Open Access
Al-Marjān Research Journal
ISSN(E): 3006-0370
ISSN(P): 3006-0362
al-marjan.com.pk

A Critical Study of Social Media: Societal Importance, Evolution, Types, Benefits, and Negative Impacts

سوشل میڈیا: معاشرتی اہمیت، ارتقاء، اقسام، فوائد اور منفی اثرات کا تنقیدی مطالعہ

Authors Details

1. **Haleema Sadiyha** (Corresponding Author)
   MPhil Scholar, Department of Islamic Sciences, Bahauddin Zakariya University, Multan, Pakistan. **haleemasadiaansari@gmail.com**
2. **Dr. Monazza Hayat**
   Associate Professor, Department of Islamic Sciences, Bahauddin Zakariya University, Multan, Pakistan.

Citation

Sadiyha, Haleema , and Dr. Monazza Hayat. " A Critical Study of Social Media: Societal Importance, Evolution, Types, Benefits, and Negative Impacts." *Al-Marjān Research Journal*, 2, no.3, Oct-Dec (2024): 654– 672.

Submission Timeline

Received: Nov 08, 2024
Revised: Nov 27, 2024
Accepted: Dec 04, 2024
Published Online: Dec 13, 2024

Publication, Copyright & Licensing

Article QR

Al-Marjān Research Center, Lahore, Pakistan.
All Rights Reserved © 2023.
This article is open access and is distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License

INDEX COPERNICUS INTERNATIONAL
ISSN INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER INTERNATIONAL CENTRE
HJRS HEC Journal Recognition System

A Critical Study of Social Media: Societal Importance, Evolution, Types, Benefits, and Negative Impacts

سوشل میڈیا: معاشرتی اہمیت، ارتقاء، اقسام، فوائد اور منفی اثرات کا تنقیدی مطالعہ

☆ حلیمہ سعدیہ ☆ ڈاکٹر منزہ حیات

Abstract

Social media, comprising web-based platforms and applications, revolutionizes communication by enabling users to share ideas, images, videos, and messages, fostering global connectivity. This critical study examines its societal importance, evolution, types, benefits, and negative impacts. Social media's significance lies in its capacity to connect individuals, shape public opinion, and surpass traditional media in speed and reach. Its evolution, from early platforms like MySpace to dominant ones like Facebook, YouTube, and X (formerly Twitter), is driven by smartphone accessibility and internet proliferation, with 3.8 billion users, or 49% of the global population. Its types include social networks, blogging platforms, video-sharing sites, and messaging apps, each serving distinct purposes. Benefits span education (accessible learning), religion (spreading teachings), economy (job creation), society (global connections), and politics (awareness and mobilization). However, negative impacts include health issues from overuse, misinformation, societal polarization, and the spread of harmful ideologies. While some view it as a vital tool for expression, others criticize it for fostering division and hatred. This study underscores the need for responsible use through education and regulation to maximize benefits like enhanced communication and economic opportunities while mitigating harms such as mental health challenges and fake news, ensuring social media remains a constructive force for societal progress.

Keywords: Social media, Social Significance, Evolution, Types, Benefits, Negative Impacts

تعارف موضوع

سوشل میڈیا آج کے ڈیجیٹل دور کا ایک اہم ستون ہے جو لوگوں کو عالمی سطح پر جوڑتا ہے اور خیالات، تصاویر، ویڈیوز اور پیغامات کے تبادلے کی سہولت دیتا ہے۔ اس کا تنقیدی مطالعہ اس کی معاشرتی اہمیت، ارتقاء، اقسام، فوائد اور منفی اثرات کو سمجھنے کے لیے ناگزیر ہے۔ فیس بک، یوٹیوب، واٹس ایپ اور ایکس (سابقہ ٹویٹر) جیسے پلیٹ فارمز نے اسے رابطوں اور معلومات کی ترسیل کا ایک طاقتور ذریعہ بنایا ہے۔ اس کا ارتقاء مائی اسپیس سے شروع ہو کر فیس بک کے 2.4 بلین صارفین تک پہنچا، جو اسمارٹ فونز اور انٹرنیٹ کی آسانی سے رسائی کی وجہ سے ممکن ہوا۔ سوشل میڈیا کی اقسام جیسے سوشل نیٹ ورکس، بلاگنگ، ویڈیو شیئرنگ اور میسجنگ ایپس مختلف مقاصد کو پورا کرتی ہیں۔ یہ تعلیم، مذہب، معیشت، معاشرتی رابطوں اور سیاسی شعور کے لیے فائدہ مند ہے، لیکن اس کے منفی اثرات جیسے غلط معلومات، صحت کے مسائل اور معاشرتی تقسیم بھی

☆ ایم فل اسکالر، شعبہ علوم اسلامیہ، بہاؤالدین زکریا یونیورسٹی، ملتان، پاکستان۔
☆ ایسوسی ایٹ پروفیسر، شعبہ علوم اسلامیہ، بہاؤالدین زکریا یونیورسٹی، ملتان، پاکستان۔

نمایاں ہیں۔ کچھ اسے آزادی رائے کا ذریعہ سمجھتے ہیں، جبکہ دیگر اسے نفرت اور انتشار کا باعث قرار دیتے ہیں۔ یہ مطالعہ اس کی دوہری فطرت کو اجاگر کرتا ہے اور ذمہ دارانہ استعمال کی ضرورت پر زور دیتا ہے۔

مبحث اوّل: سوشل میڈیا کی تعریف، اہمیت اور ارتقاء

1. سوشل میڈیا کی تعریف

سوشل میڈیا وہ ویب سائٹیں اور ایپلی کیشنز ہیں جو آپ کو دوسرے لوگوں سے رابطہ کرنے کی اجازت دیتی ہیں. اس میں نظریات، تصاویر اور ویڈیوز کا اشتراک شامل ہے۔ اس میں پیغام رسانی بھی شامل ہو سکتی ہے۔ دوستوں اور فیملی کے ساتھ رابطے میں رہنے، اسی طرح کی دلچسپی رکھنے والے لوگوں سے دوستی کرنے، خبروں سے آگاہ رہنے اور مشہور شخصیات کو فالو کرنے کے لئے سوشل میڈیا بہت اچھا ہے۔ سوشل میڈیا کی سب سے مشہور سائٹیں فیس بک، انسٹاگرام اور واٹس ایپ (یہ سبھی فیس بک کی ملکیت ہیں) کے ساتھ ساتھ ٹویٹر ہیں۔ ہر ایک کی مزید وضاحت اس گائیڈ میں آگے آپکے سامنے آئے گی۔ سوشل میڈیا خدمات میں عام طور پر پروفائلز شامل ہوتی ہیں، جگہ جہاں آپ اپنے علاقے کی مختصر سوانح حیات اور تصاویر کا اشتراک کر سکتے ہیں۔ سوشل میڈیا سروس آپکو اس قسم کی معلومات شیئر کرنے کا مشورہ دیتا ہے۔ مثال کے طور پر، وہ تجویز کر سکتے ہیں کہ آپ اپنا نام، پسندیدہ مشاغل اور سالگرہ رکھیں. اگرچہ، آپ سوشل میڈیا پروفائل پر کتنا شیئر کرنا چاہتے ہیں یہ آپ پر منحصر ہے۔ ہمارا مشورہ ہے کہ آپ اپنی ذاتی معلومات میں سے زیادہ شیئر نہ کریں ۔یاد رکھیں کہ جب آپ سوشل میڈیا کے ذریعے تصاویر، ویڈیوز، پیغامات، یا دوسرے میڈیا کو شئیر کرتے ہیں تو ان لوگوں کے علاوہ بھی لوگ اسکو استعمال کر سکتے ہیں جن کا آپ نے ارادہ کیا تھا۔ ہو سکتا ہے کہ کوئی دوست آپ کی تصویر بھیج سکے اور آپ اسے کسی اور کو بھیجے۔ ایک کولیگ شاید آپ کی ملازمت کے بارے میں کچھ لکھا دیکھ سکے اور اسے اپنے مالک کے ساتھ بانٹ دے۔[1]

2. اہمیت

دنیا کی جدید ترقی اور ابلاغ کے تناظر میں سوشل میڈیا یا ڈیجیٹل میڈیا ایک نئی حقیقت تسلیم کی جانی چاہیے۔ ڈیجیٹل یا سوشل میڈیا نے کئی پہلوؤں کی بنیاد پر رسمی پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا کو پیچھے چھوڑ دیا ہے۔ سوشل اور ڈیجٹل میڈیا نے خبر کی رفتار اور رسائی کے لیے لوگوں کو نئے مواقع فراہم کیے ہیں۔ رائے عامہ کی تشکیل میں روائتی میڈیا کی گرفت کمزور ہو گئی ہے۔ اب ان کے مقابلے میں ایک نئی طاقت سوشل میڈیا کے طور پر سامنے آئی ہے اور اس کا ادراک ہر سطح پر ہونا چاہیے۔ ہمارے یہاں سوشل یا ڈیجیٹل میڈیا کے بارے میں دو رائے موجود ہیں۔ اول سوشل میڈیا جدید میڈیا کی ایک نئی شکل ہے اور اس نے اظہار رائے کے لیے نئے ٹرینڈ اور نئی ٹیکنالوجی فراہم کی ہے اور یہ رائے عامہ کی تشکیل میں کلیدی کردار ادا کرتا ہے۔ اسی طبقہ کے بقول سوشل میڈیا کے استعمال پر ہونے والی تنقید کی کوئی اہمیت نہیں اور جو لوگ تنقید کرتے ہیں وہ خود بھی نہ صرف اس کی اہمیت سے آگاہ ہیں بلکہ وہ خود بھی اسے استعمال کرتے ہیں۔

دوئم ایک طبقہ بڑی شدت سے اس پر زور دیتا ہے کہ سوشل میڈیا کی کوئی اہمیت نہیں اور یہ صرف ایک مخالفانہ مہم یا کسی کی کردار کشی کو یقینی بنانے کے لیے بطور ہتھیار استعمال ہوتا ہے اور بہت سے لوگ اسے سماج دشمن، شیطانی ایجنڈا، ریاستی ٹکراو یا ریاستی دشمنی یا مادر پدر آزادی، لوگوں کی ذاتیات پر کردار کشی، تضحیک کرنا یا کسی کے بارے میں جھوٹ کی بنیاد پر مخالفانہ مہم چلانے کے طور پر پیش کرتے ہیں۔ ایک عمومی دلیل یہ دی جاتی

[1]- Muḥammad Shāriq, Ḥāfiẓ, *Al-Ḥād: Aik Ta ʻāruf* (Lāhawr: Kitāb Maḥal, 9048), 98–99.

ہے کہ اس کے استعمال نے معاشرے کو نہ صرف تقسیم کیا ہے بلکہ لوگوں میں ایک دوسرے کے بارے میں احترام، رواداری، برداشت اور ایک دوسرے کی قبولیت کے مقابلے میں تعصب، نفرت اور دشمنی کو فروغ دیا ہے۔

سوشل میڈیا یا ڈیجیٹل میڈیا کے بارے میں منفی رائے محض عام افراد تک محدود نہیں بلکہ ریاستی، حکومتی، ادارہ جاتی تک میں موجود ہے۔ یہ رائے بھی موجود ہے کہ اس میڈیا نے پاکستان کو جوڑا کم اور تقسیم زیادہ کر دیا ہے۔ اسی کو بنیاد بنا کر یہاں لوگ سوشل میڈیا پر پابندی کے حق میں دلائل بھی دیتے ہیں کہ اگر اس کو بند نہیں کرنا تو کم از کم اس میں اصلاحات یا قانون سازی کی مدد سے ریاستی یا حکومتی نظام اپنے کنٹرول میں کرے یا اس کے بارے میں سخت گیر پالیسیاں، قانون سازی اور عملدرآمد کے نظام کو موثر بنائے۔ لیکن ایک رائے یہ بھی ہے کہ اس کا اصل مقصد اصلاح سے زیادہ اظہار رائے کو کنٹرول کرنا مقصود ہے۔ ہمیں اپنی تعلیم وتربیت کی بنیاد پر تعلیمی اداروں بشمول دینی مدارس کی سطح پر نئی نسل کو آگاہ کریں کہ وہ کیسے خود مکالمہ کو اس نئی طاقت کی بنیاد پر فروغ دے سکتے ہیں اور کس طرح سے دوسروں کو مکالمہ اور شائستگی کے عمل میں پیدا کیا جائے۔ تنقید وتضحیک کے درمیان فرق اوپر سے لے کر نیچے تک سب کو سمجھنا چاہیے۔ یہ جو ریاست کو لگتا ہے کہ لوگ سوشل میڈیا کی مدد سے ریاستی نظام کو کمزور کیا جارہا ہے وہ اس نقطہ پر بھی غور کریں کہ ہم عام آدمی کے تناظر میں ریاستی نظام کو کیسے چلا رہے ہیں اور اس کا فائدہ کس بڑے طاقت ور طبقہ کو ہو رہا ہے۔ اس لیے اگر لوگ تنقید کر رہے ہیں یا آواز اٹھا رہے ہیں تو ان کے تحفظات کو بھی سنا جائے۔ یہ ردعمل کی سیاست ہے۔ یہ بیانیہ ردعمل یا طاقت کے استعمال کے بجائے علمی اور فکری بنیادوں پر ہونا چاہیے۔ اس نئے ابلاغ کو روکنا اب ممکن نہیں اور آپ اس پر جتنی پابندیاں لگائیں گے تو اس کا نتیجہ داخلی وخارجی دونوں محاذوں پر ہماری منفی طور پر سامنے آئے گا۔ تعلیمی ادارے ہی بیانیہ کی جنگ میں لیڈ لیتے ہیں اور اس وقت جو ہمیں سوشل میڈیا کی سطح پر مشکلات یا بحران نظر آتا ہے اس کا علاج بھی تعلیمی نظام یا تعلیمی اداروں کی سطح سے ہی تلاش کرنا ہو گا، طاقت کا انداز یا منفی سوچ کے ساتھ سوشل میڈیا کا مقابلہ ممکن نہیں ہو گا۔[2]

3. ارتقاء

اگر ہم سوشل میڈیا کی مقبولیت کا جائزہ لیں تو پچھلے چند سالوں میں اس کی مقبولیت میں بہت اضافہ دیکھنے میں آیا ہے۔ ہر شعبے سے وابستہ افراد اس سے منسلک ہیں سیاستدان، کھلاڑی، شوبز سے وابستہ افراد، سائنسدان، ڈاکٹر، وکیل، اسٹوڈنٹس، ٹیچرز، الغرض معاشرے کا ہر طبقہ یہاں تک کہ ایک چھوٹا ٹھیلا چلانے والا بھی آپ کو سوشل میڈیا میں نظر آئے گا۔ میں خود اگر اپنی بات کروں تو میں نے آج سے 7، 8 سال پہلے سوشل میڈیا کے مختلف پلیٹ فورم سے خود کو منسلک کیا۔ یعنی پہلی مرتبہ فیس بک، انسٹاگرام پر پروفائل بنا کر ایک ورچوئل دنیا کا حصہ بن گیا۔ میں نے خود کو ان پلٹ فارم سے کیوں منسلک کیا، ایسی کیا ضرورت پیش آ گئی تھی یہ بھی ایک دلچسپ سوال ہے۔ جب موبائل اور انٹرنٹ تک میری راسائی آسانی سے ہوگئی تو دوسروں کی دیکھا دیکھی میں بھی سوشل میڈیا کے کے مختلف پلیٹ فارمز کو استعمال کرنے لگا۔ یعنی اس سے ایک بات واضح ہوگئی کہ سوشل میڈیا کی مقبولیت کی سب بڑی وجہ اسمارٹ فونز، انٹرنیٹ اور دوسری گیجٹ تک ہر عام وخاص کی باآسانی سے رسائی ہے۔

اب یہاں یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ آنے والے چند سالوں میں سوشل میڈیا کا کیا مستقبل ہے اور یہ ہماری زندگیوں پر کس طرح اثر انداز ہو گا؟ اس میں مزید کتنی شدد آئے گی؟ ان پہاڑ نما بلند وبالا سولوں کا جواب ہم تب ہی اچھے سے تراش سکتے ہیں جب ہم پچھلے چند سالوں یا دہایوں میں سوشل میڈیا کی ارتقا پر نظر ڈالیں۔ اگر ہم سوشل میڈیا کی سب مقبول سائٹس کی بات کریں تو فیس بک 2.4 بلین ایکٹیو صارفین (Users) کے

[2] - Muḥammad Shāriq, Ḥāfiẓ, *Al-Ḥād: Aik Ta'āruf*, 98–99.

ساتھ پہلی نمبر پر ہے۔ جبکہ یوٹیوب دوسرے اور واٹس ایپ تیسرے پوزیشن پر براجمان ہیں۔ ان سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کو استعمال کرنے والوں کی تعداد بھی اربوں میں ہے۔ ایک محتاط اعداد وشمار کے مطابق دنیا بھر میں انٹرنٹ استعمال کرنے والوں کی تعداد آج ساڑھے چار ارب سے زیادہ ہے یعنی یہ پوری دنیا کی آبادی کا 59٪ فیصد بنتا ہے۔ جبکہ سوشل میڈیا یوزرز کی کل تعداد 3.8 ارب ہے یعنی دنیا کی کل آبادی کا 49٪ فیصد۔ کیا سوشل میڈیا کی مشہور سائٹ فیس بک، واٹس ایپ، انسٹاگرام اور ٹویٹر وغیرہ شروع سے ہی اتنے مقبول تھے اور ان کا کوئی مدمقابل نہیں تھا؟ تو اس سوال کا جواب نفی میں ہے۔ آج سے 10، 15 سال پہلے تک تقریباً لوگ ان سے پوری طرح نا آشنا تھے۔ اگر ہم 15 سے 20 سال پیچھے جاکر سوشل میڈیا کی دنیا پر نظر ڈالیں تو ہمیں پتا چلتا ہے کہ ایک ملین ماہانہ ایکٹیو صارفین تک پہنچنے والی پہلی سوشل میڈیا سائٹ۔ "مائی اسپیس" (MYSPACE) تھی جس سے آج تقریباً پوری دنیا ناواقف ہیں۔ آج "مائی اسپیس۔" اسپیس میں کہاں کھو گئی کسی کو کچھ نہیں معلوم۔۔!

مشہور تاریخ دان ابن خلدون نے تہذیبوں کے زوال کے متعلق کہا تھا کہ "ایک تہذیب پروان چھڑتی ہے، پیک پر پہنچتی ہے اور پھر اس کا زوال شروع ہوتا ہے اور وہ تاریخ کا میں گم ہو جاتی ہے اور کوئی دوسری تہذیب اس کی جگہ لے لیتی ہے۔" شاید سوشل میڈیا سائٹس کے ساتھ بھی کچھ ایسا ہی معاملہ ہے۔ مائی اسپیس 2005 میں سب سے مشہور سوشل میڈیا سائٹ تھی جس کی صارفین کی کل تعداد 19 ملین تھی اور دوسری بڑی سائٹ یوٹیوب جس کے تقریباً 2 ملین یوزرز تھے۔ 2006 میں یہ تعداد دگنی سے بھی زیادہ ہوگئی یعنی مائی اسپیس کے صارفین کی تعداد 54 ملین سے تجاوز کر گئی جب کہ یوٹیوب یوزرز کی تعداد 19 ملین تک پہنچ گئی۔ 2007 صورتحال یکسر تبدیل ہوگئی، مائی اسپیس استعمال کرنے والوں کی تعداد میں محض 15 ملین اضافہ ہوا یعنی کل صارفین کی 69 تعداد ملین تک پہنچ گئی، جب کہ یوٹیوب کی مقبولیت کا گراف غیر یقینی طور پر اوپر چلی گئی۔[3]

یوٹیوب صارفین کی تعداد محض ایک سال میں 19 ملین سے 143.9 ملین تک پہنچ گئی۔ اب یہاں سے مائی اسپیس جو کہ ایک ملین کا ہندسہ عبور کرنے والا پہلا سوشل میڈیا سائٹ تھا کا زوال شروع ہو گیا۔ 2008 بھی یوٹیوب کے لیے ایک اچھا سال رہا جس میں اس کی صارفین کی تعداد 294 ملین، جبکہ مائی اسپیس صرف 72 ملین صارفین تک محدود رہی۔ یہ سال فیس بک کے لیے بہت بہترین سال رہا جس سے پہلے محدود پیمانے پر لوگ اس سے واقف تھے، 2008 تک اس کے صارفین کی تعداد 100 ملین تک پہنچ گئی۔

2010 میں فیس بک نے یوٹیوب کو پیچھے چھوڑتے ہوئے سب زیادہ صارفین کی فہرست میں پہلے نمبر پر آ گیا۔ 2010 میں فیس بک کی ایکٹیو یوزرز کی تعداد 517 ملین اور یوٹیوب کے 380 ملین رہی۔ قابل غور بات یہ ہے کہ 2010 تک مائی اسپیس یوزرز کی تعداد کم ہو کر 68 ملین رہ گئی۔ 2005 سے 2008 تک مائی اسپیس ٹاپ سوشل میڈیا سائٹس میں شمار کیا جاتا تھا۔ مائی اسپیس کی مقبولت کا اندازہ اس بات سے لگایا جا سکتا ہے کہ 2006 میں مائی اسپیس کو گوگل اور یاہو سے زیادہ سرچ اور وزٹ کیا گیا۔ مگر فیس بک کی مقبولیت میں اضافے کے ساتھ ساتھ اس کی مقبولت کا گراف تیزی سے نیچے آنے لگا۔ 2013 میں فیس بک اور یوٹیوب دونوں ایک بلین ایکٹیو یوزرز کی فہرست میں شامل ہو گئے۔ فیس بک 1.17 بلین کے ساتھ پہلے، یوٹیوب 1.07 کے ساتھ دوسرے، واٹس اپ 300 ملین کے ساتھ تیسرے جبکہ ٹمبلر، ٹویٹر اور انسٹاگرام کا شمار بھی ٹاپ سوشل میڈیا سائٹس میں ہونے لگا۔ 2016 تک واٹس اپ بھی ایک بلین کے ممبر کلب میں شامل ہو گیا جبکہ 2018 میں فیس بک یوزرز کی تعداد 2 بلین تک پہنچ گئی۔

[3]- Muḥammad Shāriq, Ḥāfiẓ, *Al-Ḥād: Aik Taʻāruf*, 102.

اگر ہم ان تمام ڈیٹا کا تجزیہ کریں تو ہمیں یہ بات معلوم ہوتی ہے کہ وہ تمام سوشل میڈیا سائٹس جنھوں نے وقت کے ساتھ اپنے صارفین کی ضروریات کو دیکھتے ہوئے خود کو اپڈیٹ رکھا اور نت نئے فیچرز متعارف کیے انھوں نے اپنی بقاء کو قائم رکھا۔ اور جو ایسا کرنے سے قاصر رہے وہ اپنی افادیت کھو بیٹھے۔ کچھ کو اپنا مقام بنانے میں کافی وقت لگا جبکہ کچھ نے کم وقت میں ہی مقبولیت حاصل کیا۔ ٹک ٹاک کی مثال ہمارے سامنے ہے جو ستمبر 2016 میں لانچ ہوا اور 2018 کے وسط تک اس کی صارفین کی تعداد نصف بلین تک پہنچ گئی، یعنی اگر آسان الفاظ میں سمجھیں تو ہر ماہ 20 ملین یوزرز کا اضافہ ہوا۔ ان اعداد و شمار سے پتا یہ چلا کہ دنیا میں لوگوں کی ایک بہت بڑی تعداد اپنا کافی وقت سوشل میڈیا کے مختلف پلیٹ فارمز پر صرف کرتے ہیں۔ اب یہ لوگوں کی زندگی کا اہم حصہ بن چکا ہے جس سے پیچھا چھڑانا اب کافی مشکل ہے۔ مستقبل میں سوشل میڈیا کا ہماری زندگیوں میں کیا کردار رہے گا اس پر کچھ بات کرتے ہیں۔[4]

1۔ آج تقریباً ہر کروبار اور سروز آن لائن دنیا میں منتقل ہو چکی ہے۔ جس کی ایک مثال یہ ہے کہ آج سے چند سالوں پہلے کراچی میں ٹیکسیوں کی بھرمار ہوا کرتا تھا، تاہم کریم اور اوبر سروس کے آنے کے بعد ٹیکسی شہر کی سڑکوں میں نا ہونے کے برابر ہے۔ تاہم یہاں اہم بات یہ ہے کہ کریم اور اوبر اتنی جلدی عام پبلک تک رسائی کیسے حاصل کرلی۔ اس کا جواب یہ ہے کہ انھوں نے اپنی سروس کی سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے ذریعے بھرپور طریقے سے نمائش کی اور لوگوں کو یہ باور کرایا کہ ان کی سروس ٹیکسی سے بہتر ہے۔ مجھے بھی کریم اور اوبر سروس کے بارے میں سے سے پہلے سوشل میڈیا کے ذریعے سے ہی پتا چلا۔ اسی طرح فوڈ پانڈا کی سروس نے بھی کسی حد تک باہر کے کھونوں اور رستورن کے کروبار کو بھی متاثر کیا۔ اور آنے والے سالوں میں یہ اس میں مزید اضافہ ہو گا۔

2۔ آنے والے چند سالوں میں سوشل میڈیا لوگوں کے لیے مزید سورس آف انکم کا باعث بنے گا۔ آج لاکھوں کروڑں کی تعداد میں لوگ انٹرنٹ اور سوشل میڈیا کے ذریعے پیسے کمارہے ہیں۔ آپ اپنی سکل اور اپنا سروس کو فری لانس مارکیٹ میں پیش کرتے ہیں جس کی وجہ سے لوگ آپ سے کام لیتے ہیں اور بدلے میں آپ کو معاوضہ دیتے ہیں۔ آج فری لانس دنیا میں بے تحاشا جابز دستیاب ہے مگر شرط ہے کہ آپ کے اندر کوئی اسکل اور پوٹینشل موجود ہو۔ گرافیک ڈیزائینگ، ویب ڈیولپمنٹ، کانٹنٹ رائیٹنگ، ڈیجٹل مارکیٹنگ اور ان جیسی بے شمار قسم کی جابز موجود ہیں۔ تو آنے والے سالوں میں اس میں مزید اضافہ ہو گا اور مزید روزگار کے مواقع پیدا ہونگے۔

3۔ جب سے سوشل کے پلیٹ فارمز نے نت نئے فیچرز متعارف کرائے ہیں تب سے ٹی وی چینلز کی مقبولیت کا گراف تیزی سے نیچے آگیا ہے۔ اب پوراٹی وی موبائل اور دوسرے گیجٹس میں سماں گیا ہے۔ فیس بک لائف فیچرز اور اپنے یوٹیوب چینلز کے ذریعے ٹی وی چینلز پورے 24 گھنٹے براحراست ٹیلی کاسٹ ہوتے ہیں تو عام سوشل میڈیا صارف ان پلیٹ فارمز کے نسبت کبھی بھی ٹی وی کو رجوع نہیں کرے گا۔ آنے والے چند سال ٹی وی چینلز کے لیے مزید مشکل والے سال ثابت ہو سکتے ہیں۔

کیونکہ آج ایک فرد واحد خود ایک ٹی وی چینل ہے۔ آج سے کچھ سال پہلے اگر مبشر لقمان، طلعت حسین اور حسن نثار وغیرہ ڈی چینل پر بیٹھ کر شو کرتے تھے تو آج ان سب نے سوشل میڈیا پر اپنا اپنا چینل کھول کر وہی شو کر رہے ہیں بلا کسی روک ٹوک اور دباؤ کے۔ اور بڑی تعداد میں لوگ ان کو دیکھ بھی رہے ہیں اور سن بھی رہے ہیں۔

[4]- Muḥammad Shāriq, Ḥāfiẓ, *Al-Ḥād: Aik Taʿāruf*, 102.

4۔ سوشل میڈیا ایک آزاد گھوڑے کی طرح ہے، جس کا جب جو دل کرے وہ کر سکتا ہے، کوئی پوچھنے والا نہیں کوئی ٹوکنے والا نہیں۔ لوگوں کی ذاتی زندگی کو سوشل میڈیا کے ذریعے بڑی آسانی اور تیزی سے ہر خاص و عام کے سامنے عیاں کیا جاتا ہے۔ اگر یہ ایسا ہی چلتا رہا تو آنے والے چند میں معاشرے میں انتشار اور بد دلی بڑھ جائے گی۔ اور مجھے نہیں لگتا کہ آنے والے چند سالوں میں اس کے روک تھام کے لیے کوئی خاطر خواہ انتظام کیے جائیں گے۔[5]

مبحث دوم: سوشل میڈیا کی اقسام

انفارمیشن ٹیکنالوجی کی دنیا میں سوشل میڈیا کئی اقسام سے متعارف کروا چکی ہے۔ جو اپنی نوعیت کے اعتبار سے منفرد اور تعلیمی کاروباری مذہبی تخلیقی اور دیگر کئی مقاصد کے حصول کے لیے فائدہ مند ثابت ہو رہی ہے ان میں سے چند نمایاں اقسام کا تعارف درج ذیل ہے

1. سوشل نیٹ ورکس social network

سوشل نیٹ ورکنگ سائٹس دراصل سوشل میڈیا ویب سائٹ ہوتی ہے جو ایک جیسے مفادات اور پس منظر رکھنے والے صارفین میں باہم رابطہ قائم کرنے میں مدد فراہم کرتی ہے۔

فیس بک ٹوئٹر انسٹاگرام اور واٹس ایپ سوشل نیٹ ورکس ویب سائٹس کی مشہور مثالیں ہیں۔ یہ تمام سائٹس صارفین کو خیرات کے تبادلے سماجی اگاہی تعلقات کی تعمیر تصاویر ویڈیوز اپلوڈ کرنے اور دلچسپی کے گروپوں میں حصہ لینے میں مددگار ثابت ہوتی ہیں ان نیٹ ورکس کے ذریعے مختلف قسم کی سوشل میڈیا مہمات کو چلایا جا سکتا ہے۔ افراد اور کاروباری اداروں کو ان لائن بات چیت کرنے اور باہمی پیداواری تعلقات کو یقینی بنانے کے لیے ڈیٹا اور خیالات کا اشتراک کرنے میں بھی ترغیب دیتی ہیں۔

2. بلاگنگ اور پبلشنگ نیٹ ورکس blogging and publishing networks/

اس قسم کے سوشل میڈیا نیٹورکس میں ورڈپریس ٹمبلر اور میڈیم شامل ہے یہ ان لائن مواد کو شائع کرنے نہیں معلومات دریافت کرنے اور سوشل میڈیا بلاگز اور ویب پر شامل ہونے والے مضامین پر تبصرہ کرنے کے لیے منتخب کیے جاتے ہیں مواد کی مارکیٹنگ مطلوبہ سامعین تک رسائی انہیں اپنی طرف متوجہ کرنے میں سب سے زیادہ طاقتور طریقوں میں سے ایک ہے ورڈپریس اور بلاگر روایتی بلاگنگ پلیٹ فارم ہے جبکہ ٹمبلر مائکروبلاگنگ سروس میڈیم سوشل پبلشنگ پلیٹ فارم جدید ترین بلاگنگ اور پبلشنگ نیٹ ورکس ہیں۔

3. ویب بلاگ weblog

ایسی ویب سائٹ ہے جسے اکثر مخصوص موضوعات کے بارے میں نہیں معلومات کے ساتھ اپڈیٹ کیے جاتا ہے اس ویب سائٹ میں موجود معلومات سائٹ کے مالک صارفین اور دیگر ذرائع سے حاصل کی جاتی ہیں۔ ویب بلاگ ایک ذاتی جریدے کی طرح ہوتا ہے جو صارف کا عوامی طور پر اپنی زندگی پر بات کرنے کا ایک طریقہ پیش کرتے ہیں یہ دنیا بھر کے لوگوں کو واقعات اور مقامات کے بارے میں مزید جاننے کا ایک ذاتی طریقہ فراہم کرتا ہے۔[6]

---

[5]- Muḥammad Shāriq, Ḥāfiẓ, *Al-Ḥād: Aik Ta'āruf*, 102.
[6]- Kietzmann, Jan H., and Kristopher Harkens, "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media," *Business Horizons* 54, no. 3 (2011): 241–251, doi:10.1016/j.bushor.2011.01.005, S2CID 51682132.

4. یوٹیوب YouTube

یوٹیوب نہ صرف دنیا کی سب سے مشہور ویڈیو شیئرنگ ویب سائٹ ہے بلکہ یہ گوگل کے بعد دوسرا سب سے مشہور سرچ انجن بھی ہے اس کمپنی کی بنیاد 2005 میں رکھی گئی تھی اور اخر کار اسے گوگل نے خرید ہی لیا 2007 مئی میں یوٹیوب نے اپنی شرکت داری پروگرام متعارف کروایا جو سائیڈ کے لیے کلیدی رہا یوٹیوب ایک تعلیمی مواد کے پلیٹ فارم کے طور پر بہت اہمیت کا حامل ہے کثیر تعداد میں تعلیمی لٹریچر اور ویڈیوز لیکچرز یوٹیوب پر موجود ہیں یوٹیوب اور مواد تخلیق کرنے والوں کے مابین شراکت داری ہے ان کے لیے یوٹیوب پلیف پلیٹ فارم مہیا کرتا ہے اور تخلیق کار مواد فراہم کرتے ہیں ان پلیٹ فارم پر اشتہارات سے حاصل ہونے والا منافہ دونوں کے درمیان تقسیم ہو جاتا ہے گویا یوٹیوب چینل اپنے صارفین کو ذاتی کاروبار کے مواقع بھی فراہم کرتا ہے یوٹیوب کے پاس ماہانہ دو بلین سے زائد لاگ ان زائرین ہیں ان کے علاوہ دیگر ایسے بھی ہیں جو سائیڈ پر اپنے اکاؤنٹ میں سائن ان ہوئے بغیر ویڈیو دیکھتے ہیں۔

5. واٹس ایپ WhatsApp

واٹس ایپ ایک مقبول موبائل میسجنگ ایپ ہے جس کا اغاز 2009 میں ہوا صارف اسے انفرادی طور پر یا گروپس میں کسی دوسرے صارف کو تصاویر دستاویزات اڈیو اور ویڈیو مواد بھیجنے کے لیے ہل استعمال کرتے ہیں۔ نجی اور کاروباری ہر طرح کے پلیٹ فارم پر رابطہ کرنے کے لیے اس ایپ کا استعمال کیا جاتا ہے۔

6. سنیپ چیٹ

سنیپ چیٹ ایک امریکی ملٹی میڈیا انسٹنٹ میسجنگ ایپ اور سروس ہے سنیپ چیٹ ایک تصویری پیغام ہے جو کہ ملٹی میڈیم موبائل ایپلیکیشن ہے۔ 2011 میں یہ ایپ متعارف ہوئی اس کے ذریعے سارے دوستوں کے ساتھ مواد شیئر کر سکتا ہے کہانیاں پوسٹ کر سکتا ہے جو صارفین کے پیروکاروں تک پہنچ جاتی ہیں 2011 میں ریلیز ہونے والی یہ ایپ خاص طور پر نوجوان صارفین میں تیزی سے مقبول ہے اس کے بعد اس میں کمی واقع ہو گئی لیکن اب بھی دنیا بھر میں ماہانہ 360 ملین صارفین سوشل میڈیا کہ اس ویب سائٹ کو استعمال کرتے ہیں۔

7. میٹ اپ meet up

یہ ایک ایسے سروس ہے جو ان لائن گروپس کو منظم کرنے کے لیے استعمال کی جاتی ہے جو ایک جیسی دلچسپی رکھنے والے لوگوں کے لیے ذاتی اور ورچوئل ایونٹس کی میزبانی کرتے ہیں اس کی بنیاد 2002 میں چیئرمین سکاٹ ہیفرمین اور چار شریک بانیوں نے رکھی تھی کمپنی کو we work نے 2017 میں حاصل کیا تھا اس کا صدر دفتر نیویارک شہر میں ہے وی ورک نے مارچ میں اسے Alley crop کو فروخت کیا میٹ اپ کا بنیادی فوکس مشاغل اور شوق پر مبنی ہے 2004 میں صدارتی امیدوار ہارڈین نے مقبول بنایا ڈین نے اپنی تقاریر میں اور اپنی ویب سائٹ پر حمایتیوں کے میٹ اپ گروپس کی تشہیر بھی کی اس کے صارفین اور شائقین کی تعداد میں خاطر خواہ اضافہ ہوا اور یوں میٹ اپ سیاست دانوں کے لیے انٹرنیٹ پر معمول کا حصہ بن گئی۔[7]

[7]- Kietzmann, Jan H., and Kristopher Harkens, “Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media,” 241–251.

8. فیس بک Facebook

دنیا بھر میں سب سے زیادہ پہچانا جانے والا سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے چار فروری 2004 کو متعارف کروایا گیا اس ویب سائٹ کو اغاز کی ابتدائی سالوں میں اس کے صارفین کی تعداد ایک ملین سے تجاوز کر گئی عوام میں اس کی مقبولیت کا اندازہ اس بات سے لگالیں کہ انتہائی سرات کے ساتھ اس کے صارفین کی تعداد میں اضافہ ہو رہا ہے ماہانہ 2.7 بلین صارفین کے ساتھ دنیا کی ایک تہائی سے زیادہ ابادی فیس بک استعمال کرتی ہے یہ اپنے صارفین کی ضروریات کو پورا کرنے اور نئے لوگوں کو اپنی طرف راغب کرنے کے لیے سالوں سے مسلسل ترقی کرتی ارہی ہے اس میں انسٹاگرام واٹس ایپ کا حصول شامل ہے کاروباری لوگ اپنے کاروبار کی مقبولیت کے لیے صفات گروپس اور ایون یہ ان لوگوں کے لیے اشتہاری اہداف کے مواقع بھی پیش کرتی ہے جو مخصوص صارفین کے لیے مرید بڑھانا چاہتے ہیں یہ غلط لائن ہے صرف فیس بک اپنے صارفین کو ای میل کے مواقع فراہم کرتا ہے ای میل اکاؤنٹ مثلاً جی میل ہاٹ میل یاہو اوٹ لک وغیرہ کے ذریعے پیغامات دفتری دستاویزات فائل اور دیگر معلومات متعلقہ افراد تک پہنچاتی ہے کاروباری افراد اپنے کاروبار اور اشیاء پیداوار کی تشہیر کے لیے اس پلیٹ فارم کو استعمال کرتے ہیں طالبہ اپنے ساتھی کے ساتھ گروپ سٹڈی معلومات اور نوٹس کے تبادلے کے لیے اس کا استعمال کرتے ہیں مختصر یہ کہ فیس بک معلومات حاصل کرنے کا ایک بہترین ذریعہ ہے

9. انسٹاگرام Instagram

انسٹاگرام سوشل میڈیا کا سب سے بڑا پلیٹ فارم اور سوشل میڈیا چینل ہے یہ 2007 میں شروع ہوئی اور بعد میں فیس بک نے اس کو خرید لیا ہے۔ ماہانہ ایک ارب سے زائد فعال صارفین ہیں اور بنیادی طور پر ایک موبائل پلیٹ فارم ہے فیس بک کی طرح انسٹاگرام کاروباری صارفین کو ایک مخصوص صارف تک پہنچانے میں مدد کے لیے ٹارگٹ اشتہاری اپشنز پیش کرتا ہے۔ انسٹاگرام پوسٹنگ کے مختلف اپشن بشمول تصاویر ویڈیوز کہانیاں اور لائیو سٹریمز بھی پیش کرتا ہے۔

10. ٹویٹر X

سوشل میڈیا کا سفر فیس بک اور یوٹیوب پر ختم نہیں ہوتا بلکہ ایک نئے انداز کے ساتھ ایک نئی ویب سائٹ چھوٹے نیلے پرندے کی شکل میں سامنے ایا جسے ٹویٹر کے نام سے جانا جاتا تھا یہ ایک انسٹنٹ میسج مائیکرو بلاگنگ سسٹم ہے جس سے سوشل نیٹ ورکنگ سائٹ کو مکمل کر کے غیر ارادی رکاوٹوں کو ختم کیا ٹویٹر سب سے پہلے پاڈ کاسٹنگ پلیٹ فارم کے طور پر ظاہر ہوا اس نے ایک مائیکرو بلاگنگ سائٹ کے طور پر شہرت حاصل کی جس میں صرف 140 حروف تک ٹیکسٹ پوسٹ شامل تھی 2006 میں اس کے اغاز کے بعد سے اس نے کریکٹرز کی تعداد کو بڑھا دیا اور اب ساری کو دوسری میڈیا جیسے تصاویر اور ویڈیو اس کا اس طرح کرنے میں بھی معاونت کرتا ہے یہ فیس بک کی طرح ہر جگہ نہیں ہوتا باوجود اس کے کہ کثیر تعداد میں لوگ اس کا استعمال کرتے ہیں لیکن یہ اب صارفین کے درمیان وسیع پیمانے پر استعمال ہو رہا ہے اور موجودہ دور میں اب اس کا نیا نام ایکس ہے جس کو ٹویٹر سے تبدیل کر دیا گیا ہے[8]

---

[8]- Kietzmann, Jan H., and Kristopher Harkens, "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media," 241–251.

میڈیا کی ضرورت اور اہمیت

گزشتہ ایک دہائی سے انٹرنیٹ کی تیز رفتار ترقیاتی امور، نوجوانوں کی کثیر تعداد اور دلچسپی کا مرکز و محور ہے۔ گوگل اس میدان میں ایک بنیادی حیثیت رکھتا ہے جس نے اپنی دو مقبول سائٹس یوٹیوب اور اورکٹ کی ایجاد کر کے منفرد مقام حاصل کیا ہے فیس بک کے اغاز کے بعد اور اس کی دن بدن بڑھتی ہوئی مقبولیت کی بنا پر اورکٹ کی جانب نوجوانوں کو رجحان کم ہونے کی بنا پر اہستہ اہستہ فیس بک اس میدان کا لیڈر بن گیا ہے لیکن گوگل کی نئی سروس گوگل پلس اس میدان میں نہیں اور نیا قدم جما چکی ہے فیس بک کے علاوہ اس دوران کئی سوشل سائٹ جیسے انسٹاگرام مائی سپیس ٹویٹر لنکڈان واٹس ایپ وغیرہ اس میدان میں داخل ہوگئے اور اج دنیا بھر میں سب سے زیادہ استعمال ہونے والی سوشل سائٹس فیس بک یوٹیوب اور ایکس ٹویٹر ہے میڈیا کی ضرورت اور اہمیت ہر دور میں اپنی جگہ قائم ہے سوشل میڈیا کے جدید ابلاغی ٹول کو جو اہمیت اج حاصل ہے کسی اور ٹول کو یہ توجہ اہمیت اس سے پہلے کبھی بھی حاصل نہیں ہوئی تھی عصر حاضر میں تمام شعبہ جات میں سوشل میڈیا کو وہی مرکزی حیثیت حاصل ہے جو انسانی جسم میں دل کو حاصل ہے کوئی شخص بھی اسے نظر انداز نہیں کر سکتا نہ اس سے لاتعلق رہ سکتا ہے دنیا کے کم و بیش ہر ملک میں سوشل میڈیا کو شارک کی حیثیت حاصل ہے یہ کسی بھی ملک میں تحریکوں کو پروان چڑھانے اور ان کو کامیابی سے ہمکنار کرنے کی راہیں ہموار کرتا ہے یہ کہنا غلط نہیں ہوگا کہ مذہبی اور سیاسی تحریکوں کی کامیابی اور ناکامی میں پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا سے سب سے زیادہ سوشل میڈیا سب سے زیادہ موثر ترین ذریعہ بن چکا ہے الیکٹرانک میڈیا اور پرنٹ میڈیا کی اب اثر انگیزی کم ہوتی جا رہی ہے سیکولرزم کمیونیزم سوشلزم اور جیسے نظریات پھیلانے میں سوشل میڈیا نے اہم کردار ادا کیا ہے دنیا کے مختلف کناروں میں جیسے امریکہ کے عالمی طاقت بننے کا راز فرانس کی ذہنی انقلاب جاپان کی صنعتی ترقی چین کی سپر اقتصادی ترقی ہالینڈ میں تعلیم کے فروغ اور اسٹریلیا میں نظریات کی ترویج میں ذرائع ابلاغ کے کارناموں سے ہر ذی شعور باقی ہے ملک کی تارمیر و ترقی میں سوشل میڈیا کے کردار کو نظر انداز نہیں کیا جا سکتا ہے۔[9]

اگر عوام اس فلیٹ فارم کے ذریعے شعور حاصل کرنا چاہے اور وہ تعلیم یافتہ ہو جائے تو ملک سے کرپٹ لوگوں کی کرپشن اور بدعنوانیوں کو کے ذرائع محدود اور محدود ہو جائیں گے اگر سوشل میڈیا یہ کردار ادا کرے کہ معاشرتی برائیوں کو چھپائے تو لوگوں کی اصلاح نہیں ہو سکے گی قاتلوں ظالموں مافیا گروپ اور ظالموں کی پہچان نہیں ہو گی۔

مبحث سوم: سوشل میڈیا کے فوائد اور منفی نقصانات واثرات

1. فوائد

تعلیمی سطح سب سے بڑا مثبت پہلو تعلیمی سطح میں یہ ہے کہ یہ ایک نعمت بنتی جا رہی ہے تعلیم و تدریس کے میدان میں سوشل میڈیا کی افادیت سے دور جدید میں تعلیم و تدریس کے عمل کو کہیں اسان بنا دیا ہے مختلف سوشل نیٹ ورکنگ سے طلبا کو با اسانی باہم گفتگو کرنے کا طریقہ معلومات کا تبادلہ آن لائن پروگراموں کے ذریعے گھر بیٹھے کئی معلوماتی اور علمی پروگراموں سے فائدہ اٹھانے کا طریقہ بتایا جا رہا ہے۔ اسی طرح کی کئی سوشل ورکنگ سائیڈز جس سے طلبہ اپنی دلچسپی کے حامل ہنر میں مہارت حاصل کرنے کے قابل ہو جاتے ہیں اور یہ دور جدید کا سب سے زیادہ آسان سستا اور عمدہ ترین ذریعہ بن چکا ہے مذہبی سطح حضرت ادم علیہ السلام سے لے کر اج تک ہر دور کے انسان نے اپنے مذہب کی تشہیر کے لیے ہر دور

---

[9]- Obar, Jonathan A., and Steve Wildman, "Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue," *Telecommunications Policy* 39, no. 9 (2015): 745–750, doi:10.2139/ssrn.2647377, SSRN 2647377.

میں موجود مسائل اور ذرائع کو استعمال کر کے اپنے پیغام کو دوسروں تک پہنچایا ہے دور حاضر میں دین اسلام کی افاقی اور ابدی تعلیمات کی اشاعت و ترویج کے لیے سوشل میڈیا کا استعمال ایک بہترین ذریعہ ہے گھر بیٹھے اپنے مذہب سے متعلق معلومات اور تعلیمات باسانی دستیاب ہو جاتی ہیں دعوت دین اور خدمت دین کا عمل انتہائی اسان اور تیز ہو گیا ہے دین کی افادیت اور حقانیت کو ثابت کرنا اور اس کو وسیع اور کثیر موقع فراہم کرنا غیر مسلموں تک اسلام کے پیغام کو پہنچانا علمی اور تحقیقی سافٹ ویئر متعارف ہونے کی بدولت اسلامی تعلیمات اور حوالہ جاتی مستند دینی کتابوں کے ذخائر تک باسانی رسائی ممکن ہو گئی ہے۔ انفرادی اور اجتماعی سطح پر مختلف افراد اور دینی جماعتیں کسی نے کسی صورت میں اسلام کی تبلیغ کے لیے ان ویب سائٹس کے استعمال کر رہی ہیں جن کی بدولت غیر مسلموں تک تعلیمات پہنچانا اسان ثابت ہو رہا ہے سوشل میڈیا کی سائٹس کے ذریعے تجوید قرآت کے اصولوں کو جاننا سیکھنا اور سابقہ دور کی نسبت زیادہ آسان ہو گیا ہے نعت خوانی کا شوق رکھنے والے اپنے شوق کو گھر بیٹھے ہی بہتر بنا رہے ہیں قران مجید احادیث مبارکہ اور مختلف اسلامی مواد کو پڑھنا اور محفوظ کرنا اسان ہو گیا ہے معاشی سطح معیشت کا مستحکم ہونا کسی بھی ملک اور قوم کی ترقی اور کامیابی کے وجود میں ریڑ کی ہڈی کی حیثیت رکھتا ہے جس ملک میں بھی جس قدر عوام کو روزگار کے بہترین وسائل و ذرائع اور مواقع فراہم ہوں گے وہی ملک ترقی کی راہ کی جانب سب سے زیادہ گامزن ہو گا۔ عوام کی خوشحالی معاشی بنیادوں کے مضبوط ہونے میں ہے۔ معاشی سطح پر سوشل میڈیا کے کردار اور اثرات کا جائزہ لینے سے یہ بات ثابت ہو رہی ہے کہ ملکی معیشت کی ترقی میں اس کا کردار بہت بڑا ہے معاشی اعتبار سے سوشل میڈیا کی افادیت اس بات سے لگالیں کہ صارفین اور کاروباری افراد کو آن لائن کاروبار اور مارکیٹنگ کے مواقع میسر ا رہے ہیں مارکیٹنگ سے لے کر گاہکوں کے ساتھ بروقت بات چیت کنے کاروبار پر مثبت اور منفعت بخش اثرات مرتب کیے ہیں۔[10]

سوشل میڈیا کے ذریعے سے تعلیمی روزگار کے مواقع میں بھی اضافہ ہو رہا ہے تعلیمی اہلیت کے حامل افراد کو ان لائن کلاسز کے ذریعے گھر بیٹھے بذریعہ تدریس کمانے کی سہولت بھی میسر ا رہی ہے مختلف فرمز اور کمپنیوں میں روزگار کے اشتہارات کی بروقت اطلاع اور آن لائن دستاویز میں نہ صرف مدد مل رہی ہے بلکہ گھریلو دستکاری کی مصنوعات کی ان لائن تشہیر اور ہوم ڈیلیوری کی سہولت کے ذریعے بھی افراد معاشرہ کو چھوٹے پیمانے پر کاروبار کرنے اور مالی فوائد حاصل کرنے میں معاونت مل رہی ہے سوشل میڈیا کے ذریعے کاروباری افراد اپنے کاروبار کو عوامی سطح تک متعارف کروا رہے ہیں اس مقصد کے لیے ہر قسم کی کاروبار کے ان لائن پیجز ایپس لنکس اور ویب سائٹ متعارف کروائی جا رہی ہیں جس کے ذریعے سے نہ صرف کاروبار اور پروڈکٹس کو پذیرائی ملتی ہے بلکہ سیل لیول بھی بڑھتا ہے اور صارفین کی تعداد میں بھی اضافہ ہوتا ہے سوشل میڈیا پر وسیع تر مارکیٹنگ سے زیادہ منافع کمانے کا امکان بڑھ رہا ہے ایک عام شہری گھر بیٹھے نہ صرف ان پروڈکٹس کے متعلق معلومات حاصل کرتا ہے بلکہ وہ ان لائن سسٹم کے تحت اپنی من پسند اشیاء گھر بیٹھے ہی حاصل کر لیتا ہے معاشرتی سطح سوشل میڈیا ایک ایسا معاشرتی اور سماجی میڈیا بھی ہے جس کے ذریعے افراد معاشرہ زمان و مکاں کی حدود سے ماورا ہو کر دنیا کے کسی بھی کونے میں گھر بیٹھے اپنے خاندان کے افراد اور دوستوں کے ساتھ بات چیت کر سکتے ہیں ایک دوسرے کی خیر خیریت مشاورت تکنیکی ارا سے بھی مستفید ہو سکتے ہیں اور اپنے تجربات اور خیالات کو ایک دوسرے کے ساتھ باہم شیئر کر سکتے ہیں گویا یہ کہ سوشل میڈیا سماجی تعلقات کو بڑھانے میں معاون ثابت ہو رہا ہے۔ سوشل میڈیا کے ذریعے وسیع اور عریض دنیا سمٹ کر ایک عالمی گاؤں کا روپ دھار چکی ہے سابقہ دور میں دور دراز کے عالقوں میں بات کرنا اور ان کی معلومات حاصل کرنے کے

---

[10]- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of social media," *Business Horizons* 53, no. 1 (Bloomington, Indiana: Kelley School of Business, 2010): 61, 64–65, 67, doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003, S2CID 16741539, retrieved April 28, 2019.

لیے کئی کئی ہفتوں اور مہینے درکار ہو جاتے تھے اور میلوں کا سفر طے کرنا پڑتا تھا کسی بھی شخص کی خیر خیریت اور مزاج پرسی کے لیے ڈاک کا انتظار کرنا پڑتا تھا آج کے جدید دور میں سوشل میڈیا کے استعمال نے اس عمل کو بہت اسان اور قابل رسائی بنا دیا ہے کہ گھر بیٹھے ایک بٹن کو ہلکا سا چھونے پر پوری دنیا کی معلومات ان لائن حاصل کر سکتا ہے اور اس کے عالوہ یہ کہ دوسروں کے ساتھ معلومات کا تبادلہ بھی کر سکتا ہے پوری دنیا کی معلومات کو حاصل کرنے کے لیے اور لوگوں کی خیر خیریت یا مزاج پرسی کے لیے سوشل میڈیا نے ایک ہلکے سے بٹن کے چھونے پر قید کر لیا ہے۔[11]

جدید دور کا انسان مادی ضروریات کو پورا کرنے اور اپنے وسائل کو بڑھانے کے لیے دن رات معاشی جدوجہد کے میں جتا ہوا ہے اس بے پناہ مصروفیت کے باعث اسے تفرح کے مواقع بہت کم میسر اتے ہیں لیکن سوشل میڈیا اس میدان میں بھی کسی حد تک اس کی کمی کو پورا کرنے میں اہم کردار ادا کر رہا ہے معاشرتی ترقی ایک جسم تو نوجوان اس کی ریڑ کی ہڈی کی مانند ہے اور سوشل میڈیا نے نوجوانوں کی ایک بڑی تعداد کو اپنی طرف مائل کر رکھا ہے سوشل میڈیا نوجوانوں کو علم و ہنر کے میدان میں اگے بڑھنے تخلیقی صالحیتوں کو بڑھانے کے لیے اور روزگار کے سنہری مواقع میسر کرنے میں معاون ثابت ہو رہا ہے نسل نو میں اخلاق حسنہ پیدا کرنے کے لیے اہل علم اور دانش وروں کے پروگرامز اور لیکچرز رہنما اور رہبر کا کردار ادا کر رہے ہیں سیاسی سطح سیاست کا تعلق ریاست اور اس کے شہریوں سے الگ اور اجنبی نہیں ہے بلکہ سیاست کا تعلق ریاست اور افراد معاشرہ سے ہے عوام کے لیے سیاسی شعور کا حصول اور بطور شہری اپنے ذمہ داری اور ائینی و قانونی حقوق و فرائض کا شعور و احساس بے حد ضروری ہے ماضی میں سیاسی جماعتیں پیغام رسانی کے اخبارات اور ٹیلی ویژن کا استعمال کرتی تھیں ہر جماعت کا اپنا سیاسی اخبار ہوتا تھا جس کے ذریعے اس جماعت کا سیاسی نظریہ تنظیمی دستور انتخابی منشور اور شائع کی جاتی تھی اج اس کے برعکس سوشل میڈیا کے استعمال نے تمام منظر نامہ تبدیل کر دیا ہے کسی بھی سیاسی ایشو اور مسئلے پر عوام کو متفق کرنے یا کسی بھی کام کے خالف ابھارنے کے لیے سوشل میڈیا بطور معاون ہتھیار ثابت ہو رہا ہے۔ ان لائن پلیٹ فارم کے ذریعے لوگ اپنی سیاسی شکایات سیاسی رہنماؤں اور ریاستی اداروں کے نگرانوں تک پہنچانے اور کاروائی کا مطالبہ کرنے کے قابل ہو گئے ہیں وسیع پیمانے پر سیاسی ریلیاں بنانے اور مہمات چالنے میں سوشل میڈیا اہم کردار ادا کر رہی ہے ملکی اور عالمی سطح پر ہونے والے تمام اہم واقعات کو عوام الناس میں شہرت سوشل میڈیا کے ذریعے ہی مل رہی ہے[12]

i. **تعلیمی سطح:** سب سے بڑا مثبت پہلو تعلیمی سطح میں یہ ہے کہ یہ ایک نعمت بنتی جا رہی ہے تعلیم و تدریس کے میدان میں سوشل میڈیا کی افادیت سے دور جدید میں تعلیم و تدریس کے عمل کو کہیں اسان بنا دیا ہے مختلف سوشل نیٹ ورکنگ سے طلبا کو با اسانی باہم گفتگو کرنے کا طریقہ معلومات کا تبادلہ ان لائن پروگراموں کے ذریعے گھر بیٹھے کئی معلوماتی اور علمی پروگراموں سے فائدہ اٹھانے کا طریقہ بتایا جا رہا ہے۔ اسی طرح کی کئی سوشل ورکنگ سائیڈز جس سے طلبہ اپنی دلچسپی کے حامل ہنر میں مہارت حاصل کرنے کے قابل ہو جاتے ہیں اور یہ دور جدید کا سب سے زیادہ اسان سستا اور عمدہ ترین ذریعہ بن چکا ہے۔

---

[11]- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," 61, 64–65, 67.

[12]- Boyd, Danah M., and Nicole B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, no. 1 (2007): 210–230, doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.

ii. **مذہبی سطح:** حضرت ادم علیہ السلام سے لے کر اج تک ہر دور کے انسان نے اپنے مذہب کی تشہیر کے لیے ہر دور میں موجود مسائل اور ذرائع کو استعمال کر کے اپنے پیغام کو دوسروں تک پہنچایا ہے دور حاضر میں دین اسلام کی افاقی اور ابدی تعلیمات کی اشاعت و ترویج کے لیے سوشل میڈیا کا استعمال ایک بہترین ذریعہ ہے گھر بیٹھے اپنے مذہب سے متعلق معلومات اور تعلیمات باسانی دستیاب ہو جاتی ہیں دعوت دین اور خدمت دین کا عمل انتہائی اسان اور تیز ہو گیا ہے دین کی افادیت اور حقانیت کو ثابت کرنا اور اس کو وسیع اور کثیر موقع فراہم کرنا غیر مسلموں تک اسلام کے پیغام کو پہنچانا علمی اور تحقیقی سافٹ ویئر متعارف ہونے کی بدولت اسلامی تعلیمات اور حوالہ جاتی مستند دینی کتابوں کے ذخائر تک باسانی رسائی ممکن ہو گئی ہے۔ انفرادی اور اجتماعی سطح پر مختلف افراد اور دینی جماعتیں کسی نے کسی صورت میں اسلام کی تبلیغ کے لیے ان ویب سائٹس کے استعمال کر رہی ہیں جن کی بدولت غیر مسلموں تک تعلیمات پہنچانا اسان ثابت ہو رہا ہے سوشل میڈیا کی سائٹس کے ذریعے تجوید قرات کے اصولوں کو جاننا سیکھنا اور سابقہ دور کی نسبت زیادہ اسان ہو گیا ہے نعت خوانی کا شوق رکھنے والے اپنے شوق کو گھر بیٹھے ہی بہتر بنا رہے ہیں قران مجید احادیث مبارکہ اور مختلف اسلامی مواد کو پڑھنا اور محفوظ کرنا اسان ہو گیا ہے[13]

iii. **معاشی سطح:** معیشت کا مستحکم ہونا کسی بھی ملک اور قوم کی ترقی اور کامیابی کے وجود میں ریڑ کی ہڈی کی حیثیت رکھتا ہے جس ملک میں بھی جس قدر عوام کو روزگار کے بہترین وسائل و ذرائع اور مواقع فراہم ہوں گے وہی ملک ترقی کی راہ کی جانب سب سے زیادہ گامزن ہو گا۔ عوام کی خوشحالی معاشی بنیادوں کے مضبوط ہونے میں ہے۔ معاشی سطح پر سوشل میڈیا کے کردار اور اثرات کا جائزہ لینے سے یہ بات ثابت ہو رہی ہے کہ ملکی معیشت کی ترقی میں اس کا کردار بہت بڑا ہے معاشی اعتبار سے سوشل میڈیا کی افادیت اس بات سے لگالیں کہ صارفین اور کاروباری افراد کو ان لائن کاروبار اور مارکیٹنگ کے مواقع میسر ا رہے ہیں مارکیٹنگ سے لے کر گاہکوں کے ساتھ بروقت بات چیت کنے کاروبار پر مثبت اور منفعت بخش اثرات مرتب کیے ہیں۔ سوشل میڈیا کے ذریعے سے تعلیمی روزگار کے مواقع میں بھی اضافہ ہو رہا ہے تعلیمی اہلیت کے حامل افراد کو ان لائن کلاسز کے ذریعے گھر بیٹھے بذریعہ تدریس کمانے کی سہولت بھی میسر ا رہی ہے مختلف فرمز اور کمپنیوں میں روزگار کے اشتہارات کی بروقت اطلاع اور ان لائن دستاویز میں نہ صرف مدد مل رہی ہے بلکہ گھریلو دستکاری کی مصنوعات کی ان لائن تشہیر اور ہوم ڈیلیوری کی سہولت کے ذریعے بھی افراد معاشرہ کو چھوٹے پیمانے پر کاروبار کرنے اور مالی فوائد حاصل کرنے میں معاونت مل رہی ہے سوشل میڈیا کے ذریعے کاروباری افراد اپنے کاروبار کو عوامی سطح تک متعارف کروا رہے ہیں اس مقصد کے لیے ہر قسم کی کاروبار کے ان لائن پیجز ایپس لنکس اور ویب سائٹ متعارف کروائی جا رہی ہیں جس کے ذریعے سے نہ صرف کاروبار اور پروڈکٹس کو پذیرائی ملتی ہے بلکہ سیل لیول بھی بڑھتا ہے اور صارفین کی تعداد میں بھی اضافہ ہوتا ہے سوشل میڈیا پر وسیع تر مارکیٹنگ سے زیادہ منافہ کمانے کا امکان بڑھ رہا ہے ایک عام شہری گھر بیٹھے نہ صرف ان پروڈکٹس کے متعلق معلومات حاصل کرتا ہے بلکہ وہ ان لائن سسٹم کے تحت اپنی من پسند اشیاء گھر بیٹھے ہی حاصل کر لیتا ہے معاشرتی سطح سوشل میڈیا ایک ایسا معاشرتی اور سماجی میڈیا بھی ہے جس کے ذریعے افراد معاشرہ زمان و مکاں کی حدود سے ماورا ہو کر دنیا کے کسی بھی کونے میں گھر بیٹھے اپنے خاندان کے افراد اور دوستوں کے ساتھ بات چیت کر سکتے ہیں ایک دوسرے کی خیر خیریت مشاورت تکنیکی ارا سے بھی مستفید ہو سکتے ہیں اور اپنے تجربات اور خیالات کو ایک دوسرے کے ساتھ باہم شیئر کر سکتے ہیں گویا یہ کہ سوشل میڈیا سماجی تعلقات کو بڑھانے میں معاون ثابت ہو رہا ہے۔ سوشل میڈیا کے ذریعے وسیع اور عریض دنیا سمٹ کر ایک عالمی

[13]- Obar, Jonathan A., and Steve Wildman, "Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue," 745–750.

گاؤں کا روپ دھار چکی ہے سابقہ دور میں دور دراز کے علاقوں میں بات کرنا اور ان کی معلومات حاصل کرنے کے لیے کئی کئی ہفتوں اور مہینے درکار ہو جاتے تھے اور میلوں کا سفر طے کرنا پڑتا تھا کسی بھی شخص کی خیر خیریت اور مزاج پرسی کے لیے ڈاک کا انتظار کرنا پڑتا تھا آج کے جدید دور میں سوشل میڈیا کے استعمال نے اس عمل کو بہت آسان اور قابل رسائی بنا دیا ہے کہ گھر بیٹھے ایک بٹن کو ہلکا سا چھونے پر پوری دنیا کی معلومات ان لائن حاصل کر سکتا ہے اور اس کے علاوہ یہ کہ دوسروں کے ساتھ معلومات کا تبادلہ بھی کر سکتا ہے پوری دنیا کی معلومات کو حاصل کرنے کے لیے اور لوگوں کی خیر خیریت یا مزاج پرسی کے لیے سوشل میڈیا نے ایک ہلکے سے بٹن کے چھونے پر قید کر لیا ہے۔

جدید دور کا انسان مادی ضروریات کو پورا کرنے اور اپنے وسائل کو بڑھانے کے لیے دن رات معاشی جدوجہد کے میں جتا ہوا ہے اس بے پناہ مصروفیت کے باعث اسے تفرح کے مواقع بہت کم میسر اتے ہیں لیکن سوشل میڈیا اس میدان میں بھی کسی حد تک اس کی کمی کو پورا کرنے میں اہم کردار ادا کر رہا ہے معاشرتی ترقی ایک جسم تو نوجوان اس کی ریڑ کی ہڈی کی مانند ہے اور سوشل میڈیا نے نوجوانوں کی ایک بڑی تعداد کو اپنی طرف مائل کر رکھا ہے سوشل میڈیا نوجوانوں کو علم و ہنر کے میدان میں اگے بڑھنے تخلیقی صلاحیتوں کو بڑھانے کے لیے اور روزگار کے سنہری مواقع میسر کرنے میں معاون ثابت ہو رہا ہے نسل نو میں اخلاق حسنہ پیدا کرنے کے لیے اہل علم اور دانش وروں کے پروگرامز اور لیکچرز رہنما اور رہبر کا کردار ادا کر رہے ہیں۔[14]

iv. **سیاسی سطح:** سیاست کا تعلق ریاست اور اس کے شہریوں سے الگ اور اجنبی نہیں ہے بلکہ سیاست کا تعلق ریاست اور افراد معاشرہ سے ہے عوام کے لیے سیاسی شعور کا حصول اور بطور شہری اپنے ذمہ داری اور ائینی و قانونی حقوق و فرائض کا شعور و احساس بے حد ضروری ہے ماضی میں سیاسی جماعتیں پیغام رسانی کے اخبارات اور ٹیلی ویژن کا استعمال کرتی تھیں ہر جماعت کا اپنا سیاسی اخبار ہوتا تھا جس کے ذریعے اس جماعت کا سیاسی نظریہ تنظیمی دستور انتخابی منشور اور شائع کی جاتی تھی اج اس کے برعکس سوشل میڈیا کے استعمال نے تمام منظر نامہ تبدیل کر دیا ہے کسی بھی سیاسی ایشو اور مسئلے پر عوام کو متفق کرنے یا کسی بھی کام کے خلاف ابھارنے کے لیے سوشل میڈیا بطور معاون ہتھیار ثابت ہو رہا ہے۔

ان لائن پلیٹ فارم کے ذریعے لوگ اپنی سیاسی شکایات سیاسی رہنماؤں اور ریاستی اداروں کے نگرانوں تک پہنچانے اور کاروائی کا مطالبہ کرنے کے قابل ہو گئے ہیں وسیع پیمانے پر سیاسی ریلیاں بنانے اور مہمات چلانے میں سوشل میڈیا اہم کردار ادا کر رہی ہے ملکی اور عالمی سطح پر ہونے والے تمام اہم واقعات کو عوام الناس میں شہرت سوشل میڈیا کے ذریعے ہی مل رہی ہے۔

2. منفی نقصانات و اثرات

جہاں سوشل میڈیا کے بہت زیادہ فوائد ہیں اس کے ساتھ ساتھ اس کے نقصانات بھی بہت زیادہ ہیں۔ نوجوانوں میں سوشل میڈیا کا مثبت کی بجائے منفی استعمال بھی زیادہ ہے۔ وہ اپنا بہت سا قیمتی وقت سوشل میڈیا پہ ضائع کر دیتے ہیں۔ آج کل کے نوجوان فیس بک کا بہت زیادہ استعمال کرتے ہیں جس سے ان کا قیمتی وقت ضائع ہونے کے ساتھ ساتھ ان کی ذہنی و جسمانی صحت پہ بھی فرق پڑتا ہے وہ سوشل میڈیا کے بہت زیادہ استعمال سے اپنے گھر والوں کو بھی وقت نہیں دے پاتے۔ اس کے بعد اظہار رائے کی آزادی ہونا ایک اچھی بات ہے مگر سوشل میڈیا پر مثبت انداز میں تنقید کی بجائے ایک دوسرے کو گالم گلوچ میں بھی اضافہ دیکھنے میں آیا ہے۔ مخالفوں کے خلاف ٹرینڈز چلائے جاتے ہیں جس کے ذریعے

---

[14]- Tuten, Tracy L., and Michael R. Solomon, *Social Media Marketing* (Los Angeles: Sage, 2018), 4, ISBN 978-1-5264-2387-0.

لسانیت، صوبائیت اور فرقہ واریت میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔ اظہار رائے کی آزادی ایک کنٹرول حد تک ہونی چاہیے۔ ہمیں سوشل میڈیا کا استعمال اس کے فوائد کو سامنے رکھتے ہوئے کرنا چاہیے گالم گلوچ کی بجائے اچھے الفاظ کا استعمال کرتے ہوئے تنقید کرنی چاہیے تاکہ ہم ملک کی تعمیر و ترقی میں اہم کردار ادا کر سکیں۔[15]

یہ ایک حقیقت ہے کہ جس طرح کسی بھی چیز کا مسلسل استعمال انسان کو حقیقی دنیا سے دور کر دیتا ہے اسی طرح سوشل میڈیا کا بال وجہ اور بغیر ضرورت استعمال انسان کو صحت مندانہ سرگرمیوں سے دور کر دینے کا باعث بن رہا ہے ماہرین کے نزدیک سوشل نیٹ ورکس کے مستقل اور بے جا استعمال سے اصابی نظام کی شکست افسردگی مایوسی عدم توجہی نو عمری میں بے چینی ہیجان اور دیگر منفی عادات اور تو مسائل پیدا ہو رہے ہیں سوشل میڈیا کے بارے میں یہ کہا جاتا ہے کہ انگلش ہے اگے سوشل میڈیا جہاں معاشرتی روابط اور تعلقات کو ہم تک پہنچانے کے لیے مدد و معاونت عطا کرتا ہے بدقسمتی سے یہ وہیں انسان کی تمام سفلی اور حقیر خواہشات کی تکمیل حصول اور تسکین کے لیے اسے ایک بگڑیل جانور کی حیثیت سے اندھی کھائیوں کے زندان کا اسیر بنا کر معاشرے کا ایک ناکارہ عضو بھی بنا دیتا ہے۔ سوشل میڈیا کہ زیادہ استعمال کرنے والے صارف کو پوری دنیا کی تو خبر ہوتی ہے لیکن وہ اپنے ارد گرد رہنے والے افراد سے بے خبر ہو جاتا ہے عالمہ اقبال نے اسی المیہ کی طرف نشاندہی کرتے ہوئے اپنے ایک شعر میں کہا ہے دل کے لیے موت مشینوں کی حکومت احساس مروت کو کچل دیتے ہیں آلات سطح تعلیمی سوشل میڈیا کی ویب سائٹس پر انحصار کرنے والے طلبہ ساحل پسند ہو جاتے ہیں جاتے ہیں وہ معاملات کی باریک بینیوں اور تحقیق و تدوین کے ذریعے اسرار و رموز حاصل کرنے کی صالحیت سے عاری ہو جاتے ہیں تخلیقی صالحیتیں ختم ہو جاتی ہیں کاپی پیسٹ پر اکتفا کرتے ہیں اپنا ذاتی کوئی فن دکھانے کے بجائے وہ کاپی پیسٹ پر اتفاق کرتے ہیں اور جو طلباء اپنے اپ کو سوشل میڈیا پر موجود سائٹس پر منحصر کر دیتے ہیں وہ بالمشافہ گفتگو کرنے دلائل پیش کرنے اور اپنا نقطہ نظر کو پیش کرنے میں بہت مشکلات کا سامنا کرتے ہیں سوشل میڈیا پر جو سائٹس معلومات سے بھری ہوئی ہوتی ہیں ان معلومات معیاری اور غیر معیاری ہونے میں تمیز کرنا انتہائی دشوار ہے طلبہ کاپی پیسٹ کے عادی ہو جاتے ہیں تعلیم معیار انتہائی ناقص اور پست ہو جاتا ہے اپنے حلقہ احباب اور دوستوں کے ساتھ گفتگو کے دوران غیر مہذبانہ گفتگو عام سے الفاظ کا استعمال کرتے ہیں اگرچہ ہم میں سے بہت سے لوگ سوشل میڈیا سے جڑے رہنے سے لطف اندوز ہوتے ہیں، لیکن اس کا ضرورت سے زیادہ استعمال پریشانی، افسردگی اور تنہائی کے جذبات کو ہوا دیتا ہے اس کا سب سے برا اثر نوجاوان نسل پر پڑ رہا ہے جو اضطراب، نیند کے مسائل، اعتماد میں کمی اور کھانے کے خدشات کے ساتھ ساتھ خودکشی کا بھی شکار ہوتے جا رہے ہیں[16]

یہ ایک حقیقت ہے کہ جس طرح کسی بھی چیز کا مسلسل استعمال انسان کو حقیقی دنیا سے دور کر دیتا ہے اسی طرح سوشل میڈیا کا بلا وجہ اور بغیر ضرورت استعمال انسان کو صحت مندانہ سرگرمیوں سے دور کر دینے کا باعث بن رہا ہے ماہرین کے نزدیک سوشل نیٹ ورکس کے مستقل اور بے جا استعمال سے اصابی نظام کی شکست افسردگی مایوسی عدم توجہی نو عمری میں بے چینی ہیجان اور دیگر منفی عادات اور تو مسائل پیدا ہو رہے ہیں سوشل میڈیا کے بارے میں یہ کہا جاتا ہے کہ انگلش ہے اگے سوشل میڈیا جہاں معاشرتی روابط اور تعلقات کو ہم تک پہنچانے کے لیے مدد و معاونت عطا کرتا ہے بدقسمتی سے یہ وہیں انسان کی تمام سفلی اور حقیر خواہشات کی تکمیل حصول اور تسکین کے لیے اسے ایک بگڑیل جانور کی حیثیت سے

[15]- Dijck, Jose van, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (Oxford: Oxford University Press, January 2, 2013), ISBN 978-0-19-997079-7.

[16]- Dijck, Jose van, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, ISBN 978-0-19-997079-7.

اندھی کھائیوں کے زندان کا اسیر بنا کر معاشرے کا ایک ناکارہ عضو بھی بنا دیتا ہے۔ سوشل میڈیا کہ زیادہ استعمال کرنے والے صارف کو پوری دنیا کی تو خبر ہوتی ہے لیکن وہ اپنے ارد گرد رہنے والے افراد سے بے خبر ہو جاتا ہے۔ علامہ اقبال نے اسی المیہ کی طرف نشاندہی کرتے ہوئے اپنے ایک شعر میں کہا

ہے دل کے لیے موت مشینوں کی حکومت   احساس مروت کو کچل دیتے ہیں آلات

i. **سطح تعلیمی:** سوشل میڈیا کی ویب سائٹس پر انحصار کرنے والے طلبہ ساحل پسند ہو جاتے ہیں جاتے ہیں وہ معاملات کی باریک بینیوں اور تحقیق و تدوین کے ذریعے اسرار و رموز حاصل کرنے کی صلاحیت سے عاری ہو جاتے ہیں تخلیقی صلاحیتیں ختم ہو جاتی ہیں کاپی پیسٹ پر اکتفا کرتے ہیں اپنا ذاتی کوئی فن دکھانے کے بجائے وہ کاپی پیسٹ پر اتفاق کرتے ہیں اور جو طلباء اپنے اپ کو سوشل میڈیا پر موجود سائٹس پر منحصر کر دیتے ہیں وہ بالمشافہ گفتگو کرنے دلائل پیش کرنے اور اپنا نقطہ نظر کو پیش کرنے میں بہت مشکلات کا سامنا کرتے ہیں سوشل میڈیا پر جو سائٹس معلومات سے بھری ہوئی ہوتی ہیں ان معلومات معیاری اور غیر معیاری ہونے میں تمیز کرنا انتہائی دشوار ہے طلبہ کاپی پیسٹ کے عادی ہو جاتے ہیں تعلیم معیار انتہائی ناقص اور پست ہو جاتا ہے اپنے حلقہ احباب اور دوستوں کے ساتھ گفتگو کے دوران غیر مہذبانہ گفتگو عام سے الفاظ کا استعمال کرتے ہیں اور یہ سب زبان و ادب کو نہ جاننے اور سمجھنے کی وجہ سے پیش ارہا ہے سوشل میڈیا پر ماؤس کی ایک کلک سے بے شمار سکرین پر سائیڈ نظر انے لگ جاتی ہیں اس صورت میں اپنے مضمون اور ریسرچ پر فوکس نہ رکھنے والے طالبات ذہنی انتشار کا شکار ہونے لگ رہے ہیں جس کی وجہ سے تعلیم سے متعلق ان کا کام بروقت مکمل نہیں ہوتا اور اس وجہ سے سوشل میڈیا کا استعمال وقت کا ضیا بنتا جا رہا ہے سوشل میڈیا کا کثرت سے استعمال اور طالبہ کا اس کی طرف بڑی تیزی سے رغبت کرنا جس کی وجہ سے ان کی اپنی تخلیقی صلاحیتوں نکھر کر سامنے نہیں اپا رہی ہے[17].

ii. **مذہبی سطح:** مختلف مسلک کے لوگ بغض اور انا کے باعد سوشل میڈیا کے ذریعے مذہب کے نام پر لوگوں کے جذبات اور احساسات کو منفی رخ پر لے جانے کی سرگرمیوں میں مصروف ہیں یہ ٹیکنالوجی کا غلط استعمال کر کے فرقہ بازی اور نفرت کے جذبات ابھار کر انتشار پیدا کرنے کی کوشش کر رہے ہیں سوشل میڈیا پر مختلف جماعتوں تحریکوں اور اداروں کے نمائندگان اظہار خیال کرتے ہوئے ایک دوسرے کے خلاف ان االفاظ کا استعمال کر رہے ہیں جو لوگوں کی ذاتی زندگی ہی نہیں بلکہ مذہبی تقدس کو بھی پامال کر رہے ہیں سوشل میڈیا کے منفی اثرات میں سے ایک بڑا پہلو یہ بھی ہے کہ کسی بھی خبر یا افواہ کو بغیر کسی تحقیق کے نشر کر دیا جاتا ہے اور اس کی تشہیر کی جاتی ہے جس کی وجہ سے غلط اور بے بنیادی خبریں معاشرے میں بہت تیزی سے پھیل رہی ہیں افراد معاشرہ کے لیے یہ کافی شک و شبہات کا باعث بن رہا ہے اسلام کے دشمن اپنے عزائم کی تکمیل کے لیے سوشل میڈیا کے منفی استعمال سے نہ صرف اسلام کی غلط تصویر پیش کر رہے ہیں بلکہ اپنے فائدے کے لیے معلومات بھی اکٹھی کر رہے ہیں جیسے فنڈز اکٹھے کرنا اراکین کی بھرتی کرنا پروپیگنڈا کرنا سکیموں کا غلط استعمال کرنا۔

مذہبی پہلو سے پروپیگنڈا کر کے ایک دوسرے کے خلاف محاذ ارائی کے عمل کو بھی نظر انداز نہیں کیا جا سکتا اور بغیر تحقیق کے حصول ثواب یا شیطان کو مات دینے کے لیے بے بنیاد خبریں اگے منتقلی سوشل میڈیا کے ذریعے ہی کی جاتی ہیں یہ عمل فائدہ مند ہونے کے بجائے نقصان دہ ثابت ہو رہا ہے۔[18]

---

[17]- Tuten, Tracy L., and Michael R. Solomon, *Social Media Marketing*, 4.
[18]- Tuten, Tracy L., and Michael R. Solomon, *Social Media Marketing*, 4.

iii. **معاشرتی سطح:** معاشرتی سطح پر سوشل میڈیا کے استعمال کے باقاعدہ اصول اور ضوابط نہ ہونے کی وجہ سے اس کو فحاشی اور بے حیائی کے کلچر کو مزید فروغ دینے کے لیے بے دھڑک استعمال کیا جارہاہے. جس کی وجہ سے بے حیائی کا سیلاب نسل نو کو انتہائی خطرناک انداز میں نقصان پہنچا رہاہے انہیں فیملی پلاننگ کی اڑ میں لواطت سمیت کلچر فیمینزم اور ازادی نسواں کے پردے کی اڑ میں لزبیئن ازم کی طرف مائل کیا جارہا ہے۔ سوشل میڈیا کا بے حد استعمال نشے کی حد تک سارف کو اس کا عادی بنا رہاہے اور یہ خطرناک پہلو ہے اور اس کے منفی اثرات دماغی صحت پر اور اعصاب پر مرتب ہو رہے ہیں ایسے افراد معاشرتی ترقی میں کسی بھی قسم کا کردار ادا کرنے سے قاصر ہیں۔ سوشل میڈیا کے منفی استعمال کے اثرات کی وجہ سے والدین اور بالخصوص ماؤں کا گھریلو امور کی طرف انجام دہی کے لیے بچوں کو موبائل فون کا تھما دینا اور پھر اس سے غافل ہو جانا جس کی وجہ سے بچوں کا بے دریغ استعمال سوشل میڈیا کا ان کی ذہنی جسمانی صحت کو بری طرح متاثر کر رہاہے ان کی طبیعت میں غصہ جھنجھلاہٹ چڑچڑاپن اور نفرت حسد اور بغض جیسی بیماریاں پیدا ہو رہی ہیں وہ معاشرتی زندگی میں روز مرہ کی سرگرمیوں سے دور ہوتے جارہے ہیں۔ اور ان کے ذہن میں مختلف طرح کے شیطانی تصورات فضول خیالات پیدا ہو رہے ہیں ایسے افراد معاشرے میں کسی قسم کا بھی مثبت اور تعمیری کام نہیں ادا کر پا رہے اس کے علاوہ انتہا پسند تنظیمیں منظم انداز میں منصوبہ بندی کے ساتھ سوشل میڈیا کو میدان جنگ کے طور پر استعمال کر رہی ہیں وہ سوشل میڈیا کو نظریاتی علمی اور نفسیاتی ہتھیار کے طور پر استعمال کر کے بڑے خوش کن تصورات خیالات اور دلائل سے نوجوان نسل کو متاثر کر رہی ہیں سوشل میڈیا پر کسی قسم کی روک ٹوک نہ ہونے کی وجہ سے ہر شخص کہنے اور لکھنے میں ازاد ہے لہذا کوئی بھی شخص کسی بھی مذہبی شخصیت اور مذہبی نظریات کو تنقید کا نشانہ بنا سکتاہے اور مخالف مذہبی سوچ کی محترم شخصیات پر کیچڑ اچھال سکتاہے

iv. **سیاسی سطح:** سوشل میڈیا پر خبر کو رنگین بنانا اسے توڑنا مروڑنا سیاسی رنگ دینا نہایت اسان ہے سیاسی تحریکوں میں اور سیاسی مہمات میں سوشل میڈیا کا اثر ورسوخ بہت زیادہ بڑھ گیاہے۔ اس کا نتیجہ یہ ہے کہ جہاں سچ کے پھیلنے کے مواقع میسر اتے ہیں وہیں جھوٹ کو پنپنے میں بھی مدد مل رہی ہے لوگ سیاست کی خاطر اور اپنا سیاسی کاروبار چمکانے کی خاطر دھوکہ دہی جھوٹ اور فریب کا سہارا لے رہے ہیں انتخابات کے دنوں میں جھوٹ کا سلسلہ عروج پر پہنچ جاتا ہے زیادہ اجتماع ولی تصاویر کو ایڈیٹنگ کے ساتھ اپنی سیاسی پارٹی کے ساتھ جوڑ لیتے ہیں اور اپنی سیاسی لیڈر کی موافقت کے لیے دوسرے رہنماؤں کی کردار کشیطان و تشنیع اور گالم گلوچ میں بھی اضافہ ہو رہاہے سوشل میڈیا کی وجہ سے بعض فتنہ پرور دشات پسند گروہ خود کو کسی سیاسی جماعت کا کارکن ظاہر کرتے ہوئے سوشل میڈیا پلیٹ فارم کا غلط استعمال کر رہے ہیں جو ملکی مفادات اور قومی سالمیت کو نقصان پہنچانے کا باعث بنتا جارہاہے۔[19]

سوشل میڈیا کے منفی پہلو

اگرچہ اس کے نقصانات کے متعلق ابھی کم مطالعات موجود ہیں لیکن حقئق و شواہد کی روشنی میں سوشل میڈیا کے چند منفی پہلو سامنے آئے ہیں۔ جیسے یہ کسی کی بھی ظاہری شناخت کے لئے ناکافی ہے کوئی بھی جھوٹی شناخت کے ساتھ آپ سے رابطہ کر سکتاہے، جھوٹی شان وشوکت

[19]- Eichner, T., M. Grünfelder, O. Maurer, and D. Jugani, “Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019,” *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 24, no. 4 (2021): 215–222, doi:10.1089/cyber.2020.0134, PMC 8064945, PMID 33847527.

دکھا کر آپ کی عزت نفس کو مجروح کر سکتا ہے یا دھوکا دے سکتا ہے، اس کا ضرورت سے زیادہ استعمال آپ کو تنہائی کا شکار بنا دیتا ہے، آج کل سائبر دھونس عام ہوتی جا رہی ہے۔ جس کی وجہ سے خودکشی کی شرح میں اضافہ ہو رہا ہے۔

i. **آپ سوشل میڈیا کیوں استعمال کر رہے ہیں؟** یہ بات جاننا بے حد ضروری ہے کہ آپ کن مقاصد کے لئے سوشل میڈیا کا استعمال کرتے ہیں۔ سوشل میڈیا دور رہنے والوں کے رابطے کو آسان بناتا ہے، دوستوں کے ساتھ زیادہ وقت گزارنے کا ذریعہ ہے۔ لیکن کیا آپ سوشل میڈیا کا استعمال درست طور پر کرتے ہیں کیا آپ کی پڑھائی یا نوکری کی ضرورت ہے یا آپ صرف وقت گزاری کے لئے اسے استعمال کرتے ہیں۔ آپ کسی غلط مقصد کے لئے تو اسے استعمال نہیں کرتے یا کسی بری علت کا شکار تو نہیں ہوتے جا رہے، یا کسی کو دھمکانے کے لئے یا کسی ابدؤ میں تو سوشل میڈیا کا استعمال نہیں کر رہے؟

ii. **سوشل میڈیا کا سماجی و معاشرتی نقصان:** سوشل میڈیا کی ابتداء تو اس سوچ کے ساتھ کی گئی تھی کہ یہ معاشرے کو فائدہ پہنچائے گا لیکن دن بہ دن کے مطالعات کی روشنی میں یہ معاشرتی اور سماجی معاملات میں نقصان دہ ثابت ہوتا جا رہا ہے۔

iii. **جذباتی تعلق کا فقدان:** سوشل میڈیا کے زریعے کئے جانے والے ضرباتی اظہار کی کوئی حقیقی شکل نہیں ہوتی آپ اس بات سے ناواقف ہوتے ہیں کہ سامنے والا جو آپ سے محبت یا ہمدردی کا اظہار کر رہا ہے درحقیقت وہ کیا سوچ رہا ہے یا اگر کوئی آپ سے معافی طلب کر رہا ہے تو اصل میں اس کے کیا جذبات ہیں؟

iv. **خوداعتمادی کی کمی:** سوشل میڈیا پر گفتگو کرنے والے انسان میں مجلس میں یا محفل میں بیٹھ کر یا مجمع کے سامنے بات کرنے کا اعتماد نہیں رہتا وہ اس بات کے لئے عادی ہو چکا ہوتا ہے کہ بورڈ کے پیچھے بیٹھ کر نپے تلے الفاظ میں اپنی رائے کا اظہار کرے اس میں کھل کر یا سب کے سامنے اپنی رائے کا اظہار کرنے کی ہمت اور قابلیت ختم ہو جاتی ہے۔

v. **تفہیم اور تدبر کی کمی:** جب تک سوشل میڈیا کا آغاز نہیں ہوا تھا لوگ رابطے کے لئے ایک دوسرے کو خط لکھا کرتے تھے جس سے ان کا رسم الخط تو اچھا ہوتا ہی تھا اس کے ساتھ ساتھ الفاظ کے استعمال کا گر بھی آتا تھا آجکل تو سوشل میڈیا کے استعمال نے انسان کی سوچ کو سلب کر کے رکھ دیا ہے وہ اس پر استعمال ہونے والے چند گنے چنے جملوں سے آگے سوچ ہی نہیں سکتا اور نہ ہی لکھ سکتا ہے۔

vi. **خاندانی تعلقات کو منقطع کرنے کی وجہ:** سوشل میڈیا کا استعمال اس قدر عام ہو گیا ہے کہ فیملی لائف برباد ہو کر رہ گئی ہے ایک ہی گھر کے افراد ایک ساتھ رہتے ہوئے بھی اکھٹے نہیں ہوتے ایک کمرے میں بیٹھ کر بھی وہ آپس میں بات کرنے کے بجائے اپنے اپنے موبائلز میں ہی مصروف ہوتے ہیں۔ اس طرح ایک ہی خاندان کے لوگ ایک دوسرے سے ناواقف ہوتے جا رہے ہیں۔[20]

خلاصہ بحث

سوشل میڈیا ایک طاقتور ذریعہ ہے جو معاشرتی رابطوں، معلومات کے تبادلے اور رائے عامہ کی تشکیل میں کلیدی کردار ادا کرتا ہے۔ اس کا تنقیدی مطالعہ اس کی معاشرتی اہمیت، ارتقاء، اقسام، فوائد اور منفی اثرات کو واضح کرتا ہے۔ یہ تعلیم، مذہب، معیشت، سماجی رابطوں اور سیاسی شعور کو فروغ دیتا ہے، لیکن صحت کے مسائل، غلط معلومات، فرقہ واریت اور معاشرتی انتشار جیسے نقصانات بھی لاتا ہے۔ اس کا ارتقاء تکنیکی ترقی

[20]- Eichten, Eugene, Carlos Castillo, Debora Donato, Aristides Gionis, and Gilad Mishna, “Finding High-Quality Content in Social Media,” in *WISDOM – Proceedings of the 2008 International Conference on Web Search and Data Mining* (2008), 183–193.

اور انٹرنیٹ کی رسائی سے تقویت یافتہ ہے۔ سوشل میڈیا کی اقسام متنوع مقاصد کو پورا کرتی ہیں۔ اسے روکنا ممکن نہیں، لیکن تعلیم اور مناسب قوانین کے ذریعے اس کے فوائد کو بڑھایا اور نقصانات کو کم کیا جا سکتا ہے۔ یہ معاشرتی ترقی کا ذریعہ بن سکتا ہے اگر ذمہ داری سے استعمال ہو، ورنہ یہ تقسیم اور تنازعات کا باعث بن سکتا ہے۔

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

Bibliography/کتابیات

* Dijck, Jose van. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
* Muḥammad Shāriq, Ḥāfiẓ. *Al-Ḥād: Aik Ta'āruf*. Lāhawr: Kitāb Maḥal, 9048.
* Tuten, Tracy L., and Michael R. Solomon. *Social Media Marketing*. Los Angeles: Sage, 2018.