Journal of Religion & Society **(JR&S)**
Available Online:
https://islamicreligious.com/index.php/Journal/index
Print ISSN: 3006-1296Online ISSN: 3006-130X
Platform & Workflow by: Open Journal Systems

The Authentic Status of Islamic Information Published on Social Media

سوشل میڈیا پر شائع ہونے والی اسلامی معلومات کی استنادی حیثیت

Mr. Asif zaman
M. Phil scholar, Department of Islamic Studies
Kohat University of Science and Technology

Dr. Qaisar Bilal
Assistant Professor, Department of Islamic Studies
Kohat University of Science and Technology
qaisarbilal@kust.edu.pk

Dr. Rahman Ullah
Lecturer, Department of Journalism and Mass Communication
Kohat University of Science and Technology
rahman.jmc@gmail.com

ABSTRACT
In today's digital world, social media serves as a primary source of information, education, and entertainment. Islamic scholars and audiences utilize these platforms to access and share religious content, including fundamental Islamic teachings. However, social media platforms often lack proper editorial oversight, resulting in the rapid spread of unverified and inaccurate Islamic information. This poses significant challenges to religious understanding and social harmony.
This study critically examines the authenticity of Islamic information shared on social media, with a specific focus on Facebook. Using a purposive sampling technique, we analyzed 20 religious posts from February 2024 for their authenticity against established Islamic scholarly sources, such as the Quran and Hadith literature. The findings of the study indicate a prevalence of weak, fabricated, and baseless Hadiths widely circulated on social media. Many posts incorrectly attribute fabricated content to Prophet Muhammad (PBUH), which can lead to potential misinformation among audiences. This study emphasizes the crucial need

for authoritative verification and the importance of digital literacy. It calls for increased engagement from Islamic scholars and the development of reliable verification tools.

Furthermore, the research advocates for awareness campaigns, rigorous content monitoring by social media platforms, and the establishment of accessible verification systems to ensure the authenticity of Islamic teachings shared online.

This study underscores the collective responsibility of social media users, religious scholars, and digital platforms to safeguard the integrity of Islamic discourse in the digital age. Through critical evaluation and responsible sharing, it is possible to preserve the authenticity of Islamic teachings and promote informed religious engagement within the online community.

Keywords: *Islam, Social media, Fake, Information, Hadiths, Quran*

تعارف:

ڈیجیٹل دور میں سوشل میڈیا پلیٹ فارمز ابلاغ، مواد کی ترسیل، اور اثر ورسوخ کے طاقتور ذرائع بن چکے ہیں۔ ان میں فیس بک ایک نمایاں مقام رکھتی ہے اور دنیا بھر میں اربوں صارفین کی حامل ہے۔ بہت سے لوگوں کے لیے سوشل میڈیا نہ صرف خبروں اور تفریح کا ذریعہ ہے بلکہ دینی تعلیمات اور ان کی ترویج کا پلیٹ فارم بھی ہے۔ اسلامی مواد، جیسے قرآنی آیات، احادیثِ مبارکہ (حضرت محمد ﷺ کے اقوال واعمال)، دینی تشریحات، اور اخلاقی تعلیمات سوشل میڈیا پر اکثر شیئر کی جاتی ہیں۔ اگرچہ یہ مواد مذہبی شعور بڑھانے اور سماجی تعلق کو فروغ دینے میں معاون ثابت ہو سکتا ہے، تاہم بغیر تحقیق کے شیئر کیے جانے پر خطرناک اثرات مرتب کر سکتا ہے۔

غلط معلومات، یعنی وہ معلومات جو دانستہ طور پر گمراہ کرنے کے بغیر پھیلائی جاتی ہیں، جب مذہبی عقائد کے حوالے سے ہوں تو ان کے خطرات اور بھی بڑھ جاتے ہیں۔ بغیر تصدیق کے شیئر کیا جانے والا اسلامی مواد اکثر پیروکاروں کو گمراہ کر سکتا ہے، غلط فہمیاں پیدا کر سکتا ہے، اور بعض اوقات نقصان دہ رویوں کو ابھار سکتا ہے۔ شاؤ وغیرہ (2016) کے مطابق، سوشل میڈیا کے الگورتھمز ان مواد کو ترجیح دیتے ہیں جو زیادہ تعامل پیدا کرے، چاہے وہ مواد درست ہو یا غلط، جس کے نتیجے میں مواد کی تیز تر اشاعت ہوتی ہے۔

مسئلے کا بیان(statement of the problem)

سوشل میڈیا پر اسلامی تعلیمات سے متعلق غلط معلومات ایک عام مسئلہ بن چکا ہے۔ صارفین کو اکثر بگڑی ہوئی احادیث، جعلی اقوال یا غلط فتوے ملتے ہیں جو اپنے جذباتی اور مذہبی اثرات کی وجہ سے وسیع پیمانے پر پھیل جاتے ہیں۔ اس طرح کا مواد عوامی تاثرات کو متاثر کر سکتا ہے، دینی اعمال کو خراب کر سکتا ہے، اور فرقہ وارانہ تناؤ کو ہوا دے سکتا ہے (بھٹی اور قریشی، 2021)۔ اس طرح اس مسئلے کو اور زیادہ پیچیدہ بنا دیتا ہے جب اکثر لوگ مستند دینی مواد اور غلط معلومات میں

فرق کرنے میں مشکل محسوس کرتے ہیں۔ اس مطالعے کا مقصد فیس بک پر شیئر کیے جانے والے اسلامی مواد کا تجزیہ کرنا ہے تاکہ مستند مواد اور غلط معلومات کے درمیان فرق کو پہچانا جائے اور ان کے پھیلاؤ اور تعامل کا جائزہ لیا جا سکے۔

مطالعے کی اہمیت

سوشل میڈیا پر اسلامی مواد میں غلط معلومات کو سمجھنا اور ان سے نمٹنا کئی وجوہات کی بنا پر ضروری ہے۔

اول: یہ میڈیا لٹریسی کو فروغ دے کر صارفین کو اس قابل بناتا ہے کہ وہ دینی مواد کی صداقت کا خود جائزہ لے سکیں۔

دوم: یہ غلط معلومات کی بنا پر پیدا ہونے والے مذہبی تنازعات کو کم کر کے سماجی ہم آہنگی میں اضافہ کر سکتا ہے۔

سوم: اس تحقیق کے ذریعے دینی علماء کے ساتھ تعاون اور جدید تصدیقی اوزاروں کے استعمال سے دینی تعلیمات اور ٹیکنالوجی کے درمیان خلیج کو پر کیا جا سکتا ہے (وسوغی، رائے، اور ارال، 2018)۔

یہ تحقیق خصوصاً مسلم کمیونٹیز میں سوشل میڈیا کے بڑھتے ہوئے اثرات کے پیش نظر بہت اہم ہے۔ دینی غلط معلومات کو ختم کرنے سے عوامی اعتماد، دینی تعلیمات، اور صحیح عقیدے کی ترویج میں کافی حد تک ترقی ممکن ہے۔ اس تحقیق کے ذریعے مستند اسلامی مواد اور غلط معلومات کے درمیان فرق کر کے، ڈیجیٹل لٹریسی اور ذمہ دارانہ مواد شیئر کرنے کے موضوع پر ایک وسیع بحث میں کردار ادا کیا جا سکے گا اور ایک باخبر اور ہم آہنگ معاشرہ تشکیل دینے میں مدد ملے گی۔

اس مختصر سے تجزیے کے بعد یہ بات کھل کر سامنے آ جاتی ہے کہ انٹرنیٹ و سوشل میڈیا کے تعلق سے اسلام کی نشر و اشاعت کرنا وقت کی اہم ترین ضرورت ہے لہٰذا علماء کرام اور مفکرین اسلام کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ انٹرنیٹ کے تعلق سے سر جوڑ کر بیٹھیں، زمینی سطح سے اٹھ کر انٹرنیٹ اور سوشل میڈیا کا دانشمندانہ استعمال کرتے ہوئے اسلام کی نشر و اشاعت میں بڑھ چڑھ کر حصہ لیں اور جتنی ویب سائٹس اسلامی ناموں کے درپردہ اسلام اور پیغمبرِ اسلام ﷺ کو بدنام کرنے کی کوشش کر رہی ہیں ان کو بند کرنا اگر ناممکن ہو تو ان کے ہر باطل عمل کو جھٹلا کر عوام کو حقیقت سے روشناس کرائیں یا ان کے متبادل ایسے ویب سائٹس پیش کریں کہ لوگ ان باطل فرقوں کے ویب سائٹس سے یکسر مستغنی ہوں اور ان ویب سائٹس کی مدد سے قرآن مجید و سنت مبارکہ پر ہونے والے اعتراضات کا منہ توڑ جواب دیں۔

مطالعے کے مقاصد

اہم مقصد: اسلامی بیانات کے بارے میں فیس بک پر ایک منظم تجزیہ کرنا، مواد کو حقیقی یا جعلی کے طور پر شناخت کرنا۔

-ثانوی مقاصد: اسلامی غلط معلومات کی عام طور پر شیئر کی جانے والی اقسام کی درجہ بندی کرنا۔

- سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر مذہبی غلط معلومات کے خلاف اقدامات کی سفارش کرنا۔

ادبی جائزہ

فیس بک جیسی سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر اسلامی بیانات، خاص طور پر احادیث، کی صداقت اور ان کے پھیلاؤ کے حوالے سے ڈیجیٹل دور میں منفرد چیلنجز اور مواقع موجود ہیں۔ سوشل میڈیا نے قرآنی آیات، احادیث اور فتاویٰ سمیت اسلامی تعلیمات کے پھیلاؤ میں انقلاب برپا کر دیا ہے، کیونکہ یہ دعوتِ دین کے لیے کم خرچ اور وسیع رسائی کا ذریعہ فراہم کرتا ہے۔ تاہم، یہ وسیع دستیابی مذہبی مواد کو کئی خطرات سے بھی دوچار کرتی ہے، خاص طور پر غلط معلومات اور جعلی احادیث کے پھیلاؤ کے حوالے سے۔ ان مسائل سے نمٹنے کے لیے اسلامی مواد کے پھیلاؤ پر اثر انداز ہونے والے عوامل اور اس کی صداقت کو یقینی بنانے کے لیے حکمت عملیوں کو سمجھنا ضروری ہے۔

سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، خاص طور پر فیس بک، اسلامی علوم کی ترسیل کے لیے ایک مضبوط ذریعہ بن چکے ہیں اور اسلامی علماء کو دنیا بھر کے سامعین کے ساتھ اپنے علم کو شیئر کرنے کے لیے ایک ورچوئل جگہ فراہم کرتے ہیں۔ مطالعے سے ظاہر ہوتا ہے کہ دنیا بھر میں 10 فیصد سے زائد انٹرنیٹ صارفین آن لائن مذہبی مواد کے ساتھ مشغول ہوتے ہیں، جو اسلامی تعلیمات کے لیے سوشل میڈیا کی اہمیت کو ظاہر کرتا ہے (بھٹی اور قریشی، 2021)۔

تاہم، یہ آسانی اکثر صداقت کی قیمت پر آتی ہے۔ بہت سے صارفین اسلامی مواد کی تصدیق کرنے کی مہارت نہیں رکھتے، اور اس وجہ سے غلط معلومات کے پھیلاؤ کا خطرہ بڑھ جاتا ہے (ابراہیم، 2024)۔ فیس بک جیسے پلیٹ فارمز کے الگورتھم، جو مشغولیت کو ترجیح دیتے ہیں، سنسنی خیز یا جعلی مذہبی مواد کو فروغ دے کر غیر تصدیق شدہ مواد کے پھیلاؤ کو مزید بڑھاتے ہیں (غفاری، 2023)۔ یہ مظہر نہ صرف پیروکاروں کے درمیان الجھن پیدا کرتا ہے بلکہ اسلامی تعلیمات کو غلط طور پر پیش کرنے کا خطرہ بھی بڑھاتا ہے۔

سوشل میڈیا صارفین کی مہارت کی کمی ایک اہم مسئلہ ہے۔ دینی مواد اکثر ایسے افراد کے ذریعے شیئر کیا جاتا ہے جن کے پاس اسلامی علوم کے بارے میں مناسب علم نہیں ہوتا، جس کی وجہ سے جعلی احادیث اور غلط تشریحات کا پھیلاؤ ہوتا ہے (صبیل، 2023)۔ یہ مسئلہ ان صارفین کے درمیان مزید بڑھ جاتا ہے جو ذاتی تعلقات اور سماجی شناخت پر بھروسہ کرتے ہیں، جس کی وجہ سے غلط معلومات کو پکڑنا اور اس کا مقابلہ کرنا مشکل ہو جاتا ہے (بھٹی اور قریشی، 2021)۔

ادب میں تین اہم جہتوں کی نشاندہی کی گئی ہے جو سوشل میڈیا پر اسلامی معلومات کی صداقت کو یقینی بنانے کے لیے ضروری ہیں (ابراہیم، 2024):

1. معلوماتی ماخذ کی جہت: اتھارٹی، قابل اعتماد ہونا، اور ماخذ کی صداقت۔
2. مواد کی جہت: مواد کی مطابقت، قانونی حیثیت، معروضیت، کافی حد تک مکمل ہونا، درستگی، اور صداقت۔
3. سماجی ماحولیاتی جہت: سماجی شناخت، موضوعاتی اصول، اور گروپ اصول۔

اسلامی مواد کے پھیلاؤ پر اثر انداز ہونے والے عوامل

1. سوشل میڈیا کی وائرل نوعیت: سوشل میڈیا کا ڈیزائن مواد، بشمول مستند اور جعلی اسلامی تعلیمات، کے تیزی سے پھیلاؤ کو فروغ دیتا ہے۔ اس کے نتیجے میں مسلم کمیونٹی میں غلط فہمیاں پھیل سکتی ہیں (غفاری، 2023)۔
2. پھیلاؤ کے پیچھے محرکات: صارفین مختلف وجوہات کی بنا پر اسلامی مواد شیئر کرتے ہیں، جیسے سماجی اثر و رسوخ حاصل کرنا، مخصوص نظریات کی تشہیر، یا روحانی اجر حاصل کرنا۔ یہ محرکات شیئر کیے جانے والے مواد کی درستگی پر مثبت یا منفی اثر ڈال سکتے ہیں (غفاری، 2023)۔
3. تصدیق کے طریقہ کار کی کمی: مضبوط تصدیقی نظام کی عدم موجودگی جعلی احادیث اور غلط تشریحات کے پھیلاؤ کی اجازت دیتی ہے، جو قابل اعتماد تکنیکی اور انسانی حل کی ضرورت کو مزید بڑھاتی ہے (صبیل، 2023)۔

سوشل میڈیا کے دعوت کے طریقوں میں انضمام نے اسلامی تبلیغ کے لیے نئے افق کھول دیے ہیں۔ مثال کے طور پر، @pecintaudud جیسا فیس بک اکاؤنٹ، جو اُستاد معودی کے زیر انتظام ہے، جذباتی، عقلی، اور حسی پیغامات جیسے اسٹریٹیجک طریقوں کو استعمال کر کے صارفین کو مؤثر طریقے سے شامل کرتا ہے (حسنہ اور رسلان، 2024)۔ تاہم، خطرات بھی موجود ہیں۔ سوشل میڈیا کے غلط استعمال سے نقصان دہ نظریات، فکری انتہاپسندی، اور فرقہ واریت کو فروغ مل سکتا ہے (ابراہیم، 2024)۔ ان خطرات سے نمٹنے کے لیے مسلسل نگرانی، آگاہی بڑھانے کے اقدامات، اور مواد شیئر کرنے کے لیے مضبوط اخلاقی فریم ورک کی ترقی ضروری ہے

میڈیا کی خواندگی کے پروگرام، جو صارفین کو غلط معلومات کے خطرات اور مواد کی توثیق کی اہمیت کے بارے میں آگاہ کرتے ہیں، امید افزا ثابت ہوئے ہیں۔ حکمت عملیوں میں شامل ہیں صارفین کی تربیت کرنا کہ وہ ذرائع کا تنقیدی جائزہ لیں، مستند چینلز کے ذریعے حقائق کی تصدیق کریں، اور مختلف نظریات کے ساتھ مشغول ہوں۔ مذہبی کمیونٹیوں کے لیے مخصوص اقدامات، جیسے کہ اصلی مذہبی متون کو غلط مواد سے ممتاز کرنے پر ورکشاپس، مخصوص ثقافتی سیاق و سباق میں میڈیا کی خواندگی میں بہتری لانے میں موثر ثابت ہوئے ہیں (الراوی اور الناوی، 2019)۔ ڈیجیٹل پلیٹ فارم مزید مدد کر سکتے ہیں، صارفین کے لیے مواد کی توثیق کے آسان اوزار فراہم کر کے اور مذہبی اداروں کے ساتھ مل کر مستند مواد تک رسائی کر کے (لیوانڈووسکی وغیرہ، 2017)۔

طریقہ کار

یہ مطالعہ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر پھیلائی جانے والی مذہبی معلومات کی صداقت کا تنقیدی تجزیہ کرنے کے لیے ایک معیاری تحقیقاتی ڈیزائن پر مبنی تھا۔ اس طریقہ کار کو منظم اور معروضی جائزے کو یقینی بنانے کے لیے ترتیب دیا گیا تھا تاکہ اسلامی تعلیمات کے مطابق منتخب سوشل میڈیا پوسٹس کا تجزیہ کیا جا سکے۔

1. نمونہ سازی کی تکنیک مطالعے میں مقاصداتی نمونہ سازی (Purposive Sampling) کا استعمال کیا گیا۔ یہ غیر امکانی نمونہ سازی کا طریقہ تھا جس کے تحت تحقیق کے مقاصد سے مطابقت رکھنے والی ایسی 20 سوشل میڈیا پوسٹس کو منتخب کیا گیا ہے جو موجودہ اور گزشتہ دو سالوں میں سوشل میڈیا پر اپ لوڈ کئے گئے، جنہیں مذہبی مواد اور صارفین کی دلچسپی (لائکس، تبصرے، شیئرز) کی بنیاد پر چنا گیا۔

2. ڈیٹا کا حصول منتخب پوسٹس کو فیس بک، ٹوئٹر، اور انسٹاگرام جیسے مقبول سوشل میڈیا پلیٹ فارمز سے حاصل کیا گیا۔ ہر پوسٹ کے ساتھ اس کا میٹاڈیٹا بھی محفوظ کیا گیا، جیسے کہ اشاعت کی تاریخ، پلیٹ فارم، اور صارفین کی دلچسپی کے اعداد و شمار۔

3. صداقت کی جانچ کے معیارات مذہبی معلومات کی صداقت کا جائزہ لینے کے لیے ہر پوسٹ کو مستند اسلامی ذرائع سے موازنہ کیا گیا:

قرآنی لٹریچر: متعلقہ آیات کی نشاندہی کی گئی اور پوسٹس میں پیش کیے گئے مذہبی دعووں کی تصدیق کے لیے ان کا تجزیہ کیا گیا۔

حدیث لٹریچر: صحیح بخاری، صحیح مسلم، اور دیگر مستند مجموعات حدیث کا حوالہ دیا گیا تاکہ احادیث سے متعلق دعووں کی توثیق کی جاسکے۔

4. ڈیٹا کے تجزیے کا طریقہ کار ہر پوسٹ کے مواد کا موضوعاتی تجزیہ کیا گیا تاکہ نمونے اور تضادات کی نشاندہی کی جاسکے۔ تجزیے میں درج ذیل مراحل شامل تھے: ہر پوسٹ میں پیش کیے گئے مرکزی مذہبی دعوے کی شناخت۔

قرآنی اور حدیثی لٹریچر سے موازنہ کے ذریعے دعوے کی تصدیق۔

پوسٹس کو "مستند"، "غیر مستند"، یا "غیر قابل تصدیق" کے طور پر درجہ بندی کرنا۔

5. اخلاقی پہلو تحقیق میں اخلاقی اصولوں کی پاسداری کی گئی۔ انفرادی صارفین کی شناخت کو خفیہ رکھا گیا اور مواد کے تخلیق کاروں کے حقوق کا احترام کیا گیا۔ تجزیہ صرف مواد پر مبنی تھا، اور کسی بھی فرد کی ذاتی رائے کا جائزہ نہیں لیا گیا۔

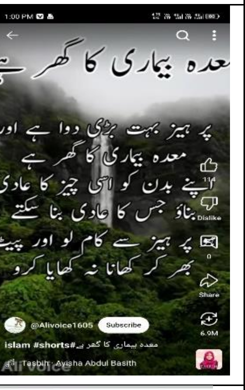
6. محدودیات تحقیق میں کچھ محدودیات کو تسلیم کیا گیا، جن میں مقاصداتی نمونہ سازی کی ذاتی نوعیت، محدود نمونہ سائز، اور مذہبی متون کے تجزیے میں ممکنہ تعصبات شامل ہیں۔ ان عوامل کا تدارک مستند حوالہ جات اور معروف علمی تشریحات کی پیروی کے ذریعے کیا گیا۔

یہ طریقہ کار سوشل میڈیا پر مذہبی معلومات کی صداقت کا منظم جائزہ فراہم کرتا ہے اور ڈیجیٹل مذہبی گفتگو میں غلط معلومات کے پھیلاؤ کو سمجھنے میں مدد دیتا ہے۔

No	پوسٹ	تحقیق و حکم:
1		یہ پوسٹ حدیث " اطلبو العلم ولو بالصین "ترجمہ:" علم حاصل کرو اگرچہ تمہیں چین جانا پڑے کے متعلق تھا۔ یہ پوسٹ بہت سے آئی ڈیز، گروپوں اور پیجوں سے اپ لوڈ ہو تھا. سماء ٹی وی جیسے معروف پیج جس کے لائیک کرنے والوں کی تعداد 10 M ہے اور اس کے فالورز M15 تھے۔ ایسے مشہور پیج سے بھی اس حدیث کو ویڈیو کے ساتھ اپ لوڈ کیا گیا تھا۔ اس ویڈیو کے دیکھنے والوں کی تعد 44 k تھی۔ تحقیق و حکم: کتاب" غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ "کی تحقیق کے مطابق یہ حدیث حضرت انسؓ اور حضرت ابو ھریرہؓ سے مختلف سندوں کے ساتھ منقول ہے۔ اس حدیث کو حافظ دار قطنیؒ، علامہ عراقیؒ، حافظ ابن حجرؒ، علامہ سیوطیؒ اور حافظ ذھبیؒ وغیرہ نے من گھڑت اور بے اصل قرار دیا ہے۔ ذکر شدہ ائمہ کرام کا حدیث بالا پر کلام کرنے کیصورت میں اس حدیث کا آپ ﷺ ہے کی طرف انتساب کرنا درست نہیں۔
2		چونکہ رجب کا اسلامی میں چل رہا ہے اس لئے یہ پوسٹ رجب کے روزے کے متعلق تھا۔ "یٰسین احمد" نام کے آئی ڈی سے فیس بک پے 21 جنوری کو اپ لوڈ ہوا تھا۔ اس پوسٹ کو 11 لوگوں نے لائیک کیا تھا اور شئیر کسی نے نہیں کیا تھا۔ پوسٹ میں اس حدیث کا ذکر تھا کہ جس نے 27 رجب کا روزہ رکھا اس کو 60 مہینوں کے روزے کا ثواب ملے گا۔ تحقیق و حکم: شیخ عبدالحق محدث دہلویؒ فرماتے ہیں کہ 27 ویں رجب کے روزے کی فضیلت کے متعلق جو روایات وارد ہیں بعض بہت ضعیف ہیں اور بعض موضوع اور من گھڑت ہیں۔ حضرت مولانا مفتی عزیز الرحمٰن اس حدیث کے متعلق فرماتے ہیں کہ اس حدیث کی کچھ اصل نہیں۔ مفتی رشید احمد لدھیانویؒ فرماتے ہیں کہ 27 ویں رجب کے روزے کا کوئی ثبوت نہیں۔ مندرجہ بالا حدیث پر ذکر شدہ ائمہ کرام کے کلام کی صورت میں اس حدیث کی نسبت آپ ﷺ کی طرف کرنا ٹھیک اور درست نہیں۔

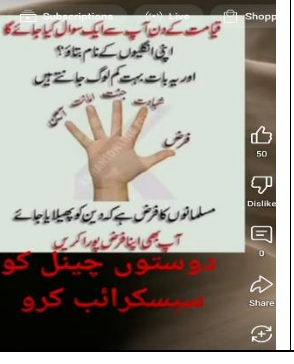
<table>
<tr>
<td>3</td>
<td>
</td>
<td>یہ پوسٹ "ISLAM" نامی پیج سے ویڈیو کے ساتھ اپ لوڈ کیا گیا تھا۔ اس پیج کے 889 k لائیک کرنے والے اور اس کے فالورز کی تعداد 1.1 M تھی۔ اس پوسٹ کو 32 لائیک ملے تھے۔ اور 19 لوگوں نے اسے شئیر کیا تھا۔ اور اس کے دیکھنے والے لوگوں کی تعداد K3.4 تھی۔ یہ پوسٹ اس حدیث کے متعلق تھا کہ " دنیا کے جانوروں میں سے دس جانور جنت میں جائیں گے " ان جانوروں کے نام یہ ہیں ۔ 1): اصحاب کہف کا کتا2): حضرت یونس علیہ السلام کی مچھلی 3): حضرت عیسیٰ علیہ السلام کے مٹی سے بنائے ہوئے پرندے۔4): حضرت صالح علیہ السلام کی اونٹنی 5): قابیل کو دفن کرنے کا طریقہ سکھانی والا پرندہ6): حضرت اسماعیل علیہ السلام کا دنبہ 7): حضرت موسی علیہ السلام کا اژدھا8) حضرت سلیمان علیہ السلام کا ہدہد پرندہ9): حضرت محمد ﷺ کا براق10): زم زم کا پانی پینے والے پرندے۔

تحقیق وحکم: کتاب" غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق اصل میں علامہ اسماعیلؒ نے روح البیان میں مقاتل کے حوالے سے ایک روایت ذکر کی ہے جس میں ان دس جانوروں کا ذکر ہے۔
علامہ آلوسیؒ نے روح المعانی میں اس حدیث کے متعلق فرماتے ہیں کہ "میری معلومات کے مطابق ایسی روایات جس میں ان جانوروں کے متعلق جنت جانے کا ذکر ہو ان میں کوئی بھی ایسی نہیں جس پر اعتماد کیا جائے"۔
لھذا علامہ آلوسیؒ کے ذکر شدہ تشریح کے مطابق اور اس کی روشنی میں اس حدیث کی نسبت آپ ﷺ کیطرف کرنا درست نہیں۔</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>
</td>
<td>یہ پوسٹ 9 جنوری کو "حیدری" نام کی آئی ڈی سے اپ لوڈ کیا گیا تھا۔ دو لوگوں نے اس کو شئیر اور چھ نے اس پر کمنٹ بھی کیے تھے۔ پوسٹ میں یہ حدیث مذکور تھی کہ " آپ ﷺ نے حضرت علیؓ سے فرمایا کہ " اے علیؓ قیامت کے دن لوگوں کو ان کی ماں کے نام سے پکارا جائے گا۔ سوائے آپ کے یعنی آپ کو باپ کے نام سے پکارا جائے گا۔
تحقیق وحکم کتاب" غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق حافظ ابن عدیؒ اور حافظ ذھبیؒ کے نزدیک یہ منکر روایت ہے۔ اور علامہ ابن جوزی نے اس کو من گھڑت اور علامہ ابن قیمؒ نے اس کو باطل قرار دیا ہے۔
مندرجہ بالا ائمہ کرام کے کلام کی روشنی میں زیرِ بحث حدیث کا انتساب آپ ﷺ کی طرف کرنا درست نہیں۔</td>
</tr>
</table>

5	 	یہ پوسٹ یوٹیوب پر "علامہ عدنان نقشبندی" نام کے آئی ڈی سے ویڈیو کے ساتھ دو سال پہلے اپ لوڈ ہوا تھا۔ اس آئی ڈی کو 7.9k لوگوں نے سبسکرائب کیا تھا۔ اور اس پوسٹ اور ویڈیو کو 13 لوگوں نے لائیک اور 90 لوگوں نے اب تک دیکھا تھا۔ یہ پوسٹ اور ویڈیو اس حدیث کے متعلق تھا کہ "مومن کے جھوٹے میں شفا ہے"۔ تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق علامہ نجم الدین نے اس حدیث کے متعلق لکھا ہے کہ "لیس بحدیث" یعنی کہ یہ حدیث نہیں ہے۔ ملا علی قاریؒ فرماتے ہیں کہ اس حدیث کا اصل نہیں ہے۔ اور حافظ عجلونیؒ نے بھی کہا ہے کہ یہ حدیث نہیں ہے۔ حاصل یہ کہ ائمہ کرام کے کلام کی روشنی یہ حدیث ثابت نہیں ہے۔ اس لئے آپ ﷺ کی طرف اس کی نسبت کرنا جائز نہیں۔
6	 	یہ پوسٹ ٹک ٹاک پر "Ali voice" آئی ڈی سے اپ لوڈ ہوا تھا۔ اس آئی ڈی کو 3.39k لوگوں نے سبسکرائب کیا تھا اور اس پوسٹ کو 114 لائیک ملے تھے۔ پوسٹ میں یہ تھا کہ "معدہ بیماری کا گھر ہے" پر ہیز بہت بڑی دوا ہے۔" اس طرح بعض پوسٹوں میں اسکو بطور حدیث ذکر کیا گیا۔ تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق اس حدیث کو علامہ زرکشیؒ، علامہ عراقیؒ، حافظ ابنِ قیمؒ، حافظ سخاویؒ اور حافظ سیوطیؒ نے بے اصل اور من گھڑت قرار دیا ہے۔ حاصلِ کلام یہ ہے کہ ائمہ کرام کے کلام کی روشنی میں زیر بحث حدیث کا انتساب آپ ﷺ کی طرف درست نہیں۔
7	 	یہ پوسٹ ویڈیو کے ساتھ فیس بک پر "محمد جنید القادری" کی آئی ڈی سے 5 اکتوبر 2024ء کو اپ لوڈ ہوا تھا۔ اس کو 83 لوگوں نے لائیک، 10 نے شئیر اور 2.5K لوگوں نے اس کو دیکھا تھا۔ یہ پوسٹ حدیث "ہر چیز کی ایک زینت ہوتی ہے اور قرآن کی زینت سورۂ رحمٰن ہے"۔ کے متعلق تھا۔ تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق علامہ مجد الدین فیروز آبادیؒ اس روایت کو منکر کہا ہے۔ اس طرح اس حدیث کی سند میں ایک راوی احمد بن حسین کے بارے میں حافظ خطیب بغدادیؒ، حافظ دار قطنیؒ، اور حافظ ابن حجر عسقلانیؒ نے جرح کے شدید صیغے استعمال کیے ہیں۔ حاصلِ کلام یہ ہے کہ ان تمام مذکورہ بالا ائمہ کرام کے کلام کی روشنی میں زیرِ بحث حدیث کی نسبت آپ ﷺ کی طرف کرنا ٹھیک اور جائز نہیں۔

یہ پوسٹ ویڈیو کے ساتھ یوٹیوب پر "کامران خان" نام کی آئی ڈی سے اپ لوڈ کیا گیا تھا۔ اس آئی ڈی کے سبسکرائب کرنے والوں کی تعداد k1.04 تھی۔ اس پوسٹ اور ویڈیو کو 18 لائیک ملے تھے۔ پوسٹ میں یہ حدیث ذکر تھی کہ آپ ﷺ نے فرمایا "جس نے نہار منہ پانی پیا اس کی طاقت کم ہو جائے گی۔" تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق یہ روایت 3 سندوں کے ساتھ کتب احادیث میں مذکور ہے اور تینوں کے تینوں سندوں کے ساتھ ائمہ کرام جیسے حافظ ابن حبانؒ، حافظ ذہبیؒ، حافظ یحییٰ ابن معینؒ اور امام ابو حاتمؒ وغیرہ نے اسے شدید ضعیف قرار دیا ہے۔ اور بعض ائمہ کرام نے اس من گھڑت قرار دیا ہے۔ حاصل کلام یہ کہ ذکر شدہ ائمہ کرام کے کلام کی روشنی میں اس حدیث کو آپ ﷺ کی طرف نسبت کر کے بیان کرنا درست نہیں۔		8
یہ پوسٹ فیس بک پر "Abdul Mannan Saifullah" نام کی آئی ڈی سے 15 فروری 2005 کو اپ لوڈ ہوا تھا۔ چھ لوگوں نے اسے لائک کیا تھا اور اب تک کسی نے شئیر نہیں کیا تھا۔ پوسٹ اس حدیث کے متعلق تھا کہ عوف بن مالک اشجعی بیان کرتے ہیں "ہم دور جاہلیت میں دم کیا کرتے تھے، ہم نے عرض کیا اللہ کے رسول ﷺ آپ اس بارے میں کیا فرماتے ہیں، آپ ﷺ نے فرمایا اپنے دم مجھے سنا ایسا دم جس میں شرک نہ ہو اسمیں کوئی حرج نہیں" تحقیق و حکم: وٹسپ گروپ نمبر 3 "دارالتحقیق و تخریج الحدیث" کی تحقیق کے مطابق یہ حدیث صحیح ہے امام مسلمؒ اور امام ترمذیؒ نے اس کو روایت کیا ہے۔ اسے آپ ﷺ کی طرف منسوب کر کے بیان کر سکتے ہیں۔		9
یہ پوسٹ فیس بک پر " funist x " نام کی آئی ڈی سے 22 فروری 2025 کو اپ لوڈ ہوا تھا۔ 37 k لوگوں نے اسے لائیک کیا تھا۔ 39 K نے شئیر کیا تھا۔ پوسٹ میں اس حدیث کا ذکر تھا کہ رسول ﷺ نے فرمایا کہ جو اللہ تعالی سے تین بار جنت مانگتے ہوئے یہ کہتا ہے۔ "اللھم انی اسالک الجنۃ" تو جنت کہتی ہے "اللھم أدخله الجنة " تحقیق و حکم: وٹسپ گروپ نمبر 3 " دارالتحقیق و تخریج الحدیث" سے اس حدیث کی تحقیق کرائی گئی تو اس گروپ کی تحقیق کے مطابق یہ حدیث صحیح ہے۔ یہ روایت ترمذی اور نسائی میں موجود ہے اور اس کی آپ ﷺ کی طرف نسبت کرنا درست اور صحیح ہے۔		10

11		یہ پوسٹ "Furniture paint" نام کے پیج سے اپ لوڈ کیا گیا تھا۔ اس پیج کے لائیکر k15 اور فالور بھی 15 K تھے۔ اس پوسٹ کو کئی لوگوں نے لائیک اور ایک نے شئیر کیا تھا۔ پوسٹ میں اس حدیث کا ذکر تھا کہ حضرت عائشہؓ سے روایت ہے کہ نبی کریم ﷺ نے ارشاد فرمایا کہ "تین چیزوں کیطرف دیکھنا عبادت ہے۔ ماں باپ کے چہرے کیطرف، قرآن کی طرف اور سمندر کی طرف۔ جبکہ بعض پوسٹوں میں یہی حدیث ذکر تھا لیکن اسمیں پانچ چیزوں کا ذکر تھا۔ یعنی اس میں علماء کرام، زم زم کا پانی اور خانہ کعبہ کی طرف دیکھنا اس کا اضافہ تھا۔ تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق اس حدیث کی سند میں ایک راوی ہے سلیمان بن نہدی جن کے بارے میں کے علامہ ذھبیؒ نے کہا ہے کہ امام دار قطنیؒ نے اسے متروک قرار دیا ہے۔ اس طرح حافظ سخاویؒ اور علامہ عجلونیؒ نے اسے موضوع قرار دیا ہے۔ مذکورہ بالا ائمہ کرام کے کلام کی روشنی میں اس حدیث کا انتساب آپ علیہ السلام کی طرف کرنا درست نہیں۔
12		یہ پوسٹ فیس بک پر 19 جنوری کو "Makhdoom Muhammad" نام کی آئی ڈی سے اپ لوڈ ہوا تھا۔ اس پوسٹ کو چار لوگوں نے لائیک کیا تھا اور ایک نے شئیر کیا تھا۔ پوسٹ میں حضرت بلالؓ کے متعلق ایک طویل واقعہ کا ذکر تھا جسمیں اس بات کا بھی ذکر تھا کہ بلالؓ کے آذان نہ دینے کیوجہ سے سورج اس دن طلوع نہیں ہوا۔ تحقیق و حکم: جامعہ بنوری ٹاؤن کراچی کے فتویٰ نمبر 143802200036 میں ہے کہ اس واقعہ کی کوئی سند معتبر کتب حدیث میں منقول و مذکور نہیں ہے بلکہ متعدد ائمہ کرام نے اس واقعہ کو موضوع قرار دیا ہے۔ جامعہ بنوری ٹاؤن کراچی کے مذکورہ بالا فتوی اور ائمہ کرام کے کلام کی روشنی میں افضل اور اولیٰ یہ ہے کہ اس واقعہ کو بیان نہ کیا جائے۔
13		یہ پوسٹ یوٹیوب پر "Mukhatr Ahmad 786" نام کی آئی ڈی سے سات سال پہلے اپ لوڈ ہوا تھا۔ اس آئی ڈی کے 630 سبسکرائبر ز تھے۔ اور 3 کے دیکھنے والے تھے۔ اور اب تک 58 لوگوں نے اسے لائیک کیا تھا۔ پوسٹ میں ناخن کاٹنے کے طریقے کے متعلق ذکر تھا۔ جو آج کا عوام و خواص میں رائج ہے۔ طریقہ یہ ہے کہ دائیں ہاتھ کے شہادت کی انگلی کے ناخن سے کاٹنے کی ابتدا کی جائے پھر اس کے ساتھ درمیانی انگلی اور اسطرح آخر تک۔ پھر بائیں ہاتھ کی چھوٹی انگلی سے شروع کر کے انگوٹھے تک ترتیب وار ناخن کاٹے جائیں اور پھر سب سے ہے آخر میں دائیں ہاتھ کے انگوٹھے کا ناخن کاٹا جائے اسطرح اس ویڈیو میں اس طریقہ کو مسنون بھی کہا گیا۔ تحقیق و حکم: دار الافتاء دار العلوم کراچی کے فتویٰ نمبر 22/1533 میں اور اسطرح دار الافتاء جامعہ بنوری ٹاؤن کے فتویٰ میں ہے کہ ناخن کاٹنے کا کوئی خاص طریقہ نبی کریم ﷺ سے کسی ارشاد یا عمل سے صراحۃً ثابت نہیں۔ لہٰذا احتیاطاً آپ ﷺ کیطرف اس طریقہ کو منسوب نہ کیا جائے۔

14		یہ پوسٹ فیس بک پر "Saeed Hasrat" نام کی آئی ڈی سے 2 جنوری کو اپلوڈ کیا گیا تھا۔ 16 لوگوں نے اسے لائیک کیا تھا۔ اس پر کمنٹ کسی نے نہیں کیا تھا اور شیئر بھی کسی نے نہیں کیا تھا۔ پوسٹ میں اس حدیث کا ذکر تھا کہ جب کوئی مہمان کسی کے ہاں آتا ہے تو اپنا رزق لے کر آتا ہے۔ اور جب جاتا ہے تو صاحب خانہ کے گناہ بخشے جانے کا سبب ہوتا ہے۔ تحقیق و حکم: "دار التحقیق و تخریج الحدیث" وٹسپ گروپ نمبر 5 کی تحقیق کے مطابق یہ روایت کئی طرق سے وارد ہے لیکن تمام طرق انتہائی کمزور ہونے کی وجہ سے نا قابل اعتبار ہیں اور اس طرح اس حدیث کی سند میں ایک راوی معروف بن حسان کو حافظ الدیلمیؒ نے "منکر الحدیث" کہا ہے۔ مذکورہ بالا تحقیق کے مطابق اس حدیث کی نسبت آپ ﷺ کی طرف کرنا درست نہیں۔
15		یہ پوسٹ 11 جنوری کو فیس بک پر "Live Makkah" کے نام کی آئی ڈی سے اپلوڈ ہوا تھا۔ چار لوگوں نے اسے لائیک کیا تھا۔ کمنٹ کسی کا بھی نہیں تھا اور کسی نے شیئر بھی نہیں کیا تھا۔ پوسٹ اس حدیث کے متعلق تھا کہ فرمان نبوی صلی اللہ علیہ والہ وسلم ہے کہ رجب میں نوح علیہ السلام کشتی میں سوار ہوئے تو خود بھی روزہ رکھا اور ہمراہیوں کو بھی روزے کا حکم دیا۔ ان کی کشتی 10 محرم تک چھ ماہ سفر میں رہی۔ تحقیق و حکم: "دار التحقیق و تخریج الحدیث" وٹسپ گروپ نمبر 5 کی تحقیق کے مطابق کتاب "تبیین العجب" میں اس حدیث کو غیر معتبر لکھا گیا ہے۔ مذکورہ بالا تحقیق کے مطابق اس روایت کی نسبت آپ علیہ السلام کی طرف کرنا ٹھیک نہیں ہے۔
16		یہ پوسٹ فیس بک پر "Tablighi Jameat" نام کی آئی ڈی سے اپلوڈ ہوا تھا۔ 530 لوگوں نے اسے لائیک کیا تھا اور 73 نے شیئر کیا تھا۔ پوسٹ میں یہ بات ذکر تھی کہ انار میں ایک دانہ جنت کا ہوتا ہے۔ تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" کی تحقیق کے مطابق علامہ جلال الدین سیوطیؒ، علامہ ابن عساکرؒ، علامہ ابن عدیؒ اور امام ابن جوزیؒ جیسے کبار محدثین کرام نے اس روایت کو باطل اور موضوع قرار دیا ہے۔ ذکر شدہ ائمہ کرام کے کلام کی روشنی میں زیر بحث روایت کی نسبت آپ علیہ السلام کی طرف کرنا درست نہیں۔
17		یہ پوسٹ ویڈیو کے ساتھ یوٹیوب پر "Learning Islamic World" نام کی آئی ڈی سے اپلوڈ ہوا تھا۔ 50 لوگوں نے اسے لائیک کیا تھا۔ شیئر کسی نے نہیں کیا تھا۔ پوسٹ میں یہ تھا کہ قیامت کے دن پانچوں انگلیوں کے نام کے بارے میں پوچھا جائے گا۔ تحقیق و حکم: دارالافتاء بنوری ٹاؤن کراچی کی تحقیق کے مطابق اس طرح کی کوئی روایت کسی بھی حدیث کی کتاب میں موجود نہیں ہے۔ یہ موضوع اور خود ساختہ بات ہے۔ مذکورہ بالا تحقیق کی روشنی میں اس روایت کی نسبت آپ علیہ السلام کی طرف کرنا درست نہیں۔

<table>
<tr>
<td>18</td>
<td>
</td>
<td>یہ پوسٹ فیس بک پر "Yslam Sahzadi" نام کی آئی ڈی سے 18 فروری کو اپلوڈ ہوا تھا۔ تین لوگوں نے اسے لائیک اور تین نے شیئر بھی کیا تھا۔ یہ پوسٹ کچھ سنت اعمال کے متعلق تھا۔ جس میں یہ بھی تھا کہ روٹی کو کھانے سے پہلے چار ٹکڑے کرنا برکت اور نبی کریم ﷺ کی سنت ہے۔
تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" جلد ہفتم میں اس حدیث کے متعلق جناب مفتی طارق امیر صاحب لکھتے ہیں کہ تلاش بسیار کے باوجود تا حال یہ روایت سنداً ہمیں کہیں نہیں ملتی اور جب تک اس کی کوئی معتبر سند نہ ملے اسے آپ علیہ السلام کے انتساب سے بیان کرنا موقوف رکھا جائے۔</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>
</td>
<td>یہ پوسٹ فیس بک پر "Muhammad Zaheer Dalmya" نام کی آئی ڈی سے 20 فروری 2025 کو اپلوڈ ہوا تھا۔ اب تک کسی نے اسے لائیک اور شیئر نہیں کیا۔ پوسٹ پانی پینے کے سنت طریقے کے متعلق تھا۔ جس میں اس حدیث کا بھی ذکر تھا کہ پانی دیکھ کر پینا سنت نبوی ﷺ ہے۔
تحقیق و حکم: کتاب "غیر معتبر روایات کا فنی جائزہ" جلد چہارم میں اس زیر بحث حدیث پر کلام کرتے ہوئے مصنف مفتی طارق امیر صاحب نے لکھا ہے کہ تلاشِ بسیار کے باوجود مذکورہ روایت سنداً تا حال ہمیں کہیں نہیں مل سکی اور جب تک اس کی کوئی معتبر سند نہ ملے اسے آپ علیہ السلام کے انتساب سے بیان کرنا موقوف رکھا جائے۔</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>
</td>
<td>یہ پوسٹ فیس بک پر ہم "llama 390695" نام کی آئی ڈی سے اپلوڈ ہوا تھا۔ 67k لوگوں نے اسے لائک کیا۔ 4.1k لوگوں نے اسے شیئر کیا تھا۔ یہ پوسٹ بیوی سے ملنے کا طریقہ کے متعلق تھا اور اس میں حضرت عائشہ رضی اللہ تعالیٰ عنہا کے واسطے سے اس حدیث کا ذکر تھا کہ حضرت عائشہ رضی اللہ تعالیٰ عنہا سے منقول ہے کہ حضور اقدس صلی اللہ علیہ والہ وسلم ارشاد فرماتے ہیں کہ جب ایک مرد اپنی بیوی کا ہاتھ پکڑتا ہے تو اس کے نامۂ اعمال میں ایک نیکی لکھ دی جاتی ہے اور جب اس کے گلے میں ہاتھ ڈالتا ہے تو دس نیکیاں ملتی ہیں اور جب غسل جنابت کرتا ہے تو پانی جس جس بال پر گزرتا ہے، ہر بال کے بدلے میں ایک نیکی لکھی جاتی ہے اور ایک گناہ کم ہوتا جاتا ہے اور ایک درجہ بلند ہوتا ہے۔ الخ
تحقیق و حکم: وٹسپ گروپ نمبر 3 "دار التحقیق و تخریج الحدیث" کی تحقیق کے مطابق اس روایت کی سند میں ایک راوی زیاد بن میمون ہے جس کے بارے میں علامہ یزید بن ہارون لکھتے ہیں کہ یہ جھوٹا تھا اور اسی طرح ایک راوی الصباح بن مھل ہے جس کے بارے میں امام بخاریؒ و امام رازیؒ وغیرہ لکھتے ہیں کہ "ھوا منکر الحدیث" ۔ مختصر یہ کہ محققین کی رائے کے مطابق یہ حدیث من گھڑت ہے۔
لہٰذا اس کو آپ علیہ السلام کی طرف نسبت کر کے بیان کرنے سے اجتناب کیا جائے۔</td>
</tr>
</table>

نتیجہ اور مباحثہ

اس مطالعے میں موجودہ اور گزشتہ دو سالوں میں اپ لوڈ کی گئی 20 سوشل میڈیا پوسٹس کا تنقیدی تجزیہ کیا گیا، جو مقصدی نمونہ سازی (purposive sampling) کے ذریعے منتخب کی گئیں، تاکہ قرآن و حدیث کی روشنی میں ان کی صداقت کا جائزہ لیا جاسکے۔ اس مطالعے کے نتائج سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر غیر مستند مذہبی معلومات کی اشاعت کے حوالے سے تشویشناک صورتحال کو پیش کرتے ہیں۔

اہم نتائج:

1. ضعیف اور من گھڑت احادیث کی کثرت: تجزیہ کی گئی پوسٹس کا ایک بڑا حصہ ایسی احادیث پر مشتمل تھا جنہیں علما نے ضعیف، من گھڑت یا بے بنیاد قرار دیا ہے۔ یہ تشویشناک ہے، خاص طور پر ان پوسٹس کی وسیع رسائی کو مدنظر رکھتے ہوئے، جیسا کہ ان کے لائکس، شیئرز اور ویوز سے ظاہر ہوتا ہے۔
2. حضور نبی اکرم ﷺ سے غلط نسبت: کئی پوسٹس نے غیر مستند روایات کو حضور نبی اکرم ﷺ سے غلط طور پر منسوب کیا، جو سامعین کو گمراہ کر سکتی ہیں اور اسلامی تعلیمات میں بگاڑ پیدا کر سکتی ہیں۔
3. ذرائع کی ساکھ: بڑے فیس بک پیجز اور یوٹیوب چینلز سمیت وسیع فالوئنگ رکھنے والے پلیٹ فارمز سے کی گئی پوسٹس میں غیر مستند احادیث کی اشاعت سامنے آئی۔ اس طرح کا مواد شائع کرنے سے پہلے تنقیدی تصدیق کا فقدان ذمہ دارانہ مواد کی شیئرنگ میں کمی کو ظاہر کرتا ہے۔
4. مثبت شناختیں: غلط معلومات کے درمیان کچھ پوسٹس کو مستند علما کے اتفاق اور معروف ذرائع کی بنیاد پر درست پایا گیا، جو اس بات کو اجاگر کرتا ہے کہ اگر مناسب تصدیق کی جائے تو سوشل میڈیا پر درست مذہبی گفتگو ممکن ہے۔

مباحثہ: نتائج اس بات پر زور دیتے ہیں کہ آن لائن مذہبی مواد شیئر کرتے وقت سخت تصدیقی عمل کی ضرورت ہے۔ غلط معلومات کا تیز رفتار پھیلاؤ اسلامی فہم کو بگاڑ سکتا ہے، خاص طور پر کم علمی رکھنے والے افراد کے لیے۔ اس مسئلے میں کئی عوامل شامل ہیں: • علم کی کمی: بہت سے سوشل میڈیا صارفین کے پاس مستند احادیث کو من گھڑت سے الگ کرنے کا علمی پس منظر نہیں ہوتا۔ • وائرل رجحانات اور سنسنی خیزی: جذباتی یا سنسنی خیز پوسٹس زیادہ شیئر کی جاتی ہیں، چاہے وہ مستند ہوں یا نہ ہوں۔ • نامناسب مواد کی نگرانی: سوشل میڈیا پلیٹ فارمز میں غیر مستند مذہبی مواد کو شناخت اور روکنے کے لیے مؤثر نظام کی کمی ہے۔

تجاویز:

1. آگاہی مہمات: ایسی آگاہی پروگرامز کا آغاز کریں جو مستند علمی ذرائع سے مذہبی معلومات کی تصدیق کی اہمیت کو اجاگر کریں۔
2. علما کی شمولیت: مذہبی علما اور اداروں کو آن لائن پلیٹ فارمز پر متحرک شرکت کی ترغیب دی جائے تاکہ مستند اسلامی علم فراہم کیا جاسکے اور غلط فہمیوں کو دور کیا جاسکے۔
3. سوشل میڈیا پالیسیز: سوشل میڈیا کمپنیوں سے مذہبی غلط معلومات کے پھیلاؤ کو محدود کرنے کے لیے سخت مواد کی نگرانی کی پالیسیوں کی وکالت کریں۔
4. تصدیقی پلیٹ فارمز: اسلامی روایات اور احادیث کی تصدیق کے لیے قابل رسائی پلیٹ فارمز قائم کیے جائیں۔

نتیجہ: سوشل میڈیا پر غیر مستند مذہبی مواد کا پھیلاؤ اسلامی فہم اور معاشرتی ہم آہنگی کے لیے سنگین خطرات کا باعث بن سکتا ہے۔ یہ مطالعہ صارفین، علماء، اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے درمیان اجتماعی ذمہ داری کی ضرورت کو اجاگر کرتا ہے تاکہ مذہبی گفتگو میں صداقت اور درستگی کو فروغ دیا جاسکے۔ تنقیدی سوچ اور ذمہ دارانہ شیئرنگ کے ذریعے، اسلامی تعلیمات کی سالمیت کو ڈیجیٹل دور میں محفوظ رکھا جاسکتا ہے۔

حوالہ جات

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). سوشل میڈیا اور 2016 کے انتخابات میں جعلی خبریں۔ *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.

Bail, C. A., et al. (2018). سوشل میڈیا پر مخالف نظریات کے سامنے آنے سے سیاسی پولرائزیشن میں اضافہ ہو سکتا ہے۔ *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216-9221.

Bhatti, S., & Qureshi, F. (2021). آن لائن مذہبی مواد میں غلط نسبتیں: فیس بک کا ایک کیس اسٹڈی۔ *Journal of Digital Religious Studies*, 5(1), 34-56.

Del Vicario, M., et al. (2016). آن لائن غلط معلومات کا پھیلاؤ۔ *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559.

Hassan, R., & Weiss, M. (2019). سوشل میڈیا پر غلط معلومات کے خلاف لڑنے میں اسلامی علماء کا کردار۔ *Journal of Islamic Studies and Culture*, 10(2), 45-58.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). دنیا کے صارفین، متحد ہو! سوشل میڈیا کے چیلنجز اور مواقع۔ *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Lewandowsky, S., et al. (2017). غلط معلومات سے آگے: "بعد از حقیقت" دور کے ساتھ سمجھنا اور اس کا مقابلہ کرنا۔ *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.

Mustafa, I., et al. (2020). مستند احادیث اور تشریحات کے لیے ایک آن لائن ڈیٹا بیس کی ترقی۔ *Journal of Islamic Technology*, 8(1), 23-34.

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2018). مفہوم سچائی کا اثر: جعلی خبروں کی کہانیوں کے ایک ذیلی مجموعے پر انتباہات لگانے سے ان کہانیوں کی درستگی میں اضافہ ہوتا ہے جن پر انتباہات نہیں ہوتے۔ *Management Science*, 66(11), 4944-4957.

Shao, C., et al. (2016). ہوکسی: آن لائن غلط معلومات کو ٹریک کرنے کے لیے ایک پلیٹ فارم۔

Proceedings of the 25th International Conference on World Wide Web.

Taneja, H., & Arora, P. (2020). مذہبی اثر و رسوخ اور آن لائن مسلم شناخت کی تشکیل۔ *Media, Culture & Society*, 42(5), 789-805.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). آن لائن سچی اور جھوٹی خبروں کا پھیلاؤ۔ *Science*, 359(6380), 1146-1151.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). معلومات کی خرابی: تحقیق اور پالیسی سازی کے لیے ایک بین الضابطہ فریم ورک کی طرف۔ *Council of Europe Report*.

Zubiaga, A., et al. (2018). سوشل میڈیا میں افواہوں کا پتہ لگانا اور حل کرنا: ایک جائزہ۔ *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 51(2), 1-36.

Ghifari, M. F. (2023). Strategi Efektif Dalam Mencegah Penyebaran Hadis Palsu di Media Sosial. *The International Journal of Pegon Islam Nusantara Civilization*, *9*(01), 103–122. https://doi.org/10.51925/inc.v9i01.83

Hasanah, N., & Ruslan, M. (2024). Strategi Dakwah Bil Hikmah Media Sosial Facebook Terhadap Akun @pecintaudud (Ustadz Maududi). *Journal of Religion and Film*. https://doi.org/10.30631/jrf.v3i1.30
Hasanah, N., & Ruslan, M. (2024). Strategi Dakwah Bil Hikmah Media Sosial Facebook Terhadap Akun @pecintaudud (Ustadz Maududi). *Journal of Religion and Film*. https://doi.org/10.30631/jrf.v3i1.30
Ibrahim, A. M. (2024). Dauru Syabkaat al-Tawashul al-Ijtima'e fi Nasyri al-Tarbiyah al-Islamiyah wa 'Ulumiha. *Ggyoyukgwahagyeon-Gu*. https://doi.org/10.58223/aqlamuna.v1i2.242

Jima'ain, M. T. A. (2023). *Dawah in the Digital Age: Utilizing Social Media for the Spread of Islamic Teachings*. https://doi.org/10.15575/jcspi.v1i1.444

Sobieel, A. (2023). *Sharia Rules and Controls for Publishing In Social Media*. https://doi.org/10.59759/jjis.v19i4.287