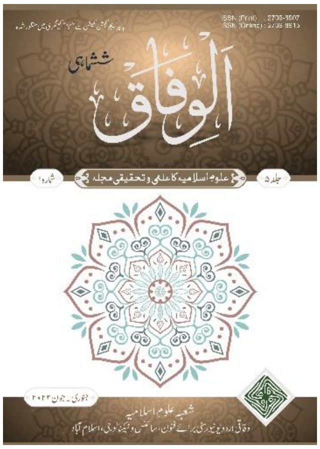

Al-Wifaq Research Journal of Islamic Studies
Volume 5, Issue 1 (January - June 2022)
eISSN: 2709-8915, pISSN: 2709-8907
Journal DOI: https://doi.org/10.55603/alwifaq
Issue Doi: https://doi.org/10.55603/alwifaq.v5i1
Home Page: https://alwifaqjournal.com/

Journal QR Code:

Indexing

Article	مذہب اور معیشت: مذہبی سماجیات کی روشنی میں تجزیاتی مطالعہ Religion and Economy: An Analytical Study in the light of Socio-Religious Perspective
Authors	Dr. Zia ur Rehman Zia[1], Dr. Yasir Arfat[1]
Affiliations	[1] Department of Islamic Studies, Government College University, Faisalabad.
Published	30 June 2022
Article DOI	https://doi.org/10.55603/alwifaq.v5i1.u2
QR Code	
Citation	Zia ur Rehman, Dr. and Yasir Arfat, Dr. *"Religion and Economy: An Analytical Study in the light of Socio-Religious Perspective"* Al-Wifaq, June 2022, vol. 5, no. 1, pp. 19–33
Copyright Information:	مذہب اور معیشت: مذہبی سماجیات کی روشنی میں تجزیاتی مطالعہ (Religion and Economy: An Analytical Study in the light of Socio-Religious Perspective) © 2022 by Dr. Zia ur Rehman, and Dr. Yasir Arfat is licensed under CC BY 4.0
Publisher Information:	Department of Islamic Studies, Federal Urdu University of Arts Science & Technology, Islamabad, Pakistan.

مذہب اور معیشت: مذہبی سماجیات کی روشنی میں تجزیاتی مطالعہ

Religion and Economy: An Analytical Study in the light of Socio-Religious Perspective

*ڈاکٹر ضیاء الرحمٰن ضیاء

** ڈاکٹر یاسر عرفات

ABSTRACT

Religion and economy is one of the major topics in the sociology of religion. Religion has two-way interactions with the political economy. As a dependent variable, the basic question is how economic growth in a society affects religious behavior. With religion viewed as an independent variable, the central question is how the religiosity of a person or a group affects individual characteristics, such as work ethics and thereby influences economic performance. In this paper, we sketch this two-way interaction of religion with the economy by focusing on the following questions: How does religion affect an individual's economic activities? How do societies with religious identities differ from non-religious societies in terms of economic development? How does an economic change in an individual or a society affect religious attitudes? And how do wealth and comfort change the religious tendencies of the individual and society? Is there any economic significance of religious activities? Etc.

KEYWORDS:

religion, economy, demand and supply, work ethics, employer, religious professionals, medicine and religion, religious tourism, economic traits, circulation of money

معیشت کا تعلق وسائل پیداوار اور ان کی تقسیم کے ساتھ ہے جبکہ مذہب ثقافتی اقدار کا مجموعہ ہے جو انسان کو زندگی گزارنے کا طریقہ سکھاتا ہے۔ معیشت کسی بھی معاشرے کے طرزِ زندگی کا لازمی جزو ہے اور مذہب بطورِ عقیدہ اور نظامِ زندگی فرد کی معاشی سرگرمیوں پر اثر انداز ہوتا ہے۔ مذہب کے معیشت پر اثرات اور معاشی ترقی و تنزلی کے مذہب پر اثرات مطالعہ مذہب کی سماجی جہت کے اہم موضوعات میں سے ہے جس کے تحت ماہرین سماجیات نے مذہب کے سماجی اثرات کو سمجھنے کی کوشش کی ہے۔ مغربی مفکرین کے مطابق مذہب اور دیگر معاشرتی اداروں کا تعلق باہمی

*لیکچرر، شعبہ علوم اسلامیہ، گورنمنٹ کالج یونیورسٹی فیصل آباد

**اسسٹنٹ پروفیسر، شعبہ علوم اسلامیہ، گورنمنٹ کالج یونیورسٹی فیصل آباد

انحصار پر قائم ہے۔ مذہب اور اقتصادی امور کے باہمی تعلق کو سمجھنے کے لیے درج ذیل سوالات ماہرین سماجیات کے پیشِ نظر رہے ہیں:

1. مذہب اور اس کے زیر اثر پروان چڑھنے والے رویے کس طرح ایک فرد کی معاشی سرگرمیوں پر اثر انداز ہوتے ہیں؟ مذہبی تشخص کے حامل معاشرے کیسے غیر مذہبی معاشروں سے معاشی ترقی کے اعتبار سے مختلف ہیں؟
2. کسی فرد یا معاشرے میں آنے والی معاشی تبدیلی کس طرح مذہبی رویوں پر اثر انداز ہوتی ہے؟ مال و دولت اور سہولت و آسائش کس طرح فرد اور معاشرے کے مذہبی رجحانات کو بدل دیتی ہے؟
3. مذہبی سرگرمیوں کی معاشی افادیت کیا ہے؟ جیسا کہ مذہب بہت سے لوگوں کے لیے روزگار کا ذریعہ ہے، مذہبی تعلیمات کے تحت خرید و فروخت ہوتی ہے، مذہب کے زیرِ اثر ادارے اور انجمنیں زمینوں پر ملکیت اور دیگر وسائل جمع کرتی ہیں۔ ان تمام سرگرمیوں کے نتیجے میں مجموعی قومی پیداوار میں مذہب کس طرح حصہ لیتا ہے؟ وغیرہ۔

اس فصل میں ان تینوں پہلوؤں سے مذہب کے سماجی کردار کو سماجیاتی نکتہ نظر سے بیان کرکے مذہب کے سماجی کردار کو سمجھنے کی کوشش کی گئی ہے۔

مذہب بطور ذریعہ معاش

مذہب کے بطور ذریعہ معاش سے مراد ایسا سماجی ادارہ ہے جس سے لوگوں کا روزگار وابستہ ہے، اس اعتبار سے مذہب دو طرح سے اپنا سماجی کردار ادا کرتا ہے۔ اول: مذہب بطور آجر (Employer) بہت سے لوگوں کی خدمات حاصل کرتا ہے اور ان کی پیشہ وارانہ خدمات کے جواب میں انہیں حقِ خدمت ادا کرتا ہے۔ اس طرح مذہب پیشہ ور مذہبی طبقے اور ان کے خاندانوں کے لیے ذریعہ معاش کی صورت اختیار کرلیتا ہے۔ دوم: زمین اور اثاثہ جات کی ملکیت: مذہبی عبادت گاہوں، خانقاہوں، تعلیمی اداروں اور انجمنوں کی زیرِ ملکیت زمین اور مذہب کے زیر اہتمام چلنے والے مختلف رفاہی ادارے وغیرہ۔ بطورِ آجر اور بطور مالکِ زمین و اثاثہ جات کی وجہ سے کسی بھی معاشرے میں مذہب کے اقتصادی کردار کو نظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔

مذہبی ملازمین (religious professionals) کی حتمی تعداد بتانا تو مشکل ہے البتہ مختلف ذرائع سے حاصل ہونے والی معلومات سے اندازہ کیا جاسکتا ہے کہ کس طرح مذہب بطورِ آجر سماج کے لیے اہم ہے۔ مثلاً، امریکہ میں مسیحی عبادت گاہوں کے انتظام و انصرام کی نگرانی کرنے والے ادارے National Council of Churches کے تحت شائع ہونے والے اعداد و شمار کے مطابق 1987ء میں مسیحی عبادت گاہوں سے منسلک ملازمین کی تعداد 530, 763 تھی۔[1] ایک دوسرے اندازے کے مطابق صرف امریکہ میں مسیحی عبادت گاہوں کے ساتھ بطور ملازم

منسلک افراد کی تعداد ساڑھے چھ لاکھ ہے۔[2] مگر ان اعداد و شمار کو بھی حتمی تسلیم نہیں کیا جا سکتا کیونکہ مسیحی عبادت گاہوں کے علاوہ دیگر منظمات کے اعداد و شمار اس تعداد میں شامل نہیں ہیں جیسا کہ مسیحی خانقاہوں کا عملہ، چرچ سیکرٹریز، مذہبی لٹریچر کی طباعت کرنے والے اداروں کے کارکنان، مذہبی تعلیم دینے والے اساتذہ اور مذہبی رفاہی اداروں کا عملہ وغیرہ۔ صرف امریکہ کے اس عمومی جائزے سے یہ بات سامنے آتی ہے کہ لاکھوں نہیں بلکہ دنیا میں بسنے والے کروڑوں خاندانوں کا معاشی انحصار مذہب کے تحت دی جانے والی ملازمتوں پر ہے۔ اگر ہم پاکستانی معاشرے کا جائزہ لیں تو صورتِ حال کم و بیش یہی منظر پیش کرتی ہے۔ وزارتِ تعلیم اسلام آباد کی رپورٹ کے مطابق 1988ء میں دینی مدارس میں اساتذہ کی تعداد 12544 تھی جو 2000ء میں بڑھ کر 30125 ہو گئی۔[3] اگر ان اعداد و شمار میں مساجد کے ائمہ، خطیب، مؤذنین و خدام، اسلامی کتب شائع کرنے والے اداروں کے کارکنان، کالجز اور جامعات میں اسلامیات پڑھانے والے اساتذہ، درباروں اور خانقاہوں سے وابستہ افراد، مذہبی سیاسی جماعتوں کے کل وقتی کارکنان، مذہبی رفاہی اداروں کا عملہ، نعت خواں، مجالس پڑھنے والے ذاکرین، میڈیا پر مذہبی پروگرام پیش کرنے والے میزبان اور تکنیکی ٹیم وغیرہ شامل کر لیے جائیں تو یہ تعداد کئی گنا بڑھ جائے گی۔ باوجود اس کے کہ اسلامی روایت میں پیشہ وارانہ مذہبی طبقہ اقتصادی اعتبار سے اتنا منظم اور مضبوط نہیں رہا جتنا کہ جدید مسیحی اور ہندو مذہبی روایات میں دیکھا گیا ہے مگر اس کے باوجود آج کے مسلم معاشروں میں ایک بڑی تعداد ایسی موجود ہے جن کا معاشی انحصار مذہب پر ہے۔

دوسری طرف اگر ہم مذہبی عبادت گاہوں اور مذہبی انجمنوں کی ملکیت کا جائزہ لیں تو مذہب ایک طاقتور معاشی عنصر کے طور پر سامنے آتا ہے جس کی ملکیت میں زمین، عمارات اور مختلف اثاثہ جات ہیں۔ 1957ء کے اعداد و شمار کے مطابق امریکہ میں مسیحی عبادت گاہوں کی ملکیتی جائیداد کا اندازہ 13.7 بلین امریکی ڈالر لگایا گیا تھا۔[4] جبکہ صرف 1987ء میں چرچ کے تحت ہونے والی تعمیرات کے اخراجات کا تخمینہ 2753 ملین امریکی ڈالر لگایا گیا ہے۔[5] مسلم معاشروں میں سے اگر ہم پاکستان کی صورتِ حال کا جائزہ لیں تو یہ ایک معلوم بات ہے کہ جس زمین پر مسجد، مدرسہ، یا خانقاہ قائم ہوتی ہے وہ اِنہیں کے لیے مخصوص ہو جاتی ہے جو کہ ایک اعتبار سے اُس مسجد، مدرسہ یا خانقاہ کا اثاثہ ہوتا ہے۔ مذہب کی اقتصادی اہمیت صرف اس اعتبار سے نہیں ہے کہ یہ زمینی ملکیت کا حامل ہے بلکہ یہ کھربوں روپے کی گردش یعنی جمع کرنے اور پھر اسے دوبارہ معاشرے میں تقسیم کرنے کا ذریعہ بھی ہے جس کا اندازہ مذہب کے نام پر جمع ہونے والے عطیات سے لگایا جا سکتا ہے۔ امریکی تنظیم (The American Association of Fund-Raising Council) کے ایک جائزے کے مطابق 2003ء میں امریکی مذہبی گروہوں کو 86.39 بلین ڈالر کے عطیات موصول ہوئے جو امریکہ میں رضاکارانہ خرچ (خیرات) کی گئی رقم کا 35.9 فیصد تھا۔ جبکہ تعلیمی ادارے 31.50 بلین ڈالر کے ساتھ دوسرے نمبر پر رہے۔[6] اس سے پتا چلتا ہے کہ رضاکارانہ خرچ میں امریکیوں کے لیے مذہبی

ادارے قابلِ ترجیح رہے ہیں۔ علاوہ ازیں مسیحی مذہبی ادارے اور انجمنیں بعض ایسی معاشی سرگرمیوں میں بھی مشغول ہوتی ہیں جو نوعیت کے اعتبار سے خالص مذہبی نہیں ہیں مگر ان سے حاصل ہونے والی آمدن سے مذہبی اخراجات پورے کیے جاتے ہیں، مثلاً، عمارتوں کے کرائے، فیکٹریاں، پرائز بانڈ، بینک سے حاصل ہونے والا سود، وغیرہ۔ ان سے حاصل ہونے والی آمدن سے مذہبی عملے کی تنخواہیں اور ریٹائرڈ ملازمین کو پنشن وغیرہ دی جاتی ہے۔[7] تاریخی اعتبار سے مسلم معاشروں میں مذہبی اداروں اور تنظیموں کی آمدن کا زیادہ تر انحصار عطیات پر رہا ہے اور اس کے ساتھ 'وقف' بطور ذریعہ آمدن کے اہم کردار ادا کرتا رہا ہے۔ وقف کی عمارات یا زمینوں کا کرایہ اور نقد عطیات آج بھی اہم ذریعہ ہیں مگر جدید مسیحی تنظیموں کی طرح کاروبار کرکے آمدن حاصل کرنے کا رجحان نہیں پایا جاتا۔ مسیحی تنظیموں کے دیکھا دیکھی یہ طریقہ آمدن آج کی ہندو مذہبی تنظیموں میں بھی رجحان پکڑ رہا ہے جس کی مثال معروف مذہبی بابا 'رام دیو' کے زیرِ نگرانی چلنے والے ادویہ ساز ادارے Patanjali Ayurved Limited کی ہے جو ہندو مذہبی کتب میں مذکور ادویات کے علاوہ مصالحہ جات اور کاسمیٹکس کا سامان تیار کرتے ہیں۔[8] اس کمپنی کے تحت تیار ہونے والی اشیاء کی فروخت میں مذہبی جذبات کا بڑا عمل دخل ہے۔ اس کے مقابل مسلمانوں کے ہاں طبِ نبوی کے نام سے ایک وسیع کاروبار موجود ہے جس میں پیغمبرِ اسلام کے زیرِ استعمال غذاؤں اور سیرت کی کتابوں میں مذکور جڑی بوٹیوں پر مشتمل ادویات تیار کرکے فروخت کی جاتی ہیں نیز طب نبوی پر وافر مقدار میں لٹریچر طبع ہو کر فروخت ہوتا ہے۔ ان دونوں مثالوں سے واضح ہوتا ہے کہ مذہبی ادویات اور غذاؤں کے کاروبار کی نہ صرف معاشرتی مانگ موجود ہے بلکہ لوگوں کی ایک بڑی تعداد کا روزگار بھی اس سے وابستہ ہے۔ پاکستانی معاشرے میں آبِ 'زم زم' اور خاص مدینے میں پیدا ہونے والے کھجور کا کاروبار بھی زور پکڑ رہا ہے۔

مذہب بطور ذریعہ معاش کا ایک اہم پہلو 'مذہبی زیارات کا سفر' ہے جس کا حجم آمدن اور ذریعہ معاش فراہم کرنے کے اعتبار سے سب سے زیادہ ہے۔ جسے جدید معاشی اصطلاح میں مذہبی سیاحت (Religious Tourism) کہا جاتا ہے۔ مذہبی سیاحت (Religious Tourism) سے مراد وہ سفر ہے جو لوگ انفرادی یا اجتماعی طور پر کسی مذہبی مقام کی زیارت یا تبلیغ کی غرض سے کرتے ہیں۔ مذہبی مقامات کی تاریخی اہمیت کے پیشِ نظر ایسے افراد بھی ان مقدس مقامات کی زیارت کے لیے جاتے ہیں جو اپنی عملی زندگی مذہبی تعلیمات کے مطابق نہیں گزار رہے ہوتے۔ یہ مقامات ایسی جگہیں بن گئے ہیں جہاں تقدیس، تاریخ اور تفریح جمع ہو گئے ہیں۔ مذہبی سیاحت نہ صرف مذہبی اداروں سے وابستہ افراد کے لیے معاشی طور پر فائدہ مند ہے بلکہ یہ بہت سے لوگوں کے لیے جو بالواسطہ اس کے ساتھ وابستہ ہیں کے روزگار کا ذریعہ بھی ہے، جس کا اندازہ مسلم معاشروں میں 'حج و عمرہ خدمات' کے نام سے ہونے والے وسیع کاروبار سے لگایا جا سکتا ہے۔ 'مذہبی سیاحت' کی اہمیت کے پیشِ نظر سبھی ممالک عمومی سیاحت کے ساتھ ساتھ مذہبی سیاحت کے

فروغ کے منصوبے بھی بناتے ہیں تاکہ اس کے ذریعے کثیر زرِ مبادلہ حاصل کیا جا سکے۔ اس کی معاشی اہمیت کے پیشِ نظر 1975ء میں اقوامِ متحدہ کے زیرِ اہتمام World Tourism Organization کے نام سے ایک ذیلی ادارہ وجود میں لایا گیا جس کے مقاصد میں سے ایک مقصد دنیا بھر میں سیاحت کی حوصلہ افزائی کرتے ہوئے مقامی معیشتوں کی ترقی کی منصوبہ بندی کرنا ہے۔[9] اس ادارے کی رپورٹ کے مطابق مذہبی سیاحت میں درجہ بندی کے اعتبار سے اسلامی مقدس مقامات کو باقی مذاہب کی مقابلے میں اول درجہ حاصل ہے۔ جدید ذرائع مواصلات اور انفارمیشن ٹیکنالوجی کے بڑھتے رجحان نے مذہبی سیاحت اور معیشت کے مابین نئے روابط استوار کر دیئے ہیں۔ 2011ء میں شائع ہونے والے ایک جائزے کے مطابق اُس ایک سال میں 32 مختلف مذہبی مقامات کی طرف 155 ملین افراد نے سفر کیا تھا جبکہ WTO کے مطابق اب مذہبی سیاحوں کی سالانہ تعداد 300 سے 350 ملین کے درمیان پہنچ چکی ہے جو کہ مقامی سطح پر مذہب کے بطور ذریعہ معاش کے بڑھتے ہوئے کردار کے طرف اشارہ کرتا ہے۔[10]

مذہب کے معیشت پر اثرات

انسان کی معاشی سرگرمیوں میں مذہب بظاہر دو مختلف اور متضاد رویوں کی تشکیل کرتا دکھائی دیتا ہے۔ ایک طرف مذاہب غربت کو ایک اخلاقی بلندی طور پر پیش کرتے رہے ہیں اور اپنے ماننے والوں کو دنیاوی آسائش و آرام سے دور رہنے کی ترغیب دیتے رہے ہیں۔ مثلاً، بائبل میں ہے:

“Blessed are the poor, for they shall inherent the earth” [11]

(غریب خوش نصیب ہیں، [اس غربت] کی وجہ سے وہ زمین کی میراث پائیں گے۔)

ایک دوسری جگہ پر امیر آدمی کی اُخروی کامیابی کے بارے میں کہا گیا:

“How hard it is for a rich man to enter the kingdom of heaven” [12]

(امیر آدمی کے لیے خدا کی بادشاہت میں داخل ہونا کتنا مشکل ہے۔)

بدھ مت میں راہبوں سے اس بات کا تقاضا کیا جاتا ہے کہ وہ دنیاوی معاملات سے دور رہیں۔[13] قرآنِ مجید میں بھی دنیا کے عیش و آرام کو 'متاعِ غرور' یعنی دھوکے کی اصطلاح سے تعبیر کیا ہے:

اِعْلَمُوْٓا اَنَّمَا الْحَيٰوةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَّلَهْوٌ وَّزِيْنَةٌ وَّتَفَاخُرٌۢ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْاَمْوَالِ وَالْاَوْلَادِ ۭ كَمَثَلِ غَيْثٍ اَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتُهٗ ثُمَّ يَهِيْجُ فَتَرٰىهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُوْنُ حُطَامًا ۭ وَفِي الْاٰخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيْدٌ ۙ وَّمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللّٰهِ وَرِضْوَانٌ ۭ وَمَا الْحَيٰوةُ الدُّنْيَآ اِلَّا مَتَاعُ الْغُرُوْرِ ۝۲۰ [14]

"جان رکھو کہ دنیا کی زندگی محض کھیل اور تماشا اور زینت (و آرائش) اور تمہارے آپس میں فخر

(وستائش) اور مال و اولاد کی ایک دوسرے سے زیادہ طلب (وخواہش) ہے اس کی مثال ایسی ہے جیسے بارش کہ (اس سے کھیتی اُگتی ہے اور) کسانوں کو کھیتی بھلی لگتی ہے پھر وہ خوب زور پر آتی ہے پھر (اے دیکھنے والے) تو اس کو دیکھتا ہے کہ (پک کر) زرد پڑ جاتی ہے پھر چورا چورا ہو جاتی ہے۔ اور آخرت میں (کافروں کے لیے) عذابِ شدید اور (مومنوں کے لیے) اللہ کی طرف سے بخشش اور خوشنودی ہے اور دنیا کی زندگی تو متاعِ فریب ہے۔"

مختلف مذاہب کے مذکورہ حوالوں سے یہ تاثر ملتا ہے کہ دنیاوی زندگی کے اہم پہلو 'معاشی سرگرمی' کے بارے میں مذاہب کا عمومی رویہ مزاحمت کا ہے مگر دوسری طرف تمام مذاہب صدقہ و خیرات کی مختلف صورتوں کے لیے اپنے ماننے والوں کی حوصلہ افزائی کرتے ہیں اور اگر کوئی امیر ہو جاتا ہے تو اسے دوبارہ غریب ہونے کی ترغیب نہیں دی جاتی۔ سبھی مذاہب اپنے ماننے والوں کو مذہبی عبادت گاہیں تعمیر کرنے، غریبوں اور ضرورت مندوں پر خرچ کرنے کی تلقین کرتے ہیں اور یہ ایک طرح سے بالواسطہ اپنی آمدن بڑھانے کی ترغیب ہی تو ہے۔ ماہرینِ سماجیات کے لیے یہ اہم ہے کہ مذہبی تعلیمات فرد میں معاشی سرگرمیوں کے لیے کس قسم کا رویہ پیدا کرتی ہیں اور اس رویے کے اجتماعی سطح پر کیا اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ کسی معاشرے کی معاشی ترقی یا تنزلی میں مذہبی تعلیم اور مذہبی رویے کا کتنا عمل دخل ہے، وغیرہ۔

سماجیاتی نکتہ نظر سے کوئی بھی منظم مذہب اقتصادی امور سے اپنے آپ کو الگ نہیں رکھ سکتا۔ اپنی مالی ضروریات کے پیشِ نظر، چاہتے یا نہ چاہتے ہوئے، مذاہب اپنے پیروکاروں کے لیے اقتصادی معاملات میں شامل ہونے کی گنجائش پیدا کر لیتے ہیں۔ اگر ہم مذہب کے فرد کی معاشی سرگرمیوں پر اثرات کا جائزہ لیں تو اس کے چار نمایاں پہلو بیان کیے جا سکتے ہیں۔ ماہرینِ سماجیات کے نزدیک ان میں سے کچھ پہلو آج کی سرمایہ دارانہ معیشت کے لیے فائدہ مند جبکہ بعض معاشی ترقی میں رکاوٹ ہیں، ذیل میں مذہب اور معیشت کے باہمی تعلق کے ان پہلوؤں کا مختصر اًذکر کیا جاتا ہے۔

اول: شخصی صفات اور رویے

سبھی مذاہب اپنے پیروکاروں سے مالی معاملات میں امانت و دیانت اور صداقت و ایفائے عہد جیسی صفات کا مطالبہ کرتے ہیں۔ یہ صفات جہاں سماجی تعلقات کی بہتری میں اہم کردار ادا کرتی ہیں وہیں ان کے اقتصادی اثرات کی اہمیت سے انکار نہیں کیا جا سکتا۔ جرمن ماہرِ سماجیات میکس ویبر (Max Weber, 1864-1920 A.D) کے مطابق مذہب ایک ایسا مستقل اور غیر متغیر (Independent) سماجی عنصر ہے جو کسی معاشرے کی معاشی سرگرمیوں پر اثر انداز ہوتا ہے کیونکہ مذہب افراد کے اندر ایسی صفات (traits) کی حوصلہ افزائی کرتا ہے، جیسا کہ اخلاق، دیانت، قناعت، خیرات، میزبانی، جو کسی معاشرے کی معاشی بہتری میں اہم کردار ادا کرتی ہیں۔[15] انسانی معیشت کے ساتھ

مذہبی اخلاقی صفات کے تعلق کو دو حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے:

۱۔ ایسی صفات جو کاروباری لین دین میں اہم ہیں جیسا کہ ایفائے عہد، سچائی، دیانت داری وغیرہ۔

۲۔ وہ صفات جو معاشرے میں دولت کی گردش کو ممکن بناتی ہیں جیسا کہ صدقہ وخیرات اور مذہبی سیاحت وغیرہ۔

مذہبی اخلاقی تعلیمات، جیسا کہ دیانت، امانت، سچائی، عہد کی پاسداری وغیرہ کے انسانی معیشت کے ساتھ تعلق کو مذاہب میں پائے جانے والے اُخروی نجات (Salvation) کے تصور سے سمجھا جا سکتا ہے۔ یہ تصور ایک طرف تو دنیاوی اسباب کی ناپائیداری انسانی ذہن میں بٹھاتا ہے تو دوسری طرف اس دنیا میں کیے جانے والے اعمال کو 'اُخروی نجات' کے کا ذریعہ بھی بتاتا ہے۔ چنانچہ ایک مذہبی شخص اپنے معاملات میں امانت و دیانت اور ایفائے عہد کا اہتمام اس لیے کر رہا ہوتا ہے کہ وہ مرنے کے بعد دوسری زندگی میں مؤاخذے سے بچ جائے۔ قرآن مجید میں ارشاد ہے:

وَاَوۡفُوۡا بِالۡعَهۡدِ‌ اِنَّ الۡعَهۡدَ كَانَ مَسۡـُٔوۡلًا، وَاَوۡفُوا الۡـكَيۡلَ اِذَا كِلۡتُمۡ وَزِنُوۡا بِالۡقِسۡطَاسِ الۡمُسۡتَقِيۡمِ‌. [16]

"اور اپنے عہد پورے کرو کہ عہد کے بارے ضرور پرسش ہو گی اور جب کوئی چیز ناپ کر دینے لگو پیمانہ بھرا کرو اور جب کوئی چیز تول کر دینے لگو تو ترازو سیدھی رکھ کر تولا کرو۔"

اللہ کا یہ حکم اور آخرت میں جوابدہی کا احساس ایک مسلمان تاجر کے لیے زندگی میں لین دین کے معاملات کو درست سمت میں رکھنے کا ایک بہت بڑا ذریعہ ہے اور یہ معلوم بات ہے کہ عہد کی پاسداری، ناپ تول میں دیانت داری اُن صفات میں سے ہے جو کامیاب تجارت میں راہنما اصولوں کے طور پر تسلیم کی گئی ہیں۔ اسلامی تعلیمات میں دیانت داری کا اطلاق محض لین دین پر نہیں ہوتا بلکہ اس کا دائرہ وسائل اور اختیارات کے درست استعمال تک پھیلا ہوا ہے۔

دوسری قسم کی صفات کا تعلق معاشرے میں دولت کی گردش کے ساتھ ہے جس کے بارے میں جدید معاشی ماہرین کا یہ کہنا ہے کہ دولت معاشرے میں خون کی مانند ہے جس کی گردش کسی معاشرے کی معاشی زندگی ضمانت ہے۔ دولت کی گردش ہی کے ذریعے ماہرین معیشت اندازہ لگاتے ہیں کہ کسی ملک کا معاشی نظام درست چل رہا ہے یا نہیں۔[17] سبھی مذاہب بالعموم اور اسلام بالخصوص اپنے ماننے والوں کو دولت خرچ کرنے کی ترغیب دیتا ہے جو کہ معاشی اعتبار سے ایک زبردست عامل ہے جو دولت کی گردش کو ممکن بناتا ہے۔ اسلامی تعلیمات کے مطابق دنیا میں خرچ کی گئی دولت کا اخروی فائدہ (incentive) سات سو گنا تک ہو سکتا ہے۔ قرآن میں ارشاد ہے:

مَثَلُ الَّذِيۡنَ يُنۡفِقُوۡنَ اَمۡوَالَهُمۡ فِىۡ سَبِيۡلِ اللّٰهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ اَنۡۢبَتَتۡ سَبۡعَ سَنَابِلَ فِىۡ كُلِّ سُنۡۢبُلَةٍ مِّائَةُ حَبَّةٍ‌ وَاللّٰهُ يُضٰعِفُ لِمَنۡ يَّشَآءُ‌ وَاللّٰهُ وَاسِعٌ عَلِيۡمٌ. [18]

"جو لوگ اپنا مال اللہ کی راہ میں خرچ کرتے ہیں ان کے مال کی مثال اس دانے کی سی ہے جس سے

سات بالیں اُگیں اور ہر ایک بال میں سو سو دانے ہوں۔ اور اللہ جس کے اجر کو چاہتا ہے اور زیادہ کرتا ہے اور اللہ کشائش والا ہے سب کچھ جاننے والا ہے۔"

اسلام کی یہ تعلیمات ایک مسلمان کو اس بات پر آمادہ کرتی ہیں کہ وہ اپنے مال میں سے زیادہ سے زیادہ خرچ کرے چنانچہ عمومی مشاہدے کی بات ہے کہ دنیا میں بغیر کسی منفعت کے دیئے جانے والے عطیات کے پیچھے قومی، لسانی یا نسلی جذبات کے مقابلے میں مذہبی جذبات کا عمل دخل زیادہ ہوتا ہے۔

دوم: دولت کی گردش

مذہبی نکتہ نظر سے خصوصی ایام کے اہتمام کا چلن ہر معاشرے میں پایا جاتا ہے۔ ان ایام پر لوگ خصوصی اہتمام کرتے ہوئے عمومی ایام سے زیادہ خرچ کرتے ہیں، جیسا کہ مسلمانوں میں عیدین اور رمضان، مسیحیوں میں کرسمس اور ہندوؤں میں 'ہولی' اور 'دیوالی' وغیرہ۔ مذہبی اہمیت کے حامل ان ایام میں خصوصی بازار لگتے ہیں جن میں سستے داموں اشیاء فروخت کے لیے پیش کی جاتی ہیں جس کی وجہ سے بھی ان ایام میں کاروباری تیزی آ جاتی ہے، جبکہ بعض صورتوں میں 'طلب' بڑھنے اور 'رسد' کی کمی کی وجہ سے اشیاء مہنگی ہو جاتی ہیں جیسا کہ ہم پاکستان میں ماہِ رمضان میں اس کا تجربہ رکھتے ہیں۔ مذہبی تقدس کے حامل ایام میں لوگ نہ صرف مختلف اشیاء کی خریداری کرتے ہیں بلکہ مختلف مقامات کی طرف سفر بھی کرتے ہیں۔ خصوصی ایام پر ہونے والا یہ خرچ معاشرے میں دولت کی گردش کا سبب بن کر کاروبار اور روزگار کی فراہمی میں اہم کردار ادا کرتا ہے جس کا اندازہ ہم سعودی چیمبر آف کامرس کے صدر کے اس بیان سے لگا سکتے ہیں جس کے مطابق 2017ء میں حج کے موقع پر حجاج نے بیس سے پچیس بلین ریال مختلف ضروریات پوری کرنے کے لیے خرچ کیے۔ حج سے آمدن میں اضافے کے لیے حج مقامات کی توسیع اور سہولیات کو مزید بہتر بنایا جارہا ہے جس کے نتیجے میں افراد کی ایک بڑی تعداد کو روزگار میسر آرہا ہے۔ سعودی حکومت کے ویژن 2030ء کی اقتصادی پالیسی میں تیل کی بجائے مذہبی سیاحت کو زیادہ اہمیت حاصل ہوگئی ہے، اس منصوبے کے تحت 2030ء تک حاجیوں کی تعداد ساٹھ لاکھ تک بڑھانے کا پروگرام ہے جو آج بیت اللہ کی زیارت کرنے والوں کی تعداد کے دوگنا سے بھی زیادہ ہے۔[19]

حج کے علاوہ مسلمان عید الاضحی کے موقع پر جانوروں کی قربانی کرتے ہیں، رمضان میں خصوصی خریداری کرنے کے علاوہ میلاد النبی پر ایک بڑا کاروبار ہوتا ہے۔ 2016ء کی عید قربان پر صرف پاکستان میں 150 بلین روپے خرچ کیے گئے۔ اس عمل سے جن لوگوں کو کاروبار میسر آیا ان میں جانوروں کے پالنے والے، ان کے لیے چارہ اگانے والے، ٹرانسپورٹر، قصاب، کھالوں کا کاروبار کرنے والے شامل ہیں۔[20]

سوم: سستی اور ہنر مند افرادی قوت

شماریاتی جائزوں سے یہ بات ثابت ہوتی ہے کہ عوامی خدمت میں مذہبی ادارے اپنی کارکردگی اور مہارت کے

اعتبار سے سرکاری اداروں سے کسی طور کم نہیں ہیں۔ عموماً غیر معمولی حالات میں مذہبی تنظیمیں اور رفاہی ادارے ہی حکومت کا ہاتھ بٹانے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں، اس طرح حکومتیں مالیات کا بڑا حصہ بچانے میں کامیاب ہو جاتی ہیں۔[21] مذہبی رفاہی اداروں میں کام کرنے والے افراد معاشی مفادات کے علاوہ مذہبی جذبات کے زیرِ اثر بھی ہوتے ہیں۔ جب کوئی فرد اپنے 'کام' کو ایک مقدس فریضہ سمجھ کر سرانجام دیتا ہے تو اس کی کارکردگی بڑھ جاتی ہے۔ مثلاً اسلام میں انسانی جان کو محترم قرار دیا گیا ہے، کسی ایک انسان کی زندگی بچانے کے عمل کو پوری انسانیت بچانے کے برابر جبکہ کسی انسان کے ناحق قتل کو پوری انسانیت کے قتل کے برابر قرار دیا گیا ہے۔[22] یہ تعلیمات ایک مسلمان ڈاکٹر اور لوگوں کی حفاظت پر معمور مسلمان سپاہی کو غیر معمولی طور پر اپنے فرض کی ادائیگی کے لیے تیار کرتی ہیں۔

چہارم: مذہبی سماجی تعلیمات اور معیشت

عموماً ہر مذہب کی اپنی سماجی و معاشی تعلیمات ہوتی ہیں جن کے تحت بعض معاشی سرگرمیوں کو جائز جبکہ بعض کو ناجائز قرار دیا جاتا ہے۔ بعض مذاہب کا کردار اس حوالے سے محدود جبکہ بعض مذاہب نے بہت واضح اور معاشی اعتبار سے دوررس اثرات کے حامل اخلاقی ضابطے پیش کیے ہیں۔ مثلاً اسلام میں شراب پینے اور جوا کھیلنے کو حرام قرار دیا گیا، چنانچہ شراب کی تجارت اور جوئے کے اڈے قائم کرنے کی بھی ممانعت ہے۔[23] اسی طرح زنا سے منع کیا گیا تو قحبہ گری کے پیشے کو بھی حرام قرار دیا گیا۔ سودی لین دین سے روکا گیا اور سودی کاروبار میں حصہ لینے سے بھی منع کیا گیا۔[24] شراب، جوا اور اس کی مختلف اقسام، قحبہ گری، اور سودی کاروبار آج کے سرمایہ دارانہ نظام میں نہ صرف قابلِ قبول ہیں بلکہ ان میں سے بعض پر تو اس پورے نظام کا انحصار ہے۔ چنانچہ مغربی ماہرین سماجیات کے نزدیک اسلام کی معاشی تعلیمات آج کے سرمایہ دارانہ نظام سے بھرپور فائدہ اٹھانے میں رکاوٹ ہیں۔

اسی طرح سماجی سطح پر مرد و عورت کی ذمہ داریوں کی تقسیم بھی معاشی نقطہ نظر سے اہم ہے جیسا کہ اسلامی معاشروں میں عمومی طور پر عورت کے ذمہ امورِ خانہ داری جبکہ مرد کے ذمہ ضروریاتِ زندگی کی فراہمی ہے۔ جدید ماہرینِ سماجیات کے نزدیک مذہبی تعلیمات اور اخلاقی ضابطے سرمایہ دارانہ معیشت پر منفی اثرات مرتب کرتے ہیں، بطور خاص جب وہ قانونی ضابطوں کی صورت اختیار کر لیتے ہیں۔[25] اسلام کے معاشی نظام میں واضح طور پر آمدن کے بعض ذرائع سے منع کیا گیا ہے جیسا کہ سود۔ جدید سماجی محققین کی جانب سے کیے گئے بعض جائزے اس بات کی طرف اشارہ کرتے ہیں کہ مذہبی اخلاقیات اور مذہبی معاشی قوانین کے علاوہ بعض عبادات بھی معاشی کارکردگی پر اثر انداز ہوتی ہیں۔ اس ضمن میں انہوں نے مسلم معاشروں میں ماہِ رمضان میں ملازمین کی کارکردگی کو جانچنے کے بعد یہ نتیجہ اخذ کیا کہ 'روزے' سے ملازمین کی کارکردگی پر منفی اثرات مرتب ہوتے ہیں۔[26]

معاشی ترقی کے مذہب پر اثرات

معاشی ترقی کے مذہب کے پر اثرات کے ضمن میں بنیادی سوال جو ماہرین سماجیات کے پیشِ نظر رہا ہے وہ یہ کہ معاشی ترقی کے نتیجے میں مذہبی رویے اور مذہبی اعتقادات میں کس قسم کی تبدیلی واقع ہوتی ہے۔ اس بحث میں مغربی مفکرین نے مذہب کو ایک متغیر عنصر (Variable) کے طور پر لیا ہے جس کا انحصار کسی معاشرے کی معاشی ترقی یا تنزلی پر ہے اور وہ عموماً اس نتیجے پر پہنچے ہیں کہ مذہب اور معیشت میں راست معکوس کا تعلق ہے، یعنی ایک کے بڑھنے سے دوسرا تنزلی کا شکار ہو جاتا ہے۔[27] مذہب کے معاشی ترقی پر انحصار کے نظریے کا حاملین نے جدید معاشیات کے اصولِ طلب و رسد (demand and supply) کو پیش نظر رکھا ہے۔ چنانچہ ان میں سے بعض مغربی ماہرین سماجیات نے مذہب اور معیشت کے باہمی تعلق کو اصولِ طلب (Demand side) جبکہ بعض نے اسے اصولِ رسد (Supply side) کے تناظر میں سمجھا اور بیان کیا ہے۔

اصولِ طلب (demand side) کی روشنی میں مذہب اور معیشت کا تجزیہ کرنے والے مفکرین انسانی زندگی میں نظمِ اجتماعی کے سیکولر نمونے کی نمائندگی کرتے ہیں۔ ان مفکرین کے مطابق کسی بھی معاشرے میں ہونے والی معاشی ترقی فرد کے مذہبی رویے اور مذہبی اعتقادات کو کمزور کرنے کا باعث بنتی ہے نیز معاشی سرگرمیوں میں تیزی کی وجہ سے فرد کی مذہبی سرگرمیوں میں شرکت کم ہوتی چلی جاتی ہے، نتیجتاً ملکی سیاست اور حکومت پر منظم مذہبی گروہوں کے اثر انداز ہونے کے امکانات محدود ہو جاتے ہیں۔[28] جدید مغربی ماہرینِ سماجیات اس بحث کا آغاز معروف جرمن مفکر میکس ویبر (Max Weber, 1864-1920 A.D.) کے اس نظریے سے کرتے ہیں جس میں اس نے جدید معاشی ترقی اور پروٹسٹنٹ مسیحی فرقے کی مذہبی تعلیمات کے مابین منطقی ربط قائم کرنے کی کوشش کی ہے۔ اس کے خیال میں پروٹسٹنٹ مسیحیت، کیتھولک مسیحیت اور دیگر مذاہب کے مقابلے میں منطقی اور عقلی استدلال میں منفرد ہونے کی وجہ سے جدید مغرب میں سرمایہ دارانہ نظام کی بنیاد بن گئی۔[29] اس طرح وہ یہ ثابت کرنے کی کوشش کرتا ہے کہ 'روایت' کے مقابلے میں 'عقل' کا سفر آگے بڑھانے میں پروٹسٹنٹ مسیحیت نے کردار ادا کیا اور جوں جوں عقلی استدلال (Rationalism) کی روایت آگے بڑھتی جائے گی مذہب کا روایتی کردار محدود ہوتا چلا جائے گا۔ معاشی ترقی کے ساتھ مذہب کے زوال اور سیکولرازم کے حمایت میں جارحانہ نظریات رکھنے والوں میں ہیوم (David Hume, 1711-1776 A.D) اور فرائڈ (Sigmund Freud, 1856-1930 A.D) نمایاں ہیں۔ ان دونوں کے نزدیک مذہب حقیقت میں 'خوف' اور 'جہالت' کی پیداوار ہے۔ چنانچہ وہ خیال کرتے ہیں کہ تعلیم اور سائنس میں پیش رفت کے ساتھ جب لوگوں کی معاشی حالت بہتر ہو جائے گی تو مذہب خود بخود زوال کا شکار ہو جائے گا۔ کارل مارکس (Karl Marx, 1818-1883 A.D.) نے بھی عقلیت پر مبنی نظامِ معیشت کی ترقی کو مذہب کے زوال کے ساتھ

جوڑا ہے۔[30]

سماجیات کے ان ابتدائی مغربی مفکرین کی آراء بعد میں آنے والوں کو متاثر کرتی رہیں اور اس سلسلے کی ایک اہم پیش رفت اس وقت سامنے آئی جب بیسویں صدی کے دوسرے نصف میں مذہب اور معیشت کے باہمی تعلق کو Rational Choice Theory (نظریہ منطقی انتخاب) کی روشنی میں پیش کیا گیا۔ نظریہ منطقی انتخاب (Rational Choice Theory) میں ماہرینِ معاشیات افرادِ معاشرہ کے اجتماعی انتخاب کی منطقی وجوہات بیان کرتے ہیں جس کے مطابق افراد معاشرہ (actors) ایک ایسے آزادانہ اور مسابقتی لین دین کا حصہ بنتے ہیں جس میں ہر فرد زیادہ سے زیادہ فائدہ حاصل کرنے کی کوشش میں ہوتا ہے۔ اس صورتِ حال کو آزاد منڈی (free market) سے تعبیر کیا جاتا ہے۔[31] اس نظریے کے مطابق کسی بھی فرد کے پاس آزادانہ لین دین میں یہ اختیار ہوتا ہے کہ وہ دستیاب اشیاء میں سے کسی ایک کو ترجیحی بنیادوں پر منتخب کرلے، جسے منطقی انتخاب کہا گیا ہے۔ اس منطقی انتخاب میں فرد کے لیے اشیاء میں موجود افادیت اہم کردار ادا کرتی ہے۔ مغربی مفکرین Corry Azzi اور Ehrenberg نے منطقی انتخاب کے اس نظریے کا انطباق مذہب کی معاشرتی طلب پر کرتے ہوئے مذہبی اور معاشی سرگرمیوں کے بارے میں مغربی معاشروں میں پائے جانے والے رویوں کی وضاحت کی ہے۔ ان مفکرین کی تحقیق کے مطابق جدید مغربی معاشروں میں افراد، مذہبی فوائد اور مذہبی سرگرمیوں میں صَرف ہونے والے وقت کا موازنہ معاشی مفادات اور معاشی سرگرمیوں میں صَرف ہونے والے وقت کے ساتھ کرتے ہیں۔ چنانچہ معاشی سرگرمیوں میں گزرے وقت سے حاصل ہونے والے زیادہ فوائد اُنہیں مذہبی سرگرمیوں کا رخ نہیں کرنے دیتے اور جوں جوں لوگوں کی معاشی مراعات بڑھتی جاتی ہیں ان کا مذہب کی طرف رجحان کم ہوتا چلا جاتا ہے۔ ان کے مشاہدے کے مطابق مذہبی سرگرمیوں، انفرادی و اجتماعی، میں زیادہ تر وہ لوگ مصروف رہتے ہیں جن کے نزدیک وقت کی معاشی قدر و قیمت کم ہوتی ہے جیسا کہ گھریلو خواتین، ملازمت سے سبکدوش ہونے والے افراد وغیرہ۔[32] اگر دیکھا جائے تو مشرقی معاشروں میں بھی صورتِ حال کم و پیش ایسی ہی ہے، سرمایہ دارانہ نظام کے تحت بڑھتی ہوئی معاشی سرگرمیاں مذہبی سرگرمیوں پر اثرانداز ہوتی ہیں۔ البتہ یہ کہنا مشکل ہے کہ یہ نظریہ مذہبی اعتقادات کے بارے میں بھی اتنا ہی مؤثر ہے جتنا کہ مذہبی اعمال کے بارے میں۔

معیشت کے مذہب پر اثرات کے باب میں اصولِ طلب کے مقابل اصولِ رسد (Demand Side) کی وضاحت بیسویں صدی کی آخری دہائی میں پیش کیے جانے والے The Religion Market Model سے ہوتی ہے۔ اس نمونے (Model) کے مطابق افراد کی طلب سے زیادہ اہم بات خود مذہب اور مذہب کے تحت فراہم کی جانے والی خدمات کا معیار ہے۔ یعنی اگر ترسیلات عمدہ اور جاندار ہیں تو لوگ انہیں قبول کریں گے ورنہ مذہب کو پذیرائی نہیں ملے گی۔ ان مفکرین کے خیال میں وہ معاشرے جو مذہبی تکثیریت پر مبنی ہیں وہاں مختلف مذہبی روایات کے مابین

افراد کو اپنی طرف مائل کرنے کے لیے ایک قسم کی مسابقت جاری رہتی ہے اور ہر مذہبی روایت اپنے آپ کو لوگوں کے لیے زیادہ قابلِ قبول بنانے کی کوشش کرتی ہے تاکہ وہ زیادہ سے زیادہ افراد کو اپنے دائرہ اثر میں لاسکے۔[33] یہ نتائج محققین نے امریکہ اور یورپ میں لوگوں کی مذہبی وابستگی کو پیش نظر رکھ کر مرتب کیے ہیں۔ اس نظریے کے حامی محققین کے مطابق جب حکومتیں کسی خاص مذہب کو سرکاری یا قومی مذہب قرار دیکر اس کی سرپرستی کرنے لگتی ہے تو مذہبی مسابقت ختم ہو جانے کی وجہ سے مذہب کا معیار گر جاتا ہے جبکہ اس کے تحت فراہم کی جانی والی خدمات میں تنوع باقی نہیں رہتا، نتیجتاً لوگوں کی مذہبی سرگرمیوں میں دلچسپی کم ہو جاتی ہے اگرچہ مذہبی اعتقادات پر اس کے اثرات اتنے نمایاں نہ بھی ہوں۔ مثلاً، برطانیہ میں سرکاری سطح پر منعقد ہونے والی مذہبی تقریبات میں لوگوں کی شمولیت کا رجحان بہت کم ہے اگرچہ برطانیہ میں مذہب کو ماننے والوں کی اکثریت ہے۔[34] دوسری طرف امریکہ ایک ایسی سرزمین ہے جسے مذاہب کی مارکیٹ کہا جاسکتا ہے جس میں مختلف مذاہب ایک قسم کی مسابقت کا حصہ ہیں، چنانچہ امریکہ میں مذہبی سرگرمی زیادہ تنوع کی حامل ہے جس وجہ سے امریکی باشندوں کو اپنی اپنی ترجیحات کے مطابق مذہبی روایت منتخب کرنے میں آسانی ہے۔[35] اس میں کوئی شبہ نہیں کہ مسابقت کارکردگی میں بہتری لانے کا ذریعہ ہے، یہ مسابقت بعض اوقات مذاہب کے مابین جبکہ اکثر و بیشتر کسی ایک مذہبی روایت سے منسلک مختلف فرقوں کے درمیان دیکھی جاسکتی ہے۔ یہ مسابقت علمی اور رفاہی خدمات دونوں میں دیکھی جاسکتی ہے جو کہ معاشی نقطہ نظر سے بھی اہم ہے۔ مثلاً، پاکستان میں رفاہی خدمات کے حوالے سے مسابقت عیدین کے موقع پر دیکھی جاسکتی ہے جب فطرانہ اور چرم ہائے قربانی جمع کیا جاتا ہے۔ یہ رقوم مذہبی جماعتوں کے زیر اہتمام چلنے والے مختلف رفاہی اداروں میں خرچ کی جاتی ہے، ان میں تعلیمی اور طبی سہولیات فراہم کرنے والے ادارے نمایاں ہیں۔ اس مسابقت کی وجہ سے نہ صرف نئے ادارے وجود میں آتے ہیں جس سے لوگوں کو روزگار ملتا ہے بلکہ عام لوگوں کو معاشی فوائد حاصل ہوتے ہیں، جیسا کہ مفت علاج و معالجہ اور تعلیم۔

خلاصہ بحث

جدید مغربی سماجیات میں 'مذہب' اور 'معیشت' کے باہمی تعلق کو دو نسبتوں سے سمجھا گیا ہے: مذہب بطور غیر متغیر عامل یا عنصر (Independent Variable) جس کے تحت مذہب کے معیشت پر مثبت اور منفی اثرات کا جائزہ لیا گیا ہے، جبکہ مذہب بطور تابع عنصر (Dependent Variable) کے تحت کسی معاشرے میں پائے جانے والے معاشی نظام کے مذہب پر اثرات کو بیان کیا گیا ہے۔ جدید ماہرین سماجیات مذہب کی معاشی افادیت کے جزوی طور پر قائل ہیں جس میں مذہب محض ایک مددگار سماجی عنصر کے طور پر کام کرتا ہے اور افرادِ معاشرہ میں ایسے رویے تشکیل دینے میں کردار ادا کرتا ہے جو بحیثیت مجموعی سرمایہ دارانہ نظام میں قابلِ قبول ہیں مگر مذہب کی معاشی اور سماجی تعلیمات کو عموماً معیشت کے باب میں رکاوٹ سمجھا گیا ہے، یہی وجہ ہے کہ دورِ جدید کے اکثر مفکرین اس بات پر متفق دکھائی دیتے ہیں

کہ معاشی ترقی کے ساتھ مذہبی نظامِ معیشت زوال پذیر ہو جائے گا اور یہ بات آج کے حالات میں درست دکھائی دیتی ہے۔ تاہم یہ بھی ایک حقیقت ہے کہ تمام تر معاشی ترقی کی باوجود مذہب کے ساتھ لوگوں کا تعلق خواہ وہ جزوی ہی کیوں نہ ہو کم نہیں ہوا۔ دوسری طرف اگر دیکھا جائے تو مذہبی روایات میں سے اسلام ہی ایک ایسا مذہب ہے جو اقتصادی امور میں ایک واضح سماجی اور قانونی رہنمائی اپنے ماننے والوں کو فراہم کرتا ہے۔ اسلام نے جہاں ذریعہ معاش کے اہداف بیان کیے ہیں وہیں حاصل شدہ وسائل کے استعمال کے باب میں بھی انسانوں کو راہنمائی فراہم کی ہے۔ اسلام کے پیشِ نظر انسانی زندگی کے انفرادی، اجتماعی، مادی اور روحانی پہلوؤں میں توازن قائم کرنا ہے اور یہ بات درست ہے کہ اسلامی نظامِ معیشت کے تحت بہت سے جدید معاشی فوائد کو چھوڑنا ہو گا۔ اس اعتبار سے اسلام سرمایہ دارانہ اصولوں پر قائم معیشت کے لیے اپنے اندر منفی رجحان رکھتا ہے۔

حواشی وحوالہ جات

1. National Council of Churches of Christ in the U.S.A. "*Yearbook of American Churches-1987*", Constant H., Nashville (eds.), Abingdon National Council of the Churches, Virginia, 1987, p. 247
2. Johnstone, R. L. "*Religion in Society: A Sociology of Religion*", PHI Learning Pvt, New Delhi, 2007, p. 217

3۔ خالد، سلیم منصور، دینی مدارس میں تعلیم، انسٹیٹیوٹ آف پالیسی اسٹڈیز، اسلام آباد، 2004ء، ص 156

4. David O., Moberg, "*The Church as a Social Institution*", Prentice Hall, New Jersey, 1962, p. 169
5. National Council of Churches of Christ in the U.S.A., *"Yearbook of American Churches-1987*", p. 280
6. American Association of Fund-Raising Council, *"Contributions by Type of Recipient Organization*". 2003, Retrieved from: www.asfrc.org on 10-01-2018
7. Johnstone, R. L., "*Religion in Society: A Sociology of Religion"* 2007, p. 208
8. Patanjali Ayurved Limited, India. Retrieved from: http://patanjaliayurved.org/ Retrieved on 20-01-18
9. World Tourism Organization, "Introduction. *Annual Report 2016"*, 2017 Retrieved from: http://media.unwto.org/en/annual-reports on 15-01-18
10. World Tourism Organization, *"Guidebook: Sustainable Tourism for Development*", Retrieved from: http://icr.unwto.org/content/guidebook. on 24-01-18
11. *"Holy Bible: Mathew"* 5:5. The New King James Version, Nashville: Thomas Nelson Publishers, p. 850
12. *"Holy Bible: Mathew"* 19:24, p. 866
13. Harvey, P., "*An Introduction to Buddhism"*, Cambridge University Press, Cambridge, 2004, p. 224

14۔ سورۃ الحدید: 57/60

15. Weber, M., "'Translator's Introduction', *The Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism"*, Parsons, T. (tr.), Rutledge, New York, p. xxxix

16۔ سورۃ الاسراء: 17/35، 34

17. Marx, K., *"The Circulation of Money. In A Contribution to the Critique of Political Economy"*, Progress Publishers, Moscow, 1859/1970, p. 73

18۔ سورۃ البقرۃ:2/261

19. The Express Tribune (September 2, 2017) "*The Religious Tourism: The White Gold of Saudi Arabia"*, Retrieved from: https://tribune.com.pk/story/1497494/religious-tour.
20. Khan, A. Sh. *"Billions to be spend on Sacrificial Animals in Pakistan*", Dawn News, Karachi, September 1, 2016, Retrieved from: www.dawn .com
21. Korman, Sophia M., "*Examining the Effect of Religion on Economic Growth: A Partial Replication and Extension. Honors Theses",* 2015, Paper 89, Retrieved from: htp://digitalcommons.csbsju.edu/honors_theses/89

22۔ سورۃ المائدہ:5/32

23۔ مودودی، ابولاعلیٰ، تفہیم القرآن، جلد اول، ادارہ ترجمان القرآن، لاہور، 1993، سورۃ المائدہ، حاشیہ 109، 1/501

24۔ مودودی، ابولاعلیٰ، تفہیم القرآن، سورۃ البقرۃ، حاشیہ 320، 1/214تا216

25. McCleary, R. M., Baroo, R. J., *"Religion and Economy"*, Journal of Economic Perspectives, American Economic Association, New York, Vol. 20 (20), 2006-spring, pp. 49-72
26. Campante, F., Drott, D. Y., "Does Religion Affect Economic Growth and Happiness? Evidence from Ramadan", Faculty Research Working Paper Series, Harvard Kennedy School, Harvard, 2013, December, p. 2
27. McCleary, *"Religion and Economy"*. Journal of Economic Perspectives, Vol. 20 (2), spring 2006, pp. 40-72
28. Ibid
29. Ritzer, G., "*Contemporary Sociological Theory and Its Classical Roots: The Basics"*, McGraw-Hill, New York, 2009, pp. 35-37
30. McCleary, *"Religion and Economy"*. Journal of Economic Perspectives, Vol. 20 (2), spring 2006, pp. 40-72
31. Turner, B. S., "*The Cambridge Dictionary of Sociology"*, Cambridge University Press, Cambridge, 2006, p. 497
32. Azzi, C., Ronald Eh., *"Household Allocation of Time and Church Attendance"*, Journal of Political Economy, University of Chicago Press, Chicago, Vol. 83, February 1975, pp. 27-56
33. Finke, R., Rodney St., "*The Churching of America, 1775-2005: Winner and Losers in Our Religious Economy"*, Rutgers University Press, New Jersey, 2005, p. 9
34. Davie, G., "*Religion in Britain Since 1945: Believing Without Belonging"*, Blackwell Publishers, New York, 1994, p. 94
35. McCleary, *"Religion and Economy"*. Journal of Economic Perspectives, Vol. 20 (2), spring 2006, pp. 40-72