ہاتھ اور سر کو حرکت دینے کی کوشش کی، اس سے بات کی مگر اس نے جواب نہ دیا۔ اس کے بیٹے نے اپنے باپ کو اہلِ خانہ کے حوالے سے خوش کن خبریں سنانا شروع کیں مگر اس کے والد نے حرکت نہ کی۔

اب بیٹا بولا: ابا جی، مسجد آپ کی منتظر ہے۔ لوگ آپ کے بارے میں پوچھتے ہیں، وہ نمازوں کے لیے آپ کی اذان کی آواز سننے کے لیے بے تاب ہیں۔ اس مسجد میں اب کوئی شخص باقاعدہ اذان نہیں دیتا، بلکہ مسجد میں موجود کوئی بھی آدمی اذان دے دیتا ہے۔ یہ لوگ اذان دینے میں غلطیاں بھی کرتے ہیں۔ بیٹے نے جب مسجد اور اذان کا تذکرہ کیا تو اب اس کی سانس بہتر ہونے لگی۔ اس کے بعد بیٹے نے اپنے باپ کو کچھ ایسی خوش کن اطلاعات سنانا شروع کیں جن کا تعلّق دنیوی معاملات سے تھا تو سانسوں کی رفتار کم ہونے لگی۔ اب اس نے ایک بار پھر مسجد اور اذان کا تذکرہ کیا تو مصنوعی تنفس کی مشین پر سانس کی رفتار بہتر ہوگئی۔ ڈاکٹر کہتا ہے، میں نے جب یہ دیکھا تو بڑے میاں کے کان کے قریب پہنچ کر میں نے اذان دی۔ اللّٰہ اکبر، اللّٰہ اکبر اشھد ان لا الٰہ الا اللّٰہ...... میں نے اذان مکمل کی اور پھر یہ دیکھ کر حیران رہ گیا کہ اذان کے ساتھ ساتھ سانسوں کی تعداد بڑھتی رہی ہے۔ ڈاکٹر صاحب نے کہا: یہ لوگ بیمار نہیں ہیں، بیمار تو ہم ہیں۔ ان لوگوں کے بارے میں تو رب العزت فرماتا ہے: ”یہ لوگ ان گھروں میں پائے جاتے ہیں جنھیں بلند کرنے کا، اور جن میں اپنے نام کی یاد کا اللہ نے اذن دیا ہے۔ ان میں ایسے لوگ صبح و شام اس کی تسبیح کرتے ہیں جنھیں تجارت اور خرید و فروخت اللہ کی یاد سے اور اقامتِ نماز و ادائے زکوٰۃ سے غافل نہیں کر دیتی۔ وہ اس دن سے ڈرتے رہتے ہیں جس میں دل اُلٹنے اور دیدے پتھرا جانے کی نوبت آجائے گی، (اور وہ یہ سب کچھ اس لیے کرتے ہیں) تاکہ اللہ اُن کے بہترین اعمال کی جزا ان کو دے اور مزید اپنے فضل سے نوازے۔ اللہ جسے چاہتا ہے بے حساب دیتا ہے“۔ (النور ۲۴:۳۶-۳۸)

ڈاکٹر صاحب نے درست کہا کہ واقعی ہم لوگ بیمار ہیں، حالانکہ ہمارے بدن تندرست ہیں۔ ہمارے دلوں کو علاج کی ضرورت ہے۔ ہم لوگ جو مرضوں اور روگوں سے محفوظ ہیں، اپنے خالق، پروردگار اور رازق کی نعمتوں کے مزے اُڑا رہے ہیں، مگر ہمارا مرض یہ ہے کہ ہمیں ان نعمتوں کا شعور نہیں اور نہ ہم ان نعمتوں پر اپنے رب کا شکر ہی ادا کرتے ہیں جیسا کہ شکر ادا کرنے کا حق ہے، بلکہ افسوس کہ ہم اُلٹا ان نعمتوں کے عطا کرنے والے کی نافرمانی کرتے ہیں۔

کیا آپ کو یہ احساس نہیں کہ کل آپ نے اپنے پروردگار کے حضور کھڑا ہونا ہے۔ پھر وہ آپ سے ان نعمتوں کی بابت دریافت فرمائے گا اور آپ کی نافرمانی اور گناہوں میں بڑھتے چلے جانے کا سبب پوچھے گا۔ اے اپنے پروردگار کی نعمتوں کے مزے لوٹنے والے! تمھیں یہ خوف نہیں آتا کہ تمھارے گناہ تمھیں ہلاک کردیں گے؟ کیا تم نے کبھی نوحؑ، عادؑ، ثمودؑ، لوطؑ اور شعیبؑ کی قوموں کے انجام کے بارے میں نہیں سوچا؟ کیا تم نے کبھی فرعون اور اس کی قوم کے انجام اور دیگر تباہ ہونے والوں کے انجام پر غور نہیں کیا؟ اپنے گناہوں کے بارے میں سوچو، پھر فیصلہ کرلو۔ دُوراندیشی کے ساتھ کہ تم گناہوں اور نافرمانیوں کو ترک کردو گے۔ اپنے پروردگار کی فرماں برداری کرو گے اور اس کی نعمتوں پر اس کا شکر بجالاؤ گے۔ آپ اس بارے میں اللہ کے نبیوں کی پیروی کیجیے کہ ان پر مصائب و آلام بھی سب سے بڑھ کر آئے۔ پھر بھی وہ سب سے بڑھ کر شکرگزار تھے۔ دیکھیے سیدنا ابراہیمؑ کس قدر شکرگزار تھے کہ اللہ تعالیٰ ان کی اس خوبی کی گواہی دیتا ہے: ''واقعہ یہ ہے کہ ابراہیمؑ اپنی ذات سے ایک پوری اُمت تھا، اللہ کا مطیع فرمان اور یک سُو۔ وہ کبھی مشرک نہ تھا۔ اللہ کی نعمتوں کا شکر ادا کرنے والا تھا۔ اللہ نے اس کو منتخب کرلیا اور سیدھا راستہ دکھایا'' ۔(النحل ۱۶:۱۲۰-۱۲۱)

اللہ نے شکر اور نعمتوں کے باقی رہنے اور زیادہ ہونے کو باہم مربوط کیا ہے، چنانچہ فرمایا: ''ہماری طرف سے ایک نعمت۔ یہ جزا دیتے ہیں ہم ہر اس شخص کو جو شکرگزار ہوتا ہے'' (القمر ۵۴:۳۵)۔ نیز فرمایا: ''اور یاد رکھو، تمھارے رب نے خبردار کردیا تھا کہ اگر شکرگزار بنو گے تو میں تم کو اور زیادہ نوازوں گا'' (ابراھیم ۱۴:۷)۔ اللہ تعالیٰ نے قرآنِ کریم کے بہت سے مقامات پر یہ واضح فرمادیا ہے کہ اس کے بندوں میں سے شکر کرنے والے تھوڑے ہیں۔ لہٰذا ہمیں محتاط رہنا چاہیے کہ کہیں ہم بھی ناشکروں کی اکثریت میں شامل نہ ہوجائیں۔

بیماری کے دوران شکر و رضا کی نعمت خاص طور پر عظیم ہے۔ اس سے شکرگزار کو اطمینان، سکون اور نفسیاتی راحت نصیب ہوتی ہے، جس کا کوئی نعمت مقابلہ نہیں کرسکتی۔ اس سے جسم کو قوتِ مدافعت نصیب ہوتی ہے، جس سے مریض کی شفایابی میں مدد ملتی ہے۔ شکرگزاری کا سب سے بڑا پھل اللہ کی رضامندی ہے۔ اس سے انسان مطمئن زندگی گزارتا ہے اور آخرت میں اپنے پروردگار کی طرف سے اس شکر و رضا پر اجر و ثواب کا حق دار ٹھیرتا ہے۔(المجتمع، کویت، جولائی ۲۰۱۲ء)

سوشل میڈیا......ابلاغ کی نئی جہتیں

ڈاکٹر عبدالواسع شاکر

انٹرنیٹ کی ایجاد نے ابلاغ کی دنیا میں تہلکہ مچادیا ہے۔ اب دنیا عملاً گلوبل ویلج (عالمی گاؤں) میں تبدیل ہوگئی ہے۔ دنیا کے کسی بھی کونے میں رونما ہونے والا واقعہ اب منٹوں نہیں، سیکنڈوں میں عوام تک پہنچ جاتا ہے۔ برقی ابلاغ کی نئی جہتوں نے دعوتِ دین کا کام کرنے والوں کے لیے آسانی پیدا کردی ہے۔ دعوت کے ابلاغ کے لیے ان گنت ذرائع بہم پہنچادیے ہیں۔ انھی ذرائع میں مؤثر ذریعہ فیس بک، ٹیوٹر اور دیگر سماجی رابطے کی ویب سائٹس ہیں، جنھیں 'سوشل میڈیا' کے نام سے جانا جاتا ہے۔

ایک محتاط اندازے کے مطابق پاکستان میں سوشل میڈیا استعمال کرنے والوں کی تعداد ۸۰ لاکھ ہے جو مسلسل بڑھ رہی ہے اور اندازہ ہے کہ ۲۰۱۴ء میں یہ تعداد ایک کروڑ تک پہنچ جائے گی۔ پاکستان میں ۱۸ سے ۳۵ سال کی عمر کے ووٹر ۴ کروڑ کی تعداد میں موجود ہیں، جب کہ سوشل میڈیا استعمال کرنے والے ۱۸ سے ۳۵ سال کی عمر کے افراد کی تعداد ۵۰ لاکھ ہے۔ گویا یہ ۵۰ لاکھ نوجوان ایسے ہیں جو سوشل میڈیا کو استعمال کرتے ہیں۔ دعوتِ دین کی اشاعت میں اگر انھی افراد کو ہدف بنالیا جائے تو اندازہ کیجیے ملک کی آبادی کی کتنی بڑی تعداد ہماری دعوت سے آگاہ ہوسکتی ہے۔

انٹرنیٹ کی دنیا میں جو کام سوشل میڈیا کررہا ہے، جماعت اسلامی کا کام بھی بنیادی طور پر یہی ہے۔ اللہ تعالیٰ نے ہمیں دنیا میں بھیجا بھی اسی مقصد کے لیے ہے اور خود جماعت اسلامی بھی اسی مقصد کے لیے بنائی گئی ہے کہ لوگوں تک دین کی دعوت پہنچائیں۔ اگر بڑی تعداد میں لوگ ہمارے کارکن نہ بن سکیں، کم از کم ہر فرد تک ہماری بات تو پہنچی ہوئی ہو۔ لوگوں کو یہ معلوم ہونا چاہیے کہ ہم کون ہیں اور کیا چاہتے ہیں؟

تحریک سے وابستہ وہ افراد جو سوشل میڈیا استعمال کرتے ہیں، ان کا پہلا ہدف یہ ہونا چاہیے کہ وہ ۸۰ لاکھ افراد جو سوشل میڈیا کو استعمال کرتے ہیں، ان میں سے ہر فرد جماعت اسلامی کے نام اور دعوت سے واقف ہو۔ سوشل میڈیا پر جماعت اسلامی کا مثبت تاثر (امیج) پیش کیا جائے۔ اس وقت عام آدمی کے سامنے جماعت اسلامی کے بارے میں تصور یہ ہے کہ یہ ایک ایسی جماعت ہے جو اسلام کا نعرہ لگاتی ہے، اسلام کا نفاذ چاہتی ہے، امریکا کی مخالف ہے۔ لوگوں کا خیال ہے کہ یہ بس اچھے اور ایمان دار لوگوں کی ایک جماعت ہے۔ اس تناظر میں ایک ایسا تاثر لے کر آنا چاہیے کہ جس کے نتیجے میں لوگوں کے سامنے ہماری یہ تصویر ابھرے کہ یہ وہ لوگ ہیں جو عوام کے مسائل حل کر سکتے ہیں بلکہ ان کے علاوہ کوئی حل کر ہی نہیں سکتا۔ یہ وہ تاثر ہے جو سوشل میڈیا کے ذریعے ذہنوں میں آسانی کے ساتھ راسخ کیا جاسکتا ہے۔

سوشل میڈیا استعمال کرنے والوں کو یہ پیغام دینے کی ضرورت ہے کہ جماعت اسلامی ہی کے پاس پاکستان کے مسائل کا حل ہے۔ نہ صرف حل ہے بلکہ اس کے پاس وہ قیادت موجود ہے جو ان مسائل کو حل کرسکتی ہے جو دوسری کسی جماعت کے پاس نہیں ہے۔ جس طرح ہماری دعوت ہے جس میں ہم لٹریچر بھی تقسیم کرتے ہیں، درس قرآن بھی دیتے ہیں، آخرت کی طرف بلاتے ہیں اور بندگیِ رب کی دعوت دیتے ہیں، اسی طرح ہماری ایک سیاسی دعوت ہے۔ ہم یہ بات کہنا چاہتے ہیں کہ اس ملک کے اندر جتنے مسائل ہیں، انھیں جماعت اسلامی کے علاوہ کوئی حل نہیں کرسکتا۔ دیگر پارٹیوں میں نہ یہ صلاحیت ہے کہ وہ کرپشن ختم کرسکیں، نہ ان کی یہ ساکھ ہے، نہ وہ اس کام کو پہلے کرسکے ہیں اور نہ آیندہ ان سے اس کی توقع رکھی جاسکتی ہے۔ یہی ہماری سیاسی دعوت ہے جسے عوام تک پہنچنا چاہیے۔ یہ دعوت جب لوگوں تک پہنچے گی اور لوگ ہماری بات سے اتفاق کریں گے تو اس کے نتیجے میں سوچ میں تبدیلی آئے گی۔

اس پیغام کو ہمیں سوشل میڈیا کے ذریعے بھرپور طریقے سے پھیلانا چاہیے۔ الحمدللہ اس مقصد کے لیے ہمارے پاس ڈیٹا اور لوازمہ موجود ہے۔ ہم سوشل میڈیا پر یہ پیغام دے سکتے ہیں کہ پاکستان میں جب کبھی جماعت اسلامی کے نمایندوں کو خدمت کا موقع ملا، انھوں نے اپنے آپ کو منوایا ہے۔ اس کے لیے کراچی کی مثال دی جاسکتی ہے جہاں عبدالستار افغانی صاحب

دوبار میئر منتخب ہوئے اور انھوں نے خدمت کی لازوال داستان چھوڑی۔ نعمت اللہ خان کی نظامت کے سنہرے دور کا تذکرہ اعداد و شمار اور تصاویر کی صورت میں ہوسکتا ہے۔ اسی طرح خیبرپختونخوا میں ہمارے ارکانِ اسمبلی نے جو خدمات انجام دیں اور حکومت میں رہ کر جو خدمت کی۔ ان سے بھی بڑھ کر الخدمت ہے۔ یہ مثال دی جاسکتی ہے کہ جماعت اسلامی اقتدار میں نہ ہوکر بھی 'الخدمت' کے ذریعے جو خدمات انجام دیتی ہے، پاکستان کی کسی سیاسی و مذہبی جماعت سے اس کا تقابل نہیں کیا جاسکتا۔ تعلیم کے میدان کے بارے میں لوگوں کو متوجہ کیا جاسکتا ہے۔ صحت کے حوالے سے ڈسپنسریاں، ہسپتال، زلزلہ و آفات کے مواقع پر جماعت اسلامی کے ڈاکٹروں کی مفت اور فی سبیل اللہ خدمات کا تذکرہ کیا جاسکتا ہے۔

یہ وہ پیغام ہے جو لوگوں کے پاس جانا چاہیے، لیکن اس کے لیے یہ بھی ضروری ہے کہ ہمارے کچھ افراد لوازمہ اور مواد اکٹھا کرنے پر توجہ دیں۔ ہم ایسا لوازمہ ترتیب دیں جس کے ذریعے ہم لوگوں کے دلوں پر دستک دے سکیں۔ جس کے ذریعے لوگوں کو یہ بات پتا چلے کہ ہم لوگوں کے مسائل کے حل کے لیے بات کر رہے ہیں۔ اس کے لیے ضروری ہے کہ ہم سلوگن تیار کریں، کارٹون بنائیں، مختصر فلمیں بنائیں یا اشتہارات بنائیں۔ یہ ہمارے کرنے کا کام ہے کہ ہم اپنی دعوت کو زندہ مسائل کے حل کے ساتھ جوڑیں اور اسے پھر اپنی دعوت کے طور پر لوگوں کے سامنے پیش کریں۔ اس کے ساتھ ساتھ یہ بھی دیکھیں کہ جو لوگ سوشل میڈیا استعمال کر رہے ہیں، ان تک ہمارا یہ پیغام جا بھی رہا ہے یا نہیں؟ اگر جا رہا ہے تو اس کے کچھ مثبت اثرات بھی سامنے آرہے ہیں کہ نہیں! یہ بات واضح ہونی چاہیے کہ کسی بھی کام کے ساتھ اس کا فیڈ بیک لینا انتہائی مفید ہوتا ہے۔

اس وقت 'بلاگ' بھی سوشل میڈیا کا ایک اہم ٹول ہے۔ دعوت پہنچانے کے لیے فیس بک پر پوسٹنگ کے ساتھ ساتھ ہمیں بلاگ پر بھی کام کرنا چاہیے۔ بلاگ پر چھوٹے چھوٹے مضامین کے ذریعے اپنا پیغام عام کیا جاسکتا ہے۔ سوشل میڈیا پر یہ ایک اوپن فیلڈ ہے جس پر اگر ہم کام کریں تو آیندہ چار پانچ سالوں میں اس میدان میں ہم چھا سکتے ہیں۔ ایسا نظر آتا ہے کہ چند سال بعد دعوت کے ابلاغ کا یہ ایک مؤثر ذریعہ ہوگا۔ یہی بلاگ رائٹر امیج بلڈنگ کا کام کریں گے۔ ان بلاگز کے ذریعے سے ہم علاقے اور شہروں کے مسائل اُجاگر کریں۔ اس کے ذریعے ہم یہ ثابت کرسکیں گے

کہ ہمارے معاشرے کو جن معاشرتی مسائل کا سامنا ہے، ان معاشرتی مسائل کا حل بھی جماعت اسلامی کے پاس ہے۔ اس مقصد کے لیے پاکستان میں سوڈیڑھ سو افراد ایسے ہوں جن میں لکھنے کی صلاحیت ہو اور وہ بلاگرز کے طور پر سامنے آئیں۔ ان کو تربیت دی جائے اور وہ لکھنا شروع کریں اور سال چھے مہینے کے اندر وہ اپنی آن لائن کتابیں لکھیں جو کسی خاص موضوع کا احاطہ کر رہی ہوں۔ اس وقت بے شمار موضوعات ہیں۔ ہمارے معاشرے میں خودکشی ہے، نشہ ہے، ملاوٹ ہے، تھانہ کلچر ہے، لڑائی جھگڑا ہے، طلاقوں کا رجحان ہے اور دیگر مسائل ہیں۔ ان تمام ایشوز کو ہدف بنانے کی ضرورت ہے۔ اس حوالے سے لکھنے اور لوگوں میں شعور بیدار کرنے کی ضرورت ہے۔ چاہے وہ کہانی ہو، افسانہ کی صورت ہو، ناول یا شارٹ فلم کی اسٹوری ہو...... دعوت کے لیے ان تمام اصناف کو استعمال کیا جاسکتا ہے اور انھیں اپنی دعوت کا ایک حصہ سمجھا جائے۔

یہ بات بھی یاد رکھنی چاہیے کہ ہم لوگوں تک صرف دعوت پہنچانا نہیں چاہتے بلکہ اس کے ساتھ ساتھ ان کی توجہ اپنی جانب مبذول کرانا چاہتے ہیں۔ توجہ کے حصول کے لیے اس وقت سوشل میڈیا ایک اہم ذریعہ ہے، کیونکہ بقیہ ذرائع سے ہم صرف یک طرفہ دعوت پہنچاتے ہیں۔ آپ ٹی وی پر کوئی پروگرام کریں یا بل بورڈز لگائیں، بینرز لگائیں یا ہینڈ بل تقسیم کریں لیکن سوشل میڈیا کے ذریعے لوگوں کے ساتھ تبادلۂ خیال کیا جاسکتا ہے۔ ان کے سوالات کا جواب دے سکتے ہیں۔ ان کے نقطۂ نظر کو سمجھا جاسکتا ہے۔

یہ بات سمجھنی چاہیے کہ دعوت پھیلانے کے لیے engagement بنیادی چیز ہے۔ کروڑوں لوگوں تک آپ پمفلٹس بانٹ دیجیے، ہینڈ بلز تقسیم کیجیے، تقریریں کرلیجیے، لوگ آپ کی دعوت سے مطمئن نہیں ہوں گے جب تک کہ آپ لوگوں کو اپنے ساتھ شامل نہیں کریں گے، ان سے تبادلۂ خیال اور گفتگو نہیں کریں گے۔ اسی لیے کہا جاتا ہے کہ جو سب سے مضبوط میڈیم ہے وہ word of mouth ہے۔ باہمی گفتگو کے ذریعے لوگ متاثر ہوتے ہیں اور ساتھ دینے کے لیے تیار ہوتے ہیں۔ اس تناظر میں اگر ہم صرف ۸۰ لاکھ لوگوں تک اپنا پیغام پہنچا دیں تو اس کے نتیجے میں آپ لوگوں کو تبدیل نہیں کرسکتے لیکن آپ اگر ۱۵ سے ۲۰ لاکھ لوگوں سے گفتگو اور تعلق بنانے میں کامیابی حاصل کرلیتے ہیں تو یہ دعوت کے لیے ایک بڑی کامیابی ہوگی۔ اس کا مطلب یہ ہوگا کہ

دعوت نے لوگوں کی توجہ حاصل کرلی ہے۔

سوشل میڈیا پر اصل کامیابی لوگوں کی گفتگو کا موضوع بن جانا ہے اور یہ مختلف صورتوں میں ہوگا۔ چاہے وہ اچھے طریقے سے بحث و مباحثہ ہو، باہمی تبادلۂ خیال ہو۔ ہمارا ہدف یہ ہونا چاہیے کہ جن ۸۰ لاکھ لوگوں تک ہم رسائی حاصل کریں، ان میں سے ۴۰-۵۰ فی صد ایسے ہوں جنھیں ہم اپنے ساتھ تعلّق پیدا کرنے اور ان کی توجہ حاصل کرنے میں کامیاب ہوں۔ اگر ہم اس میں کامیاب ہوگئے تو یقین جانیے اس میں سے ۸ سے ۱۰ لاکھ لوگوں کو آپ اپنا گرویدہ بنانے میں کامیاب ہوجائیں گے۔ جس طرح تحریک میں ہم کارکن سازی کرتے ہیں اسی طرح کوشش کرنی چاہیے کہ سوشل میڈیا پر بھی لاکھ دو لاکھ لوگ ہمارے کارکن بن جائیں۔ وہ ہمارے سوشل میڈیا کے کارکن ہوں۔

اس وقت پاکستان میں سب سے زیادہ اثر و نفوذ الیکٹرانک میڈیا کا ہے۔ پاکستان میں ۴-۵ کروڑ افراد ایسے ہیں جو روزانہ ٹی وی دیکھتے ہیں، مگر یہ بھی ایک حقیقت ہے کہ الیکٹرانک میڈیا اگر کسی سے ڈرتا ہے تو وہ سوشل میڈیا ہے۔ اس لیے سوشل میڈیا ایک ایسا آلہ ہے جس کے ذریعے ہم الیکٹرانک میڈیا پر اثر انداز ہوسکتے ہیں۔ اس کا بارہا تجربہ بھی کیا جاچکا ہے۔ جب عالمی یوم حجاب کا موقع آیا تو سوشل میڈیا نے اس پر بھرپور مہم چلائی جس کا نتیجہ یہ نکلا کہ الیکٹرانک میڈیا کو حجاب پر پروگرام کرنا پڑا۔ ۱۲ سے ۱۵ پروگرامات حجاب کے موضوع پر ہوئے۔ اسے ہم آیندہ رجحان ساز کے طور پر بھی استعمال کرسکتے ہیں۔ کراچی میں انتخابی فہرستوں کی تیاری میں ہونے والی دھاندلیوں کو بھی سوشل میڈیا کے ذریعے نمایاں کیا گیا جس کے نتیجے میں الیکشن کمیشن کو نوٹس لینا پڑا۔ یہ سوشل میڈیا نے ہی بتایا کہ ایک گھر میں سو ووٹ ہیں تو دوسرے گھر میں ۲۰۰ اور کہیں ۵۰۰ ووٹ۔ بالآخر الیکٹرانک میڈیا اسے نشر کرنے پر مجبور ہوا اور الیکشن کمیشن کو بھی اس کا نوٹس لینا پڑا۔ برما میں مسلمانوں پر ہونے والے ظلم کو بھی سوشل میڈیا نے اُجاگر کیا۔ اگر الیکٹرانک میڈیا پر کوئی چیز دوسرے رخ پر جارہی ہے تو سوشل میڈیا کے ذریعے اس کا رُخ بھی موڑا جاسکتا ہے، جیسے ملالہ کے مسئلے پر پورا الیکٹرانک میڈیا ایک سمت میں جارہا تھا، لیکن ہماری مہم کے نتیجے میں وہ پورے کا پورا ایشو دوسرا رخ اختیار کرگیا۔ پاکستان میں اس وقت ۹۰ فی صد لوگ یہ سمجھتے ہیں کہ ملالہ کا ایشو جعلی تھا جس میں کچھ نہ کچھ گڑبڑ ہے۔