Through Knowledge towards Jannah

Islamic Online Madrasah – IOM

ব্যাচেলর ইন দাওয়াহ এন্ড ইসলামিক স্টাডিজ

রিসার্চের বিষয়ঃ

সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে ইসলামী প্রচার : সুফল ও সীমাবদ্ধতা

তত্ত্বাবধায়নেঃ

মাও: আলী হাসান

রিসার্চ ডিপার্টমেন্ট

ইসলামিক অনলাইন মাদ্রাসা – আইওএম

জমা দিয়েছেনঃ

সাবেরা আলম মীম

রোলঃ 23100120974

৩১ মে, ২০২৬ ইং

Through Knowledge towards Jannah

Islamic Online Madrasah – IOM

ব্যাচেলর ইন দাওয়াহ এন্ড ইসলামিক স্টাডিজ

রিসার্চের বিষয়ঃ

সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে ইসলামী প্রচার : সুফল ও সীমাবদ্ধতা

এই রিপোর্ট টি ইসলামিক অনালাইন মাদ্রাসার ব্যাচেলর ইন দাওয়াহ এন্ড ইসলামিক স্টাডিজের একটি আনুসাঙ্গিক রিপোর্ট।

তত্ত্বাবধায়নেঃ

মাও: আলী হাসান

রিসার্চ ডিপার্টমেন্ট

ইসলামিক অনলাইন মাদ্রাসা – আইওএম

জমা দিয়েছেনঃ

সাবেরা আলম মীম

রোলঃ 23100120974

Through Knowledge towards Jannah

Islamic Online Madrasah – IOM

ব্যাচেলর ইন দাওয়াহ এন্ড ইসলামিক স্টাডিজ

প্রত্যয়ন পত্র

এই মর্মে প্রত্যয়ন করা যাচ্ছে যে, " সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে ইসলামী প্রচার : সুফল ও সীমাবদ্ধতা " বিষয়ক গবেষণাপত্র টি আমার তত্ত্বাবধানে ব্যাচেলর ইন দাওয়াহ এন্ড ইসলামিক স্টাডিজ ডিপার্টমেন্ট থেকে সাবেরা আলম মীম, আইডিঃ 23100120974 বিচক্ষনতার সাথে সম্পন্ন করেছেন।

(স্বাক্ষর)

তত্ত্বাবধায়নেঃ

মাও: আলী হাসান
রিসার্চ ডিপার্টমেন্ট
ইসলামিক অনলাইন মাদ্রাসা – আইওএম

(স্বাক্ষর)

এক্সটারনালঃ

মুফতি: আব্দুল ওয়াহিদ
আকিদাহ ও ফিকহ ডিপার্টমেন্ট
ইসলামিক অনলাইন মাদ্রাসা – আইওএম

ঘোষণাপত্র

আমি নিম্নস্বাক্ষরকারী এ মর্মে ঘোষণা করছি যে, " সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে ইসলামী প্রচার : সুফল ও সীমাবদ্ধতা " শিরোনামে এই গবেষণাপত্র ইসলামিক অনলাইন মাদ্রাসার (Islamic Online Madrasah – IOM) ব্যাচেলর ইন দাওয়াহ এন্ড ইসলামিক স্টাডিজ বিভাগের মাও: আলী হাসান উস্তাদের প্রত্যক্ষ তত্ত্বাবধানে ও নির্দেশনায় সম্পন্ন করেছি। অন্য কোন বিশ্ববিদ্যালয় বা প্রতিষ্ঠানে কোন প্রকার ডিগ্রি/ডিপ্লোমা অর্জনের জন্য বা প্রকাশের জন্য গবেষণাপত্র সম্পূর্ণ কিংবা এর অংশবিশেষ উপস্থাপন করা হয়নি।

আমি ঘোষণা করছি যে, এই গবেষণা কর্মটি আমার নিজস্ব প্রচেষ্টায় প্রস্তুত করা হয়েছে, যেখানে প্রয়োজন অনুসারে বিভিন্ন উৎস থেকে সংগৃহীত তথ্য ব্যবহার করা হয়েছে এবং সেগুলো যথাযথভাবে তথ্যসূত্রে উল্লেখ করা হয়েছে।

সাবেরা আলম মীম

(স্বাক্ষর)

তারিখঃ

৩১ মে, ২০২৬ ইং

সাবেরা আলম মীম

আইডিঃ 23100120974

ব্যাচেলর ইন দাওয়াহ এন্ড ইসলামিক স্টাডিজ।

ইসলামিক অনলাইন মাদ্রাসা।

সূচিপত্র

প্রথম অধ্যায় সূচনা ও গবেষণার পরিচয় 9

১.১ বিষয়ের পটভূমি 9

১.২ গবেষণার গুরুত্ব ও প্রাসঙ্গিকতা 10

১.৩ গবেষণার উদ্দেশ্য ও লক্ষ্য 11

১.৪ গবেষণার পদ্ধতি 12

১.৬ ইসলামি দাওয়াহ: একটি প্রারম্ভিক পর্যালোচনা 12

১.৮ সামাজিক মিডিয়া: একটি প্রারম্ভিক সংজ্ঞা 15

দ্বিতীয় অধ্যায়: ইসলামি দাওয়াহ ও আধুনিক প্রযুক্তি 17

২.১ ইসলামে দাওয়াহর ধারণা ও গুরুত্ব 17

২.২ প্রচলিত দাওয়াহ বনাম ডিজিটাল দাওয়াহ 20

২.৩ বাংলাদেশে জনপ্রিয় সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমসমূহ 23

২.৪ ডিজিটাল দাওয়াহর ইসলামি বৈধতা 25

তৃতীয় অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ায় প্রচারের আদবসমূহ 27

৩.১ একনিষ্ঠতা ও আন্তরিকতা (ইখলাস) 27

৩.২ লেখা প্রচারে সত্যনিষ্ঠা ও তথ্য যাচাই 29

৩.৩ সুন্দর ও মার্জিত ভাষায় কথা বলা 31

৩.৪ আরবি ভাষার গুরুত্ব ও সঠিক উদ্ধৃতি 33

৩.৫ জ্ঞানকে প্রকৃত উদ্দেশ্যের সাথে যুক্ত করা 34

৩.৬ অহংকার ও আত্মগর্ব থেকে বেঁচে থাকা 35

চতুর্থ অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ার বার্তালাপ সম্পর্কিত ইসলামি শিষ্টাচার 37

৪.১ কথোপকথনের উপযুক্ত সময় ও পরিবেশ বেছে নেওয়া 38

৪.২ কথোপকথনে সুন্নাহর অনুসরণ 39

৪.৩ নিজের পরিচয় ও স্বচ্ছতা রক্ষা করা 40

৪.৪ মানুষের পরিস্থিতি ও মানসিকতা বিবেচনা করে কথা বলা.....40
৪.৫ কথোপকথন অপ্রয়োজনীয়ভাবে দীর্ঘ না করা ও অহেতুক বিতর্ক পরিহার 41
৪.৬ সালামের মাধ্যমে সামাজিক যোগাযোগ শুরু ও শেষ করা.....42
৪.৭ গীবত, পরনিন্দা ও উপহাস (ট্রোলিং) থেকে বেঁচে থাকা 43
পঞ্চম অধ্যায়: ডিজিটাল দাওয়াহর ধারণা ও ইসলামি ভিত্তি 45
৫.১ ডিজিটাল দাওয়াহর ধারণা ও সংজ্ঞা.....45
৫.২ ডিজিটাল দাওয়াহর ইসলামি ভিত্তি.....46
৫.৩ কুরআন থেকে দলিল 47
৫.৪ হাদিস থেকে দলিল 49
৫.৬ ডিজিটাল দাওয়াহর একটি প্রস্তাবিত ইসলামি কাঠামো.....53
ষষ্ঠ অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ার ইতিবাচক ও নেতিবাচক প্রভাব.....55
৬.১ ভূমিকা.....55
৬.২ ইসলামি জ্ঞানের সহজলভ্যতা ও প্রসার.....56
৬.৩ বিশ্বব্যাপী মুসলিম উম্মাহর সাথে সংযোগ — ভার্চুয়াল উম্মাহ.....57
৬.৪ নতুন প্রজন্মের কাছে ইসলাম পৌঁছানো.....58
৬.৫ ব্যক্তিগত ইবাদত ও অনুশীলনে প্রেরণা.....59
৬.৬ ধর্মীয় জ্ঞানের অপপ্রয়োগ ও ভুল ব্যাখ্যা.....60
৬.৭ বিভ্রান্তি ও মতবিরোধ বৃদ্ধি.....61
৬.৮ ব্যক্তিগত ইসলামি পরিচয়ে সংকট.....62
৬.৯ ইবাদতের মান ও পবিত্রতায় ব্যাঘাত 62
৬.১১ অনির্ভরযোগ্য তথ্য ও জাল হাদিসের বিস্তার.....64
৬.১২ সামগ্রিক মূল্যায়ন ও ইসলামি দিকনির্দেশনা.....65
সপ্তম অধ্যায় ফতোয়া এবং ডিজিটাল যুগে ধর্মীয় পরামর্শ.....67
৭.১ ফতোয়ার সংজ্ঞা ও পরিচয়.....67

৭.২ ফতোয়ার ইতিহাস — নবুওয়াত যুগ থেকে চার ইমাম পর্যন্ত 67
৭.৩ ফতোয়ার গুরুত্ব ও প্রয়োজনীয়তা 69
৭.৪ মুফতির যোগ্যতার শর্তাবলী 70
৭.৫ ফতোয়া জিজ্ঞেস করার আদব ও নিয়মাবলি 71
৭.৬ অনলাইন ফতোয়ার সমস্যা ও বিপদ 72
৭.৭ ডিজিটাল যুগে ফতোয়ার নতুন চ্যালেঞ্জ ও সমাধান 73
৭.৮ ফতোয়া ও সাধারণ ধর্মীয় পরামর্শের পার্থক্য এবং ডিজিটাল সচেতনতা 75
অষ্টম অধ্যায়: ডিজিটাল দাওয়াহয় চ্যালেঞ্জ ও সম্ভাবনা 76
৮.১ ভূমিকা 76
৮.২ কর্তৃত্ব ও প্রামাণিকতার সংকট 76
৮.৩ মতবিরোধ ও বিভক্তি বৃদ্ধি — ইকো চেম্বারের সমস্যা 78
৮.৪ ব্যক্তিগত ইবাদত ও নৈতিকতার উপর প্রভাব 79
৮.৫ মুসলিম পরিচয়ের উপর আঘাত — সেন্সরশিপ ও অ্যালগরিদমিক বৈষম্য 79
৮.৬ জ্ঞান ও শিক্ষার বৈশ্বিক প্রসার — অনলাইন আদেশ ও ডিজিটাল তাফসির 80
৮.৭ বিশ্ব মুসলিম উম্মাহর সংযোগ স্থাপন — ভার্চুয়াল উম্মাহর শক্তি 81
৮.৮ নতুন প্রজন্মের কাছে পৌঁছানো — Generation Z ও ডিজিটাল ইসলাম 82
৮.৯ শিক্ষার নতুন পদ্ধতি — গেমিফিকেশন, VR ও ইন্টারেক্টিভ ইসলামিক কনটেন্ট 82
৮.১০ ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নীতিমালার প্রস্তাব 83
নবম অধ্যায় সারাংশ ও উপসংহার 88
৯.১ গবেষণার মূল ফলাফল — প্রতিটি অধ্যায়ের সারসংক্ষেপ 88
৯.২ থিসিসের মূল অবদান — একাডেমিক ও ব্যবহারিক 90
৯.৩ সুপারিশমালা 91
৯.৪ ভবিষ্যৎ গবেষণার ক্ষেত্র 93
৯.৫ উপসংহার 93

সারসংক্ষেপ (Abstract)

বর্তমান ডিজিটাল যুগে সামাজিক মিডিয়া ইসলাম প্রচারের একটি অন্যতম প্রভাবশালী মাধ্যমে পরিণত হয়েছে। Facebook, YouTube, TikTok সহ বিভিন্ন প্ল্যাটফর্মে লক্ষ লক্ষ মুসলিম ধর্মীয় জ্ঞান আহরণ করছেন এবং দাওয়াহমূলক কার্যক্রমে অংশগ্রহণ করছেন। এই থিসিসটি বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে ইসলামি প্রচারের সুফল ও সীমাবদ্ধতা বিশ্লেষণ করেছে। গবেষণায় দেখা গেছে যে ডিজিটাল দাওয়াহ ইসলামি জ্ঞান সম্প্রসারণে, বৈশ্বিক মুসলিম উম্মাহর সংযোগ স্থাপনে এবং নতুন প্রজন্মের কাছে পৌঁছানোয় গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখছে। একই সঙ্গে ভুল তথ্য প্রচার, অযোগ্য ব্যক্তির ফতোয়া প্রদান এবং সাম্প্রদায়িক বিভক্তি বৃদ্ধির মতো উদ্বেগজনক প্রবণতাও লক্ষণীয়। কুরআন ও হাদিসের আলোকে এই থিসিসটি ডিজিটাল দাওয়াহর একটি ইসলামি কাঠামো প্রস্তাব করেছে।

প্রথম অধ্যায় সূচনা ও গবেষণার পরিচয়

১.১ বিষয়ের পটভূমি

মানবসভ্যতার ইতিহাসে যোগাযোগ প্রযুক্তির প্রতিটি যুগান্তকারী পরিবর্তন ধর্মীয় প্রচার ও প্রসারের ধারাকেও নতুনভাবে রূপ দিয়েছে। গুটেনবার্গের ছাপাখানা আবিষ্কার (১৪৪০ খ্রি.) যেভাবে ধর্মীয় গ্রন্থকে সাধারণ মানুষের নাগালে এনেছিল, রেডিও ও টেলিভিশন যেভাবে ধর্মীয় বক্তৃতার ভৌগোলিক সীমানা ভেঙে দিয়েছিল — ঠিক তেমনিভাবে একবিংশ শতাব্দীতে ইন্টারনেট ও সামাজিক মিডিয়া ইসলামি প্রচারের সম্পূর্ণ নতুন এক দিগন্ত উন্মোচন করেছে। এই পরিবর্তন কেবল মাত্রার দিক থেকে নয়, প্রকৃতির দিক থেকেও আগের সকল পরিবর্তনকে ছাড়িয়ে গেছে।

বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে এই পরিবর্তন অত্যন্ত তাৎপর্যপূর্ণ। বাংলাদেশ টেলিযোগাযোগ নিয়ন্ত্রণ কমিশনের (BTRC) তথ্যমতে, ২০২৩ সালের মধ্যভাগে দেশে ইন্টারনেট ব্যবহারকারীর সংখ্যা ১৩ কোটি ছাড়িয়ে গেছে। বাংলাদেশ পরিসংখ্যান ব্যুরোর তথ্যানুযায়ী, বাংলাদেশে ব্যবহৃত মোট স্মার্টফোনের সংখ্যা ২০২৩ সালে প্রায় সাত কোটির কাছাকাছি। এই বিশাল ডিজিটাল জনগোষ্ঠীর মধ্যে একটি উল্লেখযোগ্য অংশ প্রতিদিন Facebook, YouTube এবং TikTok-এ ইসলামিক কনটেন্ট অনুসরণ করেন।

বর্তমানে বাংলাদেশে শত শত ইসলামিক ফেসবুক পেজ লক্ষাধিক ফলোয়ার নিয়ে সক্রিয় রয়েছে। ইউটিউবে বাংলা ভাষায় হাজার হাজার ইসলামিক ভিডিও প্রতিদিন লক্ষ লক্ষ বার দেখা হচ্ছে। বিশিষ্ট আলেম ও ইসলামিক স্কলারদের লাইভ ওয়াজ মহফিল এখন সরাসরি লক্ষাধিক মানুষের কাছে পৌঁছাচ্ছে — যা মাত্র এক দশক আগেও কল্পনাতীত ছিল। এই বিপ্লবী পরিবর্তন ইসলামি দাওয়াহের ক্ষেত্রে অভূতপূর্ব সুযোগ তৈরি করেছে।

তবে এই সুযোগের সাথে সাথে এসেছে গুরুতর কিছু চ্যালেঞ্জও। যোগ্যতাহীন ব্যক্তির ধর্মীয় সিদ্ধান্ত প্রদান, জাল হাদিসের ব্যাপক প্রচার, সাম্প্রদায়িক বিভক্তি বৃদ্ধি এবং ইসলামবিরোধী বিকৃত প্রচারণা — এসব সমস্যা বাংলাদেশের মুসলিম সমাজে গভীর উদ্বেগের কারণ হয়ে দাঁড়িয়েছে। এই দ্বিমুখী বাস্তবতা — সামাজিক মিডিয়ার অপার সম্ভাবনা এবং এর বহুবিধ বিপদ — একটি পূর্ণাঙ্গ একাডেমিক গবেষণার দাবি রাখে।

বিশ্বব্যাপী একই প্রবণতা লক্ষণীয়। ইন্দোনেশিয়ায় একজন মুসলিম কনটেন্ট ক্রিয়েটর তার ইউটিউব চ্যানেলের মাধ্যমে মাত্র পাঁচ বছরে এক কোটির বেশি ফলোয়ার অর্জন করেছেন এবং তার ভিডিও একাধিক ভাষায় অনুবাদিত হয়ে বিশ্বের বিভিন্ন প্রান্তে ছড়িয়ে পড়েছে। মালয়েশিয়া, মিশর, তুরস্ক এবং পশ্চিমা দেশগুলোতেও ডিজিটাল দাওয়াহের প্রসার ঘটছে দ্রুতগতিতে। এই বৈশ্বিক প্রেক্ষাপট বাংলাদেশের গবেষণাকে আরও প্রাসঙ্গিক করে তোলে।

১.২ গবেষণার গুরুত্ব ও প্রাসঙ্গিকতা

এই গবেষণাটি বেশ কয়েকটি কারণে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ও প্রাসঙ্গিক:

(ক) ধর্মীয় ও সামাজিক গুরুত্ব

বাংলাদেশ পৃথিবীর তৃতীয় বৃহত্তম মুসলিম জনবহুল দেশ। এখানে মুসলিমরা জনসংখ্যার প্রায় ৯১ শতাংশ। এই বিশাল মুসলিম জনগোষ্ঠীর একটি ক্রমবর্ধমান অংশ ধর্মীয় জ্ঞান, দিকনির্দেশনা ও ফতোয়ার জন্য সামাজিক মিডিয়ার উপর নির্ভরশীল হয়ে পড়ছেন। এই নির্ভরশীলতা সঠিক পথে পরিচালিত হলে ইসলামের ব্যাপক প্রসার সম্ভব; কিন্তু ভুল পথে গেলে পুরো সমাজে বিভ্রান্তি ও বিভক্তি তৈরি হতে পারে। তাই এই বিষয়ে গভীর একাডেমিক গবেষণা সমাজের জন্য অপরিহার্য।

(খ) একাডেমিক গুরুত্ব

ইসলামি দাওয়াহশাস্ত্র একটি সুপ্রতিষ্ঠিত একাডেমিক শাখা। কিন্তু ডিজিটাল মিডিয়ার সাথে ইসলামি দাওয়াহের সংযোগস্থলে বাংলা ভাষায় পূর্ণাঙ্গ গবেষণা প্রায় অনুপস্থিত। এই গবেষণাটি সেই শূন্যস্থান পূরণের একটি প্রচেষ্টা। ইসলামি স্টাডিজ এবং মিডিয়া স্টাডিজের আন্তঃবিভাগীয় (Interdisciplinary) পদ্ধতিতে পরিচালিত এই গবেষণা উভয় ক্ষেত্রেই নতুন জ্ঞান যোগ করবে।

(গ) নীতিনির্ধারণী গুরুত্ব

সামাজিক মিডিয়ায় ধর্মীয় কনটেন্ট নিয়ন্ত্রণ বা পরিচালনার বিষয়ে বাংলাদেশে এখন পর্যন্ত কোনো সুষ্ঠু নীতিমালা নেই। এই গবেষণা ইসলামি শিক্ষাপ্রতিষ্ঠান, ধর্মীয় সংগঠন এবং সরকারি নীতিনির্ধারকদের জন্য কার্যকর দিকনির্দেশনা তৈরিতে সহায়তা করতে পারে।

(ঘ) সমকালীন প্রাসঙ্গিকতা

কোভিড-১৯ মহামারীর পর থেকে সারা বিশ্বে ডিজিটাল ধর্মচর্চা ব্যাপকভাবে বৃদ্ধি পেয়েছে। মসজিদ বন্ধ থাকাকালে মানুষ অনলাইনে নামাজের নির্দেশনা, রমজানের আমল এবং ধর্মীয় পথনির্দেশনা খুঁজেছেন। এই অভিজ্ঞতা প্রমাণ করেছে যে ডিজিটাল দাওয়াহ কেবল বিকল্প নয়, অনেক ক্ষেত্রে এটি প্রাথমিক মাধ্যম হয়ে উঠতে পারে।

১.৩ গবেষণার উদ্দেশ্য ও লক্ষ্য

এই গবেষণার মূল উদ্দেশ্যসমূহ নিম্নরূপ:

প্রথম উদ্দেশ্য হলো ইসলামে দাওয়াহের ধারণা ও ইতিহাস কুরআন ও হাদিসের আলোকে বিশ্লেষণ করা এবং ডিজিটাল যুগে এই ঐতিহ্যের প্রাসঙ্গিকতা নির্ণয় করা।

দ্বিতীয় উদ্দেশ্য হলো সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামি প্রচারের ইতিবাচক দিকগুলো — জ্ঞানের প্রসার, উম্মাহর সংযোগ, তরুণ প্রজন্মের কাছে পৌঁছানো — বিস্তারিতভাবে তুলে ধরা।

তৃতীয় উদ্দেশ্য হলো ডিজিটাল দাওয়াহের সীমাবদ্ধতা ও ঝুঁকিসমূহ — ভুল তথ্য প্রচার, অযোগ্যের ফতোয়া, সাম্প্রদায়িক বিভক্তি — শনাক্ত করা এবং ইসলামি দৃষ্টিকোণ থেকে সমাধান প্রস্তাব করা।

চতুর্থ উদ্দেশ্য হলো সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামিক কনটেন্ট পরিচালনার জন্য কুরআন ও সুন্নাহভিত্তিক একটি নীতিমালা তৈরি করা।

পঞ্চম উদ্দেশ্য হলো বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে ডিজিটাল দাওয়াহের ভবিষ্যৎ সম্ভাবনা নিরূপণ করা এবং কার্যকর পরামর্শ প্রদান করা।

১.৪ গবেষণার পদ্ধতি

এই গবেষণাটি মূলত গুণগত (Qualitative) পদ্ধতিতে পরিচালিত হয়েছে। গবেষণার উপাত্ত সংগ্রহে নিম্নলিখিত পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়েছে:

ইসলামি দাওয়াহশাস্ত্র, মিডিয়া স্টাডিজ এবং ডিজিটাল ইসলাম বিষয়ক জাতীয় ও আন্তর্জাতিক গবেষণাপত্র পর্যালোচনা করা হয়েছে। বাংলা ও ইংরেজি উভয় ভাষার একাডেমিক সাহিত্য অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে।বাংলাদেশের প্রধান ইসলামিক সামাজিক মিডিয়া পেজ, চ্যানেল এবং গ্রুপের কনটেন্ট পর্যালোচনা করে বাস্তব চিত্র উপস্থাপনের চেষ্টা করা হয়েছযেকোনো একাডেমিক গবেষণার মতো এই গবেষণারও কিছু সীমাবদ্ধতা রয়েছে, যা স্বীকার করা সততার দাবি:প্রথমত, এই গবেষণাটি মূলত বাংলাদেশের মুসলিম সমাজের প্রেক্ষাপটে পরিচালিত হয়েছে। ভিন্ন সামাজিক ও সাংস্কৃতিক প্রেক্ষাপটে ফলাফল ভিন্ন হতে পারে।দ্বিতীয়ত, সামাজিক মিডিয়া অত্যন্ত দ্রুত পরিবর্তনশীল একটি ক্ষেত্র। গবেষণায় ব্যবহৃত তথ্য যে সময়কালের, সেই সময়ের পরে প্রযুক্তি ও ব্যবহারের ধরন পরিবর্তিত হয়ে থাকতে পারে।তৃতীয়ত, ডিজিটাল দাওয়াহের প্রভাব পরিমাপ করা কঠিন। একটি ইসলামিক ভিডিও কত মানুষের জীবন পরিবর্তন করেছে — তা সংখ্যায় প্রকাশ করার নির্ভরযোগ্য পদ্ধতি এখনো পুরোপুরি বিকশিত হয়নি।চতুর্থত, সামাজিক মিডিয়ার অ্যালগরিদম এবং প্ল্যাটফর্মের নীতিমালা ক্রমাগত পরিবর্তিত হচ্ছে, যা ডিজিটাল দাওয়াহের কৌশলকে প্রভাবিত করে।

১.৬ ইসলামি দাওয়াহ: একটি প্রারম্ভিক পর্যালোচনা

দাওয়াহর আভিধানিক অর্থ

'দাওয়াহ' (الدعوة) শব্দটি আরবি ক্রিয়া 'দাআ' (دعا) থেকে উৎপন্ন, যার আভিধানিক অর্থ ডাকা, আহ্বান করা বা নিমন্ত্রণ করা। কুরআনে এই মূল শব্দ থেকে উৎপন্ন বিভিন্ন রূপ দুইশোরও বেশি বার ব্যবহৃত হয়েছে, যা প্রমাণ করে যে এই ধারণাটি ইসলামের মৌলিক শিক্ষার একটি অবিচ্ছেদ্য অংশ।

ইসলামি পরিভাষায় দাওয়াহ বলতে মানুষকে আল্লাহর পথে, ইসলামের সত্যের দিকে, তাওহিদের ভিত্তিতে আমন্ত্রণ জানানো বোঝায়। এটি শুধু মুখের কথায় সীমাবদ্ধ নয়;

আচরণ, লেখা, শিল্প, সেবা — যেকোনো মাধ্যমে ইসলামের বার্তা পৌঁছে দেওয়া দাওয়াহের অন্তর্গত।

কুরআনে দাওয়াহর নির্দেশ

আল্লাহ সুবহানাহু ওয়া তাআলা পবিত্র কুরআনে সুস্পষ্টভাবে দাওয়াহর নির্দেশ দিয়েছেন এবং দাওয়াহকে সর্বোত্তম কাজ হিসেবে স্বীকৃতি দিয়েছেন। আল্লাহ তাআলা বলেন:

وَمَنْ اَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَآ اِلَى اللّٰهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَّقَالَ اِنَّنِيْ مِنَ الْمُسْلِمِيْنَ

(সূরা ফুসসিলাত, ৪১:৩৩)

অনুবাদ: 'আর তার চেয়ে কার কথা উত্তম, যে আল্লাহর দিকে দাওয়াত দেয়, সৎকর্ম করে এবং বলে — অবশ্যই আমি মুসলিমদের অন্তর্ভুক্ত?'

এই আয়াতটি দাওয়াহের সর্বোচ্চ মর্যাদা ঘোষণা করে। বিখ্যাত মুফাসসির ইমাম শাইখ আস-সা'দি (রহ.) এই আয়াতের ব্যাখ্যায় বলেন: 'এই আয়াতে প্রশ্নটি ইতিবাচক অর্থে ব্যবহৃত হয়েছে — অর্থাৎ কেউ নেই যার কথা দাওয়াহকারীর চেয়ে উত্তম। যে ব্যক্তি জ্ঞানীদের শিক্ষা দেন, গাফেলদের উপদেশ দেন, অস্বীকারকারীদের সাথে সর্বোত্তম পদ্ধতিতে বিতর্ক করেন এবং নিজে আল্লাহর নির্দেশ মেনে চলেন — তার কথাই সর্বোত্তম।' (তাফসির আস-সা'দি)

হাসান আল-বাসরি (রহ.) এই আয়াত তিলাওয়াত করে বলতেন: 'এই ব্যক্তি হলো আল্লাহর প্রিয়পাত্র, আল্লাহর বন্ধু, আল্লাহর মনোনীত। সে পৃথিবীতে আল্লাহর সবচেয়ে প্রিয় মানুষ।' এই মন্তব্য থেকে বোঝা যায়, দাওয়াহকারীর মর্যাদা ইসলামে কত উচ্চে। সামাজিক মিডিয়ার যুগে এই আয়াতটি নতুন আলোয় প্রাসঙ্গিক হয়ে উঠেছে। 'দাওয়াত ইলাল্লাহ' বা আল্লাহর দিকে আহ্বান করা এখন কেবল মসজিদের মিম্বর থেকে নয়, ফেসবুক পোস্ট, ইউটিউব ভিডিও এবং টিকটক ক্লিপের মাধ্যমেও সম্ভব।

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ اُمَّةٌ يَّدْعُوْنَ اِلَى الْخَيْرِ وَيَاْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَاُولٰٓئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ

(সূরা আলে-ইমরান, ৩:১০৪)

অনুবাদ: 'আর যেন তোমাদের মধ্য থেকে এমন একটি দল হয়, যারা কল্যাণের প্রতি আহ্বান করবে, ভালো কাজের আদেশ দেবে এবং মন্দ কাজ থেকে নিষেধ করবে। আর তারাই সফলকাম।'

এই আয়াতে 'উম্মাহ' শব্দ ব্যবহার করে একটি সংগঠিত দলের কথা বলা হয়েছে যারা দাওয়াহের কাজ করবে। ডিজিটাল যুগে এই 'উম্মাহ' হতে পারে একটি ইসলামিক ফেসবুক পেজের পরিচালনা পর্ষদ, একটি ইউটিউব চ্যানেলের টিম বা একটি ইসলামিক

ওয়েবসাইটের কনটেন্ট টিম।ইসলামি ফিকহের দৃষ্টিতে দাওয়াহর হুকুম কী? এই প্রশ্নে আলেমদের মধ্যে দুটি মত রয়েছে। অধিকাংশ আলেম মনে করেন দাওয়াহ হলো 'ফরযে কিফায়াহ' — অর্থাৎ সমাজের কিছু যোগ্য মানুষ যদি এই দায়িত্ব পালন করেন, তাহলে বাকিদের জন্য এই ফরয আদায় হয়ে যায়। কিন্তু কেউই না করলে পুরো সমাজ গুনাহগার হবে।

তবে কিছু আলেম এটিকে প্রত্যেক সামর্থ্যবান মুসলিমের জন্য 'ফরযে আইন' বলেও মত দিয়েছেন, বিশেষ করে নিজের পরিবার ও নিকট সম্প্রদায়ের ক্ষেত্রে। ইসলামিক দাওয়াহ ইন ফোর স্টেজেস শীর্ষক গবেষণায় (বলা হয়েছে: 'দাওয়াহর হুকুম হলো পুরো উম্মাহর উপর কিফায়াহ ওয়াজিব এবং প্রত্যেক মুসলিমের উপর তার জ্ঞান ও সামর্থ্য অনুযায়ী আইন ওয়াজিব।'

এই নীতির আলোকে, যে মুসলিম সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করতে জানেন তার উপর একটি বিশেষ দায়িত্ব বর্তায় — অন্তত নিজের পরিচিত মহলে ইসলামের সুন্দর বার্তা ছড়িয়ে দেওয়া।

নবী করিম (সাঃ)-এর দাওয়াহর ইতিহাস

রাসূলুল্লাহ (সাল্লাল্লাহু আলাইহি ওয়াসাল্লাম) তেইশ বছরের নবুওয়াতি জীবনে বিভিন্ন পদ্ধতিতে দাওয়াহ পরিচালনা করেছেন। ইসলামিকেটের গবেষণায় 'What Were the Stages of the Prophet's Dawah?') নবীর দাওয়াহকে পাঁচটি পর্যায়ে বিভক্ত করা হয়েছে:

প্রথম পর্যায় (মক্কায়): সমাজের নেতা ও প্রভাবশালীদের কাছে ব্যক্তিগতভাবে দাওয়াহ।

দ্বিতীয় পর্যায় (মক্কায়): সমগ্র মক্কাবাসীর কাছে প্রকাশ্যে দাওয়াহ।

তৃতীয় পর্যায় (মক্কায়): মক্কার বাইরের গোত্র ও রাষ্ট্রনেতাদের কাছে দূত ও চিঠির মাধ্যমে দাওয়াহ।

চতুর্থ পর্যায় (মদিনায়): ইসলামি রাষ্ট্র প্রতিষ্ঠার পর প্রাতিষ্ঠানিক কাঠামোয় দাওয়াহ।

পঞ্চম পর্যায় (মদিনায়): বিশ্বের বিভিন্ন প্রান্তে ইসলামের বিস্তার।

এই ইতিহাস থেকে একটি গুরুত্বপূর্ণ শিক্ষা পাওয়া যায় — রাসূল (সাঃ) সবসময় তাঁর যুগের সবচেয়ে কার্যকর যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করেছেন। চিঠি পাঠানো তখনকার যুগের সবচেয়ে আধুনিক ও কার্যকর দূরযোগাযোগ মাধ্যম ছিল। আজকের যুগে সেই স্থান নিয়েছে সামাজিক মিডিয়া।

ইমাম ইবনে তাইমিয়া (রহ.) বলেছেন: 'যা আল্লাহর আদেশ পালনে সহায়তা করে এবং তাঁর নিষেধ থেকে বিরত রাখতে সাহায্য করে, তা যে মাধ্যমেই হোক না কেন — সেটি ব্যবহার করা বৈধ এবং কখনো কখনো ওয়াজিব।' এই নীতির ভিত্তিতে সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে দাওয়াহ পরিচালনা সম্পূর্ণ বৈধ।

১.৮ সামাজিক মিডিয়া: একটি প্রারম্ভিক সংজ্ঞা

'সামাজিক মিডিয়া' বলতে এমন ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মসমূহ বোঝায় যেখানে ব্যবহারকারীরা কনটেন্ট তৈরি করতে, শেয়ার করতে এবং অন্যদের সাথে মতবিনিময় করতে পারেন। ফেসবুক, ইউটিউব, টিকটক, ইনস্টাগ্রাম, টুইটার/এক্স, হোয়াটসঅ্যাপ — এসবই সামাজিক মিডিয়ার অন্তর্গত।

সামাজিক মিডিয়ার কিছু বৈশিষ্ট্য একে ইসলামি দাওয়াহের জন্য বিশেষভাবে উপযোগী করে তোলে: ব্যাপক পৌঁছানো (Reach) — একটি পোস্ট বা ভিডিও মুহূর্তের মধ্যে লক্ষ লক্ষ মানুষের কাছে পৌঁছাতে পারে। দ্বিমুখী যোগাযোগ — দর্শক বা পাঠক সরাসরি প্রশ্ন করতে বা মন্তব্য করতে পারেন। বহুমাধ্যমিক প্রকাশ (Multimedia) — পাঠ্য, ছবি, অডিও ও ভিডিও একসাথে ব্যবহার করা সম্ভব। স্থায়িত্ব — কনটেন্ট দীর্ঘদিন সংরক্ষিত থাকে এবং বারবার অ্যাক্সেস করা যায়। বিনামূল্যে প্রচার — এই প্ল্যাটফর্মগুলো মূলত বিনামূল্যে ব্যবহার করা যায়।

এই বৈশিষ্ট্যগুলো সামাজিক মিডিয়াকে ইতিহাসের অন্য যেকোনো যোগাযোগ মাধ্যমের চেয়ে বেশি শক্তিশালী করে তুলেছে। একই সাথে এই শক্তি যদি ভুলভাবে ব্যবহার করা হয়, তাহলে ক্ষতিও অনেক বেশি। এই দুই দিক নিয়েই এই থিসিসে বিস্তারিত আলোচনা করা হবে।

অধ্যায় উপসংহার

প্রথম অধ্যায়ে আমরা এই গবেষণার পটভূমি, উদ্দেশ্য, পদ্ধতি ও সীমাবদ্ধতা আলোচনা করেছি। আমরা দেখেছি যে সামাজিক মিডিয়া বাংলাদেশের মুসলিম সমাজে ধর্মীয় তথ্য সংগ্রহ ও প্রচারের একটি প্রধান মাধ্যম হয়ে উঠেছে। ইসলামি দাওয়াহর ধারণার একটি প্রারম্ভিক পরিচয়ও দেওয়া হয়েছে।

পবিত্র কুরআনের আলোকে স্পষ্ট যে দাওয়াহ মুসলিম উম্মাহর একটি মৌলিক দায়িত্ব এবং দাওয়াহকারীর মর্যাদা ইসলামে অত্যন্ত উচ্চ। আল্লাহ তাআলা বলেছেন — 'তার চেয়ে কার কথা উত্তম, যে আল্লাহর দিকে দাওয়াত দেয়?' (৪১:৩৩)। এই সর্বোত্তম কাজটিকে সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে সম্পন্ন করার সুযোগ আজ আগের চেয়ে অনেক বেশি।

দ্বিতীয় অধ্যায়: ইসলামি দাওয়াহ ও আধুনিক প্রযুক্তি

ভূমিকা

দ্বিতীয় অধ্যায়ে আমরা ইসলামি দাওয়াহর ধারণা ও গুরুত্ব, ঐতিহ্যবাহী দাওয়াহ ও ডিজিটাল দাওয়াহর তুলনামূলক বিশ্লেষণ, এবং বাংলাদেশে সামাজিক অধ্যায়গুলো দাঁড়াবে। মিডিয়ার বর্তমান চিত্র নিয়ে বিস্তারিত আলোচনা করব।

২.১ ইসলামে দাওয়াহর ধারণা ও গুরুত্ব

দাওয়াহর পরিচয় ও পরিধি

ইসলামি দাওয়াহ একটি বহুমাত্রিক ধারণা যা শুধু ধর্মীয় বক্তৃতার মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়। 'দাওয়াহ ইন দ্য ডিজিটাল এজ' শীর্ষক গবেষণায় (*Journal of Current Social and Political Issues*, 2023) বলা হয়েছে — দাওয়াহর পাঁচটি মূল উপাদান রয়েছে: দায়ী (*da'i*) — যিনি বার্তা বহন করেন; মাদ্দাহ (*maddah*) — বার্তার বিষয়বস্তু; তারিকাহ (*thariqah*) — পদ্ধতি; ওয়াসিলাহ (*washilah*) — মাধ্যম; এবং মাদউ (*mad'u*) — যার কাছে বার্তা পৌঁছানো হচ্ছে। এই পাঁচটি উপাদান মিলে দাওয়াহর একটি সম্পূর্ণ কাঠামো তৈরি হয়।

ইসলামি দাওয়াহ কেবল অমুসলিমদের ইসলামে দাওয়াত দেওয়ার মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়। বরং ইতিমধ্যে মুসলিম যারা আছেন, তাদের ইসলামের সঠিক পথে পরিচালিত করাও দাওয়াহর একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। বিশ্বের বৃহত্তম তাবলিগি আন্দোলন যেমন তাবলিগি জামাত — মূলত মুসলিমদের মধ্যে ইসলামিক অনুশীলন পুনরুজ্জীবিত করার উদ্দেশ্যে কাজ করে।

কুরআনে দাওয়াহর নির্দেশ: বিস্তারিত বিশ্লেষণ

পবিত্র কুরআনে দাওয়াহ-সংক্রান্ত আয়াত দুইশোর বেশি স্থানে এসেছে। এটি প্রমাণ করে যে দাওয়াহ ইসলামের একটি গুরুত্বপূর্ন বিষয়। প্রতিটি নবী ও রাসূলের মূল দায়িত্ব ছিল দাওয়াহ পরিচালনা করা।

দাওয়াহর মূলনীতি সম্পর্কে সবচেয়ে সুস্পষ্ট নির্দেশনা এসেছে সূরা আন-নাহলে:

ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۖ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

(সূরা আন-নাহল, ১৬:১২৫)

অনুবাদ: 'তুমি তোমার রবের পথে হিকমত ও সুন্দর উপদেশের মাধ্যমে আহ্বান কর এবং সুন্দরতম পন্থায় তাদের সাথে বিতর্ক কর। নিশ্চয় তোমার রব জানেন কে তাঁর পথ থেকে বিচ্যুত হয়েছে এবং হিদায়াতপ্রাপ্তদের তিনি ভালো করেই জানেন।'

এই একটি আয়াতে দাওয়াহর তিনটি পদ্ধতি নির্দেশিত হয়েছে যা আধুনিক যোগাযোগ তত্ত্বের সাথে গভীরভাবে সামঞ্জস্যপূর্ণ।

1. **হিকমত:** যার অর্থ শুধু জ্ঞান নয়, সঠিক জ্ঞানকে সঠিক সময়ে সঠিক পদ্ধতিতে প্রয়োগ করা। সামাজিক মিডিয়ায় এর অর্থ হলো —সঠিক প্ল্যাটফর্মে, সঠিক ফরম্যাটে, সঠিক সময়ে ইসলামিক বার্তা উপস্থাপন করা।
2. **মাওইযাতুল হাসানা:** বা সুন্দর উপদেশ — এটি মানুষের হৃদয়কে স্পর্শ করার পদ্ধতি। সামাজিক মিডিয়ায় এমন কনটেন্ট যা মানুষের আবেগ ও বুদ্ধিকে একসাথে স্পর্শ করে, তা এই নীতির বাস্তবায়ন।
3. **জাদিলহুম বিল্লাতি হিয়া আহসান:** বা উত্তম বিতর্ক — এটি সামাজিক মিডিয়ায় কমেন্ট সেকশনে বা ডিরেক্ট মেসেজে মানুষের প্রশ্নের উত্তর দেওয়ার নীতি।

রাসূল (সাঃ)-এর প্রিয় সাহাবি মুআজ ইবনে জাবাল (রাঃ)-কে ইয়েমেনে পাঠানোর সময় রাসূল (সাঃ) যে নির্দেশনা দিয়েছিলেন তা ডিজিটাল দাওয়াহের জন্য অসাধারণ প্রাসঙ্গিক:

إِنَّكَ تَأْتِي قَوْمًا مِنْ أَهْلِ الْكِتابِ، فَلْيَكُنْ أَوَّلَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ شَهَادَةُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ১৩৯৫)

অনুবাদ: 'তুমি আহলে কিতাব সম্প্রদায়ের কাছে যাচ্ছ। তাহলে প্রথমে তাদের 'লা ইলাহা ইল্লাল্লাহ'-র দিকে ডাকো।'

এই হাদিসে স্তরে স্তরে দাওয়াহর নির্দেশনা দেওয়া হয়েছে। ডিজিটাল দাওয়াহেও এই নীতি অনুসরণ করা উচিত — নতুন কারো সাথে প্রথমেই জটিল ফিকহের বিষয় আলোচনা না করে প্রথমে আল্লাহর একত্বের সুন্দর বার্তা উপস্থাপন করা উচিত।

দাওয়াহ: সর্বোত্তম কাজ

আল্লাহ তাআলা দাওয়াহকে মানুষের সর্বোত্তম কথা ও কাজ হিসেবে স্বীকৃতি দিয়েছেন:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

(সূরা ফুসসিলাত, ৪১:৩৩)

অনুবাদ: 'আর তার চেয়ে কার কথা উত্তম, যে আল্লাহর দিকে দাওয়াত দেয়, সৎকর্ম করে এবং বলে — অবশ্যই আমি মুসলিমদের অন্তর্ভুক্ত।'

এই আয়াতের তাফসিরে (সূরা ফুসসিলাত ৪১:৩৩) জাকারিয়ায় বলা হয়েছে: 'দায়ী ইলাল্লাহ বা আল্লাহর পথে আহ্বানকারী মানুষের সর্বোত্তম শ্রেণি। তারা নবী-রাসূলদের উত্তরসূরি। তাদের মর্যাদা পৃথিবীতে সকল পেশাদার ও বৃত্তিধারীর উপরে।' আজকের ডিজিটাল দাওয়াহকারীও এই মর্যাদার অংশীদার হতে পারেন — যদি তারা সঠিক নিয়ত ও পদ্ধতিতে কাজ করেন।

আরও একটি গুরুত্বপূর্ণ আয়াত:

قُلْ هَٰذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ ۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

(সূরা ইউসুফ, ১২:১০৮)

অনুবাদ: 'বলুন, এটাই আমার পথ। আমি আল্লাহর প্রতি আহ্বান জানাই — সজ্ঞানে — আমি এবং আমার অনুসরণকারীরা। আর আল্লাহ পবিত্র। আমি মুশরিকদের অন্তর্ভুক্ত নই।'

এই আয়াতে 'বাসিরাত' শব্দটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এর অর্থ জ্ঞান ও দূরদৃষ্টি। *hadithbd.com*-এর তাফসিরে বলা হয়েছে: 'দাওয়াহ হতে হবে সম্পূর্ণ জেনে-বুঝে, বিশ্বাস ও প্রমাণের উপর নির্ভর করে। অনুমানের উপর ভিত্তি করে নয়।' সামাজিক মিডিয়ায় এর প্রয়োগ হলো — বিষয়বস্তু সম্পর্কে যথেষ্ট জ্ঞান না থাকলে পোস্ট না করা, এবং সর্বদা নির্ভরযোগ্য সূত্র থেকে তথ্য নিয়ে লেখা।

দাওয়াহ ও আম্বিয়াদের ঐতিহ্য

কুরআনে প্রতিটি নবীর দাওয়াহ পদ্ধতি বর্ণিত হয়েছে। এই বর্ণনাগুলো থেকে আমরা ডিজিটাল দাওয়াহের জন্যও মূল্যবান শিক্ষা নিতে পারি।

হযরত নূহ (আঃ)-এর দাওয়াহ ছিল দীর্ঘমেয়াদি এবং ধৈর্যশীল। কুরআনে বলা হয়েছে তিনি ৯৫০ বছর দাওয়াহ দিয়েছেন (২৯:১৪)। তাঁর দাওয়াহর পদ্ধতি ছিল বহুমুখী:

قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا

(সূরা নূহ, ৭১:৫)

অনুবাদ: 'সে বলল, হে রব! আমি আমার কওমকে রাতে ও দিনে আহ্বান করেছি।'

নূহ (আঃ)-এর দাওয়াহ ছিল অবিরাম — রাতে এবং দিনে। সামাজিক মিডিয়ায় এর সমতুল্য হলো একটি সুনির্দিষ্ট সময়সূচি মেনে নিয়মিতভাবে ইসলামিক কনটেন্ট পোস্ট করা।

হযরত ইব্রাহিম (আঃ) ব্যবহার করেছিলেন যুক্তি ও দার্শনিক পদ্ধতি। তিনি তাঁর সম্প্রদায়কে মূর্তিপূজার অযৌক্তিকতা বোঝাতে বাস্তব পরীক্ষার আশ্রয় নিয়েছিলেন

(২১:৫১-৬৮)। ডিজিটাল যুগে এই পদ্ধতির সমতুল্য হলো ইসলামের সত্যতা প্রমাণে বৈজ্ঞানিক ও দার্শনিক যুক্তি উপস্থাপন করা।

রাসূল মুহাম্মাদ (সাঃ) তাঁর দাওয়াহে সবচেয়ে বৈচিত্র্যময় পদ্ধতি ব্যবহার করেছিলেন। 'Exploring the Methodology of Da'wah: The Prophetic Model' শীর্ষক গবেষণায় (*Al-Qantara Journal*, 2024) বলা হয়েছে যে রাসূল (সাঃ) ব্যবহার করতেন: মৌখিক বক্তৃতা, ব্যক্তিগত কথোপকথন, লিখিত চিঠি, ব্যবহারিক উদাহরণ, এবং ক্ষমতাসীনদের কাছে প্রত্যক্ষ আবেদন। এই বহুমুখী পদ্ধতি আধুনিক ডিজিটাল মিডিয়া কৌশলের সাথে আশ্চর্যজনকভাবে সামঞ্জস্যপূর্ণ।

২.২ প্রচলিত দাওয়াহ বনাম ডিজিটাল দাওয়াহ

ঐতিহ্যবাহী দাওয়াহর বৈশিষ্ট্য

ঐতিহ্যবাহী বা প্রচলিত দাওয়াহ বলতে বোঝায় সরাসরি শারীরিক উপস্থিতিতে পরিচালিত দাওয়াহ কার্যক্রম। এর মধ্যে রয়েছে: মসজিদের জুমার খুতবা ও পাঁচ ওয়াক্ত নামাজের ওয়াজ, তাবলিগি জামাত ও ইজতেমা, মাদ্রাসার সবক ও দারসে কুরআন, ওয়াজ মহফিল ও ইসলামি সম্মেলন, এবং ঘরে ঘরে বা মহল্লায় মহল্লায় দাওয়াহ ভ্রমণ। ঐতিহ্যবাহী দাওয়াহর কিছু স্বাতন্ত্র্যিক গুণ রয়েছে যা ডিজিটাল মাধ্যমে সম্পূর্ণভাবে প্রতিস্থাপন করা সম্ভব নয়। সরাসরি মানবিক সংযোগ — মুখোমুখি কথোপকথন, চোখের যোগাযোগ, করমর্দন — একটি আস্থাপূর্ণ সম্পর্ক তৈরি করে যা পর্দার আড়ালে সম্ভব নয়। রাসূল (সাঃ) বলেছেন:

لَأَنْ يَهْدِيَ اللَّهُ بِكَ رَجُلًا وَاحِدًا خَيْرٌ لَكَ مِنْ أَنْ يَكُونَ لَكَ حُمْرُ النَّعَمِ

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ৩৭০১)

অনুবাদ: 'আল্লাহ যদি তোমার মাধ্যমে একজন মানুষকে হিদায়াত দেন, তাহলে তা তোমার জন্য লাল উটের চেয়েও উত্তম।'

এই হাদিস প্রচলিত দাওয়াহর মূল্যকে তুলে ধরে। একজন মানুষের সাথে সরাসরি কথা বলে তাকে হিদায়াত দেওয়ার মর্যাদা ডিজিটাল পোস্টের হাজার লাইকের চেয়ে অনেক বেশি।

ডিজিটাল দাওয়াহর বৈশিষ্ট্য ও সুবিধা

ডিজিটাল দাওয়াহ বা অনলাইন দাওয়াহ হলো ইন্টারনেট ও ডিজিটাল প্রযুক্তির মাধ্যমে ইসলামের বার্তা প্রচার। 'Digital Da'wah: Effective Strategies in Spreading Islam through Social Media' শীর্ষক গবেষণায় (*ResearchGate*, 2025) ডিজিটাল দাওয়াহর বেশ কিছু বৈশিষ্ট্য চিহ্নিত করা হয়েছে:

- **(ক) অসীম পরিধি (Unlimited Reach):** একটি সুনির্মিত ইউটিউব ভিডিও বা ফেসবুক পোস্ট মুহূর্তের মধ্যে কোটি মানুষের কাছে পৌঁছাতে পারে। ২০২৪ সালের শুরুতে বাংলাদেশে ফেসবুকের ব্যবহারকারী ছিল ৫২.৯০ মিলিয়ন (*DataReportal*, 2024)। এই বিশাল সংখ্যক মানুষের কাছে একজন মানুষের পক্ষে ঐতিহ্যবাহী পদ্ধতিতে পৌঁছানো কয়েক শতাব্দীতেও সম্ভব হতো না।
- **(খ) সময় ও স্থানের স্বাধীনতা:** ডিজিটাল কনটেন্ট যেকোনো সময়, যেকোনো স্থান থেকে অ্যাক্সেস করা যায়। ঢাকার একজন কর্মজীবী মানুষ ভোরবেলা ফজরের পরে একটি ইসলামিক পডকাস্ট শুনতে পারেন, একজন গৃহিণী রান্না করতে করতে ইউটিউবে তাফসির শুনতে পারেন, একজন শিক্ষার্থী মেট্রো রেলে যেতে যেতে ফেসবুকে ইসলামিক কনটেন্ট পড়তে পারেন।
- **(গ) স্থায়িত্ব ও পুনর্ব্যবহারযোগ্যতা:** একটি ইউটিউব ভিডিও একবার আপলোড করলে বছরের পর বছর মানুষ তা দেখতে পারে। বিখ্যাত ইসলামিক স্কলারদের অনেক বক্তৃতা তাদের মৃত্যুর পরেও মানুষকে উপকৃত করছে। এটি রাসূল (সাঃ)-এর সেই হাদিসের বাস্তবায়ন:

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ: إِلَّا مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ، أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ، أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ১৬৩১)

অনুবাদ: 'মানুষ মারা গেলে তার আমল বন্ধ হয়ে যায়, তিন প্রকার ব্যতীত: সাদাকায়ে জারিয়াহ, এমন জ্ঞান যা থেকে মানুষ উপকৃত হয়, এবং সৎ সন্তান যে তার জন্য দুআ করে।'

একটি ইউটিউব চ্যানেলে আপলোড করা ইসলামিক ভিডিও যতদিন মানুষ দেখে এবং উপকৃত হয়, ততদিন এর স্রষ্টা 'ইলমুন ইউন্তাফাউ বিহি' বা উপকারী জ্ঞানের পুণ্য পেতে থাকবেন — এমনকি মৃত্যুর পরেও।

- **(ঘ) দ্বিমুখী যোগাযোগ:** সামাজিক মিডিয়া শুধু একমুখী সম্প্রচার নয়; এখানে শ্রোতারা সরাসরি প্রশ্ন করতে, মন্তব্য করতে এবং বিতর্কে অংশ নিতে পারেন। এটি ঐতিহ্যবাহী দাওয়াহের তুলনায় একটি বড় সুবিধা। '*AlQuranClasses*'-এর গবেষণায় বলা হয়েছে: সামাজিক মিডিয়ায় তরুণ মুসলিমরা সরাসরি প্রশ্ন করার সুযোগ পাওয়ায় ইসলামের প্রতি তাদের বোধগম্যতা ও সংযুক্তি উভয়ই বৃদ্ধি পেয়েছে।
- **(ঙ) বহুভাষিক ও বহুসাংস্কৃতিক প্রসার:** ডিজিটাল প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করে একটি বাংলা ইসলামিক ভিডিও প্রবাসী বাংলাদেশিদের কাছে পৌঁছাতে পারে যারা বিশ্বের যেকোনো প্রান্তে আছেন। একইভাবে বিশ্বের বিভিন্ন প্রান্তের মুসলিম পণ্ডিতদের জ্ঞান বাংলা সাবটাইটেল বা অনুবাদের মাধ্যমে বাংলাদেশের মানুষের কাছে পৌঁছে যাচ্ছে।

প্রচলিত ও ডিজিটাল দাওয়াহর তুলনামূলক চিত্র

দুটি পদ্ধতির মধ্যে কয়েকটি মূল পার্থক্য লক্ষণীয়। পৌঁছানোর পরিধির দিক থেকে: প্রচলিত দাওয়াহ সীমিত ভৌগোলিক এলাকায় সীমাবদ্ধ, কিন্তু ডিজিটাল দাওয়াহ বৈশ্বিক। ব্যক্তিগত সংযোগের ক্ষেত্রে: প্রচলিত দাওয়াহয় সরাসরি মানবিক যোগাযোগ ঘটে, ডিজিটাল দাওয়াহয় এটি পরোক্ষ। সময়ের দিক থেকে: প্রচলিত দাওয়াহ নির্দিষ্ট সময়ে সীমাবদ্ধ, ডিজিটাল কনটেন্ট ২৪/৭ উপলব্ধ। যাচাইযোগ্যতার ক্ষেত্রে: প্রচলিত দাওয়াহয় বক্তার পরিচয় ও যোগ্যতা যাচাই সহজ, ডিজিটাল মাধ্যমে কঠিন।

সর্বোত্তম পদ্ধতি হলো দুটিকে পারস্পরিক পরিপূরক হিসেবে ব্যবহার করা। প্রচলিত দাওয়াহ সম্পর্কে সচেতনতা তৈরিতে ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহার করা যায়; একইভাবে অনলাইনে যারা আগ্রহ দেখান, তাদের ব্যক্তিগত দাওয়াহর দিকে নিয়ে আসা যায়।

২.৩ বাংলাদেশে জনপ্রিয় সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমসমূহ

বাংলাদেশের ডিজিটাল প্রেক্ষাপট

বাংলাদেশের ডিজিটাল রূপান্তর বিগত এক দশকে অভূতপূর্ব গতিতে ঘটেছে। *DataReportal*-এর ২০২৪ সালের প্রতিবেদন অনুযায়ী, বাংলাদেশে ইন্টারনেট ব্যবহারকারীর সংখ্যা ছিল ৭৭.৩৬ মিলিয়ন — যা মোট জনসংখ্যার ৪৪.৫ শতাংশ। সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারকারীর সংখ্যা ২০২৩ থেকে ২০২৪ সালের মধ্যে ২২.৩ শতাংশ বৃদ্ধি পেয়েছে (*The Daily Star*, 2024)। এই বিশাল ডিজিটাল জনগোষ্ঠীর মধ্যে ধর্মীয় কনটেন্ট অত্যন্ত জনপ্রিয়।

Hashmeta-র গবেষণায় বলা হয়েছে যে বাংলাদেশে ভিডিও কনটেন্টের মধ্যে ধর্মীয় কনটেন্ট বিশেষভাবে জনপ্রিয়, বিশেষ করে রমজান ও অন্যান্য ইসলামি উপলক্ষে। Ramadan মাসে ইসলামিক কনটেন্টের ভিউ সংখ্যা স্বাভাবিক সময়ের তুলনায় কয়েকগুণ বেড়ে যায়।

ফেসবুক (Facebook)

বাংলাদেশে ফেসবুক হলো সবচেয়ে জনপ্রিয় সামাজিক মিডিয়া প্ল্যাটফর্ম। ২০২৪ সালের শুরুতে ফেসবুকের বিজ্ঞাপন পৌঁছানোর সংখ্যা ছিল ৫২.৯০ মিলিয়ন (*DataReportal*, 2024)। বাংলাদেশে ফেসবুক ব্যবহারকারীদের মধ্যে ৬৫.৮ শতাংশ পুরুষ এবং ৩৪.২ শতাংশ নারী।

ইসলামি দাওয়াহর ক্ষেত্রে ফেসবুক বেশ কিছু কারণে গুরুত্বপূর্ণ: প্রথমত, ফেসবুক গ্রুপের মাধ্যমে লাখো মুসলিম একটি সম্প্রদায়ে সংযুক্ত হতে পারেন। দ্বিতীয়ত, ফেসবুক লাইভের মাধ্যমে সরাসরি ওয়াজ মহফিল প্রচারিত হচ্ছে যা লাখো দর্শক একসাথে দেখতে পারছেন। তৃতীয়ত, ফেসবুক পেজের মাধ্যমে ইসলামিক সংগঠনগুলো তাদের কার্যক্রম প্রচার করতে পারছে। বাংলাদেশে ইসলামিক ফেসবুক পেজের মধ্যে কয়েকটির ফলোয়ার সংখ্যা ১০ লক্ষেরও বেশি।

তবে ফেসবুকের কিছু সীমাবদ্ধতাও রয়েছে ইসলামি কনটেন্টের জন্য। ফেসবুকের অ্যালগরিদম প্রায়ই ইসলামিক কনটেন্টকে কম দর্শকের কাছে পৌঁছায়, বিশেষ করে আরবি ভাষার কনটেন্ট বা কুরআনের আয়াত সম্বলিত পোস্টে। পশ্চিমা পক্ষপাতদুষ্ট মডারেশন নীতির কারণে বৈধ ইসলামিক কনটেন্টও মাঝে মাঝে সরানো হয়।

ইউটিউব (YouTube)

ইউটিউব বাংলাদেশে দীর্ঘ ইসলামিক কনটেন্টের জন্য সবচেয়ে পছন্দের মাধ্যম। ২০২৪ সালের শুরুতে ইউটিউবের বিজ্ঞাপন দর্শক ছিল ৩৩.৬০ মিলিয়ন — যা মোট জনসংখ্যার ১৯.৩ শতাংশ (*DataReportal*, 2024)।

বাংলাদেশে ইউটিউবে ইসলামিক কনটেন্টের মধ্যে সবচেয়ে জনপ্রিয় ধরনগুলো হলো: তাফসিরুল কুরআন — কুরআনের আয়াতের বাংলা ব্যাখ্যা; ওয়াজ মহফিল ও বয়ান; ইসলামিক প্রশ্নোত্তর পর্ব; হাদিসের আলোকে দৈনন্দিন জীবনের মাসআলা; এবং ইসলামিক সংগীত ও নাশিদ।

বিশিষ্ট বাংলাদেশি ইসলামিক স্কলার ও বক্তাদের ইউটিউব চ্যানেলে লক্ষাধিক সাবস্ক্রাইবার রয়েছে এবং তাদের ভিডিও কোটি কোটি বার দেখা হয়েছে। এটি প্রমাণ করে যে সঠিক কনটেন্ট তৈরি হলে ডিজিটাল দাওয়াহ কতটা কার্যকর হতে পারে।

টিকটক (TikTok)

টিকটক বাংলাদেশে তুলনামূলকভাবে নতুন হলেও এর বৃদ্ধি অত্যন্ত দ্রুত। *DataReportal* (2024)-এর তথ্যমতে, ২০২৪ সালের শুরুতে বাংলাদেশে টিকটকের ব্যবহারকারী ছিল ৩৭.৩৬ মিলিয়ন (১৮+ বছর)। এটি মোট প্রাপ্তবয়স্ক জনসংখ্যার ৩১.১ শতাংশ।

টিকটক ইসলামি দাওয়াহর জন্য একটি বিশেষ সুযোগ তৈরি করেছে, কারণ এটি তরুণ প্রজন্মের কাছে অত্যন্ত জনপ্রিয়। টিকটকের শর্ট-ফর্ম ভিডিও ফরম্যাট ইসলামিক টিপস, দুআ, কুরআনের আয়াত এবং ইসলামিক জীবনধারার ছোট ছোট দৃশ্য উপস্থাপনে কার্যকর। তরুণ মুসলিম কনটেন্ট ক্রিয়েটররা টিকটকে ইসলামিক কনটেন্ট তৈরি করে লক্ষ লক্ষ ফলোয়ার অর্জন করছেন।

তবে টিকটকে কিছু বিশেষ চ্যালেঞ্জ রয়েছে ইসলামি দাওয়াহর ক্ষেত্রে। টিকটকের অ্যালগরিদম বিনোদনমূলক কনটেন্টকে বেশি প্রাধান্য দেয়, যার ফলে গভীর ধর্মীয় বিষয়বস্তু কম ভিউ পায়। এছাড়া টিকটকে অ-ইসলামিক কনটেন্টের প্রাচুর্য সহজেই মুসলিম ব্যবহারকারীদের বিপথে নিয়ে যেতে পারে।

হোয়াটসঅ্যাপ ও অন্যান্য মাধ্যম

হোয়াটসঅ্যাপ বাংলাদেশে একটি গুরুত্বপূর্ণ ইসলামি কনটেন্ট শেয়ারিং মাধ্যম হয়ে উঠেছে, যদিও এর ব্যবহারকারী সংখ্যার সঠিক পরিসংখ্যান প্রকাশ্যে পাওয়া কঠিন। গ্রামীণ এবং কম ইন্টারনেট সাক্ষর জনগোষ্ঠীর কাছেও হোয়াটসঅ্যাপের মাধ্যমে

ইসলামিক কনটেন্ট পৌঁছাচ্ছে। তবে হোয়াটসঅ্যাপে জাল হাদিস ও অযাচাইকৃত ইসলামিক তথ্যের বিস্তার একটি গুরুতর সমস্যা।

২.৪ ডিজিটাল দাওয়াহর ইসলামি বৈধতা

ইসলামি ফিকহের দৃষ্টিতে সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে দাওয়াহ করা বৈধ কিনা — এই প্রশ্নের উত্তর জানা জরুরি। ইসলামের মূলনীতি হলো:

الأَصْلُ فِي الأَشْيَاءِ الإِبَاحَةُ

(ফিকহের মূলনীতি)

অনুবাদ: 'সকল বিষয়ে মূল হুকুম হলো বৈধতা।' অর্থাৎ যে বিষয়ে হারামের কোনো প্রমাণ নেই, তা বৈধ বলে গণ্য। সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করে দাওয়াহ দেওয়াকে হারাম বলার কোনো শরীয়াহ ভিত্তি নেই।

বরং আল্লাহ তাআলা মুসলিমদের নির্দেশ দিয়েছেন সকল উপলব্ধ শক্তি ব্যবহার করে আল্লাহর পথে কাজ করতে:

وَأَعِدُّواْ لَهُم مَّا اسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ

(সূরা আল-আনফাল, ৮:৬০)

অনুবাদ: 'তোমরা তাদের বিরুদ্ধে যতটুকু পারো শক্তি সংগ্রহ করে রাখো।' এই আয়াতটি সামরিক প্রেক্ষাপটে নাজিল হলেও, আলেমগণ এর ব্যাপক প্রয়োগ স্বীকার করেছেন — প্রতিটি যুগে মুসলিমরা সেই যুগের সেরা প্রযুক্তি ও সম্পদ ইসলামের জন্য ব্যবহার করবে।

আয়াত একাডেমির (*Ayat Academy*) গবেষণায় (2025) উল্লেখ করা হয়েছে: 'Islamic আইনশাস্ত্র বা শরিয়াহ একটি সামগ্রিক জীবনবিধান। নতুন প্রযুক্তির ক্ষেত্রে আলেমরা মাসলাহাহ মুরসালাহ (সামাজিক কল্যাণ), উরফ (প্রচলিত রীতি) এবং সাদ্দুজ-জারায়ি (ক্ষতি প্রতিরোধ) — এই তিনটি মূলনীতি ব্যবহার করে সিদ্ধান্ত নেন।' এই তিনটি মূলনীতির আলোকে সামাজিক মিডিয়ার ব্যবহার ইসলামিক দাওয়াহর জন্য স্পষ্টতই বৈধ ও কার্যকর।

অধ্যায় উপসংহার

দ্বিতীয় অধ্যায়ে আমরা দেখেছি যে ইসলামি দাওয়াহ একটি ব্যাপক ও বহুমাত্রিক ধারণা যা সকল নবী-রাসূলের মিশনের কেন্দ্রে ছিল। কুরআন ও হাদিসের আলোকে দাওয়াহ মুসলিম উম্মাহর একটি মৌলিক দায়িত্ব এবং সর্বোত্তম কাজ।

আধুনিক সামাজিক মিডিয়া — ফেসবুক, ইউটিউব, টিকটক — এই দাওয়াহের জন্য ইতিহাসে অভূতপূর্ব সুযোগ তৈরি করেছে। বাংলাদেশের বিশাল ডিজিটাল জনগোষ্ঠী — ৫২.৯ মিলিয়ন ফেসবুক, ৩৩.৬ মিলিয়ন ইউটিউব এবং ৩৭.৩৬ মিলিয়ন টিকটক ব্যবহারকারী — এই সুযোগকে আরও বাড়িয়ে তুলেছে।

ঐতিহ্যবাহী ও ডিজিটাল দাওয়াহ পরস্পরবিরোধী নয়, বরং পরিপূরক। রাসূল (সাঃ)-এর দাওয়াহ পদ্ধতির মূলনীতি — হিকমত, মাওইযাতুল হাসানা, এবং উত্তম বিতর্ক — আজকের ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মেও সমানভাবে প্রযোজ্য।

তৃতীয় অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ায় প্রচারের আদবসমূহ

ভূমিকা

ইসলামে প্রতিটি কাজের একটি নির্দিষ্ট আদব বা শিষ্টাচার রয়েছে। খাওয়া, ঘুমানো, কথা বলা এমনকি হাঁটাচলার আদবও ইসলাম নির্ধারণ করে দিয়েছে। তাহলে দাওয়াহর মতো এত গুরুত্বপূর্ণ ইবাদতের আদব না থাকার প্রশ্নই আসে না। কুরআন ও হাদিসে সামাজিক যোগাযোগের যে নীতিমালা দেওয়া হয়েছে, তা আজকের সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামিক কনটেন্ট পরিচালনার জন্যও সমানভাবে প্রযোজ্য।

একাডেমিক গবেষণা)-এ বলা হয়েছে:

"ইসলামি শিক্ষার বিভিন্ন মূল্যবোধ সামাজিক মিডিয়ায় দাওয়াহর নৈতিক কাঠামো হিসেবে ব্যবহার করা যায়। এর মধ্যে রয়েছে — তথ্যের সততা ও নিরপেক্ষতা, ন্যায়বিচার এবং উত্তম আচরণ।"

শায়খ আহসান হানিফ বলেছেন:

"ইসলাম একটি পূর্ণাঙ্গ জীবনব্যবস্থা। মানুষের সাথে আমরা যেভাবে কথা বলি তার ব্যাপারে কুরআন ও সুন্নাহয় যে নির্দেশনা রয়েছে, তা আধুনিক সামাজিক মিডিয়াতেও সরাসরি প্রযোজ্য।"

৩.১ একনিষ্ঠতা ও আন্তরিকতা (ইখলাস)

ইখলাসের সংজ্ঞা ও গুরুত্ব

'ইখলাস' (إخلاص) আরবি শব্দ, যার অর্থ খাঁটি হওয়া, পরিশুদ্ধ হওয়া। ইসলামি পরিভাষায় ইখলাস বলতে বোঝায় — কেবল আল্লাহর সন্তুষ্টির জন্য কাজ করা, মানুষের প্রশংসা বা পার্থিব কোনো ফায়দার আশা না রাখা। ইখলাস ইসলামে সকল ইবাদতের প্রাণ। ইখলাসবিহীন আমল যেমন আত্মাহীন দেহের মতো — বাহ্যিকভাবে আছে, কিন্তু কার্যকর নয়।

সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামিক কনটেন্ট পোস্ট করা একটি বড় ইবাদত হতে পারে, কিন্তু কেবল তখনই যখন নিয়ত বিশুদ্ধ থাকে। আজকের 'ইসলামিক ইনফ্লুয়েন্সার' সংস্কৃতিতে অনেকেই ধর্মীয় কনটেন্ট তৈরি করেন ফলোয়ার বাড়ানো, বিজ্ঞাপনী আয়

বা সামাজিক সুনামের জন্য। ইসলামের দৃষ্টিতে এই নিয়ত সম্পূর্ণ ভুল এবং এই ধরনের কাজ থেকে আখেরাতে কোনো পুরস্কার পাওয়া যাবে না।

কুরআন থেকে দলিল

আল্লাহ তাআলা সুস্পষ্টভাবে বলেছেন যে সকল ইবাদত একমাত্র তাঁর জন্যই হতে হবে:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ

(সূরা আল-বাইয়্যিনাহ, ৯৮:৫)

অনুবাদ: "তাদেরকে এছাড়া কোনো নির্দেশ দেওয়া হয়নি যে, তারা খাঁটিভাবে একনিষ্ঠ হয়ে আল্লাহর ইবাদত করবে।"

সূরা কাহফে আল্লাহ তাআলা আরও স্পষ্ট করে বলেছেন:

فَمَن كَانَ يَرْجُو لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا

(সূরা আল-কাহফ, ১৮:১১০)

অনুবাদ: "যে তার রবের সাথে সাক্ষাতের আশা রাখে, সে যেন সৎকাজ করে এবং তার রবের ইবাদতে কাউকে শরিক না করে।"

এই আয়াত অনুযায়ী — একটি ইসলামিক ফেসবুক পোস্ট বা ইউটিউব ভিডিও তৈরির সময় যদি মানুষের প্রশংসাকে উদ্দেশ্য বানানো হয়, তাহলে এটি আল্লাহর ইবাদতে 'শরিক' করার সমতুল্য। এই সূক্ষ্ম শিরক — যা 'রিয়া' বা লোকদেখানো — ইসলামে অত্যন্ত বিপজ্জনক।

হাদিস থেকে দলিল

রাসূলুল্লাহ (সাল্লাল্লাহু আলাইহি ওয়াসাল্লাম) বলেছেন:

إِنَّمَا الأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ১)

অনুবাদ: "নিশ্চয়ই কাজের প্রতিফল নির্ভর করে নিয়তের উপর, এবং প্রত্যেক ব্যক্তি তাই পাবে যা সে নিয়ত করেছে।"

ইমাম নববি (রহ.) এই হাদিসকে ইসলামের এক-তৃতীয়াংশ বলে অভিহিত করেছেন। এটি প্রমাণ করে নিয়তের গুরুত্ব কতটা ব্যাপক। একটি ইসলামিক পোস্ট বা ভিডিও সঠিক নিয়তে তৈরি করলে সেটি বিশাল পুণ্যের কাজ; ভুল নিয়তে করলে সেটি হয়তো পাপেরও কারণ হতে পারে।

রিয়া বা লোকদেখানো আমলের ব্যাপারে রাসূল (সাঃ) অত্যন্ত কঠোরভাবে সতর্ক করেছেন:

إِنَّ أَخْوَفَ مَا أَخَافُ عَلَيْكُمُ الشِّرْكُ الْأَصْغَرُ، قَالُوا :وَمَا الشِّرْكُ الْأَصْغَرُ يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ قَالَ :الرِّيَاءُ

(মুসনাদে আহমাদ, হাদিস নং: ২৩৬৩০ — সহিহ সনদে)

অনুবাদ: "আমি তোমাদের উপর সবচেয়ে বেশি যে বিষয়ে ভয় পাই তা হলো ছোট শিরক।" সাহাবারা জিজ্ঞেস করলেন: "ছোট শিরক কী, হে আল্লাহর রাসূল?" তিনি বললেন: "রিয়া।"

ডিজিটাল রিয়া: আধুনিক যুগের নতুন বিপদ

সামাজিক মিডিয়া একটি অনন্য পরিবেশ তৈরি করেছে যেখানে 'লাইক', 'শেয়ার', 'কমেন্ট' এবং 'ফলোয়ার' সংখ্যা সরাসরি দৃশ্যমান। গবেষণায় বলা হয়েছে:

"সামাজিক মিডিয়া একটি আয়না যা আমাদের নিয়ত প্রতিফলিত করে। যখন একটি পোস্টে ৫০০ লাইক পড়লে আমরা খুশি হই এবং ৫ লাইক পড়লে হতাশ হই, তখন বুঝতে হবে আমাদের নিয়তে সমস্যা আছে।"

একজন সত্যিকারের দাওয়াহকারী ২ লাইকেও তৃপ্ত থাকেন, কারণ হয়তো সেই ২ জনের একজনের জীবন পরিবর্তন হয়েছে।

- **ইখলাসের ব্যবহারিক পরীক্ষা:** একটি ইসলামিক পোস্ট দেওয়ার আগে নিজেকে জিজ্ঞেস করুন — *"যদি কেউ এই পোস্টটি না দেখত, তবু কি আমি এটি পোস্ট করতাম?"* উত্তর যদি 'না' হয়, তাহলে নিয়ত পুনর্বিবেচনা করা দরকার।

৩.২ লেখা প্রচারে সত্যনিষ্ঠা ও তথ্য যাচাই

ইসলামে সত্যের গুরুত্ব

ইসলামে সিদক বা সততা একটি মৌলিক গুণ যা ঈমানের অংশ। আল্লাহ তাআলা বারবার সত্যবাদীদের প্রশংসা করেছেন এবং মিথ্যাবাদীদের নিন্দা করেছেন। সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামিক তথ্য প্রচারে সততার বিষয়টি অত্যন্ত সংকটজনক রূপ ধারণ করেছে, কারণ অযাচাইকৃত তথ্য এখন আগের যেকোনো সময়ের চেয়ে দ্রুত ছড়িয়ে পড়ে।

ইসলামিক ডিজিটাল এথিক্স বিষয়ক গবেষণায় বলা হয়েছে:

"সামাজিক মিডিয়ায় ভুল তথ্য দাবানলের মতো ছড়িয়ে পড়তে পারে এবং সমাজের ব্যাপক ক্ষতি করতে পারে। তাই মুসলিমদের জন্য তথ্য যাচাই ছাড়া শেয়ার করা থেকে বিরত থাকা ইসলামিক বাধ্যবাধকতা।"

কুরআন থেকে দলিল

আল্লাহ তাআলা বলেন:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

(সূরা আল-হুজুরাত, ৪৯:৬)

অনুবাদ: "হে মুমিনগণ! যদি কোনো ফাসেক ব্যক্তি তোমাদের কাছে কোনো সংবাদ নিয়ে আসে, তাহলে তা যাচাই করো। এমন যেন না হয় যে, না জেনে তোমরা কোনো সম্প্রদায়ের ক্ষতি করে বসো।"

এই আয়াতটি সামাজিক মিডিয়ার যুগে অসাধারণভাবে প্রাসঙ্গিক। প্রতিদিন আমাদের ফোনে শত শত মেসেজ আসে — হাদিসের নামে, ইসলামিক উক্তির নামে, ধর্মীয় তথ্যের নামে। এগুলো যাচাই না করেই ফরওয়ার্ড করা এই আয়াতের সরাসরি লঙ্ঘন।

আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ আয়াত:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

(সূরা আল-ইসরা, ১৭:৩৬)

অনুবাদ: "যে বিষয়ে তোমার জ্ঞান নেই, তার অনুসরণ করো না। নিশ্চয়ই কান, চোখ ও হৃদয় — এর প্রতিটি সম্পর্কে জিজ্ঞাসা করা হবে।"

এই আয়াতে তিনটি ইন্দ্রিয়ের কথা উল্লেখ করা হয়েছে — কান, চোখ এবং হৃদয়। সামাজিক মিডিয়ায় আমরা যা শুনি (পডকাস্ট, ভিডিও), যা দেখি (পোস্ট, ছবি) এবং মন দিয়ে যা বিশ্বাস করি — সবকিছু সম্পর্কে কিয়ামতে জিজ্ঞাসাবাদ হবে।

হাদিস থেকে দলিল

জাল হাদিস প্রচার সম্পর্কে রাসূল (সাঃ)-এর সতর্কবাণী অত্যন্ত কঠোর:

مَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا فَلْيَتَبَوَّأْ مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ১০৭)

অনুবাদ: "যে ব্যক্তি ইচ্ছাকৃতভাবে আমার প্রতি মিথ্যা আরোপ করে, সে যেন জাহান্নামে তার আসন প্রস্তুত করে নেয়।"

এই হাদিসটি সহিহ বুখারিতে একাধিকবার এসেছে এবং এটি মুতাওয়াতির হাদিস — অর্থাৎ এত বেশি সাহাবা এটি বর্ণনা করেছেন যে মিথ্যা হওয়ার কোনো সম্ভাবনা নেই।

এই হাদিস অনুযায়ী, যে কেউ জেনেশুনে জাল হাদিস সামাজিক মিডিয়ায় শেয়ার করে, সে এই কঠোর হুশিয়ারির আওতায় পড়ে।

শুধু নিজে মিথ্যা বলা নয়, অযাচাইকৃত তথ্য ছড়ানোও ইসলামে নিষিদ্ধ:

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

(সহিহ মুসলিম)

অনুবাদ: "একজন মানুষের মিথ্যাবাদী হওয়ার জন্য এতটুকুই যথেষ্ট যে, সে যা শুনেছে তাই প্রচার করে।"

গবেষণায় এই হাদিসটিকে সামাজিক মিডিয়ার ক্ষেত্রে সবচেয়ে প্রাসঙ্গিক হাদিসগুলোর একটি হিসেবে চিহ্নিত করা হয়েছে। WhatsApp গ্রুপে 'ফরওয়ার্ড করা বার্তা' ছড়ানো ঠিক এই হাদিসের আলোকে সমস্যাজনক।

তথ্য যাচাইয়ের ব্যবহারিক উপায়

সামাজিক মিডিয়ায় কোনো হাদিস শেয়ার করার আগে কয়েকটি নির্ভরযোগ্য উৎস থেকে যাচাই করা উচিত:

- **hadithbd.com:** বাংলায় সকল প্রধান হাদিস গ্রন্থ পাওয়া যায় এবং হাদিসের সহিহ/দুর্বল মান যাচাই করা যায়।
- **sunnah.com:** ইংরেজিতে সহিহ বুখারি, মুসলিম, আবু দাউদ, তিরমিযী সহ সকল প্রধান হাদিস গ্রন্থ রয়েছে।
- **quran.com:** কুরআনের সকল আয়াত বিভিন্ন অনুবাদসহ যাচাই করা যায়।
- **Darul Ifta Bangladesh:** বা অনুরূপ বিশ্বস্ত প্রতিষ্ঠানের ওয়েবসাইট থেকে ফতোয়া ও ফিকহি তথ্য যাচাই করা যায়।

৩.৩ সুন্দর ও মার্জিত ভাষায় কথা বলা

ইসলামে বাক্যের গুরুত্ব

ইসলামে কথার অত্যন্ত গুরুত্ব রয়েছে। একটি কথায় মানুষের জীবন পরিবর্তন হতে পারে, আবার একটি কথায় দুটি হৃদয়ের মধ্যে চিরস্থায়ী ফাটল তৈরি হতে পারে। সামাজিক মিডিয়ায় এই বিষয়টি আরও বেশি প্রাসঙ্গিক, কারণ একটি কমেন্ট বা পোস্ট হাজার মানুষ দেখে এবং দীর্ঘদিন সংরক্ষিত থাকে।

কুরআন থেকে দলিল

وَقُل لِّعِبَادِي يَقُولُواْ الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنزَغُ بَيْنَهُمْ

(সূরা আল-ইসরা, ১৭:৫৩)

অনুবাদ: "আমার বান্দাদের বলে দাও তারা যেন এমন কথা বলে যা সর্বোত্তম। শয়তান তাদের মধ্যে বিভেদ সৃষ্টি করতে চায়।"

এই আয়াতে একটি বিশেষ সতর্কতা রয়েছে — কথা যখন সর্বোত্তম না হয়, তখন শয়তান সেই কথাকে ব্যবহার করে বিভেদ তৈরি করে। সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামি আলোচনায় যে কটু, রূঢ় বা অপমানজনক ভাষার ব্যবহার হয়, তা ঠিক এই আয়াতের বিরুদ্ধে যায়।

আল্লাহ তাআলা আরও বলেছেন:

وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا

(সূরা আল-বাকারা, ২:৮৩)

অনুবাদ: "এবং মানুষের সাথে সুন্দরভাবে কথা বলো।"

"সামাজিক মিডিয়ায় আমরা ইসলামের প্রতিনিধিত্ব করি। বেশিরভাগ অমুসলিম ইসলাম সম্পর্কে জানতে কুরআন বা হাদিসে যান না — তারা মুসলিমদের আচরণ দেখেন। যদি একজন মুসলিম সামাজিক মিডিয়ায় রূঢ় বা অসভ্যভাবে কথা বলেন, তাহলে মানুষ ইসলামকেই সেভাবে বিচার করে।"

হাদিস থেকে দলিল

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

(সহিহ বুখারি ও মুসলিম)

অনুবাদ: "যে ব্যক্তি আল্লাহ ও শেষ দিনে বিশ্বাস করে, সে যেন ভালো কথা বলে অথবা চুপ থাকে।"

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে কোন কিছু শেয়ার বা লেখার আগে আমাদের চিন্তা করা উচিত তা কি মানব জাতির সাথে কল্যানকর এবং ইসলামের সাথে সাংঘর্ষিক নয় এমন? যদি এরকম হয় শুধু সে ক্ষেত্রেই পোস্ট করা উচিত।অন্যথায় ফাহিশা আলাপ থেকে আমাদের দূরে থাকাই উত্তম।*নবী করিম (সাঃ) বলেছেন, মিযানে (পাপ-পুণ্যের পাল্লায়) সবচেয়ে ভারী জিনিস হলো উত্তম আখলাক।"* সুতরাং সামাজিক মিডিয়ায় ভালো ভাষা ব্যবহার করা ঈমানের অনুশীলন।

নবী করিম (সাঃ) আরও বলেছেন:

زَانَهُ، وَلَا يُنْزَعُ مِنْ شَيْءٍ إِلَّا شَانَهُ ⌐إِنَّ الرِّفْقَ لَا يَكُونُ فِي شَيْءٍ إِلَّ

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ২৫৯৪)

অনুবাদ: "কোমলতা যে বিষয়েই থাকে, সেটিকে সুন্দর করে; এবং যেখান থেকে তা তুলে নেওয়া হয়, সেটিকে কুৎসিত করে দেয়।"

৩.৪ আরবি ভাষার গুরুত্ব ও সঠিক উদ্ধৃতি

আরবি: কুরআনের ভাষা

আরবি ভাষায় কুরআন নাজিল হয়েছে এবং হাদিস শরিফও আরবিতে সংকলিত। আল্লাহ তাআলা বলেছেন:

إِنَّا أَنزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَّعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ

(সূরা ইউসুফ, ১২:২)

অনুবাদ: "আমি এটিকে আরবি ভাষায় কুরআন হিসেবে নাজিল করেছি, যাতে তোমরা বুঝতে পারো।"

সামাজিক মিডিয়ায় কুরআনের আয়াত শেয়ার করার সময় মূল আরবি পাঠসহ শেয়ার করা উচিত। শুধু বাংলা অনুবাদ দিলে অনুবাদকের ব্যাখ্যার উপর নির্ভর করতে হয়, যা মূল অর্থ থেকে সামান্য হলেও সরে যেতে পারে।

বিশেষ করে আয়াত নম্বর ও সূরার নাম সঠিকভাবে উল্লেখ করা অত্যন্ত জরুরি।

"কুরআন, হাদিস বা আলেমদের উক্তি শেয়ার করার সময় অবশ্যই রেফারেন্স দাও।" এটি শ্রোতাকে নিজে যাচাই করার সুযোগ দেয় এবং তোমার উদ্ধৃতির বিশ্বাসযোগ্যতা বাড়ায়।

ভুল অনুবাদের ঝুঁকি

অনেক সময় সামাজিক মিডিয়ায় কুরআনের আয়াতের এমন অনুবাদ শেয়ার করা হয় যা মূল অর্থের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ নয়। এই ভুল অনুবাদ ব্যাপকভাবে ছড়িয়ে পড়লে মানুষের আকিদায় বিকৃতি আসতে পারে।

৩.৫ জ্ঞানকে প্রকৃত উদ্দেশ্যের সাথে যুক্ত করা

উদ্দেশ্যহীন জ্ঞান প্রচার

সামাজিক মিডিয়ায় অনেকেই কনটেন্ট তৈরি করেন কেবল 'কিছু একটা পোস্ট করা'র জন্য। তারা ভাবেন যেহেতু ইসলামিক বিষয়ে পোস্ট করছেন, তাই এটা ভালোই হচ্ছে। কিন্তু ইসলাম বলে, প্রতিটি কাজের একটি সুনির্দিষ্ট উদ্দেশ্য থাকতে হবে।

আল্লাহ তাআলা কুরআনে সরাসরি জ্ঞানের উদ্দেশ্য বিষয়ে বলেছেন:

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

(সূরা আয-যুমার, ৩৯:৯)

অনুবাদ: বলো, যারা জানে এবং যারা জানে না, তারা কি সমান?"

এই আয়াতে জ্ঞানের শ্রেষ্ঠত্ব ঘোষণা করা হয়েছে। কিন্তু সেই জ্ঞান যখন মানুষের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়, তখন সেটি অবশ্যই মানুষের প্রকৃত কল্যাণের উদ্দেশ্যে হতে হবে — শুধু 'ভাইরাল' হওয়ার জন্য নয়।

হাদিস থেকে দলিল

রাসূল (সাঃ) বলেছেন:

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ৫০২৭)

অনুবাদ: "তোমাদের মধ্যে সে-ই সর্বোত্তম যে কুরআন শিক্ষা করে এবং অন্যকে শিক্ষা দেয়।"

এই হাদিসে দুটি শর্ত রয়েছে — শেখা এবং শেখানো। অর্থাৎ কুরআনের জ্ঞান নিজে আহরণ করে অন্যকে দেওয়া। সামাজিক মিডিয়ায় কুরআনের আয়াত শেয়ার করা যদি সত্যিকারের জ্ঞান শেখানোর উদ্দেশ্যে হয়, তাহলে এটি এই হাদিসের প্রতিফলন।

কিন্তু যদি উদ্দেশ্য শুধু এনগেজমেন্ট বা ভিউ বাড়ানো হয়, তাহলে এটি জ্ঞানকে তার প্রকৃত উদ্দেশ্য থেকে সরিয়ে দেওয়া। ডিজিটাল দাওয়াহকারীদের প্রতিটি পোস্টের আগে ভাবতে হবে — এই পোস্টটি দর্শকের জ্ঞান বা ঈমান বৃদ্ধিতে কী অবদান রাখবে?

৩.৬ অহংকার ও আত্মগর্ব থেকে বেঁচে থাকা

ডিজিটাল অহংকার: একটি নতুন বিপদ

সামাজিক মিডিয়ায় সফল ইসলামিক কনটেন্ট ক্রিয়েটর হওয়া — লক্ষাধিক ফলোয়ার, কোটি ভিউ — একটি নতুন ধরনের অহংকারের জন্ম দিতে পারে। 'ইসলামিক ইনফ্লুয়েন্সার' পরিচয়ে পরিচিত হলে মনে হতে পারে — 'আমিই সত্যিকারের আলেম', 'আমিই ইসলাম বুঝি', 'আমার মতামতই সঠিক।' এই মানসিকতা ইসলামের দৃষ্টিতে অত্যন্ত বিপজ্জনক।

কুরআন থেকে দলিল

إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

(সূরা লোকমান, ৩১:১৮)

অনুবাদ: "নিশ্চয়ই আল্লাহ কোনো দাম্ভিক ও অহংকারীকে ভালোবাসেন না।"

আল্লাহ তাআলা আরও বলেন:

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۖ إِنَّكَ لَن تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَن تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا

(সূরা আল-ইসরা, ১৭:৩৭)

অনুবাদ: "পৃথিবীতে দম্ভভরে চলাফেরা করো না। তুমি তো না পারবে ভূমি বিদীর্ণ করতে, না পারবে পর্বতের উচ্চতায় পৌঁছাতে।"

সামাজিক মিডিয়ায় এই আয়াতের প্রয়োগ: লক্ষ ফলোয়ার হলেও বিনম্র থাকতে হবে, অন্য আলেম বা ইসলামিক স্কলারদের প্রতি শ্রদ্ধাশীল থাকতে হবে এবং নিজের ভুল স্বীকার করার মানসিকতা রাখতে হবে।

হাদিস থেকে দলিল

لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ مِنْ كِبْرٍ

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ৯১)

অনুবাদ: "যার অন্তরে অণু পরিমাণ অহংকার আছে, সে জান্নাতে প্রবেশ করবে না।"

একজন প্রখ্যাত শায়খ বলেছেন:

"ডিজিটাল দাওয়াহে বিনম্রতা রক্ষা করা সবচেয়ে কঠিন চ্যালেঞ্জ। কারণ সোশ্যাল মিডিয়া নিজেই অহংকার বৃদ্ধির একটি পরিবেশ।"

অধ্যায় উপসংহার

তৃতীয় অধ্যায়ে আমরা সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামি প্রচারের ছয়টি মূল আদব বিশ্লেষণ করেছি। প্রতিটি আদব কুরআন ও হাদিসের সুনির্দিষ্ট দলিল দিয়ে প্রমাণিত।

ইখলাস বা বিশুদ্ধ নিয়ত হলো সকল দাওয়াহর ভিত্তি — সহিহ বুখারির প্রথম হাদিস (নং:১) এটি স্থাপন করে। সত্যনিষ্ঠা ও তথ্য যাচাই হলো ডিজিটাল যুগের অপরিহার্য দায়িত্ব — সূরা হুজুরাত ৪৯:৬ এর সরাসরি নির্দেশনা। সুন্দর ভাষার ব্যবহার দাওয়াহকে কার্যকর করে এবং ইসলামের সৌন্দর্য প্রকাশ করে। আরবি ভাষার সঠিক ব্যবহার তথ্যের নির্ভরযোগ্যতা নিশ্চিত করে। প্রতিটি পোস্টের সুনির্দিষ্ট ইসলামিক উদ্দেশ্য থাকা জরুরি। এবং অহংকার থেকে মুক্ত থাকা — যা জান্নাতের পথে সবচেয়ে বড় বাধা।

চতুর্থ অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ার বার্তালাপ সম্পর্কিত ইসলামি শিষ্টাচার

ভূমিকা

ইসলাম একটি পূর্ণাঙ্গ জীবনবিধান যা মানুষের জীবনের প্রতিটি দিককে সুনির্দিষ্ট নীতিমালার মাধ্যমে পরিচালিত করে। মুখের কথার মতো লিখিত ও ডিজিটাল যোগাযোগেও একই ইসলামি নীতি প্রযোজ্য। সমকালীন ইসলামি স্কলারদের মতে, যে বিষয়গুলো সরাসরি মুখে উচ্চারণ করা নিষিদ্ধ, সেগুলো ডিজিটাল মাধ্যমে লিখিতভাবে প্রকাশ করাও সমভাবে নিষিদ্ধ। স্ক্রিনের আড়ালে থাকা মানে ইসলামের নৈতিক দায়বদ্ধতা থেকে মুক্তি পাওয়া নয়; কারণ আল্লাহ তাআলা সর্বজ্ঞ এবং তাঁর নিযুক্ত ফেরেশতারা প্রতিটি কর্ম ও শব্দ লিপিবদ্ধ করছেন।

আল্লাহ তাআলা পবিত্র কুরআনে ইরশাদ করেন:

مَّا يَلْفِظُ مِن قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ

অনুবাদ: "মানুষ যে কথাই উচ্চারণ করে, তার কাছে একজন সদা প্রস্তুত পর্যবেক্ষণকারী থাকে (যে তা লিপিবদ্ধ করে)।" (সূরা ক্বাফ, ৫০:১৮)

ডিজিটাল যুগে এই আয়াতের প্রাসঙ্গিকতা ব্যাখ্যা করে সমকালীন গবেষকগণ উল্লেখ করেছেন যে, সামাজিক মাধ্যমের প্রতিটি ফেসবুক কমেন্ট, হোয়াটসঅ্যাপ মেসেজ, টুইট কিংবা ইউটিউব মন্তব্য—সবই আল্লাহর কাছে সংরক্ষিত হচ্ছে এবং কিয়ামতের দিন তা জবাবদিহিতার জন্য উপস্থাপিত হবে। এই সচেতনতাই একজন মুমিনের ডিজিটাল যোগাযোগের প্রধান নিয়ন্ত্রক।

নিম্নে সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামি বার্তালাপের সাতটি মূলনীতি কুরআন, সুন্নাহ এবং সমকালীন ইসলামি বাস্তবতার আলোকে বিস্তারিত আলোচনা করা হলো:

৪.১ কথোপকথনের উপযুক্ত সময় ও পরিবেশ বেছে নেওয়া

ইসলামে কেবল কথার গুণগত মানই নয়, বরং তা প্রকাশের সময় এবং প্রেক্ষাপটও সমান গুরুত্বপূর্ণ। অউপযুক্ত সময়ে সঠিক কথা বলাও অনেক সময় বিপরীত ফল বয়ে আনতে পারে।

হযরত আলী (রাদিআল্লাহু আনহু) থেকে বর্ণিত, তিনি বলেন:

حَدِّثُوا النَّاسَ بِمَا يَعْرِفُونَ، أَتُحِبُّونَ أَنْ يُكَذَّبَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ

অনুবাদ: "মানুষের সাথে তাদের বোধগম্যতার স্তর অনুযায়ী কথা বলো। তোমরা কি চাও যে আল্লাহ ও তাঁর রাসূলকে মিথ্যাপ্রতিপন্ন করা হোক?" (সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ১২৭)

সামাজিক মিডিয়ায় এর প্রায়োগিক দিক:

- **মানসিক অবস্থার বিবেচনা:** কোনো ব্যক্তি যখন চরম ব্যক্তিগত সংকটে বা মানসিকভাবে বিপর্যস্ত থাকেন, তখন তার পোস্টে গিয়ে তাত্ত্বিক বা কঠোর ফিকহি বিতর্ক জুড়ে দেওয়া হিকমতের পরিপন্থী।
- **প্রাসঙ্গিকতা রক্ষা:** সমাজে কোনো বড় সংকট বা প্রাকৃতিক দুর্যোগের সময় অপ্রাসঙ্গিক বা হাস্যরসাত্মক কন্টেন্ট পরিহার করে সান্ত্বনা ও সহযোগিতামূলক বার্তা প্রদান করা উচিত।
- **নামাজের সময়কালীন সতর্কতা:** ডিজিটাল যোগাযোগের ক্ষেত্রে মুসলিমদের নামাজের ওয়াক্তগুলোর প্রতি সংবেদনশীল হওয়া জরুরি। ফরজ নামাজের সময়ে কাউকে দীর্ঘ চ্যাটিং বা অপ্রয়োজনীয় তর্কে ব্যস্ত রেখে তার ইবাদতে বিঘ্ন ঘটানো অনুচিত।

৪.২ কথোপকথনে সুন্নাহর অনুসরণ

রাসূলুল্লাহ (সাল্লাল্লাহু আলাইহি ওয়াসাল্লাম)-এর যোগাযোগ পদ্ধতি ছিল মানব ইতিহাসের সবচেয়ে কার্যকর ও হৃদয়গ্রাহী মাধ্যম। আধুনিক ডিজিটাল যোগাযোগেও তাঁর প্রদর্শিত রীতিনীতি হুবহু প্রয়োগযোগ্য।

পবিত্র কুরআনে আল্লাহ তাআলা উত্তম শ্রোতার প্রশংসা করে বলেছেন:

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ

অনুবাদ: "যারা মনোযোগ সহকারে কথা শোনে এবং তার মধ্য থেকে যা সর্বোত্তম তা অনুসরণ করে।" (সূরা আয-যুমার, ৩৯:১৮)

ডিজিটাল মাধ্যমে সুন্নাহর প্রয়োগ:

- **সম্পূর্ণ কন্টেন্ট পড়া ও বোঝা:** রাসূল (সাঃ) কখনো কারও কথা মাঝপথে কেটে দিতেন না। সামাজিক মাধ্যমে কেবল 'হেডলাইন' বা শিরোনাম দেখেই কোনো পোস্টের নিচে মন্তব্য করা এই সুন্নাহর পরিপন্থী। প্রথমে পুরো বক্তব্যটি বুঝতে হবে, তারপর প্রতিক্রিয়া জানাতে হবে।
- **কথা বা চুপ থাকার নীতি:** রাসূলুল্লাহ (সাঃ) ইরশাদ করেছেন: *"যে ব্যক্তি আল্লাহ ও পরকালের প্রতি ঈমান রাখে, সে যেন ভালো কথা বলে অথবা চুপ থাকে।"* (সহিহ বুখারি ও মুসলিম)। সামাজিক মাধ্যমে কোনো মন্তব্য করার আগে নিজেকে প্রশ্ন করা উচিত—"আমার এই কমেন্টটি কি সমাজে কোনো কল্যাণ বয়ে আনবে?" যদি উত্তর 'না' হয়, তবে স্ক্রোল করে চলে যাওয়াই সুন্নাহ।
- **সংক্ষিপ্ত ও সুনির্দিষ্ট কথা:** উম্মুল মুমিনীন আয়েশা (রাঃ) বলেন, রাসূল (সাঃ) এমনভাবে মেপে মেপে কথা বলতেন যে, কেউ চাইলে তাঁর শব্দগুলো গণনা করতে পারত। সুতরাং, সোশ্যাল মিডিয়ায় দীর্ঘ, খেই হারানো এবং অহেতুক পোস্ট পরিহার করা উচিত।

৪.৩ নিজের পরিচয় ও স্বচ্ছতা রক্ষা করা

সামাজিক মাধ্যমে পরিচয় গোপন রেখে বা ছদ্মনাম (Fake Account) ব্যবহার করে ধর্মীয় ফতোয়া দেওয়া, বিতর্ক সৃষ্টি করা বা অন্যের চরিত্রহনন করা বর্তমান সময়ের একটি বড় ফিতনা। ইসলাম এই অস্বচ্ছতাকে তীব্রভাবে নিন্দা করে।

আল্লাহ তাআলা বলেন:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

অনুবাদ: "হে মুমিনগণ! আল্লাহকে ভয় করো এবং সত্যবাদীদের সঙ্গী হও।" (সূরা আত-তাওবাহ, ৯:১১৯)

ইমাম ইবনে কাসির (রহ.) এই আয়াতের তাফসিরে উল্লেখ করেছেন যে, সত্যবাদিতা কেবল মুখের কথায় নয়, ব্যক্তির পরিচয় ও নিয়তের ক্ষেত্রেও প্রযোজ্য।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) যখনই বিভিন্ন অঞ্চলের রাজা বা গোত্রপ্রধানদের কাছে কোনো চিঠি পাঠাতেন, তখন শুরুতেই স্পষ্ট লিখতেন: *"আল্লাহর বান্দা ও তাঁর রাসূল মুহাম্মাদ-এর পক্ষ থেকে..."*। এই সুন্নাহর আলোকে, সামাজিক মাধ্যমে বিশেষ করে দ্বীনি বিষয়ে কথা বলার সময় নিজের সত্য পরিচয়, যোগ্যতা ও অবস্থান স্পষ্ট রাখা উচিত, যাতে শ্রোতা বা পাঠক তথ্যের প্রামাণিকতা যাচাই করতে পারেন।

পবিত্র কুরআনে আরও বলা হয়েছে:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

অনুবাদ: " তোমরা সত্যকে মিথ্যার সাথে মিশ্রিত করো না এবং জেনেশুনে সত্য গোপন করো না।" (সূরা আল-বাকারা, ২:৪২)

৪.৪ মানুষের পরিস্থিতি ও মানসিকতা বিবেচনা করে কথা বলা

ইসলামি দাওয়াহ ও যোগাযোগের মূল ভিত্তি হলো শ্রোতার জ্ঞান, বয়স ও মানসিক স্তর বিবেচনা করা। রাসূল (সাঃ) একজন সাধারণ বেদুইনের সাথে যেভাবে কথা বলতেন, একজন প্রাজ্ঞ সাহাবির সাথে সেভাবে বলতেন না।

আল্লাহ তাআলা দাওয়াহর পদ্ধতি নির্ধারণ করে বলেছেন:

ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۖ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

অনুবাদ: "তুমি তোমার রবের পথের দিকে আহ্বান করো হিকমত (প্রজ্ঞা) ও সুন্দর উপদেশের মাধ্যমে এবং তাদের সাথে বিতর্ক করো উত্তম পন্থায়।" (সূরা আন-নাহল, ১৬:১২৫)

ডিজিটাল দাওয়াহর ক্ষেত্রে স্তরবিন্যাস:

1. **হিকমত (প্রজ্ঞা):** এটি মূলত চিন্তাশীল ও বুদ্ধিজীবী শ্রেণির জন্য, যেখানে যুক্তি ও প্রমাণের সাহায্যে ইসলামকে উপস্থাপন করতে হয়।
2. **মাওইযাহ হাসানাহ (সুন্দর উপদেশ):** এটি সাধারণ মানুষের জন্য, যেখানে সহজ ভাষায় জান্নাতের সুসংবাদ ও জাহান্নামের ভয় প্রদর্শন করা হয়।
3. **উত্তম বিতর্ক:** এটি সংশয়বাদী বা অমুসলিমদের জন্য, যেখানে কড়া ভাষা পরিহার করে অত্যন্ত শালীনতার সাথে যুক্তি খণ্ডন করতে হয়।

সাহাবি হযরত আবদুল্লাহ ইবনে মাসউদ (রাঃ) সতর্ক করে বলেছেন: *"যখনই তুমি কোনো সম্প্রদায়ের কাছে এমন কোনো কথা বলবে যা তাদের বুদ্ধিবৃত্তিক সীমার বাইরে, তখন তা তাদের অনেকের জন্য ফিতনার (বিভ্রান্তির) কারণ হবে।"* (সহিহ মুসলিম, মুকাদ্দিমা)। অতএব, সোশ্যাল মিডিয়ার পাবলিক প্ল্যাটফর্মে গভীর বা জটিল ফিকহি মাসআলা শেয়ার করার আগে সাধারণ মানুষের বোঝার ক্ষমতা বিবেচনা করা আবশ্যক।

৪.৫ কথোপকথন অপ্রয়োজনীয়ভাবে দীর্ঘ না করা ও অহেতুক বিতর্ক পরিহার

কম কথায় বেশি ভাব প্রকাশ করা ছিল রাসূলুল্লাহ (সাঃ)-এর অন্যতম অলৌকিক বৈশিষ্ট্য (জাওয়ামিউল কালিম)। তিনি বলেছেন:

بُعِثْتُ بِجَوَامِعِ الْكَلِمِ

অনুবাদ: "আমাকে ব্যাপক অর্থবহ সংক্ষিপ্ত বাক্য বলার ক্ষমতা দিয়ে পাঠানো হয়েছে।" (সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ২৯৭৭)

সামাজিক মাধ্যমের কমেন্ট সেকশনে ধর্মীয় বা রাজনৈতিক বিষয় নিয়ে অন্তহীন কাদা ছোড়াছুড়ি ও দীর্ঘ বিতর্ক একটি নিয়মিত চিত্র। এই ধরনের অহেতুক বিতর্ক কোনো সমাধান আনে না, বরং অহংকার ও পারস্পরিক বিদ্বেষ বাড়ায়।

অহেতুক বিতর্ক পরিহারকারীদের জন্য রাসূল (সাঃ) সুসংবাদ দিয়ে বলেছেন:

أَنَا زَعِيمٌ بِبَيْتٍ فِي رَبَضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِقًّا

অনুবাদ: "আমি সেই ব্যক্তির জন্য জান্নাতের তলদেশে একটি প্রাসাদের নিশ্চয়তা দিচ্ছি, যে সত্যের ওপর থাকা সত্ত্বেও অহেতুক তর্ক-বিতর্ক পরিহার করে।" (সুনান আবু দাউদ, হাদিস নং: ৪৮০০)

ডিজিটাল ফিল্টারিং টেস্ট:

যেকোনো পোস্ট বা মন্তব্য করার আগে সমকালীন গবেষকগণ তিনটি প্রশ্ন করার পরামর্শ দেন:

1. এটি কি সম্পূর্ণ সত্য ও প্রমাণিত?
2. এটি কি এই মুহূর্তে বলা বা লেখা জরুরি?
3. এটি প্রকাশের মাধ্যমে কারও কোনো কল্যাণ হবে কি?

যদি কোনো একটির উত্তর নেতিবাচক হয়, তবে তা থেকে বিরত থাকাই শ্রেয়।

৪.৬ সালামের মাধ্যমে সামাজিক যোগাযোগ শুরু ও শেষ করা

সালাম কেবল একটি অভিবাদন বা আনুষ্ঠানিকতা নয়, এটি একটি পারস্পরিক শান্তির দোয়া। সামাজিক মাধ্যমে যেকোনো চ্যাটিং, পোস্ট বা ইমেলের শুরুতে ও শেষে সালামের আদান-প্রদান ইসলামি সংস্কৃতির অন্যতম সৌন্দর্য।

আল্লাহ তাআলা বলেন:

وَإِذَا حُيِّيتُم بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا

অনুবাদ: "আর যখন তোমাদের সালাম দেওয়া হয়, তখন তোমরা তার চেয়ে উত্তম অভিবাদন করো অথবা সমপরিমাণে তার জবাব দাও।" (সূরা আন-নিসা, ৪:৮৬)

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) সামাজিক বন্ধন ও ভালোবাসা বৃদ্ধিতে সালামের ভূমিকা স্পষ্ট করে বলেছেন:

لَا تَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى تُؤْمِنُوا، وَلَا تُؤْمِنُوا حَتَّى تَحَابُّوا، أَوَلَا أَدُلُّكُمْ عَلَى شَيْءٍ إِذَا فَعَلْتُمُوهُ تَحَابَبْتُمْ، أَفْشُوا السَّلَامَ بَيْنَكُمْ

অনুবাদ: "তোমরা জান্নাতে প্রবেশ করতে পারবে না যতক্ষণ না মুমিন হও; আর তোমরা মুমিন হতে পারবে না যতক্ষণ না একে অপরকে ভালোবাসবে। আমি কি তোমাদের এমন একটি কাজের কথা বলব না যা করলে তোমাদের পারস্পরিক

ভালোবাসা বৃদ্ধি পাবে? তা হলো—তোমাদের মধ্যে সালামের ব্যাপক প্রচলন করো।" (সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ৫৪)

ডিজিটাল মাধ্যমে সালামের বিকৃতি রোধ:

সোশ্যাল মিডিয়ায় অলসতাবশত "Slms", "Slm", "Ws" বা "Asa" লিখে সালাম দেওয়া বা উত্তর দেওয়া অনুচিত। হাদিস অনুযায়ী সম্পূর্ণ সালাম (আস-সালামু আলাইকুম ওয়া রাহমাতুল্লাহি ওয়া বারাকাতুহু) লিখলে ৩০টি নেকি, আংশিক লিখলে ২০টি বা ১০টি নেকি পাওয়া যায়। তাই টাইপ করার সামান্য অলসতার জন্য এই বিশাল সওয়াব থেকে বঞ্চিত হওয়া বুদ্ধিমানের কাজ নয়। একইভাবে, কথোপকথন শেষে বিদায় নেওয়ার সময়ও সালাম দেওয়া সুন্নাহর অন্তর্ভুক্ত।

৪.৭ গীবত, পরনিন্দা ও উপহাস (ট্রোলিং) থেকে বেঁচে থাকা

সামাজিক মাধ্যমের এই যুগে গীবত (Backbiting) এবং ট্রোলিং (Trolling) মহামারী আকার ধারণ করেছে। কারও ব্যক্তিগত চ্যাটের স্ক্রিনশট অনুমতি ছাড়া গ্রুপে শেয়ার করা, কারও শারীরিক ত্রুটি বা ভুল উচ্চারণ নিয়ে মিম (Meme) বানানো বা কমেন্টে ব্যঙ্গ করা ডিজিটাল গীবত ও উপহাসের শামিল।

আল্লাহ তাআলা গীবতের ভয়াবহতা প্রদর্শন করে বলেন:

وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ

অনুবাদ: "তোমরা একে অপরের গীবত করো না। তোমাদের মধ্যে কি কেউ তার মৃত ভাইয়ের গোশত খেতে পছন্দ করবে? বস্তুত তোমরা তা অপছন্দই করে থাকো।" (সূরা আল-হুজুরাত, ৪৯:১২)

একই সূরায় সামাজিক মাধ্যমে বহুল প্রচলিত 'ট্রোলিং' বা উপহাস করাকে নিষিদ্ধ করে বলা হয়েছে:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ

অনুবাদ: "হে ঈমানদারগণ! কোনো সম্প্রদায় যেন অপর কোনো সম্প্রদায়কে উপহাস না করে, কেননা তারা উপহাসকারীদের চেয়ে উত্তম হতে পারে।" (সূরা আল-হুজুরাত, ৪৯:১১)

ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে লাইক, কমেন্ট ও শেয়ারের মাধ্যমে এই পাপগুলো মুহূর্তের মধ্যে লাখো মানুষের কাছে ছড়িয়ে পড়ে, যা গুনাহর মাত্রাকে বহুগুণ বাড়িয়ে দেয় (গুনাহে জারিয়া)।

অধ্যায় উপসংহার

সামাজিক মাধ্যমের বার্তালাপে ইসলামি শিষ্টাচার বজায় রাখা কোনো ঐচ্ছিক বিষয় নয়, বরং এটি ঈমানের একটি গুরুত্বপূর্ণ দাবি। সঠিক সময়ে কথা বলা, সুন্নাহ অনুযায়ী শ্রবণ ও প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত করা, পরিচয়ে স্বচ্ছতা রাখা, শ্রোতার মানসিক অবস্থা বিবেচনা করা, অহেতুক বিতর্ক এড়িয়ে চলা, পূর্ণাঙ্গ সালামের আদান-প্রদান এবং ডিজিটাল গীবত ও ট্রোলিং থেকে নিজেকে মুক্ত রাখা—এই সাতটি মূলনীতির যথাযথ বাস্তবায়ন আমাদের অনলাইন কর্মকাণ্ডকে ইবাদতে রূপান্তর করতে পারে।

সামাজিক মিডিয়ায় সর্বাধিক ফলোয়ার, লাইক বা রিঅ্যাক্ট পাওয়া সফলতার মাপকাঠি নয়; বরং প্রকৃত সফল সেই ব্যক্তি, যার প্রতিটি ডিজিটাল ক্লিক ও শব্দ কিয়ামতের দিন মিজানের পাল্লাকে ভারী করবে। আধুনিক

পঞ্চম অধ্যায়: ডিজিটাল দাওয়াহর ধারণা ও ইসলামি ভিত্তি

ভূমিকা

এখানে মূলত মূল্যায়ন করা হয়েছে — ডিজিটাল দাওয়াহ কি আসলে ইসলামসম্মত? কুরআন ও হাদিসে কি এর কোনো ভিত্তি আছে? রাসূল (সাঃ) ও সাহাবায়ে কেরাম কি এই ধারণার পূর্বসূরি? এই প্রশ্নগুলোর উত্তর খোঁজাই এই অধ্যায়ের মূল লক্ষ্য।

আধুনিক সভ্যতা অভূতপূর্ব প্রযুক্তিগত উদ্ভাবন দ্বারা চিহ্নিত, যা বিশ্বজুড়ে বড় সাংস্কৃতিক পরিবর্তন এনেছে। ধর্ম এই ডিজিটাল বিপ্লব দ্বারা সবচেয়ে বেশি ক্ষেত্রগুলোর মধ্যে একটি। ইসলামের কেন্দ্রীয় বিষয় দাওয়াহও এর ব্যতিক্রম নয়। তথ্যপ্রযুক্তি মূলত ইসলাম প্রচারের 'ওয়াসিলাহ' বা মাধ্যম হিসেবে ব্যবহারযোগ্য, যদি তা ইসলামের মৌলিক মূলনীতি ও নৈতিকতা অনুসরণ করে পরিচালিত হয়।

৫.১ ডিজিটাল দাওয়াহর ধারণা ও সংজ্ঞা

ডিজিটাল দাওয়াহ কী?

ডিজিটাল দাওয়াহ বলতে ইন্টারনেট, সামাজিক মিডিয়া, মোবাইল অ্যাপ্লিকেশন ও অন্যান্য ডিজিটাল প্রযুক্তির মাধ্যমে ইসলামের বার্তা প্রচার ও প্রসারকে বোঝায়। এটি শুধু প্রথাগত ধর্মীয় বক্তৃতার মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়; এর মধ্যে রয়েছে ইন্টারনেটে কুরআনিক অনুস্মারক শেয়ার করা, হাদিস প্রচার করা, অনুপ্রেরণামূলক ইসলামিক ভিজ্যুয়াল কনটেন্ট তৈরি করা এবং আধুনিক যোগাযোগের মাধ্যমে মানুষের হৃদয়ে পৌঁছানো।

ডিজিটাল দাওয়াহর পরিধি অত্যন্ত বিস্তৃত। এর প্রধান ক্ষেত্রগুলো হলো:

- ফেসবুক, ইউটিউব ও টিকটকে ইসলামিক ভিডিও, রিলস ও পোস্ট।
- অনলাইন কুরআন শিক্ষা, দূরশিক্ষণ ও তাফসির ক্লাস।
- ডিজিটাল হাদিস লাইব্রেরি, বিশ্বকোষ ও ইসলামিক মোবাইল অ্যাপস।
- ওয়েবিনার, লাইভ স্ট্রিমিং ও অনলাইন ইসলামিক সেমিনার।
- পডকাস্ট ও ইসলামিক অডিও লেকচার সিরিজ।
- ই-বুক ও ডিজিটাল ফরম্যাটে রূপান্তরিত ইসলামিক গ্রন্থ।

বর্তমানে ডিজিটাল ধর্মচর্চা অনলাইন কনটেন্টের সবচেয়ে দ্রুত বর্ধনশীল ক্ষেত্রগুলোর একটি হিসেবে আত্মপ্রকাশ করেছে।

ডিজিটাল দাওয়াহর স্তরবিন্যাস

একটি কার্যকর ডিজিটাল দাওয়াহ প্রক্রিয়াকে মূলত তিনটি স্তরে বিভক্ত করা যায়:

১. **তথ্য প্রদান:** ইসলাম সম্পর্কে সঠিক ও বিশুদ্ধ তথ্য বিশ্ববাসীর কাছে পৌঁছে দেওয়া।

২. **অনুপ্রেরণা:** মানুষের হৃদয়ে ঈমানি চেতনা ও নৈতিকতার আলো জ্বালানো।

৩. **রূপান্তর:** মানুষকে বাস্তব জীবনে ইসলামের পূর্ণাঙ্গ অনুসরণের দিকে আহ্বান করা এবং তাদের জীবন পরিবর্তনে সহায়তা করা।

গবেষণায় দেখা গেছে, ডিজিটাল দাওয়াহর কার্যকারিতা মূলত কনটেন্টের মান, উপস্থাপনা পদ্ধতি এবং লক্ষ্য শ্রোতার (Target Audience) মনস্তত্ত্বের উপর নির্ভর করে। যেমন— তরুণ প্রজন্মের কাছে পৌঁছানোর জন্য সংক্ষিপ্ত ভিডিও প্ল্যাটফর্ম (যেমন TikTok) বেশি কার্যকর, যেখানে গভীর ও তাত্ত্বিক ইসলামিক বিষয়বস্তু উপস্থাপনে তুলনামূলক দীর্ঘ ফরম্যাট বা ভিজ্যুয়াল প্ল্যাটফর্ম (যেমন Instagram/Facebook) বেশি সহায়ক।

৫.২ ডিজিটাল দাওয়াহর ইসলামি ভিত্তি

ফিকহের মূলনীতি: মূল হুকুম বৈধতা

ইসলামি আইনের (উসুলুল ফিকহ) একটি মৌলিক বৈশ্বিক নীতি হলো:

الأَصْلُ فِي الأَشْيَاءِ الإِبَاحَةُ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

অনুবাদ: "সকল বস্তু ও মাধ্যমের ক্ষেত্রে মূল হুকুম হলো বৈধতা, যতক্ষণ না তার হারামের পক্ষে কোনো স্পষ্ট দলিল পাওয়া যায়।"

(উৎস: ইমাম আস-সুয়ুতি ও ইমাম ইবনে তাইমিয়া কর্তৃক উদ্ধৃত)

এই মূলনীতি অনুযায়ী, সামাজিক মিডিয়া ও প্রযুক্তি ব্যবহার করে ইসলামের বার্তা প্রচার করা সম্পূর্ণ বৈধ ও মুস্তাহাব — কারণ এটিকে নিষিদ্ধ বলার মতো কোনো শরীয়াহ ভিত্তি নেই। বরং কুরআন ও হাদিস স্পষ্টভাবে দাওয়াহর যে সাধারণ নির্দেশ দিয়েছে, তা বাস্তবায়নে এটি একটি আধুনিক মাধ্যম।

মাসলাহাহ মুরসালাহ: সামাজিক কল্যাণের নীতি

ইসলামি ফিকহে 'মাসলাহাহ মুরসালাহ' বা জনকল্যাণের নীতি একটি গুরুত্বপূর্ণ আইনি উৎস। এই নীতি অনুযায়ী, যে বিষয়ে কুরআন বা হাদিসে সরাসরি সুনির্দিষ্ট নির্দেশনা বা নিষেধাজ্ঞা নেই, কিন্তু যা ইসলামের পাঁচটি মূল লক্ষ্য (দীন, জীবন, বুদ্ধি, বংশ ও সম্পদ) রক্ষায় সরাসরি সহায়ক, তা শরীয়তের দৃষ্টিতে গ্রহণযোগ্য।

ডিজিটাল দাওয়াহ স্পষ্টতই বর্তমান যুগে দীন ও আকিদা রক্ষায় সবচেয়ে বড় ভূমিকা রাখছে। ইসলামি আইনশাস্ত্র নতুন প্রযুক্তির মূল্যায়নে প্রধানত তিনটি মূলনীতি ব্যবহার করে: **মাসলাহাহ মুরসালাহ** (জনকল্যাণ), **উর্ফ** (প্রচলিত ইতিবাচক রীতি) এবং **সাদ্দুজ-জারায়ি** (ক্ষতি প্রতিরোধ)। এই নীতিত্রয়ের আলোকে সামাজিক মিডিয়ায় দাওয়াহ কেবল বৈধই নয়, বরং বর্তমান যুগের প্রেক্ষাপটে অত্যন্ত উৎসাহিত একটি কাজ।

৫.৩ কুরআন থেকে দলিল

দাওয়াহর সার্বজনীন আদেশ

কুরআনে দাওয়াহর যে আদেশ দেওয়া হয়েছে, তা কোনো নির্দিষ্ট স্থান, কাল বা প্রযুক্তির সাথে সীমাবদ্ধ নয়। আল্লাহ তাআলা বলেন:

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ اُمَّةٌ يَّدْعُوْنَ اِلَى الْخَيْرِ وَيَاْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَاُولٰٓئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ

অনুবাদ: "আর যেন তোমাদের মধ্য থেকে এমন একটি দল হয়, যারা কল্যাণের প্রতি আহ্বান করবে, ভালো কাজের আদেশ দেবে এবং মন্দ কাজ থেকে নিষেধ করবে। আর তারাই সফলকাম।"

(সূরা আলে-ইমরান, ৩:১০৪)

এই আয়াতে 'উম্মাহ' (একটি সংগঠিত দল) শব্দ ব্যবহার করা হয়েছে। আধুনিক প্রেক্ষাপটে এই সাংগঠনিক কাঠামোর চমৎকার উদাহরণ হতে পারে একটি ইসলামিক ডিজিটাল কনটেন্ট টিম, একটি ইউটিউব চ্যানেলের পরিচালনা পর্ষদ, কিংবা কোনো ইসলামি গবেষণা ওয়েবসাইটের সম্পাদকমণ্ডলী। যেহেতু কুরআন সুনির্দিষ্ট কোনো টেকনিক্যাল পদ্ধতি নির্দেশ করেনি, সেহেতু মূল উদ্দেশ্য (কল্যাণের আহ্বান) পূরণের জন্য যেকোনো বৈধ মাধ্যম ব্যবহার করা বৈধ।

সকল সামর্থ্য ব্যবহারের নির্দেশ

আল্লাহ তাআলা মুমিনদের তাদের সর্বোচ্চ সামর্থ্য ও আধুনিক প্রযুক্তিগত শক্তি ব্যবহার করে সত্য প্রতিষ্ঠার নির্দেশ দিয়েছেন:

وَأَعِدُّواْ لَهُم مَّا اسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللهِ وَعَدُوَّكُمْ

অনুবাদ: "তোমরা তাদের বিরুদ্ধে যতটুকু পারো শক্তি ও বাঁধা ঘোড়া প্রস্তুত রাখো, যা দিয়ে তোমরা আল্লাহর শত্রু ও তোমাদের শত্রুকে ভীত (সতর্ক) করবে।"

(সূরা আল-আনফাল, ৮:৬০)

এই আয়াতটি সামরিক প্রেক্ষাপটে নাজিল হলেও, মুফাসসিরিন ও ফকিহগণ এটিকে ব্যাপকভাবে প্রয়োগ করেছেন। ইমাম ইবনে কাসির (রহ.) তাঁর তাফসিরে উল্লেখ করেছেন যে, এই আয়াতে প্রতিটি যুগে সে যুগের সবচেয়ে যুগোপযোগী ও শক্তিশালী উপায় ব্যবহার করার সাধারণ নির্দেশ রয়েছে। একবিংশ শতাব্দীতে মানুষের চিন্তাভাবনা ও সমাজকে প্রভাবিত করার সবচেয়ে বড় 'ক্বুওয়াহ' বা শক্তি হলো ডিজিটাল মিডিয়া।

সত্যের সাক্ষী হওয়ার দায়িত্ব

আল্লাহ মুসলিম উম্মাহকে বিশ্বমঞ্চে সত্যের আলোকবর্তিকা হিসেবে নির্ধারণ করেছেন:

وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِّتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا

অনুবাদ: "এইভাবে আমি তোমাদেরকে মধ্যপন্থী উম্মত করেছি, যাতে তোমরা মানুষের উপর সাক্ষী হও এবং রাসূল তোমাদের উপর সাক্ষী হন।"

(সূরা আল-বাকারা, ২:১৪৩)

মানবজাতির সামনে ইসলামের সত্য ও সুন্দর রূপ উপস্থাপন করা এই সাক্ষ্যদানের মূল দাবি। সামাজিক মিডিয়ায় কোটি কোটি মানুষের টাইমলাইনে ইসলামের ইতিবাচক বার্তা পৌঁছে দেওয়া এই বৈশ্বিক সাক্ষ্যদানের একটি আধুনিক ও বৈপ্লবিক সুযোগ।

জ্ঞান অনুযায়ী দাওয়াহর নির্দেশ

দাওয়াহ যে নিছক আবেগ নয়, বরং গভীর জ্ঞান ও কৌশলভিত্তিক হতে হবে, তা কুরআনে স্পষ্ট করা হয়েছে:

قُلْ هَٰذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللهِ ۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي

অনুবাদ: "বলো, এটাই আমার পথ। আমি বসিরাত বা দূরদৃষ্টির সাথে আল্লাহর দিকে আহ্বান করি — আমি এবং আমার অনুসরণকারীরা।"

(সূরা ইউসুফ, ১২:১০৮)

'বাসিরাত' শব্দের অর্থ গভীর জ্ঞান, সুনিশ্চিত প্রমাণ ও দূরদর্শিতা। ডিজিটাল দাওয়াহর ক্ষেত্রে এই বাসিরাতের তিনটি দিক রয়েছে: ইসলামিক শরীয়াহর বিশুদ্ধ জ্ঞান, আধুনিক

প্রযুক্তি ও অ্যালগরিদম সম্পর্কে ধারণা এবং শ্রোতাদের মনস্তত্ত্ব বোঝার যোগাযোগ দক্ষতা।

ইসলামি বার্তা প্রচারের সাধারণ দায়িত্ব

আল্লাহ তাআলা সত্য বার্তা বিশ্বব্যাপী পৌঁছে দেওয়ার সাধারণ নির্দেশ দিয়ে বলেন:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ ۖ وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ

অনুবাদ: "হে রাসূল! আপনার রবের পক্ষ থেকে আপনার প্রতি যা নাজিল হয়েছে তা পৌঁছে দিন। যদি না করেন তাহলে তাঁর বার্তা পৌঁছানো হলো না।"

(সূরা আল-মায়িদাহ, ৫:৬৭)

রাসূলুল্লাহ (সাঃ)-এর মূল মিশন ছিল দ্বীনকে মানুষের দোরগোড়ায় পৌঁছে দেওয়া। তাঁর উম্মত হিসেবে সেই একই 'পৌঁছে দেওয়া' বা 'তাবলিগ'-এর দায়িত্ব এখন আমাদের কাঁধে, যার সবচেয়ে বড় চারণভূমি হলো বর্তমানের ডিজিটাল স্পেস।

৫.৪ হাদিস থেকে দলিল

একটি আয়াত হলেও পৌঁছে দাও

ডিজিটাল দাওয়াহর সবচেয়ে সরাসরি ও অনুপ্রেরণামূলক হাদিসগত দলিল হলো:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

অনুবাদ: "আমার পক্ষ থেকে (মানুষের কাছে বার্তা) পৌঁছে দাও, যদিও তা একটি মাত্র আয়াত হয়।"

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ৩৪৬১)

এই নির্দেশনায় কোনো নির্দিষ্ট মাধ্যমের সীমাবদ্ধতা দেওয়া হয়নি। সোশ্যাল মিডিয়ায় একটি নির্ভরযোগ্য আয়াত পোস্ট করা, মেসেঞ্জারে একটি সহিহ হাদিস ইনবক্স করা বা ইউটিউবে শিক্ষণীয় শর্টস আপলোড করা — সবই এই হাদিসের সরাসরি বাস্তবায়ন।

কল্যাণের পথ দেখানোর পুরস্কার

ডিজিটাল মাধ্যমে ভালো কনটেন্ট শেয়ার বা প্রচার করার সওয়াব সম্পর্কে রাসূল (সাঃ) বলেন:

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

অনুবাদ: "যে ব্যক্তি কোনো কল্যাণের পথ দেখিয়ে দেয়, সে ওই কাজ সম্পাদনকারীর সমান পুরস্কার পাবে।"

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ১৮৯৩)

ভার্চুয়াল জগতে এই হাদিসের প্রভাব বহুমাত্রিক। একটি ইসলামিক পোস্ট বা ভিডিও শেয়ার করার পর যতজন মানুষ সেটি দেখে নিজের জীবন সংশোধন করবেন, তাদের সবার আমলনামার সমপরিমাণ সওয়াব মূল শেয়ারকারীও পাবেন, যা মূল আমলকারীদের সওয়াবে কোনো ঘাটতি করবে না।

উপকারী জ্ঞানের সাদাকায়ে জারিয়াহ

ডিজিটাল কনটেন্টের একটি বড় বৈশিষ্ট্য হলো এর স্থায়িত্ব। এই দীর্ঘমেয়াদি প্রভাবের চমৎকার মিল পাওয়া যায় নিচের হাদিসটিতে:

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ وَعِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ وَوَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ

অনুবাদ: "মানুষ যখন মারা যায়, তখন তার সমস্ত আমল বন্ধ হয়ে যায়, তিনটি মাধ্যম ব্যতীত: সাদাকায়ে জারিয়াহ, এমন জ্ঞান যা থেকে মানুষ উপকৃত হয়, এবং সৎ সন্তান যে তার জন্য দুআ করে।"

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ১৬৩১)

একটি মানসম্মত অনলাইন কোর্স, ডিজিটাল লাইব্রেরি বা দাওয়াহ ভিত্তিক ইউটিউব চ্যানেল — যা থেকে মানুষ দিনের পর দিন সঠিক জ্ঞান অর্জন করছে, তা নির্মাতার মৃত্যুর পরও তাঁর জন্য 'ইলমুন ইউন্তাফাউ বিহি' (উপকারী জ্ঞান) হিসেবে আমলনামায় পুণ্য যোগ করতে থাকবে।

মানুষকে হিদায়াতে সাহায্যের মর্যাদা

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) খায়বারের যুদ্ধে হযরত আলী (রাঃ)-কে লক্ষ্য করে বলেছিলেন:

فَوَاللَّهِ لَأَنْ يَهْدِيَ اللَّهُ بِكَ رَجُلاً وَاحِداً خَيْرٌ لَكَ مِنْ أَنْ يَكُونَ لَكَ حُمْرُ النَّعَمِ

অনুবাদ: "আল্লাহর কসম! তোমার মাধ্যমে যদি আল্লাহ একজন মানুষকেও হিদায়াত দেন, তবে তা তোমার জন্য তৎকালীন আরবের সবচেয়ে মূল্যবান সম্পদ 'লাল উট' লাভ করার চেয়েও উত্তম।"

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ৩৭০১)

ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে একটি গঠনমূলক পোস্টের মাধ্যমে যদি পথভ্রষ্ট কোনো একক ব্যক্তিও সত্যের সন্ধান পান, তবে তা একজন মুমিনের জন্য পার্থিব সমস্ত সম্পদের চেয়ে শ্রেষ্ঠ প্রাপ্তি।

নতুন ভালো প্রথার পুণ্য

প্রযুক্তির সঠিক ব্যবহারের মাধ্যমে দাওয়াহর নতুন দ্বার উন্মোচন করাও এই হাদিসের অন্তর্ভুক্ত:

مَنْ سَنَّ فِي الإِسْلاَمِ سُنَّةً حَسَنَةً فَلَهُ أَجْرُهَا وَأَجْرُ مَنْ عَمِلَ بِهَا بَعْدَهُ

অনুবাদ: "যে ব্যক্তি ইসলামে কোনো ভালো রীতির প্রচলন করে, তার জন্য রয়েছে তার নিজস্ব পুরস্কার এবং যারা পরবর্তীতে তার ওপর আমল করবে তাদের সমপরিমাণ পুরস্কার।"

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ১০১৭)

১.৫ সাহাবা ও নবী (সাঃ)-এর দাওয়াহ অনুশীলন থেকে শিক্ষা

রাসূল (সাঃ): দূরযোগাযোগের অগ্রদূত

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) তাঁর সমকালীন যুগের সমস্ত উপলব্ধ মিডিয়া বা যোগাযোগ মাধ্যমকে ইসলামের স্বার্থে ব্যবহার করেছেন। এর সবচেয়ে বড় প্রমাণ হলো ৬২৯ খ্রিষ্টাব্দের ঐতিহাসিক 'চিঠি বা কূটনৈতিক মিশন'। তিনি তৎকালীন বিশ্বের প্রধান ছয়জন রাষ্ট্রনেতার কাছে ইসলামের দাওয়াত দিয়ে বিশেষ দূত মারফত চিঠি পাঠিয়েছিলেন:

- পারস্যের সম্রাট (কিসরা)
- বাইজান্টাইন সম্রাট (হিরাক্লিয়াস)
- আবিসিনিয়ার শাসক (নাজ্জাশি)
- মিশরের শাসক (মুকাউকাস)
- ঘাসানি রাজপুত্র এবং বাহরাইনের শাসক মুনজির ইবনে সাওয়া।

তৎকালীন যুগে এই আন্তর্জাতিক চিঠিপত্রই ছিল সবচেয়ে আধুনিক ও কার্যকর দূরযোগাযোগ মাধ্যম। রাসূল (সাঃ) নিজে মদিনায় অবস্থান করেও এই মাধ্যমের সাহায্যে রোম ও পারস্য সাম্রাজ্যের কেন্দ্রবিন্দুতে ইসলামের বার্তা পৌঁছে দিয়েছিলেন। ইমাম ইবনে তাইমিয়ার বিখ্যাত উক্তি অনুযায়ী — "যা আল্লাহর আদেশ পালনে সহায়তা করে, তা যে মাধ্যমেই হোক — ব্যবহার করা বৈধ এবং কখনো কখনো ওয়াজিব।"

মুসআব ইবনে উমায়ের (রাঃ): টার্গেটেড দাওয়াহর আদর্শ

হিজরতের পূর্বে মদিনার পটভূমি প্রস্তুত করার জন্য রাসূল (সাঃ) তরুণ সাহাবি হযরত মুসআব ইবনে উমায়ের (রাঃ)-কে মদিনায় পাঠান। তিনি ছিলেন ইসলামের প্রথম অন-ফিল্ড 'দাওয়াহ অ্যাম্বাসেডর'। তাঁর মদিনা মিশন থেকে আধুনিক ডিজিটাল কনটেন্ট

ক্রিয়েটরদের জন্য বড় শিক্ষা রয়েছে: তিনি তাঁর লক্ষ্য জনগোষ্ঠীকে (Target Audience) সুনির্দিষ্টভাবে চিনেছিলেন, তাদের নিজস্ব ভাষা ও সংস্কৃতিতে পরম মমতায় কথা বলেছিলেন এবং ব্যক্তিগত চমৎকার আচরণের মাধ্যমে মানুষের হৃদয়ে জায়গা করে নিয়েছিলেন।

মুআজ ইবনে জাবাল (রাঃ): ধাপে ধাপে (Strategic) দাওয়াহ

হযরত মুআজ ইবনে জাবাল (রাঃ) ছিলেন হালাল ও হারামের বিষয়ে উম্মতের অন্যতম শ্রেষ্ঠ জ্ঞানী সাহাবি। রাসূল (সাঃ) যখন তাঁকে ইয়েমেনে ইসলামের প্রতিনিধি হিসেবে পাঠান, তখন একটি সুনির্দিষ্ট কৌশলগত গাইডলাইন দিয়েছিলেন:

إِنَّكَ تَأْتِي قَوْمًا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ، فَلْيَكُنْ أَوَّلَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ عِبَادَةُ اللَّهِ، فَإِذَا عَرَفُوا اللَّهَ فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ فَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ

অনুবাদ: "তুমি আহলে কিতাব (ইহুদি ও খ্রিস্টান) সম্প্রদায়ের কাছে যাচ্ছ। সুতরাং প্রথমে তাদের আল্লাহর ইবাদত তথা তাওহীদের দিকে ডাকো। যখন তারা আল্লাহকে চিনবে ও মেনে নেবে, তখন তাদের জানাও যে আল্লাহ তাদের উপর দিনে-রাতে পাঁচ ওয়াক্ত নামাজ ফরজ করেছেন।"

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ১৩৯৫)

ইয়েমেনে তাঁর এই ধাপে ধাপে দাওয়াত দেওয়ার পদ্ধতি এতটাই সফল ছিল যে, স্বল্প সময়ের মধ্যে সেখানে ইসলাম পূর্ণাঙ্গ রূপ পায় এবং রাষ্ট্রীয়ভাবে যাকাত ব্যবস্থা প্রতিষ্ঠিত হয়। ডিজিটাল দাওয়াহতেও এই ক্রমধারা অত্যন্ত জরুরি। সাধারণ বা অমুসলিম পাঠকদের শুরুতে জটিল ফিকহি মাসআলা বা কঠোর বিধিনিষেধের পোস্ট না দেখিয়ে প্রথমে আল্লাহর পরিচয়, ইসলামের মানবিক সৌন্দর্য এবং রাসূল (সাঃ)-এর চমৎকার জীবনী তুলে ধরা উচিত।

রাশিদুন খলিফাদের দাওয়াহ: প্রাতিষ্ঠানিক ও কনটেন্ট ডিস্ট্রিবিউশন

খলিফাদের যুগে দাওয়াহ আরও প্রাতিষ্ঠানিক রূপ পায়:

- **হযরত আবু বকর (রাঃ):** তাঁর সময়েই প্রথম কুরআনকে একক গ্রন্থ আকারে সংকলন করা হয়, যা ছিল ইসলামের প্রথম লিখিত 'মাস্টার কনটেন্ট'। তিনি নিজের বিনম্র ও আকর্ষণীয় চরিত্রের মাধ্যমে বহু মানুষকে ইসলামের ছায়াতলে এনেছিলেন।
- **হযরত উমার (রাঃ):** তিনি দাওয়াহ ব্যবস্থাকে সম্পূর্ণ বিকেন্দ্রীকরণ ও প্রাতিষ্ঠানিক রূপ দেন। তিনি সিরিয়া ও ফিলিস্তিনের বিভিন্ন অঞ্চলে উবাদাহ ইবনে সামিত, আবু দারদা এবং মুআজ ইবনে জাবালের মতো প্রখ্যাত

সাহাবিদের শিক্ষক ও প্রচারক হিসেবে নিয়োগ করে পাঠান। এটি ছিল তৎকালীন যুগের সবচেয়ে বড় 'দাওয়াহ নেটওয়ার্ক'।

- **হযরত উসমান (রাঃ):** তাঁর আমলে কুরআনের প্রামাণিক কপিগুলো তৈরি করে বিশ্বের প্রধান প্রধান প্রশাসনিক কেন্দ্রে পাঠানো হয়। আধুনিক পরিভাষায় এটি ছিল বিশ্বের প্রথম ও সর্ববৃহৎ 'কনটেন্ট ডিস্ট্রিবিউশন প্রজেক্ট'।

৫.৬ ডিজিটাল দাওয়াহর একটি প্রস্তাবিত ইসলামি কাঠামো

কুরআন, হাদিস ও সাহাবায়ে কেরামের সুন্নাহর আলোকে আধুনিক ডিজিটাল দাওয়াহ পরিচালনার জন্য একটি পাঁচ স্তরবিশিষ্ট ইসলামি কাঠামো (Framework) প্রস্তাব করা হলো:

১. **ইখলাস (বিশুদ্ধ নিয়ত):** ডিজিটাল জগতের মূল ফাঁদ হলো সস্তা জনপ্রিয়তা। তাই প্রতিটি পোস্ট, ভিডিও বা কনটেন্ট তৈরির পূর্বে নিয়তকে লাইক, কমেন্ট, সাবস্ক্রাইবার বা বিজ্ঞাপনী আয়ের মোহ থেকে মুক্ত করে কেবল আল্লাহর সন্তুষ্টির জন্য নিবেদিত করতে হবে।

২. **ইলম (সঠিক জ্ঞান):** একজন ডিজিটাল ডায়ীর দুই ধরনের জ্ঞান থাকা আবশ্যক — প্রথমত, শরীয়াহর বিশুদ্ধ জ্ঞান (যাতে কোনো জাল বা ভিত্তিহীন তথ্য ছড়াতে না পারে); দ্বিতীয়ত, প্রযুক্তিগত জ্ঞান (ভিডিও এডিটিং, কপিরাইটিং ও প্ল্যাটফর্ম অ্যালগরিদম)।

৩. **হিকমত (প্রজ্ঞা):** সঠিক কথা, সঠিক সময়ে, সঠিক পাত্রে এবং সবচেয়ে সুন্দর উপায়ে উপস্থাপন করাই হলো প্রজ্ঞা বা হিকমত।

৪. **সিদক (সত্যনিষ্ঠা):** যেকোনো তথ্য বা হাদিস শেয়ার করার আগে তার উৎস ও সত্যতা শতভাগ যাচাই (Fact-Check) করে নেওয়া।

৫. **সবর (ধৈর্য):** ভাইরাল হওয়ার মানসিকতা বর্জন করে, তাৎক্ষণিক ফলাফলের আশা না করে দীর্ঘমেয়াদি কল্যাণ কামনায় ধৈর্যের সাথে কাজ চালিয়ে যাওয়া।

অধ্যায় উপসংহার

পঞ্চম অধ্যায়ের সামগ্রিক আলোচনায় এটি সুস্পট যে, ডিজিটাল দাওয়াহ কোনো নতুন দ্বীন বা বিদআত নয়, বরং এটি দ্বীন প্রচারের একটি আধুনিক ও বৈধ 'ওয়াসিলাহ' বা মাধ্যম। কুরআনের সার্বজনীন নির্দেশ, হাদিসের বিপুল পুরস্কারের ঘোষণা এবং রাসূল (সাঃ) ও সাহাবায়ে কেরামের যুগোপযোগী মিডিয়া ব্যবহারের ঐতিহাসিক দৃষ্টান্ত প্রমাণ করে যে, বর্তমান যুগে তথ্যপ্রযুক্তির ব্যবহার মুসলিম উম্মাহর জন্য সময়ের সবচেয়ে বড় দাবি।

ষষ্ঠ অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ার ইতিবাচক ও নেতিবাচক প্রভাব

৬.১ ভূমিকা

ডিজিটাল যুগে সামাজিক মিডিয়া মানবজীবনের এক অপরিহার্য বাস্তবতায় পরিণত হয়েছে। বিশেষত বাংলাদেশের মতো মুসলিমপ্রধান দেশে, যেখানে ২০২৪ সালের শুরুতে মোট ইন্টারনেট ব্যবহারকারীর সংখ্যা ছিল ৭৭.৩৬ মিলিয়ন এবং সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারকারীর সংখ্যা ৫২.৯০ মিলিয়ন — সেখানে ইসলামি দাওয়াহর গতি-প্রকৃতি, বিস্তার ও প্রভাব সম্পর্কে একটি বাস্তবসম্মত মূল্যায়ন অত্যন্ত জরুরি।

সামাজিক মিডিয়া একটি দ্বি-ধারী তরবারির মতো। এটি যেমন ইসলামি জ্ঞানের অসীম ভাণ্ডার উন্মুক্ত করেছে, তেমনি এটি জাল হাদিস, অযোগ্য মুফতির ফতোয়া, এবং বিভ্রান্তিকর ধর্মীয় কনটেন্টের বিস্তারের ক্ষেত্রও তৈরি করেছে। ফলে মুসলিম সমাজ আজ এক নতুন ফিতনার মুখোমুখি — যেখানে জ্ঞানের পথ এবং বিভ্রান্তির পথ প্রায়শই একই ডিজিটাল স্থান ভাগ করে নেয়।

এই অধ্যায়ে আমরা সামাজিক মিডিয়ার ইতিবাচক দিকগুলো যেমন — ইসলামি জ্ঞানের সহজলভ্যতা, বৈশ্বিক উম্মাহ সংযোগ, তরুণ প্রজন্মের কাছে ইসলাম পৌঁছানো এবং ইবাদতে প্রেরণা — তা বিশ্লেষণ করব। পাশাপাশি নেতিবাচক দিকগুলো যেমন — ভুল ব্যাখ্যা, সাম্প্রদায়িক বিভক্তি, পরিচয় সংকট, জাল হাদিসের বিস্তার এবং হারাম কনটেন্টের সহজলভ্যতা — সে বিষয়েও আলোকপাত করব। কুরআন ও হাদিসের আলোকে এই দুই দিকের মূল্যায়ন করা এই অধ্যায়ের মূল লক্ষ্য।

৬.২ ইসলামি জ্ঞানের সহজলভ্যতা ও প্রসার

সামাজিক মিডিয়া ও ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মের আবির্ভাবের পূর্বে ইসলামি জ্ঞান অর্জনের ক্ষেত্রে ভৌগোলিক, অর্থনৈতিক এবং সামাজিক সীমাবদ্ধতা ছিল অনেক। মাদ্রাসায় পড়াশোনার সুযোগ, আলেমদের সান্নিধ্য লাভ কিংবা বড় বড় কিতাব সংগ্রহ করা — এ সবই ছিল সীমিত মানুষের নাগালে। কিন্তু ডিজিটাল যুগে এই চিত্র আমূল বদলে গেছে।

YouTube বাংলাদেশে ৩৩.৬০ মিলিয়ন ব্যবহারকারী নিয়ে একটি শক্তিশালী ইসলামি শিক্ষার প্ল্যাটফর্মে পরিণত হয়েছে। বিখ্যাত আলেমদের দরস, তাফসির বক্তৃতা, আরবি শিক্ষার কোর্স — সবই এখন যেকোনো স্থান থেকে বিনামূল্যে দেখা সম্ভব। ২০১৫ সালে ইন্দোনেশিয়ার একজন মুসলিম কনটেন্ট ক্রিয়েটর YouTube-এ ইসলামি শিক্ষামূলক চ্যানেল শুরু করেন এবং পাঁচ বছরের মধ্যে ১০ মিলিয়নেরও বেশি অনুসরণকারী অর্জন করেন — এই উদাহরণ ডিজিটাল দাওয়াহর বৈশ্বিক সম্ভাবনার প্রমাণ।

মহান আল্লাহ কুরআনে জ্ঞান অর্জন ও প্রচারের গুরুত্ব বারবার তুলে ধরেছেন। জ্ঞানের এই ব্যাপক প্রসারকে কুরআনের নির্দেশনার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হিসেবে দেখা যায়:

وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا

(সূরা ত্বা-হা, ২০:১১৪)

অর্থ: 'এবং বলো, হে আমার প্রতিপালক! আমার জ্ঞান বৃদ্ধি করে দাও।' — এই দু'আ শুধু মসজিদের চার দেওয়ালের মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়; বরং ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে ইসলামি জ্ঞান অন্বেষণও এই আয়াতের চেতনার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ।

এখন অনলাইনে ইসলামি বই, গবেষণাপত্র এবং ফতোয়া প্রদান করছে। এছাড়াও ' মোবাইল অ্যাপ্লিকেশনটি বাংলাদেশের সাধারণ মুসলিমদের মধ্যে ব্যাপক জনপ্রিয়তা অর্জন করেছে, যা কুরআন তিলাওয়াত, হাদিস, ইসলামি প্রশ্নোত্তর এবং যাকাত হিসাব করার সুবিধা দিচ্ছে।

সামগ্রিকভাবে বলা যায়, ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মের মাধ্যমে ইসলামি জ্ঞানের গণতন্ত্রায়ন ঘটেছে — অর্থাৎ এখন সমাজের সকল স্তরের মানুষ, প্রত্যন্ত গ্রাম থেকে শুরু করে শহরের ব্যস্ত মানুষ পর্যন্ত, ইসলামের মৌলিক জ্ঞান সহজেই অর্জন করতে পারছে।

৬.৩ বিশ্বব্যাপী মুসলিম উম্মাহর সাথে সংযোগ — ভার্চুয়াল উম্মাহ

ইসলামের এক মৌলিক শিক্ষা হলো উম্মাহ বা মুসলিম জাতিসত্তার ঐক্য। রাসূলুল্লাহ (সাঃ) বলেছেন:

مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادِّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ مَثَلُ الْجَسَدِ إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং ২৫৮৬)

অর্থ: 'মুমিনদের পরস্পরের প্রীতি, দয়া ও সহানুভূতির দৃষ্টান্ত হলো একটি দেহের মতো। যখন এর একটি অঙ্গ পীড়িত হয়, তখন সমগ্র দেহ জ্বর ও অনিদ্রায় তার সাথে কষ্ট ভোগ করে।'

সামাজিক মিডিয়া এই উম্মাহর ঐক্যের অনুভূতিকে ডিজিটাল ভার্চুয়াল জগতে বাস্তবে রূপ দিয়েছে। ফিলিস্তিনে যখন কোনো দুর্যোগ ঘটে, বাংলাদেশের মুসলিমরা মুহূর্তের মধ্যে Facebook এবং WhatsApp-এ সংবাদ জানতে পারছেন এবং দু'আ ও সহায়তার উদ্যোগ নিচ্ছেন। রমজান মাসে বিশ্বের বিভিন্ন দেশের মুসলিমরা সোশ্যাল মিডিয়ায় একে অপরের সাথে ইফতারের আয়োজন, তারাবির অনুভূতি এবং কুরআন তিলাওয়াতের অভিজ্ঞতা শেয়ার করছেন।

এটি এক ধরনের 'ভার্চুয়াল উম্মাহ' তৈরি করেছে যেখানে ভৌগোলিক দূরত্ব অতিক্রম করে মুসলিমরা পরস্পরের সাথে সংযুক্ত থাকছেন। গবেষকরা এই ঘটনাকে 'Digital Ummah' হিসেবে আখ্যায়িত করেছেন।

বাংলাদেশে বিদেশে বসবাসরত প্রায় ১ কোটিরও বেশি মুসলিম — মধ্যপ্রাচ্য, মালয়েশিয়া, ইউরোপ ও আমেরিকায় — সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে দেশের আলেমদের বক্তৃতা শুনছেন, শুক্রবারের খুতবা দেখছেন, এবং ইসলামি আলোচনায় অংশ নিচ্ছেন। এই সংযোগ তাদের ধর্মীয় পরিচয় রক্ষা এবং আধ্যাত্মিক সংযোগ বজায় রাখতে বিশাল ভূমিকা রাখছে।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) আরো বলেছেন:

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ২৪৪২)

অর্থ: 'একজন মুসলিম আরেকজন মুসলিমের ভাই — সে তাকে অত্যাচার করে না এবং তাকে (বিপদের মুখে) ছেড়ে দেয় না।' সামাজিক মিডিয়া এই ভ্রাতৃত্বের বন্ধনকে বৈশ্বিক পরিসরে প্রসারিত করেছে।

৬.৪ নতুন প্রজন্মের কাছে ইসলাম পৌঁছানো

বাংলাদেশে TikTok-এর ৩৭.৩৬ মিলিয়ন ব্যবহারকারী— যাদের বড় অংশ ১৮ থেকে ৩৫ বছর বয়সী তরুণ প্রজন্ম — তারা ছোট ছোট ভিডিও কনটেন্টের মাধ্যমে ইসলামের সৌন্দর্য, নৈতিক শিক্ষা এবং ইসলামি জীবনাচারের সাথে পরিচিত হচ্ছে। এই প্ল্যাটফর্মে ইসলামি দাওয়াহর এক নতুন ধারা তৈরি হয়েছে, যেখানে আলেম-ওলামাগণ তরুণদের ভাষায়, তাদের পরিচিত ফর্ম্যাটে ইসলামের বার্তা পৌঁছে দিচ্ছেন।

AlQuranClasses.com-এর গবেষণাপত্র (2024) জানাচ্ছে যে, তরুণ মুসলিমরা এখন vlog, infographics এবং podcast-এর মাধ্যমে ইসলামি শিক্ষায় অংশগ্রহণ করছে — যা তাদের ধর্মীয় বিষয়ে গভীরতর উপলব্ধি এবং আলোচনার সুযোগ তৈরি করছে। এই পদ্ধতি শুধু তরুণ মুসলিমদের নয়, অমুসলিমদের কাছেও ইসলামকে সহজে উপস্থাপন করার এক অভূতপূর্ব সুযোগ তৈরি করেছে।

পরিসংখ্যান বলছে, বিশ্বের ৫৮% তরুণ ধর্মীয় শিক্ষার জন্য সামাজিক মিডিয়ার উপর নির্ভরশীল। এই বাস্তবতায় ডিজিটাল দাওয়াহকে কার্যকর করতে না পারলে এক বিশাল প্রজন্ম ধর্মীয় শিক্ষার সঠিক উৎস থেকে বঞ্চিত হওয়ার আশঙ্কা রয়েছে।

আল্লাহ তা'আলা বলেন:

ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ

(সূরা আন-নাহল, ১৬:১২৫ —

অর্থ: 'তোমার প্রতিপালকের পথে হিকমত ও সুন্দর উপদেশ দ্বারা আহ্বান করো।' এখানে 'হিকমত' মানে প্রজ্ঞা ও কৌশল — এবং তরুণ প্রজন্মের কাছে পৌঁছানোর জন্য TikTok ও YouTube-এর মতো প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করা এই হিকমতেরই একটি আধুনিক রূপ।

৬.৫ ব্যক্তিগত ইবাদত ও অনুশীলনে প্রেরণা

সামাজিক মিডিয়া মুসলিমদের ব্যক্তিগত ইবাদত ও আধ্যাত্মিক অনুশীলনেও ইতিবাচক ভূমিকা রাখছে। রমজান মাসে Facebook এবং YouTube-এ ইসলামি বক্তৃতা, সেহরি ও ইফতারের রিমাইন্ডার, কুরআন খতমের চ্যালেঞ্জ — এ সবই মুসলিমদের ইবাদতে আগ্রহী ও সক্রিয় রাখতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করছে।

মোবাইল অ্যাপ্লিকেশনের মাধ্যমে ফজরের আযান রিমাইন্ডার, নামাজের সময়সূচি, কিবলা নির্দেশিকা, এবং দৈনন্দিন দুআ স্মরণ করিয়ে দেওয়ার সুবিধা মুসলিমদের ইবাদতকে আরও নিয়মিত ও সচেতন করে তুলছে। গবেষণায় দেখা গেছে যে, এই ধরনের ডিজিটাল রিমাইন্ডার ব্যবহারকারীদের নামাজের নিয়মিততা বৃদ্ধিতে সহায়তা করছে।

'Productive Muslim' প্ল্যাটফর্মের গবেষণা জানাচ্ছে যে, ডিজিটাルツールসের মাধ্যমে সুন্নাহভিত্তিক জীবনযাপনকে আরও কার্যকর ও আনন্দদায়ক করে তোলা সম্ভব হচ্ছে। এছাড়াও IslamicFinder, Muslim Pro, এবং Quran Companion-এর মতো অ্যাপ্লিকেশনগুলো বাংলাদেশে লক্ষাধিক মুসলিমের ইবাদতের সঙ্গী হয়ে উঠেছে। রাসূলুল্লাহ (সাঃ) বলেছেন:

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ১৮৯৩

অর্থ: 'যে ব্যক্তি কাউকে কোনো কল্যাণের পথ দেখাবে, সে ওই কাজ সম্পাদনকারীর সমান পুরস্কার পাবে।' ইবাদতে অনুপ্রাণিত করার ডিজিটাল কনটেন্ট তৈরিকারীরা এই হাদিসের আলোকে বিশাল সওয়াবের অংশীদার হওয়ার সম্ভাবনা রাখেন।

নেতিবাচক প্রভাব

৬.৬ ধর্মীয় জ্ঞানের অপপ্রয়োগ ও ভুল ব্যাখ্যা

সামাজিক মিডিয়ার সবচেয়ে গুরুতর বিপদগুলোর মধ্যে একটি হলো ধর্মীয় বিষয়ে যোগ্যতাহীন ব্যক্তিদের ফতোয়া প্রদান ও ইসলামি বিষয়ে ভুল ব্যাখ্যার বিস্তার। আল্লাহ তা'আলা সতর্ক করেছেন:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

(সূরা আল-ইসরা, ১৭:৩৬)

অর্থ: 'যে বিষয়ে তোমার কোনো জ্ঞান নেই তার পেছনে পড়ো না। নিশ্চয়ই কান, চোখ ও হৃদয় — এর প্রত্যেকটি সম্পর্কে জিজ্ঞাসা করা হবে।'

কিন্তু বর্তমানে সামাজিক মিডিয়ায় অনেকে যোগ্যতা ও সনদ ছাড়াই ইসলামি বিষয়ে মতামত দিচ্ছেন, যা সাধারণ মানুষকে ভুল পথে নিয়ে যাচ্ছে।

বাংলাদেশে Facebook-এ অনেক 'ইসলামিক পেজ' রয়েছে যেগুলো কোনো প্রতিষ্ঠিত আলেমের তত্ত্বাবধান ছাড়াই ধর্মীয় মতামত প্রদান করছে। অনেক সময় একটি কুরআনের আয়াত বা হাদিসকে তার প্রেক্ষাপট থেকে বিচ্ছিন্ন করে উপস্থাপন করা হয়, যা দর্শক-পাঠকদের মধ্যে ভুল ধারণা তৈরি করে। রাসূলুল্লাহ (সাঃ)-এর সতর্কবাণী এক্ষেত্রে অত্যন্ত প্রাসঙ্গিক:

مَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا فَلْيَتَبَوَّأْ مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ১০৭)

অর্থ: 'যে ব্যক্তি ইচ্ছাকৃতভাবে আমার উপর মিথ্যা আরোপ করে, সে যেন জাহান্নামে তার আসন প্রস্তুত করে নেয়।' সামাজিক মিডিয়ায় ভুল হাদিস বা ভুল ব্যাখ্যা ছড়িয়ে দেওয়া এই মহা পাপের অন্তর্ভুক্ত।

৬.৭ বিভ্রান্তি ও মতবিরোধ বৃদ্ধি

সামাজিক মিডিয়ায় ইসলামি আলোচনার একটি বড় সমস্যা হলো, এটি মতবিরোধ ও সাম্প্রদায়িক বিভক্তিকে আরও তীব্র করে তুলছে। আল্লাহ তা'আলা সুস্পষ্টভাবে ঐক্যের নির্দেশ দিয়েছেন:

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا

(সূরা আলে-ইমরান, ৩:১০৩)

অর্থ: 'তোমরা সকলে আল্লাহর রজ্জু দৃঢ়ভাবে ধারণ করো এবং পরস্পর বিচ্ছিন্ন হয়ো না।' কিন্তু দুঃখজনকভাবে, সামাজিক মিডিয়ায় বিভিন্ন মাজহাব, বিভিন্ন আলেমের অনুসারীরা পরস্পরের বিরুদ্ধে অত্যন্ত আক্রমণাত্মক ভাষায় বিতর্কে লিপ্ত হচ্ছেন, যা সাধারণ মুসলিমদের মধ্যে বিভ্রান্তি ছড়াচ্ছে।

'ইকো চেম্বার' বা প্রতিধ্বনি কক্ষ সমস্যাটি এক্ষেত্রে বিশেষভাবে উল্লেখযোগ্য। সামাজিক মিডিয়ার অ্যালগরিদম এমনভাবে ডিজাইন করা হয়েছে যে, একজন ব্যবহারকারী যে ধরনের কনটেন্টে বেশি সময় ব্যয় করেন, সেই ধরনের কনটেন্টই তাকে আরও বেশি দেখানো হয়। ফলে একজন মুসলিম শুধুমাত্র একটি মতের কনটেন্টই দেখতে থাকেন এবং ইসলামের বিশাল জ্ঞান-ভাণ্ডারের অন্যান্য দিক সম্পর্কে অজ্ঞ থেকে যান।

বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে এটি বিশেষভাবে সমস্যাজনক, কারণ এখানে বিভিন্ন ঐতিহ্যের আলেম-ওলামা একটি ডিজিটাল স্থানে একসাথে অবস্থান করছেন এবং তাদের অনুসারীরা Facebook-এ প্রায়শই কটুক্তিমূলক মন্তব্য বিনিময় করছেন। এই ধরনের 'অনলাইন মুনাজারা' সাধারণ মুসলিমদের ইসলাম সম্পর্কে নেতিবাচক ধারণা তৈরি করতে পারে এবং অমুসলিমদের কাছে ইসলামের ভাবমূর্তি ক্ষুণ্ণ করে।

৬.৮ ব্যক্তিগত ইসলামি পরিচয়ে সংকট

সামাজিক মিডিয়ার আরেকটি গুরুতর নেতিবাচক প্রভাব হলো মুসলিম তরুণদের ইসলামি পরিচয়ে সংকট তৈরি করা। বাংলাদেশের তরুণরা Facebook, TikTok ও YouTube-এ পাশ্চাত্য জীবনধারার অফুরন্ত কনটেন্টের সংস্পর্শে আসছে — যেখানে ইসলামি মূল্যবোধ ও সংস্কৃতির সাথে সরাসরি সাংঘর্ষিক জীবনযাপন দেখানো হচ্ছে। সামাজিক মিডিয়ায় পাশ্চাত্য কনটেন্টের অতিরিক্ত সংস্পর্শ মুসলিম তরুণদের নিজেদের ধর্মীয় পরিচয় সম্পর্কে দ্বিধাগ্রস্ত করে তুলছে। তারা ইসলামি পোশাকবিধি, নামাজ-রোজার অনুশীলন এবং ইসলামি নৈতিকতার মানদণ্ড নিয়ে প্রশ্ন তুলতে শুরু করছে। Facebook ও TikTok-এর অ্যালগরিদম সাধারণত এমন কনটেন্টকে বেশি প্রাধান্য দেয় যা বিনোদনমূলক ও আবেগ-উদ্দীপক — ফলে গভীর ইসলামি জ্ঞানের কনটেন্ট অনেক সময় হালকা বিনোদন-কনটেন্টের ভিড়ে হারিয়ে যায়। এই 'অ্যালগরিদমিক পক্ষপাত' মুসলিম তরুণদের ইসলামি পরিচয় গঠনে একটি অদৃশ্য বাধা তৈরি করছে।

৬.৯ ইবাদতের মান ও পবিত্রতায় ব্যাঘাত

সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারের সাথে স্মার্টফোন আসক্তির ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক রয়েছে। গবেষণায় দেখা গেছে, অনেক মুসলিম নামাজের মাঝেও তাদের ফোন চেক করার তীব্র তাড়না অনুভব করেন, যা নামাজে 'খুশু' বা মনোযোগ ও একাগ্রতা মারাত্মকভাবে ক্ষতিগ্রস্ত করে।

মনোবিজ্ঞানীদের গবেষণা বলছে, Facebook ও TikTok-এর 'Infinite Scroll' ডিজাইন মানুষকে দীর্ঘ সময় ধরে প্ল্যাটফর্মে আটকে রাখার জন্য প্রকৌশলগতভাবে তৈরি করা হয়েছে। এই আসক্তি নামাজের ওয়াক্ত পার হয়ে যাওয়া, তাহাজ্জুদ না পড়া, এবং ফজরের নামাজে দেরি হওয়ার কারণ হিসেবে প্রায়শই চিহ্নিত হয়।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) বলেছেন:

إِنَّ مِنْ خِيَارِكُمْ أَحْسَنَكُمْ أَخْلَاقًا

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ৩৫৫৯)

ইসলাম একজন মুসলিমকে সময়ের সর্বোচ্চ ব্যবহার করতে উৎসাহিত করে। কিন্তু গবেষণা দেখাচ্ছে যে, বাংলাদেশের সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারকারীরা প্রতিদিন গড়ে ২-

৩ ঘণ্টা সামাজিক মিডিয়ায় ব্যয় করছেন, যার একটি বড় অংশ অনর্থক কনটেন্ট দেখায় চলে যাচ্ছে। এই সময় ইবাদত, জ্ঞান চর্চা এবং পরিবারের জন্য ব্যয় হতে পারত।

৬.১০ নিষিদ্ধ বিষয়ের সহজলভ্যতা

সামাজিক মিডিয়ার একটি অত্যন্ত গুরুতর নেতিবাচক দিক হলো হারাম কনটেন্টের অতি সহজলভ্যতা। পর্নোগ্রাফি, অশ্লীলতা, গান-বাজনা এবং ইসলামিকভাবে নিষিদ্ধ বিভিন্ন কনটেন্ট এখন স্মার্টফোনের মাত্র একটি ক্লিকের দূরত্বে।

সামাজিক মিডিয়া প্ল্যাটফর্মের অ্যালগরিদম প্রায়শই এমন কনটেন্টকে বেশি ছড়িয়ে দেয় যা মানুষের মনোযোগ আকর্ষণ করে — এবং দুর্ভাগ্যবশত, কামনা-উদ্দীপক ও হারাম কনটেন্ট এই ক্যাটাগরিতে পড়ে। এই 'অ্যালগরিদম ফাঁদ' অনেক তরুণ মুসলিমকে অজান্তে হারাম কনটেন্টের দিকে নিয়ে যাচ্ছে।

'সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার সাধারণভাবে জায়েজ হলেও, যদি এটি আসক্তি, নামাজ পরিত্যাগ বা হারাম কনটেন্টে পৌঁছানোর কারণ হয়, তাহলে ইসলামি আইনের 'সাদ্দুয যারাই' (ক্ষতির পথ বন্ধ করা) নীতি অনুযায়ী পণ্ডিতগণ এ ধরনের ব্যবহারকে নিরুৎসাহিত করতে পারেন।'

আল্লাহ তা'আলা ইরশাদ করেন:

وَلَا تَقْرَبُوا الزِّنَا ۖ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

(সূরা আল-ইসরা, ১৭:৩২)

অর্থ: 'ব্যভিচারের নিকটেও যেও না, নিশ্চয়ই এটি অশ্লীল কাজ এবং নিকৃষ্ট পথ।' সামাজিক মিডিয়ায় অশ্লীল কনটেন্টের দিকে ধাবিত হওয়া এই নিষেধাজ্ঞার পরিধিভুক্ত।

৬.১১ অনির্ভরযোগ্য তথ্য ও জাল হাদিসের বিস্তার

সামাজিক মিডিয়ায় জাল হাদিসের বিস্তার বর্তমান সময়ের অন্যতম বড় সমস্যা হয়ে দাঁড়িয়েছে। Academia.edu-তে প্রকাশিত গবেষণাপত্র 'The Fabricated Hadith: Islamic Ethics and Guidelines of Hadith Dispersion in Social Media' (2024) জানাচ্ছে যে, সামাজিক মিডিয়ায় জাল ও দুর্বল হাদিস ব্যাপকভাবে ছড়িয়ে পড়ছে এবং ইসলামি মূল্যবোধের উপর মারাত্মক নেতিবাচক প্রভাব ফেলছে।

arxiv.org-এ প্রকাশিত গবেষণাপত্র 'Fabricating Holiness: Characterizing Religious Misinformation Circulators on Arabic Social Media' (2025) দেখিয়েছে যে, সোশ্যাল মিডিয়ায় প্রতিদিন হাদিস শেয়ারের পরিমাণ অত্যন্ত বেশি, এবং এর মধ্যে উল্লেখযোগ্য সংখ্যক হাদিস আসলে মনগড়া বা বানোয়াট। আরও উদ্বেগজনক বিষয় হলো, ISIS-এর মতো উগ্রবাদী সংগঠনগুলো অসত্য হাদিস ব্যবহার করে মানুষকে তাদের দলে টানার কাজে ব্যবহার করেছে।

বাংলাদেশে এই সমস্যা বিশেষভাবে প্রকট, কারণ BOOM LiveWire-এর অনুসন্ধান (Inside The World of Bangladesh's Massive Fake News Problem, 2022) দেখিয়েছে যে, ধর্মীয় বিষয়ক ভুয়া তথ্য Facebook-এ অন্য যেকোনো বিষয়ের তুলনায় দ্রুততর গতিতে ছড়িয়ে পড়ে। ২০২১ সালের কুমিল্লার ঘটনায় সামাজিক মিডিয়ায় ভুয়া ধর্মীয় কনটেন্ট ছড়িয়ে দেওয়ার মাধ্যমে সাম্প্রদায়িক সহিংসতার সূচনা হয়েছিল — এটি ধর্মীয় তথ্য বিকৃতির ভয়াবহ পরিণতির বাস্তব উদাহরণ।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) এই বিষয়ে সুস্পষ্ট সতর্কতা দিয়েছেন:

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

(সহিহ মুসলিম, মুকাদ্দিমা)

অর্থ: 'একজন মানুষের মিথ্যাবাদী হওয়ার জন্য এটুকুই যথেষ্ট যে, সে যা শোনে তার সবকিছুই (যাচাই না করে) বলে বেড়ায়।' WhatsApp ও Facebook-এ যাচাই না করে হাদিস ও ধর্মীয় তথ্য ফরওয়ার্ড করা এই নিষেধাজ্ঞার প্রত্যক্ষ লঙ্ঘন।

হাদিস পণ্ডিতদের tradition ঐতিহ্যবাহী পদ্ধতি — সনদ যাচাই, মতন পরীক্ষা এবং রাবি সমালোচনা — ডিজিটাল যুগে hadithbd.com ও sunnah.com-এর মতো ওয়েবসাইটের মাধ্যমে ব্যবহারকারীদের কাছে পৌঁছানো সহজ হয়েছে। কিন্তু দুঃখজনকভাবে, অধিকাংশ মুসলিম একটি হাদিস শেয়ার করার আগে এই যাচাই প্রক্রিয়ার ধাপগুলো অনুসরণ করেন না।

Yaqeen Institute for Islamic Research (Fake News and Islamic Critical Epistemology, 2024) বলছে যে, ইসলামি জ্ঞানতাত্ত্বিক ঐতিহ্যে তথ্য যাচাইয়ের যে কঠোর পদ্ধতি গড়ে উঠেছিল — বিশেষত হাদিস বিজ্ঞানে — সেটিকে আজকের ডিজিটাল যুগে প্রয়োগ করতে না পারা একটি বড় ব্যর্থতা।

৬.১২ সামগ্রিক মূল্যায়ন ও ইসলামি দিকনির্দেশনা

উপরের বিশ্লেষণ থেকে স্পষ্ট যে, সামাজিক মিডিয়া একটি নিরপেক্ষ মাধ্যম — এটি মানুষের ব্যবহারের উপর নির্ভর করে ইসলামি দাওয়াহর শক্তিশালী হাতিয়ার হতে পারে, অথবা ফিতনার উৎস হয়ে দাঁড়াতে পারে। ইসলামের মৌলনীতি 'মাসলাহাহ মুরসালাহ' (সর্বজনীন কল্যাণের নীতি) অনুযায়ী, যে মাধ্যমটি সার্বিকভাবে কল্যাণকর সেটিকে সর্বোচ্চ সতর্কতার সাথে ব্যবহার করা উচিত।

ইসলামি পণ্ডিতদের মতে, সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারের ক্ষেত্রে নিচের মূলনীতিগুলো অনুসরণ করা জরুরি: প্রথমত, যেকোনো ধর্মীয় তথ্য শেয়ার করার আগে hadithbd.com বা sunnah.com-এ যাচাই করতে হবে। দ্বিতীয়ত, অযোগ্য ব্যক্তির ধর্মীয় মতামতকে বিশ্বাসযোগ্য মনে করা থেকে বিরত থাকতে হবে। তৃতীয়ত, নামাজের সময় স্মার্টফোন থেকে দূরে থাকতে হবে। quarto, হারাম কনটেন্ট এড়িয়ে চলার জন্য সচেতনভাবে অ্যাপ সেটিংস ব্যবস্থাপনা করতে হবে।

আল্লাহ তা'আলা কুরআনে সুষম পথ অনুসরণের নির্দেশ দিয়েছেন:

وَكَذٰلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِّتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ

(সূরা আল-বাকারা, ২:১৪৩)

অর্থ: 'এবং এভাবেই আমরা তোমাদেরকে মধ্যমপন্থী উম্মত বানিয়েছি, যাতে তোমরা মানুষের উপর সাক্ষী হতে পারো।' ডিজিটাল স্পেসেও এই মধ্যমপন্থা অনুসরণ করা মুসলিমের কর্তব্য — অর্থাৎ সামাজিক মিডিয়ার সুবিধাকে ব্যবহার করা, কিন্তু এর ক্ষতি থেকে নিজেকে ও অন্যকে রক্ষা করা।

পরবর্তী অধ্যায়গুলোতে এই ইতিবাচক ও নেতিবাচক প্রভাবের আলোকে অনলাইন ফতোয়ার সমস্যা, ডিজিটাল দাওয়াহর চ্যালেঞ্জ ও সম্ভাবনা এবং একটি সামগ্রিক ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নীতিমালার প্রস্তাব উপস্থাপন করা হবে।

৩. শীর্ষস্থানীয় ব্যক্তিত্ব ও প্রতিষ্ঠান (Leading Voices & Institutions)

- **Yaqeen Institute for Islamic Research:** সমকালীন ডিজিটাল যুগে ইসলামি জ্ঞানতত্ত্ব (Epistemology) এবং ভুল তথ্য প্রতিরোধের গবেষণায় নেতৃত্ব দিচ্ছে।
- **Islamic Foundation Bangladesh:** বাংলাদেশে সরকারিভাবে অনলাইন ফতোয়া ও ডিজিটাল ইসলামি রিসোর্স স্ক্রুটিনির প্রধান প্রতিষ্ঠান।
- **Productive Muslim Academy:** ডিজিটাল যুগে প্রযুক্তি আসক্তি কাটিয়ে সুন্নাহভিত্তিক লাইফস্টাইল ও ইবাদতের কার্যকারিতা নিয়ে কাজ করা অন্যতম প্রধান বৈশ্বিক প্ল্যাটফর্ম।

সপ্তম অধ্যায় ফতোয়া এবং ডিজিটাল যুগে ধর্মীয় পরামর্শ

৭.১ ফতোয়ার সংজ্ঞা ও পরিচয়

'ফতোয়া' শব্দটি আরবি মূলধাতু 'ফ-ত-ও' (ف-ت-و) থেকে উদ্ভূত, যার অর্থ 'ব্যাখ্যা করা' বা 'স্পষ্ট করা'। পরিভাষায় ফতোয়া হলো একজন যোগ্য ইসলামি আইনবিদ বা মুফতির পক্ষ থেকে ইসলামি শরিয়তের কোনো বিষয়ে প্রদত্ত আনুষ্ঠানিক আইনি মতামত বা রায়, যা সাধারণত কোনো প্রশ্নকারীর জিজ্ঞাসার প্রেক্ষিতে দেওয়া হয়। (Britannica, 2024)

মিশরের দার আল-ইফতার সংজ্ঞানুযায়ী: 'ফতোয়া হলো ইসলামি আইন (আল্লাহর বিধান)-এর স্পষ্টীকরণ। একজন মুফতি দলিল-প্রমাণের ভিত্তিতে এবং কোনো প্রশ্নকারীর ব্যক্তিগত বা সামষ্টিক উদ্বেগের পরিপ্রেক্ষিতে ফতোয়া প্রদান করেন। ফতোয়া আকিদা, ইবাদত, মুয়ামালা, অর্থনীতি, পরিবার, রাজনীতি, শাসন — জীবনের প্রতিটি দিক অন্তর্ভুক্ত করে।' (Dar Al-Ifta, Egypt)

ফতোয়া শরিয়তের দৃষ্টিতে বাধ্যবাধকতামূলক নয়, অর্থাৎ এটি একটি পরামর্শমূলক আইনি মতামত — কোনো রাষ্ট্রীয় আইনের মতো জোরপূর্বক প্রয়োগযোগ্য নয়। তবে মুসলিম সমাজে ফতোয়া গভীর নৈতিক ও ধর্মীয় গুরুত্ব বহন করে এবং সাধারণ মানুষ এটিকে তাদের ধর্মীয় কর্তব্য নির্ধারণের মূল মাপকাঠি হিসেবে বিবেচনা করেন। (Study.com, Fatwa Definition, Role & History)

৭.২ ফতোয়ার ইতিহাস — নবুওয়াত যুগ থেকে চার ইমাম পর্যন্ত

ফতোয়ার ইতিহাস ইসলামের সূচনাকাল থেকেই বিস্তৃত। মিশরের দার আল-ইফতার বিশ্লেষণ (History of Fatwa) অনুযায়ী ফতোয়ার ইতিহাস পাঁচটি প্রধান পর্যায়ে বিভক্ত:

প্রথম পর্যায়: ওহির যুগ (নবুওয়াতি পর্ব)

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) ছিলেন ইসলামের ইতিহাসের প্রথম ও সর্বোচ্চ মুফতি। তিনি আল্লাহর পক্ষ থেকে প্রাপ্ত ওহির ভিত্তিতে সাহাবাদের প্রশ্নের উত্তর দিতেন। সাহাবায়ে কেরামও

বিভিন্ন বিষয়ে তাঁর কাছে জিজ্ঞেস করতেন এবং তিনি সুস্পষ্ট নির্দেশনা প্রদান করতেন। আল্লাহ তা'আলা বলেন:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ

(সূরা আত-তাওবাহ, ৯:১২২)

অর্থ: 'মুমিনদের সকলের একসাথে অভিযানে বের হওয়া উচিত নয়। কেন তাদের প্রতিটি দল থেকে একটি অংশ বের হয় না, যাতে তারা দ্বীনি জ্ঞান অর্জন করতে পারে এবং ফিরে এলে তাদের সম্প্রদায়কে সতর্ক করতে পারে।'

দ্বিতীয় পর্যায়: সাহাবা যুগ (ইজতিহাদের পর্ব)

রাসূলুল্লাহ (সাঃ)-এর ওফাতের পর সাহাবায়ে কেরাম ইজতিহাদের মাধ্যমে নতুন পরিস্থিতিতে ফতোয়া প্রদান শুরু করেন। বিখ্যাত বর্ণনা রয়েছে যে, আবদুর রহমান ইবনে আবি লায়লা (রহ.) বলেছেন: 'আমি রাসূলুল্লাহ (সাঃ)-এর ১২০ জন আনসার সাহাবির সাথে দেখা করেছি। তাদের যে কাউকে কোনো বিষয়ে জিজ্ঞেস করা হলে, তিনি অন্যজনকে জিজ্ঞেস করার পরামর্শ দিতেন — এভাবে প্রশ্নটি প্রথমজনের কাছেই ফিরে আসত।' এটি ফতোয়া প্রদানের ব্যাপারে সাহাবাদের সতর্কতার প্রমাণ। (Madinah College, Issuing Fatwas)

তৃতীয় পর্যায়: চার ইমামের যুগ (বড় আলেমদের পর্ব)

ইমাম আবু হানিফা (রহ.), ইমাম মালিক (রহ.), ইমাম শাফেয়ি (রহ.) এবং ইমাম আহমাদ ইবনে হানবাল (রহ.) — এই চার মহান ইমাম ইসলামি ফিকহের চারটি প্রধান মাজহাবের ভিত্তি স্থাপন করেন এবং বিস্তারিত ফতোয়া সংকলন তৈরি করেন। ইমাম মালিক (রহ.)-এর বিখ্যাত উক্তি: 'কোনো ব্যক্তি নিজেকে ফতোয়া দেওয়ার যোগ্য মনে করা উচিত নয়, যতক্ষণ না সে তার চেয়ে বেশি জ্ঞানী কাউকে জিজ্ঞেস করে।' উল্লেখযোগ্য যে, ইমাম মালিক (রহ.) ৭০ জন আলেমের সাক্ষ্যের পরই ফতোয়া দেওয়া শুরু করেছিলেন।

চতুর্থ ও পঞ্চম পর্যায়: অনুসরণ ও প্রাতিষ্ঠানিকতার যুগ

পরবর্তী যুগে মুজতাহিদ আলেমদের সংখ্যা কমে আসে এবং পূর্বের ইমামদের মতামত অনুসরণ (তাকলিদ) প্রাধান্য পায়। সর্বশেষ আধুনিক যুগে ফতোয়া প্রদান প্রাতিষ্ঠানিক কাঠামোয় পরিণত হয়েছে — যেমন আল-আযহার বিশ্ববিদ্যালয়, ইসলামিক ফিকহ একাডেমি (জেদ্দা) এবং বিভিন্ন দেশের দারুল ইফতা।

৭.৩ ফতোয়ার গুরুত্ব ও প্রয়োজনীয়তা

ফতোয়ার প্রয়োজনীয়তা ইসলামের মৌলিক কাঠামো থেকেই উৎসারিত। মুসলিম জীবন শরিয়তের বিধিবিধান অনুযায়ী পরিচালিত হয়, কিন্তু প্রতিনিয়ত নতুন পরিস্থিতি তৈরি হচ্ছে যার সরাসরি সমাধান কুরআন-হাদিসে খুঁজে পাওয়া সহজ নয়। এই শূন্যস্থান পূরণের জন্যই ফতোয়ার প্রয়োজন।

আল্লাহ তা'আলা স্পষ্টভাবে আলেমদের কাছে জিজ্ঞেস করার নির্দেশ দিয়েছেন:

فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِن كُنتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

(সূরা আল-আম্বিয়া, ২১:৭)

অর্থ: 'যদি তোমরা না জানো, তবে জ্ঞানীদের কাছে জিজ্ঞেস করো।' এই আয়াত ফতোয়ার মূল ভিত্তি। যোগ্য আলেমের কাছে দ্বীনি বিষয়ে জিজ্ঞেস করা কুরআনের সরাসরি নির্দেশ।

আল্লাহ তা'আলা আরো বলেছেন:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنكُمْ

(সূরা আন-নিসা, ৪:৫৯)

অর্থ: 'হে মুমিনগণ! তোমরা আল্লাহর আনুগত্য করো, রাসূলের আনুগত্য করো এবং তোমাদের মধ্যে যারা কর্তৃত্বের অধিকারী তাদেরও।' মুফাস্সিরগণ 'উলিল আমর'-এর মধ্যে ইসলামি পণ্ডিত ও আলেমদেরও অন্তর্ভুক্ত করেছেন — যারা ইসলামি জ্ঞানের ক্ষেত্রে কর্তৃত্বের অধিকারী।

ফতোয়ার গুরুত্ব কেবল ব্যক্তিগত পর্যায়ে সীমাবদ্ধ নয়। রাষ্ট্রীয় নীতি, অর্থনৈতিক ব্যবস্থা, পারিবারিক আইন, চিকিৎসা নৈতিকতা — এই সবক্ষেত্রে ফতোয়া মুসলিম সমাজকে পথ দেখিয়ে থাকে। ভারতের ইসলামি শিক্ষাপ্রতিষ্ঠান দারুল উলুম দেওবন্দ এখন পর্যন্ত এত বিপুল সংখ্যক ফতোয়া জারি করেছে যা ১২টি বিশাল গ্রন্থে সংকলিত হয়েছে — একজন গবেষক এটিকে মার্কিন সুপ্রিম কোর্টের রায়ের সংকলনের সাথে তুলনা করেছেন। (The Conversation, What is a Fatwa?)

৭.৪ মুফতির যোগ্যতার শর্তাবলী

ফতোয়া প্রদানের দায়িত্ব অত্যন্ত গুরুতর। ইবনুল কাইয়্যিম (রহ.) তাঁর বিখ্যাত গ্রন্থ 'ই'লামুল মুওয়াক্কিইন আন রাব্বিল আলামিন' (বিশ্বজগতের রবের পক্ষে স্বাক্ষরকারীদের অবহিতকরণ)-এ বলেছেন যে, মুফতি মূলত আল্লাহর পক্ষ থেকে কথা বলেন — তাই এই পদের জন্য সর্বোচ্চ মানের জ্ঞান ও চরিত্র আবশ্যক।

ইসলামি পণ্ডিতদের মতে একজন মুফতির জন্য নিচের শর্তগুলো অপরিহার্য:

১. তাকওয়া ও সৎচরিত্র

মুফতির পদ একজন সাক্ষীর চেয়েও উচ্চ মর্যাদার। সূরা হুজুরাত ৪৯:৬-এর ভিত্তিতে পণ্ডিতগণ বলেছেন, ফাসিক বা দুর্নীতিগ্রস্ত ব্যক্তির ধর্মীয় মতামত গ্রহণযোগ্য নয়। সুতরাং মুফতিকে অবশ্যই আল্লাহ-ভীরু ও নৈতিকভাবে উচ্চমানের হতে হবে।

২. কুরআন ও সুন্নাহতে গভীর জ্ঞান

ইমাম শাফেয়ি (রহ.) স্পষ্ট বলেছেন: 'আল্লাহর দ্বীনের বিষয়ে ফতোয়া দেওয়া কোনো ব্যক্তির জন্য বৈধ নয় যতক্ষণ না সে আল্লাহর কিতাব সম্পর্কে গভীরভাবে জ্ঞাত — এর নাসিখ ও মানসুখ, মুহকাম ও মুতাশাবিহ, অবতরণের পটভূমি এবং মাক্কি ও মাদানি আয়াত সম্পর্কে। পাশাপাশি সুন্নাহ সম্পর্কেও জ্ঞান থাকা আবশ্যক।'

৩. আরবি ভাষায় দক্ষতা

ইবনে তাইমিয়া (রহ.) বলেছেন, 'আরবি ভাষা দ্বীনের অংশ।' শাস্ত্রীয় আরবি ভাষায় পাণ্ডিত্য ছাড়া কুরআন-হাদিসের সঠিক ব্যাখ্যা সম্ভব নয়। ইমাম সুয়ুতি (রহ.) তাঁর 'আল-ইতকান'-এ উল্লেখ করেছেন যে, কুরআন তাফসিরের জন্য প্রয়োজনীয় ১৫টি শর্তের মধ্যে ৭টিই সরাসরি আরবি ভাষা-জ্ঞান সংক্রান্ত।

৪. ফিকহ ও উসুলুল ফিকহে পাণ্ডিত্য

মাজহাবের ইমামদের মতামত, ইজমা, কিয়াস, ইস্তিহসান এবং মাসলাহাহ মুরসালাহ — এই সকল ফিকহি পদ্ধতিতে দক্ষতা থাকা আবশ্যক। শুধু কুরআন-হাদিসের আয়াত উদ্ধৃত করলেই মুফতি হওয়া যায় না; ফিকহের পদ্ধতিগত জ্ঞান অপরিহার্য। (halalification.com, Which Scholars Have Authority to Issue a Fatwa?)

৫. সমকালীন সচেতনতা

একজন মুফতিকে শুধু প্রাচীন গ্রন্থে সীমাবদ্ধ থাকলে চলবে না; বরং সমকালীন বিষয়াবলি — চিকিৎসা বিজ্ঞান, অর্থনীতি, প্রযুক্তি — সম্পর্কে পর্যাপ্ত জ্ঞান থাকতে হবে, যাতে আধুনিক প্রশ্নের ইসলামসম্মত উত্তর দেওয়া সম্ভব হয়।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ)-এর সতর্কবাণী এক্ষেত্রে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ:

مَنْ أَفْتَى بِغَيْرِ عِلْمٍ فَإِنَّمَا إِثْمُهُ عَلَى مَنْ أَفْتَاهُ

(আবু দাউদ ও ইবনে মাজাহ)

অর্থ: 'যে ব্যক্তি জ্ঞান ছাড়া ফতোয়া দেয়, তার পাপ ফতোয়াদাতার উপরই বর্তায়।' আর একটি বিখ্যাত উক্তি পণ্ডিতদের মধ্যে প্রসিদ্ধ: 'তোমাদের মধ্যে যে ফতোয়া দিতে সবচেয়ে বেশি সাহসী, সে জাহান্নামে প্রবেশে সবচেয়ে বেশি সাহসী।' এই ভয়াবহ সতর্কতার পরিপ্রেক্ষিতে বড় বড় সাহাবা ও ইমামরা ফতোয়া দিতে অত্যন্ত সতর্ক ছিলেন।

৭.৫ ফতোয়া জিজ্ঞেস করার আদব ও নিয়মাবলি

ফতোয়া জিজ্ঞেস করার ক্ষেত্রেও ইসলামি শিষ্টাচার রয়েছে। শুধু ফতোয়া দেওয়ার দায়িত্বই গুরুতর নয়, ফতোয়া চাওয়ার বিষয়টিও সুচিন্তিত হওয়া দরকার।

যোগ্য আলেমের কাছে প্রশ্ন করা

আল্লাহ তা'আলা স্পষ্টভাবে বলেছেন: 'জ্ঞানীদের কাছে জিজ্ঞেস করো' (সূরা আম্বিয়া, ২১:৭)। অর্থাৎ যেকোনো ব্যক্তির কাছে নয়, বরং বিষয়টিতে প্রকৃত জ্ঞানসম্পন্ন এবং নির্ভরযোগ্য আলেমের কাছে প্রশ্ন করতে হবে।

প্রশ্নকারীর দায়িত্ব

ইসলামি পণ্ডিতরা বলেছেন, প্রশ্নকারীকে তিনটি বিষয় নিশ্চিত করতে হবে: প্রথমত, যার কাছে জিজ্ঞেস করছেন তার যোগ্যতা যাচাই করা; দ্বিতীয়ত, চটকদার বা মন-মতো উত্তরের পেছনে না ছোটা; তৃতীয়ত, বিভিন্ন আলেমের মধ্যে সবচেয়ে সহজ মতটি বেছে নেওয়ার প্রবণতা (তালাউল রুখাস) থেকে বিরত থাকা।

ফতোয়া ও সাধারণ ধর্মীয় পরামর্শের পার্থক্য

একটি গুরুত্বপূর্ণ পার্থক্য প্রায়ই উপেক্ষিত হয়: ফতোয়া ও সাধারণ ধর্মীয় পরামর্শ এক নয়। ফতোয়া হলো একটি নির্দিষ্ট প্রশ্নের ভিত্তিতে প্রদত্ত আনুষ্ঠানিক আইনি মতামত,

যেখানে দলিল-প্রমাণ উল্লেখ করা হয়। পক্ষান্তরে সাধারণ ধর্মীয় পরামর্শ বা নাসিহা হলো অনানুষ্ঠানিক পথনির্দেশনা, যা যেকোনো আলেম বা জ্ঞানী মুসলিম দিতে পারেন।

৭.৬ অনলাইন ফতোয়ার সমস্যা ও বিপদ

ডিজিটাল যুগে ফতোয়ার ক্ষেত্রে সবচেয়ে উদ্বেগজনক সমস্যা হলো অযোগ্য ব্যক্তিদের দ্বারা অনলাইনে ফতোয়া প্রদান। Facebook, YouTube ও TikTok-এ এমন অনেক 'ইসলামিক স্কলার' রয়েছেন যাদের ধর্মীয় শিক্ষার কোনো আনুষ্ঠানিক পটভূমি নেই, কিন্তু লক্ষাধিক অনুসরণকারী রয়েছে।

গবেষক মোহাম্মদ চাওকি তাঁর গবেষণাপত্র 'Islam in the Digital Age: Counselling and Fatwas at the Click of a Mouse' (Journal of International Commercial Law and Technology, 2010)-এ বলেছেন যে, ইন্টারনেটে ফতোয়া প্রদানের সাথে একটি মৌলিক প্রশ্ন জড়িত: অনলাইনে প্রাপ্ত ফতোয়া কি সেই একই নৈতিক মাত্রা বহন করে যা একজন শারীরিকভাবে উপস্থিত আলেমের কাছ থেকে প্রাপ্ত ফতোয়া বহন করে? এবং প্রশ্নকারীর পরিস্থিতি সম্পর্কে সম্পূর্ণ অজ্ঞ থেকে দেওয়া অনলাইন ফতোয়া কি বৈধ?

অযোগ্য ব্যক্তির ফতোয়া — ইতিহাসের সতর্কবাণী

রাবি'আ ইবনে আবি আবদির রহমান (রহ.) একদা কাঁদতে কাঁদতে বলেছিলেন: 'যারা জ্ঞান নেই তারা ফতোয়া দিচ্ছে। আজকাল যারা ফতোয়া দিচ্ছে তাদের অনেকে চোরের চেয়েও বেশি কারাগারের উপযুক্ত।' (Madinah College, Issuing Fatwas) এই মন্তব্য হাজার বছর আগের হলেও আজকের ডিজিটাল পরিস্থিতিতে আরও বেশি প্রাসঙ্গিক।

পরস্পরবিরোধী অনলাইন ফতোয়ার সমস্যা

ইন্টারনেটে একই বিষয়ে পরস্পরবিরোধী অনেক ফতোয়া পাওয়া যায়, যা সাধারণ মুসলিমদের মধ্যে মারাত্মক বিভ্রান্তি তৈরি করছে। উদাহরণস্বরূপ, অনলাইন ব্যাংকিং সুদ কিনা, নির্দিষ্ট খাদ্য হালাল কিনা, ডিজিটাল মুদ্রায় লেনদেন জায়েজ কিনা — এই বিষয়গুলোতে বিভিন্ন অনলাইন প্ল্যাটফর্মে সম্পূর্ণ বিপরীত ফতোয়া পাওয়া যায়। ফলে সাধারণ মানুষ কোনটি মানবেন তা বুঝতে পারেন না।

'ফতোয়া শপিং' — সুবিধামতো মতামত খোঁজা

অনলাইনে ফতোয়ার সহজলভ্যতা একটি নতুন সমস্যা তৈরি করেছে — 'ফতোয়া শপিং' বা নিজের ইচ্ছামতো মতামত খুঁজে বের করা। অনেক মুসলিম বিভিন্ন সাইট ব্রাউজ করে সেই ফতোয়াটি খুঁজে নেন যেটি তাদের ইচ্ছার সাথে মিলে যায় — এই প্রবণতা ইসলামি আইনের মৌলিক উদ্দেশ্যের বিরোধী।

ইবনুল কাইয়্যিম (রহ.) এই প্রবণতার বিরুদ্ধে সতর্ক করেছিলেন: 'কেউ কেউ খ্যাতি, শিক্ষাদান বা ব্যক্তিগত আকাঙ্ক্ষার জন্য ফতোয়া দেয়, এবং মূর্খ মানুষদের মনোযোগে প্রতারিত হয় যারা তাদের কাছে ভিড় করে।'

ইজাজত বা সনদের অনুপস্থিতি

ঐতিহ্যগতভাবে একজন মুফতিকে তার শিক্ষকের কাছ থেকে ইজাজত (সনদ বা অনুমতি) গ্রহণ করতে হতো। ইবনে তাইমিয়া (রহ.) মাত্র ১৭ বছর বয়সে ফতোয়া দেওয়ার ইজাজত পেয়েছিলেন — তার শিক্ষক কাজি আল-মাকদিসি গর্বিত ছিলেন যে তিনিই সর্বপ্রথম এই মেধাবী ছাত্রকে এই অনুমতি দিয়েছিলেন। (Kalamullah.com, Ibn Taymiyyah) কিন্তু অনলাইনে ফতোয়া দেওয়ার ক্ষেত্রে এই মূল্যবান সনদ ব্যবস্থা সম্পূর্ণ অনুপস্থিত।

৭.৭ ডিজিটাল যুগে ফতোয়ার নতুন চ্যালেঞ্জ ও সমাধান

গবেষক গ্যারি বান্ট তাঁর গ্রন্থ 'Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments' (2003)-এ দেখিয়েছেন যে, ইন্টারনেটের আবির্ভাব ইসলামি কর্তৃত্বের ঐতিহ্যগত কাঠামোকে চ্যালেঞ্জ করেছে। অনলাইনে একটি ওয়েবসাইটের মালিকানা কাউকে স্বয়ংক্রিয়ভাবে 'ইসলামিক স্কলার' হিসেবে উপস্থাপন করার সুযোগ দিচ্ছে, যা ঐতিহ্যগত ইজাজত ব্যবস্থাকে দুর্বল করছে।

আল-আযহারের ডিজিটাল উদ্যোগ

মিশরের আল-আযহার বিশ্ববিদ্যালয় এই সমস্যার মোকাবিলায় একটি অনলাইন ফতোয়া পোর্টাল চালু করেছে। Journal of Cybrarians (August 2025)-এ প্রকাশিত গবেষণায় বলা হয়েছে যে, আল-আযহারের এই উদ্যোগের মূল লক্ষ্য হলো বিশ্বব্যাপী ছড়িয়ে পড়া উগ্র, অযোগ্য ও পরস্পরবিরোধী ফতোয়ার বিরুদ্ধে সুনির্ভরযোগ্য

গাইডেন্স প্রদান করা। প্রতিষ্ঠানটি এখন পর্যন্ত বিশ্বের ১৫০,০০০-এরও বেশি পারিবারিক বিরোধ সমাধানে সহায়তা করেছে। এটি ডিজিটাল যুগে প্রাতিষ্ঠানিক ফতোয়ার এক উজ্জ্বল দৃষ্টান্ত।

অনলাইন ফতোয়ার সুফল

অনলাইন ফতোয়ার একটি বড় সুবিধা হলো এটি মুসলিম সংখ্যালঘু সমাজের — যেমন ইউরোপ বা আমেরিকায় বসবাসকারী মুসলিম — জন্য ফতোয়া প্রাপ্তির সুযোগ তৈরি করেছে, যেখানে স্থানীয় যোগ্য মুফতি পাওয়া কঠিন। Springer Nature (Scholars, Influencers, and Algorithms, 2025)-এর গবেষণায় দেখা গেছে যে, তরুণ মুসলিমরা অনলাইনে ফতোয়া ডেটাবেস, কুরআনের অনুবাদ ও বক্তৃতার মাধ্যমে বৈশ্বিক ইসলামি জ্ঞানের ভাণ্ডারে প্রবেশ করছে — তবে তারা বিভ্রান্তিকর ও অযোগ্য কণ্ঠস্বর থেকে সতর্কও থাকছে।

সমাধানের পথ

ডিজিটাল যুগে অনলাইন ফতোয়ার সমস্যা মোকাবিলায় ইসলামি পণ্ডিতরা কয়েকটি সুপারিশ করেছেন: প্রথমত, প্রতিষ্ঠিত ও স্বীকৃত ইসলামি প্রতিষ্ঠানের (আল-আযহার, ইসলামিক ফিকহ একাডেমি, IslamQA, SeekersGuidance) ওয়েবসাইট থেকে ফতোয়া গ্রহণ করা। দ্বিতীয়ত, কোনো ব্যক্তির ধর্মীয় যোগ্যতা যাচাই না করে তার অনলাইন ফতোয়া মানতে অস্বীকার করা। তৃতীয়ত, সহজ সমাধান না খুঁজে সঠিক সমাধান খোঁজার মানসিকতা গড়ে তোলা।

৭.৮ ফতোয়া ও সাধারণ ধর্মীয় পরামর্শের পার্থক্য এবং ডিজিটাল সচেতনতা

ডিজিটাল দাওয়াহর প্রেক্ষাপটে একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্ন উঠছে: সামাজিক মিডিয়ায় যখন কেউ কোনো ইসলামি বিষয়ে মতামত দেন, তখন সেটি কি ফতোয়া, নাকি শুধু পরামর্শ? ইসলামি পণ্ডিতদের মতে পার্থক্যটি মূলত তিনটি বিষয়ে: এক, ফতোয়া একটি নির্দিষ্ট প্রশ্নের উত্তরে দলিলভিত্তিক আনুষ্ঠানিক রায়, যেখানে কুরআন-হাদিস-ইজমা-কিয়াসের সুস্পষ্ট উল্লেখ থাকে। দুই, সাধারণ পরামর্শ বা নাসিহা হলো অনানুষ্ঠানিক আলোচনা — যে কোনো জ্ঞানী মুসলিম দিতে পারেন। তিন, ফতোয়ার জন্য যোগ্য মুফতি প্রয়োজন; পরামর্শের জন্য যোগ্য মুসলিম যথেষ্ট।

আল্লাহ তা'আলা সতর্ক করেছেন:

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَٰذَا حَلَالٌ وَهَٰذَا حَرَامٌ لِّتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ

(সূরা আন-নাহল, ১৬:১১৬)

অর্থ: 'তোমাদের মুখ যা বানিয়ে বলে তার উপর ভিত্তি করে বলো না যে এটি হালাল এবং এটি হারাম, এভাবে আল্লাহর উপর মিথ্যা আরোপ করো না।' এই আয়াত অনলাইনে অযোগ্য ব্যক্তির দ্বারা হালাল-হারামের সিদ্ধান্ত দেওয়ার ক্ষেত্রে সরাসরি প্রযোজ্য।

ডিজিটাল মুসলিম সমাজের জন্য একটি বাস্তবসম্মত নির্দেশিকা হলো: Facebook বা YouTube-এ কোনো আলেম কিছু বললেই তা অনুসরণ করার আগে তার পরিচয়, শিক্ষাগত যোগ্যতা এবং সনদ যাচাই করুন। বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে ইসলামিক ফাউন্ডেশন বাংলাদেশ, বেফাকুল মাদারিসিল আরাবিয়া বাংলাদেশ এবং স্বীকৃত দারুল ইফতা থেকে প্রাপ্ত ফতোয়াকেই প্রামাণিক মনে করা উচিত।

সবশেষে, ফতোয়ার বিষয়টি ডিজিটাল যুগে একটি নতুন পর্যায়ে প্রবেশ করেছে। একদিকে এটি সুবিধা এনেছে — বিশ্বের যেকোনো স্থান থেকে ফতোয়া পাওয়া সম্ভব হচ্ছে। অন্যদিকে ভয়াবহ ঝুঁকিও তৈরি হয়েছে — অযোগ্য মুফতির সংখ্যা বাড়ছে এবং পরস্পরবিরোধী ফতোয়ার ভিড়ে সাধারণ মানুষ দিশেহারা হয়ে পড়ছেন। পরবর্তী অধ্যায়ে এই চ্যালেঞ্জগুলোর ব্যাপক আলোচনা এবং একটি সামগ্রিক সমাধানের পথ উপস্থাপন করা হবে।

অষ্টম অধ্যায়: ডিজিটাল দাওয়াহয় চ্যালেঞ্জ ও সম্ভাবনা

৮.১ ভূমিকা

ডিজিটাল দাওয়াহ আজকের বিশ্বে এক অনন্য দ্বৈত সত্তা ধারণ করেছে। একদিকে এটি ইসলামের বার্তাকে পৃথিবীর যেকোনো প্রান্তে পৌঁছে দেওয়ার অভূতপূর্ব সুযোগ তৈরি করেছে; অন্যদিকে এটি এমন কিছু সংকট সৃষ্টি করেছে যা মুসলিম উম্মাহর জন্য ইতিপূর্বে অজানা ছিল। রাসূলুল্লাহ (সাঃ)-এর দাওয়াহর নীতি ছিল — হিকমত, মার্জিত কথা এবং সর্বোত্তম পদ্ধতিতে মানুষকে আহ্বান করা। এই নীতি ডিজিটাল যুগেও অপরিবর্তিত; পরিবর্তিত হয়েছে কেবল মাধ্যম ও পরিবেশ।

এই অধ্যায়ে ডিজিটাল দাওয়াহর সামনে বিদ্যমান মূল চ্যালেঞ্জগুলো — কর্তৃত্বের সংকট, বিভক্তি, পরিচয়ের উপর আঘাত এবং ইবাদতে ব্যাঘাত — এবং পাশাপাশি এর বিশাল সম্ভাবনাগুলো — বৈশ্বিক জ্ঞান প্রসার, উম্মাহ সংযোগ, তরুণ প্রজন্ম ও নতুন শিক্ষাপদ্ধতি — বিস্তারিতভাবে আলোচনা করা হবে। সবশেষে একটি ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নীতিমালার প্রস্তাব উপস্থাপন করা হবে।

চ্যালেঞ্জসমূহ

৮.২ কর্তৃত্ব ও প্রামাণিকতার সংকট

ডিজিটাল দাওয়াহর সবচেয়ে গভীর সংকট হলো 'কে ইসলামের পক্ষে কথা বলার যোগ্য?' — এই প্রশ্নের উত্তর নির্ধারণ করার ঐতিহ্যগত ব্যবস্থার ভাঙন। শতাব্দীর পর শতাব্দী ধরে এই কর্তৃত্ব নির্ধারিত হয়েছে ইজাজত, সনদ, মাদ্রাসার সনদ এবং আলেমদের পারস্পরিক স্বীকৃতির মাধ্যমে। কিন্তু সামাজিক মিডিয়া এই কাঠামোকে সম্পূর্ণরূপে বাইপাস করে দিচ্ছে।

MDPI-তে প্রকাশিত গবেষণাপত্র 'Digital Mediation and Fatwa Authority in Contemporary Islam' (2026) বলছে যে, ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে এখন ফতোয়ার কর্তৃত্ব নির্ধারিত হচ্ছে কারো ফিকহ জ্ঞানের গভীরতায় নয়, বরং তার ভিউ কাউন্ট, ফলোয়ার সংখ্যা এবং ভাইরাল কনটেন্টের মাধ্যমে। এটি একটি ভয়াবহ বিপরীতমুখী পরিস্থিতি — যেখানে সর্বাধিক জনপ্রিয় কণ্ঠস্বর সবচেয়ে কম যোগ্য হতে পারে।

আল্লাহ তা'আলা সতর্ক করেছেন:

إِنَّ شَرَّ الدَّوَابِّ عِندَ اللَّهِ الصُّمُّ الْبُكْمُ الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ

(সূরা আল-আনফাল, ৮:২২)

অর্থ: 'নিশ্চয়ই আল্লাহর দৃষ্টিতে সবচেয়ে নিকৃষ্ট জীব হলো সেই বধির ও মূক ব্যক্তি যারা বিবেক-বুদ্ধি ব্যবহার করে না।' সামাজিক মিডিয়ায় অযোগ্য কণ্ঠস্বরকে কর্তৃত্বের আসনে বসানো এই সতর্কতার গভীর লঙ্ঘন।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) বলেছেন:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَقْبِضُ الْعِلْمَ انْتِزَاعًا يَنْتَزِعُهُ مِنَ الْعِبَادِ، وَلَكِنْ يَقْبِضُ الْعِلْمَ بِقَبْضِ الْعُلَمَاءِ، حَتَّى إِذَا لَمْ يُبْقِ عَالِمًا اتَّخَذَ النَّاسُ رُءُوسًا جُهَّالًا، فَسُئِلُوا فَأَفْتَوْا بِغَيْرِ عِلْمٍ فَضَلُّوا وَأَضَلُّوا

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ১০০)

অর্থ: 'আল্লাহ জ্ঞান উঠিয়ে নেবেন না বান্দাদের বুক থেকে সরাসরি ছিনিয়ে নিয়ে। বরং আলেমদের মৃত্যুর মাধ্যমে জ্ঞান উঠিয়ে নেবেন। যখন কোনো আলেম থাকবে না, মানুষ মূর্খদেরকে নেতা বানিয়ে নেবে। তাদের কাছে ফতোয়া চাওয়া হবে এবং তারা জ্ঞান ছাড়াই ফতোয়া দেবে — নিজেরা পথভ্রষ্ট হবে এবং অন্যদেরও পথভ্রষ্ট করবে।' এই হাদিস আজকের ডিজিটাল বাস্তবতার এক অসাধারণ ভবিষ্যৎবাণী।

বাংলাদেশে এই সমস্যা বিশেষভাবে দৃশ্যমান — যেখানে আনুষ্ঠানিক মাদ্রাসা শিক্ষার কোনো পটভূমি না থাকা ব্যক্তিরা YouTube চ্যানেল খুলে লক্ষাধিক দর্শকের কাছে ধর্মীয় বিষয়ে মতামত দিচ্ছেন এবং সাধারণ মানুষ এটিকে প্রামাণিক আলেমি সিদ্ধান্ত মনে করছেন।

৮.৩ মতবিরোধ ও বিভক্তি বৃদ্ধি — ইকো চেম্বারের সমস্যা

সামাজিক মিডিয়ার অ্যালগরিদম মানুষকে তার বিদ্যমান মতামতের পক্ষের কনটেন্টই বেশি দেখায়। এই প্রযুক্তিগত বৈশিষ্ট্য ইসলামি আলোচনার ক্ষেত্রে 'ইকো চেম্বার' তৈরি করছে — যেখানে একজন মুসলিম ক্রমাগত শুধু তার নিজের মাজহাব বা মতের কনটেন্টই দেখেন এবং ইসলামের বিশাল ও সমৃদ্ধ বৈচিত্র্য সম্পর্কে অজ্ঞ থেকে যান। 'Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority' (Academia.edu, 2022)-এ বলা হয়েছে যে, পাশ্চাত্য-শিক্ষিত মুসলিম স্কলারদের একটি নতুন ধারা ডিজিটাল স্পেসে ঐতিহ্যগত আলেমি কর্তৃত্বকে চ্যালেঞ্জ করছে। এই দ্বন্দ্ব অনেক সময় উৎপাদনশীল আলোচনার বদলে বিভক্তি ও বৈরিতায় রূপ নেয়।

আল্লাহ তা'আলা এই বিভক্তির বিষয়ে সুস্পষ্ট নিষেধাজ্ঞা দিয়েছেন:

وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِن بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ ۚ وَأُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ

(সূরা আলে-ইমরান, ৩:১০৫)

অর্থ: 'তোমরা তাদের মতো হয়ো না যারা বিভক্ত হয়ে গেছে এবং মতবিরোধ করেছে সুস্পষ্ট নির্দেশ আসার পরও। তাদের জন্য রয়েছে মহাশাস্তি।' ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে মুসলিমদের পারস্পরিক আক্রমণাত্মক বিতর্ক এই সতর্কবাণীর সরাসরি লঙ্ঘন।

একটি বিশেষ উদ্বেগজনক দিক হলো 'ডিজিটাল তাকফির' — অনলাইনে অন্য মুসলিমদের কাফির বা ফাসিক ঘোষণা করার প্রবণতা। এটি শুধু বিভক্তি নয়, বরং ইসলামি আইনের দৃষ্টিতে অত্যন্ত গুরুতর অপরাধ যার জন্য কঠোর শর্ত প্রযোজ্য।

৮.৪ ব্যক্তিগত ইবাদত ও নৈতিকতার উপর প্রভাব

স্ক্রিন আসক্তি আজ একটি গবেষণা-স্বীকৃত সমস্যা। Journal of Learning Technology and Innovation (2025)-এ প্রকাশিত ৩০টি peer-reviewed গবেষণার সংশ্লেষণ দেখিয়েছে যে, অতিরিক্ত স্ক্রিন ব্যবহার শিক্ষার্থীদের মনোযোগ, ধৈর্য এবং গভীর চিন্তার ক্ষমতা হ্রাস করে। ইসলামি দৃষ্টিকোণ থেকে এটি বিশেষত উদ্বেগজনক, কারণ নামাজে 'খুশু' (মনোযোগ), কুরআন তিলাওয়াতে গভীরতা এবং যিকরে একাগ্রতা — এই সবকিছু বিক্ষিপ্ত মনের কারণে মারাত্মকভাবে ক্ষতিগ্রস্ত হয়। গবেষণায় পাওয়া গেছে যে, TikTok ও Instagram-এর 'Infinite Scroll' এবং ক্রমাগত notification মানুষের dopamine cycle-কে এমনভাবে ব্যাহত করে যে দীর্ঘ সময় ধরে একটি বিষয়ে মনোযোগ রাখার ক্ষমতা কমে যায়। ফলে একজন অভ্যস্ত সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারকারীর পক্ষে নামাজে পূর্ণ একাগ্রতার সাথে দাঁড়ানো কঠিন হয়ে পড়ে।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) বলেছেন:

مَنِ اسْتَطَاعَ مِنكُم أَن يَنفَعَ أَخَاهُ فَلْيَنفَعهُ

(সহিহ মুসলিম, হাদিস নং: ২১৯৯)

অর্থ: 'তোমাদের মধ্যে যে তার ভাইয়ের উপকার করতে পারে, সে যেন তার উপকার করে।' সামাজিক মিডিয়া যদি মুসলিমদের ইবাদতে মনোযোগ নষ্ট করে এবং ধর্মীয় দায়িত্ব পালনে বাধা সৃষ্টি করে, তাহলে এটি নিজের ও অন্যের ক্ষতির কারণ হয়।

৮.৫ মুসলিম পরিচয়ের উপর আঘাত — সেন্সরশিপ ও অ্যালগরিদমিক বৈষম্য

Social মিডিয়া প্ল্যাটফর্মগুলো — Facebook, YouTube, TikTok — মূলত পশ্চিমা মূল্যবোধ ও দৃষ্টিভঙ্গি থেকে পরিচালিত। গবেষণায় দেখা গেছে যে, ইসলামি কনটেন্ট অনেক সময় অন্যায়ভাবে সেন্সর বা shadow-ban করা হয়, বিশেষত ফিলিস্তিন, হিজাব বা মুসলিম রাজনৈতিক বিষয়ক কনটেন্ট।

Digital Da'wah Transformation (Academia.edu, 2022) গবেষণায় উল্লেখ করা হয়েছে যে, সাইবারকালচার মুসলিম তরুণদের সামনে 'হাইপাররিয়েলিটি' — একটি কৃত্রিম ডিজিটাল বাস্তবতা — উপস্থাপন করছে যেখানে ইসলামিক মূল্যবোধকে 'পিছিয়ে পড়া' বা 'অনুদার' হিসেবে চিত্রিত করা হয়। এই পরিবেশে বেড়ে ওঠা তরুণদের ইসলামি পরিচয় রক্ষা করা কঠিন হয়ে পড়ছে।

আল্লাহ তা'আলা মুমিনদের পরিচয়-সংকট নিয়ে সতর্ক করেছেন:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِن دُونِ الْمُؤْمِنِينَ

(সূরা আন-নিসা, ৪:১৪৪)

অর্থ: 'হে মুমিনগণ! মুমিনদের বাদ দিয়ে কাফিরদেরকে বন্ধু হিসেবে গ্রহণ করো না।' এই আয়াতের বৃহত্তর শিক্ষা হলো মুসলিম পরিচয় ও মূল্যবোধকে বাইরের প্রভাবের কাছে বিলিয়ে না দেওয়া — যা ডিজিটাল যুগেও সমানভাবে প্রযোজ্য।

সম্ভাবনাসমূহ

৮.৬ জ্ঞান ও শিক্ষার বৈশ্বিক প্রসার — অনলাইন আদেশ ও ডিজিটাল তাফসির

ডিজিটাল যুগ ইসলামি শিক্ষার জন্য একটি ঐতিহাসিক সুযোগ তৈরি করেছে। আগে যে জ্ঞান কেবল মক্কা, মদিনা, কায়রো বা দিল্লির মাদ্রাসায় পাওয়া যেত, সেই জ্ঞান এখন বাংলাদেশের প্রত্যন্ত গ্রামে স্মার্টফোনের মাধ্যমে পৌঁছে যাচ্ছে।

SeekersGuidance, Al-Maghrib Institute, Bayyinah Institute-এর মতো প্রতিষ্ঠানগুলো অনলাইনে উচ্চমানের ইসলামি শিক্ষা প্রদান করছে। Dawah in the Digital Age (ResearchGate, 2024)-এর গবেষণায় দেখা গেছে যে, ডিজিটাল ওয়াকফ মডেলে — যেখানে islamই শিক্ষাকে টেকসই অর্থায়নের সাথে যুক্ত করা হয়েছে — অনলাইন দাওয়াহ আরও কার্যকর ও সংগঠিত হয়ে উঠছে।

বাংলাদেশে hadithbd.com ও quraneralo.com ইতিমধ্যে এই ভূমিকা পালন করছে। এছাড়াও বিভিন্ন YouTube চ্যানেলে বাংলায় তাফসির, হাদিস ব্যাখ্যা ও ফিকহ বিষয়ক দরস প্রদান করা হচ্ছে, যা মানুষের দোরগোড়ার ইলম পৌঁছে দিচ্ছে।

আল্লাহ তা'আলা ইরশাদ করেছেন:

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ

(সূরা আল-জুমুআ, ৬২:২)

অর্থ: 'তিনিই নিরক্ষরদের মধ্যে তাদের মধ্য থেকে একজন রাসূল পাঠিয়েছেন, যে তাদের কাছে তাঁর আয়াতসমূহ তিলাওয়াত করে, তাদেরকে পবিত্র করে এবং তাদেরকে কিতাব ও হিকমত শেখায়।' ডিজিটাল মাধ্যমে এই জ্ঞানের প্রসার এই মহৎ উদ্দেশ্যেরই ধারাবাহিকতা।

৮.৭ বিশ্ব মুসলিম উম্মাহর সংযোগ স্থাপন — ভার্চুয়াল উম্মাহর শক্তি

সামাজিক মিডিয়া মুসলিম উম্মাহর মধ্যে এমন একটি সংযোগ তৈরি করেছে যা ইতিহাসে আগে কখনো সম্ভব হয়নি। ডিজিটাল দাওয়াহ গবেষণাপত্র 'Digital Da'wah Transformation' (Academia.edu, 2022) জানাচ্ছে যে, ডিজিটাল দাওয়াহ মুসলিম সম্প্রদায়গুলোর মধ্যে আন্তর্জাতিক সংযোগ স্থাপন করছে এবং বৈচিত্র্যময় সম্প্রদায়গুলোকে ঐক্যবদ্ধ করার সম্ভাবনা রাখছে। ২০২০ সাল নাগাদ বিশ্বের ৯০%-এর বেশি ইন্টারনেট ব্যবহারকারী সামাজিক মিডিয়া প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করছেন।

রমজান মাসে বিশ্বব্যাপী মুসলিমদের ডিজিটাল সংহতি, হজের সময় লাইভ সম্প্রচার দেখে অংশগ্রহণের অনুভূতি, ফিলিস্তিন বা কাশ্মিরে মুসলিমদের উপর অত্যাচারের বিষয়ে বৈশ্বিক সচেতনতা তৈরি — এই সবই ডিজিটাল উম্মাহর শক্তির উদাহরণ।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) বলেছেন:

الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا

(সহিহ বুখারি, হাদিস নং: ৪৮১)

অর্থ: 'মুমিনের সাথে মুমিনের সম্পর্ক ইমারতের মতো — এক অংশ আরেক অংশকে মজবুত করে।' ডিজিটাল সংযোগ এই ইমারতের নতুন স্তম্ভ হিসেবে কাজ করতে পারে।

৮.৮ নতুন প্রজন্মের কাছে পৌঁছানো — Generation Z ও ডিজিটাল ইসলাম

Generation Z (১৯৯৭-২০১২ সালে জন্মগ্রহণকারী) ডিজিটাল নেটিভ — তারা ইন্টারনেট ও স্মার্টফোনের পরিবেশে বড় হয়েছে। বাংলাদেশে TikTok-এর ৩৭.৩৬ মিলিয়ন ব্যবহারকারীর একটি বিশাল অংশ এই প্রজন্মের। তাদের কাছে পৌঁছাতে হলে ডিজিটাল দাওয়াহর কোনো বিকল্প নেই।

'Hijrah Goes Digital' (International Journal of Islamic Studies, 2025) গবেষণায় দেখা গেছে যে, ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মের commodification of religion — যেখানে জনপ্রিয়তা ও ভাইরাল কনটেন্টই মূল চালিকাশক্তি — দাওয়াহকে আধ্যাত্মিক থেকে বাণিজ্যিকে রূপান্তরিত করার ঝুঁকি তৈরি করেছে। তবুও, এই প্ল্যাটফর্মকে সঠিকভাবে ব্যবহার করলে Generation Z-কে ইসলামের পথে আনার অসাধারণ সুযোগ রয়েছে।

AlQuranClasses.com-এর গবেষণা (Digital Dawah: The Impact of Social Media on Young Muslims, 2024) বলছে যে, কার্যকর ডিজিটাল দাওয়াহর কৌশলগুলো হলো: সংযোগযোগ্য ও আকর্ষণীয় কনটেন্ট তৈরি, একাধিক প্ল্যাটফর্মে উপস্থিতি এবং সমালোচনামূলক চিন্তা ও ব্যক্তিগত প্রতিফলনকে উৎসাহিত করে এমন ইন্টারেক্টিভ আলোচনা।

৮.৯ শিক্ষার নতুন পদ্ধতি — গেমিফিকেশন, VR ও ইন্টারেক্টিভ ইসলামিক কনটেন্ট

ইসলামি শিক্ষায় প্রযুক্তি-ভিত্তিক পদ্ধতির ব্যবহার একটি বিপ্লব এনেছে। Journal of Learning Technology and Innovation (2025)-এ প্রকাশিত একটি ব্যাপক পদ্ধতিগত সাহিত্য পর্যালোচনায় (৩০টি peer-reviewed গবেষণা বিশ্লেষণ করে) দেখা গেছে যে, গেমিফিকেশন — পয়েন্ট, পুরস্কার, চ্যালেঞ্জ ও লিডারবোর্ডের মতো উপাদান — Generation Z শিক্ষার্থীদের ইসলামি বিষয়ে জ্ঞানীয়, আবেগীয় ও আচরণগত সম্পৃক্ততা উল্লেখযোগ্যভাবে বৃদ্ধি করে।

Solo International Collaboration (Islamic Religious Learning in the Digital Age, 2024) গবেষণায় দেখা গেছে যে, শিক্ষামূলক অ্যাপ, সংক্ষিপ্ত শিক্ষামূলক ভিডিও, ইন্টারেক্টিভ কুইজ এবং সামাজিক মিডিয়ায় আলোচনার মাধ্যমে Generation Z-এর ইসলাম শিক্ষায় আগ্রহ ও অংশগ্রহণ বৃদ্ধি পায়। একটি উল্লেখযোগ্য তথ্য হলো এক গবেষণায় ৮৩% শিক্ষার্থী ভিডিও ও গেমিফিকেশনের মাধ্যমে উন্নত প্রেরণা ও বোধগম্যতার কথা জানিয়েছে।

আধুনিক প্রযুক্তি যেমন Augmented Reality (AR) ও Virtual Reality (VR) ইসলামি ইতিহাস শিক্ষায় ব্যবহার করা হচ্ছে — যেমন মক্কা ও মদিনার ভার্চুয়াল সফর, কাবাঘরের নির্মাণ ইতিহাসের ত্রিমাত্রিক উপস্থাপনা, যা শিক্ষার্থীদের ইসলামি ইতিহাসের সাথে জীবন্ত সংযোগ তৈরি করতে সহায়তা করছে। (AlQuranClasses.com, 2024) তবে Medina-Te Journal of Islamic Studies (2025)-এর গবেষণা সতর্ক করছে যে, গেমিফিকেশনের অতিরিক্ত ব্যবহার শিক্ষার্থীর স্বাভাবিক অভ্যন্তরীণ প্রেরণাকে ক্ষতিগ্রস্ত করতে পারে। ইসলামি শিক্ষায় প্রযুক্তির ব্যবহার অবশ্যই ইসলামি মূল্যবোধ ও শিক্ষাগত উদ্দেশ্যের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হতে হবে।

সামনে এগিয়ে যাওয়ার পথ

৮.১০ ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নীতিমালার প্রস্তাব

উপরে আলোচিত চ্যালেঞ্জ ও সম্ভাবনার আলোকে এবং বিদ্যমান গবেষণার ভিত্তিতে, এই গবেষণাপত্রে নিম্নলিখিত ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নীতিমালার প্রস্তাব উপস্থাপন করা হচ্ছে। এই নীতিমালাটি ডিজিটাল দাওয়াহকারী, আলেম সমাজ, মুসলিম প্রতিষ্ঠান এবং সাধারণ মুসলিম ব্যবহারকারীদের জন্য একটি ব্যবহারিক দিকনির্দেশনা।

ResearchGate-এ প্রকাশিত 'Islamic Guidelines for Content Creators: A Jurisprudential Framework' (2025) বলছে যে, বর্তমান ইসলামি পাণ্ডিত্যে ডিজিটাল কনটেন্ট তৈরির বিষয়ে পদ্ধতিগত নির্দেশিকার অভাব রয়েছে — বিদ্যমান ধর্মীয় রায়গুলো খণ্ডিত ও প্রতিক্রিয়াশীল, যা অ্যালগরিদমিক কনটেন্ট প্রচার, ক্রস-

প্ল্যাটফর্ম রাজস্ব ভাগাভাগি এবং দর্শক দায়িত্বের মতো সমকালীন চ্যালেঞ্জ মোকাবেলায় অপর্যাপ্ত। International Journal of Research and Innovation in Social Science (2025)-এ প্রস্তাবিত AMANAH-HIKMAH Model-এর অনুপ্রেরণায় আমাদের প্রস্তাবিত নীতিমালা পাঁচটি মূলনীতি ও দশটি কার্যকরী সুপারিশের উপর প্রতিষ্ঠিত:

প্রথম মূলনীতি: সিদক ও আমানাত — তথ্যের সততা ও বিশ্বস্ততা

ডিজিটাল দাওয়াহর প্রতিটি কনটেন্টে সত্যতা নিশ্চিত করতে হবে। কোনো কুরআনের আয়াত, হাদিস বা ফতোয়া প্রচারের আগে বা **শেয়ার করার সময়** তা যাচাই করা বাধ্যতামূলক। যোগ্য আলেমের রেফারেন্স উল্লেখ ছাড়া ধর্মীয় দাবি করা থেকে বিরত থাকতে হবে। এই নীতির ভিত্তি হলো সূরা হুজুরাত ৪৯:৬-এর তাবাইয়্যুনের নির্দেশ।

দ্বিতীয় মূলনীতি: ইখলাস ও মাকসাদ — উদ্দেশ্যের বিশুদ্ধতা

ডিজিটাল দাওয়াহর প্রতিটি কর্মকাণ্ড আল্লাহর সন্তুষ্টির জন্য হতে হবে, ফলোয়ার সংগ্রহ বা ব্যক্তিগত খ্যাতির জন্য নয়। সহিহ বুখারির প্রথম হাদিস — 'কাজ নিয়তের উপর নির্ভরশীল' — ডিজিটাল কনটেন্ট তৈরিতেও সমানভাবে প্রযোজ্য। কনটেন্ট ক্রিয়েটরকে নিজেকে নিয়মিত প্রশ্ন করতে হবে: এই কনটেন্টটি কি সত্যিই আল্লাহর দ্বীনের জন্য, নাকি আমার নিজের জন্য?

তৃতীয় মূলনীতি: হিকমত ও আসলুব — পদ্ধতির প্রজ্ঞা

সূরা নাহল ১৬:১২৫-এর নির্দেশ অনুযায়ী দাওয়াহ হতে হবে হিকমত (প্রজ্ঞা), মাওয়িজা হাসানা (সুন্দর উপদেশ) ও মুজাদালা বিল্লাতি হিয়া আহসান (সর্বোত্তম পদ্ধতিতে বিতর্ক)-এর মাধ্যমে। ডিজিটাল পরিবেশে এর অর্থ হলো — TikTok-এ সংক্ষিপ্ত কিন্তু গভীর বার্তা, YouTube-এ বিস্তারিত কিন্তু আকর্ষণীয় বক্তৃতা, এবং Facebook-এ সম্প্রদায়ভিত্তিক সংলাপ।

চতুর্থ মূলনীতি: মাসলাহাহ ও মানাফা — জনকল্যাণের অগ্রাধিকার

ডিজিটাল দাওয়াহর কনটেন্ট সর্বদা উম্মাহর সামগ্রিক কল্যাণ বিবেচনা করে তৈরি করতে হবে। বিভেদমূলক, ক্রোধ-উদ্দীপক বা অনৈক্য সৃষ্টিকারী কনটেন্ট পরিহার করতে হবে, এমনকি যদি তা ভাইরাল হওয়ার সম্ভাবনা থাকে। 'Digital Taqwa' বা ডিজিটাল আল্লাহ-ভীতি — এই ধারণাটি গবেষকরা প্রস্তাব করেছেন যা ডিজিটাল কর্মকাণ্ডে আল্লাহর সচেতনতাকে সর্বদা জাগ্রত রাখে।

পঞ্চম মূলনীতি: মাসউলিয়া ও মুহাসাবা — জবাবদিহিতা ও আত্মসমীক্ষা

প্রতিটি ডিজিটাল দাওয়াহকারীকে মনে রাখতে হবে যে আল্লাহর কাছে প্রতিটি পোস্ট, ভিডিও ও মন্তব্যের হিসাব দিতে হবে। সূরা ক্বাফ ৫০:১৮ — 'সে যে কথাই উচ্চারণ করে, তার কাছে একজন প্রস্তুত পর্যবেক্ষক থাকে' — এই সত্যটি ডিজিটাল যোগাযোগেও পূর্ণমাত্রায় প্রযোজ্য।

দশটি কার্যকরী সুপারিশ

১. প্রতিটি ধর্মীয় তথ্য শেয়ারের আগে hadithbd.com বা sunnah.com-এ যাচাই করুন।

২. আলেমের পরিচয় ও যোগ্যতা যাচাই না করে তার অনলাইন ফতোয়া অনুসরণ করবেন না।

৩. নামাজের সময় ও রাতের শেষ তৃতীয়াংশে স্মার্টফোন থেকে বিরত থাকুন।

৪. ডিজিটাল দাওয়াহকে সনাতন আলেমি শিক্ষার পরিপূরক হিসেবে ব্যবহার করুন — প্রতিস্থাপন হিসেবে নয়।

৫. অন্য মুসলিম বা আলেমের সমালোচনামূলক কনটেন্ট শেয়ার করার আগে তার প্রামাণিকতা নিশ্চিত করুন।

৬. হারাম কনটেন্ট ব্লক করতে পারেন এমন অ্যাপ (যেমন — BlockSite, Cold Turkey) ব্যবহার করুন।

৭. আনুষ্ঠানিক ইসলামি প্রতিষ্ঠানের (ইসলামিক ফাউন্ডেশন বাংলাদেশ, বেফাকুল মাদারিস) ওয়েবসাইটকে প্রামাণিক সূত্র হিসেবে অনুসরণ করুন।

৮. ডিজিটাল দাওয়াহকে সম্প্রদায়ভিত্তিক বাস্তব কর্মকাণ্ডের সাথে যুক্ত করুন।

৯. Generation Z-এর জন্য গেমিফিকেশন ও ইন্টারেক্টিভ পদ্ধতিতে ইসলামি শিক্ষা তৈরিতে বিনিয়োগ করুন।

১০. মুসলিম কনটেন্ট ক্রিয়েটরদের জন্য ইসলামি জুরিসপ্রুডেন্স-ভিত্তিক একটি জাতীয় নীতিমালা প্রণয়নে উদ্যোগী হোন।

সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হলো, এই নীতিমালা বাস্তবায়নে আলেম সমাজ, ডিজিটাল উদ্যোক্তা এবং সরকারি প্রতিষ্ঠানের সম্মিলিত প্রচেষ্টা আবশ্যক। ডিজিটাল দাওয়াহ একা কোনো ব্যক্তি বা সংস্থার কাজ নয়; এটি সমগ্র উম্মাহর দায়িত্ব।

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

(সূরা আলে-ইমরান, ৩:১০৪)

অর্থ: 'তোমাদের মধ্যে এমন একটি দল থাকা উচিত যারা মানুষকে কল্যাণের দিকে আহ্বান করবে, সৎকাজের আদেশ দেবে এবং অসৎকাজ থেকে নিষেধ করবে। আর তারাই হবে সফলকাম।' ডিজিটাল দাওয়াহ এই 'দলের' আধুনিক ডিজিটাল রূপ — শর্ত হলো, এটি হতে হবে জ্ঞান, ইখলাস ও প্রজ্ঞার সাথে।

---

২. উৎসসমূহ

প্রাথমিক উৎস (Primary Sources)

- **আল-কুরআন:** সূরা আল-আনফাল (৮:২২), সূরা আলে-ইমরান (৩:১০৪, ৩:১০৫), সূরা আন-নিসা (৪:১৪৪), সূরা আল-জুমুআ (৬২:২)।
- **হাদিস গ্রন্থ:** সহিহ বুখারি (হাদিস নং: ১০০, ৪৮১), সহিহ মুসলিম (হাদিস নং: ২১৯৯)।

মাধ্যমিক উৎস (Secondary Sources)

- **একাডেমিক জার্নাল:**
    - *MDPI Journal* (2026) — "Digital Mediation and Fatwa Authority in Contemporary Islam".
    - *Journal of Learning Technology and Innovation* (2025) — "Systematic Literature Review on Gamification & Screen Addiction".
    - *Medina-Te Journal of Islamic Studies* (2025) — Critique on internal motivation in digital religious education.
    - *International Journal of Islamic Studies / International Journal of Research and Innovation in Social Science* (2025) — "Hijrah Goes Digital" & "AMANAH-HIKMAH Model".
- **গবেষণা ও প্রি-প্রিন্ট প্ল্যাটফর্ম:** Academia.edu (2022) — "Digital Da'wah Transformation" & "Digital Islam and Muslim Millennials", ResearchGate (2024/2025).

৩. শীর্ষস্থানীয় ব্যক্তিত্ব ও প্রতিষ্ঠান (Leading Voices & Institutions)

- **SeekersGuidance & Al-Maghrib Institute:** বৈশ্বিক পরিসরে প্রামাণিক ডিজিটাল ইসলামি কারিকুলাম ও সুগঠিত অনলাইন শিক্ষা কাঠামো প্রসারের অন্যতম পথিকৃৎ।
- **Bayyinah Institute:** সমকালীন তরুণ প্রজন্মের (Gen Z) মনস্তত্ত্ব বোঝে ইন্টারঅ্যাক্টিভ ও আধুনিক প্রযুক্তি-নির্ভর (VR/Media) কুরআন শিক্ষা প্রসারে শীর্ষস্থানীয় প্রতিষ্ঠান।
- **Islamic Foundation Bangladesh & বেফাকুল মাদারিস:** দেশীয় প্রেক্ষাপটে প্রামাণিক আলেমী ফতোয়া এবং ডিজিটাল কন্টেন্ট যাচাইয়ের প্রাতিষ্ঠানিক রেফারেন্স।

[FOOTNOTE]: ৮.১০ অনুচ্ছেদে প্রস্তাবিত নীতিমালাগুলোর আইনি বা প্রাতিষ্ঠানিক প্রয়োগযোগ্যতা (Enforceability)। বাংলাদেশে কওমি এবং আলিয়া—উভয় ধারার আলেমদের মধ্যে একপ্রকার মনস্তাত্ত্বিক দূরত্ব রয়েছে। কোনো "জাতীয় নীতিমালা" প্রণয়ন করতে গেলে এই দুই ধারার আলেম এবং বিটিআরসি (BTRC) বা সরকারি আইনি কাঠামোর সমন্বয় কিভাবে ঘটবে, তার কোনো রূপরেখা টেক্সটে অনুপস্থিত। এছাড়া গেমিফিকেশন ও ভিআর (VR) প্রযুক্তির যে উজ্জ্বল সম্ভাবনা তুলে ধরা হয়েছে, বাংলাদেশের গ্রামীণ বা অর্থনৈতিকভাবে পিছিয়ে পড়া মাদ্রাসাগুলোর বাস্তবতায় তার ব্যয়ভার (Infrastructure Cost) বহন করা কতটা সম্ভব—তা নিয়ে পর্যাপ্ত চিন্তাভাবনার প্রয়োজন আছে

নবম অধ্যায় সারাংশ ও উপসংহার

৯.১ গবেষণার মূল ফলাফল — প্রতিটি অধ্যায়ের সারসংক্ষেপ

এই গবেষণাটি 'সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে ইসলামি প্রচার: সুফল ও সীমাবদ্ধতা' শীর্ষক একটি বিশ্লেষণধর্মী থিসিস। নয়টি অধ্যায়ে বিস্তৃত এই গবেষণায় ইসলামি দাওয়াহ ও আধুনিক সামাজিক মিডিয়ার মেলবন্ধনকে কুরআন, হাদিস, ইসলামি ফিকহ এবং সমকালীন গবেষণার আলোকে পরীক্ষা করা হয়েছে। নিচে প্রতিটি অধ্যায়ের মূল ফলাফল সংক্ষেপে তুলে ধরা হলো:

প্রথম অধ্যায়: সূচনা ও গবেষণার পরিচয়

প্রথম অধ্যায়ে গবেষণার পটভূমি, উদ্দেশ্য ও পদ্ধতি উপস্থাপন করা হয়েছে। বাংলাদেশে ৭৭.৩৬ মিলিয়ন ইন্টারনেট ব্যবহারকারী এবং ৫২.৯ মিলিয়ন সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারকারী থাকায় ডিজিটাল দাওয়াহ বাংলাদেশের সামাজিক বাস্তবতায় একটি অনিবার্য বিষয় হয়ে দাঁড়িয়েছে। ইসলামি দাওয়াহর মৌলিক সংজ্ঞা ও কুরআনিক ভিত্তি প্রতিষ্ঠা করা হয়েছে।

দ্বিতীয় অধ্যায়: ইসলামি দাওয়াহ ও আধুনিক প্রযুক্তি

দ্বিতীয় অধ্যায়ে প্রচলিত দাওয়াহ ও ডিজিটাল দাওয়াহর তুলনামূলক বিশ্লেষণ করা হয়েছে। Facebook (৫২.৯ মিলিয়ন), YouTube (৩৩.৬ মিলিয়ন) ও TikTok (৩৭.৩৬ মিলিয়ন) বাংলাদেশে ডিজিটাল দাওয়াহর প্রধান প্ল্যাটফর্ম হিসেবে চিহ্নিত হয়েছে। ইসলামি ফিকহের মাসলাহাহ মুরসালাহ নীতির আলোকে ডিজিটাল দাওয়াহর বৈধতা প্রতিষ্ঠিত হয়েছে।

তৃতীয় অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ায় প্রচারের আদব

তৃতীয় অধ্যায়ে ছয়টি মূল আদব — ইখলাস, সত্যনিষ্ঠা, সুন্দর ভাষা, আরবির গুরুত্ব, জ্ঞানের সঠিক উদ্দেশ্য এবং অহংকার পরিহার — কুরআন ও হাদিসের দলিল সহকারে উপস্থাপন করা হয়েছে। ডিজিটাল রিয়া বা ভার্চুয়াল লোক দেখানো আমলের বিপদ বিশেষভাবে আলোচিত হয়েছে।

চতুর্থ অধ্যায়: বার্তালাপ সম্পর্কিত ইসলামি শিষ্টাচার

চতুর্থ অধ্যায়ে সামাজিক মিডিয়ায় কথোপকথনের সাতটি ইসলামি নীতি আলোচিত হয়েছে। উপযুক্ত সময় নির্বাচন, সুন্নাহ মানা, পরিচয়ের স্বচ্ছতা, শ্রোতার মানসিকতা বিবেচনা, সংক্ষিপ্ততা, সালামের আদব এবং ডিজিটাল গীবত পরিহার — এই নীতিগুলো প্রতিটি মুসলিম সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারকারীর জন্য অপরিহার্য।

পঞ্চম অধ্যায়: ডিজিটাল দাওয়াহর ধারণা ও ইসলামি ভিত্তি

পঞ্চম অধ্যায়ে ডিজিটাল দাওয়াহর পূর্ণাঙ্গ ইসলামি কাঠামো প্রতিষ্ঠা করা হয়েছে। কুরআনের পাঁচটি আয়াত (৩:১০৪, ৮:৬০, ২:১৪৩, ১২:১০৮, ৫:৬৭), পাঁচটি সহিহ হাদিস এবং নবী (সাঃ)-এর ছয় রাজার চিঠি, মুসআব (রাঃ), মুআজ ইবনে জাবাল (রাঃ)-এর দাওয়াহ পদ্ধতির ঐতিহাসিক উদাহরণ উপস্থাপন করা হয়েছে। পাঁচ মূলনীতির (ইখলাস, ইলম, হিকমত, সিদক, সবর) একটি প্রস্তাবিত ইসলামি কাঠামোও দেওয়া হয়েছে।

ষষ্ঠ অধ্যায়: সামাজিক মিডিয়ার ইতিবাচক ও নেতিবাচক প্রভাব

ষষ্ঠ অধ্যায়ে সামাজিক মিডিয়ার দ্বিমুখী প্রভাব বিশ্লেষণ করা হয়েছে। ইতিবাচক দিকে — ইসলামি জ্ঞানের গণতন্ত্রায়ন, ভার্চুয়াল উম্মাহ সংযোগ, তরুণ প্রজন্মের কাছে পৌঁছানো এবং ইবাদতে প্রেরণা। নেতিবাচক দিকে — ভুল ব্যাখ্যা, সাম্প্রদায়িক বিভক্তি, পরিচয় সংকট, স্মার্টফোন আসক্তি, হারাম কনটেন্টের সহজলভ্যতা এবং জাল হাদিসের বিস্তার — প্রতিটি দিক কুরআন ও হাদিসের দলিলসহ উপস্থাপিত হয়েছে।

সপ্তম অধ্যায়: ফতোয়া এবং ডিজিটাল যুগে ধর্মীয় পরামর্শ

সপ্তম অধ্যায়ে ফতোয়ার আরবি ব্যুৎপত্তি থেকে শুরু করে পাঁচ পর্যায়ের ইতিহাস, মুফতির পাঁচটি যোগ্যতার শর্ত, এবং অনলাইন ফতোয়ার বিপদ — 'ফতোয়া শপিং', সনদহীনতা, পরস্পরবিরোধিতা — বিশ্লেষণ করা হয়েছে। আল-আযহারের ডিজিটাল ফতোয়া উদ্যোগকে একটি কার্যকর মডেল হিসেবে উপস্থাপন করা হয়েছে।

অষ্টম অধ্যায়: ডিজিটাল দাওয়াহয় চ্যালেঞ্জ ও সম্ভাবনা

অষ্টম অধ্যায়ে ডিজিটাল দাওয়াহর চারটি প্রধান চ্যালেঞ্জ — কর্তৃত্বের সংকট (বুখারি ১০০), ইকো চেম্বার বিভক্তি, ইবাদতে ব্যাঘাত এবং অ্যালগরিদমিক বৈষম্য — এবং চারটি বড় সম্ভাবনা — বৈশ্বিক জ্ঞান প্রসার, উম্মাহ সংযোগ, Generation Z-এর কাছে পৌঁছানো এবং গেমিফিকেশন পদ্ধতি — বিশ্লেষণ করা হয়েছে। পাঁচ মূলনীতি ও দশটি কার্যকরী সুপারিশ সংবলিত ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নীতিমালা প্রস্তাব করা হয়েছে।

৯.২ থিসিসের মূল অবদান — একাডেমিক ও ব্যবহারিক

এই গবেষণাপত্রটি বাংলা ভাষায় ডিজিটাল দাওয়াহ বিষয়ক একাডেমিক গবেষণার ক্ষেত্রে একটি গুরুত্বপূর্ণ অবদান রাখে। গবেষণার মূল অবদানসমূহ নিম্নরূপ:

একাডেমিক অবদান

প্রথমত, বাংলা ভাষায় ইসলামি দাওয়াহ ও সামাজিক মিডিয়ার মেলবন্ধন নিয়ে পূর্ণাঙ্গ একাডেমিক বিশ্লেষণ প্রায় অনুপস্থিত ছিল। এই গবেষণা সেই শূন্যস্থান পূরণ করেছে। দ্বিতীয়ত, কুরআন-হাদিসের ক্লাসিক্যাল দলিলকে সমকালীন ডিজিটাল বাস্তবতার সাথে সংযুক্ত করে একটি সমন্বিত বিশ্লেষণ কাঠামো তৈরি করা হয়েছে। তৃতীয়ত, বাংলাদেশের নির্দিষ্ট প্রেক্ষাপটে DataReportal-সহ আন্তর্জাতিক পরিসংখ্যান প্রয়োগ করা হয়েছে।

চতুর্থত, ডিজিটাল ফতোয়ার সমস্যাকে ইসলামি জ্ঞানতত্ত্বের কাঠামোতে বিশ্লেষণ করে সমাধানের পথ দেখানো হয়েছে। পঞ্চমত, পাঁচটি মূলনীতি ও দশটি কার্যকরী সুপারিশ সংবলিত একটি মৌলিক নীতিমালা প্রস্তাব করা হয়েছে যা ভবিষ্যৎ গবেষকদের জন্য একটি প্রামাণিক রেফারেন্স হিসেবে কাজ করতে পারে।

ব্যবহারিক অবদান

ব্যবহারিক দিক থেকে এই গবেষণা তিনটি গোষ্ঠীর জন্য সরাসরি কার্যকর: ডিজিটাল দাওয়াহকারীদের জন্য — কোন প্ল্যাটফর্মে কী ধরনের কনটেন্ট তৈরি করতে হবে এবং কোন ইসলামি নীতি মেনে চলতে হবে তার সুস্পষ্ট দিকনির্দেশনা। আলেম সমাজের জন্য — কীভাবে ডিজিটাল মাধ্যমকে কার্যকরভাবে ব্যবহার করতে হবে এবং অনলাইন ফতোয়ার ক্ষেত্রে কোন মানদণ্ড অনুসরণ করতে হবে তার নির্দেশনা। নীতিনির্ধারকদের জন্য — বাংলাদেশে ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নিয়ন্ত্রণে একটি নীতিগত কাঠামো।

৯.৩ সুপারিশমালা

গবেষণার ফলাফলের আলোকে তিনটি প্রধান গোষ্ঠীর জন্য নিম্নলিখিত সুপারিশমালা প্রণয়ন করা হলো:

ক) ডিজিটাল দাওয়াহকারীদের জন্য সুপারিশ

১. ইখলাসের মানদণ্ড: প্রতিটি পোস্ট, ভিডিও বা লাইভ সেশন তৈরির আগে নিয়ত পরীক্ষা করুন। যদি মূল উদ্দেশ্য ফলোয়ার বৃদ্ধি বা ব্যক্তিগত খ্যাতি হয়, সেটি ডিজিটাল রিয়ার পর্যায়ে পড়ে — যা ইসলামিকভাবে অগ্রহণযোগ্য।

২. তথ্য যাচাইয়ের বাধ্যবাধকতা: যেকোনো হাদিস বা ধর্মীয় তথ্য শেয়ার করার আগে বা আনুষ্ঠানিক ইসলামি উৎস থেকে যাচাই করুন। যাচাই না করে শেয়ার করা সূরা হুজুরাত ৪৯:৬-এর সরাসরি লঙ্ঘন।

৩. যোগ্যতার সীমা স্বীকার: নিজের ধর্মীয় জ্ঞানের সীমা সম্পর্কে সৎ থাকুন। ফতোয়া বা আনুষ্ঠানিক ধর্মীয় রায় প্রদান থেকে বিরত থাকুন যদি আপনার সনদ না থাকে; পরিবর্তে যোগ্য আলেমের রেফারেন্স দিন।

৪. প্ল্যাটফর্মভিত্তিক কৌশল: arxiv.org-এ প্রকাশিত গবেষণা (2024) অনুযায়ী TikTok 'awareness' তৈরিতে সবচেয়ে কার্যকর (engagement rate ১.৪২%) এবং Instagram 'community building'-এ সবচেয়ে গভীর (engagement rate ৫.৪৭%)। উভয় প্ল্যাটফর্মের সমন্বিত ব্যবহার ডিজিটাল দাওয়াহকে সবচেয়ে কার্যকর করে।

৫. ডিজিটাল স্বাস্থ্য: নামাজের ওয়াক্তে ফোন বন্ধ রাখুন, রাতের শেষ তৃতীয়াংশে সামাজিক মিডিয়া থেকে সম্পূর্ণ বিরত থাকুন এবং প্রতিদিনের স্ক্রিন টাইমের একটি ইসলামসম্মত সীমা নির্ধারণ করুন।

খ) আলেম সমাজের জন্য সুপারিশ

১. ডিজিটাল দাওয়াহকে সরাসরি অংশগ্রহণ: Academia.edu-র গবেষণা (Utilizing Social Media as an Effective Dawah Tool, 2024) বলছে যে, যোগ্য আলেমরা যদি ডিজিটাল স্পেস থেকে নিজেদের দূরে রাখেন, তবে সেই শূন্যস্থান অযোগ্যরা পূরণ

করবে। সুতরাং আলেমদের অবশ্যই সক্রিয়ভাবে ডিজিটাল দাওয়াহয় অংশগ্রহণ করতে হবে।

২. ডিজিটাল সনদ ব্যবস্থা: আলেম-সমাজের উচিত অনলাইনে পরিচয় যাচাইয়ের একটি ব্যবস্থা (ডিজিটাল সনদ) তৈরি করা, যেখানে একজন ধর্মীয় কনটেন্ট ক্রিয়েটরের শিক্ষাগত যোগ্যতা সাধারণ মানুষ সহজেই যাচাই করতে পারবেন।

৩. সম্মিলিত ফতোয়া প্ল্যাটফর্ম: বাংলাদেশে ইসলামিক ফাউন্ডেশন, বেফাকুল মাদারিস ও অন্যান্য প্রতিষ্ঠানের সম্মিলিত উদ্যোগে একটি কেন্দ্রীয় অনলাইন ফতোয়া পোর্টাল তৈরি করা উচিত — মিশরের দার আল-ইফতার মডেল অনুসরণ করে।

৪. Generation Z-কেন্দ্রিক পদ্ধতি: তরুণ প্রজন্মের সাথে যোগাযোগের জন্য শুধু বক্তৃতা নয়, বরং সংক্ষিপ্ত ভিডিও, ইন্টারেক্টিভ কুইজ ও গেমিফিকেশন পদ্ধতি ব্যবহার করতে হবে। Journal of Learning Technology and Innovation (2025)-এর গবেষণা নিশ্চিত করেছে যে এই পদ্ধতি ৮৩% শিক্ষার্থীর মধ্যে উন্নত প্রেরণা তৈরি করে।

গ) নীতিনির্ধারকদের জন্য সুপারিশ

১. ইসলামি ডিজিটাল মিডিয়া নীতিমালা: বাংলাদেশ সরকারের তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি মন্ত্রণালয় এবং ধর্ম মন্ত্রণালয়ের সম্মিলিত উদ্যোগে একটি জাতীয় ইসলামি ডিজিটাল কনটেন্ট নীতিমালা প্রণয়ন করা উচিত।

২. ডিজিটাল সাক্ষরতা কার্যক্রম: মাদ্রাসা ও সাধারণ শিক্ষা প্রতিষ্ঠানে ডিজিটাল মিডিয়া সাক্ষরতা কার্যক্রম অন্তর্ভুক্ত করতে হবে, যেখানে জাল হাদিস চেনার পদ্ধতি, উৎস যাচাই ও ডিজিটাল নিরাপত্তা শেখানো হবে।

৩. অনলাইন ধর্মীয় কনটেন্ট নিয়ন্ত্রণ: BTRC-এর সাথে সমন্বয় করে অনলাইনে জাল হাদিস ছড়ানো, ধর্মীয় বিদ্বেষ এবং অযোগ্য ব্যক্তির দ্বারা ফতোয়া প্রদানকে নিরুৎসাহিত করার একটি আইনি কাঠামো তৈরি করতে হবে।

৯.৪ ভবিষ্যৎ গবেষণার ক্ষেত্র

এই গবেষণাটি একটি ব্যাপক বিষয়ের প্রথম ধাপ। ভবিষ্যৎ গবেষকদের জন্য নিম্নলিখিত ক্ষেত্রগুলো আরও গভীর অনুসন্ধানের দাবি রাখে:

প্রথমত, বাংলাদেশে সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারকারী মুসলিমদের উপর প্রাথমিক জরিপ (Primary Survey) পরিচালনা করে ডিজিটাল দাওয়াহর প্রভাব পরিমাপ করা। এই গবেষণাটি মূলত secondary sources-নির্ভর; একটি সরাসরি empirical গবেষণা আরও নিখুঁত ফলাফল দিতে পারবে।

দ্বিতীয়ত, বাংলাদেশে জাল হাদিস ছড়িয়ে পড়ার ধরন ও গতি নিয়ে একটি বিশেষায়িত গবেষণা প্রয়োজন, যেখানে কোন ধরনের জাল হাদিস সবচেয়ে বেশি ভাইরাল হয় এবং কেন — সেটি বিশ্লেষণ করা হবে।

তৃতীয়ত, বাংলাদেশের মাদ্রাসা-শিক্ষিত আলেমদের সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারের ধরন ও তাদের অনলাইন দাওয়াহর কার্যকারিতা নিয়ে একটি তুলনামূলক গবেষণা।

চতুর্থত, ইসলামি শিক্ষায় AI (Artificial Intelligence) ও Virtual Reality (VR) প্রযুক্তির সম্ভাব্য ব্যবহার এবং এর ইসলামি বৈধতা নিয়ে একটি ফিকহভিত্তিক গবেষণা অত্যন্ত সময়োপযোগী।

পঞ্চমত, বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে একটি কেন্দ্রীয় ইসলামি ডিজিটাল ফতোয়া পোর্টালের কার্যকারিতা ও প্রয়োগযোগ্যতা নিয়ে একটি নীতি-গবেষণা।

৯.৫ উপসংহার

ডিজিটাল বিপ্লব মানব সভ্যতাকে এমন এক বাঁকে এনে দাঁড় করিয়েছে যেখানে ইসলামের বার্তা একদিকে অভূতপূর্ব গতিতে ছড়িয়ে পড়তে পারে, অন্যদিকে বিকৃত হয়ে পড়ার আশঙ্কাও ঠিক ততটাই প্রকট। এই গবেষণায় দেখা গেছে যে সামাজিক মিডিয়া নিজে কোনো ইতিবাচক বা নেতিবাচক শক্তি নয় — এটি একটি নিরপেক্ষ মাধ্যম। কিন্তু যে হাত এই মাধ্যম ধারণ করে, সেই হাতের নিয়ত, জ্ঞান ও নৈতিকতাই নির্ধারণ করে এটি কোন দিকে প্রবাহিত হবে।

রাসূলুল্লাহ (সাঃ) একসময় চিঠির মাধ্যমে সে যুগের বিশ্বশক্তিগুলোর রাজাদের কাছে ইসলামের দাওয়াহ পৌঁছে দিয়েছিলেন। সাহাবায়ে কেরাম মদিনা থেকে ইয়েমেনে, মক্কা থেকে পারস্যে, আরবের মরুভূমি থেকে আফ্রিকার উপকূলে — পায়ে হেঁটে, উটে চড়ে দাওয়াহ পৌঁছে দিয়েছিলেন। সেই দাওয়াহর মূল শক্তি ছিল আল্লাহর প্রতি একনিষ্ঠতা, সত্যের প্রতি অবিচল বিশ্বস্ততা এবং মানুষের প্রতি অকৃত্রিম ভালোবাসা।
আজ সেই একই মূল্যবোধ নিয়ে — ইখলাস, ইলম, হিকমত, সিদক ও সবর — ডিজিটাল মিডিয়াকে দাওয়াহর মাধ্যম হিসেবে ব্যবহার করা সম্ভব। Facebook-এ একটি সত্যিকারের জ্ঞানভিত্তিক পোস্ট, YouTube-এ একটি হৃদয়স্পর্শী ইসলামি বক্তৃতা, TikTok-এ একটি সংক্ষিপ্ত কিন্তু গভীর ইসলামি বার্তা — এগুলো হতে পারে আজকের ডিজিটাল যুগের 'চিঠি' যা রাজাদের নয়, কোটি কোটি সাধারণ মানুষের হৃদয়ে পৌঁছে যায়।
তবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ সত্য হলো — প্রযুক্তি কখনো আন্তরিকতার বিকল্প হতে পারে না। সামাজিক মিডিয়া ইসলামের বার্তা ছড়িয়ে দিতে পারে, কিন্তু একজন দাওয়াহকারীর আল্লাহর সাথে সম্পর্ক, তার ইখলাস এবং তার ব্যক্তিগত চরিত্রই হলো সেই আসল শক্তি যা মানুষের হৃদয় স্পর্শ করে। প্রযুক্তি পথ দেখাতে পারে, কিন্তু আল্লাহই হেদায়েত দেন।

এই গবেষণার সামগ্রিক সিদ্ধান্ত হলো: ডিজিটাল দাওয়াহ ইসলামি দৃষ্টিকোণ থেকে বৈধ, কার্যকর এবং সময়ের দাবি। কিন্তু এটি কেবল তখনই সত্যিকারের 'সুফল' বহন করবে যখন এটি কুরআন ও সুন্নাহর নির্দেশিত আদব, নীতি ও মূল্যবোধ মেনে পরিচালিত হবে। আর এটি কেবল তখনই 'সীমাবদ্ধতা' কাটিয়ে উঠতে পারবে যখন আলেম সমাজ, ডিজিটাল উদ্যোক্তা এবং নীতিনির্ধারকরা একযোগে একটি ইসলামি ডিজিটাল বাস্তুতন্ত্র গড়ে তোলার উদ্যোগ নেবেন।

পরিশেষে, এই গবেষণাকে আল্লাহর কাছে কবুল হওয়ার প্রার্থনা করে একটি কুরআনের আয়াত দিয়ে সমাপ্ত করা হচ্ছে — যে আয়াতটি প্রতিটি ডিজিটাল দাওয়াহকারীর স্ক্রিনের সামনে অদৃশ্য অক্ষরে লেখা থাকা উচিত:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

(সূরা ফুস্সিলাত, ৪১:৩৩)

অর্থ: 'তার কথার চেয়ে উত্তম কথা আর কার হতে পারে, যে আল্লাহর দিকে মানুষকে ডাকে, সৎকাজ করে এবং বলে: নিশ্চয়ই আমি মুসলিমদের অন্তর্ভুক্ত।'

اللَّهُمَّ اجْعَلْنَا مِنَ الدُّعَاةِ إِلَى سَبِيلِكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ

হে আল্লাহ! আমাদেরকে হিকমত ও সুন্দর উপদেশের মাধ্যমে আপনার পথে আহ্বানকারীদের অন্তর্ভুক্ত করুন।

— থিসিসের সমাপ্তি —

Sabera Alam Mim | Roll: 23100120974

সামাজিক মিডিয়ার মাধ্যমে ইসলামি প্রচার: সুফল ও সীমাবদ্ধতা