AL-HAYAT Research Journal
HJRS HEC Journal Recognition System Category Y
Volume 3 Issue 4 (July-Sep 2026)
ISSN (Online): 3006-4767
ISSN (Print):: 3006-4759

# قرآنی تصورِ اِلہاء اور توجہ کی معیشت (Attention Economy): ایک عصری مطالعہ

# The Quranic Concept of Ilha' and the Attention Economy: A Contemporary Study

**Misbah Naseem**
Assistant Professor, Department of Islamic Studies
Government Graduate College for Women, Gakhar Mandi, Gujranwala, Pakistan
PhD Scholar, Allama Iqbal Open University, Islamabad, Pakistan
Email: misbahbajwa5@gmail.com

**Dr Hafiz Muhammad Arshad Iqbal**
Assistant Professor, Department of Islamic Studies (Quran & Tafsir) Allama Iqbal Open University, Islamabad.
Email: arshad.iqbal@aiou.edu.pk

**Muhammad Nawaz**
Doctorate Candidate at Department of Islamic Studies (Quran & Tafsir) Allama Iqbal Open University, Islamabad.
Email: nawazrajput1@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0000-6493-5970

*Abstract*

The competition to attract and retain human attention has grown considerably in contemporary life. Online platforms, advertising, entertainment, and the continuous circulation of content not only occupy time but also influence what individuals notice, pursue, and prioritise. Against this background, this article examines the Qur'anic concept of ilhāʾ and its relevance to contemporary discussions of the attention economy. The study adopts a qualitative, library-based and analytical approach, drawing upon selected Qur'anic passages, their exegetical interpretations, and contemporary scholarship on attention as an economic resource. Particular attention is given to al-Takāthur (102:1–2), al-Munāfiqūn (63:9), al-Nūr (24:37), and al-Jumuʿah (62:9–11). Read together, these passages indicate that ilhāʾ is not simply engagement in worldly affairs; rather, it involves a displacement of attention whereby one concern diverts a person from another that carries a stronger claim at that moment. The Qur'anic treatment of trade makes this distinction particularly clear: economic activity is recognised, but it is not permitted to displace obligations that take precedence over it. This distinction becomes significant in an economy in which human attention itself carries economic value and is actively sought, retained, and monetised. The article therefore uses ilhāʾ as a Qur'anic analytical lens for examining the direction, duration, and competition for human attention and their implications for individual responsibilities.

Keywords: Ilhāʾ; Attention Economy; Qur'anic Studies; Human Attention; Takāthur; Economic Activity.

## تعارف:

انسانی زندگی میں توجہ ایک بنیادی ذہنی صلاحیت کی حیثیت رکھتی ہے، جس کے ذریعے انسان اپنے گرد و پیش میں موجود متعدد معلومات، سرگرمیوں اور محرکات میں سے اپنی ضرورت اور مقصد سے متعلق امور پر توجہ مرکوز کرتا اور اپنی فکری و عملی توانائی ان کی جانب صرف کرتا ہے۔ عصر حاضر میں ذرائع ابلاغ اور ابلاغی ٹیکنالوجی کی غیر معمولی ترقی نے معلومات تک رسائی کو وسیع کیا ہے، تاہم معلومات کی اس کثرت کے مقابلے میں انسانی توجہ محدود ہے۔ اسی بنا پر جدید معاشی مباحث میں توجہ کو ایک کمیاب اور قیمتی وسیلہ قرار دیا جاتا ہے۔ اسی تناظر میں توجہ کی معیشت (Attention Economy) کا تصور سامنے آتا ہے، جس میں انسانی توجہ ایک اہم معاشی وسیلے کی


CC BY

حیثیت اختیار کرتی ہے اور مختلف تجارتی ادارے اور آن لائن پلیٹ فارمز اس کے حصول، اسے برقرار رکھنے اور اس سے معاشی منفعت حاصل کرنے کے لیے مختلف ذرائع بروئے کار لاتے ہیں۔

توجہ کی معیشت کا دائرہ محض اشتہارات تک محدود نہیں، بلکہ سوشل میڈیا اور دیگر آن لائن پلیٹ فارمز، شخصی نوعیت کے مواد (Personalized Content)، مواد کی ترتیب و سفارش اور صارف کو مسلسل مصروف رکھنے والے طریقوں نے انسانی توجہ کو موجودہ معاشی نظام میں مزید اہم بنا دیا ہے۔ معلومات، مواد اور محرکات کا دائرہ وسیع ہونے اور توجہ کسی خاص سمت میں زیادہ صرف ہونے کی صورت میں انسان کے لیے دیگر ضروری سرگرمیوں کو مطلوبہ درجے کی توجہ دینا مشکل ہو سکتا ہے۔ چنانچہ یہ معاملہ صرف معلومات کی فراوانی تک محدود نہیں رہتا بلکہ انسانی توجہ کی تقسیم، اس پر اختیار اور اہم امور کے درمیان ترجیح کے تعین سے بھی متعلق ہو جاتا ہے۔

قرآن مجید انسانی توجہ اور اس کی ترجیحات کے مسئلے کو ایک خاص اخلاقی و ہدایتی تناظر میں پیش کرتا ہے۔ اس ضمن میں اِلٰہاء کا قرآنی تصور خصوصی اہمیت رکھتا ہے۔ قرآن مجید میں مختلف مقامات پر ایسی مشغولیات کا ذکر کیا گیا ہے جو انسان کو زیادہ اہم ذمہ داریوں اور مقاصد سے غافل یا منصرف کر سکتی ہیں۔ سورۃ التکاثر میں ارشاد ہے: ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾[1] جہاں تکاثر کو اِلٰہاء کا سبب قرار دیا گیا ہے۔ اسی طرح مال اور اولاد کے بارے میں فرمایا گیا: ﴿لَا تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ﴾۔[2] ان آیات میں اِلٰہاء کا مفہوم ایسی مشغولیت کی طرف اشارہ کرتا ہے جو انسان کی توجہ کو اہم تر امور اور ذمہ داریوں سے دوسری جانب منتقل کر دے۔

قرآن مجید کا معاشی سرگرمی کے حوالے سے طرزِ بیان بھی اس ضمن میں قابلِ توجہ ہے۔ سورۃ النور میں ایسے افراد کی تحسین کی گئی ہے جنہیں ﴿لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ﴾[3]، یعنی تجارت اور خرید و فروخت ذکرِ الٰہی سے غافل نہیں کرتیں۔ اس سے یہ پہلو سامنے آتا ہے کہ معاشی سرگرمی بذاتِ خود اِلٰہاء نہیں، بلکہ اس کا انسان کی اہم تر ذمہ داریوں پر غالب آ جانا قابلِ توجہ امر ہے۔ اسی کی ایک عملی صورت سورۃ الجمعہ میں سامنے آتی ہے، جہاں تجارت یا لہو کی طرف متوجہ ہو کر خطبۂ جمعہ چھوڑ دینے کا ذکر ہے: ﴿وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انْفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا﴾۔[4]

موجودہ دور میں انسانی توجہ ایک اہم معاشی قدر کی حامل بن چکی ہے اور مختلف ذرائع اس کے حصول اور اسے زیادہ دیر تک مصروف رکھنے کے لیے سرگرم ہیں؛ ایسے میں قرآنی تصورِ اِلٰہاء کا مطالعہ عصری تناظر میں خصوصی اہمیت اختیار کر جاتا ہے۔ تاہم توجہ کی معیشت کو براہِ راست قرآنی اِلٰہاء کا مترادف قرار دینا درست نہیں، کیونکہ دونوں تصورات اپنے اپنے علمی اور تاریخی سیاق رکھتے ہیں۔ زیرِ نظر تحقیق اسی امتیاز کو برقرار رکھتے ہوئے قرآن مجید میں اِلٰہاء سے متعلق آیات اور ان کی تفسیری توضیحات کی روشنی میں اس تصور کی بنیادی جہات متعین کرتی ہے اور ان کی بنیاد پر توجہ کی معیشت کا تجزیہ کرتی ہے۔ اس مطالعے کی اہمیت اس امر میں ہے کہ یہ انسانی توجہ کے موجودہ معاشی استعمال کو محض وقت یا مصروفیت کے مسئلے کے طور پر نہیں دیکھتا، بلکہ قرآنی تصورِ اِلٰہاء کی روشنی میں یہ واضح کرنے کی کوشش کرتا ہے کہ توجہ کی سمت، اس کا تسلسل اور اس کے حصول کی معاشی مسابقت انسان کو ان امور اور ذمہ داریوں سے کس طرح منصرف کر سکتی ہے جو اس سے زیادہ اہمیت اور توجہ کے متقاضی ہیں۔ یوں یہ تحقیق قرآنی تصورِ اِلٰہاء کو عصری معاشی مباحث سے جوڑتے ہوئے انسانی توجہ، مشغولیت اور اہم امور کے درمیان ترجیح کے تعین کے مطالعے کے لیے ایک تفسیری و تجزیاتی زاویہ فراہم کرتی ہے۔

**مسئلۂ تحقیق:**

موجودہ دور میں انسانی توجہ کے حصول، اسے برقرار رکھنے اور معاشی قدر میں تبدیل کرنے کے منظم طریقوں نے توجہ کی سمت اور اس کے استعمال کو ایک اہم عصری مسئلہ بنا دیا ہے۔ قرآن مجید میں اِلٰہاء کا تصور ایسی مشغولیت کی نشان دہی کرتا ہے جو انسان کو زیادہ اہم امور اور ذمہ داریوں سے منصرف کر دے، تاہم اس تصور کو موجودہ توجہ کی معیشت کے تناظر میں تفسیری بنیادوں پر منظم طور پر سمجھنے کی ضرورت موجود ہے۔ زیرِ نظر تحقیق کا بنیادی مسئلہ یہی ہے کہ قرآنی تصورِ اِلٰہاء کی تفسیری جہات کی روشنی میں انسانی توجہ کے موجودہ معاشی استعمال اور اہم تر انسانی ذمہ داریوں کے باہمی تعلق کو کس طرح سمجھا جا سکتا ہے۔


CC BY

**سابقہ مطالعات اور تحقیقی خلا:**

توجہ کی معیشت(Attention Economy) کے حوالے سے جدید علمی مباحث میں انسانی توجہ کو ایک محدود وسیلے کے طور پر دیکھتے ہوئے معلومات کی فراوانی، توجہ کے حصول کی مسابقت اور اس کی معاشی قدر جیسے پہلو زیرِ بحث آئے ہیں۔ ابتدائی علمی بحث میں معلومات کی کثرت کے مقابل انسانی توجہ کی کمیابی کی نشان دہی کی گئی، جبکہ بعد کی معاشی تحقیقات نے یہ واضح کیا کہ محدود انسانی توجہ صارفین تک رسائی، اشتہارات اور مختلف اداروں کے درمیان مسابقت سے بھی گہرا تعلق رکھتی ہے۔ حالیہ مطالعات میں آن لائن پلیٹ فارمز، صارفین کی ترجیحات سے متعلق معلومات اور ہدفی اشتہارات کے تناظر میں توجہ کو ایک باقاعدہ معاشی وسیلے کے طور پر بھی دیکھا گیا ہے۔

اسلامی مطالعات میں توجہ کی معیشت سے متعلق حالیہ تحقیقات کا ایک نمایاں رخ دعوت اور مذہبی ابلاغ ہے۔ Hilmi Mubarok اور Nova Siti Umaya نے The Commodification of Islamic Da'wah in the Attention Economy through Ali Shariati's Critical Thought میں توجہ کی معیشت کے تحت آن لائن دعوت کی تجارتی صورت پذیری کا جائزہ لیتے ہوئے اس امر کا مطالعہ کیا ہے کہ توجہ کے حصول کی منطق دعوتی مواد اور اس کے مذہبی و فکری کردار کو کس طرح متاثر کر سکتی ہے۔ اسی طرح Nurul Nisha Mohd Shah، S. Salahudin Suyurno اور Mohd Radzman Basinon نے Capsule Videos and Digital Da'wah: Developing an Islamic Communication Model in the Attention Economy Era میں مختصر دعوتی ویڈیوز کو موضوع بناتے ہوئے توجہ کی معیشت کے ماحول میں اسلامی ابلاغ کے لیے ایک عملی تصوراتی ماڈل پیش کیا ہے۔[5]

اس بحث کا دوسرا اہم رخ روحانی ضبط اور مذہبی اتھارٹی سے متعلق ہے۔ Achmad Zain Avicena اور Muchammad Helmi Umam نے The Genealogy of Digital Asceticism in the Vortex of the Attention Economy: The Dialectic of Technologies of the Self and Muraqabah میں توجہ کی معیشت کے مقابل مراقبہ اور ڈیجیٹل زہد کو روحانی خود نگرانی اور انسانی خود اختیاری کے تناظر میں دیکھا ہے۔ دوسری جانب A'isyah نے Charisma in the Cloud: Digital Ulama, Attention Economy, and the Mediatized Construction of Islamic Marriage in Indonesia میں آن لائن مذہبی شخصیات، مقبولیت، مذہبی اتھارٹی اور اسلامی ازدواجی بیانیے کے تعلق کا مطالعہ کیا ہے۔ ان تحقیقات سے واضح ہوتا ہے کہ اسلامی تناظر میں توجہ کی معیشت پر علمی کام موجود ہے، تاہم اس کا غالب رخ دعوت، مذہبی ابلاغ، مذہبی مواد کی تجارتی صورت پذیری، روحانی ضبط اور مذہبی اتھارٹی جیسے موضوعات کی طرف رہا ہے۔[6]

اس موجودہ علمی کام کے باوجود قرآن مجید کے تصورِ اِلٰہاء کو مرکزی موضوع بنا کر اس سے متعلق مختلف قرآنی مقامات اور منتخب تفسیری تعبیرات کو یکجا کرنے، اور پھر ان کی روشنی میں توجہ کی معیشت کا منظم تجزیہ کرنے کی گنجائش باقی ہے۔ بالخصوص تکاثر، مال و اولاد، تجارت اور لہو کے حوالے سے اِلٰہاء کی مختلف صورتیں انسانی توجہ کی سمت، اس کے تسلسل، توجہ کے حصول کی معاشی مسابقت اور اہم تر انسانی ذمہ داریوں کے باہمی تعلق کو سمجھنے کے لیے ایک الگ زاویہ فراہم کرتی ہیں۔ زیرِ نظر تحقیق اسی علمی خلا کو سامنے رکھتے ہوئے قرآنی تصورِ اِلٰہاء کی تفسیری جہات متعین کرتی ہے اور ان کی روشنی میں موجودہ توجہ کی معیشت کا تجزیاتی مطالعہ کرتی ہے۔

**مقاصدِ تحقیق:**

1. قرآن مجید میں اِلٰہاء کے مفہوم اور اس کی تفسیری جہات کو واضح کرنا۔
2. قرآن مجید میں اِلٰہاء سے متعلق تکاثر، مال، تجارت اور لہو جیسے عوامل اور انسانی توجہ و ترجیحات سے ان کے تعلق کا جائزہ لینا۔
3. توجہ کی معیشت(Attention Economy) کے تصور، اس کی بنیادی خصوصیات اور انسانی توجہ کے معاشی استعمال کا مطالعہ کرنا۔
4. قرآنی تصورِ اِلٰہاء کی روشنی میں موجودہ توجہ کی معیشت کا تجزیہ کرتے ہوئے انسانی توجہ، معاشی سرگرمی اور اہم تر ذمہ داریوں کے باہمی تعلق کو واضح کرنا۔


CC BY

### تحقیقی سوالات:

1. قرآن مجید میں اِلہاء کا مفہوم کیا ہے اور مفسرین نے اس کی کن جہات کو واضح کیا ہے؟
2. قرآن مجید میں اِلہاء سے متعلق تکاثر، مال، تجارت اور لہو جیسے عوامل کا انسانی توجہ اور ترجیحات سے کیا تعلق ہے؟
3. توجہ کی معیشت (Attention Economy) سے کیا مراد ہے، اس کی بنیادی خصوصیات کیا ہیں اور اس میں انسانی توجہ کس طرح معاشی اہمیت اختیار کرتی ہے؟
4. قرآنی تصورِ اِلہاء کی روشنی میں موجودہ توجہ کی معیشت میں انسانی توجہ، معاشی سرگرمی اور اہم تر ذمہ داریوں کے باہمی تعلق کو کس طرح سمجھا جاسکتا ہے؟

### منہجِ تحقیق:

زیرِ نظر تحقیق معیاری (Qualitative) نوعیت کی ہے، جس میں تجزیاتی طریقۂ کار اختیار کیا گیا ہے۔ تحقیق میں اِلہاء سے متعلق منتخب قرآنی آیات کو بنیادی ماخذ کے طور پر پیشِ نظر رکھا گیا ہے۔ اِلہاء کے لغوی مفہوم کی وضاحت کے لیے مستند عربی لغات، جبکہ اس کی تفسیری جہات کے مطالعے کے لیے منتخب تفاسیر سے استفادہ کیا گیا ہے۔ توجہ کی معیشت (Attention Economy) کے مفہوم، اس کی بنیادی خصوصیات اور انسانی توجہ کے معاشی استعمال کو سمجھنے کے لیے متعلقہ معاصر علمی و تحقیقی مطالعات سے استفادہ کیا گیا ہے۔ حاصل شدہ مواد کا تجزیہ کرتے ہوئے قرآنی تصورِ اِلہاء کی بنیادی جہات کی روشنی میں موجودہ توجہ کی معیشت کا مطالعہ کیا گیا ہے، تاہم دونوں تصورات کو ایک دوسرے کا مترادف قرار دینے کے بجائے ان کے اپنے علمی سیاق کو ملحوظ رکھا گیا ہے۔

### اِلہاء: لغوی اور قرآنی مفہوم:

لفظ اِلہاء عربی مادہ ل-ہ-و سے مشتق ہے۔ ابن فارس اس مادے کے بنیادی مفہوم کو «شُغْلٌ عَنْ شَيْءٍ بِشَيْءٍ» سے تعبیر کرتے ہیں، یعنی ایک چیز کے سبب دوسری چیز سے مشغول ہو جانا۔ راغب اصفہانی اسی مفہوم کو مزید واضح کرتے ہوئے لکھتے ہیں: «أَلْهَاهُ كَذَا، أَيْ: شَغَلَهُ عَمَّا هُوَ أَهَمُّ إِلَيْهِ»، یعنی کسی چیز نے انسان کو اس امر سے مشغول کر دیا جو اس کے لیے زیادہ اہم تھا۔ اس لغوی مفہوم سے واضح ہوتا ہے کہ اِلہاء محض کسی سرگرمی میں مصروف ہونے کا نام نہیں، بلکہ اس میں ایک ایسی مشغولیت کا مفہوم پایا جاتا ہے جو انسان کی توجہ کو کسی زیادہ اہم امر سے دوسری جانب منتقل کر دے۔[7]

قرآن مجید میں اِلہاء کا استعمال اسی بنیادی مفہوم کو مختلف صورتوں میں واضح کرتا ہے۔ سورۃ التکاثر میں ارشاد ہے: ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾ (التکاثر: 1)۔ یہاں تکاثر، یعنی کثرت کی خواہش اور ایک دوسرے سے بڑھنے کی رغبت، اِلہاء کا سبب بنتی ہے۔ سورۃ المنافقون میں فرمایا گیا: ﴿لَا تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ﴾ (المنافقون: 9)۔ اس مقام پر مال اور اولاد کو بذاتِ خود قابلِ مذمت قرار نہیں دیا گیا، بلکہ اس صورت سے روکا گیا ہے جب ان سے وابستگی انسان کو ذکرِ الٰہی سے مشغول کر دے۔[8]

اسی طرح سورۃ النور میں فرمایا گیا: ﴿لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ﴾ (النور: 37)۔ یہاں تجارت اور خرید و فروخت موجود ہیں، لیکن اہلِ ایمان کی صفت یہ بیان کی گئی ہے کہ یہ معاشی سرگرمیاں انہیں ذکرِ الٰہی سے غافل نہیں کرتیں۔ سورۃ الجمعۃ میں اسی مفہوم کی ایک عملی صورت سامنے آتی ہے، جہاں تجارت اور لہو کی طرف متوجہ ہو کر خطبۂ جمعہ چھوڑ دینے کا ذکر کیا گیا ہے: ﴿وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انْفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا﴾ (الجمعۃ: 11)۔[9]

ان لغوی اور قرآنی استعمالات کی روشنی میں اِلہاء ایسی مشغولیت ہے جو انسان کی توجہ کو زیادہ اہم امور سے ہٹا دے اور ان امور کو پس پشت ڈال دے جنہیں اس کی زندگی میں ترجیح حاصل ہونی چاہیے۔


CC BY

## قرآنی تصورِ اِلْہاء کی تفسیری جہات:

قرآنی تصورِ اِلْہاء کی تفہیم میں سورۃ التکاثر کی ابتدائی آیات خصوصی اہمیت رکھتی ہیں:

﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ ۝ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ﴾(التکاثر:1-2)

ان آیات کی تفسیر میں مفسرین نے اِلْہاء کو محض مصروفیت کے معنی میں نہیں لیا، بلکہ اس مشغولیت کی نوعیت، اس کے اسباب اور ان امور کو بھی واضح کیا ہے جن سے انسان کی توجہ تکاثر کے باعث ہٹ جاتی ہے۔

امام طبری کے نزدیک ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾ سے مراد مال اور تعداد کی کثرت پر باہمی فخر و مباہات کا انسان کو اپنے رب کی اطاعت اور ان اعمال سے مشغول کر دینا ہے جو اسے اللہ تعالیٰ کی ناراضی سے نجات دلا سکتے ہیں۔ وہ قتادہ کا قول بھی نقل کرتے ہیں کہ لوگ اپنی تعداد کی کثرت پر ایک دوسرے سے فخر کرتے رہے، یہاں تک کہ اسی حالت میں قبروں تک پہنچ گئے۔ اس تعبیر میں تکاثر ایسی مسلسل مشغولیت کے طور پر سامنے آتا ہے جو انسان کو اطاعت اور انجام کی فکر سے دور رکھ سکتی ہے۔[10]

امام ماتریدی کے ہاں ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾ میں اس امر کو صراحت کے ساتھ متعین نہیں کیا گیا جس سے تکاثر نے انسان کو مشغول کیا۔ وہ اس کے متعدد احتمالات بیان کرتے ہیں، جن میں توحید، نبوت کے دلائل اور بعث و آخرت سے متعلق غور و فکر شامل ہیں۔ ان کے نزدیک آیت کا اسلوب اس مفہوم کو وسعت دیتا ہے کہ تکاثر انسان کو ان بنیادی حقائق اور ذمہ داریوں سے مشغول کر سکتا ہے جن کی طرف اسے متوجہ ہونا چاہیے، اور یہ مشغولیت موت تک جاری رہ سکتی ہے۔[11]

فخر الدین رازی اِلْہاء کی نوعیت کو توجہ کے ایک رخ سے دوسرے رخ کی طرف منتقل ہونے کے تناظر میں واضح کرتے ہیں۔ ان کے مطابق «الانصراف إلى الشيء يقتضي الإعراض عن غيره»، یعنی کسی ایک چیز کی طرف متوجہ ہونا دوسری چیز سے اعراض کو لازم کرتا ہے۔ وہ تکاثر کو صرف مال تک محدود نہیں رکھتے بلکہ مال، جاہ اور اعوان و انصار کی کثرت پر باہمی تفاخر کو بھی اس میں شامل کرتے ہیں۔ اس تعبیر میں اِلْہاء کا تعلق اس امر سے قائم ہوتا ہے کہ ایک مشغولیت انسان کی توجہ کو دوسری، زیادہ اہم سمت سے ہٹا دیتی ہے۔[12]

امام قرطبی اِلْہاء کو شغل کے مفہوم میں بیان کرتے ہیں۔ ان کے نزدیک مال اور تعداد میں کثرت کی خواہش اور اس پر باہمی فخر انسان کو اللہ تعالیٰ کی اطاعت سے مشغول کر دیتا ہے۔ اس توضیح میں اصل مسئلہ مال یا کثرت کا وجود نہیں بلکہ اس کا ایسی مشغولیت بن جانا ہے جو انسان کو ان امور سے ہٹا دے جن کی طرف اس کی توجہ زیادہ ضروری ہے۔[13]

ابن عاشور ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾ کی توضیح میں اِلْہاء کو «شغلكم عما يجب عليكم الاشتغال به» کے مفہوم میں بیان کرتے ہیں، یعنی تکاثر نے تمہیں اس چیز سے مشغول کر دیا جس میں تمہیں مشغول ہونا چاہیے تھا۔ ان کے ہاں لہو کا مفہوم بھی ایسے امر سے متعلق ہے جو انسان کو زیادہ اہم چیز سے ہٹا دے۔ اس تعبیر سے اِلْہاء میں محض مشغولیت کے بجائے مختلف امور کے درمیان اہمیت اور ترجیح کا پہلو نمایاں ہوتا ہے۔[14]

وہبہ زحیلی تکاثر کے مفہوم میں مال، اولاد، اعوان و انصار اور دیگر دنیوی اسباب کی کثرت اور ان پر باہمی فخر کو شامل کرتے ہیں۔ ان کے مطابق ایسی کثرت میں مشغولیت انسان کو اللہ تعالیٰ کی اطاعت اور آخرت کی تیاری سے غافل کر سکتی ہے۔ یوں ان کی توضیح میں بھی تکاثر کا مسئلہ محض دنیوی وسائل کا حصول نہیں، بلکہ ان کا اس حد تک انسان پر غالب آ جانا ہے کہ زیادہ اہم ذمہ داریاں پس پشت چلی جائیں۔[15]

## توجہ کی معیشت (Attention Economy): معنی و مفہوم اور بنیادی خصوصیات:

موجودہ دور میں انسان کے سامنے معلومات، خبریں، اشتہارات، تفریحی مواد اور دیگر محرکات کی مقدار میں غیر معمولی اضافہ ہوا ہے، جبکہ انسان کی توجہ بہر حال محدود ہے اور وہ بیک وقت ہر موجود چیز پر یکساں توجہ مرکوز نہیں کر سکتا۔ اس کے پاس دستیاب وقت بھی محدود ہے، اس لیے معلومات اور مواد کی فراوانی کے ساتھ یہ سوال


CC BY

زیادہ اہم ہو جاتا ہے کہ اس کی توجہ کس جانب مبذول ہوتی ہے، وہ کسی سرگرمی پر کتنا وقت صرف کرتا ہے اور مختلف ذرائع اس توجہ کو حاصل کرنے کے لیے کس طرح باہم مسابقت کرتے ہیں۔

Herbert A. Simon نے معلومات کی فراوانی اور انسانی توجہ کے تعلق کو واضح کرتے ہوئے اس امر کی نشان دہی کی کہ معلومات کی کثرت اپنے مقابل توجہ کی کمیابی پیدا کرتی ہے۔ ان کے نزدیک معلومات کے مختلف ذرائع انسان کی اسی محدود توجہ کے طالب ہوتے ہیں، اس لیے اصل مسئلہ توجہ کی مؤثر تقسیم کا بھی ہے۔ Simon توجہ کی محدودیت کو وقت سے بھی مربوط کرتے ہیں، کیونکہ کسی پیغام یا اطلاع پر صرف ہونے والی توجہ کا اندازہ اس وقت سے کیا جا سکتا ہے جو انسان اسے دیتا ہے۔ اس طرح معلومات کی فراوانی کے ماحول میں انسانی توجہ ایک ایسا محدود وسیلہ بن جاتی ہے جس کے استعمال اور تقسیم کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔[16]

بعد کے علمی مباحث میں یہی مسئلہ توجہ کی معیشت (Attention Economy) کے تصور کے تحت زیادہ نمایاں ہوا۔ Michael H. Goldhaber نے 1997ء میں انٹرنیٹ کے تناظر میں توجہ کی کمیابی اور اس کی بڑھتی ہوئی اہمیت کو موضوع بنایا۔ اس تصور کی رو سے جب معلومات اور مواد بہت زیادہ ہوں لیکن انہیں دیکھنے، سننے اور سمجھنے کے لیے انسانی توجہ محدود ہو تو مختلف ذرائع کے درمیان مسابقت صرف مواد فراہم کرنے تک محدود نہیں رہتی، بلکہ انسانی توجہ حاصل کرنا بھی اس مسابقت کا ایک اہم حصہ بن جاتا ہے۔ چنانچہ توجہ کی معیشت کو ایسے ماحول کے طور پر سمجھا جا سکتا ہے جس میں انسانی توجہ اپنی محدودیت کے باعث اہمیت اختیار کرتی ہے اور مختلف ذرائع اسے حاصل کرنے اور برقرار رکھنے کی کوشش کرتے ہیں۔[17]

توجہ کی معیشت کی ایک بنیادی خصوصیت محدود انسانی توجہ کے حصول کی مسابقت ہے۔ معلومات اور مواد میں اضافہ انسانی توجہ کی استعداد میں اسی تناسب سے اضافہ نہیں کرتا؛ اس لیے مختلف معلومات، خدمات اور مواد ایک ہی محدود توجہ میں سے اپنا حصہ حاصل کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ Josef Falkinger نے محدود انسانی توجہ کو معلومات سے بھرپور معیشت میں ایک کمیاب وسیلے کے طور پر دیکھتے ہوئے واضح کیا ہے کہ صارفین کی محدود توجہ معاشی مسابقت کو متاثر کرتی ہے اور اس کے حصول کے لیے مختلف سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں۔ یوں توجہ کی معیشت میں اہم سوال صرف زیادہ مواد فراہم کرنا نہیں رہتا بلکہ یہ بھی ہوتا ہے کہ موجود مواد کے درمیان انسان کی توجہ کس ذریعے کو حاصل ہوتی ہے۔[18]

انسانی توجہ کے ساتھ وقت کا تعلق بھی اس بحث کا اہم پہلو ہے۔ کسی سرگرمی، مواد یا محرک کو دی جانے والی توجہ دستیاب وقت کے ایک حصے کو بھی اسی سمت صرف کرتی ہے۔ یوں توجہ کی تقسیم محض ذہنی ارتکاز کا معاملہ نہیں رہتی بلکہ اس کا تعلق وقت کے استعمال سے بھی قائم ہو جاتا ہے۔ Guy Aridor کے تجرباتی مطالعے میں Instagram یا YouTube تک رسائی محدود کیے جانے پر شرکاء نے اپنے وقت کا کچھ حصہ دوسری ایپس اور کچھ حصہ فون سے باہر کی سرگرمیوں کی طرف منتقل کیا۔ یہ نتائج اس بات کو سمجھنے میں مدد دیتے ہیں کہ کسی ایک ذریعے کو دیا جانے والا وقت اور توجہ دوسری ممکنہ سرگرمیوں سے الگ نہیں ہوتے؛ ایک سمت میں توجہ اور وقت کم یا زیادہ ہونے سے دوسری سرگرمیوں کے لیے دستیاب وقت بھی متاثر ہو سکتا ہے۔[19]

توجہ کی معیشت کی ایک اور نمایاں خصوصیت یہ ہے کہ توجہ حاصل کرنے کے ساتھ اسے برقرار رکھنا بھی معاشی اہمیت رکھتا ہے۔ بالخصوص اشتہارات پر مبنی کاروباری نظام میں بعض آن لائن پلیٹ فارمز صارفین کی دلچسپیوں اور ترجیحات سے متعلق معلومات کی بنیاد پر اشتہارات کو ان کے سامنے پیش کرتے ہیں۔ Andrea Prat اور Tommaso Valletti نے اس تعلق کو معاشی مسابقت کے تناظر میں واضح کرتے ہوئے دکھایا ہے کہ پلیٹ فارمز صارفین کی مصنوعات سے متعلق ترجیحات کی معلومات رکھتے ہوئے ہدفی اشتہارات (Targeted Advertising) کے ذریعے ان کی توجہ تک رسائی فراہم کر سکتے ہیں۔ اس طرح انسانی توجہ صرف کسی مواد کو دیکھنے یا سننے تک محدود نہیں رہتی، بلکہ اشتہارات کے ذریعے معاشی سرگرمی سے بھی وابستہ ہو جاتی ہے۔[20]

Daniel Chen کی حالیہ تحقیق اس معاشی تعلق کو مزید واضح کرتی ہے۔ ان کے ماڈل میں مصنوعات کی منڈی کے ساتھ توجہ کی ایک منڈی بھی موجود ہے، جہاں پلیٹ فارمز سوشل میڈیا، اسٹریمنگ اور پوڈکاسٹ جیسی مفت خدمات کے ذریعے صارفین کی توجہ حاصل کرتے ہیں اور ان کی ترجیحات سے متعلق معلومات کو ہدفی اشتہارات


CC BY

کے لیے استعمال کرتے ہیں۔ اس طرح اشتہارات پر مبنی کاروباری نظام میں انسانی توجہ اور صارف کی ترجیحات سے متعلق معلومات معاشی اہمیت اختیار کرتی ہیں، کیونکہ ان کا تعلق اشتہارات، مصنوعات کی دریافت اور صارف تک رسائی سے قائم ہو جاتا ہے۔[21]

اس بحث سے واضح ہوتا ہے کہ توجہ کی معیشت محض زیادہ وقت آن لائن گزارنے یا معلومات کی کثرت کا نام نہیں۔ اس کے بنیادی پہلو انسانی توجہ کی محدودیت، اس توجہ کے حصول کی مسابقت، توجہ کے ساتھ صرف ہونے والا وقت، اسے برقرار رکھنے کی کوشش اور اشتہارات سے وابستہ اس کا معاشی استعمال ہیں۔ اس طرح انسانی توجہ ایک طرف محدود ذہنی صلاحیت اور وقت سے وابستہ ہے اور دوسری طرف موجودہ معاشی سرگرمیوں میں اہمیت بھی اختیار کرتی ہے۔ یہی پہلو آگے قرآنی تصورِ اِلٰہاء اور توجہ کی معیشت کے باہمی تعلق کو تجزیاتی طور پر سمجھنے کی بنیاد فراہم کرتے ہیں۔

## قرآنی تصورِ اِلٰہاء اور توجہ کی معیشت: عصری تناظر میں تجزیاتی مطالعہ

### انسانی توجہ، مشغولیات اور ترجیحات:

قرآنی تصورِ اِلٰہاء میں انسانی مشغولیات اور ترجیحات کا تعلق بنیادی اہمیت رکھتا ہے۔ قرآن مجید میں جن امور کو اِلٰہاء کے ساتھ بیان کیا گیا ہے، ان میں تکاثر، مال، اولاد اور تجارت جیسے ایسے امور بھی شامل ہیں جو اپنی اصل کے اعتبار سے انسانی زندگی کا حصہ ہیں۔ اس بنا پر اِلٰہاء کا مسئلہ محض کسی سرگرمی میں مصروف ہونے سے پیدا نہیں ہوتا، بلکہ اصل سوال یہ ہے کہ کوئی مشغولیت انسان کی توجہ میں کس درجے کی اہمیت اختیار کرتی ہے اور اس کے مقابل وہ امور کس مقام پر رہتے ہیں جو اس سے زیادہ توجہ کے مستحق ہیں۔ سورۃ المنافقون میں ﴿لَا تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ﴾ (المنافقون:9) کا اسلوب اسی فرق کو نمایاں کرتا ہے۔ یہاں مال اور اولاد کی نفی نہیں کی گئی، بلکہ ان کے سبب ذکرِ الٰہی سے مشغول ہو جانے سے روکا گیا ہے۔ اس طرح آیت میں ایک ہی انسانی زندگی میں موجود مختلف مشغولیات کے درمیان ترجیح کا سوال سامنے آتا ہے۔

سورۃ التکاثر کا آغاز ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾ (التکاثر:1) اس تعلق کی ایک اور صورت واضح کرتا ہے۔ ابن عاشور اِلٰہاء کی توضیح کرتے ہوئے اسے اس امر سے مشغول ہو جانا قرار دیتے ہیں جس میں انسان کو مشغول ہونا چاہیے، اور لہو کو ایسی مشغولیت سے تعبیر کرتے ہیں جو کسی اہم امر کے حصول سے پھیر دے۔ اس تعبیر کی روشنی میں تکاثر کی اہمیت صرف اس وجہ سے نہیں کہ انسان کثرت کا خواہش مند ہے، بلکہ اس لیے بھی ہے کہ کثرت کی جستجو اس کی توجہ میں ایسا مقام حاصل کر سکتی ہے جہاں دوسرے اہم امور پیچھے رہ جائیں۔ چنانچہ اِلٰہاء کے قرآنی مفہوم میں مشغولیت کی نوعیت کے ساتھ اس کی ترجیحی حیثیت بھی اہم ہو جاتی ہے: انسان کس چیز کو اپنی توجہ کا مرکز بناتا ہے اور اس کے مقابل کن امور کو کم توجہ ملتی ہے۔[22]

انسانی توجہ سے متعلق جدید علمی مطالعات بھی یہ واضح کرتے ہیں کہ توجہ ہمیشہ صرف شعوری ارادے اور موجودہ مقصد کے مطابق ہی متعین نہیں ہوتی۔ Attentional Capture سے متعلق تحقیقات کے مطابق بعض نمایاں یا سابقہ تجربات سے اہمیت حاصل کرنے والے محرکات ایسی صورت میں بھی توجہ میں ترجیح حاصل کر سکتے ہیں جب وہ انسان کے موجودہ اہداف اور ارادوں سے مطابقت نہ رکھتے ہوں۔ اسی طرح value-driven attention پر ہونے والی تحقیق سے معلوم ہوتا ہے کہ انعام یا فائدے سے وابستہ محرکات انسان کی توجہ کو اپنی طرف متوجہ کر سکتے ہیں، حتیٰ کہ بعض حالات میں یہ توجہ اس کے موجودہ مقصد سے ہم آہنگ نہ ہو۔ اس علمی بحث کو قرآنی اِلٰہاء کا مترادف قرار نہیں دیا جا سکتا، تاہم یہ اس عصری صورت کو سمجھنے میں مدد دیتی ہے کہ انسان کے سامنے موجود ہر مشغولیت اس کی شعوری ترجیحات کے مطابق یکساں حیثیت نہیں رکھتی اور بعض محرکات اس کی توجہ میں غیر معمولی اہمیت حاصل کر سکتے ہیں۔[23]

اس تناظر میں قرآنی تصورِ اِلٰہاء انسانی توجہ اور ترجیحات کے تعلق کو سمجھنے کے لیے ایک اہم معیار فراہم کرتا ہے۔ اس معیار کی رو سے کسی مشغولیت کا وجود بذاتِ خود مسئلہ قرار نہیں پاتا؛ قابلِ غور امر یہ ہے کہ وہ انسان کی توجہ میں کیا مقام حاصل کرتی ہے اور اس کے نتیجے میں زیادہ اہم امور کو کس درجے کی توجہ ملتی ہے۔ یوں موجودہ دور کی متعدد مشغولیات کا جائزہ صرف اس بنیاد پر نہیں لیا جا سکتا کہ انسان ان میں مصروف ہے، بلکہ یہ دیکھنا بھی ضروری ہے کہ وہ اس کی توجہ اور عملی ترجیحات کے باہمی تعلق کو


CC BY

کس طرح متاثر کرتی ہیں۔ یہی نکتہ قرآنی اِلٰہاء کو موجودہ دور میں انسانی توجہ کے مطالعے کے لیے معنویت فراہم کرتا ہے، جبکہ کسی مخصوص مشغولیت کو اِلٰہاء قرار دینے کے لیے اس کے سیاق، ترجیحی حیثیت اور زیادہ اہم ذمہ داریوں کے ساتھ اس کے تعلق کو ملحوظ رکھنا ضروری ہے۔

**مشغولیت کا تسلسل اور وقت کی محدودیت:**

قرآنی تصورِ اِلٰہاء میں مشغولیت کی نوعیت کے ساتھ اس کے تسلسل کا پہلو بھی قابلِ توجہ ہے۔ سورۃ التکاثر میں ارشاد ہے: ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ ۝ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ﴾ (التکاثر: 1–2)۔ یہاں تکاثر کے نتیجے میں پیدا ہونے والی مشغولیت کو ﴿حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ﴾ کے ساتھ بیان کیا گیا ہے۔ امام طبری اس مقام کی توضیح میں بیان کرتے ہیں کہ لوگ تکاثر اور باہمی تفاخر میں مشغول رہے، یہاں تک کہ اسی حالت میں قبروں تک پہنچ گئے۔ امام ماتریدی بھی اس مشغولیت کے موت تک جاری رہنے کے مفہوم کو بیان کرتے ہیں۔ اس طرح آیت کا اسلوب اِلٰہاء کو محض کسی عارضی مشغولیت تک محدود نہیں رکھتا بلکہ اس کے استمرار کی طرف بھی توجہ دلاتا ہے۔

ابن عاشور ﴿حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ﴾ کی توضیح میں تکاثر میں مشغولیت کے موت تک جاری رہنے کے مفہوم کو نمایاں کرتے ہیں، جبکہ قبروں کی زیارت یہاں موت کے بعد قبروں میں پہنچنے کی تعبیر ہے۔ اس تفسیری توضیح کی روشنی میں آیت مشغولیت کے ساتھ ایک زمانی حد کو بھی سامنے لاتی ہے: وہ زندگی جس میں انسان مختلف امور میں مشغول رہتا ہے، غیر محدود نہیں۔ چنانچہ تکاثر سے پیدا ہونے والے اِلٰہاء کے مطالعے میں یہ سوال بھی اہم ہو جاتا ہے کہ کوئی مشغولیت کس قدر مسلسل ہے اور انسانی زندگی کے محدود وقت میں کتنی جگہ حاصل کرتی ہے۔

جدید مطالعات میں بھی توجہ کا ایک اہم پہلو اس کا وقت کے ساتھ تعلق ہے۔ Sustained Attention سے مراد کسی سرگرمی یا محرک کے ساتھ ایک مدت تک توجہ برقرار رکھنے کی صلاحیت ہے۔ اس موضوع پر ہونے والی تحقیقات سے واضح ہوتا ہے کہ توجہ کا مطالعہ صرف اس امر تک محدود نہیں کہ انسان کس چیز کی طرف متوجہ ہوتا ہے، بلکہ یہ بھی دیکھا جاتا ہے کہ وہ توجہ کتنی دیر برقرار رہتی ہے۔ اس اعتبار سے کسی سرگرمی کے ساتھ مسلسل وابستگی توجہ کی زمانی جہت کو نمایاں کرتی ہے۔

توجہ کی معیشت میں یہ زمانی پہلو اس لیے مزید اہم ہو جاتا ہے کہ مختلف خدمات اور مواد کے لیے صارف کی ابتدائی توجہ حاصل کرنے کے ساتھ اسے برقرار رکھنا بھی اہمیت رکھتا ہے۔ انسانی توجہ محدود ہونے کے ساتھ اس کے لیے دستیاب وقت بھی محدود ہے؛ اس لیے کسی ایک سرگرمی کے ساتھ طویل وابستگی دستیاب وقت کے ایک حصے کو بھی اسی سرگرمی سے وابستہ کر دیتی ہے۔ یہاں بنیادی نکتہ معاشی مسابقت کی تفصیل نہیں، بلکہ یہ ہے کہ توجہ کے برقرار رہنے کی ایک زمانی مدت ہوتی ہے اور اس مدت کا تعلق انسان کے محدود دستیاب وقت سے قائم ہو جاتا ہے۔

اس مقام پر قرآنی تصورِ اِلٰہاء اور جدید توجہ کی بحث کے درمیان ایک محتاط تجزیاتی تعلق سامنے آتا ہے۔ دونوں تصورات کو مترادف قرار دیے بغیر یہ کہا جا سکتا ہے کہ قرآن اِلٰہاء کے ضمن میں ایسی مشغولیت کی نشان دہی کرتا ہے جو مسلسل جاری رہ سکتی ہے، جبکہ جدید attention research توجہ کے برقرار رہنے کو اس کی زمانی جہت کے طور پر واضح کرتی ہے۔ سورۃ التکاثر اس بحث میں ایک مزید بنیادی حقیقت سامنے لاتی ہے کہ انسانی زندگی خود ایک محدود مدت رکھتی ہے۔ اس لیے کسی مشغولیت کے تجزیے میں صرف یہ دیکھنا کافی نہیں کہ وہ انسان کی توجہ حاصل کرتی ہے یا نہیں، بلکہ اس کا تسلسل اور انسانی زندگی کے محدود وقت میں اس کی جگہ بھی قابلِ غور ہے۔ یہی پہلو اِلٰہاء کے مطالعے کو توجہ کی سمت سے آگے بڑھاتے ہوئے توجہ کی مدت اور انسانی وقت کے سوال سے مربوط کرتا ہے۔

**تکاثر اور انسانی توجہ کے حصول کی مسابقت:**

قرآن مجید میں تکاثر کا مفہوم محض کسی چیز کی کثرت تک محدود نہیں، بلکہ اس میں کثرت کے حصول اور ایک دوسرے سے بڑھنے کا پہلو بھی شامل ہے۔ سورۃ التکاثر میں ارشاد ہے: ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ﴾ (التکاثر: 1)۔ امام طبری اس مقام پر تکاثر کو مال اور تعداد کی کثرت پر باہمی تفاخر سے متعلق کرتے ہیں، جبکہ فخر الدین رازی اس میں باہمی مقابلے کے پہلو کو نمایاں کرتے ہوئے مال، جاہ اور اعوان و انصار کی کثرت کو بھی اس کے دائرے میں بیان کرتے ہیں۔ ابن عاشور تکاثر کی توضیح «التباري في


CC BY

الإکثار » سے کرتے ہیں، یعنی کسی مطلوب چیز کی کثرت میں ایک دوسرے سے بڑھنے کی کوشش۔ ان تفسیری تعبیرات سے تکاثر میں محض کثرت کے وجود کے بجائے زیادہ حاصل کرنے اور ایک دوسرے سے آگے بڑھنے کا پہلو نمایاں ہوتا ہے۔

توجہ کی معیشت کے جدید معاشی مباحث میں مسابقت کا ایک اہم میدان انسانی توجہ کا حصول ہے۔ Josef Falkinger نے Attention Economies میں محدود توجہ رکھنے والے افراد کے مقابل مختلف اداروں کے درمیان توجہ کے حصول کی مسابقت کا باقاعدہ معاشی ماڈل پیش کیا ہے۔ ان کی بعد کی تحقیق Limited Attention as a Scarce Resource in Information-Rich Economies یہ واضح کرتی ہے کہ معلومات سے بھرپور ماحول میں صارفین کی محدود توجہ معاشی مسابقت کو متاثر کرتی اور attention-seeking activities کو جنم دیتی ہے۔ اس طرح جب مختلف فریق ایک ہی محدود انسانی توجہ کے حصول کے خواہاں ہوں تو توجہ خود معاشی مسابقت کا موضوع بن جاتی ہے۔

اس مسابقت کی معاشی اہمیت اشتہارات پر مبنی کاروباری نظام میں مزید نمایاں ہوتی ہے۔ Andrea Prat اور Tommaso Valletti نے Attention Oligopoly میں واضح کیا ہے کہ آن لائن پلیٹ فارمز صارفین کی مصنوعات سے متعلق ترجیحات کی معلومات رکھتے ہوئے ہدفی اشتہارات کے ذریعے ان کی توجہ تک تجارتی رسائی فراہم کرتے ہیں، جبکہ مختلف مصنوعات فراہم کرنے والے ادارے اس محدود توجہ تک رسائی کے لیے مقابلہ کرتے ہیں۔ Daniel Chen کی تحقیق میں بھی attention market کو ایسی منڈی کے طور پر پیش کیا گیا ہے جس میں پلیٹ فارمز سوشل میڈیا، اسٹریمنگ اور پوڈکاسٹ جیسی مفت خدمات کے ذریعے صارفین کی توجہ حاصل کرتے اور صارفین کی ترجیحات سے متعلق معلومات کی بنیاد پر ہدفی اشتہارات پیش کرتے ہیں۔ اس طرح انسانی توجہ کا حصول بعض موجودہ کاروباری صورتوں میں اشتہاری آمدنی اور دیگر معاشی مفادات سے مربوط ہو جاتا ہے۔

یہاں قرآنی تکاثر اور موجودہ توجہ کی معیشت کے درمیان بنیادی فرق برقرار رکھنا ضروری ہے۔ دونوں تصورات نہ مترادف ہیں اور نہ اپنے علمی و تاریخی سیاق میں یکساں۔ تکاثر کے قرآنی مفہوم میں کثرت اور ایک دوسرے سے بڑھنے کی کوشش نمایاں ہے، جبکہ توجہ کی معیشت میں محدود انسانی توجہ کے حصول کی مسابقت ایک معاشی عمل کے طور پر سامنے آتی ہے۔ تاہم دونوں مباحث کو ساتھ رکھ کر یہ سوال اٹھایا جاسکتا ہے کہ جب زیادہ انسانی توجہ کا حصول معاشی منفعت سے وابستہ ہو جائے تو اس "زیادہ" کے حصول کی مسابقت کو قرآنی تصورِ تکاثر کی روشنی میں کس طرح سمجھا جاسکتا ہے؟ اس اعتبار سے تکاثر موجودہ توجہ کی معیشت کا مترادف بننے کے بجائے انسانی توجہ کے زیادہ سے زیادہ حصول کی معاشی کوشش کا تجزیہ کرنے کے لیے ایک قرآنی زاویہ فراہم کرتا ہے۔

## معاشی سرگرمی اور اِلْہاء: توازن کا قرآنی اصول:

قرآنی تصورِ اِلْہاء کی ایک اہم جہت یہ ہے کہ معاشی سرگرمی کو بذاتِ خود اِلْہاء قرار نہیں دیا گیا، بلکہ اس امر کو اہمیت دی گئی ہے کہ یہ سرگرمی انسان کی دوسری ذمہ داریوں کے مقابل کس مقام پر آتی ہے۔ اس سلسلے میں سورۃ النور کا ارشاد خصوصی اہمیت رکھتا ہے: ﴿رِجَالٌ لَّا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ﴾ (النور: 37)۔ امام طبری اس آیت کی توضیح میں بیان کرتے ہیں کہ یہ لوگ تجارت اور خرید و فروخت میں مصروف ہوتے تھے، لیکن ان کی تجارت انہیں ذکرِ الٰہی اور اقامتِ صلاۃ سے مشغول نہیں کرتی تھی۔ تفسیری روایات میں بازار کے ان لوگوں کا ذکر بھی ملتا ہے جو نماز کا وقت آنے پر اپنی خرید و فروخت چھوڑ کر نماز کی طرف متوجہ ہو جاتے تھے۔ اس طرح آیت معاشی سرگرمی کی نفی کرنے کے بجائے ایک بنیادی امتیاز قائم کرتی ہے: تجارت میں مشغول ہونا ایک صورت ہے، جبکہ تجارت کا کسی زیادہ مقدم ذمہ داری سے مشغول کر دینا دوسری صورت۔

یہ امتیاز سورۃ الجمعۃ میں مزید واضح صورت اختیار کرتا ہے۔ ارشاد ہے: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِن يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ﴾ (الجمعۃ: 9)۔ یہاں خرید و فروخت کو مستقل طور پر ترک کرنے کا حکم نہیں، بلکہ نمازِ جمعہ کی ندا کے بعد اسے چھوڑ کر ذکرِ الٰہی کی طرف متوجہ ہونے کی ہدایت دی گئی ہے۔ اس حکم سے مختلف انسانی سرگرمیوں کے درمیان وقتی ترجیح کا اصول سامنے آتا ہے۔ معاشی سرگرمی اپنی جگہ برقرار رہتی ہے، لیکن جب کسی مقدم ذمہ داری کا مخصوص وقت آجاتا ہے تو اس وقت اس ذمہ داری کو معاشی سرگرمی پر تقدم حاصل ہو جاتا ہے۔


CC BY

اسی ترتیب کی اگلی آیت اس مفہوم کو مزید واضح کرتی ہے: ﴿فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ﴾ (الجمعۃ:10)۔ نماز مکمل ہونے کے بعد زمین میں پھیلنے اور اللہ تعالیٰ کا فضل تلاش کرنے کی اجازت دی گئی ہے۔ یوں آیات 9 اور 10 کو باہم پڑھنے سے ایک متوازن ترتیب سامنے آتی ہے: ایک مخصوص ذمہ داری کے وقت معاشی سرگرمی کو مؤخر کیا گیا، ذمہ داری کی ادائیگی کے بعد دوبارہ معاشی جدوجہد کی گنجائش فراہم کر دی گئی۔ اس ترتیب سے معلوم ہوتا ہے کہ قرآنی ہدایت معاشی سرگرمی سے کنارہ کشی کا مطالبہ نہیں کرتی، بلکہ مختلف سرگرمیوں کو ان کے مناسب وقت اور مقام پر رکھنے کی طرف رہنمائی کرتی ہے۔

سورۃ الجمعۃ کی آخری آیت اسی اصول کے برعکس پیش آنے والی ایک عملی صورت بیان کرتی ہے: ﴿وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انْفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا﴾ (الجمعۃ:11)۔ تجارتی قافلے کی آمد پر لوگوں کا اس کی طرف متوجہ ہونا اور رسول اللہ ﷺ کو خطبہ دیتے ہوئے چھوڑ دینا اس بات کی مثال ہے کہ ایک معاشی کشش کس طرح اس وقت کی مقدم ذمہ داری پر غالب آسکتی ہے۔ آیت کا اختتام ﴿قُلْ مَا عِندَ اللَّهِ خَيْرٌ مِّنَ اللَّهْوِ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ﴾ سے ہوتا ہے، جو اسی موقع پر ترجیح کے درست تعین کی طرف متوجہ کرتا ہے۔

ان آیات کو یکجا کر کے دیکھا جائے تو معاشی سرگرمی اور اِلٰہاء کے درمیان ایک واضح قرآنی امتیاز سامنے آتا ہے۔ سورۃ النور 24:37 میں تجارت موجود ہے لیکن وہ اِلٰہاء کا سبب نہیں بنتی؛ سورۃ الجمعۃ 62:9 میں ایک مقدم ذمہ داری کے وقت تجارت کو مؤخر کیا جاتا ہے؛ 62:10 میں اس ذمہ داری کی تکمیل کے بعد معاشی سرگرمی کی دوبارہ گنجائش دی جاتی ہے؛ جبکہ 62:11 میں تجارت اور لہو کی طرف ایسا التفات سامنے آتا ہے جس کے نتیجے میں اس وقت کی مقدم ذمہ داری چھوڑ دی جاتی ہے۔ اس ترتیب سے یہ اصول اخذ ہوتا ہے کہ معاشی سرگرمی کا وجود بذاتِ خود مسئلہ نہیں، بلکہ قابلِ غور صورت اس وقت پیدا ہوتی ہے جب کوئی جائز معاشی مشغولیت اپنے مناسب مقام سے بڑھ کر کسی زیادہ مقدم ذمہ داری پر غالب آجائے۔

یہ قرآنی امتیاز موجودہ توجہ کی معیشت کے تجزیے میں خصوصی اہمیت رکھتا ہے۔ جدید معاشی مطالعات سے معلوم ہوتا ہے کہ بعض آن لائن پلیٹ فارمز صارفین کی توجہ حاصل کرتے ہیں اور صارفین کی ترجیحات سے متعلق معلومات کی بنیاد پر ہدفی اشتہارات کے ذریعے اس توجہ تک تجارتی رسائی فراہم کرتے ہیں۔ Prat اور Valletti نے واضح کیا ہے کہ مختلف کاروباری ادارے صارفین کی محدود توجہ تک رسائی کے لیے مقابلہ کرتے ہیں، جبکہ Daniel Chen کی تحقیق میں پلیٹ فارمز کی جانب سے مفت خدمات کے ذریعے صارفین کی توجہ حاصل کرنے اور اسے ہدفی اشتہارات اور معاشی منفعت سے مربوط کرنے کی صورت سامنے آتی ہے۔ اس طرح انسانی توجہ کا حصول اور اسے برقرار رکھنا بعض موجودہ کاروباری نظاموں میں معاشی اہمیت اختیار کر لیتا ہے۔

قرآنی تصورِ اِلٰہاء کی روشنی میں اس صورت کا تجزیہ کرتے ہوئے بنیادی سوال یہ نہیں کہ معاشی منفعت یا انسانی توجہ کا حصول بذاتِ خود قابلِ اعتراض ہے۔ قرآن تجارت کی نفی نہیں کرتا؛ اس لیے محض معاشی سرگرمی یا انسانی توجہ کے معاشی استعمال کو اِلٰہاء قرار دینا اس قرآنی امتیاز کو نظر انداز کر دے گا۔ اصل سوال یہ ہے کہ انسانی توجہ کے حصول سے وابستہ معاشی سرگرمی انسان کی دوسری مقدم ذمہ داریوں کے لیے مطلوب توجہ کے ساتھ کس نوعیت کا تعلق پیدا کرتی ہے۔ اگر معاشی سرگرمی انسان کو ان ذمہ داریوں سے مشغول نہیں کرتی تو سورۃ النور ایک ایسی صورت سامنے لاتی ہے جس میں تجارت اور ذمہ داری ساتھ قائم رہتے ہیں؛ اس کے برعکس سورۃ الجمعۃ یہ واضح کرتی ہے کہ کسی مخصوص وقت میں مقدم ذمہ داری کو معاشی کشش پر ترجیح حاصل ہوتی ہے۔

اس بنا پر قرآنی تصورِ اِلٰہاء توجہ کی معیشت کے مطالعے کے لیے توازن پر مبنی ایک تجزیاتی اصول فراہم کرتا ہے۔ معاشی سرگرمی انسانی زندگی کا جائز حصہ رہ سکتی ہے، لیکن اسے ایسی مطلق ترجیح حاصل نہیں کہ وہ ہر وقت دوسری ذمہ داریوں پر مقدم ہو جائے۔ اس زاویے سے موجودہ توجہ کی معیشت کے مطالعے میں سوال صرف یہ نہیں رہتا کہ انسانی توجہ کتنی معاشی قدر رکھتی ہے یا اسے کس طرح حاصل کیا جاتا ہے، بلکہ یہ بھی اہم ہو جاتا ہے کہ انسانی توجہ کے معاشی حصول اور اس کی مقدم ذمہ داریوں کے درمیان توازن کس طرح قائم رہتا ہے۔ یہی امتیاز قرآنی تصورِ اِلٰہاء کو موجودہ توجہ کی معیشت کے تجزیے کے لیے ایک بامعنی معیار فراہم کرتا ہے۔


CC BY

## نتائجِ تحقیق:

1. قرآنی تصورِ اِلٰہاء محض کسی سرگرمی میں مصروف ہونے کا نام نہیں، بلکہ ایسی مشغولیت سے متعلق ہے جو انسان کو کسی زیادہ اہم اور مقدم امر سے مشغول کر دے۔ اس بنا پر اِلٰہاء کی تعیین میں صرف مشغولیت کی موجودگی نہیں بلکہ اس کی ترجیحی حیثیت بنیادی اہمیت رکھتی ہے؛ یعنی وہ انسان کی توجہ میں کیا مقام حاصل کرتی ہے اور اس کے مقابل زیادہ اہم ذمہ داریاں کس مقام پر رہتی ہیں۔
2. قرآنی تصورِ اِلٰہاء میں مشغولیت کے تسلسل اور وقت کی محدودیت بھی ایک اہم جہت کے طور پر سامنے آتی ہے۔ ﴿أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ﴾ (التکاثر: 1–2) اور اس کی منتخب تفسیری تعبیرات تکاثر سے پیدا ہونے والی ایسی مشغولیت کی نشان دہی کرتی ہیں جو موت تک جاری رہ سکتی ہے۔ اس اعتبار سے اِلٰہاء کے تجزیے میں یہ دیکھنا بھی ضروری ہے کہ کوئی مشغولیت صرف توجہ حاصل کرتی ہے یا انسانی زندگی کے محدود وقت میں مسلسل جگہ بھی بناتی چلی جاتی ہے۔
3. موجودہ توجہ کی معیشت (Attention Economy) میں انسانی توجہ اپنی محدودیت کے باعث معاشی اہمیت اختیار کرتی ہے۔ معلومات اور مواد کی فراوانی کے مقابل محدود انسانی توجہ مختلف اداروں اور خدمات کے درمیان مسابقت کا موضوع بنتی ہے، جبکہ بعض اشتہارات پر مبنی کاروباری نظاموں میں اس توجہ کا حصول، اسے برقرار رکھنا اور اس تک تجارتی رسائی معاشی منفعت سے وابستہ ہوتی ہے۔ اس بنا پر انسانی توجہ کا مسئلہ صرف فرد کی ذاتی مصروفیت تک محدود نہیں رہتا بلکہ اس کے ساتھ ایسے معاشی محرکات بھی وابستہ ہو جاتے ہیں جو زیادہ توجہ حاصل کرنے کی کوشش کو تقویت دیتے ہیں۔
4. قرآنی تکاثر اور موجودہ توجہ کی معیشت کو مترادف قرار نہیں دیا جا سکتا، کیونکہ دونوں اپنے مفہوم اور علمی و تاریخی سیاق میں مختلف ہیں۔ تاہم تکاثر میں کثرت، زیادہ حاصل کرنے اور ایک دوسرے سے بڑھنے کا پہلو، جبکہ توجہ کی معیشت میں محدود انسانی توجہ کے زیادہ حصول کی مسابقت، دونوں کے درمیان ایک قابلِ مطالعہ تجزیاتی نسبت قائم کرتے ہیں۔ اس اعتبار سے قرآنی تصورِ تکاثر توجہ کی معیشت کی براہِ راست تعبیر نہیں، بلکہ انسانی توجہ کے زیادہ سے زیادہ حصول سے وابستہ معاشی مسابقت کو جانچنے کے لیے ایک قرآنی تجزیاتی زاویہ فراہم کرتا ہے۔
5. قرآن مجید معاشی سرگرمی کو بذاتِ خود اِلٰہاء قرار نہیں دیتا۔ سورۃ النور 24:37 میں تجارت موجود ہے مگر وہ ذکرِ الٰہی اور دیگر مقدم ذمہ داریوں سے مشغول نہیں کرتی؛ سورۃ الجمعۃ 62:9 میں ایک مخصوص ذمہ داری کے وقت تجارت کو مؤخر کیا جاتا ہے؛ 62:10 میں اس ذمہ داری کی ادائیگی کے بعد دوبارہ معاشی سرگرمی کی گنجائش دی جاتی ہے؛ جبکہ 62:11 میں تجارت اور لہو کی طرف ایسی توجہ سامنے آتی ہے جس کے نتیجے میں اس وقت کی مقدم ذمہ داری چھوڑ دی جاتی ہے۔ ان مقامات کو یکجا کرنے سے یہ اصول سامنے آتا ہے کہ اصل مسئلہ معاشی سرگرمی کا وجود نہیں بلکہ اس کا اپنے مناسب مقام سے بڑھ کر مقدم ذمہ داری پر غالب آ جانا ہے۔
6. قرآنی تصورِ اِلٰہاء موجودہ توجہ کی معیشت کے مطالعے کے لیے ایک کثیر جہتی تجزیاتی معیار فراہم کرتا ہے، جس میں چار باہم مربوط پہلو نمایاں ہوتے ہیں: انسانی توجہ اور ترجیحات کا تعلق، مشغولیت کا تسلسل اور وقت کی محدودیت، انسانی توجہ کے زیادہ حصول کی معاشی مسابقت، اور معاشی سرگرمی و مقدم ذمہ داریوں کے درمیان توازن۔ اس معیار کی روشنی میں کسی سرگرمی کا جائزہ محض اس بنیاد پر نہیں لیا جاتا کہ وہ انسانی توجہ حاصل کرتی ہے، بلکہ یہ دیکھا جاتا ہے کہ وہ توجہ میں کیا مقام حاصل کرتی ہے، کتنی دیر برقرار رہتی ہے اور اس کے نتیجے میں انسان کی مقدم ذمہ داریوں کا مقام برقرار رہتا ہے یا پس پشت چلا جاتا ہے۔ اس طرح اِلٰہاء معاشی سرگرمی سے کلی کنارہ کشی کے بجائے انسانی توجہ، معاشی مشغولیت اور مقدم ذمہ داریوں کے درمیان درست ترجیح اور توازن کو بنیادی اہمیت دیتا ہے۔

## سفارشات:

1. انسانی توجہ کے غیر متوازن استعمال کو صرف فرد کے ذاتی طرزِ عمل کا مسئلہ سمجھنے کے بجائے ان معاشی اور تکنیکی طریقوں کو بھی تجزیے میں شامل کیا جائے جن کے ذریعے انسانی توجہ حاصل کی جاتی، برقرار رکھی جاتی اور معاشی منفعت سے وابستہ کی جاتی ہے۔


CC BY

2. آن لائن ذرائع اور خدمات کے استعمال کا جائزہ صرف صرف کیے گئے وقت کی بنیاد پر نہ لیا جائے، بلکہ یہ بھی دیکھا جائے کہ کوئی مشغولیت انسان کی اہم اور مقدم ذمہ داریوں کے لیے مطلوب توجہ کو کس حد تک متاثر کرتی ہے۔ اس ضمن میں توجہ کی ترجیح اور مشغولیت کے تسلسل کو بھی پیشِ نظر رکھا جائے۔
3. آن لائن خدمات اور پلیٹ فارمز کی تشکیل میں معاشی مفاد کے ساتھ صارف کے اختیار کو بھی اہمیت دی جائے، تاکہ صارف اپنے وقت، مواد کے انتخاب اور کسی خدمت کے ساتھ مسلسل وابستگی پر زیادہ مؤثر اختیار رکھ سکے۔
4. تعلیمی اداروں میں بالخصوص نوجوانوں کے لیے انسانی توجہ کے شعوری استعمال سے متعلق آگاہی کو فروغ دیا جائے، تاکہ وہ یہ سمجھ سکیں کہ مختلف ذرائع ان کی توجہ کس طرح حاصل اور برقرار رکھتے ہیں اور اپنی توجہ، وقت اور اہم ذمہ داریوں کے درمیان توازن کس طرح قائم کیا جا سکتا ہے۔
5. قرآن و تفسیر کے آئندہ مطالعات میں اِلٰہاء، تکاثر، انسانی توجہ اور وقت جیسے تصورات کو موجودہ معاشی اور ابلاغی تبدیلیوں کے تناظر میں مزید موضوعِ تحقیق بنایا جائے، بالخصوص انسانی توجہ کے معاشی استعمال اور اہم انسانی ذمہ داریوں کے باہمی تعلق پر مزید منظم مطالعات کیے جائیں۔
6. فرد کو اپنی توجہ، وقت اور مشغولیات کا جائزہ اپنی مقدم ذمہ داریوں اور زندگی کے بنیادی مقاصد کے تناظر میں لیتے رہنا چاہیے، تاکہ معاشی، تفریحی اور دیگر روزمرہ مشغولیات اس کی توجہ میں ایسا غلبہ حاصل نہ کر لیں کہ زیادہ اہم امور پسِ پشت چلے جائیں۔

## حوالہ جات

---

[1] Al-Qurʾān al-Karīm, al-Takāthur 102:1.
[2] Al-Qurʾān al-Karīm, al-Munāfiqūn 63:9.
[3] Al-Qurʾān al-Karīm, al-Nūr 24:37.
[4] Al-Qurʾān al-Karīm, al-Jumuʿah 62:11

5. Hilmi Mubarok and Nova Siti Umaya, "The Commodification of Islamic Da'wah in the Attention Economy through Ali Shariati's Critical Thought," Communicator: Journal of Communication 3, no. 1 (2026): 44–59, https://doi.org/10.59373/comm.v3i1.324.

6. Nurul Nisha Mohd Shah, S. Salahudin Suyurno, and Mohd Radzman Basinon, "Capsule Videos and Digital Da'wah: Developing an Islamic Communication Model in the Attention Economy Era," International Journal of Law, Government and Communication 11, no. 45 (2026): 343–356, https://doi.org/10.35631/IJLGC.1145022.

7. Achmad Zain Avicena and Muchammad Helmi Umam, "The Genealogy of Digital Asceticism in the Vortex of the Attention Economy: The Dialectic of Technologies of the Self and Muraqabah," Journal of Islamic Civilization 7, no. 2 (2026): 149–162, https://doi.org/10.33086/jic.v7i2.8457.

8. A'isyah, "Charisma in the Cloud: Digital Ulama, Attention Economy, and the Mediatized Construction of Islamic Marriage in Indonesia," Journal of Contemporary Islam and Muslim Societies 10, no. 1 (2026), https://doi.org/10.30821/jcims.v10i1.26859.

9. Aḥmad ibn Fāris ibn Zakariyyā, Muʿjam Maqāyīs al-Lughah, ed. ʿAbd al-Salām Muḥammad Hārūn (Beirut: Dār al-Fikr, 1399 AH/1979), 5:213, s.v. "L-H-W."

10. Al-Rāghib al-Iṣfahānī, al-Ḥusayn ibn Muḥammad, Al-Mufradāt fī Gharīb al-Qurʾān, ed. Ṣafwān ʿAdnān al-Dāwūdī (Damascus–Beirut: Dār al-Qalam and al-Dār al-Shāmiyyah, 1st ed., 1412 AH), 748, s.v. "L-H-W."


CC BY

11. Al-Qurʾān al-Karīm, al-Takāthur 102:1.

12. Al-Qurʾān al-Karīm, al-Munāfiqūn 63:9.

13. Al-Qurʾān al-Karīm, al-Nūr 24:37.

14. Al-Qurʾān al-Karīm, al-Jumuʿah 62:11.

15. Muḥammad ibn Jarīr al-Ṭabarī, Jāmiʿ al-Bayān ʿan Taʾwīl Āy al-Qurʾān, ed. ʿAbd Allāh ibn ʿAbd al-Muḥsin al-Turkī (Cairo: Dār Hajr, 1st ed., 1422 AH/2001), 24:598 ff.

16. Abū Manṣūr Muḥammad ibn Muḥammad al-Māturīdī, Taʾwīlāt Ahl al-Sunnah, ed. Majdī Bāslūm (Beirut: Dār al-Kutub al-ʿIlmiyyah, 1st ed., 1426 AH/2005), commentary on al-Takāthur 102:1–2.

17. Fakhr al-Dīn Muḥammad ibn ʿUmar al-Rāzī, Mafātīḥ al-Ghayb (al-Tafsīr al-Kabīr) (Beirut: Dār Iḥyāʾ al-Turāth al-ʿArabī, 3rd ed., 1420 AH), commentary on al-Takāthur 102:1–2.

18. Muḥammad ibn Aḥmad al-Qurṭubī, Al-Jāmiʿ li-Aḥkām al-Qurʾān, ed. Aḥmad al-Bardūnī and Ibrāhīm Aṭfīsh (Cairo: Dār al-Kutub al-Miṣriyyah, 2nd ed., 1384 AH/1964), 20:168–169.

19. Muḥammad al-Ṭāhir Ibn ʿĀshūr, Al-Taḥrīr wa-al-Tanwīr (Tunis: al-Dār al-Tūnisiyyah lil-Nashr, 1984), 30:519.

20. Wahbah al-Zuḥaylī, Al-Tafsīr al-Munīr fī al-ʿAqīdah wa-al-Sharīʿah wa-al-Manhaj (Damascus: Dār al-Fikr; Beirut: Dār al-Fikr al-Muʿāṣir, 1st ed., 1411 AH/1991), 30:381.

21. Herbert A. Simon, "Designing Organizations for an Information-Rich World," in Computers, Communications, and the Public Interest, ed. Martin Greenberger (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1971), 37–72.

22. Michael H. Goldhaber, "The Attention Economy and the Net," First Monday 2, no. 4 (1997), https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519.

23. Josef Falkinger, "Limited Attention as a Scarce Resource in Information-Rich Economies," The Economic Journal 118, no. 532 (2008): 1596–1620, https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2008.02182.x.