

सोशल मीडिया : एक आभासी दुनिया

डॉ० सुनीता खुराना

वर्तमान युग भूमंडलीकरण का युग है। भूमंडलीकरण ने विश्व की दूरियों को नज़दीकियों में बदल दिया है। डॉ० सुधीश पचौरी के अनुसार "भूमंडलीकरण ने विश्वभर को बाज़ार बनाकर दुनिया भर के मनुष्य को उपभोक्तावाद में बदल दिया है। उपभोक्तावाद भूमंडलीकरण संस्कृति का सार है।" आज परंपरागत मूल्यों में बदलाव आया है और यह बदलाव मीडिया के माध्यम से तीव्रता से आया है। आज मीडिया हमारे घरों के साथ-साथ संस्कृति में भी प्रवेश कर चुका है। नवीनता मीडिया का अनिवार्य तत्व है। "आज मीडिया के प्रयोक्ता को खबर तत्काल, अलग हटकर और नित नवीन चाहिए। इसकी सफलता, स्वीकार्यता और अस्तित्व की गारंटी इसके नएपन में ही है। वेबसाइट्स बिलबोर्ड नहीं है जहां एक बार कोई सूचना टंगी तो कई दिन टंगी रह गई, उसे बदलते रहना होगा। वह एकरूप नहीं रह सकती।" इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में प्राइवेट चैनलों के प्रवेश ने हमारे मन-मस्तिष्क को प्रभावित किया। एक बटन दबाते ही पचासियों चैनल हमारी सेवा में हाज़िर रहने लगे किंतु इन माध्यमों से सूचनाओं का प्रभाव एकतरफा था। इस कमी को पूरा किया इंटरनेट आधारित न्यू मीडिया या सोशल मीडिया ने। इस नए मीडिया में 'ब्लॉग', 'ई-मेल', 'चैटिंग', 'न्यूज़ साइट्स', 'सोशल-साइट्स' जैसे- 'फेसबुक', 'गूगल-प्लस', 'व्हाट्सएप', 'इंस्टाग्राम', 'ट्विटर' आदि आते हैं। "इस न्यू मीडिया ने पूरी दुनिया को एक प्लेटफॉर्म पर लाकर खड़ा कर दिया है। यदि आप एंटरप्रेन्योर हैं, दुनिया भर के लोगों को अपने प्रोडक्ट की जानकारी तो दे सकते हैं। आज एक ऐसा प्रभावी माध्यम बन चुका है, जो वैश्वीकरण की एक इस विचारधारा - कि

सकल विश्व एक परिवार की कल्पना पर खरा उतर रहा है क्योंकि इसके द्वारा लोग एक देश की सीमा से परे दूसरे देश से भी जुड़ रहे हैं। इसकी कोई सीमा व परिधि नहीं है।²

सोशल मीडिया एक अपरंपरागत मीडिया है। यह एक आभासी दुनिया की रचना करता है। यह ऐसा नेटवर्क है जो समस्त विश्व को जोड़े रखता है। यह तेज गति से हर क्षेत्र, हर विषय की सूचनाओं को समाहित किए रहता है। यह स्वयं को, अपने विचारों को अभिव्यक्त करने का साधन है। प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को स्थापित करने के लिए अधिक संसाधनों की जरूरत पड़ती है। इसके साथ ही तकनीकी ज्ञान, विशेष प्रशिक्षण, तकनीकी विशेषज्ञों की आवश्यकता पड़ती है जबकि सोशल मीडिया के लिए एक कम्प्यूटर या स्मार्टफोन और इंटरनेट ही काफी है, जिससे वेबसाइट बनाई जा सकती है, व्यक्तिगत अकाउंट बनाकर लोगों से सम्पर्क किया जा सकता है। बिना किसी विशेष तकनीकी प्रशिक्षण के ज्ञान अर्जित किया जा सकता है, विचारों का आदान प्रदान किया जा सकता है। हमारे जीवन में सोशल मीडिया लगभग डेढ़ दशक पहले आया लेकिन पिछले कुछ वर्षों में स्मार्टफोन ने जनजीवन को जिस तरह से बदला, उतना अन्य कोई माध्यम नहीं बदल पाया। तीव्र गति, टचस्क्रीन, सस्ते दामों पर उपलब्ध होना— इन सब विशेषताओं ने हर पीढ़ी को इसका दीवाना बना दिया। एक सर्वे के अनुसार एक औसत भारतीय अपनी दिनचर्या के बहुत घण्टे सोशल साइट्स और दूसरे ऐप पर गुज़ारता है। मोबाइल फोन अब केवल वार्तालाप का साधन ही नहीं रह गया है बल्कि यह मनोरंजन के क्षेत्र में, सूचनाओं के आदान-प्रदान में परंपरागत संचार माध्यमों से बहुत आगे है। इसने हमारी जीवनशैली को बदल दिया है। जीवन की अनिवार्य जरूरतें जैसे बिल जमा कराने, विभिन्न फार्म भरने, इनकम टैक्स भरने, रेल याहवाई टिकट बुक करने, खरीददारी करने में सोशल मीडिया बहुत मददगार

साबित हो रहा है। अब समय लाइन में लगने का नहीं ऑनलाइन होने का आ गया है। केवल एक मिनट में विश्व में इंटरनेट पर क्या-क्या होता है— इसका एक रोचक अध्ययन सामने आया है। इसके अनुसार विश्व की कुल जनसंख्या 7.5 बिलियन है और इंटरनेट प्रयोग में लाने वाली जनसंख्या 4 बिलियन है। पूरे विश्व में इंटरनेट पर क्या और कितना होता है— इसका एक दिलचस्प अध्ययन इस प्रकार है—

प्रतिमाह सक्रिय प्रयोगकर्ता:—

“फेसबुक	:	2.2 बिलियन
यू ट्यूब	:	1.8 बिलियन
व्हाट्सऐप	:	1 बिलियन
इंस्टाग्राम	:	1 बिलियन
यू ट्यूब पर वीडियो	:	5 बिलियन
अवलोकन		
ऑन लाईन शॉपिंग	:	प्रतिवर्ष 108 मिलियन उपभोक्ता
(भारत में)		खरीददारी करते हैं।
पे.टी.एम.	:	300 मिलियन लोग पे.टी.एम. से जुड़े हैं।” ³

पूरे विश्व को एक पल में, एक सूत्र में पिरोने की ताकत रखने वाली इन सोशल साइट्स ने विभिन्न अवसरों पर अपने महत्त्व को साबित भी किया है, वह चाहे चुनाव हो अथवा कोई आंदोलन हो या फिर पर्सनल ब्रांडिंग ही क्यों न हो आज 'Likes, Followers, Share' जैसे शब्द बहुत मायने रखते हैं।

सोशल मीडिया ने राष्ट्रीय एवं वैश्विक मुद्दों की समझ हमें दी। इन पर आम आदमी ने अपनी बात रखकर प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से जुड़ाव अनुभव किया।

साइबर पत्रकार पीयूष पांडे के अनुसार सोशल मीडिया के जरिए न केवल बड़े आंदोलन परवान चढ़े बल्कि इसकी ताकत पर एहसास दुनियाभर की सरकारों को इस कदर हुआ कि इन मंचों पर पाबंदी के रास्ते खोजे जाने की एक प्रक्रिया शुरू हो गयी। लाखों लोगों ने मिस्त्र की क्रांति के दौरान वर्चुअल दुनिया में प्रदर्शनकारियों का समर्थन किया। लेकिन भारत में सोशल मीडिया के जरिये परवान चढ़ते आंदोलन की सही भनक उन्हें अन्ना हजारे के आंदोलन के दौरान मिली। भ्रष्टाचार से पस्त और त्रस्त लोगों ने सोशल मीडिया पर अन्ना को जबरदस्त समर्थन दिया। नतीजा यह हुआ कि जमीन पर विरोध की चिंगारी को 'Facebook, Twitter' से ऐसी हवा मिली कि आंदोलन एक झटके में राष्ट्रीय से अंतर्राष्ट्रीय हो गया। सरकार को भी मानना पड़ा कि वह सोशल मीडिया पर आंदोलन की तीव्रता को भांपने में नाकाम रही। इस आंदोलन ने अचानक सोशल मीडिया को लेकर लोगों की राय बदल दी। 'Facebook, You tube, Twitter' जैसे मंचों को एक वर्ष पहले तक युवाओं का शौक कहकर खारिज करने वाले लोग भी मानने लगे कि इन माध्यमों को अब नजरअंदाज नहीं किया जा सकता। "इंटरनेट अंततः उन्हीं भावनाओं को उभारता है जो कहीं न कहीं मौजूद हैं—दमन के विरुद्ध आक्रोश के रूप में, गरीबी के विरुद्ध निराशा के रूप में या फिर बेरोजगारी के विरुद्ध हताशा के रूप में, सरकार और सुरक्षा तंत्र के खिलाफ नाराजगी बढ़ते दामों के खिलाफ गरीब वर्ग में उपजती नाराजगी और तरक्की की आकांक्षाएँ लिए मध्य वर्ग को जरूरी मौके न मिलने की बेचैनी। ये सब और इसी तरह की दूसरी भावनाएं इंटरनेटीय भावनात्मक उबाल का आदर्श ईंधन बन जाती हैं। ज्यों-ज्यों वह ज्यादा विस्तार लेगा और ज्यादा शक्तिशाली बनेगा त्यों-त्यों उसकी भूमिका प्रधान से प्रधानतर होती चली जाएगी।" और अब तो चुनावों में भी अपनी पार्टी का प्रचार-प्रसार सोशल मीडिया के द्वारा होता है। इन सोशल माध्यमों के द्वारा किया गया प्रचारराजनीति के युवापन

का एहसास कराता है। अब राजनैतिक, आर्थिक और सामाजिक व्यवस्था में पारदर्शिता आई है, "Right to Information, right to Education" जैसे अधिकार भारतीयों के हित को ध्यान में रखते हुए लागू हुए। काले धन और देश में दिन-प्रतिदिन बढ़ते हुए भ्रष्टाचार के खिलाफ एक सशक्त मुहिम चलाने में मीडिया का योगदान मील का पत्थर साबित हो रहा है।

आजकल नौकरियों में भी 'E-mail, Internet, Social' मीडिया के बिना काम करना संभव ही नहीं हो रहा है। ब्रिटेन में हुए एक सर्वे के मुताबिक "कभी सफेद कॉलर वाली नौकरियाँ कामयाबी का प्रतीक मानी जाती थीं लेकिन अब 'ब्लू कॉलर' यानि Internet आधारित नौकरियाँ कामयाबी दिलाती हैं" यह एक स्वीकृत नियम है कि सभी पत्रकार नागरिक होते हैं, लेकिन सभी नागरिक पत्रकार नहीं होते। किंतु Social Media इस दौर में प्रत्येक नागरिक विभिन्न घटनाओं अथवा गतिविधियों के महज दर्शक नहीं बल्कि पत्रकार की भूमिका भी बखूबी निभा सकते हैं। इसे नागरिक पत्रकारिता यानि Citizen Journalism कहते हैं। जागरुकता पैदा करने की और एक स्वच्छ समाज बनाने की भूमिका में केवल पत्रकार ही नहीं बल्कि प्रत्येक नागरिक शामिल है।

सोशल मीडिया की इस लोकप्रियता, आवश्यकता और व्यापक प्रसार के साथ इसके कई नकारात्मक पक्ष भी उभरकर सामने आ रहे हैं। 'विश्वसनीयता का अभाव' सोशल मीडिया की सबसे बड़ी कमजोरी है। आज हमारे जीवन में अवांछित सूचनाओं की भरमार है। इसलिए इस दौर को 'सूचना विस्फोट' का युग कहा जाता है। इनमें से उपलब्ध अधिकांश सूचनाएं अवांछित होती हैं। बल्कि, अब तो यहाँ तक कहा जाने लगा है कि आज का युग 'सूचनाओं का युग' जरूर है पर ज्ञान का नहीं। यानि अधिकांश सूचनाओं में ज्ञान की कमी है। सोशल मीडिया ने

जहाँअष्टाचार और कुशासन के खिलाफ आवाज बुलंदकी, वहीं दूसरी ओर इस तकनीक का फायदा उठाते हुए कुछ अराजक लोग भड़काउ विचार और तस्वीर डालकर देश की अखंडता और एकता को ही चोट पहुँचाने का प्रयास करते हैं। सोशल मीडिया वस्तुतः एक ऐसा फूस का ढेर बन गया है जिसमें जरा सी चिंगारी लगने की देर भर है और आग भड़क उठी है। आपत्तिजनक तस्वीरों और कंटेंट के कारण न जाने कितनी बार दो समुदायों के बीच हिंसा भड़क उठी है। शरारती तत्त्वों द्वारा किए गए ऐसे कार्यों ने बहुत से निर्दोष लोगों की जान तक ले ली है और न जाने कितने लोगों को बेघर किया। इसी कारण अक्सर सोशल मीडिया पर प्रतिबंध या उसे कानून के दायरे में लाए जाने की बात की जाने लगी है। जम्मू-कश्मीर में सेना पर युवाओं द्वारा पत्थर फेंकने की घटनाओं के पीछे सोशल मीडिया द्वारा प्रसारित संदेश ही था। बाद में अस्थायी तौर पर उन सेवाओं को बंद करना पड़ा। इसी प्रकार गुजरात में 18 अप्रैल 2016 को पाटीदार आरक्षण को लेकर राज्य में भड़की आग को मद्देनजर एक दिन के लिए एहतियात के तौर पर इंटरनेट बंद किया गया। मीडिया रिपोर्ट्स के अनुसार इस कारण एक दिन में 1500 करोड़ रुपये का नुकसान हुआ।

स्मार्टफोन की स्मार्ट संस्कृति का यथार्थ 'कृत्रिम यथार्थ' है। इस आभासी दुनिया की भीड़ का कोई चेहरा नहीं है, विशिष्ट पहचान नहीं है। चलते-फिरते, उठते-बैठते कानों में लीड लगाए और सोशल साइट्स पर चैट करती हुई पीढ़ी का यथार्थ से कोई लेना-देना नहीं है। यह जनरेशन अपनी वास्तविक पहचान से हटकर अपनी 'ऑनलाइन छवि' के प्रति इतने सचेत रहती है कि अपने प्रोफाइल में नकली तस्वीरें और बढ़ा-चढ़ा कर झूठी बातों को लिखने में भी नहीं हिचकते। ज्यादा से ज्यादा likes और बड़ी फ्रेंड लिस्ट लोकप्रियता का पैमाना है। खेलने-कूदने या पढ़ने की बजाय अधिक से अधिक समय तक चैटिंग पर व्यतीत

होता है। अनुभव से ज्यादा इंटरनेट सर्च को वरीयता दी जाती है। तकनीकी ज्ञान से लैस, सोशल, स्मार्ट यह युवा पीढ़ी ही आज सबसे अधिक तनाव, हिंसा, अवसाद, क्रोध से ज्यादा जूझ रही है। वस्तुतः इस आभासी दुनिया में काफी समय रहने के बाद जब यथार्थ से इसका परिचय होता है तो वह इसकी कठिनाईयों को न तो ठीक से समझ पाते हैं न सामना कर पाते हैं। जिंदगी के अभावों से उबरना और संघर्षों को चुनौती के रूप में लेने की क्षमता कम होती जा रही है। सहनशीलता के अभाव में छोटी-छोटी बातों के कारण घर छोड़ देना यहाँ तक की आत्मघाती कदम तक युवा उठाने लगे हैं। अच्छे लाइफ स्टाइल को बिना मेहनत के जल्दी से जल्दी पाने की चाह अक्सर चोरी, हत्या, अपहरण, डकैती साइबर क्राइम जैसे जुर्म करने की राह पर ले जाती है। यहाँ तक कि छोटे बच्चे भी इसकी गिरफ्त से बाहर नहीं रहे। ऑनलाइन गेम खेलने की प्रवृत्ति बहुत घातक सिद्ध हुई। केन्द्र सरकार के 'सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय' ने कई बच्चों की जान लेने वाले 'ब्लू व्हेल गेम' पर कानूनी रोक लगा दी। इस गेम से छोटे बच्चों में आत्महत्या की प्रवृत्ति बढ़ रही थी।⁶

शहरी युवाओं को इंटरनेट व सोशल मीडिया की लत सी लग गई है। वो उन्हें मानसिक रूप से बीमार बना रही हैं। 'Associate Chamber of Commerce (ऐसोचैम)' की वर्ष 2014 की देश के कई Metro शहरों में कराए गए सर्वे की एक रिपोर्ट के अनुसार 8 से 13 वर्ष के उम्र के 73% बच्चे फेसबुक जैसी सोशल साइटों से जुड़े हुए हैं जबकि उन्हें इसकी इजाजत ही नहीं है। ऐसोचैम के एक और सर्वे के अनुसार जो दिल्ली, बेंगलोर, चैन्नई, इंदौर, मुंबई, पुणे आदि शहरों के करीब 4000 कॉर्पोरेट कर्मचारियों पर कराया गया था। उन कर्मचारियों द्वारा दिए गए जवाब पर आधारित अपनी एक नई स्टडी के आधार पर बताया कि कर्मचारी दफ्तरों में हर रोज औसतन का घंटा सोशल साइट्स पर बिता रहे हैं, जिससे

उभकी करीब साढ़े बारह फीसदी उत्पादकता पर असर पड़ा है। इसी कारण कई आई.टी. कंपनियों ने इन साइटों का इस्तेमाल बंद करने के लिए अपने सिस्टम में सॉफ्टवेयर लगा दिए हैं। वास्तव में शिक्षा, चिकित्सा की तरह मीडिया की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है। इसलिए "निजी स्तर पर भी उन्हें अपने व्यवसायगत नैतिकता के लिए उत्तरदायित्व ठहराया जाना चाहिए।"⁷

स्वास्थ्य की दृष्टि से भी ज्यादा समय इंटरनेट पर बिताने के कारण अनिद्रा, तनाव, गठिया, नेत्र रोग, श्रवण क्षमता पर बुरा असर पड़ रहा है। तेजी से बदलती और सस्ती होती तकनीक से ई-कचरे के रूप में पर्यावरण पर भी संकट मंडरा रहा है।

शिमला में इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ एडवांस्ड स्टडी के उद्घाटन के समय पूर्व राष्ट्रपति सर्वपल्ली राधाकृष्णन ने कहा था—“जब तकनीकी उपलब्धियाँ अपूर्व व जबर्दस्त हो जाती हैं और हर तरफ छा जाती हैं तब इनसे एक तरह का असंतुलन पैदा होने का खतरा भी पैदा हो जाता है।” यह वक्य आज के दौर में सोशल मीडिया के बारे में भी सटीक बैठता है आज हम जिस दौर में जी रहे हैं वह एक साथ सबसे अच्छा और सबसे बुरा समय है। सोशल मीडिया का प्रयोग क्षेत्र दिन-प्रतिदिन विस्तृत और व्यापक होता जा रहा है। उम्मीद की जाती है कि इनमें और नयी संभावनाएं उभर कर आयेंगी। “इन संभावनाओं को साकार करते समय केवल यही ध्यान रखना होगा कि सोशल मीडिया का उपयोग समाज, अर्थव्यवस्था और राजनीति के साथ-साथ संस्कृति के क्षेत्र में इस तरह हो कि वह मानव मूल्यों और लोकतांत्रिक सिद्धांतों के अनुरूप बना रहे”⁸ समाज को ज्यादा पारदर्शी, गतिशील जोड़ने वाले इस माध्यम का उपयोग मानव को और बेहतर कल्याणकारी बनाने के लिए हो, यही कामना है।

संदर्भ

1. कथादेश, मीडिया वार्षिकी, संपादक – हरिनारायण, पृष्ठ 124–125, अप्रैल 2011
2. साहित्य संचय, संपादक – डॉ० हरीश अरोड़ा, पृष्ठ 15, वर्ष 2013
3. इंटरनेट सर्च
4. बालेन्दु शर्मा दधीच, जनश्रुतियों में दिखते इंटरनेट के फिंगरप्रिंट, संपादक—
डॉ० हरीश अरोड़ा, ग्लोबल मीडिया और हिंदी पत्रकारिता, पृष्ठ 33, साहित्य
संचय, 2013
5. हिन्दुस्तान 2 जनवरी 2015
6. हिन्दुस्तान 16 जनवरी 2017
7. समयांतर पत्रिका, पृष्ठ 4, 2011
8. डॉ० सुशील त्रिवेदी, मीडिया की आज़ादी, पृष्ठ 95, जनवरी 2013