تبلیغ کر رہے ہیں تو گویا یہ پوری بشریت کے تجربات کا نچوڑ ہے اور وہ تمام انسانوں کے تجربہ و معلومات خواہ وہ درست ہوں یا غلط وہ الہی ہوں یا شیطانی ان پر دسترس حاصل کر سکتے ہیں۔

### تبلیغ رسالت

حضرت علی علیہ السلام، خداوند عالم کی جانب سے بنی آدم کے ساتھ کیے گئے عہد و میثاق کے بارے میں ارشاد فرماتے ہیں:

"اس کے بعد کہ حضرت آدم علیہ السلام زمین پر آباد ہوئے اور ان کے بیٹے اور پوتے کثرت سے پیدا ہوئے خداوند عالم نے ان کی اولاد میں انبیاء کو قرار دیا اور ان سے وحی و تبلیغ رسالت پر عہد لیا،



(جو کچھ خداوند عالم کی جانب سے ان پر وحی کی جائے) تاکہ لوگوں کو خدا شناسی کی دعوت دیں اور اس سلسلہ میں کسی قسم کی کوتاہی نہ کریں۔<sup>(۱)</sup>

لیکن لوگوں نے اپنے فطری عہد و پیمان کے ساتھ وفا نہیں کی اور خدا کے حق سے نادان ہو گئے (اس کو وحدہ لا شریک کے طور پر نہ پہچانا) اور اس کے ساتھ شریک قرار دینے لگے اور شیاطین نے انہیں معرفت الہی سے پھیر دیا (ان کو دھوکہ دیا) اور ان کو خداوند عالم کی پرستش سے محروم رکھا۔ خداوند عالم نے اپنے لطف و رحمت کے طفیل دوبارہ ان میں بزرگ انبیاء کو مبعوث فرمایا اور انہیں پے در پے بھیجا تاکہ ان کی فطرت میں موجود عہد و پیمان الہی کو طلب کریں اور فراموش نعمت الہی (توحید فطری) ان کو یاد دلائیں اور تبلیغ کے راستے ان کے ساتھ گفتگو کریں اور پنہان شدہ عقل (جو کفر کے غبار کے نیچے دب گیا تھا اور ضلالت و گمراہی تلے پنہان ہو گئی تھی) کو باہر نکالیں اور اس کو قدرت الہی کی نشانیاں دکھائیں جن میں ان کے سروں پر آسمان اور پاؤں کے نیچے وسیع زمین ان کی معیشت اور وہ چیز جو ان کو زندہ رکھتی تھی اور وہ موت جو ان کو نابود کرتی تھی اور بیماریاں جو انہیں بوڑھا یا ناکارہ بناتی تھیں اور آئے دن آنے والے حوادث جو انہیں دامن گیر ہوتے تھے۔ خداوند متعال نے لوگوں کو بعثت انبیاء، کتب آسمانی، برہان حتمی یا استوار و مستحکم راستے سے محروم نہیں رکھا ہے۔ انبیاء و رسل کے اصحاب کی کمی یا دشمنوں کی کثرت انہیں تبلیغ رسالت سے باز نہیں رکھتی تھی۔<sup>(۲)</sup>

### گزشتہ ادوار میں تبلیغی وسائل

۱. آثار قدیمہ کے ماہرین نے آثار قدیمہ میں ایسے حوالہ جات دیکھے ہیں جو ۱۸۰۰ قبل مسیح کے متعلق ہیں۔ ان میں کسانوں کو بیچ ڈالنے، محفلوں کی جمع آوری اور فصلوں کو لاحق خطرات سے آگاہ کیا گیا تھا۔ یہ حوالہ جات ترقی یافتہ ممالک کے ان راہنما اصولوں کے ساتھ زیادہ شبہت رکھتے ہیں جن میں وزارت زراعت کی جانب سے کسانوں کو مختلف مشورے دیے جاتے ہیں۔

۱۔ چنانچہ قرآن مجید کی سورہ احزاب میں ارشاد فرمایا: "و اذ اخذنا من النبیین میثاقکم و منک و من نوح و ابراہیم و موسیٰ و عیسیٰ بن مریم و اخذنا منہم میثاقاً غلیظاً" اور اس وقت کو یاد کیجئے جب ہم نے تمام انبیاء سے اور بالخصوص آپ سے اور نوح، ابراہیم، موسیٰ اور عیسیٰ ابن مریم سے عہد لیا اور سب سے بہت سخت عہد لیا۔

نیز سورہ اعراف میں ارشاد فرمایا: "و اذ اخذ ربک من بنی آدم من ظہورہم ذریعتہم علی انفسہم الست بریکم قالو بلی شہدنا" اور جب تمہارے پروردگار نے فرزند ان آدم کی پشتوں سے ان کی ذریت کو لے کر انہیں خود ان کے اوپر گواہ بنا کر سوال کیا کہ کیا میں تمہارا خدا نہیں ہوں؟ تو سب نے کہا کہ بے شک ہم اس کے گواہ ہیں۔

۲۔ نبی البلاغ کا پہلا خطبہ اسی موضوع کے متعلق ہے قرآن مجید کی سورہ انعام میں آیا ہے کہ: "و اذ قال عیسیٰ ابن مریم یا بنی اسرائیل انی رسول اللہ الیکم مصداقاً لما بین یدی من التوراة و مبشراً برسول یأتی من بعد اسمہ احمد۔ اس وقت کو یاد کرو جس وقت عیسیٰ ابن مریم نے کہا کہ اے بنی اسرائیل میں خداوند عالم کا تمہاری طرف رسول ہوں اور میں اس توریت کی تصدیق کرنے والا ہوں جس تمہارے پاس ہے اور ایک رسول کی بشارت دینے والا ہوں جو میرے بعد آئے گا اور اس کا نام احمد ہوگا۔





۲. پہلی بارہ ۲۵۰۰ سال قبل یونان سے منطق کے قواعد اور خطابت کے اصول کی تدوین شروع ہوئی بڑے بڑے دانشور جیسے سقراط، ارسطو اور افلاطون نے خطابت، فنون مناظرہ اور استدلال کے لیے قواعد کو مدون کیا۔ اس کے بعد ابن رشد کی کتاب تلخیص الخطابہ اور ابن سینا کی کتاب خطابہ شفا اور خواجہ نصیر الدین طوسی کی اساس اور اقتباس، ارسطو کی کتاب خطابہ جو ۵۰۰ قبل مسیح کے متعلق ہے اسی طرح کتاب ہنر جنگ جس کی مصنف قدیمی مفکر چین سان تزو اور کتاب بہتر زندگی سے تبلیغ اور بنیادی قانون جسے کنفیوس نے لکھا ہے اور جنگی پرائیگنڈے کے عنوان سے کتب ۵ صدی قبل مسیح میں تدوین کی گئی ہیں۔

۳. "سرکاری حوادث" کے عنوان سے ایک اخبار ۵۸ قبل مسیح میں روم میں شائع ہوا البتہ اس سے قبل بھی روم میں پڑھنے والے مطالب کو چھوٹی بڑی تختیوں پر لکھ کر دیوار میں نصب کر دیا جاتا تھا۔

۴. تبلیغات کے لیے پہلا باقاعدہ سرکاری روزنامہ ۹۱ قبل مسیح میں چین میں شائع ہوا۔

۵. عہد حاضر میں جب ہر قسم کے ارتباطی وسائل کو پہنچ چکے ہیں اور تبلیغ کے اصول اور روش پیچیدہ ہو چکے ہیں پھر بھی ہر روز کئی کتابیں مارکیٹ میں آرہی ہیں۔

انبیاء کرام کے ذریعہ تبلیغ

ہر ایک نبی نے اپنے اپنے زمانے کے تقاضے کے مطابق تبلیغ کی ہے جیسا کہ قرآن مجید میں انبیاء کرام کے واقعات کو بیان کیا گیا ہے کہ حضرت آدم علیہ السلام کے زمانے سے تبلیغ کا سلسلہ جاری و ساری ہے خداوند متعال ارشاد فرماتا ہے:

قُلْنَا اهْبِطُوا مِنْهَا جَمِيعًا فَاٰمَّا يٰٓاٰتِيْنَكُمْ مِّنِّيْ هُدًى فَمَنْ تَبِعَ هُدَايَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُوْنَ<sup>(۱)</sup>

اور ہم نے کہا کہ اب تم سب زمین پر اتر جاؤ پھر اگر ہماری طرف سے ہدایت آجائے تو جو بھی اس کی اتباع کرے گا اس کے لیے ہ خوف ہو گا نہ حزن۔

اِنَّا اَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيْرًا وَّاٰذِيْرًا وَاَنْ مِّنْ اُمَّةٍ اِلَّا خَلَا فِيْهَا نٰذِيْرٌ

ہم نے آپ کو حق کے ساتھ بشارت دینے والا اور ڈرانے والا ارسال کیا ہے اور ہر امت میں اس سے قبل بھی انذار کرنے والا تھا،

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِيْ كُلِّ اُمَّةٍ رَّسُوْلًا اِنْ اَعْبَدُوْا اللّٰهَ وَاجْتَنَبُوا الطَّاغُوْتِ

ہم نے ہر امت کے درمیان رسول کا بھیجا اور یہ پیغام دیا کہ صرف خداوند عالم کی پرستش کرو اور طاغوت سے پرہیز اختیار کرو۔



لیکن ایک اہم مسئلہ جس کی طرف قرآن مجید نے اشارہ کیا ہے وہ انبیاء کے تبلیغ کرنے کا انداز ہے اور وہ ان کے زمانے کے لوگوں کے شرائط کے ساتھ سازگار تھا کیوں کہ وہی ان کے مخاطب تھے اور یہ تبلیغ کے اہم ترین اصولوں میں سے ایک ہے۔

مثلاً حضرت ابراہیم علیہ السلام کے زمانے میں خرافات اور بت پرستی عروج پر تھی لہذا انھوں نے انہی کے خلاف جہاد کیا ہے اور حضرت لوط علیہ السلام کے زمانے میں اخلاقی بے راہ روی عام تھی لہذا ان کی تبلیغ میں اخلاقی امور زیادہ دکھائی دیتے ہیں۔

حضرت شعیب علیہ السلام کے زمانے میں اقتصادی فساد اور لوگوں کے اموال کو مختلف انداز سے ہتھیانے کا رواج تھا لہذا ان کی تبلیغ کا محور اقتصادی اصطلاحات تھا۔

حضرت صالح کی تبلیغی دعوت میں دنیا پرستی، اشراف گری، تجمل پرستی اور غرور وغیرہ کو دیکھا جاسکتا ہے حضرت موسیٰ علیہ السلام کی دعوت حق میں سیاسی و سماجی اصطلاحات، مستضعفین کے حق کے لیے جہاد، استکبار، دولت اور جادو وغیرہ قابل غور ہیں چنانچہ خداوند کریم ارشاد فرماتا ہے:

انّ فرعون علا فی الارض و جعل اهلها شیعاً لیستضعف طائفةً فهم یذبح ابنائهم ویستحی نسائهم انّ کان من المفسدین۔

حضرت عیسیٰ علیہ السلام کی دعوت حق میں اخلاق کو مرکزی حیثیت حاصل تھی اور آخری میں پیغمبر خاتم النبیین کی دعوت تمام دعوتوں کو کامل کرنے والی تھی۔

### اولین مبلغ

سب سے پہلے جس نے شعر کہا ہے وہ حضرت آدم علیہ السلام تھے۔

شام کے ایک شخص نے حضرت علی علیہ السلام سے سوال کیا کہ سب سے پہلے کس نے اشعار کہے ہیں؟ تو حضرت علی علیہ السلام نے جواب دیا: جس وقت حضرت آدم علیہ السلام کو زمین پر بھیجا جاتا ہے اور انہوں نے زمین اور ہائیل کو قابیل کے ہاتھوں قتل ہو دیکھا تو یہ اشعار کہے:

تغییرت البلاد و من علیہا فوجہ الارض مغیر قبیح

تغیر کلہون و طعم و قل بشاشة الوجه المسلح



سب سے پہلے خط نویسی حضرت ادریس علیہ السلام نے کی تھی۔ رسول خدا ﷺ حضرت شعیب علیہ السلام کے بارے میں ارشاد فرماتے ہیں کہ شعیب اخطب الانبیاء یعنی شعیب تمام انبیاء میں سب سے بڑے خطیب تھے۔

### اسلام میں تبلیغ کی تاریخ

اسلام میں تبلیغ کی تاریخ کے مختلف ادوار گزرے ہیں لہذا ان سب کو بیان کرنے کے لیے مستقل کتاب کی ضرورت ہے تاکہ اس میں مختلف ادوار کی تبلیغ کے اسلوب و روش کو بیان کیا جائے۔ رسول خدا ﷺ کے زمانے میں یعنی ان کی بعثت سے لے کر ان کے وصال تک کے ۲۳ سالوں میں بھی تبلیغ کے مختلف انداز نظر آتے ہیں۔ کبھی تو انفرادی دعوت تبلیغ اور کبھی اجتماعی دعوت تبلیغ نظر آتی ہے اور تبلیغ کرنے کا انداز بھی اچھوتا ہے۔ رسول خدا ﷺ کے وصال کے بعد ائمہ طاہرین علیہم السلام نے اپنے اپنے زمانے کے تقاضے اور حالات کے مطابق معارف دین کو بیان کیا ہے، حتیٰ کہ امام زمانہ علیہ السلام کی غیبت کبریٰ کے بعد بھی اسلامی مبلغین نے ائمہ طاہرین اور انبیاء کرام علیہم السلام کی سیرت کو اپناتے ہوئے تبلیغ دین کو اپنی شرعی ذمہ داری سمجھتے ہوئے نبھایا ہے۔

روایات میں اس بات کی واضح نشان دہی کی گئی ہے کہ ائمہ طاہرین علیہم السلام کے بعد امام زمانہ علیہ السلام کے ظہور تک اس شرعی ذمہ داری کا بار علماء اسلام کے کندھوں پر ہے اور کسی سے سابقہ نہیں ہوگا۔

### خلاصہ

۱. لغت میں تبلیغ کا معنی ہر ممکنہ وسائل کے ذریعہ مخاطب پر پیغام یا کسی خبر کو پہنچانا ہے۔
۲. تبلیغ ایک تعلیمی و تربیتی مقولہ ہے اور یہ اس وقت موثر ہوتا ہے جب اس کے ذریعہ عقیدہ، احساس و جذبات یا اطلاعات وجود میں آئیں۔
۳. ہماری تبلیغ کے لیے منتخب شدہ تعریف یہ ہے کہ تبلیغ چند اہم اسالیب کا مجموعہ ہے جو باہمی طور پر ایک مجموعہ میں ملا ہوا ہے تاکہ اس کے ذریعہ ایک فرد یا سماج کے ذہن میں خاص مقصد تک رسائی کے لیے نفوذ کیا جاسکے اور یہ نفوذ شخصیت، افکار، عقائد یا احساسات و جذبات میں ہوتا ہے۔
۴. انسانی معاشرے اس بات کے گواہ ہیں کہ تمام ادوار میں تبلیغ موجود رہی ہے اور اس کا انسان کی زندگی کے تمام پہلوؤں سے تعلق ہے۔
۵. مجلہ "سرکاری حوادث" سال ۵۸ قبل مسیح روم میں شائع ہوا اور تبلیغات کے لیے پہلا باقاعدہ اخبار سال ۹۱ قبل مسیح چین میں شائع ہوا۔



۶. تقریباً ۲۵۰۰ سال قبل مسیح یونان میں منطق اور خطابت وغیرہ کے قواعد مدون کیے گئے اور اسی طرح مناظرہ وغیرہ کے قواعد کو بھی مرتب کیا گیا۔

۷. انبیاء کرام میں سے ہر نبی نے اپنے زمانے کے تقاضے کے مطابق فریضہ تبلیغ کو انجام دیا ہے۔ مثلاً حضرت ابراہیم علیہ السلام نے خرافات، شرک اور بت پرستی کے خلاف جہاد کیا اور حضرت لوط علیہ السلام نے اخلاقی امور کی تبلیغ کی حضرت شعیب نے اقتصادی اصطلاحات کو اپنی تبلیغ کا محور بنایا۔ حضرت صالح علیہ السلام نے اشراف گری اور عیاشی کے خلاف جہاد کیا۔ حضرت موسیٰ علیہ السلام نے سیاسی و سماجی اصطلاحات وغیرہ کو اپنا مشن قرار دیا اور آخر میں رسول خدا ﷺ کی دعوت تمام انبیاء کی دعوت کو کامل کرنے والی تھی۔

۸. سب سے پہلے حضرت آدم علیہ السلام نے اشعار کہے ہیں اور خط نویسی کی ابتداء حضرت ادریس علیہ السلام نے کی ہے۔ تمام انبیاء میں سب سے بڑے خطیب حضرت شعیب علیہ السلام تھے۔



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

دوسرا سبق  
تبلیغ کی اہمیت

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

### تمہید

اس درس سے درج ذیل مقاصد کو حاصل کیا جاسکتا ہے۔

۱. تبلیغ کی اہمیت اور اس کے عصر حاضر کے معاشرتی آثار
۲. دین مبین اسلام کا مسئلہ تبلیغ پر تاکید اور اس کی اہمیت کو بیان کرنا۔

### تفصیل

#### تبلیغ کی اہمیت قرآن مجید کی نگاہ میں

آیت کریمہ "ولقد بعثنا فی کل امة رسولا ان اعبدوا الله و اجتنبوا الطاغوت" <sup>(۱)</sup> کی روشنی میں تبلیغ دین، تمام ادیان کا مرکزی نقطہ اور تمام انبیاء کرام کی ذمہ داری تھی۔ دین اسلام میں بھی اس کی خصوصی اہمیت ہے چنانچہ قرآن مجید میں ارشاد ربانی ہے کہ "کنتم خیر امة اخرجت للناس تا مرون بالمعروف و تنہون عن المنکر" <sup>(۲)</sup> اس سے امت محمدیہ کی امر بالمعروف و نہی عن المنکر کے حوالے سے تمام سابقہ امتوں پر برتری ثابت ہو جاتی ہے۔ اس آیت مبارکہ کے مفہوم سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ جس وقت امت محمدیہ نے امر بالمعروف و نہی عن المنکر کا دامن چھوڑ دیا اس وقت یہ بہترین امت کے اعزاز سے بھی محروم ہو جائے گی۔

قرآن مجید نے ایک اور آیت کے ضمن میں تبلیغ کی اہمیت و قدر کو کچھ اس انداز سے بیان کیا ہے۔

ومن احسن قولا لمن دعا الى الله و عمل صالحاً <sup>(۳)</sup>

یعنی اس شخص سے نیک کون ہے جو لوگوں کو خدا کی طرف دعوت دیتا ہے اور خود بھی نیک ہے!؟

مرحوم طبرسی فرماتے ہیں کہ یہ آیت شریفہ بیان کر رہی ہے کہ لوگوں کو دین کی دعوت دینا بہترین واجبات اور سب سے بڑی اطاعت ہے۔

۱۔ نحل، ۳۶۔

۲۔ آل عمران، ۱۱۔

۳۔ فصلت، ۳۳۔

مختصر یہ کہ قرآن مجید رسول خدا ﷺ اور دوسرے انبیاء کرام کی رسالت کا مقصد دین کی تبلیغ اور لوگوں کی ہدایت بیان کرتا ہے چنانچہ ارشاد رب العزت ہے:

فاعلموا انما على رسولنا البلاغ المبين<sup>۱</sup>

جان لو کہ ہمارے رسولوں کے ذمہ اس کے سوا کچھ نہیں کے حکم خدا کو آشکارا بلاغ کریں

اور دوسری آیہ کریمہ میں آیا ہے:

ما على الرسول الا البلاغ

رسول پر سوائے تبلیغ دین کے کوئی اور ذمہ داری نہیں ہے۔

اہل بیت علیہم السلام کی نگاہ میں تبلیغ کی اہمیت

اسلامی معارف معصومین علیہم السلام کی احادیث کی روشنی میں الہی اقدار کی حفاظت اور شیاطین کا مقابلہ کرنے کے لیے خاص اہمیت کی حامل ہیں معاویہ بن عمار کہتے ہیں: قلت لابی

میں نے امام صادق علیہ السلام سے عرض کی کہ آپ کی احادیث کو بیان کرنے والا جو آپ کے اقوال کے ذریعہ لوگوں کے قلوب کو منور کرتا ہے اور انہیں قوت عطا کرتا ہے وہ برتر ہے یا وہ عبادت گزار جو ایسا نہیں کرتا؟ تو امام صادق علیہ السلام نے ارشاد فرمایا: وہ شخص جو ہماری احادیث کو بیان کر کے لوگوں کی روح میں بالیدگی پیدا کرتا ہے اور انہیں قوت و طاقت عطا کرتا ہے اور اس کے باعث ہمارے شیعوں کے افکار استوار و مستحکم ہوتے ہیں یہ ہزار عابدوں سے بہتر ہے اسی طرح امام باقر علیہ السلام نے ارشاد فرمایا:

عالم ينفع بعلم افضل من سبعين الف عابد

ایسا عالم جس کے علم سے دوسرے استفادہ کریں یہ ستر عابدوں سے افضل ہے۔

بعض روایات میں ایسے افراد کو جو احکام خدا کو یاد نہیں کرتے انہیں "یتیم" کہا گیا ہے اور انہیں تبلیغ اور ہدایت کرنا گویا "یتیم کی سرپرستی" کے مترادف قرار دیا گیا ہے۔ چنانچہ امام حسن عسکری علیہ السلام اپنے اجداد سے نقل کرتے ہیں کہ رسول خدا ﷺ نے ارشاد فرمایا: جو شخص اپنے امام سے جدا ہو اور اس نے الہی احکامات اور دستورات کو یاد نہ کیا وہ اس یتیم سے بھی زیادہ یتیم ہے جس نے اپنے باپ کو کھو دیا ہو۔



اس کے بعد امام حسن عسکری علیہ السلام فرماتے ہیں: احکام شریعت سے جاہل شخص علوم سے آشنا افراد کی آغوش میں یتیم کی مانند ہے۔ یاد رکھو جو شخص بھی اس جاہل کو علم کے زیور سے آراستہ کرے گا اور ہمارے مذہب کے احکام کی اس کو تبلیغ کرے گا وہ الہی مقام میں ہمارے ساتھ ہوگا۔

اس مذکورہ روایت سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ تبلیغ کی اہمیت انسانوں کی ہدایت اور ان کے رشد کے ساتھ مربوط ہے۔

### امام خمینیؑ کے نگاہ میں تبلیغ کی اہمیت

۱. جس طرح علم حاصل کرنا ایک ذمہ داری ہے اسی طرح تبلیغ کرنا اس سے بھی بڑی ذمہ داری ہے درحقیقت علم کا حصول تبلیغ کا پیش خیمہ ہے اور لوگوں کو انداز و ڈرانے کا مقدمہ ہے۔<sup>(۱)</sup>

۲. جان لو کہ تبلیغ تمام امور سے اہم ہے۔<sup>(۲)</sup>

۳. آج پورے جہان کا محور تبلیغات ہے۔<sup>(۳)</sup>

۴. میری وزارت ارشاد کو یہ وصیت ہے کہ ہر زمانے خصوصاً عہد حاضر کہ اس کی خاص اہمیت ہے میں پوری کوشش کی جائے کہ تبلیغ باطل کا مقابلہ اور اسلامی جمہوریہ ایران کا حقیقی چہرہ پیش کیا جائے۔<sup>(۴)</sup>

### آیت اللہ خامنہ ای کی نگاہ میں تبلیغ کی اہمیت

رہبر انقلاب نے انقلاب کے دوام اور بقا کا مسلسل تبلیغ کو قرار دیتے ہوئے فرمایا ہے:

۱. اگر اس بات کو قبول کریں کہ انقلاب ایک دائمی امر ہے تو پھر اس کے لیے تبلیغ کو دائمی ہونا چاہیے اس لیے کہ تبلیغ کے نہ کرنے سے شجر انقلاب خشک ہو جائے گا۔<sup>(۵)</sup>

۲. جو کچھ ایران میں وقوع پذیر ہوا ہے اور یہ عظیم انقلاب ایک دفعہ کامیاب ہوا ہے اس میں صرف سن ۱۹۷۸ اور ۱۹۷۹ کے واقعات ہی نہیں ہیں بلکہ اس کا سرچشمہ علماء کی ۱۵ سالہ تبلیغ ہے۔<sup>(۶)</sup>

۱- صحیفہ نور، ج ۱۵، ص ۲۴۹۔

۲- صحیفہ نور، ج ۱۸، ص ۶۲۔

۳- وصیت نامہ حضرت امام خمینیؑ ص ۲۳۔

۴- وصیت نامہ حضرت امام خمینیؑ، ص ۲۲۔

۵- ۲ تیر ۱۳۶۱ مبلغین کو خطاب۔

۶- ۲۷ مرداد ۱۳۶۲ تہران کے علماء سے خطاب۔

وہ دوسرے مقام پر تبلیغ کو واجب شمار کرتے ہوئے فرماتے ہیں: انقلاب اسلامی کی تبلیغ سے ہم نہ صرف عالمی سطح پر مبلغ بن سکتے ہیں بلکہ یہ ایک واجب ذمہ داری ہے کہ جس سے کوتاہی کا نتیجہ پشیمانی کی صورت میں نکلے گا۔<sup>(۱)</sup>

دوسرے مقام پر یوں فرماتے ہیں:

تبلیغات اس ملک اور انقلاب کا اہم ترین مسئلہ ہے اور یہ تمام موضوعات میں سے فضل ترین موضوع ہے۔<sup>(۲)</sup>

### اغیار کی نگاہ میں تبلیغ کی اہمیت

۱۷ دسمبر ۱۹۵۵ء کو دوسری جنگ عظیم کے بعد امریکہ کے ایک صدر نے کہا تھا کہ "ہمارے سامنے جو سب سے بڑی جنگ ہے وہ یہ ہے کہ انسانوں کے اذہان کو تسخیر کیا جائے"<sup>(۳)</sup>

جرمنی کے ایک اعلیٰ سرکاری اہل کار نے پہلی جنگ عظیم کے بعد کہا تھا "ہم ایک فوجی کے ہاتھ میں موجود توپ کو ختم کرنے کے لیے بے شمار بمب ضائع کرتے ہیں کیا اس سے بہتر نہیں ہے کہ ایسا کام کیا جائے کہ وہ فوجی توپ کو ہی نہ چلائے"<sup>(۴)</sup>

جس نے بھی اپنے کردار کو مغربی تمدن سے سیاہ کیا ہے وہ یہ کہتا ہے "پراپیگنڈہ ایک بے نظیر طاقت ہے"<sup>(۵)</sup> کمیونسٹ حکومت کا بانی لینن کا اعتقاد تھا کہ "حکومت کی سب سے بڑی طاقت پراپیگنڈہ ہے"<sup>(۶)</sup>۔

نیپولین بونا پارٹ نے کہا تھا کہ "روزنامہ نگاروں کی قلم کی صدا سے گولی کی صدا سے زیادہ وحشت محسوس ہوتی ہے۔ امریکہ کے ایک صدر نے کہا ہے کہ پراپیگنڈہ کے لیے خرچ ہونے والا ایک ڈالر اسلحہ پر خرچ ہونے والے دس ڈالروں سے بہتر ہے۔"

### عہد حاضر میں تبلیغ کی وسعت

عہد حاضر میں تبلیغات پراپیگنڈہ روز بروز وسیع ہوتا جا رہا ہے۔ آج کل ڈش اور دوسرے ذرائع سے پراپیگنڈہ کیا جا رہا ہے اور اس پر بے شمار سرمایہ گزاری کی جاتی ہے۔ ہم چند ایک کی طرف اشارہ کرتے ہیں۔

۱- ۱۵ اداوی ۱۳۶۰ وزیر فرہنگ ارشاد اسلامی سے ملاقات کے دوران خطاب۔

۲- رسالت تبلیغ از دید گاہ مقام معظم رہبری، ص ۵۔

۳- زمینہ جامعہ شناسی آریان پور۔

۴- الاعلام والدعاية، ص ۶۱۔

۵- الاعلام والدعاية، ص ۸۴۔

۶- الاعلام والدعاية، ص ۸۴۔

مسیحیت کی ترویج و تبلیغ کے لیے پہلے ۱۶۰ چینلز تھے اور اب ان میں ۱۲۰ کا مزید اضافہ ہوا ہے اور اسی طرح مسیحیت کی تبلیغ کے لیے جو مجلات ہیں انکی تعداد ۷۰۰/۲۰ ہے۔<sup>(۱)</sup>

"برج مراقبت" کے عنوان سے ایک مسیحی مجلہ ۸۰ زبانوں میں شائع ہوتا ہے۔

انگلینڈ میں مسیحیت کے فروغ کے ایک مجلہ بنام "حقیقت" سات زبانوں میں شائع ہوتا ہے اور اس کے دو کروڑ نسخہ جات پوری دنیا میں نشر کیے جاتے ہیں، کتاب انجیل اب تک ۱۲۰۰ زبانوں میں ترجمہ کے ساتھ شائع ہو چکی ہے۔<sup>(۲)</sup>

### خلاصہ

۱. تبلیغ کی اہمیت کے لیے قرآنی، سنت، عقل، تاریخ اور موجودہ زمانے سے تمسک کیا جاسکتا ہے کیوں کہ تبلیغ اس جہان کے آغاز سے شروع ہوتی اور اس جہان کے اختتام تک جاری رہے گی۔
۲. قرآن مجید سے تبلیغ کی اہمیت کے لیے اتنا ہی کافی ہے کہ خداوند عالم کو تمام ادیان کا جوہر اور تمام انبیاء کی ذمہ داری قرار دیا ہے اور عام مسلمانوں کو ہدایت کرنے کے لیے تمام مسلمانوں کی ذمہ داری کیا ہے اور تمام مسلمانوں کو حکم دیا ہے کہ امر بالمعروف و نہی عن المنکر کے ذریعہ فریضہ تبلیغ انجام دیں۔
۳. ائمہ طاہرین علیہم السلام کی روایات سے مستفاد ہوتا ہے کہ تبلیغ کی اہمیت دراصل انسانوں کی ہدایت و رشد کی وجہ سے ہے تاکہ تمام انسانی معاشرے ہر قسم کے فحشا، فساد اور عیب سے پاک ہو جائیں۔
۴. امام خمینیؑ کی نگاہ میں تبلیغ کا حصول سب سے زیادہ اہم ہے اور آیت اللہ خامنہ ای کے نزدیک اسلامی انقلاب کی بقاء کا راز تبلیغ میں مضمر ہے۔
۵. تبلیغ کی اہمیت اتنی زیادہ ہے کہ شرق و غرب کے سیاست مداروں نے بھی اس کے بارے میں عجیب و غریب کی تعبیرات استعمال کی ہیں اور تبلیغ کی قدر و منزلت کے بہت زیادہ قائل ہیں اور موجودہ زمانے میں تبلیغ کی طاقت کو تسلیم کیا گیا ہے اور اس پر بہت زیادہ بھروسہ کیا جاتا ہے اور مختلف ذرائع جیسے ڈشز اور انٹرنیٹ وغیرہ کے ذریعہ افکار، عقائد اور دوسری مصنوعات کی تبلیغ و ترویج کی جاتی ہے۔

۱۔ خبر نامہ فرہنگی و اجتماعی سازمان تبلیغات اسلامی، شمارہ ۲۳۔

۲۔ پڑوش در تبلیغ خبر نامہ فرہنگی اجتماعی شمارہ ۲۳۔

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

تیسرا سبق  
تبلیغ کے ارکان

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

**تمہید**

اس درس کو بیان کرنے کا مقصد یہ ہے کہ

۱. مبلغ کو معلوم ہونا چاہیے کہ کتنی بڑی ذمہ داری اس کے کندھوں پر ہے۔
۲. ہمارے مکتب نے جو ذمہ داری ہمیں سونپی ہے اس سے آشنائی حاصل کرے۔
۳. مبلغ پوری کوشش کرے کہ مخاطب کو کمال کی آخری منزل تک فائز کرے۔
۴. وہی تبلیغ کار ساز و موثر ہوتی ہے جس میں مبلغ خود بھی ہمارے مقصد پر اعتماد رکھتا ہو۔

**تفصیل**

مبلغ اسی وقت اپنے مخاطبین کے ساتھ صحیح رابطہ برقرار رکھ سکتا ہے جس وقت وہ تبلیغ کے ارکان کی صحیح طریقہ سے شناخت رکھتا ہو۔ مبلغ اپنے پیغام کو احسن طریقہ سے پہنچاتے اور اس میں تاثیر کے لیے ضروری خصوصیات کا حامل ہونا چاہیے۔ اگرچہ ان خصوصیات کے حصول کے لیے اس زحمت و مشقت کیونہ اٹھانا پڑے تبلیغ کے ارکان درج ذیل ہیں:

- ۱۔ مبلغ ۲۔ مخاطب ۳۔ تبلیغ کا مقصد ۴۔ تبلیغ کے پیغام کا محتوی ۵۔ تبلیغ کی روش۔

ہم بطور خلاصہ ان ارکان کی خصوصیات کو بیان کرتے ہیں اور مبلغ کو یہ یاد آوری بھی کراتے ہیں کہ وہ بھی ان ارکان میں اپنی تحقیق و جستجو کو جاری رکھے۔

**پیغام رسانی میں مقصد پر توجہ**

اسلام میں تبلیغ کا کلی مقصد انسانوں کو کمال تک پہنچانا ہے۔ عبارت کی ابتداء میں جو لفظ "آخری کمال" استعمال ہوا ہے اس تعبیر سے یہ بات بخوبی سمجھی جاسکتی ہے کہ کچھ کمالات غیر نہائی بھی موجود ہیں یعنی ایسے کمالات ہیں جو آخری کمال تک پہنچنے کا وسیلہ بنتے ہیں چنانچہ انسان کا تکامل ایک ایسے مسافر کی مانند ہے جو ایک مکان سے دوسرے مکان کی طرف حرکت کرتا ہے اور مسافر کو چاہیے کہ وہ اپنے مقصد کو ہمیشہ مد نظر رکھے۔ چنانچہ مبلغ کو چاہیے کہ اپنے پیغام کو اس طرح منظم اور بیان کرے کہ پیغام لینے والے یہ گمان نہ کریں کہ اتنی ہی حرکت کافی ہے۔ اور یہ باور نہ کریں کہ ان کے اعمال کاملاً صحیح اور کسی اشکال کے بغیر ہیں بلکہ ان کی روح میں امید کی ایک کرن پیدا کرنے کی ضرورت ہے اور ان میں یہ انگیزہ پیدا کرنے کی ضرورت ہے کہ وہ اپنے اعمال پر نظر ثانی کر سکیں۔ اس میں کسی قسم کے شک کی گنجائش نہیں ہے کہ انسان کا کمال اس کی روح سے وابستہ ہے نہ کہ اس کے جسم سے اس لیے کہ حقیقت انسان اس کی روح ہے پس اس کا تکامل بھی اس کے ساتھ وابستہ ہوگا۔ انسان کے جسم کی نشوونما کی قدر قیمت اس حد تک ہے کہ اس کے



ذریعہ اس کی روح کامل ہو سکے کسی بھی طرح سے اس کا کمال نہائی نہیں ہے۔ قرآن مجید کی آیات و روایات سے انسان کا مقصد نہائی جو بیان کیا گیا ہے وہ اعلیٰ مرتبہ ہے جسے "عند اللہ" کے ساتھ تعبیر کیا جاتا ہے یعنی انسان تکامل کی منزل طے کرتے ہوئے اس مقام پر پہنچ جاتا ہے کہ جسے جو رحمت خدا کہا جاتا ہے خداوند عالم نے قرآن مجید میں متقین کی روداد کے بارے میں یوں فرمایا ہے: "إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي جَنَّاتٍ وَنَهَرٍ فِي مَقْعَدٍ صِدْقٍ عِنْدَ مَلِيكٍ مُّقْتَدِرٍ" <sup>(۱)</sup>

یقیناً اہل تقویٰ باغات اور نہروں کے کنارے جاگزیں ہوں گے وہ خداوند عزت و سلطنت کے ہاں ہمیشہ منزل صدق و حقیقت میں ہوں گے۔

اس بناء پر انسان کا کمال نہائی قرب الہی تک پہنچنا ہے اور انسان اس دنیا میں آیا ہے تاکہ اس قرب الہی کے لیے سامان فراہم کر سکے۔ چنانچہ تبلیغ کے دوران پوری کوشش کرنا چاہیے کہ مخاطبین میں یہ آمادگی پیدا کی جائے کہ وہ اس اعلیٰ مقام تک رسائی حاصل کر سکیں۔ مبلغ کو چاہیے کہ تبلیغی پیغام میں ان مقاصد کو مد نظر رکھے جن کی بدولت انسان اس اعلیٰ مرتبہ تک پہنچ سکیں۔ یہ مقاصد بہت زیادہ ہیں لیکن مبلغین کے لیے بطور نمونہ چند مقاصد کو بیان کیا جاتا ہے:

### ۱. سامعین کو خلقت کائنات کے راز سے روشناس کرانا

یہ آشنائی اس لیے ضروری ہے کہ انسان کے وجود میں خود آگاہی اور خدا آگاہی پیدا ہو سکے اس صورت میں انسان اپنی حیثیت کو درک کر سکتا ہے اور اسے معلوم ہو جاتا ہے کہ وہ دوسرے موجودات کی نسبت کتنی قدر و منزلت کا مالک ہے۔ اگر انسان اپنی اقدار سے بہرہ مند ہو سکے تو اپنے آپ کو دوسرے موجودات سے ممتاز کر سکتا ہے اور ہر وقت خداوند عالم کی نیاز مندی کی طرف متوجہ ہو سکتا ہے۔ اگر مبلغ اپنے سامعین کو یہ باور کرا دے کہ وہ ہر وقت نیاز مند ہیں تو وہ کبھی بھی مقام بندگی کو فراموش نہیں کریں گے۔

### ۲. تزکیہ اور الہی صفات کو پیدا کرنا

سامعین کے دلوں میں سچائی اور دوسرے انسانوں کی مشکلات کو رفع کرنا ایک دوسرے کو قرض الحسنہ دینا، ثقافتی کاموں کے لیے املاک کا وقف کرنا، والدین کا احترام، اسلام کے دستور کے مطابق صلہ رحمی، مذہبی پروگراموں میں شرکت، حجاب کی مراعات اور اس قسم کی دوسری صفات کو جاگزیں کرنے سے یہ صفات ہمیشہ کے لیے زندہ و جاوید ہو جاتی ہیں اور اگر تبلیغ میں ان صفات کو بیان نہ کیا جائے تو ممکن ہے کہ وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ یہ طاق نسیان میں رکھ دی جائیں۔

**۳. غم و ایثار کا جذبہ پیدا کرنا**

اسلامی سرگرمیوں کو زندہ جاوید کرنے کے لیے ضروری ہے کہ انسانوں میں راہ خدا میں ایثار کا جذبہ پیدا کیا جائے جس وقت ایک مبلغ معارف و احکام الہی کی حفاظت کے لیے سامعین کے دلوں میں ایثار کا جذبہ پیدا کرتا ہے اس وقت لوگ دین کی حفاظت کے لیے اپنے جان و مال کو پیش کرتے ہیں اور دوسرے کو بھی امر بالمعروف و نہی عن المنکر کے تحت اس کام پر ابھاریں گے ورنہ ہر مستحق یہ کہے گا کہ اگر کوئی شخص گناہ کرتا ہے اس کا میرے ساتھ کسی قسم کا ربط و تعلق نہیں ہے اور یہ وہ چیزیں ہیں جن میں سماج میں بے راہ روی عام ہو جاتی ہے اور خود انسان جس نے امر بالمعروف نہیں کیا ہے وہ بھی اس سیلاب سے محفوظ نہیں رہے گا۔

**۴. عدالت خواہی کی خوب پیدا کرنا**

اگر انسان چاہتا ہے کہ وہ اس منزل پر کہ "جو چیز اپنے لیے چاہتا ہے دوسروں کے لیے بھی چاہے" فائز ہونا چاہتا ہے تو یہ کام عدالت خواہی کی عادت اپنائے بغیر ممکن نہیں ہے۔ تبلیغ کے بہت سارے مقاصد صرف اس لیے ناکام ہو جاتے ہیں کہ انسان میں اس عادت کی نشوونما نہیں ہوتی۔ کیوں کہ جو شخص عدالت خواہ ہو وہ ظلم نہیں کرتا دوسروں کو دھوکہ نہیں دیتا اور واقعی و حقیقی مسائل پر نظر رکھتا ہے۔ اگر مبلغ چاہتا ہے کہ میانہ رو انسان کی پرورش کرے تو اس کے دل میں عدالت خواہی کی صفت کو اجاگر کرنا ہوگا۔

**۵. سماجی سازگاری اور وحدت**

انسانوں میں اگر وحدت پیدا ہو جائے تو شیطانی افکار کو نفوذ کا موقع نہیں ملتا۔ لوگوں کو یہ بتانا ضروری ہے کہ تفرقہ سے دوری اختیار کرنا ان کی ذمہ داری ہے ہر انسان کی مختلف ذمہ داریاں ہیں بطور خلاصہ جنہیں تین موارد میں بیان کیا جاتا ہے:

الف: الہی ذمہ داریاں، ان میں وہ تمام شرعی ذمہ داریاں شامل ہیں جو انسان کے کاندھوں پر ہیں۔

ب: ذاتی ذمہ داریاں کہ جن کی مراعات کرنا اس کی شخصی ذمہ داری ہے۔

ج: اجتماعی و سماجی ذمہ داریاں یہ ایسی ذمہ داریاں ہیں جو معاشرے اور سماج کی نسبت انسان پر عائد ہوتی ہیں۔

اگر مخاطب ان تین ذمہ داریوں کی نسبت کم اطلاع رکھتا ہو یا اصلاً مطلع نہ ہو تو سماجی رابطوں میں جھوٹ، حیلہ، فحاشی، تہمت، غیبت، دوسروں کی شخصیت کو مجروح کرنا اور دوسری ناپسندیدہ صفات کا مرتکب ہو جائے گا اور آئے دن دوسروں کو اپنے سے دور کرے گا۔

**۶. تفکر اور کشف حقائق کا انگیزہ پیدا کرنا**

تعلیم کی سب سے بہترین روش یہ ہے کہ مخاطب میں غور و فکر کا جذبہ ابھارا جائے تاکہ اس میں حقائق کو کشف کرنے کا انگیزہ پیدا ہو اور ساتھ ہی اس میں اتنی صلاحیت ہو کہ وہ غلط پروپیگنڈے کی زد میں نہ آئے۔ انسان ایک ایسا موجود ہے کہ اگر اپنی فکر سے کسی



مطلب کو درک کر لے تو اس کی حفاظت کے لیے ہر ممکن اقدام کرنے پر راضی ہو جاتا ہے لیکن اگر اسے پراپیگنڈے کے ذریعہ اخبار پہنچائی جائیں تو وہ حیرت کی وادی میں سرگرداں رہتا ہے، اس قسم کے افراد اپنی ہی خیال دنیا میں گم رہتے ہیں قرآن مجید ارشاد فرماتا ہے:

"ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا رَجُلًا فِيهِ شُرَكَاءُ مُتَشَاكِسُونَ وَرَجُلًا سَلَمًا لِرَجُلٍ هَلْ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا" (۱)

خدا پرست شخص اور غیر خدا پرست شخص کے مابین یہ فرق ہے کہ خدا پرست شخص صرف ایک ذات کو جواب دہ ہے اور غیر خدا پرست شخص ہزار افراد کے سامنے جواب دہ ہے کیا یہ دونوں برابر ہیں؟

ضروری نہیں ہے کہ انسان صرف بیرونی عوامل کے سامنے جواب دہ ہو بلکہ کبھی تو انسان اپنے خیالات کے سامنے بھی جواب دہ ہوتا ہے۔ یہ خیالات کہاں سے آتے ہیں؟ ان کے جاری ہونے کا سرچشمہ انسان کے حواس ہیں اور ان کا اہم ترین دریچہ انسان کی سنی اور دیکھی ہوئی باتیں ہیں۔ اسی وجہ سے انسان کو چاہیے کہ وہ ہر چیز کو نہ دیکھے اور نہ ہی ہر بات کو سنے اور نہ ہی ہر مطلب کو پڑھے۔

ہر انسان کو چاہیے کہ وہ اپنی حفاظت کرے اور اپنے حواس پر دشمن کو چھانے کی اجازت نہ دے اگر مبلغ چاہتا ہے اس قسم کے افراد کی تربیت کی جائے تو مخاطب میں تفکر اور حقائق کو کشف کرنے کا انگیزہ پیدا کرے تاکہ جو کچھ دیکھتا ہے اور سنتا ہے وہ آسانی سے اس کے دل و دماغ میں راسخ نہ ہو سکے۔

#### ۴. ولایت و امامت کے عقیدہ کو پختہ کرنا

ولایت، اسلام کے مسلکی، اجتماعی، سیاسی و معنوی اصولوں میں سے اہم ترین اصول ہے۔ قرآن مجید میں اہم ترین اور حساس ترین اصل عمل دین کے طور پر مختلف انداز میں اس کا تذکرہ ملتا ہے اور دوسری اسباحث کی نسبت اس پر زیادہ بحث ہوتی ہے۔ یہ صرف زبانی نہیں ہے بلکہ وہ افراد جو اس الہی کتاب کی گہرائی سے واقف ہیں انہوں نے سالہا سال کوشش و مطالعہ کے بعد یہ نتیجہ اخذ کیا ہے کہ قرآن مجید میں ولایت کے بارے میں تفصیلی گفتگو موجود ہے۔ اس مسئلہ کو ثابت کرنا انتہائی آسان ہے، ولایت پر سینکڑوں آیات الہی کی دلالت کے علاوہ گذشتہ انبیاء کرام کا مستکبرین کے خلاف جہاد اور ان کی تحریکیں اس طرح رسول خدا ﷺ کا انقلاب اور آنحضرت کے زمانے کے حوادث، خداوند عالم نے دقیق انداز میں بیان کیے ہیں یہ آیات واضح طور پر ولایت اور انسانی معاشروں کی رہبری پر دلالت کرتی ہیں۔



قرآن مجید میں دوسری ابحاث بہت زیادہ بیان ہوئی ہیں جیسے قیامت کی بحث مختلف امتوں کے انجام کی بحث بہت طولانی ابحاث میں انہیں آیات کے ذیل میں ولایت کی بحث بھی جلوہ نمائی کرتی ہوتی نظر آتی ہے کیوں کہ حق و باطل کے دو محاذوں پر دوستی، دشمنی، محاذ آرائی، صف آرائی، خراب کاری، رہبری کا انتخاب وغیرہ ایسے امور ہیں جو اس دنیا کے ساتھ تعلق رکھتے ہیں لیکن انسان کی اس جہان میں انجام کے ساتھ تعلق رکھتے ہیں بہر حال ولایت کا مسئلہ ایسا نہیں ہے کہ انسان آسانی سے اس سے صرف نظر کر لے۔ ہر فرد اور معاشرہ کا انجام ولایت کے ساتھ مربوط ہے اور خداوند متعال اس ولایت کے طفیل معاشروں کی حالت تبدیل کرتا ہے۔

شیخ مفیدؒ کتاب "اوایل المقالات" میں امام کی اس طرح تعریف کرتے ہیں "ائمہ طاہرین، دین کے احکام کی تبلیغ، الہی حدود کے اجراء، دین کی پاسداری اور انسانی استعداد کی تربیت کرنے میں رسول خدا ﷺ کے جانشین ہیں۔"

اس تعریف میں ہدایت و معنوی رہبری اور انسانی استعداد کی تربیت کو اسلامی امت کی قیادت کے ساتھ بیان کیا گیا ہے، یہ امامت کی جامع ترین تعریف ہے جسے قرآن و سنت سے اخذ کیا گیا ہے۔

قرآن مجید ان انبیاء جو رہبری و امامت کے منصب پر فائز تھے کے تعارف میں فرماتا ہے:

"وَجَعَلْنَاَهُمْ أٰئِمَّةً يَّهْدُوْنَ بِاَمْرِنا" (۱)

ہم نے انہیں ائمہ قرار دیا ہے اور یہ ہمارے امر کے ساتھ ہدایت کرتے ہیں۔

اسی آیت میں "ہدایت" جس کا وسیع معنوی پہلو ہے اس کو امامت کے تعارف کے طور پر پیش کیا گیا ہے۔ حدیث نبوی میں امام کی ذمہ داری کو یوں بیان کیا گیا ہے۔

"الامام راعٍ و مسؤول عن عینته"

امام اپنی امت کا پیشوا اور ان کا ذمہ دار ہے۔

خلاصہ کلام یہ کہ ولایت کی شناخت اور اس پر ایمان سبب بنتا ہے کہ انسان موجودہ دور میں زندگی کرے ورنہ اگر انسان اپنے امام کو پہچانتا ہو تو زمانے کی مناسبت سے فرمان الہی کے تحت زندگی بسر نہیں کر سکتا چنانچہ رسول خدا ﷺ ارشاد فرماتے ہیں: من مات ولا یعرف امامہ مات میتةً جاہلیةً۔ جو شخص اپنے امام کی معرفت کے بغیر مر گیا وہ جہالت کی موت مرا ہے۔

استکبار کے خلاف نفرت پیدا کرنا



ایسی ملت جو آزادانہ فکر کی حامل ہوتی ہے اور صرف خدا سے ڈرتی ہے وہ استکبار کے ظلم و ستم کا نشانہ بنتی تبلیغ کو چاہیے کہ جہاں سامعین کو اعتقادات، ولایت اور خدا خواہی کو درس دیتا ہے وہیں پر ان کے اذہان میں انبیاء و آئمہ طاہرین علیہم السلام کی پیروی کرتے ہوئے استکبار کے خلاف نفرت کو بھی فروغ دے اگر ایسا کرے گا تو گویا اس نے حق تبلیغ ادا کیا ہے اور امت میں فساد و ظلم نہیں ہوگا۔ طول تاریخ میں استکبار نے مختلف اقوام پر اپنی حاکمیت کو قائم کرنے کے لیے ہمیشہ ظلم کیا ہے جس کے نتیجہ میں فساد کی ترویج ہوئی ہے اور آخری صدیوں میں یہ کام زیادہ کیا گیا ہے۔

استکبار اپنے مد نظر انسانی معاشرے میں فساد کو ترویج دینے کی خاطر مختلف ہتھکنڈے استعمال کرتا ہے یہ تبلیغ کا کام ہے کہ وہ سامعین کو اس سے آشنا کرے۔

### خلاصہ

۱. مکتب اسلام میں تبلیغ کا کلی اور آخری مقصد انسانی کمال تک رسائی ہے۔
۲. کمال تک پہنچنے کے لیے اس جہان میں آمادگی کا ذریعہ عبودیت ہے چنانچہ تبلیغ اس انداز کی ہونا چاہیے تاکہ اس آمادگی کو کسب کیا جاسکے۔

۳. تبلیغی پیغام میں کمال تک پہنچنے کا زمینہ فراہم کرنا چاہیے ان میں سے بعض درج ذیل ہیں:

• سامعین کو خلقت کے راستے سے آشنا کرنا اور خلقت و زندگی کے فلسفہ کو بیان کرنا۔

• انسان میں صفات الہی کی پرورش اور تزکیہ نفس

• انسان میں عفو و ایثار کا جذبہ پیدا کرنا

• سامعین میں عدالت خواہی اور ظلم سے نفرت کا انگیزہ پیدا کرنا

• اجتماعی سازگاری اور اتحاد بین المسلمین کو پیدا کرنا

• تفکر اور حقائق کو کشف کرنے کا جذبہ پیدا کرنا

• ولایت و امامت کے عقیدہ کو مستحکم کرنا

• استکبار کے خلاف دشمنی اور ظلم و فساد کے خلاف نفرت پیدا کرنا



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

چوتھا سبق  
تبلیغی پیغام اور اس کا متن

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

**تمہید**

اس سبق میں تبلیغی پیغام کے متن سے آگاہی دیں گے اور امید کی جاتی ہے سبق کے بعد درج ذیل مسائل سے آگاہی حاصل ہوگی۔

۱. مناسب تبلیغی پیغام کی حدود
۲. متن کے لحاظ سے مناسب اور غیر مناسب پیغام میں فرق کو پیدا کرنے کی صلاحیت

**تفصیل**

اگر چاہتے ہیں کہ تبلیغی پیغام پر سامعین کی توجہ رہے تو حتماً درج ذیل خصوصیات کو مد نظر رکھیں:

**۱. دلنشین ہو**

انسان کیوں کہ ذاتاً زیبائی اور خوبصورتی کا دلدادہ ہے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ وہ پوری کوشش کرے کہ اس کی تبلیغ دلنشین اور زیبا ہو تاکہ اس کے کلام میں تاثیر ہو۔

**۲. قابل درک ہو**

سادہ اور صحیح گفتگو سے کلام کی خوبصورتی میں اضافہ ہوتا ہے اور ایسی تبلیغ جس سے صرف مخصوص افراد ہی استفادہ کریں وہ مفید نہیں ہوگا۔

ماہر نفسیات کہتے ہیں کہ انسان اگر کسی چیز کو درک نہ کر سکے تو اس سے بیزاری کا احساس پیدا ہوتا ہے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ وہ پوری کوشش کرے کہ مطالب کو سامعین کے ذہن و فہم کے مطابق بیان کرے۔ رسول خدا ﷺ نے ارشاد فرمایا:

انا معاشر الانبياء أمرنا ان نكلم الناس بقدر عقولهم<sup>(۱)</sup>

ہم انبیاء کی ذمہ داری ہے کہ لوگوں کے عقول کے مطابق گفتگو کریں۔

تبلیغ کے پیغام میں جھوٹی امید نہیں ہونا چاہیے۔ مبلغ کو چاہیے کہ وہ اپنے پیغام میں جھوٹی امید بیان نہ کرے اور لوگوں کو اس طرح مسائل سے آگاہ کرے کہ وہ فداکاری اور ایثار کے لیے آمادہ ہو جائیں اس کے برعکس واقعی امید کو قوی کرنا چاہیے تاکہ لوگوں کے دلوں میں امید کی کرن باقی رہے۔

**۳. مسائل کی آگاہی میں حاصل ہونے والی پشیمانی کو مناسب سطح پر رکھے**

یہ کام اس لیے ہے کہ جسے تبلیغ کی جارہی ہے وہ اپنے لیے بہتر چارہ کار پیدا کر سکے۔ کبھی مبلغ ایسی حدیث کو بیان کرتا ہے کہ اگر اس کے مفہوم کی تشریح نہ کی جائے تو مخاطب یہ خیال کرتا ہے کہ اس حدیث کے مفاد پر عمل کرنے سے ہی بہشت حاصل ہو جائے گی لہذا ضروری ہے کہ تبلیغ کے پیغام کو واضح و روشن انداز میں بیان کیا جائے۔

**۴. پیغام تبلیغ مستند ہو**

جس وقت مبلغ اپنے پیغام کو سند کے ساتھ بیان کرتا ہے اس سے مخاطب کو زیادہ اطمینان حاصل ہوتا ہے خصوصاً ایسے افراد کے سامنے جو خطیب کو نہ پہچانتے ہوں یا اس پر اعتماد نہ کرتے ہوں۔ سند کو دیکھنے یا سننے کے بعد مطالب میں جذباتیت کے علاوہ توجہ بھی زیادہ ہوتی ہے اور خطیب کی نسبت اعتماد میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔

**۵. دوسروں کی توجہ جلب کرنا**

تبلیغ کا مخاطب جس وقت با اہمیت مطالب و موضوعات کو سنتا ہے تو اس میں بہت زیادہ دقت اور تحقیق کرتا ہے چنانچہ جس وقت مبلغ یہ چاہے کہ اہم مطالب کو بیان کرے تو ان کی اہمیت کو بھی بیان کرے اس نکتہ کی مزید وضاحت آگے آئے گی۔

**۶. بشارت و انداز کو مد نظر رکھے**

قرآن مجید نے اپنے پیغامات میں ڈرانے اور امید دلانے کو مختلف انداز میں بیان کیا ہے۔

**۷. ضرورت کے مطابق ہو**

"ضرورت" توجہ کو حاصل کرنے کا بہترین ذریعہ ہے اگر مخاطب حاضرین کی ضرورت کو درک کرے اور اس کے مطابق مطالب کو بیان کرے تو اس کا سب سے پہلا جو اثر ہوگا وہ یہ ہوگا کہ سامعین اس کی بات کو توجہ کے ساتھ سنیں گے۔ اگر مخاطب کی ضرورت کو درک نہ کیا جائے تو وہ مبلغ کے پیغام کو صحیح طریقہ سے درک نہیں کر سکتے۔ اس وجہ سے اس نکتہ کی طرف توجہ کی ضرورت ہے کہ افراد خداوند عالم کی طرف حرکت تکامل میں مختلف ادوار میں خاص پیغام کے محتاج ہیں چنانچہ ہر دور میں اس تبلیغی ضرورت کو تشخیص دینے کی ضرورت ہے تاکہ پیغام کو اس کی کسوٹی پر پرکھا جاسکے۔

**۸. الہی اقدار کا حامل ہو**

اسلامی تبلیغات کا کلی مقصد خدا شناسی اور انسان کو خداوند عالم کی طرف تکامل دینا ہے چنانچہ ضروری ہے کہ تبلیغی پیغام، الہی اقدار کا حامل ہو تاکہ مخاطبین کے لیے تبلیغ کے مقاصد روشن ہوں اور اس کی تائید ہو۔ اگر مبلغ الہی اقدار سامعین کے ذہن میں ڈال سکے تو انہیں بہت سارے مفسد سے دور کر سکے گا کیوں کہ جس مقام پر الہی اقدار ہوں وہاں پر برائیاں جمع نہیں ہو سکتی۔

**۹. واضح ہو**

سامعین پیغام سے غلط مطلب نہ سمجھ لیں اس سے بچنے کے لیے ضروری ہے کہ تبلیغی پیغام دو متضاد مطالب پر مشتمل نہ ہو اور اسی طرح پنهان یا مشکل سے سمجھ میں آنے والا نہ ہو۔ پیغام جتنا واضح ہوگا اتنا ہی سامعین اس کو آسانی کے ساتھ درک کر سکیں گے۔ رسول خدا ﷺ نے ان مقام کو چھوڑ کر کہ جہاں ضرورت تھی کہ دشمن کو خاص فکر دی جائے اپنے تمام تبلیغی پیغامات کو واضح اور صراحت کے ساتھ بیان کی ہے۔

**۱۰. انبیاء اور ائمہ طاہرین علیہم السلام کی سیرت کا حامل ہو**

مبلغ کو چاہیے کہ اپنے تبلیغی پیغام میں ائمہ طاہرین علیہم السلام سے منقول روایات کو بیان کرنے سے غفلت نہ کرے۔

**۱۱. سامعین کے جذبات کے ساتھ سازگار ہو**

سامعین، عمر اور ظرفیت کے لحاظ سے متفاوت ہوتے ہیں چنانچہ پیغام کو اخذ کرنے میں بھی فرق رکھتے ہیں اگر تبلیغی پیغام ان کے جذبات کو آرام نہ دے سکے تو سامعین متفاوت انداز میں پیغام کو اخذ کریں گے اور بعض اوقات غیر اصولی مطلب اخذ کریں گے اسی وجہ سے امام صادق علیہ السلام نے ارشاد فرمایا:

"الناس معادن كمعادن الذهب و الفضة فمن كان له في الجاهلية اصلٌ فله من الاسلام اصلٌ" (۱)

لوگ سونے اور چاندی کی کانوں کی طرح ہیں لہذا جو شخص زمانہ جاہلیت میں اخلاقی فضائل کا ریشہ رکھتا ہے وہ اسلام میں بھی رکھے گا۔

اسی طرح امیر المومنین علی علیہ السلام نے رسول خدا ﷺ سے نقل کیا ہے:



"انا معاشر الناس أمرنا ان نكلم الناس على عقولهم قال فقال النبي امرني ربي بمداواة الناس كما امرنا بأقامة الفرائض۔"<sup>(۱)</sup>

ہم انبیاء کی ذمہ داری ہے کہ لوگوں کے عقول کے مطابق ان سے گفتگو کریں۔ اس کے بعد ارشاد فرمایا: خداوند عالم نے ہمیں لوگوں کے ساتھ حسن سلوک کا حکم دیا ہے جب واجبات کے انجام دینے کا حکم دیا ہے۔

یعنی لوگوں کے جذبات کے سامنے دیوار نہ بن جائیں مثلاً اگر جوانوں کے مابین آنکھ کے تقویٰ کے بارے میں گفتگو کی جائے تو ان کو بتایا جائے کہ وہ اہل بیت علیہم السلام کے ساتھ محبت کرتے ہیں نہ یہ کہ براہ راست یہ کہا جائے کہ کسی طرف دیکھنا حرام ہے اگر جوان کا ائمہ طاہرین علیہم السلام کے ساتھ عشق و محبت کے جذبہ کو برا بیخندہ کیا جائے تو خود بخود گناہوں سے چشم پوشی کرے گا۔

### ۱۲. تبلیغ قرآنی ہو

انسان جب تک وحی اور کلام الہی سے تمسک نہ کرے اس وقت تک دوسروں کو ہدایت کرنے میں کامیاب نہیں ہو سکتا۔ کیوں کہ انسان کا کلام خطا سے خالی نہیں ہے مگر یہ کہ وہ الہی کلام سے اقتباس ہو۔ اگر مبلغ جو کچھ چاہتا ہے اس میں وحی الہی سے تمسک کرے تو صراط مستقیم پر گامزن رہے گا۔ اس کے علاوہ انحرافی راستے کے خطرے سے ہمیشہ دوچار رہے گا۔ حضرت علی علیہ السلام قرآن مجید کے تعارف میں یوں فرماتے ہیں:

بہبودی اور ہر درد کا علاج اس میں ہے یاد رکھو جس شخص نے بھی قرآن یاد کر لیا اسے اس کے بعد کسی دوسری چیز کی حاجت نہ رہے گی (تاکہ اپنی دنیا و آخرت کے لیے کسی سے کوئی چیز یاد کرے) اور کوئی بھی شخص قرآن مجید سے بے نیاز نہیں ہے (تاکہ اصلاح و فساد کے راستے کو کتابوں کے ذریعہ حاصل کر لے اور اسے قرآن کی حاجت نہ ہو)

### ۱۳. لوگوں کے فہم کے مطابق ہو

اس بات کی طرف توجہ کرتے ہوئے کہ انسان مختلف خاندانوں اور مختلف مقامات پر زندگی بسر کرتے ہیں لہذا پیغام اس انداز کا ہونا چاہیے کہ تمام انسان اس کو درک کر سکیں۔ رسول خدا ﷺ ارشاد فرماتے ہیں:

"انا معاشر الانبياء امرنا ان نكلم الناس على قدر عقولهم"<sup>(۲)</sup>

ہم انبیاء کے گروہ مامور ہیں کہ انسانوں کے عقول کے مطابق گفتگو کریں۔

۱۔ بحار الانوار، ج ۲، ص ۶۹۔

۲۔ اصول کافی، ج ۱، ص ۲۷۔



البتہ کبھی کبھی فہم کے متفاوت ہونے سے ایمان میں بھی تفاوت آجاتا ہے یعنی افراد کے ایمان کے درجے میں فرق آجاتا ہے رسول خدا ﷺ اپنے اصحاب کے ساتھ گفتگو ان کے ایمان کے مطابق فرمایا کرتے تھے کیوں کہ ان کا ایمان متفاوت تھا احادیث میں ملتا ہے کہ سلمان فارسی ایمان کے تمام دس درجات پر فائز تھے ابوذر کے نو درجے اور مقداد کے آٹھ درجے تھے<sup>(۱)</sup>۔ اس وجہ سے کہا گیا کہ اگر ابوذر جان لیتا کہ سلمان فارسی کیا جانتے ہے تو اسے کافر کہتے کیوں کہ ان مطالب کو درک کرنے کی صلاحیت نہیں رکھتے تھے<sup>(۲)</sup>۔ ایمان کے علاوہ افراد کے نفسانی حالات بھی فرق کرتے ہیں مبلغ کو چاہیے کہ تبلیغ کرتے وقت ان تمام امور کو مد نظر رکھے۔

### خلاصہ

۱. اگر تبلیغی پیغام کو چاہتے کہ سامعین کے لیے توجہ کا باعث بنے تو اس خصوصیات کا ہونا ضروری ہے ان خصوصیات کو دو حصوں ظاہری اور متن میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔
۲. تبلیغی پیغام کی بعض خصوصیات درج ذیل ہیں:

**الف:** دلنشین ہو

**ب:** قابل درک ہو

۳. مستند ہونا چاہیے

۴. دوسروں کی توجہ کو اپنی طرف جلب کرے

۵. خوشخبری اور انداز کے ساتھ ہونا چاہیے

۶. سامعین کی ضرورت کے مطابق ہو

۷. الہی اقدار کا حامل ہو

۸. واضح و آشکار ہونا چاہیے اور اس میں دو متضاد پہلو نہیں ہونا چاہیے۔

۹. سیرت انبیاء و ائمہ طاہرین پر مشتمل ہو

۱۰. سامعین کی ذہنیت و ظرفیت کو دیکھتے ہوئے ان کے احساسات و جذبات کے ساتھ ہم آہنگ ہونا چاہیے

۱۱. قرآنی نکات پر مشتمل ہو

۱۲. لوگوں اور مخاطب کے فہم کے مطابق ہونا چاہیے

۱۔ بحار الانوار، ج ۲۲، ص ۳۴۱۔

۲۔ منتہی الآمال شرح حال اصحاب رسول خدا ﷺ، ص ۱۱۴۔

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

پانچواں سبق  
کامیاب مبلغ

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

### تمہید

اس درس میں درج ذیل مطالب بیان کیے جائیں گے۔

۱. مبلغ کی خصوصیات اور اوصاف
۲. کامیاب مبلغ خصوصاً انبیاء کے بعض مصادیق و نمونے
۳. کامیاب مبلغ کی خصوصیات
۴. وہ صفات و خصوصیات جو ایک مبلغ میں ہونا چاہیں
۵. ان صفات کے لیے واضح و روشن نمونہ جات
۶. کامیاب مبلغ کے معیار سے استفادہ کرنے کی صلاحیت کا ہونا
۷. سامعین کی نظری و عملی لحاظ سے شناخت

### تفصیل

۱. جو کچھ کہتا ہے اس پر دلی طور پر ایمان رکھتا ہے

مبلغ کو چاہیے کہ جس چیز کی تبلیغ کر رہا ہے اس پر اعتقاد بھی رکھتا ہو اس لیے کہ بقول علامہ اقبال

بات دل سے جو نکلتی ہے اثر رکھتی ہے

پر نہیں، طاقت پرواز مگر رکھتی ہے

انسان جو کچھ کہتا ہے یا لکھتا ہے اس کی تاثیر میں اس کے اپنے ایمان کا بھی کردار ہوتا ہے۔ صدر اسلام کے مسلمانوں کا قلبی ایمان ان کی کامیابیوں اور دلوں میں تاثیر دکھانے کے لیے انتہائی اہم سبب تھا۔ چنانچہ قرآن مجید میں آیا ہے:

"كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ" <sup>(۱)</sup>

آپ بہترین امت ہیں جو لوگوں کے لیے نمودار کیے گئے ہیں تاکہ لوگوں کو امر بالمعروف و نہی عن المنکر کر سکیں اور خدا پر ایمان رکھتے ہو۔

## ۲. خدا پر توکل رکھتا ہو

قرآن مجید میں ارشاد فرماتا ہے کہ " إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ " (۱) خداوند عالم توکل کرنے والوں کو دوست رکھتا ہے۔

مبلغ کو اس بات پر اعتقاد رکھنا چاہیے کہ وہ پیغام وحی کو لوگوں تک پہنچانے کا وسیلہ بن رہا ہے۔ اگر تبلیغ کے دوران دشواریاں آتی ہیں یا مبلغ اور مخاطب کے مابین صحیح رابطہ کی ضرورت ہے تو اس صورت میں خدا پر توکل رکھتے ہوئے لوگوں کی بجائے رضائے الہی کو مقدم سمجھے۔ مبلغ اس بات کو دیکھنے کے لیے کہ کیا اس نے رضائے الہی کو حاصل کر لیا ہے تو اس کو چاہیے کہ اپنی ذمہ داری کے ادا کرنے میں دقت کرے اور اگر ایسا کرتا ہے تو اسے یقین کرنا چاہیے کہ خداوند کریم کی رضا بھی اس کے شامل حال ہے۔

## ۳. ہدایت یافتہ ہو

مبلغ میں لوگوں کو ہدایت کرنے کی مکمل توانائی اور شائستگی ہونا چاہیے اس رشد کو حاصل کرنے کے لیے ایمان، مسائل کے شناخت کے لیے فکری توانائی اور تبلیغ کے موضوع کی نسبت آگاہی وغیرہ ضروری ہیں۔

## ۴. پسندیدہ اخلاق کا مالک ہونا

تبلیغ کی تاثیر میں پسندیدہ اخلاق ہونا انتہائی اہمیت کا حامل ہے۔ تاریخ میں ملتا ہے کہ رسول خدا ﷺ کے اپنے اخلاق حسنہ کی وجہ سے بہت سارے مشرکین کو حلقہ بگوش اسلام کیا ہے۔ بطور نمونہ رسول خدا ﷺ کو اطلاع ملتی ہے کہ وہ شخص مریض ہو گیا جو آپ کے سر مبارک پر ہر روز کوڑا ڈالتا تھا تو آپ اس کی عیادت کو تشریف لے گئے۔ رسول خدا ﷺ کے اس عمل نے اس پر ایسا اثر کیا کہ فوراً مسلمان ہو گیا اور اپنے گزشتہ اعمال کی نسبت بھی نادام ہوا۔

## ۵. باہوش ہونا چاہیے

مبلغ کو چاہیے کہ وہ باہوش ہو اور سماجی مسائل کو فوراً درک کرتا ہو جس وقت بھی تبلیغ کی فرصت دیکھے فوراً اس سے استفادہ کرے چنانچہ حضرت ابراہیم علیہ السلام نے بتوں کو توڑنے کے بعد کلہاڑا بڑے بت کے کندھے پر لٹکا دیا اور اس فرصت سے استفادہ کیا کہ بت کسی کو ضرر یا فائدہ نہیں پہنچا سکتے، امام سجاد علیہ السلام غیر مستقیم تبلیغ اور فرصت سے استفادہ کرتے تھے مثلاً جس وقت بھی پانی پر نگاہ پڑتی فوراً امام حسین علیہ السلام پر سلام بھیجتے اور یوں واقعہ کربلا کو لوگوں کے ذہن میں بٹھاتے۔

۶. صابر و شکیبا ہونا

مبلغ کو چاہیے کہ وہ اپنی شادابی اور نیک اخلاق کی پاسداری کرے اور اس کام کے لیے درج ذیل نکات کو ملحوظ خاطر رکھے

**الف:** اگر کوئی حادثہ رونما ہو جائے تو پریشان نہ ہو اور اپنی زبان و اعضاء سے بے ربط حرکات کو سرزد نہ کرے کسی خاص شخص کی مصلحت کو عمومی مصلحت پر قربان کرے امیر المؤمنین علی علیہ السلام خطبہ شتقیہ کے ذیل میں ارشاد فرماتے ہیں: فصبرت و فی العین قذی و فی الحق شجاً<sup>(۱)</sup>

میں نے اس حال میں صبر کیا ہے کہ میری آنکھ میں خار تھا اور حلق میں اچھو تھا (ہڈی تھی)

**ب:** مبلغ کو معلوم ہونا چاہیے کہ انسان کسی موضوع کے متعلق جو اولین تقریر سنتا ہے اس کو ایک حقیقت اور اصل مسلم کے طور پر قبول کر لیتا ہے لہذا آسانی کے ساتھ اس نظریے سے دستبردار نہیں ہوتا۔ چنانچہ سامعین کو نئے نظریہ کو قبول کروانے کے سلسلہ میں زیادہ دقت کی ضرورت ہے اور اس کام کے لیے باحوصلہ ہونا ضروری ہے۔ قرآن مجید ارشاد فرماتا ہے:

"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ"<sup>(۲)</sup>

مبلغ کو اس بات کی توقع نہیں رکھنا چاہیے کہ جو حقائق اس نے بیان کیے ہیں سامعین فوراً ان کو قبول کر لیں گے اس لیے بہت سارے ایسے نصاب ہیں جو ابتداء میں انسان پر اثر نہیں چھوڑتے لیکن وقت کے گزرنے کے ساتھ ساتھ ان پر اپنی تاثیر چھوڑتے ہیں۔

"وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ"<sup>(۳)</sup>

امت کو تہذیب کر دیں اس لیے کہ تذکرہ مؤمنین کے لیے سود مند ہے۔

**ج:** قرآن مجید نے حضرت یونس علیہ السلام کا مچھلی کے پیٹ میں جانا اور سختیوں میں پڑنے کو بیان کیا ہے اور کہا ہے کہ یہ آنحضرت کی قوم کے مقابلے میں بے صبری اور ناپائیداری کا نتیجہ تھا۔

"فَأَصْبِرْ لِحُكْمِ رَبِّكَ وَلَا تَكُنْ كَصَاحِبِ الْحُوتِ إِذْ نَادَى وَهُوَ مَكْظُومٌ"<sup>(۴)</sup>

۱۔ نصح البلاغ، خطبہ ۳۔

۲۔ بقرہ، ۱۵۳۔

۳۔ ذاریات، ۵۵۔

۴۔ قلم، ۴۸۔

اے رسول! خدا کے حکم کے سامنے صبر سے کام لیں اور یونس کی مانند جس نے غصہ میں قوم پر عذاب کے سلسلہ میں تعجیل کی نہ ہوں اور اس نے غم و اندوہ کے عالم میں خداوند عالم کو پکارا۔<sup>(۱)</sup>

اس بناء پر مبلغ کو چاہیے کہ اگر سامعین تبلیغی پیغام کو قبول نہیں کر رہے ہیں تو مایوس نہیں ہونا چاہیے۔

**د:** باایمان مبلغ زبان کے زخم اور منکروں کے طعنوں سے غمگین نہیں ہوتا بلکہ اس پر صبر کرتا ہے اور جانتا ہے کہ عزت خداوند عالم کے لیے ہے۔ اور وہ سننے والا اور دانا ہے چنانچہ قرآن مجید میں ارشاد فرماتا ہے: " وَلَا يَحْزُنُكَ قَوْلُهُمْ إِنَّ الْعِزَّةَ لِلَّهِ جَمِيعًا هُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ " <sup>(۲)</sup>

مبلغ کو چاہیے کہ تبلیغ رسالت میں صابر رہے اس طرح جس طرح انبیاء صابر و شکیباتھے حضرت نوح علیہ السلام کو کہا جاتا ہے کہ " إِنَّا لَنَرَاكَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ " <sup>(۳)</sup> اے نوح ہم آپ کو کھلی ہوئی گمراہی میں دیکھتے ہیں حضرت نوح علیہ السلام ان کے جواب میں ارشاد فرماتے ہیں: " يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَلَكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ " <sup>(۴)</sup> اے قوم! میں اصلاً گمراہی میں نہیں ہوں بلکہ میں تورب العالمین کا بھیجا ہوا نبی ہوں۔

**ه:** قرآن مجید میں حضرت ہود، حضرت یوسف اور دوسرے انبیاء علیہم السلام کی تبلیغ کے سلسلہ میں صبر کی بے شمار آیات موجود ہیں۔ لہذا جس شخص نے انبیاء کے کام کا بیڑا اٹھایا ہے اور انبیاء کی مانند تبلیغ کرنا چاہتا ہے اسے چاہیے کہ ان کی طرح صابر و شکیبابھی ہو اور دشمنوں کی تہمت، پراپیگنڈے اور دشمنی کے مقابلے میں تبلیغ کو ختم نہ کر دے۔

فَاَصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ <sup>(۵)</sup>

جس طرح اولو العزم انبیاء نے صبر کیا ہے اس طرح آپ بھی صبر کریں۔

انبیاء کرام اور ائمہ طاہرین علیہم السلام کو چھوڑ بزرگان دین کی زندگیوں کا مشاہدہ کریں تو معلوم ہوگا کہ اسلام کی خدمت کرنے میں انہیں جو توفیق نصیب ہوئی ہے یہ ان کے صبر کی بدولت تھی۔ بطور نمونہ حضرت آیت اللہ العظمیٰ بروجردی کے زمانے میں ان کے ایک نمائندے کو کسی شہر میں تبلیغ کے بھیجا جاتا ہے کچھ عرصہ کے بعد جب دشمنان دین نے دیکھا کہ یہ مبلغ اپنے مشن میں کامیاب ہو

۱- واضح رہے کہ حضرت یونس علیہ السلام معصوم نبی تھے لہذا اس ماجرا کو ترک اولی کہیں گے کیوں کہ انہوں نے خوب کاموں سے خوب ترک ترک کیا تھا۔

۲- یونس، ۶۵۔

۳- اعراف، ۶۰۔

۴- اعراف، ۶۱۔

۵- احقاف، ۳۵۔

رہا ہے تو مختلف تہمتیں لگا کر اس پر عرصہ حیات کو تنگ کر دیا گیا اور اسے مجبور کیا جانے لگا کہ وہ یہ شہر چھوڑ کر کہیں اور چلا جائے چنانچہ اعلان کیا گیا کہ فلاں روز ایک اہم میٹنگ ہے اور اس میں مرجع تقلید کے نمائندہ اپنی آخری گفتگو کرے گا دوست و دشمن یہ خیال کرتے ہوئے کہ یہ ان کا آخری اجلاس ہے اس میں شریک ہوئے وہ منبر پر گئے اور یوں کہا: اے لوگو! اگر میری عدم موجودگی میں یہ کہا جائے کہ میرا سرمایہ داروں کے ساتھ رابطہ ہے تو اس کو باور کر لینا اگر کہیں کہ میں اہل فساد و فحشا ہوں تو اس پر بھی یقین کر لینا اگر یہ کہیں کہ میں نماز نہیں پڑھتا تو اس کو بھی قبول کر لینا لیکن اگر یہ کہا جائے کہ میں اس شہر کو چھوڑ کر کہیں اور جا رہا ہوں تو اس پر ہرگز یقین نہ کرنا اس لیے کہ میں زندگی کے آخری لمحہ تک اسی شہر میں اپنی تبلیغی ذمہ داری کو ادا کرتا رہوں گا<sup>(۱)</sup>۔

مبلغ کو چاہیے کہ وہ اپنے آپ کو رسول خدا ﷺ کی طرح استقامت دکھانے میں مامور سمجھے

"فَادْعُ وَاسْتَقِمَّ كَمَا أُمِرْتَ"<sup>(۲)</sup>

فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ<sup>(۳)</sup>

مبلغین کی استقامت دکھانے کی ایک اور مثال علامہ طوسیؒ کی داستان ہے کہ ایک شخص نے انہیں خط لکھا اور اس میں ان کو توہین کرتے ہوئے یوں خطاب کیا "یا کلب ابن کلب" (اے کتے اور کتے کے بیٹے) خواجہ نصیر الدین طوسی نے خط کو پڑھنے کے بعد اس کی دوسری جانب لکھا اے میرے بھائی: تو نے غلطی کی ہے کیوں کہ کتے کے چار پاؤں ہوتے ہیں جب کہ میرے دو پاؤں ہیں کتے چار پاؤں پر چلتا ہے جب کہ میں دو پاؤں پر سیدھا چلتا ہوں کتے ناخن دراز ہوتے ہیں اور اس پر بال ہوتے ہیں جب کہ میں ایسا نہیں ہوں۔

اسی طرح مرحوم سید ابوالحسن اصفہانی جو اپنے زمانے کے مرجع تقلید تھے لوگ انہیں خطوط میں گالیاں لکھ کر بھیجتے تھے اور آپ وہ خطوط دریا برد کر دیتے تھے۔ جی ہاں بزرگان دین کی یہ صبر و استقامت تھی جس کی وجہ سے اسلام آج تک زندہ ہے چنانچہ اسی طرح دعا کرنی چاہیے

"وَإِخْلَفَ مِنْ أَعْنَابِنِي إِلَى حَسَنِ الذِّكْرِ وَأَشْكُرَ الْحَسَنَةَ وَأَغْضَى عَنِ السِّيَةِ"<sup>(۴)</sup>

۱۔ تبلیغ در قرآن، ص ۱۱۱۔

۲۔ شوریٰ، ۱۵۔

۳۔ احقاف، ۳۵۔

۴۔ صحیفہ سجاد یہ دعائے مکارم الاخلاق۔

خدا یا مجھے توفیق عطا فرما کہ جس شخص نے میری غیبت کی ہے میں ذکر خیر سے اس کا مقابلہ کروں اور اچھائیوں پر شاکر اور برائیوں کو بخشنے والا بنوں۔

#### ۷. موقع شناس ہو

انسان کو بات سمجھانے کے کچھ تقاضے ہوتے ہیں لہذا ضروری نہیں ہے کہ ہر بات کو ہر جگہ پر بیان کیا جائے۔ مثلاً اگر مبلغ کسی پر تنقید کرنا چاہتا ہے تو ایسے مقام پر کرے جس سے لوگوں میں سوء تفہم پیدا نہ ہو اور اسی طرح کسی خاص علاقے کو بھی اپنی تنقید کا ہدف نہ بنائے کیوں کہ اس علاقے کے لوگ حساس ہو جائیں گے۔ گفتگو کے دوران سامعین کی عمر، معلومات، شخصیت اور اپنے موضوع کو ملحوظ خاطر رکھے اگر ضروری ہو کہ کوئی مطلب بیان کیا جائے تو مندرجہ بالا مطالب کی روشنی میں بیان کی جائے۔ اگر کوئی مبلغ بعض مطالب کو بہتر بیان کر سکتا ہے تو اس کو اجازت دی جائے کہ وہ حساس مطالب کو بیان کرے۔

#### ۸. تبلیغ و مبلغ کا رابطہ معلوم ہو

تبلیغات کے ماہرین وہ ہیں جن میں درج ذیل خصوصیات موجود ہوں۔

**الف:** اجرائی امور میں موجودہ مشکلات اور محدودیت سے آشنا ہوں

**ب:** عوام کی درخواست سے آگاہی رکھتے ہوں

**ج:** لوگوں کی مشکلات سے آشنائی اور ان کو دور کرنے کے لیے سعی و کوشش کرنا شاید مشکل ترین مرحلہ یہی ہے اگر تبلیغ کے اصول اور تبلیغی سیاست سے آشنائی نہ ہو تو لوگوں کے تقاضے کو پہچاننا مشکل ہوتا ہے خصوصاً لوگوں کی واقعی ضرورت و احتیاج میں دقت کی ضرورت ہے اگر ایسا نہ کیا جائے تو نہ صرف عوام کی مشکلات ختم نہیں ہوں گی بلکہ مزید مشکلات کھڑی ہو جائیں گی۔

#### ۹. تبلیغی پیغام میں مشورہ کرے

مبلغ کو چاہیے کہ وہ اپنے آپ کو صادق افراد سے مشورہ کرنے سے بے نیاز نہ سمجھے۔ اگر مبلغ تبلیغ کے مقام کی سیاست اور وہاں کے خاص مسائل سے آشنانہ ہو تو وہ حق تبلیغ ادا نہ کر سکے گا۔

#### ۱۰. ہدایت یافتہ ہو

**الف:** ہدایت یافتہ ہونے سے مراد یہ ہے کہ مبلغ عمومی اطلاعات، تربیتی مسائل سے آشنا، ماہر نفسیات، معاشرہ شناس اور زمانے کے تقاضوں کو سمجھتا ہو۔



**ب:** کردار کے لحاظ سے اس کا تبلیغ کرنے میں کوئی مقصد ہونا چاہیے اسی طرح دلسوز، ارادہ محکم، جدید مسائل کو بیان کرنے والا اور تنقید کو برداشت کرنے والا ہونا چاہیے۔

**ج:** اخلاقی لحاظ سے مبلغ صادق، منظم، ظاہری طور پر پاک و صاف اور حفظانِ صحت کے اصولوں کا پابند ہونا چاہیے۔

**د:** سماجی لحاظ سے مبلغ متواضع، غیر جانبدار، با شخصیت اور موقع شناس ہونا چاہیے۔

"قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي"<sup>(۱)</sup>

اے رسول کہہ دو کہ یہ میرا راستہ ہے میں اپنے پیروکاروں کے ہمراہ مکمل آگاہی و بصیرت کے ساتھ خدا کی طرف دعوت کرتا ہوں۔

علم و آگاہی ان تمام افراد کی صفت ہونی چاہیے جنہوں نے دینی تبلیغ کا بیڑا اٹھار کھا ہے۔

"وَعَلَّمَاهِ مِنْ لَدُنَّا عِلْمًا"<sup>(۲)</sup>

مبلغ اگر آگاہی رکھتا ہو کہ راہ ہدایت کی طرف راہنمائی کر سکتا ہے اور وہ پیروی کرنے میں سزاوار ہے۔ اس شخص سے جو خود ہدایت کی احتیاج رکھتا ہے۔

... (۳)

خداوند متعال نے بھی نادان اور جاہل افراد کی پیروی کرنے سے منع فرمایا ہے اور یوں ارشاد فرمایا

... (۴)

ایسے افراد جو علم نہیں رکھتے ان کی پیروی نہ کرو۔

اسی طرح امیر المؤمنین علی علیہ السلام نے ارشاد فرمایا کہ علم و آگاہی کے ساتھ گفتگو کرو اس لیے کہ جاہلانہ کلام میں کسی قسم کی کوئی

خیر نہیں ہے۔ "لا خیر فی القول بالجهل"<sup>(۵)</sup>

۱- یوسف: ۱۰۸-

۲- یوسف: ۶۵-

۳- یونس: ۳۵-

۴- جاثیہ: ۱۸-

۵- نوح البلاغہ، فیض الاسلام، ص ۱۱۷-

جہالت و نادانی والے قول میں کسی قسم کی کوئی خیر نہیں ہے۔ اسی طرح ایک اور مقام پر ارشاد فرماتے ہیں: "لا تقل ما لم تعلم فتتہم باجنارک بما تعلم"<sup>(۱)</sup>

جس چیز کو نہیں جانتے ہو اسے بیان نہ کرو کیوں اس طرح کرنے سے تیری عالمانہ گفتگو بھی بے اعتبار ہو جائے گی اور تیری گفتگو میں لوگ ہمیشہ تردید کا شکار رہیں گے۔

### ۱۱. درج ذیل امور سے پرہیز

جس پر عمل نہ کیا ہو قول پیش کرنا، تعریف یا تنقید کی خاطر افراد کا نام لینا، تہمت لگانا، تفرقہ اندازی، بکھرے ہوئے مطالب بیان کرنا۔

۱۲. عبادی لحاظ سے نماز کو حتماً اول وقت میں پڑھے، نوافل کو بھی احسن طریقہ سے انجام دے۔

### ۱۳. شجاع ہو

ہر زمانے میں بدعات و کج روی کا بازار گرم رہا ہے خصوصاً ستیمگروں کے عہد حکومت میں ان کے پروگرامز الہی احکام کو نافذ نہیں ہونے دیتے یہ وہ مقام ہے کہ جہاں ایک مبلغ کو میدان عمل میں کھڑا ہونا چاہیے اور ذات خدا کے علاوہ کسی سے نہیں ڈرنا چاہیے:

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ<sup>(۲)</sup>

مبلغ کی ذمہ داری ہے کہ بدعات کے سیلاب کے آگے بند باندھنے کی پوری کوشش کرے اور یہ عہد الہی ہے جو اس مبلغ سے لیا گیا ہے کیوں کہ:

"اذا ظهرت البدع في امتي فليظهر العالم علم فمن لم يفعل ذلك فعليه لعنة الله"<sup>(۳)</sup>

جب میری امت پر بدعات کی یلغار ہو جائے تو اس وقت عالم پر واجب ہے کہ وہ اپنے علم کا اظہار کرے جس عالم نے بھی اس کام کو انجام نہ دیا اس پر خداوند متعال کی لعنت ہوگی۔

۱- غرر الحکم ودرر الحکم، حدیث ۲۷۴۔

۲- اجزاب ۳۹۔

۳- اصول کافی، ج ۱، ص ۵۴۔

۱۴. لوگوں سے مانوس ہونا۔

مبلغ کی سب سے بڑی توفیق یہ ہے کہ وہ عوام کے درمیان رہے تاکہ ان کی ثقافتی مشکلات و احتیاجات کو درک کرنے کے ساتھ ساتھ ان کے ساتھ صمیمانہ سلوک بھی رکھے۔ کائنات کے سب سے عظیم مبلغ حضرت محمد مصطفیٰ ﷺ لوگوں میں سے تھے چنانچہ خداوند عالم ارشاد فرماتا ہے

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ<sup>(۱)</sup>

ہم نے لوگوں کے لیے کوئی بھی رسول ارسال نہیں کیا مگر یہ کہ وہ خود انہی میں سے تھا تاکہ مسائل کو ان کے لیے روشن کرے مبلغ کا عوام کے ساتھ مانوس ہونا اور ان کی نوع سے ہونا ان کی کامیابی کا لازمہ ہے چنانچہ خداوند عالم ارشاد فرماتا ہے:

وَلَوْ جَعَلْنَاهُ مَلَكًا لَجَعَلْنَاهُ رَجُلًا وَلَكَبَسْنَا عَلَيْهِمْ مَا يَلْبَسُونَ<sup>(۲)</sup>

اگر کسی فرشتے کو بھی تبلیغ رسالت کے لیے بھیجیں تو اسے بھی انسانی شکل میں مبعوث کریں گے اور اسے بھی وہی لباس دیں گے جو دوسرے لوگ پہنتے ہیں۔ ایک مبلغ کا لوگوں کے پروگرامز میں شرکت کرنے کا یہ مطلب ہو گا کہ وہ بھی دوسرے افراد کی طرح ایک فرد ہے چنانچہ وہ تبلیغ کے موضوع کو بہتر انداز میں تشخیص دے سکتا ہے۔

۱۵. بیان کے ساتھ ساتھ لکھنے کی صلاحیت کا بھی ہونا

اگر مبلغ صحیح و خوب لکھنے کی صلاحیت نہ ہو تو وہ تبلیغ کے بہت سارے میدان کو خالی چھوڑ دے گا اور اس پر دوسرے قبضہ کر لیں گے۔ عہد حاضر میں قلم نے عظیم الشان شاہکار خلق کیے ہیں حتیٰ کہ امام خمینیؑ نے فرمایا ہے "کلاشکوف کو قلم میں تبدیل کر دینا چاہیے"

قدرت بیان بیان کے بارے میں آئندہ گفتگو کی جائے گی البتہ قلم کی طاقت کے سلسلے میں مختلف کتب کی طرف رجوع کرنے کی ضرورت ہے خصوصاً اس مصنف کی کتاب "مطالعہ و تحقیق کی روش" بہت مفید ثابت ہوگی۔

۱۶. تبلیغ کے مقام کی شناخت کی صلاحیت

مبلغ جب تک تبلیغ کے مقام کو پہچان نہیں سکتا اس وقت تک کامیاب نہیں ہو سکتا تبلیغ کے مقام میں وہاں کا کلچر، رسومات اور لوگوں کے دوسرے رجحانات وغیرہ ایسی چیزیں جو تبلیغ کے سلسلہ میں مفید ثابت ہوتی ہیں اور اسی سے تبلیغ کا مقام سے تشکیل پاتا ہے جب

۱۔ ابراہیم: ۴۰۔

۲۔ سورہ انعام: ۹۔

تک مبلغ ان امور سے آشنائی حاصل نہیں کرے گا اس وقت تک اپنے سامعین تک حقیقی پیغام کو نہیں پہنچا سکتا جس کے نتیجے میں اس کی تبلیغ کا اثر بھی کم ہوگا۔

#### ۱۷. افراد کو جذب کرنے کی قدرت کا ہونا

یہ ایک مقولہ ہے کہ جب تک کسی کو جذب نہ کیا جائے اس وقت تک اس کا اثر نہیں ہوگا دوسروں کو جذب کرنا تبلیغ کے اہم ترین امور میں سے ہے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ اس میں یہ صفت م وجود ہو۔ جذب کرنے کے بے شمار راستے ہیں ان میں سے کچھ وہ ہیں جنہیں پانچویں باب میں بیان کیا جائے گا۔

#### ۱۸. اصلاح اور تبدیلی کی طاقت کا ہونا

مبلغ کا کردار اس قسم کا ہونا چاہیے کہ وہ برائی کو تبدیل کر سکے یہ کام کس طرح ممکن ہے یہ بعد میں بیان کیا جائے گا

#### ۱۹. تبلیغی پروگرامز کو مرتب کرنا

اگر مبلغ تبلیغی پروگرامز کی صحیح منصوبہ بندی نہ کرے تو ممکن ہے کہ اس کا تبلیغی پروگرام کو عظیم ہو لیکن پھر بھی اس کی تاثیر نہیں ہوگی چنانچہ مبلغ کو چاہیے کہ خطابت کا وقت اور مکان کے سلسلہ میں دخالت کرے اور دیکھے کہ تبلیغ کی تاثیر کے لیے کون سا وقت مناسب ہے مثلاً اگر اسے تقریر کی دعوت دی جاتی ہے اور اسے آخری خطیب کے طور پر پڑھایا جاتا ہے جس وقت معمولاً سامعین تھکے ہوئے ہوتے ہیں تو مبلغ دخالت کرے اور اسے قبول نہ کرے اسی طرح اگر اس پروگرام کے ساتھ ساتھ کوئی ایسا پروگرام رکھ دیا جاتا ہے جو اس کی شان کے مطابق نہیں ہے تو مبلغ کو چاہیے کہ دخالت کرے اور ایسا پروگرام قبول نہ کرے۔

#### ۲۰. سامعین کی پہچان

سامعین کو ان کے علم، عمر، آداب اور کاموں نیز ان کی سماجی و سیاسی وابستگی جیسے امور میں پہچاننا ضروری ہے کیوں کہ اس طرح بہتر طور پر تبلیغی پروگرام کو منظم کیا جاسکتا ہے اگر ایسا نہ ہو تو مبلغ سامعین میں مثبت تبدیلی نہیں لاسکتا

#### ۲۱. کلاسیکل تدریس کی توانائی

عہد حاضر میں جہاں دوسرے امور میں ترقی ہوئی ہے اسی طرح فن تدریس میں بھی پیشرفت ہوئی ہے۔ اگر مبلغ جدید ٹیکنالوجی سے ناواقف ہو تو دوسروں کی نگاہ میں اپنی شخصیت کو خوار کرے چنانچہ سامعین ان مبلغین کو جو ان فنون سے آشنا ہیں کو اس مبلغ پر ترجیح

دیں گے اس کا نتیجہ یہ نکلے گا کہ مبلغ سے کما حقہ استفادہ نہیں کیا جائے گا۔ تبلیغ کے وسائل میں سے ایک تدریس ہے چنانچہ مختلف کلاسیں برقرار کر کے شریک تبلیغ کا فریضہ انجام دیا جاسکتا ہے

## ۲۲. تحقیق کی قدرت

مبلغ اگر محقق نہیں ہے تو تبلیغ میں کامیاب نہیں ہو سکتا۔ موجودہ دور میں لوگوں کے افکار کے دھارے کو وہی شخص موڑ سکتا ہے خود بہت بڑا محقق ہو اور علم و اطلاعات پر ید طولی رکھتا ہو اور یہ کام تحقیق کے بغیر میسر نہیں ہے اور تحقیق بھی اس وقت کامیاب ہوگی جب اس میں جدید روش کو اختیار کیا جائے۔ اس بات کی طرف توجہ کرتے ہوئے کے آئے دن اخبارات، مجلات، ڈشز، ویب سائٹز اور کتابوں میں اضافہ ہو رہا ہے لہذا اس بات کی ضرورت ہے کہ ان سے صحیح سے استفادہ کیا جاسکے مبلغ کو چاہیے کہ مناسب روش سے آگاہ ہوتا کہ احسن طریقے سے فریضہ تبلیغ انجام دیا جاسکے۔ مبلغ کو چاہیے کہ وہ معلومات کے لحاظ سے تمام افراد سے برتر ہو اور یہ کام اس وقت میسر ہے جس وقت مبلغ تحقیق کی روش سے استفادہ کرے۔

## ۲۳. ہمیشہ رضائے الہی کو اپنی اور عوام کی رضا پر مقدم رکھے

اس خصوصیت کی وضاحت آگے بیان کی جائے گی

## ۲۴. سنی سنائی باتیں سامعین کے سامنے نقل نہ کرے

البتہ اس وقت یہ کام کر سکتا ہے جس وقت اسے یقین ہو کہ جو کچھ سنا ہے وہ صحیح ہے یا اس کے نقل کرنے سے منفی اثر نہیں پڑے گا

## مخاطب

مبلغ کا اصل مقصد یہ ہے کہ مخاطب تک اپنا پیغام پہنچائے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ وہ اپنے سامعین کو مکمل طور پر سمجھتا ہو، سامعین کے افکار کو سمجھنا کامیابی کا زینہ ہے۔ اگر مبلغ کو علم ہی نہ ہو کہ کن افکار کے حامل افراد کے سامنے تبلیغ کر رہا ہے تو اس کا پیغام قابل درک نہ ہو گا جس کا نتیجہ یہ نکلے گا کہ سامعین اس سے بیزار ہو جائیں گے۔ ایک مقام جہاں سامعین کو درک کرنا بہت ضروری ہے وہ ان کی عمریں ہیں کیوں کہ تبلیغی پیغام کو سامعین تک پہنچانا ہے لہذا اس کا پیغام اس کے مخاطبین کے ذہن کے مطابق ہونا چاہیے۔ ہر عمر کے لوگوں کی خاص خصوصیات ہوتی ہیں بچے، نوجوان اور بڑی عمر کے افراد کی اپنی اپنی خصوصیات ہوتی ہیں چنانچہ مبلغ کو چاہیے کہ ان کی عمر کے تقاضے کے مطابق اپنے تبلیغی پیغام کو منظم کرے۔

عمر کے تقاضے پورے کرنے کے بعد سامعین کی معلومات اور کلچر کو ملحوظ خاطر رکھنا چاہیے اس کے بعد مخاطبین کے کاموں کو بھی مد نظر رکھنا ہوگا اگر ایک مبلغ ان تمام چیزوں پر نظر رکھے تو بہتر انداز میں تبلیغ کر سکتا ہے قرآن مجید میں بہت ساری آیات ایسی ہیں جن میں اثر کو قبول کرنے یا نہ کرنے کے بارے میں بحث کی گئی ہے اسی طرح قرآن مجید میں مختلف روحانی و اجتماعی امور بیان کیے گئے ہیں جس سے مخاطب کے ساتھ گفتگو کرنے میں مدد ملتی ہے بطور مثال قرآن مجید میں آیا ہے:

وَالْبَدُّ الطَّيِّبُ يَخْرُجُ نَبَاتُهُ بِإِذْنِ رَبِّهِ وَالَّذِي خَبثَ لَا يَخْرُجُ إِلَّا نَكِدًا<sup>(۱)</sup>

إِنَّكَ لَا تَسْمَعُ الْمُوتَى وَلَا تَسْمَعُ الدُّعَاءَ إِذَا وُلَّوْا مُدْبِرِينَ<sup>(۲)</sup>

وَنُنزِّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا<sup>(۳)</sup>

وَإِذَا سَبَّحُوا مَا أَنْزَلْنَا إِلَى الرَّسُولِ تَرَى أَعْيُنُهُمْ تَفِيضُ مِنَ الدَّمْعِ مِمَّا عَرَفُوا مِنَ الْحَقِّ<sup>(۴)</sup>

اسی طرح روایات میں فکر و عقل کے ساتھ مناسب گفتگو کرنے کی جو بات کی گئی ہے یہ بھی مخاطب شناسی کی ہی ایک قسم ہے مثلاً رسول خدا ﷺ نے ارشاد فرمایا:

أَنَا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أَمْرُنَا أَنْ لَعَلَّكُمْ النَّاسَ عَلَى قَدَرِ عَقُولِهِمْ<sup>(۵)</sup>

ہم انبیاء کو مامور کیا گیا ہے کہ لوگوں کے عقول کے مطابق گفتگو کریں،

جب بھی مبلغ سامعین کے ظرف اور پسند کو پرکھنے کے بعد گفتگو کرے گا سامعین پر اس کی گفتگو کم زیادہ اثر ہوگا۔

تبلیغی روش و طریقہ کار

جس وقت مبلغ صفات و خصوصیات کو کامل کر لے اس وقت وہ تبلیغی روش سے بخوبی استفادہ کر سکتا ہے۔

۱- اعراف: ۵۸۔

۲- نمل: ۸۰۔

۳- اسراء: ۸۲۔

۴- مائدہ: ۸۳۔

۵- بحار الانوار، ج ۱۶، ص ۲۸۰۔

تبلیغ کی روش و طریقہ کار ٹیکنیکل طور پر مختلف انواع و اقسام کی ہے اور تبلیغی پیغام کے حوالے بھی متفاوت ہوتی ہے آئندہ اس پر تفصیلی گفتگو کی جائے گی۔

### خلاصہ

۱. مبلغ کے لیے ضروری ہے کہ وہ تبلیغ کا وظیفہ انجام دینے کی خاطر مختلف خصوصیات کا حامل ہو ان خصوصیات میں جو کچھ بیان کر رہا ہے اس پر ایمان رکھتا ہو، خدا پر توکل کرے، با شخصیت، پسندیدہ اخلاق کا حامل، باہوش، صابر و شکیبا ہو اگر اس کے لیے کوئی مشکل گھڑی بھی آجائے تو پریشان نہ ہو اور اسی طرح دشمنوں کی زبان اور طعنوں سے غمگین نہ ہو۔ اس طرح موقع شناس اور اپنے تبلیغی پیغام کو زمان و میان کی مناسبت سے منظم کرے۔
۲. مبلغ کی بعض دوسری درج ذیل خصوصیات ہیں شجاع، لوگوں سے ہونا، قدرت بیان کے ساتھ ساتھ لکھنے کی بھی صلاحیت رکھنا، محل تبلیغ کی شناخت، سامعین کو جذب کرنے کی صلاحیت اور تبلیغ کی منصوبہ بندی و تعلیمی مدیریت، کلاسیکل تدریس کی توانائی و تحقیق، جو مطالب بغیر تحقیق کے حاصل ہوتے ہیں انہیں نقل نہ کرنا اور اپنی اور لوگوں کی خوشنودی پر رضائے الہی کو مقدم کرنا۔
۳. تبلیغ کے دوسرے ارکان میں سامعین کی شناخت ہے اور اس شناخت میں سامعین کی عمریں، سامعین کی علمی و ثقافتی معلومات نیز ان کے آداب و طریقے کار و رہن سہن اور ان کے سیاسی و سماجی رجحانات وغیرہ شامل ہیں۔
۴. تبلیغ کے سلسلہ میں اس کے دو ارکان یعنی "تبلیغ کا طریقہ کار و روش" اور "تبلیغ کے وسائل" کو بھی پہچاننا ضروری ہے ان دونوں کے بارے آئندہ بحث کی جائے گی۔

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

چھٹا سبق  
تبلیغ کے مبانی

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

### تمہید

کلی مقاصد اس سبق کو بیان کرنے کے بعد درج ذیل مطالب واضح و روشن ہو جائیں گے۔

۱. تبلیغ الہی اور تبلیغ شیطانی کیا ہوتی ہے
۲. تبلیغ الہی میں جو اصول و مبانی ہیں ان سے آشنائی
۳. کامیاب مبلغ کے اصول و مبانی
۴. مبلغ کے جواریں ہونے والی تبلیغ کا تنقیدی جائزہ
۵. شیطانی تبلیغ اور اس کا طریقہ کار

### تفصیل

#### تبلیغ کی اقسام

طول تاریخ میں انسان ہمیشہ تبلیغ کرتا رہا ہے دینی تبلیغ انبیاء کرام، ائمہ طاہرین وغیرہ کے ذریعہ ہمیشہ زندہ و جاوید رہی ہے لیکن جس طرح انبیاء کرام کے واقعات میں پڑھتے ہیں کہ ہمیشہ دو گروہ الہی گروہ اور شیطانی گروہ ایک دوسرے سے برسر پیکار رہے ہیں ہم ان دونوں گروہوں کے طریقہ کار کو دقت کے ساتھ بیان کریں گے۔

کلی طور پر تبلیغ کو دو اقسام روحانی تبلیغ اور شیطانی تبلیغ میں تقسیم کیے جاسکتے ہیں۔ اسلامی مبلغین کی ذمہ داری بنتی ہے کہ وہ اسلامی تبلیغ کے طریقہ کار کو سیکھیں اور اس سلسلہ میں ہزاروں سال پر محیط تجربے خصوصاً انبیاء کرام اور ائمہ طاہرین کی تبلیغ سے استفادہ کرنے کی ضرورت ہے۔

#### الہی تبلیغ

الہی تبلیغ کی تاریخ بہت پرانی ہے جب سے انسان نے اس بزم ہستی میں قدم رکھا ہے اس وقت سے یعنی حضرت آدمؑ کے زمانے سے ہی اس کا آغاز ہو گیا تھا حضرت آدمؑ نے بعض مطالب کو پہنچانے کا بیڑا اٹھایا جو وحی الہی کے ساتھ ساتھ انسان کی فطرت کے بھی مطابق تھے، کیوں کہ خدا پرستی، صداقت، عدالت اور دوسری نیک صفات، انسان کی فطرت میں شامل ہیں جس وقت خدا نے انسان کو خلق فرمایا ہے اسی وقت ان صفات کو بھی اس میں رکھ دیا ہے چنانچہ قرآن مجید میں ارشاد رب العزت ہے کہ۔

الْمُ أَعْهَدَ إِلَيْكُمْ يَا بَنِي آدَمَ أَنْ لَا تَعْبُدُوا الشَّيْطَانَ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ۔<sup>۱</sup>

اے بنی آدم، کیا تم سے عہد نہیں لیا کہ شیطان کی عبادت نہیں کرنا کیوں کہ وہ تمہارا کھلا دشمن ہے اسی طرح دوسری آیت کریمہ میں آیا ہے

وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا۔<sup>۲</sup>

انسان کے نفس ناطقہ کی قسم کہ اسے اچھا خلق کیا گیا اور اسے خیر و شر کا الھام کیا گیا۔ اسی طرح رسول خدا ﷺ کی معروف روایت ہے کہ عربی عبارت

ہر مولود فطرت اسلام پر پیدا ہوتا ہے یہ روایت بھی اسی نکتہ کی طرف اشارہ کرتی ہے چنانچہ تمام انبیاء کرام نے انسانی فطرت کو عروج دینے کی خاطر ہی تبلیغ کی ہے

### تبلیغ کے اصول و مبانی

مبلغ کے لیے ضروری ہے کہ اپنی تبلیغ میں کامیابی کے لیے تبلیغ کے مبانی اور اصول سے آشنا ہو اور انہیں بروئے کار لائے اس لیے کہ وہی تبلیغ موفق ہوگی جو مبانی و اصولوں کے مطابق ہوگی ورنہ اس بات کا امکان موجود ہے کہ تبلیغ کا پیغام تو اچھا ہو لیکن اسے سامعین تک پہنچانا اور مخاطبین کا اس کو درک کرنا مشکل ہو جائے۔ اس بنا پر تبلیغ کے اصول و مبانی اور تبلیغ کی روش کا انتخاب وغیرہ تبلیغ کے اہم ترین ارکان ہیں مبلغ ان موارد کو پہنچانے میں انتہائی دقیق ہونا چاہیے۔

### پہلا اصول مشکل شناسی

تبلیغ کے سلسلہ میں مبلغین کو چاہیے کہ وہ مشکلات کو پہچان کر انہیں حل کریں۔ جب مشکلات کی شناخت نہ کی جائے اس وقت تک ثقافتی و عقیدتی مشکلات کو حل کرنا ممکن نہیں ہے۔ مبلغ کو چاہیے کہ وہ مشکلات کی تک پہنچے اور ان کے منطقی حل کی کوشش کرے مبلغ اس وقت کامیاب ہے جب محقق بھی ہو ورنہ اس کے لیے مشکلات کو درک کر کے انہیں حل کرنا ممکن نہیں ہے۔ عہد حاضر میں مشکلات میں بھی تبدیلی واقع ہوتی رہتی ہے

### دوسرا اصول مشکلات کے اسباب کی شناخت

کبھی کبھی مشکل شخصی و ذاتی مشکل میں تبدیل ہو جاتی ہے جب تک مبلغ اس کے اسباب کو معلوم کر کے انہیں دور نہ کرے اس وقت تک یہ مشکل باقی رہتی ہے اس مطلب کو واضح کرنے کے لیے ایک مثال دیتے ہیں۔

۱۔ سورہ بقرہ، ۲۰

۲۔ سورہ شمس، ۷

ممکن ہے ایک شخص ڈاکٹر کے پاس رجوع کرے اور سردرد کی شکایت کرے اس موقع پر ڈاکٹر کے پاس دوراہ حل موجود ہوتے ہیں ایک یہ کہ اصل مشکل واضح ہے ڈاکٹر کو معلوم کرنا ہے کہ مشکل کیا ہے تاکہ اس کے مطابق دوائی تجویز کرے اگر ڈاکٹر سردرد کی نوعیت کو نہ جان سکے تو اس کے مطابق دوائی نہ دے سکے گا اور بیماری اسی طرح باقی رہے گی۔

دوسرا فرض یہ ہے کہ ڈاکٹر کو یہ معلوم ہے کہ مریض سردرد کی شکایت لے کر آیا ہے لیکن سردرد کی نوعیت معلوم نہیں ہے تاکہ اس کے مطابق دوائی دی جائے مثلاً درد میگرن کی وجہ سے ہے یا زکام یا کسی دوسری وجہ سے ہے کیوں کہ ان اسباب میں سے ہر ایک سبب کی دوائی مختلف ہے تبلغ بھی اسی طرح ہے کہ مبلغ کو چاہیے کہ مشکل کو درک کرنے کے بعد اس کے اسباب کی بھی تشخیص دی جائے پھر اسے دور کرنے کی روش بھی اسے معلوم ہونا چاہیے

### تیسرا اصول احتیاج کی شناخت

سامعین ہمیشہ ثقافتی مشکلات سے دوچار نہیں ہوتے ہیں بلکہ بعض اوقات عقیدتی انحراف کا بھی شکار ہو جاتے ہیں چنانچہ مخاطبین کی ضرورتوں کو درک کرنا تبلغ کے اہم ترین مقدمات میں سے ہے چنانچہ غیر ضروری مسائل کو چھیڑنے سے منفی اثرات مرتب ہوتے ہیں مثلاً سامعین کو عقیدتی مسائل کی ضرورت ہے اور مبلغ سماجی مسائل بیان کرنا شروع کر دے یقیناً اس طرح منفی اثرات مرتب ہوں گے

### چوتھا اصول شناخت و حیثیت کو درک کروانا

مبلغ کو چاہیے کہ وہ کوشش کرے کہ سامعین اپنی شناخت اور حیثیت کو مختلف پہلوؤں سے درک کریں اور اس کی حفاظت کریں اگر مخاطب اپنی پہچان کو درک کرے تو پھر استعماری ثقافت و کلچر سے آلودہ نہ ہوگا۔

استعمار کی ہمیشہ یہ کوشش رہی ہے کہ ترقی پزیر ممالک کے افراد میں ان کی شناخت کو ختم کیا جائے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ لوگوں کی استعداد کو نکھارنے کے لیے انہیں باور کرایا جائے کہ وہ اپنے وسائل اور اپنی حیثیت کو پہچانیں اور اپنی ذات پر بھروسہ رکھیں لہذا تبلغ کے دوران مستقیم یا غیر مستقیم طور پر ان مسائل کی طرف بھی توجہ کرنے کی ضرورت ہے۔

### پانچواں اصول تبلغ جامع ہو

تبلغ کو جدید انداز کے علاوہ اس طرح منظم کیا جائے کہ ایسے سامعین جو زیادہ پڑھے لکھے نہیں ہیں وہ بھی اس کو درک کر سکیں اور اسی طرح پڑھے لکھے افراد کا طبقہ بھی اس کی تائید کرے چنانچہ تبلغ کو جامع ہونا چاہیے تبلغ صرف خاص گروہ کے لیے نہیں ہونا چاہیے البتہ خواص کے طبقہ کو بھی تحت تاثیر قرار دینا ضروری ہے۔

### چھٹا اصول صداقت و سچائی

اسلامی تبلیغ میں صداقت و سچائی ایک اہم ترین اصل ہے اور اس پر اعتقاد رکھنا دینی دستور ہے ایک طرف تو یہ شرعی ذمہ داری ہے اور دوسری طرف اس کی خلاف ورزی کرنا گناہ بھی ہے

### ساتواں اصول اسلامی اقدار پر توجہ

تبلیغ کی روش، وسائل اور تبلیغی پیغام اسلامی اقدار کی پاسداری پر مشتمل ہونا چاہیے دوسرے الفاظ میں مبلغ کو چاہیے کہ وہ تبلیغ کے سلسلہ میں اسلامی اقدار کی پاسداری کرے اور اسی طرح لوگوں کے رسومات، آداب اور روایتی طریقہ کار کو بھی ملحوظ خاطر رکھے بہت سارے ایسے دینی مطالب ہیں جو دینی لحاظ سے مشروع ہیں لیکن عرفی طور پر قابل درک نہیں ہیں جب کہ اس کے بالعکس بھی ہوتا ہے اب مبلغ کو چاہیے کہ دونوں کو ایک ساتھ ملا کر تبلیغ کرے۔

### آٹھواں اصول موثق منابع پر اعتماد

وہ منابع جن پر سامعین کو اعتماد ہے اگر ان سے تبلیغ کی جائے تو اس سے تبلیغ میں زیادہ اثر ہو گا چنانچہ جب لوگ اعتماد کریں گے وہ تو تبلیغی پیغام کو احسن طریقے سے درک کریں گے چنانچہ یہ دیکھنا چاہیے کہ سامعین کن منابع پر زیادہ بھروسہ کرتے ہیں۔

### نواں اصل تجاہل عارفانہ

کبھی دشمن کے پراپیگنڈا اور سامعین کی طرف سے بعض رد عمل کے مقابلے میں تجاہل عارفانہ سے کام لینا چاہیے اگر مبلغ مختلف افواہوں، جوانوں کے من پسند فیشن، سیاسی جماعتوں کے موقف، اخباری بیانات وغیرہ کے مقابلے میں کسی قسم کا رد عمل نہ دکھائے بلکہ حقیقی تبلیغ کی طرف متوجہ رہے تو گویا اس نے ان حربوں کا ناکام بنا دیا ہے اور پھر زیادہ دیر نہیں لگے گی جب سامعین اپنے اشباہات کی طرف متوجہ ہو جائیں گے اور پھر صراط مستقیم کی طرف میلان پیدا کر لیں گے۔

### دسواں اصول جذبات و احساسات کو ابھارنا

اگر سامعین کے جذبات کو براہیختہ کیا جائے تو اس سے تبلیغ میں تحریک پیدا ہوتا ہے۔ حقیقت یہ ہے کہ شروع میں لوگ تبلیغ کو قبول کرتے ہیں اور اس کے بعد اس میں غور و فکر کرتے ہیں اور بعض اوقات تو وہ صرف احساسات و جذبات کی حد تک رہتے ہیں کسی قسم کی غور و فکر نہیں کرتے۔ انسان دو اسباب یعنی عقیدہ و جذبات کی بدولت بہت سارے تبلیغی پیغام کو یا تو قبول کرتا ہے یا پھر رد کرتا ہے۔ اگر انسان تبلیغی پیغام کے ساتھ لگاؤ رکھتا ہو تو پھر اس کو بہت جلدی قبول کر لیتا ہے اگر اس کا زمینہ اعتقادی ہو تو اس کو



بطور اعتقاد کے لیتا ہے ورنہ بہت سارے بہترین مطالب کو بھی رد کر دیتا ہے مبلغ کو چاہیے کہ اپنی تبلیغ میں لوگوں کے احساسات و جذبات کو ملحوظ خاطر رکھے

### گیارواں اصول شناخت

مبلغ اپنے مخاطب کی نسبت جتنی شناخت زیادہ رکھتا ہوگا اتنی ہی اس کی تبلیغ میں تاثیر ہوگی چنانچہ مبلغ کی تاثیر آشنا افراد میں زیادہ ہوتی ہے مبلغ کو چاہیے کہ وہ سامعین کی حیثیت، احساسات، پسند، ان کی سیاسی و اعتقادی وابستگی وغیرہ کی شناخت حاصل کرے تاکہ اس کی تبلیغ میں زیادہ تاثیر ہو۔

بارہواں اصول سامعین کی توجہ جلب کرنا اور ان کے جذبات کو تبلیغی پیغام کے ساتھ مربوط کرنا

مبلغ اسی وقت کامیاب ہوتا ہے جب شروع میں سامعین کی توجہ کو اپنی طرف جلب کرے۔ اس کام کو انجام دینے کے لیے اسے خاص روش سے استفادہ کرنا ہوگا جس وقت سامعین کی توجہ جلب کر لے تو اس کو برقرار رکھنا بھی ضروری ہے اب کس طرح تبلیغی پیغام کو عوام کے احساسات و جذبات کے ساتھ ربط دینا ہے اس پر آگے بحث کریں گے۔

تیرہواں اصول تکرار عوام میں تبلیغ کام کو پھیلانے کے لیے

چودھواں اصول تبلیغی پیغام کا موقعیت کے لحاظ سے مناسب ہونا

تبلیغی طریقہ کار اور تبلیغی پروگرامز کو اس طرح سے مرتب کیا جائے وہ سامعین کے مختلف امور کے ساتھ سازگار ہوں با الفاظ دیگر۔ تبلیغی پیغام نفسیاتی لحاظ سے قابل قبول، سماجی لحاظ سے چکدار، اقتصادی لحاظ سے امکان پذیر، سیاسی لحاظ سے قابل قبول اور شرعی لحاظ سے مشروع ہونا چاہیے

پندرہواں اصول تعلیمی مداوم

مبلغین کا تعلیمی کورسز کرنے سے ان کی آگاہی میں اضافہ ہوتا ہے خصوصاً وہ مبلغین جو دینی تبلیغات کا بیڑا اٹھائے ہوئے ہیں انہیں چاہیے کہ وہ جدید سے جدید تبلیغی طریقہ کار سے آشنائی حاصل کریں تاکہ دشمن غیر محسوس طریقے سے ان کا محاصرہ نہ کرے۔ چنانچہ مبلغین کو چاہیے کہ وہ ہمیشہ ان کے عمل میں نوآوری ہونا چاہیے یعنی جدید روش سے کام لیں۔

سولہواں اصول ہم آہنگی اور رابطہ

پورے معاشرے تک تبلیغ ایک فرد یا ایک انسٹیٹیوٹ کے ذریعہ نہیں پہنچ سکتی۔ تبلیغ کے لیے سرگرم تبلیغی شخصیتیں مختلف میدانوں جیسے آرٹ، ثقافتی، سیاسی اور اقتصادی میں اپنا کردار ادا کرتی ہیں اسی طرح عوامی انجمنیں جو مساجد اور دوسرے مقامات کی ہوتی ہیں یہ بھی تبلیغ کو وسعت دینے کے لیے ضروری ہیں۔ ان انجمنوں اور شخصیات کا آپس میں باہمی رابطہ ہوتا ہے جس کی وجہ سے تبلیغ کا مشن کبھی بھی سست نہیں پڑتا۔ اور دینی مبلغین کی ذمہ داری ہے کہ اس رابطہ کو برقرار رکھیں تاکہ اسلامی اقدار کو معاشرے میں فروغ دیا جاسکے

سترہواں اصول اسلامی تبلیغات کی نگہبانی

اس بات کا امکان موجود ہے کہ مبلغ کبھی دشمن کے پراپیگنڈے کی زد میں آجائے یا مختلف طریقوں سے پہنچنے والی معلومات اس پر اثر گزار ہو جائیں اور مبلغ اپنا وظیفہ سمجھ لے کہ اس مقام پر عکس العمل دکھانا ہے پس مبلغ ہر وقت اس بات کی طرف متوجہ رہے کہ حساسیت اور عصبیت کے مقام پر وہ اسلامی تبلیغ کو اپنے ہاتھ سے نہ جانے دے۔ اس بات کے لیے ضروری ہے کہ مبلغ کم از کم ایک ہفتہ قبل تبلیغی پیغام کو آمادہ کرے تاکہ اس میں مختلف زاویوں سے دقت کر سکے۔ مگر یہ کہ ایسی تبلیغ آجائے جو فوری ہو اس موقع پر بھی اپنے دوستوں یا دوسری تنظیموں سے مشورہ کر کے اس خطرے سے اپنے دامن کو بچایا جاسکتا ہے

اٹھارہواں اصول ہر روز کی تبلیغ سے پرہیز

لوگوں کا رجوع کرنا، مختلف مناسبتیں، اجلاس اور دوسری مصروفیات کی وجہ سے ایسا نہ ہو کہ ہر روز تبلیغ کہ جائے ہر کثرت سے تبلیغ شروع کی دی جائے تو آہستہ آہستہ لوگ مقام تبلیغ سے راہ فرار اختیار کریں گے۔ تبلیغ میں بعض ایسے موضوعات ہوتے ہیں جن کو پایہ تکمیل تک پہنچنے کے لیے زمانہ درکار ہوتا ہے۔ لہذا تبلیغ کے لیے خاص منصوبہ بندی کی ضرورت ہے۔

انیسواں اصول دشمن کو شکست دینا

سب سے پہلے اس حقیقت کو قبول کرنا ہوگا کہ اسلام اور کفر کے مابین پراپیگنڈے کی جنگ جاری ہے، جب اس بات کو قبول کر لیا کہ اسلام و کفر کے مابین بھرپور جنگ جاری ہے تو پھر اپنے آپ کو آمادہ کرنا ہوگا۔ اسلامی مبلغین کو چاہیے کہ وہ دشمن سے دو یا تین سال پہلے حرکت کریں اور کبھی بھی ساکت و خاموش نہ بیٹھیں تاکہ دشمنان اسلام مختلف اقسام کے شبہات پیدا کرے، اور پھر اپنی تمام تر توانائی اس بات پر صرف کر دیں کہ ان شبہات کا جواب دیا جائے۔ بلکہ اس کے برعکس استکباری مبلغین میں اس قدر شبہات پیدا کیے جائیں تاکہ اپنی شیطنت کا موقع ہی نہ مل سکے۔ اور ساتھ ہی

مسلمانوں کی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے بھی تحقیق جاری رکھی جائے۔ حقائق کو بیان کر کے عقیدہ، کلام اور فقہی ضرورتوں کو پورا کیا جاسکتا ہے

### بیسواں اصول تحقیق و تبلیغ کے رابطہ کی حفاظت

مختلف شعبوں میں انسانی علم و تجارب حاصل ہو جاتے ہیں لیکن ان میں سے بہت سارے مختلف علمی مراکز میں مقید ہو جاتے ہیں مبلغ کو چاہیے کہ وہ مورد نظر مراکز کی طرف رجوع کر کے تحقیق و تبلیغ کے مابین رابطہ کو پیدا کرے تاکہ موفقی انسانوں کا علم اور تجربہ حاصل کر سکے۔ تبلیغ، تحقیق کے بغیر ادھوری ہوتی ہے۔ آج دنیا میں بڑے بڑے علمی مراکز موجود ہیں جن سے مبلغین استفادہ کر سکتے ہیں۔ اگر اسلامی مبلغین نے اس طرح تحقیق کا کام انجام نہ دیا تو یقیناً دشمن کے تبلیغی محاصرہ کی زد میں آجائیں گے۔

### اکیسواں اصول تبلیغ کو پرکھنا

اگر تبلیغ میں اس کی تاثیر کو پرکھا جائے تو اس سے بہتر انداز میں تبلیغ کی جاسکتی ہے۔ اگر مبلغ کی تاثیر کا میزان مختلف طریقوں سے دیکھا جائے تو درحقیقت آفت شناسی اور آسیب شناسی بھی انجام پالیں گے یعنی مبلغ کو درپیش مشکلات درک کر لیں گے۔ مبلغ جب بھی تبلیغ انجام دیتا ہے تو بہت ساری رکاوٹیں اور مشکلات بھی دامن گیر ہو جاتی ہیں اگر ان کو پہچان لیا جائے تو پھر ان کو حل کر کے تبلیغی مشن کو مندید کامیاب بنایا جاسکتا ہے۔

### بائیسواں اصول تبلیغ میں محکمت کو محور قرار دینا

تبلیغ خداوند متعال کی جانب سے ایک ذمہ داری کے طور پر انجام دینا چاہیے، مبلغ کو اس بات کا یقین ہونا چاہیے کہ وہ جو کچھ لکھ رہا ہے یا بول رہا ہے یہ سب کچھ قرآن مجید یا آئمہ طاہرین کے اقوال میں سے ہے۔ اگر کبھی کبھی قرآن و آئمہ طاہرین کی روایات سے ہٹ کر کوئی مطلب بیان کرنا چاہے تو ایسے مفکرین کا کلام پیش کرے جن کے بارے میں اسے یقین ہو کہ وہ قرآن مجید یا آئمہ طاہرین سے کلام کو بیان کرتے ہیں۔

### تیسواں اصول نوجوانوں اور جوانوں پر توجہ کو اولویت دیں

جوانوں میں تین صفات پائی جاتی ہیں "طاقت" "امید" اور "ایجاد کرنا۔ نوجوان میں فطری طور پر یہ زمینہ موجود ہے کہ وہ معارف الہی کو یاد کر سکتے ہیں اور ان پر عمل پیرا ہونے کے لیے امید و طاقت بھی رکھتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ مختلف تنظیمیں، گروہ اور شخصیتیں ہمیشہ جوانوں کو ہی اپنا اسیر بناتی ہیں۔ قبل اس کے کہ جوان دشمن کے ہاتھ لگ جائے اسے صراط مستقیم پر لانے ضرورت ہے۔ ایسی چیز کو مد نظر رکھتے ہوئے امام صادق نے ارشاد فرمایا:

علیک بالاحداث، فانہم اسع الی کل خیر

جوانوں کی خبر لو کیوں کہ یہ دوسروں کی نسبت تیزی سے خوبیوں کی طرف آتے ہیں۔ حضرت علیؑ نے اپنے فرزند ارجمند امام حسنؑ کو جو وصیت فرمائی ہے اس میں رہتی دنیا کے لیے ایک جاویدانہ پیغام کو چھوڑا ہے آپ نے ارشاد فرمایا:

وَأَمَّا قَلْبُ الْحَدِثِ

نوجوان پر کام کرنے کا آغاز کلام الہی سے ہونا چاہیے اور استاد کو چاہیے کہ سب سے پہلے اسے کلام الہی سے آشنا کرے اور اس کے بے داغ افکار کو صحیح ترین کلمات سے منور کرے تاکہ اس کے افکار ہمیشہ کے لیے منحرف ہونے سے محفوظ ہو جائیں ہو صورت میں "قرآنی علم" اور حلال و حرام کا علم و آگاہی سب سے پہلے جوانوں کو سکھائی جائے۔ واضح سی بات ہے کہ جب جوان کو درست اور زندگی کا راستہ دکھادیا جائے تو اسے منحرف راستے کی ضرورت نہیں ہے۔ لیکن یہ بھی ایک ناقابل انکار حقیقت ہے کہ ہمیشہ انحرافی راستے اور دوسرے موانع بھی اس کی زندگی میں آتے ہیں اس بات کا خوف رہتا ہے کہ کہیں اس کے پاک دل پر شیطانی افکار نہ بر اجمان ہو جائیں۔ پس ضروری ہے جوان کی اس انداز میں تعلیم و تربیت کا انتظام کیا جائے کہ اغیار کو ان کے افکار پر ڈاکہ ڈالنے کا موقع نہ ملے۔

### شیطانی تبلیغ

شیطانی تبلیغ کا آغاز اس وقت شروع ہوا جس وقت شیطان لعین نے قسم کھا کر کہا کہ وہ تمام انسانوں کو گمراہ کرے گا۔

قَالَ فَبِعِزَّتِكَ لَا أُغْوِيَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ إِلَّا عِبَادَكَ مِنْهُمْ الْمُخْلِصِينَ<sup>(۱)</sup>

اس نے کہا کہ مجھے تیری عزت کی قسم میں مخلص بندوں کو چھوڑ کر سب کو گمراہ کروں گا۔

اس وقت سے لے کر اب تک شیطانی تبلیغات کا سلسلہ جاری ہے تبلیغ کی مختلف اقسام تدریجی طور پر ظاہر ہوتی ہیں شیطان کی تبلیغ کا محور یہی ہے کہ انسانوں کو گمراہ کر کے صراط مستقیم سے ہٹانا ہے یہ ہمیشہ الہی تبلیغ کے مقابلے میں آیا ہے شیطان اس طرح گمراہ کرتا ہے کہ انسان آسانی کے ساتھ اس کو درک نہیں کر سکتے مثلاً اس کے گمراہ کرنے کا ایک انداز یوں قرآن مجید میں بیان ہوا ہے

يُوسِسُ فِي صُدُورِ النَّاسِ<sup>(۲)</sup>

وہ لوگوں کے دلوں میں وسوسہ پیدا کرتا ہے یعنی لوگوں کے دلوں میں شک و تردید پیدا کرتا ہے یہ اس کا عام حربہ ہے اور پنہانی طور پر استعمال کرتا ہے قرآن مجید نے ایک اور مقام پر ارشاد فرمایا ہے: وَإِنَّ الشَّيَاطِينَ لَيُوحُونَ إِلَىٰ أَوْلِيَائِهِمْ<sup>(۳)</sup>

۱-ص: ۸۳۔

۲-ناس: ۵۔

۳-انعام: ۱۲۱۔

یقیناً شیاطین اپنے پیروکاروں کو وسوسہ کرتے ہیں آج تمام عالمی استخبار نے اسی انداز کا پراپیگنڈا شروع کر رکھا ہے جس طرح قرآن مجید نے شیطان کے لیے کہا ہے دو دلائل کی بدولت شیطانی تبلیغ کی روش اور اسے کے اصولوں کو جاننا ضروری ہے۔

اولا۔ مبلغ کو ہمیشہ یہ خطرہ لاحق رہتا ہے کہ وہ کہیں لاشعوری طور پر دشمن کا آلہ کار تو نہیں بن رہا کیوں کہ ایسے بہت سارے مبلغین گزرے ہیں کہ جو شیطانی تبلیغ کو قبول نہ کرتے تھے لیکن پھر بھی ان کی تبلیغ شیطانی اور اہداف و مقاصد کے مطابق تھی

ثانیا۔ لوگوں کو بھی آگاہی دینے کی ضرورت ہے کہ کہیں وہ دشمن کے حربوں میں تو نہیں آ رہے

### شیطانی تبلیغ کے اصول

#### پہلا اصول صاحب نفوذ گروہوں سے رابطہ

مختلف گروہ تشریاتی ادارے اور سیاسی گروہوں کو صاحب نفوذ روہ سے تعبیر کرتے ہیں اور ان کا عقیدہ ہے کہ ان میں نفوذ اختیار کرنے کے بعد لوگوں کو آسانی سے صراط مستقیم سے ہٹایا جاسکتا ہے۔

#### دوسرا اصول نظریہ کو حقیقت کا روپ دینا

یہ کام پراپیگنڈے کے ذریعے انجام دیا جاتا ہے بطور مثال ایک موضوع کے بارے میں چند نظریات سامنے آتے ہیں اور ان کی تشہیر کی جاتی ہے اور پوری کوشش کی جاتی ہے کہ ہر ایک نظریہ کو حقیقت کا روپ دیا جائے اس صورت میں سامعین مختلف نظریات کی گتھیوں میں الجھ کر رہ جاتے ہیں اور ان کے مابین بحث و گفتگو کا سلسلہ شروع ہو جاتا ہے۔ اس مقام پر فکری تفکر کے اثر اور اپنے افکار کے دفاع کے نتیجہ میں حقیقی عقائد سے بھی دور ہو جاتے ہیں کیوں کہ اس صورت میں ہر انسان یہ کوشش کرتا ہے کہ اپنے نظریے کو حقیقت کے انداز میں پیش کرے۔

#### تیسرا اصول مشترک غریزہ سے استفادہ کرنا

تمام انسانوں میں جو مشترک غریزہ پایا جاتا ہے اس سے بہت سارے افراد خصوصاً جوانوں اور عورتوں کو گمراہ کیا جاسکتا ہے اس طرح شیطانی تبلیغ کا زینہ معرض وجود میں آتا ہے اور یوں افراد کو صراط مستقیم سے بھٹکایا جاتا ہے اس غریزہ کے نتیجہ میں انسان پر اس قدر اثر ہوتا ہے کہ وہ اپنی منطقی فکر کو بھی کھود دیتا ہے۔

چوتھا اصول تصدیق کی قابلیت اور دوسرے انگیزہ جات کا ایجاد کرنا

پراپیگنڈا محکم میں کسی واقعہ کی تصدیق کر دینا بنیادی حیثیت کا حامل ہے کیوں کہ اس طرح مخاطبین کے اعتماد کو جلب کیا جاسکتا ہے اس طرح معمولاً یہ کوشش کی جاتی ہے کہ جو کچھ رونما ہوا ہے اس سلسلہ میں مخاطب کی توجہ کو جلب کیا جائے اور پھر ساتھ ہی اپنا شیطانی مقصد مخاطبین کے ذہن میں ڈال دیا جائے ایک مثال کے ذریعے یہ مثال زیادہ واضح ہوگی۔

بی بی سی جس وقت کوئی شیطنت کا ارادہ رکھتی ہے تو سب سے پہلے اس خبر کو نشر کیا جاتا ہے جو واقعات رونما ہوتی ہے اس طرح مخاطبین یہ باور کر لیتے ہیں کہ جو کچھ بیان کیا جا رہا ہے یہ سب کچھ ٹھیک ہے لیکن وہ خبر کے آخر میں جھوٹا ضمیمہ بھی لگا دیتے ہیں تاکہ اس خبر میں منفی انگیزہ پیدا ہو جائے اور یہی ان کا مقصد ہوتا ہے اور اس طرح مخاطبین یہ سمجھ لیتے ہیں کہ پوری خبر صحیح ہے جب کہ جو کچھ بیان کیا جا رہا ہے یہ سب جھوٹ کا پلندہ ہے خبر کا صرف ابتدائی حصہ درست ہے باقی تمام کو عوام میں منفی انگیزہ پیدا کرنے کی غرض سے کیا جا رہا ہے۔

پانچواں اصول اپنے اعمال سے لوگوں کو دھوکہ دینا

کبھی کبھی کسی گروہ یا خاص افراد کے تعاون کے تعاون کر کے لوگوں کو شک و تردید کی وادی میں دھکیل دیا جاتا ہے یوں کبھی کبھی ملک میں ظاہر کوئی اچھا کام کیا جاتا ہے اور اس کے دلفریب نعرے بھی بلند کیے جاتے ہیں تاکہ لوگوں کو اس کی طرف مائل کیا جائے لیکن پشت پردہ مذموم مقاصد ہوتے ہیں جن کی طرف عوام متوجہ نہیں ہوتے۔

یہ دونوں اقسام کی تبلیغ یعنی الہی تبلیغ اور شیطانی تبلیغ کے کلی اصول و مبانی تھے جن میں سے بعض انفرادی اور بعض اجتماعی حیثیت کے مالک ہیں اکثر مقامات پر دونوں کے مقاصد اور شرائط میں تفاوت پایا جاتا ہے اگر مبلغ ان دونوں کی شرائط اور خصوصیات کو درک کر لے تو آسانی کے ساتھ مخاطبین کے ساتھ رابطہ برقرار کر سکتا ہے۔

خلاصہ

۱. کلی طور پر تبلیغ دو اقسام میں تقسیم ہوتی ہے تبلیغ الہی و شیطانی تبلیغ
۲. دونوں قسم کی تبلیغ کے اپنے اصول اور مبانی ہیں جنہیں الہی تبلیغ میں جاننا ضروری ہے۔
۳. الہی تبلیغ کے اصولوں میں سے درج ذیل کی طرف اشارہ کیا جاسکتا ہے

• مشکل شناسی اور اس کو حل کرنا کیوں کہ جب تک ثقافتی و عقیدتی مشکلات کو پہچانا نہ جائے یہ حل نہیں ہوتیں



- مشکل کے اسباب اور مسائل کی شناخت جن کی بدولت مشکل وجود میں آتی ہے۔
- سامعین کی ضرورتوں کی شناخت
- ۴. سامعین کو ان کی حیثیت اور ثقافت سے آگاہ کرنا یعنی مبلغ کو چاہیے کہ وہ پوری کوشش کرے کہ سامعین اپنی حیثیت اور شناخت کو درک کریں
- ۵. تبلیغ کا جامع ہونا یعنی عوام فہم، خواص پسند اور عمومی ہو۔
- ۶. مبلغ کو چاہیے کہ تبلیغ کے سلسلہ میں ہمیشہ ان منابع پر بھروسہ کرے جنہیں سامعین قابل اعتماد سمجھتے ہوں
- ۷. افواہوں، احمقانہ گفتگو، سیاسی جماعتوں کے رد عمل وغیرہ کے مقابلے میں تجاہل عارفانہ سے کام لینا (یعنی کوئی رد عمل نہ دکھانا)
- ۸. احساسات و جذبات کو برا بیچنے کرنا کیوں کہ جب سامعین میں جذبات ابھریں گے تو تبلیغات میں بھی تحریک آئے گا
- ۹. مخاطب کی شناخت کو اصل ذمہ داری کے طور پر لینا چاہیے اور اس بات کو ملحوظ خاطر رکھے کہ کس سے خطاب کر رہا ہے
- ۱۰. مخاطب کی توجہ کو جلب کرنا اور اس کے احساسات و جذبات کے ساتھ اپنے تبلیغی پیغام کو ربط دینا
- ۱۱. تکرار کیوں کہ تبلیغات کے مناسب وسائل سے تبلیغات کو پھیلانے میں مدد ملتی ہے
- ۱۲. تبلیغی نصح کا موقعیت کے ساتھ سازگار ہونا
- ۱۳. تبلیغی کورسز کرنا، دینی مبلغ کو چاہیے کہ وہ مختلف دینی تبلیغ کے انداز سیکھے۔
- ۱۴. تبلیغ میں جن بعض اصولوں کو ملحوظ خاطر رکھنا ضروری ہے وہ درج ذیل ہیں۔
- تبلیغ میں ہم آہنگی اور رابطہ
- تبلیغ میں اسلامی ہونے کی پاسداری
- تبلیغ کو روزمرہ ہونے سے بچانا
- دشمن کو شکست دینا اور اس سے قبل حرکت کرنا
- تحقیق و تبلیغ کے مابین رابطے کی حفاظت
- نوجوانوں اور جوانوں کو تبلیغ میں الویت دینا
- ۱۵. شیطانی تبلیغ کا آغاز اس وقت ہو جب اس نے قسم کھائی کہ وہ تمام افراد کو گمراہ کرے گا۔



۱۶. آج استکبار جہانی بھی اسی انداز کا پراپیگنڈا کر رہا ہے جس طرح قرآن مجید نے شیطان کی تبلیغ کو بیان کیا ہے
۱۷. شیطانی تبلیغ کا جاننا ضروری ہے تاکہ اس سے پرہیز کیا جاسکے اور لوگوں میں شیطانی تبلیغ کے اثر کو ختم کیا جاسکے۔
۱۸. شیطانی تبلیغ میں جو اصول اور مہانی استعمال ہوتے ہیں ان میں سے کچھ درج ذیل ہیں۔

- لوگوں میں اثر قائم کرنے کی خاطر صاحب نفوذ افراد کے ساتھ رابطہ
- ذاتی یا گروہی نظریے کو حقیقت کا روپ دے کر پیش کرنا
- منطقی فکر کو ختم کرنے کی غرض سے مشترکہ غریزہ سے استفادہ کرنا
- تناقض گوئی کہ ذریعے عوام کو فریب دینا



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

ساتواں سبق  
تبلیغ کی اقسام

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

### تمہید

- اس درس کو بیان کرنے سے آپ درج ذیل مطالب کو درک کر لیں گے
۱. مخاطبین کے لحاظ سے تبلیغ کی اقسام
  ۲. آنے سامنے کی تبلیغ اور وہ اصول جنہیں ملحوظ خاطر رکھنا چاہیے
  ۳. ایک فرد کی اجتماعی تبلیغ اور وہ اصول جو مد نظر رہنا چاہیں۔
  ۴. انفرادی و اجتماعی تبلیغ کے اصولوں کے جاری کرنے سے آشنائی
  ۵. تبلیغ کی تین اقسام تبلیغ و ضاحتی، تبلیغ دفاعی اور تبلیغ بصورت حملہ سے آشنائی
  ۶. تبلیغ کی مذکورہ تینوں اقسام کی خصوصیات اور ان کو جاری کرنے کے مراحل سے آگاہی
  ۷. مناسبت سے ان اقسام کو بروئے کار لانا اور اس کی مقدار وغیرہ سے آگاہی

### تفصیل

#### مخاطب کے لحاظ سے تبلیغ کی اقسام

تبلیغ ایک لحاظ سے دو اقسام پر مشتمل ہے

۱. انفرادی تبلیغ (آنے سامنے کی تبلیغ)
۲. اجتماعی تبلیغ

اس درس میں ان دونوں قسم کی تبلیغ کے لیے جن اصولوں کی پاسداری کرنا ضروری ہے انہیں بیان کیا جائے گا۔

تبلیغ کی اقسام کی وضاحت

**الف:** انفرادی تبلیغ میں مبلغ آسانی کے ساتھ اپنے مقاصد کو حاصل کر سکتا ہے اس میں مبلغ کو چاہیے وہ افراد کی شخصیت کو پہچاننے کی کوشش کرے پھر ہر فرد کو تبلیغ کرے۔ معمولاً افراد اپنی شخصیت کے مناسب مطالب کو قیدی کر لیتے ہیں اور افراد جو خاص حیثیت کے حامل ہیں وہ دوسروں کی نسبت زیادہ دقیق ہوتے ہیں اس بنا پر اگر مبلغ یہ چاہتا ہے کہ صاحب نظریا یا نفوذ افراد کو تبلیغ کرے یا پھر خاص اجتماع یا ایسے افراد کو تبلیغ کرے جنہیں تبلیغ کرنا مشکل ہو تو اس مقام پر انفرادی تبلیغ کے اصولوں کو ملحوظ خاطر رکھے تاکہ بہتر انداز میں ان پر اثر ہو۔

انفرادی تبلیغ کے اصول

پہلا اصول موانع کو دور کر کے اندرونی طور پر اطمینان کا پیدا کرنا

جدید افراد کو تبلیغ کرتے وقت مبلغ کا جو سب سے پہلا وظیفہ ہے وہ یہ ہے کہ ہر قسم کے تبلیغی موانع کو برطرف کیا جائے۔

اس کی مثال ایسے ہی ہے کہ جس طرح بجلی کے تار کے موانع ہوتے ہیں جب تک انہیں دور نہ کیا جائے اس وقت تک بجلی کا کرنٹ جاری نہیں ہو سکتا اسی طرح کبھی کبھی مخاطب میں بھی خوف، خجالت وغیرہ جیسے موانع موجود ہوتے ہیں مبلغ کو چاہیے کہ وہ ان موانع کو دور کرے اور جب تک مخاطب کی شناخت حاصل نہ کی جائے اس وقت تک اس میں مکمل طور پر امن و سکون اور اس کی روح کو آرام نہیں دیا جاسکتا

### ب: اقدار کی تبدیلی

ہر انسان میں جو بھی عمل پایا جاتا ہے اس کی قدر کا قائل ہوتا ہے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ مخاطب کے ساتھ اس انداز میں گفتگو کرے کہ وہ آسانی کے ساتھ اپنے اعمال کو چھوڑنے والا نہیں ہے مگر یہ اسی صورت میں ہو گا جب مبلغ کا کلام جھوٹی اقدار کی جگہ حقیقی اقدار کو لے آئے۔

### ج: مخاطب میں انضباط و تعادل پیدا کرنا

جس وقت مخاطب اپنی اقدار کو تبدیل کر لیتا ہے اس وقت اسے آرام کی ضرورت ہے مبلغ کی ذمہ داری ہے کہ مخاطب میں اس آرام کو پیدا کرے اسے چاہیے کہ وہ مخاطب کے من پسند استدلال کے ذریعے اس میں اتنا حوصلہ پیدا کرے کہ وہ اپنے دوستوں اور رشتہ داروں کے طعنوں کا مقابلہ کر سکے اور حقیقی اقدار سے دور نہ ہو جائے۔

### د: مخاطب کے ذریعہ مشکلات کو بیان کرنا

اس سے مراد یہ ہے کہ شخص سے گفتگو یا سوال کیا جائے اور مخاطب کے جواب کی تائید کر کے اس پر اثر انداز ہونے کی کوشش کی جائے مخاطب اس حالت میں اپنے مثبت افکار سے بہتر طور پر تاثیر حاصل کرتا ہے۔

ہ: مراقبہ۔ گفتگو کے آخر میں مبلغ یہ کوشش کرے کہ مخاطب کو تھوڑی مدت کے لیے ان افراد کی صحبت میں بھیجا جائے جو مبلغ کے مورد نظر ہیں اس صورت میں مخاطب اپنے گزشتہ افعال سے دوری اختیار کرے گا اور انہیں فراموش کر دے گا اور جدید مسائل کو درک کرنے کے بعد اپنے اندر جدید اعتقاد کو مشاہدہ کرے گا نتیجتاً مخاطب گزشتہ اقدار کو تبدیل کر کے جدید اقدار کو نئے عزم و حوصلے کے ساتھ اپنے اندر جذب کرے گا۔ وہ افراد جنہیں عقیدہ یا اخلاق کی مشکل درپیش آتی ہے وہ معمولاً معاشرے اور ماحول کے تابع ہوتے ہیں چنانچہ جب وہ شخص مبلغ کے مورد نظر ماحول میں آئے گا تو اس کے دل و دماغ میں نیا اثر پیدا ہوگا۔

### دوسرا اصول انٹرویو

انفرادی تبلیغ میں انٹرویو کے دوران اس کی صفات اور شرائط سے بخوبی استفادہ کرنے کی ضرورت ہے انٹرویو دو افراد کا باہمی مذاکرہ جس کے نتیجے میں ایک دوسرے پر تاثیر کو چھوڑا جائے مخاطب ہر اس وقت تک اثر قائم نہیں کر سکتا جب تک اس کی فکری، علمی اور

عقیدتی ظرفیت کو درک نہ کیا جائے۔ انٹرویو کے دوران اس کی شرائط اور صفات سے بھرپور استفادہ کیا جائے قبل اس کے کہ ہم انٹرویو کی شرائط کو بیان کریں انٹرویو کی اقسام کو بیان کرتے ہیں۔

### ۱. براہ راست انٹرویو

اس قسم کے انٹرویو میں مسؤل خود مبلغ ہوتا ہے اور یہ معمولاً وہاں پر ہوتا ہے جہاں ایک شخص یا پھر چند اشخاص اپنی مشکلات کو دور کرانے کی خاطر مبلغ کی طرف رجوع کرتے ہیں مثلاً ایک شخص مبلغ کے پاس آکر اعتراف کرتا ہے کہ مجھے جھوٹ بولنے کی عادت ہے اسے کس طرح ترک کروں؟ اس صورت میں مبلغ انتہائی سکون کے ساتھ ذمہ داری سے عہدہ برآہو سکتا ہے۔

### ۲. غیر مستقیم انٹرویو

اس قسم کے انٹرویو میں اگرچہ ظاہری طور پر ذمہ داری مخاطب کے پاس ہے لیکن حقیقت میں یہاں بھی مسؤلیت مبلغ کے پاس ہی ہوتی ہے یہ طریقہ کار ذرہ دشوار ہے۔ اس قسم کے انٹرویو اس وقت ہوتے ہیں جس وقت رجوع کرنے والا کسی کے ہمراہ آتا ہے یا پھر کسی نے اس کا تعارف کرایا ہوتا ہے یا پھر مبلغ خود اس کے پاس جائے ان تینوں صورتوں میں ظاہر مخاطب میں بہت زیادہ انگیزہ نہیں ہے کہ اس کے ساتھ کسی قسم کی بات کی جائے۔ مثلاً ایک شخص مبلغ کے پاس آتا ہے اور کہتا ہے میرا بیٹا جھوٹ بولتا ہے آپ اس سے بات کریں کہ وہ اس ناپسندیدہ عادت کو چھوڑ دے۔ اس صورت حال میں مبلغ گفتگو کو شروع کرنے والا نہیں ہے اب مخاطب سے بحث کا آغاز کرنا ہے۔

### ۳. انتخابی انٹرویو

اس قسم کے انٹرویو میں مبلغ کو اجازت ہے کہ کبھی انٹرویو کی ک مسؤلیت خود لیتا ہے اور کبھی مصلحت کی بنا پر مخاطب کو مسؤلیت دے دیتا ہے۔

انٹرویو کی شرائط اور اہم نکات

### ۱. رابطہ حسنہ پیدا کرنا

مبلغ جس وقت مخاطب سے روبرو ہوتا ہے تو اصل موضوع پر توجہ کیے بغیر ابتدائی طور پر اس کی احوال پر سی اور مخاطب کے مورد نظر موضوع پر بحث کرتا ہے۔

## ۲. مخاطب کی بات سننا

جس وقت مخاطب گفتگو کر رہا ہو مبلغ کو چاہیے کہ اس کی بات کو غور سے سنے اور اس دوران اس کی خاص باتوں کو ذہن نشین کر لے یا پھر کسی کاغذ پر لکھ لے۔

## ۳. مخاطب کی تشویق

مخاطب کو بہتر انداز میں ترغیب دلانے کی خاطر وہی نکات جو ذہن میں یا کاغذ پر لکھے ہوئے ہوں ان کی تائید کی جائے یا ان سے متعلق مخاطب سے سوال کیے جائیں تاکہ مخاطب اپنے موضوع کے متعلق کھل کر بحث کر سکے کیوں کہ اس بحث کے نتیجہ میں وہ شعوری طور پر اصل بحث کی طرف پلٹ آئے گا۔

## ۴. مشاہدہ

مبلغ جس وقت مشاہدہ کرے کہ مخاطب اصل موضوع پر توجہ نہیں کر رہا یا اس سے راہ فرار اختیار کر رہا ہے تو وقتی طور پر اس موضوع کو چھوڑ دیا جائے کیوں کہ بعض اوقات مخاطب یہ چاہتا ہے کہ اس کے متعلق خاص موضوع کو دوسرے افراد نہ جائیں۔

## ۵. خلاصہ

انٹرویو کے آخر میں جو کچھ مخاطب کے ساتھ گفتگو ہوئی ہے اس کا خلاصہ بیان کیا جائے کیوں کہ بعض مخاطبین گفتگو کے دوران اضطراب رکھتے ہیں یا دوسری وجوہات کی بنا پر بعض مسائل کو سنتے ہیں لیکن ان پر توجہ نہیں کرتے چنانچہ خلاصہ بیان کرنے کے ذریعے بہت سارے مسائل کو ذہن نشین کیا جاسکتا ہے۔

## ۶. مصاحبہ کا اور وقت معین کرنا

مخاطب کو بہتر انداز میں مسائل سے مربوط کرنے کے لیے بہتر ہے کہ اسے یہ مشورہ دیا جائے کہ ایک اور انٹرویو کے لیے وقت معین کیا جائے اگرچہ بہتر تو یہ ہے کہ مخاطب کے ساتھ اس انداز میں گفتگو کی جائے کہ وہ خود دوسرے انٹرویو کے لیے درخواست کرے۔

## ب۔ اجتماعی تبلیغ

مبلغین کی اصل ذمہ داری تو تمام افراد کو تبلیغ کرنا ہوتی ہے اب اگر افراد عمر اور معلومات کے لحاظ سے یکساں ہوں تو مبلغ کو زیادہ دشواری نہیں ہوتی لیکن اگر مبلغ کو ایسے اجتماع سے واسطہ پڑے جو علمی، فکری وغیرہ کے لحاظ سے مختلف ہوں تو اس کے لیے مشکل پیدا ہو جاتی ہے اس موقع پر اسے چاہیے کہ انفرادی تبلیغ کو اجتماعی تبلیغ کے سانچے میں ڈھال کر بیان کرے تاکہ تمام افراد تک تبلیغ پہنچ سکے۔ اجتماعی تبلیغ کی اپنی شرائط اور خصوصیات ہیں جن میں خطیب کی آواز، مطالب کو ادا کرنے کا انداز، ظواہر کی حفاظت وغیرہ قابل ذکر ہیں وہ شرائط جن سے ایک خطیب کامیاب ہو سکتا ہے وہ درج ذیل ہیں۔

### ۱. خطیب کی خصوصیات

منبر اور خطابت کا اولین رکن یہ ہے کہ خطیب کے لیے شخصیت اور خصوصیات روشن ہونی چاہیں یعنی مبلغ کو معلوم ہونا چاہیے کہ اس کا علم، قدرت بیان، اطلاعات کی مقدار اور کلام کا نفوذ کس حد تک ہے اور اجتماع کی شناخت کتنی ہے؟ خطیب کو چاہیے کہ مذکورہ صفات کی تحقیق کرے تاکہ اپنے آپ کو اجتماع کے ساتھ ہم آہنگ کر سکے۔

### ۲. مناسب مطالب

تقریر صرف ایک مجلس کی حد تک محدود نہیں ہوتی ہے لہذا مجلس میں بیان کیے گئے مطالب کو دلیل کے ساتھ ہونا چاہیے اور عصر حاضر میں جب کہ لوگ اہل مطالعہ ہیں اور اچھی خاصی معلومات رکھتے ہیں لہذا تمام افراد کو کم علم نہیں سمجھنا چاہیے۔ لہذا موضوع کو انتخاب کرتے وقت اہل فن افراد سے مشورہ کرنا ضروری ہے اور مطالب کی تائید میں قرآنی آیات اور روایات کا سہارا لیا جائے اور بہتر یہی ہے کہ آیات و روایات کو زبانی بیان کیا جائے کیوں کہ نفسیاتی طور پر اگر آیات و روایات کو زبانی پڑھا جائے تو اس کا اثر زیادہ ہوتا ہے اور ساتھ کلام میں روانی بھی باقی رہتی ہے۔

### ۳. مجلس کی فضا

مجلس کی فضا عمومی ہونا چاہیے اگر عمومی نہیں ہے تو پھر مجلس ان افراد کے سپرد کرنا چاہیے جو اس فضا میں بہتر اثر رکھتے ہوں مثلاً اگر مجلس میں ایسے افراد ہوں جو سید الشہداء کے ساتھ خاص عقیدت رکھتے ہوں تو ان کو دیکھتے ہوئے ایسا موضوع انتخاب کرنا ہوگا جسے یہ پسند کرتے ہوں کسی دوسرے موضوع کو ٹھونسنے کی ضرورت نہیں ہے ورنہ اس کے برعکس اثرات مرتب ہوں گے۔

### ۴. انداز بیان

خطابت میں انداز بیان کی خصوصی اہمیت ہے بہت سارے محققین ایسے ہیں جو اگرچہ محنت تو بہت زیادہ کرتے ہیں لیکن ان کی تقریر میں وہ اثر نہیں ہوتا کیوں کہ وہ نہیں جانتا کہ انداز بیان کیسا ہونا چاہیے۔ انداز بیان کے لیے درج ذیل خصوصیات کا ہونا ضروری ہے۔

- زبان اور ہاتھ کی حرکات کا ہم آہنگ ہونا
- صحیح الفاظ اور جملات کا استعمال
- صحیح آواز کی مراعات
- ادبی قواعد کو ملحوظ خاطر رکھنا اور آواز میں اونچ نیچ کا خیال رکھنا مثلاً سوالیہ جملات میں سوالیہ لحن اختیار کرنا اور تعجب انگیز جملات حیران کن مطالب کو پہنچانے کے لیے استعمال کرنا۔

- مقررہ وقت سے زیادہ بیان نہ کرنا کیوں کہ بعض اوقات سامعین کے لیے اور پروگرامز بھی تشکیل دیے جاتے ہیں اگر خطیب مقررہ وقت پر تقریر ختم نہیں کرتا تو تمام پروگرامز بے ربط ہو جاتے ہیں اور اس کی ذمہ داری خطیب پر ڈالی جاتی ہے۔
- تقریر کے اصلی پیغام پر نگاہ رکھنا چنانچہ تقریر کا کوئی پیغام ہونا چاہیے اور سخنران کو چاہیے کہ وہ پیغام بہت زیادہ معطل نہ رکھے۔
- لوگوں کے فہم کے مطابق گفتگو کرنا چنانچہ رسول خدا ﷺ نے ارشاد فرمایا: انا معاشر الانبیاء امرنا ان نكلم الناس علی قدر عقولهم۔<sup>(۱)</sup>

ہم انبیاء مامور ہیں کہ لوگوں کے فہم و عقول کے مطابق گفتگو کریں۔

رسول خدا ﷺ کے اس بیان سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ خطیب کا کلام سامعین کے فہم کے مطابق ہونا چاہیے اس کی اتنی اہمیت ہے کہ خداوند متعال نے اپنے انبیاء کو حکم دیا ہے کہ لوگوں کے عقول کے مطابق گفتگو کریں۔ اس سلسلہ میں اور بھی بے شمار احادیث موجود ہیں ہم بطور نمونہ ایک حدیث کو بیان کرنے پر اکتفا کرتے ہیں امام صادقؑ سے مروی ہے کہ

"قام عیسیٰ ابن مریم خطیباً فی بنی اسرائیل فقال یا بنی اسرائیل لا تحدثوا الجہال الحکمة فقطلموها و تمنعوها اهلها فتظموهم"<sup>(۲)</sup>۔ حضرت عیسیٰ بن مریمؑ بنی اسرائیل میں خطاب کے لیے اٹھے اور فرمایا۔ اے بنی اسرائیل حکیمانہ مطالب کو جملاء کے سامنے بیان نہ کریں یہ حکمت کے ساتھ ظلم ہے اور شائستہ افراد کے سامنے بیان کرنے سے دریغ نہ کرو کیوں کہ یہ ان پر ظلم ہے۔

مذکورہ فرمان سے بات واضح ہو جاتی ہے کہ مطالب علمی ہونے کے ساتھ ساتھ سامعین کے فہم کے مطابق ہونا چاہیے۔

ج۔ تقریر میں جدید پن

خطیب کو چاہیے کہ مختلف انداز میں تقریر کرے خصوصاً جب اس کے سامعین مختلف علمی مزاج رکھتے ہوں چنانچہ امیر المؤمنین علیؑ نے ارشاد فرمایا: ان هذه القلوب تمل كما تمل الابدان فابتغوا لها طرائف الحکمة۔<sup>(۳)</sup>

انسان کے دل بھی اس کے بدن کی طرح افسردہ ہو جاتے ہیں انہیں شاداب کرنے کے لیے حکیمانہ اور لطائف بھری گفتگو کی جائے۔

۱۔ اصول کافی، ج ۱، ص ۲۷۔

۲۔ امالی شیخ صدوق، ص ۲۵۳۔

۳۔ نخب البلاغ، فیض الاسلام، ص ۱۱۲، حدیث ۸۹۔

## تبلیغی پیغام کی اقسام

تبلیغ انفرادی ہو یا اجتماعی اس کی تین اقسام بنتی ہیں

۱. تبلیغ وضاحتی
۲. تبلیغ دفاعی
۳. تبلیغ بصورت حملہ

مبلغ ان کو بروئے کار لائے اس لیے ان کی مختصر وضاحت بیان کی جاتی ہے

### • تبلیغ وضاحتی

کبھی کبھی مبلغ مجبور ہوتا ہے کہ مطلب کو مزید واضح کرنے کے لیے توضیح دے اور کبھی عوام کے افکار کو جلب کرنے کی غرض سے زیادہ وضاحت درکار ہوتی ہے۔ بہر کیف جو بھی صورت ہو اس میں مبلغ کو چاہیے کہ ابتداً مقدمہ، پھر حکیمانہ انداز میں مسئلہ کا بیان پھر مطالب کو تبلیغ کی بنیاد پر منظم کرنا اور آخر میں ان سے نتیجہ اخذ کرے۔

کیوں کہ تبلیغ وضاحتی بہت وسیع ہے اس لیے شروع میں آیات و روایات کو بیان کیا جائے گا جن میں مطالب کو وضاحتی انداز میں بیان کیا گیا ہے اور یہ مبلغین کے لیے ایک نمونہ کے طور پر ہو گا اس کے بعد تبلیغی وضاحتی کی دو اقسام ہیں "وضاحت تحلیلی" اور "وضاحت بصورت ابواب" کو مختصراً بیان کیا جائے گا۔ وہ آیات جو اس قسم کی تبلیغ کو بیان کرتی ہیں ان میں سورہ نمل آیت ۱۲۵، سورہ انفال آیت ۲۲، سورہ نحل آیت ۶۸-۶۹، سورہ نحل آیت ۹۰، سورہ انسان آیت ۳، سورہ اعراف آیت ۲۱، سورہ بقرہ آیت ۲۵۶، سورہ اسراء آیت ۲۱ تا ۳۹ اور سورہ بقرہ آیت ۲۷۵ نیز درج ذیل مدارک کی طرف رجوع کیا جائے۔ المفردات فی غریب القرآن ص ۱۲۷، میزان الحکمتہ ج ۲۰ ص ۴۹۰ حدیث ۴۱۹۶، سفینہ البحار ج ۲ ص ۲۱۲، بحار الانوار ج ۲ ص ۱۷ اور آیت ۴۱، نوح البلاغہ کلمات قصار نمبر ۸۰، نوح البلاغہ خطبہ ۱۸۳، اصول کافی جلد ۱ ص ۲۱-۲۳ اور تحف العقول ص ۴۸۹

### • تبلیغ وضاحتی تحلیلی انداز سے

کبھی کبھی مبلغ مطلب کو ثابت یا روشن کرنے کی خاطر تجزیہ و تحلیل کا سہارا لیتا ہے جیسے کبھی کبھی اقدار اور ضد اقدار کی تحلیل کرتا ہے یا ایک گروہ کی کامیابی اور دوسرے گروہ کی ناکامی پر کھتا ہے یا اپنے دفاع میں مطالب کو بیان کرتا ہے یا پھر افشاگری کرتا ہے تو اس صورت میں سننے والے کے ذہن کو مطلوب نکات اور غیر مطلوب نکات سے آگاہ کرنا ضروری ہوتا ہے لہذا اس قسم کے مبلغ کو تجزیہ و تحلیل کی ضرورت ہوتی ہے۔

تجزیہ و تحلیل کے مراحل

ہر تجزیہ و تحلیل چار مراحل سے تشکیل شدہ ہے یہ تمام مراحل خصوصیت کے حامل ہیں اگرچہ بیان کے موقع پر ان میں جدائی پیدا کرنا آسان نہیں ہے۔ پہلے مرحلے میں مبلغ اطلاعات کو اکٹھا کرتا ہے اور انہیں پیش کرتا ہے تمام اطلاعات کو جمع بندی کر کے پیش کرتا ہے اس کے بعد ان کی چھان بین کرتا ہے۔ دوسرے مرحلے میں مبلغ تحلیل کے مقصد کے تحت سوالات کو پیش کرتا ہے اور تیسرے مرحلے میں جواب بیان کرتا ہے چوتھے مرحلے میں جتنی بھی ذہنی سرگرمیاں انجام دی ہوتی ہیں ان کی جمع بندی کرتا ہے اور انہیں نتیجہ لینے کے لیے آمادہ کرتا ہے۔

جو بھی تجزیہ و تحلیل ہو اسے ایک نتیجہ کی صورت میں ختم ہونا چاہیے چنانچہ مبلغ بے شک اپنے تجزیہ و تحلیل کو ایک پہلو یا چند پہلوؤں سے پیش کرے اسے مذکورہ نکات کو مد نظر رکھنا ہو گا تاکہ جتنے بھی جوابات اخذ کیے جائیں ان میں سے بہترین جواب کا انتخاب کر سکے اور اسی جواب کو بحث کے نتیجہ کے طور پر بھی پیش کیا جاسکتا ہے۔ تجزیہ و تحلیل میں مذکورہ مراحل کے علاوہ درج ذیل نکات کو بھی ملحوظ خاطر رکھنا ہوگا۔

۱. تجزیہ و تحلیل کے وسائل کی شناخت، رابطہ، دلالت، استدلال، نظریہ، علت و معلول اور ان سے استفادہ

۲. کس طرح تجزیہ و تحلیل کیا جائے

الف۔ درج ذیل چار موارد میں دقیق اطلاعات کی جمع آوری

۱. حقیقت شناخت

۲. شناخت کو حاصل کرنے کی روش اور طریقہ کار

۳. اطلاعات کی اقسام

۴. مطالب کو پرکھنا

ب۔ تجزیہ و تحلیل کی روش کے انتخاب میں درج ذیل امور مد نظر ہیں۔

۱. سوالیہ طریقہ کار و روش

۲. مفہومی روش

۳. اقدار کی روش

۴. روش کیفی (کیفیت)

ب۔ ابواب کی صورت میں وضاحت

ہر مطلب کی ابواب کی صورت میں وضاحت خواہ یہ گفتگو مختصر ہو یا مفصل اس کے تین مراحل ہیں۔ مقدماتی باب (مرحلہ)، میانہ باب (مرحلہ) اور آخری باب (مرحلہ) ان تمام کی وضاحت بیان کرتے ہیں۔

## ۱. مقدماتی باب (مرحلہ)

یہ باب مطلب کو پیش کرنے کے لیے زمینہ فراہم کرتا ہے اور یہ درج ذیل مراحل پر مشتمل ہوتا ہے۔

الف۔ خطابت کو موضوع کو واضح کرنا

سامعین جو ہماری تقریر سننے کے لیے آتے ہیں وہ جاننا چاہتے ہیں کہ ہماری تقریر کا موضوع کیا ہے؟ مثلاً اگر تاریخ کے بارے میں گفتگو کرنا چاہتے ہیں تو بہتر یہی ہے کہ موضوع مکمل طور پر مشخص کیا جائے۔ موضوع سخن کبھی کلی نہیں ہونا چاہیے بلکہ موضوع کو خاص ہونا چاہیے بہت سارے مواقع پر اگر موضوع سخن عام ہو تو خطیب کی دسترس سے نکل جاتا ہے اور سامعین کو بھی کوئی خاص فائدہ نہیں ہوتا۔

ب۔ مسئلہ کو پیش کرنا

سامعین اس بات کو بھی جاننا چاہتے ہیں کہ موضوع میں کون سی ایساٹ پنہان ہیں اور کون سے مسائل ہیں مثلاً اگر موضوع "امام حسین علیہ السلام کی تحریک کا مقصد" ہو تو سامعین کی توجہ جلب کرنے کی خاطر اسے پیش کیا جائے حتماً موضوع کو سوال کی صورت میں بیان کیا جائے تاکہ سامعین کے ذہن میں سوال کے جواب کو حاصل کرنے کا انگیزہ پیدا کیا جائے۔

ج۔ انگیزہ ایجاد کرنا

جس وقت موضوع کے انتخاب کی علت کو بیان کیا جائے گا تو خود بخود انگیزہ پیدا ہو جائے گا۔ سامعین کے اذہان کو آمادہ کرنے کے لیے اس قسم کا انگیزہ پیدا کرنا بہت ضروری ہے کیوں کہ اس طرح مطالب کو درک کرنے کا زمینہ مہیا ہو جائے گا۔

## ۲. میانہ باب (درمیانی مرحلہ)

اس باب میں درج ذیل مراحل ہیں

الف۔ اطلاعات کو پیش کرنا

خطیب اس مرحلہ میں اپنے موضوع کے متعلق لازمی نکات اور اطلاعات فراہم کرتا ہے۔ البتہ بہتر یہ ہے کہ اپنے مطالب کو مثال وغیرہ کے قالب میں بیان کرے اس مرحلے پر سامعین اطلاعات حاصل کرتے ہیں۔

ب۔ مطالب کو باہمی ربط دینا

صرف اطلاعات مسائل کو واضح نہیں کرتیں خطیب کو چاہیے کہ اس نے جو مطالب بیان کیے ہیں ان کو باہمی ربط دے تاکہ کوئی نتیجہ نکالا جاسکے تقریر کا یہ مرحلہ نسبتاً مختصر ہوتا ہے۔

### ۳. آخری باب (مرحلہ)

اگر خطابت کی ابتداء میں سامعین کی توجہ کو جلب کر لیا جائے اور درمیانی مرحلہ میں اطلاعات کو کسب کر لیا جائے تو خطابت کا آخری مرحلہ سامعین کو عمل کے لیے آمادہ کرتا ہے معمولاً خطیب تقریر کے آخر میں ایک مرتبہ پھر اصل موضوع کی طرف لوٹتا ہے اور مطالب کا خلاصہ کر کے تقریر کو ختم کر دیتا ہے۔

### یاد دہانی

ہم نے اب تک جو کچھ بیان کیا ہے یہ بطور نمونہ کے تھا مبلغ کو چاہیے کہ اسے نمونہ قرار دے کر اپنی تقریر کو انجام دے اسی طرح تبلیغ کے دوسرے کام جیسے تالیف، تھیٹر، فلم وغیرہ میں بھی اس سے استفادہ کیا جاسکتا ہے۔

### دفاعی طریقہ

مقدسات سے دفاع کرتے وقت صرف توضیح دینے پر اکتفا نہیں کیا جائے گا مبلغ کبھی دلائل کو ذکر کر کے یا پھر مطلب کی وضاحت کے ذریعہ اپنے افکار کا دفاع کرتا ہے۔ دفاع کے دوران غلط مجادلہ و مناقشہ سے پرہیز کرنا ہو گا لغت میں "جدل" کا معنی یہ ہے کہ دو افراد کلام میں ایک دوسرے کے مقابلے میں صف آرائی کرتے ہیں اور دونوں کے مابین کلام میں دشمنی ہوتی ہے راغب اصفہانی نے "جدل" کی یوں تعریف کی ہے:

"الجدل، المقاومة على سبيل المنازعة والمغالبة" (۱)

جدل کو معنی ہے کہ کلام کو رد و بدل کیا جائے تاکہ اس کے ذریعہ مد مقابل کو کلام میں شکست دی جائے۔

اگر مبلغ احسن انداز سے جدل و مناظرہ کرے تو یہ اچھی روش ہے موجودہ زمانے میں جب افراد اسلامی انقلاب کی اقدار کے خلاف پراپیگنڈا کرتے ہیں تو اسلامی اقدار کی حفاظت کی خاطر احسن انداز جدل و مناظرہ کی ضرورت ہے۔

امام صادق کے سامنے یہ گفتو کی گئی کہ رسول خدا ﷺ اور آئمہ طاہرین نے جدل و مناظرہ سے منع فرمایا ہے تو آپ نے ارشاد فرمایا:

"لم ينهأ عنه مطلقاً، ولكنه نهى عن الجدل بغير الحق هي احسن"

رسول خدا ﷺ نے مطلقاً جدل سے منع نہیں فرمایا ہے بلکہ ناپسندیدہ جدل و مناظرہ سے منع فرمایا ہے اس کے بعد آپ نے ارشاد

فرمایا: أماتسمون الله يقول: ولا تجادلوا اهل الكتاب الا بالتي هي احسن (۲)

۱- المفردات فی غریب القرآن مادہ "جدل" ص ۸۹۔

۲- عنکبوت ۳۵۔

کیا تمہیں معلوم نہیں ہے کہ خداوند کریم نے ارشاد فرمایا ہے کہ اہل کتاب کے ساتھ صرف احسن انداز میں ہی مجادلہ کرو اس روایت میں آگے چل کر معصوم نے بہت عمدہ نکات بیان کیے ہیں اور جدال احسن اور غیر احسن کو بیان فرمایا ہے۔ امام نے احسن جدال اور غیر احسن جدال کے بارے میں پوچھے گئے سوالات کے جواب میں فرمایا۔

أَمَّا الْجِدَالُ بِغَيْرِ الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ أَنْ تُجَادِلَ مُبْطِلًا فَيُورِدَ عَلَيْكَ بَاطِلًا فَلَا تَرُدُّهُ بِحُجَّةٍ قَدْ نَصَبَهَا اللَّهُ تَعَالَى وَ لَكِنْ تَجَحَّدُ قَوْلَهُ أَوْ تَجَحَّدُ حَقًّا يُرِيدُ ذَلِكَ الْمُبْطِلُ أَنْ يُعِينَ بِهِ بَاطِلَهُ فَتَجَحَّدُ ذَلِكَ الْحَقُّ مَخَافَةَ أَنْ يَكُونَ لَهُ عَلَيْكَ فِيهِ حُجَّةٌ لِأَنَّكَ لَا تَدْرِي كَيْفَ الْمَخْلُصُ مِنْهُ فَذَلِكَ حَرَامٌ عَلَى شِيعَتِنَا أَنْ يَصِيرُوا فِتْنَةً عَلَى ضُعَفَاءِ إِخْوَانِهِمْ وَ عَلَى الْمُبْطِلِينَ أَمَّا الْمُبْطِلُونَ فَيَجْعَلُونَ ضَعْفَ الضَّعِيفِ مِنْكُمْ إِذَا تَعَاظَى مُجَادَلَتَهُ وَ ضَعْفَ فِي يَدِهِ حُجَّةٌ لَهُ عَلَى بَاطِلِهِ وَ أَمَّا الضُّعَفَاءُ مِنْكُمْ فَتَنَعَّمْ قُلُوبُهُمْ لِمَا يَرَوْنَ مِنْ ضَعْفِ الْمُحِقِّ فِي يَدِ الْمُبْطِلِ -<sup>(۱)</sup>

امام نے ارشاد فرمایا کہ غلط جدل یہ ہے کہ تمہارے پاس دلیل کے ہوتے ہوئے طرف مقابل غلط انداز میں تمہارے کلام کی نفی کرے یا وہ تو برحق کلام کرے لیکن تم خوف کی وجہ سے اس کے برحق کلام کی نفی کر ڈالو۔ صرف مقابل کے برحق کلام کو قبول نہ کرنا غیر احسن اور غلط مجادلہ ہے۔ اسی طرح امام نے مذکورہ روایت میں فرمایا ہے کہ اگر برحق دلیل اور کلام کو قبول نہ کرو گے تو اس کے دو خطرے موجود ہیں ایک تو یہ کہ مؤمنین اور مسلمان کہیں گے کہ ہمارے بھائی کی بات قبول نہیں کی گئی اور اسی طرح مخالف بھی کہے گا کہ تمہارے واعظ نے جواب نہیں دیا ہے۔

چنانچہ مبلغ کو چاہیے کہ وہ مجادلہ کو اچھی طرح سیکھے البتہ مجادلہ معمولاً فردی تبلیغ میں ہوتی ہے کیوں کہ بعض اوقات ایک فرد یا گروہ جن کی معلومات زیادہ نہیں ہوتی ہیں وہ مبلغ کے ساتھ بحث کرنا شروع کر دیتے ہیں مبلغ ان کو صحیح جواب دیتا ہے لیکن وہ مبلغ کی بات کو نہیں سمجھتے ہیں اس موقع پر مبلغ کو چاہیے کہ وہ بحث کو مزید جاری نہ رکھے بلکہ فوراً بحث کا زاویہ بدل ڈالے تاکہ وہ مبلغ کی بات کو سمجھ سکیں قرآن مجید میں بھی اس قسم کی جدل کے نمونے موجود ہیں۔

الْمُ تَرَى إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ<sup>(۲)</sup>

آپ ملاحظہ فرمائیں کہ اس مجادلہ میں حضرت ابراہیمؑ نے خداوند عالم کا یہ تعارف کروایا ہے وہ زندہ کرتا ہے اور مارتا ہے نمود نے جواب دیا یہ کام تو میں بھی کرتا ہوں اس نے حکم دیا کہ دو ایسے افراد کو لایا جائے جو زندان میں ہوں ایک کو آزاد کر دیا اور ایک کو قتل

۱۔ احتجاج طبرسی، ج ۱، ص ۱۵۔

۲۔ بقرہ: ۲۵۸۔

کردیا اس مقام پر نمود نے زندہ کرنا اور مارنا کے معنی میں مغالطہ کیا ہے کیوں کہ زندہ کرنے کا معنی یہ ہے کہ مردہ مادے کو حیات دی جائے اور قتل کرنے اور مارنے میں بھی فرق ہے اس موقع پر حضرت ابراہیمؑ نے دیکھا کہ اس طرح بحث کرنے کا کوئی فائدہ نہیں ہے چنانچہ انہوں نے فوراً اپنا موضوع تبدیل کیا اور فرمایا کہ میرا خدا سورج کو مشرق سے طلوع کرتا ہے تو اگر خدا ہے تو اسے مغرب سے طلوع کر اس موقع پر نمود کا عجز واضح ہو گیا اور وہ حیران و سرگردان ہو گیا دوسرا نکتہ یہ ہے کہ جدل میں مثال سے استفادہ کرنے کی ضرورت ہے کیوں کہ مثال کسی مطلب کو سمجھانے میں بہت موثر واقع ہوتی ہے۔

### تہاجی تبلیغ (بہ صورت حملہ)

تبلیغ میں اگر آپ دشمن کے حملہ کرنے سے قبل وار کر ڈالیں تو اس کے بھی دور رس نتائج نکلتے ہیں اور دشمن ابھی پہلے حملے سے ہی فارغ نہیں ہوتا ہے کہ اسے دوسرے حملے کا سامنا کرنا پڑتا ہے اس کا واضح نمونہ واقعہ "مک فارلین" ہے امریکی ریڈیو نے سن ۱۹۸۷ء کو رات ساڑھے آٹھ بجے اس طرح اعلان کیا "آخری ہفتہ کے دوران امریکہ اور ایران کی مناسبات سے جو تحولات پیدا ہوئے ہیں وہ اس قدر وسیع تھے کہ امریکی میڈیا نے انہیں بہت اچھا کہا ہے اور ان کا ایران کے انقلاب اور امریکی سفارت خانے پر قبضہ کرنے والے واقعات کے ساتھ مقایسہ کیا ہے۔

مندرجہ بالا امریکی خبر سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ ایرانی سیاست مداروں نے نے ایسے مطالب کو پھیلا یا ہے جس نے دشمن کے وار سے قبل وار کا کام کیا ہے اور دشمن کو ورطہ حیرت میں ڈال دیا ہے اور وہ حیران تھے کہ اس کا کس طرح جبران کیا جائے اور کیا کہیں اسی کیفیت میں مندرجہ بالا مطالب بیان کیا جو خود ان کی زبانی ان کے خلاف جاتے تھے۔ یہ بات بھی مخفی نہ رہے کہ اس قسم کی تبلیغ خاص مقام اور مخصوص افراد کے لیے ہوتی ہے اور اسے ہر جگہ اور ہر ایک کے لیے استعمال نہیں کیا جاسکتا۔

### خلاصہ

۱. سامعین کی تعداد کو دیکھتے ہوئے تبلیغ دو اقسام پر مشتمل ہے

• انفرادی تبلیغ یعنی ایک فرد کے لیے تبلیغ

• اجتماع کے لیے تبلیغ

۲. انفرادی تبلیغ میں دو اہم اصولوں کو ملحوظ خاطر رکھنا جائے

• فرد کی اصلاح کی روش

• مخاطب کا انٹرویو

۳. کسی فرد کے ساتھ انٹرویو میں درج ذیل نکات کو مد نظر رکھا جائے

- مخاطب کے ساتھ غیر رسمی گفتگو یعنی اس کی احوال پر سی وغیرہ اور اس کے موضوع کے متعلق گفتگو
- مخاطب کی گفتگو کو غور سے سننا
- مخاطب کے جالب مطالب کی تائید کرنا
- اگر مخاطب انٹرویو سے بھاگ رہا ہے تو انٹرویو کے لیے کوئی اور وقت رکھ دیا جائے
- مخاطب کے ساتھ جو گفتگو کی جائے اس کا خلاصہ بیان کرنا
- گفتگو کو جاری رکھنے کے لیے کسی دوسرے وقت کو معین کرنا

۴. اجتماعی تبلیغ کی اپنی خصوصیات ہیں چنانچہ اس میں درج ذیل نکات کو ملحوظ خاطر رکھنا چاہیے۔

- خطیب اپنی ارزش علمی اور قدرت بیان کو جانتا ہو۔
- اجتماع کی مناسبت سے مطالب کو بیان کیا جائے
- عمومی مجلس میں خطاب کیا جائے
- انداز بیان آواز اور ادبی قواعد وغیرہ درست ہوں۔

۵. انفرادی تبلیغ یا اجتماعی تبلیغ تین طریقوں میں تقسیم ہوتی ہے جو یہ ہیں ۱۔ وضاحتی ۲۔ دفاعی ۳۔ تہاجمی (بہ صورت حملہ)

۶. وضاحتی تبلیغ میں مبلغ مجبور ہے کہ مطالب کو واضح کرنے کے لیے وضاحت کرے اور کبھی کبھی افکار کو جذب کرنے کی غرض سے زیادہ توضیح کی ضرورت ہوتی ہے چنانچہ کبھی تو مطلب کو واضح کرنے کے لیے اسے تجزیہ و تحلیل کا سہارا لینا پڑتا ہے
۷. تجزیہ و تحلیل کے چار مراحل ہیں

- اطلاعات کو بیان کرنا
- سوالات بیان کرنا
- جوابات
- جمع بندی اور نتیجہ اخذ کرنا

۸. تبیین فصلی (باب و مرحلہ) یعنی ہر مطلب کو فصل (و مرحلہ وار) کے طریقہ سے بیان کرنا۔

۹. گفتگو مختصر ہو یا مفصل اس کے تین مراحل بنتے ہیں۔

۱. ابتدائی و مقدماتی مرحلہ اس میں درج ذیل امور شامل ہیں

- تقریر کے موضوع کو واضح کرنا
- مسئلہ کو بیان کرنا
- انگیزہ ایجاد کرنا

۲. میانی فصل (یا مرحلہ) اس میں درج ذیل امور شامل ہیں

- اطلاعات کو پیش کرنا
- اطلاعات کو باہمی ربط دینا

۳. آخری باب (یا مرحلہ)

۱۰. دفاعی تبلیغ میں مبلغ دلائل یا مطلب کی وضاحت کے ساتھ اپنا دفاع کرتا ہے

۱۱. اگر مبلغ جدال احسن کی روش کو اختیار کرے تو اسلامی انقلاب کی اقدار کا بہتر انداز میں دفاع کر سکتا ہے البتہ اسے جدال غیر احسن سے دامن بچانا ہوگا۔

۱۲. تہاجمی تبلیغ (بہ صورت حملہ) میں دشمن پر اس کے حملہ کرنے سے قبل ہی کاری ضرب لگا دی جاتی ہے جس کی وجہ سے وہ سرگردان ہو جاتا ہے اور اس سے گلو خلاصی کے لیے ہاتھ پاؤں مارتا ہے۔

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

آٹھواں سبق

مخاطب میں تاثیر گزاری کی روش و طریقہ

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس



تمہید

موثر سرگرمی

اس درس کے بعد درج ذیل مطالب سے آشنائی ہوگی۔

۱. تبلیغ کی مختلف روش اور طریقہ کار جنہیں مخاطب قبول کرتے ہیں یا قبول نہیں کرتے۔
۲. ہر روش کی خصوصیات کی شناخت اور اس کا طریقہ استعمال۔
۳. موثر طریقہ کار پر توجہ اور اس کی مشق تاکہ احسن انداز سے تبلیغ کا وظیفہ انجام دیا جاسکے۔
۴. الہی تبلیغات کے دوسرے اصول و قواعد۔
۵. انفرادی و اجتماعی تبلیغ میں ان قواعد کا عملی مقام۔
۶. آزمائشی تبلیغ میں ان قواعد کو بروئے کار لایا جاسکتا ہے۔

تفصیل

تبلیغ کرنے کی روش اور طریقہ کار کو یاد کرنا بہت اہمیت کا حامل ہے اگر اشتباہ طریقہ سے تبلیغ کی جائے تو اس کا الٹا نتیجہ نکلتا ہے تبلیغ میں پیش آنے والے موانع اور اسباب میں دقت کی ضرورت ہے تاکہ صحیح تبلیغ کرنے کی روش کو یاد کیا جاسکے البتہ تبلیغی روش اور طریقہ کار معاشرہ پر حاکم اقدار و ثقافت پر موقوف ہے لہذا جیسے ہی معاشرتی اقدار میں تبدیلی آئے گی تبلیغ کی روش بھی خود بخود تبدیل ہو جائے گی۔ مندرجہ بالا بیانات کی روشنی میں یہ بات عیاں ہو جاتی ہے کہ ہر معاشرے میں خاص روش و طریقہ کار سے تبلیغ کرنے کی ضرورت ہے ہم اختصار کے ساتھ تبلیغ کے طریقہ کار کو بیان کرتے ہیں۔

۱۔ روش ہمراہی (یعنی مخاطب کے ساتھ ہو کر تبلیغ کرنا)

اس قسم کی روش میں مبلغ شروع میں بعض احساسات و عقائد میں مخاطب کے ہمراہ ہوتا ہے یہ ہمراہی محدود ہوتی ہے اور اس سے مبلغ کو مخاطب کی ظرفیت کا علم ہو جاتا ہے اس قسم کی روش کا نمونہ حضرت ابراہیمؑ کی روش تبلیغ میں دیکھا جاسکتا ہے جب آپؑ نے حران شہر میں تبلیغ فرمائی تھی۔ جس وقت مبلغ اس قسم کی تبلیغ کر رہا ہو اس وقت اسے ہر قسم کے غم و غصہ اور جذباتی ہونے سے پرہیز کی ضرورت ہے یعنی جس وقت سب افراد کو باطل پر دیکھتا ہے تو فوری طور پر جذباتی ہو کر رد عمل نہ دکھائے کیوں کہ اس طرح یہ شخص مخاطبین کی نگاہ میں غیر منطقی ہو جائے گا اور اس کی بات کا اثر ختم ہو جائے گا۔

۲۔ روش تفکر



اس قسم کی روش میں مخاطب میں یہ انگیزہ پیدا کیا جاتا ہے کہ وہ فکر کرے اور خطیب کی بات میں غور و فکر کرے یہ تبلیغ کرنے کا بہترین طریقہ ہے اس قسم کی تبلیغ کو ہم قرآن مجید اور انبیاء کرام اور آئمہ طاہرین کی سیرت میں دیکھ سکتے ہیں نفسیاتی طور پر یہ بات ثابت شدہ ہے کہ انسان ایسی خصوصیت رکھتا ہے کہ وہ نہیں چاہتا کہ احساس کرے کہ اس پر عقیدہ ٹھونسایا گیا ہے وہ اس بات کو ترجیح دیتا ہے کہ فکر کرے اور اپنے تفکر و عقیدہ کے مطابق عمل کرے چنانچہ قرآن مجید میں ارشاد ربانی ہے: **قُلْ سِيدُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ** <sup>(۱)</sup>

اے حبیب انہیں کہہ دو کہ وہ زمین پر گردش کریں اور گذشتہ امتوں کی عاقبت کو دیکھیں جنہوں نے جھٹلایا تھا یہ جو قرآن مجید انسان کو دعوت دے رہا ہے کہ وہ گذشتہ اقوام کے بارے میں فکر کرے یہ اس لیے ہے کہ انسان آزادانہ طور پر انتخاب کرے اور آزادانہ طور پر اپنے عقل کے مطابق عقیدہ کو بنائے۔

اگر انسان اپنی فکر کے ساتھ آزادانہ طور پر کسی عقیدہ کو اپناتا ہے تو اس کی حفاظت کی خاطر جان و مال کی قربانی دینے کو آمادہ رہتا ہے اس قسم کے تاریخ میں بے شمار نمونے موجود ہیں عہد حاضر میں ایران کے رضا کاروں کی شجاعت جنہیں بسبب کہا جاتا ہے وہ اسی کی مصداق ہے کہ جس نے اپنے امام کی رہبری میں اعتقادات کی حفاظت کی خاطر جان و مال کی قربانی دی ہے۔ روش تفکر کو عملی کرنے کے لیے ضروری ہے کہ مبلغ سوال کو مطرح کرے یا مقائسہ و داستان یا کوئی تاریخی واقعہ بیان کرے مخاطبین کو دعوت فکر دے سکتا ہے۔

۳۔ نمونہ عمل کو بیان کرنا

نمونہ عمل کو پیش کرنا گویا مجسم دلیل ہے۔ نمونہ عمل کیوں کہ واقعہ کو عملی صورت میں پیش کرتا ہے لہذا افراد میں اس کا اثر بہت زیادہ ہوتا ہے تاریخ اسلام اور قرآن مجید میں بہت سارے مقامات پر اس روش سے استفادہ کیا گیا ہے چنانچہ قرآن مجید میں آیا ہے کہ: **لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ** <sup>(۲)</sup>

بہت سارے مقامات پر جب انسان کسی نتیجہ پر پہنچ جاتا ہے پھر بھی اسے ایک آئیڈیل اور نمونہ عمل کی ضرورت ہوتی ہے جو اس سے نتیجہ کی عملی صورت ہو تاکہ انسان کو اس نتیجہ کے صحیح ہونے کا اطمینان ہو جائے خصوصاً نوجوان اور جوان بہت سارے مفاہیم کو قبول کرنے میں نمونہ عمل کو تلاش کرتے ہیں۔

نمونہ عمل بیان کرنے کے لیے حتی الامکان کوشش کی جائے کہ کسی خاص فرد کا نام نہ لیا جائے شروع میں کسی ایک موضوع کی مثبت یا منفی خصوصیات کی وضاحت کی جائے اس کے بعد اگر ضرورت ہو تو بطور نمونہ کسی نمونہ عمل کو پیش کیا جاسکتا ہے اس سلسلہ

۱۔ انعام: ۱۱۔

۲۔ احزاب: ۲۰۔



میں آئمہ طاہرین کی شخصیات سے استفادہ کیا جاسکتا ہے خصوصیات کی وضاحت کے دوران بطور نمونہ اچھے دوست اور بے دوست کی مثال پیش کی جاسکتی ہے اور بجائے اس کے کہ برے دوست کا نام لیا جائے اس کی خصوصیات کو بیان کیا جائے نتیجہ مخاطب اپنی فکر کے ذریعہ کیوں کہ اس میں زیبا طلبی اور حقیقت جوئی کا انگیزہ موجود ہے حتماً ان خصوصیات والے دوست کو منتخب کرے گا جس میں مثبت خصوصیات پائی جاتی ہوں گی۔

۴۔ روش تمثیلی

اگر روش تمثیلی دوسری روشوں کو مکمل کرنے والی ہوتی ہے لیکن اس کا سب سے بڑا امتیاز یہ ہے کہ اس کے ذریعہ غیر مستقیم طریقہ سے استفادہ کیا جاتا ہے یعنی تبلیغ کے دوران اور پیغام رسانی میں غیر مستقیم طریقہ سے تبلیغ کی جاتی ہے قرآن مجید میں ارشاد ہوا ہے۔

مَثَلُ الَّذِينَ حُمِلُوا التَّوْرَةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا بِئْسَ مَثَلُ الْقَوْمِ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ<sup>(۱)</sup>

۵۔ روش تدریجی

انسان جسمانی اور نفسانی طور پر تدریجاً رشد کرتا ہے ایک اصول کہ جس جو ماہرین بیالوجی، نفسیات اور جامعہ شناس نے تائید کی ہے وہ یہ ہے کہ انسان خداوند عالم کی کی جانب سے تعیین شدہ قانون کے تحت تدریجی طور پر رشد کرتا ہے۔

اسی طرح جسمانی و روحانی رشد کو بھی تدریجی سمجھتے ہیں ان کا عقیدہ ہے کہ انسان میں جو حرکات بھی پیدا ہوتی ہیں اس کا پہلے سے کوئی زمینہ موجود ہوتا ہے شاید چند ایک ہی ایسی حرکات ہوں جو اس قانون سے مستثنی ہوں۔

مذکورہ مطالب پر قرآن مجید میں بے شمار آیت موجود ہیں بطور نمونہ ہم اسلام کا شراب کے بارے میں حکم کو بیان کرتے ہیں جو تدریجی طور پر حرام ہوا ہے زمانہ جاہلیت میں شراب عام طور پر رائج تھا اور لوگوں کی پسندیدہ چیز شمار کیا جاتا تھا اور اس کے تقریباً ۲۰۰ نام رکھے ہوئے تھے اس لیے خداوند کریم نے اسے ایک ہی دفعہ حرام نہیں کیا ہے بلکہ اس کی حرمت تدریجی آئی ہے آیت شریفہ میں آیا

ہے: يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعَةٌ لِلنَّاسِ وَإِنَّهُمَا لَأَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا<sup>(۲)</sup>

اس کے بعد اسلام نے مسلمانوں کو مستی کی حالت میں نماز میں آنے سے منع کیا ہے چنانچہ ارشاد ربانی ہوتا ہے:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْرَبُوا الصَّلَاةَ وَأَنْتُمْ سُكَارَى حَتَّى تَعْلَمُوا مَا تَقُولُونَ<sup>(۳)</sup>

۱۔ جمعہ: ۵۔

۲۔ بقرہ: ۲۱۹۔

۳۔ نساء: ۴۳۔

اس کے بعد جب مسلمانوں نے یہ عادت بنالی کہ وہ شراب سے دوری اختیار کر سکیں تو اس کے بعد قرآن مجید کا قطعی حکم آیا کہ شراب نوشی حرام ہے چنانچہ خداوند عالم نے ارشاد فرمایا: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ<sup>(۱)</sup>

اور آخر کار شراب نوشی پر حد مقرر کی گئی ہے البتہ مسائل کو بیان کرتے وقت زمانہ زیادہ طولانی نہیں ہونا چاہیے تدریجی ہونے کا مطلب یہ ہے کہ جس طرح قرآن مجید میں آیا ہے کہ مطلب کو قبول کرنے کے لیے زمین ہموار کی جائے۔

### ۶۔ استدلالی روش

خداوند عالم نے قرآن مجید میں رسول خدا ﷺ کو مامور کیا ہے کہ لوگوں کو روشن دلائل کے ذریعہ خداوند عالم کی طرف دعوت دیں چنانچہ آیت شریفہ میں آیا ہے: ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ<sup>(۲)</sup>

اس بات کی طرف توجہ کرتے ہوئے کہ استدلال کا شمار "خطابت تحلیلی" میں سے ہوتا ہے اور اس کا ایک جزء شمار ہوتا ہے لہذا تحلیلی خطابت کے ضمن میں اس سے مفصل بحث کریں گے اس مقام پر صرف اہل بیت کی روایت کو ذکر کرتے ہیں کی امام جعفر صادق نے دھریوں کے ساتھ جو بحث کی ہے اسی استدلالی روش کو اختیار کیا گیا ہے اسی طرح امام جعفر صادق کے شاگرد ہشام بن حکم اور عمر بن عبید کے مابین مناظرہ بھی اس کا ایک نمونہ ہے۔ تبلیغ کی یہ روش خواص کے لیے ہوتی ہے البتہ اس کے قواعد کی مراعات کرنا ضروری ہے اگر ان قواعد کی پیروی نہ کی گئی تو نہ صرف اس کا کوئی اثر نہیں ہوگا بلکہ الٹا نتیجہ نکلے گا۔

### ۷۔ غیر مستقیم روش و طریقہ کار

عہد حاضر میں تبلیغ کی غیر مستقیم روش کو طاقت ور ترین روش کے طور پر خیال کیا جاتا ہے کمپنیاں، ادارہ جات اور دوسرے تبلیغی مراکز کی یہ پوری کوشش ہوتی ہے کہ لوگوں کو ابتداء میں ان کے اہداف و مقاصد سے آشنائی نہ ہو مثلاً فلم میں لباس کا ڈیزائن، مختلف رنگ، موسیقی اور ڈیٹاگ وغیرہ کو اس طرح منظم کیا جاتا ہے کہ اپنے مورد نظر مقاصد کو اعتقاد و باور میں تبدیل کر دیتے ہیں غیر مستقیم تبلیغ کی مختلف اقسام ہیں چنانچہ جنہیں تبلیغ کی جارہی ہے ان کی ثقافت اور تقاضوں کو مد نظر رکھ کر اس کا انتخاب کیا جاتا ہے اس مقام پر غیر مستقیم کے دو شیوہ جات ہیں جن کی زیادہ اہمیت کو بیان کیا جاتا ہے۔

### الف۔ افواہ کی روش

۱۔ مائدہ: ۹۰-۹۱۔

۲۔ نمل: ۱۲۵۔



اس روش میں غیر مصدقہ افواہیں پھیلا کر عمومی افکار میں تشویش کی لہر دوڑائی جاتی ہے اس روش کی ایک حقیقت یہ ہے کہ اکثر مواقع پر وہ افراد جو غیر جانبدار ہوتے ہیں یا افواہیں پھیلانے والوں کے مخالفین بھی افواہیں پھیلانا شروع کر دیتے ہیں چنانچہ ہر جز کو تحقیق کے بغیر یا اس کے منبع کے بغیر اسے نشر نہ کریں کیوں کہ اس طرح کرنے سے کبھی کبھی دشمن کی خدمت کی جاتی ہے۔

ب۔ خبر سازی کی روش

یہ روش دو صورتوں میں قابل استفادہ ہے

الف۔ افواہوں کو کامل کرنے کے بعد اور اس میں زیادہ قوت اور تاثیر گزاری سے استفادہ

ب۔ اطلاع رسانی کی صورت میں خبر سازی اور درست و منطقی استدلال کے ساتھ یہ تمام افواہوں اور دشمن کی شیطنت کو ختم کر دیتی ہیں کیوں کہ مبلغ مخالفین اور موضوع سے آگاہی رکھتا ہے اور مطالب کو کسی دوسرے قالب میں بیان کر دیتا ہے اور آرام کے ساتھ موضوع کو روشن کر دیتا ہے کیوں کہ اگر غیر مستقیم طریقہ سے وارد ہو تو مخاطبین یہ خیال کرتے ہیں کہ مبلغ رد عمل دکھا رہا ہے اور وہ دفاع کرنا شروع کر دیتے ہیں۔

براہ راست طریقہ کار اگر درج ذیل شرائط موجود ہوں تو اس روش سے استفادہ کیا جاسکتا ہے

الف۔ مخاطب میں اس کی ظرفیت موجود ہو

ب۔ مخاطب، مبلغ کو اچھی طرح جانتا ہو اور اس کے لیے خاص احترام کا قائل ہو۔

ج۔ موضوع مخاطب کی تمام شخصیت پر حاوی نہ ہو۔

د۔ اگر تبلیغ انتقادی و تنقیدی ہے تو حتماً اس کی شرائط جس میں موضوع سے کامل آگاہی، مفروضے ایجاد کرنا اور مشورے و رائے سے نوازنا وغیرہ کی مراعات کی جائے۔

اس روش میں مطالب کو صراحت و وضاحت کے ساتھ براہ راست مخاطب کے سامنے پیش کیے جاتے ہیں۔ بطور نمونہ رسول خدا ﷺ کا اس امیر شخص کے ساتھ سلوک کہ جس نے اپنے آپ کو فقیر سے الگ کر لیا تو آنحضرت ﷺ نے براہ راست اسے خطاب کرتے ہوئے فرمایا۔ کیا تجھے یہ خوف لاحق ہو گیا ہے کہ تیرا لباس آلودہ ہو جائے گا۔

۹۔ مطالب کو مخاطب کے ذہن میں مجسم کرنا (تداعی معانی)

اس قسم کی روش میں گذشتہ واقعات کو کسی طریقہ سے مخاطب کے ذہن میں اجاگر کیا جاتا ہے چنانچہ مبلغ کو چاہیے کہ وہ مورد نظر موضوع کے بارے میں کافی معلومات رکھتا ہو تاکہ ان سے استفادہ کیا جاسکے۔ امام زین العابدینؑ ایسے الٰہی مبلغ ہیں جنہوں نے اپنی تبلیغ کے دوران اس قسم سے بھی استفادہ کیا ہے مثلاً آپ نے واقعہ کربلا کو زندہ رکھنے کی غرض سے جس وقت بھی پانی کو دیکھا آنکھوں



میں آنسو بھرائے ہیں اور فرمایا اے حسین آپ پر سلام ہو لوگوں کو امام حسینؑ کی مظلومیت سے آگاہ کیا ہے روش رداعی مختلف انداز سے کی جاسکتی ہے اس کی ایک قسم شبیہ سازی ہے (کیوں کہ اس کے ذریعہ واقعہ کو مخاطبین کے لیے مجسم کیا جاتا ہے) بطور کلی ہم کہہ سکتے ہیں جس وقت بھی گذشتہ مطالب کو مخاطب کے ذہن میں مجسم کیا جائے تو کہا جائے گا کہ تداعی معنی ہوا ہے۔

۱۰۔ تبلیغی پیغام کے دھرانے کی روش

یہ روش خاص شرایط کے ساتھ مخصوص موضوعات میں اثر گذار ہوتی ہے دھرانے کے نتیجے میں مخاطب موضوع کی اہمیت اور جدید مطالب کو درک کر لیتا ہے قرآن مجید نے بہت ساری آیات میں اپنے مخاطبین کو حکم دیا ہے کہ وہ گذشتہ اقوام کے حالات نے نصیحت حاصل کریں مثلاً سورہ آل عمران آیت ۱۳۷، انعام ۱۱، نحل ۳۶، نمل ۶۴، عنکبوت ۲۰ اور سورہ روم کی آیت ۴۲ میں ارشاد فرمایا ہے

قُلْ سَيُذَوِّبُنِي فِي الْأَرْضِ فَأَنْظِرْهُوَ أَكَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْكٰذِبِينَ۔

اے پیغمبر! انہیں کہہ دو کہ یہ زمین میں گردش کریں اور دیکھیں کہ کہ جنہوں نے جھٹلایا ہے ان کی کیسی عاقبت تھی۔

اسی طرح سورہ رحمن میں آیت مبارکہ "فَبَأْتِيَ الْاَعْرَابَ كَمَا تَكْذِبَان" میں ۳۱ مرتبہ ذکر ہوتی ہے

جس وقت ایک بات کو دہرایا جائے تکراری مطالب ایک جیسے نہیں ہونا چاہیے جیسے آپ اس جملہ پر توجہ کریں مثلاً اگر کہا جائے کہ "محمد کتاب پڑھ رہا ہے" تو اس جملہ کو سات مرتبہ دہرایا جاسکتا ہے جب کہ سب کا معنی و مطلب ایک ہی ہے۔

۱۔ مجہول۔ کتاب محمد کے ذریعہ پڑھی جا رہی ہے

۲۔ منفی۔ محمد کتاب نہیں پڑھ رہا ہے

۳۔ سوالیہ۔ کیا محمد کتاب پڑھ رہا ہے؟

۴۔ منفی مجہول۔ کتاب محمد کے توسط سے نہیں پڑھی جا رہی ہے

۵۔ سوالیہ مجہول۔ کیا کتاب محمد کے وسیلہ سے پڑھی جا رہی ہے؟

۶۔ سوالیہ منفی مجہول۔ کیا کتاب محمد کے وسیلہ سے نہیں پڑھی جا رہی ہے؟

۷۔ سوالیہ منفی۔ کیا محمد کتاب نہیں پڑھ رہا؟

یہ سات صورتیں ہیں جن میں ایک جملہ کو الٹ پلٹ کر بیان کیا گیا ہے اور آٹھ صورتیں وجود میں آتی ہیں البتہ وہ جملے جن میں فعل متعدی استعمال ہوا ہے وہ اس اصل سے پیروی کرتے ہیں۔

۱۱۔ مخاطبین کی عزت و حوصلہ افزائی



انسان کے اندر رب سے قوی انگیزہ یہ ہے کہ اس کی تعریف کی جائے۔ انسان جب بچپن میں ہوتا ہے تو اس وقت اس کی یہ خواہش ہوتی ہے کہ اس کے کاموں کی تائید کی جائے جب نوجوانی کے مرحلے میں داخل ہوتا ہے تو دورا ہے پر کھڑا ہو جاتا ہے کہ کون سا راستہ صحیح اور کون سا راستہ درست نہیں ہے اس موقع پر نوجوان کو جس راستہ کی تشویق کی جاتی ہے وہ سمجھتا ہے یہ راستہ صحیح ہے اس بات کا امکان موجود ہے کہ دوسرے لوگ اسے جس کام پر داد دے رہے ہوں وہ عقلی طور پر درست نہ ہو لیکن یہ نوجوان یہی سمجھتا ہے کہ جس بات پر مجھے داد تحسین دی جا رہی ہے یہی جاہ راہ راست ہے۔

اصولاً تشویق و ترغیب کے ذریعہ بہترین استعداد کو بیدار کیا جاسکتا ہے مخاطبین کے دلوں میں نفوذ پیدا کیا جاتا ہے اور انہیں خیر و نیکی کی طرف بلایا جاسکتا ہے البتہ تحسین اور تشویق بھی بجا ہونا چاہیے اور اس میں زیادہ روی نہیں ہونا چاہیے تشویق و تکریم کی بھی دو قسمیں ہیں ۱۔ مثبت ۲۔ منفی

قرآن مجید نے اس روش سے بھی استفادہ کیا ہے جیسے ارشاد ہے:

قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ -- الَّذِينَ يَرْتُونَ الْفِرْدَوْسَ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ<sup>(۱)</sup>

تحقیق مؤمنین فلاح یافتہ ہیں اور جنت الفردوس ان کی منزل ہے اور وہ اس میں ہمیشہ رہیں گے خلاصہ یہ کہ تکریم و تشویق کا انداز مثبت ہونا چاہیے اس میں حتی المقدور یہ کوشش کرنا ہوگی کہ کسی شخص کی ذات کی تعریف نہیں کرنا ہے بلکہ اس کے کام پر داد تحسین دینا ہے تاکہ یہ کام مزید آگے بڑھے۔

۱۲۔ ڈرانے کی روش

ڈرنے کا عنصر ہر انسان میں موجود ہے البتہ اس کو ہدایت کرنے کی ضرورت ہے اگر

مبلغ اسی عنصر سے استفادہ کر کے مخاطب کے دل و دماغ میں خداوند متعال سے ڈرنے کا انگیزہ پیدا کر دے تو بہت ساری اخلاقی و اعتقادی مشکلات ختم ہو جائیں گی قرآن

مجید نے اس روش سے استفادہ کیا ہے اور بہت ساری آیات میں بدکار افراد کو دردناک عذاب کا وعدہ دیا ہے چنانچہ قرآن مجید میں آیا ہے: أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الْحَيَاةَ الدُّنْيَا بِالْآخِرَةِ فَلَا يُخَفَّفُ عَنْهُمْ الْعَذَابُ وَلَا هُمْ يُنصَرُونَ<sup>(۲)</sup>

یہ وہی ہوگے ہیں کہ جنہوں نے آخرت کے بدلے دور وزہ زندگی کو خریدا ہے ان کے دردناک عذاب میں کسی قسم کا چھوٹ نہ ہوگی اور نہ ہی ان کی کوئی مدد کرنے والا ہوگا۔

اس طرح دوسرے مقام پر ارشاد فرمایا۔ عربی عبارت

۱۔ المؤمنون: ۱۱۔

۲۔ بقرہ: ۸۶۔



جس شخص نے بھی خدا اور رسول خدا ﷺ کی نافرمانی کی اور حدود الہی سے تجاوز کیا خداوند عالم اسے آتش جہنم میں ڈال دے گا وہ ہمیشہ وہاں پر عذاب میں رہے گا اور یہ ذلت و خواری والا عذاب ہوگا۔

۱۳۔ شعاری روش

شعار ایک مختصر جملہ کو کہتے ہیں جس میں کوئی پیغام بھی ہوتا ہے شعار ایسے جملات سے تشکیل پاتا ہے جس میں اقدار اور ضد اقدار وغیرہ پائے جاتے ہیں اور مخاطب میں حرکت کا انگیزہ ایجاد کرتا ہے تبلیغ شعاری کچھ لکھ کر، کبھی خطابت کے دوران بیان کر کے کی جاتی ہے اور علمی مراکز میں شعار کو ایک اسلحہ کے طور پر پہچانا جاتا ہے۔

تبلیغات میں کس طرح شعار سے استفادہ کیا جائے اس کے لیے کوئی خاص فرمولہ تو موجود نہیں ہے البتہ ان کو بیان کرنے کے قواعد ذکر ہوتے ہیں چنانچہ مبلغ کو چاہیے کہ قواعد کی روشنی میں شعار بنائے جائیں یہ قواعد درج ذیل ہیں۔

۱۔ شعار کو مختصر اور سادہ ہونا چاہیے۔

۲۔ جستجو کرانے کی طاقت رکھتا ہو۔

۳۔ مقاصد کو آگے بڑھانے والا ہو۔

۴۔ الہی و معنوی اقدار کا حامل ہو۔

۵۔ احسن طریقہ سے بنایا جائے۔ قافیہ، تہج اور کلمات کی ترکیب بہت اہم ہے۔

۶۔ لوگوں کے مزاج کے مطابق ہو تاکہ لوگ اسے قبول کریں اور اس کا تکرار کریں یعنی دہرائیں۔

۷۔ شعار میں کسی قسم کا نقص و عیب نہ ہو۔

شعار بناتے وقت اگر اس میں بے احتیاطی برتی جائے تو اس کا نتیجہ برعکس نکلے گا۔ اور کم ترین اثر یہ ہے کہ اس کی تاثیر ختم ہو جائے گی شعار (نعرے) بناتے وقت تقویٰ الہی کو ملحوظ خاطر رکھا جائے تاکہ کہیں لاشعوری طور پر شیطان نفوذ نہ کرے۔

### خلاصہ

۱. تبلیغ میں پیغام تبلیغ کے علاوہ روش تبلیغ بھی ضروری ہے اور اسے سیکھنا ضروری ہے۔

۲. ہر معاشرے میں اس کے تقاضوں کے مطابق تبلیغ کی جائے۔

۳. تبلیغ کے بعض طریقہ کار اور روش درج ذیل ہیں۔

۴. روش ہمراہی، اس طریقہ کار میں مبلغ اپنے مخاطب کے احساسات و جذبات کے ہمراہ ہو جاتا ہے یعنی اس ک ہاں میں ہاں ملاتا ہے

۵. روش تفکر، اس میں مخاطب میں انگیزہ پیدا کیا جاتا ہے کہ وہ تفکر سے کام لے تاکہ حقائق کو درک کر سکے۔



۶. نمونہ عمل کی روش، بعض افراد کو نمونہ عمل بنانا تاکہ حقائق کو عملی صورت میں مخاطب کو دکھایا جاسکے۔
۷. روش تمثیلی، یہ دوسرے طریقہ کار کو مکمل کرنے والی ہوتی ہے کیوں کہ یہ غیر مستقیم ہوتی ہے اس لیے اس کی تاثیر زیادہ ہوتی ہے
۸. روش تدریجی، یہ انسان کے جسمانی و روحانی رشد کی بنیاد پر ہے یعنی بعض مطالب کو تدریجاً بیان کیا جائے۔
۹. روش استدلالی، اس کو خواص میں استعمال کیا جاتا ہے لیکن اس کے قواعد کو ملحوظ خاطر رکھنا بھی ضروری ہے۔
۱۰. تبلیغ کے جملہ طریقہ کار میں سے درج ذیل اہم ہیں۔
۱۱. غیر مستقیم روش۔ یہ روش طاقت و ترین طریقہ کار ہے اور اس کی مختلف اقسام ہیں جیسے انوائس اور خبر سازی وغیرہ
۱۲. مستقیم (براہ راست) روش۔ اس میں مخاطب کو براہ راست صراحت و وضاحت کے ساتھ مطالب بیان کیے جاتے ہیں البتہ مخاطب میں ان کو سننے کی ظرفیت ہونا چاہیے اور ساتھ ہی مخاطب کو مبلغ کی خاص حیثیت معلوم ہونا چاہیے۔
۱۳. تداعی معانی کی روش۔ گذشتہ مطالب کو مجسم کر کے مخاطب کے سامنے پیش کرنا
۱۴. تبلیغی پیغام کا تکرار۔ تکرار و دہرانے کی صورت میں مخاطب موضوع کو تمام جہات سے درک کر لیتا ہے
۱۵. مخاطبین کی تشویق و تکریم۔ اس روش میں مخاطبین کی مثبت انداز میں تشویق و تکریم کی جاتی ہے۔
۱۶. ڈرانے کی روش۔ یہ قرآن مجید کی بھی روش ہے۔
۱۷. شعاری روش۔ شعار (نعرے) میں مختصر اور پیغام پر مشتمل جملے ہونا چاہیں۔

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

نواں سبق

گمراہ تبلیغ اسلوب اور تبلیغی تجربات

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس



تمہید

## شیطانی تبلیغ کی روش

اس درس کو بیان کرنے سے درج ذیل مطالب واضح ہو جائیں گے

۱. منافقانہ روش تبلیغ اور اسلام کے دشمنوں کا طریقہ کار
۲. شیطانی تبلیغ کا الہی تبلیغ کے ساتھ مقاسمہ اور دونوں کا مقام
۳. مقام عمل و تبلیغ میں ہمیشہ الہی روش سے پرہیز اور شیطانی روش سے استفادہ
۴. تبلیغ میں تجربہ کا مقام اور اس کے اثرات
۵. جب بھی نکات کو بطور تجربہ بیان کیا جائے ان سے غفلت نہ برتی جائے۔

تفصیل

باطل کی تبلیغ کرنے والے پیغام حق کا مقابلہ کرنے کے لیے ایسے وسائل سے استفادہ کرتے ہیں کہ جن سے الہی مبلغ کو آگاہی ضروری ہے وہ اپنے مقاصد کو پانے کے لیے ہر قسم کے وسائل سے استفادہ کرتے ہیں چنانچہ الہی مبلغ کے لیے ضروری ہے کہ وہ ان حربوں سے آگاہ ہو جس طرح قرآن مجید میں آیا ہے کہ ان کا اصل کام فریب دینا ہے لہذا ان کا مقابلہ کرنے کے لیے مؤمنین کو ان سے آگاہ کرنا ضروری ہے بطور نمونہ ہم شیطان کی چند روشوں کو بیان کرتے ہیں جس طرح اس سے قبل بھی اشارہ کیا جا چکا ہے کہ اس روش کو دو دلائل کی بنا پر بیان کر رہے ہیں۔

اولا۔ مبلغ کو چاہیے کہ اس روش سے آشنائی حاصل کرے کہیں ایسا نہ ہو کہ لاشعوری طور پر اس روش میں پھنس جائے

ثانیا۔ لوگوں کو آگاہ کرے کہ وہ اس شیطانی روش سے اثر قبول نہ کریں۔

شیطانی طریقہ تبلیغ درج ذیل ہیں۔

۱۔ فریب کارانہ دلسوزی ہمدردی

لوگوں کو فریب دینے کی خاطر برے کاموں کو اچھا کر کے پیش کرتے ہیں اگر اسے انجام دینے میں مشکلات سے دوچار ہو جائیں تو دو سروں کو مجرم خیال کرتے ہیں بطور نمونہ قرآن مجید نے ایسی منظر کشی کی ہے کہ وہ ذمہ داری کو اس لیے قبول کرتے ہیں تاکہ لوگوں کو دھوکہ دے سکیں ان ک ہاں خدمت مد نظر نہیں ہوتی۔



وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لِلَّذِينَ آمَنُوا اتَّبِعُوا سَبِيلَنَا وَلْنَحْمِلْ خَطَايَاكُمْ -- لَكَآذِبُونَ<sup>(۱)</sup>

طول تاریخ میں بہت زیادہ ایسے واقعات موجود ہیں جن میں شیاطین نے مختلف حربوں سے نوجوانوں کو اپنے جال میں پھنسا یا ہے اور آخر میں ان کو تنہا چھوڑ دیا ہے۔ جوانوں میں ایسے جوان جن میں بلند پروازی کی صلاحیت ہوتی ہے وہ زیادہ ان کے ہاتھ لگتے ہیں۔

۲۔ افواہ سازی۔ اسلام کے دشمن لوگوں کے ذہنوں میں تشویش کی لہر دوڑانے کی خاطر افواہیں پھیلاتے ہیں۔ اور ان کی کوشش ہوتی ہے کہ اس کام کے لیے ایسے افراد کا انتخاب کیا جائے جو غیر جانبدار ہوں یا حق کے مخالف ہوں تاکہ لوگ بہتر انداز میں ان کی باتوں کو باور کر سکیں الہی مبلغ کو چاہیے کہ وہ مطالب کو ذکر کرتے وقت دقیق تحقیق کرے ورنہ دشمن کے محاذ کو تقویت ملے گی مبلغ کو چاہیے کہ وہ گذشتہ صدی کے تمام شیطانی حربوں سے آگاہ ہو اور عوام کو بھی ان سے آگاہ کرے اہم ترین شیطانی حربے جن سے افواہیں پھیلائی جاتی ہیں درج ذیل ہیں۔

### الف۔ خواتین

دشمن اچھی طرح جانتا ہے کہ عورتیں معمولاً صادق ہوتی ہیں اور آسانی کے ساتھ مطالب کو دوسروں تک منتقل کر سکتی ہیں چنانچہ زیادہ دیر نہ گزرے گی دوسرے لوگ ان کی افواہوں سے آشنا ہو جائیں گے۔ خواتین میں کیوں کہ عاطفہ اور احساسات کی فراوانی ہوتی ہے اس لیے مطالب کو اس انداز میں بیان کریں گی کہ اس کا اثر بھی زیادہ ہو گا۔ عہد حاضر میں عالمی استخبارات اس روش سے خوب استفادہ کر رہا ہے۔

### ب۔ مجلات و اخبار

ماہرین کی رائے میں اخبار اور مجلات ملک کا چوتھا اہم ترین رکن ہوتے ہیں ایسے ممالک بہت کم ہوں گے جو اخبارات و مجلات کی اقتصادی صورت حال بہتر بنانے کی خاطر ان کی امداد کرتے ہوں لہذا اخبارات و رسائل مجبور ہیں کہ ایسے مطالب لکھیں جن سے ان کے خریداروں میں اضافہ ہو اور اسی طرح بعض اخبار ایسے بھی ہیں جو خاص گروہوں اور سیاسی جماعتوں سے وابستگی رکھتے ہیں چنانچہ انہیں اپنی پارٹی کے دستور کے مطابق لکھنا ہوتا ہے چنانچہ افواہیں پھیلانے میں اخبار و رسائل نمایاں کردار ادا کرتے ہیں۔

### ج۔ وسائل حمل و نقل (ٹیکسی و بس)

ٹیکسی و بس وغیرہ میں افواہوں کو آسانی سے پھیلا یا جاسکتا ہے لہذا افواہوں کو پھیلانے کے لیے اس روش سے بھرپور استفادہ کیا جاتا ہے اور عادی انداز میں ایک دوسرے سے گفتگو کرتے ہیں اور ان کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ اس طرح گاڑی میں سوار دوسرے افراد تک یہ پیغام پہنچ جائے گا۔ اس طرح جب ایک شخص کوئی نئی بات سنتا ہے تو وہ دوسروں سے سوالیہ انداز



میں پوچھتا ہے یوں ان کے مذموم مقاصد پورے ہو جاتے ہیں۔ افسوس کے ساتھ کہنا پڑتا ہے کہ دشمن نے گذشتہ سالوں میں اس روش سے بھرپور استفادہ کیا ہے۔

۳۔ جھٹلانا

کمزور اور دشمن افراد اپنے علم کو جتانے کی خاطر جس چیز کو نہیں جانتے ہیں اس کا انکار کر دیتے ہیں چنانچہ قرآن مجید ان افراد کے بارے میں ارشاد فرماتا ہے۔

بَلْ كَذَّبُوا بِمَا لَمْ يُحِيطُوا بِهِ عَلَيْهِ وَلَسَّآ يَأْتِيهِمْ تَأْوِيلُهُ<sup>(۱)</sup>

جس چیز کو نہیں جانتے یا اس کی تاویل سے آگاہ نہیں ہیں ان کو جھٹلا دیتے ہیں۔

یہ آیت مبارکہ صدر اسلام کے دشمنوں کو بیان کر رہی ہے لیکن موجودہ دور میں بھی ایسے افراد کی کمی نہیں ہے جو دوسروں کی بات کو جھٹلاتے ہیں یا مسلمانوں کی کامیابی کو جھوٹا خیال کرتے ہیں الہی مبلغین کو چاہیے کہ ان مواقع سے ہوشیار رہیں جہاں یہ خطرہ ہے کہ دشمنان اسلام اس کی تکذیب کریں گے۔

۴۔ جھوٹی فضا قائم کرنا

انسان کے اندر اگر غرور اور خود پرستی پیدا ہو جائے تو وہ جھوٹے احساس کا شکار ہو جاتے ہیں کبھی کبھی مذہب اور کبھی علم و آگاہی کے بارے میں اسی احساس کو قرآن مجید نے ان الفاظ میں یاد فرمایا ہے : وَيَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ مُّهْتَدُونَ<sup>(۲)</sup> وہ یہ خیال کرتے ہیں کہ ہدایت یافتہ ہیں یعنی وہ گمان کرتے ہیں کہ ہدایت یافتہ ہیں نتیجہ بزرگان اور مبلغین کی نصیحتوں پر کان نہیں دھرتے ہیں بلکہ مبلغین کو اپنا خیر خواہ نہیں سمجھتے وہ ایسے افراد کو پسند کرتے ہیں جو ان کی بہت زیادہ تعریف و تمجید کرے یہ اسی کے پیروکار بن جاتے ہیں۔

اس قسم کی تبلیغ کا طریقہ کار گذشتہ سالوں سے اسلامی ممالک میں رائج ہوا ہے اور اس کے بہت زیادہ اثرات ہیں مثلاً ایک خاص طبقے کی اس قدر تعریف کی جائے گی کہ وہ یہ سمجھ بیٹھیں کہ اس طرح ہیں اور کبھی ایک مسئلہ پر اس قدر بحث کی جائے گی کہ وہ معاشرے کا اہم ترین مسئلہ بن جائے گا جب کہ اس سے معاشرے کو کوئی فائدہ نہیں ہے یہ شیطانی روش ہے جو انتہائی دقیق ہے جس کے مستقبل میں بھیانک نتائج نکل سکتے ہیں یہ سلسلہ اگر دین و مذہب میں رائج ہو جائے تو ایک جھوٹی فضا قائم ہو جاتی ہے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ اس کا مقابلہ کرنے کے لیے آمادہ رہے

۵۔ شک و وسوسہ پیدا کرنا

شک و تردید سے گمراہی پیدا ہوتی ہے قرآن مجید میں آیا ہے :

۱۔ یونس: ۳۹۔

۲۔ زخرف: ۳۷۔



الَّذِي يُوسِسُ فِي صُدُورِ النَّاسِ<sup>(۱)</sup>

شیاطین انسانی قلوب میں وسوسہ ڈالتے ہیں تاکہ انہیں گمراہ کیا جاسکے حتیٰ کہ انسان ایک چیز کو اپنی آنکھ سے دیکھتا ہے لیکن تصور و خیال میں اسے ایک اور چیز خیال کرتا ہے اور پھر آخر کار اس حقیقت کا انکار کر دیتا ہے۔ اگر مبلغ ایسے مخاطبین کو تبلیغ کر رہا ہے دشمنوں کے بھی نرغہ میں ہیں تو آسانی کے ساتھ ان پر اثر انداز نہیں ہو سکتا کیوں کہ اس صورت حال میں مخاطبین کلام کی اپنے خیال کے مطابق تفسیر کرتے ہیں اس کے نمونہ کو آپ ایران میں "مشروطیت" کی تحریک کے دوران ملاحظہ کر سکتے ہیں۔

اس موقع پر شک و وسوسہ دور کرنے کی خاطر تبلیغ بھی تجزیہ و تحلیل جیسی ہونا چاہیے تاکہ مخاطب کو یہ بات باور کرائی جائے کہ مبلغ اس کی مورد نظر اطلاعات کو جانتا ہے اور اس کے علاوہ دوسری اطلاعات بھی رکھتا ہے اور جس چیز کی یہ تبلیغ کر رہا ہے یہ صرف عقدہ کشائی نہیں ہے بلکہ اس کے عقیدہ اور کامل گاہی کا نمونہ ہے۔

۶۔ اعمال کو مزین پیش کرنا

وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَالَهُمْ فَصَدَّهُمْ عَنِ السَّبِيلِ<sup>(۲)</sup>

شیطان ان کے برے کاموں کو ان کے سامنے اچھا پیش کرتا ہے اور انہیں صراط مستقیم سے ہٹاتا ہے یہ شیطان کی آسان ترین اور پر فریب ترین طریقہ کار ہے اور سونی صد غیر مستقیم بھی ہے چنانچہ دشمن بے حیائی کی ترویج اور مختلف سیاسی مشکلات کو ایجاد کرنے اور دینی رہبروں کی باتوں سے سرپیچی کرانے کی خاطر اس سے استفادہ کرتا ہے۔

دشمن ارادہ رکھتا ہے کہ اس طریقہ سے لوگوں کو گمراہ کیا جائے اس موقع پر رہبر کتنا ہی قوی کیوں نہ ہو معاشرے کے ایسے افراد جو دشمن کی پراپیگنڈے کی زد میں آچکے ہیں وہ نہیں سمجھ سکتے ہیں کہ وہ اشتباہ کر رہے ہیں اور دشمن کے مقاصد کو آگے بڑھا رہے ہیں دشمن کا ثقافتی طور پر نفوذ کرنا اس کا نتیجہ ہے یہ بھی آزادی کا نعرہ لگانے کی طرح ہے کہ جسے آسانی کے ساتھ ختم نہیں کیا جاسکتا بلکہ اس موقع پر حقیقت کو بیان کیا جائے۔ مبلغ کو چاہیے کہ جدید ترین روش سے استفادہ کرتے ہوئے لوگوں کی ہدایت کا سامان فراہم کرے کیوں کہ دشمن تو کبھی بھی چھوڑنے والا نہیں ہے۔

وَيُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُضِلَّهُمْ ضَلَالًا بَعِيدًا<sup>(۳)</sup>

اگر چاہتے ہیں کہ تاریخ سے درس لیں تو امام حسینؑ کی تحریک کر بلا سے درس عبرت لیں اور اسی طرح آخری صدی میں مرحوم دہلوی کی ہندوستان کی تحریک، الجزائر کا انقلاب اور مصر کے انقلاب کی شکست سے عبرت لیں کہ شیطان بزرگ امریکہ نے کس

۱۔ الناس: ۲۔

۲۔ عنکبوت: ۳۸۔

۳۔ نساء: ۶۰۔



طرح اپنے مکار دوست انگلیڈ کی مدد سے خاص گروہوں کو اہمیت دی ہے اور شیطان کا کام ہی یہی ہے کہ وہ اپنے مقاصد تک رسائی کے لیے اعمال کو مزین کر کے پیش کرتا ہے۔

البتہ واضح رہے کہ ان کا طریقہ واردات یہ ہے کہ کبھی ایک شخص یا گروہ جو ان کا مورد نظر ہوتا ہے کو مورد حملہ قرار دیتے ہیں تاکہ لوگ اس بات کو درک نہ کر سکیں کہ یہ فرد یا گروہ امریکہ یا انگلستان کے ایجنٹ ہیں اس کے بعد ان سے بھرپور استفادہ کیا جاتا ہے لہذا ایسے مراکز یا افراد و جماعتیں کہ عالمی استخبار کبھی تو ان کی حمایت کرتا ہے اور کبھی ان سے بیزار کرنا ہے کی خوب چھان پھٹک کی جائے کیوں کہ اس بات کا امکان موجود ہے کہ جن سے استخبار نے بیزار کرنا ہے حقیقت میں یہ استخبار کے نمک خوار ہوں اور یہ احتمال بھی موجود ہے کہ یہ نابغہ قسم کے افراد ہوں جنہیں استخبار خراب کرنا چاہتا ہو۔

یہ بات بھی لطف سے خالی نہیں ہے کہ کبھی استخبار کا ان مقاصد میں سے کوئی مقصد نہیں ہوتا بلکہ وہ صرف عوام کو گمراہ کرنا چاہتے ہیں یعنی عوام کی فکر کے دھارے کو موڑنا چاہتے ہیں۔

## ۷۔ فراموشی

فَأَنسَاهُ الشَّيْطَانُ ذِكْرَ رَبِّهِ<sup>(۱)</sup>

شیطان نے یاد خدا سے انہیں فراموش کر دیا۔

اسْتَحْوَذَ عَلَيْهِمُ الشَّيْطَانُ فَأَنسَاهُمْ ذِكْرَ اللَّهِ<sup>(۲)</sup>

شیطان نے ان کے دل پر سخت احاطہ کیا ہوا ہے اس طرح کہ انہیں مکمل طور پر ذکر خدا سے بیگانہ کر دیا ہے۔

دشمن کی ایک پیچیدہ ترین روش جو خصوصاً ان آخری سالوں میں زیادہ موثر واقع ہوئی ہے وہ یہ ہے کہ چھوٹے مسائل کھڑے کر دیے جائیں اور مبلغین کو ان میں الجھا کر اصلی مسائل سے انک توجہ کو ہٹا دیا جائے تاکہ انہیں فراموش کر دیں اس لیے تمام ملت اسلامیہ اور خصوصاً ملت کو اس بات کی طرف توجہ کرنے کی ضرورت ہے کہ دشمن انہیں خون شہداء کے پیغام سے دور کرنا چاہتا ہے اور یہ چاہتا ہے کہ لوگ اس بات کو بھول جائیں کہ انقلاب کا اصل مقصد کیا تھا۔ دشمن یہ چاہتا ہے کہ لوگ اس اسلامی اقدار کو بھول جائیں جن کی خاطر یہ اسلامی انقلاب برپا ہوا ہے دشمن نہیں چاہتا کہ مساجد میں رونق ہو اور ملت کا محور رہبر ہو اور دشمن کی یہ کبھی بھی خواہش نہیں رہی کہ ملکی قوانین اسلامی شریعت کے مطابق ہوں لہذا اس موقع پر انتہائی ہوشیاری کی ضرورت ہے تاکہ دشمن کی یلغار سے محفوظ رہ سکیں مبلغ کو چاہیے کہ وہ اپنی روح کی حفاظت کرے قرآن مجید ہمیں متوجہ کرتا ہے۔

۱۔ یوسف: ۴۲۔

۲۔ مجادلہ: ۱۹۔





وَيُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُضِلَّهُمْ ضَلَالًا بَعِيدًا<sup>(۱)</sup>

شیطان یہ چاہتا ہے کہ انہیں گمراہ کرے ایسی گمراہی کہ ہر قسم کی سعادت و آسودگی سے دور رہیں۔

اسلامی مبلغین کے تین اساسی و بنیادی ارکان ہیں۔ عقائد، اخلاق اور احکام۔ اگر سیاسی مسائل اور اجتماعی مسائل کے بارے میں تبلیغ کی جائے تو ان کا مبنی بھی یہی تین ارکان ہونے چاہیں ورنہ دشمن یہ کام کرے گا کہ مبلغین، سیکولرزم، آزادی، عورتوں کے حقوق وغیرہ میں الجھادے گا اور لوگوں کو ان کے اصلی تین ارکان سے محروم کر دے گا اور اس کا نتیجہ یہ نکلے گا کہ نماز، حجاب، امر بالمعروف و نہی عن المنکر، ایثار، شہادت طلبی، حفظ امانت یعنی انجام واجبات اور ترک محرمات فراموش ہو جائیں گے اور اسلامی اقدار کی جگہ ضد اقدار حاکم ہو جائیں گی۔

لوگوں کو مبلغ سے دور کرنے کی خاطر مبلغ کی طرف ناروا نسبتیں دی جائیں گی اور اس کے بارے میں پراپیگنڈہ کیا جائے گا کیوں کہ لوگوں کا مبلغ کے بارے میں خاص احترام و اعتقاد ہوتا ہے اگر مبلغ کے بارے میں ناروا باتیں بیان کی جائیں تو لوگ اس سے دور ہو جاتے ہیں البتہ یہ بات مخفی نہ رہے کہ دشمن، مبلغ کی جانب سے اس بات کی نسبت دیتا ہے جس کا اس زمانہ میں تجزیہ و تحلیل کیا جاتا ہے۔

تاکہ عوام کو بھی باور کرایا جاسکے۔ چنانچہ رسول خدا ﷺ کے دور میں مختلف شکلوں میں اس پر عمل کیا ہے۔

قَالَ إِنَّ رَسُولَكُمْ الَّذِي أُرْسِلَ إِلَيْكُمْ لَمَجْنُونٌ<sup>(۲)</sup>

اس نے کہا کہ اے لوگو۔ یہ رسول جو تمہاری طرف رسالت لایا ہے یہ سخت مجنون ہے۔

ہمارے زمانے میں جو نسبتیں دی جاتی ہیں وہ اس طرح ہیں کہ دیر سے معلوم ہوتا ہے کہ صحیح ہے یا غلط اس کے لیے ان نسبتوں پر دقت کر لیں جو انقلاب کے بعد انقلابی شخصیات کی طرف دی گئی ہیں واضح ہے کہ دشمن کس طرح اس میدان میں وارد ہوا ہے

۸۔ مفلوج کرنا

مارکسزم کے پراپیگنڈے کا بہترین وسیلہ لوگوں میں ہیجان پیدا کرنا تھا۔ لیکن کہتا تھا۔ پراپیگنڈے کا بنیادی سبب معاشرے کے مختلف طبقات میں ہیجان اور انگیزہ پیدا کرنا ہے۔<sup>(۳)</sup>

اسی کے سبب مارکسزم نے اپنے افکار کا بیج بویا ہے اور اس کی ترویج کی ہے لیکن کا عقیدہ تھا کہ۔ انقلابی تحریک کی آمدادہ سازی کے لیے ہر شعبہ میں ہرج و مرج کا ہونا ضروری ہے۔<sup>(۴)</sup>

۱۔ نساء: ۶۰۔

۲۔ شعراء: ۲۔

۳۔ الاعلام والدعاية، ص ۱۸۲۔

۴۔ وسائل اعلام و اثرہائی وحدۃ اللہ، ص ۲۱۸۔





واضح رہے کہ عہد حاضر میں مختلف ممالک خصوصاً اسلامی ممالک میں اسلام دشمن عناصر اور ایسے افراد جو دشمنان اسلام کے آلہ کار ہیں یہ روش اختیار کی جا رہی ہے اس موقع پر مبلغ کی ذمہ داریاں ہیں۔

الف۔ دقیق مطالعہ اور بزرگان قوم کے ساتھ صلاح و مشورہ کے ذریعہ تبلیغ کے ذریعہ کو صحیح سمت پر رکھے۔

ب۔ جو کوشش دشمن کر رہا ہے اسے بے اثر کرنے کی غرض سے عوام میں شعور پیدا کرنا تاکہ وہ دشمن کے پراپیگنڈے میں نہ آئیں یوں اس مسئلہ میں بے جا وارد نہ ہو کر دشمن کے حربے کو فلج کیا جاسکتا ہے۔

یاد دہانی

موجودہ دور میں خصوصاً اسلامی ممالک میں تشیع کو ان کے مکتب سے دفاع کے لیے مجبور کیا جاتا ہے اور عوام کو اس بات خبر نہیں ہوتی کہ اس قسم کے کاموں کی لگام صیہونی طاقتوں کا مسیحت کے ہاتھ میں ہوتی ہے۔

### تبلیغی تجربات

۱۔ تہمت کے مقام سے دوری اختیار کرنا۔ جہاں مبلغ کے لیے ہوشیار رہنا ضروری ہے وہیں پر اسے کوشش کرنا چاہیے کہ اپنے آپ کو تہمت کے مقامات سے دور رکھے چنانچہ روایت میں آیا ہے

: من وضع نفسه مواضع التهمة فلا يلوم من اساء به الظن<sup>(۱)</sup>

جس شخص نے اپنے آپ کو تہمت کے مقام پر رکھا ہے تو وہ اس کو سرزنش نہ کرے جو اس کے بارے میں بدگمانی کرے

۲۔ مرد مبلغ کو ایسی مجالس میں جس میں تھوڑی مقدار میں خواتین شریک ہوں شرکت نہیں کرنا چاہیے۔

۳۔ ہر کسی کے ساتھ فوٹو و تصاویر نہ بنوائے۔

۴۔ کسی دوسرے کو اپنا لباس پہننے کی اجازت نہ دے۔

۵۔ لوگوں کے کام کرنے کی جگہ پر نہ بیٹھے خصوصاً دکانوں پر۔

۶۔ اگر کسی کی تائید کرے تو اس کی دلیل بھی ذکر کرے۔

۷۔ خطیب اپنے کلام کو ریکارڈ کروائے خصوصاً اس مقام پر جہاں سامعین زیادہ ہوں اور اس بات کا امکان موجود ہو کہ لوگ اس کے

کلام سے سوء استفادہ کریں گے اور بہتر یہی ہے کہ اس کی تقریر کی سی ڈی اس کے پاس رہے کیوں کہ اس بات کا امکان موجود ہے کہ

کبھی کبھی ریکارڈ شدہ مواد میں بھی کمی بیشی کر دی جاتی ہے۔

۸۔ تبلیغ کے مقام پر تفریح نہ کرے۔ مبلغ بہت کم موارد کو چھوڑ کر چند دلائل کی بنا پر جہاں تبلیغ کرتا ہے وہاں تفریح نہ کرے۔



پہلی دلیل۔ ایک دن مرحوم شیخ عباس مٹی مشہد کے کسی دیہات میں بطور مہمان گئے وہ رسمی سلام و دعا کے بعد لکھنے میں مشغول ہو گئے لوگوں نے کہا آج آرام کرنے کا دن ہے تو شیخ عباس مٹی نے کہا کہ کیا تم راضی ہو کہ میں اپنی ذمہ داری کو پورا نہ کروں؟ تم کہتے ہو کہ میں امام زمان کا مال کھاؤں اور کام نہ کروں؟ انہوں نے کہا کہ آج کھانا سہم مبارک امام سے نہیں ہے بہتر یہی ہے کہ آج کام نہ کریں تو آپ نے کہا کہ کیا یہ صحیح ہے کہ خداوند عالم کی نعمات کے مقابلے میں بیکار بیٹھا رہوں۔<sup>(۱)</sup>

دوسری دلیل۔ لوگوں کی مبلغ سے خاص توقعات ہوتی ہیں اور یہ کام ان توقعات کے برخلاف ہے۔

تیسری دلیل۔ جس وقت مبلغ معارف اسلام کی تبلیغ کے لیے سفر کرتا ہے تو اپنی تمام تر توانائی اس کام کے لیے صرف کرے خصوصاً انفرادی تبلیغ میں یہ بہت ضروری ہے اسے فراموش نہیں کرنا چاہیے

۹۔ مبلغ جس چیز پر عمل کرے وہی چیز بیان کرے کیوں کہ مبلغ بے شک اچھی گفتگو کرتا رہے لیکن جب تک اس پر خود عمل نہیں کرتا اس کی بات میں اثر نہیں ہوگا۔ رسول خدا ﷺ نے ارشاد فرمایا: ان العالم اذا لم يعمل بعلمه زلت موعظة عن القلوب<sup>(۲)</sup>

۱۰۔ نوجوانوں اور جوانوں پر زیادہ توجہ دینے کی ضرورت ہے کیوں کہ جوان میں حق بات کو قبول کرنے کی زیادہ صلاحیت پائی جاتی ہے اور جس وقت وہ حق کو قبول کر لیتا ہے اس وقت جان نثاری کا مظاہرہ کرتا ہے امام جعفر صادقؑ ارشاد فرماتے ہیں:

عليك بالاحداث فانهم اسع الى كل خيد<sup>(۳)</sup>

اپنے جوانوں کے ساتھ زیادہ توجہ دو کیوں کہ یہ خوبیوں کو تیزی کے ساتھ قبول کر لیتے ہیں۔

۱۱۔ شہداء اور دوسرے اسلامی شخصیات کے لیے دعا کو فراموش نہ کیا جائے

۱۲۔ تبلیغ میں خلوص کی رعایت کی جائے نہ کہ دوسروں کی تائید یا ان کا رد پیش کیا جائے۔ مبلغ کو چند افراد کے زیر اثر نہیں آنا چاہیے تا کہ صرف ان کی خوشامد کرتا رہے یا ان افراد کے تحت چلا جائے جو صرف کمزوروں کو دیکھتے ہیں اور تنقید کرتے رہتے ہیں مبلغ انتقاد یا تشویق ہر دو مقام پر رد عمل نہ دکھائے بلکہ اس کی پوری توجہ رضائے الہی پر مرکوز ہونا چاہیے یہ وہ مقام ہے جہاں خداوند عالم ارشاد فرماتا ہے: عليك سترة و على اظهاره<sup>(۴)</sup>

تیرا یہ وظیفہ ہے کہ تو نیک کام کو لوگوں سے پہنان کر میرا یہ کام ہے کہ تیرے کام کو لوگوں کے سامنے آشکار کروں۔

۱۔ قرآن و تبلیغ ص ۲۸۳۔

۲۔ اصول کافی، ج ۱، ص ۴۴۔

۳۔ بحار الانوار، ج ۲۳، ص ۲۳۶۔

۴۔ عداۃ الداعی، ص ۲۳۰۔



البتہ اخلاص بھی بے شمار زحمات کے بعد حاصل ہوتا ہے ہر انسان تقویٰ اختیار کرے خداوند عالم اس کے دل میں اخلاص کو ڈال دیتا ہے۔ رسول خدا ﷺ نے ارشاد فرمایا کہ جبرائیل نے مجھے اطلاع دی ہے کہ خداوند عالم نے ارشاد فرمایا ہے:

الاخلاص سر من اسراری استود عتہ قلب من اجبت من عبادی<sup>(۱)</sup>

اخلاص میرے اسرار میں سے ایک راز ہے اسے ان کے دلوں میں ڈالتا ہوں جن سے محبت کرتا ہوں

۱۳۔ تبلیغ کے مطالب میں رشد و ہدایت ہونا چاہیے مبلغ کو چاہیے کہ معمولی مطالب سے گریز کرے بلکہ اسے چاہیے کہ اپنے سامعین کی فکر کو بلند کرے چنانچہ خداوند عالم نے ارشاد فرمایا: یھدی الی الرشد فأمنابہ ولن نشرک بریناً احداً<sup>(۲)</sup>

ایک اور آیت مبارکہ میں ارشاد فرمایا: قَالَ لَهُ مُوسَىٰ هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَنْ تُعَلِّمَنِي مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا<sup>(۳)</sup>

ایسا علم جس میں رشد دینے کی صلاحیت نہ ہو اس کا کوئی فائدہ نہیں ہے

۱۴۔ ایک مجلس کے مطالب دوسری مجالس پر نہ چھوڑے جائیں کیوں کہ ممکن ہے ہ بعض افراد جو اس مجلس میں موجود ہیں وہ دوسری مجلس میں حاضر نہ ہو سکیں اس صورت میں یہ مشکل پیدا ہو جائے گی کہ خطیب نے ادھورے مطالب بیان کیے ہیں اور یہ بھی امکان ہے کہ بعض سامعین یہ خیال کریں کہ میرے سوالات کے جوابات بھی وہی ہیں جو پہلی مجلس میں بیان ہو چکے ہیں۔

۱۵۔ ضروری نہیں ہے کہ خطیب کو جو کچھ آتا ہو وہ بیان کر دے بلکہ جتنی ضرورت ہے اتنا ہی بیان کرے لہذا مبلغ کو اس بات کی طرف توجہ کرنے کی ضرورت ہے کہ جو کچھ وہ جانتا ہے یہ سب لوگوں کی ضرورت نہیں ہے بلکہ مبلغ کو چاہیے کہ لوگوں کی ضرورت کے مطابق اپنی تقریر منظم کرے۔

۱۶۔ دوستانہ ماحول والی مجالس اور خصوصی نشستوں میں خصوصی مسائل پر ہر گز بحث نہ کی جائے کیوں کہ بہت سارے افراد ایسی محافل سے ہی سوء استفادہ کرتے ہیں اور مبلغ پر بے تقویٰ ہونے کا لیبیل لگا کر اس کی حیثیت کو زیر سوال لے آتے ہیں۔

۱۷۔ ایسے سوالات جن سے معاشرہ میں تفرقہ پیدا ہوتا ہو ان کو بیان نہ کیا جائے بلکہ اس کی جگہ انہیں نصیحت کی جائے کیوں کہ مبلغ کو معلوم ہونا چاہیے کہ ایسے افراد بھی موجود ہیں جو ظاہر امر مگر چھ کے آنسو روتے ہیں لیکن ان کا مقصد اسلام کو نقصان پہنچانا ہوتا ہے کیوں کہ ممکن ہے کہ ان کے مسائل سننے کے بعد مبلغ اپنا وظیفہ سمجھے کہ دفاع، تجزیہ و تحلیل یار د کرنا ہے تو ہر صورت میں اختلافات پیدا ہوں گے اور یہ مبلغ کی شکست ہے۔

۱۔ بحار الانوار، ج ۶۷۔

۲۔ جن: ۲۔

۳۔ کہف: ۶۶۔



۱۸۔ خطیب کو چاہیے کہ ہنسی مذاق سے بہت کم استفادہ کرے اگر استفادہ کرنا بھی ہے تو اس کے کلمات اور زمان و مکان کا لحاظ کرنا ضروری ہے

۱۹۔ اکثر پروگراموں میں شرعی مسائل کو بیان کیا جاسکتا ہے لہذا تبلیغ کا محور شرعی مسائل اور احکام ہی ہونا چاہیے

۲۰۔ انواہوں پر جلد بازی دکھانے کی ضرورت نہیں ہے کیوں کی انواہیں کبھی دشمن کا اسلحہ اور کبھی مخاطبین کی خاص ثقافت ہوتی ہیں بہر حال دونوں صورتوں میں خطرناک ہیں لہذا ان میں دقت کرنے کی ضرورت ہے اور ان کے مقابلے میں صبر کی ضرورت ہے اور کسی قسم کا رد عمل دکھانے کی ضرورت نہیں ہے اس لیے کہ انواہوں سے دفاع کرنا دوسروں کے رد عمل دکھانے کا سبب بنتا ہے اور اس بات کا امکان بھی موجود ہے کہ مبلغ ایک عرصہ تک انہی میں الجھا رہے اور اپنی شرعی ذمہ داری کو پورا نہ کر سکے۔

### خلاصہ

۱. باطل کے مبلغین اپنی تبلیغ میں بعض وسائل سے استفادہ کرتے ہیں جن سے ایک اسلامی مبلغ کو آگاہ ہونے کی ضرورت ہے
۲. باطل کے مبلغین فریب و دھوکہ دیتے ہیں لہذا مومنین کو ان سے آگاہ کرنے کی ضرورت ہے۔
۳. اسلامی مبلغ کو چاہیے کہ وہ باطل کی روش کو سمجھے تاکہ خود ان کے دام میں نہ پھنس جائے اور لوگوں کو بھی اس سے آگاہ کرے تاکہ وہ بھی اپنی حفاظت کر سکیں
۴. شیطانی تبلیغ جن بنیاد پر استوار ہے ان میں سے بعض درج ذیل ہیں۔
۵. لوگوں کو گمراہ کرنے کی خاطر فریب کارانہ لطف و مہربانی
۶. خواتین، رسائل و مجلات و وسائل حمل و نقل کے ذریعہ انواہیں پھیلانا
۷. دوسروں کی کامیابیوں کو جھٹلانا
۸. جھوٹی فضا قائم کرنا تاکہ ایک بے مقصد مسئلہ اہم ترین مسئلہ بن جائے۔
۹. شک و سوسہ ڈالنا۔ کیوں کہ اس طرح لوگوں کو صراط مستقیم سے ہٹایا جاسکتا ہے
۱۰. اعمال کو مزین کرنا۔ لوگوں کو ان کے برے اعمال خوبصورت کر کے پیش کرنا
۱۱. فراموشی۔ اسلامی مبلغ کو اس کے اصل ہدف و مقصد سے دور کر دیا جاتا ہے
۱۲. مفلوج کر دینا یعنی معاشرے کے بعض افراد کو ہيجان زدہ کر کے معاشرے کو مفلوج کر دینا
۱۳. مبلغ کو چاہیے کہ وہ تہمت کے مقام سے دوری اختیار کرے اور ایسی خواتین کی مجالس جن میں خواتین کی تعداد کم ہو شرکت نہ کرے۔



۱۴. ہر کسی کے ساتھ تصویر نہ بنوائے اپنا لباس کسی کو نہ دے اور دوسروں کے کام کی جگہ پر نہ بیٹھے۔
۱۵. مبلغ استثنائی صورت کے علاوہ تبلیغ کے مقام پر تفریح وغیرہ میں سرگرم نہ ہو جائے اور جو کچھ کہتا ہے اس پر عمل کرے
۱۶. مبلغ کو چاہیے کہ وہ نوجوانوں اور جوانوں پر خصوصی توجہ دے اور ملت اسلامیہ اور شہداء کے لیے خصوصی دعا کرے
۱۷. مبلغ کو باخلوص ہونا چاہیے اور کسی کی تنقید یا تعریف کی پرواہ نہ کرے ایک مجلس کے مطالب کو دوسری پر نہ چھوڑے
۱۸. مبلغ کو چاہیے کہ تفرقہ بازوں سے ہوشیار رہے اور جس چیز کے کہنے کی ضرورت ہے اسے کہے اور انواہوں سے پرہیز کرے



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

دسواں سبق

خطابت کے ذریعے تبلیغ

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس



تمہید

اس درس کو بیان کرنے سے آپ درج ذیل مطالب سے آشنا ہو جائیں گے۔

۱. خطابت کا مختصر تاریخچہ
۲. ایران اور قدیم یونان میں خطابت کی تاریخ اور گذشتہ زمانے میں اس کی اہمیت
۳. خطابت کی مختلف تعاریف اور خطابت اور عام گفتگو کے مابین فرق
۴. گفتگو کرنے کے مختلف مقاصد اور اس کا اصل ہدف اور خطابت میں ان کو ملحوظ خاطر رکھنا

تفصیل

### فن خطابت کی ابتدا کی تاریخ

تاریخ تمدن کی تحقیق سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ انسان زمانہ قدیم سے ہی فن خطابت سے آشنا رہا ہے اور اپنے مقاصد کے حصول اور دوسروں کو قانع کرنے کی غرض سے اس خداداد صلاحیت سے استفادہ کرتا رہا ہے لیکن یہ بات واضح نہیں ہے کہ سب سے پہلے کس شخص نے اس کے قواعد کو مرتب کیا ہے اور اسے بطور فن کے متعارف کروایا ہے جو بات مسلمات میں ہے وہ یہ ہے کہ اس کے قواعد کسی خاص زمانے یا مکان میں مرتب نہیں ہوئے ہیں بلکہ زمانے کے گزرنے کے ساتھ ساتھ حاصل ہوئے ہیں اس معنی میں کہ محققین اور حکماء نے انسانوں کے حالات کو دیکھتے ہوئے اسی طرح گذشتہ بڑے خطباء کی تقاریر کو مد نظر رکھتے ہوئے اس فن کے قواعد مرتب کیے ہیں۔

### گفتگو اور خطابت میں فرق

عام گفتگو کو خطابت کے مساوی قرار دینا صحیح نہیں ہے گفتگو کرنا ایک اجتماعی عمل ہے اور انسان اپنی ضرورت کے مطابق گفتگو کرتا ہے لیکن خطابت ایک ایسی گفتگو ہے جس کی خاص بناوٹ، اغراض اور شرائط ہیں انسان نے جس وقت سے اجتماعی زندگی شروع کی ہے اور معاشرہ کو تشکیل دیا ہے اسی وقت سے اپنے مقاصد اور اپنے آپ کو معاشرے کے ساتھ ہم آہنگ کرنے کے لیے گفتگو شروع کی ہے البتہ شروع میں گفتگو کرنا بہت سادہ تھا اور ایک آواز کے ذریعہ اپنے مطالب کو پہنچایا جاسکتا تھا اس کے بعد جب اجتماعی روابط بڑھے ہیں تو گفتگو میں بھی پیچیدگی آئی ہے اور گفتگو کی وہ ابتدائی صورت تبدیل ہوتی ہے جیسے جیسے انسانی افکار نے ترقی کی ہے اسی طرح اسے دوسروں تک اپنے افکار پہنچانے کی خاطر زیادہ وسائل کی ضرورت محسوس ہوئی ہے نتیجہ نئے نئے الفاظ سامنے آئے ہیں گویا انسان کے رشد کے ساتھ ساتھ گفتگو نے بھی رشد کیا ہے اور موجودہ صورت میں ہمارے سامنے ہے اس بنا پر انسان کی خلقت اور گفتگو کرنے کے درمیان کوئی زیادہ فاصلہ نہیں ہے بلکہ جس وقت سے انسان نے اجتماعی زندگی کا آغاز کیا گفتگو کرنا بھی شروع ہو گیا ہماری بحث کا



محور بات کرنے کی تاریخ بتانا نہیں ہے کیوں کہ خداوند عالم نے تمام انسانوں میں ودیعت کی ہے حد اقل ہر انسان اپنی مادری زبان سے آشنائی رکھتا ہے اور اپنی مقصود چیز دوسروں کو سمجھا ہی دیتا ہے ہماری بحث کا محور فن خطابت ہے یعنی وہ فن جو شروع میں اپنے مدعی کو ثابت کرنے حق سے دفاع اور دوسروں کو قانع کرنے کے لیے وضع کیا گیا ہے اور محققین نے اس کے لیے قواعد وضع کیے ہیں۔

ایران میں خطابت

قدیم ایران میں خطابت کس انداز کی تھی اس بارے میں دقیق اطلاع نہیں ہیں اس لیے کہ قدیمی آثار مٹ گئے ہیں اور کسی قسم کی کوئی سند موجود نہیں ہے تاکہ یہ دیکھا جائے کہ ہمارے اسلاف نے اس فن سے کب آشنائی پیدا کی ہے صرف اتنا جانتے ہیں کہ ایران میں بھی دوسری متمدن سرزمینوں کی طرح خطابت موجود تھی اور یہ بات ممکن نہیں ہے کہ ایک قوم اتنی متمدن ہو جس نے بڑے بڑے دانشمند پیدا کیے ہوں لیکن اس میں خطابت اور خطیب نہ رہے ہوں اس کے علاوہ ہم مشاہدہ کرتے ہیں کہ صدر اسلام کے عرب مصنفین نے ایرانی خطباء کے بارے میں بحث کی ہے ایرانی بزرگان کی بھی نظم و نثر کی کتب موجود ہیں لیکن اس بھی یہ بات نہیں ملتی کہ ایران کب اور کس طرح خطابت شروع ہوئی ہے البتہ یہ بات مسلم ہے کہ ایرانی اس فن سے قدیم الایام سے آشناء ہے ہیں اس لیے کہ بہت سارے مؤرخین نے اس سلسلہ میں لکھا ہے "بہت سارے یونانی خطباء نے ایرانی خطباء سے اس فن کی تربیت حاصل کی ہے اور وہ اس فن کے ماہر بن گئے ہیں" (۱)۔ حتیٰ کہ بعض محققین نے یہ کہا ہے۔ منطق و حکمت جسے ارسطو نے مرتب کیا ہے اور اسے تالیف کیا ہے جس وقت سکندر نے "دارا" پر قبضہ کیا ہے اس وقت ایرانی خزانوں سے چرائی گئی ہے۔ (۲)

اس بات سے یقین کیا جاسکتا ہے کہ قدیمی ایران میں فن خطابت موجود تھا اور ایک طبقہ اس فن میں ید طولیٰ رکھتا تھا "اسط" جو زرتشتیوں کی مقدس کتاب ہے یہ بھی اس بات کی مؤید ہے۔

یونان میں خطابت کی تاریخ

ظواہر تاریخ سے یہ بات سمجھی جاتی ہے کہ یونان میں پہلی بار فن خطابت شروع ہوا ہے اور مالکیت کے حق کے دفاع کے لیے اس سے استفادہ کیا گیا ہے اس کے بعد بڑے محققین جیسے "انباذ قلس" "الیسو قراطس" اور "دموستن" کے توسط سے ایک فن کی صورت میں مرتب ہوا ہے جیسا کہ کہا جاتا ہے۔

۱۔ اصول من خطابه ص ۳۰، ۳۱۔

۲۔ اصول من خطابه ص ۳۰، ۳۱۔



زمانہ قدیم میں یونان میں حق مالکیت متزلزل ہو گیا اور "سیرا کوس" کے باشندوں کی املاک کو متوقف کر دیا گیا اور اس کے باشندوں کو جلا وطن کر دیا گیا جلا وطن ہونے والے افراد جب واپس اپنے وطن میں پلٹے تو اپنے کے مطالبہ کے لیے عدالت سے رجوع کیا اور شخصاً اپنے حقوق کے لیے اٹھ کھڑے ہوئے۔

یونان کے خطباء، وکلا اور اٹارنی جزل وغیرہ نے ضرورت و اہمیت کے پیش نظر اس فن کے اصول مرتب کیے یہ بات آہستہ آہستہ اس نچ پر پہنچ گئی کہ اس فن کے لیے باقاعدہ اساتید مقرر کیے گئے یوں یہ فن وجود میں آیا ان دانشمندوں میں ارسطو سے بہتر کوئی اور نہیں ہے جس نے اس فن کی خدمت کی ہو اس نے اس فن کے اصول و قواعد، غرض و غایت کو مرتب کیا ہے اس نامی گرامی فیلسوف نے ۳۲۲ قبل مسیح میں "خطابہ" نامی کتاب لکھ کر اس فن کو اجاگر کیا ہے۔

روم میں خطابت

یونان کے بعد روم میں اس فن نے رواج پیدا کیا اور بڑے بڑے خطباء جیسے "سیرون" "جول سیزر" اور "مارک انٹونی" نے اسی سر زمین سے سراٹھایا اور بڑے بڑے ادبی شاہکار خلق کیے ہیں

قرون وسطیٰ میں خطابت

قرون وسطیٰ میں دوسرے فنون جیسے ادبی و فلسفی فنون کی طرح فن خطابت بھی زوال کا شکار رہا ہے لہذا خطابت کو وہ مقام نہ مل سکا جو اسے قدیم زمانے میں حاصل تھا لیکن پھر بھی مسیحی فرقے پروٹسٹ کے مذہبی رہنما "مارٹن لوتھر" کی تقاریر جو اس نے "کیتھولک" فرقے کی ہیں سے صرف نظر نہیں کیا جاسکتا اس کے بعد جب علمی حیات کا نیا دور شروع ہوا ہے اور یورپ کے لوگوں کی بیداری کے ساتھ ہی علمی، ادبی و فلسفی ابحاث کو رونق ملی ہے اسی طرح دوسرے فنون کی طرح اس فن خطابت کو بھی حیات نو ملی ہے اور بڑے بڑے خطباء پیدا ہوئے ہیں ان میں برطانیہ کے "فرانس بیکن" "رسٹر فورڈ" "اور لوئیڈ جارج" "فرانس کے" "میرابوا" "رو بسپیر" "لامارٹین" "ویکٹر ہوگو" اور "امیل زولا" اور امریکہ کے "کلما نسو" "پیٹرک ہنری" "جارج واشنگٹن" اور "جفرسن" کے نام نمایاں ہیں۔

خطابت کے مبانی و مفاہیم

خطابت کی مختلف تعریفات

خطابت کو بہتر انداز میں پہچاننے کے لیے ضروری ہے کہ اس کی جو مختلف تعریفیں کی گئی ہیں انہیں دقت سے دیکھیں اور پھر ان کے مجموعہ سے نتیجہ کو اخذ کیا جائے۔



۱۔ علماء فن نے خطابت کی متفقہ تعریف کی ہے کہ کہنے والا اس فن کے وسیلہ سے سامع کو آگاہی فراہم کرتا ہے یا اسے فصیح و بلیغ قول سے قانع کرتا ہے یا پھر کام پر راغب کرتا ہے۔<sup>(۱)</sup>

۲۔ ایسا بولنے والا جو اپنے کلام کے ذریعہ جو فن تکلم کے قواعد کے مطابق ہو سننے والے کو اپنے مقصود کو درک کرنے پر ابھارتا ہے یا اسے اپنے کلام کو قبول کرنے پر اکساتا ہے اس کو خطیب اور ناطق کہتے ہیں اور اس کلام کو سخن یا نطق سے تعبیر کیا جاتا ہے۔<sup>(۲)</sup>

۳۔ خطابت بیان و کلام کے ذریعہ عقائد و آراء منتقل کرنے کا نام ہے۔<sup>(۳)</sup>

خطابت کی مختلف تعریف کا تجزیہ و تحلیل

قبل اس کے کہ ہم خطابت کی تعریف کا تجزیہ و تحلیل پیش کریں اس نکتہ کو بیان کرتے ہیں کہ خطابت ادبی فنوں میں سے ایک فن ہے اور جس طرح اس سے قبل بھی اشارہ کیا جا چکا ہے کہ عادی کلام کرنے اور محاورہ میں فرق ہے چنانچہ جس طرح تیسری تعریف میں آیا ہے کہ عقائد اور آراء کو منتقل کرنا خطابت ہے اسے قبول نہیں کیا جائے گا اس لیے کہ اصولاً کلام یا سخن اپنے مقصود کو بیان کرنے کا ایک وسیلہ ہے جس ترتیب سے بھی ادا کیا جائے اگرچہ یہ اصول و قواعد کے خلاف ہی کیوں نہ ہو یہ اپنے حقیقی مقصد یعنی افہام و تفہم کو پورا کر رہا ہے خطابت میں جو چیز مقصود ہے وہ یہ نہیں ہے کہ مطلقاً کلام کر دیا جائے بلکہ اس میں تو کلام کی ادا کو بھی دیکھا جاتا ہے خطابت میں اس نکتہ کو مورد بحث قرار دیا جاتا ہے کہ کلام کرنے والا کن اصولوں اور قواعد سے استفادہ کرے جن کی بدولت سامعین کو موضوع کو درک کرنا اور اسے قبول کرنے پر آمادہ کر سکے درحقیقت خطابت ہمیں یاد دلاتی ہے کہ اپنے کلام کو کس قالب میں ڈالا جائے اور اسے کس طرح ادا کریں تاکہ سننے والے کی طبیعت کے مطابق ہو اور ہمارا مقصود بھی صحیح طریقہ سے حاصل ہو جائے اب یہ دیکھنا ہے کہ ان تعریفوں میں کون سی تعریف خطابت کے صحیح مفہوم کو بیان کر رہی ہے اور اہل منطق کے بقول تعریف جامع بھی ہے اور مانع اغیار بھی ہے اگر خطابت کے عناصر کی طرف توجہ کریں تو معلوم ہوگا کہ خطابت کا بنیادی ترین عنصر "کلام" ہے البتہ یہ بات مخفی نہ رہے کہ اس فن میں کلام سے مراد مطلق کلام نہیں ہے بلکہ ایسا کلام ہے جس میں عادی کلام کے علاوہ خصوصیات پائی جائیں مندرجہ بالا تعریفات میں صرف پہلی تعریف ایسی ہے جس میں فصیح و بلیغ کے کلمات موجود ہیں جس کی وجہ سے یہ عادی کلام سے ممتاز ہو جاتی ہے ہر خطیب کا پہلا کام یہ ہے کہ سامعین کے قلب و روح میں اثر کو قائم کیا جائے اور بے شک یہ تاثیر ہی ہے جس کی وجہ سے سامع کے عواطف و جذبات بر اسیجنتہ ہوتے ہیں لہذا جس تعریف میں فصیح و بلیغ کے الفاظ آتے ہیں وہ اس کام کے لیے موزوں معلوم ہوتی ہے فصیح و بلیغ کے کلام جو بڑے خطباء اور لکھاریوں کا طرہ امتیاز ہے یہ ایسا کلام ہے جس میں سامع پر اثرات چھوڑنے کی صلاحیت ہے اور سامعین میں اس چیز کی انگیزہ پیدا ہوتا ہے جو مبلغ چاہتا ہے اگر کلام فصاحت و بلاغت سے عاری ہو تو

۱۔ اصول فن خطابت ص ۴۔

۲۔ آئین سخنوری و نگارش ص ۶۔

۳۔ گزارش نویسی، ص ۱۸۹۔



ایک مبلغ کے مقصود کو پہنچانے والا نہیں ہے بلکہ خطیب جو کچھ چاہتا ہے اس سے اس کو روکتا ہے اور کبھی کبھی بالعکس نتیجہ دیتا ہے پس موثر کلام کا لازمہ یہ ہے کہ وہ فصیح و بلیغ ہو۔<sup>(۱)</sup>

اسی تعریف سے یہ بات معلوم ہو جاتی ہے کہ فصاحت و بلاغت اس لیے ہوتی ہے کہ کلام میں تاثیر پیدا کی جاسکے اور اس سے نفسانی تحولات پیدا ہو سکیں اس قسم کے کلام کو "بلیغ" کہا جاتا ہے۔ لہذا یہ کہہ سکتے ہیں کہ فصاحت و بلاغت کا کام سامعین کے ذہن میں تاثیر پیدا کرنا ہے جو کچھ اب تک بیان کیا جا چکا ہے اس سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ خطابت اور تقریر کا اصل مقصد سامعین کے ذہن میں تاثیر پیدا کرنا ہے البتہ اس مقصد تک رسائی کے لیے شناخت کی ضرورت ہے یعنی خطیب کو معلوم ہونا چاہیے کہ اس مقصد تک پہنچنے کے لیے کن وسائل سے استفادہ کرنا ہے۔ اور کن قواعد و اصولوں کی پاسداری کرے تاکہ سامعین کے ذہن میں اثرات کو چھوڑا جائے۔ اور یہ اپنے گوہر مقصود کو حاصل کر سکے، خطابت میں دو اصولوں کی پاسداری ضروری ہے۔

۱۔ اسی طریقہ کار سے آگاہی جس کے نتیجہ میں تاثیر حاصل ہوتی ہے۔

گذشتہ مطالب کی روشنی میں خطابت کی یوں تعریف کی جاسکتی ہے۔ خطابت کا فن ان اصولوں اور قواعد کے مجموعے کو کہا جاتا ہے جنہیں خطیب سامعین کے ذہن میں اثرات چھوڑنے کے لیے استعمال کرتا ہے تاکہ اپنے گوہر مقصود کو حاصل کر سکے۔

خطابت کے مختلف مقاصد

کیوں کہ خطابت کی تعریف میں خطیب کے مقاصد کو تذکرہ آیا ہے لہذا مناسب یہی ہے کہ یہ دیکھیں کہ خطیب کس مقصد کی خاطر خطابت کرتا ہے۔ علی پاشا صالح کی کتاب اصول فن خطابہ میں اس بارے میں یوں ذکر ہوا ہے: مارگریٹ پیٹئر "Margaret Paiter" جو کتاب "نفسیات کلام" کے مصنف ہیں وہ لکھتے ہیں کہ خطابت سے پانچ چیزیں مقصود ہوتی ہیں (۱) اطلاع (۲) قانع کرنا (۳) ترغیب (۴) تاثیر (۵) تفریح

یعنی ۱۔ کبھی خطابت اس لیے کی جاتی ہے کہ سامعین کو اطلاع فراہم کی جائے جیسا کہ ایک طالب علم اگر کوئی خطی نسخہ حاصل کر لے تو دوسرے طلاب کو اس کی وضاحت پیش کرتا ہے یا معلم کتاب خانہ اور اس میں کتابوں کو منظم کرنے کے بارے میں لیکچر دیتا ہے۔  
۲۔ کبھی کبھی خطابت میں سامعین کو قانع کرنا مقصود ہوتا ہے چنانچہ خطیب صرف توضیحات دینے پر اکتفاء نہیں کرتا بلکہ کوشش کرتا ہے کہ عقیدہ یا نظر کو سامعین قبول کریں مثلاً اگر کوئی "صلح" کے بارے میں تقریر کرتا ہے اور چاہتا ہے کہ سامعین کو قانع کیا جائے کہ تقویٰ کے ذریعہ عمومی صلح کو برقرار کیا جاسکتا ہے۔

۳۔ کبھی خطابت سے مقصود سامعین کے اندر ترغیب پیدا کرنا ہوتا ہے مثلاً کوئی مخیر شخص بے سہارا افراد کے لیے چندہ جمع کرتا ہے۔





۴۔ تقاریر و مجالس جو خاص تاثیر پیدا کرنے کے لیے برقرار کی جاتی ہیں جیسے کسی حکیم و فیلسوف جیسے بوعلی سینا اور اس کے علمی آثاروں کی تجلیل کے لیے کوئی سیمینار منعقد کیا جائے یا کسی یونیورسٹی کا پروفیسر یونیورسٹی کی پیشرفت کے بارے میں لیکچر دیتا ہے۔ اس قسم کی خطابت اور سعائین کو صرف آگاہی دینے کی خطابت میں یہ فرق ہے کہ پہلی قسم کی خطابت میں مثلاً اگر "آبشار" کے بارے میں بحث کی جائے تو اس کے طول و عرض اور اونچائی وغیرہ سے بحث ہوگی لیکن اگر خطیب یہ چاہتا ہے کہ سامعین میں ایک خاص قسم کی تاثیر پیدا کی جائے تو وہ آبشار کی عظمت اور اس کے مقابلے میں انسان کے ناچیز ہونے کو بیان کرے گا۔

۵۔ تفریح قسم کی خطابت معمولاً پارٹیوں اور کلبوں وغیرہ میں انجام دی جاتی ہے اس موقع پر خطیب اپنے سفروں، یا اشخاص کی حرکات یا پھر طلاب اور ان کے کاموں کے بارے میں تقریر کرتا ہے جس سے سامعین محظوظ ہوتے ہیں ان کے لیے تفریح کا سامان مہیا ہوتا ہے۔ البتہ عہد حاضر میں دنیا علمی پہلو کو تفریحی پہلو پر ترجیح دیتی ہے، اور اب تلوگوں کو اس قسم کی تقریروں میں بھی یہ توقع ہوتی ہے کہ خطیب صرف سرگرمی کے لیے تقریر نہ کرے اور ایسی بات کرے جس سے کوئی نتیجہ نکلتا ہو۔<sup>(۱)</sup>

اطلاع، قانع کرنا اور ترغیب دلانا تو بحث نہیں ہے لیکن یہ نہیں کہہ سکتے کہ خطابت کی ایک قسم یہ ہے کہ صرف تاثیر گزاری کی خاطر تقریر کی جائے۔ کیوں کہ آپ نے ملاحظہ کیا ہے کہ خطابت کو تشکیل دینے والے عناصر میں اہم ترین تاثیر گزاری ہے خواہ تقریر اطلاع دینے یا پھر قانع یا ترغیب کی خاطر ہی کیوں نہ کی جائے۔ اس میں کسی قسم کا شک و شبہ نہیں ہے کہ مخاطب جس وقت خطیب کی بات پر اعتقاد پیدا کر لے اور اس کے کہنے کو قبول کر لے تو اس کے ذہن میں تاثیر پیدا ہو جائے گی یہاں بھی اسی گزشتہ مثال سے استفادہ کرتے ہیں کہ اگر معلم اطلاع کی خاطر طلاب کو یہ لیکچر دے کہ بہترین کتاب خانہ کون سا ہے اور کتابوں کو منظم کرنے کا طریقہ کار کیا ہے تو اگر اس کے کلام میں تاثیر نہ ہو تو سامعین مشکل ہے کہ باور کریں کہ کتابوں کو منظم کرنے کا جو طریقہ معلم نے بیان کیا ہے یہ طریقہ بہترین ہے۔

اس تقسیم بندی میں ایک اور مطلب جو قابل ذکر ہے وہ خطابت کو تفریح میں تقسیم کرنا ہے کیوں کہ گمان نہیں ہے کہ خطیب اس لیے خطابت کرے کہ صرف اور صرف سامعین کی تفریحی کا سامان فراہم کر سکے گویا مصنف خود بھی اس تقسیم بندی کی طرف متوجہ تھا اس لیے تو آخر میں اس قسم کے بارے میں لکھتا ہے کہہ "۔۔۔ آج کی دنیا ہر کام میں عمل کو اہمیت دیتی ہے نہ کہ صرف تفریحی پہلو کو مد نظر رکھتی ہے۔۔۔"

آخر میں دو بنیادی مطالب کی طرف اشارہ کرتے ہیں





۱۔ خطابت کا مسائل کے ساتھ حقیقتاً سروکار ہے اور یہ تفریح سے بڑھ کر عالی مقاصد کو حاصل کرتی ہے۔ اس لیے نہ صرف آج کی دنیا اس کی قدر و منزلت کی قائل ہے بلکہ قدماء بھی اس کو عزت و احترام کی نگاہ سے دیکھتے تھے اور ہر گز اسے صرف دوسروں کی تفریح کے لیے استعمال نہیں کیا ہے۔

۲۔ خطابت کو مقصوس و منظور کی نگاہ سے یوں تقسیم کرنا کہ ہر ایک دوسرے سے کلاً جدا ہو ایک انتہائی دشوار گزار کام ہے کیوں کہ اس بات کا امکان موجود ہے کہ آپ ایک تقریر اطلاع دینے کی غرض سے کریں اور اس میں ترغیب دلانے کا مقصد بھی ہو یا پھر سامعین کو قانع کرنے کی غرض سے تقریر کی جائے اور ان کی خشکی و تھکاوٹ دور کرنے کے لیے خطیب کو لطیفانہ بات بھی کہہ ڈالنے کا مل خطابت وہی ہوگی جس میں مذکورہ تمام مقاصد موجود ہوں اور خطیب اپنے گوہر مقصود کو پانے کے لیے ان تمام وسائل و اسباب کو بروئے کار لائے۔

### خلاصہ

- ۱۔ انسان قدیم زمانہ سے ہی فن خطابت سے آشنا رہا ہے اور اہداف کی تکمیل اور دوسروں کو قانع کرنے کی غرض سے اس سے استفادہ کرتا رہا ہے
- ۲۔ یہ معلوم نہیں ہے کہ سب سے پہلے کس نے اس فن کے قواعد مرتب کیے ہیں لیکن یہ بات مسلم ہے کہ اس فن کے قواعد مرور زمانہ سے حاصل ہوئے ہیں
- ۳۔ ابتدائی زمانہ میں بشر کے گفتگو کرنے کا انداز انتہائی سادہ تھا اور ایک آواز سے اپنا مقصود حاصل کر لیتے تھے
- ۴۔ ایران قدیم میں فن خطابت کس طرح اور کب شروع ہوئی اس کے بارے میں دقیق اطلاعات نہیں ہیں لیکن اتنا طے ہے کہ قدیم ایرانی بھی اس فن سے آشنا تھے اس لیے کہ صدر اسلام کے بعض عرب مصنفین اور زر تثنیوں کی مقدس کتاب "اوستا" اس کے شاہد ہیں
- ۵۔ ظاہر تاریخ سے یہ بات ملتی ہے کہ یونان میں پہلی بار حق مالکیت کے دفاع کے لیے اس فن سے استفادہ کیا گیا
- ۶۔ دانشمندوں میں کسی نے بھی اس سطور سے بڑھ کر اس فن کی خدمت نہیں کی ہے اس نے اس فن کے اصول اور قواعد مرتب کیے ہیں
- ۷۔ یونان کے بعد یہ فن روم میں رائج ہوا اور قرون وسطیٰ میں دوسرے علوم کی طرح اس فن پر بھی زوال آیا
- ۸۔ جب تجدید حیات علمی کا آغاز ہوا تو دوسرے فنون کی طرح اس فن نے بھی کمال حاصل کیا۔



۹. خطابت ایک ادبی فن ہے اور یہ عادی گفتگو کرنے سے جدا ہے۔ خطابت میں جو چیز مورد نظر ہے وہ مقصود کو مطلقاً بیان کرنا نہیں ہے بلکہ کلام کی ادا کو بھی دیکھتا ہے۔
۱۰. خطابت ہمیں بتاتی ہے کہ اپنے مقصود کو کس قالب میں ڈھالنا ہے اور کس طرح ادا کریں تاکہ سننے والے کے لیے اس کے مزاکے مطابق ہو۔
۱۱. فصیح و بلیغ وہ کلام ہے جس سے سامعین میں نشاط پیدا ہو جائے اور سننے والوں کو تشویق یا کسی کام سے روکنے پر ابھارے۔
۱۲. خطابت کی تعریف یہ ہے کہ یہ اصول و قواعد کو مجموعے کو کہا جاتا ہے جن کے بل بوتے پر خطیب سامعین کے ذہن میں اثر چھوڑتا ہے تاکہ اپنے مقصود کو پہنچ سکے۔
۱۳. خطابت پانچ چیزوں کے مجموعے کا کہا جاتا ہے: (۱) اطلاع دینا (۲) قانع کرنا (۳) ترغیب و تشویق دلانا (۴) تاثیر گزاری (۵) تفریح



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

گیارہواں سبق  
خطابت کی اقسام

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس



تمہید

اس درس کو بیان کرنے کا یہ مقصد ہے تاکہ آپ درج ذیل امور سے آشنا ہو سکیں

۱. خطابت کی پانچ اقسام اور ان کی خصوصیات سے آگاہی
۲. خطابت کی ان پانچ اقسام میں سے ہر ایک کی خاص خصوصیت اور ہر ایک کے بارے میں نکات کی وضاحت
۳. خطابت کے اصولوں کے بل بوتے پر خطابت کی تمام اقسام کو اجراء کرنا

تفصیل

خطابت کی مختلف اقسام ہیں ان میں سے اہم ترین یہ ہیں۔ سیاسی خطابت، عدالتی خطابت، علمی خطابت، تجلیلی خطابت اور منبر کی خطابت۔ حوزہ علمیہ کے مبلغین کو چاہیے کہ وہ خطابت کی اقسام اور ان کے رموز سے آگاہی حاصل کریں۔ کیوں کہ دین کے مسائل میں سیاسی، عدالتی، تجلیلی اور علمی پہلو کارفرما ہیں اور دین انسانوں کی صحیح زندگی کے لیے انہیں کو حقیقی جہت عطا کرتا ہے۔

سیاسی خطابت:

اس قسم کی خطابت وہ افراد کرتے ہیں جو سیاست کے میدان میں وارد ہوتے ہیں جیسے اعلیٰ حکومتی اہلکار، وزراء، اقوام متحدہ اور دوسرے اجلاسوں میں حکومتوں کے نمائندے۔ یہ افراد سیاست کے خم و تیج سے آگاہ ہوتے ہیں اور یہ عمومی جلسات، میڈیا یا پھر بین الاقوامی اجلاسوں میں خطاب کرتے ہیں۔ یہ افراد سیاست کے رموز کو جانتے ہیں اس لیے اپنے عوام کی رہنمائی کرتے ہیں یا پھر اپنے ملک و قوم کی حفاظت کرتے ہیں۔ سیاسی خطیب خطابت کے اصولوں کے ساتھ ساتھ سیاست کے داؤ و تیج بھی جانتا ہے۔ اسے چاہیے کہ وہ اپنے ملک اور اس کے باشندوں کے حالات سے باخبر ہو اور اسی طرح عالمی سیاست پر بھی اس کی گہری نگاہ ہو۔ اسے چاہیے کہ دنیا بھر کی اقوام کو اچھی طرح پہچانتا ہو تاکہ ملکی سطح پر یا عالمی سطح پر اپنے ملک کی صحیح نمائندگی کر سکے۔ ایسے مبلغ کو درج ذیل مطالب پر دسترسی ہونا چاہیے تاکہ ملک کی نمائندگی یا پھر عوام کی نمائندگی کا حق ادا کر سکے وہ مطالب یہ ہیں (۱) حقوق (۲) اخلاق (۳) علم سیاست کے مبانی (۴) فقہ (۵) ادبیات (۶) تاریخ اور روزمرہ کے مسائل

۳۔ عدالتی خطابت

جیسا کہ نام سے ظاہر ہے اس قسم کی خطابت عدالت وغیرہ میں کی جاتی ہے اور اگر کسی پر کوئی تہمت لگائی ہوئی ہو اسے دور کرنے یا پھر حق کے دفاع جب کہ اسے ضائع کیا جا رہا ہو کہ موقع پر کی جاتی ہے۔ ایسے مواقع پر فرد کے لیے ضروری ہو جاتا ہے کہ جب اس کے حق کو ضائع کیا جا رہا ہو یا پھر اس کی عزت و آبرو و مجرٹھ کے سامنے ہو تو پھر وہ مطالب کو بیان کرے۔

عدالتی خطابت کی اولین شرط یہ ہے کہ انسان قانون اور دوسرے علوم جیسے فلسفہ، منطق، فقہ، تاریخ اور نفسیات وغیرہ پر کامل دسترسی رکھتا ہو۔ معمولاً ایسے شخص کو وکیل مقرر کیا جاتا ہے جو مذکورہ علوم کو بہتر انداز میں جانتے ہوں ایسے افراد کو قانون ولا کی



اصطلاح میں "وکیل" کہا جاتا ہے۔ وکیل کے لیے مذکورہ علوم پر دسترسی رکھنے کے ساتھ ساتھ درج ذیل نکات پر بھی توجہ کی ضرورت ہے۔

۱. جو کام اس کے ذمہ لگیا ہے اس سے مکمل طور پر واقف ہو۔

۲. بے غرضی و نظری کی مراعات کرے اور اپنے وجدان کو اپنے اعمال پر ناظر قرار دے۔

۳. حاضر جواب اور حضور ذہن رکھتا ہو اور خطابت کے زمان و مکان سے آشنا ہو۔

۴. اس کے بیان منطقی، قانونی اور اخلاقی ہوں۔

۵. معقول حد تک احساسات و جذبات کو براہِ بیخبتہ کرے اور اس کی خطابت پر زور ہونا چاہیے۔

۶. قانون کی مراعات کرے اور انصاف و مروت کو مد نظر رکھے اور ظواہر پر فریفتہ نہ ہو جائے۔

یہ بات بھی قابل ذکر ہے کہ ایسا مبلغ جو مظلومین کے دفاع میں تقریر کرتا ہے وہ بھی درحقیقت عدالتی خطابت کی طرح ہے لہذا مبلغ کو چاہیے کہ ایسی خطابت کے دوران مذکورہ تمام نکات کو مد نظر رکھے کیوں کہ اس میں اور وکیل میں صرف یہ فرق ہے کہ وکیل ایک آدمی یعنی قاضی کے سامنے کھڑا ہوتا ہے اور یہ شخص ہزاروں سامعین کے سامنے منبر پر بیٹھا ہوتا ہے، تاکہ ان پر اثر انداز ہو کر اپنی عادلانہ قضاوت کو دوسروں کے سامنے بیان کرے۔

### ۳۔ علمی خطابت

عصر حاضر میں خطابت کی یہ قسم معمول بن چکی ہے کوئی ایسا دن نہ ہوگا جب دنیا کے کسی نہ کسی شہر میں سیمینار و کانفرنسیں منعقد نہ ہوتی ہوں اور ان محافل میں دانشمندان اور محققین اپنے اپنے مقالہ جات پڑھتے ہیں اور علمی بحث بیان کرتے ہیں علم کی تیزی کے ساتھ پیشرفت اور ماضی کے نظریات کا بطلان سبب بنا ہے کہ آئے دن دنیا بھر کے محققین ایک مقام پر جمع ہو کر ایک دوسرے کے ساتھ تبادلہ نظر کریں۔ اگر کوئی نیا قانون کشف کیا ہے تو اس قانون کی درستگی کو ثابت کریں یا پھر جدید مادہ کی تشریح کریں۔ عہد حاضر میں مختلف علمی سیمیناروں میں، دل کی پیوند کاری، دنیاوی تحولات، فضا اور ماحولیات کی بہبودی جیسے مسائل کو بیان کیا جاتا ہے یہ اسی خطابت کی اقسام ہیں البتہ ایک مبلغ کو جس چیز پر زیادہ توجہ دینے کی ضرورت ہے وہ ایسے علمی سیمینار ہیں جن میں انسانی علوم جیسے سیاسی، اجتماعی، عقلی، فلسفی، امحاث اور شبہات کے جوابات وغیرہ ہوں۔ یہ بات بھی قابل ذکر ہے کہ علمی خطابت دوسری اقسام کی نسبت زیادہ دشوار اور سخت ہے کیوں کہ خطیب کو چاہیے کہ وہ حق مطلب بھی ادا کرے اور ساتھی ہی علمی دائرے سے باہر بھی نہ نکلے اور ساتھ ہی اس نے یہ کوشش بھی کرنا ہے کہ اس کی تقریر ملال انگیز اور تھکا دینے والی بھی نہ ہو اور بہت ہی اہم علمی مسائل کو سادہ الفاظ میں بیان کرتے ہیں۔

مختصر قصے اور داستان بیان کرنا، مختلف مثالیں ذکر کرنا، اور تقاضا و حال کے مطابق اشعار پڑھنا، ظریف و لطیف نکات کا بیان ایسے اسباب ہیں جن سے خطیب مدد لے سکتا ہے، یوں اس کی تقریر کی یکسوئی ختم ہو سکتی ہے۔ علمی خطابت جن میں تعلیمی پہلو کارفرما ہوتا ہے یہ سمعی و بصری وسائل کی بدولت سامعین کی توجہ کو زیادہ جلب کرتی ہے۔



## تجلیلی خطابت

اس قسم کی خطابت کہ جسے نمائشی خطابت سے بھی تعبیر کیا جاتا ہے اکثر اوقات ایسے مقام پر کی جاتی ہے جب کسی شخص کی تجلیلی کی جاتی ہے اور اس کی خدمات کا اعتراف کیا جاتا ہے۔ تجلیلی خطابت کسی خاص طبقہ کے ساتھ مخصوص نہیں ہے بلکہ ممکن ہے کہ وزیر، وکیل، عالم دین یا کسی بھی سکالر کو یہ خطاب کرنا پڑے۔ اس قسم کی خطابت میں کسی کے علمی مقام یا ادبی و سیاسی مقام کو سراہنے کے لیے خطابت یا کسی کو ڈاکٹر وغیرہ کی سند دیتے وقت یا پھر مجالس ختم یا کسی انسٹیٹیوٹ کے افتتاح وغیرہ کے موقع پر کی گئی خطابت شامل ہیں۔

اس بات کو بھی مد نظر رکھنا ہوگا کہ تجلیلی خطابت میں صرف تعریف و تمجید کا پہلو کارفرما نہیں ہے بلکہ یہ تنقید کے لیے بھی کی جاتی ہے درحقیقت اس قسم کی تقاریر زیبائی اور بد صورتی ہر دو کو دکھانے کے لیے انجام دی جاتی ہیں۔ تجلیلی خطابت میں دونوں نکات کو مد نظر رکھنا ہوگا:

الف: موضوع سخن تقریب کے مطابق ہونا چاہیے مثلاً اگر ختم کی مجلس ہے تو پھر سیاست و اقتصاد کو بیان نہیں کرنا چاہیے بلکہ زندگی میں حلال و حرام، شفاعت، قیامت اور اہل بیت علیہم السلام کے ساتھ محبت کے ثواب وغیرہ کو بیان کرنا چاہیے۔ اگر کسی ادارے کے جدید سربراہ کی تعارفی تقریب ہو تو پھر امانتداری، وجدان کار اور لوگوں کی مشکلات کو حل کرنے کا ثواب وغیرہ کیا جائے۔

## ۵۔ منبری خطابت

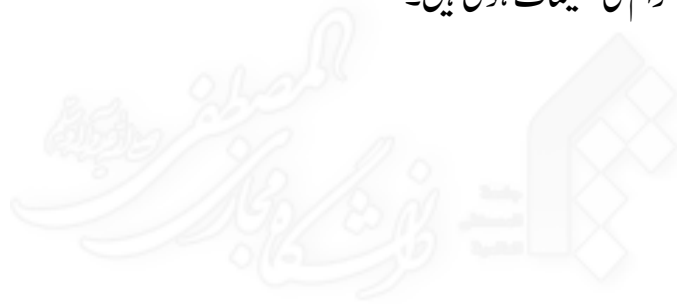
اس قسم کی خطابت چند صدیاں قبل ایران میں رائج تھی اور تقریر کی دوسری اقسام کی نسبت زیادہ مورد استفادہ قرار پاتی ہے۔ منبری خطابت کہ جسے مذہبی خطابت سے بھی تعبیر کر سکتے ہیں یہ علمی و تجلیلی خطابت کے مشابہ ہے صرف اتنا فرق ہے کہ اس قسم کی خطابت علماء کرام انجام دیتے ہیں اور اس قسم کی تقریر میں معمولاً کلام الہی اور احادیث و اہل بیت علیہم السلام کے اقوال کو راہنما اصول بنایا جاتا ہے۔ اس قسم کی خطابت کا مقصد صراط مستقیم کی نشان دہی اور لوگوں کے ایمان کو مستحکم کرنا ہے لہذا یہ تقریر معنویات سے زیادہ سروکار رکھتی ہے۔ خطابت کی اقسام کے سلسلہ میں اس بات کو مد نظر رکھنا چاہیے کہ اگرچہ یہ تقسیم اپنے مقام پر صحیح ہے لیکن پھر بھی کسی ایک قسم کو دوسری اقسام سے بے نیاز نہیں کر سکتے کیونکہ کہ اس بات کے بھی امکان موجود ہیں کہ تجلیلی تقریر میں سیاسی مطالب بھی آجائیں۔

عدالتی خطابت کے دوران علمی مسائل بھی چھڑ جائیں اور منبری خطابت میں توجو مطلب بھی دینی لحاظ سے بیان کرنا جائز ہو اسے بیان کیا جاسکتا ہے۔ لہذا جو شخص منبری خطابت کرنا چاہتا ہے اسے چاہیے کہ خطابت کی دوسری اقسام کے قواعد و شرائط سے بھی آگاہی رکھتا ہو اور ان سے استفادہ کرے۔ کیوں کہ عالم دین آیات و روایات کے ذریعہ لوگوں کے عمومی مسائل کو بیان کرتا ہے۔



## خلاصہ

۱. خطابت کی مختلف اقسام ہیں ان میں سے اہم درج ذیل ہیں: (۱) سیاسی (۲) عدالتی (۳) علمی (۴) تجلیلی (۵) منبری۔
۲. سیاسی خطابت ان افراد کے ساتھ مخصوص ہے جو سیاست کے میدان میں وارد ہیں۔ سیاسی خطیب کو چاہیے کہ وہ سیاسی خطابت کے اصولوں کے علاوہ سیاست میں مورد استفادہ تمام فنون اور ملکی و غیر ملکی حالات سے آگاہی رکھتا ہو۔
۳. عدالتی خطابت تہمتوں کو دور کرنے یا کسی حق کے دفاع کے لیے کی جاتی ہے اس کی پہلی شرط یہ ہے کہ خطیب قانون کی تمام تر پیچیدگیوں سے آگاہ ہو۔
۴. علمی خطابت دوسری تمام اقسام کی نسبت زیادہ دشوار ہے اور علمی محافل میں علوم کے مختلف مسائل کے بارے میں خطابت کی جاتی ہے۔
۵. تجلیلی خطابت کسی کی تجلیل بیان کرنے کی خاطر کی جاتی ہے اور یہ کسی خاص طبقہ کے ساتھ مخصوص نہیں ہے۔
۶. منبری خطابت یہ علمی و تجلیلی خطابت کے مشابہ ہے مگر یہ فرق ہے کہ اس میں خطیب عالم دین یا کوئی مذہبی راہنما ہوتا ہے اور اس کا منبع کلام الہی اور انبیاء کرام کی تعلیمات ہوتی ہیں۔



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

بارہواں سبق  
خطابت کے مراحل

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس



## تمہید

- اس درس کو بیان کرنے کے بعد آپ درج ذیل مطالب سے آشنا ہو جائیں گے۔
۱. خطیب اور وہ نکات جنہیں فن خطابت میں ملحوظ خاطر رکھنا ہے سے آشنائی
  ۲. خطابت کے مراحل اور ان کے اجراء کا طریقہ کار سے آشنائی
  ۳. وہ نکات جو فن خطابت اور مراحل خطابت کے ساتھ مربوط ہیں ان کی مراعات کرنا
  ۴. خطابت کے شفاف و کامل مراحل سے آشنائی
  ۵. خطابت کے دوران ان مراحل کو اجراء کرنے کا طریقہ کار
  ۶. کس ترتیب سے خطاب کریں؟

## تفصیل

تمام زندہ موجودات اپنی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے اپنے ہم نوع سے ارتباط برقرار کرتے ہیں۔ جانور آواز اور حرکت کے انداز سے رابطہ برقرار رکھتے ہیں۔ انسان زبان کے ذریعہ جو کلام کا ذریعہ ہے اپنے ہم نوع سے رابطہ میں ہے۔ انسان میں بہرے و گونگے خاص اشاروں کے ذریعے ایک دوسرے کے ساتھ غیر مستقیم رابطہ برقرار کرتے ہیں۔ بطور کلی زبان ایک دوسرے کو سمجھنے یا سمجھانے کا ذریعہ ہے۔ زبان کا ایک اہم ترین وظیفہ آواز کے ذریعہ معانی کے ساتھ رابطہ برقرار کرنا ہے۔ گویا کہنے والا اپنے مقصود کو چند الفاظ میں پرو کر پیش کرتا ہے اور سننے والا اس کے معانی کو درک کر لیتا ہے۔ مبلغ اگر چاہتا ہے کہ زبان سے صحیح استفادہ کرے یعنی معلومات کو زبان سے جذاب اور شیریں صورت میں اپنے مخاطب تک پہنچائے تو اسے چاہیے کہ درج ذیل نکات جو بولنے میں انتہائی تاثیر رکھتے ہیں کی مراعات کرے۔

۱۔ بولنے والے کی شخصیت

بولنے والا جس مقدار میں سامعین کی نگاہ میں محبوب ہوگا اسی مقدار سے اس کی کلام میں تاثیر ہوگی۔ البتہ وہ افراد جو خطابت کا آغاز کرنے والے ہیں وہ بھی اس قاعدہ سے مستثنیٰ نہیں ہیں کیوں کہ لوگ انہیں ابتداء ہی میں پہچان لیتے ہیں چنانچہ خطیب کی خود سازی اور شخصیت کو معنوی لحاظ سے بلند کرنا اس کے کلام میں تاثیر کا سبب ہے۔

۲۔ موضوع سخن

لوگوں کی نگاہ میں جس قدر خطیب کا موضوع عظیم ہوگا اسی قدر ان میں سننے کا جذبہ بھی پیدا ہوگا۔ اسی بات کو تشخیص دینا کہ کون سی بات سامعین کو زیادہ پسند ہے یہ خود ایک فن ہے آئندہ کی فصول میں اس سے بحث کی جائے گی۔



## ۳۔ خطیب کی ہنر مندی

وہ خطیب خطابت میں قوی ہے جو مورد بحث مطلب کو احسن طریقہ سے بیان کر سکے۔ خطاب کے دوران بولنے کا سلیفہ خود الفاظ سے کم نہیں ہے۔ بعض اوقات خطیب بہت اچھے مطالب رکھتے ہیں لیکن ان کو سامعین تک بہتر انداز میں منتقل نہیں کر سکتے اور ان پر اثر نہیں ہوتا ہے چنانچہ ایک اہم مطلب لوگوں کی نگاہ میں قابل اعتنا نہیں رہتا۔ ان کے دل کی اتھاہ گہرائیوں میں اتر جاتا ہے۔ رسول خدا ﷺ ارشاد فرماتے ہیں: ان من الشعر لحکمة و ان من البیان لسحراً<sup>(۱)</sup> بعض اشعار حکمت پر مبنی ہوتے ہیں اور بعض کلام اس قدر جذاب ہوتا ہے کہ سننے والے کو سحر زدہ کر دیتا ہے۔

چنانچہ خطابت کے شرائط اور قواعد پر توجہ کرتے ہوئے مکمل مشق کی جائے تاکہ مرور زمانہ سے اشکلات بر طرف ہو جائیں۔

## ۴۔ موضوع سخن سے مکمل آگاہی

وہ خطیب جو علم و آگاہی کے بغیر ہی منبر پر خطابت شروع کر دیتا ہے وہ اس عمل سے اپنے کلام کی ارزش اور اپنی شخصیت کو ضرر پہنچاتا ہے۔ چنانچہ امیر المؤمنین علی علیہ السلام نے ارشاد فرمایا: لا تعقل ما لا تعلم فتتھم باجنارک بما تعلم<sup>(۲)</sup> جس چیز کے بارے میں تجھے اطلاع نہیں ہے اس کے بارے میں گفتگو نہ کرو کیوں کہ یہ سبب بنے گا کہ سامعین تیرے ہر کلام میں شک و تردید کریں۔ چنانچہ اگر عالمانہ گفتگو کرنا چاہتے ہیں تو پہلے مطالعہ کرنا ہوگا، اس پر مزید گفتگو آگے بیان کریں گے۔

## ۵۔ ترغیب و توجہ

اگر ہمارے حواس کسی ایک شے کی طرف مرکوز ہو جائیں تو اس کو "توجہ" کہا جاتا ہے۔ خطیب جس مقدار میں سامعین کی توجہ اپنے موضوع کی طرف مبذول کر سکے اتنی ہی مقدار میں وہ مطالب کو درک کریں گے۔ اگر خطیب یہ چاہتا ہے کہ سامعین میں حالت توجہ کو پیدا کرے تو اسے درج ذیل نکات کو ملحوظ خاطر رکھنا ہوگا۔

الف: سب سے پہلے سامعین کے افکار میں نیاز مندی کا احساس پیدا کرے کیوں کہ جب تک نیاز مندی نہ ہوگی اس وقت تک توجہ بھی نہ ہوگی۔ لوگوں میں ضرورت کا احساس پیدا کرنے کے لیے جسم کی حرکات خصوصاً سوال و جواب اور مثالوں وغیرہ سے استفادہ کرنا چاہیے۔

ب: اگر خطیب سامعین کے افکار میں جھانک سکے تو آسانی کے ساتھ ان کے ذہن میں نفوذ پیدا کر سکتا ہے۔ مثلاً جب جانتا ہے کہ لوگ ورزش کو پسند کرتے ہیں تو ایسی بات نہ کرے گا جس سے اختلافات کی بو آتی ہو۔

۱۔ تحف العقول، ص ۵۵۔

۲۔ غرر الحکم، ص ۸۲۸۔



ج: سامعین کو ترغیب دلانے کی خاطر دعا، حدیث اور سیرت ائمہ سے استفادہ کرنے کی ضرورت ہے مثلاً اگر انہیں غریب لوگوں کی امداد پر اکسانا ہے تو کہے گا: امام صادق علیہ السلام نے ارشاد فرمایا ہے: اگر کسی کا ایک کام خداوند علام کی بارگاہ میں قبول ہو جائے تو اسے دوسرے اعمال پر ہر گز سزا نہ دے گا اور بہشت میں داخل کرے گا۔<sup>(۱)</sup>

اس روایت سے لوگوں میں ایک جوش و جذبہ پیدا ہوگا لیکن یہ بھی خوف ہے کہ وہ اس حدیث سے سوء استفادہ کریں چنانچہ خطیب کو چاہیے کہ وہ بلافاصلہ کہے کہ امام صادق علیہ السلام نے ارشاد فرمایا ہے کہ جو عمل قابل قبول ہو اب کون سا عمل قبولیت سے شرف یاب ہوتا ہے تو امیر المؤمنین علی علیہ السلام نے ارشاد فرمایا: عمل کے قبول ہونے کا دار و مدار اخلاص پر ہے۔

د: انگیزہ جات پر توجہ

افراد میں مختلف قسم کے انگیزہ جات موجود ہوتے ہیں چنانچہ اگر خطیب سامعین کے انگیزہ جات اور ان کی توقعات کو پہچانتا ہو تو سامعین کے منفی رد عمل کو کنٹرول کر سکتا ہے اور ان کے احساس کو موضوع بحث کی جانب جلب کر سکتا ہے۔ اس وقت خطیب سامعین کے ذہن میں موضوع کے متعلق صحیح ادراک پیدا کرنے میں کامیاب ہو جاتا ہے۔ کیوں کہ کہتے ہیں کہ اگر کسی احساس شدہ چیز کو معنی و مفہودے دیا جائے تو اسے "ادراک" کہا جاتا ہے۔ اگر سامعین نے مطالب کو درک کر لیا ہے تو خطیب ان میں تاثیر پیدا کرنے میں کامیاب ہو جائے گا۔

۶۔ خطابت کے مراحل

فن خطابت کے ماہرین نے کہا ہے کہ خطابت کے لیے تین مراحل ہیں اس بات پر ان کا اتفاق نظر ہے وہ مراحل درج ذیل ہیں:

۱۔ مطالب کو اکٹھا کرنا یعنی موضوع کے متعلق جتنی معلومات ہوں انہیں اکٹھا کرنا

۲۔ انہیں مرتب و منظم کرنا

۳۔ مطلب کو بیان کرنا اور خطاب کرنا۔

چنانچہ جو شخص مجمع کے سامنے خطاب کرنا چاہتا ہے وہ ان تین مراحل سے گزرے گا:

۱۔ کیا کہے؟

۲۔ کس ترتیب سے کہنا ہے؟

۳۔ کس طرح کہنا ہے؟

اب ان تینوں مراحل کی وضاحت کرتے ہیں۔

۱۔ کیا کہا جائے؟

اس موقع پر خطیب کا بنیادی کام معانی کو تخلیق کرنا ہے۔ یعنی سب سے پہلے جس مطلب کو بیان کرنا چاہتا ہے اس کے بارے میں فکر کرے اور اس مسئلہ کے اطراف کو مد نظر رکھے۔ یہ بات واضح ہے کہ جب مطلب ذہن میں پرورش نہ پائے اس وقت تک مکمل طور پر پختہ نہیں ہوتا اور الفاظ و کلام کو زبان پر جاری نہیں کیا جاسکتا۔ خصوصاً سیاسی و عدالتی خطابت میں کیوں کہ ممکن ہے کہ چھوٹی سی غلطی کہنے والے کو اس کے مقصود سے کوسوں دور لے جائے اور ناقابل جبران نقصان پہنچائے۔ چنانچہ خطیب کے سامنے سب سے پہلا جو مرحلہ ہے وہ یہ ہے کہ مورد نیاز مطالب کو آمادہ کیا جائے کیوں کہ ہمیشہ ایسا نہیں ہوتا کہ خطیب کو پہلے سے خطابت کی تاریخ اور وقت معلوم ہو کبھی کبھی اچانک اور فی البدیہہ بھی تقریر کرنا پڑ جاتی ہے اس صورت میں وہی معلومات جو اس کے ذہن میں موجود ہوتی ہیں وہی اس کی مدد و معاون ثابت ہوتی ہیں۔ چنانچہ ایسے خطباء جن کا اکثر عوام سے واسطہ پڑتا ہے وہ ہمیشہ اپنی معلومات کو بڑھانے کی فکر میں رہتے ہیں۔ اور ایسی تقریر جس کا وقت پہلے سے طے شدہ ہے وہاں پر خطیب کو چاہیے کہ وہ اپنے موضوع کے متعلق معلومات کو جمع کرے اگرچہ اس مسئلہ میں کافی مہارت بھی رکھتا ہو کیوں کہ خطابت کے اصولوں میں ایک اصول یہ ہے کہ خطیب اپنے موضوع پر مکمل طور پر مسلط ہو اور اس موضوع کے متعلق جتنی معلومات اکٹھا کر سکتا ہے کر لے تاکہ اطمینان کے ساتھ منبر پر جلوہ گر ہو سکے کیوں کہ اس سے سوال بھی ہو سکتے ہیں اس لیے قانع کنندہ جواب دے سکے۔ یہ بات بھی قابل ذکر ہے کہ سامعین کو قانع کرنے کا صرف وہ موقع نہیں ہے جب ان کی طرف سے سوالات کیے جائیں بلکہ خطیب اپنی تقریر کو اس انداز سے پیش کرے کہ سامعین قانع ہو جائیں اور کہیں کہ جو کچھ خطیب کہہ رہا ہے یہی حقیقت ہے۔ سامعین کو قانع کرنا کوئی آسان کام نہیں ہے مگر یہ کہ خطیب اپنے مدعا کو ثابت کرنے کے لیے منطقی دلائل قائم کرے یا پھر قانع کرنے کے شیوہ سے آگاہ ہو۔

بنابر اس خطیب کو چاہیے کہ پہلے مرحلہ میں اطلاعات کو اکٹھا کرنے کے ساتھ ساتھ اولہ کی جمع آوری میں بھی کام کرے اور یہ کام منطقی استدلال کے بغیر ممکن نہیں ہے۔ لہذا خطیب کو چاہیے کہ وہ قانع کرنے کی صحیح روش جاننے کے ساتھ ساتھ منطق کے ساتھ مربوط مباحث کم از کم "صناعات خمس" (۱) کو جانتا ہو۔

جو کچھ بیان کیا جا چکا ہے اس میں اس بات کا اضافہ کرتے ہیں کہ "قیاس" کو دو اقسام (۱) منطقی (۲) خطاب میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ قیاس منطقی کی بنیاد کو مقدمات یقینی اور یہ بدیہی امور، مشہودات، تجربات، حدیثیات اور متواترات پر استوار ہے۔ جب کہ قیاس خطابی میں ایسے مسائل نہیں ہیں اور غالباً اس کے مقدمات گمانی و اعتقادی امور ہوتے ہیں۔

مثلاً اگر اپنے استدلال میں اس اصل مسلم کہ "جزو کل سے چھوٹا ہوتا ہے" اس وقت ہمارا قیاس ایک بدیہی امر پر موقوف ہوگا اور اس میں ہم نے قیاس منطقی سے استفادہ کیا ہے۔ اور اس طرح اگر دلیل کو قائم کرتے وقت کہا کہ "سچائی سے خداوند عالم راضی ہوتا ہے" اس میں "قیاس خطابی" سے استفادہ کیا ہے کیوں کہ اس وقت اس کا مقدمہ ایک اعتقادی امر پر موقوف ہے۔ واضح رہے کہ منطقی

۱۔ صناعات خمس سے مراد رہبان، جدل، خطابہ، مخالفہ اور شعر ہیں اور مزید معلومات کے لیے منطق و فلسفہ مولفہ ڈاکٹر علی اکبر سیاسی کی طرف رجوع کریں۔



استدلالی خطابی استدلال سے محکم ہوتا ہے اور کیوں کہ اس میں تحقیقی پہلو پایا جاتا ہے لہذا غالباً خطابت میں اس سے استفادہ نہیں کرتے اور اگر اس سے استفادہ بھی کریں تو ایک مقدمہ کو حذف کر دیتے ہیں مثلاً بجائے اس کے منطقی شیوہ سے کہیں کہ "فضیلت مایہ ارجمندی ہے اور جو چیز مایہ ارجمندی ہے وہ باعث افتخار ہے" اور خطابت میں مقدمہ کبریٰ کو ترک کر کے نتیجہ سے آغاز کریں گے اور مقدمہ کو موخر کر کے یوں کہیں گے: "فضیلت مایہ افتخار ہے کیوں کہ ارجمند ہے"

مثالیں اور حکم اور مختصر اقوال اور بزرگان دین کے اقوال کو حجت خطابی میں شمار کیا جاتا ہے اور اس پہلو سے خطباء کے کلام میں مورد استفادہ قرار پاتا ہے۔

### خطابت کے مراحل

اس کے بعد کہ خطیب نے معانی تخلیق کر لیے ہوں اور ضروری اطلاعات اور مورد نیاز دلائل حاصل کر لیے ہوں تو اب یہ مرحلہ آتا ہے کہ ان مطالب کو منظم کیا جائے۔ اس مرحلے کی اہمیت بھی پہلے مرحلہ سے کم نہیں ہے اس لیے کہ اگرچہ ذہن میں مطالب موجود ہوں اور محکم استدلال بھی موجود ہوں تو جب تک منظم و مرتب نہ ہوں اس وقت تک سامعین کے لیے سود مند ثابت نہیں ہو سکتے۔ ایسا خطیب جو مطالب کو منظم و مرتب کیے بغیر خطابت شروع کر دیتا ہے وہ منتشر اور بکھرے ہوئے مطالب پیش کرتا ہے یا تو تقریر کے حاشیہ میں چلا جائے گا یا پھر ایک شاخ سے دوسری شاخ پر پھلانگتا رہے گا۔ اس نے نہ صرف اپنی محنت کو ضائع کر دیا ہے بلکہ سامعین کو بھی اپنی نسبت بد بین کر دیا ہے۔ اور اس بات کا امکان ہے کہ یہ بات اسے اس کے مقصد سے کوسوں دور لے جائے۔ اس لیے خطابت کو "انشورنس" کے ساتھ تشبیہ دی گئی ہے کہا جاتا ہے کہ جب بھی سخنران و خطیب اپنے آپ کو آمادہ کر لیتا ہے اور بیان کرنے والے مطالب کو منظم کر لیتا ہے یہ اس شخص کی مانند ہے جس نے اپنے آپ کو انشورنس کر لیا ہو اسے کسی قسم کی پریشانی یا اضطراب نہیں ہوگا<sup>(۱)</sup>۔

خطابت میں مطالب کو مرتب کرنا ایسا ہی ہے جس طرح رپورٹ کو مرتب کیا جاتا ہے یعنی سب سے پہلے مقدمہ بیان کیا جاتا ہے اس کے بعد بنیادی مطالب کو متن کے ضمن میں بیان کیا جاتا ہے۔ آخر میں نتیجہ اخذ کیا جاتا ہے۔ خطابت میں بھی اس ترتیب کو ملحوظ خاطر رکھا جاتا ہے۔

الف: خطابت کا مقدمہ

خطابت کے مقدمہ میں خطیب اپنے سامعین کے اذہان کو اس مطلب کی طرف متوجہ کرتا ہے جسے وہ کہنا چاہتا ہے۔ خطابت کو شروع کرنے سے قبل ایک مقدمہ ہونا چاہیے جو سامعین کو اپنی جانب جلب کر سکے۔ یہی وجہ ہے کہ خطباء خطابت کے لیے مقدمہ کے قائل ہیں ان کا اعتقاد ہے کہ خطیب جتنا بھی اپنے کام پر مسلط ہو اور اپنی تقریر کو لکھنے کی حاجت محسوس نہ کرے پھر بھی اسے چاہیے کہ وہ

۱۔ کتاب فن خطابه، تالیف علی پاشا صالح۔



تقریر کے مقدمے کو لکھے اور اسے ذہن میں محفوظ کر لے۔ مقدمہ زیادہ طولانی نہیں ہونا چاہیے بلکہ چند دلنشین جملات جس سے سامعین کو اصل موضوع کی طرف متوجہ کر لیا جائے کافی ہیں۔ وہ افراد جو یہ عادت رکھتے ہیں کہ وہ تقریر کو پہلے لکھتے ہیں وہ متن کی مناسبت سے مقدمہ بھی آمادہ کرتے ہیں۔ مقدمہ میں ایک یا چند اشعار، مختصر داستان جو موضوع کے ساتھ مربوط ہو، بزرگان کے اقوال، ایک سوال یا پھر چند سوالات کے ذریعہ بیان کیا جاسکتا ہے۔ سامعین کو خطاب کرنا اور بالخصوص اگر کوئی شخصیت موجود ہے اس سے اجازت لینا گویا سامعین کو احترام دینے کے مترادف ہے۔ گذشتہ ادوار میں روش تھی کہ خطیب اپنے کلام کو معذرت خواہانہ انداز میں شروع کرتے اور سامعین کی توجہ کو جلب کرنے کی غرض سے بطور تواضع و فروتنی اپنے آپ کو سامعین سے چھوٹا اظہار کرتے البتہ یہ روش اب مکمل طور پر ختم ہو چکی ہے۔ آج کل خطیب سامعین کے سامنے نہ تو اپنی حقارت کا اظہار کرتے ہیں اور نہ ہی بلند و بانگ نعرے لگاتے ہیں جن میں اپنی تعریف شامل ہو بلکہ مطالب کو صمیمیت کہ جس میں کسی قسم کا تظاهر نہیں ہوتا سے شروع کر دیتے ہیں اور ساتھ ہی یہ کوشش بھی کرتے ہیں کہ سامعین کے اطمینان کو جلب کیا جائے۔

ب: خطابت کا متن

خطیب مقدمہ کو بیان کرنے کے بعد اپنے مطالب کو بیان کرتا ہے۔ خطابت کے اس مرحلے میں کوئی خاص دستورات موجود نہیں ہیں۔ صرف اتنا ہے کہ خطیب اپنی تقریر کو خاص ترتیب و نظم کے ساتھ بیان کرے۔ خطیب کی تقریر کے مطالب کی تقسیم بندی سادہ صورت میں ہونا چاہیے اور مطالب کو جداگانہ طور پر بیان کیا جائے تاکہ مختلف قسم کے مطالب آپس میں مل نہ جائیں۔ اہل فن کہتے ہیں کہ خطیب کو چاہیے کہ وہ اپنی تقریر کو آسان اور قابل درک مطالب سے شروع کرے اور پھر تدریجاً ان مطالب تک جائے جنہیں سمجھنا نسبتاً دشوار ہے اور ان کا سمجھنا گذشتہ موضوعات کے ساتھ وابستہ ہے۔ ایک انتہائی اہم نکتہ جس کی خطیب کو مراعات کرنا چاہیے وہ یہ ہے کہ اپنی کلام کو سامعین کی روح کے ساتھ منطبق کرے اور مطالب کو اس طرح بیان کرے کہ سامعین میں تھکاوٹ کے آثار پیدا نہ ہوں۔ اپنے مدعا کو ثابت کرنے کے لیے دیکھے کہ کون سا مطلب دلیل قائم کرنے کا محتاج ہے اور کون سا مطلب بدیہی ہے اور اس کے لیے دلیل کی ضرورت نہیں ہے۔ ایسا نہ ہو کہ ایسے مطالب کہ جن کے لیے دلیل قائم کرنے کی ضرورت ہو وہ دلیل کے بغیر رہ جائیں۔ اور جن کے لیے دلیل کی ضرورت نہ تھی اس کے لیے دلیل لے آئیں۔ اس طرح جب مطلب کے لیے مختلف دلائل ہوں تو ان کے مابین منطقی رابطہ برقرار کرنے کی ضرورت ہے تاکہ سلسلہ کلام بے ربط نہ ہو جائے۔

ج: نتیجہ گیری

خطیب جس وقت مطالب کو بیان کر چکے اور اپنے مدعی کو ثابت کر چکے تو اپنے خطاب کو احسن انداز میں اختتام پذیر کر دے تقریر کا یہ حصہ بھی مقدمہ کی طرح اہمیت کا حامل ہے، خطیب جس طرح اپنی تقریر کو دلپسند جملوں کے ساتھ شروع کر دیتا ہے اسی طرح زیبا جملات کے ساتھ اس کا اختتام بھی کرے۔ تقریر میں جس طرح حسن آغاز ضروری ہے اسی طرح حسن ختام بھی ضروری ہے۔





تقریر کو سامعین کے شکر یہ، مناسب شعر کے پڑھنے، بزرگان دین کے اقوال یا موضوع کے متعلق شعاردے کر اختتام پذیر کر دے اس مقام پر خطیب کو یہ نصیحت کی جاتی ہے کہ وہ اپنی تقریر کا خلاصہ بیان کرے اور کہے کہ میں نے بات تمام کر دی اور اپنے مقصود کو پالیا ہے۔

۳۔ کس طرح گفتگو کریں

تقریر کے مراحل میں سے تیسرا مرحلہ یہ ہے کہ کس طرح گفتگو کی جائے۔ اس کی اہمیت بھی پہلے دو مراحل سے کم تر نہیں ہے۔ یہ بات صحیح ہے کہ مطالب کو منتخب کرنا اور انھیں مرتب کرنا مشکل کام ہے اور معانی کو ایجاد کرنا تقریر کے حساس مراحل میں شمار ہوتے ہیں۔ مبلغ مجبور ہے کہ مطالب اور ان کے دلائل کو پیدا کرے البتہ الفاظ اور ان کے معانی کی ترتیب بھی آسان نہیں ہے ان تمام باتوں کے باوجود یہ بھی ایک ناقابل انکار حقیقت ہے کہ گفتگو کرنا بھی ایک آرٹ ہے اس لیے اس کو بھی دوسرے فنون کی طرح یاد کرنا ضروری ہے۔ تقریر کو بیان کرنے کے لیے اس کے اصول اور قواعد کی طرف توجہ کی ضرورت ہے اور فصیح افراد کے کلام کا مطالعہ ضروری ہے۔ اور ان کے کلام کے ساتھ مانوس ہونا ضروری ہے اس کے بعد مشق کی جائے۔ اس مقام پر دو بنیادی مطالب کو مد نظر رکھنا ضروری ہے۔

۱۔ خطابت کو روانی کے ساتھ ادا کیا جائے۔

۲۔ تقریر دلنشین اور آراستہ ہونا چاہیے۔

اس میں کسی قسم کا شک نہیں ہے کہ تقریر میں روانی کی بے حد اہمیت ہے کیوں کہ تقریر کا اصل مقصد ہی یہی ہے کہ سامع خطیب کی بات اور مقصود کو درک کر لے اور اسے سمجھنے میں دشواری نہ ہو لہذا اسے پہلے ایسے کلام کی فکر کرنا چاہیے جس کے معانی روشن ہوں اور ان میں کسی قسم کا ابھام نہ ہو اس کے بعد تقریر کو آراستہ کرے۔

تقریر کی روانی سے مراد یہ ہے کہ تقریر الفاظ و عبارت کے لحاظ سے فصیح ہونا چاہیے یعنی تقریر واضح و روشن ہو اس مقصد کو پانے کے لیے کلمات کے استعمال خواہ وہ مفرد ہوں یا مرکب ہوں چند مسائل کی طرف توجہ ضروری ہے۔

۱۔ کلمات ایک دوسرے کے ساتھ اس انداز میں بیان کیے جائیں کہ ان کا تلفظ دشوار نہ ہو جائے۔ کیوں کہ ایسے کلمات جنہیں زبان سے آسانی کے ساتھ ادا نہ کیا جاسکتا ہو یہ فصاحت کے خلاف ہے اور یہ وہی عیب ہے جسے اہل فن نے "توافر در کلمات" کا نام دیا ہے۔

۲۔ تقریر میں غیر مانوس الفاظ استعمال نہ کیے جائیں خواہ یہ الفاظ عربی کے ہوں یا قدیم فارسی کے اسی طرح انگلش کے وہ الفاظ جن کے متبادل موجود ہوں سے پرہیز کیا جائے۔

۳۔ کلمات کو قیاس و قاعدہ کے خلاف استعمال نہیں کرنا چاہیے۔ الفاظ کو بیان کرنے میں اسی روش کو اختیار کرنا چاہیے جو معمول کی زبان میں استعمال ہوتی ہے۔



۴۔ ایسے الفاظ جن سے سامعین کے کان کراہت محسوس کرتے ہیں کو بیان کرنے سے اجتناب کیا جائے۔

۵۔ کلمات کو مضمون کے مناسب اور سامعین کی اطلاعات اور ذوق کے مطابق انتخاب کیا جائے۔

اس کے علاوہ خطیب کا یہ وظیفہ ہے کہ اپنے کلام میں ذہن سے دور کنایہ جات اور تعبیرات اور بلند و مختصر جملات خصوصاً بے ربط جملات سے اجتناب کرے اسے کوشش کرنا چاہیے کہ اس کی تقریر طبعی و عادی دکھائی دے۔

اس مقصد کے لیے ایک طریقہ کار یہ ہے کہ اپنے مقصود تک پہنچنے کے لیے مصنوعی کلام اور تکلف سے پرہیز کیا جائے اور معنی کی مناسبت سے الفاظ کا انتخاب کیا جائے یہ لفظ نہ تو اتنا لمبا ہونا چاہیے کہ سامعین کو تھکا دے اور نہ ہی اتنا مختصر ہونا چاہیے کہ اس سے معنی کا ہی استفادہ نہ کیا جاسکے۔

ہم نے بیان کیا ہے کہ گفتگو کے دوران دو نکات "روانی" اور "آراستگی" پر توجہ کی ضرورت ہے۔ واضح سی بات ہے کہ کلام میں اس وقت آراستگی آسکتی ہے جب اس میں روانی موجود ہو۔ خطیب مذکورہ نکات کی مراعات کرتے ہوئے اپنی کلام کو مزید بہتر بنا سکتا ہے اور جس طرح مناسب سمجھے اس کو متنوع بنا سکتا ہے یا پھر تقاضائے حال کے مطابق ایسی کلام پیش کرے جس میں یکسوئی نہ ہو۔

کلام کو آراستہ اور دلپذیر بنانے کے لیے بہت کچھ کہا گیا ہے ہم کلام کو طولانی ہونے سے بچانے کے لیے اس کے تکرار کرنے سے پرہیز کرتے ہیں صرف یہ بیان کرنے پر اکتفاء کرتے ہیں کہ ہر حال میں لفظ معنی کے تابع ہونا چاہیے۔ کیوں جیسا کہ اس سے قبل بھی بیان کیا جا چکا ہے کہ گفتگو کرنا یا لکھنے میں اصل مقصد اپنے مطلوب کو پہنچانا ہوتا ہے نہ کہ صرف الفاظ و کلمات سے کھیلنا مقصود ہوتا ہے کہ کس لفافے میں معنی کو چھپا کر اسے الفاظ و کلمات سے آراستہ کیا جائے۔

### خلاصہ

۱۔ مبلغ اگر چاہتا ہے کہ زبان سے صحیح استفادہ کرے تو اسے درج ذیل نکات کی مراعات کرنا ہوں گی۔

• خطیب کی شخصیت: ایسا فرد ہونا چاہیے جس نے خود سازی کی ہو اور معنوی شخصیت کا حامل ہو اور لوگوں کے ہاں محبوب ہو۔

• موضوع سخن: لوگوں کی نگاہ میں موضوع سخن معتبر ہو۔

• خطیب کی ہنرمندی: وہی خطیب اپنی خطابت میں قوی ہے جو اپنی تقریر کو ہنر مندانه انداز میں پیش کر سکے۔

• موضوع سخن سے کما حقہ آگاہی اور تقریر سے قبل مطالعہ کرنا۔

۲۔ ترغیب و توجہ: جو اس کو کس چیز کی طرف جلب کرنے کی توجہ کہا جاتا ہے۔ اگر خطیب چاہتا ہے کہ سامعین میں حالت توجہ

پیدا کرے تو اسے درج ذیل امور کی پاسداری کرنا ہوں گی۔



الف: سامعین کے افکار میں نیاز مندی کو اجاگر کرے۔

ب: سامعین کے افکار کو پہچانے

ج: ترغیب دلانے کی خاطر حدیث، دعا اور سیرت ائمہ اطہار علیہم السلام سے استفادہ کرے

د: لوگوں کی توقعات کو اچھی طرح جانتا ہو۔

۳. خطابت کے مراحل: خطابت کے لیے تین مراحل ہیں۔

• موضوع کے متعلق مطالب کو جمع کرنا

• مطالب کو مرتب و منظم کرنا

• مطالب کو بیان کرنا اور تقریر کرنا

۴. خطابت کے لیے مطالب کو مرتب کرنا ایسے ہی ہے جس طرح کوئی رپورٹ مکمل جاتی ہے یعنی شروع میں مقدمہ پھر بنیادی

مطالب اور آخر میں نتیجہ گیری۔

۵. عہد حاضر کے خطیب صمیمیت کے ساتھ مطالب بیان کرتے ہیں اور کوشش کرتے ہیں۔ کہ سامعین کے اطمینان کو زیادہ

سے زیادہ جلب کیا جائے۔

۶. مطالب کو بیان کرنے میں وقت کی ضرورت ہے۔

۷. کلام کو روانی کے ساتھ بیان کرنا چاہیے۔

۸. کلام دلنشین اور جذاب ہونا چاہیے۔

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

تیرہواں سبق  
خطابت میں موثر اسباب

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچھلے کورس



### تمہید

- خطابت میں موثر اسباب ہم اس درس میں ان اسباب کی تحقیق کریں گے جو خطابت کی کیفیت میں موثر میں چنانچہ اس درس کو بیان کرنے کے بعد آپ درج ذیل مطالب سے آشنا ہو جائیں گے۔
۱. ان اسباب کو ہر خطابت میں استعمال کر سکتے ہیں۔
  ۲. وہ امور جو خطابت سے قبل ضروری ہیں ان سے آشنا ہو جانا۔
  ۳. ان امور سے ہر تقریر حتیٰ الامکان استفادہ کرنا۔
  ۴. مختصر اور مفید خطابت کو کس طرح آمادہ کیا جائے؟
  ۵. علمی خطابت کا مقام

### تفصیل

- الف: وہ اسباب جو تقریر سے قبل موثر اسباب ہیں۔
- وہ امور جنہیں خطابت سے قبل ملحوظ خاطر رکھنا ضروری ہے وہ درج ذیل ہیں۔
- ۱۔ تقریر کا مقصد اور موضوع کو معین کرنا۔
  - ۲۔ سامعین کی توجہ اور معلومات مقدار کا علم
  - ۳۔ تقریر سے قبل اہم نکات کو لکھنا جن سے خطابت کے دوران استفادہ کیا جاتا ہے۔
  - ۴۔ تقریر حسی مثالیں دینا
  - ۵۔ تقریر کے لیے مناسب وقت کا ہونا یہ نکات کے لیے ضروری ہیں اور اب کچھ نکات بیان کرتے جو تقریر بیان کرنے کے لیے ضروری ہیں۔
  - ۶۔ سامعین کے احتمالی سوالات کی پیش بینی کرنے
  - ۷۔ تقریر پر تسلط کے لیے مشق کرنا
  - ۸۔ تقریر کے موضوع اور منالغ کی پیش بینی
  - ۹۔ آواز کو بہتر بنانے کے لیے مشق رہیر سل اور اس کے لیے درج ذیل نکات قابل ذکر ہیں۔
- الف: ریکارڈ کر کے آواز اور مطالب کی مشق کرنا
- ب: ریڈیو، ٹیلی ویژن اور نامور خطباء کی آوازیں دقت سے سننا



ج: آواز کے اندر کی حفاظت کرنا اور خطاب کے دوران سامعین کا رد عمل دیکھنا

ہ: حروف اور کلمات کے مابین مناسب فاصلہ رکھنا

د: مشق اور ریہرسل کے دوران جدول کو صحیح طریقہ سے پر کیا جائے

واضح رہے کہ جو جدول بیان کی گئی ہے یہ آواز کی تمرین کے لیے نہ کہ جسم کی حرکات کے لیے البتہ بعض ایسی جسمانی حرکات ہیں۔ جو آواز میں مددگار ثابت ہوتی جدول کے دائیں طرف کے پہلے ستون میں پرکھنے کے پانچ معیار اور بائیں جانب کے پانچ ستونوں میں ایک سے لے کر پانچ تک نمبر رکھے گئے ہیں۔ کم از کم نمبر ایک اور زیادہ سے زیادہ نمبر پانچ ہیں۔ یہ معیار درج ذیل ہیں۔

۱۔ خطیب کے بیان کا مخاطبین کی درک کی سطح کے ساتھ سازگار ہونا

۲۔ آواز کے انداز کا متغیر ہونا

۳۔ آواز کے بدنی حرکات کے ساتھ سازگار ہونا

۴۔ خطیب کے بیان اور کلمات کا واضح اور صحیح ہونا

۵۔ سکوت اور مناسب فاصلہ

۶۔ موقع کی مناسبت سے آواز ہونا

۷۔ بیان اور موضوع کی مناسبت سے آواز کا ہونا

۸۔ آواز کا احساساتی و جذباتی ہونا

ب: خطابت کے دوران تاثیر گزار الباب

۱۔ آواز کی اندازہ گیری کرنا:

خطیب کو چاہیے کہ اس بات کو مشق کے ذریعہ اپنے اندر پیدا کرے اور عملی طور پر تمام تقاریر میں اس سے استفادہ کرے خطیب کی آواز متعادل اور اندازہ کے مطابق ہو۔ خطیب کی مضاحت و بلاغت میں جو نکتہ تاثیر گزار ہے اس کی آواز کا معتدل ہونا بھی ہے۔ مطالب کو بیان کرتے وقت اتنی سرعت بھی نہیں ہونا چاہیے کہ انسان مطالب کو صحیح طریقہ سے بیان بھی نہ کر سکے اور نہ ہی آواز اتنی سست ہونی چاہیے کہ سامعین کو تھکا دے اور وہ تقریر سے اکتا جائیں البتہ خطیب کی تقریر کے دوران ایسے مراحل آتے ہیں جہاں اسے چاہیے کہ وہ تیز کلام کرے اور اسی طرح ایسے مقام بھی ہیں جہاں آہستہ گفتگو کرنے کی ضرورت ہے۔

۲۔ آواز کا حرکات و قیافہ کے ساتھ سازگار ہونا:

انسان کا جسم و جان فزیکل طور پر ایک دوسرے کے ساتھ ہم آہنگ ہیں۔ محبت آمیز اور گرم کلام اس فرد کے لیے دل گرمی کا باعث بنتا ہے جس نے خوب کام انجام دیا ہو۔ اور سخت کلام اس کے لیے جس نے برے کام کا ارتکاب کیا ہو۔ مثلاً اگر کسی نے اچھا کام انجام



دیا ہو اس کی تشویق کی جاتی ہے۔ اور اچھی زبان اور کھلے چہرے کے ساتھ اس سے گفتگو کی جاتی ہے اسی طرح اگر کسی نے اچھا کام انجام ہے لیکن اس کی سرزنش مقصود ہو تو پھر غصیلے قیافہ کے ساتھ اس سے گفتگو کی جاتی ہے۔ گفتگو کرنے کے یہ دو نمونے تھے جو آپ نے ملاحظہ کیے ہیں اب رسول خدا ﷺ اور امیر المؤمنین علی کی سیرت کو دیکھیں جس وقت رسول اکرم ﷺ قیامت کا نام لیتے تو آب کی آواز میں شدت اور چہرہ اقدس سرخ ہو جاتا۔ اسی طرح حضرت علی نے جس وقت دیکھا کہ کوفہ کے لوگ جہاد سے کتراتے ہیں تو سخت لہجہ میں گفتگو کی۔

چنانچہ اس انداز میں گفتگو کرنے کی ضرورت ہے۔ کیہ مورد بحث مطلب آواز قیافہ کے انداز اور بدن کی حرکات کے ساتھ سازگار ہو۔ جس وقت امید، توبہ اور بخشش وغیرہ کی بحث کی جائے تو چہرے پر نرمی کے آثار ہونا چاہیں۔ اور جس وقت قیامت اور سزا کے بارے میں گفتگو کی جائے تو گفتگو بھی پریشان حال انداز میں جس میں خطرے کی گھنٹی ہو ہونا چاہیے۔ اور جلد فاصلہ قیامت کے حالات کے بارے میں چند آیات اور روایات کو ذکر کرنا چاہیے۔ اور خطیب اونچی آواز میں ان آیات کی تفسیر بیان کرے۔ اس کے بعد توبہ اور خداوند عالم کی بخشش کا ذکر نا ضروری ہے۔ تاکہ سامعین مجلس سے ناامید اور مایوس ہو کر نہ لوٹیں آہستہ آواز اور تند آواز ان دونوں کے ایک جیسے اثرات نہیں ہوتے ہیں۔ لہذا اس سلسلہ میں مشق کرنے کی ضرورت ہے تاکہ آواز درجہ ذیل عناصر پر مشتمل ہو۔

الف: آواز دلنشین ہو

ب: آواز کا انداز مختلف ہو

ج: آواز کے جذباتی ہونے کو ملحوظ خاطر رکھا جائے

د: ہر جملہ اس کے انداز کے مطابق ادا کیا جائے یعنی جزی جملات اور سوالیہ جملات کا انداز ان کے مطابق ہونا چاہیے

ہ۔ صدا کو موقع کی مناسبت سے ہونا چاہیے۔

۳۔ رواں جملات :

علم مضاحت میں کہا گیا ہے کہ خطیب کو چاہیے کہ وہ اپنی تقریر میں غیر مانوس الفاظ اور پیچیدہ کلمات ادا کرنے سے گریز کرے بلکہ ایسے الفاظ سے استفادہ کرے جو عمومی سامعین کے لیے قابل استفادہ ہوں۔ اسی طرح سامعین معنی کو رد کرنے میں معطل نہیں ہونگے۔ قرآن مجید نے بھی اس نکتہ کی طرف اشارہ کیا ہے۔ { ولقد یسرنا القرآن لاذکر فہل من مدکر }<sup>۱</sup> ہم نے قرآن مجید کو پڑھنے اور سمجھنے اور حفظ کرنے کی خاطر آسان کر دیا ہے۔ کیا کوئی ہے جو اس آسان کتاب سے نصیحت حاصل کرے۔

۴۔ مختصر جملات :

<sup>۱</sup> انوار الانوار ج ۲ ص ۳۰۱

<sup>۲</sup> قر ۱۷



جملات میں اگر فاصلہ کم ہو تو مخاطب آسانی کے ساتھ گفتگو کو درک کر سکتا ہے اور اگر کبھی لمبا جملہ کہتے ہوں تو کوشش کی جائے کہ کلمات کی طوالت سے لفظ اور معنی کے مابین رابطہ منقطع نہ ہو اس لیے مبلغ کو چاہیے کہ وہ اس زبان کی اربیات کو فنی طور پر دیکھے۔ جس زبان میں وہ خطاب کر رہا ہے۔

۵۔ مقاسر و پرکھنا:

مقاسر کرنے سے مخاطبین کے افکار جذب ہوتے ہیں۔ اور اس مطالب واضح اور دیدار یب ہو جاتے ہیں۔ مقاسر اقدار کو غیر اقدار سے جدا کر کے خطیب کے کلام کو سامعین تک پہنچاتا ہے۔ یہ طریقہ کار قرآن مجید میں بھی استعمال ہوا ہے۔ اور قرآن مجید میں مقاسر کے ذریعے بہت سارے مشکل اور پیچیدہ مطالب کو آسان پیرائے میں بیان کیا ہے۔ بطور نمونہ قرآن مجید میں آیا ہے کہ {دھل یتوی الا عسی والبصیرم هل تستوی الظلمات والنور} اے حبیب لوگوں سے کہو کہ کیا نابینا اور بصیر برابر ہیں۔ کیا تاریکی اور روشنی مساوی ہے۔

۶۔ مثال دینا:

مثال کے ذریعے مفہیم کو پیش کرنا بہت ہی موثر طریقہ کار ہے۔ مثال کے دو فوائد ہو سکتے ہیں۔

۱۔ مکالمہ کو واضح کرتی ہے۔

۲۔ مثال کے ذریعے مخاطب میں انگیزہ پیدا کیا جاتا ہے۔ بہتر یہی ہے کہ جس وقت خطیب مطالب کو اکھٹا کر رہا ہو اس وقت مثالیں بھی اتنی انتخاب کر لے تاکہ انہیں اپنے خطاب کے ساتھ ہم آہنگ کر سکے۔ قرآن مجید اور روایات میں مثالوں سے کثرے سے استفادہ کیا گیا ہے۔ ہر مورد میں اس کی مناسبت سے مثال یا تشبہ کو بیان کیا گیا ہے۔ چنانچہ قرآن مجید میں آیا ہے۔ ائم تر کیف ضرب اللہ مثلاً کلمہ طیبہ کستجرة طیبہ اصلہا ثابت وفر لہا اسماء توتی اکلہا کل حین باذن ربہا ن ولغریب اللہ الامثال للناس لعلہم یتذکرون<sup>۲</sup>

کلمہ طیبہ {خدا پر ایمان} پاکیزہ درخت کی مانند ہے کہ اس کی جڑ {کلمہ توحید} زمین میں استوار ہے اور اس کی شاخیں {اخلاق ناصلہ} آسمان کی طرف ہیں اور ہر وقت اپنا پھل {اعمال صالحہ} خداوند عالم کے حکم سے دیتا رہتا ہے۔<sup>۳</sup>

مثالوں کو کس طرح منتخب کرنا ہے یہ مربوط باب میں ہے۔

۷۔ توجہ کو براہیختہ کرنا:

<sup>۱</sup> ارعد: ۱۶

<sup>۲</sup> ابراہیم ۲۳-۲۵

<sup>۳</sup> ترجمہ تفسیر المیزان: ج ۲۱: ص ۲۳۹-۲۴۷



خطیب جتنی مقدار میں سامعین کی توجہ جلب کر سکتا ہے۔ اس کے تاثیر کی قدرت میں اضافہ ہوگا خطیب کو چاہیے کہ وہ سامعین کی خصوصیات کو مد نظر رکھے تاکہ ان کی توجہ جلب کر سکے ان خصوصیات میں۔ ۱۔ سامعین کی ضرورتیں ۲۔ افکار ۳۔ توقعات ۴۔ انگیزہ جات اور ۵۔ تجربات۔

۸۔ حاشیہ جات سے اجتناب:

اگر خطابت کے مطالب کو پہلے سے آمادہ کیا جائے تو اس وقت خطیب حاشیہ میں نہیں جائے گا۔ لیکن پھر بھی اس میں دقت کرنے کی ضرورت ہے۔ کہ خطیب صرف مورد نظر مطالب کو بیان کرے اور افراد کے نام لینے سے اجتناب کرے اور مقامی مسائل کو نہ چھیڑے اور جو چیز اس کے زمن میں آئے یا جو مسئلہ اسے یاد آئے وہ بیان کرنے سے اجتناب کرے۔

۹۔ سوال کے دوران رکنا:

خطیب جس وقت آیہ مبارکہ یا روایت کے جس کا پیغام سوالیہ انداز میں ہے۔ جو بیان کرے تو تھوڑا سا وقفہ کریں اس وقفہ کرنے کے بے شمار فوائد ہیں۔ ان میں سے سامعین کی توجہ کو جلب کرنا اور ان میں انگیزہ پیدا کرنا اہم ہیں۔

۱۰۔ مجلس و کلاس کی تشکیل سے واقفیت:

کلاس یا خطابت کی تشکیل شرائط کے ساتھ مناسبت رکھی ہو ان سے واقفیت چند لحاظ سے مبلغ کے لیے ضروری ہے۔

الف: مجلس میں شرکت کرنے والے کس صنف سے تعلق رکھتے ہیں اور ان کا علمی مقام کیا ہے؟

ب: شرکت کرنے والوں کی جنس {مرد یا عورت} کیا ہے اور ان کی عمریں کتنی ہیں؟

اس بات کو مد نظر رکھنا چاہیے کہ مرد و عورت کی عمر کی خصوصیات مختلف ہیں۔ حتیٰ کہ مثالوں کا ذکر کرنا لطیفانہ گفتگو اور بعض دوسرے مطالب سامعین کی عمر یا ان کی جنسیت کے ساتھ مختص ہیں۔ اگر خطیب کو پہلے سے علم نہ ہو کہ اس کے سامعین مرد ہیں یا عورتیں، بوڑھے ہیں یا بچے تو پھر مبلغ اپنے سامعین کے ساتھ احسن انداز میں رابطہ برقرار نہیں کر سکتا۔

ج: مبلغ کو معلوم ہونا چاہیے کہ مجلس کس مقام پر منعقد کی جا رہی ہے۔ کہیں ایسا نہ ہو کہ وہ ایسی جگہ پر وارد ہو جائے جو اس کے لیے مناسب نہیں ہے۔ اب اگر اس مجلس کو چھوڑتا ہے تو مشکلات کھڑی ہو جاتی ہیں، اور اگر اس میں بیٹھتا ہے۔ تو گویا وہ بھی اس مجلس کی تائید کر رہا ہے۔ یہ بھی ایک مشکل ہے۔

۱۱۔ آیات و احادیث سے استفادہ کرنا:

مبلغ کے کلام میں آیات و روایات سے بھی چٹنگی آتی ہے۔ ممکن ہے کہ بعض خطیب تاریخی اور فلسفی ایجات وغیرہ کے ذریعے اپنی تقریر کے کچھ حصہ کو مزین کر لیں لیکن یہ بات بھی طے ہے کہ گفتگو کے ساتھ جب تک آیات و روایات کا ذکر نہ کیا گیا اسی وقت تک یہ مطالب سامعین کے ذہن میں راسخ نہ ہوں گے، کیوں کہ یہ ایسی برکت ہے خداوند متعال نے آیات و روایات میں رکھا ہے۔



۱۲۔ مطالب کی دست بندی:

اس سے قبل بھی استارہ کیا جا چکا ہے کہ تقریری کے مطالب سے قبل آمادہ ہونا چاہیے اور ان کی دست بندی ہونا چاہیے۔ البتہ اس سے اہم یہ بات ہے کہ اس دستہ بندی کو تقریر کے آخر تک محفوظ رکھنا چاہیے سامعین تقریر کے مقدمہ اور نتائج کو اپنے دماغ میں سکیں۔

۱۳۔ گفتار پر عمل کرنا:

اس بات کی طرف توجہ کرنے کی ضرورت ہے کہ تقریر میں ایسے مطالب بیان کیے جائیں جن پر تقریر کے بعد عمل کیا جاسکے۔ کیوں کہ لوگ اس سلسلہ میں حساس میں کے جو کچھ خطیب کہہ رہا ہے کیا اس پر عمل بھی کیا جاسکتا ہے یا نہیں یہ اگر قابل عمل ہے تو خود مبلغ کس حد تک عمل کرتا ہے۔

۱۴۔ مقامی علماء اور بزرگ شخصیات کے ساتھ ہم آہنگی:

مقامی علماء اور بعض شخصیات ابھی عوام کے ساتھ گہرا رابطہ رکھتے ہیں۔ خصوصاً علماء کرام یہ لوگوں کے ساتھ اپنی رابطہ کئے ہیں اور حساس مقام پر ان کی عظمت واضح بھی ہو جاتی ہے۔ لہذا مبلغ کو چاہیے کہ ان کے احترام کو ملحوظ خاطر رکھے اور تبلیغی امور میں ان سے مشورہ لے اور انہیں اپنی ہمراہی میں رکھے ورنہ مبلغ نہ صرف مقام پیدا نہ کر سکے گا بلکہ ممکن ہے وہ مشکلات سے دوچار بھی ہو جائے۔

۱۵۔ زمانہ شناس ہونا:

رسول خدا ﷺ نے ارستاد فرمایا: {الناس بز ما مانہم ابشہ منہم بابنائہم} ۱

لوگ اپنے زمانے کے اپنے باپ دادا کی نسبت زیادہ متاہب ہی۔

کل بات منبر کے سامنے بیٹھ کر چند مسائل کو سنتا اور چلا جاتا تھا لیکن آج کل کی نسل کے بچے مختلف شرائط سے متاثر ہیں۔ لہذا روایت میں آیا ہے۔

{العالم بز مانہ تہجم علیہ اللوابس}

جو شخص اپنے زمانے سے آشنا ہو وہ کبھی بھی مشکلات کے بھنور میں نہیں پھنستا۔

۱۶۔ علاقے کی شخصیات سے مشورہ:

مبلغ کو چاہیے اس طرح اپنے تلی جملات ادا کرے وہ افواہوں سے مغلوب نہ ہو سکے۔ بہتر یہ ہے کہ مبلغ حالات کا جائزہ لینے کے لیے مقامی افراد سے مشورہ کرے چنانچہ آئمہ جمعہ اور دوسرے تنظیموں کے عہدہ دار اس کام کے لیے موزوں رہیں گے۔ امیر المؤمنین علی نے ارشاد فرمایا۔

{من استقل وجوہ الاراء عرف مواقع الحظاء} ۱





جو شخص عقل مند افراد سے فکری مدد طلب کرتا ہے وہ خطا تمام پہچان لیتا ہے۔ تبلیغ میں جو دوسرے اسباب موثر ہیں وہ درج ذیل ہیں۔

۱۷۔ وقت کی دقت پاسداری

۱۸۔ مخاطب کو فکر دینے کی خاطر سوالات کو مطرح کرنے

۱۹۔ تنقید کو اکھٹا کرنا اور غیر آشکار طور پر اسے دور کرنے کی کوشش کرنا۔

۲۰۔ اگر کوئی کھڑا ہو جائے تو دامن صبر کو تھامنا

۲۱۔ بعض موارد میں اپنے واقعات بیان کرنے سے پرہیز کرنا

۲۲۔ تبلیغ نتائج کو بیان کرنا

۲۳۔ بحث کے محور میں تکرار

۲۴۔ معانی کو مجسم کرنے کی غرض سے موضوعات کے مابین رابطہ

۲۵۔ موضوع سخن میں اجتماعی امور کو مد نظر رکھنا

۲۶۔ موضوع کی تحقیق اور اہم و مہم کو جاننا

۲۷۔ شہداء کے لواحقین اور دوسرے ستم دیدہ افراد کے ساتھ سلوک کی روشنی سے آگاہی

۲۸۔ تواضع اور حق گوئی کی صفت سے آراستہ ہونا

۳۰۔ بنیادی اصلی معلومات پر مکمل تسلط

خطابت کے مطالب کو آمادہ کرنا:-

مطالب کو مہیا کرنے کے مقدمات:

مطالب کو حقائق کے اصولوں اور بنیاد پر مہیا کرنا چاہیے اس کام کے لیے مقدمات کا ہونا ضروری ہے اور اس سلسلہ میں خطیب کو

چاہیے کہ وہ پانچ نکات کو مد نظر رکھے۔

ا: عوام کی ثقافتی ضرورت کو جاننا ہو

ب: ثقافتی مشکلات کو پہچانتا ہو

ج: ثقافتی مشکلات کے اسباب کی تشخیص دے سکتا ہو

د: زمانہ شناس ہو



ھ: سامعین کی عمریں اور ان کے معلومات کی سطح کو جانتا ہو

خطیب مذکورہ مطالب کی طرف توجہ کوتے ہوئے مطالب کو مہیا کرتا ہے۔ جس وقت عوام کے مختلف طبقات کی عمر اور صنف سے آگاہی حاصل کر لے گا تو اس میں توانائی پیدا ہوگی کہ وہ زمانہ کے تقاضا کے مطابق اس انحراف و کجروی کے اسباب کی شناسائی کر سکے اور مطالبہ کی جمع آوری میں اپنے مطالعہ کو متمرکز کر سکے۔

مطالب کو آمادہ کرنے کی روشنی:

اس کام کو انجام دینے کے بعد ہر مبلغ کا پہلا یہ کام ہے کہ وہ ہر تقریر کے لیے مطالب کی جمع آوری کرے مطالب دو قسم کی روشنی سے جمع کیا جاسکتا ہے۔

الف: پہلے سے معین شدہ منصوبہ مقصد کے مطابق ہو جس طرح مکان کو نقشہ کے مطابق بنایا جاتا ہے۔

ب: تجزیہ و تحلیل کی بنیاد پر مطالب کی جمع آوری

دونوں صورتوں میں شخص مطالب کو منتخب اور ان کی جمع آوری کی جاتی ہے تاکہ ان کی تبلیغ اور نشر و شاعت کی تحقیق کی جاسکے۔

اگر یہ چاہتے ہیں کہ تبلیغ کے مطالب زیبا اور دلنشین ہوں تو ان میں آیات، احادیث، شعر، احکامات، تاریخ اور روزمرہ کے مسائل کو شامل کیا جائے۔

کس طرح آیات و احادیث کی حفاظت کی جائے:

پہلا طریقہ کاریہ ہے کہ انہیں تحقیق کی روشنی کے اصول کے مطابق مرتب کیا جائے

دوسرا طریقہ کاریہ ہے کہ انہیں حروف لہجہ کی طرح منظم کیا جائے اس کے وہ احادیث کو فائل میں رکھ دیا جائے وغیرہ کا بھی یہی طریقہ کار اپنایا جائے۔

۱۔ آیات کو آمادہ کرنے کا طریقہ کار:

کامیاب مبلغ حتیٰ ایک متحقق بھی ہے۔ اسے چاہیے کہ آیات کے موضوعات کو لکھ لے تاکہ ضرورت کے وقت ان سے استفادہ کر سکے بہتر یہی ہو کہ قرآن کا مطالعہ کرتے وقت یاد دوسرے کے خطاب سنتے وقت یا پھر مطالعہ کے دوران آیات کو اس موضوع کے مطابق لکھ لیا جائے اس سلسلہ میں قرآن مجید کی CD سے بھی استفادہ کیا جاسکتا ہے۔

۲۔ احادیث کو آمادہ کرنے کا طریقہ:

آیات کی طرح جب بھی کتب احادیث کا مطالعہ کرے یا کسی تقریر نے کو مورد نظر احادیث کو لکھ لیا لیا جائے تاکہ ضرورت کے وقت ان سے استفادہ کیا جاسکے۔ اگر کسی ایسے مسئلہ کے بارے میں روایات کو اکٹھا کرنا چاہیے ہیں۔ جس کے بارے میں اس سے قبل احادیث وغیرہ کو اکٹھا نہیں کیا ہے تو پھر کتب روائی یا CD وغیرہ سے استفادہ کیا جاسکتا ہے۔



۳۔ مناسب اشعار کو مہیا کرنے کا طریقہ :

اس قسم کے مطالب کو درج ذیل طریقوں سے اکٹھا کیا جاسکتا ہے۔

الف: جب بھی کسی تقریر میں کوئی اچھا شعر سنے تو اسے لکھ لیا جائے یا حذاق اس کے منبع کو لکھ کیا جائے تاکہ ضرورت کے وقت اس سے استفادہ کیا جاسکے۔

ب: ایسی کتب کی طرف رجوع کرنا جن میں موضوعات کے مطابق اشعار لکھے ہوئے ہوں۔ ان کتب سے اشعار کو لکھ کر ان سے استفادہ کیا جاسکتا ہے۔

ج: موضوعات کو جدا کرنا اور ایسی کتب جو کبھی کبھی زیر مطالعہ آتی ہیں ان سے موضوع کے مطابق اشعار جدا کرنا۔

د: کمپیوٹر کی سیڈیز وغیرہ جن میں شعراء کلام موجود ہو سے استفادہ جدا کرنا۔

۴۔ مثال اور حکایات کی جمع آوری کا طریقہ :

مثالیں اور حکایات بھی مبلغ کی ضرورت ہے اپنی بھی مندرجہ بالا مطالب کی طرح جمع کیا جائے تاکہ بوقت ضرورت ان سے استفادہ کیا جاسکے۔

سفر میں مبلغ کا تبلیغی مشن :

اگر مبلغ نے اپنے مطالب کو تحقیق کے اصولوں اور روش کا مطابق اکٹھا کر لیا ہے تو اپنے تبلیغی سفر میں درج ذیل نکات کو ملحوظ خاطر رکھے۔

۱۔ قبل اس کے کہ مورد نظر مقام پر تبلیغ کے لیے جائے تو اس مقام کی مناسبت سے موضوع کی شناسی کرے اور حقائق کی روشنی میں۔ موضوعات کی تعداد کا انتخاب کرے۔

۲۔ جو مطالب اس نے مختلف موضوعات کی صورت میں اکٹھے کیے ہیں اور انہیں تقریر کے لیے آمادہ کر رکھا ہے انہیں ہمراہ لے جائے گا اور کتاب کو ساتھ لے جانے کی ضرورت بھی ہے۔

۳۔ اپنے تمام اوقات میں انفرادی اور اجتماعی طور پر اپنی تمام تر صلاحیتوں کو بروئے کار لائے۔

۴۔ ایسی تقاریر جو صرف ایک مجلس پر مشتمل ہوتی ہیں سے کم استفادہ کرے۔

### خلاصہ

۱۔ خطابت سے متبل جن امور کو جاننا ضروری ہے وہ درج ذیل ہیں:

الف: خطابت کا موضوع اور مقصد کو معین کرنے



ب: مخاطبین کی معلومات پر توجہ

ج: اہم مطالب کو دیکھنا

د: زندہ مثالوں کو آمادہ کرنا

ه: تقریر سے قبل مناسب زمانہ کا ہونا اور تقریر کے مطالب کا ہونا

۲. وہ امور جنہیں تقریر کے دوران ملحوظ خاطر رکھنا چاہیے:

• آواز کی انداز گیری: آواز سرعت و قدرت میں معتدل ہونا چاہیے۔

• آواز کا جسمانی و قیافہ کی حرکات کے ساتھ سازگار ہونا

• رواں کلمات، مختصر جملات اور متال و تشنیہ سے استفادہ کرنا

• تقریر کے دوران مختلف افکار کو پرکھنا

• سامعین کی توجہ مبذول کرنا اور حاشیہ روی سے اجتناب کرنا

• سوال کے دوران وقفہ کرنا اور وقت پر دقت کرنا

• سوالات کو بیان کرنے تنقید یا امور کو جمع کرنا اور مشکلات میں دامن جرتھامنا

• تبلیغ کے نتائج کو بیان کرنا اور محور بحت میں تکرار

• آیات و روایات سے استفادہ کرنا

• مطالب کی دست بندی اور گفتار پر عمل بھی کرنا

• مختلف افراد سے سلوک کی روشنی سے آگاہی

• حسد و غرور سے پرہیز اور مقامی شخصیات سے مشورہ کرنا

• بنیادی معلومات پر تسلط اور زمانہ شناس ہونا

۳. تقریر کے مطالب کو حقائق کی روشنی میں مہیا کیا جائے اور یہ کام مقدمات کا محتاج ہے ان میں سے خطیب کا زمانہ شناس

ہونا مخاطب کی ثقافتی ضروریات ان کی مشکلات اور ثقافتی مشکلات کے اسباب کو پہچانتا ہو۔

۴. مبلغ مندرجہ بالا نکات کی روشنی میں مطالب کو آمادہ کرے اور آیات، احادیث، اشعار، امثال اور حکایات کے ذریعہ اپنی

تقریر کو مندید بہتر بنائے۔

۵. تبلیغی مشن پر جانے سے قبل مبلغ کو چاہیے کہ وہ درج ذیل امور کی مراعات کرے۔

الف: تبلیغی مقام پر جانے سے علاقے کی ضرورت کے مطابق موضوع کی شناسائی کرے



ب: انہی موضوعات کی روشنی میں مطالب کو آمادہ کرے

ج: تمام اوقات کو تبلیغی مشن میں صرف کرے

د: صرف مجلس والی تقریر سے کم استعدادہ کرے



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

چودھواں سبق  
تبلیغ کے مواقع

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

**تمہید**

- تبلیغ کے مواقع اس درس کو بیان کرنے کے بعد آپ درج ذیل مطالب سے آگاہی حاصل کر سکیں گے۔
۱. تبلیغ اور اس کے اثر کے مواقع سے آشنائی اور انہیں ہر حال مد نظر رکھنا
  ۲. خطابت کی مشق کے بنیادی نکات
  ۳. ان نکات کی مسلسل ریہرسل اور مشق تاکہ خطیب میں ملکہ پیدا ہو سکے۔

**تفصیل****تبلیغ کے اثر کے مواقع:**

۱۔ نامفہوم کلمات

ایک توانا خطیب اگر اپنی وضاحت و بلاغت سے بھرپور استفادہ کرنا چاہتا ہے تو اسے چاہیے کہ وہ اپنی علمی توانائی کو رشد دے حضرت علی فرماتے ہیں۔

{ینفیان یکون علم الرجل زائدا علی نطفہ قعقلہ غالباً علی اسانہ} <sup>۱</sup>

آدمی کے لیے یہ سزاوار ہے کہ اس کا علم اس کے نطق سے زیادہ ہو اور اس کی عقل اس کی زبان پر غالب ہو۔

اس بناء پر خطیب اپنی تقریر کے لیے جس موضوع کا انتخاب کرتا ہے اسے اس طرح ہونا چاہیے کہ اس پر تسلط رکھتا ہو یعنی جب اپنے مطالب بیان کر رہا ہے تو سامعین کے مسائل کو بھی بیان کرے، اس طرح اسے نامفہوم حکمت کا استعمال سے بھی گریز کرنا ہوگا۔

۲۔ یا مناسب کلمات

خطیب کو چاہیے کہ تبلیغ کے دوران جو کلمہ زبان پر آئے اسے بیان کر دے اگر اس نے مثال یا کسی خاص کلمات کا استعمال کرنا بھی ہو تو ان کلمات پر مکمل نگاہ رکھے اور ایسے کلمات کا انتخاب کرے جو مفہوم کو پہچاننے کے ساتھ ساتھ اسکی زشتی کو بھی ختم کریں۔ حضرت علی فرماتے ہیں۔

{ایاک وما یتہجنمن الکلم فأنه یجس علیک اللعام عنک الکلام} <sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> فہرست غرر الحکم ص ۳۲۸

<sup>۲</sup> غرر الحکم ص ۱۰۶



فتیح اور گھٹیا گفتگو کرنے سے پرہیز کریں کیوں کہ یہ تجھے لعنت کے گڑھے میں ڈال دے گی اور عزت و احترام کو تجھ سے دور کر دے گی۔ البتہ یہ مسئلہ صرح سامعین کے ساتھ مخصوص نہیں ہے۔ بلکہ تمام انسانوں کے لیے ہیں کیوں کہ ہر انسان یا دوسرے کے ساتھ گفتگو کرتا ہے۔ واضح رہے اس قسم کے کلمات معمولاً خصوصی مجالس یا انفرادی تبلیغ میں استعمال ہوتے ہیں۔

۳۔ حسد:

اس موضوع کے دو پہلو ہیں،

الف: کبھی انسان خود تو حاسد نہیں ہے لیکن مبلغ مطالب کو اس انداز سے بیان کرتا ہے کہ دوسروں کے دل میں اس کے بارے میں آتش حسد روش ہو جاتی ہے۔ اور شخص اس کے خلاف حسد شروع کر دیتا ہے۔ یہ بات تبلیغ کے اثر کو ختم کر دیتی ہے۔ اس کے اثرات منفی ہو جاتے ہیں۔ حتیٰ کہ اس بات کا بھی امکان موجود ہے کہ مبلغ کی شخصیت ختم ہو جائے۔ لہذا اس مسکہ میں انتہائی دقت کی ضرورت ہے کیونکہ انسان کو معلوم نہیں ہوتا کہ دوسرے اس کے ساتھ حسد کر رہے ہیں۔ اور نتیجہ مشکلات دامن گیر ہو جاتی ہیں۔ اور یہ شخص ان کا سبب کسی اور چیز کو سمجھا ہے جب کہ یہ حسرت اس تبلیغ سے پیدا ہوتی ہے جو اس نے کی ہے۔

ب: حسرت ایک ایسی بلا ہے جو انسان کو ختم کر دیتی ہے جب کہ حاسد خود اس بات کی طرف متوجہ نہیں ہوتا۔ اگر انسان آئینے رفقائے کے بارے میں قضاوت کرنا چاہتا ہے یا دوسرے مبلغین کے بارے میں اظہار نظر کرنا چاہتا ہے۔ تو اسے انتہائی دقت کی ضرورت ہے۔ ورنہ اک بات کا امکان موجود ہے کہ دلوزی یا پھر تجزیہ و تحلیل کرتے وقت اس کی زبان سے ایسے کلمات جاری ہو جائیں جو حسادت کا سبب بن جائیں۔

۴۔ افواہوں اور تنقیدوں کے مقابلے میں رد عمل دکھانا:

افواہوں کے مقابلے میں رد عمل دکھانے کی ضرورت نہیں ہے بلکہ انتہائی سکون کے ساتھ ان افواہوں کی پرواہ نہیں کرنا چاہیے تاکہ یہ خود بخود ختم ہو جائیں۔

۵۔ ساؤنڈ سسٹم میں خرابی:

مثلاً اگر لائوڈ اسپیکر خراب ہو جائے تو مبلغ کو اپنی تقریر جاری نہیں رکھنا چاہیے۔ کیونکہ لائوڈ اسپیکر کی خرابی اور اس سسٹم کو ٹھیک کرنے والوں کی مشکل سے مخاطبین کی توجہ ختم ہو جاتی ہے اور خطیب اور سامعین کے مابین رابطہ منقطع ہو جاتا ہے۔

۶۔ تفصیلی وضاحت:

مطالب کی حد سے زیادہ وضاحت نہیں کرنا چاہیے کیوں کہ اس سے سامعین میں اکتاہٹ پیدا ہو جاتی ہے۔

۷۔ خطیب کی معلومات اور موضوع میں عدم مناسبت:



مثلاً اگر موضوع سخت " اخلاص " ہو تو اگر مبلغ کی اس موضوع کے متعلق معلومات کم ہوں تو یہ سبب بنتا ہے کہ وہ اپنے مطالب کو خاص تو المندی کے ساتھ بیان نہ کر سکے۔

۸۔ آواز کی مشکل :

صد میں اتار چڑھاؤ نہ ہونا اور اس پر توجہ نہ کرنا یہ سبب بنتا ہے کہ بہت ہی عالی شان مطلب سامعین کے سامنے حقیقی جلوہ نمائی نہ کر سکے۔

۹۔ جلدی باور و اعتماد کرنا:

مبلغ جو بھی سنتا ہے اس کو باور نہ کر لے اور اسی طرح ہر کسی پر اعتماد نہ کرے اس کا یہ مطلب بھی نہیں ہے کہ دوسروں کے بارے میں سو نظن کرنا شروع کر دے بلکہ مراد یہ ہے کہ سادگی کے ساتھ بات کو بیان نہ کرے اور اس کے مقابل رد عمل نہ دکھائے۔ تمام افراد کی باتوں اور درد دل کو تو سننے لیکن بات کرنے کے مرحلہ پر صرف وہی بات کرے جس کا یقین ہو اور بیان کرنے میں مصلحت بھی ہو۔

قرآن مجید میں ارشاد ربانی ہے کہ " ان جاء کم فاسق نباء فتنبو " ۱

اگر فاسق تمہارے لیے خبر لے کر آئے تو اس کی جستجو کرو۔

البتہ اس بات کی تشخص کہ خبر لانے والا فاسق ہے یا نہیں یہ ایک مشکل کام ہے۔ کیونکہ بعض اوقات انسان بھیس بدل کر آیا ہے لہذا خود بات میں بھی دقت کرنے کی ضرورت ہے۔ اس لیے تو کہا گیا ہے کہ " انظر الی ما قال وہ تنظر الی من قال " یعنی یہ دیکھو کہ کیا کہا جا رہا ہے۔ یہ نہ دیکھو کہ کون کہہ رہا ہے۔ قرآن مجید میں آیا ہے " یا ایہا الذین امنوا اذا جاء لکم اعمونات مہاجرات فامتنھن اللہ اعلم بما ینعن " ۲

اے ایمان والو جس وقت باایمان عوتیں اپنے وطن سے ہجرت کر کے تمہارے پاس آئیں تو تم ان کی تحقیق کرو اور ان کا امتحان لیں خداوند عالم ان کے ایمان سے خوب واقف ہے۔

۱۰۔ مخصوص افراد کے ساتھ آمد و رفت :

مبلغ کو چاہیے کہ مخصوص افراد کے ساتھ رفت کرنے سے پرہیز کرے مگر یہ کہ ان کا سابقہ اچھا ہو اور مقامی طور پر متدین افراد شمار ہوتے ہوں اور ہر کسی کی دعوت کو قبول نہ کرے چنانچہ جس وقت رسول خدا ﷺ پہلی مرتبہ مدینہ تشریف لے گئے تو سوسو



استفادہ سے بچنے کے لیے آپ نے فرمایا: ناقہ کی مہار چھوڑ دو اسے امر دیا گیا کہ کہا جاتا ہے۔ چنانچہ آپ نے اس عمل سے ثابت کر دیا کہ میں غیر جاہل ہوں۔<sup>۱</sup>

اسی طرح امیر المؤمنین علی نے زکوٰۃ کی جمع آوری کے سربراہ سے فرمایا: {فأقدمت علی الحییفانزل لجالہم من غیر ان تخافط ایبام تہم}

جس وقت بھی کسی قبیلہ کے پاس جانا جائے ہو تو ان کے پانی کے گھاٹ اور سرزمین پر پڑاؤ ڈالنا اور ان کے گھروں میں آمدورفت نہ کرنا مبلغ کو چاہیے کہ وہ سب کی پناہ گاہ ہو اور تمام افراد اپنے مسائل کے حل کرنے میں اس کی طرف رجوع کریں۔ اگر مبلغ بعض افراد کو تو آگے بڑھ کر اپنے گلے سے لگائے اور بعض افراد سے ملاقات بھی نہ کرے تو اس کا عوامی اعتماد ختم ہو جائے گا۔ اسی لیے لوگوں کا مبلغ کی طرف رجوع کرنے کا یہ مطلب نہیں ہے کہ وہ سب کے سب مبلغ کی تائید کرتے ہیں۔ بلکہ اس کی ذمہ داری ان کے سوالات کا جواب دینا ہے۔

۱۱۔ غرور

۱۲۔ پیغام کو نہ پہنچا سکتا

۱۳۔ زبان اور طرز بیان کی مشکلات

۱۴۔ مقامی طور پر اختدقی مسائل کو چھیڑنا

۱۵۔ شخصیات کے بارے میں گفتگو کرنا

۱۶۔ ایسے مسائل بیان کرنا جن سے مقامی عہدہ داروں کی توہین ہوتی ہو۔

۱۷۔ کسی خاص گروہ یا شخص کی طرف داری کرنا البتہ اس مورد میں اتشناء بھی موجود ہے جس میں دقت کرنے کی ضرورت ہے۔

۱۸۔ میزبان یا بانی مجلس کی تعریف کرنا

خطابت کی تمرین کے ضروری نکات:

۱۔ خطابت کی مشق مجھے عام میں ہونا چاہیے تاکہ خطیب میں زیادہ جرات پیدا ہو سکے۔

خطیب کے خوف زدہ ہونے کا ایک سبب یہ ہے کہ وہ علمی طور پر قوی نہیں ہوتا ہے۔ لہذا خطیب کو چاہیے کہ وہ مطالعہ میں بہت زیادہ دقت کریں اس کے بعد وہ ان مطالب کو کاغذ پر لکھ لے اس کے بعد اسے ذہن نشین کر لے اور اپنے ساتھ لے جائے کہ اگر کوئی مشغل پیش نہیں آئے تو دیکھ لے گا۔



۳۔ تقریر کے لیے آواز اور تنفس کی بہت زیادہ اہمیت ہے لہذا ان کو ہم آہنگ رکھنے کے لیے مشق کی ضرورت ہے اور اس کے لیے درج ذیل نکات کو ملحوظ خاطر رکھے۔

الف: چپ لیٹ جانا لمبے لمبے سانس لیے جائیں اور منہ کو بند رکھا جائے اور کندھوں کو بھی حرکت نہ دی جائے ہر روز رات سونے سے پہلے قبل پانچ منٹ کے لیے انجام دیا جائے اور اس طرح صبح اٹھ کر یہ مشق پانچ منٹ سرانجام دی جائے۔

ب: سیدھا کھڑا ہو جائے اور اس کے بعد پاؤں کی ایڑھی پر زور ڈالے اس کے بعد ہاتھ کو سر پر رکھ کر گردب کی طرف موڑا جائے اور اس کے بعد سانس لے۔

۴۔ اپنے آپ کو پرکھا جائے اور دیکھا جائے کہ کیا مطالب کو صحیح بیان کیا ہے یا نہیں دو طریقوں سے اپنے آپ کو پرکھا جاسکتا ہے

الف: تقریر کے دو انداز میں پرکھا جائے ایک انداز یہ ہو کہ مطالب کو ترتیب کے ساتھ بیان کیا جائے اور ایک انداز یہ ہو کہ مطالب کو بے ربط بیان کیا جائے۔ چنانچہ مطالب کو مرتب کرنے سے کلام کی ارزش میں اضافہ ہو جائے گا۔

ب: پرکھنے والی جدول { معیار } سے استفادہ کیا جائے۔ اور اپنے آپ کو نمبر دیے جائیں۔ اگر مبلغ خود یہ کام انجام دینا چاہے تو وہ اپنی تقریر کو ریکارڈ کر کے اور اپنے آپ کو نمبر دے ورنہ دوسروں کو کہا جائے کہ وہ آپ کو نمبر دیں اگر آپ نے اس معیار کو اہمیت دی جو آخر میں بیان کی جائے تو آپ کی قوت گویائی اور تقریر میں نکھار آئے گا۔

۵۔ آہستہ اور اونچی آواز میں اور کھینچ کر آواز کو نکالنا اور خطیب کا قیافہ یہ سب تقریر کے دوران مبلغ کے قلام پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ لہذا نطق کی تمرین ریکارڈ کر کے کرنا چاہیے۔

۶۔ تقریر کے مطالب کو صرف فارغ اوقات میں آمادہ نہ کیے جائیں بلکہ اول وقت اور استراحت کے بعد انہیں اکٹھا کیا جائے اس کے بعد انہیں تقریر میں رکھا جائے اور ان کی تمرین کی جائے۔

۷۔ تقریر سے ایک گھنٹہ قبل ہلکی پھلکی غذا کھائی جائے اور شکم پری کی حالت میں تقریر کی جائے۔

۸۔ اگر یہ چاہتے ہیں کہ تقریر کے دوران انسان گلا خشک نہ ہو جائے اور اسے پانی کی ضرورت محسوس نہ ہو تو تقریر سے قبل تھوڑا سا نمک یا کھٹا نمک کھالیا جائے یا پھر ورزش کر لی جائے۔

۹۔ جب بھی انسان متوجہ ہو جائے کہ وہ غصہ کی حالت میں ہے تو { غیر ارادی حرکات، اچانک حرکات، سرلیج حرکات، تکراری حرکات، آنکھ کی ناموزوں حرکات اسی طرح کاندھوں کی غیر ارادی حرکات } تقریر سے قبل اس غصہ کو ختم کرنے کی ضرورت ہے مثلاً اگر یہ عادت ہو کہ بے اختیاری طور پر لباس کے بٹن کھولتے اور بند کرتے ہوں تو ایسا لباس پہن لیا جائے جس کے بٹن ہی نہ ہوں۔

خطابت کو پرکھنے کی جدول { شیڈول }

نمبر۔ موضوع، خوب، متوسط، ضعیف، ملاخطات،



- ۱۔ تقریر کو شروع کرنے کی کیفیت
- ۲۔ سامعین پر مکمل توجہ
- ۳۔ خطیب کا اخلاق، حرکات، اعمال
- ۴۔ بیان میں یکسوئی کا نہ ہونا
- ۵۔ سرعت کلام کو کنٹرول کرنا
- ۶۔ آواز کی اونچ، نیچ پر کنٹرول
- ۷۔ ظاہری طور پر اچھا ہونا
- ۸۔ وضاحت اور صحیح کلام کرنا
- ۹۔ تپج حرکات و کلمات سے پرہیز
- ۱۰۔ مقاتر اور پرکھنے سے استفادہ
- ۱۱۔ جدید کلمات کا انتخاب
- ۱۲۔ جدید کلمات کا انتخاب
- ۱۳۔ موضوعات کے مابین رابطہ
- ۱۴۔ نتیجے کے حوالے کے لیے الفاظ کو بیان کرنا
- ۱۵۔ حزب المتلی اور خطباء کے کلام سے استفادہ کرنے کا میزان
- ۱۶۔ داستان و حکایات سے استفادہ کرنے کا میزان
- ۱۷۔ سقرے اسبیات اور ہنر سے استفادہ کرنے کا میزان
- ۱۸۔ آیات کریم سے استفادہ کرنے کا میزان
- ۱۹۔ بزرگان کے کلام سے استفادہ کرنے کا میزان
- ۲۰۔ حسن ارتجال
- ۲۱۔ سامعین کی عقول کو تانع کرنے کا میزان
- ۲۲۔ سامعین کے احساسات و جذبات کو برابر نگہبختہ کرنے کا میزان
- ۲۳۔ سامعین میں مثبت انگیزہ پیدا کرنے کا میزان
- ۲۴۔ جمع بندی کی کیفیت اور تقریر کا اختتام



- ۲۵۔ گرمیز مارنے کا انداز  
۲۶۔ ذکر مصائب اور اس کو بیان کرنے کا طریقہ  
۲۷۔ کلام اور صدا کی کیفیت  
۲۸۔ آیات و حدیث کا انتخاب  
۲۹۔ تقریر کے مراحل کی مراعات یعنی مقدمہ، متن، اختتام

### خلاصہ

۱. تبلیغ کی تاثیر کے مواقع درج ذیل ہیں۔
  - نامفہوم کلمات
  - نامناسب کلمات
  - حسد مبلغ یا مخاطب اور مبلغ کا غرور
۲. تنقید اور افواہوں کے مقابلے میں رد عمل دکھانے۔
۳. پیغام رسائی میں نارسائی میں نارسائی اور پیغام رسائی کے وسائل میں نفی نقص
۴. زبان اور طرز زبان کی مشکلات
۵. توضیح دینے میں تفصیل
۶. موضوع سخن کے بارے میں عدم معلومات
۷. آواز کا بانداز نہ ہونا
۸. مقامی اختلافی مسائل کو چھڑنا
۹. مخصوص افراد کے بارے میں بات کرنا یا خاص گروہ و افراد کی طرف داری کرنا
۱۰. وہ و مور جنہیں خطابت کی مشق و تمرین کے دوران مد نظر رکھنا ضروری ہے۔
۱۱. افراد کے سامنے مشق ہونا چاہیے
۱۲. تقریر کے مطالب کا وقت سے مطالعہ کیا جائے اور انہیں کاغذ پر لکھا جائے
۱۳. آواز و سانس سالم و قوی ہونے چاہئیں
۱۴. خطابت کو پرکھا جائے۔



۱۵. آواز کو ادا کرنے کا طریقہ، آواز میں اونچ نیچ اور مبلغ کا قیامہ و ندنی حرکات

۱۶. خطابت کے مطالب آخری وقت تک موخر نہ کیے جائیں

۱۷. تقریر سے ایک گھنٹہ قبل ہلکی پھلکی غذا سے استفادہ کیا جائے۔



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

پندرہواں سبق

تبلیغ میں اہل بیت علیہم السلام کے فضائل و مصائب کا ذکر کرنا

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچھلے کورس



تمہید

اہل بیت کے فضائل و مصائب کی تبلیغ:

مصائب کا ذکر اور اس کی اہمیت:

اس درس کو بیان کرنے سے درج ذیل مطالب واضح ہو جائیں گے۔

۱۔ تبلیغ کا ایک موثر ترین طریقہ ککہ مصائب کے زمرے میں لوگوں کے احساسات و جذبات کو براہِ نیچتہ کیا جائے۔

۲۔ شیعہ مکتب کی تبلیغ میں ذکر مصائب کا کردار

۳۔ دینی شخصیات اور سماجی شخصیات کا ذکر مصائب کا اہتمام کرنا

تفصیل

عزاداری کے بارے میں حضرت امام خمینی (رہ) کا بیان:

آپ نے اہل منبر کو خطاب کرتے ہوئے فرمایا کہ کوشش کرو کہ لوگوں کو اسلامی مسائل، سیاسی مسائل اور سماجی مسائل سے آگاہ کرو اور اسی طرح ذکر مصیبت بھی کرو کیونکہ ہم انہیں کے سہارے زندہ ہیں۔ اہل منبر کو چاہیے کہ جس طرح گزشتہ زمانے میں مرتیہ پڑھا کرو۔ مجلس کے آخر میں ختمًا مصائب پڑھے جائیں اور زیادہ پڑھے جائیں جس طرح گزشتہ زمانے میں پڑھے جائیں۔ اہل بیت کی مصیبت اور ان کے فضائل کو استفادہ، نثر کی صورت میں بیان کیا جائے تاکہ ہمارے لوگ ہمیشہ آمادہ و تیار رہیں۔ ہمارے آئمہ طاہرین اپنی پوری زندگی کو اسلام کی نشر و اشاعت میں صرف کر دیا ہے۔ اگر وہ کسی حاکم کے ساتھ مل جائے تو دنیا کی تمام سہولتیں انہیں میسر تھی کہیں انہوں نے دنیاوی سہولتوں کو ٹھکرا کر اپنے آپ کو اسلام پر قربان کر دیا ہے کہیں ظالم حکمرانوں کے ساتھ سمجھ کہ نہیں کیا ہے۔ حضرت آیت اللہ خامنہ ای کا عزاداری کے



سلسلہ میں پیغام: مجالس اس انداز میں متفرد ہونا چاہیں کہ محبت اہل بنت کو زیادہ کرنے والی ہوں کیوں کہ یہ بہت ہی قیمتی رابطہ ہے۔ لہذا مبلغین کو چاہیے کہ ایسے اقدام کوں کہ جن سے مجالس میں شرکت والوں کے دلوں میں حسین ابنی علی اور رسول خدا ﷺ کے خاندان کے ساتھ محبت میں اضافہ ہو اور ان کے دلوں میں معرفت الہی کا چراغ روز بہ روز فروزاں ہو۔

مصائب ال محمد ﷺ کی اہمیت:

شیعہ کلچر میں اہل بیت کے خاندان کے مصائب کا ذکر معمول کی بات ہے اور صدیوں سے شیعہ علماء ان مصائب کا ذکر لوگوں کے دلوں میں آل محمد ﷺ کی محبت کے چراغ کو روشن کیے ہوئے ہیں۔ مصائب کے ذریعہ کیوں کہ انسانی احساسات و جذبات برانگیختہ ہوتے ہیں لہذا اسلام کی ترویج کا بہترین ذریعہ ہیں۔ اور اس قسم کی تبلیغ سامعین کے ذہن میں

آسانی کے ساتھ اثر انداز ہو سکتی ہے کیونکہ یہ سادہ ترین تبلیغی روش ہے۔ اور اس کا اثر بھی جاویدانہ ہوتا ہے۔ اس بناء پر شیعہ مبلغین کو چاہیے کہ اس فن کو حاصل کر کے اپنے آپ اہل بیت کے ذاکرین اور خارین کی صف میں شامل کر لیں مصائب کی تعلیم حاصل کرنے کے چند مراحل ہیں۔ ان میں سے اہم رین آواز کو قوی کرنے کی روش اور آواز کو خوبصورت بنانے کا طریقہ کار ہیں۔ ممکن ہے کہ ہر شخص اپنی آواز کے ساتھ مصائب پڑھ سکتا ہے بشرطیکہ صداں زری اور اس کے اجزاء کے اصولوں کی پاسداری کرے ان اصول کو درج ذیل مراحل میں طے کیا جاسکتا ہے۔

۱۔ آواز کی آمادگی کے لیے مشق:

آواز کی آمادگی کے لیے درج ذیل مشق کی ضرورت ہے۔

۱۔ دن میں چند مرتبہ سیدھے کھڑے ہو کہ اپنے دائیں ہاتھ کو سر پر رکھا جائے اور بائیں ہاتھ کو سینہ پر رکھ کر لہڑھی پر زور دیا جائے اور تھوڑی دیر کے لیے سانس کو سینے میں بند رکھا جائے۔



اس طرح کھڑا ہونا چاہیے کہ پانوں کے نیچے زمین پر نہ ہوں۔ جس وقت سینے میں تنگی کا احساس کریں آہستہ آہستہ سانس نکالنا شروع کر دیں۔ البتہ آہستگی کے ساتھ سانس کو آزاد کریں گے اتنا ہی فائدہ زیادہ ہے۔

۲۔ شمع کو جلایا جائے یعنی موم بتی جلائی جائے اس کے بعد اپنے سانس کو بند کرنے کے بعد اسے اس انداز میں پھونک ماری جائے کہ اس کا شعلہ حرکت نہ کرے۔ البتہ سینے کی ہوا خارج ہو جائے ہر روز اس عمل کو چار مرتبہ انجام دیا جائے جس وقت شمع کو پھونک مار رہے ہوں تو اس وقت موم بتی کے اتنے قریب ہوں کہ اس کی حرارت محسوس کر سکیں۔

۳۔ دس منٹ تک ٹھوڈی کو نیچے کر کے اور منہ کھول کر چارزانو بیٹھیں اور سانس لیں  
۴۔ اپنی انگلیوں کو چہرے کے دونوں طرف ٹھوڈی کے پاس رکھیں اس کے بعد ٹھوڈی کو آزاد چھوڑ دیں۔

منرجہ مشقیں ایک ہفتہ تک جاری رہیں ان مشقوں میں شرائط پر توجہ ضروری ہے۔  
۲۔ آواز کو قوی کرنے کی مشق:

۱۔ اتنا گہرا سانس لیں کہ تمام رگیں ابھر آئیں۔ اس کے بعد درج ذیل الفاظ کہتے ہوئے سانس کو آہستہ آہستہ نکالیں۔ اس بات کی طرف توجہ رہے کہ سانس دیر کے ساتھ نکلنا چاہیے۔ وہ الفاظ یہ ہیں۔ اہ، اہ، اہ، اہ، اوہ، اوہ، اوہ، ای، ای، ای۔

۳۔ نوک زبان کی مشق کے لیے درج ذیل امور کو ملحوظ خاطر رکھیں۔

الف: تمام جھے نوک زبان سے ادا کیے جائیں اور اس کام کے دوران زبان کا آخری حصہ مکمل ساکن ہونا چاہیے۔

ب: مسلسل حروف (ر-ز) کیے جائیں۔



۳۔ جو دستورات دیے گئے ہیں انہیں پورا کرنے کے لیے اشعار بنائے جائیں۔ تاکہ الفاظ کی مشق کی جاسکے۔

۳۔ آواز کو تقویت دینے کی مشق:

آواز کی خوبصورتی اور بلند آواز کیلئے منہ اور ناک کو باہم منظم ہونا چاہیے کیونکہ آواز گلے سے پیدا ہوتی ہے اور اسکے بعد خلق میں داخل ہوتی ہے۔ اور جب آواز خلق میں داخل ہو جاتی ہے۔ تو اس کے بعد ایک طرف منہ میں آتی ہے اور دوسری طرف سے ناک میں جاتی ہے۔ آواز کا وہ حصہ جو ناک میں جاتا ہے۔ وہ ناک کی ہڈیوں کے ساتھ مل کر سُسر پیدا کرتا ہے۔ اس لیے ضروری ہے۔ کہ مندرجہ ذیل امور کی مشق کرنی چاہیے۔

الف: "می" کی آواز کو سانس کے ساتھ باہر نکالیں۔

ب: کھلے ہوئے ہونٹوں کے ساتھ حروف "نی" کی ادا کریں۔

ج: ہونٹوں کو کھول کر اور بند کر کے "می ونی" کو دھرائیں تاکہ سُسر پیدا ہو سکے۔

د: "واہ وناہ" کو دہرائیں۔

ہ: "م-ن-الف-ر" کو آپس میں جوڑ کر کلمہ بنایا جائے اور اسکو دہرائیں۔

۴۔ آواز پر تسلط کی مشق:

جس وقت آواز قوی ہو جائے اور کلمات کو ادا کرنے کے لیے سانس میں تھکاوٹ پیدا نہ ہو تو ضروری ہے کہ مشق کے نقطہ کو حفظ کیا جائے اور اسے حفظ کرنے کے لیے آواز کو مسلط ہونے والی مشقیں انجام دی جائیں اسکلیے درج ذیل امور کو مد نظر رکھیں۔

۱۔ سانس کو پھیپھڑ

وں میں محفوظ رکھا جائے اور اس کے بعد الفاظ کو درج ذیل امور کی مراعات کرتے ہوئے ادا کریں۔







د: حتی الامکان ہیڈ فون "Head phone" سے استفادہ کیا جائے یا کم از کم جب سن رہے ہوں تو قریب کوئی اور شخص موجود نہ ہو۔

ھ: اپنے مصائب کو بھی ریکارڈ کر کے دوبارہ سنا جائے کہ اگر کوئی خامی رہ گئی ہو تو اسے دور کیا جاسکے۔

۲۔ مقل سے استفادہ کریں صرف وہی مصائب پڑھا جائے جو CD میں تھاتا کہ قواعد آواز کے آہنگ کے ساتھ سازگار ہو سکیں۔

۳۔ آواز کی تقویت اور خوبصورتی بنانے والی مشقوں سے بھرپور استفادہ کیا جائے۔

۷۔ حروف و روابطہ سے آشنائی اور تسلط:

اس کام کے لیے کہ آواز اپنی خوبصورتی کلمات میں ڈالے تو حروف جیسے "الف، ی، ن، م" اپنے مقامات پر مورد استفادہ واقع ہوں۔

۱۔ جتنے بھی کلمات ہیں "حرف" استعمال ہوا ہے اسے کھینچ کر ادا کیا جائے مگر یہ کہ آواز کا تقاضا یہ ہو کہ اسے تیزی کے ساتھ ادا کریں۔

۲۔ "می" والے الفاظ بھی کھینچ کر ادا کیے جائیں۔

۳۔ تمام حروف "و، ن" کو ما قبل حرف کی مناسبت سے ادا کریں۔

۸۔ جس وقت انسان مشق کر لیتا ہے۔ تو اس کا سینہ حالت تقلید سے خارج ہو جاتا ہے۔ اگر چاہتے ہیں کہ مکمل طور پر دوسرے خطیب کی تقلید سے نکل کر سکیں تو درج ذیل امور کی مراعات کریں۔

۱۔ مختصر اشعار کا انتخاب کریں۔

۲۔ قواعد کی روشنی میں اشعار یا پنجابی بند وغیرہ کو پڑھا جائے اور اس میں یہ دقت کریں کہ:

الف: پہلے رمزہ کے انداز میں پڑھیں





ب: جب دو یا تین اشعار کو پڑھ لیا ہے تو پھر استار کو متوسط انداز میں پڑھے۔

۳۔ حلے سے آواز کو آرام اور کسی دبانو کے بغیر نکالیں۔

۴۔ اشعار پڑھتے ہو اس کی طرف توجہ رہے۔ کہ سانس کو بہت ہی آہستہ ختم کرنا ہے مثلاً اگر ایک ہی شعر پڑھنا ہے

تو پھر ایک ہی سانس میں تمام کرنا ہے۔

۵۔ سانس، سُسر میں نکھرتا ہے۔ لہذا کبھی بھی آواز کو سُسر سے نہ نکالیں بلکہ اسے سینے سے نکالیں جس طرح معمول کے مطابق اپنے دوستوں سے ہم کلام ہوتے ہیں۔

۶۔ ہر شعر کو مختلف انداز میں پڑھا جائے تاکہ مورد نظر آہنگ و سُسر پیدا ہو جائے۔

۷۔ مختلف CD اور کیسٹوں سے استفادہ کیا جائے۔

۹۔ جذبات کی تبدیلی کے قواعد:

مخاطبین کے احساسات و جذبات پر اثر ڈالنے کے لیے ان اسباب سے استفادہ کرنے کی ضرورت ہے۔ جن سے احساسات و جذبات تبدیل ہوتے ہیں۔ مصائب کے دوران جذبات کو تبدیل کرنے کے لیے درج ذیل اسباب ہیں۔

۱۔ ربط مصائب کے لیے کچھ جملات تقریر کے بھی بیان کیے جائیں۔

۲۔ جب مختصر بیان کے بعد مصائب پڑھنے کے وقت کو ایک آدھ شعر پڑھ دیا جائے۔

۳۔ اس کے بعد حدیث یا کسی معصوم کا جملہ بیان کر دیا جائے تاکہ صدا کی تبدیلی کے ساتھ ساتھ احساسات و جذبات میں بھی تبدیلی آجائے اسکے بعد جس قالب میں مصائب جاتے ہیں پڑھیں۔

۴۔ مصائب کے تمام مطالب کو ایک ہی آواز میں نہیں پڑھنا چاہیے۔



۱۰۔ نیاں کے ضمن معین قواعد کی مراعات :

مصائب کے دوران ایسے قواعد جو آواز کے لہجہ اور کلمات کی زیبائی کے موجب ہیں۔ ان کی مراعات کی جائے۔ کیوں اگر مفہیم کی تبدیلی کے ساتھ آواز کو بھی تبدیل کیا جائے تو یہ جذبات پر زیادہ اثر انداز ہوگی یہ قواعد درج ذیل ہیں۔

۱۔ مصائب کو عجلت کے ساتھ نہ پڑھا جائے بلکہ آہستہ آہستہ پڑھا جائے تاکہ سانس بھی ساتھ لے سکے۔

۲۔ مصائب کا آغاز اور بعد والے جملات کے مابین ربط ہونا چاہیے ورنہ بہنے والے آنسو تھم جائیں گے۔

۳۔ گریہ کرنے والوں کی تشویق کی جائے مثلاً جب لوگ گریہ کر رہے ہوں تو انہیں کہا جائے کہ (ای فاطمہ آپ ہوتی اور دیکھتی کہ کس طرح آپ کے فرزند پر گریہ کیا جا رہا ہے) البتہ یہ جملے مختصر ہونے چاہیں اور حلدی سے ادا کرنا ہیں۔

۴۔ مصائب میں اشعار ضرور پڑھے جائیں۔

۵۔ اشعار میں ان کے نوع کو بھی دیکھا جائے مثلاً

الف: سخت مصائب کے بعد شرح حال والے مصائب پڑھے جائیں۔

ب: ایسے اشعار جن میں فضائل ہوں وہ ایسے مصائب کے بعد پڑھے جائیں جب میں کسی شخصیت کے عمل کو بیان کیا گیا ہو۔

۱۱۔ مشق و مہارت میں تبدیل کرنا:

ابتدائی مشق کرنے کے بعد کوشش کرنی چاہیے کہ ان میں مہارت پیدا ہو جائے۔ مہارت لانے کے لیے درج ذیل نکات کو ملحوظ خاطر رکھنا ہوگا۔

۱۔ تین یا چار مرتبہ مصائب کی cd یا کیسٹ کو سنا جائے اور ساتھ ساتھ اشعار کو دہرانا چاہیے۔





۲۔ یا تو لوگوں کے سامنے مشق کی جائے یا پھر اپنی تقریر کو ریکارڈ کر کے سنا جائے اور اس کے بعد شیڈول کے مطابق اسے پڑھا جائے۔

۳۔ اگر لائوڈ اسپیکر سے تقریر کی جاہی ہے تو مائیکروفون اور منہ کے مابین فاصلہ زیادہ نہیں ہونا چاہیے۔

۴۔ مصائب پڑھنے سے قبل تھوڑا سا نمک استعمال کیا جائے۔

۵۔ مصائب پڑھتے وقت کسی قسم کے مشروبات سے استفادہ نہ کیا جائے۔

۶۔ مصائب پڑھنے کے بعد میٹھی چیزوں سے پرہیز کریں۔

۷۔ جو بھی امام حسین علیہ السلام کا ذکر ہے اسے چاہیے کہ وہ گرم اور سرد چیزوں سے اجتناب کرے تاکہ اس کا گلہ ہمیشہ آمادہ رہے۔

۱۲۔ مہارت کی تکمیل اور اس کو پُرکھنا:

مہارت کو مکمل کرنے کے لیے بعض قواعد کی ضرورت ہے اگر ان کے اجراء میں دقت نہ کی جائے تو اس سے قبل جو مشق کی گئی ہے وہ ضائع ہو جائے گی۔ اس مرحلہ پر گذشتہ تمام زحمات و محنت کا ثمر ظاہر ہوتا ہے۔ اگر ان کو اچھی طرح جاری کر دیا جائے تو انسان مصائب میں مکمل طور پر مہارت حاصل کر لیتا ہے یہ درج ذیل قواعد ہیں۔

۱۔ وہ تمام مطالب جنہیں عمومی مجلس میں بیان کرنا ہوا نہیں چاہیے کہ:

الف: مکمل طور پر انہیں حفظ کیا جائے۔ تاکہ انہیں آسانی کے ساتھ بیان کیا جاسکے۔

ب: جن کلمات کو حفظ کیا جا چکا ہے وہ کتابی شکل میں بیان نہ کیا جائیں بلکہ محاورہ بیان کیے جائیں۔

۲۔ مصائب پڑھنے والے مقام پر جانے سے قبل ان مصائب کو دہرا لینا چاہیے تاکہ اگر کوئی اشکال ہو تو وہ ختم ہو جائے۔



- ۳۔ اپنی ریکارڈ شدہ مجلس کو پُر کھا جائے۔
  - ۴۔ مصائب کے دوران مصائب خوان اپنی آواز پر توجہ رکھے۔
  - ۵۔ مقتل پڑھتے وقت کلمات کو آرام سے ادا کریں بعض حروف کو شکستہ اور آواز کی لرزش کے ساتھ بیان کریں۔
  - ۶۔ اگر مصائب کے دوران گریہ کرنا ہی ہے تو مصنوعی گریہ نہ کیا جائے۔
  - ۷۔ کلمات کے مابین فاصلہ کو کم کیا جائے۔
- مصائب کو پُر کھنے کی جدول:
- نمبر موضوع، خوب، متوسطیہ، ملاحظیات
- ۱۔ مصائب شروع کرنے کی کیفیت
  - ۲۔ سامعین کی طرف توجہ اور مجلس پر حاوی ہونا۔
  - ۳۔ جملات کا مابین منطقی نظم پیدا کرنا۔
  - ۴۔ ہاتھ و صورت کی حرکات کا موزوں ہونا۔
  - ۵۔ آواز اور اس کی کیفیت کو کنٹرول کرنا۔
  - ۶۔ حسن ظاہر اور مجلس کے آخر تک اس کی حفاظت کرنا۔
  - ۷۔ زیبا اور جذاب اشعار سے استفادہ کرنا۔
  - ۸۔ احادیث و حکایات سے مناسب اشعار کرنا۔
  - ۹۔ موقع و محل پر گریز
  - ۱۰۔ مصائب کے مطالب
  - ۱۱۔ مصائب کا مستند ہونا اور منابع کا ذکر کرنا۔
  - ۱۲۔ وقت کی مراعات کرنا



- ۱۳۔ حسن ارتجال
- ۱۴۔ اجراء کے دوران نوآوری
- ۱۵۔ مجلس کی فضا کو کنٹرول کرنا
- ۱۶۔ وسائل پیغام رسائی پر کنٹرول
- ۱۷۔ مناسبات سے گفتگو کرنا۔
- ۱۸۔ مصائب سے مناسب دعا
- ۱۹۔ تشبیہات و مثالوں سے مناسب استفادہ
- ۲۰۔ مطالب کے تند ہونے کا میزان

#### خلاصہ

اہل بیت کی یاد اور ان کے مصائب شیعوں کے ہاں ایک کلچر شمار ہوتے ہیں۔ اور دینی تبلیغات میں مصائب کا بھرپور کردار رہا ہے۔ مصائب خوان کو چاہیے کہ پہلے وہ خود مصائب آل محمد ﷺ میں اشک بہائے پھر دوسروں کو غم آل محمد ﷺ میں رلائے۔ وہ مراحل جن کی تمام مصائب خوان حضرت کو ضرورت ہے وہ درج ذیل ہیں:

آواز کو آمادہ کرنے کے لیے اور اسے قوی بنانے کے لیے مشق منقل کی کتب کا مطالعہ اور سیرت اہلبیت علیہم السلام سے حوادث کا نقل کرنا۔

باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

سولہواں سبق  
وسائل کے ذریعہ تبلیغ

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچھلے کورس

**تمہید**

- اس درس کو بجا کرنے کے بعد آپ درج ذیل مطالب سے آشنا ہو جائیں گے۔
۱. عہد حاضر کے تبلیغی وسائل کا مقام اور ان کی اہمیت۔
  ۲. تبلیغی وسائل کا متنوع اور پیچیدہ ہونا ان سے آگاہی۔
  ۳. موجود دنیا میں تبلیغ کی اہمیت اور اس کے اثرات۔

**تفصیل**

تبلیغی وسائل:

انسان کے مقاصد کی تبدیلی کے ساتھ ساتھ تبلیغی وسائل میں بھی تبدیلی آتی رہی ہے۔ آخری چند سالوں میں ان تبلیغی وسائل میانہ نئے انداز کا اضافہ ہوا ہے۔ اگر گزشتہ زمانے میں جنگی ہتھیار، گھوڑا، تیر و کمان تھے تو آج ان کی جگہ میزائل اور ایٹمی ہتھیاروں نے لے لی ہے جو ایک لمحہ کے اندر ہزاروں ان لوں کو خاک و خون میں نہلا سکے ہیں۔ انسان نے جس طرح جنگی میدانوں میں ہتھیاروں میں تبدیلی کی ہے اور اگر کوئی ملک ان ہتھیاروں کا حامل نہ ہو تو اسے کمزور ملک لکھ دیا جاتا ہے اسی طرح پروپیگنڈے میں بھی نئے نئے ذرائع سے استفادہ کیا ہے۔ آج اس دور میں زمینی و فضائی لشکر کم ہوتی ہے۔ بلکہ کسی دوسرے ملک کی فکر اور کلچرل کو تبدیل کدیا جاتا ہے۔ گزشتہ زمانے میں پروپیگنڈے کے لیے قلم و غیرہ سے استفادہ کیا جاتا تھا جب کے عہد حاضر میں ہر روز کئی ملین کلمات کے ذریعہ ان کی فکر کو نشانہ بنایا جاتا ہے۔ اور اسے "سرد جنگ" کے ساتھ تعبیر کیا جاتا ہے۔ جس کا میدان فکر و کلچر ہے۔ اس مقام پر شیطانی افکار کا پروپیگنڈا کرنے والوں کے بعض تبلیغاتی وسائل کو بیان کرتے ہیں۔ اور فرزند ان اسلام کو چاہیے کہ ان پر نگاہ رکھتے ہوتے ان کو اپنے اختیار میں لین اور ان بہت کی بھلائی اور خدا پرستی کے لیے انہیں استعمال کیا جائے۔

۱۔ اخباری ایجنسیاں:

اگر مسلمانوں کے ہاتھوں میں جو قلم ہے ہو صحیح تدابیر اور جدید ٹیکنالوجی کے سہرے لوگوں تک صحیح اخبار کو پہنچائے تو اس دشمن کے پروپیگنڈے کا توڑ پیدا کیا جاسکتا ہے۔ آج کی انسانیت حقائق کی تشنہ ہے۔ اخباری دنیا سے آشنائی کے لیے دنیا کی اہم ترین اخباری ایجنسیوں کا نقشہ پیش کیا جاتا ہے۔ دنیا کی اہم ترین اخباری ایجنسیاں



نمبر شمار	ملک	کتنے ممالک میں نشر ہوتی ہے	کتنے کلمات دنیا بھر میں ہر روز بھیجتی ہے	نمائندگان ایجنسی
۱۔ فرانس پریس	فرانس	۱۵۲	ایک کروڑ پچاس ہزار	۳۰۰۰ اخبار ۶۹ زیلی ایجنسیاں
۲۔ رائٹرز	انگلینڈ	۱۳۷	۱۵ لاکھ کلمات	۶۵۰۰ اخبار ۴۰۰ ریڈیو اسٹیشن
۳۔ ایسوسی ایٹڈ پریس	امریکہ	۱۰۸	ایک کروڑ ستر لاکھ کلمات	۱۰۰۰۰ اخبار ۵۷۶۲ ریڈیو اسٹیشن امریکہ کے اندر اور ۴۸۵ ٹیلی ویژن چینل ۱۰۰ ممالک میں
۴۔ تائیوگا	یوگوسلاویہ	۱۰۳	۷۵ ہزار سے لے کر ایک لاکھ تیس ہزار	۴۶ اندرون ملک اور بیرون ملک ایجنسیاں
۵۔ یونائیٹڈ پریس	امریکہ	۸۰	ایک کروڑ ۱۰ لاکھ کلمات	۱۰۳۶ - اخبار - ۳۲۳۷ ریڈیو چینل ۴۴۵ ٹیلی ویژن چینل
۶۔ تاس	روس	۸۰	۱۱۰۰۰۰ کلمات	۱۳۰۰۰ غیر ملکی صارفین ۲۰۰ صارفین
۷۔ dp. 1	مغربی جرمنی	۷۸	۳۰۰۰۰	۱۴۴ غیر ملکی صارفین سروس ۱۶۰۰ صارفین
۸۔ ای مان۔ ایس ای	اطلی	۶۹	-----	تقریباً ۱۶۰۰ صارفین
۹۔ کیو ڈو	جاپان	۳۷	۵۰ ہزار کلمات	۳۲ ملکی ایجنسیاں ۴۰ غیر ملکی ایجنسیاں
۱۰۔ I.F.P	سپین	۳۲	۲۲۰۰۰ کلمات	۱۷۳۴ صارفین



اسپیش زبان	۳۵۰۰۰ کلمات	انگلش زبان		
---------------	----------------	------------	--	--

تبلیغ کے ہمہ گیر وسائل:

تبلیغ کے مختلف وسائل میں سے ہر ایک اپنے انداز میں لوگوں کے افکار کو حلیب کر رہا ہے کیوں کہ مسلمان اس سلسلہ میں کما حقہ تبلیغ نہیں کر رہے۔ جس کا نتیجہ یہ نکلا ہے کہ عالمی میڈیا ریڈیو، ٹیلی ویژن اخبارات اور جملے وغیرہ سب مسلمانوں کے خلاف نہ ہرا گل رہے ہیں۔ مسلمان بیدار ہوتے اور اپنی ذمہ داری کو نبھاتے تو دن رات اسلام کی نشر و اشاعت کرتے ٹیلی ویژن کو ہی لے لیں یہ ہر گھر میں پہنچ چکا ہے اور گھر کے اعضاء میں شمار ہونے لگا ہے۔ اور یہ بچے سے لے کر بوڑھے ہر شخص کو اپنی طرف جذب کیے ہوئے ہے۔ یہی وجہ ہے کہ استخبار نے اس ٹیلی ویژن سے بھی استفادہ کیا ہے۔ اگر ان وسائل کو دیکھا جائے اور مسلمان کمر ہمت باندھ لیں تو کوئی وجہ نہیں کہ اسلام کے مبلغ اس کے استفادہ کر سکتے ہیں۔

غیر ملکی ذرائع ابلاغ سے آشنائی:

غیر ملکی ذرائع ابلاغ کے بارے میں معلومات ہمیں تبلیغات کرنے کے سلسلہ میں مدد فراہم کر سکتی ہے۔ لہذا ہم ۱۹۹۱ء کے اعداد شمار کی روشنی میں مختلف ممالک کے ذرائع ابلاغ کو بیان کرتے ہیں۔

فرانسیسی پراپیگنڈا:

فرانس کی آبادی تقریباً ۵ کروڑ ۷ لاکھ کے نزدیک ہے اور اس کا رقبہ ۵ لاکھ ۷۷ ہزار مربع کلومیٹر ہے۔ وسائل و محلہ کی تعداد ۱۵۶ اخبارات ۹۳۶ غیر یونیہ، روزانہ تقسیم ہونے والے نسخہ جات کی تعداد ۱۲۰۶۶۸۰۰ روزانہ ۲۶۴۲۹۴۰۰ غیر یومیہ ہر ہزار افراد کے لیے یومیہ نسخہ ۲۳۳ اور غیر یومیہ ۵۱۱۔ ریڈیو کی تعداد ۵۵۰ ہائی فرا کینیسی {hf} اور {lf} اور ریڈیو کی تعداد ۱۶۱۶۰۰۰۰ اور ہر ہزار کے لیے ۳۱۲

ٹیلی ویژن:

۱۹۶۱ چینلز اور صارفین کی تعداد ۱۲۶۰۰۰۰۰ یعنی ہر ہزار افراد کے لیے ۲۴۴۔ سیمینا کی تعداد ۴۲۳۷۔ کرسیوں کی تعداد ۲۰۱۲۰۱۷ یعنی ہر ہزار افراد کے لیے ۳۹ کرسی۔ کرسی سالانہ دیکھنے والوں کی تعداد ۱۷۴۹۰۰۰۰ افراد محلہ جات جو مختلف مصنوعات پر لکھتے ہیں ان کی تعداد ہے،

خواتین کے رسالہ جات ۱۳۱، جوانوں کے محلہ ۵۰۵۔ فنی و تخصصی محلہ ۱۱۵۔ لاء مکانوں کے محلہ ۵۲۔ مختلف مسائل کی نشر و اشاعت کے محلہ جات ۳۷۵۴۔ ان اعداد و شمار میں فرانس کی خبر رساں ایجنسی کا بھی اضافہ کرنا چاہیے۔ فرانس کی خبر رساں ایجنسی افپ عالمی سطح پر قدیمی ترین اخباری ادارہ ہے۔ اس ادارے کے تحت ۲۰۰۰ روزنامے سینکڑوں ریڈیو ٹیلی ویژن کے چینل اور ۶۹ دوسری اخباری ایجنسیاں ہیں اس خبر رساں ادارے کے ۱۶۶ ممالک میں نمائندے موجود ہیں۔

برطانیہ کی تبلیغات۔



برطانیہ کو دنیا بھر میں پریگینڈے کا جو موقع ملتا ہے اس میں ان کی زبان کا بھی دخل ہے۔ جو بین الاقوامی زبان شمار کی جاتی ہے۔ چنانچہ برطانیہ کا زرائع ابلاغ کا نظام دنیا بھر میں اہم شمار کیا جاتا ہے۔ ماسکوریڈیو نے برطانوں زرائع ابلاغ کے درج ذیل اعداد و شمار بتاتے ہیں۔

برطانیہ کی آبادی ۵۵۷۹۰۰۰۰۰ افراد برطانیہ کا رقبہ ۲۴۴۰۴۴ مربع کلومیٹر۔ ہر روز کے نشریہ جات ۱۰۹ اور غیر یومیہ ۱۱۶۳ کھلی طور پر تقسیم ہونے والے ۲۴۳۵۶۰۰۰ اخبارات روزانہ اور ۳۷۴۵۹۰۰۰ غیر یومیہ ہر روز کے اخبارات میں ہر ہزار افراد کے لیے ۴۳ نسخہ اور غیر یومیہ میں ہر ہزار افراد کے لیے ۶۷۱ نسخہ۔ ریڈیو کے چینلز ۷ HF اور LF ۱۵۶۶  
سامعین ۳۹۰۰۰۰۰ ٹیلی ویژن کے چینلز ۳۱۴ صارفین ۱۶۶۵۸۰۰۰ سینما ۱۴۸۲ کرسیوں کی تعداد ۱۳۸۱۲۶۱ ہر ہزار افراد کے لیے ۱۵ کرسی ناظرین کی تعداد سالانہ ۱۷۶۰۰۰۰۰۔

مسیحت کی تبلیغات:

مسیحت کی تبلیغ کے لیے کتاب اور نشریات کے عمدہ کردار ادا کر رہے ہیں۔ بطور مثال ویٹیکن سٹی کے دنیا بھر میں ۵۰۰۰ کے قریب محلات میں اور چند سال قبل تک یہ ۲ ارب تک تقسیم کیے جاتے تھے آخری اعداد و شمار کے مطابق مسیحت کے محلات کی تعداد ۲۰۷۰۰۰ تک ہے۔ بروج مراقیت کے عنوان سے مسیحی محلہ ۸۰ زبانوں میں شائع ہوتا ہے۔ انگلینڈ میں ایک محلہ حقیقت کے نام سے ۷ زبانوں میں شائع ہوتا ہے اور اس کے دو کروڑ نسخہ جات دنیا بھر میں تقسیم کیے جاتے ہیں انجیل اب تک ۱۲۰۰ زبانوں میں شائع ہو چکی ہے۔ ویٹیکن ریڈیو ہر روز ۳۶ زبانوں میں پروگرام نشر کرتا ہے۔ ایک صیہونی انسٹیٹ امریکہ میں ۱۴۰ روزنامے اور ان ۴ کروڑ کاپیاں شائع کرتا ہے۔ امریکہ میں روزانہ ۱۷۳ مجلہ جات کی ۶۱ ملین کاپیاں تقسیم کی جاتی ہیں۔ روس میں اخبار "پراودا" کی ہر روز ۸۰ لاکھ کاپیاں تقسیم ہوتی ہیں۔ یو دہی ہوٹلوں میں مافروں کے لیے یہ سہولت موجود ہے کہ وہ چوبس گھنٹوں کے دوران کسی بھی وقت ایک ٹیلی فون کی کال سے مسیحت سے آمادہ ہو سکتے ہیں اگر رات کو نیند آدھی تو مسیحت کی تبلیغ سے استفادہ کریں۔ شخص ایک ٹیلی فون کال کرتا ہے۔ اور پھر ۱۵ منٹ تک اسے مسیحت کی تبلیغ کی جاتی ہے۔ پھر فون بند ہو جاتا ہے۔ چنانچہ آپ بیکاری کے وقت بھی مسیحت کی تبلیغ سے استفادہ کر سکتے ہیں۔ اسلامی مبلغین کو بھی چاہیے کہ مخالفین کی تبلیغات اور طریقہ تبلیغات پر نظر رکھیں اور احساس ذمہ داری پیدا کریں۔ تاکہ دور دراز علاقوں اور دیہاتوں وغیرہ میں بھی تبلیغ کی جدید ترین روش کے ذریعہ تبلیغ کی جائے۔

کھیل اور کھیل کے وسائل:

موجودہ دور میں تبلیغات کے مختلف انداز میں آج بازار میں جوانوں اور بچوں کے لیے مختلف کھیل کے سامان موجود ہیں۔ بعض ممالک میں کھیل کے ماہر نفسیات پیدا کیے جاتے ہیں تاکہ وہ اس انداز کے کھلونے بنائی جن سے بچوں کی نفسیات پر اثر پڑے۔ آج مختلف cd کے ذریعہ وہ غیر مستقیم طور پر بچوں کے ذہنوں پر اثر انداز ہو رہے ہیں بچوں کے کھیل کے وسائل اور cd سے بھی تبلیغ کے لیے استفادہ ہو سکتا ہے۔ کھیل کود کی cd وغیرہ استفادہ کے لیے درج ذیل امور کو ملحوظ خاطر رکھتا ہے۔

۱۔ کھیل شروع کرنے سے قبل بچے یا جوان کے ساتھ صمیمانہ تعلیمات قائم کیے جائیں جو آخر قائم و دائم رہیں۔

۲۔ مبلغ کو چاہیے کہ وہ بچے اور جوان کو جس انداز میں ہو ہے۔ قبول کرے نہ کہ جس طرح یہ چاہتا ہے اس طرح ہو۔



- ۳۔ مبلغ کو چاہیے کہ وہ بچے اور جوان کو مکمل طور پر آزادی دے تاکہ وہ اپنے احساسات و جذبات بیان کر سکے جس وقت جوان اپنے احساسات بیان کر لے گا اس وقت مبلغ بہتر روش کے ذریعہ اسے تابع کر سکتا ہے یہ گفتگو کے ذریعہ یا کسی اور طریقہ سے۔
- ۴۔ مبلغ کو چاہیے کہ وہ بچے کو سمجھے اور پھر غیر مستقیم طریقہ سے جوان و بچے تک منتقل کرے۔
- ۵۔ مبلغ کو چاہیے کہ بچے یا جوان کو احساس دلائے کہ اس میں تو انسانی موجود ہے تاکہ وہ اعتماد بہ نفس پیدا کر سکے۔
- ۶۔ مبلغ کسی خاص مورد میں بچے کو امر و نہی نہیں کرتا بلکہ اسے حقائق کو قبول کرنے پر آمادہ کرنا ہے۔ کیوں کہ کھیل کے دوران امر و نہی نہیں ہونا چاہیے اگر مبلغ حقائق کو دوستانہ ماحول میں نوجوان تک پہنچا دیتا ہے تو پھر نہی دینا منکر کی نوبت ہی نہیں آگے گی۔
- ۷۔ مبلغ کو چاہیے کہ اپنے کام میں صبر سے کام لے کیوں کہ تبلیغ کا کام تدریجاً ہوتا ہے۔ س
- ۸۔ اگر کوئی جوان کھیل میں مشغول ہے تو مبلغ مندرجہ بالا نکات کے علاوہ روش کے اصول کو بھی جاری کرے گا جو درج ذیل ہیں۔
- الف: جوان میں موانع کو دور کر کے امنیت کو پیدا کرنا۔

ب: اقدار کی تبدیلی

ج: نظم و ضبط

د: اپنے آپ کو حکم دینا

ه: حفاظت

ان امور کی توضیح انفرادی تبلیغ کے ذیل بیان ہو چکی ہے۔

۴۔ زبان:

تبلیغ کا چوتھا وسیلہ زبان ہے آج دنیا بھر کے انسان حقیقی اسلام کے تشنہ میں لہذا مبلغ کو چاہیے کہ زبان سے آشنا ہو کلیسا نے اپنے ریڈیو کے ذریعہ ۳۶ زبانوں میں مسیحیت کی تبلیغ کی ہے اور انجیل ۱۲۰۰ زبانوں میں ترجمہ کی جا چکی ہے۔ مبلغ دین کے لیے زبان شناس اور تبلیغ میں اس کے اثرات کو بیان کرنے کے لیے قائد انقلاب حضرت آیۃ اللہ حامنه ای کے بیان کا شہارا لیتے ہیں آج اسلامی جمہوریہ ایران ایسے افراد کی ضرورت ہے جو دنیا کی رائج زبانوں میں محبت کرتے ہیں تاکہ وہ مصارف الہی کو دنیا پہنچائیں۔<sup>۱</sup>

۵۔ ہز و آرٹ:

ہز و آرٹ ایک ایسا وسیلہ تبلیغ ہے جس کی بدولت طول تاریخ میں انسانوں نے احسن طریقہ سے تبلیغ کو انجام دیا ہے۔ ہز و آرٹ کی تاثیر کی اہمیت کے لیے اتنا ہی کافی ہے کہ "قرآن مجید بھی ہز مندانه انداز میں ہے اور قرآن مجید کا طرہ امتیاز ہی یہی ہے کہ آوٹ بیان اور مطالب کو ادا کرنے میں اپنے سے قبل اور اپنے سے بعد آنے والے کتب پر حاعی ہے۔<sup>۲</sup>

اصولاً جو بھی اندیشہ و فکر انقلابی جب تک اسے ہز و آرٹ کے قالب میں نہ ڈھال دیا جائے وہ ماندگار نہیں ہوتی ہے۔<sup>۳</sup>

۱ مقام مفضلہ پری روز نامہ جمہوری اسلامی ایران ۷ شہریوں ۱۳۶۳

۱۲ ایضاً

۳ ایضاً





شاید ہز و آرٹ کی صحیح تعریف ممکن نہ ہو سکے البتہ جو کچھ اس کے بارے میں کیا گیا ہے وہ یہ ہے کہ " ہز اس کیفیت کو کہا جاتا ہے جس میں ایک مطلب کی خوبصورت شکل اور ظریف انداز میں پیش کیا جاتا ہے۔ اس میں شعر، خوشفالیسی، درستان نویسی، خطابت اور دوسری بہت ساری اقسام آجاتی ہیں۔ ہز و آرٹ میں اصل یہ ہے کہ ہز مند اپنے ذہن جو مقصود رکھتا ہے وہ مخالفین یک منتقل کرتا ہے۔ اور دہان انہیں راسخ کرتا ہے دوسرے یہ ہے۔ کہ اس کام کو ظرافت اور زیبائی کے ساتھ انجام دیتا ہے۔<sup>۱</sup>  
ہز و آرٹ کا محتوی:

ہز و آرٹ کا محتوی یوں ہونا چاہیے کہ اندر تقویٰ و طہارت کو زندہ کر دے ہم جو ہز و آرٹ سے استفادہ کرتے ہیں تو ہمیں متوجہ رہنا چاہیے کہ کہیں ہز و آرٹ کا تیز خنجر ہمارے گلے کو ہی نہ کاٹ ڈالے اور نور تقویٰ کو ختم نہ کر دے ہز و آرٹ کا سب سے بہترین پیغام یہ ہے کہ لوگوں کو تقویٰ الہی کی دعوت دے اور اس کی تعلیم دے۔<sup>۲</sup>  
ہنر بہترین اور راسخ ترین وسیلہ تبلیغ ہے۔<sup>۳</sup>

یہی وجہ ہے کہ عالمی استکبار نے جو انوں کے اخلاق کو تاراج کرنے کی خاطر اس ہنر و آرٹ سے استفادہ کیا ہے اگر یورپ کے میڈیا کی طرف تھوڑی سی توجہ کی جائے تو معلوم ہوگا کہ کس طرح استکبار اس ہنر و آرٹ کے ذریعہ آواز، نقاشی، ٹیلی ویژن وغیرہ کے بیان انوں کو منحرف کیا اور مسلسل کر رہے ہیں۔ طول تاریخ جب بھی استکبار کو حسرت محسوس ہوتی ہے انہوں نے ہنر کا سہارا لے کر لوگوں کے ذہن کے دمارے کو موڈایا ہے تو ہم اس ہنر و آرٹ سے صحیح استفادہ کیوں کریں۔

ہر قسم کے تبلیغی وسائل سے استفادہ کریں خصوصاً تبلیغ سے استفادہ کے ظریف ترین اور اعلیٰ ترین آرٹ سے ہر گز غافل نہ ہوں۔  
ہنر بذات خود ایک مقدس چیز ہے ہنر و آرٹ آلودہ نہیں ہے۔ ہنر مند جب تک خود آلودہ ہوتا ہے تو وہ ہنر کو بھی آلودہ کر دیتا ہے۔ ہنر و آرٹ بھی علم و معرفت کی طرح ہے جب اس کا حامل پاک و کیزہ ہو تو اسکو بہترین جگہ صرف کرے گا اور جب صاحب ہنر آلودہ ہو تو پھر استکبار کی خدمت میں ہنر کو بھی آلودہ کر دے گا۔

### خلاصہ

عصر حاضر میں تبلیغ کی بہت زیادہ اہمیت ہے اور اس نے اتنی اہمیت حاصل کر لی ہے کہ ایک سیاسی و فوجی وسیلہ و ہتھیار بن گیا ہے۔ اس وقت تبلیغ کے وسائل ہیں وہ وسیع و پیچیدہ ہو چکے ہیں اور آج کل اس کام پر بے تحاشہ پیسہ خرچ ہو رہا ہے۔ آج پوری دنیا میں تبلیغ سرگرمیوں میں ادیب، احزاب، سیاسی، ثقافتی و اقتصادی شامل ہیں۔

۱ ایضاً

۲ ایضاً

۳ مقام منظم ہنری روزنامہ کہان ۲۵ جن ۱۳۶۳



باسمہ تعالیٰ



# اسلوب تبلیغ

سترہواں سبق  
تبلیغ اسلامی

ترجمہ و تدوین: سید مستعان حیدر کاظمی

پچلرز کورس

### تمہید

مناظرہ اس درس کو بیان کرنے کے بعد آپ درج ذیل مطالب سے آگاہ ہو جائیں گے۔

۱. تبلیغ کی ایک اور روش اور طریقہ کار سے آگاہی۔

۲. تبلیغ کے سلسلہ میں مناظرہ کا مقام

۳. صحیح مناظرہ کے اصول سے آگاہی

۴. مناظرہ کے ضروری نکات

۵. مناظرہ کے لیے تخلیقی فکر اور اس کے مواقع

۶. موضوع مناظرہ سے گریز اور اس کے اسباب کو جاننا

۷. موضوع مناظرہ پر مستحکم رہنے کے موارد

۸. ان دو درس سے جن مسائل کو یاد کیا ہے ان کو بروئے کار لاتے ہوئے دوستانہ مناظرہ کرنا

### تفصیل

#### مناظر کی لغوی و اصطلاحی تعریف:

لغت میں مناظر کی یہ تعریف ہے کہ ایک دوسرے ساتھ جدال و نزاع کی جائے اور اصلاح میں مناظرہ کا یہ معنی ہے کہ بعض افراد کا مقررہ قواعد کی رو سے کسی مسئلہ کے اثبات یا نفی کے لیے باہمی گفتگو کرنے۔

یا استدلال کے ذریعہ اپنی بات کو منوانا۔ قدیمی زمانہ سے ایران اور دوسرے ممالک مناظرہ کا رواج رہا ہے۔ اور یہ معمول تھا۔ اور ہمیشہ اسے فکر و قدرت بیان کے رشد کا ایک ذریعہ دیا گیا ہے حتیٰ کہ بعض دانشمندیوں نے مناظرہ کو علم و دانش کے نشر و اشاعت کا بہترین ذریعہ قرار دیا ہے۔

مناظرہ کے مقدمات:

مناظرہ میں چند مقدمات کا جاننا ضروری ہے جن میں سے ایک مناظرے کا موضوع ہے سب سے پہلے مناظرے کے موضوع کو معین کرنا چاہیے جسے قفہ کیا جاتا ہے۔ مناظرے کے موضوع ریاضی میں قفہ مثبت انداز میں بچیان ہوتا اس کے بعد استدلال کے ذریعہ ہوتا ہے مناظرہ میں بھی موضوع مثبت صورت میں بیان ہوتا ہے اس کے بعد استدلال کے ذریعہ اسے ثابت یار د کرنے کے لیے دلائل قائم کیے جاتے ہیں۔

مناظرہ میں جس دوسرے مقدمے کا ہونا ضروری ہے وہ ہے کہ موضوع "مسئلہ روز" ہو۔ مناظرہ میں تیسرا مسئلہ شرکت کرنے والوں کی تعداد ہے ایک فرد کو مناظرہ کا سربراہ ہونا چاہیے۔ اسکے بعد دو گروہ یاد و افراد آپس میں مناظرہ کرتے ہیں۔ ایک گروہ یا فرد

فقہیہ کے اتناات کے دلائل دیتا ہے تو دوسرا اس کی نفی کے دلائل دیتا ہے۔ اگر مناظرہ دو گروہوں کے مابین ہو رہا تو ختمًا ہر گروپ میں ایک سربراہ ہونا چاہیے جو اپنے گروپ کو کنٹرول کرے۔ چوتھا جو انتہائی ضروری مسئلہ ہے وہ یہ ہے کہ بات کرنے کا سلیقہ ہونا چاہیے۔ یعنی جب ایک گروہ تفسیر کو ثابت کر رہا ہو تو دوسرے گروہ جو مخالف ہے وہ ان کی بات کو غور سے سنے اور خاموش رہیں۔ حتیٰ کہ پہلا گروہ اپنی بات کو مکمل کر لے۔ اس کے بعد دوسرا گروہ گفتگو کرے گا۔ چنانچہ مناظرہ میں مناظرے کے کنویز کارول انتہائی رہم ہوتا ہے۔ کیونکہ اس نے مناظرے کو ہر لحاظ سے کنٹرول کرنا ہوتا ہے جن میں درج ذیل موارد اہم ہیں۔

۱۔ وقت کی مراعات کروانا

۲۔ اس بات میں دقت کرنا کہ مناظرہ اصلی موضوع سے ہٹ نہ جائے۔

۳۔ جلسہ میں نظم و ضبط برقرار کرنا

۴۔ جلسہ کے آخر تک اسے احسن انداز میں لے کر چلانا۔

۵۔ خاص موارد میں ضروری وارلنگ دینا

مناظرہ کا مقام :

موجودہ دور میں حناظرہ بہت سارے موارد میں قابل استفادہ ہے۔ مناظرہ کو گفتگو کا نام بھی دیا جاتا ہے اور اس کی اہم انواع درج ذیل ہیں۔

۱۔ ایک مسئلہ اعتقادی کے ارتبات یارد کے لیے گفتگو

۲۔ مخالفین یا منافقین کی کسی سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی مسائل پر گفتگو۔

۳۔ انتخابی امیدواروں کی نامزدگی کے موقع پر ان کا تعارف :

معمولاً وہ افراد ک و میزبان ہوتے ہیں اور مناظرہ کے کنویز ہوتے ہیں وہ ماہر انہ انداز میں سوالات کر کے مناظرے کرنے والے کے خیالات کو پرکھتے ہیں۔ خصوصاً سیاسی الجات میں کیوں ابتداء میں حقیقت کو اشکار نہیں کیا جاتا لہذا یہ میزبان ہوتے ہیں، کہ مختلف سوالات کے ذریعہ شرکت کرنے والوں کے خیالات کو کنگال دیتے ہیں اگر مناظر صحیح انداز میں منقصد کیا جائے تو تبلیغ کے جتنے بھی طریقہ کار ہیں ان میں سب سے زیادہ اسکے آثار ہیں۔ مناظرہ کے بل بوتے پر ایک رہبر یا گروہ یا کسی پارٹی کے افکار کے دھارے کو موڑا جاسکتا ہے۔ اور اس کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ بہت سارے انسان جو ان کے پیروکار ہوتے ہیں۔ یا ان سے متاثرہ ہوتے ہیں انہیں ہدایت مل جاتی ہے۔

وہ امور جنہیں مناظرہ میں مد نظر رکھنا چاہیے :

مناظرہ میں بعض امور کی مراعات کرنا بھی ضروری ہے ان میں سے بعض احادیث<sup>۱</sup>

کی یعنی تجربات<sup>۲</sup> کی بناء پر حاصل کیے گئے ہیں۔ یہ اصول درج ذیل ہیں۔

۱۔ بحث میں وارد ہونے سے قبل فرد کی شناخت

<sup>۱</sup> راک بحار الانوار ج ۳ ص ۱۹۳-۱۵۲ ج ۱ ص ۱۳۶-۱۵۲-۲۲۱-۲۳۱-۲۹۹-۳۳۲-۳۶۶ ج ۳ ص ۳۵۷، ج ۹ ص ۲۸۰-۲۶۹

<sup>۲</sup> نمونے کے لیے بحار الدنوار میں موجود امام صادق علیہ السلام کے مناظرے کی طرف رجوع کیا جائے

۲۔ سوالات یا سوالات کے دستور العمل پر تسلط۔ اس بات کی طرف توجہ کی ضرورت ہے کہ اگر طرف مقابل کے ساتھ ہماری آشنائی نہیں ہے تو کلام اور مناظرہ کی شرائط کو مد نظر رکھا جائے جو درج ذیل ہیں۔

الف: رابطہ حسنہ

ب: توجہ سے سننا

ج: افکار کو منعکس کرنا

د: مشاہدہ

ہ: ختم، ختم کامنہی یہ ہے کہ جو کچھ بیان کیا جا چکا ہے اس کا خلاصہ پیش کیا جائے۔ شخص مقابل کے اعتقاد ہے مطابق مسائل کو تطبیق دینا (اگر اپنے اعتقاد کے ساتھ سازگار ہوں تو بہتر ہے) نیز اپنے افکار کے مطابق مطالب کو تطبیق دینا اور بحث کو آگے بڑھانے کے لیے آمادگی کا اعلان۔ اگر شخص کی ہمارے ساتھ آشنائی و دوستی ہے۔ تو اس صورت میں تمام شرائط کی پاسداری کرنا ضروری نہیں ہے۔ بلکہ دستور العمل کے مطابق سوالات کریں گے اس صورت حال میں سوال کرنے والا کوشش کرتا ہے کہ جواب دینے والے کو اعتراف پر مجبور کرے۔ اس کام کے لیے درج ذیل تین نکات کو مد نظر رکھنا ہوگا۔

الف: مسائل کو چاہیے کہ وہ مشہور مقدمات کو جس موضوع کو مد نظر رکھے ہوئے ہیں۔ استخراج کرے اور انہیں اپنے ذہن میں محفوظ کرے۔

ب: قبل اس کے کہ مسائل اپنے سوالات کو بیان کرے اسے چاہیے کہ جس روش کے ذریعہ جو ب دینے والے کو ذہن کرنا ہے وہ اپنے ذہن میں محفوظ کرے۔

ج: مسائل جو اپنے مطلوب کو ذہن میں رکھے ہوتے ہیں۔ اور اس کو بیان کرنا گویا مد مقابل کے دعوے کو رد کرنے کے مترادف ہے تو اس کے لیے ضروری ہے کہ اپنے مطلوب کو راحت کے ساتھ بیان کرے اور یہ کام سوالات پوچھنے والے کے سوالات کے آخر میں ہونا چاہیے۔

اجرائی دستور العمل:

اس مقصد تک پہنچنے کے لیے ضروری ہے کہ اجرائی دستور العمل کی طرف رجوع کیا جائے جو درج ذیل ہیں۔

پہلا مرحلے میں جب چاہتے ہیں۔ کہ مخالف سے وصغیت کے نقض کرنے پر اعتراف لیں تو فوری پر اس کے تسلیم ہوئے ہے کا تقاضا نہ کریں۔ کیونکہ ابھی تو آغاز کار ہے۔ اور وہ بھی تازہ لہن ہے کیونکہ ممکن ہے کہ وہ بلا فاصلہ سوائی کرنے والے کے مقصود کو درک کرے اور اس پر غلبہ پانے کے لیے مناسب حالت میں آجاتے ہیں۔

دو نکات:

نکتہ اول: ہمیشہ کوشش کریں کہ آپ سوال کرنے والے نہیں مگر دو مقامات پر

الف: جب مد مقابل کو موضوع کی آگاہی نہ ہو۔

ب: مد مقابل موضوع کے مقابل استقامت نہیں دکھاتا ہے۔ بلکہ اسے یاد کرے

نکتہ دوم:

کبھی بھی بے پروائی نہیں کرنا چاہیے یعنی ہر گز احساس نہ کریں کہ مد مقابل پر حاکم و مسلط ہیں بلکہ یہ احساس کیں جو چاہتے ہیں وہ کہہ سکتے ہیں اور ثابت کر سکتے ہیں۔

مرحلہ دوم مقصد تک پہنچنے کے لیے مقدمات کی مراعات:

جس وقت سوال کیا جائے تو جو ہی را مطلب ہے اس کے بارے میں سوالات نہ کیے جائیں کیوں کہ ممکن ہے کہ جواب دینے والا ہمارے مقصد سے آگاہ ہو جائے اور اعتراف کرنے سے گریز کرے بلکہ درج طریقوں میں سے کوئی طریقہ اپنایا جائے۔ کیونکہ کبھی سوالات ہمارے مطلوب پر ختم ہوتے ہیں اور کبھی ہمارے مد مقابل کے مطلوب پر ختم ہوتے ہیں اگر سوالات مد مقابل کے مطلوب پر ختم ہوتے ہوں تو اس کے وار کرنے سے قبل وار کریں کیونکہ اگر سوالات کا سلسلہ اس کے مقصد تک ختم ہوا تو پھر اس سے اعتراف لینا مشکل ہو جائے گا لہذا سوالات کو بیان کرتے وقت بھی کوشش کریں کہ ہم سوال کرنے والے نہیں۔ سوالات کے ذریعہ مقصد تک پہنچنا:

سوالات کو بیان کر کے مقصد تک پہنچنا اور مد مقابل سے اعتراف کرانے کے درج ذیل طریقے ہیں۔

۱۔ جو مسئلہ ہمارے مورد نظر ہے اس سے اہم سوال کیا جائے کیونکہ اس طرح مد مقابل سے اعتراف لینے کے لیے وسیع میدان میسر آجائے گا جس مد مقابل نے اس عام مسئلہ اخص جو کہ مورد بحث ہے اسے نیاں کرنے کا اقدام کرنا چاہیے۔

یاد ہانی:

اس سے قبل کے بحث میں وار دھوں یا مناظرہ کے جلسہ میں آئیں تو ایک موضوع کے متوالی احواف کو اچھے طریقہ سے شناسائی کر لیں البتہ مقصود کلیدی اور اہم موضوع ہے احواف متوالی کی وضاحت میں کہیں گے کہ:

اہداف متوالی سے یہ مراد ہے کہ بحث کے آغاز سے لے کر آخر تک اہداف اور مقاصد کو منظر رکھنا چاہیے۔ اس طرح کے ان مقاصد میں سے ہر ایک دوسرے کے لیے زمینہ ہو۔ اور انتہائی اور آخری مقصد تک رسائی کے لیے طریق اور راستہ بنے۔

اہداف موازی جیسا کہ نام سے ظاہر ہے۔ ایسے مقاصد کو کہا جاتا ہے۔ جو ایک دوسرے کے ساتھ آگے بڑھیں۔ اور یہ ہدف نمائی اور اہداف متوالی کو خستہ داری نہیں کرتے ہیں۔ مثلاً جب بحث کے دوران استدلال پیش کرتے ہوئے۔ علم ریاضی سے استفادہ کریں اور اسی طرح علم فلسفہ سے بھی متفید ہوں تو ہدف نمائی کی طرف دیکھتے ہوئے یہ دونوں علوم ہدف متوالی شمار ہوں گے اور ایک دوسرے کی نسبت ہدف موازی ہوں گے۔ اسی طرح اہداف ترکیبی ایسے مسائل کو شامل ہے۔ جو شناخت یا احساسات و جذبات کے میدان میں مقدمہ اور سمجھنے کا وسیعہ ایجاد کرتے ہیں۔

۲۔ استدلال استقرائی کے ذریعہ بھی ایک فرد یا گروہ سے کوئی مطلب قبول کرایا جاسکتا ہے۔

۳۔ سوال کو مساوی امر میں اصلی مطلب کے ساتھ بیان کریں جب مد مقابل اعتراف کر لے تو ایک مثال کے ذریعہ اصل مطلب کو قبول کرائیں۔

۴۔ اصل مطلب سے سوال کی بجائے اسکے مشتقات سے سوال کیا جائے۔ مثلاً اگر چاہیے ہیں کہ ثابت کریں کہ غصہ والا شخص انتقام کی فکر میں رہتا ہے۔ لیکن ہمارا مد مقابل اس سے انکاری ہے اور وہ یوں کہتا ہے کہ باپ بیٹے پر غصہ کرتا ہے لیکن اس سے انتقام کی فکر

میں نہیں ہے۔ تو اس حالت میں سوال کو یوں بیان کریں کہ کیا خود غصہ انتقام کی طرف میلان کے علاوہ کوئی اور چہرہ ہے۔ جب مد مقابل قبول کر لے تو پھر کہا جائے کہ "غصہ والد انتقام کی طرف میلان رکھتا ہے۔"

۵۔ سوال کو اسی طرح تبدیل کریں کہ مد مقابل گمان کرے کہ ہم اپنے ادعا کو توڑ رہے ہیں۔ اور اپنے دعویٰ کی نفیض کو قبول کر رہے ہیں۔ مثلاً اگر چاہتے ہیں۔ کہ ثابت کریں کہ "لذت اچھی چیز ہے" تو سوال کو اس طرح بیان کریں گے۔ کہ وہ کیا ایسا نہیں ہے کہ لذت اچھی چیز ہے۔ یعنی سوال کو اس انداز سے بیان کریں کہ مد مقابل خیال کرے کہ ہم چاہتے ہیں کہ اپنے دعویٰ کے خلاف امر کو قبول کر رہے ہیں۔ اور وہ یہ خیال کرے کہ ہم ارادہ رکھتے ہیں کہ لذت اچھی چیز نہیں ہے۔ جب کہ جملہ اور سوال مذکور اس معنی میں ہے کہ لذت اچھی چیز ہے۔

اصل ۱: ظاہر کریں کہ مطلب حقیقی ہے؛

ممکن ہے کہ بعض افراد یہ خیال کریں کہ آپ کے ہاں جن مطالب پر گفتگو ہو رہی ہے وہ وہ طرف نمونہ کے طور پر بیان ہوتے ہیں لہذا اگر حقیقی مظاہرہ کریں تو بحث کے دوران اشکال پیدا ہو سکتا ہے۔

اصل ۲: مقدمات کو خبر یا حذب المشل کے طور پر بیان کرنا

کیونکہ ہم مناظرہ میں یہ دعویٰ کرتے ہیں کہ استدلال میں جن مقدمات سے استفادہ کر رہے ہیں سب کے نزدیک مشہور ہیں لہذا دوسروں نے اس مورد میں جس مقام پر حقائق کو چھپایا ہے یا پھر باطل کے ساتھ مخلوط کیا ہے اسے زہن نشین کر لیں تاکہ اس کو بیان کرنے کے ساتھ مد مقابل کے روجیہ کو ضعیف کیا جائے۔

اصل ۳: نے ہودہ کلام کے ساتھ اپنے کلام کو مخلوط کرنا

یہ کام اس جگہ پر اتر رکھتا ہے اور باعث بنتا ہے۔ کہ کلام کو مد مقابل سے لیا جائے مثلاً واضح چیزوں کی توضیح دیں تاکہ جو چیز خود مد مقابل نہ بیان کی ہے اس کی وضاحت شروع کر دیں۔

اصل ۴: مطلب کو جھٹلاتے وقت مستحکم ہونا

جس وقت مد مقابل کے مطالب کو رد کر رہے ہوں تو مکمل طور پر مستحکم ہوں۔

اصل ۵: ناظرین کے نفسیات کو پرکھنا۔

جو لوگ مناظرہ کو سن رہے ہیں ان کے روحانی مذاج کو پرکھنے کی ضرورت ہے۔

اصل ۶: مد مقابل کی آبرو کی حفاظت

جس وقت مد مقابل ناتواں شکست کھا جائے اس وقت اس کی تحقیر نہ کی جائے۔

اصل ۷: مد مقابل کو تمام اعتراضات بیان کرنے کی فرصت دینا

مد مقابل کو تمام باتیں کہنے کی اجازت دینا چاہیے۔ اگر کوئی اعتراض کرے تو پھر اس سے سوال کیا جاتے کہ کیا کوئی اور اعتراض بھی ہے اگر اس کے پاس کوئی جدید کلام نہ ہو تو ہم اپنی بات شروع کریں۔

اصل ۸: تاریخی داستانوں سے استفادہ



مطلب کو بیان کرتے ہوئے خصوصاً دماغ کے موقع پر ایسی درستانوں کو بیان کیا جائے جو حقیقت کے مخالفین کی خلاف کاری کو بیان کر رہی ہوں۔ اور جو چیزیں عدالت، اخلاقیات اور جذبات کی مخالف ہوں انہیں بیان کرنا زیادہ موزوں رہے گا۔ مثلاً یوں سوال کیا جائے کیا شیعہ علماء کے مابین یہ واقعہ ہوا ہے؟ مثلاً اہل سنت کے ساتھ مناظرہ میں شہداء کی مثال دی جاسکتی ہے کہ وہ اہل سنت کے علماء کے فتویٰ کے نتیجے میں شہید کیے گئے ہیں۔ پھر یوں سوال کیا جائے کہ "کیا شیعہ علماء نے بھی اس قسم کے فتویٰ جاری کیے ہیں۔"

اصل ۹: طرفین کے مابین تفاہم کی فضا قائم کرنا

مناظرہ کی ایک مہم اصل یہ ہے کہ طرفین کے ہاں تفاہم ہون چاہیے اگر طرفین ایک دوسرے کو دشمن خیال کرتے ہوں تو پھر مناظرہ میں آگے نہیں جاسکتے۔

اصل ۱۰: یہ شرط رکھنا کہ عقلی اور اتفاقی مطالب کو بیان کیا جائے

مثلاً اہل سنت کے ساتھ مناظرہ میں یہ شرط رکھی جائے کہ عقل اور ایک دوسرے کی کتب سے اور قرآن سے استفادہ کیا جائے گا۔ ہمارے لیے بھی ضروری ہے کہ طرف مقابل کے مناجح کو اچھی طرح جانتے ہوں۔

اصل ۱۱: انگیزہ پیدا کرنا:

ہر کام کے لیے انگیزہ ہونا ضروری ہے "قوت کی اسباب کو انگیزہ کہا جاتا ہے" کبھی اندرونی دباؤ سبب بنتا ہے کہ انسان میں انگیزہ پیدا ہوا جائے اور کبھی بیرونی اسباب کی وجہ سے انسان میں انگیزہ پیدا ہوتا ہے انہیں "راعی یا داعیہ" سے تعبیر کیا جاتا ہے۔ کام کرنے کو داعیہ کہا جاتا ہے اور یہ انگیزہ پر مقدم ہے۔ وہ بیرونی اسباب جن سے داعیہ وجود میں آتا ہے وہ درج ذیل ہیں۔ ۱۔ قدرت ۲۔ طاقت ۳۔ حیثیت ۴۔ اجتماع ۵۔ مذہب وغیرہ

اصل ۱۲: مد مقابل کے انگیزہ کے مقابلے میں سکون کے ساتھ دفاع

اگر یہ چاہیے ہے کہ مد مقابل کے انگیزہ جات کے مقابلے میں آرام و سکون والا دفاع چاہیے ہیں تو موثر عوامل و اسباب زبانی اور وہ الباب جو توجہ جلب کرتا ہے سے استقبال کیا جائے۔ کلام کی ترکیبات کا ما حاصل ہیں۔ یہ ترکیبات درج ذیل ہیں۔

۱۔ کلمات کے معانی سے استفادہ کرنا کہ خواکلام سے۔

۲۔ الفاظ ہیں۔

۳۔ صورت و آواز۔

حدیث شریف میں آیا ہے خوش اخلاقی اور آرام کے ساتھ سلوک سے مد مقابل کو مغلوب کیا جاسکتا ہے۔

اصل، خلاق فکر سے استفادہ۔

خلاتیت کو حاصل کرنے کے لیے عقلاتی مہارت کو یاد کرنا ضروری ہے اور عقل حلومات کسب کی جائیں کیوں کے کبھی کبھی یوں بھی ہوتا ہے کہ انسان آمادہ نہیں ہوتا اور اس کے ساتھ مناظرہ شروع کرتا ہے۔ اس موقع پر عقلی معلومات سے استفادہ کی ضرورت ہے اس صورت حال میں حتیٰ کہ تاریخ میں بھی عقلی بحث کریں گے اور مد مقابل کو جواب دیا جائے گا۔ معلومات کو سوال



وجواب کی صورت میں حفظ کریں تاکہ بحث میں انہیں استقال کرنے کے لیے پختگی آجائے۔ وہ اسباب جو انسان کو فکر سے دور کرتے ہیں وہ درج ذیل ہیں۔

خوف و اضطراب۔

انسان کو چاہیے کہ وہ مناظرہ کے دوران کسی قسم کا خوف یا اضطراب نہ رکھے کیوں کہ اس صورت حال میں مد مقابل ہماری بات کو قبول نہ کرے گی۔

۱۔ ایسے مسائل کہ جن کے ساتھ شخص کو شدید محبت ہے وہ اگرچہ بحث کے ساتھ مربوط بھی ہوں انہیں بیان کیا جائے۔ اور ان پر امرار کیا جائے۔

۳۔ ایسے تضاد جن سے احساساتی مشکلات کھڑی ہو جاتی ہیں انہیں بحث میں وارد ہونے سے روکنا ہے اور چیز جس سے مد مقابل میں رد عمل دکھائے اس سے بھی اجتناب کریں کیونکہ ممکن ہے کہ مد مقابل ہماری نسبت دشمنی کا احساس کرے۔

اصل ۱۴: حتی محرکات سے آگاہی:

کبھی کبھی یہ بات سامنے آتی ہے کہ جانتے ہیں کہ اگر طرف مقابل کے احساسات کو مثبت انداز میں نہ ابھاریں تو ہمارے ساتھ لہجاری پر اتر آئے گا۔ لہذا ایسا کام کرنے کی ضرورت ہے کہ وہ محبت کا احساس کرے اس کام کے لیے ضروری ہے کہ اسے خوش بین کیا جائے تاکہ قبول کرنے کے لیے آمادہ ہو۔

اصل ۱۵: قدرت تحلیل میں اضافہ

انتقادی فکر کو کافی معلومات، استدلال اور علمی روش کے سیارے قوی کیا جائے اگر ان میں سے کوئی ایک بھی نہ ہو تو مد مقابل یہ خیال کرے گا کہ ہم بحث سے صرف اس کے ساتھ زآرائی چاہیے ہیں۔

اصل ۱۶: روانی و نفسانی جمود سے باہر نکلنا

سب سے پہلے جمود سے باہر نکل کر حق کو قبول کرنا ہوگا اس کے بعد مطالب کو بیان کریں۔

**مناظرہ کے موضوع سے گریز اور مستحکم رہنے کے امور**

**اس درس کو بیان کرنے کے بعد آپ درج ذیل مطالب سے آشنا ہو جائیں گے۔**

**مناظرہ میں تجزیہ و تحلیل کے مراحل:**

ہر تجزیہ و تحلیل میں پہلے اپنی اطلاعات کو بیان کریں۔ لیکن مناظرہ میں اطلاعات کو سوال و جواب کی صورت میں بیان کیا جاتا ہے اور یہ سوالات و جوابات اس کی طرف سے ہوتے ہیں جو مطالب کو بیان کرے والا ہوتا ہے جس وقت طرف مقابل یہ چاہتا ہے کہ وہ ہمارے سوالات کا جواب دے یا کوئی نیا سوال کوے تو دو صورتوں پر عمل کریں گے۔

۱۔ اگر وہ ہمارے سوال کا جواب سے تو اس کے جواب تجزیہ و تحلیل کریں گے اور یہ تجزیہ و تحلیل سوالیہ انداز میں ہونا چاہیے جس کی وضاحت آئے گی۔

۲۔ اگر وہ نیا سوال کوتا ہے اور اس کے سوال کا تجزیہ و تحلیل کریں گے اور چند سوالات کریں گے تجزیہ و تحلیل کی روش میں صرف طرف مقابل کے ذہن کو روشن کریں گے۔

موضوع سے گریز کے موارد :

موضوع سے گریز کا مطلب یہ ہے کہ مناظرہ کرنے والا اصل موضوع سے تو نہیں ہٹا ہے۔ لیکن موضوع کوئی جہت دے دیتا ہے  
موضوع سے گریز کے درج ذیل اسباب ہیں۔

۱۔ بیان سے ناتوانی

۲۔ طرف مقابل کا مغالطہ ایجاد کرنا یہ ایک احساسی مرحلہ ہوتا ہے، کہ اگر موضوع کو عین وقت پر تبدیل نہ کیا جائے تو ممکن ہے کہ  
دیکھنے والے ہماری شکست سمجھ لیں۔

۳۔ موضوع کے مطالب سے لاعلمی بہت سارے مقام پر یہ نہیں کیا جاتا کہ "نہیں جانتا" یا جھوٹ نہیں بولا جاتا بلکہ اس مقام پر اصل  
موضوع سے گریز کر لیا جاتا ہے۔

۴۔ سامعین مطالب کو درک نہیں کر رہے۔

۵۔ جس وقت سوالات و جوابات کا سلسلہ مد مقابل کے حق کی طرف جا رہا ہو۔ کبھی کبھی ایسے سوالات کیے جاتے ہیں جن سے معلوم  
ہوتا ہے کہ وہ ہمیں ایک خاص سمت کی طرف موڑ رہے ہیں۔

اس کام کی علامات ہیں :

الف : سوالات کو پے در پے کیا جاتا ہے یعنی سوالات کا باہمی رابطہ ہوتا ہے۔

ب : سوالات کے جزء سے کل کی طرف موڑا جاتا ہے۔

ج : جس وقت مد مقابل اپنے اشکال میں اپنے بعض مقدس کاموں کے تقدس کو سوالیہ انداز میں پیش کریں۔

۶۔ یاد آوری کا نہ ہونا زہن میں حاضر نہ ہونا۔ جس چاہیے کہ مناظرہ میں کسی ایک مطلب پر فکر کو مرکوز نہ کر لیں۔ بلکہ اس  
کے لیے آمادگی کا ہونا ضروری ہے اگر آمادگی نہیں ہے تو پھر موضوع ہی کو تبدیل کر دیں۔

۷۔ کبھی کبھی ہمارا مطلب مقصد کے مطابق نہیں ہوتا یہ مقام دوسرے مقامات کی نسبت زیادہ اہم ہے۔

۸۔ اگر بحث اسی طرح جاری رہے تو مقابل رسوا ہو جائے گا۔ مولف کے نزدیک یہ بھی ایک مقام ہے جہاں پر مد مقابل کو رسوائی  
سے بچانے کے لیے موضوع کو تبدیل کر دیا ہے اگرچہ ظاہری طور پر گریز کا کوئی مطلب نہیں ہے۔

موضوع سے کس طرح گریز کیا جائے :

موضوع سے گریز کرنے میں دو شرطوں کا اہم ہیں اور یہ دو قسم کی ہیں۔

۱۔ مد مقابل کے سوال کے جواب میں مکمل جواب نہیں دیا جائے گا بلکہ یوں کہیں گے کہ "مندں مثال واضح کریں تاکہ موضوع واضح  
ہو جائے" اس کے بعد مثال کی وضاحت کے دوران موضوع کو تبدیل کر دیں گے۔

۲۔ مورد نظر مسئلہ میں مختصر مقدمہ بیان کریں گے اس کے بعد جب مقدمہ کا بیان ختم ہو جائے گا تو موضوع کو تبدیل کر دیں گے یعنی  
اصلاً جزئیات میں وارد نہیں ہوں گے۔

یاد دہانی (۱) :

موضوع سے گریز ربط کے بغیر نہیں ہونا چاہیے بلکہ شخص کو چاہیے کہ "موضوعات کے مابین رابطہ برقرار کرے ورنہ طرف مقابل اور سامعین ہماری کمزوری سمجھ جائیں گے۔"

یاد دہانی (۲) :

جو بھی گریز ہو اس میں مثال اور مقدمہ کا ہونا ضروری ہے۔ اگر مثال یعنی لائیں گے تو مخاطب کا ذہن مصروف نہیں ہوگا۔ اس موقع پر نہتیں ہے کہ ایسی کتب جو مثال ہیں سے استفادہ کیا جائے کیونکہ واقعات اور مثالیں ذہن میں محفوظ رہتی ہیں۔  
موضوع بحث پر ثابت قدم رہنا:

بعض اوقات شخص کو چاہیے کہ وہ موضوع بحث کو تبدیل کرے بلکہ اسی موضوع پر ثابت قدم رہے۔ البتہ اس ثابت قدمی کی شرائط میں اگر مناظرہ کرنے والے میں وہ شرائط موجود ہوں تو اپنے موضوع پر ثابت قدم رہ سکتا ہے۔ وہ شرائط درج ذیل ہیں۔

۱۔ شخص میں مطالب بیان کرنے کی صلاحیت موجود ہے۔

۲۔ حضور ذہن بھی ہے۔

۳۔ اس جلسہ میں موضوع مناسب رہے گا۔

۴۔ سامعین میں موضوع کو درک کی صلاحیت موجود ہے۔

۵۔ اگر سلسلہ گفتگو جاری رہا تو یہ مد مقابل کے حق میں تمام نہ ہوگا۔

۶۔ موضوع خاص اہمیت کا حامل ہے اگر یہ حل ہو گیا تو بہت سارے دوسرے مسائل خود بخود حل ہو جائیں گے۔ کبھی کبھی خود موضوع اہم ہوتا ہے اور کبھی کبھی دوسرے اہم موضوع کٹا ہوتا ہے بن رہا ہوتا ہے ایک موضوع درج ذیل شرائط کے ساتھ اہمیت کا حامل بن جاتا ہے۔

۱۔ مکتب سے دفاع

۲۔ شخصیت کی حیثیت اور اہمیت سے دفاع

۳۔ بزرگان دین کا دفاع

یاد دہانی (۳) موضوع پر ثابت قدم رہنے میں اس بات کی طرف توجہ کی ضرورت ہے کہ مد مقابل یا سامعین یہ خیال نہ کریں کہ ہم موضوع کو ان پر ٹھونسنا چاہتے ہیں۔ اور دوسری طرف یہ بات بھی مد نظر رہے کہ جب ہم موضوع پر اڑے ہوتے ہیں تو مد مقابل سے فرار کی کوشش کرے گا تو اس صورت میں مد مقابل کے تابع بن کر موضوع سے بٹنے کی ضرورت نہیں ہے بلکہ کوشش کریں مد مقابل فرار نہ کر سکے۔

### خلاصہ

۱۔ لغت میں مناظرہ لا معنی بحث و جدال ہے اور اصطلاح میں ایک فرد یا گروہ کا معین قواعد کی روشنی میں کسی مسئلہ کے اثبات یا نفی میں مناظرہ میں ایک دوسرے کے ساتھ گفتگو کرنے کو کہتے ہیں۔ تاکہ استدلال کے ذریعہ اپنی بات کو منوایا جاسکے۔



۲. مناظرہ کے موضوع کو بیان کیا جائے اور اصلاح میں مناظرہ کے موضوع کرے "قفیت" کیا جاتا ہے۔
۳. موضوع اس وقت کا اہم مسئلہ ہو مناظرہ میں شرکت کرنے والوں کی تعداد معلوم ہو ایک فرد اس جلسہ کا ناظر ہونے چاہیے۔
۴. آج کل مناظرہ میں ایک اعتقادی، سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی مسئلہ کو ثابت یا رد کرنے یا پھر انتخابی امیدواروں کے تعاون کے لیے منعقد کیا جاتا ہے۔
۵. مناظرہ کے مقدمات سے استفادہ کرنے کی ضرورت ہے۔ ان میں بعض احادیث کی روشنی اور بعض تجربات سے حاصل ہوتے ہیں۔
۶. مناظرہ کے اصول و فنون دو مطالب کے ساتھ مربوط ہیں۔
- ۱۔ مد مقابل کی شناخت (مناظرہ سے قبل)
  - ۲۔ اجرائی دستور العمل یا سوائی کی شرائط پر تسلط
  ۳. مناظرہ کے اصول اور قواعد ہیں جن کی مرعات ضروری ہے۔ مناظرہ کے بعض اصول درج ذیل ہیں،
- نظامہ آیں کہ مطلب حقیقی ہے۔
  - مقدمات کو خبر یا صرب المثل کے طور پر بیان کریں
  - مد مقابل کا رد کرتے وقت التوار اور مستحکم ہونا
  - ناظرین کے رویہ کو پر رکھنا
  - مد مقابل کی آبرو کی حفاظت
  - تاریخی داستانوں سے استفادہ
  - انگیزہ پیدا کرنا
  - مد مقابل کو فرصت دینا کہ وہ تمام اعتراضات بیان کر سکے۔
  - طرفین کے ہاں تقاہم کا ہونا
  - طرفین کے ہاں شرط رکھنا کہ عقلی و اتفاقی مطالب سے استفادہ کیا جائے گا۔
  - مد مقابل کے انگیزہ کے مقابلے میں آرام کے ساتھ دفاع
  - اپنی گفتگو کو بے ہودہ گفتگو کے ساتھ مخلوط نہ کرنا
  - قدرت تخیل کو زیادہ کرنا

- جمود سے رہائی
  - حسی محرکات سے آگاہی۔
۸. موضوع سے گہرے درج ذیل اسباب ہیں۔

الف: بیان سے ناتوانی

ب: طرف مقابل کا مغالطہ سے استفادہ کرنے

ج: اپنی یا سامعین کی آمادگی کا نہ ہونا

د: جس وقت گفتگو کا سلسلہ مد مقابل کے حق کی طرف جارہا ہو۔

ھ: جس وقت ہمارا موضوع اہداف کو نہ پارہا ہو

۹. بعض مقامات پر موضوع کو تبدیل نہیں کرنا چاہیے بلکہ ثابت قدمی دکھانے کی ضرورت ہے اس کے درج ذیل موارد ہیں۔

الف: شخص میں بیان کی توانائی اور حضور ذہنی ہے۔

ب: موضوع بحث کے مطابق ہے۔

ج: سامعین میں آمادگی موجود ہو۔

د: گفتگو کا سلسلہ مد مقابل کے حق میں تمام نہ ہو رہا ہو۔

ھ: موضوع کا سلسلہ مد مقابل اہمیت ہو