ٹک ٹاک ویڈیوز کے کراچی کے نوجوانوں پر اثرات کا تحقیقی و تجزیاتی جا ئزہ

Critical Analysis of Tik Tok Videos Impact on Karachi Based Youth

Muhammad Nadeem Jamil
Research Scholar, University Of Karachi
nadeemjamil786@gmail.com

Fouzia Jamil
Research Scholar, University Of Karachi
fuzya100@gmail.com

Abstract

Tik Tok is a very popular mobile app, which was introduced by China in September, 2016. In 2018 music included in this app and this app became very popular among the youth all over the world. It uses through mobile phones, it is not very difficult to use and everyone who can use Android mobile can use this app. That is why it has become so popular. This is a very useful app but it is not being used well in our country. This research is trying to find out the popularity of this app and the extent to which young people like this app. It will also find out if users of the app are making better use of it. In this regard, a survey form has been filled by approximate 100 young boys and girls by whom the opinion of the youth about the popularity of this app and its use will be taken. At the same time, it has tried to find out what the young people think about the makers of these videos and whether they want to be Tik Tokers in the future.

Keywords: TikTok, Mobile Video App, Social Media Youth, Effects

تعارف (Introduction)

ٹک ٹاک ایک موبائل ایپ ہے جس کی مدد سے بہت آسانی سے چھوٹی چھوٹی ویڈیوز بنائی جا سکتی ہیں۔ اس کے لیے بہت زیادہ سامان کی ضرورت بھی نہیں ہوتی۔ صرف موبائل کی مدد سے یہ ویڈیو بنائی جا سکتی ہیں۔ اس میں ایڈیٹنگ کی بھی ضرورت نہیں ہوتی۔

یہ ایپ چین کی ایجاد ہے اور اس کی ابتداء ستمبر 2016 میں ہوئی۔ اگست 2018 میں اس ایپ میں موسیقی کو شامل کیا گیا اور دنیا بھر میں اس کا استعمال شروع ہوا۔ ٹِک ٹِک ایک چینی ویڈیو کے اس اشتراکی عمل کی سماجی نیٹ ورکنگ سروس ہے جس کی ملکیت بائٹ ڈینس نامی کمپنی کے پاس ہے(آئی-ایس-اے اے-سی، 2020)۔

ابتداء میں اس کا مقصد اپنی صلاحیتں ویڈیوز کے ذریعے سب کو دکھانا تھا اور اس کا دورانیہ صرف 10 سے 15 سیکنڈز کا تھا۔ جب اس میں موسیقی کو شامل کیا گیا تو اس کی شہرت میں بہت زیادہ اضافہ ہوا۔ دنیا بھر میں اس ایپ کو اس علاقے کی ثقافت اور معاشرے کی بنیاد پر استعمال کیا گیا۔ بھارت میں اس پر بہت کام ہوا اور وہاں کے نوجوان لڑکے لڑکیوں نے اپنی صلاحیتوں کے اظہار کے لیے اس کا استعمال کرنا شروع کیا۔ چوں کہ بھارت میں موسیقی اور رقص رسم و رواج کا حصہ ہے اور اس کو برا نہیں سمجھا جاتا ہےتو اس وجہ سے اس ایپ کو بہت زیادہ استعمال کیا گیا۔ ابھی حال ہی میں چین بھارت کشیدگی کی وجہ سے بھارتی حکومت نے اس ایپ پر پابندی لگا دی ہے۔ لیکن پھر بھی وہاں اس قسم کی ویڈیوز بنا کر ایک دوسرے ایپس پر تشہیر کی جا رہی ہے۔

بھارت کے ٹک ٹاک ویڈیوز کو دیکتھے ہوئے ہمارے ملک کے نوجوانوں نے بھی اسی قسم کی ویڈیوز بنانا شروع کردیں۔

اس ایپ کا سب سے بڑا نقصان ہے کہ نوجوان لڑکے لڑکیاں اپنے ان جذبات کا اظہار ان ویڈیوز میں کرنے لگے جو وہ عام حالات میں نہیں کرسکتے۔ جس کی وجہ سے بیہودگی اور لچرپن کی لہر معاشرے میں پھیل گئی۔ ہمارے ملک میں نوجوان لڑکے لڑکیوں نے اپنے آپ کو نمایاں کرنے کے لیے ایسی ویڈیوز بھی اپ لوڈ کرنا شروع کردیں، جو کہ ہمارے معاشرے اور تہذیب کا حصہ نہیں۔ اس وجہ سے اس ایپ کی بہت زیادہ مخالفت کی جا رہی ہے۔ اس کے علاوہ ان ویڈیوز میں ازدواجی رشتے یعنی شوہر اور بیوی کے رشتے کو محض ایک بوجھ اور مذاق کے طور پر لیا جاتا ہے، جب کہ گرلز فرینڈز یا بوائے فرائنڈز کو بہت اہم، اچھا اور لازمی بتایا جاتا ہے۔

جب لڑکے اور لڑکیاں نوجوانی سے جوانی کے دور میں داخل ہورہے ہوتے ہیں تو عموماََ اُن کو گھر کے رشتوں یعنی ماں، باپ، بھائی، بہن، دادا، دادی، نانا، نانی اور دوسرے خونی رشتوں کے بجائے دوستوں اور گرلز فرینڈز اور بوائے فرینڈز کے رشتے زیادہ اچھے لگتے ہیں اور اُن کو زیادہ اہمیت دیتے ہیں۔ ٹک ٹاک کے ویڈیوز میں بھی یہی بتایا جا رہا ہے اور معاشرے کے نوجوانوں کو یہ باور کروایا جا رہا ہے کہ تمام خونی اور جائز رشتے اصل میں بوجھ ہوتے ہیں۔ ساتھ ہی یہ کہ جب تک لڑکا بوائے فرینڈ اور لڑکی گرل فرینڈ ہوتے ہیں، سب کچھ صحیح ہوتا ہے اور جیسے ہی وہ میاں بیوی بنتے ہیں، سب کچھ غلط ہونا شروع ہوجاتا ہے اور اچھا دور ختم ہو کر خراب دور شروع ہوجاتا ہے ہے اور محبت نفرت میں بدل جاتی

ہے اور وفا بے وفائی میں۔ یہ ایسی چیزیں اور پیغامات ہیں جو کہ آگے جا کر معاشرے کے بگڑاؤ کا سبب بن سکتے ہیں۔
اس سروے میں ہم یہ جاننے کی کوشش کریں گے کہ نوجوان جو یہ ویڈیوز بناتے ہیں اور دیکھتے ہیں، اُن پر ان ویڈیوز کے کیا اثرات مرتب ہوتے ہیں؟ جس طرح کے فیشن، الفاظ، معاشرت اور رشتوں کو ان ویڈیوز میں بیان کیا جاتا ہے، کیا وہ ان کو اپناتے ہیں یا محض تفریح کے نقطہ نظر سے دیکھتے ہیں؟ ساتھ ہی ہم یہ بھی معلوم کریں گے کہ ان ویڈیوز کو بنانے والوں کے بارے میں ان ویڈیوز کو دیکھنے والوں کی کیا رائے ہے؟

متعلقہ مواد کا مطالعہ (Literature Review)

ٹک ٹاک دنیا میں ایک تیزی سے پھیلنے والا موبائل ایپ ہے۔ بزنس انسائڈرز کے مطابق جنوری 2019 میں کیئے گئے سروے کے مطابق 13 سے 21 سال کے انٹرنیٹ استعمال کرنے والوں میں سے 11 فی صد بچے روزآنہ ٹک ٹاک دیکھتے ہیں۔
"جنوری 2019 میں بزنس انسائیڈر کے مطالعے کے مطابق ، جین زی انٹرنیٹ استعمال کرنے والوں میں 13 سے 21 سال کے درمیان 11٪ نے کہا کہ انہوں نے روزانہ ٹِک ٹاِک چیک کیا۔" (Meola, 2020)

بدقسمتی سے ٹک ٹاک کے ذریعے کم عمر بچے ایسی سرگرمیوں میں مصروف نظر آتے ہیں، جوکہ ان کی عمر سے مطابقت نہیں رکھتے اور یہ بات معاشرے کے لیے نہایت ہی خطرناک بات ہے۔اس ایپ کی وجہ سے بچے بہت کم عمری میں ایسی چیزیں سیکھ رہے ہیں اور ایسے کام کر رہے ہیں جو کہ ان کو نہیں کرنے چاہیئں اور اسی وجہ سے والدین اور اساتذہ بچوں کی تربیت کی وجہ سے پریشان ہیں۔ *"حال ہی میں میں نے ٹِک ٹاک میں ایک ویڈیو دیکھی جس میں چھوٹا بچہ جو 12 سال کا بھی نہیں تھا ایک ایسی باتیں اور رومانس کی قسم کا کام کر رہا تھا جو ہمارے زمانے میں ہم تصور بھی نہیں کرتے تھے۔ (اے پی نغول کرشنا ، بنگلورو ، کرناٹک ، ہندوستان)"*(Quora.com, 2020)

کچھ ممالک میں اس ایپ پر پابندی لگا دی ہے۔ ان ممالک میں انڈونیشیا، انڈیا اور امریکن فورس شامل ہیں۔ ان ممالک نے اس کے غلط استعمال کی وجہ سے اس کو اپنے ممالک میں استعمال کرنے پر پابندی لگا دی۔*"جولائی 2018 میں ، انڈونیشیا میں ٹک ٹاک پر پابندی عائد کردی گئی تھی ، اس پر انڈونیشیا کی حکومت نے "فحش نگاری ، نامناسب مواد اور توہین مذہب کو فروغ دینے" کا الزام لگایا تھا۔*
بھارت میں ہائی پروفائل کیسوں کے سلسلے کے بعد بھی اس ایپ پر پابندی عائد کردی گئی تھی جس میں غلط ویڈیوز بنائی گئی تھیں جس میں چنئی میں حادثاتی طور پر ایک شخص کا گلا کٹنے کی فوٹیج بھی شامل ہے۔ جبکہ 19 سالہ نوجوان کو مبینہ طور پر دہلی میں اس کے دوست کو گولی مار کر ہلاک کردیا جب وہ ویڈیو اپ لوڈ کرنے کے لئے پستول کے ساتھ کھڑے ہوئے تھے۔پھر بھی ، بعد میں پابندی ختم کردی گئی۔جنوری 2019 میں ، امریکی فوج نے ٹِک ٹاک پر چین کے ساتھ پلیٹ فارم کے تعلقات کی جانچ پڑتال کے طور پر پابندی عائد کردی تھی ، کیوں کہ فوج کے جوان موقع کی ویڈیوز بنا کر اپ لوڈ کررہے تھے۔" (Gamp, 2020)

اس ایپ کے لیے والدین اور سرپرستوں کے لیے جو سب سے بڑی پریشانی کی بات ہے، وہ یہ ہے کہ یہ ایپ نوجوانوں کو بے راہ روی کی طرف لے جا رہی ہے۔ اس کا زیادہ

شکار نوجوان لڑکیاں بن رہی ہیں، جو کہ فطری طور پر خود نمائی کی شوقین ہوتی ہیں۔ اس سلسلے میں دبئی کی جامعہ میں کی گئی ریسرچ کے مطابق جب والدین اور دوسرے لوگوں سے انٹرویو کیا گیا تو انھوں نے بھی ایسی ہی خدشات کا اظہار کیا۔
"بہت سے والدین کے اٹھائے گئے امور میں مماثلت پائی گئیں " جب والدین کی رائے اور شرکاء سے انٹرویو لیا۔ والدین اور انٹرویو کرنے والے دونوں بیان دیتے ہیں کہ ایپ پر غیر مہذب اور نامناسب تبصرے موجود ہیں جہاں انٹرویو کرنے والوں کا اصرار یہ ہے کہ لڑکیوں کو زیادہ گھٹیا اور قابل اعتراض تبصرے کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔" (Badriya Abdul Jaffar, December- 2019)
والدین کو اس بات سے بہت زیادہ پریشانی ہے بچے اور نوجوان اس ایپ کی وجہ سے وہ باتیں اور حرکتیں بھی ریکارڈ کرو رہے ہیں جو کہ اُن کو اس عمر میں نہیں کرنی چاہییں۔
"والدین نامناسب مواد سے پریشان ہیں۔ ان میں سے اکثریت اپنے چھوٹے بچوں کو غیر مہذب جنسی تجاویز اور پوز میں دیکھ کر حیران رہ جاتی ہے جو ان کی عمر کے مطابق نہیں ہیں۔ ذاتی خطرات اور بلوغتی مواد کو دیکھتے ہوئے ، اس ایپ کے استعمال کی عمر کی حد کم از کم سولہ سال ہونی چاہئے۔" (Book, 2019)

تحقیق کی اہمیت(Significance of the Study)

متعلقہ مواد کے جائزہ سے جو نتائج حاصل ہوئے، وہ یہ ہیں کہ ٹک ٹاک کے بین الاقوامی استعمالات میں منفی رویے دیکھے گئے، جس کی وجہ سے ترقی یافتہ ممالک میں اس ایپ پر پابندی عائد کردی گئی، جن میں امریکہ، چین، انڈونیشیا اور انڈیا جیسے ممالک ان میں شامل ہیں۔
اس تحقیق میں پاکستان میں کراچی شہر کے نوجوانوں میں ٹک ٹاک کے اثرات اور انکے استعمالات کا جائزہ لیاگیا۔

مقاصد (Objectives)

- ٹک ٹاک کی طرف نوجوانوں کا جھکاؤ اور استعمال کی شرح معلوم کرنا۔
- ٹک ٹاک کے ذریعے نوجوانوں پر پڑنے والے اثرات کا تعین کرنا۔
- ٹک ٹاک کے مستقبل میں نوجوانوں کے لیے کس حد تک ترقی اور تعمیری اصلاح کرسکتا ہے۔

مفروضات (Hypothesis)

H 1st: ٹک ٹاک کے ذریعے نوجوان اسے معلوماتی مقصد سے زیادہ تفریحی مقصد کے لیے استعمال کرتے ہیں۔
H 2nd: ٹک ٹاک کو دیکھنے والوں کی زندگیوں پر ان ویڈیوز کے اثرات نظر آتے ہیں۔
H 3rd: ٹک ٹاک کا استعمال کرنے والے نوجوان میں ٹک ٹک کا منفی استعمال بہت ذیادہ ہے ۔

طریقہ کار (Methodology)

سروے کے طریقہ کار کو استعمال کیا گیا ہے۔

سروے کے نمونے(Survey Sample)

سروے میں کالج کے 100 طالبہ و طالبات جن کی عمر 15 سے 22 سال ہے، شامل کیا گیا ہے,ا س میں ٹک ٹاک دیکھنے والوں کو مرکوز(Focus) کیا گیا ہے۔ سروے کے سوالات کو تحقیق کے مقاصد کے اعتبار سے تین حصوں پر ترتیب دیا گیا ، جس کے تحت ٹک ٹاک ویڈیوز کے اثرات ، استعمالات اور جھکاؤ معلوم کیا گیا۔

تحقیق کی سمت:

زیر بحث تحقیق میں نوجوانوں کی مختلف سوشل میڈیا کا استعمال کرنے کے الگ الگ استعمالات اور انکے تحت پڑنے والے اثرات اور نفسیاتی تبدیلی پر بحث کی گئی ہے۔ ٹک ٹاک کی ایپ کو نوجوانوں میں ہونی والی نفسیاتی تبدیلی اور معاشرتی اقدار کی اچھا ئی سے برائی کی طرف اور برائی سے اچھا ئی کی جانب کتنا جھکاؤ ہے۔ اس تحقیق کا جھکاؤ ان مفروضات کے مطابق مثبت سمت میں ہے۔

نظری ساخت (Theoretical Framework)

اس تحقیق کو عملی طور پر جن نظریہ کے تحت جانچا جا سکتا ہے ان میں استعمال اور تسکین کا نظریہ (Uses and Gratification Theory) اور محدود اثرات کا نظریہ (Limited Effect Theory) شامل ہیں۔

استعمال اور تسکین کا نظریہ (Uses and Gratification Theory)

"استعمال اور تسکین کا نظریہ یہ سمجھنے کی کوشش کرتا ہے کہ لوگ میڈیا کو کیوں ڈھونڈتے ہیں جو وہ کرتے ہیں اور وہ اس کے لئے اسکا کیا استعمال کرتے ہیں۔ (UGT) میڈیا کے دوسرے اثرات کے نظریات سے مختلف ہے کہ اس میں یہ فرض کیا گیا ہے کہ ٹک ٹاک عام افراد کو میڈیا کے غیر فعال صارفین کی حیثیت سے رہنے کے بجائے میڈیا کے استعمال پر قابلیت کے اظہار کی سہولت فراہم کرتا ہے۔ یو جی ٹی نے اس بات کی کھوج کی کہ فرد تفریح یا سماجی میں پذیرائی جیسی کچھ ضروریات یا اہداف کی تکمیل کے لئے جان بوجھ کر میڈیا کی تلاش کرتا ہے۔" (Uses And Gratification Theory, 2020)

محدود اثرات کا نظریہ (Limited Effect Theory)

شماریاتی سروے کے تجزیے اور تجرباتی ذرائع ابلاغ کی پیمائش پر مبنی پال لازارفیلڈ کے تحقیقی نتائج فطرت میں طریقہ کار تھے۔ انہوں نے 1940 کے امریکی صدارتی انتخابات سے قبل ہزار ووٹروں پر ایک سروے کیا۔ انہوں نے تقریبا 3 3000 ووٹرز کی درجہ بندی کی ، ابتدائی فیصلہ کنندگان ، واورز ، کنورٹ اور کرسٹلائزروں میں ان کے ووٹنگ کے نمونوں کی بنیاد رکھی۔

لازارفیلڈ نے نوٹ کیا کہ مسابقتی ذرائع ابلاغ کے مقابلے میں باہمی رابطوں کے ذریعہ ویورز اور کنورٹس نسبتا زیادہ متاثر ہوتے ہیں۔ ان لوگوں نے ماس میڈیا کے ذریعہ نشر ہونے والے اشارے کے بجائے تاثیر اور ان کی رائے پر عمل کیا۔ لہذا Larsarsfeld درج ذیل زمرے میں ووٹرز کو درجہ بندی کیا۔

- *رائے کے پیروکار (Opinion Followers)*
- *دربان (Gatekeepers)*
- *میڈیا (Media)*
- *رائے قائدین (Opinion Leaders)* (noodlehead, 2016)

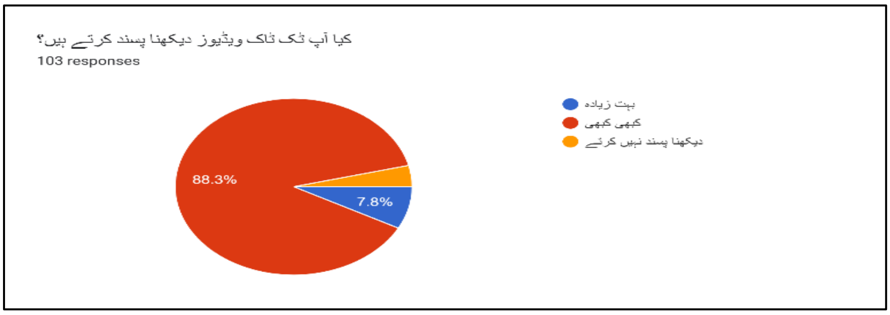
معطیات (Data)

اس مقصد کے لیے ایک سوالنامہ ترتیب دیا گیا ہے۔

اس سروے کے کے فارم کالج کے طلبہ و طالبات میں تقسیم کیئے گئے۔ جواب میں 110 طلبہ و طالبات نے سوالنامے کو پُر کیا، جن میں سے سات فارمز نامکمل ہونے پر مسترد کر دیے گئے۔ مکمل طور پر پُر شدہ فارموں کی تعداد 103 ہے، جن کو اس سروے کے نتیجےکے طور پر لیا گیا۔

- ٹک ٹاک کو دیکھنے والوں کی زندگیوں پر ان ویڈیوز کے اثرات نظر آتے ہیں۔
- ٹک ٹاک کے ذریعے نوجوان اسے معلوماتی مقصد سے زیادہ تفریحی مقصد کے لیے استعمال کرتے ہیں۔
- ٹک ٹاک کو دیکھنے والوں کی زندگیوں پر ان ویڈیوز کے اثرات نظر آتے ہیں۔

1. ٹک ٹاک کی پسندیدگی

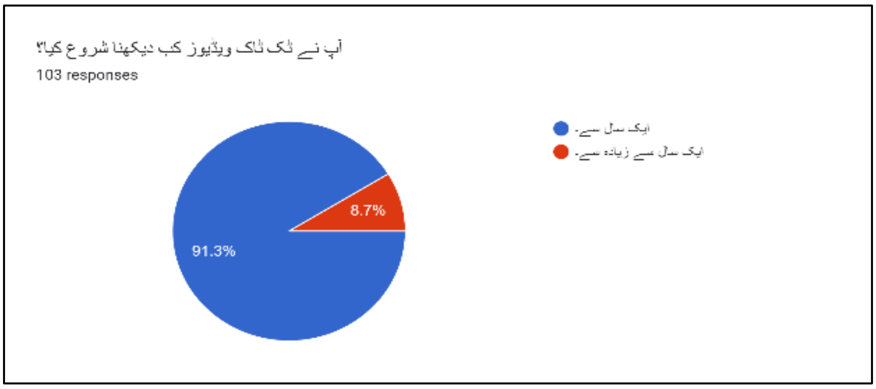


اس سوال کے جواب میں کہ کیا آپ ٹک ٹاک دیکھنا پسند کرتے ہیں؟ 91 جوابات کبھی کبھی میں آئے جب کہ 8 اور 4 جوابات بالترتیب بہت زیادہ اور پسند نہیں کرتے میں آئے

اس جواب سے یہ پتہ لگتا ہے کہ ٹک ٹاک دیکھا جاتا ہے لیکن اس کو بہت زیادہ دیکھنا پسند نہیں کیا جاتا۔ اس کو محض تفریح کے لیے دیکھا جاتا ہے۔ **96.1** فی صد جواب ہے کہ وہ ٹک ٹاک دیکھتے ہیں۔ صرف **3.9** فی صد ہیں

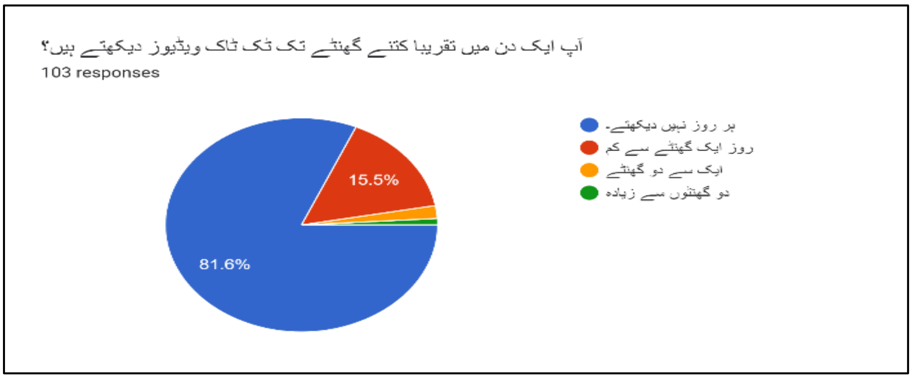
جو کہ ٹک ٹاک نہیں دیکھتے۔ اس سے اس کے بہت زیادہ دیکھے جانے کا اندازہ لگایا جا سکتا ہے۔

2. آپ نے ٹک ٹاک ویڈیو کب دیکھنا شروع کیا؟



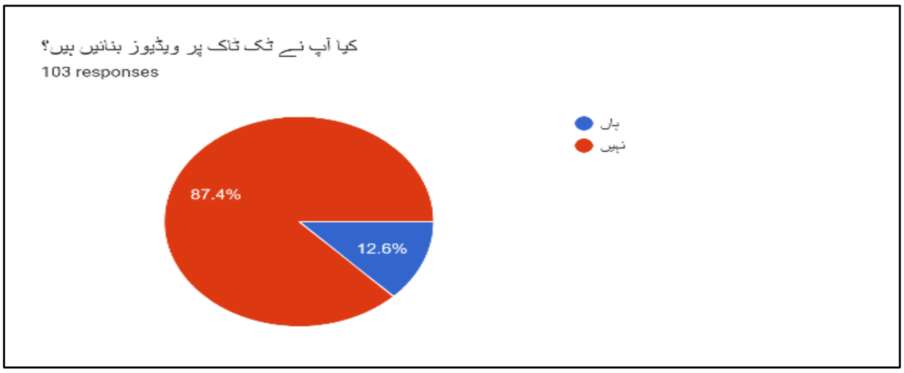
اس سوال کے جواب میں **91.3** فی صد کا جواب ہے کہ انھوں نے گزشتہ ایک سال سے یہ ویڈیوز دیکھنا شروع کی ہیں۔ اس سے یہ اندازہ لگایا جا سکتا ہے کہ اس ایپ کو استعمال کرنے اور ان ویڈیوز کو دیکھنے والوں کی تعداد میں گذشتہ ایک سال میں کتنا اضافہ ہوا ہے کیوں کہ سروے کے مطابق جواب دینے والوں میں صرف **9** جواب وہ ہیں جو ایک سال سے زیادہ سے اس کو دیکھ رہے ہیں، باقی **94** نے گذشتہ ایک سال یا اس سے بھی کم عرصہ پہلے اس کو دیکھنا شروع کیا ہے۔

3. آپ ایک دن میں کتنے گھنٹے ٹک ٹاک ویڈیوز دیکھتے ہیں؟



اس سوال کا مقصد یہ تھا کہ دیکھنے والے روزآنہ کتنے گھنٹے ان ویڈیوز کو دیکھتے ہیں۔ اس لیے 84 جوابات جو کہ 81.6 فی صد ہیں، ان کے جوابات کے مطابق وہ ہر روز یہ ویڈیوز نہیں دیکھتے۔ جب کہ 18.4 فی صد روزآنہ یہ ویڈیوز دیکھتے ہیں۔ جن میں سے 15.5 فی صد ایک گھنٹے سے بھی کم ان ویڈیوز سے لطف اندوز ہوتے ہیں۔ ان ویڈیوز کو روز دیکھنے والوں کی تعداد فیس بک اور واہٹس اپ سے قدرے کم ہے لیکن اس ایپ کے لِنک کو انسٹاگرام پر بہت زیادہ مقبولیت حاصل ہو رہی ہے اور اس کو انسٹا گرا م کے ذریعے دوسروں تک پہنچایا جا رہا ہے۔

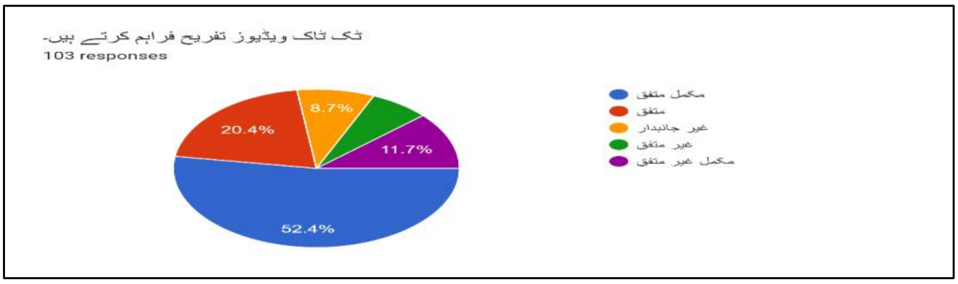
4. کیا آپ نے ٹک ٹاک ویڈیوز بنائیں ہیں؟



جب اس ســـروے میں ان ویڈیوز کو بنانے کے بارے میں پوچھا گیا تو 90 جوابات نفی میں آئے۔ 87.4 فی صد نے انکاریہ جواب دیتے ہوئے کہا کہ انھوں نے کبھی یہ ویڈیوز نہیں بنائیں۔ اس کا مقصـــد یہ ہے کہ زیادہ تردیکھنے والے ان ویڈیوز کو دیکھتے تو ہیں، لیکن ان کو بنانے میں دلچسپی نہیں رکھتے۔

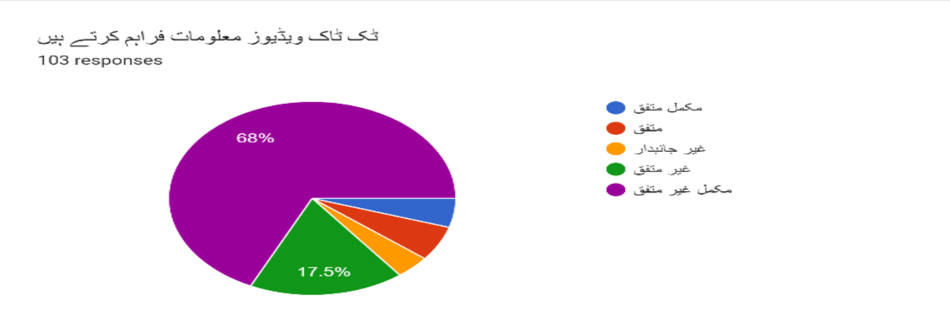
H1۔ ٹک ٹاک کے ذریعے نوجوان اسے معلوماتی مقصد سے زیادہ تفریحی مقصد کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

5. ٹک ٹاک ویڈیوز تفریح فراہم کرتے ہیں۔



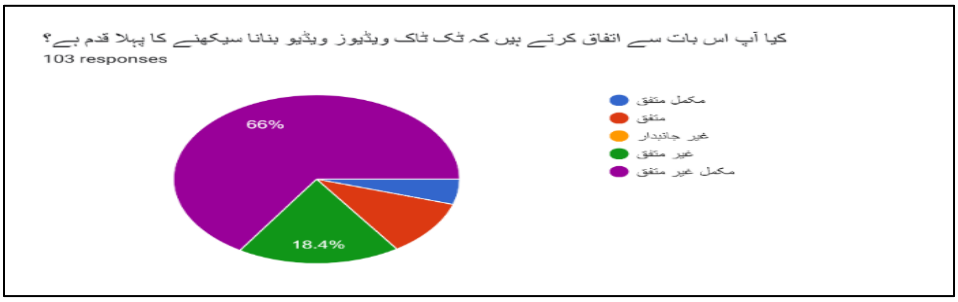
اس سروے میں اس سوال کے جوابات تقریباً اس بات سے متفق ہیں۔ مکمل متفق اور متفق ملا کر **72.8** فی صد ہیں جب کہ مکمل غیر متفق اور غیر متفق کا مجموعہ **18.5** فی صد ہے جو اس بات کو ثابت کرتے ہیں کہ جواب دینے والوں کے نذدیک یہ تفریح فراہم کرتے ہیں۔ اس ایپ کو زیادہ تر لوگ محض تفریح کے لیے ہی ان ویڈیوز کو دیکھتے ہیں۔

6 کیا ٹک ٹاک ویڈیو معلومات فراہم کرتے ہیں



ٹک ٹاک ویڈیوز معلومات فراہم کرتے ہیں یا نہیں، اس سوال کے جوابات زیادہ تر نفی میں موصول ہوے۔ **70** جوابات مکمل غیر متفق اور **18** غیر متفق رہے۔ جب کہ صرف **11** جوابات مکمل متفق اور متفق ہیں کہ یہ ویڈیوز معلومات فراہم کرتے ہیں۔ **85.5** فی صد مکمل غیر متفق اور غیر متفق تھے۔ اس کا مطلب یہ ہوا کہ زیادہ تر کا خیال ہے کہ ٹک ٹاک معلومات فراہم نہیں کرتے۔ جب کہ اگر اس ایپ کو بہتر طور پر استعمال کیا جائے تو اس کے ذریعے بہتر طور پر معلومات اور تربیت فراہم کی جا سکتی ہے۔

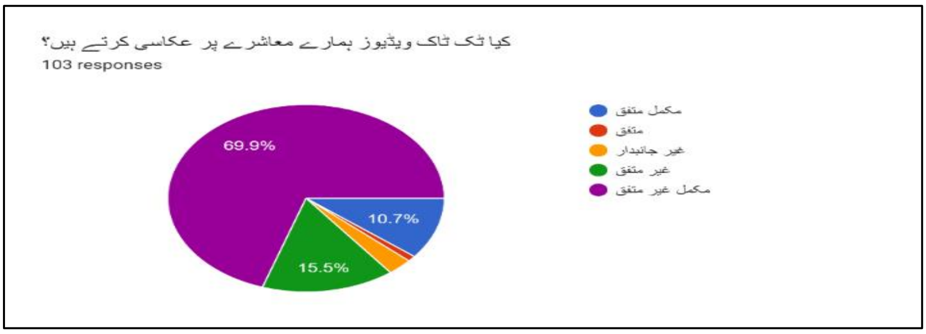
7. کیا آپ اس بات سے اتفاق کرتے ہیں کہ ٹک ٹاک ویڈیوز ویڈیو بنانا سیکھنے کا پہلا قدم ہے؟



اس سوال کے جوابات میں نفی یعنی مکمل غیر متفق اور غیر متفق 87 جوابات ہیں۔ جو کہ 84.4 فی صد بنتے ہیں۔ جب کہ متفق اور مکمل متفق کے جوابات 16 ہیں جو کہ 15.6 فی صد ہیں۔ حالانکہ اس ایپ کے ذریعے بہت سے نوجوان ویڈیوز بنانا اور اداکاری کرنا سیکھتے ہیں اور اس کے ذریعے اپنی اداکاری کی صلاحیتوں میں بہت بہتری لا سکتے ہیں۔ لیکن اس سوال کے جوابات اس بات کی نفی کر رہے ہیں۔ اس سے یہ نتیجہ اخذ کیا جا سکتا ہے کہ اس ایپ کے ذریعے اداکاری یا عکس بندی کے سیکھنے کا رجحان نہایت کم ہے۔

H2۔ ٹک ٹاک کو دیکھنے والوں کی زندگیوں پر ان ویڈیوز کے اثرات نظر آتے ہیں۔

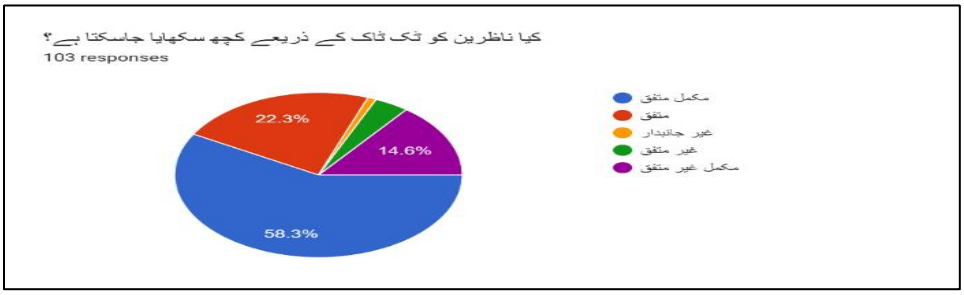
8. کیا ٹک ٹاک ویڈیوز ہمارے معاشرے کی عکاسی کرتے ہیں؟



یہ ایک نہایت اہم سوال ہے جس میں یہ اندازہ لگایا جا سکتا ہے کہ اس ایپ کے ذریعے بنائے جانے والے ویڈیوز کس حد تک ہمارے معاشرے کی عکاسی کرتے ہیں۔ اس سوال کے جوابات میں 88 جوابات نفی میں ہے۔ گویا 85.4 فی صد جوابات اس بیان سے متفق

نظر نہیں آتے۔ جب کہ صرف 12 متفق ہیں جو کہ 11.7 فی صد ہیں، اس سے متفق نظر آتے ہیں۔ اس کا مطلب یہ ہوا کہ ان ویڈیوز کو ہمارے معاشرے کی عکاس کہنا یا ان ویڈیوز میں دیکھائے جانے والے موضوعات کا تعلق ہمارے معاشرے سے نہیں ہے۔

9. کیا ناظرین کو ٹک ٹاک کے ذریعے کچھ سکھایا جا سکتا ہے؟

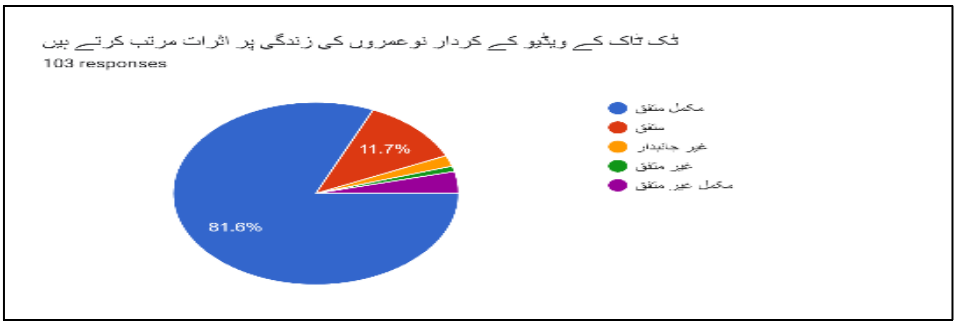


اس سوال کے جواب میں 83 جوابات متفق ہیں۔ یعنی 80.6 فی صد جوابات اس بات سے متفق نظر آتے ہیں کہ اس کے ذریعے کچھ بہتر سیکھایا جاسکتا ہے۔ جب کہ 19 جوابات منفی میں ہیں جو کہ 18.5 فی صد مکمل غیر متفق یا غیر متفق ہیں کہ اس سے کچھ سکھایا جا سکتا ہے۔

یہ ایک نہایت اہم سوال ہے کیوں کہ تعمیری اعتبار سے کسی بھی میڈیا چینل کا سب سے اہم مثبت مقصد اس کے ذریعے معاشرے کے کسی گروہ یا طبقے کو تربیت دینا یا اُن کے فائدے کا بیغام دینا ہوتا ہے۔ اس کا مطلب یہ کہ اس ایپ سے جو فائدہ اُٹھایا جا سکتا ہے، ہمارے ملک میں وہ فوائد حاصل نہیں کیئے جا رہے۔ اس کو مثبت طریقے سے استعمال کر کے بہت بہتر نتائج حاصل کیئے جا سکتے ہیں۔

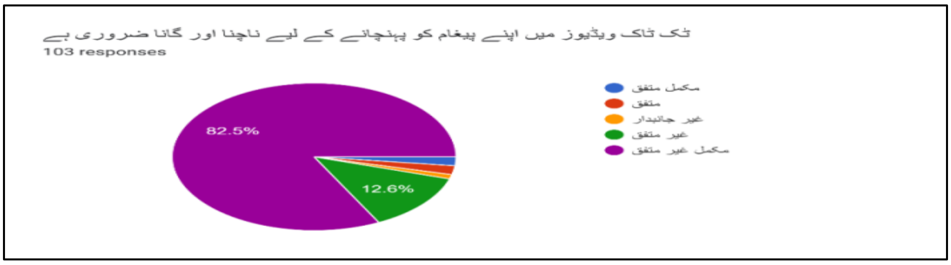
H3.ٹک ٹاک کو دیکھنے والوں کی زندگیوں پر ان ویڈیوز کے اثرات نظر آتے ہیں۔

10. ٹک ٹاک کے ویڈیوز کے کردار نوعمروں کی زندگی پر اثرات مرتب کرتے ہیں؟



یہ بھی ایک نہایت اہم سوال ہے جس کے جواب میں 96 اس بات سے متفق ہیں کہ اس کے اثرات نوعمروں کی زندگی پر اثرات پڑتے ہیں۔ گویا 93.3 فی صد جوابات اس بات سے متفق نظر آتے ہیں کہ ان ویڈیوز کے کردار نوعمروں کی زندگی پر اثرانداز ہوتے ہیں۔ اس سے یہ نتیجہ نکالا جا سکتا ہے کہ اگر ان ویڈیوز کو مثبت مقاصد کے لیے استعمال کیا جائے تو یہ بہت کارآمد ثابت ہو سکتے ہیں۔ صرف 5 یعنی 4.9 فی صد اس بات سے متفق نظر نہیں آتے ہیں کہ یہ ویڈیوز نوعمروں کی زندگی پر اپنے اثرات نہیں چھوڑتے۔

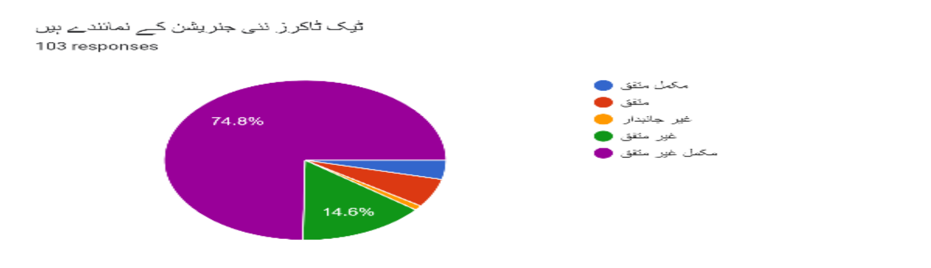
11. ٹک ٹاک ویڈیوز میں اپنے پیغام کو پہچانے کے لیے ناچنا اور گانا ضروری ہے۔



ٹک ٹاک میں زیادہ تر ویڈیوز میں پرانے یا نئے گانوں کے حصوں پر ویڈیوز بنائی جاتی ہیں یا فلموں کے مشہور ڈائلوگز کو ویڈیوز میں شامل کیا جاتا ہے۔ اس طرح پرانے لطیفوں کو بار بار مختلف ویڈیوز میں استعمال گیا جاتا ہے۔ اس طرح تعمیری کام (Constructive Work) کی بہت کمی نظر آتی ہے۔ اس بات کو مدِ نظر رکھتے ہوئے جب یہ سوال پوچھا گیا

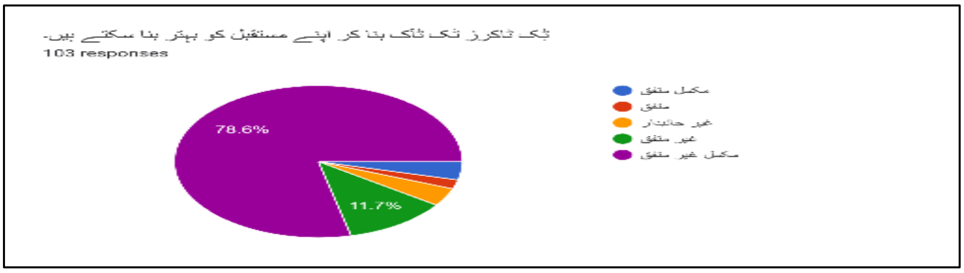
تو زیادہ تر یعنی 98 جو کہ 95.1 فی صد اس بات سے متفق نظر نہیں آئے کہ ان ویڈیوز میں اپنے پیغام کو دوسروں تک پہنچانے کے لیے ڈانس اور گانوں کی ضرورت ہے۔ جب کہ 4 جوابات اس بات سے متفق ہیں جو کہ 3.8 فی صد اس بات سے متفق نظر آ رہے ہیں کہ اس میں ڈانس اور گانے ضروری ہیں

12. ٹک ٹاکرز نئی نسل کے نمائندے ہیں۔



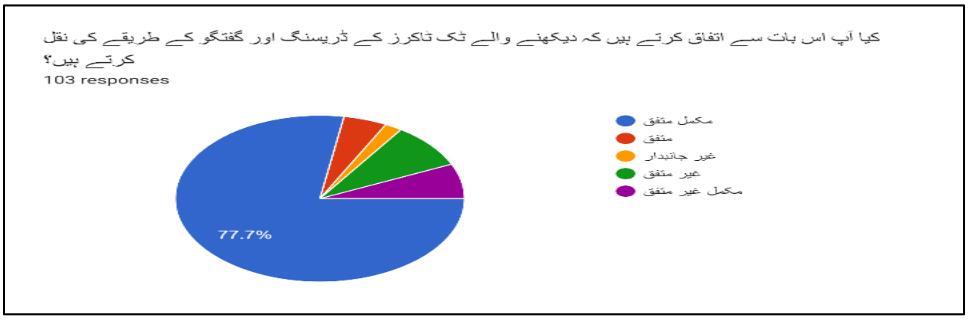
ٹک ٹاک نئی نسل کے تمائندے ہیں یا نہیں۔ اس سلسلے میں زیادہ تر نوجوان اس بات سے متفق نظر نہیں آئے۔ 92 نوجوانوں کا خیال ہے کہ وہ مکمل غیر متفق یا غیر متفق ہیں یعنی 89.2 فی صد نے ان ویڈیوز کو بنانے والوں کو اپنا نمائندہ ماننے سے انکار کیا جب کہ 10 یعنی 9.7 فی صد اس بات سے متفق ہیں کہ یہ ٹک ٹاکرز نئی نسل کی نمائندگی کرتے ہیں۔ یہ ایک نہایت فکر آمیز بات ہے کہ نئی نسل کے نمائندے نہ ہونے کے باوجود نوعمر ان کو فالو کرتے ہیں اور ان کے لباس اور لب و لہجہ کی نقل کرتے ہیں۔

13. ٹک ٹاکرز ٹک ٹاک بنا کر اپنے مستقبل کو بہتر بنا سکتے ہیں۔



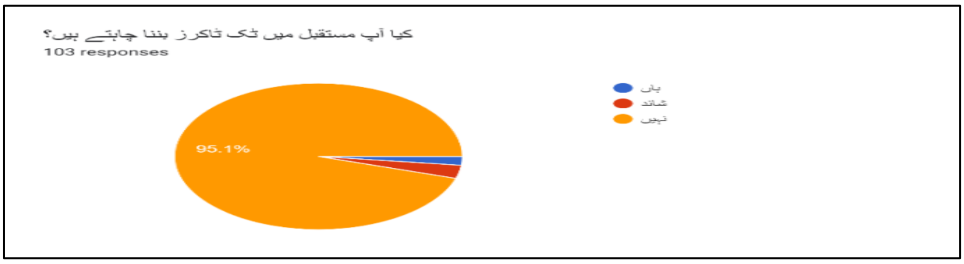
جب ٹک ٹاک میں ٹک ٹاکرز کے مستقبل بارے میں بات کی گئی تو 93 جوابات نفی میں ہیں یعنی 89.3 فی صد نوجوان اس سے غیر متفق نظر آ رہے ہیں کہ اس کے ذریعہ ٹک ٹاکرز اپنے مستقبل کو محفوظ بنا سکتے ہیں۔ جب کہ صرف 6 یعنی کہ 5.8 فی صد متفق ہیں کہ ٹک ٹاکرز کا اس فلڈ میں مستقبل کی کامیابی موجود ہے۔ 3.9 فی صد نے غیر جانبدار رہنے کا فیصلہ کیا۔ اس سے ظاہر ہوتا ہے کہ ٹک ٹاک دیکھنے والے ٹک ٹاکرز کے اس فلڈ میں ان کے مستقبل کے بارے میں متفق نہیں ہیں۔ اس کی وجہ شائد یہ بھی ہو سکتی ہے کہ ایک جیسا اور غیر معیاری کام کی وجہ سے ان ویڈیوز میں ان کا مستقبل تابناک نظر نہیں آ رہا۔

14۔ کیا آپ اس بات سے اتفاق کرتے ہیں کہ دیکھنے والے ٹک ٹاکرز کے ڈریسنگ اور گفتگو کے طریقے کی نقل کرتے ہیں؟



یہاں 85 یعنی 82.6 فی صد اس بات پر متفق نظر آتے ہیں یعنی شرکاء اس بات سے اتفاق کرتے ہیں کہ ان ویڈیوز کو دیکھنے والے ان کے لباس اور گفتگو کے طریقوں کی نقل کرتے ہیں جب کہ 15.5 فی صد اس سے متفق نہں ہیں۔ ایک شریک غیر جانبدار رہا۔ اس سے ثابت ہو رہا ہے کہ 16 کے مقابلے میں 85 افراد اس بات سے متفق ہیں کہ ان ٹک ٹاکرز کے لباس اور گفتگو کے انداز کی نقل کی جاتی ہے۔ اگر یہ اس کو مثبت انداز میں لیں تو بہت کچھ بہتر سیکھایا جا سکتا ہے۔

15۔ کیا آپ مستقبل میں ٹک ٹاکرز بننا چاہتے ہیں؟



اس سوال کے جواب میں 98 جوابات نفی میں ہیں۔ صرف 5 شائد یا ہاں میں ہیں۔ 95.1 فی صد اس بات سے انکار کر رہے ہیں کہ وہ مستقبل میں ٹک ٹاک بنانے میں کوئی دلچسپی ہے۔

نظری جانچ (Theory Testing)

اس ایپ کی ابتداء 2016ء میں ہوئی اور اگست 2018ء میں پوری دنیا میں متعارف کروایا گیا۔ صرف دو سالوں کے دوران اس کو استعمال کرنے والوں کی تعداد 216 ملین سے تجاوز کر گئی اور سب سے زیادہ تیزی سے مقبول ہونے والے سوشل میڈیا ایپ میں شامل ہو گیا۔ اس نے شہرت پانے میں اس جیسے تمام ایپس کو پیچھے چھوڑ دیا اور نوجوانوں کی ایک بڑی تعداد اس ایپ کو استعمال کرنے لگی۔ نہ صرف اس ایپ کو استعمال کیا جانے لگا بلکہ اس ایپ پر دیکھی جانے والی ویڈیوز کے اثرات معاشرے میں بھی نظر آنا شروع ہوگئے۔ پہلے پہل لوگ فیس بک پر، اسنیپ چیٹ اور دوسری ایپس کا استعمال کرتے رہے ہیں مگر مختلف سہولیات کی کمی یا حدود کے تعین کی وجہ سے کوئی اور ایپ اتنی مقبول نہیں ہوئی جتنی ٹک ٹاک کی ایپ مشہور ہوئی ہے۔ دیگر ایپس سے ٹک ٹاک تک کے سفرکے اس تجز یے میں یہ بات سامنے آتی ہے کہ نظریہ استعمال اور تسکین ایک تکنیک سے دوسری نئی آنے والی تکنیک کی طرف منفی یا مثبت استعمال کو بیان کر رہی ہے۔

ٹک ٹاک کا اثر بہت محدود پیمانے پر صرف اس کو استعمال کرنے والوں پر پڑتا ہے۔ بظاہر یہ سوشل میڈیا کی ایک عام سی شاخ ہے۔ اور اس کا اثر ایک محدود حلقے تک ہی ہوتا ہے جو اس کو استعمال کرتے ہیں۔
ٹک ٹاک عام طور پر ابتداء میں ان لوگوں پر اثرانداز نہیں ہوتی جو کہ اس کو محض تفریح کے لیے دیکھتے ہیں۔ لکین کچھ ہی عرضے میں وہ اس کے اس قدر عادی ہوجاتے ہیں کہ وہ اس کے بغیر رہ ہی نہیں سکتے۔ اس کے ساتھ ساتھ جو ان ویڈیوز کو بناتے ہیں، وہ ان کو بنانے کے لیے ہر حد سے گزرنے کے لیے تیار ہوتے ہیں۔ اس وجہ سے بہت سی اموات بھی ہو چکی ہیں۔ شوقین نوجوان خطرناک طریقے سے ان ویڈیوز کو بنانے کی کوشش کرتے ہیں اور اپنی جان سے ہاتھ دھو بیٹھتے ہیں۔
ٹک ٹاک صرف ان لوگوں پر اپنا اثر چھوڑتی ہے جو ان ویڈیوز کو بناتے ہیں یا دیکھتے ہیں۔ اس کو دیکھنے یا بنانے والوں کے علاوہ باقی لوگوں کے لیے یہ ایک بہت بری اور غیر اخلاقی چیز ہے۔

محاصل (Conclusion)

اس سروے اور تحقیق کے آخر میں مزکورہ بالا نتائج اخذ کییے جا سکتے ہیں۔

i. یہ بہت تیزی سے مقبول ہونے والا موبائل ایپ ہے۔ اس کے استعمال میں آسان ہونے اور بغیر کسی اضافی مشین کے استعمال کے اپنا پیغام بہت آسانی سے دوسروں تک پہچانے کی صلاحیت رکھنے کی وجہ سے اس کو دوسرے ایپس پر فوقیت حاصل ہے۔

ii. گذشتہ ایک سے دو سالوں میں اس کو استعمال کرنے والوں اور دیکھنے والوں کی تعداد میں بہت تیزی سے اضافہ ہوا۔ جو اس کو ویڈیوز بنانے کے لیے استعمال نہیں کرتے، وہ بھی اس ایپ پر بنی ہوئی ویڈیوز بہت شوق سے دیکھتے ہیں۔

iii. ان ویڈیوز کو دیکھنے والوں کی تعداد بنانے والوں کی تعداد سے بہت زیادہ ہے۔

iv. نوجوانوں کا خیال ہے کہ اس میں معلومات فراہم کرنے کا رجحان بہت کم ہے بلکہ یہ محض تفریح مہیا کرنے کا ذریعہ ہے۔

v. اس کے ویڈیو بنانے والے ایپ ہونے کے باوجود اس کو ویڈیوز بنانے کے سیکھنے کا ذریعہ نہیں سمجھا جاتا اور نہ ان ویڈیوز بنانے والوں کو اس معاشرے کے نئی نسل کا عکاس تصور کیا جاتا ہے۔

vi. ان ویڈیوز کے ذریعے بہت کچھ سیکھایا جا سکتا ہے کیوں کہ ان ویڈیوز کے اثرات نوعمر لڑکے لڑکیاں قبول کرتے ہیں۔ اگر اس ایپ کو بہتر طور پر استعمال کیا جا سکتا ہے۔ خاص طور پر تشہیر کے لیے بہت زیادہ استعمال کیا جا سکتا ہے۔

vii. ان ویڈیوز میں عام طور پر اپنا پیغام دوسروں تک پہنچانے کے لیے زیادہ تر گانوں اور ڈانس کا سہارا لیا جاتا ہے، جس کو ہمارے معاشرے میں اچھا نہیں سمجھا جاتا، اسی لیے نئی نسل ان ویڈیوز کو بنانے والوں کو اپنا نمائندہ تسلیم نہیں کرتے۔ اسی وجہ سے نوجوان ان ٹک ٹاکرز کے مستقبل سے مطمین نہیں۔ اور خود بھی مستقبل میں اس ایپ کو ویڈیوز بنانے کے لیے استعمال کرنے کے حق میں نہیں۔

viii. نوجوان لڑکے اور لڑکیاں ان ویڈیوز میں استعمال ہونے والے لباس اور گفتگو کے انداز کو نقل کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ جو کہ اس ایپ پر ویڈیوز بنانے والوں کی بہت بڑی کامیابی کہی جا سکتی ہے۔

سروے کے تمام سوالات کے جوابات کو مدِ نظر رکھتے ہوئے دیکھا جا سکتا ہے کہ جب پوچھا گیا کہ کیا ٹک ٹاک دیکھنا پسند کیا جاتا ہے تو 96 فی صد ٹک ٹاک دیکھنا پسند کرتے ہیں۔ جب کہ 11 فی صد ان ویڈیوز کو دیکھنے میں دلچسپی نہیں رکھتے۔

جب یہ پوچھا گیا کہ کب سے ٹک ٹاک دیکھنا شروع کیا تو 91.3 فی صد نے گذشتہ ایک سالوں میں اس کو دیکھنا شروع کیا ہے جب کہ 8.7 فی صد ایک سال سے پہلے سے ان ویڈیوز کو دیکھ رہے ہیں۔

ایک دن میں کتنے گھنٹے یہ ویڈیوز دیکھتے ہیں تو 81.6 فی صد نے جواب دیا کہ وہ روز یہ ویڈیوز نہیں دیکھتے۔ اور 17.4 فی صد روز ان ویڈیوز کو دیکھتے ہیں۔

جب ویڈیوز بنانے کے متعلق سوال پوچھا گیا تو 87.4 فی صد نے جواب دیا کہ کبھی یہ ویڈیوز نہیں بنائیں۔ اور 12.6 فی صد نے یہ ویڈیوز بنائیں ہیں۔

یہ ویڈیوز تفریح اور معلومات فراہم کرتے ہیں۔ اس کے جواب میں تفریح کے حوالے سے 72.8 فی صد نے کہا کہ یہ تفریح فراہم کرتے ہیں جب کہ 19.5 فی صد نے کہا کہ یہ تفریح فراہم نہیں کرتے۔ جب کہ معلومات کے جواب میں 85.5 فی صد کا خیال ہے کہ یہ معلومات فراہم نہیں کرتے اور 11.7 فی صد کہتے ہیں کہ اس سے معلومات حاصل کی جا سکتی ہیں۔

84.4 فی صد کا خیال ہے کہ یہ ایپ ویڈیو میکنگ سیکھنے کا پہلا قدم نہیں ہے اور 15.6 فی صد اس بات سے متفق ہیں کہ اس کے ذریعے ویڈیو میکنگ سیکھی جا سکتی ہے۔

85.4 فی صد آراء کے مطابق ٹک ٹاکرز ہمارے معاشرے کی عکاسی نہیں کرتے۔ اور 11.7 فی صد ان کو معاشرے کا عکاس مانتے ہیں۔ اسی وجہ سے ان کو نئی نسل کے نمائندہ بھی تسلیم نہیں کیا جا سکتا۔ 89.4 فی صد شرکاء ان کو نئی نسل کے نمائندے تسلیم نہیں کرتے۔

شرکاء کی آراء کے مطابق 90.3 فی صد اس بات سے متفق نہں ہیں کہ ٹک ٹاکرز ان ویڈیوز کے ذریعے اپنا مستقبل محفوظ بنا سکتے ہیں۔ صرف 5.8 فی صد اس سے متفق نظر آئے۔

اس کے ذریعے کچھ بہتر سیکھایا جا سکتا ہے۔ 80.6 فی صد اس کے حامی جب کہ 18.5 فی صد اس کو تسلیم نہیں کرتے۔

ان ویڈیوز میں اپنے پیغام کو دوسروں تک پہچانے کے لیے ناچ گانے کا سہارا لینے سے متعلق سوال کے جواب میں 95.1 فی صد نے ان ویڈیوز میں ناچ گانے کی مخالفت کی جب کہ صرف 3.8 فی صد اس کے حامی ہیں۔

ٹک ٹاک ویڈیوز کے کرداروں کی نوعمروں کی زندگی پر اثرات سے متعلق سوال کے جواب میں 93.3 فی صد نے اس بات کو تسلیم کیا کہ ان ویڈیوز کے نوعمروں کی زندگی پر اثرات مرتب ہوتے ہیں اور صرف 5.8 فی صد نے اس سے انکار کیا۔ ساتھ ہی 82.6 فی صد نے اس بات کو بھی تسلیم کیا کہ یہ ویڈیوز دیکھنے والے ان ٹک ٹاکرز کے لباس اور ان کی گفتگو کے طریقے کو سیکھ کر اس کی نقل کرنا پسند کرتے ہیں۔ اور 15.5 فی صد نے اس بات سے انکار کیا۔

مستقبل میں ٹک ٹاکرز بننے کے حوالے سے سوال کے جوب میں 95.1 فی صد سے زیادہ نے انکار کیا کہ ان کا مستقبل میں یہ کام کرنے کا ارادہ ہے۔ جب کہ 4.8 فی صد نے مستقبل میں اس طرف جانے کا اشارہ دیا۔

سفارشات (Recommendation)

ان تمام نتائج کو دیکھتے ہوئے کہا جا سکتا ہے کہ یہ ایک مشہور اور تیزی سے پھیلنے والی نہایت مفید ایپ ہے۔ لیکن ہمارے نوجوان لڑکے لڑکیوں نے دوسرے ممالک کے نوجوانوں کی تقلید کرتے ہوئے ان کے جیسی ہی ویڈیوز بنانی شروع کردیں اور یہ رجحان اس قدر فروغ پا گیا کہ نہایت کارآمد میڈیا چینل معاشرے کے لیے نقصان دہ بنتا جا رہا ہے۔ سنجیدہ حلقوں پر کافی عرضہ سے اس پر پابندی لگانے کی باتیں کی جارہی ہیں۔ چند ممالک جیسے کہ انڈونیشیا، امریکہ اور بھارت نے اسی وجہ سے اس پر پابندی عائد کر رکھی ہے۔

اس ایپ سے سب سے بڑا نقصان یہ ہو رہا ہے کہ اس ایپ کو استعمال کرتے ہوئے نئی نسل کے نوجوان ایسے پیغامات پھیلا رہے ہیں، جو کہ ان کی عمر کے مطابق نہیں اور اس وجہ سے معاشرے میں بگاڑ پیدا ہو رہا ہے۔ اس کے علاوہ ان ویڈیوز میں خونی اور قریبی رشتوں جیسے کہ ماں باپ، بھائی بہن، اور دوسرے خونی رشتوں کا مذاق بنایا جا رہا ہے اور ان کو بوجھ سے تعبیر کیا جا رہا ہے اور شوہر بیوی کے رشتے کو اتنی بری طریقے سے بیان کیا جا رہا کہ جسیے سب سے برا اور ناقابلِ برداشت رشتہ یہی ہے۔ اور غیر شرعی اور ناجائز رشتوں جیسے کہ گرلز، بوئز فرینڈز کو زندگی کا لازمی جز بتایا جا رہا ہے اور یہ پیغام دیا جا رہا ہے کہ جو اس قسم کے رشتوں سے منسلک نہیں، اس کی زندگی میں کچھ نہیں اور زندگی کا مقصد ہی گرلز اور بوائز فرینڈز بنانا ہے۔ اس کے علاوہ بہت ہی کم عمر بچوں جن کی عمریں 12 سالوں سے کم ہیں، ان کو جنسی معاملات میں شامل کر کے انھیں وقت سے پہلے بالغ کرنے کی کوشش کی جا رہی ہے۔ حالانکہ یہ ویڈیوز بنانے والوں کا مقصد نہیں بلکہ وہ یہ ویڈیوز تفریح کی غرض سے بنا رہے ہیں مگر غیر ارادی طور پر وہ معاشرے کے بگاڑ کا سبب بن رہے ہیں۔ اس ایپ کو بہتر طور پر استعمال کیا جا سکتا ہے۔

حکومت پاکستان نے اس ایپ کو نقصان دہ تسلیم کیا اور ٹک ٹاک کمپنی کو متنبہ کا خط ارسال کیا۔ جس کی وجہ سے 2019 کے آخر میں ٹک ٹاک کی جانب سے 37 لاکھ سے زیادہ ویڈیوز کو ہٹا دیا گیا۔ اس کے استعمال میں تیزی سے اضافے کا اندازہ اس بات سے لگایا

جا سکتا ہے کہ پچھلے سال پاکستان میں موجود تقریباً 4 کروڑ صارفین نے سب سے زیادہ ٹک ٹاک ایپ کو ڈاؤن لوڈ کیا۔ حال ہی میں قومی اسمبلی میں بھی اس ایپ پر بحث کی گئی اور اس کو نوجوانوں کے لیے نقصان دہ تسلیم کیا گیا۔

عوام الناس کی ایک بہت بڑی تعداد اس کی مخالف ہے اس کے باوجود یہ ایپ نوجوانوں میں بہت تیزی سے مقبول ہو رہی ہے۔ اس سے یہ بات ثابت ہوتی ہے کہ اگر اس کو مثبت طور پر استعمال کیا جائے تو یہ ایپ بہت فائدہ مند ثابت ہو سکتی ہے۔ اس کو اشتہاری مہم کے لیے بہت بہتر طور پر استعمال کیا جا سکتا ہے۔ اس کے ذریعے نوجوانوں کو قوانین اور مذہب سے متعلق معلومات فراہم کی جاسکتی ہیں۔ یہ علمی طور پر بھی بہت کارآمد ثابت ہو سکتی ہے۔ اس کو مختلف تعلیمی پروگرام اور مثبت پیغام رسانی کے لیے بھی استعمال کیا جا سکتا ہے۔ اس کے ذریعے نوجوان اپنی مخصوص صلاحیتوں کی تشہیر کے لیے بھی استعمال کر سکتے ہیں۔ اس کے ذریعے حکومتی اقدامات اور احکامات بھی با آسانی نوجوانوں تک پہنچائے جا سکتے ہیں۔ اس کو ایک کارآمد سوشل میڈیا کے طور پر استعمال کر کے اس سے فائدہ اُٹھایا جا سکتا ہے۔

اس تحقیق کی مدد سے والدین، اساتذہ، سرپرست اور نوجوان اس ایپ کے صحیح اور غلط استعمال میں تمیز کر سکتے ہیں اور اس ایپ کو بہتر طور پر استعمال کر سکتے ہیں۔ یہ تحقیق متوسط طبقے کے تعلیم یافتہ نوجوان لڑکے لڑکیوں کی آراء پر مشتمل ہے جس سے استفادہ حاصل کیا جا سکتا ہے۔

Citation

Badriya Abdul Jaffar, S. R. (December- 2019). Living in a Moment: Impact of TicTok on Influencing Younger Generation into Micro-Fame. *Journal of Content, Community & Communication*, 186-194.

Book, E. (2019, September 25). *Positive and negative effects of Tik Tok.* Retrieved from Myessaybook.com: https://myessaybook.com/positive-and-negative-effects-of-tiktok

Gamp, P. K. (2020, April 22). *What is TikTok and how does the app work?* Retrieved from www.thesun.co.uk: https://www.thesun.co.uk/news/8805155/tiktok-app-dangerous-child-parents/

Isaac, Mike (8 October 2020). "U.S. Appeals Injunction against TikTok Ban". *The New York Times*. ISSN 0362-4331. Retrieved 12 October 2020.

Meola, A. (2020, February 13). *https://www.businessinsider.com/.* Retrieved from Business Insider:

https://www.businessinsider.com/tiktok-marketing-trends-predictions-2020

noodlehead, M. o. (2016, January 18). *shikhapathak16*. Retrieved from https://medium.com: https://medium.com/@shikhapathak16/mass-media-s-limited-effects-theory-7791e5e0daa2

Quora.com. (2020, May 20). Retrieved from Quora.com: https://www.quora.com/Whats-the-dark-side-of-using-tiktok

Uses And Gratification Theory. (2020). Retrieved from https://www.learning-theories.com/: https://www.learning-theories.com/uses-and-gratification-theory.html