

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, Socialmedia.

سوشل میڈیا کی تعریف:

سوشل میڈیا کی تعریف میں تبدیلیاں وقت کے ساتھ ساتھ آئی ہیں، اور یہ اب صرف تفریحی یا ذاتی تعلقات تک محدود نہیں ہے بلکہ ایک عالمی اور معاشرتی وسیلے کے طور پر اس کا کردار بڑھ چکا ہے۔ سوشل میڈیا وہ پلیٹ فارم ہیں جو افراد کو انٹرنیٹ کے ذریعے ایک دوسرے سے جڑنے، اپنے خیالات اور تجربات کو شیئر کرنے، اور مختلف نوعیت 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 مواقع فراہم کرتا ہے۔ یہ ڈیجیٹل ٹیکنالوجی پر مبنی ایک جدید ذریعہ ہے جہاں افراد، گروپس، اور ادارے تصاویر، ویڈیوز، متن، آراء، اور دیگر مواد کو تیزی سے شیئر کر سکتے ہیں۔

آج کے دور میں سوشل میڈیا نہ صرف تفریح کا ذریعہ ہے بلکہ یہ سیاست، تعلیم، تجارت اور دیگر شعبوں میں بھی اہم کردار ادا کر رہا ہے۔ سوشل 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 سوشل میڈیا ماہرین کی سوشل میڈیا کے بارے میں مختلف آراء ہیں۔

۱. مارشل میکلوہان (Marshall McLuhan):

”سوشل میڈیا ایک ایسا ذریعہ ہے جو دنیا کو ایک ’گلوبل ولیج‘ میں تبدیل کر دیتا ہے، جہاں افراد اپنی بات فوری طور پر ایک دوسرے تک پہنچا سکتے ہیں۔“ [۱]

۲. ہاورڈ رینگلڈ (Howard Rheingold):

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

۳. ڈینس میک کوئل (Denis McQuail):

”سوشل 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 میننگ (Clay Shirky):

”سوشل 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 نیش (Avery E. Holton):

”سوشل میڈیا ایک باختیار ذریعہ ہے جو معلومات کے تبادلے اور سوشل نیٹ ورکس کی تخلیق کو فروغ دیتا ہے۔“ [۵]

۶. کیترین برومارٹ (Cathryn Bromart):

”سوشل میڈیا ڈیجیٹل 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 ہابرماس (Michael Habermas):

”سوشل میڈیا عوامی رائے کی تشکیل 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):

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

۹. مارک آندرلین (Marc Andreessen):

”سوشل میڈیا ایک انقلابی ٹول ہے جو کاروبار، تفریح، اور ذاتی تعلقات کے نئے مواقع فراہم کرتا ہے۔“ [۹]

۱۰. شیریل سینڈبرگ (Sheryl Sandberg):

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

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

۱. ڈاکٹر ذاکر نانیک:

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

۳. شیخ سلمان العودہ:

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

۴. مولانا وحید الدین خان:

”سوشل 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:

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

۶. شیخ عبدالعزیز بن باز (رحمہ اللہ):

”اگر سوشل 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 سوشل میڈیا کو فلاحی مقاصد کے لیے استعمال کرنا چاہیے اور اس کے منفی پہلوؤں سے بچنا چاہیے۔“ [۱۷]

۸. مولانا امین احسن اصلاحی:

”سوشل میڈیا نے علمی گفتگو کے دروازے کھول دیے ہیں، مگر شائستگی اور سچائی ضروری ہیں۔“ [۱۸]

۹. ڈاکٹر یوسف القرضاوی:

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

۱۰. شیخ حذیفہ بدری:

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

سوشل میڈیا کی ضرورت و اہمیت:

سوشل 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:

سوشل میڈیا نے دنیا کو ایک ”گلوبل ویلج“ 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 انسٹاگرام 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 سوشل میڈیا کو روزمرہ کی مواصلات کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

۲۔ معلومات کی فراہمی اور ترویج:

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

۳۔ تعلیم اور تحقیق میں کردار

- سوشل میڈیا نے تعلیم کے میدان میں بھی انقلاب برپا کیا ہے۔ آن لائن کورسز، لیکچرز، اور تعلیمی ویڈیوز تک رسائی نے طلبہ اور اساتذہ کے لیے علم حاصل کرنا آسان بنا دیا ہے۔
- مثال: یوٹیوب اور لنکڈ ان لرننگ جیسے پلیٹ فارمز تعلیمی مواد فراہم کرتے ہیں۔
- یوٹیوب کی رپورٹ کے مطابق، ہر روز ۵۰۰ ملین سے زائد افراد تعلیمی ویڈیوز دیکھتے ہیں۔

۴۔ کاروبار اور مارکیٹنگ میں اہمیت

- سوشل میڈیا کاروبار کو فروغ دینے اور مارکیٹ میں اپنی موجودگی قائم رکھنے کے لیے ایک اہم پلیٹ فارم ہے۔
- مثال: انسٹاگرام اور فیس بک ایڈورٹائزنگ کے ذریعے چھوٹے اور بڑے کاروبار اپنی مصنوعات کو دنیا بھر میں متعارف کرا سکتے ہیں۔
- HubSpot کی ایک تحقیق کے مطابق، ۷۳٪ مارکیٹرز سوشل میڈیا کو بزنس کے لیے بہترین ٹول مانتے ہیں۔

۵۔ سماجی اور انسانی خدمات میں کردار

- سوشل میڈیا سماجی مسائل کو اجاگر کرنے اور انسانی خدمت کے کاموں کے لیے بھی استعمال ہوتا ہے۔
- مثال: قدرتی آفات کے دوران ریلیو ٹیمیں اور خیراتی تنظیمیں سوشل میڈیا کے ذریعے امداد کا انتظام کرتی ہیں۔
- Harvard Business Review کے مطابق، سوشل میڈیا نے انسانیت کی خدمت کے کئی نئے مواقع پیدا کیے ہیں۔

۶۔ عوامی رائے اور سیاسی شعور کی بیداری

- سوشل 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 تشکیل دینے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔
- ایک تحقیق کے مطابق، ۴۰٪ نوجوان سیاسی معلومات کے لیے سوشل میڈیا کا استعمال کرتے ہیں۔

۷۔ تفریح اور مشغلے کا ذریعہ

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

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

”ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ مِمَّنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ“ [۲۱]

”اپنے رب کے راستے کی طرف دانشمندی اور عمدہ نصیحت سے بلاؤ اور ان سے پسندیدہ طریقہ سے بحث کرو، بے شک تیرا رب خوب جانتا ہے کہ کون اس کے راستہ سے بھٹکا 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 مثبت استعمال سے ہم نہ صرف اپنی ذاتی زندگی بلکہ سماج میں بھی بہتر کردار ادا کر سکتے ہیں۔ تاہم، اس کے منفی 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 مؤثر استعمال کے نتیجے میں اس کی منفرد خصوصیات کا اہم کردار ہے۔ ذیل میں سوشل 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 ویلج“ میں تبدیل کر دیا ہے، جہاں دنیا کے کسی بھی کونے میں موجود شخص سے باآسانی رابطہ کیا جاسکتا ہے۔

- مثال: واٹس ایپ، فیس بک، اور انسٹاگرام کے ذریعے دنیا بھر کے لوگ رابطے میں رہتے ہیں۔
- خصوصیت:

o مختلف زبانوں میں رابطے کی سہولت

o عالمی برادری کی تشکیل

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

۲۔ معلومات تک فوری رسائی (Instant Information Sharing)

سوشل میڈیا معلومات کے تبادلے کا سب سے تیز رفتار ذریعہ ہے۔ خبریں، اپ ڈیٹس، اور تعلیمی مواد سیکنڈوں میں پھیلایا جاسکتا ہے۔

مثال: ٹوئٹر 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 سوشل میڈیا استعمال کرتے ہیں۔

۳۔ انٹرایکٹو نیچر (Interactive Nature)

سوشل میڈیا صرف یکطرفہ معلومات دینے تک محدود نہیں بلکہ یہ دوطرفہ بات چیت اور انٹرایکشن کی سہولت فراہم کرتا ہے۔

مثال: کمینٹس، 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، انٹرایکٹو خصوصیات صارفین کی مصروفیت کو بڑھاتی ہیں۔

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

سوشل میڈیا صارفین کو مواد تخلیق کرنے اور اسے دوسروں کے ساتھ شیئر کرنے کی آزادی فراہم کرتا ہے۔

مثال: یوٹیوب پر ویڈیوز اپلوڈ کرنا اور انسٹاگرام پر تصاویر شیئر کرنا۔

خصوصیت:

○ مواد کو وائرل کرنے کی صلاحیت

○ تخلیقی اظہار کا موقع

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

۵۔ متنوع پلیٹ فارمز (Diverse Platforms)

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

مثال:

○ ٹوئٹر: مختصر اپ ڈیٹس کے لیے

○ انسٹاگرام: بصری مواد کے لیے

- o لنکڈ ان: پروفیشنل نیٹ ورکنگ کے لیے
- خصوصیت:
- o مختلف مقاصد کے لیے مختلف پلیٹ فارمز
- o ہر طبقے کی ضروریات کا خیال
- o ایک تحقیق کے مطابق، ۴۵٪ لوگ ایک سے زیادہ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز استعمال کرتے ہیں۔

۶۔ کمیونٹی بلڈنگ (Community Building)

- o سوشل میڈیا مختلف مفادات اور موضوعات پر مبنی کمیونٹیز بنانے کا ایک اہم ذریعہ ہے۔
- مثال: فیس بک گروپس اور ڈسکارڈ چینلز۔
- خصوصیت:
- o مشترکہ مفادات کی بنیاد پر کمیونٹیز کی تشکیل
- o گروپ ڈسکشنز اور تعاون
- o فیس بک کے مطابق، ۸۱٪ بلیں افراد ہر ماہ گروپس میں فعال ہوتے ہیں۔

۷۔ کاروباری مواقع (Business Opportunities)

- o سوشل میڈیا کاروبار کو فروغ دینے اور مارکیٹ میں اپنی موجودگی قائم رکھنے کے لیے ایک مؤثر ذریعہ ہے۔
- مثال: انسٹاگرام اور فیس بک اشتہارات کے ذریعے برانڈز اپنی مصنوعات کی تشریح کرتے ہیں۔
- خصوصیت:
- o کم لاگت میں مارکیٹنگ
- o عالمی صارفین تک رسائی
- o HubSpot کے مطابق، ۷۵٪ مارکیٹرز سوشل میڈیا کو بزنس کے لیے بہترین ٹول مانتے ہیں۔

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

- o سوشل میڈیا ڈیٹا اینالیٹکس کے ذریعے صارفین کے رجحانات اور دلچسپیوں کا تجزیہ کرنے کا موقع فراہم کرتا ہے۔
- مثال: گوگل اینالیٹکس اور فیس بک ان سائٹس۔
- خصوصیت:
- o صارفین کی عادات کا تجزیہ
- o مارکیٹنگ کی حکمت عملی تیار کرنا
- o Forbes کے مطابق، ڈیٹا اینالیٹکس سوشل میڈیا کے کاروباری استعمال میں کلیدی حیثیت 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 گیمرز۔
- خصوصیت:
- دلچسپ ویڈیوز اور تصاویر
- وقت گزاری کے مواقع
- 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 ڈیوائسز پر آسانی سے دستیاب ہے، جو اس کے استعمال کو مزید سہولت بخشتا ہے۔

- مثال: واٹس ایپ اور انسٹاگرام کے موبائل اپلیکیشنز۔
- خصوصیت:

- ہر وقت اور ہر جگہ رسائی
- یوزر فرینڈلی انٹرفیس

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

سوشل میڈیا کی یہ خصوصیات اسے جدید دور کی ایک ضروری اور مؤثر ٹیکنالوجی 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 مؤثر اور ذمہ دارانہ استعمال کی ضرورت ہے تاکہ اس کے منفی اثرات سے بچا جاسکے۔

سوشل میڈیا کی اقسام:

۱۔ سوشل نیٹ ورکنگ پلیٹ فارمز

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

- مثالیں: فیس بک، لنکڈ ان، گوگل پلس
- مقاصد:

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

۲۔ مائیکرو بلاگنگ پلیٹ فارمز

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

• مثالیں: ٹویٹر، فیس بک

• مقاصد:

o فوری معلومات پہنچانا

o خبریں اور اپڈیٹس شیئر کرنا

۳۔ میڈیا شیئرنگ پلیٹ فارمز

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

• مثالیں: انسٹاگرام، یوٹیوب، اسنیپ چیٹ

• مقاصد:

o بصری مواد کی تشہیر

o تعلیمی اور تفریحی ویڈیوز کی شراکت

۴۔ ڈسکشن فورمز

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

• مثالیں: ریڈیٹ، کورا

• مقاصد:

o علمی بحث و مباحثہ

o مخصوص موضوعات پر معلومات کا تبادلہ

۵۔ کمیونٹی بیسڈ پلیٹ فارمز

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

• مثالیں: فیس بک گروپس، ڈسکارڈ

• مقاصد:

o کمیونٹیز کے ساتھ تعامل

o مشترکہ مشاغل کی پرورش

۶۔ بزنس نیٹ ورکنگ پلیٹ فارمز

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

• مثالیں: لنکڈ ان، Xing

• مقاصد:

o جاب، ہنٹنگ

o بزنس نیٹ ورکنگ

۷۔ بلاگنگ پلیٹ فارمز

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

• مثالیں: ورڈپریس، میڈیم، بلاگر

• مقاصد:

o تحریری مواد کی تشہیر

o تعلیمی مواد کی تیاری

۸۔ سٹریمنگ پلیٹ فارمز

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

• مثالیں: ٹوئچ، فیس بک لائو، زوم

• مقاصد:

o لائو نشریات

o تعلیمی ویبینارز

۹۔ میسجنگ پلیٹ فارمز

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

• مثالیں: واٹس ایپ، ٹیلیگرام، سگنل

• مقاصد:

o پرائیویٹ کمیونیکیشن

o 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 مثبت اور منفی اثر ہماری نیت اور استعمال پر منحصر ہے۔

سوشل میڈیا کے مقاصد:

۱. معلومات کا تبادلہ اور تیز رفتار رسائی

سوشل میڈیا معلومات کے تبادلے کا ایک مؤثر 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 سوشل میڈیا اس مقصد کو بڑی حد تک پورا کرتا ہے۔

۲. تعلیمی مقاصد

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

جدید تحقیق کے مطابق، سوشل میڈیا پلیٹ فارمز جیسے یوٹیوب اور لنکڈ 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۔ کمپنیاں اپنی مصنوعات اور خدمات کی تشہیر کے لیے فیس بک، انسٹاگرام، 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 سوشل میڈیا تجارت کے جدید ذرائع میں سے ایک ہے۔

۴. سماجی تعلقات اور رابطے

سوشل میڈیا افراد کو ان کے خاندان، دوستوں، اور سماجی نیٹ ورکس سے جوڑتا ہے۔ یہ پلیٹ فارمز سماجی تعلقات کو برقرار رکھنے اور مضبوط کرنے میں معاون ہیں۔

جیسا کہ حدیث مبارکہ ہے:

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

سوشل میڈیا صلہ 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 اجاگر کرنا۔

حوالہ: اقوام متحدہ کی رپورٹ کے مطابق، سوشل میڈیا پلیٹ فارمز انسانی حقوق اور ماحولیاتی مسائل پر بحث و مباحثہ 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 میمز 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 مواقع 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 میکلوہان کی کتاب، Understanding Media: The Extensions of Man
- ۲۔ ہاورڈ ریگلڈ کی کتاب، Smart Mobs: The Next Social Revolution
- ۳۔ حوالہ: ڈینس میک کوئل کی کتاب، Mass Communication Theory
- ۴۔ کلی میننگ کی کتاب، Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations
- ۵۔ ایوریل نیش کا مضمون، Social Media and the Transformation of Communication
- ۶۔ کیترین برومارٹ کا مضمون، Digital Media and User Interaction
- ۷۔ مائیکل ہارماس کی کتاب، Public Sphere and Media
- ۸۔ ٹولس 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 سائڈبرگ کی کتاب، Lean In: Women, Work, and the Will to Lead
- ۱۱۔ ڈاکٹر ذاکر نانکے کے لیکچر، Islam and Media Influence
- ۱۲۔ مولانا طارق جمیل کا بیان، Live Session on Social Media Platforms, ۲۰۲۱
- ۱۳۔ شیخ سلمان العودہ کی کتاب، Social Media and Modern Communication
- ۱۴۔ مولانا وحید الدین خان کی تحریر، جدید میڈیا کے تقاضے۔
- 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 المجادۃ: ۱۱
- ۲۳۔ Smith, ۲۰۲۳, Social Media and Education
- ۲۴۔ صحیح بخاری، حدیث نمبر ۲۰۷۲
- ۲۵۔ صحیح بخاری: ۵۹۸۶
- ۲۶۔ United Nations, ۲۰۲۲
- ۲۷۔ سنن ابن ماجہ: ۳۷۷۷