

## ”بازار“: میر و غالب کی شاعری میں بطور ”جگہ“

### “Bazār” as “Place” in the Poetry of Mir and Ghalib

#### Abstract:

This paper explores the various dimensions of “bazār,” particularly examining its representation in the works of Mir and Ghalib. It analyzes the diverse roles the term “bazār” plays in classical and modern Urdu poetry across different contexts. The paper discusses how “bazār” functions both as a literal location and as a metaphor, and symbol. Depending on its usage, it can depict a physical marketplace or symbolize contrasts between places, encompassing the intricate subspaces within it, such as shops and their paraphernalia. Moreover, “bazār” intertwines with broader concepts like market economy, social interactions, and political dynamics. Additionally, it explores instances where “bazār” has been employed pejoratively, mocking individuals, objects, and attitudes labeled as “bazār.”

**Keywords:** bazar, Mir, Ghalib, place.

کلاسیکی اور جدید اردو شاعری کا مطالعہ کئی تناظرات میں کیا گیا ہے۔ اس کی شعریات کو دریافت کرنے کی قابل قدر مساعی ہوئی ہیں؛ اس کے مضامین کا تجزیہ کیا گیا ہے؛ اس کا سماجی، سیاسی، نفسیاتی، تہذیبی مطالعہ کیا گیا ہے، مگر اس میں جن جگہوں کا ذکر ہے، اس پر ہماری تنقید کی توجہ نہیں گئی۔ ان جگہوں میں ایک جگہ بازار بھی ہے۔

بازار، کلاسیکی اور جدید اردو شاعری میں کثرت سے استعمال ہونے والا لفظ ہے۔ یہ مختلف مفہوم و معنی اور تناظر میں برتا گیا ہے۔ کہیں یہ محض ”جگہ“ کے طور پر آیا ہے اور کہیں استعارے، محاورے اور علامت کی صورت۔ کہیں یہ کسی اور جگہ کے مقابل ایک جگہ کے طور پر نظر آتا ہے اور کہیں یہ اپنی ذیلی جگہوں (جیسے دکان اور اس کے متعلقات) اور سرگرمیوں کو اجاگر کرنے کے لیے آیا ہے۔ اسی طرح بازار کی معیشت، سماجی میل جول، سیاسی داؤ پیچ جیسے مفاہیم بھی بازار سے وابستہ کیے گئے ہیں۔ بازار، کئی جگہوں پر منفی، حقارت آمیز معنوں میں بھی استعمال ہوا ہے۔ لوگوں، چیزوں، رویوں کو بازاری کہہ کر ان پر طنز کیا گیا ہے۔ اس مقالے میں پہلے بازار کی تاریخ پر اجمالی نظر ڈالی جائے گی اور پھر میر اور غالب کے کلام میں اس کے متنوع اظہارات کا جائزہ لیا جائے گا۔

”بازار“ فارسی، جب کہ ”سوق“ عربی ہے۔ اردو میں فارسی لفظ بازار ہی استعمال ہوتا ہے۔ اب کئی انگریزی الفاظ بھی

بازار کے متبادل کے طور پر استعمال ہوتے ہیں، جیسے: مارکیٹ، سٹور، مارٹ، مال، ایمپوریم۔ حقیقت یہ ہے کہ یہ سب الفاظ نہ صرف لفظ بازار کی جگہ لیتے محسوس ہوتے ہیں، بلکہ بازار یعنی مرکز خرید و فروخت کا مفہوم و مقصد بھی بدلنے نظر آتے ہیں۔ بازار کا تاریخی ارتقا ظاہر کرتا ہے کہ ابتدا میں بازار صرف کھانے کی چیزوں کی خرید و فروخت کے لیے مخصوص تھا لیکن بعد ازاں اسے عام چیزوں کی فروخت کے لیے بھی استعمال کیا جانے لگا۔ یہاں لفظ بازار کے لغوی مفاہیم پر روشنی ڈالنا غیر مفید نہیں ہوگا۔

بازار چوں کہ فارسی زبان کا لفظ ہے، اس لیے ضروری ہے کہ پہلے فارسی لغت میں اس کے مفہوم سے واقفیت حاصل کی جائے۔ فرہنگ عمید میں بازار کو اس طرح بیان کیا گیا ہے: ”جای خرید و فروش کالاہا۔ محل اجتماع فروشندگان و خریداران۔ کوچہ سر پوشیدہ کہ دارای چندین دکان با فروشاہ باشد بازار گاہ نیز گفتمہ شد۔“ اس لغت نے بازار کو خرید و فروخت کی جگہ کے ساتھ ساتھ ایسی جگہ بھی کہا ہے جو گاہک اور دکان دار کی ملاقات کا مرکز ہو۔ مزید برآں اسے ڈھکی ہوئی ایسی گلی بھی کہا گیا ہے جس میں کئی دکانیں ہوں۔ آج بھی ایرانی شہروں میں چھتے ہوئے بازار ملتے ہیں۔ ان چھتے ہوئے بازاروں کا ایک سبب وہاں کی گرم آب و ہوا بھی ہے۔ عربی-اردو لغت القاموس المجدید میں ”سوق“ کے ضمن میں لکھا ہے:

سوق:	مارکیٹ، بازار
سوق دوریہ:	گشتی بازار، چلتا پھرتا بازار
سوق المکتظۃ بالسلع:	سامان سے بھرا ہوا بازار
سوق السوداء:	بلیک مارکیٹ
سوق نشطہ:	چلتا ہوا بازار ۲۔

بازار کے مفہوم میں لفظ سوق کا استعمال زیادہ تر مشرق وسطیٰ میں ہوتا ہے۔ یہ ایک ایسے روایتی بازار اور تجارتی مقام کا مفہوم رکھتا ہے جہاں ہاتھ سے تیار ہونے والے ملبوسات اور برقی آلات دستیاب ہوتے ہیں۔ ان اسواق (سوق کی جمع) میں کئی قبوہ خانے، ریسٹوران، سڑک پر موجود دستیاب غذاؤں کی فروخت گاہیں ہوا کرتی ہیں۔ نیز کئی عرب ملکوں میں مے خانے بھی موجود ہیں۔

اردو لغت۔ تاریخی اصول پر میں بازار کے حوالے سے تفصیلی وضاحت ملتی ہے:

- ۱۔ خرید و فروخت کی جگہ جہاں مستقل یا عارضی دکانیں ہوں۔
- ۲۔ ساتویں یا آٹھویں دن لگائی جانے والی عارضی منڈی۔
- ۳۔ وہ منڈی جہاں خصوصیت سے کسی مال کی مانگ اور کھپت ہو ۳۔

اسی لغت میں بازار سے وجود میں آنے والے محاورات بھی شامل ہیں۔ ان محاورات سے اندازہ ہوتا ہے کہ لفظ بازار کتنے مختلف اور متنوع معانی میں استعمال ہوتا ہے۔

باقی لغات میں بازار کے معانی یکساں ہیں۔ یعنی ایسی جگہ جہاں خرید و فروخت ہوتی ہے، اور جہاں کے مرکزی کردار گاہک اور دکان دار ہیں۔ البتہ فرہنگ تلفظ میں بازار کو شارع عام اور گزر گاہ بھی قرار دیا گیا ہے ۲۔ دوسرے لفظوں میں بازار

ایک ایسی جگہ ہے، جس سے کئی دوسرے راستے منسلک ہوتے ہیں، اور یہاں سے لوگ گزر کر کسی اور مقام پر جا سکتے ہیں۔ یوں بازار جگہ بھی ہے اور راستہ بھی۔ یہاں گاگک بھی ہے اور مسافر بھی موجود ہے۔ یہی وجہ ہے کہ قدیم بازاروں میں قصہ خوانی جیسے بازار بھی ہوا کرتے تھے، جہاں مسافرات گزرتے، یا کچھ وقت قیام کرتے، قصے سنتے اور آگے کا رخت سفر باندھتے۔ وہ بازار میں مسافر ہوا کرتے تھے، خریدار نہیں۔ شاید اسی لیے اکبر (۱۵۱۹-۱۵۸۵ء) نے لکھا:

دنیا میں ہوں دنیا کا طلب گار نہیں ہوں  
بازار سے گزرا ہوں خریدار نہیں ہوں<sup>۵</sup>

فارسی، عربی اور دو لغات میں بازار کے مفہیم واضح کرنے کے بعد ہم ایک نظر، جان میک میلن (John McMillian) کی کتاب *Reinventing The Bazaar: A Natural History of Markets* کی ورق گردانی کرتے ہیں:

مارکیٹ کے خدوخال، ایک ایسے نظام پر مشتمل ہوتے ہیں، جو خرید و فروخت کو منظم کرتا ہے۔ یہاں [خرید و فروخت سے متعلق] معلومات کے بہاؤ کے لیے طریقے وضع کیے جاتے ہیں۔ ریاست کے مرتب کردہ قوانین اور ضوابط نافذ ہوتے ہیں جو جائیداد کے حقوق کی وضاحت کرتے ہیں اور [اس ضمن میں کیے گئے] معاہدوں کو برقرار رکھتے ہیں۔ اور مارکیٹ کی اپنی ثقافت ہے، اس کے خود کو منظم کرنے والے اصول، ضابطے، اور رسمیات ہیں جن سے مارکیٹ چلتی ہے۔ تاہم کسی مارکیٹ میں کیا کیا واقع ہوتا ہے، مارکیٹ کا ڈیزائن اس پر قابو نہیں رکھتا۔ یہاں آزادانہ فیصلہ سازی کلیدی حیثیت رکھتی ہے۔<sup>۱</sup>

اس اقتباس سے یہ واضح ہوتا ہے کہ بازار یا مارکیٹ خرید و فروخت کے ایک مکمل نظام کی حامل جگہ ہے۔ بازار ریاست کے قوانین کے تحت چلتا ہے۔ یہ قوانین دکانوں اور دوسری جگہوں کی ملکیت کے قوانین سے متعلق ہوتے ہیں۔ تاہم اس کے ساتھ خود بازار اپنے قوانین، رسمیات، اخلاقیات کا حامل ہوتا ہے۔

جگہیں اپنے مخصوص مقصد اور کردار سے پہچانی جاتی ہیں۔ مسجد، مندر، گوردوارہ، کنشت، صومعہ، کلیسا اپنے اپنے مذہبی مقاصد کی وجہ سے ایک ”مقدس جگہ“ کا درجہ رکھتے ہیں۔ تعلیمی ادارے دانش کی تخلیق، ترسیل اور فروغ کے لیے مختص ہیں۔ کتب خانہ، دماغ کو روشن رکھنے کی جگہ ہے۔ کھیل کا میدان جسمانی صحت کو برقرار رکھنے کی جگہ ہے۔ کھیل گھر یا سینما تفریح کے لیے مخصوص ہیں۔ بیماریوں سے نجات کی جگہ ہسپتال ہے۔ سکون و آرام اور تحفظ کے لیے جگہ کا نام گھر ہے۔ مجرموں کے لیے جو جگہ مختص ہے اسے قید خانہ کہتے ہیں۔ مختلف مصنوعات کے لیے کارخانے اور ملیں جیسی جگہیں ہیں۔ اسی طرح بازار خرید و فروخت کی جگہ ہے۔

بازار اپنی ہیئت کے اعتبار سے کیا ہے؟ دکانوں کا مجموعہ۔ یہ ایک اہم سوال ہے کہ دکان کیسے وجود میں آئی۔ ڈاکٹر مبارک علی (پ: ۱۹۳۱ء) کے بقول:

شروع شروع میں یہ ہوتا تھا کہ تاجر ضرورت سے زیادہ سامان جو فروخت ہونے یا تبادلہ سے بچ جاتا تھا اسے واپس اپنے گاؤں لے جاتا تھا، مگر جب سامان زیادہ ہوا تو اسے اس کے آنے اور لے جانے میں دشواری ہوئی۔ اس لیے

اس کا عمل یہ نکالا کہ سامان کو بازار ہی میں محفوظ جگہ پر رکھ دیا جائے، اسی سے دکان کی شروعات ہوئی۔ ابتدا میں بازار ایسی جگہ لگا کرتے تھے جہاں مختلف بستوں کے لوگوں کی آمد و رفت آسانی ہوتی اور انہیں ایک ہی جگہ سب ضروریات زندگی دستیاب ہو جایا کرتیں۔ معاش کے مراکز کی حفاظت، سرمایہ کاری کی بنیادی شرط ہے۔ چنانچہ ابتدا میں اس بات کا خاص اہتمام کیا گیا ہے کہ بازار کے آس پاس خوف و ہراس اور دہشت کا کوئی امکان نہ ہو اور دکان دار بے خوف و خطر اپنا کاروبار کر سکیں۔ آج بھی سرمایہ داروں کو پر امن ماحول مہیا کرنا، معاشی ترقی کے لیے لازم خیال کیا جاتا ہے۔ جہاں ریاست پوری طرح فعال نہیں ہوتی، وہاں دکان دار خود اپنی حفاظت کے لیے، محافظین بھرتی کر لیتے ہیں۔

دنیا کے ہر خطے میں بازاروں کی اہمیت اور نمائندہ خصوصیت ہے۔ تاریخ میں کچھ بازاروں کو خصوصی شہرت ملی ہے۔ شام کے بازاروں کی وضع قطع کے بارے میں اردو دائرہ معارف اسلامیہ میں تفصیل سے تذکرہ کیا گیا ہے:

... اور آخری چیز یہاں کے سوق تھے جہاں محتسب کے زیر نگرانی اجناس اور ضروری مصنوعات کی بہم رسانی ہوتی تھی۔ کاروبار تجارت انھی مقامات پر ہوتا رہا جو رومیوں کے قدیم زمانے سے اس مقصد کے لیے مقرر تھے۔ ایک تجارتی علاقہ تو اس شارع کبیر پر واقع تھا جس کے دونوں جانب محرابی چھتے تھے۔ اور دوسرا ستونوں والے راستے پر جو مسجد جامع کے مشرق میں پرانی عبادت گاہ کے بڑے چوراہے کو جاتا تھا۔ یہ شاہراہیں مکمل طور پر بدل چکی تھیں۔ چھتوں پر دکانیں بن گئی تھیں۔ خود گزر گاہوں پر سامان لگا کر عارضی دکانیں قائم کر لی گئی تھیں اور ہر کاروباری علاقے میں بازاروں (اسواق) کا ایک جال بھول بھلیوں کی طرح بچھ گیا تھا<sup>۹</sup>۔

اس اقتباس سے ظاہر ہوتا ہے کہ تاریخ میں تجارتی مقاصد کے لیے قائم کیے گئے بازار کس نوعیت کے تھے اور ان کی انفرادیت کیا تھی۔

حافظ عبدالرحمن امر تسری نے شام کے بازاروں کے ضمن میں دو معروف بازاروں 'سوق حمیدیہ' اور 'سوق مدحت پاشا' کا تذکرہ کیا ہے۔

یہاں کے بازار بہت وسیع، دورویہ عالیشان پختہ عمارتیں اور اکثر مسقف ہیں۔ ان میں سے سوق حمیدیہ اور سوق مدحت پاشا زیادہ مشہور ہیں۔ ان کے دونوں طرف دو منزلہ دکانوں کی قطاریں چلی گئی ہیں۔ جن کے اوپر چونا اور پتھر کی محراب دار عمارتیں ہیں۔ بحیثیت مجموعی یہ بازار بہت شاندار معلوم ہوتے ہیں<sup>۹</sup>۔

بازار حمیدیہ کی قدامت اور اہمیت پر تفصیل سے بات محمد غیر بیپور (Mohammad Gharipour) نے اپنی کتاب

*The Bazaar in the Islamic City: Design, Culture and History* میں کی ہے۔

دمشق کے ہزاروں سال پرانے شہر میں، بازار اس لیے تعمیر کیے گئے کہ اس شہر کی سماجی، اقتصادی اور سیاسی زندگی میں تجارت کی اہمیت کو ظاہر کیا جاسکے اور مشرق اور مغرب، شمال اور جنوب کے درمیان، تجارتی مرکز کے طور پر اس شہر کے ابھرتے ہوئے کردار کو اجاگر کیا جاسکے۔ یہ بازار صدیوں کے دوران، نمایاں اور

سڑیجک مقامات کے اندرونی حصوں میں تعمیر کیے گئے۔ ان بازاروں سے یہ بھی ظاہر ہوتا ہے کہ یہ شہر کس رخ پر ترقی اور توسیع کے لیے کام زں تھا۔

قدیم عرب میں منعقد ہونے والے بازار محض خرید و فروخت کا مرکز نہیں تھے بلکہ ان بازاروں میں مختلف تہوار بھی منائے جاتے تھے۔ جھگڑوں کے فیصلے بھی ہوتے تھے (ہماری دہقانی زندگی میں پنچائیت کی طرح)۔ شعر و شاعری کے مقابلے بھی ہوا کرتے تھے۔ یہ اسواق تہواروں کی مانند، مقررہ وقت اور مقام پر منعقد ہوتے تھے۔ یہاں دور دراز کے علاقوں کے قبائل شریک ہوا کرتے تھے۔ ڈاکٹر خورشید رضوی (پ: ۱۹۳۲ء) کے مطابق:

اس طرح یہ اسواق 'بازار' یا 'منڈیاں' نہیں رہتے تھے بلکہ 'میلے' یا 'تہوار' کا رنگ اختیار کر جاتے تھے جہاں تجارت کے پہلو بہ پہلو مقابلہ شعر و سخن، مظاہرہ فصاحت و خطابت، قبائلی مفاخرت، جھگڑوں کے فیصلے، اہم معاہدے، حسن و عشق کی گھاتیں، رشتوں کا انتخاب، غرض ہر شعبہ حیات کے لیے ایک وسیع جولا نگاہ مہیا ہو جاتی تھی۔

عرب کا سب سے مشہور بازار "سوق عکاظ" کہلاتا تھا۔ طائف کے قریب ایک پُر فضا نخلستان میں لگا کر تاقھا۔ یہاں نہ صرف عرب تجارت کی غرض سے جمع ہوتے تھے بلکہ بحث و مباحثہ ہوتا اور شعر سنائے جاتے۔ خطیب اپنا خطبہ دیتے اور اس جگہ عرب کے بہترین قصائد منتخب ہو کر کعبہ کے دروازے پر آویزاں کیے جاتے تھے۔ اس بازار میں تمام عرب کے قبائل جمع ہوتے تھے، اس لیے بہت سے سیاسی و سماجی معاملات بھی یہیں طے ہوتے تھے<sup>۱۲</sup>۔ شعر و شاعری کے مقابلے بھی ان میلوں کا اہم حصہ تھے۔ محمد کاظم کے بقول:

ان مقابلوں... (میں) بڑے بڑے شعر اپنا بہترین کلام یہاں پیش کرتے۔ دور کے علاقوں سے آئے ہوئے شعرا یہ کوشش کرتے کہ وہ جو کچھ کہیں وہ ایسی زبان اور ایسے محاورے میں ہو جو زیادہ سے زیادہ لوگ سمجھ سکیں اور اس میں کوئی اجنبیت یا غرابت نہ ہو۔ اسی طرح عربی زبان رفتہ رفتہ مہذب اور عام فہم ہوتی چلی گئی۔ ان میلوں میں 'عکاظ' کا میلہ سب سے زیادہ مشہور تھا جو ذی القعدہ کے مہینے میں لگتا تھا اور اس میں شاعری کے مقابلے میں اس سال کے بہترین کلام کا فیصلہ کیا جاتا تھا<sup>۱۳</sup>۔

عرب کے بازاروں میں سے ایک صنعاء کا بازار بھی تھا۔ اس کے بارے میں کہا جاتا ہے کہ نصف رمضان سے لے کر آخر رمضان تک صنعاء میں میلا لگتا۔ صنعاء یمن کا عمدہ ترین شہر ہے۔ رنگا ہوا چمڑا اور دھاری دار چادریں یہیں سے دیگر ممالک کو بھیجی جاتی تھیں۔ یہ ایشیا معاصر کی راہ سے باہر کو جاتی تھیں۔ معاصر یمن کا ایک شہر ہے<sup>۱۴</sup>۔

اگرچہ عہد مغلیہ میں یہاں بڑے بڑے بازار تھے جن میں سے "بازار دلکشا" اور "ترپولہ" خاص شہرت رکھتے تھے مگر اب نہ وہ موجود ہیں اور نہ ان کا نشان۔ ایک اور شان دار بازار روشنائی دروازہ سے ہیرا منڈی تک تھا مگر وہ بھی تو انین قلعہ کی پابندی میں گر کر نابود ہو چکا ہے<sup>۱۵</sup>۔

جہاں تک بازار میں خریداری کے قدیم طریقہ کار کا تعلق ہے، اس کے بارے میں ناصر خسرو (۱۰۰۳ء-۱۰۸۳ء) نے بصرہ

کے بازار کے تعلق سے لکھا ہے۔ وہاں لین دین کا یہ طریقہ تھا کہ خریدار اپنی نقدی کسی صراف کو دے کر اس سے ایک پرچی لے لیتا تھا اور پھر اس پرچی کو دکھا کر اس قیمت کی جو چیز چاہتا خرید لیتا تھا اور قیمت کے لیے صراف کا حوالہ دے دیتا تھا۔ اصفہان کے بازاروں کے بارے میں وہ لکھتا ہے کہ یہاں ہر صنعت کے علاحدہ علاحدہ بازار ہیں اور ان کی باقاعدہ حد بندی کی گئی ہے۔ ان کی حفاظت کے لیے دروازے لگے ہوئے ہیں<sup>۱۶</sup>۔ یہی طریقہ کرنسی نوٹ کی ابتدائی صورت تھا۔

ایک ہی جگہ سے تمام چیزوں کی دستیابی بازار کی ابتدائی شکل تھی۔ بعد ازاں ہر چیز کے لیے الگ الگ بازار قائم ہونا شروع ہو گئے۔ مثال کے طور پر: خوراک، لباس، کتب، گھریلو اشیاء، زیورات وغیرہ کے لیے الگ الگ بازار قائم ہونا شروع ہو گئے۔ اب ہر چیز کے لیے الگ بازار موجود ہے۔ انھی بازاروں میں سے ایک غلاموں کا بازار بھی تھا، جس میں غلاموں کو کھیتوں میں اور گھریلو کاموں کے لیے خریداجاتا تھا۔ ڈاکٹر مبارک علی کے بقول:

دستور یہ تھا کہ غلاموں کو ایک پلیٹ فارم پر کھڑا کر دیا جاتا تھا۔ اس کا مالک اس کی جسمانی خوبیوں کو ایک ایک کر کے بیان کرتا۔ خصوصیت سے عورت کی جسمانی خوب صورتی کو دلکش انداز میں پیش کیا جاتا تھا۔ خریدار جانوروں کی طرح ان کو ٹٹول کر ان کے جسمانی نقص اور خوبیوں کو دیکھتے اور بولی لگاتے۔<sup>۱۷</sup>

غلاموں کا بازار تو اپنی پرانی ہیئت کے ساتھ ختم ہو گیا، بازارِ حسن اب تک موجود ہے۔ غلام کی مانند عورت بھی خریدی بیچی جاتی ہے۔ اس بازار کی عورتوں کے لیے کئی حقارت آمیز الفاظ بھی ہماری لغت کا حصہ بنے ہیں۔ زنِ بازاری، کبھی، رنڈی، بیسوا، ٹکانی، قبیہ، نایک، فاحشہ، چوکی، نوچی، ویشیا اور طوائف۔ بازارِ حسن میں عورت کا جسم بکتا ہے۔ شورش کا شمیری (۱۹۱۷ء-۱۹۵۷ء) نے زنِ بازاری کے فروغ کی وجوہات میں سے ایک مسلمان خلفا میں اسلامیت کی روح کا ناپید ہونا بتایا ہے:

اُدھر مسلمان خلفا اسلامیت کی روح کھو چکے تھے اور صرف ظواہر کے پابند تھے۔ انھیں رجھانے کے لیے کینزوں کو درآمد کیا گیا جس سے بردہ فروشوں کا گروہ پیدا ہو گیا جو ترکیہ، صقلیہ، ہندوستان، آرمینیا، روم اور افریقہ سے نوجوان لڑکیاں لاتا اور بغداد میں فروخت کرتا تھا ان کی سب سے بڑی مارکیٹ کا نام سوق الرقیق تھا جہاں بیش تر مکان اکثر دکائیں اور متعدد احاطے واقع تھے<sup>۱۸</sup>۔

اصل یہ ہے کہ بازارِ حسن کا تعلق صرف مسلمانوں سے ہے نہ اسلامیت کی روح کے ختم ہونے سے، اس کا تعلق جنس جیسے پیچیدہ مسئلے سے ہے۔ جہاں تک طوائف کا تعلق ہے تو صرف عورتیں ہی طوائف نہیں بنیں، مرد بھی بنے ہیں۔ شورش کا شمیری ہی نے ان مرد طوائفوں کے بازار کا ذکر اپنی کتاب اس بازار میں کیا ہے: ”اُدھر روما کی راجدھانی میں جو چکلے تھے وہاں عورتوں سے زیادہ لڑکے تھے۔ ادھر پارس کو عجم کہتے تھے چنانچہ مذاقِ عجم کی ترکیب اخلاقی احوال کا ایک پورا نقشہ پیش کر دیتی ہے“<sup>۱۹</sup>۔ تاہم عجیب بات یہ ہے کہ اس بازارِ حسن نے اردو شاعری، داستان، فکشن، موسیقی، فلم کو بہت کچھ دیا ہے۔

بازارِ دوسری جگہوں سے مختلف ہے۔ یہ خرید و فروخت کے ساتھ ساتھ سیاسی، سماجی، تفریحی، ثقافتی اور اقل و شرب کی سرگرمیوں کا مرکز بھی ہے۔ اصل یہ ہے کہ معیشت، زندگی کے دوسرے شعبوں کو بھی متاثر کرتی ہے اور ان کی اعانت طلب کرتی

ہے اور انھیں اپنی جانب کھینچ لایا کرتی ہے۔ بازاروں میں موجود چائے خانے، تہوہ خانے اور کافی ہاؤس قصہ گوئی سے لے کر ادبی اور سیاسی انقلابی تصورات کے فروغ کا سبب بنے ہیں۔ نوآبادیاتی عہد میں بطور خاص، سیاسی سرگرمیوں نے زور پکڑا تو سیاسی جماعتوں کے پرچم، کتب، اخبارات وغیرہ بازاروں میں فروخت ہونا شروع ہو گئے۔ اگرچہ اسی زمانے میں چائے خانوں اور تہوہ خانوں کی دیواروں پر سیاسی گفتگو منع ہے، جیسی تینبیہی عبارت لکھی نظر آنے لگی، مگر اس کا اثر نہیں ہوا۔ بازار، انقلاب کی راہ گزر بنا ہے۔

بازار کی نئی جہت ہمیں کثیر القومی اداروں کی صورت میں نظر آتی ہے جو دراصل سامراج کی تشکیل نو ہے۔ ایسٹ انڈیا کمپنی نے ایشیا بالخصوص برعظیم کی اقتصادیات پر قبضے کا جو سفر سترہویں صدی میں شروع کیا تھا، آج اکیسویں صدی میں عالمی اداروں کی صورت میں دنیا بھر کے اقتصاد کو اپنے تصرف میں لے چکی ہے۔ اس ضمن میں صارفی معاشرت کا کلیدی کردار ہے جو نئے نوآبادیاتی نظام کی دین ہے۔ نیا نوآبادیاتی نظام درحقیقت اُس ”تہذیبی مشن“ کی وضع کی ہوئی نئی صورت ہے جس کے تانے بانے سترہویں صدی میں بنے گئے اور اس کے ثمرات اٹھارویں صدی میں ملنا شروع ہوئے۔ یہ نوآبادکاروں کے قدیمی خواب کی تعبیری صورت ہے کہ آج ہمارے جیسے ممالک کم زور جمہوریت، آئی ایم ایف، عالمی بینک، تجارتی منڈیوں میں قیمتوں کے کنٹرول کی صورت میں بھگت رہے ہیں۔ سید عظیم کے الفاظ میں:

نئے دور کی نمایاں خصوصیت یہ ہے کہ اس میں بظاہر سیاسی و عسکری غلبہ نہیں ہوتا مگر ان آزاد ملکوں کو اس طرح مالیاتی و صنعتی احتیاج کے ڈوروں میں باندھ لیا جاتا ہے کہ وہ سسک بھی نہ سکیں۔<sup>۲۰</sup>

گویا ان کمپنیوں نے دنیا بھر کی معیشت پر قبضہ کیا ہے۔ ان کی عالمی تجارت پر مضبوط گرفت ہے۔ وہ اسے مضبوط تر کرنے کے نئے نئے طریقے وضع کرتی رہتی ہیں۔ محمد سلیم کے مطابق:

کثیر المملکتی کارپوریشنز نے پناہ مالی وسائل رکھتی ہیں جن کے ذریعے وہ دنیا بھر میں میڈیا اور سیاست دانوں کو خریدتی ہیں۔ ان کی حیرت ناک قوت کا مظاہرہ قانون سازی کے شعبوں میں بھی دیکھنے میں آتا ہے۔ وہ اپنا اثر و رسوخ بروئے کار لا کر کارپوریٹ ٹیکسوں کو کم کروا لیتی ہیں اور سبسڈیز (مدادی رقوم) بڑھوا لیتی ہیں۔ رسوخ اور دباؤ کے ذریعے ریاستی شعبوں کو مجبور کرتی ہیں کہ وہ عالمی بینک اور آئی ایم ایف کی تجویز کردہ اصلاحات پر عمل درآمد کریں۔ وہ ورلڈ ٹریڈ آرگنائزیشن (WTO) کے فورم پر سازگار قانون سازی کے لیے لابی کرتی ہیں۔<sup>۲۱</sup>

کثیر القومی اداروں کی اس فریب آسا صورت گری نے اقتصادی حوالے سے دنیا کے کمزور ممالک کو مزید کم زور کر دیا ہے اور یہ ادارے، معاشی طور پر فزوں تر ہو رہے ہیں۔ جب کوئی قوم معاشی حوالے سے مضبوط و مستحکم ہو جائے تو پھر وہ اپنی تہذیب اور اپنی ثقافت کی چکا چوند سے کم زور ممالک کی آنکھیں چندھیا دیتی ہے۔ طاقت ور ملکوں کے بازار، کم زوروں کے بازاروں ہی کو نہیں، ان کی زبانوں کو بھی نگل جایا کرتے ہیں۔ اکبر الہ آبادی کے ہاتھ وقت کی نبض پر تھے۔ وہ بہت پہلے بھانپ گئے تھے کہ تہذیب مغرب کی یلغار ہمیں اپنی جڑوں سے بیگانہ کر کے چھوڑے گی۔ انھوں نے انیسویں صدی کے اواخر میں پیش گوئی کر دی تھی کہ مغربی زبان، ہمارے بازار کی بھاشا کو اپنے اندر ضم کر لے گی۔ ہمارے بازار اپنی مقامی لسانی شناخت سے محروم ہو جائیں گے۔ بازار

میں ہر نئی چیز، اپنی زبان ساتھ لے کر آتی ہے۔ بازار میں مقامی اشیاء غائب ہوتی ہیں تو ان اشیاء سے متعلق مقامی لغت بھی قصہ پارینہ بن جایا کرتی ہے۔

ہماری اصطلاحوں سے زباں نا آشنا ہوگی  
لغات مغربی بازار کی بھاشا سے ضم ہوں گے<sup>۲۲</sup>

بازار ہر طرح کی اور ہر شے کی خرید و فروخت کی جگہ ہے۔ یہاں اشیاء، غلام، عورت ہی نہیں، ادب، آرٹ، کلچر بھی بکتا ہے۔ بازار ایک ایسی جگہ ہے، جہاں کی واحد منطق سرمایہ اور دولت ہے۔ یہاں ہر شے برائے فروخت ہے۔ یوں بازار ایک طرف کسی ملک کی معیشت کی گاڑی کا پیہ ہے، یعنی جہاں بازار محفوظ، روشن اور چہل پہل سے عبارت ہوں، وہاں خوش حالی ہوتی ہے، مگر اسی بازار کا ایک تاریک پہلو بھی ہے۔ یہاں جسم، جنس اور آرٹ بھی بک جاتے ہیں۔

بازار کا لفظ اردو میں متعدد حیثیات سے دکھائی دیتا ہے۔ یہ محاوروں میں بھی برتا جا رہا ہے۔ ضرب الامثال میں بھی اس کی صورت پذیری ہے اور کہاوتوں میں بھی اسے ملاحظہ کیا جاسکتا ہے۔ محاورہ بنیادی طور پر زبان کا حسن ہوتا ہے۔ لفظ جب اپنے لغوی اور حقیقی معنوں کے بجائے غیر لغوی اور مجازی معنوں میں استعمال ہو تو محاورہ کہلاتا ہے۔ اردو شاعری کے علاوہ بازار کو بطور محاورہ بھی برتا گیا ہے۔ اس حوالے سے اردو کی اہم لغات ملاحظہ کی جاسکتی ہیں۔ مثال کے طور پر اردو لغت تاریخی اصول پر اور فرہنگ آصفیہ میں بازار کے حوالے سے بڑے اہم محاورے دیکھنے کو ملتے ہیں۔

- بازار کھوٹا ہونا: بازار کا مندہ ہونا
- بازار گرم رکھنا: رونق یا مقبولیت و شہرت کو برقرار رکھنا، کسی بات کا زور شور قائم رکھنا
- بازار اٹھ جانا: بازار بند ہو جانا
- بازار بڑھ جانا، بڑھنا: قیمت کا زیادہ ہو جانا<sup>۲۳</sup>
- بازار کے بھاؤ پٹنا: اس طرح پٹنا کہ سب کو خبر ہو جائے<sup>۲۴</sup>

بازار کو محاورے کے علاوہ ضرب الامثال اور کہاوت میں بھی برتا گیا ہے۔ مثال کے طور پر:

- بازار کی چھینک، رانڈ کارونا: دونوں بے اثر ہوتے ہیں، یعنی نہ کوئی بازار کی چھینک پر توجہ دیتا ہے اور نہ بیوہ کے رونے پر۔

• بازار کی گالی ہنس کر ٹالی: مجمع عام میں جو الزام لگایا جائے اُس کا جواب نہیں دینا چاہیے۔

• بازار کی مٹھائی، جس نے پائی (چائی) اُس نے کھائی: کبھی یا اور کسی ایسے شخص کے لیے مستعمل<sup>۲۵</sup>۔

درج بالا محاوروں، ضرب الامثال اور کہاوتوں کا مطالعہ کرتے ہوئے واضح ہوتا ہے کہ عوامی سطح پر بازار کی معنویت کس طرح پرت پرت دکھائی دیتی ہے۔

اردو شعر و نثر میں ”جگہ“ کو متنوع انداز سے پیش کیا گیا ہے۔ ہر جگہ کی اپنی جمالیات اور شعریات ہے۔ انھی سے جگہ کی

شناخت ہوتی ہے اور ایک جگہ دوسری جگہوں سے ممتاز و ممیز نظر آتی ہے۔ یہ امتیاز سماجی نوعیت کا بھی ہوتا ہے، ثقافتی سطح کا بھی اور مذہبی تناظر میں بھی اسے پیش نظر رکھا جاتا ہے۔

بازار ایک مخصوص جگہ ہے۔ اس کا مخصوص محل وقوع ہے، خاص فضا ہے، اور منفرد طور طریقے ہیں۔ اردو کی کلاسیکی شعری روایت میں ”بازار“ بطور جگہ کے کثیر معنویت کا حامل رہا ہے۔ دل چسپ بات یہ ہے کہ محض جگہ کے طور پر بازار، شاعری میں بہت کم ظاہر ہوا ہے۔ غزل میں تو یوں بھی ہر بات رمز و کنائے میں کہی جاتی ہے۔ چنانچہ بازار بطور جگہ کے بھی جہاں آیا ہے، وہاں کسی نہ کسی رمز یہ پہلو کا حامل ہے۔ تاہم بازار کا یہ اساسی مفہوم برابر، شعر کے پیش نظر رہا ہے کہ وہ خرید و فروخت کی جگہ ہے۔ اس اساسی مفہوم کی توسیع میں شاعروں نے اپنی تخلیقی قوت کا مظاہرہ کیا ہے۔ میر تقی میر (۱۷۲۳ء-۱۸۱۰ء) کے یہاں تو بازار اتنے لغوی اور استعاراتی مفہوم میں استعمال ہوا کہ پوری ایک کتاب اس موضوع پر لکھی جاسکتی ہے۔ یہاں میر کے چند ایسے اشعار پر گفتگو کی جائے گی، جس میں بازار اپنے لغوی یا استعاراتی یا دونوں معانی میں، بہ یک وقت استعمال ہوا ہے۔

آغاز میر کے اس شعر سے کرتے ہیں، جس میں ”اختلاط کے بازار“ کی ترکیب استعمال ہوئی ہے۔ بازار اور عشق دونوں میں اختلاط ہے۔ چون کہ محبوب سے اختلاط نہیں ہو رہا، اس لیے اس بازار میں مندرہ چل رہا ہے۔ کس خوبی سے میر نے اختلاط، مندرہ، خریدار کو ایک ہی شعر میں استعمال کیا ہے۔ ”بازار مندرہ ہونا“ محاورے کے طور پر استعمال ہوا ہے۔

مندہ ہے اختلاط کا بازار آج کل

لگتا نہیں ہے دل کا خریدار آج کل<sup>۱</sup>

میر کے دیوان دوم کا درج ذیل شعر اس لیے بھی منفرد ہے کہ عزت مآب ”کس“ کی خوبی کی طلب میں اپنا اپنا خرقتہ (درویشانہ لباس) تک بیچنے کے لیے بازار چلے آتے ہیں۔ یہاں بازار کو ایسی جگہ کے طور پر پیش کیا گیا ہے جہاں فقر اور درویشی بھی بیچی جاسکتی ہے۔ اس شعر میں میر نے ”عزت طلبوں“ کو استغفہامی انداز سے دیکھا ہے:

کس کی خوبی کے طلب گار ہیں عزت طلبان

خرقتے بکنے کو چلے آتے ہیں بازار کے بیچ<sup>۲</sup>

اس شعر کو آج کے تناظر میں دیکھیں تو اس کی معنویت زیادہ تر درتہ نظر آئے گی۔ عہد حاضر میں ہر چیز بیچی اور خریدی جاسکتی ہے؛ درویشی اور اس کے متعلقات کو اس طرح بیچا جاتا ہے کہ اس سارے عمل پر ”تقدس اور احترام“ کا گمان ہوتا ہے۔ ہماری روزمرہ زندگی میں مشاہدہ کریں تو صاحب حیثیت افراد، ادارے اپنی طاقت اور اقتدار کو طول دینے کے لیے ہر شخص کو جس بازار بنا دیتے ہیں، اس سے فرق نہیں پڑتا کہ وہ خرقتہ پوش ہوں یا باریش۔ انسانوں کی خرید و فروخت کا یہ کاروبار ہر زمانے میں اپنی کسی نہ کسی شکل میں موجود رہا۔ شاعری میں تخلیق پانے والے استعارے، علامتیں راست معنی کے حامل نہیں ہوتے۔ لیکن یہ لفظ اپنے لغوی معنوں میں خارجی حقیقت کو پیش کرتے ہیں۔ یہ خارج سے اپنا تعلق قائم رکھتے ہیں اور اسی سے منسلک رہتے ہوئے اپنے امکانات کا

اظہار کرتے ہیں۔ میر کے اشعار میں درویش کے خرقے اور محبوب کے جذبے کے دام لگتے ہیں۔ یہ خرید و فروخت اصلی بازار ہی کی ایک سرگرمی کو پیش کرتی ہے۔ میر کے درج ذیل شعر میں معشوق بھی بازار کی جنس ہے:

چسپاں ہوئے ہیں میر خریدار سے تنہا  
کیا جنس ہے معشوق کہ بازار ہے عاشق<sup>۲۸</sup>

اس شعر میں میر نے بازار کو ایسی جگہ قرار دیا ہے جہاں معشوق کو ایک جنس کے طور پر بیچا جا رہا ہے۔ گویا معشوق کو ”شے“ کے طور پر دیکھا جا رہا ہے۔ میر نے بھی معشوق کو جنس کہا ہے۔ آج ہم جس کو شے (commodity) کہتے ہیں، اسے اٹھارویں انیسویں صدی میں جنس کہا جاتا تھا۔ جنس بازار ایک عام ترکیب ہے۔ معشوق جنس بازار ہے تو اس کی طرف والہانہ لپکنے کو پورا بازار اٹھ آیا ہے۔ اور میر کے پاس چوں کہ نقدی نہیں، اس لیے وہ اس بازار میں تنہا یعنی باقیوں سے الگ ہے۔ یہاں میر کی تنہائی کا سبب وہ نظام ہے جس نے طبقاتی کشمکش کو جنم دیا۔ اس نظام کے تحت امیر، امیر تر اور غریب، غریب تر ہوتا جا رہا ہے۔ یوں طبقاتی تفریق کا سب سے بڑا اظہار بازار میں ہوتا ہے۔

درج بالا شعر کو پڑھتے ہوئے میر کے ایک اور شعر کی طرف دھیان جاتا ہے جس میں میر نے صنعت مراعات النظر کو باندھا ہے۔ شعر ملاحظہ کیجیے:

سارے بازار جہاں کا ہے یہی مول اے میر  
جان کو بیچ کے بھی دل کے خریدار رہو<sup>۲۹</sup>

اس شعر میں ”بازار، مول، بیچنا، خریدار“ کی بندش خوب ہے۔ یہاں بازار ایسی جگہ کے طور پر سامنے آیا ہے جو محض ایک بازار نہیں بلکہ بازار جہاں ہے۔ ان سب بازاروں کا یہی مول ہے کہ جان بیچ کر دل خرید اجائے۔ جان کے بدلے دل کیوں؟ اس کی توجیہ شمس الرحمن فاروقی (۱۹۳۵ء-۲۰۲۰ء) نے کی ہے:

یہاں دل سے مراد محض دل نہیں، بلکہ وہ دل ہے جو درد مند ہو، باہمت ہو۔ (’باہمت‘ اصطلاح صوفیائیں اسے کہتے ہیں جسے دنیا سے لگاؤ نہ ہو۔) یا پھر وہ دل جو باصفا ہو اور جس میں جلوہ محبوب منعکس ہو سکے یا پھر وہ دل جو خود تالیف کا محتاج ہے۔<sup>۳۰</sup>

گویا ایسے دل کے مقابلے میں جان معمولی چیز ہے۔ جان تو آدمی کو ملتی ہے، باصفا دل عبادت و ریاضت سے پیدا کیا جاتا ہے۔ بنا بریں دل مال نایاب ہے۔ بازار میں تجارت کی بنیاد بعض اوقات قرض پر ہوتی ہے۔ استعمال کے بعد یہ قرض قسطوں میں یا اجناس کی صورت میں لوٹایا جاتا ہے۔ اس لیے یہاں پر ”مول“ کا لفظ زیادہ لطف انگیز ہے کہ اصل رقم تو محفوظ ہے اور بازار میں اصل رقم کا محفوظ رہنا بہر حال تاجر کے لیے خوش آئند بات ہوتی ہے۔ اس مصرعے: ”جان کو بیچ کے بھی دل کے خریدار رہو“ میں جان اور دل کو قابل فروخت چیز بنا کر پیش کیا گیا ہے۔ جیسا کہ اوپر بیان ہوا، دل، جان کی نسبت زیادہ قیمتی چیز ہے۔ ساری دنیا کی مارکیٹ کا

یہی اصول ہے کہ قیمتی چیز ضرور خریدی جائے۔ لہذا اگر اپنی جان بیچ کر بھی دل خریدنا پڑے تو ضرور خریدنا چاہیے۔ اس سے قبل میر نے معشوق کو جنس بازار کہا جس کی خاطر پورا بازار خریدار ہے۔ درج ذیل شعر دیکھیے۔ اس میں محبوب کو جنس بیش قیمت کہا ہے جسے خریدنے کے لیے پگڑی، جامے بک جاتے ہیں:

کیا جانے کہ ہے تو کیا جنس بیش قیمت  
جاتے ہیں پگڑی جامے بازار تیری خاطر<sup>۳۱</sup>

میر کا یہ شعر کئی حوالوں سے منفرد ہے۔ اس میں بازار کو ایسی جگہ قرار دیا ہے جہاں کوئی ایسی چیز بیش قیمت ضرور ہے کہ جسے خریدنے کے لیے پگڑی اور جامے تک بیچے جا رہے ہیں۔ دل چسپ امر یہ ہے کہ بیش قیمت جنس کی خبر تک نہیں کہ وہ کیا چیز ہے (یعنی محبوب کی اصل کو پہچاننے والے نہ ہونے کے برابر ہیں) لیکن اس کی کشش اس قدر زیادہ ہے کہ اس کے لیے لوگ اپنا سب کچھ بیچنے کے لیے دل سے آمادہ ہیں۔ پگڑی، جامے کا مفہوم بھی دہرا ہے۔ عزت کے معنی میں بھی، اور یہ اشیا گروی رکھنے کے مفہوم میں بھی۔ نیز پگڑی بازار کی اصطلاح بھی ہے، یعنی ایسی رقم جسے مالک، کرایہ دار سے لے کر بطور ضمانت اپنے پاس رکھتا ہے۔ ایک طرف جنس معشوق کو خریدنے کے لیے لوگ اپنے خلعت بازار میں بیچ آتے ہیں اور دوسری طرف میر کا یہ دعویٰ ہے:

پھر بعد میرے آج تک سر نہیں بکا  
اک عمر سے کساد ہے بازار عشق کا<sup>۳۲</sup>

یہاں میر کے شعر کا متکلم کوئی خرقدہ پوش یا کوئی صاحب حیثیت شخص نہیں بلکہ ایک جنوں گرفتہ عاشق ہے۔ اس عاشق میں میر کی سی انانیت اور طنطنہ واضح دکھائی دیتا ہے۔ اس میں کسی حد تک تعلق کا گمان بھی ہوتا ہے۔ مصرعہ اولیٰ میں ”سر نہیں بکا“ کو کئی حوالوں سے دیکھا جاسکتا ہے۔ اس میں سامنے کے معنی تو یہ ہیں کہ بازار میں کسی کا سر اس قابل ہی نہیں تھا کہ کوئی اُسے خریدنے کی کوشش کرتا۔ کساد بازاری کی ایک وجہ یہ بھی ہو سکتی ہے کہ سر خریدنے والا کوئی نہیں رہا۔ اس شعر کے متن کو مزید کھولیں تو یہ معنی بھی تشکیل پذیر ہوتے ہیں کہ کوئی سرفروش نہیں رہا۔ مزید یہ بھی قابل غور ہے کہ کساد بازاری کا یہ عالم ہے کہ میرے بعد کوئی بھی سر نہیں بک سکا۔

دل چسپ بات یہ ہے کہ میر جب بازار کا ذکر کرتے ہیں تو اس کی متعدد اصطلاحوں کو بھی لے آتے ہیں۔ شعر کی لسانی فضا گویا بازار کی فضا بن جاتی ہے۔ ”کساد بازاری“، ”بازار اتر جانا“، ”بازار گر جانا“ ایک ہی محاورے کی مختلف جہتیں ہیں۔ ذیل کے شعر میں کساد بازاری کو محاورے کے طور پر استعمال کیا گیا ہے۔

کسی کے ”متاع حسن“ کا کھلنا اس قدر اہم ہے کہ بازار میں حشر جیسا ہنگامہ برپا ہو جاتا ہے۔ درج ذیل شعر کو یوں بھی سمجھا جاسکتا ہے کہ جب بازار میں کوئی نیامال آتا ہے تو بازار میں ہنگامہ اور چہل پہل بڑھ جاتی ہے۔ متاع حسن کے کھلنے کا مطلب، محبوب کا پہلی بار سر بام آنا ہے، عاشقوں کے سامنے پیش ہونا ہے۔ بازار میں عاشق اور خریدار کا فرق کم ہی باقی رہتا ہے۔ اس شعر میں یہ فرق مٹتا

شاید متاعِ حسن کھلی ہے کسو کی آج  
ہنگامہ حشر کا سا ہے بازار کی طرف ۳۳

بازار کے ضمن میں میر کے جتنے اشعار ملتے ہیں، ان میں مرکزی چیز ”جنس معشوق“ ہے۔ وہ اس ایک مضمون سے کیا کیا معنی آفرینی کرتے ہیں۔ ایک طرف وہ اس جنس معشوق کی رعایت سے بازار کی لغت کا بڑا حصہ لے آتے ہیں، دوسری طرف وہ اس بازار میں اپنی ”بے مائیگی اور تنہائی“ کا ذکر بھی لے آتے ہیں۔ چوں کہ معشوق بازار کی جنس ہے، اس لیے وہ انھی کی طرف متوجہ ہے، جن کے پاس مال ہے۔ میر کے پاس صرف دل ہے۔ اس بازار میں دل کی کوئی قیمت نہیں۔ دام کے مقابلے میں دل بے حیثیت ہے۔ اس ضمن میں میر کے یہاں عاشق اور خریدار میں فرق باقی نہیں رہتا۔ خریدار عاشق ہیں اور عاشق خریدار بن کر آتے ہیں۔ میر خود کو خریدار نہیں، عاشق کہتے ہیں۔ خریداروں کے نجوم میں میر سا عاشق تنہائی کا شکار ہوتا ہے۔ وفا، بازار میں کوئی مقام رکھتی ہے نہ قیمت۔

دکھاؤں متاعِ وفا کب اُسے  
لگا واں تو رہتا ہے بازار سا ۳۴

میر کے یہاں واضح کرنا مشکل ہے کہ کہاں بازار محض ایک جگہ کے طور پر استعمال ہو رہا ہے اور کہاں استعارے کی صورت۔ وہ لفظ کے حقیقی و مجازی معنوں کا فرق اکثر مٹا دیتے ہیں۔ تاہم یہاں چند باتیں استعارے کے سلسلے میں کہنا ضروری ہیں تاکہ بازار کی استعاراتی معنویت کو پوری طرح سمجھا جاسکے۔ شاعری اور استعارے کا تال میل قدیمی اور ازلی ہے۔ استعارے کے بغیر شاعرانہ تخیل پھیکا اور بے اثر دکھائی دیتا ہے۔ شاید اسی لیے استادانِ فن نے استعارہ کو معنی کی وسعت کا ذریعہ قرار دیتے ہوئے اسے شاعری کے لیے لازم قرار دیا ہے۔ شمس الرحمن فاروقی نے استعارے کے ضمن میں بنیادی بات کہی ہے:

ہمارے یہاں یہ خیال شروع ہی سے عام رہا ہے کہ استعارہ شاعری کا جوہر ہے۔ اسی لیے استعارے کو صنعتوں کی فہرست میں نہیں رکھا گیا بلکہ اس کا مطالعہ علم بیان کی ضمن میں کیا گیا کہ استعارہ وہ طریقہ ہے جس کے ذریعہ ہم ایک ہی معنی کو کئی طریقے سے بیان کر سکتے ہیں ۳۵۔

گویا استعارہ کلام میں معنی اور تاثیر پیدا کرنے کا بنیادی وظیفہ ہے۔ اس کے ذریعے ناممکنات کی دنیا سے ممکنات کے جہان میں داخل ہو جا سکتا ہے۔ ہم عام گفتگو میں جو بات براہِ راست نہیں کہہ سکتے، اس کے لیے استعارہ ہمارا مددگار اور معاون ثابت ہوتا ہے۔ استعارہ ناگفتنی کو گفتنی بناتا ہے اور وہ بھی اس انداز سے کہ بعض اوقات یہ گفتنی میں بھی بدل سکتی ہے۔ یہ استعارے کی طاقت ہے۔ اس تناظر میں دیکھا جائے تو اردو شاعری میں دیگر استعارات کے ساتھ ”بازار“ ایک بڑے استعارے کے طور پر نظر آتا ہے۔

میر کے ذیل کے شعر میں پہلے زخم کے لیے کوچے کا استعارہ استعمال ہوا ہے، پھر بازار کا۔ زخم دیکھنے میں کوچے محسوس ہوتا ہے۔ چھوٹا سا، نجی۔ لیکن جب اس زخم کے درد سے آدمی چیختا ہے تو زخم کوچے نہیں رہتا، بازار بن جاتا ہے، کہیں اور نہیں میر کے اپنے سینے پر۔ کوچے میں چند قریب کے، آشنا لوگ رہا کرتے ہیں۔ بازار میں تو ہر طرح اور ہر قماش کے لوگ ہوا کرتے ہیں۔ چناں چہ زخم کی جو بات پہلے اپنوں تک محدود تھی، اب سرعام پہنچ جاتی ہے۔ زخم، کوچے اور بازار کی رعایتوں کی داد الگ سے۔ شمس الرحمن فاروقی نے اس شعر کی تفہیم اس انداز سے کی ہے:

اس مناسبت سے شاعر نے زخم کو کوچے تصور کیا۔ اب جب کہ کوچے پھیلا اور وسیع تر ہوا تو وہ بازار کی شکل اختیار کر گیا۔ کیوں کہ کوچے کے مقابلے میں بازار فراخ تر ہوتا ہے لیکن بازار میں ہماہمی اور رونق اور آمد و رفت بھی ہوتی ہے۔ اس طرح سینے کا چاک جگہ سے شق ہونا اور اس کے شگافوں کا فراخ تر ہونا نادل چسپی اور تفریح کی سی چیز بھی بن جاتا ہے۔<sup>۳۶</sup>

پھیلے شگاف سینے کے اطراف درد سے  
کوچے ہر ایک زخم کا بازار ہو گیا۔<sup>۳۷</sup>

یہی استعارہ میر ایک اور شعر میں بھی استعمال کرتے ہیں۔ مضمون وہی ہے۔ زخم کا پھیل جانا۔ سینہ، زخم، کوچے، بازار اس شعر میں بھی وہ لاتے ہیں۔ بس درد کی جگہ آہ کا استعمال کرتے ہیں۔ اس قدر آپہں بھریں کہ سینے کا زخم، سینے پر بازار بن گیا۔ یعنی زخم پھیل گیا۔ واضح رہے کہ دونوں شعروں میں بازار ہونا بطور محاورہ بھی استعمال ہوا ہے۔ اس شعر میں بھی کوچے اور بازار کو موضوع بحث بناتے ہوئے دونوں کی وضع قطع بتائی گئی ہے کہ میری آہوں کے لیے کوچے کا دامن تنگ تھا اور اس تنگ دامانی کے باعث میرے زخم کوچے میں نہیں سما سکتے تھے۔ اس لیے مجھے ایسی جگہ کی ضرورت تھی جہاں میرے زخم بہ آسانی سما سکیں۔ اس لیے جب میں نے بازار پر غور کیا تو مجھے اس کی وسعت سے کسی حد تک اطمینان ہوا کہ اب میری آپہں اور زخم اس میں بڑی سہولت سے سما پائیں گے۔ ”سینے پر بازار ہونا“ کو محاورے کے طور پر بھی برتا گیا ہے۔

ہماری آہوں سے سینے پہ ہو گیا بازار  
ہر ایک زخم کا کوچے جو تنگ تھا آگے۔<sup>۳۸</sup>

”محبوب کے نقش قدم پر عاشقوں کا سر بیچنا“ بازار محبت کی سیر کرنے پر آمادہ اور قائل کرنے کا اشارہ ہے۔ محبوب کے کوچے اور قدموں میں دل و جان بیچنا عام طور پر سننے اور پڑھنے کو ملتا ہے۔ لیکن میر نے یک سر منفرد استعاراتی فضا قائم کرتے ہوئے عاشقوں کی وارفتگی کی ایک نئی جہت دکھائی ہے کہ بازار محبت میں سر بھی بیچے جاسکتے ہیں۔ کوئی چیز بیچنے یا خریدنے کے لیے بازار کی سیر کرنا ضروری ہے۔ بازار گھوم کر چیزوں کے مختلف نرخوں کا موازنہ کر لیا جائے تو چیز کو بیچنے کے لیے آسانی ہوتی اور مناسب نرخ بھی مل جاتے ہیں۔ یہاں بازار اور اس کے متعلقات کی نفسیات کا بھی علم ہو جاتا ہے کہ کسی چیز کو بیچنے کا انداز اور زاویہ کیا ہونا

چاہیے۔ نیز کون کون سے اوصاف بتا کر بیچا جائے کہ اس کی قیمت پر مثبت اثرات مرتب ہوں۔ اس شعر میں قابل غور نکتہ یہ بھی ہے کہ محبوب کے نقش قدم پر عاشق کا سر بیچنا جاں سپاری کی عمدہ مثال ہے۔ یہاں محبوب کو بازار کی سیر کرنے کے لیے اصرار کرنا قابل غور ہے تاکہ اُسے باور ہو سکے کہ عاشق نے کس طرح اپنا سر بیچا ہے۔

ہر نقش قدم پر ترے سر بیچے ہیں عاشق  
نک سیر تو کر آج تو بازارِ محبت<sup>۳۹</sup>

غور کریں تو اس شعر میں ایک پوری کہانی وجود میں آتی محسوس ہوتی ہے۔ محبوب بازار کی سیر کرنے جاتا ہے۔ بازار میں جہاں محبوب کے نقش قدم مثبت ہوتے ہیں، وہاں عشاق جمع ہو جاتے ہیں۔ چونکہ بازار میں ہر شے کبھی ہے، عشاق اپنے سر، ہر نقش قدم پر بیچتے ہیں۔ سر اس لیے بیچتے ہیں کہ عشاق کے پاس دینے کو کچھ اور نہیں ہے، صرف سر ہیں۔ نیز سر بیچنا، اپنی سب سے قیمتی متاع کو نذر محبت کرنا ہے۔ اس کہانی کا ان کہا پہلو یہ ہے کہ محبوب کا تعلق اس بازار ہی سے ہے، اس لیے اس کے عشاق کئی ہیں۔ وہ اس بازار میں سب کو دکھائی دیتا ہے تو اس کے عاشق بھی کئی بنتے ہیں۔

کوچہ و بازار میں رسوائی عشق کی ایسی معراج ہے جہاں کم کم عاشق ہی پہنچ پاتے ہیں۔ جنہیں اپنی عزت، توقیر اور ناموس عزیز ہو وہ اس وادی میں قدم ہی نہیں رکھ پاتے۔ یہاں کوچہ اور بازار پر غور کریں تو واضح ہوتا ہے کہ کوچہ محبوب میں ہونے والی رسوائی پر اکتفا نہیں کیا گیا بلکہ بازار ایسی جگہ پر بھی بے توقیری کی گئی۔ گویا ہر سمت سے رسوائی ہو رہی ہے۔ اس شعر میں دو جگہوں کا ذکر کیا گیا ہے: کوچہ اور بازار۔ دونوں جگہیں اپنی ہیئت اور وضع قطع میں ایک دوسرے سے قدرے مختلف ہیں۔ کوچے کو ایک جزو کی حیثیت حاصل ہے اور بازار کو کھل کی۔ اب کوچہ و بازار میں رسوائی سے مراد ہے کہ ہر طرف رسوائی کا ڈھنڈورا پٹ جانا۔

عشق وہ ہے کہ جو تھے خلوقی منزلِ قدس  
وے بھی رسوائے سر کوچہ و بازار ہوئے<sup>۴۰</sup>

اسی طرح ایک اور شعر میں کوچہ و بازار کو موضوع بحث بناتے ہوئے میر نے جہاں معنی پیدا کرنے کی کوشش کی ہے کہ محبت ایسا صحرا ہے جس میں ہر قدم پر احتیاط لازم ہے۔ کیوں کہ یہ محبت کا خارزار ہے کوچہ اور بازار نہیں کہ جہاں معاشرتی تقاضا اور معاشی طمطراق سے سیر کی جائے۔ بلکہ میر کے خیال میں یہ ”کارگر شیشہ گرمی“ ہے جہاں سانس لیتے ہوئے بھی احتیاط برتی جانی ہے۔ میر نے یہاں صحرائے محبت کو ایک کٹھن اور مشکل راستہ بتایا ہے۔ یہاں قدم رکھنے سے پیش تر ہزار بار سوچنا چاہیے کیوں کہ یہاں پر مصائب و مشکلات اور کٹھنیاں تہ در تہ ہوتی ہیں۔ وہی شخص یہاں قیام کر سکتا ہے جو اس سے بہ خوبی آشنا ہو۔

صحرائے محبت ہے قدم دیکھ کے رکھ میر  
یہ سیر سر کوچہ و بازار نہ ہووے<sup>۴۱</sup>

خزاں کے موسم میں گل پر اوس کا پڑنا نہایت معنی خیز ہے۔ حالاں کہ یہ موسمیاتی کیفیت سرد موسم ہی میں ممکن ہے۔

لیکن میر نے خزاں میں گل پر اوس پڑنے کو اس خوبی سے ادا کیا ہے کہ اس منظر کو دیکھ کر بازارِ چمن کی گرمی بھی سرد پڑ گئی ہے۔ اگر بازار سرد پڑ جائے تو تجارتی حلقوں کے لیے نہایت پریشانی ہے۔ انھیں تو گرمی بازار ہی میں لطف آتا ہے کہ اس طرح بازار میں چہل پہل جاری رہتی ہے اور کاروبار خوب چمکتا ہے۔ اس شعر میں ”گرمی بازار“ کو محاورے کے طور پر برتا گیا ہے۔ اس کے علاوہ اس شعر میں ایک صنعتی خوب صورتی ”سرد“ اور ”گرم“ (صنعت تضاد) بھی نظر آتی ہے۔

گل پر ایسی تو پڑی اوس خزاں میں کہ نیم

سرد ہی ہو گئی واں گرمی بازارِ چمن<sup>۳۲</sup>

تلمیح کلام میں تاریخی واقعے اور شخصیت کی طرف اشارہ کرنا ہے۔ اس سے کلام میں تاثیر، حسن اور وسعت، معانی کی گہرائی اور ابلاغ ہوتا ہے۔ ڈاکٹر سلیم اختر کے الفاظ میں:

علم بدیع کی اصطلاح میں تلمیح اس شاعرانہ حربے کو کہتے ہیں جس کے تحت کہنے والا یا لکھنے والا کلام یا تحریر میں کم سے کم الفاظ میں کسی قصے، آیت، حدیث، شخصیت یا مشہور واقعے کی طرف اشارہ کرے۔ کسی قصہ طلب واقعے سے مضمون پیدا کرے۔ کسی ایسی چیز کا ذکر کرے جو کتب مستعملہ میں مذکور ہو۔۔۔ گویا تلمیح کا مقصد ان مختلف قبیل کے اشارات سے تقویتِ معنی میں اضافہ کرنا اور قارئین کو اپنی شاعری کا اثبات کرانا ہے<sup>۳۳</sup>۔

اردو شاعری میں تلمیحاتی نظام بہت وسیع اور تدرتہ موجود ہے۔ اُن تلمیحیات میں سے ایک ”بازارِ مصر“ اور اس کے متعلقات پر بھی مبنی ہے۔ میر کے نزدیک بازارِ مصر ایسی جگہ ہے جہاں بازار کی تیزی نہیں بلکہ حضرت یوسف کے خریداروں پر رشک کیا جا رہا ہے۔ ذیل کے شعر میں تلمیح کے علاوہ محاوراتی فضا بھی قائم کی گئی ہے۔ یعنی گرمی بازار محاورے کی صورت ہے جسے میر نے خوب صورتی سے پر دیا ہے۔

نہیں بازار گرمی ایک دو خواہندہ پر اس کی

اگر وہ رشکِ یوسف آوے تو بازار عاشق ہو<sup>۳۴</sup>

ذیل کے شعر میں حضرت یوسف کی طرف اشارہ کرتے ہوئے میر نے دراصل بازار کے مزاج کی گرہ کشائی کی ہے کہ یہاں ہر قیمتی چیز بیک جاتی ہے۔ حضرت یوسف جیسی بے شمار مثالیں موجود ہیں۔ اس لیے شاعر کا دل جمع نہ رکھنے پر اصرار کرنا اس بات پر دال ہے کہ بازار ایسی جگہ ہے جہاں ہر قیمتی چیز بالآخر فروخت کے لیے چلی جاتی ہے۔ میر نے اس شعر میں تلمیح کے ساتھ ساتھ محاورے کو بھی یک جا کر دیا ہے۔ یہاں بازار ایسے مرکز کے طور پر بھی دکھائی دیتا ہے جہاں قیمتی چیز کی قدر کی جاتی ہے اور مہنگے داموں فروخت کی جاتی ہے۔

یوسف کی اس نظیر سے دل کو نہ جمع رکھ

ایسی متاع جاتی ہے بازار ہر طرح<sup>۳۵</sup>

ایک اور شعر میں میر نے زینلحا کی خوش بختی کا ذکر کیا ہے۔ زینلحا نے حضرت یوسف جیسے غلام کو خرید لیا اور نہ بازار میں

ایسے ”غلام“ کا میسر ہونا ناممکن نہیں تو مشکل ضرور ہے جس کے حسن و جمال کی شہرت چار سو پھیل چکی ہو اور جو پیغمبری کے منصب پر بھی فائز ہو۔ ایسے نایاب اور قیمتی شخص (جسے باشندگان مصر ”غلام“ گردانتے ہوں) کو فروخت کے لیے بازار میں لانا اس بات پر دال ہے کہ ستم ظریف دولت پیسیر کو بھی خرید لیتی ہے۔ ”بازار میں آنا“ قابل غور ہے کہ جو چیز بازار میں آجاتی ہے تو ہر طرف چہل پہل، رونق اور شور بلند ہوتا ہے جس کی وجہ سے بازار میں گرمی آجاتی ہے یعنی کاروبار تیز ہو جاتا ہے۔

طالع سے زلیخا نے لیا مصر میں یوسف

کب ایسا غلام آوے ہے بازار میں صاحب<sup>۳۶</sup>

میر کا یہ شعر تلمیح کے پردے میں جہان معنی لیے ہوئے ہے۔ اس میں ”حسن کس کو لے کر“ میں یہ اشارہ واضح ہے کہ حسن، حسین شخص پر جبر کرتا ہے۔ کسی قیمتی چیز کو بازار لے جانے سے قدر دانی تو ہوتی ہے لیکن رسوائی کا سامان بھی فرواں نصیب ہوتا ہے۔ یہاں بازار کو ایسی جگہ کے طور پر پیش کیا گیا ہے جہاں بہ ہر حال ہر چیز خریدی اور بیچی جاسکتی ہے اور یہی بازار کا مزاج بھی ہے اور اس کی ضرورت بھی۔ اسی سے ہی گرمی بازار نظر آتی ہے۔ بصورت دیگر بازار سرد ہو جائے گا اور یہ بازار اور اس سے وابستگان کے لیے کسی طور بھی قبول نہیں۔ میر نے حضرت یوسف اور گل کو استعارے کے طور پر بڑی عمدگی سے باندھا ہے۔

یوسف سے لے کے تا گل پھر گل سے لے کے تا شمع

یہ حسن کس کو لے کر بازار تک نہ پہنچا<sup>۳۷</sup>

اگر حضرت یوسف کو یہ خبر ہوتی کہ انھیں ”چاہ“ (کنویں) سے نکال کر بازار میں فروخت کر دیا جائے گا تو وہ کبھی کنویں سے باہر نہ آتے۔ یہاں بازار کو ایسی جگہ کے طور پر پیش کیا گیا ہے جہاں رسوائی اور تضحیک کے انداز میں نیلامی کی جاتی ہے اور فروخت کنندہ ”چیز“ اسے اپنی بے توقیری سمجھتی ہے۔ یہاں قابل غور بات یہ بھی ہے کہ کسی چیز کا فروخت کے لیے کارواں کے ساتھ جانا اس کی کم مائیگی کو مزید نمایاں کرنا ہے۔ گویا پورے کارواں میں صرف وہی ایک چیز بیچنے کے لیے ہے اور اُس کی فروخت سے ملنے والی رقم یا جنس ”مالک“ کی طمانیت کا باعث بنتی ہے۔ بہر حال میر نے اس شعر میں بازار کی نفسیات کو عمدگی سے پیش کیا ہے۔

باہر نہ آتا چاہ سے یوسف جو جانتا

لے کارواں مرے تئیں بازار جائے گا<sup>۳۸</sup>

میر کے بعد جس شاعر نے بازار کو بطور خاص برتا ہے اُن میں مرزا غالب (۱۷۹۷ء-۱۸۶۹ء) کو اہمیت حاصل ہے۔ میر کے یہاں اگر تنہائی اور بے مائیگی کا احساس ہے تو غالب کے مزاج اور کلام میں استفسار و طنز کے پہلو نمایاں نظر آتے ہیں۔ وہ کائنات، اُس کے مظاہر اور دیگر اشیاء پر کہیں سوال، کہیں طنز کے مقامات تلاش کر لیتے ہیں۔ بازار کے ضمن میں بھی یہی کیفیت دکھائی دیتی ہے۔

غالب کا یہ مشہور شعر دیکھیے۔ اس میں ساغر جم پر طنز ہے۔ جشید کے پیالے میں سارا جہان منعکس ہوتا تھا (آج کے سیل فون

کی مانند)، مگر اس کا ایک ”کم زور“ پہلو یہ تھا کہ اس کا کوئی ثقی یا نقل یا مثل نہیں تھی۔ وہ محض ایک تھا۔ یہی اس کی خرابی تھی۔ اس کے

مقابلے میں جامِ سفال (مٹی کا پیالہ) ہے۔ اس کے کئی مثل ہیں۔ ایک ٹوٹ جائے تو دوسرا خریدا جاسکتا ہے۔ بازار، جامِ سفال سے بھرا پڑا ہے۔ جمشید کے محل سے یہ بازار اچھا ہے۔ بازار میں سب کچھ دستیاب ہے مگر محل کی چیز، محل سے باہر وجود نہیں رکھتی۔ اہم بات یہ ہے کہ جامِ جم ہو کہ جامِ سفال، دونوں ٹوٹ سکتے ہیں۔ لیکن دونوں کے ٹوٹنے کا غم یکساں نہیں ہے۔ ایک کے غم کا مداوا ہے، دوسرے کے شکستہ ہونے کا کوئی مداوا نہیں۔ یوں بازار ایک عوامی چیز بھی ہے۔ جہاں عام لوگوں کی اشیا آسانی سے مل جاتی ہیں۔

اور بازار سے لے آئے اگر ٹوٹ گیا

ساغرِ جم سے مرا جامِ سفال اچھا ہے<sup>۴۹</sup>

بازار کو جگہ کے تصور کے طور پر غالب کے ایک اور شعر میں بھی دیکھا جاسکتا ہے۔ اس میں انھوں نے بازار کی نفسیات کو بیان کیا ہے کہ جب شہر میں کسی چیز کی فراوانی ہو جائے تو وہ بازار میں ارزاں ہو جاتی ہے اور اس کا حصول مشکل بھی نہیں رہتا۔ چنانچہ غالب محبوب کو مخاطب ہو کر کہتے ہیں کہ جب تک تم شہر میں ہو ہمیں دل و جاں کا کوئی غم نہیں۔ کیوں کہ ہم جب بھی اٹھیں گے آسانی سے بازار سے خرید لیں گے۔ غالب کی شاعری میں نیم رخ جمالیات ہے، وہ اس شعر میں بھی ظاہر ہوئی ہے۔ بازار میں لوگ اپنا دل و جاں بیچتے ہیں، جنس معشوق کا سودا کرتے ہیں۔ معشوق کے پاس دل و جاں کا ذخیرہ ہے۔ یہ دل و جاں اس کے چاہنے والے اس کو بیچ کر جاتے ہیں یا اس پر نثار کر جاتے ہیں۔ اس حوالے سے مولانا غلام رسول مہر (۱۸۹۳ء-۱۹۷۱ء) اس شعر کی شرح کے ضمن میں لکھتے ہیں:

اے محبوب! جب تم شہر میں موجود ہو تو ہمیں دل و جاں کا کیا غم ہے؟ کیوں کہ جب اٹھیں گے، بازار سے نئے دل و جاں خرید لائیں گے۔ تمہارے ہوتے ہر شخص کے لیے دل و جاں دو بھر ہوا ہے اور وہ سستے داموں بیچ دینے کے لیے تیار ہیں، جو جنس بازار میں زیادہ آجائے، رسد و طلب کے اصول کے مطابق وہ ارزاں ہو جاتی ہے۔<sup>۵۰</sup>

تم شہر میں ہو تو ہمیں کیا غم جب اٹھیں گے

لے آئیں گے بازار سے جا کر دل و جاں اورا<sup>۵۱</sup>

اس شعر میں بازار کی ایک اہم خصوصیت بیان کی گئی ہے۔ یہی خصوصیت بازار کے ضمن میں میر کے اشعار میں بھی دکھائی دیتی ہے: بازار میں چیزوں کی فراوانی، بازار کا انتظام کرنے والے روز کی خرید و فروخت کے اشاریے مرتب کرتے ہیں اور پھر ان اعداد و شمار کے ذریعے فیصلہ کرتے ہیں کہ بازار میں کون سی چیز کتنی مقدار میں ہونی چاہیے۔ لہذا غالب نے مندرجہ بالا شعر میں جس بازار کی بات کی ہے اس میں دل اور جان ارزاں چیزیں بن چکی ہیں۔ ان کا کوئی مول نہیں۔ جس کو جو چیز جب چاہیے وہ خرید سکتا ہے۔ غالب اس شعر میں قابلِ فروخت دل و جاں کی مثال سے اپنے عہد کی، اپنے دہلی شہر کی زوال پذیر اقدار کا نوحہ لکھ رہے ہیں۔ غالب کے ذیل کے شعر میں بازارِ دوست کی ترکیب استعمال ہوئی ہے۔ محبوب (نویز لڑکے) کا خط نکل آنے سے اُس کے

عشق کا بازار مندہ پڑ گیا ہے، جس کی وجہ سے اس کے دوست، چاہنے والے کم ہو گئے ہیں۔ محبوب کا خط، بجھتی ہوئی شمع کے دھویں کی مانند ہے۔ اس کے رخسار شمع کی مانند تھے، جو خط کے دھویں سے بے رونق ہو گئے ہیں۔ شمع، دھویں، خط، بازار میں انوکھی رعایتیں ہیں۔ ”سرد بازار“ کو محاورے کے طور پر استعمال کیا گیا ہے۔

آمد خط سے ہوا ہے سرد جو بازارِ دوست  
دودِ شمع کشتہ تھا شاید خطِ رخسارِ دوست<sup>۵۲</sup>

درج ذیل شعر میں ”روز بازار“ کی ترکیب آئی ہے۔ یعنی جس زمانے میں جن مرکزی مقامات سے اشیائے ضرورت کی دستیابی کی سہولت میسر نہیں تھیں ان دنوں مختلف مقامات پر ہفتے میں ایک یا دو روز عارضی بازار لگتے تھے جس کی موجودہ صورت جمعہ بازار وغیرہ ہے۔ غالب نے اس ترکیب کے ذریعے محبوب کے حسن و جمال کے بارے میں یہ باور کرایا ہے کہ حسن نے ایک بار پھر عشوہ و ناز کی نمائش شروع کر دی ہے۔ اس سے یہ واضح ہوتا ہے کہ محبوب کے حسن و جمال پر جان نچھاور کرنے کا موسم آ گیا اور گرمی بازار (روز بازار) شروع ہو گئی۔ یہاں غالب نے گرمی بازار کو محاورے کے طور پر خوب استعمال کیا ہے۔ گرمی بازار، خرید و فروخت میں اضافے کو بیان کرتی ہے۔

جلوہ پھر عرض ناز کرتا ہے  
روز بازار جاں سپاری ہے<sup>۵۳</sup>

بازار کی تیزی اور کاروبار کی بہتات کو غالب اس طرح بھی پیش کرتے ہیں:

پھر کھلا ہے درِ عدالتِ ناز  
گرم بازارِ فوجِ داری ہے<sup>۵۴</sup>

غالب کا درج ذیل شعر تو موجودہ سرمایہ دارانہ نظام کی پوری روح کو بیان کرتا ہے۔

غارت گرِ ناموس نہ ہو گر ہوسِ زر  
کیوں شاہدِ گلِ باغ سے بازار میں آوے<sup>۵۵</sup>

شاہدِ گل کی جگہ باغ ہے۔ وہ باغ سے یعنی اپنے گھر سے اس لیے نکلتا ہے کہ اسے ہوس ہے۔ زر کی ہوس، ناموس کو غارت کرتی ہے۔ باغ سے بازار تک کا فاصلہ، ناموس کی غارت گری سے عبارت ہے۔ غالب یہاں بازار سے زیادہ، ہوس زر پر چوٹ کرتے ہیں۔ مولانا غلام رسول مہر کے مطابق:

اگر مال و دولت کی حرص و ناموس کی بربادی کا باعث نہ ہوتی تو پھول کا محبوب باغ چھوڑ کر بازار میں کیوں آتا... مطلب یہ کہ پھول کے لیے اول زر کی ہوس یوں ظاہر ہوتی ہے کہ جب وہ کھلتا ہے تو اندر سے زیرہ نکل آتا ہے۔ گویا اُس نے ہاتھ میں زر رکھ لیا ہے۔ دوم وہ بکنے کے لیے باغ سے بازار میں جاتا ہے۔ یہ بھی مال و زر کی

ہوس ہے جو اس کی رسوائی کا باعث بنتی ہے۔ اگر وہ غنچے کی طرح بند کا بند رہتا تو نہ اس کے اندر کا زیرہ نمایاں ہوتا، نہ بازار میں بکنے کی نوبت آتی ۵۱۔

آج کارپوریٹ سماج کے دور میں ہر چیز بدل کر رہ گئی ہے؛ اس کے اثرات بازار پر بھی مرتسم ہوئے ہیں۔ بازار کبھی سیاسی و سماجی اور ثقافتی مرکز ہوا کرتے تھے، آج صرف صارفی معاشرت کا روپ دھار چکے ہیں۔ اب بازار میں ہر چیز پر ”برائے فروخت“ کی مہر لگا دی گئی ہے۔ بہ ہر کیف! تخلیق کار ہر دور کے فضا یا کو پیش نظر رکھ کر تخلیق کا کوئی نیا پہلو نئی جہت کے ساتھ منظر عام پر لے آتا ہے۔

غالب کے یہاں ایسے اشعار کی تعداد زیادہ نہیں ہے جن میں بازار کا لفظ براہ راست استعمال ہوا ہو۔ البتہ بازار میں سر انجام پانے والی سرگرمیوں کا ذکر اشاروں کنایوں میں ضرور ہوا ہے۔ غالب کی شاعری کا بازار، کوچہ ہے، گلی ہے اور راہ گزر ہے۔ غالب نے راہ گزریا گلی کو راستے کے معنی میں بھی برتا ہے۔ ہمارے پیش نظر اس کا مفہوم بطور بازار ہی رہے گا۔ ایک زمانے میں گلی، راہ گزر بھی اشیائے ضرورت کی خرید و فروخت کے کام آتی تھی۔ راہ گزر سے بازار کا کام آج کل بھی لیا جاتا ہے۔ عام طور پر مضافاتی علاقوں، چھوٹے قصبوں، محلوں یا دیہاتوں میں اکثر صبح سویرے کچھے بیچنے کی آواز سنائی دیتی ہے، ذردان چڑھتا ہے تو سبزی، پھل بیچنے اور ردی کے خریدار آوازیں لگاتے ہیں۔ کبھی آئس کریم تو کبھی گولا گنڈا۔ دیہی علاقوں میں عید تہوار کے موقع پر سرپرچوڑیوں اور زیورات کی گٹھڑی اٹھائے خواتین گلی گلی صدا لگاتی ہیں۔ اکثر کپڑے اور برتن بیچنے والے بھی اپنی دکان کا ندھے پر اٹھائے یا کسی سائیکل اور موٹر سائیکل پر گھر گھر جا کر اپنا سامان بیچتے ہیں۔ محلوں میں اکثر خواتین ان پھیری والوں ہی سے سامان خرید کر بیٹیوں کا جینز تیار کرتی تھیں۔ راہ گزر کے اس بازار کے دکان دار اور گاہک جس جگہ کو جنم دیتے ہیں وہ عارضی پن، آزادی اور چمک کا احساس دلاتی ہے۔ راہ گزر کے ساتھ آزادی کا تلامزہ اس کو بازار کی دیگر شکلوں سے زیادہ خاص اور اہم بناتا ہے۔ بازار میں دکان دار اپنی دکان اور اپنے سامان کے ساتھ پابند ہوتا ہے۔ وہ روزانہ اسی دکان پر آتا اور اسی جگہ پر بیٹھ کر چیزیں بیچتا ہے۔ گلی اور راہ گزر میں اس طرح کی پابندی نہیں ہوتی۔ غالب کے ہاں راہ گزر، گلی اور کوچہ کے الفاظ بازار کی نسبت زیادہ استعمال ہوئے ہیں۔

زندگی یوں بھی گزر ہی جاتی  
کیوں ترا راہ گزر یاد آیا ۵۵  
دل تا جگر کہ ساحل دریائے خوں ہے اب  
اس رہ گزر میں جلوہ گل، آگے گرد تھا ۵۸  
جانا پڑا رقیب کے در پر ہزار بار  
اے کاش جانتا نہ تری رہ گزر کو میں ۵۹

غالب کے محولہ بالا اشعار میں راہ گزر کا تعلق محبوب کے وجود اور محبوب کی موجودگی سے جڑتا ہے۔ یہاں راہ گزر ایک

ایسی جگہ ہے جس سے بے گانہ ہونے پر زندگی گزر تو جاتی مگر لطف جاتا رہتا۔ دل میں راہ گزر کی یاد تکلیف کے احساس کو ساتھ لائی ہے۔ اسی لیے تو غالب کے اس شعر کا متکلم راہ گزر کی یاد پر پشیمان ہے۔ محبوب کی راہ گزر کوئی عام راہ گزر تو نہیں ہے۔ یہاں دلوں کے سودے ہوتے ہیں، جذبوں کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔ کلاسیکی شاعری میں اس کاروبار میں شریک کردار توازن کا دامن ہاتھ سے چھوڑ دیتے ہیں۔ کبھی بے وفائی سے دل و جگر خون کا دریا بن جاتا ہے تو کبھی اس راہ گزر پر ملنے والے مصائب عاشق کو اپنی بے بسی، مجبوری پر پشیمان کر دیتے ہیں۔ یوں اس راہ گزر پر ہونے والے سودے خسارے کا باعث بنتے ہیں۔ غالب کے کردار ہمیشہ خسارے برداشت کرنے کو تیار نہیں ہوتے۔ اور وہ بلا جھجک کہہ اٹھتے ہیں:

واں وہ غرورِ عز و ناز، یاں یہ حجابِ پاسِ وضع  
راہ میں ہم ملیں کہاں، بزم میں وہ بلائے کیوں ۶۰

راہ میں ملنے پر حجاب آتا ہے۔ یعنی عشق کی خریداری بھی مجبوری ہے اور جذبوں کی دکان داری بھی مجبوری ہے۔ وہ کہتے ہیں کہ وہ اپنی بزم میں تو نہیں بلاتا۔ راستے میں، میں کہاں ملوں اب۔ اسی لیے محبوب بازار میں پریش حال کو بے تاب ہے۔

سمجھ کے کرتے ہیں بازار میں وہ پریش حال  
کہ یہ کہے کہ سر رگزر ہے کیا کیسے ۶۱

بازار حال دل کہنے کا مقام نہیں۔ یہاں سرسری مزاج پرسی تو کی جاسکتی ہے مگر دل کی بات سر بازار کہنا تہذیب کے منافی سمجھا جاتا ہے۔ غالب کے اس شعر کا عاشق راہ گزر میں چال دریافت کرنے پر خوش نہیں ہے۔

غالب نے اپنے اشعار میں بازار کا براہ راست تذکرہ کم کیا ہے۔ نیز بازار بہ طور مخصوص جگہ اور خاص فضا سمیت، غالب کی نگاہ میں کم آتا ہے۔ ایک غزل گو کے لیے چیزوں کی مادیت سے زیادہ، ان کی اشاریت اہم ہوتی ہے۔ غالب کے یہاں بھی بازار کی اشاریت ملتی ہے۔ یعنی بازار کے بعض متعلقات اپنے استعاراتی معانی کے ساتھ۔ ہم نے بازار کی تاریخ کا جائزہ لیتے ہوئے دیکھا کہ بازار صرف اشیاء کے لین دین کی منڈی نہیں ہے۔ اس میں میل ملاقات بھی ہوتی ہے۔ یہ ایک دوسرے سے دکھ سکھ بانٹنے کی جگہ بھی ہے۔ یہاں مسافر ٹھہرتے اور دور دیسوں کے قصے بھی سناتے ہیں۔ یہ گزر گاہ بھی ہے۔ یہ سرائے بھی ہے۔ یہ بازار گھر کی چار دیواری اور دشت کی پہنائی کے مقابل تعلقات کو وسعت دینے کا ذریعہ بنتا ہے۔ غالب کے اشعار کا متکلم جس بازار کا مشاہدہ اور تجربہ کرتا ہے اس میں غلہ، کپڑا، برتن، زیورات، نہیں بکتے، نہ اس بازار میں قصے سنائے جاتے ہیں۔ مسافروں کا گزر بھی اس بازار سے کم ہی ہوتا ہے۔ غالب کا متکلم، محبت اور عشق کے بازار سے تعلق رکھتا ہے۔

سن اے غارت گر جنس وفا سن  
تکست قیمت دل کی صدا کیا ۶۲

عشق اور محبت بازار کی اشیاء تو نہیں۔ نہ ہی یہ برائے فروخت ہوتی ہیں۔ ان کو مول لینے والے خالی ہاتھ رہ جاتے ہیں۔ پھر غالب نے وفا

کو جنس کیوں کہا؟ جنس تو بازار میں رکھی جاتی ہے۔ جنس کے دام لگتے ہیں۔ سودا خریدار کو بھائے تو بک جاتا ہے ورنہ اور بھی بے مول ہو جاتا ہے۔ اگلے ہی مصرعے میں غالب یہ انکشاف کرتے ہیں کہ کوئی ہے جو جنس وفا کو تباہ کرنے پر تلا ہے۔ وفا کو غارت کرنے کا مطلب کسی کے دل کو توڑنا ہے۔ اور غالب کہتے ہیں کہ جنس وفا کو غارت کرنے والے دل کی ارزانی کی صدا سنو۔ عشق کے بازار سے گزرو تو تمہیں یہی آوازیں آئیں گی کہ دل کی قیمت کم ہو گئی ہے۔ دل کے ساتھ وفا، جذبے اور خلوص جیسے الفاظ یاد آتے ہیں جو عہدِ حاضر میں اپنی قدر کھو چکے ہیں۔

وفا کا تعلق انسانی اقدار سے ہے۔ بے وفائی کو اعلیٰ اقدار کے منافی سمجھا جاتا ہے۔ سرمایہ دارانہ نظام کے تشکیل کردہ بازاروں نے ان انسانی اقدار کو بھی جنس بازار بنایا۔ بازار میں اہمیت صرف زر، دولت اور مال کی رہ گئی ہے۔ یہ چیزیں جس بھی متاع کو بیچ کر حاصل ہوتی ہوں، اہل بازار اس کو بیچنے سے دریغ نہیں کرتے۔

بازار کے متعلقات میں کوچہ بھی شامل ہے۔ کوچہ اپنے اندر بے بہا امکانات رکھتا ہے۔ یہ پھیل سکتا ہے، بازار بن سکتا ہے۔ کوچہ اپنی سمت کا تعین کرنے کی آزادی رکھتا ہے۔ یہ کوچہ، بازار کی وسعتوں کو ہی نہیں اس کی چہتوں کو بھی متعین کرتا ہے۔ اسی مضمون کے ابتدائی صفحات میں بازار کے فارسی لغت سے درج کیے گئے معنی میں بازار کو کوچہ بھی کہا گیا، نیز ایک ایسی جگہ جہاں دکان دار اور گاہک آپس میں ملاقات کرتے ہیں اور معاملات طے کرتے ہیں۔ باہمی کاروبار کے اصول و ضوابط کا تعین ہوتا ہے۔ لہذا بازار کے متعلقات میں کوچہ نہایت اہمیت کا حامل ہے۔ غالب کے اشعار ملاحظہ کیجیے جن میں کوچہ کا ذکر کیا گیا ہے:

پھر تیرے کوچے کو جاتا ہے خیال  
دلِ گم گشتہ مگر یاد آیا<sup>۱۳</sup>  
گر نہیں نکلتِ گل کو ترے کوچے کی ہوس  
کیوں ہے گردِ رہِ جولانِ صبا ہو جانا<sup>۱۴</sup>  
کم نہیں جلوہ گری میں ترے کوچے سے بہشت  
یہی نقشہ ہے، ولے اس قدر آباد نہیں<sup>۱۵</sup>  
علاوہ عید کے ملتی ہے اور دن بھی شراب  
گدائے کوچہ سے خانہ نامراد نہیں<sup>۱۶</sup>  
ضعف سے نقشِ پئے مور، ہے طوقِ گردن  
ترے کوچے سے کہاں طاقتِ رم ہے ہم کو<sup>۱۷</sup>

کوچے کا ایک مطلب بازار میں ایسی جگہ ہے جہاں بیٹھ کر خریدار اور دکاندار معاملات طے کرتے ہیں۔ اس تناظر میں غالب کے اس شعر کے متکلم کو کوچے کی یاد کے ساتھ ہی گم شدہ دل بھی یاد آ گیا۔ یہاں محسوس ہوتا ہے کہ اس شعر کے متکلم کو جس

دکان دار سے واسطہ پڑا اس نے اس کے ساتھ عیاری کی اور اس کا دل اپنے پاس رکھ لیا ہے۔ یہ بھی ظاہر ہے کہ اس کو رکھنے کی کوئی قیمت ادا نہیں کی گئی۔ بازار کی زندگی میں اس طرح کی ہوشیاری اور عیاری کی بہت گنجائش ہوتی ہے۔

درج بالا اشعار کو ایک ساتھ پڑھا جائے تو غالب کے ہاں کوپے کی معنویت سمجھ میں آتی ہے۔ محبوب کا کوچہ جلوہ گری کا جو دل کش منظر پیش کرتا ہے اس سے متکلم کو بہشت کی یاد آتی ہے۔ بلکہ وہ بہشت کو محبوب کے کوپے سے کچھ کم ہی سمجھتے ہیں، اسی لیے تو معیار کوپے کو بناتے ہیں۔ وہ اس معیار پر جنت کو تولتے ہیں تو اس نتیجے پر پہنچتے ہیں کہ بہشت محبوب کے کوپے سے کم نہیں ہے۔ بس وہاں رونق ذرا کم ہے۔ اس شعر میں رونق کا لفظ بھی بازار کی طرف اشارہ کرتا ہے۔ بازار ایسی جگہ ہے جو سنان نہیں ہوتی۔ گہما گہمی اور رونق اس کے ساتھ مخصوص ہے۔ غالب کے مندرجہ بالا اشعار میں کوچہ ایک ایسی جگہ ہے جہاں پر اگر ایک بار جگہ مل جائے تو وہاں سے جانے کی طاقت نہیں رہتی۔ جہاں سے کبھی کوئی سائل نامراد نہیں لوٹتا۔ محبوب کے کوپے سے ایک بار ہو آئیں تو پھر عمر بھر اس کی یاد دل سے نہیں جاتی، اس کوپے میں جانے کی ہوس ہر خاص و عام میں رہتی ہے۔ یہ الگ بات کہ یہ ہر خاص و عام کی رسائی میں نہیں ہوتا۔ یہ کوچہ اسی کی رسائی میں ہو گا جس کے پاس دولت ہوگی۔ غالب کہتے ہیں:

ہم سے چھوٹا قمارخانہ عشق

واں جو جاویں، گرہ میں مال کہاں<sup>۱۸</sup>

بازار، راہ گزر، کوچہ اور گلی کی رسمیات بیان کرنے کے ساتھ ساتھ غالب کے اشعار میں متعلقات بازار کا ذکر بھی آتا ہے۔ وہ کہتے ہیں:

جو ہے تجھے سر سودائے انتظار تو آ

کہ ہیں دکان متاعِ نظر در و دیوار<sup>۱۹</sup>

غالب محبوب سے محبت کے معاملات کو بازار کی اصطلاحات اور علامتوں میں بیان کرتے ہیں۔ بازار جہاں ایک طرف انسان کی زندگی کی ضرورتیں، خواہشیں پوری کرتے ہیں، وہیں بازار انسان کو عیاشی کا سامان بھی فراہم کرتے ہیں۔ بازار انسان کو ہر چیز کے قابل رسائی ہونے کا احساس دلاتا ہے۔ اسی احساس کا دائرہ انسان اتنا بڑھا لیتا ہے کہ وہ جذبات و احساسات، عشق اور محبت جیسے ناقابل فروخت جذبوں کو بھی بازار میں ڈھونڈنے چل نکلتا ہے۔ ماجرا کچھ یوں ہے کہ جس وقت غالب کے اس شعر کا متکلم محبوب کے دیدار کی طلب کرتا ہے اور چاہتا ہے کہ اس مئے دیدار سے کچھ لطف اٹھالے، اور جانے سے پہلے وہ کسی آتے جاتے شخص سے بازار کے حالات کے بارے میں دریافت کرتا ہے تو اس کو جواب ملتا ہے کہ بھئی اگر تمہارے سر پر انتظار کا جنون سوار ہے تو ضرور آؤ کیوں کہ اس بازار کے درو دیوار نظر یا دیدار کی دکان بنے ہوئے ہیں۔ درو دیوار جو خود کسی کو آزادانہ کسی جگہ آنے جانے نہیں دیتے۔ لہذا ان درو دیوار سے دیدار خریدنا بھی ایک قول محال ہے۔ دیوار گری کے تو دیدار ملے گا۔ اس دیوار کے گرنے کا انتظار اتنا طویل ہوتا ہے کہ یہی انتظار عاشق کے جذبے کا امتحان بن جاتا ہے۔ محولہ بالا شعر میں دکان متاعِ نظر اور درو دیوار کے الفاظ اس جگہ کو بازار کے معنی پہناتے ہیں۔

ہوئی ہے کس قدر ارزانی مئے جلوہ  
کہ مست ہے ترے کوچے میں ہر در و دیوار

غالب کا متکلم کہتا ہے کہ محبوب کا جلوہ اس قدر، ارزاں ہو گیا ہے کہ ہر در و دیوار اس کے دیدار میں مست ہے۔ یہ بازار کا اصول ہے کہ جو چیز اپنی قیمت کم کر دیتی ہے اس کی طلب بھی بڑھ جاتی ہے۔ ارزاں اشیاء ہر ایک کی پہنچ میں رہتی ہیں۔ اور ہر کوئی ان سے فائدہ اٹھاتا ہے۔

میر اور غالب کی شاعری میں بازار کا تذکرہ مختلف انداز اور اسلوب میں ہوا ہے۔ انداز اور اسلوب مختلف ہونے کے باوجود دونوں کے ہاں بازار کے حوالے سے کچھ باتیں مشترک ہیں۔ ان کی شاعری میں ظاہر ہونے والا بازار خارجی زندگی کے بازاروں سے مختلف ہے۔ یہاں روزمرہ زندگی کی ضروریات کو پورا کرنے کا سامان نہیں ہوتا، نہ ہی اس بازار میں کھانے، پہننے اور رہائش سے متعلق سامان دستیاب ہوتا ہے۔ میر اور غالب کی شاعری کا بازار اردو کی کلاسیکی شاعری کے کرداروں: عاشق، محبوب اور رقیب کے باہمی معاملات کو بیان کرتا ہے۔ ان کی شاعری میں بازار اور بازار سے متعلقہ الفاظ کا استعمال بالواسطہ اس دور کے بازاروں اور ان بازاروں میں تجارت کے طور طریقوں کو اجاگر کرتا ہے۔ کلاسیکی شعر عاشق، محبوب اور رقیب کے کرداروں کے ذریعے حیات و کائنات کے مسائل کو سمجھنے اور سمجھانے کی کوشش کرتے ہیں۔ میر اور غالب بھی اگر اس دور کی معیشت اور تجارت کے انداز کو بیان کرنا چاہتے ہیں تو انھی کرداروں سے مدد لیتے ہیں۔ میر اور غالب نے بازار، بازار سے متعلق الفاظ، اصطلاحات، علامات کو غزل کے کرداروں سے ہم آہنگ کیا۔ یہ دونوں مختلف عناصر ہیں۔ ایک طرف سودے بازی، تجارت، مادیت ہے تو دوسری طرف جذبہ، خوشی اور طمانیت ہے۔ میر اور غالب کا کمال یہ ہے کہ انھوں نے ان عناصر کے باہمی تعامل سے اس عہد کی کاروباری زندگی کے ساتھ ساتھ انسانی اور تہذیبی اقدار کو بھی بہ خوبی بیان کیا ہے۔

## حواشی و حوالہ جات

- \* (پ: ۱۹۷۸ء) اسٹنٹ پروفیسر، شعبہ اُردو، گورنمنٹ ولایت حسین اسلامیاہ گریجویٹ کالج، ملتان۔
- ۱۔ حسن عمید، فرہنگ یک جلدی عمید (تہران: کتابخانہ ابن سینا، ۱۳۳۳ ش)، ۲۲۶-۲۲۷۔
  - ۲۔ مولانا وحید الزماں قاسمی کیرانوی، القاموس الجدید (کراچی: ادارہ اسلامیات، پبلشرز، بک سیلز، ایکسپورٹرز، جون ۱۹۹۰ء)، ۳۳۷، ۳۳۸۔
  - ۳۔ اردو لغت (تاریخی اصول پر)، جلد دوم (کراچی: ترقی اردو بورڈ، ۱۹۷۹ء)، دیکھیے لفظ: ”بازار“۔
  - ۴۔ شان الحق حقی، فرہنگ تلفظ (اسلام آباد: ادارہ فروغ قومی زبان، ۲۰۱۷ء)، ۶۷۳۔
  - ۵۔ اکبر الہ آبادی، کلیات اکبر، حصہ سوم (کراچی: پنجاب پبلشرز، س۔ن۔)، ۲۰۔
  - ۶۔ جان میک ملن *Reinventing The Bazaar: A Natural History of Markets*، (John McMillian) (نیویارک: ڈبل یو ڈبل یونیورسٹی اینڈ کمپنی، ۲۰۰۳ء)، ۲۰۔
- انگریزی اقتباس:

Market design consists of the mechanisms that organize buying and selling; channels for the flow of information; state-set laws and regulations that define property rights and sustain contracting; and the market's culture, its self-regulating norms, codes, and conventions governing behavior. While the design does not control what happens in the market – free decision-making is key – it shapes and supports the process of transacting.

- ۷۔ مبارک علی، ”بازار“، مشمولہ بازار اور دوسرے مضامین (لاہور: نگارشات، ۱۹۸۸ء)، ۸۔
  - ۸۔ اردو دائرہ معارف اسلامیہ، جلد ۹، بار دوم (لاہور: دائرہ معارف اسلامیہ، پنجاب یونیورسٹی، ۲۰۰۳ء)، ۳۰۷۔
  - ۹۔ عبدالرحمن امرتسری، حافظ، سفرنامہ بلاد اسلامیہ، جلد اول (لاہور: ملک سراج الدین اینڈ سنز تاجران کتب، ۱۹۳۱ء)، ۱۹۶۔
  - ۱۰۔ نصر رباط (Nasser Rabbat)، ”Ideal-type and Urban Hitory: The Development of the Suq in Damascus“، مشمولہ *The Bazaar in the Islamic City: Design, Culture, and History*، مرتب: محمد غیر بیور (قاہرہ: دی امریکن یونیورسٹی ان کازو پریس، ۲۰۱۲ء)، ۷۵۔
- انگریزی اقتباس:

For thousands of years, the suqs in the Old City of Damascus were constructed to represent the importance of commerce to the socioeconomic and political life of the city and to highlight its emerging role as a commercial hub between east and west, north and south. This was evident from the number of suqs built, over the course of centuries, throughout the intramural quarters in prominent and strategic locations that also determined the directions in which urban growth and expansion occurred .

- ۱۱۔ خورشید رضوی، عربی ادب قبل از اسلام، جلد اول (کراچی: ادارہ اسلامیات، پبلشرز، بک سیلز، ایکسپورٹرز، جون ۲۰۱۰ء)، ۱۳۷۔
- ۱۲۔ محمود شکر آلوسی، بلوغ العرب، جلد اول، مترجم: ڈاکٹر مجید محمد حسن (لاہور: مرکزی اردو بورڈ، ۱۹۷۷ء)، ۵۶۵۔
- ۱۳۔ محمد کاظم، عربی ادب کی تاریخ (لاہور: سنگ میل پبلی کیشنز، ۲۰۰۳ء)، ۲۶۔
- ۱۴۔ محمود شکر آلوسی، بلوغ العرب، جلد اول، ۵۶۳۔
- ۱۵۔ سید فیضان عباس نقوی، قدیمی لاہور گائیڈ ۱۹۰۹ء (لاہور: گلشن ہاؤس، ۲۰۲۰ء)، ۲۸۔
- ۱۶۔ ناصر خسرو، سفرنامہ حکیم ناصر خسرو، مترجم: مولوی محمد عبدالرزاق کاپوری (دہلی: انجمن ترقی اردو، ۱۹۳۱ء)، ۱۳۸۔
- ۱۷۔ مبارک علی، ”بازار“، مشمولہ بازار اور دوسرے مضامین، ۲۰۔

- ۱۸۔ شورش کاشمیری، اُسن بازار میں (لاہور: الفیصل ناشران و تاجران کتب، جون ۲۰۰۸ء)، ۳۹۔
- ۱۹۔ ایضاً، ۳۸۔
- ۲۰۔ سید عظیم، ملٹی نیشنل کمپنیاں: نیا سماراج، نیا نوآبادیاتی نظام (لاہور: دارالشعور، ۲۰۰۳ء)، ۱۳۳۔
- ۲۱۔ محمد سلیم، اکیسویں صدی کا سماراج (لاہور: نگارشات پبلشرز، ۲۰۱۶ء)، ۳۵۔
- ۲۲۔ اکبر الہ آبادی، کلیات اکبر، حصہ اول (کراچی: پنجاب پبلشرز، س۔ن۔)، ۶۹۔
- ۲۳۔ اردو لغت (تاریخی اصول پر)، جلد دوم، ۶۲۰۔
- ۲۴۔ مولوی سید احمد بلوی، فرہنگ آصفیہ، جلد اول و دوم (لاہور: اردو سائنس بورڈ، ۲۰۱۰ء)، ۳۵۱-۳۵۲۔
- ۲۵۔ اردو لغت (تاریخی اصول پر)، جلد دوم، ۶۲۳۔
- ۲۶۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد اول، مرتب: کلب علی خان فائق (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۸۶ء)، ۲۸۳۔
- ۲۷۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد دوم، مرتب: کلب علی خان فائق (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۹۱ء)، ۱۱۷۔
- ۲۸۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد ششم، مرتب: کلب علی خان فائق (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۹۱ء)، ۸۶۔
- ۲۹۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد سوم، مرتب: کلب علی خان فائق (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۸۱ء)، ۱۶۹۔
- ۳۰۔ شمس الرحمن فاروقی، شعرِ نشور انگیز، جلد سوم (نئی دہلی: قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، ۲۰۰۶ء)، ۵۳۳۔
- ۳۱۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد دوم، مرتب: کلب علی خان فائق (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۹۱ء)، ۱۳۰۔
- ۳۲۔ ایضاً، ۱۱۔
- ۳۳۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد چہارم، مرتب: کلب علی خان فائق (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۸۱ء)، ۸۳۔
- ۳۴۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد دوم (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۹۲ء)، ۷۱۔
- ۳۵۔ شمس الرحمن فاروقی، شعرِ نشور انگیز، جلد اول، ۶۰۔
- ۳۶۔ ایضاً، ۶۲۱-۶۲۲۔
- ۳۷۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد اول (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۸۳ء)، ۱۲۷۔
- ۳۸۔ ایضاً، ۹۲۔
- ۳۹۔ ایضاً، ۲۱۸۔
- ۴۰۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد اول (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۸۶ء)، ۳۸۱۔
- ۴۱۔ ایضاً، ۷۷۲۔
- ۴۲۔ ایضاً، ۳۳۱۔
- ۴۳۔ ڈاکٹر سلیم اختر، تنقیدی اصطلاحات: توضیحی لغت (لاہور: سنگ میل پبلی کیشنز، ۲۰۱۱ء)، ۹۵۔
- ۴۴۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد سوم (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۹۲ء)، ۳۴۶۔
- ۴۵۔ ایضاً، ۲۸۵۔
- ۴۶۔ ایضاً، ۷۷۱۔
- ۴۷۔ میر تقی میر، کلیات میر، جلد اول (لاہور: مجلس ترقی ادب، ۱۹۸۱ء)، ۱۷۲۔
- ۴۸۔ ایضاً، ۱۲۳۔
- ۴۹۔ مرزا سید اللہ خاں غالب، دیوان غالب، مرتب: حامد علی خان (لاہور: الفیصل ناشران و تاجران کتب، ۲۰۰۷ء)، ۱۵۳۔
- ۵۰۔ مولانا غلام رسول مہر، نوائے سروسش (لاہور: شیخ غلام علی اینڈ سنز پبلشرز (پرائیویٹ) لمیٹڈ، س۔ن۔)، ۲۲۳۔

- ۵۱۔ مرزا اسد اللہ خاں غالب، دیوان غالب، ۲۳۔  
 ۵۲۔ ایضاً، ۵۵۔  
 ۵۳۔ ایضاً، ۱۳۵۔  
 ۵۴۔ ایضاً۔  
 ۵۵۔ ایضاً، ۱۵۳۔  
 ۵۶۔ مولانا غلام رسول مہر، نوائے سروش، ۲۲۴۔  
 ۵۷۔ مرزا اسد اللہ خاں غالب، دیوان غالب، ۴۲۔  
 ۵۸۔ ایضاً، ۱۸۔  
 ۵۹۔ ایضاً، ۹۳۔  
 ۶۰۔ ایضاً، ۱۰۶۔  
 ۶۱۔ ایضاً، ۱۷۵۔  
 ۶۲۔ ایضاً، ۳۲۔  
 ۶۳۔ ایضاً، ۴۲۔  
 ۶۴۔ ایضاً، ۵۱۔  
 ۶۵۔ ایضاً، ۹۵۔  
 ۶۶۔ ایضاً، ۹۹۔  
 ۶۷۔ ایضاً، ۱۱۳۔  
 ۶۸۔ ایضاً، ۸۰۔  
 ۶۹۔ ایضاً، ۵۹۔  
 ۷۰۔ ایضاً۔

## Bibliography

- Akhtar, Saleem. *Tanqīdī Iṣṭalāḥāt: Tūzīhī Lughat*. Lahore: Sang-i Mīl Publications, 2011.
- Ali, Mubārīk. *Bāzār Āur dūsrē Mazāmūn*. Lahore: Nigarishāt, 1988.
- Allahabādī, Akbar. *Kulīyāt-i Ākbar*. Karachi: Punjab Publishers, n.d.
- Aloosi, Mehmood Shakrī. *Balūg Āl-Ārab*. Trans. Pīr Muhammad Hassan. Lahore: Markazī Urdu Board, 1967.
- Ameed, Hassan. *Farhang-i Amīd*. 1334 H.
- Amratsari, Hafīz Abdul Rehman. "Safarnāmah-i Bilād-i Islāmīah, Vol 1. Lahore: Malik Sirajuddin & Sons Tajiran-i Kutb, 1941.
- Azeem, Syed. *Malṭī Neshnal Kampanīyān: Nayā Sāmraj, Nayā Nau Ābādiyātī Niḡām*. Lahore: Dār ul Sha'ūr, 2004.
- Dehlvi, Molvi Syed Ahmad. *Farhang-i Āṣafīah*. n.d.
- Farooqī, Shams ur Rehman. *Shair Shaur Angēz*. Vol. 3rd. New Delhi: Qaumī Council baraye Farooq-i Urdu Zūbān, 2006.
- Ghalib, Mirza Asadullah Khan. *Dīwān-i Ghālib*. Lahore: Al Faiṣal Nāshirān-o-Tājirān-i Kutb, 2007.

- Haqi, Shan ul Haq. *Farhang-i Talafuż*. Islamabad: Idārā Farūgh-i Qoumī Zubān , 2017.
- Kashmiri, Shorish. *Us Bāzār Mein*. Lahore: Al Faisal Nāshrān-o-Tājirān-i Kutb , 2008
- Kazim, Muhammad. *‘Arabī Adab kī Tārīkh*. Lahore: Sang-i Mīl Publications, 2004.
- Khusro, Nasir. *Safarnāmah Hakīm Nāşir Khusro*. Delhi, 1941.
- Mehr, Maulana Ghulam Rasool. *Nāwa-i Sarosh*. Lahore: Shiekh Ghulām Ali and Sons (Pvt) Limited, n.d.
- Mir, Mir Taqi. *Kulīyāt-i Mīr*. Ed. Kalb Ali Khan Faiq. Vol. 6. Lahore: Majlis-i Taraqī Adab, 1986.
- Naqvi, Syed Faizan Abbas. *Qadīmī Lāhor Ga'id 1909*. Lahore: Fiction House, 1909.
- Rabbat, Nasser. “Ideal Type and Urban History: The Development of the Suq in Damascus”, In *The Bazaar in the Islamic City: Design, Culture and History*, Edited by Mohammad Gharipour, Cairo: American University in Cairo Press, 85, 2012.
- Rizvi, Khurshid. *‘Arabī Adab qabl az Islām*. Vol. 2. Karachi: Idārā Islāmīyāt Publishers, 2010.
- Urdū Da'irah-i M'ārif-i Islāmīyah*, Vol.9. Lahore: Dai'ra-i Ma'ārif -i Islāmīyah Punjab University, 2004.
- Urdū Lughat (Tārīkhī Uşūl Per)*. Vol. 1. Karachi: Taraqī Urdu Board, 1979.