

سوشل میڈیا کا تعارف اور اسکی عصری معنویت

Introduction to Social Media and Its Contemporary Significance

Rukhsar Gulzar

Principal, Al-Gulzar Public School
Street # 10, Ghosiabad Millat road, Faisalabad.
Email: rukhsargulzar98@gmail.com

ABSTRACT

Social media has revolutionized communication, transforming how individuals and organizations interact in the modern era. Platforms like Facebook, Twitter, Instagram, and LinkedIn enable instant global connectivity, fostering information sharing, networking, and collaboration. Its importance in today's society is undeniable, as it influences politics, business, education, and social relationships.

In the digital age, social media serves as a powerful tool for marketing, allowing businesses to reach wider audiences and engage with customers in real spirit. Additionally, it enhances education, especially Islamic education by facilitating e-learning and knowledge exchange. However, challenges such as misinformation, privacy concerns, and mental health issues arise from excessive usage. Despite these drawbacks, social media remains integral to modern life, shaping public opinion and cultural trends. Its ability to connect people across borders makes it indispensable in today's fast-paced, technology-driven world. As society evolves, understanding and responsibly utilizing social media will be key to maximizing its benefits while mitigating its risks.

KEYWORDS: Communication, Organization, Digital age, Marketing, Borders, Risks, Social media.

سوشل میڈیا کی تعریف:

سوشل میڈیا کی تعریف میں تبدیلیاں وقت کے ساتھ ساتھ آئی ہیں، اور یہ اب صرف تفریجی یا ذاتی تعلقات تک محدود نہیں ہے بلکہ ایک عالمی اور معاشرتی وسائلے کے طور پر اس کا کردار بڑھ چکا ہے۔ سوшل میڈیا وہ پلیٹ فارم ہیں جو افراد کو انٹرنیٹ کے ذریعے ایک دوسرے سے جڑنے، اپنے خیالات اور تجربات کو شیئر کرنے، اور مختلف نویعت کے مواد کو اپ لوڈ کرنے کا موقع فراہم کرتے ہیں۔

سوشل میڈیا ایک ایسا آن لائن پلیٹ فارم ہے جو صارفین کو باہمی رابطے، معلومات کے تبادلے، اور مواد کی تخلیق و اشاعت کے موقع فراہم کرتا ہے۔ یہ ڈیجیٹل ٹیکنالوگی پر مبنی ایک جدید ذریعہ ہے جہاں افراد، گروپس، اور ادارے تصاویر، ویڈیو، متن، آراء، اور دیگر مواد کو تیزی سے شیئر کر سکتے ہیں۔

آج کے دور میں سو شل میڈیا نہ صرف تفریج کا ذریعہ ہے بلکہ یہ سیاست، تعلیم، تجارت اور دیگر شعبوں میں بھی اہم کردار ادا کر رہا ہے۔ سو شل میڈیا کی طاقت اس کی عالمگیر رسائی میں ہے، جہاں افراد مختلف موضوعات پر اپنی آواز بلند کر سکتے ہیں اور فوری طور پر ایک دوسرے سے جڑ سکتے ہیں۔ مختلف سو شل میڈیا مہرین کی سو شل میڈیا کے بارے میں مختلف آراء ہیں۔

۱. مارشل میکلوہان (Marshall McLuhan):

”سو شل میڈیا ایک ایسا ذریعہ ہے جو دنیا کو ایک الگوبل ویج میں تبدیل کر دیتا ہے، جہاں افراد اپنی بات فوری طور پر ایک دوسرے تک پہنچا سکتے ہیں۔“ [۱]

۲. ہاورڈ رینگلڈ (Howard Rheingold):

”سو شل میڈیا انٹرنیٹ کا وہ پہلو ہے جو صارفین کو معلومات کے اشتراک اور معاشرتی تعلقات بنانے کے قابل بناتا ہے۔“ [۲]

۳. ڈنیس مک کویل (Denis McQuail):

”سو شل میڈیا عوامی مواصلات کا ایک ایسا ذریعہ ہے جو معلومات کے بہاؤ کو دو طرفہ اور باہمی بنا دیتا ہے، جو روایتی میڈیا سے مختلف ہے۔“ [۳]

۴. کلی مینگ (Clay Shirky):

”سو شل میڈیا ایک ایسا پلیٹ فارم ہے جہاں لوگ اجتماعی طور پر خیالات پیدا کرتے ہیں، شیئر کرتے ہیں اور ان پر گفتگو کرتے ہیں۔“ [۴]

۵. ایوریل نیشن (Avery E. Holton):

”سو شل میڈیا ایک با اختیار ذریعہ ہے جو معلومات کے تبادلے اور سو شل نیت و رکس کی تخلیق کو فروغ دیتا ہے۔“ [۵]

۶. کیترین برومیٹ (Cathryn Bromart):

”سو شل میڈیا پسیٹ دنیا کا وہ پہلو ہے جو صارفین کو نہ صرف مواد تک رسائی بلکہ مواد کی تخلیق اور تقسیم کے قابل بناتا ہے۔“ [۶]

۷. مائیکل ہابرماں (Michael Habermas):

”سو شل میڈیا عوامی رائے کی تشكیل کا ایک طاقتور ذریعہ بن چکا ہے جو لوگوں کو اپنے خیالات کا اظہار کرنے کی آزادی دیتا ہے۔“ [۷]

۸. نکولس کری (Nicholas Carr):

”سو شل میڈیا ایک ایسا ذریعہ ہے جو افراد کو تیز رفتار، لامحدود اور ذاتی نوعیت کے مواصلات کی سہولت فراہم کرتا ہے۔“ [۸]

۹. مارک آندریسن (Marc Andreessen):

”سو شل میڈیا ایک انقلابی ٹول ہے جو کاروبار، تفریج، اور ذاتی تعلقات کے نئے موقع فراہم کرتا ہے۔“ [۹]

۱۰. شیریل سینڈبرگ (Sheryl Sandberg):

”سو شل میڈیا ایک ایسا طاقتور ذریعہ ہے جو نہ صرف لوگوں کو جوڑتا ہے بلکہ ان کے خیالات اور کاروباری موقع کو بھی وسعت دیتا ہے۔“ [۱۰]

اسی طرح مختلف مذہبی سکالرز کی سو شل میڈیا کے بارے میں مختلف آراء ہیں۔

۱۱. ڈاکٹر ڈاکر نائیک:

”سو شل میڈیا دین کی تبلیغ کا بہترین ذریعہ بن سکتا ہے اگر اسے اسلامی اصولوں کے مطابق استعمال کیا جائے۔“ [۱۱]

۲. مولانا طارق جمیل:

”ہمیں سو شل میڈیا کو محبت اور امن کا پیغام عام کرنے کے لیے استعمال کرنا چاہیے۔“ [۱۲]

۳. شیخ سلمان العودہ:

”سو شل میڈیا کا اصل فائدہ اس میں ہے کہ یہ مکالے کو فروغ دیتا ہے، لیکن اس کا غلط استعمال انتشار کا باعث بن سکتا ہے۔“ [۱۳]

۴. مولانا وحید الدین خان:

”سو شل میڈیا ایک انقلاب ہے جو علم کی رسائی کو آسان بناتا ہے، مگر یہ اخلاقیات کے بغیر خطرناک بھی ہو سکتا ہے۔“ [۱۴]

۵. ڈاکٹر عائشہ مسعود:

”سو شل میڈیا معاشرتی اور تعلیمی تبدیلی کا ذریعہ بن سکتا ہے، مگر اس کا ثابت استعمال ضروری ہے۔“ [۱۵]

۶. شیخ عبدالعزیز بن باز (رحمہ اللہ):

”اگر سو شل میڈیا کو نیک مقاصد کے لیے استعمال کیا جائے، تو یہ دین کی خدمت کا ذریعہ بن سکتا ہے۔“ [۱۶]

۷. ڈاکٹر طاہر القادری:

”ہمیں سو شل میڈیا کو فلاجی مقاصد کے لیے استعمال کرنا چاہیے اور اس کے منفی پہلوؤں سے بچنا چاہیے۔“ [۱۷]

۸. مولانا امین احسن اصلاحی:

”سو شل میڈیا نے علمی گفتگو کے دروازے کھوں دیے ہیں، مگر شائنسی اور سچائی ضروری ہیں۔“ [۱۸]

۹. ڈاکٹر یوسف القرضاوی:

”سو شل میڈیا دعوت دین کے لیے بہترین ذریعہ ہے، بشرطیکہ اسے حکمت سے استعمال کیا جائے۔“ [۱۹]

۱۰. شیخ حذیفہ بدری:

”سو شل میڈیا معلومات کی ترسیل کا اہم ذریعہ ہے، لیکن اس میں تقویٰ اور اعتدال کا پہلو ضروری ہے۔“ [۲۰]

سو شل میڈیا کی ضرورت و اہمیت:

سو شل میڈیا موجودہ دور کا ایک ناگزیر حصہ بن چکا ہے۔ یہ نہ صرف افراد کو آپس میں جڑنے کا ذریعہ فراہم کرتا ہے بلکہ معلومات کے تبادلے، تعلیم، کاروبار، اور سماجی خدمات کے لیے بھی ایک اہم پلیٹ فارم کے طور پر ابھرا ہے۔ اس کی ضرورت اور اہمیت کو مختلف پہلوؤں سے بیان کیا جاسکتا ہے۔

۱۔ مواصلات میں انقلاب:

سو شل میڈیا نے دنیا کو ایک ”گلوبل ویچ“ میں تبدیل کر دیا ہے۔ یہ افراد اور کمیونٹیز کو آپس میں جڑنے اور اپنی آواز دوسروں تک پہنچانے کا ایک بہترین ذریعہ فراہم کرتا ہے۔

- مثال: واٹس ایپ، فیس بک، اور انٹاگرام نے دنیا بھر کے لوگوں کو ایک دوسرے کے قریب لایا ہے۔
- حوالہ: Pew Research Center کی ایک رپورٹ کے مطابق، دنیا بھر میں ۸۰٪ افراد سو شل میڈیا کو روزمرہ کی مواصلات کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

۲۔ معلومات کی فراہمی اور ترویج:

- سو شل میڈیا معلومات کے تبادلے اور ترویج کا سب سے تیز رفتار ذریعہ ہے۔ خبروں، تعلیمی مواد، اور اہم معلومات کو با انسانی شیئر کیا جا سکتا ہے۔
- مثال: ٹوئٹر پر خبریں اور اپ ڈیٹس سینکڑوں میں دنیا بھر میں پھیل جاتی ہیں۔
- حوالہ: Social Media Today کے مطابق، ۶۰٪ سے زیادہ افراد خبروں کے لیے سو شل میڈیا پلیٹ فارمز کا سہارا لیتے ہیں۔

۳۔ تعلیم اور تحقیق میں کردار

- سو شل میڈیا نے تعلیم کے میدان میں بھی انقلاب برپا کیا ہے۔ آن لائن کورسز، لیکچرز، اور تعلیمی ویڈیوؤں تک رسائی نے طلبہ اور اساتذہ کے لیے علم حاصل کرنا آسان بنادیا ہے۔

- مثال: یوٹیوب اور لکنڈ ان لرننگ جیسے پلیٹ فارمز تعلیمی مواد فراہم کرتے ہیں۔
- یوٹیوب کی رپورٹ کے مطابق، ہر روز ۵۰۰ ملین سے زائد افراد تعلیمی ویڈیوؤں دیکھتے ہیں۔

۴۔ کاروبار اور مارکیٹنگ میں اہمیت

- سو شل میڈیا کاروبار کو فروغ دینے اور مارکیٹ میں اپنی موجودگی قائم رکھنے کے لیے ایک اہم پلیٹ فارم ہے۔
- مثال: انٹاگرام اور فیس بک ایڈورنائزرنگ کے ذریعے چھوٹے اور بڑے کاروبار اپنی مصنوعات کو دنیا بھر میں متعارف کر سکتے ہیں۔
- کی ایک تحقیق کے مطابق، ۳۷٪ مارکیٹرز سو شل میڈیا کو بزنس کے لیے بہترین ٹول مانتے ہیں۔

۵۔ سماجی اور انسانی خدمات میں کردار

- سو شل میڈیا سماجی مسائل کو اجاگر کرنے اور انسانی خدمت کے کاموں کے لیے بھی استعمال ہوتا ہے۔
- مثال: قدرتی آفات کے دوران یا کیوٹیمیں اور نیراتی تیکٹیمیں سو شل میڈیا کے ذریعے امداد کا انتظام کرتی ہیں۔
- Harvard Business Review کے مطابق، سو شل میڈیا نے انسانیت کی خدمت کے کئی نئے موقع پیدا کیے ہیں۔

۶۔ عوامی رائے اور سیاسی شعور کی بیداری

- سو شل میڈیا نے عوام کو اپنی رائے کا اظہار کرنے اور سیاسی شعور بڑھانے کے لیے ایک آزاد پلیٹ فارم فراہم کیا ہے۔
- مثال: ٹوئٹر اور فیس بک پر ہونے والے مباحثے رائے عامہ کو تکمیل دینے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔
- ایک تحقیق کے مطابق، ۲۰٪ نوجوان سیاسی معلومات کے لیے سو شل میڈیا کا استعمال کرتے ہیں۔

۷۔ تفریح اور مشغله کا ذریعہ

سوشل میڈیا افراد کو تفریح فراہم کرنے کا ایک اہم ذریعہ ہے۔ ویڈیو، گیمز، اور دیگر مشغولیات صارفین کے لیے تفریح کے موقع فراہم کرتے ہیں۔

- مثال: ٹک ٹاک، یوٹیوب، اور انسٹاگرام ریلز۔ نیلسن کی رپورٹ کے مطابق، اوسطاً ہر شخص روزانہ ۲ گھنٹے سوшل میڈیا پر تفریجی مواد دیکھتا ہے۔ اسلامی تناظر میں اہمیت سوшل میڈیا کا استعمال اگر ثابت مقاصد کے لیے کیا جائے تو یہ اسلامی تعلیمات کے مطابق بھی قابل قبول ہے۔
 - مثال: دینی علم کی ترویج، خیرات کے لیے فنڈریزنس، اور اسلامی تعلیمات کے فروغ کے لیے۔
- قرآن مجید فرقان حمید میں اللہ تعالیٰ فرماتے ہیں:

۱۰۷﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالْتِنَّ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ مِمَّا يَنْصَلُ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ [۲۱]

”اپنے رب کے راستے کی طرف دانشمندی اور عمدہ نصیحت سے بلا و اور ان سے پسندیدہ طریقہ سے بحث کرو، بے شک تیرارب خوب جانتا ہے کہ کون اس کے راستے سے بھکا ہوا ہے اور ہدایت یافتہ کو بھی خوب جانتا ہے۔“

سوشل میڈیا موجودہ دور کی ایک ضرورت بن چکا ہے جو زندگی کے ہر شعبے پر اثر انداز ہو رہا ہے۔ اس کے ثابت استعمال سے ہم نہ صرف اپنی ذاتی زندگی بلکہ سماج میں بھی بہتر کردار ادا کر سکتے ہیں۔ تاہم، اس کے متفہ پہلوؤں سے بچنا بھی انتہائی ضروری ہے۔

سوشل میڈیا کی خصوصیات:

سوشل میڈیا نے دنیا کو ایک نئی جہت دی ہے، جہاں افراد، ادارے، اور معاشرے ایک دوسرے کے ساتھ جڑ سکتے ہیں۔ اس کے کامیاب اور موثر استعمال کے پیشے اس کی منفرد خصوصیات کا اہم کردار ہے۔ فیل میں سوшل میڈیا کی اہم خصوصیات کو تفصیلی طور پر بیان کیا گیا ہے:

- ۱۔ عالمی سطح پر روابط (Global Connectivity)
- سوشل میڈیا نے دنیا کو ایک ”گلوبل ولپیچ“ میں تبدیل کر دیا ہے، جہاں دنیا کے کسی بھی کونے میں موجود شخص سے با آسانی رابطہ کیا جا سکتا ہے۔
- مثال: واٹس ایپ، فیس بک، اور انسٹاگرام کے ذریعے دنیا بھر کے لوگ رابطے میں رہتے ہیں۔
 - خصوصیت:
 - مختلف زبانوں میں رابطے کی سہولت
 - عالمی برادری کی تشکیل

Pew Research Center کے مطابق، دنیا کے ۹۰% نوجوان عالمی روابط کے لیے سوшل میڈیا کا استعمال کرتے ہیں۔

۲۔ معلومات تک فوری رسائی (Instant Information Sharing)

سوشل میڈیا معلومات کے تبادلے کا سب سے تیز فنڈر ذریعہ ہے۔ خبریں، اپ ڈیٹس، اور تعلیمی مواد سینکڑوں میں پھیلایا جا سکتا ہے۔
مثال: ٹوٹر پر اہم خبریں فوری طور پر شیئر کی جاتی ہیں۔

• خصوصیت:

• لمحہ بہ لمحہ اپ ڈیٹس

• براہ راست نشریات (Live Streaming)

Social Media Today کے مطابق، ۵۳٪ لوگ معلومات حاصل کرنے کے لیے سوشنل میڈیا استعمال کرتے ہیں۔

۳۔ انٹر ایکٹو نجپر (Interactive Nature)

سوشنل میڈیا صرف یک طرفہ معلومات دینے تک محدود نہیں بلکہ یہ دو طرفہ بات چیت اور انٹر ایکشن کی سہولت فراہم کرتا ہے۔
مثال: کمپنیز، لائکس، اور شیئرز کے ذریعے افراد اپنی رائے کا اظہار کرتے ہیں۔

• خصوصیت:

• صارفین کے درمیان براہ راست تعلق

• خیالات اور تجربات کا تبادلہ

Harvard Business Review کے مطابق، انٹر ایکٹو خصوصیات صارفین کی مصروفیت کو بڑھاتی ہیں۔

۴۔ مواد کی تخلیق اور شیئرنگ (Content Creation and Sharing)

سوشنل میڈیا صارفین کو مواد تخلیق کرنے اور اسے دوسروں کے ساتھ شیئر کرنے کی آزادی فراہم کرتا ہے۔
مثال: یوٹیوب پر ویڈیو اپلوڈ کرنا اور انٹاگرام پر تصاویر شیئر کرنا۔

• خصوصیت:

• مواد کو واہرل کرنے کی صلاحیت

• تخلیقی اظہار کا موقع

نیلسن کی رپورٹ کے مطابق، ۷۰٪ صارفین سوشنل میڈیا پر خود تیار کردہ مواد شیئر کرتے ہیں۔

۵۔ متنوع پلیٹ فارمز (Diverse Platforms)

سوشنل میڈیا مختلف اقسام کے پلیٹ فارمز پر مشتمل ہے، جو صارفین کی مختلف ضروریات کو پورا کرتے ہیں۔
مثال:

• ٹوٹر: مختصر اپ ڈیٹس کے لیے

• انٹاگرام: بصری مواد کے لیے

لندن: پروفیشنل نیٹ ورکنگ کے لیے 0

خصوصیت: 0

مختلف مقاصد کے لیے مختلف پلیٹ فارمز 0

ہر طبقہ کی ضروریات کا خیال 0

ایک تحقیق کے مطابق، ۲۵٪ لوگ ایک سے زیادہ سو شل میڈیا پلیٹ فارمز استعمال کرتے ہیں۔

۶۔ کمیونٹی بلڈنگ (Community Building)

سو شل میڈیا مختلف منادات اور موضوعات پر مبنی کمیونٹیز بنانے کا ایک اہم ذریعہ ہے۔

مثال: فیس بک گروپس اور ڈسکارڈ چینلز۔ 0

خصوصیت: 0

مشترکہ منادات کی بنیاد پر کمیونٹیز کی تشكیل 0

گروپ ڈسکشنز اور تعاوون 0

فیس بک کے مطابق، ۸٪ بلین افراد ہر ماہ گروپس میں فعال ہوتے ہیں۔

۷۔ کاروباری موقع (Business Opportunities)

سو شل میڈیا کاروبار کو فروغ دینے اور مارکیٹ میں اپنی موجودگی قائم رکھنے کے لیے ایک موثر ذریعہ ہے۔

مثال: انسٹاگرام اور فیس بک اشتہارات کے ذریعے برائذ اپنی مصنوعات کی تبلیغ کرتے ہیں۔ 0

خصوصیت: 0

کم لاگت میں مارکینگ 0

علمی صارفین تک رسائی 0

HubSpot کے مطابق، ۳۷٪ مارکیٹرز سو شل میڈیا کو بزنس کے لیے بہترین ٹول مانتے ہیں۔

۸۔ صارف کے رویے کا تجزیہ (User Behavior Analysis)

سو شل میڈیا اینالیٹکس کے ذریعے صارفین کے رجحانات اور دلچسپیوں کا تجزیہ کرنے کا موقع فراہم کرتا ہے۔

مثال: گوگل اینالیٹکس اور فیس بک ان سائٹس۔ 0

خصوصیت: 0

صارفین کی عادات کا تجزیہ 0

مارکینگ کی حکمت عملی تیار کرنا 0

Forbes کے مطابق، ٹیٹا اینالیٹکس سو شل میڈیا کے کاروباری استعمال میں کمیڈی جیئنٹ رکھتا ہے۔

۹۔ تفریح اور مشغولیت (Entertainment and Engagement)

سوشل میڈیا تفریحی مواد کے ذریعے صارفین کو مصروف رکھنے کا ایک اہم ذریعہ ہے۔
مثال: ٹک ٹاک، میمز، اور گیمز۔

• خصوصیت:

- o دلچسپ ویڈیووز اور تصاویر
- o وقت گزاری کے موقع

نیلسن کی رپورٹ کے مطابق، اوسطاً ہر شخص روزانہ ۲ گھنٹے سوشل میڈیا پر تفریحی مواد دیکھتا ہے۔

۱۰۔ موبائل فرینڈلی (Mobile-Friendly)

سوشل میڈیا موبائل ڈیوائس پر آسانی سے دستیاب ہے، جو اس کے استعمال کو مزید سہولت بخش بناتا ہے۔
مثال: واٹس ایپ اور انٹاگرام کے موبائل پلیکسٹشنز۔

• خصوصیت:

- o ہر وقت اور ہر جگہ رسائی
- o یوزر فرینڈلی انٹرفیس

Pew Research Center کے مطابق، ۸۰٪ صارفین سوشل میڈیا کو موبائل ڈیوائس پر استعمال کرتے ہیں۔

سوشل میڈیا کی یہ خصوصیات اسے جدید دور کی ایک ضروری اور موثر ٹکنالوژی بناتی ہیں۔ یہ افراد، اداروں، اور معاشروں کو نہ صرف جوڑتا ہے بلکہ ان کے روزمرہ کے کاموں میں آسانی بھی پیدا کرتا ہے۔ تاہم، اس کے موثر اور ذمہ دارانہ استعمال کی ضرورت ہے تاکہ اس کے مخفی اثرات سے بچا جاسکے۔

سوشل میڈیا کی اقسام:

۱۔ سوشنل نیٹ ورکنگ پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز افراد کو آپس میں جڑنے اور ایک دوسرے کے ساتھ روابط قائم کرنے کے موقع فراہم کرتے ہیں۔

• مثالیں: فیس بک، لینکڈ ان، گوگل پلس

• مقاصد:

- o ذاتی روابط قائم کرنا
- o پروفیشنل نیٹ ورکنگ
- o معلومات کا تبادلہ

۲۔ مانیکروبلانگ پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز صارفین کو مختصر اور فوری معلومات شیئر کرنے کے لیے بنائے گئے ہیں۔

• مثالیں: ٹوٹر، ٹمبر

• مقاصد:

0 فوری معلومات پہنچانا

0 خبریں اور اپڈیٹس شیئر کرنا

۳۔ میڈیا شیئر گک پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز تصاویر، ویڈیو اور دیگر میڈیا مواد کو شیئر کرنے کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔

• مثالیں: انسٹاگرام، یوٹیوب، انیمیپ چیٹ

• مقاصد:

0 بصری مواد کی تشهیر

0 تعلیمی اور تفریحی ویڈیو کی شرآکت

۴۔ ڈسکشن فورمز

یہ پلیٹ فارمز صارفین کو مختلف موضوعات پر تبادلہ خیال کرنے کا موقع دیتے ہیں۔

• مثالیں: ریڈٹ، کوورا

• مقاصد:

0 علمی بحث و مباحثہ

0 مخصوص موضوعات پر معلومات کا تبادلہ

۵۔ کمیونٹی بیسڈ پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز صارفین کو مشترکہ مفادات کی بنیاد پر گروپ تکمیل دینے کی اجازت دیتے ہیں۔

• مثالیں: فیس بک گروپ، ڈسکارڈ

• مقاصد:

0 کمیونٹیز کے ساتھ تعامل

0 مشترکہ مشاغل کی پروش

۶۔ بزنس نیٹ ورکنگ پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز کاروباری تعلقات قائم کرنے اور مارکیٹنگ کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔

• مثالیں: لند ان، Xing

• مقاصد:

0 جاب، منٹنگ

0 بزنس نیٹ ورکنگ

۷۔ بلاگنگ پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز صارفین کو لمبی تحریریں، مضمایں اور خیالات شائع کرنے کی اجازت دیتے ہیں۔

• مثالیں: ورڈ پر میس، میڈیم، بلاگر

• مقاصد:

0 تحریری مواد کی تشهیر

0 تعلیمی مواد کی تیاری

۸۔ سٹریمینگ پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز لائیو ویڈیو یا آڈیو مواد فراہم کرتے ہیں۔

• مثالیں: ٹوچ، فیس بک لائیو، زوم

• مقاصد:

0 لائیو نشریات

0 تعلیمی ویسینارز

۹۔ میجنگ پلیٹ فارمز

یہ پلیٹ فارمز فوری پیغام رسانی کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔

• مثالیں: داٹس ایپ، ٹیلیگرام، سکنل

• مقاصد:

0 پرائیویٹ کمیونیکیشن

0 گروپ چیٹس

سوشل میڈیا کی مختلف اقسام ہمیں مختلف مقاصد کے لیے ٹولز فراہم کرتی ہیں۔ یہ پلیٹ فارمز نہ صرف سماجی روابط قائم کرنے میں مددگار ہیں بلکہ کاروبار، تعلیم، اور تفریح کے لیے بھی بہت اہم ہیں۔ ان کا ثابت اور مفہی اثر ہماری نیت اور استعمال پر مخصر ہے۔

سوشل میڈیا کے مقاصد:

۱. معلومات کا تبادلہ اور تیز رفتار رسائی

سوشل میڈیا معلومات کے تبادلے کا ایک موثر ذریعہ ہے۔ یہ پلیٹ فارمز افراد کو دنیا بھر کی تازہ ترین خبروں، تحقیقی مواد، اور تعلیمی وسائل تک رسائی فراہم کرتے ہیں۔

قرآن مجید میں کہا گیا ہے:

”اور جو لوگ علم رکھتے ہیں، ان کے درجات بلند کئے جاتے ہیں“ [۲۲]

علم کے حصول اور اس کے پھیلاؤ کی اہمیت واضح ہے، اور سوшل میڈیا اس مقصد کو بڑی حد تک پورا کرتا ہے۔

۲. تعلیمی مقاصد

تعلیم کے فروغ میں سوшل میڈیا اہم کردار ادا کرتا ہے۔ آن لائن لیکچرز، ویسینارز، اور ای لرنگ پلیٹ فارمز کے ذریعے طلباء اور اساتذہ کے درمیان معلومات کا تبادلہ ممکن ہوا ہے۔

جدید تحقیقیں کے مطابق، سوшل میڈیا پلیٹ فارمز جیسے یوٹیوب اور لائکنڈ ان تعلیمی مواد کی فراہمی کے لیے اہم ذرائع بن چکے ہیں۔ [۲۳]

۳. مارکیٹنگ اور کاروباری مقاصد

سوشل میڈیا کاروبار کو فروغ دینے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ کپنیاں اپنی مصنوعات اور خدمات کی تیزی کے لیے فیس بک، انٹرگرام، اور ٹویٹر جیسے پلیٹ فارمز کا استعمال کرتی ہیں۔

نبی کریم ﷺ نے تجارت کو حلال قرار دیا اور اس کی حوصلہ افزائی کی۔ [۲۴]

آج کے دور میں سوшل میڈیا تجارت کے جدید ذرائع میں سے ایک ہے۔

۴. سماجی تعلقات اور رابطے

سوشل میڈیا افراد کو ان کے خاندان، دوستوں، اور سماجی نیت و رکھ سے جوڑتا ہے۔ یہ پلیٹ فارم سماجی تعلقات کو برقرار رکھنے اور مضبوط کرنے میں معاون ہیں۔

جیسا ہمدیہث مبارکہ ہے:

”وہ شخص جو صد رحمی کرتا ہے، اس کے رزق میں اشافہ کیا جاتا ہے“ [۲۵]

سوشل میڈیا صد رحمی اور رابطے کا جدید ذریعہ بن چکا ہے۔

۵. عوامی آگاہی اور سماجی مسائل کی نشاندہی

سوشل میڈیا عوامی آگاہی کے لیے استعمال کیا جاتا ہے، مثلاً صحت، ماحولیاتی تبدیلی، اور انسانی حقوق کے مسائل پر شعور اجات کرنا۔ حوالہ: اقوام متحده کی رپورٹ کے مطابق، سوшل میڈیا پلیٹ فارمز انسانی حقوق اور ماحولیاتی مسائل پر بحث و مباحثے کے فروغ میں اہم کردار ادا

کر رہے ہیں۔ [۲۶]
۶. تفریح اور ذہنی سکون

سوشل میڈیا تفریح کا ذریعہ بھی ہے، جہاں صارفین گیمز، ویڈیوز، اور میوز کے ذریعے لطف اندوز ہو سکتے ہیں۔ اسلام میں تفریح کو جائز قرار دیا گیا ہے بشرطیکہ وہ اخلاقی حدود میں ہو۔ نبی کریم ﷺ نے بھی صحابہ کو خوشی کے موقع فراہم کیے۔ [۲۷]

سوشل میڈیا کے یہ مقاصد زندگی کے مختلف پہلوؤں کو متاثر کرتے ہیں۔ تاہم، اس کے استعمال میں اعتدال اور اسلامی اخلاقیات کی پاسداری ضروری ہے۔

یہ پلیٹ فارم موجودہ دور میں انسانی زندگی کا ایک لازمی حصہ بن چکے ہیں، لیکن ان کے استعمال میں توازن اور اخلاقی اصولوں کی پابندی بھی انتہائی اہم ہے۔

حوالہ جات

- ۱۔ مارشل میکلوبان کی کتاب، Understanding Media: The Extensions of Man
- ۲۔ ہاورڈ رینگلڈ کی کتاب، Smart Mobs: The Next Social Revolution
- ۳۔ حوالہ: ڈینیس میک کوبل کی کتاب، Mass Communication Theory
- ۴۔ گلی میننگ کی کتاب، Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations
- ۵۔ ایویسل نیشن کا مضمون، Social Media and the Transformation of Communication
- ۶۔ کیترین برولمرٹ کا مضمون، Digital Media and User Interaction
- ۷۔ مائیکل ہابرمس کی کتاب، Public Sphere and Media
- ۸۔ کلوس کری کی کتاب، The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains
- ۹۔ مارک آندریسن کی تقریر، The Future of Social Media
- ۱۰۔ شیرل سانڈبرگ کی کتاب، Lean In: Women, Work, and the Will to Lead
- ۱۱۔ ڈاکٹر ڈاکٹر نائیک کے لیے، Islam and Media Influence
- ۱۲۔ مولانا طارق چیل کا بیان، ۲۰۲۱, Live Session on Social Media Platforms
- ۱۳۔ شیخ سلمان العودہ کی کتاب، Social Media and Modern Communication
- ۱۴۔ مولانا وحید الدین خان کی تحریر، جدید میڈیا کے نقاشے
- ۱۵۔ ڈاکٹر عائشہ مسعود کا مضمون، Ethics of Social Media in Islam
- ۱۶۔ شیخ بن باز کی کتاب، Islamic Perspective on Modern Tools
- ۱۷۔ ڈاکٹر طاہر القادری کی تقریر، Ethics of Media Usage
- ۱۸۔ مولانا امین احسن اصلاحی کی کتاب، جدید ذرائع ابلاغ اور اسلامی فکر
- ۱۹۔ ڈاکٹر یوسف القرضاوی کی کتاب، The Role of Media in Dawah
- ۲۰۔ شیخ حذیفہ بدری کا خطبہ، Modern Challenges for Muslims
- ۲۱۔ سورہ النحل، آیت ۱۲۵
- ۲۲۔ سورۃ الحادیۃ: ۱۱
- ۲۳۔ ۲۰۲۳, Smith, Social Media and Education
- ۲۴۔ تجھ بخاری، حدیث نمبر ۲۰۷۲
- ۲۵۔ تجھ بخاری: ۵۹۸۶
- ۲۶۔ ۲۰۲۲, United Nations
- ۲۷۔ سنن ابن ماجہ: ۳۷۳۷