

सोशल मीडिया : कुछ अक्स, कुछ अन्देसे

प्रो० वीरेन्द्र सिंह यादव,

प्रोफेसर—हिन्दी एवं अन्य भारतीय भाषा विभाग, डॉ० शकुन्तला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वास
विश्वविद्यालय, लखनऊ, उ.प्र

वर्तमान युग इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का युग है। यही कारण है कि यह माध्यम वर्तमान में अत्यधिक लोकप्रिय व जनआकांक्षाओं की पूर्ति के लिए सर्वाधिक सुगम/सुलभ साधन बन चुका है। एक से अधिक व्यक्तियों तथा स्थानों तक मानव की भाषायी अथवा कलात्मक अभिव्यक्ति को पहुँचाने की व्यवस्था को मीडिया का नाम दिया गया है। पिछली कई सदियों से परंपरागत मीडिया इस मायने में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता जा रहा है। जहाँ मानव की लिखित अभिव्यक्ति होती है तथा बाद में छायाचित्रों को शामिल करने पर दृश्य अभिव्यक्ति होती है तो वहाँ भी परंपरागत मीडिया विशेषकर प्रिंट मीडिया अपना कार्य आसानी से कर लेती है। परंपरागत या मुख्यधारा का मीडिया अपने विविध रूपों में प्रभावशाली साबित हुआ है। बाद में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने भी साथ-साथ अपनी जगह बनाई, जहाँ पहले तो श्रव्य अभिव्यक्ति को रेडियो के माध्यम से प्रसारित करना संभव हुआ तथा बाद में टेलीविजन के माध्यम से श्रव्य-दृश्य दोनों की अभिव्यक्तियों का प्रसारण संभव हो सका है। बीसवीं सदी में एक चमत्कार के रूप में उभरकर तकनीक ने पम्परागत मीडिया को काफी पीछे छोड़ते हुए संसाधनों के एक नया जीवन दे दिया। कंप्यूटर के विकास के साथ एक नए माध्यम ने जन्म लिया, जो डिजिटल था। शुरुआती दौर में डाटा के सुविधाजनक आदान-प्रदान के लिए शुरु की गई कंप्यूटर आधारित सीमित इंटरनेट सेवा ने आज विश्वव्यापी रूप अख्तियार कर लिया है। "इंटरनेट के प्रचार-प्रसार और लगातार तकनीकी विकास ने एक ऐसी वेब मीडिया को जन्म दिया है, जहाँ अभिव्यक्त की आजादी है। तथा हर कोई

अपनी बातें 'मास' के पास पहुँचा सकता है। यह वेब मीडिया ही न्यू मीडिया या सोशल मीडिया है, इसे कंपोजिट मीडिया भी कह सकते हैं, जहाँ तत्काल अभिव्यक्ति संभव है। तथा एक शीर्षक अथवा विषय पर उपलब्ध सभी अभिव्यक्तियों की एक साथ जानकारी प्राप्त करना संभव है। यहाँ किसी अभिव्यक्ति पर तत्काल प्रतिक्रिया देना ही संभव नहीं, बल्कि उस अभिव्यक्ति को प्राप्त सभी प्रतिक्रियाओं के साथ एक जगह साथ साथ—देख पाना भी संभव है, इतना ही नहीं, यह मीडिया लोकतंत्र में नागरिकों के वोट के अधिकार के सामान ही हरेक व्यक्ति की भागीदारी के लिए हर समय उपलब्ध और खुली हुई है।¹

न्यू मीडिया को 'सुपरफिशियल' माध्यम मीडिया विद्वान नोम चामस्की के द्वारा दिया गया है। हालाँकि नोम चामस्की स्वयं ट्विटर आदि पर विभिन्न गंभीर विषयों से संबंधित नियमित 'कमेंट' डालते रहते हैं। 'विकिलीक्स' के माध्यम से दुनिया भर में तहलका मचाने वाले जूलियन अंसाजे ने तो न्यू सोशल मीडिया को आने वाली सभ्यताओं के लिए एक खतरनाक माध्यम बताया है। "वह समाज को सोशल मीडिया के 'कंप्लेशन' से बचे रहने के लिए आगाह करते हैं। मार्शल मैक्लुहान ने कार को 'यांत्रिक दुल्हन,' रेडियो को 'जनजातीय ढोल,' फोटो को 'बिना दीवारों का वेश्यालय' और टीवी को 'इडियट बॉक्स', व डरपोक राक्षस कहा था। यदि माध्यमों को परिभाषित करने की उनकी शैली को आगे बढ़ाया जाए तो न्यू मीडिया जैसे नवीन माध्यम को 'शरारती बच्चा' कहना ठीक रहेगा। अर्थात् बच्चों

की तरह सोशल मीडिया नियंत्रण रहित माध्यम है।²

यह सुनने में भले ही आश्चर्यजनक लगता है कि सन 2011 ई० में दुनिया के अन्य देशों में प्रदर्शनकारी सरकार के भ्रष्टाचार के खिलाफ आंदोलन कर रहे थे। इस वर्ष भारत में भी समाजसेवी गाँधीवादी अन्ना हजारे की अगुवाई में भ्रष्टाचार विरोधी, इंडिया अगेंस्ट करप्शन नमक आंदोलन चल रहा था। दोनों आंदोलनों में साधारण जनता की भागीदारी अभूतपूर्व थी दू दोनों ही आंदोलन के समाज के बुद्धिजीवी वर्ग का समर्थन हासिल था। दोनों ही आंदोलनों की अपने देशों में ही नहीं, अपितु दुनिया भर से समर्थन मिला। दिल्ली में 16 अगस्त 2011 को अन्ना हजारे का यह आंदोलन शुरू हुआ। जन लोकपाल और भ्रष्टाचार के मुद्दे पर शुरू हुए इस आंदोलन को विभिन्न राजनीतिक दलों तथा सिविल सोसाइटी के लोगों का भरपूर समर्थन मिला। हालाँकि अन्ना हजारे ने सभी राजनीतिक दलों के नेताओं को अपना मंच साझा करने का अवसर नहीं दिया। परंतु जमीनी स्तर पर विभिन्न राजनीतिक दलों के कार्यकर्ता इस आंदोलन को मजबूत बनाने के लिए सक्रिय थे। याद रहे सरकारी भ्रष्टाचार का मुद्दा न केवल भारत में बल्कि 'अरब स्प्रिंग' के समय उन देशों में भी तत्कालीन समय में प्रमुख था। अरब देशों की भाँति शिक्षित मध्यवर्ग और आम गरीब जनता ने आंदोलन में बढ़-चढ़कर भागीदारी की। गली-मोहल्ले में लोग इकट्ठा होकर जनलोकपाल और भ्रष्टाचार के मुद्दे पर सड़कों पर आकर प्रदर्शन करने लगे। लोगों का नारा था—अन्ना नहीं आँधी है— देश का नया गाँधी है। गलियों में बच्चे देश का तिरंगा लेकर निकलने लगे। बाजारों और नुक्कड़ों पर देश में भ्रष्टाचार, बेरोजगारी, महँगाई, काला धन और जन लोकपाल पर चर्चा होने लगी। यह लोकतंत्र में लोक के दिखाई देने का अवसर लगने लगा। यहाँ तक कि इसे कुछ लोगों ने आजादी की दूसरी लड़ाई का नाम दे

दिया। 'अरब स्प्रिंग' के देशों की भाँति भारत में भी इस आंदोलन के लिए सोशल मीडिया का बहुत अधिक उपयोग हुआ। फेसबुक पर अनेक लोगों ने इसके समर्थन में पेज बनाए और उन्हें आंदोलन की खबरों को अधिकतम शेयर करते रहे। यह अपने आप में एक अनोखी घटना थी। इसका अर्थ यह हुआ कि इंडिया अगेंस्ट करप्शन पर दुनिया भर में फैले भारतीयों की निगाह थी। लोग इस राजनीतिक—सामाजिक परिघटना को बहुत ध्यान से देख-समझ रहे थे। सोशल-मीडिया की भाँति टीवी चैनलों ने भी इस आंदोलन को बहुत अधिक कवरेज प्रदान किया। इक्कीसवीं सदी के दूसरे दशक का प्रारंभ अपने-आप में मिसाल बना। यह किसी ने कल्पना नहीं की थी, यह आंदोलन अपने आपमें एक मिसाल बन टीवी चैनलों ने अन्ना हजारे के अनशन का सीधा प्रसारण किया। जनता को इस आंदोलन के साथ जोड़ने और उसे समझने का अवसर प्रदान दिया। इस आंदोलन का राजनीतिक प्रभाव काफी दूरगामी हए। संसद में इस आंदोलन पर बहस हुई और लोकपाल के लिए व्यापक सहमति बनी। यह आंदोलन अत्यंत सफल रहा क्योंकि इसे आम जनता के साथ-साथ राजनीतिक दलों का प्रमुख समर्थन हासिल था। इस आंदोलन में राजनीतिक दलों ने मीडिया विशेषज्ञों ने नए मीडिया की ताकत को बहुत अच्छे से देख लिया। इस आंदोलन के बाद के चुनाव में राजनीतिक दलों ने चुनाव प्रचार के लिए अपने 'वार रूम' में विशेष 'नए मीडिया सेल' भी बनाए।³

भारत सहित दुनिया के अनेक देशों में जिस तरह से सोशल मीडिया में अफवाहों का बाजार गर्म रहा है। वह एक तरह से देश-दुनिया के इतिहास में यह पहली बार ऐसा हुआ है। इसका 26 / 11 के मुंबई हमले से एकदम अलग स्वरूप था। हालाँकि यहाँ किसी व्यक्ति या कुछ व्यक्तियों ने बिना कोई गोली चलाए, बिना कुछ किए भारत के एक भाग में साइबर अटैक के रूप

में दहशत फैलाने की कोशिश की और दहशत फैली भी। सोशल मीडिया की अगर इस घटना की फॉरेंसिक विश्लेषणों पर निगाह डाली जाए, तो ये गतिविधियाँ कई दिन पहले शुरू हो गई थीं। इसका असर स्वतंत्रता दिवस के आस-पास नजर आया। भड़काऊ जानकारियाँ तो सोशल मीडिया वेबसाइटों पर पहले से थीं ही। दरअसल यह सरकार की नाकामी थी कि वह मामले की गंभीरता को पहले से आंक नहीं पाई। असहिष्णुता के आंदोलन मोबलिंगिंग आदि मुद्दों पर भी सोशल मीडिया का एंटी सोशल रुख सामने आया है। सरकार इन वेबसाइटों को बंद नहीं भी कराए, फिर भी उन्हें जरूर विवश करना चाहिए कि अगर भारत में रहना है तो भारतीय कानूनों का पालन और अनुसरण तो करना ही पड़ेगा।

वर्तमान समय में तकनीक की अच्छाइयों की चर्चा तो की जाती है लेकिन तकनीक के दुष्परिणाम को नजर अंदाज कर दिया जाता है। कई बार तकनीक हमारे लिए वरदान की जगह अभिशाप भी बन जाती है एक उदहारण के इस बात को भली-भाँति समझा जा सकता है—अमेरिका की सिलिकॉन वैली, जहाँ दुनिया भर की दिग्गज टेक्नोलॉजी कंपनियों के दफ्तर हैं, इनमें रहने वाले लोग अपने बच्चों की परवरिश टेक्नोलॉजी से दूर रखते हुए कर रहे हैं। वहाँ एक नया ट्रेंड उभर रहा है, जिसके तहत बच्चों को वॉल्डरफ जैसे नॉन टेक्नो स्कूल में भेजा जा रहा है। जहाँ कंप्यूटर की वजाय किताबों को अनुभव आधारित शिक्षा का जोर है, यानी ओल्ड स्कूल लर्निंग की ओर लोग लौट रहे हैं।

अस्सी के दशक से सोशल मीडिया के वर्तमान स्वरूप का विकास बुलेटिन बोर्ड सिस्टम (BBS) यूजनेट और इंटरनेट रिले वार्तालाप के रूप में शुरू हुआ है। यह सही है कि इन्हें सोशल मीडिया के रूप में उद्धृत नहीं किया जाता, लेकिन इतना तो कहा ही जा सकता है कि वर्तमान सोशल मीडिया में इनकी भूमिका वही

जनक के रूप में हैं, और आज जिसे विशिष्ट रूप में सोशल मीडिया कहा जाता है। नब्बे के दशक में अस्तित्व में आए इन उपकरणों की श्रृंखला से संबंधित है। वर्ष 1995 ई० में प्रकट होने वाले ऐसे साइट्स में ई-बे का नाम शामिल है। इसी तरह सन् 1997 ई० में भी वेब लाग सामने आया, जिसका नामकरण जोर्न बर्गर ने किया। बाद में पीटर मर्होल्ज ने छोटा करके इसे ब्लॉक कर दिया। बरहाल, जिन सेवा संस्थाओं ने इस नाम का इस्तेमाल किया वह वे लाइव जर्नल और इसवहमत.बवउ आने के साथ ही सामने आए। इसके बाद सन् 2003 ई० में इंटरनेट की दुनिया में स्काइप और वर्ल्ड प्रेस ने कदम रखा। साल भर बाद ही यानी 2004 में फेसबुक का प्रारंभ हुआ, जबकि सन् 2005 ई०में यूट्यूब और सन 2006 ई० में ट्विटर की शुरुआत हुई। सोशल मीडिया की अनेक साइट्स में से आज फेसबुक और ट्विटर का सबसे ज्यादा इस्तेमाल होता है। इन माध्यमों का इतनी जल्दी लोकप्रिय होने का सबसे बड़ा कारण यह था कि इनमें शब्दों के साथ-साथ श्रव्य-दृश्य (ऑडियो विजुअल) भी संभव था। उपयोगकर्ताओं की रुचि के तमाम अवयवों में अंतर्निहित हैं। अब उपयोगकर्ता न केवल दूसरे का वीडियो देख सकते थे बल्कि स्वयं उसका निर्माण करने के साथ ही उसे बड़ी आसानी से शेयर भी कर सकते थे। "सोशल मीडिया के इन स्वरूपों के अस्तित्व में आने के बाद उपयोगकर्ताओं के लिए मेल-जोल और संवाद का एक ऐसा वितान खुल गया, जहाँ दूरी सिमट कर मोबाइल के ऐप में समा गई। दूरस्थ स्थानों पर रहने वाले परिजनों और दोस्तों में रोज-रोज मिलना-जुलना संभव हो गया। अब हर उपयोगकर्ता अपने रोज-रोज की गतिविधियों से हर किसी को अवगत करा सकता था। फेसबुक और व्हाट्सएप ने संवाद को चमत्कारी ढंग से आसान बना दिया। अब सोशल मीडिया टेक्स्ट से निकलकर ऑडियो विजुअल की दुनिया में पहुंचकर और भी रोचक हो गया।"⁴

आज अधिकांश के लिए सोशल नेटवर्किंग साइट लोगों के जीवन का हिस्सा बन चुका है। शुरुआत में इस तरह की वेबसाइटों ने आपसी संबंधों को मजबूती दी लेकिन अब जाकर यह रिश्तों में समस्या पैदा करने का भी कारण बन गई है। इसलिए लॉग इन करने से पहले और अपनी निजी जिंदगी को दुनिया के साथ साझा करने से पहले एक बार अपने साथी से बात कर लें। सोशल नेटवर्किंग किसी रिश्ते में असंतोष का कारण बन सकती है। जब आपका साथी आपसे ज्यादा सोशल नेटवर्किंग साइट पर समय बिताता है तो आपकी भावनाओं को ठेस पहुँचती है, ऐसे में इसका दुष्प्रभाव यह होता है कि व्यक्ति खुद को उपेक्षित महसूस करने लगता है। पिछले लगभग एक दशक से सोशल मीडिया का तेजी से विस्तार हुआ है और अल्प आयु में ही वह राजनीति और देश की दशा और दिशा को प्रभावित करने की हैसियत पर पहुँच गया है। सूचनाओं और खबरों को सबसे पहले और तेजी से पहुँचाने का काम सोशल मीडिया के खाते में है, कोई भी घटना घटने के चंद मिनट में सोशल मीडिया के माध्यम से दुनिया के कोने-कोने में फैल जाती है, हालांकि इसका नकारात्मक प्रभाव भी कभी-कभी सामने आया है और सरकार सोशल मीडिया पर प्रतिबंध लगाने और नियम कानून में बाँधने की कोशिश करती रहती है, इसके बावजूद इसका दायरा और ताकत आणविक विस्फोट की तरह फैल रही है। राजनीतिक दलों और नेताओं को सोशल मीडिया के बढ़ते कदमों और ताकत का एहसास भी है, इसलिए राजनीतिक दल और नेता सोशल मीडिया से लगातार जुड़ रहे हैं और अपनी बात देश की बड़ी आबादी खासकर युवाओं तक पहुँचा रहे हैं। प्रधानमंत्री कार्यालय अर्थात् पीएमओ ने एक के बाद एक दो दर्जन ट्वीट कर सरकार की कई योजनाओं और भ्रांति को दूर करने की कोशिश की थी। देश के लोकसभा सभा और विधानसभा चुनावों में क्रमशः नेताओं ने जमकर सोशल

मीडिया का प्रयोग किया और नतीजा हम सबके सामने है, इसलिए "राजनीतिक दलों और नेताओं में फेसबुक, ट्विटर, गूगल, प्लस, यूट्यूब, फोटो शेयरिंग, वेबसाइट, पिनटरेस्ट फिलकर, टंबर और स्टंटबल, अपान जैसी वेबसाइटों पर दमदार तरीके से अपनी उपस्थिति दर्ज करने की होड़ लगी है।"⁵

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. भारत में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और न्यू मीडिया—संदीप कुलश्रेष्ठ—प्रतिभा प्रतिष्ठान—नई दिल्ली—2018, पृष्ठ संख्या 125—126
2. भारत में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और न्यू मीडिया—संदीप कुलश्रेष्ठ—प्रतिभा प्रतिष्ठान—नई दिल्ली— 2018, पृष्ठ संख्या 126
3. हमारा समय संस्कृति और नया मीडिया—राकेश कुमार, पृष्ठ संख्या 241—242
4. राजभाषा भारती, जून 2023, पृष्ठ संख्या 10
5. मीडिया का वर्तमान परिदृश्य—राकेश प्रवीर—ज्ञान गंगा प्रकाशन, दिल्ली 2020, पृष्ठ संख्या 173—172