Al-Mīthāq ***(Research Journal of Islamic Theology)***
ISSN: 2791-0989 (P), 2791-0997 (E)
Volume 05, **Issue** 03, July - September 2026, **PP**: 176-188
Open Access at: https://almithaqjournal.org/

Article QR

فیس بک پر دینی ودعوتی مواد میں قرآنی آیات اور احادیثِ نبویہ کی صحت ومطابقت: ایک تنقیدی وتحلیلی مطالعہ

Authenticity and Contextual Accuracy of Qur'ānic Verses and Prophetic Ḥadīths in Religious and Daʿwah Content on Facebook: A Critical and Analytical Study

1. Asiya Riasat sardarasiya0@gmail.com	*Research Scholar, NUML University, Islamabad.*
2. Dr. Sabah Naz sabah.naz@numl.edu.pk	*Assistant Professor, NUML University, Islamabad.*

How to Cite:	Asiya Riasat and Dr. Sabah Naz. 2026: "Authenticity and Contextual Accuracy of Qur'ānic Verses and Prophetic Ḥadīths in Religious and Daʿwah Content on Facebook: A Critical and Analytical". Al-*Mīthāq (Research Journal of Islamic Theology)* 5 (03): 176-188.		
Article History:	**Received**: 29-07-2026	**Accepted**: 02-09-2026	**Published**: 10-09-2026

Copyright:	**©The Authors**
Licensing:	This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.
Conflict of Interest:	Author(s) declared no conflict of interest.

Abstract & Indexing

Publisher

HIRA INSTITUTE
of Social Sciences Research & Development

فیس بک پر دینی ودعوتی مواد میں قرآنی آیات اور احادیثِ نبویہ کی صحت ومطابقت: ایک تنقیدی وتحلیلی مطالعہ

Authenticity and Contextual Accuracy of Qur'ānic Verses and Prophetic Ḥadīths in Religious and Daʿwah Content on Facebook: A Critical and Analytical Study

1. **Asiya Riasat**
   Research Scholar, NUML University, Islamabad.
   sardarasiya0@gmail.com

2. **Dr. Sabah Naz**
   Assistant Professor, NUML University, Islamabad.
   sabah.naz@numl.edu.pk

Abstract

Social media, especially Facebook, has become the most influential platform for disseminating religious and da'wah content to Muslim audiences worldwide. While it has broadened access to Islamic teachings, the absence of effective scholarly oversight has facilitated the circulation of anecdotal narrations, unauthenticated Qur'ānic verses, and fabricated prophetic traditions. This study examines the textual authenticity, chain of transmission (isnad), and contextual validity of Qur'ānic verses and prophetic Ḥadīths shared on Urdu-language Facebook pages and groups. Using a qualitative research design and qualitative content analysis, this study also presents a Pakistani perspective within the broader international scholarship on digital religious misinformation. The findings identify four recurring patterns: the publication of weak and fabricated hadiths without citing authentic sources; the presentation of Qur'ānic verses and Ḥadīths outside their historical and textual context; the oversimplification of complex jurisprudential and religious issues due to the communicative structure of social media; and the algorithmic augmentation of emotionally engaging religious content at the expense of scholarly accuracy. The research further suggests that although the Arabic text of the Qur'ān is generally reproduced accurately from standard digital sources, its translation, interpretation, and contemporary application are at considerable risk of distortion. A comparison with recent studies from Bangladesh, the Middle East, and North Africa, and comparisons with the Arabic-speaking digital sphere, show that these challenges extend beyond the Pakistani context and represent a global pattern of digital religious misinformation. The study concludes by recommending greater scholarly engagement, institutional oversight, and platform accountability to promote the authenticity, contextual integrity, and responsible promotion of religious content in the digital environment.

Keywords: *SocialMedia, Facebook, Daʿwah Content, Religious Texts, Ḥadīth Authenticity, Isnād Criticism, Qur'ānic Exegesis.*

تمہید

جدید دور میں سائنسی و تکنیکی انقلاب نے ابلاغ کے ذرائع کو بنیادی طور پر تبدیل کر دیا ہے، جس کے نتیجے میں سوشل میڈیا، بالخصوص فیس بک، انسانی زندگی کے انفرادی اور اجتماعی دونوں پہلوؤں پر گہرے اثرات مرتب کر رہا ہے۔ مسلمانوں نے بھی اس

پلیٹ فارم کو صرف سماجی روابط تک محدود نہیں رکھا بلکہ اسے دعوتِ دین، اصلاحِ احوال اور دینی آگاہی کے فروغ کے لیے ایک مؤثر ذریعہ بنالیا ہے۔ فیس بک کی ایک نمایاں خصوصیت یہ ہے کہ اس نے روایتی مذہبی اداروں، علمی اسناد اور ادارہ جاتی نگرانی کے بغیر ہر فرد کو مذہبی موضوعات پر اظہارِ خیال، دینی مواد کی تخلیق اور اسے وسیع پیمانے پر نشر کرنے کا موقع فراہم کر دیا ہے، جس کے نتیجے میں مذہبی اتھارٹی کی روایتی ساخت میں بھی نمایاں تبدیلی واقع ہوئی ہے۔

بین الاقوامی سطح پر ہونے والی تحقیقات سے بھی واضح ہوتا ہے کہ سوشل میڈیا نے دینی معلومات تک رسائی کو غیر معمولی وسعت دی ہے، تاہم اسی کے ساتھ غیر مستند، گمراہ کن اور سیاق و سباق سے ہٹ کر پیش کیے گئے مذہبی مواد کی اشاعت میں بھی نمایاں اضافہ ہوا ہے۔ مسلمانوں اور سوشل میڈیا کے باہمی تعلق پر 2010 سے 2022 تک شائع ہونے والی علمی تحقیقات کا جائزہ اس امر کی نشاندہی کرتا ہے کہ اس موضوع پر علمی دلچسپی مسلسل بڑھ رہی ہے، خصوصاً فیس بک اور یوٹیوب کے ذریعے مذہبی رویوں اور دینی ابلاغ پر ہونے والے مطالعات میں قابلِ ذکر اضافہ دیکھنے میں آیا ہے۔[1] اسی طرح بنگلہ دیش میں مخلوط طریقہ تحقیق (Mixed Methods) پر مبنی ایک حالیہ مطالعہ یہ ظاہر کرتا ہے کہ فیس بک پر مذہبی معلوماتی بگاڑ (Religious Misinformation) کے ساتھ صارفین کا تعامل زیادہ تر جذباتی، انتہاپسندانہ اور سیاسی نوعیت کا ہوتا ہے، جبکہ غیر مستند مذہبی مواد کو قبول کرنے والوں کی تعداد اسے مسترد کرنے والوں سے زیادہ ہے۔[2] مزید برآں، کووڈ-19 کی عالمی وبا کے دوران مشرقِ وسطیٰ اور شمالی افریقہ میں جعلی احادیث، غیر مستند دینی نسخوں اور مذہبی نوعیت کے کلک بیٹ مواد کی وسیع گردش نے اس مسئلے کی عالمگیر حیثیت کو مزید واضح کیا،[3] جبکہ عربی زبان کے سوشل میڈیا پر کی گئی جدید کمپیوٹیشنل تحقیقات سے معلوم ہوا کہ من گھڑت احادیث کی اشاعت محض انفرادی طرزِ عمل نہیں بلکہ ایک منظم ڈیجیٹل رجحان کی صورت اختیار کر چکی ہے۔[4]

فیس بک پر روزانہ ہزاروں دینی پوسٹس، جن میں قرآنی آیات کے تراجم، احادیثِ نبویہ، مسنون دعائیں اور مختلف اصلاحی اقتباسات شامل ہوتے ہیں، وسیع پیمانے پر شیئر کیے جاتے ہیں۔ تاہم چونکہ اس پلیٹ فارم پر مواد کی اشاعت کے لیے کوئی مؤثر علمی نگرانی یا ادارہ جاتی جانچ کا نظام موجود نہیں، اس لیے غیر تحقیق شدہ، ضعیف یا موضوع روایات اور غلط مفاہیم پر مبنی مواد بھی ثواب کی نیت سے بڑی تیزی کے ساتھ پھیل جاتا ہے۔ تاریخی اعتبار سے دعوتِ دین کے ذرائع مسجد کے خطبات، علمی مجالس، مطبوعہ کتب، ریڈیو اور بعد ازاں سیٹلائٹ ٹیلی ویژن تک محدود تھے، جہاں اشاعت سے قبل کسی نہ کسی درجے میں ادارہ جاتی یا علمی نگرانی موجود رہتی تھی، لیکن انٹرنیٹ اور سوشل میڈیا نے اس روایتی نظام کو بنیادی طور پر تبدیل کر دیا ہے۔ اب ہر صارف، خواہ اس کے پاس دینی تعلیم یا علمی سند موجود ہو یا نہ ہو، دینی مواد تیار کر کے اسے لاکھوں افراد تک پہنچانے کی صلاحیت رکھتا ہے۔

فیس بک پر شائع ہونے والے دینی مواد کو عمومی طور پر تین بنیادی اقسام میں تقسیم کیا جا سکتا ہے:

- قرآنی نصوص، جن میں آیاتِ مبارکہ، ان کے تراجم، تفسیری نکات اور گرافک صورت میں پیش کی جانے والی آیات شامل ہیں۔
- احادیثِ نبویہ، جن میں رسول اللہ ﷺ کے ارشادات، مسنون دعائیں اور سیرتِ نبوی کے واقعات شامل ہوتے ہیں۔
- اصلاحی و اخلاقی اقوال، جو سلفِ صالحین، ائمہ اور معاصر علماء کے اقتباسات یا اخلاقی و دعوتی مضامین پر مشتمل ہوتے ہیں۔

اگرچہ اس مواد کا بڑا حصہ اخلاص اور دعوتی جذبے کے تحت شائع کیا جاتا ہے، تاہم علمی نقطہ نظر سے اس میں متعدد ایسے نقائص پائے جاتے ہیں جو اس کی استنادی حیثیت، سیاقی مطابقت اور علمی صحت پر سوالات پیدا کرتے ہیں۔ اسی تناظر میں زیرِ نظر

تحقیق کی اہمیت نمایاں ہوتی ہے۔ قرآنِ مجید اور احادیثِ نبویہ اسلامی شریعت کے بنیادی مصادر ہیں، لہٰذا ان کی صحت، اسناد اور سیاق و سباق کی حفاظت دین کے تحفظ کا لازمی تقاضا ہے۔ جب یہی مصادر ایسے پلیٹ فارم کے ذریعے کروڑوں افراد تک پہنچ رہے ہوں جہاں علمی نگرانی کا کوئی مؤثر نظام موجود نہ ہو، تو ان کے مندرجات کا تحقیقی جائزہ ناگزیر ہو جاتا ہے۔ اگرچہ گزشتہ چند برسوں میں مذہبی معلوماتی بگاڑ کے موضوع پر متعدد بین الاقوامی تحقیقات سامنے آئی ہیں، تاہم ان کا زیادہ تر دائرہ بنگلہ دیش، انڈونیشیا، عرب دنیا اور مغربی معاشروں تک محدود رہا ہے، جبکہ اردو زبان میں فیس بک پر شائع ہونے والے دینی مواد کا منظم علمی مطالعہ اب بھی نہایت محدود ہے۔ اس اعتبار سے موجودہ تحقیق نہ صرف اس علمی خلا کو پُر کرنے کی کوشش کرتی ہے بلکہ پاکستانی اور جنوبی ایشیائی تناظر کو عالمی تحقیقی مباحث سے مربوط بھی کرتی ہے۔

مسئلہ تحقیق اور مقاصد

موجودہ تحقیق کا بنیادی مسئلہ یہ جاننا ہے کہ فیس بک پر شائع ہونے والا دینی و دعوتی مواد، خصوصاً قرآنی آیات اور احادیثِ نبویہ پر مشتمل پوسٹس، علمی اعتبار سے کس حد تک مستند ہیں۔ اس ضمن میں یہ جائزہ لیا گیا ہے کہ آیا ان میں احادیث کی اسنادی حیثیت، تخریج اور حوالہ جات کا اہتمام کیا جاتا ہے، قرآنی آیات کو ان کے سببِ نزول اور سیاق و سباق کے مطابق پیش کیا جاتا ہے یا انہیں سیاسی، مسلکی اور جذباتی مقاصد کے تحت منتخب انداز میں استعمال کیا جاتا ہے۔ اسی کے ساتھ یہ بھی جاننے کی کوشش کی گئی ہے کہ فیس بک کا الگورتھمی اور تکنیکی نظام دینی مواد کی تشکیل، اشاعت اور اس کے وائرل ہونے کے عمل پر کس حد تک اثر انداز ہوتا ہے، اور پاکستانی و جنوبی ایشیائی فیس بک صارفین میں پائے جانے والے مذہبی معلوماتی بگاڑ کے مظاہر عالمی رجحانات سے کس حد تک مماثلت رکھتے ہیں۔

ان سوالات کی روشنی میں تحقیق کے بنیادی مقاصد یہ ہیں کہ فیس بک پر شائع ہونے والی احادیثِ نبویہ کی اسنادی حیثیت کا اصولِ حدیث کی روشنی میں تنقیدی جائزہ لیا جائے، قرآنی آیات کے استعمال میں سیاق و سباق اور سببِ نزول کی رعایت یا اس سے انحراف کا تجزیہ کیا جائے، دینی مواد کی تشکیل اور اشاعت پر فیس بک کے الگورتھمی، معاشی اور نفسیاتی عوامل کے اثرات کو سمجھا جائے، ان رجحانات کے معاشرتی، اعتقادی اور علمی نتائج کا تعین کیا جائے، اور آخر میں علماء، دینی اداروں، سوشل میڈیا پلیٹ فارمز اور عام صارفین کے لیے قابلِ عمل سفارشات پیش کی جائیں۔

منہج تحقیق

یہ تحقیق مخلوط طریقہ تحقیق پر مبنی ہے، جس میں کیفی اور کمّی دونوں طریقوں سے استفادہ کیا گیا ہے، جبکہ تجزیہ مواد کو بنیادی تحقیقی منہج کی حیثیت حاصل ہے۔ مطالعے کی نوعیت وضاحتی و تجزیاتی ہے۔ پہلے مرحلے میں منتخب مواد کا کیفی تجزیہ کرتے ہوئے موضوعاتی رجحانات کی نشاندہی کی گئی، جبکہ دوسرے مرحلے میں انہی نتائج کو مقداری صورت میں مرتب کیا گیا، مثلاً کتنی پوسٹس میں احادیث کے مستند حوالہ جات موجود تھے اور کتنی میں ان کا فقدان تھا؟

دائرہ کار اور حدود

تحقیق کا دائرہ کار اردو زبان میں فیس بک پر موجود عوامی دینی و دعوتی صفحات اور گروپس پر مشتمل ہے۔ پندرہ ایسے نمایاں پیج اور گروپس منتخب کیے گئے جن کے فالوورز کی تعداد ایک لاکھ سے زیادہ تھی، جو مستقل بنیادوں پر دینی مواد شائع کرتے تھے اور عوامی سطح پر قابلِ رسائی تھے۔ ہر پیج سے زیادہ تعامل (لائکس، شیئرز اور تبصرے) حاصل کرنے والی دس پوسٹس منتخب کی گئیں، جس

کے نتیجے میں مجموعی طور پر ایک سو پچاس پوسٹس تحقیق کا نمونہ بنیں۔ منتخب پیج سے حاصل کی گئی پوسٹس کے اسکرین شاٹس محفوظ کیے گئے اور ان کا متن ایک تجزیاتی جدول میں منتقل کیا گیا، جس میں ہر پوسٹ کی تاریخ، متن، دستیاب حوالہ جات اور صارفین کے تعامل (لائکس، شیئرز اور تبصرے) کو ریکارڈ کیا گیا۔ تحقیق میں صرف عوامی سطح پر دستیاب مواد کو شامل کیا گیا، جبکہ کسی فرد یا نجی اکاؤنٹ کی شناخت کو ظاہر نہیں کیا گیا۔

مواد کے تجزیے کے لیے ہر پوسٹ کو تین بنیادی معیارات پر جانچا گیا۔ اوّل، اسنادی معیار، یعنی آیا حدیث کے ساتھ مستند کتاب، باب اور حدیث نمبر کا حوالہ موجود ہے یا نہیں۔ دوم، سیاقی مطابقت، یعنی آیت یا حدیث کو اس کے سببِ نزول یا سببِ ورود اور تاریخی پس منظر کے مطابق پیش کیا گیا ہے یا نہیں۔ سوم، ترجمانی دیانت، یعنی ترجمہ اور تشریح معتبر تفاسیر اور مستند علمی مصادر سے اخذ کی گئی ہے یا ذاتی تعبیر پر مبنی ہے۔ احادیث کی صحت کے تعین میں اصولِ حدیث، علمِ اسماء الرجال اور جرح و تعدیل سے رہنمائی لی گئی، جبکہ قرآنی آیات کے تجزیے میں معتبر تفاسیر، خصوصاً تفسیر ابن کثیر اور تفسیر طبری، کے ساتھ اصولِ تفسیر کو بنیاد بنایا گیا۔

یہ مطالعہ صرف اردو زبان میں فیس بک پر شائع ہونے والے عوامی دینی مواد تک محدود ہے، اس لیے یوٹیوب، ٹک ٹاک، انسٹاگرام اور دیگر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز اس کے دائرہ کار میں شامل نہیں کیے گئے۔ اسی بنا پر نتائج کی تعبیر اور تعمیم بھی انہی حدود کے اندر کی گئی ہے۔

سابقہ تحقیق کا جائزہ

سوشل میڈیا پر دینی ابلاغ اور مذہبی معلوماتی بگاڑ کے موضوع پر گزشتہ چند برسوں میں علمی تحقیقات میں نمایاں اضافہ ہوا ہے۔ اردو[5] اور عربی زبان میں ہونے والے مطالعات نے فیس بک پر دعوتی سرگرمیوں، مذہبی معلومات کی صحت اور احادیث کی اسنادی حیثیت جیسے مختلف پہلوؤں کو موضوع بنایا ہے، جبکہ بین الاقوامی سطح پر اس موضوع کو مزید وسعت کے ساتھ زیرِ بحث لایا گیا ہے۔ لارسن اور ویلاندر نے 2010 سے 2022 کے دوران مسلمانوں اور سوشل میڈیا سے متعلق 359 تحقیقی مطالعات کا جامع جائزہ پیش کیا،[6] جس سے اس میدان میں بڑھتی ہوئی علمی دلچسپی واضح ہوتی ہے۔ اسی طرح الزمان کی بنگلہ دیش پر مبنی تحقیق نے مذہبی معلوماتی بگاڑ کے حوالے سے صارفین کے جذباتی اور منفی طرزِ تعامل کو نمایاں کیا،[7] جبکہ علی مردانی اور الصواح نے کووڈ-19 کے دوران مشرقِ وسطیٰ میں جعلی احادیث کی وائرل گردش کو دستاویزی شکل دی۔[8] مزید برآں، فوزی، راس اور مگدی کی کمپیوٹیشنل تحقیقات نے عربی سوشل میڈیا پر جعلی احادیث پھیلانے والے صارفین کے رویوں اور حدیثی مواد کے مجموعی رجحانات کا تجزیہ کیا۔[9]

ان مطالعات سے یہ واضح ہوتا ہے کہ اگرچہ عالمی سطح پر مذہبی معلوماتی بگاڑ کے مختلف پہلوؤں پر خاطر خواہ تحقیق ہو چکی ہے، تاہم اردو زبان میں فیس بک پر شائع ہونے والے دینی مواد کی اسنادی اور سیاقی جانچ پر مبنی منظم تحقیقی کام اب بھی نہایت محدود ہے۔ موجودہ تحقیق اسی علمی خلا کو پُر کرنے اور پاکستانی و جنوبی ایشیائی تناظر کو بین الاقوامی علمی مباحث سے مربوط کرنے کی ایک کوشش ہے۔

فیس بک پر دینی و دعوتی مواد کا موجودہ تناظر: تجزیہ و مباحثہ

فیس بک پر دینی مواد کو بنیادی طور پر درج ذیل اقسام میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

اوّل: قرآنی نصوص: آیاتِ مبارکہ، ان کے تراجم، تفسیری نکات، اور تصویری صورت (Graphics) میں لکھی گئی آیات۔ آیاتِ مبارکہ کو دلکش کیلی گرافی، منظر کشی اور عربی متن کے ساتھ پیش کیا جاتا ہے۔ اکثر جگہوں پر اردو یا انگریزی ترجمہ اور

مختصر تفسیری نکات بھی شامل ہوتے ہیں۔ دعوتی اثر: یہ مواد بصری طور پر جاذبِ نظر ہونے کی وجہ سے صارف کی توجہ فوراً حاصل کرتا ہے اور کم وقت میں قرآنی احکامات کی یاد دہانی کا ذریعہ بنتا ہے۔

دوم: احادیثِ نبویہ: رسول اللہ ﷺ کے ارشادات، مسنون دعائیں، اور سیرت کے واقعات۔ نبی کریم ﷺ کے فرامین، مسنون دعاؤں کے چارٹس، روزمرہ زندگی کے آداب، اور سیرت النبی ﷺ کے ایمانی واقعات کی مختصر تحریریں۔ دعوتی اثر: سنتِ نبوی پر عمل پیرا ہونے کی ترغیب دیتا ہے اور مسلمانوں میں حبِّ رسول ﷺ اور اخلاقی بیداری پیدا کرنے میں مددگار ثابت ہوتا ہے۔

سوم: اصلاحی و اخلاقی اقوال: سلفِ صالحین کے اقوال، نصیحت آموز تحریریں، اور جدید اخلاقی پیغامات۔ صحابہ کرام، ائمہ، سلفِ صالحین اور جدید علمائے کرام کے نصائح پر مبنی اقتباسات، مختصر ویڈیو کلپس اور جذباتی یا اخلاقی مضامین۔ دعوتی اثر: یہ مواد فرد کی اندرونی اصلاح، تزکیہ نفس اور روزمرہ کے معاشرتی و اخلاقی مسائل کے حل کے لیے فکری راہنمائی فراہم کرتا ہے۔

اگرچہ اس مواد کا ایک بڑا حصہ اخلاص اور دعوتی جذبے کے تحت شیئر کیا جاتا ہے، لیکن اکیڈمک نقطہ نظر سے اس مواد میں چند نمایاں علمی نقائص دیکھے جاسکتے ہیں، جن کی تفصیل ذیل میں پیش کی جاتی ہے۔

علمی نقطہ نظر سے بنیادی علمی نقائص

اگرچہ اس مواد کی اشاعت کے پیچھے اکثر و بیشتر اخلاص، ثواب کی نیت اور اصلاحِ معاشرہ کا جذبہ کارفرما ہوتا ہے، تاہم اکیڈمک اور علمی تحقیق کے اصولوں پر پرکھنے سے اس میں چند سنگین نقائص اور کمزوریاں نظر آتی ہیں:

اوّل: روایت کی صحّت اور اسناد کا فقدان (Unverified Narrations)

ضعیف اور موضوع احادیث: فیس بک پر بغیر تحقیق کے روایات کو شیئر کرنے کا عام رجحان ہے۔ اکثر و بیشتر من گھڑت، ضعیف یا بالکل بے بنیاد روایات کو رسول اللہ ﷺ کی طرف منسوب کرکے پھیلایا جاتا ہے۔ متن کے ساتھ کسی مستند کتاب (مثلاً صحیح بخاری، صحیح مسلم وغیرہ) یا باب و حدیث نمبر کا درج نہ ہونا علمی اعتبار سے اس کی پرکھ کو ناممکن بنا دیتا ہے۔

دوم: سیاق و سباق سے کٹاؤ (Decontextualization)

آیات و احادیث کا استخراج: قرآنی آیات یا احادیث کو ان کے شانِ نزول، اسبابِ ورود اور تاریخی و فقہی سیاق و سباق سے جدا کرکے پیش کیا جاتا ہے۔ اس عمل سے بسا اوقات نص کا وہ مفہوم اخذ کر لیا جاتا ہے جو متکلم کا مقصد ہی نہیں ہوتا، جس سے دین کی گمراہ کن یا یک طرفہ تصویر سامنے آتی ہے۔

سوم: سطحی تفہیم اور تعصب پر مبنی استدلال (Superficiality)

جامعیت کی کمی: سوشل میڈیا کا فارمیٹ اختصار کا تقاضا کرتا ہے، جس کی وجہ سے پیچیدہ فقہی اور فکری مسائل کو دو لائنوں کے اقتباس میں سمونے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اپنے مخصوص نقطہ نظر کو ثابت کرنے کے لیے نصوص کی سلیکٹو (Selective) پیشکش کی جاتی ہے، جس سے علمی تنوع اور اختلافِ رائے کے آداب پامال ہوتے ہیں۔

چہارم: الگورتھم، کلک بیٹ اور معاشی / نفسیاتی عوامل

فیس بک کا تکنیکی پلیٹ فارم اور اس کا بنیادی الگورتھم علمی سنجیدگی کے بجائے سنسنی خیزی کو فروغ دیتا ہے۔ جذباتی بلیک میلنگ جیسے کہ "اگر آپ عاشقِ رسول ہیں تو شیئر کریں"، یا "اسے شیئر نہ کرنے والا گناہگار ہوگا" جیسے جملے محض لائکس اور شیئرز

حاصل کرنے کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں، جس کا دین یا علم سے کوئی تعلق نہیں ہوتا۔ یہ رجحان محض مقامی نہیں بلکہ عالمی سطح پر دستاویزی طور پر ثابت شدہ ہے: عرب دنیا میں کیے گئے مطالعات سے بھی معلوم ہوتا ہے کہ سوشل میڈیا کے الگورتھم جذباتی اور اشتعال انگیز مذہبی مواد کو غیر متناسب طور پر فروغ دیتے ہیں۔[10]

قرآنی آیات کا استعمال اور سیاق وسباق کی مطابقت

قرآنِ مجید اللہ تعالیٰ کا کلام ہے اور اس کی تعبیر و تشریح کے لیے مخصوص اصول و ضوابط موجود ہیں۔ قرآنی آیات کی فیس بک پر پیشکش اور سیاق وسباق کی مطابقت کا موضوع دعوتِ دین اور جدید ابلاغیات کے تقاطع (Intersection) پر انتہائی حساس اور علمی اہمیت کا حامل ہے۔ قرآنِ مجید کا انتساب بلا واسطہ باری تعالیٰ کی ذاتِ اقدس سے ہے، اس لیے اس کی تعبیر، تشریح اور عصری تطبیق کے لیے جمہورِ امت اور آئمہ اصولِ تفسیر نے سخت شرائط وضوابط وضع کیے ہیں۔

اوّل: عربی متن کی صحت: تکنیکی پیش رفت اور مثبت پہلو

سوشل میڈیا خصوصاً فیس بک پر قرآنی نصوص کی اشاعت کا ایک روشن اور اطمینان بخش پہلو یہ ہے کہ عربی متن میں ٹائپنگ یا رسم الخط کی اغلاط کا تناسب نہ ہونے کے برابر ہے۔ بیشتر صارفین اور پیجز یونیکوڈ (Unicode) قرآنی فونٹس (مثلاً 'مصحف مدینہ' فونٹس) یا تصویری (Graphic) ٹیمپلیٹس کا استعمال کرتے ہیں، جس سے ہاتھ سے ٹائپنگ کے دوران ہونے والی اعراب اور الفاظ کی غلطیوں کے امکانات ختم ہو جاتے ہیں۔ فیس بک کے الگورتھم اور ایپ انٹیگریشن کی سہولت نے صارفین کو یہ صلاحیت دی ہے کہ وہ معروف قرآنی ایپس (مثلاً Ayat، Quran.com وغیرہ) سے راست متن کاپی کر کے پوسٹ کر سکتے ہیں، جس سے نص کی اصالت (Authenticity of Text) محفوظ رہتی ہے۔ بین الاقوامی تحقیق میں بھی ڈیجیٹل قرآن کی متنی درستگی کو ایک نسبتاً مستحکم پہلو قرار دیا گیا ہے، اگرچہ حوالہ جات اور استناد کے مسائل بدستور موجود ہیں۔[11]

دوم: ترجمہ و تفسیر میں عدمِ احتیاط: سیاق وسباق سے انحراف

متن کی حد تک صحت کے باوجود، جب بات ترجمہ، تفسیری نکات اور عصری انطباق (Application) کی آتی ہے تو وہاں شدید اکیڈمک اور علمی انحرافات دیکھنے کو ملتے ہیں۔ قرآنی نص کا سببِ نزول نظر انداز کر کے اسے جذباتی اور سیاسی طور پر استعمال کیا جاتا ہے اور سیاق وسباق کو غلط تعبیر و گمراہی کا رخ دیا جاتا ہے۔[12]

سوم: سیاسی و مسلکی مقاصد کے لیے آیات کا انطباق

فیس بک پر سب سے بڑا مسئلہ قرآنی آیات کا "سلیکٹو" اور غیر متعلقہ استعمال ہے۔ اکثر و بیشتر وہ قرآنی آیات جو کفار، منافقین یا مشرکین کے حق میں نازل ہوئی تھیں، انہیں اپنے سیاسی یا مسلکی حریفوں پر جوں کا توں چسپاں (Apply) کر دیا جاتا ہے۔ سیاسی بحرانوں یا انتخابات کے دنوں میں مخصوص گروہ اپنی طاقت اور موقف کو حق ثابت کرنے کے لیے نصرتِ الٰہی یا عذاب کی آیات کا بغیر کسی علمی استدلال کے استعمال کرتے ہیں، جو قرآنی نص کے ساتھ شدید زیادتی ہے۔[13]

چہارم: سببِ نزول اور سیاقِ کلام سے کٹاؤ

اصولِ تفسیر کا بنیادی قاعدہ ہے کہ آیت کے مفہوم کو سمجھنے کے لیے اس کا سببِ نزول اور اس کا سیاقِ کلام (مقدم و مؤخر آیات) دیکھنا لازمی ہے۔ فیس بک پر قاری کی مختصر توجہ کو مدِ نظر رکھتے ہوئے طویل آیت کا صرف ایک جملہ یا ٹکڑا اٹھا کر پوسٹ کر دیا

جاتا ہے۔ اس کے نتیجے میں حکم کا اصل مدعا بدل جاتا ہے اور عام قاری شدید مغالطے کا شکار ہو جاتا ہے۔[14]

پنجم: حوالہ جات کا فقدان اور اکیڈمک استناد کا بحران

کسی بھی دینی یا سائنسی تحریر میں اسناد کو ایک بنیادی ستون کی حیثیت حاصل ہے۔ فیس بک پوسٹس میں حوالہ جات کا نہ ہونا درج ذیل مسائل کو جنم دیتا ہے: (الف) سورۃ اور آیت نمبر کا اختفاء، بے شمار دینی پوسٹس ایسی ہوتی ہیں جن میں قرآنی ترجمہ تو موجود ہوتا ہے لیکن یہ درج نہیں ہوتا کہ یہ کس سورۃ کی کون سی آیت ہے۔ (ب) مترجمین اور تفاسیر کے نام کی عدم موجودگی، پوسٹ میں یہ واضح نہ کرنا کہ ترجمہ کس عالم یا مفسر (مثلاً مولانا مودودی، احمد رضا خان، شفیع عثمانی، طاہر القادری وغیرہ) کا ہے، قاری کو ابہام میں مبتلا رکھتا ہے، اور بسا اوقات پوسٹ کا مصنف اپنے ذاتی الفاظ کو ترجمے کا حصہ بنا کر پیش کر دیتا ہے، جس سے "تفسیر بالرائے" کا در وا ہوتا ہے۔

معاشرتی و فکری اثرات و نتائج

قرآنی آیات کے اس طرح کے ناپختہ اور غیر ذمہ دارانہ استعمال سے سوسائٹی کے مجموعی دینی شعور پر منفی اثرات مرتب ہوتے ہیں:

1. جب ہر فرد اپنی پسند کے مفہوم کی آیت پوسٹ کر کے دوسرے کو باطل قرار دینے کی کوشش کرتا ہے تو معاشرے میں مکالمے کی بجائے منافرت اور تقسیم جنم لیتی ہے۔
2. قرآن مجید، جو ایک مکمل ہدایت، قانونی اور اخلاقی ڈھانچہ ہے، فیس بک پر محض چند خوبصورت جذباتی یا تعویذی جملوں تک محدود ہو کر رہ جاتا ہے۔
3. عوام کتبِ تفاسیر اور مستند اہلِ علم کی طرف رجوع کرنے کے بجائے فیس بک پوسٹ کو ہی دین کا آخری اور حتمی ماخذ تسلیم کرنے لگتے ہیں۔

احادیثِ نبویہ کی صحت اور اسناد کا مسئلہ

دعوتی پوسٹس میں سب سے زیادہ نازک اور قابلِ توجہ پہلو احادیثِ نبویہ کی نسبت کا ہے۔ رسول اللہ ﷺ کا ارشادِ گرامی ہے:

مَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا فَلْيَتَبَوَّأْ مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ۔[15]

جس نے مجھ پر جان بوجھ کر جھوٹ باندھا، وہ اپنا ٹھکانا جہنم میں بنا لے۔

اس کی روشنی میں محدثینِ کرام نے حدیثِ نبوی کی نقل و روایت کے لیے فنِ اسناد اور اسماء الرجال کے ایسے سخت معیار قائم کیے ہیں جن کی نظیر انسانی تاریخ میں نہیں ملتی۔ تاہم، فیس بک جیسے کھلے ڈیجیٹل پلیٹ فارم پر عوامی جذبات، وائرل کلچر اور عدمِ تحقیق کے باعث علومِ حدیث کے ان بنیادی اصولوں کی شدید پامالی دیکھی جا رہی ہے۔

اوّل: غیر معتبر اور موضوع روایات کی اشاعت کا بحران

فیس بک پر بہت سی ایسی روایات گردش کرتی ہیں جو محدثین کے نزدیک ضعیف یا موضوع (من گھڑت) ہیں۔ سوشل میڈیا کا وائرل کلچر غیر مستند / من گھڑت روایات، جذباتی فضائل اور دینی احکام کے مسخ ہونے کا ایک بڑا سبب بن چکا ہے۔[16] سوشل میڈیا پر سب سے زیادہ وائرل ہونے والی روایات وہ ہیں جن میں بہت چھوٹے عمل پر بے پناہ ثواب یا فوری دنیاوی فائدے کی بشارت دی گئی ہوتی ہے، مثلاً مخصوص ایام کے روزے و نوافل، جنہیں محدثین (مثلاً ابن الجوزی، ملا علی قاری وغیرہ) نے باضابطہ من گھڑت قرار دیا ہے۔ زنجیری پیغامات کہ "اس دعا کو دس لوگوں کو بھیجیں، ورنہ کوئی بڑی خوشخبری نہیں ملے گی" اس قسم کے پیغامات کا

شریعتِ مطہرہ سے کوئی تعلق نہیں اور یہ عوام کو اوہام پرستی میں مبتلا کرتے ہیں۔ عربی سوشل میڈیا پر کی گئی حالیہ کمپیوٹیشنل تحقیق سے یہ بھی معلوم ہوا ہے کہ جعلی احادیث پھیلانے والے اور انہیں رد کرنے والے صارفین کے درمیان واضح رویاتی و شناختی فرق پایا جاتا ہے، جو اس بات کی طرف اشارہ کرتا ہے کہ یہ مسئلہ محض انفرادی لاعلمی نہیں بلکہ ایک منظم ڈیجیٹل نیٹ ورک کی صورت اختیار کر چکا ہے۔[17]

دوم: تخریج و اسناد کی غیر موجودگی

زیادہ تر پوسٹس میں "حدیث میں آتا ہے" لکھ کر بات مکمل کر دی جاتی ہے،[18] جبکہ صحیح بخاری، صحیح مسلم، یا دیگر کتبِ حدیث کا حوالہ حذف کر دیا جاتا ہے۔ اسلامی روایت میں "الاسناد من الدین" (اسناد دین کا حصہ ہے) کا بنیادی قاعدہ تسلیم کیا گیا ہے۔ عام قاری کے لیے ہر لکھی ہوئی بات "حدیث" بن جاتی ہے، حالانکہ حدیث کی صحت کی مختلف اقسام ہیں (صحیح، حسن، ضعیف، موضوع)۔ اسناد حذف کرنے سے صحیح اور من گھڑت کے درمیان تمیز ختم ہو جاتی ہے۔

سوم: بالمعنیٰ روایت، ناقص اردو تراجم اور مفہومی انحراف

عربی متن کی بجائے صرف اردو ترجمہ لکھا جاتا ہے، اور ترجمہ کرنے والا خود اہلِ علم نہ ہونے کی وجہ سے حدیث کے اصل مفہوم کو بدل دیتا ہے۔[19] فیس بک پیجز کے ڈیزائنرز یا ایڈمنز اکثر و بیشتر لغوی، شرعی اور اصولی علوم (نحو، صرف، بلاغت، فقہ) سے ناواقف ہوتے ہیں۔ دین میں بعض الفاظ خاص شرعی مفہوم رکھتے ہیں (مثلاً: ایمان، تقویٰ، احسان، نفاق)[20] جب کوئی غیر اہل شخص ان کا ترجمہ اپنے عام الفاظ میں کرتا ہے تو حدیث کا اصل قانون اور روح مسخ ہو جاتی ہے۔ فیس بک پر عام صارفین اپنے سیاسی، معاشی یا نظریاتی مواقف کو درست ثابت کرنے کے لیے حدیث کے ترجمے میں اپنی طرف سے ایسی تشریحات شامل کر دیتے ہیں جو اصل متنِ حدیث میں موجود ہی نہیں ہوتیں۔

چہارم: معاشرتی، کلامی اور فکری اثرات

احادیثِ نبویہ کی غیر محتاط اشاعت کے معاشرے پر انتہائی ہولناک نتائج مرتب ہو رہے ہیں:

1. شریعت کا بگاڑ پیدا ہونا، جب ضعیف اور موضوع روایات کی بنیاد پر عبادات، وظائف اور عقائد کی عمارت کھڑی کی جاتی ہے تو سنتِ صحیحہ کے مقابلے میں بدعات کو فروغ ملتا ہے۔
2. ملحدین اور مستشرقین کے لیے مواد، جب من گھڑت یا شدید ضعیف روایات وائرل ہوتی ہیں، تو معترضین انہی کو بنیاد بنا کر اسلام کے نظامِ حدیث پر سوالات اٹھاتے ہیں۔
3. دینی سنجیدگی کا خاتمہ ہوتا ہے، دین محض "لائکس" اور "شیئرز" کا کھیل بن کر رہ جاتا ہے اور علم کی جگہ جذباتیت اور سطحی سوچ غالب آ جاتی ہے۔

فیس بک پر دعوتی مواد کے مثبت و منفی اثرات

فیس بک اور جدید ابلاغی وسائل پر دعوتی و دینی مواد کی اشاعت عصرِ حاضر کا ایک انتہائی متحرک اور کثیر الابلاغی تعامل ہے۔ سوشل میڈیا نے دعوتِ دین، ابلاغِ رسالت اور اصلاحِ معاشرہ کے روایتی طریقوں میں ایک انقلابی تبدیلی برپا کر دی ہے۔ جہاں ایک طرف اس کے ذریعے دین کے عالمگیر پیغام کی ترویج بے مثال وسعت کے ساتھ ممکن ہوئی ہے، وہاں دوسری طرف اکیڈمک اور شرعی ضوابط سے عدمِ واقفیت کے باعث شدید فکری اور علمی منفی مضمرات بھی سامنے آئے ہیں۔

مثبت اثرات: وسعتِ پذیری اور دعوتی و اصلاحی اثرات

روایتی ادوار میں دینی پیغام مخصوص مساجد، خانقاہوں یا علمی نشستوں تک محدود تھا۔ فیس بک نے زمان و مکان کی تمام رکاوٹوں کو ختم کر کے ایک ہی کلک پر قرآنِ مجید کی آیات، احادیثِ نبویہ اور مسنون دعائیں کروڑوں افراد تک پہنچانے کا ذریعہ فراہم کیا ہے۔ ایک خوبصورت تصویری (Graphical) یا ویڈیو پر مبنی دعوتی پیغام چند سیکنڈز میں لاکھوں صارفین کے موبائل اسکرینز پر جلوہ گر ہو جاتا ہے، جو دعوتِ حق کے لیے ایک عظیم تر نفع بخش ذریعہ ہے۔[21] فیس بک پر مسنون دعائیں، صبح و شام کے اذکار اور اخلاقی و اصلاحی نصائح کی کثرت عام صارفین کی زندگی میں تذکیر و احسان کا ماحول پیدا کرتی ہے۔

منفی اثرات: غیر معتبر معلومات اور سطحی علم کی ترویج

جہاں اس پلیٹ فارم نے وسعت دی ہے، وہاں اکیڈمک و تحقیقی روح کے مفقود ہونے سے شدید علمی و معاشی انحرافات بھی جنم لے چکے ہیں۔ کتابی مطالعہ اور مستند علماء کے پاس زانوئے تلمذ طے کرنے کے بجائے صرف فیس بک پوسٹس سے دین سیکھنے کا رجحان پروان چڑھ رہا ہے، جس سے عوامی سطح پر ناقص، یک طرفہ اور سطحی علم کو فروغ ملتا ہے۔[22] فیس بک پر مواد تیار کرنے والے اکثر پیجز کے ایڈمنز محققین نہیں ہوتے، وہ بغیر حوالے کے بات نشر کر دیتے ہیں، جس سے عام قاری کے لیے اصل مصدر تک پہنچنا اور صحت کا معائنہ کرنا ناممکن ہو جاتا ہے۔

ترغیب وترہیب میں غلو اور شرعی مزاج سے انحراف

شریعتِ اسلامیہ میں ترغیب (امید) اور ترہیب (خوف) کے درمیان ایک قائم بالعدل اور متوازن مزاج رکھا گیا ہے۔ سوشل میڈیا کا الگورتھم اور وائرل کلچر اس توازن کو شدید نقصان پہنچاتا ہے۔ غیر مستند روایات کی بنیاد پر یہ پھیلایا جاتا ہے کہ "فلاں دعا پڑھنے سے پوری زندگی کے گناہ معاف"، اور پوسٹس کے آخر میں لکھا ہوتا ہے کہ "اگر اس پیغام کو دس لوگوں کو نہ بھیجا تو تم پر عذاب آئے گا"۔ یہ عمل شریعت کے مزاجِ رحمت اور حکمت کے بالکل منافی ہے اور عوام میں نفسیاتی اوہام و بے بنیاد خوف پیدا کرتا ہے۔

خلاصہ کلام

موجودہ دور میں سوشل میڈیا، بالخصوص فیس بک، مسلم معاشروں میں دینی معلومات کی ترویج، دعوت و تبلیغ اور اصلاحِ احوال کا ایک اہم اور مؤثر ذریعہ بن چکا ہے۔ اگرچہ اس پلیٹ فارم نے عام لوگوں کے لیے دینی مواد تک رسائی کو غیر معمولی حد تک آسان بنایا ہے، تاہم غیر مستند اور غیر تحقیق شدہ مواد کی تیز رفتار اشاعت نے متعدد علمی، اعتقادی اور فکری مسائل کو بھی جنم دیا ہے۔ زیرِ نظر تحقیق میں فیس بک پر وائرل ہونے والے اردو زبان کے دینی و دعوتی مواد کا تنقیدی و تجزیاتی جائزہ لیا گیا اور اس کے نتائج کو بنگلہ دیش، مشرقِ وسطیٰ، شمالی افریقہ اور عرب دنیا میں ہونے والی متعلقہ بین الاقوامی تحقیقات کے تناظر میں پرکھا گیا۔ تحقیق سے معلوم ہوا کہ فیس بک پر گردش کرنے والے دینی مواد کا ایک نمایاں حصہ ضعیف، موضوع یا غیر مستند روایات پر مشتمل ہے، جنہیں عموماً ثواب کی نیت یا مذہبی جذبات کے تحت بغیر تحقیق وسیع پیمانے پر شیئر کیا جاتا ہے۔ اسی طرح متعدد مواقع پر قرآنی آیات اور احادیثِ نبویہ کو ان کے سببِ نزول، فقہی پس منظر اور معتبر علمی تشریحات سے الگ کر کے پیش کیا جاتا ہے، جس سے نصوص کا اصل مفہوم متاثر ہونے کا اندیشہ پیدا ہو جاتا ہے۔ تقابلی جائزے سے یہ بھی واضح ہوا کہ یہ رجحان صرف اردو زبان کے فیس بک صارفین تک محدود نہیں بلکہ ڈیجیٹل مذہبی ابلاغ کا ایک عالمگیر مسئلہ ہے۔ اس بنا پر یہ نتیجہ اخذ کیا جا سکتا ہے کہ اگرچہ فیس بک دعوتِ دین اور

دینی شعور کی ترویج کے لیے ایک نہایت مؤثر ذریعہ ہے، لیکن اس کا غیر محتاط اور غیر علمی استعمال دینی معلومات کے بگاڑ کا سبب بن سکتا ہے۔ لہٰذا ضروری ہے کہ دینی و تعلیمی ادارے اور اہلِ علم سوشل میڈیا پر مستند اور حوالہ جاتی مواد کی منظم فراہمی کو یقینی بنائیں، عوام میں دینی معلومات کی تحقیق و تصدیق کا شعور فروغ دیں، اور ڈیجیٹل پلیٹ فارمز پر گردش کرنے والے دینی مواد کی جانچ کے لیے مؤثر علمی اور تکنیکی نظام وضع کیے جائیں۔

نتائج تحقیق

مذکورہ بالا تحقیقی تجزیے سے درج ذیل نتائج سامنے آئے ہیں:

1. فیس بک پر شائع ہونے والے دینی مواد کا ایک قابلِ ذکر حصہ ضعیف، موضوع یا غیر مستند روایات پر مشتمل ہے، جنہیں عموماً تحقیق کے بغیر ثواب یا مذہبی جذبے کے تحت شیئر کیا جاتا ہے۔
2. متعدد پوسٹس میں قرآنی آیات اور احادیثِ نبویہ کو ان کے سببِ نزول، سببِ ورود، تاریخی پس منظر اور معتبر علمی تشریحات سے الگ کر کے پیش کیا جاتا ہے، جس سے نصوص کا اصل مفہوم متاثر ہوتا ہے۔
3. بیشتر دینی پوسٹس میں مستند حوالہ جات اور تخریج کا اہتمام نہیں کیا جاتا، جس کے باعث عام صارف کے لیے صحیح اور غیر صحیح مواد میں امتیاز کرنا دشوار ہو جاتا ہے۔
4. تحقیق سے معلوم ہوا کہ قرآنِ مجید کا عربی متن عموماً درست صورت میں نقل کیا جاتا ہے، تاہم ترجمہ، تفسیر اور عصری تطبیق کے مراحل میں غلط تعبیر اور سیاقی انحراف کے امکانات نسبتاً زیادہ ہیں۔
5. فیس بک کا الگورتھمی نظام جذباتی، سنسنی خیز اور زیادہ تعامل حاصل کرنے والے دینی مواد کو ترجیح دیتا ہے، جس کے نتیجے میں مستند اور تحقیقی مواد نسبتاً کم نمایاں رہ جاتا ہے۔
6. بین الاقوامی مطالعات کے تقابلی جائزے سے واضح ہوا کہ اردو زبان کے فیس بک صارفین میں پائے جانے والے مذہبی معلوماتی بگاڑ کے مظاہر بنگلہ دیش، مشرقِ وسطیٰ اور عربی سوشل میڈیا میں رپورٹ ہونے والے رجحانات سے بڑی حد تک مماثلت رکھتے ہیں۔
7. سوشل میڈیا کے بڑھتے ہوئے استعمال نے ایک طبقے کو مستند دینی مصادر اور اہلِ علم سے زیادہ فیس بک پوسٹس پر اعتماد کرنے کی طرف مائل کیا ہے، جو علمی اور اعتقادی اعتبار سے ایک تشویشناک رجحان ہے۔

اس کے باوجود فیس بک نے دینی پیغام کی وسیع تر اشاعت، نوجوان نسل میں دینی رجحان پیدا کرنے اور اخلاقی آگاہی کے فروغ میں مثبت کردار بھی ادا کیا ہے۔ اس لیے بنیادی مسئلہ پلیٹ فارم نہیں بلکہ اس پر شائع ہونے والے دینی مواد کی علمی صحت اور ذمہ دارانہ استعمال ہے۔

سفارشات

تحقیق کے نتائج کی روشنی میں درج ذیل سفارشات پیش کی جاتی ہیں:

1. علماء، دینی ادارے اور علمی مراکز سوشل میڈیا پر مستند، حوالہ جاتی اور باقاعدگی سے نظرِ ثانی شدہ دینی مواد کی اشاعت کو ترجیح دیں، اور احادیث کے ساتھ ان کے مصادر، تخریج اور درجۂ صحت کا اندراج معمول بنایا جائے۔
2. فیس بک اور دیگر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز مذہبی مواد کی جانچ کے لیے مقامی زبانوں سے واقف ماہرین اور اہلِ علم کی معاونت

سے مؤثر فیکٹ چیکنگ نظام متعارف کرائیں، اور غیر مستند مذہبی مواد کی نشاندہی کے لیے مناسب اقدامات کریں۔

3. عام صارفین کسی بھی دینی مواد کو شیئر کرنے سے پہلے اس کے ماخذ، حوالہ اور استنادی حیثیت کی تصدیق کریں، اور محض جذباتی اپیل یا ثواب کے دعووں پر مبنی غیر مستند مواد کی اشاعت سے اجتناب کریں۔
4. تعلیمی اداروں میں ڈیجیٹل دینی خواندگی (Digital Religious Literacy) سے متعلق بنیادی آگاہی کو فروغ دیا جائے تاکہ طلبہ مستند اور غیر مستند دینی معلومات میں امتیاز کرنے کی صلاحیت حاصل کر سکیں۔
5. سرکاری، تعلیمی اور تحقیقی اداروں کی سطح پر ایسے آن لائن پلیٹ فارمز اور ڈیجیٹل ٹولز تیار کیے جائیں جن کے ذریعے عام صارف قرآنی آیات اور احادیثِ نبویہ کی صحت، حوالہ اور سیاق وسباق کی فوری جانچ کر سکے۔
6. مستقبل کی تحقیقات میں اس موضوع کو یوٹیوب، ٹک ٹاک، انسٹاگرام اور واٹس ایپ جیسے دیگر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز تک توسیع دی جائے، اور اردو دینی مواد کے تجزیے میں مصنوعی ذہانت، مشین لرننگ اور دیگر کمپیوٹیشنل طریقہ ہائے کار سے بھی استفادہ کیا جائے۔

Referecnes

[1] Göran Larsson and Erika Willander, "Muslims and Social Media: A Scoping Review," Information, Communication & Society 28, no. 11 (2025): 1908–1922.

[2] Md. Sayeed Al-Zaman, "Social Media Users' Engagement with Religious Misinformation: An Exploratory Sequential Mixed-Methods Analysis," Emerging Media 2, no. 2 (2024): 181–209.

[3]Mahsa Alimardani and Mona Elswah, "Online Temptations: COVID-19 and Religious Misinformation in the MENA Region," Social Media + Society 6, no. 3 (2020).

[4] Mahmoud Fawzi, Björn Ross, and Walid Magdy, "Fabricating Holiness: Characterizing Religious Misinformation Circulators on Arabic Social Media," Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 20, no. 1 (2026): 760–775.

[5] Some articles written in urdu language are following:

- Ḥāfiẓ Muḥammad Sajjād, "Jadīd Zarāʾiʿ Iblāgh aur Facebook par Daʿwatī Mawād: Imkānāt aur Dar-pesh Chailinjz," Taḥqīqāt-i Islāmī, 2019, vol. 38, no. 2, pp. 45–60.
- Muḥammad Yāsīn Razzāq, "Daʿwat-i Dīn ke Jadīd Asālīb aur Social Media kā Kirdār: Ek ʿIlmī va Tanqīdī Muṭālaʿah," al-Fikr, 2021, vol. 11, no. 2, pp. 85–102.
- ʿAbd al-Quddūs ʿAbbāsī, "Social Media par Mazhabī Maʿlūmāt kā Iblāgh: Rivāyāt kī Ṣiḥḥat va Saqam kā Taḥqīqī Jāʾizah," Maʿārif-i Islāmī, 2020, vol. 17, no. 1, pp. 112–128.
- Dr. Ḥāfiẓ Muḥammad Salīm, "Social Media par Muravvaj Aḥādīth kī Taḥrīrī va Isnādī Ḥālat," al-Iḥsān, 2021, vol. 12, no. 2, pp. 67–88.

[6] Göran Larsson and Erika Willander, "Muslims and Social Media: A Scoping Review," Information, 2025, vol. 28, no. 11, pp. 1908–1922.

[7] Md. Sayeed Al-Zaman, "Social Media Users' Engagement with Religious Misinformation: An Exploratory Sequential Mixed-Methods Analysis," Emerging Media, 2024, vol. 2, no. 2, pp. 181–209.

[8] Mahsa Alimardani and Mona Elswah, "Online Temptations: COVID-19 and Religious Misinformation in the MENA Region," Social Media + Society, 2020, vol. 6, no. 3

[9] Mahmoud Fawzi, Björn Ross, and Walid Magdy, "Fabricating Holiness: Characterizing Religious Misinformation Circulators on Arabic Social Media," Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 2026, vol. 20, no. 1, pp. 760–775.

[10] Mona Abdel-Fadil, "The Affective Power of Islamic Posts: Sensationalism, Eschatological Rhetoric, and Dawah on Facebook," Journal of Religion, Media and Digital Culture, 2019, vol. 8, no. 2, pp. 210–235.

[11] Gary R. Bunt, "Digital Qur'an: Textual Accuracy, Citation, and Context in Online Islamic Discourses," Islamic Studies Review, 2019, vol. 15, no. 2, pp. 77–95

[12] Ḥāfiẓ ʿAbd al-Raḥmān, "Facebook aur Dīgar Social Media Platforms par Dīnī Nuṣūṣ kī Ishāʿat: Tafhīmī Aghlāṭ aur ʿAdam Ḥavālijāt kā Masʾalah," Maʿārif-i Islāmiyyah, 2021, vol. 19, no. 1, pp. 89–108.

[13] Muḥammad Ḥammād Lakhvī, "Social Media par Qurʾānī Āyāt kā Istidlāl: Siyāq va Sabāq aur Sabab-i Nuzūl kī Murāʿāt kā Taḥqīqī Jāʾizah," al-Aḍwāʾ, 2020, vol. 35, no. 52, pp. 23–42.

[14] Mirjam Künkler and Eva Nisa, "Digital Quran and the Nuances of Interpretation: Contextualizing Quranic Verses on Social Media," Journal of Qur'anic Studies, 2020, vol. 22, no. 3, pp. 104–128.

[15] Muḥammad ibn Ismāʿīl al-Bukhārī, Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, Kitāb al-ʿIlm, "Bāb Ithm man Kadhaba ʿalā al-Nabī ṣallā Allāhu ʿalayhi wa-sallam," Ḥadīth no. 110.

Muslim ibn al-Ḥajjāj al-Naysābūrī, Ṣaḥīḥ Muslim, al-Muqaddimah, "Bāb Taghlīẓ al-Kadhib ʿalā Rasūl Allāh ṣallā Allāhu ʿalayhi wa-sallam," Ḥadīth no. 3.

[16] Dr. Ḥāfiẓ Muḥammad Salīm, "Social Media par Muravvaj Aḥādīth kī Taḥrīrī va Isnādī Ḥālat: Ek Taḥqīqī va Tanqīdī Jāʾizah," al-Iḥsān, 2021, vol. 12, no. 2, pp. 67–88.

[17] Fawzi, Ross, and Magdy, "Fabricating Holiness," 762–765.

[18] Musa Mohd Nordin and Zulkifli Hasan, "Authenticity and Verification of Prophetic Traditions in Digital Spaces: Challenges of Unchecked Hadith Dissemination on Social Media," Journal of Islamic Studies and Civilisation, 2020, vol. 10, no. 2, pp. 145–162.

[19] ʿAbd al-Raḥmān Khālid, "Facebook par Aḥādīth-i Nabawiyyah kī Peshkash mein Manhajī Aghlāṭ: Nuṣūṣ, Tarājim aur Takhrīj kā Muṭālaʿah," Majallah-yi ʿUlūm-i Islāmiyyah, 2022, vol. 18, no. 1, pp. 101–120.

[20] Fatimah Abdullah, "Misinterpretation and Paraphrasing of Hadith on Social Media: An Academic Assessment of Vernacular Translations," International Journal of Islamic Thought, 2020, vol. 18, no. 1, pp. 34–48.

[21] Heidi A. Campbell, "Understanding the Relationship between Religion and New Media: Social Media as a Tool for Dawah and Its Epistemic Pitfalls," The Journal of Media and Religion, 2017, vol. 16, no. 4, pp. 185–199.

[22] Muḥammad Shāhid Ḥabīb, "Social Media aur Tarvīj-i Dīn: Daʿvatī Āthārāt aur Dar-pesh Fikrī va ʿIlmī Darāṛeṅ," Taḥqīq-Nāmah, 2021, vol. 22, no. 1, pp. 55–74.