

ساجد غنی  
اسکالر پی ایچ ڈی اردو، جامعہ پشاور  
پروفیسر ڈاکٹر سلمان علی  
صدر شعبہ اردو، جامعہ پشاور

## قصہ نگاری کا فن اور مطبوعہ تبلیغی کارر گزاریوں کا ادبی جائزہ

**Sajid Ghane**

Scholar PhD Urdu, Peshwar Univeresity.

**Professor. Dr. Salman Ali**

Chairman Department of Urdu, University of Peshawar.

### **Literary Appreciation of the Published Accounts of Preaching Missions and the Art of Storytelling.**

All the published “Tablegh-e-Karguzaryan” have also got a particular type of literary touch. If these “Karguzaryan” are judged in the light of the principles of the art of story-telling, a literary quality like that of a fiction can be seen in them. Just as a literary master piece appeals to human feelings these “Karguzaryan” also have a strong effect as per their strong feeling effect and plots are concerned. They not only affect the feeling and minds of people but some of them all together change their lives too. Due to these strong and powerful effects both literature and “tablegh-e-Kaguzaryan” seem to be the same.

**Key Words:** *Literary, Appreciation, Published, Particula, Judged, Effect.*

قصہ سننا اور سنانا ازل سے انسان کا مشغلہ رہا ہے۔ ایک زمانہ ایسا تھا کہ دن بھر کا تکاماندہ انسان راتوں کو دوستوں کے ساتھ بیٹھ کر یا تو خود کچھ سناتا یا پھر دوستوں سے کچھ سُن کر دن بھر کی تھکن دُور کرتا۔ ظاہری بات ہے کہ فطرت کے اصولوں سے ناواقف انسان کے لئے قصے سے دلچسپ اور کوئی چیز نہیں ہو سکتی تھی۔ اسی طرح قصہ کہانی نے جنم لیا اور ان بے فکرے لوگوں کے لیے وقت گزاری کی ایک دلچسپ چیز داستان کی شکل میں وجود میں آئی۔ رفتہ رفتہ انسان کی مصروفیات بڑھتی گئیں۔ رات کی فُرصتیں ختم ہوتی گئیں اور انسان جدید سائنسی دور کی مادہ پرستی سے آشنا ہو گیا۔

قصہ گوئی کے یہ ابتدائی زمانہ تھا جس میں مافوق الفطرت باتوں کی کثرت تھی اصل میں یہ وہ نفسیاتی رویے ہیں جن کو ابتدائی دور کے انسان نے اپنے گرد و پیش جنگل میں رہتے ہوئے محسوس کئے۔ اور جب انسان میں

عقل و شعور کے جوہر پیدا ہوئے تو انہوں نے باضابطہ طور پر قصہ گوئی کے لیے کچھ قوانین اور اصول وضع کئے۔ جو بعد میں قصہ گوئی کے تکنیک کے نام سے مشہور ہوئے۔ داستانوں کی مقبولیت کے بارے میں ڈاکٹر سہیل بخاری اپنے خیالات کا اظہار کرتے ہوئے فرماتے ہیں:

"داستان گوئی اپنے زمانے میں ہر ملک میں معروف و مقبول صنف رہی ہے۔ اکثر اسلامی ممالک میں اس کو باقاعدہ ایک فن کی حیثیت حاصل رہی۔ عرب میں داستان سنانے والے کو "سامر" جبکہ داستان کو "سمر" کہا جاتا ہے" (۱)

جب عرب جاہلیت کے اندھیرے دور سے گزر رہا تھا اس وقت داستان گوئی کا فن اپنے عروج پر تھا۔ اکثر عرب کے لوگ رات کے کھانے کے بعد چاند راتوں میں ریت پر آلتی پالتی مار کر بیٹھ جاتے اور داستان سنتے تھے۔ داستان سننے والے اس دلچسپی سے داستان سنتے تھے کہ سامر کے لئے ان کی طرف سے باقاعدہ اجرت مقرر تھی جو ان کو کھجوروں کی شکل میں دی جاتی تھی۔ رفتہ رفتہ بازاروں اور قہوہ خانوں میں داستان سنانے کے حلقے بن گئے جن میں ہر رات باقاعدگی کے ساتھ قصہ گو قصہ سناتے جسے لوگ بڑے شوق سے سنتے تھے۔

عرب اور ایران میں شہرت حاصل کرنے کے بعد قصہ گوئی نے ہندستان کا رخ کیا ہندوستانی سرزمین داستان گوئی کے لیے ایسی زرخیز ثابت ہوئی کے یہاں کے داستان گو فنکاروں نے اس کے لیے باقاعدگی کے ساتھ اصول وضع کئے اور ان اصولوں کے تحت قصہ گوئی کے فن کو فروغ دیا۔ داستان گوئی کی خصوصیات "خواجہ امان اللہ" نے حدائق انظار (ترجمہ بوستان خیال) کے دیباچے میں بیان کئے ہیں جن کے بارے میں "ڈاکٹر گیان جین" لکھتے ہیں:

"ظاہر ہے کہ نفس قصص اور افسانہ کے واسطے چند مراتب لازم و واجب ہیں۔ اول مطول و خوش نما جس کی عہد و بندش میں تو رد مضمون اور تکرار بیان ہو، مدت دراز تک اختتام کے سامعین مشتاق رہیں۔ روم بجز مدعائے خوش ترکیب و مطلب و دلچسپ کوئی مضمون سامعہ خراش و ہزل درج نہ کیا جائے۔۔۔ سوم لطافت زبان و فصاحت بیان۔ چہارم عبارت سربلغ الفہم کے واسطے فن قصہ کے لازم ہے۔۔۔ پنجم عہدہ قصہ میں بجنسہ تواریخ گزشتہ کا لطف حاصل ہو۔ نقل و اصل میں ہر گز فرق نہ ہو سکے۔" (۲)

داستان گوئی کے فن کے حوالے سے ”خواجہ امان اللہ“ نے بہت اہم باتیں کی ہیں۔ جو داستان گوئی کی تکنیک کا درجہ رکھتی ہے۔ سب سے پہلی بات جس کی طرف مصنف نے اشارہ کیا ہے وہ داستان کی طوالت ہے۔ قصہ گو داستان کو قصہ در قصہ اور دوسری ضمنی قصہ کہانیوں کی مدد سے طول دیتا ہے۔ اس کا مقصد سننے والوں کو دیر تک داستان میں مگن رکھنا ہوتا ہے۔ قصہ گوئی کی اصطلاح میں قصہ گو کے اس انداز طوالت کو ”داستان رو کنا“ کہتے ہیں۔

داستان میں دلچسپی پیدا کرنے کے لیے شعوری طور پر ایک ایسی دنیا تخلیق کی جاتی ہے جو ہماری حقیقی دنیا سے یکسر مختلف ہوتی ہے۔ اس لیے یہ بات داستان کی تکنیک میں شامل ہے کہ اس کی فضا میں دوری کا احساس ہوتا ہے زمان اور اس وجہ سے داستان کی فضا بالکل مختلف ہوتی ہے۔ زمان و مکان سے دوری کی بدولت قصے میں حسن پیدا ہوتا ہے اور یہی وجہ ہے کہ قصے کہانیوں میں اکثر الہ آباد، دلی اور لکھنؤ کی جگہ شام، عرب، روم اور دمشق وغیرہ شہروں کا بیان ہوتا ہے۔ اگر ان دور دراز ممالک کا ذکر داستان میں نہ کیا جاتا تو اس کے مقابلے میں جانی پہچانی شہروں کا ذکر ہوتا جس کے سننے پڑھنے میں وہ دلچسپی نہ رہتی جو داستان کا اصل مقصد ہے۔ اس لئے جان بوجھ کر داستان میں دوری کا عنصر استعمال کیا جاتا ہے تاکہ دلچسپی اور حیرت کی فضا داستان میں آخر تک قائم رہے۔

تیسری خصوصیت جو تمام داستانوں میں مشترک نظر آتی ہے اور خواجہ امان اللہ نے بھی اس طرف اشارہ کیا ہے وہ لطافت زبان اور فصاحت زبان ہے اگر عبارت سریع الفہم نہ ہو تو قصہ کا مقصد مفقود ہو جاتا ہے کیونکہ ایسی داستان کی طرف کوئی توجہ نہیں دیتا جس کی عبارت سریع الفہم نہ ہو۔ عبارت کو فصاحت و بلاغت عطا کرنے کے واسطے اکثر ادیب الفاظ کے انتخاب اور بر محل اشعار کا استعمال کرتے ہیں۔ اس کے علاوہ روزمرہ اور محاورے کا استعمال اور اسلوب میں سادگی و سلاست پر بھی بہت زور دیا جاتا ہے۔

خواجہ امان نے داستان کے لیے اگرچہ پانچ فنی اصول بیان کئے ہیں لیکن ڈاکٹر سہیل بخاری نے تیسرے اور چوتھے اصول کو اصل میں ایک شمار کیا ہے۔ جہاں خواجہ امان لطافت زبان اور فصاحت بیان کے ساتھ ساتھ عبارت سریع الفہم کا ذکر کرتا ہے وہاں ڈاکٹر سہیل بخاری کے ہاں لطافت زبان اور سریع الفہم عبارت اصل میں ایک ہی سکے کے دو رخ ہیں اگر ہم خواجہ امان کی بات کو مقدم رکھتے ہیں تو قصہ نگاری کے پانچ فنی اصول ہیں لیکن اس کے برعکس ڈاکٹر سہیل بخاری کی بات بھی اپنی جگہ ٹھیک ہے ان کے نزدیک داستان کے فنی اصول چار ہیں۔ اور یہی چار وہ اصول ہیں جو ہر داستان میں پائے جاتے ہیں اور اس کے بغیر داستان کا فن اُدھورا سمجھا جائے گا۔

لفظ کارگزاری کی ممکنہ تعریف اور وضاحتیں:

اُردو کے تمام لغات اور انسائیکلو پیڈیا ز اس بات پر متفق ہیں کہ لفظ "کار گزار" چالاک اور مستعد شخص کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ جبکہ اس لفظ کی اسم کیفیت "کارگزاری" ہے جس کی معنی مستعدی اور چالاک سے کام کرنا ہے۔ جبکہ انگریزی میں لفظ "Efficiency" کارگزاری کے لیے استعمال ہوتا ہے جس کی تعریف کتابستان ڈکشنری نے ان الفاظ میں کی ہے۔

”Ratio of useful work performed to energy spent“<sup>(۳)</sup>

لفظ کارگزاری کے مفہوم پر بحث کرنے کے بعد کم از کم ایک بات کا تعین ہو گیا کہ کارگزاری اصل میں مستعدی اور چالاک کے ساتھ اپنے کام کو سرانجام دینے کا بیان ہے۔ عرف عام میں یہ لفظ ہر قسم کے کام کے بیان کے لیے استعمال ہوتا ہے مثلاً امتحان دینے کے بعد اکثر والدین بچے سے امتحان کے پورے احوال سننے میں اور بچے ایک ایک کر کے پورے امتحان کی کارگزاری والدین کے سامنے بیان کرتا ہے۔ لیکن بات جب تبلیغی کارگزاری کی ہوتی ہے تو لفظ کارگزاری کا مفہوم قدرے وسیع ہو جاتا ہے۔ کیونکہ اس قسم کی کارگزاری میں جماعت والوں کے سفر کے احوال، کسی علاقے میں تبلیغی کام کی نوعیت، گاؤں والوں کا تبلیغی ساتھیوں کے ساتھ رویہ، مہم جوئی، جماعت والوں کی قربانیاں اور اللہ تعالیٰ کی طرف سے غائبی امداد وغیرہ کا ذکر ہوتا ہے۔ تبلیغی کارگزاریوں کے ان خصوصیات نے لفظ کارگزاری کے عام مفہوم کو خاص کر دیا ہے اس لیے جب بھی ہم کارگزاری کا لفظ سننے میں تو ہمارے ذہن میں تبلیغی مہم جوئی کے پراسرار واقعات گھومنے لگتے ہیں۔ لیکن دلچسپ بات یہ ہے کہ اس تبلیغی مہم جوئی پر کئی کتابیں مرتب ہونے کے باوجود کسی فرد واحد کی سوچ اس طرف نہیں گئی کہ ان مطبوعہ کارگزاریوں میں ادبی اور لسانی حوالے سے کیا کیا عناصر پائے جاتے ہیں۔ اور یہی ان مطبوعہ کارگزاریوں کی وہ خصوصیت ہے جو ادبی لحاظ سے ان کی اہمیت کو بڑھا دیتے ہیں۔

اگر مطبوعہ کارگزاریوں کو فن قصہ نگاری کے اصولوں پر پرکھا جائے تو داستان اور ان کارگزاریوں میں ادبی لحاظ سے کئی مماثلتیں مل جاتی ہیں بلکہ بعض خصوصیات کے بنا پر تو یہ کارگزاریاں داستان کو بھی پیچھے چھوڑ جاتی ہیں۔ کیونکہ ان کارگزاریوں میں پڑھنے والوں کو کبھی ناول تو کبھی "افسانے" کے عناصر دکھائی دیتے ہیں، کبھی ان کارگزاریوں پر "سفر نامے" تو کبھی "آپ بیتی" کا گمان ہوتا ہے، کبھی یہ "رپوتاژ" تو کبھی "ادبی ڈائری" کا روپ دھار لیتے ہیں۔ غرض ان مطبوعہ کارگزاریوں میں ادبی اور لسانی حوالے سے بہت سے عناصر موجود ہیں۔

داستان گوئی کی تکنیک میں طوالت کو سب سے پہلا اصول سمجھا جاتا ہے اس لیے خواجہ امان اللہ نے سب سے پہلے اس کی طرف اشارہ کیا ہے۔ طوالت داستان کی جان ہے اس لیے داستان میں اس کو باقاعدہ ایک تکنیک کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔ قصے کو طول دینے کے لیے فن کار داستان میں قصہ در قصہ کی تکنیک سے کام لیتا ہے یا پھر ما فوق الفطرت عناصر کو کام میں لا کر قصے کو طول دیتا ہے۔ افسانوی ادب میں "قصہ چہار درویش، فسانہ عجائب، طلسم ہو شرابا" وغیرہ میں جگہ جگہ ان کی مثالیں موجود ہیں۔ جہاں تک مطبوعہ تبلیغی کارگزاریوں میں طوالت کا ذکر ہے تو یہاں ایک بات قابل بحث ہے اور وہ یہ کہ داستان اور کارگزاریوں کے غرض و غایت میں زمین و آسمان کا فرق ہے۔ داستان وقت گزاری کا ایک وسیلہ رہی ہے اور وقت گزاری کے لیے قصے کو طول دینا ضروری تھا۔ بقول ڈاکٹر گیان چند جین:

"قدیم اردو ادب تمام امراء کی سرپرستی میں پلا ہے۔ داستانیں بھی انھیں کے سامنے  
میں لکھی گئیں۔ ان کا مقصد تفریح کی تھا۔ یہ وقت کاٹنے کا شغل تھیں۔ داستان گویا ایک  
خواب آور دوا تھا۔ ظاہر ہے کہ ایسی داستان کسی اصلاحی مقصد کو نظر میں نہیں رکھ سکتی  
تھی" (۴)

گیان چند جین کے خیال میں پرانے زمانے کی داستانوں میں اصلاح اور مقصد پسندی کی کوئی گنجائش نہیں اس کے برعکس مطبوعہ تبلیغی کارگزاری کا مقصد محض تفریح طبع کے لیے نہیں اور نہ ہی یہ خواب آور دوا کے طور پر استعمال ہوتی رہی داستان کے برعکس کارگزاری میں تشکیل کے دوران کسی علاقے میں دعوت کے کام کی نوعیت اور پوری بستی کو راہ راست پر لانے کے لیے ساتھیوں کے روحانی اعمال (نماز، ذکر و دعا وغیرہ) کو دیکھنا ہوتا ہے۔ یہاں پر وقت گزاری کا سوال ہی پیدا نہیں ہوتا۔ یہی وجہ ہے کہ ان کارگزاریوں میں طوالت کی جگہ اختصار کی تکنیک استعمال کی گئی ہے۔ محمد قاسم ضیا کی مطبوعہ کارگزاریوں سے مثال ملاحظہ ہے:

"ایک عرب نوجوان جس کا نام "فاضل" تھا امریکہ میں رہائش پذیر تھا۔ اُس کے دل  
میں دین کے مٹنے کا احساس پیدا ہوا چنانچہ اُس نے رائیونڈ میں آ کر چار مہینے  
لگائے۔ جب نوجوان وقت لگا کر آیا تو اُس کا سارا وجود سنت کے مطابق ڈھل چکا  
تھا۔ ایک دن وہ سڑک پر سواری کے انتظار میں کھڑا تھا کہ ایک امیر کین لڑکی آئی اُس  
نے لڑکے سے پوچھا آپ کون ہے؟ لڑکے نے کہا میں مسلمان ہوں۔ اُس نے کہا آپ کا  
لباس تو بہت باوقار ہے اس طرح دوسرے مسلمان کیوں نہیں ہیں؟ لڑکے نے جواب دیا

وہ مسلمان اپنے تہذیب سے نا آشنا ہیں جس دن ان کو اسلامی تہذیب کی حقیقت کا پتہ چلے گا اُس دن سے وہ بھی میری طرح لباس پہنیں گے۔ کچھ دیر کے لیے دونوں میں مذہب اسلام کے بارے میں بحث ہوئی جس سے متاثر ہو کر وہ امریکن مسلمان ہوئی۔ اب آگے سُنو! کچھ دن گزرنے کے بعد فاضل ہاسٹل میں اپنے دوستوں کے ساتھ تبلیغی مشورے میں مصروف تھا کہ اچانک اُس کی فون کی گھنٹی بجی اُس نے کال ریسیو کیا تو دوسری طرف سے ایک انجانی آواز اُسے ڈانٹ رہی تھی کہ آپ نے میری سہیلی کو اسلام کی دعوت دے کر برباد کیا ہے پتہ نہیں اُس کو کیا ہو گیا ہے پہلے وہ میرے ساتھ نائٹ کلبوں میں جاتی تھی اب وہ گھر سے ہی نہیں نکلتی یہ کیسی پابندیاں ہیں جو تم نے اُس پر لگادی ہیں؟ کیا یہ تمہارا مذہب ہے؟ فاضل لڑکی کی پوری بات سُن کر سمجھ گیا کہ دوسری طرف سے بولنی والی لڑکی اُس لڑکی کی سہیلی ہے جو اُسکی دعوت سے کچھ دن پہلے مسلمان ہوئی تھی۔ اس لیے اُس نے اطمینان کے ساتھ جواب دیا۔ کہ اللہ کی بندی اگر بحث کرنی ہے تو میرے پاس اتنا وقت نہیں لیکن اگر سمجھنا ہے تو آدھا گھنٹہ بعد فون کرنا۔ جب آدھے گھنٹے کے بعد لڑکی کا فون آیا تو دونوں کے درمیان مذہب اسلام پر طویل بحث ہوئی فاضل نے تفصیل کے ساتھ لڑکی کے سامنے اسلام کی پاکیزہ زندگی رکھی۔ لڑکی کی دل پر فاضل کی باتوں کا بہت اثر ہوا اور اُس نے بھی اسلام قبول کیا۔ کچھ عرصہ بعد جب فاضل کی شادی کی بات چلی تو اُس کے ایک دوست نے بتایا کہ ایک لڑکی حال ہی میں مسلمان ہوئی ہے اُس کے ساتھ تیری بات پکی کرتا ہوں۔ چنانچہ لڑکی سے بات ہوئی اور دونوں کی شادی ہو گئی۔ اب دونوں میاں بیوی میں تعارف ہوا۔ فاضل نے لڑکی سے پوچھا کہ آپ نے اسلام کیسے قبول کیا؟ اُس نے ٹیلیفون والا پورا واقعہ سنایا۔ فاضل نے بیگم سے پوچھا آپ جانتی ہے وہ شخص کون تھا جس سے آپ کی فون پر بات ہوئی تھی۔ لڑکی نے جب لاعلمی کا اظہار کیا تو فاضل نے کہا جناب! وہ شخص اس وقت آپ سے مخاطب ہے آپ کا خادم میں ہی تھا<sup>(۵)</sup>

دوسری اہم خوبی جو ایک داستان کے لیے اہم سمجھی جاتی ہے اور جس کی طرف خواجہ امان اللہ نے "مدعائے خوش ترکیب اور مطلب دلچسپ" کہہ کر اشارہ کیا ہے وہ قصہ میں دلچسپی کا عنصر پیدا کرنا ہے۔ اردو کے منظوم اور غیر منظوم داستانوں میں اکثر دلچسپی پیدا کرنے کے لیے قصہ پن، بادشاہوں کے مثالی کردار، مہم جوئی اور بیانیہ انداز کی تکنیک استعمال کی جاتی ہے۔ لیکن جہاں کارگزاری میں دلچسپی کا ذکر ہے تو داستان کی طرح کارگزاری کا وجود بذات خود دلچسپی کا حامل ہے۔ جماعت والوں کی یہ تبلیغی کارگزاریاں مہم جوئی کی ایک ان کہی داستانیں ہیں۔ اللہ والے کبھی اندرون ملک تپتی ہوئی صحراؤں میں گشت کرتے ہوئے نظر آتے ہیں تو کبھی یورپ اور افریقہ کے خوفناک جنگلوں میں دین حق کی خاطر گھومتے نظر آتے ہیں۔ کہی کارگزاری کے یہ کردار "قصہ چہار درویش" کے درویشوں کا روپ دھار کر دردر کی خاک چھانتے ہوئے نظر آتے ہیں تو کبھی "فسانہ عجائب" کے "جان عالم" کی طرح پہاڑوں اور صحراؤں میں درندوں کی زد میں دکھائی دیتے ہیں۔

جو تکنیک داستان میں دلچسپی پیدا کرنے کے لیے استعمال ہوتی ہے وہی تکنیک کارگزاری میں بھی استعمال میں لائی جاتی ہے۔ داستان میں ہیرو کے ساتھ جو خیالی واقعات اور حادثات پیش آتے ہیں کارگزاری میں وہ تمام واقعات اور حادثات حقیقت میں ان کرداروں کے ساتھ رونما ہوتے ہیں۔ بعض اوقات اسے پڑھ کر عقل دنگ رہ جاتی ہے۔ اگرچہ کارگزاری بیان کرنے والے کا مقصد دعوت کے کام کی کارگزاری بیان کرنی ہوتی ہیں لیکن یہ تبلیغی مہم جوئی بذات خود اتنی دلچسپ ہوتی ہے کہ سننے والے کو گھنٹوں بیٹھنے پر مجبور کرتی ہے۔ جہاں داستان میں مصنوعی دلچسپی پیدا کرنے کے لیے واقعات کی ہیرا پھیری کی جاتی ہے وہاں کارگزاری کا وجود خود دلچسپی کے کئی رنگ لیے ہوئے ہیں۔

داستان کی تکنیک میں قصہ پن وہ خصوصیت ہے جو کہانی میں ایسی حیثیت رکھتا ہے جس طرح انسان کے جسم میں روح کی حیثیت ہوتی ہے۔ جس طرح انسان کو بغیر روح کے انسان نہیں کہا جاسکتا اسی طرح داستان قصہ پن کے بغیر داستان نہیں ہے۔ جہاں مطبوعہ تبلیغی کارگزاریوں میں قصہ پن کا ذکر ہے تو ان کارگزاریوں میں بھی داستان کی طرح قصہ پن کی عمدہ جھلکیاں موجود ہیں۔ کبھی تبلیغی جماعت کے ساتھیوں کا سامنا ایسے شخص سے ہوتا ہے جو باتوں ہی باتوں میں اُن کی خوب خبر لیتے ہیں اور کبھی تو باقاعدہ ان لوگوں کے ہاتھوں ان بے چاروں کو جان کنی کی حالت تک مار بھی پڑتی ہے۔

داستان کی فضاء پر مافوق الفطرت واقعات کا ایسا سحر چھایا ہوا ہے جس نے داستان کو سننے کے قابل بنادیا ہے اصل میں اس سحر انگیز فضاء کی وجہ سے داستان میں دلچسپی پیدا ہوئی ہے ورنہ داستان کی طوالت وہ عیب ہے جو بہت جلد پڑھنے والے کو بور کر دیتا ہے۔ سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ کیا مطبوعہ تبلیغی کارگزاریوں میں بھی یہ عناصر موجود ہیں؟ تو اس سوال کا جواب ہمیں کارگزاریوں کی فضاء میں موجود مافوق الفطرت عناصر میں آسانی سے ملتا ہے۔ داستان کی طرح ان کارگزاریوں پر بھی ان خرق عادت واقعات کا رنگ غالب ہے۔ البتہ ایک بات بحث طلب ہے کہ داستان اور کارگزاریوں کے ان واقعات کے وجود میں نمایاں فرق ہے۔ داستان میں جن، بھوت، پری سامنے آنے کے مافوق الفطرت واقعات ایک انجان شہزادے کے ساتھ رونما ہوتے ہیں۔ لیکن یہاں کارگزاریوں میں یہ واقعات حقیقی زندگی میں ہمارے جیسے انسانوں کے ساتھ پیش آرہے ہیں۔ جہاں پرانے قصوں میں ان واقعات پر انسانی عقل یقین نہیں کر سکتا وہاں ان کارگزاریوں میں ایسے واقعات پر یقین کرنے کے امکانات اس لیے زیادہ ہیں کہ یہاں پر یہ سارے واقعات ایک ایسے شخص کے ساتھ وقوع پذیر ہو رہے ہیں جو ہمارے معاشرے کا ایک عام فرد ہے۔ اس سلسلہ میں حافظ محمد قاسم ضیا کی مطبوعہ کارگزاری سے مثال ملاحظہ ہے:

"پیدل سال کی ایک جماعت گلگت کے دشوار گزار پہاڑوں میں جس کے نیچے ایک خوش فک دریا بہہ رہا تھا بستی بستی قریہ قریہ لوگوں کو دین حق کی طرف بلاتے ہوئے آگے بڑھ رہی تھی کہ اچانک ایک ساتھی کا پاؤں پھسلا اور نیچے دریا میں جا گرا۔ دریا کے تیز و تند لہریں اُس کو لمحوں میں ساتھیوں کی نظروں کے سامنے سے بہا لے گیا۔ وہ بے بسی کے تصویر بنے ہوئے اپنے ساتھی کو دیکھتے رہ گئے۔ آگے اُس پہ کیا بیتی؟ وہ بہتے بہتے ایک چٹان کے ساتھ چمٹ کر اٹک گیا۔ وہ خود حیران و پریشان ہو گیا کہ اب اس مُصیبت سے کس طرح نجات حاصل کرے؟ وہ اس مُصیبت سے نکلنے کی تدبیریں سوچ رہا تھا کہ اسی اثنا میں دریا کے پانی میں ایک بڑا اژدھا (سانپ) منہ کھولے اس کی طرف آ رہا تھا۔ اس اژدھا کا منہ اتنا بڑا تھا کہ پوری گائے بھی نگل سکے۔ اب تو اُس کو اپنی موت کا یقین ہو گیا انہوں نے کلمہ شہادت پڑا اور خوف کے مارے اپنی آنکھیں بھینچ لیں۔ جب اژدھا اُس کے بالکل قریب پہنچ گیا تو اپنا پیٹ اُس کے سامنے کر کے زبان حال سے اُس اللہ والے کو اپنے اوپر سوار ہونے کی دعوت دینے لگا۔ اللہ والا سمجھ

گیا کہ اللہ کی مدد پہنچ گئی وہ کود کر اُس اژدھا پر سوار ہوا رینگتے رینگتے وہ اژدھا اُس کو ایک چٹیل میدان میں لے آیا۔ یہاں لا کر اُس نے اللہ والے کو اپنے پیٹ پر سے اُتادیا اور وہاں سے چلا گیا۔ وہ اللہ کا پیارا عجیب کشمکش میں تھا کہ وہاں سے ایک جیب گزر رہی تھی، جیب میں سوار لوگوں نے اُس کو بھی اپنے ساتھ سوار کیا اور شہر کے تبلیغی مرکز میں چھوڑ کر چلے گئے جہاں اُس کے باقی ساتھی اُس کے پہاڑ سے گر کر مر جانے کا سوگ منا رہے تھے۔ اپنے ساتھی کو زندہ دیکھ کر وہ سکتے میں آ گئے اُن کو اپنی آنکھوں پر یقین نہیں آ رہا تھا۔ جب ساتھی نے اُن کو اپنی پوری کارگزاری سنائی تو سارے ساتھیوں نے شکر اُن کی نماز پڑھ کر اللہ کا شکر یہ ادا کیا" (۶)

داستان کی فضاء پر مثالی مناظر اور مثالی کرداروں کی حکمرانی ہے۔ ان داستانوں میں جہاں شہزادہ، شہزادی کا کردار ہوتا ہے وہ اپنے حُسن و جمال میں بھی مثالی ہوتا ہے۔ یہ حُسن و جمال بادشاہوں اور شہزادوں کی میراث سمجھی گئی ہے۔ داستانوں میں موجود ہر شہزادہ حد سے زیادہ حسین اور عقل سے زیادہ بہادر ہے۔ داستان میں ہیر و کے مثالی کردار کے بارے میں ڈاکٹر فرمان فتح پوری رقمطراز ہیں:

"داستانوں میں ہیر و یا ہیر و ن عموماً کسی شاہی خاندان سے تعلق رکھتے ہیں۔ ہیر و ہمیشہ کوئی شہزادہ یا وزیر اور ہیر و ن کوئی شہزادی یا وزیر ذادی ہوتی ہے۔ دونوں نیکوں کے مجسمے ہوتے ہیں حُسن و خوبی میں اُن کے مماثل و قابل کوئی سوال پیدا نہیں ہوتا۔ وہ ظاہری حُسن و جمال میں یکتائے روزگار اور باطنی قوتوں کے لحاظ سے بے ہمت و بے مثال ہوں گے۔ ان کے علم و حکمت، رہن سہن، شان و شوکت، تدبیر و فراست، لباس و خوراک، ہمت و شجاعت، تحمل و استقلال، غصہ و قہر، سطوت و جبروت، جان بازی و وفاداری اور عشق بازی و حُسن پرستی کا عام انسانوں سے کوئی مقابلہ نہیں کیا جاسکتا" (۷)

جہاں تک مطبوعہ کارگزاریوں میں کردار نگاری کا ذکر ہے تو داستان کے برعکس کارگزاریوں کے کرداروں میں ارتقاء کا بھرپور رنگ موجود ہے۔ ان کرداروں میں ارتقائی نشوونما کا یہ حال ہے کہ اکثر اُن کے رسم و رواج کے ساتھ ساتھ اُن کا دھرم بھی تبدیل ہو جاتا۔ کہانی کے آغاز میں جو کردار بد معاش و ملین کے روپ میں جلوہ گر ہوا تھا آخر میں وہ تقویٰ اور پرہیزگاری کا لبادہ اوڑھ کر کارگزاری کے اسکرین پر جلوہ گر ہوتا ہے۔ یہاں کردار تو نہ

داستان کے شہزادوں کی طرح مثالی خوبصورت ہیں اور نہ ہی وہ اپنے علم و فہم میں ان شہزادوں جیسے یکتا ہیں۔ کارگزاریوں کے کردار عام معاشرے کے کردار ہیں جس میں زندگی کے بھرپور آثار موجود ہیں۔ داستان میں جہاں ہیرو کے کردار کو بہادری اور شجاعت کا مثالی پیکر بنانے کی شعوری کوشش کی جاتی ہے وہاں مطبوعہ کارگزاریوں کے کردار ہمارے ارگرد بسنے والے معاشرے کے عام کردار ہیں لیکن اپنی ریاضت اور اعلیٰ انسانی خصلتوں کی وجہ سے وہ بہادری اور شجاعت کے اُس مقام پر پہنچ چکے ہیں جہاں تقدیر اور حالات بھی انہوں نے اپنے تابع کیا ہوا ہے۔ ان کارگزاریوں کے کردار نڈر اور پیاک ہیں، اخلاص اور مروت اُن میں کوٹ کوٹ بھری ہوئی ہے، شرم و حیا کی دولت سے اُن کی آنکھیں اس قدر معمور ہیں کہ کوئی بھی پیکر حسن و جمال ان کو اپنی طرف راغب نہیں کر سکتی بلکہ وہ خود اس ہیرو کی شخصیت اور اخلاق کی گرویدہ بن جاتی ہے۔ مطبوعہ کارگزاریوں سے قاری محمد زاہد اختر س کی مثال ملاحظہ کیجیے:

"گلاسکو میں تبلیغی جماعت گئی تو وہاں ایک ساتھی بیمار ہو گیا۔ دو تین دن ہسپتال میں رہا۔ تین دن مسلسل ایک نرس اُس کی دیکھ بھال کے لیے آتی رہی۔ تیسرے دن جماعت کے ساتھی سے کہنے لگی میں تم سے شادی کرنا چاہتی ہوں۔ وہ ساتھی بڑا حیران ہوا، اُس نے پوچھا اس کی وجہ کیا ہے؟ تو نرس کہنے لگی۔ اللہ نے مجھے اتنا حُسن دیا ہے کہ جو میری طرف دیکھتا ہے اُس کی نگاہیں میرے جسم سے ہٹتی نہیں ہیں۔ لیکن تمہارے اندر وہ کونسی قوت ہے کہ جب بھی میں تمہارے سامنے آتی ہوں، تم اپنی نظریں جھکا دیتے ہو۔ اس کشش کی وجہ سے میں تمہاری گرویدہ بن گئی ہوں۔ اس کی یہ بات سُن کر ساتھی نے کہا کہ ہم دونوں کے راستے جدا جدا ہیں تم عیسائی میں مسلمان۔ لڑکی یہ بات سُن کر کہنے لگی۔ تم جو کہو گے میں وہ کروں گی۔ اگر تم کہو تو میں مسلمان بھی ہو جاؤں گی اور یہ نوکری بھی چھوڑ دوں گی۔ اور اسی طرح وہ اس نوجوان کی حیا کی وجہ سے مسلمان ہو گئی" (۸)

کارگزاری میں ہیرو کا ایک ایک قدم بہادری اور شجاعت کا ثبوت ہے جہاں کارگزاری میں ہیرو کے جسم پر گولیوں کے اثر نہ کرنے کے باوجود الفطرت عناصر کی جھلکیاں موجود ہیں تو دوسری طرف بلا خوف و خطر دشمن کے گھر جا کر اُن کے آگے دوستی کا ہاتھ بڑھانا جیسے ہیرو کے صفات بھی قابل دید ہیں۔ اُردو داستان میں شاید ہی کوئی ایسی

مثال ہو جس میں ہیر و اپنے دشمن کے گھر اس بہادری کے ساتھ گیا ہو۔ یہی وہ اعلیٰ اقدار ہیں جس نے داستان کے برعکس کارگزاری کے ہیر و کو ایک الگ شان دی ہے۔ ابولال اپنی کتاب میں کارگزاری کے ہیر و کے بارے میں اپنے خیالات کا اظہار جن الفاظ میں کرتا ہے اُس کی مثال ملاحظہ کیجیے:

"ایک دن میں اور ڈاکٹر نور محمد صاحب، جناب غلام محمد (مقیم کتب خانہ رابیونڈ) کے ورکشاپ میں بیٹھے تھے کہ وہاں پر ایک نوجوان آیا اور بہت پیار و محبت و عقیدت سے ملا۔ ڈاکٹر صاحب نے بتایا کہ اس کی خاندانی دشمنی تھی۔ اللہ نے اسے چار مہینے کے لیے قبول کیا۔ واپس آیا تو دل بدل چکا تھا سیدھا اپنے دشمنوں کے گھر چلا گیا کہ میں اپنے سارے اختلافات ختم کرنا چاہتا ہوں۔ انہوں نے جب دیکھا کہ دشمن گھر آیا ہے تو فیصلہ کیا کہ اسے یہیں ڈھیر کر دو۔ معاملہ سلجھنے کے بجائے الجھ گیا۔ دشمنوں نے یکے بعد دیگرے رائفل کے ساتھ فائر کھول دی۔ گولیاں اُس کے جسم کے آر پار ہوتی رہی لیکن وہ بدستور کھڑا رہا۔ نہ درد کے مارے کوئی چیخ ماری اور نہ وہ زمین پر گرا۔ لوگ اُسے ہسپتال لے گئے تو ڈاکٹر یہ دیکھ کر حیران ہوا کہ لڑکے کے جسم پر نہ تو کوئی زخم ہے اور نہ ہی گولی کا کوئی نشان۔ اس پر میں نے خود پوچھا کہ جب فائر آپ کو لگے تو آپ نے کیا محسوس کیا؟ بتایا کہ ایسے محسوس ہو رہا تھا جیسے تنکے چھب رہے ہو" (۹)

اُردو داستان جس صدی میں پروان چڑھ رہی تھی اُس صدی کے لوگوں پر مذہب کا رنگ حاوی تھا۔ یہی وجہ ہے کہ ہماری داستانوں میں مذہبی رنگ نمایاں ہے۔ بلکہ بعض اوقات تو داستان گو قصے میں براہ راست اخلاقی درس شروع کرتا ہے اور بعض جگہ وہ بین اسطور مذہبی تبلیغ کا فریضہ انجام دیتا ہے۔ ڈاکٹر گیان چند جین اس ضمن میں یوں رقمطراز ہیں:

"مذہب کا اثر بعض داستانوں کے موضوع میں ظاہر ہے اور بعض میں مخفی لیکن ہے ضرور۔ امیر حمزہ اور بوستان خیال میں تو صاف صاف اسلام کی تبلیغ اور اہل کفر کی مذمت کی گئی ہے۔ آرائش محفل میں حاتم طائی کی ذات بھی کسی مذہبی بزرگ سے کم نہیں۔ باغ و بہار میں سگ پرست کے قصے میں مذہبی رنگ شدید ہے۔ باقی داستانوں میں ہم آثار و قرآن سے لفظوں کے بیچے مذہب کا جلوہ دیکھ سکتے ہیں۔ چاہا تو کل اور خدا اُن کے پر بھروسہ رکھنے کی ہدایت کی گئی ہے۔ ہیر و یا اُس کے ساتھی جہاں بھی

مصیبت میں مبتلا ہیں لیے کمک آجاتی ہے۔ پیغمبر اولیاء اور فقیر اُن کی حفاظت کے  
ضامن ہیں" (۱۰)

گیان چند جین کے خیال میں داستانوں میں کہیں پر مذہب کی کھلم کھلا پرچار ہوتا ہے تو کہیں پر مخفی لیکن جہاں مطبوعہ تبلیغی کارگزاریوں کا ذکر ہے تو تبلیغی جماعت ایک مذہبی جماعت ہے ان پر پہلے ہی سے مذہب کی ایک چھاپ لگی ہوئی ہے اس لیے ان کارگزاریوں میں بر ملا مذہب کا پرچار ہوتا ہے۔ گیان چند جین کے خیال میں داستانوں میں کہیں پر مذہب کی کھلم کھلا پرچار ہوتا ہے تو کہیں پر مخفی لیکن جہاں مطبوعہ تبلیغی کارگزاریوں کا ذکر ہے تو تبلیغی جماعت ایک مذہبی جماعت ہے ان پر پہلے ہی سے مذہب کی ایک چھاپ لگی ہوئی ہے اس لیے ان کارگزاریوں میں بر ملا مذہب کا پرچار ہوتا ہے۔

کارگزاری کے مفہوم اور اس کے طریقہ کار پر بحث کرنے کے بعد ایک بات تو واضح ہو گئی کہ جس طرح قصہ (داستان) میں بیانیہ انداز۔ سادگی و سلاست، مافوق الفطرت واقعات، مہم جوئی اور قصہ پن کی خصوصیات نے رنگ بھاڑا ہے اسی طرح ان خوبیوں نے مطبوعہ کارگزاریوں کو بھی داستان کے زمرے میں داخل کیا ہے اور جو مقام دنیائے ادب میں قصہ گوئی کا ہے ان کارگزاریوں کو بھی ملنا چاہیے۔

#### حوالہ جات

- ۱۔ سہیل بخاری، ڈاکٹر، اردو داستان تحقیقی و تنقیدی مطالعہ، مقتدرہ قومی زبان اسلام آباد، ۱۹۸۷ء، ص ۳۹۴
- ۲۔ گیان چند جین، ڈاکٹر، اردو کی نثری داستانیں، انجمن ترقی اردو کراچی، ۱۹۵۴ء، ص ۲۱۳
- ۳۔ بشیر احمد قریشی، کتابستان ڈکشنری، کتابستان پیشنگ کمپنی اردو بازار لاہور، سن، ص ۴۳۶
- ۴۔ گیان چند جین، ڈاکٹر، اردو کی نثری داستانیں، انجمن ترقی اردو کراچی، ۱۹۵۴ء، ص ۲۱۴
- ۵۔ محمد قاسم ضیا، سبق آموز کارگزاریاں، ادارہ القاسم اردو بازار لاہور، ۲۰۰۸ء، ص ۱۱۹
- ۶۔ محمد قاسم ضیا، سبق آموز کارگزاریاں، ادارہ القاسم اردو بازار لاہور، ۲۰۰۸ء، ص ۵۹
- ۷۔ فرمان فتح پوری، ڈاکٹر، اردو کی منظوم داستانیں، انجمن ترقی اردو کراچی، ۱۹۷۱ء، ص ۶۳
- ۸۔ محمد زاہد اختر، ایمان افروز کارگزاریاں، لاہور کتاب گھر نزد حلیمہ مسجد خیر پوٹا میوالی، نمبر ۲۰۱۶ ص ۵۶
- ۹۔ ابوبلال، دعوت تبلیغ اللہ کے راستے میں (حصہ دوم)، مکتبہ الحسن حق سٹریٹ اردو بازار لاہور، جون ۲۰۱۳ء ص ۳۴
- ۱۰۔ گیان چند جین، ڈاکٹر، اردو کی نثری داستانیں، انجمن ترقی اردو کراچی، ۱۹۵۴ء، ص ۲۴۴