तृतीय वर्ष (हिन्दी)

सत्र - VI (CBCS)

प्रश्नपत्र क्र. ६

सोशल मीडिया

(SOCIAL MEDIA)

पेपर कोड - UAHIN-603

© UNIVERSITY OF MUMBAI

प्रा. (डॉ.) डी. टी. शिर्के
प्रभारी कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. डॉ. अजय भामरे
प्रभारी प्र-कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. प्रकाश महानवर
संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

कार्यक्रम समन्वयक : **प्रा. अनिल बनकर**
सहयोगी प्राध्यापक, इतिहास विभाग व प्रमुख, मानव्य विद्याशाखा,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

अभ्यास समन्वयक व संपादक : **डॉ. संध्या शिवराम गर्जे**
सहायक प्राध्यापक (हिन्दी), दूर व मुक्त अध्ययन संस्था (IDOL),
मुंबई विश्वविद्यालय, कलिना, सांताक्रुज (ई), मुंबई-४०० ०९८.

लेखक : **डॉ. बालाजी गायकवाड**
असोसिएट प्रोफेसर,
सिद्धार्थ महाविद्यालय, फोर्ट, मुंबई.

: **डॉ. सावित्री ढोले**
सहायक प्राध्यापक, हिन्दी विभाग,
जे. व्ही. एस. डिग्री महाविद्यालय, ऐरोली, नवी मुंबई, महाराष्ट्र.

: **डॉ. संदीप कदम**
अध्यक्ष, हिन्दी विभाग,
श्री राव साहेब रामराव पाटिल महाविद्यालय,
सावलज, ता. तासगाव, जि. सांगली.

: **डॉ. अंशु शुक्ला**
सहायक प्राध्यापक, हिन्दी विभाग,
मुंबई विश्वविद्यालय, कलीना, विद्यानगरी, सांताक्रुज (ई.), मुंबई.

एप्रिल २०२३, प्रथम मुद्रण ISBN : 978-81-966545-5-9

प्रकाशक
संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई - ४०००९८.

अक्षरजुळणी
मुंबई विद्यापीठ मुद्रणालय,
सांताक्रुझ, मुंबई.

अनुक्रमणिका

क्रमांक	अध्याय	पृष्ठ क्रमांक
१.	सोशल मीडिया	१
२.	सोशल मीडिया में हिंदी भाषा और देवनागरी लिपि का प्रयोग तथा हिंदी का बदलता रुप	१६
३.	सोशल मीडिया : हिंदी प्रयोग और रोजगार की संभावनाएं	२७
४.	सोशल मीडिया के प्रभाव	३६
५.	सोशल मीडिया और कानून	५४

*****

NAME OF PROGRAM	T.Y.B.A. (C.B.C.S.) VI
NAME IF THE COURSE	T.Y.B.A. HINDI
SEMESTER	VI
PAPER NAME	SOCIAL MEDIA सोशल मीडिया
PAPER NO.	IV
COURSE CODE	UAHIN-603
LACTURE	45
CREDITS & MARKS	CREDITS-4 & MARKS-100

सोशल मीडिया

इकाई – I

- सोशल मीडिया, अर्थ स्वरूप और विकास
- सोशल मीडिया का व्यवहार क्षेत्र और महत्व
- सोशल मीडिया चुनौतियाँ और संभावनाएँ

इकाई – II

- सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा एवं देवनागरी लिपि का प्रयोग तथा हिन्दी का बदलता रूप (फेसबुकबाट्सअप, विटर मैसेन्जर इन्स्टाग्राम यूट्यूब)
- सोशल मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में उपादेयता
- सोशल मीडिया हिन्दी का प्रयोग और रोजगार की संभावनाएँ

इकाई – III

- सोशल मीडिया के प्रभाव (राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक धार्मिक और सांस्कृतिक)
- सोशल मीडिया: बदलता भारतीय परिवेश (बाल, युवाओं, महिलाओं और युद्धों के संदर्भ में)
- सोशल मीडिया का जीवन मूल्यों पर प्रभाव

इकाई – IV

- सोशल मीडिया और कानून
- सोशल मीडिया और मुक्त अभिव्यक्ति तथा दायित्ववोध
- सोशल मीडिया की वैश्विक व्याप्ति

सूचना: प्रकल्प 20 अंक
(पाठ्यक्रम से संबंधित किसी भी विषय पर 15 से 20 पृष्ठों का प्रकल्प तैयार करना अपेक्षित है।)

*****

१

सोशल मीडिया

इकाई की रूपरेखा

१.० उद्देश्य
१.१ प्रस्तावना
१.२ सोशल मीडिया का अर्थ
१.३ सोशल मीडिया का स्वरूप
१.४ सोशल मीडिया का विकासक्रम
१.५ सोशल मीडिया का व्यवहार क्षेत्र और महत्व
१.६ सोशल मीडिया चुनौतियां एवं संभावनाएं
१.७ सारांश
१.८ वैकल्पिक प्रश्न
१.९ लघुउत्तरीय प्रश्न
१.१० बोध प्रश्न
१.११ उपयोगी पुस्तकें

१.० उद्देश्य

इस इकाई में आप सोशल मीडिया के अर्थ, स्वरूप और विकासक्रम से परिचित हो सकेंगे।

इस इकाई को पढ़कर आप:

- सोशल मीडिया की अवधारणा के विषय में जानकारी प्राप्त करेंगे।
- सोशल मीडिया के विकासक्रम से परिचित हो सकेंगे।
- सोशल मीडिया के व्यवहार क्षेत्र और महत्त्व का ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे।
- सोशल मीडिया की चुनौतियाँ एवं उसकी संभावनाओं से परिचित हो सकेंगे।

१.१ प्रस्तावना

सोशल मीडिया इंटरनेट आधारिक तकनीकों का एक सामूहिक स्वरूप है जो लोगों को आनलाइनइंटरैक्टिव अभिव्यक्ति और आपसी संवाद के लिए स्पेस मुहैया कराता है। सोशल मीडिया मूलतः कंप्यूटर और मोबाइल जैसे सूचना उपकरणों से जुडा ऐसा नेटवर्क है जहाँ उपभोक्ताओं का एक आभासी समुदाय मौजूद होता है और यह लेख, फोटो, वीडियो आदि किसी भी रूप में किसी भी तरह की सूचना को आपस में बाँट सकता है। इसकी

खासियत यह है कि यह सूचनाएं खुद उपभोक्ताओं की सृजित की हुई होती है। सोशल मीडिया पूरी तरह से जनता का स्पेस है जहाँ पर लोग सामूहिक रूप से सूचनाएं सृजित कर सकते है, निजी या सामुदायिक तौर पर इसे आपस में बाँट सकते है किसी भी बिंदु पर चर्चा कर सकते है। यहाँ तक कि वे सामूहिक तौर पर रायशुमारी करके जनमत भी तय कर सकते है। क्योंकि सोशल मीडिया एक ऐसा प्लेटफार्म है जहाँ पर निजी सांगठनिक या सामुदायिक तौर पर संचार की प्रक्रिया बेहद आसान है। सोशल मीडिया के उद्भव के पहले जनसंचार और जनमाध्यमों की जो परिभाषा प्रचलित थी वह सोशल मीडिया के आने बाद ध्वस्त हो गई। सोशल मीडिया पारंपरिक और औद्योगिक मीडिया से कंटेंट,क्वालिटी, पहुँच, तौर – तरीके, तात्कालिकता और प्रस्तुति के मामले में एकदम भिन्न है। विभिन्न सर्वेक्षणों के मुताबिक, आज इंटरनेट और मोबाइल उपभोक्ता किसी भी अन्य साइट की अपेक्षा सबसे ज्यादा समय सोशलसाइट्स पर बिताते है। ब्लॉग,फेसबुक, ट्विटर, वाट्सएप, यू-ट्यूब, इन्सटाग्राम, टिम्बलर, फ्लिकर, और माइस्पेस, लिंक्डइन जैसी बेवसाइटों को सामूहिक रूप से हम सामूहिक रूप से सोशल मीडिया का नाम दे सकते है। इन साइटों से दुनिया भर के करोड़ों लोग जुड़ें हैं और वें इसका आपसी संवाद के लिए भरपूर प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया सामाजिक अंतर्संवाद का एक ऐसा माध्यम है, जो अब तक मौजूद सभी माध्यमों की सीमाओं को ध्वस्त करता है। यह सूचनाओं के लेनदेन का एक इंटरैक्टिव माध्यम है जो मुख्य धारा के मीडिया, मसलन - अखबार, न्यूज,चैनल या फ़िल्म से एकदम अलग है।

१.२ सोशल मीडिया का अर्थ

जिस मीडिया का उपयोग समाज के लोगों को आपस में जोड़ने, सद्भाव, आत्मीयता द्वारा सोशल संबंध बनाने के लिए किया जाता है उसे सोशल मीडिया कहते हैं। सामाजिकता का तत्व इसे अन्य मीडिया से अलग करता है।सोशल मीडिया दो शब्दों से मिलकर बना है सोशल और मीडिया। जिसमें सोशल का मतलब है सामाजिक और मीडिया का मतलब है माध्यम। अर्थात सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा इन्टरनेट का इस्तेमाल करके लोगों को आपस में जोड़ा जाता है। सोशल मीडिया में लोग आपस में जुड़कर किसी भी प्रकार की जानकारी को साझा कर सकते हैं, फ्रेंडशिप और रिलेशनशिप कर सकते हैं, देश दुनिया के बारे में जान सकते हैं, अपनी बात को दुनिया के सामने रख सकते हैं, आदि प्रकार के सभी कार्य लोग सोशल मीडिया के द्वारा कर सकते हैं। सोशल मीडिया एक प्रकार की वेबसाइट या एप्लीकेशन होती है जो लोगों को आपस में जुड़कर इनफार्मेशन शेयर करने की सुविधा प्रदान करवाती है। जैसे कि फेसबुक, इन्स्टाग्राम, ट्विटर आदि।सिक्सदिग्रीदुनिया का पहला सोशल मीडिया प्लेटफार्म था जिसे Andrew Weinreich ने १९९७ में बनाया था, लेकिन साल २००१ में इसे बंद कर दिया गया। साल २००२ में LinkdIn सोशल नेटवर्किंग साईट की स्थापना की गयी, जिसका मुख्य उद्देश्य था कि लोगों को सही करियर मिल सके। नौकरी की चाह रखने वालों के लिए यह एक अच्छा प्लेटफार्म है।इसके बाद साल २००४ में मार्कजुकर बर्ग में फेसबुक लांच किया, फेसबुक के आने के बाद सोशल मीडिया एक अलग स्तर पर पहुँच गया। सोशल मीडिया की बढती लोकप्रियता को देखकर धीरे – धीरे मार्केट में अनेक प्रकार के सोशल मिडिया प्लेटफार्म आने लगे। आज के समय में सोशल मीडिया प्लेटफार्म लोगों के जीवन का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन

गए हैं। लोगों के बीच, ट्विटर, व्हाट्सएप, इन्स्टाग्राम जैसे सोशल मीडिया प्लेटफार्म बहुत ही लोकप्रिय हैं। सोशल मीडिया को उन वेबसाइटों के रूप में भी परिभाषित किया गया है जो प्रोफ़ाइल निर्माण और दृश्यता की अनुमति देती है। सोशल मीडिया को "सोशल मीडिया साइट्स" के रूप में संदर्भित किया गया है, या सूचना प्रौद्योगिकी को इंटरैक्शन और नेटवर्किंग सुविधा प्रदान करता है।

१.३ सोशल मीडिया का स्वरूप

सोशल मीडिया का स्वरूप अन्य माध्यमों से बहुत अलग है। यह एक आनलाइन आधारित बेवसाइट है, जिसके माध्यम से जुड़कर आप सूचना प्रेषित एवं प्राप्त कर सकते है। इसके अलग – अलग स्वरूप हैं जिन्हें हम विभिन्न नामों से जानते है जैसे कि,ब्लॉगिग, माइक्रोब्लॉगिंग, सोशल नेटवर्क आदि नामों से जानते है। सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा आप देश-दुनिया के अनेक व्यक्तियों से आनलाइन तकनीकी के माध्यम से जुड़ सकते हैं। यदि सोशल नेटवर्क साइटों के स्वरूप की बात करें तो इन साइटों की संरचना कुछ इस प्रकार की होती है कि इनके माध्यम से आप टेक्सड, ऑडियो और विजुअल तीनों प्रकार के सन्देश संप्रेषित कर सकते है। सोशल मीडिया में मैसेंजर की सुविधा भी होती है साथ ही साथ वीडियो काल और कांफ्रेंसिंग की सुविधा भी होती है । प्रत्येक सोशलसाइट अपनी अलग – अलग विशिष्टताओं के लिए जाने जाते है। कुछ सोशलसाइट्स पर आप केवल कुछ निर्धारित शब्दों में ही अपनी बात कह सकते है तो कुछ सोशलसाइट्सपर आप तीनों प्रकार की संचार व्यवस्थाओं को स्थापित कर सकते हैं। सोशल मीडिया पर अपना एक पेज क्रिएट कर सकते हैं। जिनके माध्यम से आप अपने से जुडी जानकारी साझाकर सकते हैं ।सोशल मीडिया के कुछ साइट्स का विवरण निम्नलिखित है।

१. सामाजिक नेटवर्क: फेसबुक, ट्विटर, लिंक्डइन:

इस प्रकार के सोशल मीडिया का उपयोग वेब पर व्यक्तियों और ब्रांड के साथ जुड़ने के लिए किया जाता है। वे ब्रांडिंग, सामाजिक जागरूकता, संबंध निर्माण, ग्राहक सेवा, लीडजनरेशन और रूपांतरण के माध्यम से आपके व्यवसाय की सहायता करते हैं।आप इन नेटवर्कों पर विभिन्न प्रकार के सोशल मीडिया अभियानों को चैनलाइज़ कर सकते हैं जो आपकी पहुंच को व्यापक बनाने में आपकी सहायता करेंगे। इन सोशल मार्केटिंग नेटवर्क के कुछ लाभ हैं- वे व्यक्तियों और व्यवसायों को पारस्परिक रूप से उत्पादक संबंधों को सुनिश्चित करने के लिए ऑनलाइन बातचीत करने और डेटा और विचार साझा करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं यदि आप वर्तमान मार्केटिंग अभियानों को अनुकूलित करने के सर्वोत्तम तरीकों की खोज कर रहे हैं तो आप फेसबुक, ट्विटर और लिंक्डइन प्रकार के सोशल नेटवर्क पर ऐसा करने के लिए विभिन्न प्रकार के कार्बनिक और भुगतान किए गए तरीकों की खोज करेंगे।

२. मीडिया शेयरिंग नेटवर्क: इंस्टाग्राम, स्नैपचैट, यूट्यूब:

सोशल मीडिया के मीडिया शेयरिंग प्रकारों का उपयोग वेब पर फोटोग्राफ, लाइव वीडियो, वीडियो और अन्य प्रकार के मीडिया को खोजने और साझा करने के लिए किया जाता है। वे ब्रांड निर्माण, लीड जनरेशन, लक्ष्यीकरण आदि में भी आपकी मदद करने जा रहे हैं। वे

व्यक्तियों और ब्रांडों को मीडिया को खोजने और साझा करने के लिए एक जगह देते हैं ताकि लक्षित दर्शकों को लक्षित किया जा सके और एक आश्वस्त और परिणाम-संचालित तरीके में परिवर्तित किया जा सके।सोशल नेटवर्क आजकल भी इन सुविधाओं की पेशकश करते हैं, हालांकि, मीडिया शेयरिंग नेटवर्क के लिए, मीडिया को साझा करना उनकी मूल भूमिका है। इंस्टाग्राम, यूट्यूब और स्नैपचैट पर इमेज या वीडियो से शुरू करें तो मीडिया शेयरिंग नेटवर्क के प्रकार आपके लिए अधिक फायदेमंद होंगे। यह तय करने के लिए कि आपको अपने व्यवसाय के लिए इन नेटवर्क का उपयोग करना चाहिए या नहीं, आपको अपने संसाधनों और लक्षित दर्शकों पर विचार करना चाहिए। ये चैनल लीड उत्पन्न करने और अपने दर्शकों के आधार को बढ़ाने के लिए सुनियोजित अभियान चलाने में आपकी सहायता करेंगे।

३. चर्चा मंच: Reddit, Quora, Digg:

इस प्रकार के सोशल मीडिया चैनलों का उपयोग विभिन्न प्रकार की सूचनाओं, विचारों और समाचारों को खोजने, साझा करने और चर्चा करने के लिए किया जाता है। वे बेदाग बाजार अनुसंधान करने के लिए एक शीर्ष संसाधन बनकर व्यवसायों की मदद करते हैं। ये फ़ोरम सोशल मीडिया मार्केटिंग अभियान चलाने के सबसे पुराने तरीके हैं।फेसबुक जैसे लोकप्रिय सोशल मीडिया प्लेयर्स के प्रवेश से पहले, ये फ़ोरम ऐसे स्थान थे जहां पेशेवर, विशेषज्ञ और उत्साही विभिन्न क्षेत्रों से संबंधित विभिन्न प्रकार की चर्चा करते थे। इन चर्चा मंचों में बड़ी संख्या में उपयोगकर्ता हैं और यह आपके व्यवसाय के लिए अभूतपूर्व पहुंच सुनिश्चित करता है। ये वे स्थान हैं जो किसी भी डोमेन के विभिन्न प्रश्नों के उत्तर प्रदान करते हैं। यदि आपके व्यवसाय को गहन ग्राहक अनुसंधान की आवश्यकता है तो ये स्थान आपके व्यवसाय के लिए सबसे उपयुक्त होंगे। जानकारी साझा करने और उत्तर जानने के साथ-साथ ये स्थान विज्ञापन में भी बहुत प्रभावशाली हैं।

४. बुकमार्किंग और सामग्री क्यूरेशन नेटवर्क: Pinterest, Flipboard:

इस प्रकार के सोशल मीडिया को चुनने से आपको विभिन्न प्रकार की नवीनतम सामग्री और मीडिया का पता लगाने, साझा करने, चर्चा करने और सहेजने में मदद मिलेगी जो कि ट्रेंडिंग भी हैं। वे आपके व्यवसाय के लिए ब्रांड जागरूकता को चैनलाइज़ करने में बहुत मददगार हैं, साथ ही, विभिन्न प्रकार के सोशल मीडिया मार्केटिंग अभियानों को चलाने के लिए इसे चुनने से आपको वेबसाइट ट्रैफ़िक और ग्राहक जुड़ाव उत्पन्न करने में मदद मिलेगी। यदि आप कुछ लीक से हटकर अत्यधिक रचनात्मक अभियान चलाना चाहते हैं जो न केवल आपके दर्शकों को सूचित कर सकते हैं बल्कि उन्हें आकर्षित भी कर सकते हैं तो यह सबसे उपयुक्त है। Pinterest पर सोशल मीडिया अभियान चलाने के लिए, आपके पास एक ऐसी साइट होनी चाहिए जो बुकमार्क के अनुकूल हो। आपको उन फ़ीड के लिए शीर्षकों और छवियों को अनुकूलित करना चाहिए जिनका उपयोग बुकमार्किंग और सामग्री क्यूरेशन नेटवर्क आपकी सामग्री तक पहुँचने और साझा करने के लिए करते हैं। फ्लिपबोर्ड आपको सबसे आकर्षक सामग्री का उपयोग करके अपनी खुद की फ्लिपबोर्ड पत्रिका बनाने देता है और फिर आप इसे अपने दर्शकों को दिखा सकते हैं। ग्राहक समीक्षा नेटवर्क का उपयोग करने से आपको विभिन्न उत्पादों, सेवाओं या ब्रांडों के बारे में अलग-अलग

जानकारी का पता लगाने, साझा करने और समीक्षा करने में मदद मिलेगी। जब किसी व्यवसाय की इन नेटवर्कों पर सकारात्मक समीक्षाएं होती हैं, तो उनके दावे अधिक विश्वसनीय हो जाते हैं क्योंकि इन नेटवर्कों पर समीक्षाएं सामाजिक प्रमाण के रूप में कार्य करती हैं। एक सफल सोशल मीडिया मार्केटिंग अभियान चलाने के लिए, आज के व्यवसायों के लिए इन साइटों पर सकारात्मक समीक्षा होना बहुत जरूरी है। इसके अलावा, उन सभी मुद्दों को हल करना जो आपके ग्राहक इन समीक्षा प्लेटफार्मों पर पोस्ट कर रहे हैं, एक और बात है जो आपके व्यवसाय के सकारात्मक और उत्पादक परिणामों के लिए बहुत महत्वपूर्ण होने जा रही है। ये नेटवर्क उपयोगकर्ताओं को उनके द्वारा उपयोग किए जाने वाले विभिन्न प्रकार के उत्पादों और सेवाओं की समीक्षा करने के लिए एक स्थान प्रदान करते हैं। समीक्षा सामग्री किसी भी ब्रांड के लिए बहुत महत्व रखती है क्योंकि यह आपकी सेवाओं का प्रयास करने के लिए अधिक और नए खरीदारों की संख्या को प्रभावित करेगी।येल्प और ज़ो मैटोसोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के प्रकार हैं जो स्थान-आधारित समीक्षा सेवाएं प्रदान करते हैं जो आपको स्थान-आधारित सामाजिक अभियान चलाने में मदद करेंगे।

६. ब्लॉगिंग और प्रकाशन नेटवर्क: वर्डप्रेस, टम्बलर, मीडियम:

आपको वेब पर लेखों, सोशल मीडिया ब्लॉगों और अन्य सामग्री को प्रकाशित करने, खोजने और टिप्पणी करने के लिए इस प्रकार के सोशल मीडिया नेटवर्क का चयन करना चाहिए। सामग्री विपणन लक्षित दर्शकों को लक्षित करने, आकर्षित करने, संलग्न करने और परिवर्तित करने के सबसे शक्तिशाली तरीकों में से एक है। यह सफल ऑनलाइन मार्केटिंग अभियानों का आधार बनने जा रहा है जो डिजिटल मार्केटिंग अभियानों के रूपांतरण फ़नल में सबसे महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वर्डप्रेस और ब्लॉगर पारंपरिक ब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म हैं जबकि टम्बलर (माइक्रो-ब्लॉगिंग सर्विस) और मीडियम (सोशल पब्लिशिंग प्लेटफॉर्म) नवीनतम ब्लॉगिंग और प्रकाशन नेटवर्क हैं। ये नेटवर्क उन व्यवसायों के लिए आवश्यक हैं जो सामग्री विपणन का प्रभावी ढंग से उपयोग करना चाहते हैं, साथ ही, आप इस सामग्री को विभिन्न सामाजिक नेटवर्क जैसे फेसबुक, ट्विटर, लिंक्डइन, आदि पर साझा कर सकते हैं। इन नेटवर्कों पर आपके द्वारा उपयोग की जाने वाली सामग्री आपको अपने व्यवसाय और दर्शकों के लिए एक जगह बनाने में भी मदद करेगी जो उस जगह से संबंधित जानकारी की तलाश में हैं, निश्चित रूप से आपके ब्लॉग या साइट पर आएंगे।

७. सोशल शॉपिंग नेटवर्क: पॉलीवोर, ईटीसी, फैंसी:

मार्केटिंग में सभी नवीनतम रुझानों का पता लगाना चाहते हैं या शॉपिंग टिप्स जानने की लालसा रखते हैं तो इस प्रकार के सोशल मीडिया चैनल आपके लिए हैं। इसके अलावा, वे आपको विभिन्न ब्रांडों का अनुसरण करने, दिलचस्प चीजें साझा करने और इन सोशलशॉपिंग नेटवर्क पर खरीदारी करने में मदद करते हैं। ब्रांड जागरूकता पैदा करने, जुड़ाव बढ़ाने और कुछ नए और प्रभावी प्लेटफॉर्म पर उत्पादों को बेचने के लिए व्यवसाय इस प्रकार के सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग कर सकते हैं। ये चैनल कुछ दिलचस्प सामाजिक तत्वों के माध्यम से ई-कॉमर्स को और अधिक आकर्षक बनाकर बदल देते हैं। इन नेटवर्कों का प्रभावी ढंग से उपयोग करने के लिए आपको एक ऐसी साइट बनानी चाहिए जो खरीदारी के अनुभव को सामाजिक अनुभव के साथ एकीकृत करे। ये नेटवर्क छोटे

व्यवसायों और स्टार्टअप के लिए बहुत परिणाम-संचालित हैं क्योंकि वे अपने उत्पादों को बिना किसी भूमि-आधारित कार्यालय या स्टोर के बेच सकते हैं।

८. रुचि-आधारित नेटवर्क: गुड्रेड्स, हॉउज़, Last.fm:

आप अन्य लोगों से जुड़ने के लिए इस प्रकार के सोशल मीडिया नेटवर्क का उपयोग कर सकते हैं, जिनके समान शौक या रुचियां हैं। आप उन दर्शकों को आसानी से ढूंढ सकते हैं जो आपके द्वारा ऑफ़र किए जाने वाले उत्पादों और सेवाओं के प्रकार के बारे में अधिक से अधिक जानने में रुचि रखते हैं। यह आपके दर्शकों के साथ जुड़ने और ऑनलाइन विशेष ब्रांड जागरूकता पैदा करने के लिए इसे सबसे अच्छे नेटवर्क में से एक बनाता है। बड़े सामाजिक नेटवर्क की तुलना में, रुचि-आधारित नेटवर्क का उपयोग करने से आपको अधिक लक्षित अभियान चलाने में मदद मिलेगी। इन नेटवर्कों को चुनने से आपको किसी विशेष विषय से संबंधित किसी एक उत्पाद या सेवा पर ध्यान केंद्रित करने में मदद मिलेगी, उदाहरण के लिए, घर की सजावट, डिजिटल मार्केटिंग प्रशिक्षण, संगीत, किताबें, आदि। ये नेटवर्क किसी खास जगह के दर्शकों के साथ जुड़ने के लिए सबसे अच्छी जगह हैं।

१.४ सोशल मीडिया का विकासक्रम

सोशल मीडिया पूर्णत: डिजिटल माध्यम है। यह तकनीक आधारित साझेदारी है। बिना तकनीक और उपकरण के यहां सम्प्रेषण की कल्पना भी बेमानी है। इसीलिये कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया के लिये कम्प्यूटर या मोबाइल उपकरण अनिवार्य है। दरअसल सोशल मीडिया का उपयोगकर्ता यहां अपने-अपने उपकरणों की साझेदारी करता है। कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय के प्रोफेसर मैन्युअलकैसट्ल के मुताबिक सोशल मीडिया के विभिन्न माध्यमों फेसबुक, ट्विटर आदि के जरिए जो संवाद करते हैं, वह मास कम्युनिकेशन न होकर मास सेल्फकम्युनिकेशन है। मतलब हम जनसंचार तो करते हैं लेकिन जन स्व-संचार करते हैं और हमें पता नहीं होता कि हम किससे संचार कर रहे हैं। या फिर हम जो बातें लिख रहे हैं, उसे कोई पढ़ रहा या देख रहा भी होता है।

सोशल मीडिया मुद्रित या इलेक्ट्रानिक माध्यमों (मीडिया) से गुणवत्ता, पहुंच, आवृत्ति, उपयोगिता, तात्कालिकता और स्थायित्व की दृष्टि से बहुत भिन्न है। इसमें अनेक सूचना प्रदाता और अनेक सूचना ग्राहक या प्रापक होते हैं। अधिकांशत: ये एक-दूसरे से जुड़े होते हैं। जबकि मुद्रित एवं इलेक़्ट्रानिक माध्यम सामान्यत: एकालापी (मोनोलोगिक) होते हैं, जिसमें एक सूचनादाता और अनेक ग्राहक/प्रापक होते हैं।

आज अनेक सोशल मीडिया के वेबसाइट प्रचलन में हैं। इनके उपयोगकर्ताओं की संख्या करोड़ों में है। विश्लेषकों ने इसके नाकारात्मक व सकारात्मक प्रभावों के बारे में विस्तार से बताया है। सोशल मीडिया समान रुचि, विचार के व्यक्तियों को जोड़ने व अपना समुदाय विकसित करने की सहूलियत देता है। यह वाणिज्य व व्यापारिक गतिविधियों के लिये भी काफी उपयोगी है। वर्तमान समय में राजनीतिक दल भी बढ़-चढ़कर उपयोग कर रहे हैं। किंतु सोशल मीडिया का उपयोग नकारात्मक और असामाजिक गतिविधियों के लिये भी खूब हो रहा है। यह नकारात्मक उपयोग और नकारात्मक प्रभाव अपेक्षाकृत अधिक दर्ज किया जा रहा है। अध्ययन के अनुसार, इंटरनेट उपयोगकर्ता अन्य वेबसाइट की तुलना में

सोशल नेटवर्किंगसाइट पर कई गुणा अधिक समय व्यतीत करते हैं। १३ से १७ वर्ष आयु के ६० प्रतिशत से अधिक किशोरों ने अपना खाता सोशल नेटवर्किंगसाइट पर बना रखा है। सोशल मीडिया का उपयोग वाणिज्य, व्यापार और प्रबंधन के लिये भी बड़े पैमाने पर किया जा रहा है। इसके द्वारा ग्राहकों की पहचान, उनसे सम्पर्क और इस सम्बंध को निरंतर बनाये रखने तथा विज्ञापन आदि कार्य किया जा रहा है। जन सामान्य तक पहुंच होने के कारण सामाजिक मीडिया को लोगों तक विज्ञापन पहुंचाने का सबसे अच्छा जरिया समझा जाता है।

सोशलमीडिया कंप्यूटर या मोबाइल फोन नेटवर्क स्वतंत्र और स्वायत्त उपकरणों (कंप्यूटरों या मोबाइल) का संकलन है। इन्हें कई तरीकों से आपस में जोड़ा जा सकता है। एक बहुत छोटे सीमित क्षेत्र के कंप्यूटरों को आपस में जोड़ने के नेटवर्क को लोकल एरिया नेटवर्क (ङ-छ) कहा जाता है। वहीं १ से २ किमी की परिधि में विभिन्न कंप्यूटरों को परस्पर जोड़ने के नेटवर्क को मेट्रोपोलिटिनएरिया नेटवर्क (च-छ) कहा जाता है। लगभग ४० से ५० किमी से अधिक की परिधि में फैले कंप्यूटर नेटवर्क को व्हाइडएरिया नेटवर्क (थ-छ) कहा जाता है। इंटरनेट के लिये प्रयुक्त कंप्यूटर को 'होस्ट' (Host) कहा जाता है। प्रत्येक कंप्यूटर या मोबाइल फोन वस्तुतः एक-दूसरे उपकरण को विशिष्ट अंकों से पहचानता है।

सूचना प्रौद्योगिकी से सम्बंधित विभिन्न विषयों के जानकार और लेखक बालेन्दु शर्मा दधिचि के अनुसार १९६६ में डारपा (D¬RP¬Defence advanced Research Projects agency) ने आरपानेट (¬RP¬NET-The advanced Research Projects Agency Network) के रूप में कंप्यूटर जाल बनाया, जो कि चार स्थानों से जुड़ा था। १९६९ में अमेरिकी रक्षा विभाग के द्वारा स्टैनफोर्ड अनुसंधान संस्थान के कंप्यूटरों की नेटवर्किंग करके इंटरनेट की संरचना की गई। १९७१ में संचिका अंतरण नियमावली (FTP) विकसित हुआ, जिससे संचिका अंतरण करना आसान हो गया। बाद में इसमें भी कई परिवर्तन हुए और १९७२ में बॉबकॉहन ने अंतरराष्ट्रीय कंप्यूटर संचार सम्मेलन में इसका पहला सजीव प्रदर्शन किया। अमेरिकी सेना की सूचना और अनुसंधान सम्बंधी आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए १९७३ में "यू एस एड वांस रिसर्च प्रोजेक्ट एजेंसी" ने कंप्यूटरों के द्वारा विभिन्न प्रकार की तकनीकी और प्रौद्योगिकी को एक-दूसरे से जोड़कर एक "नेटवर्क" बनाने तथा संचार सम्बंधी मूल बातों (कम्यूनिकेशन प्रोटोकॉल) को एकसाथ एक ही समय में अनेक कंप्यूटरों पर नेटवर्क के माध्यम से देखे और पढ़े जाने के उद्देश्य से एक कार्यक्रम की शुरुआत की। इसे "इंटरनेटिंग प्रोजेक्ट" नाम दिया गया जो आगे चलकर "इंटरनेट" के नाम से जाना जाने लगा। १९८० के दशक के अंत तक अंतरराष्ट्रीय स्तर पर नेटवर्क सेवाओं व इंटरनेट उपभोक्ताओं की संख्या में अभूतपूर्व वृद्धि हुई और इसका इस्तेमाल व्यापारिक गतिविधियों के लिये भी किया जाने लगा। इसी वर्ष बिल गेट्स का आईबीएम के साथ कंप्यूटरों पर एक माइक्रोसॉफ्ट ऑपरेटिंग सिस्टम लगाने के लिए सौदा हुआ। आगे १ जनवरी १९८३ को आरपानेट (¬RP¬NET) एक बार पुनः पुर्नस्थापित हुआ, और इसी वर्ष इंटरनेट समुदाय के सही मार्गदर्शन और टीसीपी/आईपी के समुचित विकास के लिये अमेरिका में इंटरनेट एक्टीविटी बोर्ड (I¬B) का गठन किया गया। इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फोर्स तथा इंटरनेट रिसर्चटास्क फोर्स इसके दो महत्त्वपूर्ण अंग हैं। इंजीनियरिंग टास्क फोर्स का काम टीसीपी/आईपी प्रोटोकोल के विकास के साथ-साथ अन्य प्रोटोकोल आदि का इंटरनेट में समावेश करना है। जबकि विभिन्न सरकारी एजेंसियों

के सहयोग के द्वारा इंटरनेट एक्टीविटीज बोर्ड के मार्गदर्शन में नेटवर्किंग की नई उन्नतिशील परिकल्पनाओं के विकास की जिम्मेदारी रिसर्चटास्क फोर्स की है जिसमें वह लगातार प्रयत्नशील रहता है। इस बोर्ड व टास्कफोर्स के दो और महत्त्वपूर्ण कार्य हैं-इंटरनेट संबंधी दस्तावेजों का प्रकाशन और प्रोटोकोल संचालन के लिये आवश्यक विभिन्न आइडेंटिफायर्स की रिकार्डिंग। आईडेंटि फायर्स की रिकार्डिग 'इंटरनेट एसाइन्डनम्बर्स अथॉरिटी' उपलब्ध कराती है जिसने यह जिम्मेदारी एक संस्था 'इंटरनेट रजिस्ट्री' (आई.आर.) को दे रखी है, जो 'डोमेननेमसिस्टम' यानी 'डी एन एस रूट डाटाबेस' का भी केन्द्रीय स्तर पर रखरखाव करती है, जिसके द्वारा डाटा अन्य सहायक 'डी एन एस सर्वर्स' को वितरित किया जाता है। इस प्रकार वितरित डाटाबेस का इस्तेमाल 'होस्ट' तथा 'नेटवर्क' नामों को उनके यूआरएल पतों से कनेक्ट करने में किया जाता है। उच्चस्तरीय टीसीपी/आईपी प्रोटोकोल के संचालन में यह एक महत्त्वपूर्ण कड़ी है, जिसमें ई-मेल भी शामिल है। उपभोक्ताओं को दस्तावेजों, मार्गदर्शन व सलाह-सहायता उपलब्ध कराने के लिये समूचे इंटरनेट पर 'नेटवर्क इन्फोरमेशन सेन्टर्स'(सूचना केन्द्र) स्थित हैं। इसी वर्ष नवम्बर १९८३ में पहली क्षेत्रीय नाम सेवा पॉलमोकपेट्रीज द्वारा सुझाई गई तथा इंटरनेट सैनिक और असैनिक भागों में बांटा गया। १९८४ में एप्पल ने पहली बार फाइलों और फोल्डरों, ड्रॉपडाउनमेनू, माउस, ग्राफिक्स आदि युक्त 'आधुनिक सफल कंप्यूटर' लांच किया। १९८६ में अमेरिका की 'नेशनल सांइसफांउडेशन'ने एक सेकेंड में ४५ मेगाबाइट संचार सुविधा वाली 'एनएसएफनेट'सेवा का विकास किया जो आज इंटरनेट पर संचार सेवाओं की रीढ़ है। इस प्रौद्योगिकी के कारण 'एनएसएफनेट' बारह अरब सूचना पैकेट्स को एक महीने में अपने नेटवर्क पर आदान-प्रदान करने में सक्षम हो गया। इस प्रौद्योगिकी को और अधिक तेज गति देने के लिए अमेरिका के 'नासाफ और ऊर्जा विभाग ने अनुसंधान किया और 'एनएसआईनेट'और 'ईएसनेट'जैसी सुविधाओं को इसका आधार बनाया। आखिर १९८९-९० मेटिमबर्नर्स ली ने इंटरनेट पर संचार को सरल बनाने के लिए ब्राउजरों, पन्नों और लिंक का उपयोग कर के विश्वव्यापी वेब-(WWW (वर्ल्ड वाइड वेब-डब्लू डब्लू डब्लू) से परिचित कराया। १९९१ के अंत तक इंटरनेट इस कदर विकसित हुआ कि इसमें तीन दर्जन देशों के पांच हजार नेटवर्क शामिल हो गए, जिनकी पहुंच सात लाख कंप्यूटरों तक हो गई। इस प्रकार चार करोड़ उपभोक्ताओं ने इससे लाभ उठाना शुरू किया। इंटरनेट समुदाय को अमेरिकी फेडरल सरकार की सहायता लगातार उपलब्ध होती रही क्योंकि मूल रूप से इंटरनेट अमेरिका के अनुसंधान कार्य का ही एक हिस्सा था, और आज भी यह न केवल अमेरिकी अनुसंधान कार्यशाला का महत्त्वपूर्ण अंग है, वरन आज की इंटरनेट प्रणाली का बहुत बड़ा हिस्सा भी शिक्षा व अनुसंधान संस्थानों एवं विश्वस्तरीय निजी व सरकारी व्यापार संगठनों की निजी नेटवर्क सेवाओं से ही बना है। १९९६ में गूगल ने स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय में एक अनुसंधान परियोजना शुरू की जो कि दो साल बाद औपचारिक रूप से काम करने लगी। २००९ में डॉ स्टीफन वोल्फरैम ने 'वोल्फरैम अल्फा' की शुरुआत की।

भारत में इंटरनेट १९८० के दशक में आया, जब एर्नेट (Educational Research Network) को भारत सरकार के इलेक्ट्रानिक्स विभाग और संयुक्त राष्ट्र उन्नति कार्यक्रम (UNDP) की ओर से प्रोत्साहन मिला। सामान्य उपयोग के लिये इंटरनेट १५ अगस्त १९९५ से उपलब्ध हुआ, जब विदेश संचार निगम लिमिटेड (VSNL) ने गेटवे सर्विस शुरू

की। भारत मे इंटरनेट प्रयोग करनेवालों की संख्या में तेजी से वृद्धि हुई है, और वर्तमान ४०० मिलियन यानी ४० करोड़ से अधिक लोगों तक इंटरनेट की पहुंच हो चुकी है, जो कि देश की कुल जनसंख्या का करीब ३३ फीसदी और दुनिया के सभी इंटरनेट प्रयोक्ता देशों के हिसाब से महज १० फीसदी है। मौजूदा समय में इंटरनेट का प्रयोग जीवन के सभी क्षेत्रों-सोशल मीडिया, ईमेल, बैंकिंग, शिक्षा, ट्रेन इंफॉर्मेशन-रिजर्वेशन, ऑनलाइन शॉपिंग, अंतरिक्ष प्रोद्योगिकी, बीमा, विभिन्न बिल घर बैठे जमा करने और अन्य सेवाओं के लिए भी किया जा रहा है।

ताजा आंकड़ों के अनुसार टेलीफोन उपभोक्ताओं की संख्या के मामले में भारत ने अमेरिका को पीछे छोड़ दिया है। इंटरनेट प्रयोक्ताओं की संख्या के मामले में भी भारत दिसम्बर २०१५ में अमेरिका से आगे निकल चुका है। इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया और आईएमआरबी के आंकड़ों के अनुसार दिसम्बर २०१५ तक भारत में इंटरनेट यूजर्स की संख्या ४० करोड़ का आंकड़ा पार कर चुकी है। भारत में पिछले एक साल में इंटरनेट प्रयोक्ताओं की संख्या में ४९ फीसदी की भारी-भरकम वृद्धि हुई है। यह नया मीडिया भारतवर्ष में देर से प्रचलित हुआ लेकिन धीरे-धीरे इसने समाज के हर वर्ग में अपनी जगह बना ली है।

सामाजिक या सामुदायिक मीडिया डिजिटल मीडिया का सर्वाधिक लोकप्रिय रूप है। यह लोगों को पारस्परिक मंच के रूप में उपलब्ध है। सामाजिक मीडिया के कई रूप हैं जिनमें कि इंटरनेट फोरम, वेबलॉग, सामाजिक ब्लॉग, माइक्रोब्लागिंग, विकीज, सोशल नेटवर्क, पॉडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र, चलचित्र आदि सभी आते हैं। वर्तमान समय में प्रमुख सामाजिक नेटवर्क मीडिया इन नामों से विख्यात हैं- फेसबुक, ट्विटर, लिंक्ड-इन, फ्लिकर, गूगल प्लस, टू, माईस्पेस, वे एन, इंस्टाग्राम, विण्डोज़लाइव मैसेंजर, ऑर्कुट, गूगल प्लस, व्हाट्सएप्प व नेटलॉग के साथ ही यू ट्यूब भी सोशलनेटवर्किंगसाइट्स में गिने जाते हैं। इनके अलावा भी बाडू, बिग अड्डा, ब्लेकप्लेनेट, ब्लांक, बजनेट, क्लासमेट्सडॉट काम, कोजीकॉट, फोटो लॉग, फ्रेंडिका, हॉटलिस्ट, आईबीबो, इंडिया टाइम्स, निंग, चीन केटॅन्सॅण्टक्यूक्यू, टॅन्सॅण्टवेइबो, क्यूजोन व नॅटईज, फ्रांस के हाब्बो, स्काइप, बीबो, वीकोण्टैक्ट सहित १०० से अधिक सोशियल नेटवर्किंग साइट भी देश-दुनिया में प्रचलित हैं

१.५ सोशल मीडिया का व्यवहार क्षेत्र और महत्व

सोशल मीडिया हर समय बदलता है, इसलिए प्लेटफॉर्म के विकास के साथ बने रहना और उपलब्ध टूल के अपने उपयोग को अनुकूलित करने के तरीकों की तलाश करना महत्वपूर्ण है।सोशल मीडिया का व्यव्हार क्षेत्र बहुत ही विस्तृत रूप में फैला हुआ है जिसका विवरण हम यहाँ पर प्रस्तुत कर रहे है।

लिंक्डइन:

लिंक्डइन आपके उद्योग में प्रासंगिक पेशेवरों को ढूंढकर और उनके साथ जुड़कर आपके नेटवर्क का विस्तार करने के कई तरीके प्रदान करता है। लोगों को ढूंढना, उनसे संपर्क करना और उनसे जुड़ना है जिन्हें आप पहले से जानते हैं, जिन लोगों को आप जानना

चाहते हैं और जिन लोगों को आपको जानना चाहिए यह आप लिंक्डइन के माध्यम से कर सकते हैं। आप नियमित रूप से अपनी विशेषज्ञता दिखाते हुए अपनी सामग्री भी पोस्ट कर सकते हैं। अन्य प्लेटफार्मों की तरह, आपको यह देखना चाहिए कि क्या लिंक्डइन विज्ञापन सुविधाएँ आपके लिए मायने रखती हैं। लिंक्डइन पर, आप एक कंपनी पेज बना सकते हैं और इसके चारों ओर एक ऑनलाइन समुदाय बना सकते हैं, जिससे ग्राहक और संभावित ग्राहक आपका अनुसरण कर सकें। व्यापार के लिए लिंक्डइन के बारे में अधिक जानने के लिए, इसकी आधिकारिक मार्गदर्शिका देखें। नौकरी ढूँढना व्यक्तियों के लिए लिंक्डइन का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है, और आप विशिष्ट कंपनियों, लोगों और नौकरी के उद्घाटन को ट्रैक करने के लिए नेटवर्क का उपयोग कर सकते हैं। जब आप नई नौकरी की तलाश कर रहे हों, तो इसका उपयोग करना आपके लिए बेहतर हो सकता है।

ट्विटर:

ट्विटर अन्य प्लेटफार्मों की तुलना में अधिक संवादी होता है, लेकिन हमें अपने रीट्वीट, उत्तरों और अपने प्रत्यक्ष संदेश के बीच के अंतर को समझना सुनिश्चित करना चाहिए। रीट्वीटआपके लिए दूसरों की पोस्ट को साझा करने और वैकल्पिक रूप से उस पर टिप्पणी करने के तरीके हैं। "उद्धरण ट्वीट" चुनने का अर्थ है कि आप किसी की पोस्ट के ऊपर एक टिप्पणी जोड़ते हैं; केवल "रीट्वीट" करने का अर्थ है कि यह आपके अनुयायियों को आपकी ओर से किसी भी टिप्पणी के बिना भेजा जाता है। ट्विटर आपको एक निजी खाता ("संरक्षित") की अनुमति देता है - लेकिन यदि आप व्यवसाय के लिए ट्विटर का उपयोग कर रहे हैं, तो एक खुला खाता होना अधिक समझ में आता है। इस प्रकार आप ट्विटर के माध्यम से किसी व्यक्ति अथवा समुदाय से जुड़कर अपने विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं। इसके साथ ही आप लाइव वीडियो भी शेयर कर सकते है जो आपको आप के मित्रों के साथ विचार विमर्श करने का मंच प्रस्तुत करता है।

फेसबुक:

दुनिया भर में दो अरब से अधिक उपयोगकर्ताओं के साथ, सामाजिक नेटवर्क कि सबसे शक्तिशाली और प्रभावशाली साइट फेसबुक है। यह परिवार, दोस्तों और दोस्तों के दोस्तों से जुड़ने का एक शानदार तरीका है। यह ज्यादातर लोगों के लिए मुख्य रूप से एक व्यक्तिगत नेटवर्क बना हुआ है, लेकिन यह व्यापार के लिए भी उपयोगी है। जैसा कि हमने २०१६ के चुनावों के विषय में देखा है कि इस मंच ने सकारात्मक और नकारात्मक दोनों ही प्रकार की ख़बरें फैलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। फेसबुक लाइव, जो आपको तुरंत दुनिया भर में प्रसारित करने की अनुमति देता है, एक उपयोगी उपकरण हो सकता है। पत्रकारों के अलावा, व्यवसाय लाइव का उपयोग पर्दे के पीछे की सामग्री साझा करने, कर्मचारी प्रश्नोत्तर और अन्य घटनाओं को साझा करने के लिए कर रहे हैं। अधिकांश प्लेटफार्मों की तरह, फेसबुक आपकी सामग्री के लिए गोपनीयता सेटिंग्स प्रदान करता है ताकि आप यह तय कर सकें कि किसे क्या देखना है। सेटिंग्स में ऐसी सामग्री शामिल होती है जिसे हर कोई ऑनलाइन या सिर्फ आपके दोस्तों द्वारा, या आपके द्वारा बनाए गए अनुकूलित समूहों (सहकर्मी, उदाहरण के लिए, परिवार या आपके हाई स्कूल टीम के साथी) द्वारा देखा जा सकता है। फेसबुक के माध्यम से आप अपने क्षेत्र के प्रभावशाली

लोगों से जुड़ सकते है। आप अपने लेख,फोटो और वीडियो साझा कर सकते है जिससे माध्यम से दुनिया को आपकी रुचियां दिखा सकते हैं।

इन्स्टाग्राम:

खूबसूरत तस्वीरों से ज्यादा, इंस्टाग्राम का प्रयोग तेजी से व्यापार के लिए भी किया जाता है। तस्वीरों, वीडियो और कैप्शन के इर्द-गिर्द निर्मित इंस्टाग्राम के ८० करोड़ यूजर्स हो गए हैं और यह तेजी से कारोबारी दुनिया का हिस्सा बन रहा है। यदि आप और आपका काम दृष्टि से संचालित हैं, तो Instagram को आपके व्यवसाय टूलकिट का हिस्सा होना चाहिए। उपभोक्ताओं के लिए लक्षित कोई भी कंपनी, जिसमें यात्रा, सौंदर्य और बहुत कुछ शामिल है, Instagram पर अच्छा प्रदर्शन कर सकती है। इंस्टाग्राम स्टोरीज लगाने जैसी विशेषताएं भी उपलब्ध हैं जो आपको एक से अधिक फोटो और वीडियो का उपयोग करके एक कहानी बताने की अनुमति देती हैं, एक व्यावसायिक वातावरण में इंस्टाग्राम का उपयोग करने के तरीके हैं। ये कहानियां २४ घंटे तक चलती हैं।

स्नैपचैट:

स्नैपचैट व्यवसायों के लिए कई तरह के टूल और टिप्स प्रदान करता है, जो ज्यादातर भुगतान किए गए विज्ञापनों के आसपास बनाए जाते हैं। स्नैपचैट इस बात को बढ़ावा देता है कि कैसे कई कंपनियों ने प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल किया है और एक आधिकारिक बिजनेस गाइड भी है।

सोशल मीडिया का महत्व:

सोशल मीडिया प्लेटफार्म अपने उपयोगकर्ताओं तथा लाखों अन्य लोगों को जानकारी साझा करने में मदद करता है। सोशल मीडिया के महत्व को नजर अंदाज नहीं किया जा सकता क्योंकि यह आज हमारे जीवन में एक बहुत ही महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। सोशल मीडिया के माध्यम से सामग्री की गुणवत्ता उत्पाद और सेवाएं आज ऑनलाइन आसानी से पहुंचाने में सक्षम हैं। आप अपने उत्पाद को ऑनलाइन बाजार में बेच सकते हैं और एक ब्रांड बना सकते हैं। इसके माध्यम से ग्राहक के लिए खरीद और उत्पाद या सेवा से पहले से अधिक सुलभ और सरल हो गई है। यहाँ आप ग्राहक समीक्षा और प्रतिक्रिया पढ़ सकते हैं और स्मार्ट विकल्प बना सकते हैं। सोशल मीडिया एक महान शिक्षा उपकरण है। सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म के माध्यम से आप अपने इच्छित दर्शकों से जुड़ सकते हैं। गुणवत्ता की जानकारी लोगों तक पहुंचाने का यह एक शानदार तरीका है। सोशल मीडिया आपको केवल एक क्लिक में समाचार और सभी घटनाएं प्राप्त करने में मदद करता है। सोशल मीडिया आपको मित्रों, रिश्तेदारों से जुड़ने में तथा नए दोस्त बनाने में भी मदद करता है।सोशल मीडिया का प्रयोग यदि सही तरीके से किया जाए तो इसकी उपयोगिता और महत्त्व का स्तर अधिक विस्तृत हो सकता है।

१.६ सोशल मीडिया चुनौतियां एवं संभावनाएं

दुनिया भर में इंटरनेट यूजर्स की संख्या बहुत तेजी से बढ रही है। मोबाइल पर इंटरनेट की सुविधा इस बढ़ती संख्या के पीछे सबसे प्रमुख कारण हैं। इतनी तेजी से यह दायरा बढ़ता

जा रहा है लेकिन वर्तमान समय सोशल मीडिया काफी संभावनाओं के द्वार खोलता है तो इसमें काफी चुनौतियाँ भी हैं-

चुनौतियां:

मीडिया ने सरकार की नीतियों और निर्णयों को लोगों तक आसानी से पहुँचाया है और लोगों का विश्वास जीतने में सफलता पायी है लेकिन बदलते दौर में मीडिया के सामने कई चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुयी हैं जिनका निराकरण करना भी जरूरी है । कुछ चुनौतियाँ निम्नलिखित हैं-

- सोशल मीडिया को लाने का मकसद था कि लोगों तक सही सूचना पहुँचाकर उनके जीवन स्तर को ऊपर उठाया जाए, सामाजिक एकता को स्थापित किया जाए, लोगों को जागरूक किया जाए, लेकिन वर्तमान समय में सोशल मीडिया सामाजिक दायित्व को छोड़कर एक उत्पाद बेचने वाला बन गया है। आज ज्यादातर उत्पादों का प्रचार-प्रसार सोशल मीडिया के माध्यम से हो रहा है।

- सोशल मीडिया को इस उद्देश्य से भी लाया गया था कि सरकार और उद्योगपतियों के बीच कोई साँठ-गाँठ न बनने पाए और लोगों को सही जानकारी मिले कि कौन-सा उद्योगपति किस पार्टी को समर्थन करता है।

- प्रिंट मीडिया के अन्दर कोई न्यूज अगर छपती है तो उसका स्रोत बताया जाता है उसको फिल्टर किया जाता है, इससे लोगों को सही और सटीक जानकारी उपलब्ध होती है लेकिन वर्तमान में सोशल मीडिया के दौर में न ही किसी स्रोत का पता होता है कि न्यूज कहाँ से आयी है और न ही उसको फिल्टर किया जाता है। बस उसको शेयर कर दिया जाता है और लोग उसी न्यूज को सच मान लेते हैं।

- मीडिया पर लोगों का काफी विश्वास है, अगर मीडिया में कोई न्यूज चलती है तो लोग उस पर विश्वास करने लगते हैं । लेकिन बदलते परिदृश्य में मीडिया की विश्वसनीयता पर प्रश्न चिन्ह उठे हैं। इसी तरह से सोशल मीडिया की ख़बरों की विश्वसनीयता पर भी प्रश्न उठाए जाते हैं।

- युवाओं में सोशल मीडिया से जुड़े रहने की लत बहुत बुरी तरह से लग गई है। जिससे उनका भविष्य खतरे में पड़ सकता है।

संभावनाएं:

सोशल मीडिया का भविष्य काफी संभावनाओं से भरा है, जिसे देखते हुए लोग इसके प्रयोग को लेकर काफी सतर्क देखें जा सकते हैं आम जनता के आलावा आज व्यवसायिक संस्थान और राजनीतिक दल आदि सोशल मीडिया का इस्तेमाल धडल्ले से कर रहे है । नवम्बर २०११ में ब्रिटिश थिंग टैंक डोमस का कहना है कि, यूरोप में पिछले एक दशक में दक्षिणपंथी पार्टियों का समर्थन बढा है और यह लोकप्रियता सोशल मीडिया की लोकप्रियता बढ़ने के साथ – साथ बढ़ी है। दक्षिण पंथियों ने अपने विज्ञापनों के लिए फेसबुक का सहारा लिया और अपने से युवाओं को जोड़ा। इसी तरह से भारत में २०१४ के लोकसभा चुनाव

के दौरान भी चुनाव प्रचार के लिए सोशल मीडिया का सहारा लिया गया था। और वें अपने इस प्रयास में सफल भी रहे। हालत यह हो गई है कि अब न्यूज़ रूम में भी सोशल मीडिया पर सतर्क निगाह रखी जा रही है। और अखबारों तथा चैनलों पर हर दिन कई – कई ख़बरें सोशल मीडिया से पहुँचती हैं। कारण कि देश के प्रधानमंत्री, राष्ट्रपति से लेकर देश के हर मंत्री और प्रधानमंत्री समेत हर मंत्रालय एवं विभाग सोशल मीडिया के जरिए जनसंपर्क करते हैं। अब सोशल मीडिया मुख्यधारा की मीडिया का कंटेंट तय कर रही है। यह सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव को संकेतित कर रहा है । यदि हम व्यावसायिक जगत की बात करें तो वर्तमान समय में वहां भी यही माना जाने लगा है कि, यदि अपने व्यवसाय को आगे बढ़ाना है तो सोशल मीडिया का सहारा लेना अनिवार्य है क्योंकि जितनी बड़ी आबादी इससे जुडी है, यदि उसे अपने से जोड़ लिया जाए तो यह किसी भी कंपनी की व्यावसायिकता में मददगार साबित हो सकती है। इसके लिए कम्पनियाँ डिजिटल तकनीक और सोशल मीडिया नेट्वर्किंग का सहारा लेने लगी है। अब कम्पनियाँ सोशल मीडिया ट्रेनिंग पर अपना ध्यान केन्द्रित कर रही है जिसके तहत कर्मचारियों को सोशल मीडिया के सफल ढंग से इस्तेमाल की ट्रेनिंग दी जाते है इससे कंपनियों को ग्लोबल ट्रेंड जान्ने में मदद मिलेगी, तो दूसरी ओर यह भी जानने को मिलेगा कि कौन कौन सी च्जे है जो लोगों को लुभा सकती है। विशेषज्ञों का मानना है कि लाखों लोग आपस में जुड़ कर तरह तरह की जानकारियाँ आपस में साझा करते है। वे उस पर चर्चा करते है अपनी प्राथमिकताएं जताते है। यदि इसका बारीकी से अध्ययन किया जाए और इनसे जुड़ने का कोई तरीका निकला जाए तो ये लोग सीधे जुड़ कर किसी भी कंपनी के ग्राहक बन सकतें है। इस मीडिया की सबसे बड़ी खूबी यह है कि इसे कहीं भी इस्तेमाल किया जा सकता है। अपने स्वरूप में यह परंपरागत मीडिया का पूरक है। एक खास बात यह है कि दोनों के प्राइम टाइम में अंतर है। सामान्यतः टीवी के मामले में रात ८ से १० बजे को प्राइम टाइम माना जाता है, जबकि अखबार का प्राइम टाइम सुबह के वक्त होता है। टीवी मोबाइल पर प्राइम टाइम लंच के समय या शाम को घर आते वक्त, ट्रैवल करते वक्त होगा। इस तरह सोशल मीडिया उस वक्त का उपयोग कर रहा है जो परंपरागत मीडिया के स्ट्रक्चर में प्राइम टाइम नहीं है। सोशल मीडिया बेहद क्षणिक है। आने वाले कल में यह मौजूदा रूप में रहेगा या नहीं, किसी को नहीं पता। ध्यान देने वाली बात यह है कि चीन में न गूगल और न फेसबुक। चीन सरकार ने बाकी दुनिया में लोकप्रिय सोशल साइटों को अपने यहां रोका हुआ है। इसके बावजूद उनका काम चल रहा है, इसका मतलब यह है कि सोशल मीडिया उतना अपरिहार्य नहीं हैं, जितना कि इसे बताया जा रहा है।

१.७ सारांश

सोशल मीडिया ने एक नई टेक्नो संस्कृति को जन्म दिया है। इसने परम्परागत प्रतिमानों को ध्वस्त का दिया है। यह एक आभासी दुनिया है, जो जमीनी दुनिया को प्रभावित कर रही है। इसकी अपनी गुणवत्ता है, अपने मापदंड हैं, अपनी नैतिकता है, अपना सौंदर्यशास्त्र है। सोशल मीडिया का दखल अब इस हद तक हो गया है कि समाज विज्ञानियों के लिए इसे दरनिकार करके चिंतन संभव नहीं रह गया है। फेसबुक और इन्स्टाग्राम की एक पोस्ट लोगों को सेलिब्रिटी बना दे रही है। कंपनियों और व्यवसायियों के बीच अब इस बात की बहस हो रही है कि अब फेसबुक और ट्विटर के बाद अगला क्या? क्योंकि उपभोक्ता रोज

नए की मांग करते हैं और कम्पनियाँउनकी मांगों पर ज्यादा से ज्यादा ध्यान देती हैं। देखा जाए तो अब एक ऐसी पूरी पीढ़ी तैयार हो चुकी है जिसने बचपन से ही सोशल मीडिया का उचित अनुचित प्रयोग करना सीख लिया है। यह पीढी सामाजिक विचारों की दशा और दिशा को प्रभावित करने में सक्षम है। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि वर्तमान में सोशल मीडिया समाज का अभिन्न अंग बन चुका है और यह प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष दोनों रूपों में समाज को प्रभावित कर रहा है।

१.८ वैकल्पिक प्रश्न

१. सोशल मीडिया के स्वरूप पर प्रकाश डालिए?

२. सोशल मीडिया के विकासक्रम को समझाइए?

३. सोशल मीडिया से उत्पन्न होनेवाली चुनौतियों एवं संभानाओं को विश्लेषित कीजिए?

१.९ लघुउत्तरीय प्रश्न

१. दुनिया कि पहली सोशल नेटवर्क साइट्स कौन सी थी?

(१) फेसबुक (२) सिक्स डिग्री

(३) लिंक्डइन (४) ट्विटर

२. लिंक्डइनकी स्थापना कब की गई थी?

(१) २००२ (२) २००३

(३) २००४ (४) २००५

३. www का पूरा नाम क्या है।

(१) वर्डवाइवबेब (२) बेबवाइववर्ड

(३) वर्ड वेलफेयर वेब (४) वर्ड वेलफेयर वाइव

१.१० बोध प्रश्न

१. सोशल मीडिया के अर्थ एवं स्वरूप को समझाइए?

२. सोशल मीडिया के महत्व को स्पष्ट कीजिए?

३. सोशल मीडिया की उत्पत्ति एवं विकासक्रम पर प्रकाश डालिए?

४. सोशल मीडिया की कौन सी चुनौतियाँ है प्रकाश डालिए?

५. सोशल मीडिया की वर्तमान स्थितियों को स्पष्ट कीजिए?

१.११ उपयोगी पुस्तकें

- समग्र मीडिया - डॉ। अर्जुन तिवारी
- न्यू मीडिया और बदलता भारत - प्रांजल धर कृष्णकांत
- www lwekipidia lcom
- www lhindivivek lcom

*****

२

सोशल मीडिया में हिंदी भाषा और देवनागरी लिपि का प्रयोग तथा हिंदी का बदलता रूप

इकाई की रूपरेखा

२.० उद्देश्य

२.१ प्रस्तावना

२.२ सोशल मीडिया में हिंदी भाषा और देवनागरी लिपि का प्रयोग तथा हिंदी का बदलता रुप (फेसबुक , व्हाट्सअप, ट्विटर, मैसेंजर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब)

२.३ सोशल मीडिया : शिक्षा के क्षेत्र में उपादेयता।

२.४ सारांश

२.५ दीर्घोत्तरी प्रश्न

२.६ लघुत्तरीय प्रश्न

२.७ उपयोगी पुस्तकें

२.० उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत आप,

- सोशल मीडिया में हिंदी भाषा और देवनागरी लिपि का प्रयोग तथा हिंदी का बदलता रुप को समझ सकेंगे।
- सोशल मीडिया की शिक्षा के क्षेत्र में उपयोगीता से परिचित हो जाएंगे।
- सोशल मीडिया में हिंदी प्रयोग और रोजगार की संभावनाओं को जान सकेंगे।

२.१ प्रस्तावना

वेबसाइटों और एप्लिकेशन का एक सेट जो उपयोगकर्ताओं को सोशल नेटवर्किंग में भाग लेने के लिए कुछ भी बनाने और साझा करने में सक्षम बनाता है, सोशल मीडिया कहलाता है। यह केवल वेकेशन स्नैप्स को ऑनलाइन पोस्ट करने तक ही सीमित नहीं है। यह स्पष्ट समुदायों और विश्वव्यापी नेटवर्क के माध्यम से विभिन्न विचारों, सूचनाओं, कैरियर के हितों और अभिव्यक्ति के अन्य रूपों को साझा करने के लिए एक इंटरैक्टिव कंप्यूटर-मध्यस्थ तकनीक है। इसने कई वर्षों में सूचना के एक निश्चित स्रोत के रूप में संभाव्यता प्राप्त की है। यह एक ऐसा मंच है जहां संगठन अपने दर्शकों के साथ बातचीत कर सकते हैं। कुछ भी जानना है वह बस एक क्लिक दूर है। सोशल मीडिया आज सभी आयु समूहों द्वारा सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला उपकरण है, लेकिन यह युवाओं और छात्रों के बीच अधिक लोकप्रिय है। इसे ध्यान में रखते हुए, शोधकर्ताओं को लगता है कि सोशल मीडिया शिक्षा में

बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। इसका उपयोग कई छात्रों तक पहुंचने और अत्यधिक प्रभावी होने के लिए किया जा सकता है।

इस इकाई के अंतर्गत सोशल मीडिया में हिंदी भाषा और देवनागरी लिपि का प्रयोग तथा हिंदी का बदलता रुप को समझाने का प्रयास किया गया है। शिक्षा के क्षेत्र में सोशल मीडिया की उपयोगीता का विवेचन किया गया है। साथ ही सोशल मीडिया में हिंदी प्रयोग के आधार पर रोजगार की संभावनाएं इस प्रकार है इस पर मुद्दों के आधार पर स्पष्टीकरण दिया गया है।

२.२ सोशल मीडिया में हिंदी भाषा और देवनागरी लिपि का प्रयोग तथा हिंदी का बदलता रुप (फेसबुक, व्हाट्सअप, ट्विटर, मैसेंजर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब)

मनुष्य समाज में रहकर अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति करता है और उसे अपनी आवश्यकताओं के लिए समाज की किसी दूसरे से अभिव्यक्त होना पड़ता है इसीलिए भाषा की आवश्यकता है। अपने विचारों या भावों को आमजन तक पहुँचाने में भाषा की महत्त्वपूर्ण भूमिका रही है। विश्व में हजारों भाषाएं बोली जाती है। हिंदी भारत की राष्ट्रीय भाषा में के रूप में विकसित हुई है। मुद्रित तथा इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यम के कारण उसे अधिक गति प्राप्त हुई। बीसवीं सदी के उत्तरार्ध में इंटरनेट के उदय के कारण सोशल मीडिया के रूप में हिंदी को और तेज गति प्राप्त हुई है। इन दिनों इंटरनेट से जुड़ा सोशल मीडिया का विकास हुआ जैसे फेसबुक व्हाट्सएप मैसेंजर यूट्यूब इंस्टाग्राम आदि। सोशल मीडिया में हिंदी भाषा के प्रयोग से कुछ ही पल में लिखी या बोली हुई बात विश्व के किसी भी एक कोने से दूसरे कोने तक पहुंचने लगी है।

अब सोशल मीडिया नाम के इस नए प्राणी ने संचार माध्यमों की दुनिया को फिर बड़े बुनियादी ढंग से बदल दिया है। यह प्रक्रिया जारी है और कहां जाकर स्थिर होगी, यह कोई नहीं जानता। लेकिन इन नए संप्रेषण मंचों और पुरानों में एक बुनियादी अंतर है। अखबार, पुस्तकों, पत्रिकाओं, रेडियो और टीवी से अलग इस माध्यम की संवाद क्षमता इसे शायद इन सबसे ज्यादा निजी, आकर्षक, अंतरंग और इसलिए शक्तिशाली बनाती है। दूसरे माध्यम एक दिशात्मक थे। यह नया माध्यम अंत:क्रियात्मक है, आपसी संवाद संभव बनाता है। अब जब यह डेस्कटॉप कंप्यूटरों, लैपटॉपों से निकल कर मोबाइल फोन पर आ गया है तो सर्वव्यापी, सर्वसमय, सर्वत्र और सर्वसुलभ हो गया है। इसने राजनीतिक रणनीतियों, विमर्श और चुनावी नतीजों में अपनी जगह बनाई है। कंपनियों और उनके उत्पादों, सेवाओं के प्रचार-प्रसार, उपभोग, मार्केटिंग और ग्राहकों तक पहुंचने, उन्हें छूने के तौर-तरीकों को बदला है। व्यापार, उद्योग, शासन, मनोरंजन, राजनीति और मीडिया जगत के लोगों के लिए तो ये मंच महत्वपूर्ण है।

इन्टरनेट से जुड़े सोशल मीडिया के माध्यम से एक व्यक्ति दूसरों से जुड जाता है। सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क है, जो कि सारे विश्व को सूत्रता में बाँधता है। यह विश्व का सुगम एवं सस्ता माध्यम है जो तीव्र गति से सूचनाओं का आदान-प्रदान करके हर क्षेत्र की घटनाओं को आमजन तक पहुँचाता है। अतः यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया का इंटरनेट के द्वारा कंप्यूटर और मोबाइल जैसे डिजिटल उपकरणों के माध्यम से प्रयोग किया जाता है।

इन माध्यमों द्वारा हम सोशल मीडिया का इंटरनेट के द्वारा सूचनाओं का आदान प्रदान कर सकते हैं जिसके लिए कंप्यूटर, लैपटॉप, टेबलेट या मोबाइल की आवश्यकता होती है। इस माध्यम के द्वारा किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश आदि को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है।

सन् २०१४ के आम चुनावो के अंतर्गत राजनीतिक पार्टियों द्वारा जमकर सोशल मीडिया का उपयोग कर आमजन को चुनाव के प्रति जागरूक बनाने तथा मतदान करने की अपील की गई थी। इस आम चुनाव में सोशल मीडिया के उपयोग से वोटिंग प्रतिशत बढा, साथ ही युवाओं में चुनाव के प्रति जागरूकता बढी एवं कर्त्तव्यपालन देखने को मिला। जिसका लाभ भारतीय जनता पार्टी तथा दिल्ली में आम आदमी पार्टी को मिला। आगे २०१९ के चुनाव में भी सफलता प्राप्त हुई।

सोशल मीडिया के माध्यम से ही 'निर्भया' को न्याय दिलाने के लिए विशाल संख्या में युवा सडकों पर आ गये, जिससे सरकार दबाव में आकर एक नया एवं प्रभावशाली कानून बनाने पर मजबूर हो गई। अगस्त २०११ में अन्ना हजारे द्वारा जनलोकपाल आंदोलन छेड़ा गया। इस विषय पर सोशल मीडिया के माध्यम से अन्ना को लोगों का सहयोग मिला। लोग सोशल मीडिया पर एक्टिव रहकर आंदोलन का हिस्सा बने। भ्रष्टाचार को खत्म करने के लिए फेसबुक पर एक पेज भी बनाया गया था जिसका नाम था इंडिया अगेंस्ट करप्शन भ्रष्टाचार विरोधी आंदोलन से लोग जुड़ गए थे। अगस्त २०१६ में महाराष्ट्र में मराठा आंदोलन चल रहा था जिन का नारा था एक मराठा लाख मराठा इस आंदोलन में भी सोशल मीडिया के माध्यम से लाखों लोग जुड़ चुके थे। २०१८ को भीमा कोरेगांव में हुई हिंसा को लेकर भी अंबेडकरी अनुयायीयों द्वारा महाराष्ट्र भर आंदोलन चलाए गए सोशल मीडिया के कारण लाखों की संख्या में लोग इस आन्दोलन से जुड़ गए थे।

लोकप्रियता के प्रचार-प्रसार में सोशल मीडिया एक बेहतरीन प्लेटफार्म है। जहाँ व्यक्ति स्वयं को अथवा अपने किसी उत्पाद को ज्यादा लोकप्रिय बना सकता है। आज फिल्मों के ट्रेलर, टीवी प्रोग्राम का प्रसारण तथा विभिन्न विज्ञापन भी सोशल मीडिया के माध्यम से किया जा रहा है। वीडियो तथा ऑडियो चैट भी सोशल मीडिया के माध्यम से सुगम हो गया है जिनमें फेसबुक, व्हाट्सअप, इन्स्टाग्राम, ट्विटर, ब्लॉग आदि प्रमुख प्लेटफार्म हैं।

सोशल मीडिया का उदय हुआ तब ज्यादातर लोग अंग्रेजी भाषा का ही प्रयोग करते थे, उस समय हिंदी भाषी लोग सोशल मीडिया का सहज उपयोग नहीं कर पाते थे। लेकिन अब बदलते परिदृश्य के साथ-साथ हिंदी भाषा ने सोशल मीडिया के मंच पर दस्तक देकर अपने अस्तित्व को और भी बुलंद तरीके से स्थापित किया है।

आज सोशल मीडिया पर हिन्दी का प्रयोग लोगों के लिए अलग पहचान दिलाने में आकर्षक साबित हुआ है। आज जहाँ फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सअप पर अंगेजी में लिखे गये पोस्ट या फिर कमेंट्स की भीड में हिंदी में लिखी गई पोस्ट या फिर कमेंट्स प्रयोगकर्ताओं को ज्यादा आकर्षित करती है।

आज विभिन्न कम्पनियाँ हिन्दी भाषा में अपना विज्ञापन तथा सूचनाओं का प्रचार-प्रसार करती है, क्योंकि उनका मानना है कि आज हिंदी भाषा का विस्तृत फलक है। उन्हें अपनी

सूचनाओं को बहुसंख्यक लोगों तक अगर पहुँचाना है, तो वही भाषा चुननी होगी, जिसका पाठक वर्ग अधिक हो। इसके लिए हिंदी से अच्छा विकल्प हो ही नहीं सकता।

सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का वर्चस्व का प्रमुख कारण यह है कि हिंदी भाषा अभिव्यक्ति का सशक्त एवं वैज्ञानिक माध्यम है। संबंधित पोस्ट के भावों को समझने में असुविधा नहीं होती है। लिखी गई बात पाठक तक उसी भाव में पहुँचती है, जिस भाव से लिखा जाता है।

यह हिंदी भाषा की सुगमता, सरलता हिंदी और समृद्धता का ही प्रतीक है। वैश्विक पटल पर आज हिंदी सोशल सोशल मीडिया के मंच पर विराजमान है। सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा के विस्तार की गति का अंदाजा इसी से लगाया जा सकता है कि आँकड़ों के अनुसार, वर्तमान में भारत में तकरीबन ४७० मिलियन सोशल मीडिया यूज़र हैं और अनुमान के मुताबिक, वर्ष २०२३ के अंत तक यह संख्या लगभग ५०० मिलियन तक पहुँच जाएगी। सबसे अहम बात यह है कि न केवल उम्र दराज भारतीय, बल्कि अंग्रेजी भाषा का अच्छा ज्ञान रखने वाले युवा वक्ता भी अब सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा में अपनी पहचान बना रहे हैं।

आज बहुत-सा वर्ग हिंदी भाषा में ट्वीट करता है। आज सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा ने ट्विटर के माध्यम से शब्दों में कहने के अभ्यास को संभव बनाया है। हिंदी भाषा में किये गये ट्वीट ने आज सार्वजनिक अभिव्यक्ति की ओर बहुसंख्यक समुदाय का ध्यान आकर्षित करवाया है। ट्विटर ने करोडों लोगों को एक नई ताकत, छोटी बडी बहसों में भागीदारी सुनिश्चित की है। इस नई ताकत ने सरकारों और राजनेताओं को ज्यादा पारदर्शी, संवादमुखी, और जवाबदेह बनाया है।

हिंदी भाषा ने जनता के मन और विचारधारा को जानने का नया माध्यम दिया है। हिंदी भाषा के इस सोशल मीडिया ने अपनी ताकत से सरकारों को अपने फैसलों, नीतियों और व्यवहारों की ओर ध्यान आकर्षित करवाया है। इस मीडिया ने लोग - बोल-सुन रहे हैं इन मंचों पर सार्वजनिक विमर्श की गुणवत्ता बढी है तथा लोगों का स्तर हिंदी भाषा में बेहतर हुआ है।

वर्तमान में फेसबुक,ट्विटर ब्लाग,व्हाट्सअप ,मैसेंजर तथा विभिन्न नेटवर्किंग साइट्स सभी पर हिदी भाषा का प्रयोग निरंतर बढ रहा है। लगभग आधे से ज्यादा देश इन्टरनेट से जुड गए है। वर्तमान में, मासिक सक्रिय उपयोगकर्ताओं की रैंकिंग में सबसे आगे है। हिंदी भाषा में चैट एप्प भी बहुत सक्रिय है।

हिंदी ब्लॉगिंग पत्रकारिता के साथ ही रचनाकारों की रचनाओं को अभिव्यक्त करने का सशक्त मंच है। एक समय था जब हिंदी ब्लॉग पर गूगल अपने विज्ञापन नही दिखता था। दिल तो हिंदी भाषा में पढ़ने वालों की संख्या को मध्य नजर रखते हुए गूगल ने २०१४ से विज्ञापन को हिंदी ब्लॉग्स पर दिखाया जाना शरू किया गया और आज बहुत सारे ब्लॉगर इससे अच्छा ख़ासा पैसा कमाते है। जिसके कारण बहुत बड़ी संख्या में लोग ब्लागिंग के क्षेत्र में आ रहे है। हिंदी के प्रमुख ब्लॉगर जो लाखों कमाते हैं उनमें प्रमुख है ज्ञानी पंडित, दीपावली, अच्छी खबर, हिंदी की दुनिया, हिंदी सोच, हिंदी में, वन हिंदी, साहित्य दर्पण, हिंदी में हेल्प, शाऊट मी हिंदी, हिंदी ज्ञान बुक, हैप्पी हिंदी, टिच युक्ति, हिंदी टेची आदि

प्रमुख ब्लॉग है। एक रिपोर्ट के अनुसार २०५० तक इंटरनेट पर सबसे ज्यादा हिंदी भाषा में सामाग्री उपलब्ध होगी।

हिंदी भाषा ने टेक्नोलॉजी की वेबदुनिया में अपना महत्त्वपूर्ण स्थान बना लिया है। मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम में हिंदी का पर्दापण वर्ष २००५ के बाद आरम्भ हुआ । विगत वर्षों में हिंदी भाषा का प्रयोग सोशल मीडिया पर करने वालों की संख्या में वृद्धि हो चुकी है । भारत के अतिरिक्त विदेशों में भी हिंदी का अध्ययन अध्यापन हो रहा है। एक सौ पचास से भी अधिक देशों में बसे प्रवासी भारतीय को हिंदी में अध्ययन अध्यापन किया जा रहा है। पाकिस्तान, श्रीलंका, अरब देश ,नेपाल, मारिशस, फिजी, यूगांडा, दक्षिण अफ्रीका, कैरेबियन देशों और कनाडा आदि देशों में भी हिंदी भाषा का प्रयोग करने वालों की संख्या में वृद्धि हुई है। इसके अलावा इंग्लैंड, अमेरिका, फ्रांस, मध्य एशिया में भी इसे बोलने-समझने वाले पाठक हैं। वैश्वीकरण के दौर में भारत के बढते प्रभाव के कारण पिछले कुछ समय से हिंदी के प्रति विश्व के लोगों की रूचि बढी है। यह अहम तथ्य है कि किसी भी मीडिया की लोकप्रियता उसके पाठकों की संख्या पर निर्भर करती है। इससे स्पष्ट होता है हि सोशल मीडिया के वैश्विक मानचित्र पर हिंदी भाषा का ग्राफ निरंतर प्रगतिशील है और रहेगा।

सोशल मीडिया पर हिंदी का चलन बढता जा रहा है । गूगल जैसी कंपनियां भी हिंदी भाषियों को आकर्षित करने की कोशिश कर रही हैं । ट्विटर के अनुसार वर्ष २०११ में युजर्स की संख्या १० करोड पहुँच जाने पर कंपनी ने अपनी वेबसाइट्स पर हिंदी इनपुट की व्यवस्था की थी । हिंदी जो कुछ आगे बढी है, इसी बाजारवाद के कारण आगे बढी है। पहले सिनेमा, फिर टीवी और सब इन्टरनेट ने हिंदी के अथाह बाजार के कारण उसे पैसा कामाऊ भाषा तो बना ही दिया है। हिंदी सिनेमा के बाद अब हिंदी के टीवी चैनल, अखबार, इन्टरनेट कम्पनियाँ भी विज्ञापनों के जरिये अरबों रुपये सालाना कमा रहे हैं। अब मोबाइल पर इन्टरनेट के लगातार प्रसार के कारण हिंदी और भी मजबूत हो गई है। क्योंकि जो भी विशाल हिंदी भाषी बाजार से पैसा कमाना चाहता , उसे हिंदी सोशल मीडिया को अपनाना ही पडेगा।

आज सोशल मीडिया के माध्यम से साहित्य का लोकतंत्र बन रहा है। फेसबुक, ट्विटर पर लिखने वाले लेखक किसी खलीफा, किसी मठाधीश से पूछ कर, उससे सहमति, स्वीकृति लेकर नहीं लिख रहे हैं। ये नये लेखक प्रयोग कर रहे हैं, ये साहित्य का लोकतंत्र है, जो बन रहा है। अरविन्द जोशी ने कहा कि नई तकनीक, नए मंचों को पहचान मिल रही है। विदेशों में इन्टरनेट पर लिखे गये साहित्य के लिए पुरस्कारों की व्यवस्था है। पुस्तकों के बाहर भी साहित्य के लिए जगह बन रही है। देश में हिंदी क शुरूआती ब्लॉगरों में से एक प्रतीक पाण्डे ने कहा है कि तकनीक ने लेखन-साहित्य का लोकतंत्रीकरण किया है। साहित्य किसी सीनियर आलोचक की बपौती नहीं है, जो ये लाइसेंस दे कि कौन लेखक और कौन कवि। तकनीकी ने हर किसी को लेखक, कवि होना संभव किया है। किसने कैसा लिखा, यह सोशल मीडिया तय कर देगा।

माननीय प्रधानमंत्री श्रीमान् नरेन्द्र मोदीजी ने देश के लिए एक नारा दिया- 'डिजिटल इंडिया' का । आज सोशल मीडिया के माध्यम से कम समय में दुनिया की हर जानकारी को आम लोगों तक पहुँचाया जा रहा है।

ट्विटर की जनसंख्या में आज हमारा देश तीसरे स्थान पर है। सोशल मीडिया का उपयोग करने वाले १७ प्रतिशत भारतीय ट्विटर का उपयोग करते हैं। पहली बार यह हुआ कि हिंदी # hashtag ने ट्विटर पर बवाल कर दिया तो उसके दो दिन बाद दूसरा हिंदी hashtag # हरहरमहादेव भी ट्विटर पर ट्रेंड हुआ। लोग सोचते थे कि सोशल मीडिया के आने से हिंदी का वर्चस्व कम हो जायेगा; लेकिन डिजिटल युग में तो यह उल्टा हो गया। आज ट्विटर पर हिंदी भाषा अपनी जडें जमा चुकी है।

आज फेसबुक पर हिन्दी की पोस्ट और ट्वीट को हजारों लाइक्स और टी आरटी मिल रहे हैं। फेसबुक के कई गुप हैं, जो हिंदी में ही चैट करना पसंद करते हैं। लिंक्डइन पर भी हिंदी का प्रभाव बढता जा रहा है। सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा के बढते वर्चस्व को देखते हुए माननीय प्रधानमंत्री महोदय और अन्य केंद्रीय मंत्रालयों ने अपने सोशल मीडिया अपडेट्स हिंदी में प्रस्तुत किये हैं।

फेसबुक ने सम्पूर्ण साहित्यिक जगत को एक मंच पर ला दिया है । आज सोशल मीडिया के द्वारा लेखक/कवि अपने पाठकों के इतने नजदीक पहुँच गये कि हाथों हाथ प्रत्युत्तर प्राप्त हो रहे हैं। पाठकों, साहित्यकारों, संपादकों तथा प्रकाशकों की आपसी दूरियाँ कम हुई हैं।

यह एक ऐसा सोशल मीडिया का प्रभाव है जो साहित्य के सुनहरे भविष्य के लिए आश्वस्त करता है। आज साहित्यकार व्हाट्सअप, यूट्यूब और ट्विटर पर अपनी रचनाओं का प्रसार-प्रचार कर रहें हैं । व्हाट्सअप ग्रुप में साहित्यकार एक-दूसरे की रचनाएँ पढ उनकी खूबियों-खामियों पर विचार अभिव्यक्त कर रहें हैं तो दूसरी ओर ट्विटर पर अपने प्रिय लेखकों के विचार पढ प्रत्युत्तर भी दे रहे हैं। हिंदी भाषा में यूट्यूब पर भी कहानियों/कविताओं के कई ऑडियो-विडियो डाउनलोड किये हुए हैं और प्रतिदिन नये अपलोड हो रहे हैं। जिन्हें सुनने-देखने वाले पाठकों की निरंतर वृद्धि हो रही है। निस्संदेह यह कह जा सकता है कि सोशल मीडिया आज हिंदी भाषा के प्रचार-प्रसार में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है।

संक्षेप में:

सोशल मीडिया वह सामग्री है जो इंटरनेट के माध्यम से जब चाहो तब कहीं पर भी डिजिटल उपकरणों के माध्यम से उपलब्ध हो जाती हैं । जिनके जरिए हिंदी का अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रचार और प्रसार तीव्र गति से हो रहा है । सोशल मीडिया पर मौजूद हिंदी का ग्राफ दिन दो गुनी रात चौगुनी आसमान छू रहा है । सोशल मीडिया ने शिक्षा साहित्य कला संस्कृति समाज धर्म राजनीति व्यापार वैचारिक आदान-प्रदान आदि विभिन्न क्षेत्रों में महत्वपूर्ण स्थान निर्माण किया है। इनमें हिंदी भाषा का बहुत बड़ा योगदान रहा है ।

२.३ सोशल मीडिया की शिक्षा के क्षेत्र में उपादेयता

कई वर्षों से सोशल मीडिया ने सूचना के एक विश्वसनीय स्रोत और एक मंच के रूप में बेहतर विश्वसनीयता प्राप्त की है जहां संगठन अपने वैश्विक दर्शकों के साथ बातचीत कर सकते हैं। सोशल मीडिया का उपयोग करके, शिक्षक तकनीकी क्षमता और छात्रों की पढ़ाई में

भागीदारी में सुधार कर सकते हैं। यह छात्रों के साथ बेहतर संचार कौशल बनाते हुए कक्षा में सहयोग की अच्छी भावना भी प्रदान करता है।

आज फेसबुक, ट्विटर, लिंक्डइन, आदि जैसे प्लेटफॉर्म (दोनों) शिक्षकों, प्रोफेसरों और छात्रों द्वारा सबसे अधिक व्यापक रूप से उपयोग किए जाते हैं, और वे उनके बीच काफी लोकप्रिय हो गए हैं। एक छात्र के लिए, सोशल मीडिया एक बहुत ही महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है क्योंकि यह उनके लिए जानकारी तक पहुंचना और साझा करना, उत्तर प्राप्त करना और शिक्षकों से जुड़ना आसान बनाता है। छात्र और शिक्षक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से सामग्री को कनेक्ट और साझा कर सकते हैं, जिससे इन प्लेटफार्मों का अच्छा उपयोग हो सके।

सोशल मीडिया का शिक्षा विषयक महत्व इस प्रकार है:

लाइव व्याख्यान:

कई प्रोफेसर अपने व्याख्यान के लिए स्काइप, ट्विटर, ज़ूम, गूगल मीट और अन्य स्थानों पर लाइव वीडियो चैट कर रहे हैं। इससे छात्रों और शिक्षकों के लिए अपने घरों में बैठकर सीखाना और साझा करना आसान हो जाता है। सोशल मीडिया की मदद से शिक्षा कितनी आसान और सुविधाजनक हो सकती है।

बढ़ा हुआ समर्थन:

चूँकि हम दिन के किसी भी समय अपने समयानुसार में सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं, शिक्षक कक्षा के समय के बाद भी छात्रों के प्रश्नों को हल कर सकते हैं और छात्रों के प्रश्नों को हल कर सकते हैं। यह अभ्यास शिक्षक को अपने छात्रों के विकास को अधिक बारीकी से समझने में भी मदद करता है।

आसान कार्य:

कई शिक्षकों को लगता है कि सोशल मीडिया उनके और छात्रों दोनों के लिए काम को आसान बना देता है। यह शिक्षक को अपनी संभावनाओं कौशल और ज्ञान का विस्तार और अन्वेषण करने में भी मदद करता है।

अधिक अनुशासित:

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर आयोजित की जाने वाली कक्षाएं अधिक अनुशासित और संरचित होती हैं क्योंकि हम जानते हैं कि हर कोई देख रहा है। रेकार्ड्स कर रहा है।

शिक्षण में मददगार सामग्री:

सोशल मीडिया ऑनलाइन उपलब्ध कई शिक्षण सहायक सामग्री के साथ छात्रों को उनके ज्ञान को पोषित करने में मदद कर सकता है। छात्र लाइव प्रक्रियाओं को देखते हुए वीडियो देख सकते हैं, चित्र देख सकते हैं, समीक्षाएं देख सकते हैं और अपनी शंकाओं को तुरंत दूर कर सकते हैं। संबंधीत पीडीएफ और यूट्यूब वीडियो द्वारा छात्र और शिक्षक भी इन

उपकरणों और शिक्षण सहायक सामग्री का उपयोग करके अपने व्याख्यान को और अधिक रोचक बना सकते हैं।

सोशल नेटवर्क साइट्स और वेबसाइटें क्रमशः छात्रों और स्कूलों को सीखने और सिखाने की अपनी तकनीकों में सुधार करने के बहुत सारे अवसर प्रदान करती हैं। इन नेटवर्कों के माध्यम से, आप सोशल मीडिया मॉड्यूल या प्लगइन्स में शामिल हो सकते हैं जो साझाकरण और सहयोग को सशक्त बनाते हैं।

छात्र यूट्यूब के माध्यम से ऑनलाइन ट्यूटोरियल अभ्यासों के माध्यम से स्वयं को लाभान्वित कर सकते हैं। विदेश के कॉलेजों द्वारा स्काइप के माध्यम से ऑनलाइन पाठ्यक्रम भी पेश किए जाते हैं और संपत्तियों का एक पूरा समूह सामाजिक समुदायों के माध्यम से साझा किया जाता है।

शिक्षण ब्लॉग और लेखन:

छात्र प्रसिद्ध शिक्षकों, प्रोफेसरों और विचारकों द्वारा ब्लॉग, लेख और लेख पढ़कर अपने ज्ञान को बढ़ा सकते हैं। इस तरह, अच्छी सामग्री व्यापक दर्शकों तक पहुँच सकती है। शिक्षा के क्षेत्र में भी एक अमूल्य उपकरण बन गया है। आम तौर पर, छात्र अपनी समस्याओं के बारे में जानकारी, समीक्षा और समाधान तुरंत साझा करने और प्राप्त करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं।

सूचनाओं का आसान आदान-प्रदान:

जानकारी साझा करना, अन्य साइटों के लिंक अब छात्रों के लिए बहुत आसान हो गए हैं क्योंकि वे अपने दोस्तों, सहपाठियों और अन्य कनेक्शनों को जानकारी साझा करते हैं। अधिकांश समय वे मोबाइल फोन, लैपटॉप, पीसी, टैबलेट आदि के माध्यम से इंटरनेट से जुड़े रहते हैं, विचारों, विचारों, युक्तियों, अध्ययन सामग्री, स्कूल परियोजनाओं और विभिन्न प्रकार की उपयोगी पठन सामग्री को एक-दूसरे तक पहुँचाने के लिए इसके साथ, वे अपनी परीक्षाओं और कक्षाओं के बारे में उपयोगी जानकारी का आदान-प्रदान करते हैं।

सामाजिक विश्वसनीयता:

कई स्कूलों, कॉलेजों और विश्वविद्यालयों ने एक बड़ी संख्या के साथ इंटरकनेक्ट करने की सुविधा शुरू कर दी है। छात्रों के सोशल मीडिया नेटवर्क के माध्यम से, उदाहरण के लिए, फेसबुक, ट्विटर और यूट्यूब इन चैनलों का उपयोग स्कूल समाचार, शैक्षिक जानकारी प्रदान करने और संप्रेषित करने, घोषणाएं करने और छात्रों को अधिक मूल्यवान डेटा प्रदान करने के लिए किया जा सकता है। यह स्कूल और छात्रों के बीच जुड़ाव पैदा करता है, जो समूह संघों के माध्यम से छात्रों से संबंधित कई मुद्दों को संभालने में मदद करता है।

लागत प्रभावी संचार:

सोशल मीडिया एंड-यूज़र के लिए एक उत्कृष्ट और मुफ़्त माध्यम है! इसका उपयोग केवल संवाद करने के लिए नहीं किया जा सकता है। यह घटनाओं, नए पाठ्यक्रमों और विभिन्न

उन्नत शोध जैसी चीजों को बढ़ावा देने के लिए एक उत्कृष्ट उपकरण/तकनीक भी है। इस प्रकार इसका उपयोग सीखने में सुधार को बढ़ाने के लिए किया जाता है।

किसी भी समय कनेक्टिविटी:

अंतर्राष्ट्रीय समुदाय से उत्तर देने के लिए अक्सर कोई न कोई होता है क्योंकि भौगोलिक कारक अधिकांश सामाजिक नेटवर्किंग साइटों को प्रतिबंधित नहीं करते हैं। विभिन्न सोशल मीडिया वेबसाइटों के आने से ATC (एनी टाइम कनेक्टिविटी) संभव हो गया है।

सूचना और ज्ञान साझा करना:

सोशल मीडिया एक मंच प्रदान करता है जहां कोई अपने ज्ञान को साझा कर सकता है और अपने चुने हुए क्षेत्र (क्षेत्रों) या विशेषज्ञता (ओं) में विश्वसनीयता हासिल कर सकता है। वे एक ऑनलाइन समुदाय के भीतर दूसरों से जानकारी और अंतर्दृष्टि भी प्राप्त कर सकते हैं। सोशल मीडिया छात्रों के लिए क्यों उपयोगी है, इसके बहुत सारे कारण हैं जिन्हें एक ही बार में समझाया जा सकता है।

सोशल मीडिया शिक्षा में एक नई मीडिया तकनीक है जो विभिन्न विषयों पर आपके दृष्टिकोण का विस्तार कर सकती है और मूल सामग्री को हाइलाइट कर सकती है। यह आपको उन विषयों पर समाधान खोजने के लिए विशेषज्ञों से जुड़ने का अवसर देता है जिनकी आपको सहायता की आवश्यकता हो सकती है। सोशल मीडिया ने सूचना के एक निश्चित स्रोत के रूप में विश्वसनीयता प्राप्त की है। इसलिए, यह एक उत्कृष्ट मंच है जहां संगठन बड़ी संख्या में अपने दर्शकों के साथ बातचीत कर सकते हैं।

सीखने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करने के बारे में मुख्य बात यह है कि आप जल्द ही महसूस करते हैं कि विभिन्न क्षेत्रों और विषयों के विशेषज्ञ कौन हैं। जब आप इन विशेषज्ञों का अनुसरण करना शुरू करते हैं, तो आप उनसे अधिक और अतिरिक्त सहायता प्राप्त करते हैं। यह आपको अविश्वसनीय परिणाम देने में सक्षम बनाता है।

आज, भारत में कई स्कूल और शिक्षा संस्थान इन विकासों को अपने ढाँचे में ढाल रहे हैं और छात्रों के जीवन को बेहतर बनाने के लिए समूह की संपत्ति और प्रणालियों पर निर्भर हैं। शिक्षा में सोशल मीडिया का उपयोग छात्रों, शिक्षकों और अभिभावकों को सीखने वाले समूहों और अन्य शैक्षिक प्रणालियों से जुड़ते समय अधिक मूल्यवान जानकारी प्राप्त करने में मदद करता है।

संक्षेप में:

उपरोक्त सभी बिंदु स्कूलों में सोशल मीडिया शिक्षा के लाभ हैं। उपरोक्त लाभों के माध्यम से, आज की दुनिया में शैक्षिक क्षेत्र में सोशल नेटवर्किंग साइटों के महत्व को समझा जा सकता है। इस बात से इंकार नहीं किया जा सकता है कि सोशल मीडिया शिक्षा को बहुत बेहतर बना सकता है और अगर समझदारी से इस्तेमाल किया जाए तो स्मार्ट छात्र बन सकते हैं।

स्कूल में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के उपयोग से छात्रों को सीखने के लिए प्रेरित और बढ़ावा मिलता है । यूट्यूब पर शैक्षिक वीडियो, ई-पुस्तकों तक आसान पहुंच, ऑनलाइन नोट्स और वीडियो कॉल के माध्यम से सीखना प्रमुख पहलू हैं जो शैक्षिक विकास में सहायक होता है ।

२.४ सारांश

सोशल मीडिया वह सामग्री है जो इंटरनेट के माध्यम से जब चाहो तब कहीं पर भी डिजिटल उपकरणों के माध्यम से उपलब्ध हो जाती हैं। जिनके जरिए हिंदी का अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रचार और प्रसार तीव्र गति से हो रहा है।फेसबुक , व्हाट्सअप, ट्विटर, मैसेंजर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब इन सोशल मीडिया पर मौजूद हिंदी का ग्राफ दिन दो गुनी रात चौगुनी आसमान छू रहा है। सोशल मीडिया ने शिक्षा, साहित्य, कला संस्कृति, समाज, धर्म, राजनीति, व्यापार, वैचारिक आदान-प्रदान आदि विभिन्न क्षेत्रों में महत्वपूर्ण स्थान निर्माण किया है। इनमें हिंदी भाषा का बहुत बड़ा योगदान रहा है | उपर्युक्त इकाई में सोशल मीडिया के हिंदी के लिए महत्वपूर्ण योगदान के साथ-साथ सोशल मीडिया का शिक्षा के क्षेत्र में जो उपादेयता है उसे भी कुछ मुद्दों के आधार पर विभाजित करने का प्रयास किया है।

२.५ दीर्घोत्तरी प्रश्न

१. सोशल मीडिया में हिंदी भाषा के प्रयोग को अभिव्यक्त कीजिए।

२. सोशल मीडिया का शिक्षा के क्षेत्र में उपादेयता को स्पष्ट कीजिए।

२.६ लघुत्तरीय प्रश्न

प्रश्न १. सोशल मीडिया से आप क्या समझते हैं?

उत्तर: सोशल मीडिया इंटरनेट के माध्यम से एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है जिसे उपयोग करने वाला व्यक्ति सोशल मीडिया के किसी प्लेटफॉर्म (फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम) आदि का उपयोग कर पहुंच बना सकता है।

प्रश्न २. सोशल मीडिया की पांच विशेषताएं क्या हैं?

उत्तर: सोशल मीडिया प्रौद्योगिकियों का एक संग्रह है जो लोगों को एक दूसरे के साथ मीडिया (सामग्री) को सुनने, बनाने, साझा करने, कनेक्ट करने, बढ़ाने और मापने में सक्षम बनाता है।

प्रश्न ३. सोशल मीडिया शिक्षा को कैसे प्रभावित करता है?

उत्तर: स्कूल में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के उपयोग से छात्रों को सीखने के लिए प्रेरित और बढ़ावा मिलता है । यूट्यूब पर शैक्षिक वीडियो, ई-पुस्तकों तक आसान पहुंच, ऑनलाइन नोट्स और वीडियो कॉल के माध्यम से सीखना प्रमुख पहलू हैं जो शैक्षिक विकास में सहायक होता है।

प्रश्न ४. सोशल मीडिया का क्या महत्व है?

उत्तर: मित्रों और परिवार से जुड़े रहने के लिए: सोशल मीडिया का सबसे बड़ा महत्व यह है कि यह अपने प्रियजनों के संपर्क में रहने में मदद करता है। अक्सर मिले बिना भी, सोशल मीडिया उस भावनात्मक बंधन को बनाने और बनाए रखने में मदद करता है।

२.७ उपयोगी पुस्तकें

- योगेश पटेल सोशल मीडिया पुस्तक महल।
- डॉ अमरीश सिन्हा सूचना प्रौद्योगिकी सोशल मीडिया और डिजिटल इंडिया आर. के. पब्लिकेशन मुंबई।
- डॉक्टर सुब्रता मिश्रा, आलेख सोशल मीडिया में बढ़ता हिंदी का प्रयोग।
- अजय ढौंडियाल, आलेख न्यू मीडिया अभिव्यक्ति का सबसे सशक्त माध्यम।
- शैलेश शुक्ला, आलेख न्यू मीडिया में हिंदी की वर्तमान स्थिति।

*****

३

सोशल मीडिया : हिंदी प्रयोग और रोजगार की संभावनाएं

इकाई की रूपरेखा

३.० उद्देश्य

३.१ प्रस्तावना

३.२ सोशल मीडिया : हिंदी प्रयोग और रोजगार की संभावनाएं।

३.३ सारांश

३.४ दीर्घोत्तरी प्रश्न

३.५ लघुत्तरीय प्रश्न

३.६ उपयोगी पुस्तकें

३.० उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत आप,

- सोशल मीडिया में हिंदी प्रयोग और रोजगार की संभावनाओं को जान सकेंगे।

३.१ प्रस्तावना

सोशल मीडिया आज सभी आयु समूहों द्वारा सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला उपकरण है, लेकिन यह युवाओं और छात्रों के बीच अधिक लोकप्रिय है। इसे ध्यान में रखते हुए, शोधकर्ताओं को लगता है कि सोशल मीडिया शिक्षा में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। इसका उपयोग कई छात्रों तक पहुंचने और अत्यधिक प्रभावी होने के लिए किया जा सकता है। सोशल मीडिया में हिंदी प्रयोग के आधार पर रोजगार की संभावनाएं इस प्रकार है इस पर मुद्दों के आधार पर स्पष्टीकरण दिया गया है।

३.२ सोशल मीडिया : हिंदी प्रयोग और रोजगार की संभावनाएं

सोशल मीडिया का इस्तेमाल जिस तेजी से बढ़ा है, उसी तेजी से इसके विशेषज्ञों की मांग भी बढ़ रही है । कई ऐसे नए करियर विकसित हो गए हैं, जिनसे बड़े स्तर पर लोग अभी भी अनजान है ।आप एडवरटाइजिंग, मार्केटिंग, डिजिटल या स्पेशलिस्ट सोशल मीडिया एजेंसीज के साथ इंटरैक्टिव मार्केटिंग स्पेशलिस्ट, सोशल मीडिया मार्केटिंग मैनेजर, इमर्जिंग मीडिया एंड कंटेंट मैनेजर, सोशल नेटवर्किंग एंड कम्युनिटीज मैनेजर, सोशल मीडिया एडिक्ट्स जैसे प्रोफाइल्स पर काम कर सकते हैं । इन दिनों ज्यादातर एजेंसीज ने इन-हाउस टीम बना रखी है, जो उनके सोशल मीडिया प्रेजेंस को मैनेज करती हैं। एक्सपीरिएंस बढने के साथ आप किसी डिजिटल एजेंसी के हेड, एंटरप्रेन्योर, कंसल्टेंट, कम्युनिटी मैनेजर आदि बन सकते हैं ।

क्वालिफिकेशन ऐंड कोर्स करना जरूरी है। मास कम्युनिकेशन या अंग्रेजी से ग्रेजुएट स्टूडेंट्स इस फील्ड में करियर बना सकते हैं। अच्छी कम्युनिकेशन स्किल वाले इंजीनियरिंग, आर्ट्स, कॉमर्स या इकोनॉमिक्स ग्रेजुएट भी इस फील्ड में एंट्री ले सकते हैं। यहां कोई बंधन नहीं है कि किसी खास स्ट्रीम से जुड़े स्टूडेंट्स ही एंट्री ले सकते हैं, कोई भी इस फील्ड में आगे बढ़ सकते हैं, बशर्ते उसकी कम्युनिकेशन अच्छी है। इसके साथ ही मार्केटिंग और ब्रांड कम्युनिकेशन का कोर्स करने वाले भी सोशल मीडिया मैनेजर की भूमिका निभा सकते हैं। इसके लिए उनके पास इंटरनेट की अच्छी समझ, दमदार राइटिंग और कम्युनिकेशन स्किल होनी चाहिए। इंटरनेट ऐंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया ने वैट मीडिया प्राइवेट लिमिटेड के साथ मिलकर इंडिया का सोशल मीडिया कोर्स शुरू किया है। एनआईआईटी एम्पेरिया ने सोशल मीडिया मार्केटिंग पर एडवांस्ड प्रोग्राम की शुरुआत की है।

पर्सनल स्किल की आवश्यकता है। इस फील्ड में तरक्की इस बात पर निर्भर करते है कि आप कितने सोशल मीडिया फ्रेंडली हैं। सोशल नेटवर्किंग साइट पर किसी ब्रांड को प्रमोट करने साथ उसके पॉजिटिव और निगेटिव पहलुओं की भी जानकारी होनी चाहिए। देश-दुनिया में अभी सोशल मीडिया के क्षेत्र में तीन तरह की नौकरियां मिलती हैं। इन तीनों ही तरह की नौकरियों के लिए आपमें अलग तरह की क्वालिफिकेशन और स्किल होनी जरूरी हैं। खासतौर पर आप फेसबुक और ट्विटर जैसी साइट पर अच्छे से काम कर सकते हों ताकि जिस कंपनी के लिए काम करने जाएं वहां की ब्रॉन्ड प्रमोशन, प्रोडक्ट लॉन्च आदि काम को अच्छे से कर सकें साथ ही, गूगल एनालिटिक्स और गूगल वेबमास्टर टूल्स के बारे में अच्छी समझ हो।

फेसबुक को बनाएं 'सेलबुक':

फेसबुक के माध्यम से आप बिजनस भी कर सकते हैं। एक फेसबुक पेज बनाएं जो आपके लिए वर्कप्लेस का काम करेगा। विज्ञापन की मदद से आप अपने व्यापार का प्रचार कर सकते हैं और खरीदार सीधे आपसे संपर्क कर सकेंगे। आपको अपनी कला बेचनी हो या सामान, फेसबुक मार्केट प्लेस इन सब चीजों में आपकी मदद करेगा।

उत्पाद से संबंधित पोस्ट का प्रमोशन:

अगर सोशल मीडिया पर आपकी जबर्दस्त फैन फॉलोइंग है तो आप इससे आर्थिक लाभ कमा सकते हैं। आप अपने यूट्यूब,फेसबुक या इंस्टाग्राम प्रोफाइल पर किसी उत्पाद से संबंधित पोस्ट का प्रमोशन कर अच्छी कमाई कर सकते हैं।

यूट्यूब पर करें कमाई:

अगर आपके अंदर कुछ नया करने का जज्बा और प्रतिभा है तो आप यूट्यूब की मदद से कमाई कर सकते हैं। यूट्यूब पर आप अपना एक चैनल बना सकते हैं लेकिन इसके लिए आपके फॉलोवर्स की बड़ी संख्या होनी चाहिए क्योंकि ज्यादा क्लिक होने पर ही आपकी कमाई हो सकती है। फॉलोवर्स की संख्या बढ़ाने के लिए आपको कड़ी मेहनत करनी पड़ेगी। इसके लिए आपको ऐडसेंस पर एक अकाउंट बनाना होगा। आपके विडियो की एक निश्चित संख्या होने और कुछ शर्तों को पूरा करने के बाद आपके ऐडसेंस अकाउंट को गूगल

अप्रूव कर देगा। इसके बाद गूगल आपकी विडियो क्लिप में स्पॉन्सर्ड विज्ञापन देगा जिसके लिए गूगल की ओर से आपको भुगतान किया जाएगा।

इंस्टाग्राम से ब्रैंड प्रमोशन:

इंस्टाग्राम पर अगर आपके फॉलोवर्स बड़ी संख्या में हैं तो आप कमाई के लिए इसका इस्तेमाल कर सकते हैं। इंस्टाग्राम अकाउंट का इस्तेमाल करके आप किसी ब्रैंड के प्रॉडक्ट को रिल्स,फोटो और विडियो बनाकर प्रमोट कर सकते हैं।

उत्पादों का प्रमोशन:

फेसबुक पर अपनी तगड़ी फैन फॉलोइंग का इस्तेमाल आप किसी कंपनी के प्रॉडक्ट को प्रमोट करने के लिए कर सकते हैं। प्रमोट करने का तरीका यह है कि आपको अपने फेसबुक वॉल पर एक लिंक पोस्ट करना होगा। उस लिंक में कंपनी के किसी खास प्रॉडक्ट से संबंधित कोड होगा जिसे क्लिक करने पर प्रॉडक्ट का विज्ञापन खुल जाएगा। कोई व्यक्ति अगर आपके द्वारा पोस्ट किए गए लिंक पर क्लिक करता है और प्रॉडक्ट को खरीदता है तो उसके एवज में आपको कमिशन मिलेगा।

ऐप बनाकर:

वर्तमान समय में सोशल मीडिया के अंतर्गत विभिन्न प्रकार के ऐप बनाए गए हैं। आप भी अपना ऐप विकसित कर सकते हैं और सोशल मीडिया के माध्यम से उसको प्रमोट कर सकते हैं। अगर आपका ऐप पॉप्युलर हो जाता है तो इससे आपकी अच्छा आर्थिक लाभ हो सकता है।

सोशल मीडिया मैनेजर:

मास कम्युनिकेशन या अंग्रेजी से ग्रेजुएट स्टूडेंट्स इस फील्ड में करियर बना सकते हैं। अच्छी कम्युनिकेशन स्किल वाले इंजीनियरिंग, आर्ट्स, कॉमर्स या इकोनॉमिक्स ग्रेजुएट भी इस फील्ड में एंट्री ले सकते हैं। यहां कोई बंधन नहीं है कि किसी खास स्ट्रीम से जुड़े स्टूडेंट्स ही एंट्री ले सकते हैं, कोई भी इस फील्ड में आगे बढ़ सकते हैं, बशर्ते उसकी कम्युनिकेशन अच्छी है। इसके साथ ही मार्केटिंग और ब्रांड कम्युनिकेशन का कोर्स करने वाले भी सोशल मीडिया मैनेजर की भूमिका निभा सकते हैं। इसके लिए उनके पास इंटरनेट की अच्छी समझ, दमदार राइटिंग और कम्युनिकेशन स्किल होनी चाहिए। इंटरनेट ऐंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया ने 'वैट मीडिया प्राइवेट लिमिटेड' के साथ मिलकर इंडिया का सोशल मीडिया कोर्स शुरू किया है। एनआईआईटी एम्पेरिया ने सोशल मीडिया मार्केटिंग पर एडवांस्ड प्रोग्राम की शुरुआत की है।

सोशल मीडिया ऑप्टिमाइजर:

आज सोशल मीडिया ऑप्टिमाइजर की भी बहुत डिमांड है। यह अधिक से अधिक लोगों तक सूचनाओं को पहुंचाने का कार्य करते हैं। कभी कंपनी का पेज बना कर तो कभी किसी प्रोडक्ट से लोगों को जोड़ कर एसएमओ यूपीना उद्देश्य पूरा कर ही लेते हैं। ये दुनियाभर में मौजूद सोशल मीडिया साइट्स के जरिए किसी खास वेबसाइट व पोर्टल के लिए ट्रैफिक

जुटाना यानी सोशल मीडिया के जरिए क्लाइंट वेबसाइट के लिए हिट्स बढ़वा कर रैंकिंग में सुधार कराने का कार्य करते हैं। कंपनी से जुड़े तमाम यूपीडेट्स को दुनियाभर में फैले उनके टार्गेट ऑडियंस तक पहुंचाना ही इनका कार्य होता है। सोशल मीडिया स्ट्रेटेजिस्टइस तरह के प्रोफेशनल सोशल मीडिया के उस प्रोग्राम का इस्तेमाल करना है, जिसके माध्यम से मार्केटिंग कैंपेन को ज्यादा असरदार बनाया जा सके। इसका काम वेबसाइट ट्रैफिक को भी मॉनीटर करना होता है ताकि वह सोशल मीडिया कैंपेन की सफलता को देख सके। इसके अलावा, कंपनी का सोशल मीडिया एकाउंट भी इसे ही हैंडल करना होता है।

सोशल मीडिया सेल्स रिप्रेजेंटेटिव:

इस तरह के प्रोफेशनल का कार्य क्लाइंट्स को इस बात के लिए तैयार करना कि वे यूपीने प्रोडक्ट का प्रमोशन और विज्ञापन सोशल मीडिया के माध्यम से करें। इसका अर्थ यह हुआ कि सोशल मीडिया मार्केटिंग के बिजनेस से जुड़ी कंपनियों में इनकी आवश्यकता होती है। यही कंपनी के लिए रेवेन्यू लाने का काम भी करता है। इनको यूपीने क्लाइंट्स को इस बात के लिए भी राजी करना होता है कि सोशल मीडिया पर मार्केटिंग और विज्ञापन करने से उनकी बिक्री में कितना असर पड़ा या कितने लोगों ने उनके ब्रांड को सोशल मीडिया के प्रमोशन से पहचाना है।

सोशल मीडिया स्पेशियलिस्ट:

अगर बड़ी जिम्मेदारियों को निभाने की क्षमता रखते हैं, तो आप इस जॉब को चुन सकते हैं। सोशल मीडिया स्पेशियलिस्ट को कंपनी के लिए रणनीति बनाने के साथ ही कई कंपनियों के क्लाइंट्स से भी मिलना होता है। इसमें सोशल मीडिया पर पर होने वाले कम्युनिकेशन पर नजर बनाए रखनी होती है।

सोशल मीडिया को-ऑर्डिनेटर:

इनका कार्य सोशल मीडिया पोस्ट्स को मॉनीटर करना होता है। एक व्यवस्थित तरीके से सोशल मीडिया पर की जाने वाली पोस्ट्स के कंटेंट का रिकॉर्ड रखना होता है। कोऑर्डिनेटर सोशल मीडिया पर कंपनी और इसके कस्टमर्स के बीच में एक लिंक का काम करता है। इस जॉब में आपको सोशल मीडिया पर कस्टमर्स की तरफ से आने वाले सवालों का जवाब भी देना होता है। सोशल मीडिया प्लानर का काम यूपीनी कंपनी के प्रोक्ट्स और ब्रांड को अलग-अलग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स पर एडवरटाइज करना होना है। इसके लिए आपको खास स्ट्रैटेजी बनानी होती है ताकि कंपनी के प्रोडक्ट्स की अच्छे तरीके से एडवरटाइजमेंट की जा सके। सोशल मीडिया ने भी रोजगार को प्रभावित करने में भूमिका निभाई है लेकिन यह एक ऐसी चीज है जिसके बारे में ज्यादातर लोग बात नहीं करते हैं। सोशल मीडिया ने प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार के विभिन्न अवसरों के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसके अलावा, नियोक्ताओं ने नौकरी के उम्मीदवारों को नियुक्त करने या न करने का निर्णय लेने से पहले सोशल मीडिया पर नौकरी के उम्मीदवारों के प्रोफाइल की जांच करने की प्रवृत्ति भी विकसित की है।

यदि नियोक्ता किसी उम्मीदवार की सोशल मीडिया उपस्थिति नहीं पाते हैं, तो उसे काम पर रखने के बारे में संदेह होगा। इसलिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर होना महत्वपूर्ण होता जा रहा है, यहां तक कि विभिन्न पदों पर नौकरी पाने के लिए भी।

वेब विश्लेषिकी:

व्यावसायिक वेबसाइटें वेब विश्लेषिकी के माध्यम से रूपांतरण अनुकूलन में सुधार कर सकती हैं। एक वेबसाइट विभिन्न प्रकार के रूपांतरणों को मापती है, जिसमें लीड, पंजीकरण, सोशल मीडिया शेयर, वीडियो दृश्य, ईवेंट पंजीकरण, न्यूज़लेटर साइन-अप आदि शामिल हैं। ऑनलाइन विज्ञापनों के प्रबंधन में वेब एनालिटिक्स एक प्रमुख भूमिका निभाता है। वेब एनालिटिक्स ठीक से बनाई गई सामग्री के साथ सही लक्षित दर्शकों को खोजने में हमारी मदद कर सकता है। वेब विश्लेषिकी के साथ, आप विज्ञापनों में रीमार्केटिंग का उपयोग कर सकते हैं।

लेखन:

यदि आपको लगता है कि आप कहानियां बुन सकती हैं, मन में चल रहे ख़्यालों को ख़ूबसूरत शब्दों में पिरो सकती हैं, तो आपको बिना किसी देरी के कलम उठा लेनी चाहिए. अच्छे कॉन्टेट को हमेशा ही रीडर्स सराहते हैं. आप कहानियां लिख सकती हैं, किसी एजेंसी के लिए फ्रीलांन्स राइटिंग कर सकती हैं या फिर अपनी ख़ुद की किताब भी ला सकती हैं. यह आपको पैसों के साथ-साथ सुकून भी देगा|

व्लॉगिंग:

नए ज़माने में कमाने के भी नए ज़रिए मिलते हैं. यदि आप में कैमरे से बात करने का गुर है, तो तुरंत ही व्लॉगिंग शुरू करें. जैसे-घर की देखरेख, कुकिंग, साड़ी की कढ़ाई-बुनाई, होम डेकोर, क्राफ़्ट इत्यादि में से किसी भी अपनी पसंदीदा विषय पर आप वीडियो बना सकती हैं. वीडियो के साथ-साथ सोशल मीडिया पेजेस पर अपनी प्रेज़ेन्स को मज़बूत बनाकर आप लाखों कमा सकती हैं।

हिन्दी पत्रकारिता:

हिन्दी पढ़ने वाले छात्रों के बीच पत्रकारिता रोजगार का एक आकर्षक विकल्प है, जहां मेहनती और प्रतिभावान युवाओं के लिए बहुत संभावनाएं हैं। इस दौर में हिन्दी अखबार और न्यूज चैनल की संख्या भी काफी है। समाचार चैनलों और अखबारों के अलावा भी हिन्दी के अनेक चैनल और पत्र-पत्रिकाएं हैं जहां हिन्दी भाषी प्रतियोगियों के लिए दरवाजे खुले हैं।

हिन्दी अनुवादक:

ट्रांसलेशन यानि अनुवाद का क्षेत्र बहुत बड़ा है। दुनियाभर में जैसे-जैसे हिन्दी का प्रयोग बढ़ रहा है वैसे-वैसे अनुवादकों और द्विभाषाविदों की मांग बढ़ती जा रही है। कई देशी-विदेशी मीडिया संस्थान, राजनैतिक संस्थाएं, पर्यटन से जुड़े संस्थान और बड़े-बड़े होटलों में अनुवादकों और दुभाषियों की अच्छी खासी मांग है।

एंकर, न्यूज़ रीडर, रिपोर्टर:

वह अपने लिए आकर्षक व्यावसायिक समाचार, पत्रकार के द्वारा तैयार किया न्यूज़ अहवाल प्रस्तुत करते है। सामान्य तह समाचार एंकर सोशियल मीडिया पर भी एक्टिव रेहते है। भारत में बहोत सारी न्यूज़ एंकर इस क्षेत्र से जुड़कर अच्छा खासा वेतन प्राप्त कर रहे है। प्रकाशन क्षेत्र में भी पुस्तकों के लिए मुद्रित शोधन, समाचार पत्रों में संपादक, पत्रकार, अनुवादक, स्तंभ लेखक इन जैसे विविध रोजगार को पाने के लिए हिंदी भाषा पर अधिकार होना जरूरी है।

शिक्षक, प्रोफेसर और विदेशी हिंदी प्रशिक्षक:

देश और विदेश मे हिंदी भाषा निष्णांत के लिए ये एक श्रेष्ठ रोजगार अवसर है, बड़ा वेतन पैकेज के साथ विश्वभर में एक शिक्षक को बहोत ज्यादा मान मिलता है। हिंदी निष्णांत देश विदेश में हिंदी भाषा के शिक्षक, व्याख्यानकार, प्रोफेसर या लेखन की नोकरी में जुड़ सकते है। ऑनलाइन अध्यापन तथा वीडियो साझा कर यूट्यूब पर साहित्य के प्रति जानकारी देने के लिए अध्यापक के रूप में कार्य कर सकते हैं।

तकनीकी लेखक:

इंटरनेट और डिजिटल युग में आजकल ऑफलाइन और ऑनलाइन कॉन्टेंट लेखक, तकनीकी लेखक और हिंदी निष्णांत की हिंदी भाषा में व्यवसाय बनाने में जुड़ सकते है, इस के लिए वह कॉपी राइटर, कॉपी संपादक, लेखक जो ऐसा कहने में आता है की, व्यावसायिको का समग्र विश्व में व्यवसाय के पाने में बहोत बढ़ा योगदान रहा है, वो बिलकुल सच है। कॉपी संपादक या विज्ञापन लेखक बनके हिंदी निष्णांत बहूत वेतन पा सकता है।

मार्केटिंग हेड:

भारत सहित हिंदी भाषी देशों में बड़े कॉरपोरेट गृहों और कंपनियों मार्केटिंग हेड को वार्षिक लाखो रूपियो का वेतन पैकेज दे रहे है, जो हिंदी में बात करने और समझने में निष्णांत हो।

हिंदी भाषा निष्णांत:

देश विदेश में हिंदी विषय की बहोत मांग है, जिसकी वजह से हिंदी भाषा के संबधित सभी मुद्दे अपने रोजगार के लिए संभाल सकते हो।

मनोरंजन:

आधुनिक जमाने में मनोरंजन एक उद्योग के रूप में उभरकर आया है। टी. वी. ने असंख्य कलाकारों, संगीतकारों, गायकों के लिए रोजगार का महाद्वार खोला है। इसके अलावा हिंदी रचनाकारों, संवाद-लेखकों, पटकथा-लेखकों और गीतकारों के लिए भी नए-नए अवसर प्राप्त हो रहे हैं।

रेडियो जॉकी और समाचार वाचक:

रेडियो प्रस्तोता अमीन सयानी की आवाज किसने नहीं सुनी। नवेद की आवाज से कौन नावाकिफ है। इन्होंने हिन्दी में रेडियो जॉकी का कॅरियर बनाया। ऐसी बहुत सी प्रतिभाएं हैं जो इस क्षेत्र में नाम और दाम कमा रही हैं। यदि आप भी भाषा पर अच्छी पकड़ रखते हैं, आवाज़ अच्छी है तो यह एक करियर ऑप्शन है। इसके साथ ही समाचार वाचक भी एक विकल्प है। बस आपको अपनी सधी हुई प्रभावशाली आवाज़ में समाचार पढ़ने होते हैं और देश-विदेश की घटनाओं की जानकारी देनी होती है।

हिन्दी में क्रिएटिव राइटिंग:

रचनात्मक लेखन जिसे आज के युवाओं की भाषा में क्रिएटिव राइटिंग कह सकते हैं। इस क्षेत्र में 'स्वतंत्र लेखन' और नियमित लेखन किया जा सकता है। फ़िल्म, टीवी, रेडियो, वेबसाइट, पोर्टल आदि क्षेत्रों से जुड़कर हिन्दी में लोकप्रिय लेखन किया जा सकता है और बाहर रहकर भी सेवाएं दी जा सकती हैं। हालांकि दोनों में कोई ज्यादा अंतर नहीं है। दोनों ही रूप में आप काम एक ही कर सकते हैं। ब्लॉग लेखन भी एक ऑप्शन है।

नॉवलिस्ट, राइटर या कवि:

हिंदी को आप अच्छी तरीके से समझते हैं और आप क्रिएटिव या अच्छी स्टोरी बता सकते हैं तो आप कहानीकार, लेखक, उपन्यासकार, कवि बन अपने करियर को ऊंचाई पर पहुंचा सकते हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और नए-नए सर्च इंजन आने से इस फील्ड में और भी संभावनाएं बढ़ गई हैं। ऑडियोबुक, किंडल सपोर्टिड ई-बुक्स के राइज से आप खुद को काफी आगे ले जा सकते हैं और एक पहचान भी बना सकते हैं।

स्पीच राइटर बन संवार सकते हैं जिंदगी:

अगर आप हिंदी में शानदार तरीके से लिख लेते हैं तो आप स्पीच राइटर बन अपनी जिंदगी संवार सकते हैं। चूंकि स्पीच लोगों को अपनी ओर प्रभावित करने का सबसे बेहतर तरीका है ऐसे में इस भाषा पर अच्छी पकड़ रखने वाले यह काम अच्छे तरीके सेकर सकते हैं। आप किसी राजनीतिक पार्टी से जुड़कर नेताओं के स्पीच लिख सकते हैं। इसक साथ ही सरकारी क्षेत्र, विज्ञापन एजेंसियों, कॉर्पोरेट में भी काम कर सकते हैं।

कंटेंट राइटर या एडिटर:

ग्लोबल होती दुनिया में कंटेंट राइटर और एडिटर की मांग भी खूब है। ब्लॉगिंग, मार्केटिंग कॉपी, सोशल मीडिया पर लिखना, हर जगह इनकी मांग है। इसे बेहतर करियर ऑप्शन माना जाता है। कंटेंट राइटर और एडिटर्स पब्लिकेशन हाउस और मीडिया हाउस के साथ-साथ किसी एड एजेंसी के लिए भी काम कर सकते हैं। हिंदी या मास कम्युनिकेशन में पढ़ाई कर आप हिंदी कंटेंट राइटर या एडिटर के तौर पर काम कर सकते हैं।

खबरों की दुनिया में करियर:

हिंदी भाषा पर अच्छी पकड़ रखने वाले जर्नलिस्ट पर अपने करियर को आगे ले जा सकते हैं। वेब पत्रकारिता क्षेत्र में आप न्यूज राइटर, रिपोर्टर, एंकर, एडिटर बनकर अच्छी जॉब प्रोफाइल के साथ अच्छी सैलरी भी पा सकते हैं। इलेक्ट्रॉनिक और डिजिटल मीडिया में आपके लिए अवसर ही अवसर हैं। आप यहां जॉब कर सकते हैं।

यूट्यूब न्यूज़ चैनल पत्रकारिता:

संपादकों, पत्रकारों, संवाददाताओं, उप संपादक, प्रूफ रीडर, रेडियो जॉकी, एंकर आदि की आवश्यकता होती है। इन लोगों का अधिकांश कार्य हिंदी में होता है। हिंदी में शैक्षणिक योग्यता रखने के साथ-साथ पत्रकारिता/जनसंचार में डिग्री/डिप्लोमा की योग्यता के साथ एक से अधिक स्थानों पर नौकरी का अवसर पा सकते हैं।

फ्रीलांसिंग व स्क्रिप्ट राइटिंग:

यूट्यूब वीडियो,धारावाहिकों और विज्ञापन कंपनियों में स्क्रिप्ट राइटर्स की मांग बढ़ी हुई है। मीडिया में भी क्रिएटिव व तकनीकी लेखकों की जरूरत बनी रहती है।

इंटरनेट:

आज हिंदी की कई वेबसाइट उपलब्ध हैं। विभिन्न हिंदी पत्र-पत्रिकाओं के पोर्टल एवं ब्लॉग भी इंटरनेट पर हैं। ऐसे में पोर्टल पर भी जॉब के अवसर उपलब्ध होने लगे हैं।

सॉफ्टवेयर:

हिंदी सॉफ्टवेयर्स की जरुरत के मद्देनजर अब हिंदी भाषी छात्रों को भी इस क्षेत्र में अच्छे अवसर मिल रहे हैं।

मनोरंजन:

मनोरंजन के क्षेत्र में यूट्यूब वीडियो, फेसबुक,इंस्टाग्राम तथा अन्य सोशल मीडिया के माध्यम से सीरियल, वीडियो रिल्स, गीत, संगीत आदि का प्रयोग होता है। इसके लिए गायक, गीतकार, संगीतकार पटकथा लेखक, कलाकार, फोटोग्राफर, वीडियोग्राफर, एडिटर आदि की जरूरत महसूस होने लगी है।

३.३ सारांश

इन सबके अलावा सोशल मीडिया ने ही रोजगार के विभिन्न अवसर प्रदान किए हैं। सोशल मीडिया के जरिए दुनिया भर में लोग अपनी रोजी-रोटी कमा रहे हैं। हमारे पास सोशल मीडिया प्रभावित करने वालों के उदाहरण हैं जो सोशल मीडिया के माध्यम से अच्छी कमाई करने में सक्षम हैं। हमारे पास सोशल मीडिया मार्केटर्स के उदाहरण हैं जो विभिन्न कंपनियों और ब्रांडों के लिए काम कर रहे हैं और अपने उत्पादों का प्रचार कर रहे हैं। हमारे पास सोशल मीडिया प्रबंधकों के उदाहरण हैं जो सोशल मीडिया पर विभिन्न लोगों के प्रोफाइल का प्रबंधन कर रहे हैं। इसके अलावा, फ्रीलांसर भी सोशल मीडिया के माध्यम से अपना

जीवनयापन करने में सक्षम हैं क्योंकि वे विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से बहुत सारे काम और ग्राहक खोजने में सक्षम हैं। Omegle जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने भी अप्रत्यक्ष रूप से बहुत से लोगों की मदद की है, खासकर सामग्री निर्माण और मुद्रीकरण के साथ।

३.४ दीर्घोत्तरी प्रश्न

१. सोशल मीडिया हिंदी प्रयोग और रोजगार की संभावनाओं पर प्रकाश डालिए।

३.५ लघुत्तरीय प्रश्न

प्रश्न १. सोशल मीडिया में कौन से रोजगार है?

उत्तर: मास कम्युनिकेशन या अंग्रेजी से ग्रेजुएट स्टूडेंट्स इस फील्ड में करियर बना सकते हैं। अच्छी कम्युनिकेशन स्किल वाले इंजीनियरिंग, आर्ट्स, कॉमर्स या इकोनॉमिक्स ग्रेजुएट भी इस फील्ड में एंट्री ले सकते हैं।

प्रश्न २. फेसबुक के माध्यम से रोजगार कैसे कर सकते है?

उत्तर: एक फेसबुक पेज बनाएं जो आपके लिए वर्कप्लेस का काम करेगा। विज्ञापन की मदद से आप अपने व्यापार का प्रचार कर सकते हैं और खरीदार सीधे आपसे संपर्क कर सकेंगे ।

प्रश्न ३. व्लॉगिंग क्या है ?

उत्तर: Blog एक प्रकार की वेबसाइट ही होती है जो ऑनलाइन इंटरनेट पर उपलब्ध होता है और कोई भी उसे इंटरनेट की मदद से एक्सेस कर सकता है और उस पर उपलब्ध जानकारी ले सकता है।

प्रश्न ४. स्पीच राइटर बनने के लिए सबसे आवश्यक खूबी कौनसी होना चाहिए ?

उत्तर: भाषा पर अच्छी पकड़ रखने वाले यह काम अच्छे तरीके सेकर सकते हैं।

३.६ उपयोगी पुस्तकें

- योगेश पटेल सोशल मीडिया पुस्तक महल।
- डॉ अमरीश सिन्हा सूचना प्रौद्योगिकी सोशल मीडिया और डिजिटल इंडिया आर. के. पब्लिकेशन मुंबई।
- डॉक्टर सुब्रता मिश्रा, आलेख सोशल मीडिया में बढ़ता हिंदी का प्रयोग।
- अजय ढौंडियाल, आलेख न्यू मीडिया अभिव्यक्ति का सबसे सशक्त माध्यम।
- शैलेश शुक्ला, आलेख न्यू मीडिया में हिंदी की वर्तमान स्थिति।

*****

४

सोशल मीडिया के प्रभाव

ईकाई की रूपरेखा

४.० उद्देश्य

४.१ प्रस्तावना

४.२ विषय विवेचन

* सोशल मीडिया के प्रभाव

४.२.१ सोशल मीडिया का राजनीतिक प्रभाव

४.२.२ सोशल मीडिया का सामाजिक प्रभाव

४.२.३ सोशल मीडिया का आर्थिक प्रभाव

४.२.४ सोशल मीडिया का धार्मिक प्रभाव

४.२.५ सोशल मीडिया का सांस्कृतिक प्रभाव

४.३ सोशल मीडिया: बदलता भारतीय परिवेश

४.३.१ बाल परिवेश

४.३.२ युवा परिवेश

४.३.३ महिला परिवेश

४.३.४ वृद्ध परिवेश

४.४ सोशल मीडिया का जीवन-मूल्यों पर प्रभाव

४.५ सारांश

४.६ वैकल्पिक प्रश्न

४.७ लघुत्तरीय प्रश्न

४.८ बोध प्रश्न

४.९ अध्ययन हेतु सहयोगी पुस्तकें

४.० उद्देश्य

- सोशल मीडिया के माध्यम से लोगों के दूरियाँ कम करना |
- सोशल मीडिया के माध्यम से आपसी समझ को बढाना |
- सूचनाओं का सहजता से आदान-प्रदान होना |
- सोशल मीडिया के सूचनाओं के महत्व को समझना |
- गलत सूचनाओं को नही फैलने देना |

- सोशल मीडिया के प्रभावों को जानना |
- सोशल मीडिया का जीवन मूल्यों से संबंध स्थापित करना |

४.१ प्रस्तावना

सोशल मीडिया आज हमारे जीवन में एक बडी भूमिका निभा रहा है| पुरे विश्व में संचार का सबसे विशाल माध्यम सोशल मीडिया बन गया है| आजकल के लोग खासकर युवा सोशल मीडिया के बिना अपने जिन्दगी की कल्पना तक नहीं कर सकते है| इंटरनेट से जुड़ाव लोगों का अधिक बढ़ गया है| एक बटन दबाने पर ही हमारे पास अत्यंत विस्तृत संबंधित सकारात्मक और नकारात्मक किसी भी प्रकार की जानकारी पहुंच पा रही है| सोशल मीडिया एक बहुत ही सशक्त माध्यम है और इसका प्रभाव प्रत्येक व्यक्ति पर पड़ता है| सोशल मीडिया के बिना हमारे जीवन की कल्पना करना मुश्किल है, परंतु इसके अत्याधिक उपयोग के वजह से हमें इसकी कीमत भी चुकानी पड़ती है| समाज पर सोशल मीडिया के प्रभावों के बारे में बहुत सारे तर्क-वितर्क प्रस्तुत किये गये है, कुछ लोगों का मानना है कि यह एक वरदान है| जबकि अन्य महसूस करते हैं कि यह एक अभिशाप है|

४.२ विषय विवेचन

सोशल मीडिया के प्रभाव:

सोशल मीडिया समाज के सामाजिक विकास में अपना योगदान देता है और कई व्यवसायों को बढ़ाने में भी मदद करता है| यह सोशल मीडिया, मार्केटिंग जैसे साधन प्रदान करता है जो लाखों सशक्त ग्राहकों तक पहुंचता है| हम आसानी से सोशल मीडिया के माध्यम से जानकारी और समाचार प्राप्त कर सकते है| किसी भी सामाजिक कारण के बारे में जागरूकता पैदा करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग एक अच्छा साधन है| इच्छुक नौकरी तलाशने वालों को भी इससे सहायता मिलती है| यह व्यक्तियों को बिना किसी हिचकिचाहट के दुनिया के साथ सामाजिक विकास और बातचीत करने में मदद कर सकता है| बहुत से लोग उच्च अधिकारियों के प्रोत्साहित भाषण को सुनने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करते है| यह आपको लोगों से मेल-जाल बढ़ाने में भी मदद कर सकता है|

एक तरफ सोशल मीडिया समाज के लिए काफी प्रभावी माध्यम माना जाता है तो दूसरी तरफ कई चिकित्सकों का मानना है की सोशल मीडिया लोगों में निराशा और चिंता पैदा करनेवाला एक कारक है| ये बच्चों में खराब मानसिक विकास का भी कारण बनता जा रहा है| सोशल मीडिया का अत्याधिक उपयोग निद्रा को प्रभावित करता हैं| साइबर बुलिंग, छवि खराब होना आदि जैसे कई अन्य नकारात्मक प्रभाव भी है| सोशल मीडिया की वजह से युवाओं में गुम हो जाने का भय अत्याधिक बढ़ गया है| इसलिए हमें सोशल मीडिया के उपभोक्ताओं में शामिल होने से पहले ध्यान से उसके सकारात्मक और नकारात्मक पहलूओं की जाँच कर लेनी चाहिए| यदि सोशल मीडिया का सही तरीके से उपयोग किया जाए तो ये मानव जाती के लिए वरदान साबित हो सकता है|

४.२.१ सोशल मीडिया का राजनीतिक प्रभाव:

भारतीय राजनीति बदल रही है और परिवर्तनों के इस दौर में लोगों के साथ जुड़ने के लिए सोशल मीडिया सबसे बेहतर साधन है| भारत विविधताओं वाला देश है और जिसमें हमारे देश की कुल आबादी में से लगभग ३४% युवा वर्ग की भागीदारी है| इस तरह सोशल मीडिया एक विशाल समुदाय तक संदेश पहुँचाने का सबसे अच्छा साधन हैं जो लोगों के जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है|

सोशल मीडिया राजनेताओं और राजनीतिक दलों को कम लागत पर लोगों से प्रत्यक्ष रुप से जुड़ने और परंपरागत मीडिया की तुलना में अधिक पहुंच की सुविधा प्रदान करता है| उदाहरण के लिए, २०१४ के दिल्ली विधानसभा चुनावों के दौरान दिल्ली में चुनाव के लिए १३ मिलियन पंजीकृत मतदाता थे, जिनमें से १२.१५ मिलियन ऑनलाइन थे| अत: डिजिटल प्लेटफॉर्म पार्टी कार्यकताओं के लिए सबसे सक्रिय भागीदारी के साधन बने हैं| इतना ही नही यह माध्यम नेताओं को नागरिकों से परस्पर संवाद करने, फीडबैक प्राप्त करने और जन मतों का रुझान प्राप्त करने में सहायता करता है| उदाहरण, ट्विटर ने राजनीतिक संगठनों को वैश्विक स्तर पर सूचनाओं को प्रसारित करने, किसी भी जारी वाद-विवाद और चर्चाओं में शामिल होने तथा राजनीतिक प्रक्रियाओं और अभियानों के दौरान जनता के साथ पारस्परिक वार्ता करने के क्षमता प्रदान की है|

कुछ समय से सोशल मीडिया का राजनीति में अधिक प्रयोग होने लगा है| इनके माध्यम से लोग कमेंट (टिप्पणी) करने, मेम्स बनाने और यहाँ तक की ट्रोलिंग भी कर सकते हैं| वह न्यूज फीड के माध्यम से कार्यों को अत्याधिक सरलता पूर्वक करा सकते है| इस तरह उन्हें कई राजनीतिक व्यक्तियों से सम्पर्क बनाने या किसी अभियान में शामिल होने के लिए भी अधिक भ्रमण करने की आवश्यकता नहीं पड़ती है| आज के वक्त में प्रिंट मीडिया और इलेट्रॉनिक मीडिया का उपयोग कम होने लगा है और अब लोग समाचार का एक हिस्सा बनकर, इस मंच पर अन्य लोगों के साथ जुड़कर अपने विचारों को व्यक्त कर सकते है| स्टिंग ऑपरेशन के वीडिओ और पिक्चर्स फेसबूक, युटयूब और अन्य प्लेटफार्मों के माध्यम से प्रदर्शित किये जाते हैं| जो बिना किसी मिताचार के साथ सच्चाई से दिखाए जाते हैं और इस तरह राजनीति में आम आदमी की अधिक भागीदारी बढ़ गई है|

सोशल मीडिया ने राजनीति को विशेष रुप से प्रभावित किया है और इसलिए राजनीति के प्रति लोगों की अधिक रुचि बढ़ गई है, राजनीतिक पार्टियों ने सोशल मीडिया को जनसम्पर्क कार्यप्रणाली के प्रचार में प्रयोग करके अधिक लोकप्रिय बना दिया है| लगभग हर पार्टी फेसबूक और ट्विटर पर आधिकारिक तौर पर शामिल है जिसके माध्यम से वे लोग राजनीतिक अपडेट्स, प्रेस विइत्तियां और अपने अभियानों के बारे में संदेश भेजा करते है| आधुनिक समय में सोशल मीडिया राजनीति का एक अभिन्न हिस्सा रहा है और एक सोशल मीडिया का समाज में निरंतर विकास भी हो रहा है|

४.२.२ सोशल मीडिया का सामाजिक प्रभाव:

किसी भी विषय के बारे में सामाजिक जागरूकता बढ़ाने के लिए सोशल मीडिया एक बहुत ही मददगार माध्यम हैं| सोशल मीडिया के जरिएं इन्सान बिना किसी हिचकिचाहट के

लाखों-सैकड़ों लोगों से सम्पर्क स्थापित कर सकता है| नौकरी के इच्छुक लोगों को यहां पर अपनी इच्छा अनुसार नौकरी के कई अवसर मिलते हैं|

सोशल मीडिया के वास्तव में कई फायदे है, हम इसका उपयोग समाज के विकास के लिए भी कर सकते है| हमने पिछले कुछ वर्षों मे सूचना और सामग्री का विस्फोट देखा है और हम सोशल मीडिया के ताकत से इंकार नहीं कर सकते है| समाज में महत्वपूर्ण कारणों तथा जागरुकरता पैदा करने के लिए सोशल मीडिया का व्यापक रुप से उपयोग किया जा सकता है| सोशल मीडिया एनजीओ और अन्य सामाजिक कल्याण समितियों द्वारा चलाए जा रहे कई महान कार्यों में भी मदद कर सकता है| सोशल मीडिया जागरूकता फैलाने और अपराध से लड़ने मैं अन्य एजिंसियों तथा सरकार की मदद कर सकता है| कई व्यवसायों में सोशल मीडिया का उपयोग प्रचार और बिक्री के लिए एक मजबूत उपकरण के रूप मैं किया जा सकता है| सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से कई समुदाय बनाये जाते है जो हमारे समाज के विकास के लिए आवश्यक हैं|

पहले मनुष्य चिट्ठी भेजते थे, उसे पहुँचने मैं कई दिन और महीने लग जाते थे| सोशल मीडिया ने हमारी इस कठिनाई को सुलझा दिया है| हम जैसे ही संदेश भेजते है, चंद मिनटों में वह अपने गंतव्य स्थान तक पहुँच जाता है| पहले के जमाने में कोई भी घटना का पता हमें महीनों बाद चलता था| अब व्यक्त बदल गया है, जैसे ही कोई घटना विश्व के किसी भी कोने में घटती है, उसकी जानकारी लोगों को तुरंत मिल जाती है| आजकल सोशल मीडिया के माध्यम से लोग अपने विचारों को खुलकर सबके सामने रखते है| अगर किसी भी प्रकार का अन्याय विश्व में कही पर भी हुआ हो, लोग उसके विरुद्ध आवाज सोशल मीडिया के माध्यम से उठाते है| सोशल मीडिया द्वारा ऐसे कई जन आंदोलन किये गए है| सोशल मीडिया ने लोगों की जिंदगी को सरल और सुविधाजनक बनाया है| यह सब इंटरनेट के कारण संभव हो पाया है|

आजकल के युग मैं लोगों को फोटोज खींचने और वीडीयोज बनाने का बड़ा शौक है| यह टेक्नॉलॉजी के कारण संभव हुआ है| लोग इन फोटोज और वीडीयोज को फेसबूक, इंस्टाग्राम जैसे मंच पर शेयर करते है| जन्मदिन, पिकनिक और पार्टी आदि की फोटोज लोग अपने सोशल मीडिया पर डालना नहीं भूलते है| सोशल मीडिया के जरिएं हम दुनिया के सारे अच्छे बुरे खबर को तुरंत प्राप्त कर लेते है| ऑनलाइन रोजगार के सुअवसर हमें सोशल मीडिया द्वारा प्राप्त हो रहे है, जो कि एक सकारात्मक प्रभाव है|

एक तरफ हम सोशल मीडिया को सकारात्मक दृष्टि से देखते है तो दूसरी तरफ उससे हमें काफी नुकसान भी पहुँचता है| सोशल मीडिया के अत्याधिक उपयोग के कारण लोग परिवार तथा समाज से दूर होने लगे है| फोन या मोबाईल जैसे उपकरणों में अधिक व्यस्त हो रहे है| बच्चे तो अध्ययन से दूर होते हुए दिखाई दे रहे है| हनीट्रैप्स और अश्लील एसएमएस अधिक मात्र मैं एक-दूसरे को भेजे जा रहे है| झूठे प्रेम-प्रसंगों में फँसकार धोका दिया जा रहा है| सोशल मीडिया का अत्याधिक उपयोग हमारे शारीरिक और मानसिक स्वास्थ्य को बड़े पैमाने पर प्रस्थवित कर रहे है| अक्सर लोग इसके अत्याधिक उपयोग के बाद आलसी, दृष्टिहीन एवं तनाव आदि का अनुभव कर रहे है|

४.२.३ सोशल मीडिया का आर्थिक प्रभाव:

सोशल मीडिया यह संचार का एक बहुत अच्छा माध्यम है| यह द्रुत गति से सूचनाओं के आदान-प्रदान करने, जिसमें हर क्षेत्र की खबरें होती हैं, को समाहित किए होता है| सोशल मीडिया सकारात्मक भूमिका अदा करता है जिससे किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश आदि को आर्थिक रुप से समृद्ध बनाया जा सकता है|

मौजूदा समय में सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव से शायद ही कोई अनजान हो| सोशल मीडिया इन्सान के निजी जीवन से लेकर आर्थिक जीवन में भी अहम् किरदार अदा करने लगा है| इतना ही नहीं सोशल मीडिया इन्सान के व्यवहार को बदलने वाले प्लेटफॉर्म के तौर, पर उभर रहा है| इसका सही उपयोग भी किया जा सकता है और दुरूपयोग भी संभव है| किसी के बारे में गलत छबि बनाने, चुनाव गलत तरीके से जीतने आदि में सोशल मीडिया अहम् भूमिका निभा रहा है|

सोशल मीडिया पर रोजाना बड़ी संस्था में टेक्स्ट डेटा जेनरेट होता है| कंपनियां इन डेटा का इस्तेमाल उपभोक्ताओं के व्यवहार का अध्ययन करने के लिए करती है| इनका विश्लेषण किया जाता है और विश्लेषण की कई तकनीकों का इस्तेमाल करके कंपनियां और संगठन अपने लक्षित ग्राहक, उनके व्यवहार, उत्पाद आदि के बारे में जानकारी जुटाते हैं| सोशल मीडिया से जमा हुए डेटा का विश्लेषण करनेवाली तकनीकों में सेंटीमेंट ऐनालिसिस, टॉपिक मॉडलिंग, स्टॉक मार्केट की भविष्यवाणी, ग्राहकों पर प्रभाव, न्यू ऐनालिटिक्स, सोशल नेटवर्क ऐनालिसिस, कस्टमर सर्विस आदि अहम् हैं| उदाहरण के लिए सेंटीमेंट ऐनालिसिस का इस्तेमाल करके उपभोक्ताओं के व्यवहार के बारे में कीमती जानकारी जुटाई जाती है| इसी तरह टॉपिक मॉडलिंग सोशल मीडिया से उन टॉपिक का डेटा जुटाया जाता है, जिन पर सोशल मीडिया में चर्चा हो रही है| इसकी मदद से यह पता लगाया जाता है कि लोग सोशल मीडिया पर किस चीज के बारे में बात कर रहे हैं| फिर कम्पनियाँ और संगठन उस हिसाब से अपनी रणनीती बनाते है|

४.२.४ सोशल मीडिया का धार्मिक प्रभाव:

सोशल मीडिया को लेकर अखबार व टीवी चैनल्स धर्म संबंधित खबरों, भविष्यकाल व धार्मिक अंधविश्वास फैलाती सामग्री से न सिर्फ सराबोर है बल्कि दिनरात इनके प्रचार के लिए कई सिंडीकेट सक्रिय है| लेकिन धर्म प्रचार के साइट इफैक्टस भी हैं, जिन्हें सब को जानना व समझना जरूरी है| क्योंकि सोशल मीडिया के जरिए अफवाह फैलाकर सामाजिक सद्भाव को बिगाड़ने और सकारात्मक सोच को संकीर्ण करने का कार्य किया जा रहा है| सामाजिक और धार्मिक स्वार्थ के साथ राजनीतिक स्वार्थ के लिए भी गलत जानकारियाँ परोसी जा रही हैं| सोशल मीडिया के जरिए तथ्यों को भी तोड़-मरोड़ कर पेश किया जा रहा है|

सोशल मीडिया पर पोस्ट या मैसेज डालते समय सावधानी बरतनी होगी की कही उससे किसी की धार्मिक भावनाओं को ठेस ना पहुंचे| सोशल मीडिया का दुरूपयोग कर दूसरे समुदायों की धार्मिक भावनाओं को भड़कानेवालों पर मुकदमा दर्ज कर उनके खिलाफ कानूनी कार्रवाही की जानी चाहिए| क्योंकि सोशल मीडिया पर धार्मिक भावनाएं भड़काने से

उन्माद फैलने की संभावना रहती है| विभिन्न आतंकवादी संगठन सोशल मीडिया का उपयोग करके अपने संगठन को मजबूत बनाने का प्रयास कर रहे है| सोशल मीडिया जैसे फेसबूक, व्हाट्सअप पर धार्मिक भावनाओं को उकसाने, ब्रेन वॉश करने का प्रयास कर रहे है| अनगिनत संख्या में ऐसे आतंकवादी संगठन अपना नेटवर्क फैलाने में जूटे है| भीड़ की आड़ में ये धार्मिक आपत्तिजनक पोस्ट डाल कर भड़काने उकसाने की कोशिश में रहते है| कोई भी अनुभवहीन, सिरफिरा व्यक्ति विशेषकर युवा वर्ग जिन्हें अच्छे बुरे का ज्ञान नहीं है ऐसे अपरिपक्व युवक जिन्हें नहीं पता है कि ऐसी पोस्ट सोशल मीडिया पर अपलोड करने से समाज में कितना नुकसान हो सकता है, ऐसे में प्रकरणों में समाज के संभ्रांत लोगों को भी परिपक्व मानसिकता प्रदर्शित कर आगे आना होगा|

सोशल मीडिया पर गलत पोस्ट या आपत्तिजनक भड़काऊ टिप्पणी, पोस्ट करनेवाले तो जिम्मेदार होंगे ही इसके अलावा ऐसे यूजर्स जो आपत्तिजनक पोस्ट को दूसरे ग्रुप में डालने, फेसबूक पर उसे लाइक, कमेंट करनेवाले भी इसके पीछे बराबर के जिम्मेदार होंगे| पुलिस के अनुसार ऐसे आपत्तिजनक भड़काऊ पोस्ट से सावधान और बचकर रहना ही सबसे बेहतर होगा|

४.२.५ सोशल मीडिया का सांस्कृतिक प्रभाव:

वर्तमान समय में मीडिया की उपयोगिता, महत्त्व एवं भूमिका निरंतर बढ़ती जा रही है| कोई भी समाज, सरकार, वर्ग, संस्था, समूह, व्यक्ति मीडिया की उपेक्षा कर आगे नहीं बढ़ सकता| आज के जीवन में सोशल मीडिया एक अपरिहार्य आवश्यकता बन गया है| मीडिया अगर सकारात्मक भूमिका अदा करें तो किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश को आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक एवं सांस्कृतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है| हम देखते है कि सोशल मीडिया ने हमें देश-विदेश के लोगों से जोड़ दिया है| जैसे ट्विटर, फेसबूक, व्हाट्सएप, युट्यूब आदि| हम इसके जरिए कई नए-नए लोगों से जुड़ रहे हैं और कई बिछुड़े हुए मित्र या खास व्यक्ति से भी जुड़ते जा रहे हैं| इसके माध्यम से हमें नई-नई जानकारी मिलती है| कोई संदेश देना होतो सोशल मीडिया तीव्र गति से लाखों लोगों तक पहुंचा देता है बच्चे, बड़े बुजुर्ग भी इसमें रूचि लेने लगे हैं|

आजकल जहाँ सोशल मीडिया बहुत ही सार्थक लगने लगा है तो वहीं इसके दुष्परिणाम भी बहुत सामने या रहे हैं| क्योंकि सोशल मीडिया हमें देश-विदेश से जोड़ रहा है| इसलिए हमारी संस्कृति पर विदेशी प्रभाव पड़ता जा रहा है| खास कर बच्चे और युवा वर्ग विदेशी संस्कृति की ओर आकर्षित हो रहे है| सोशल मीडिया पर मर्यादा विहीन शब्दों का प्रयोग ऐसे करने लगे हैं, जैसे मर्यादा का कोई महत्त्व ही नहीं हो| दोष हम केवल बच्चों या युवा को नहीं दे सकते हैं, क्योंकि कई बुजुर्ग महिला या पुरुष भी सोशल मीडिया पर मर्यादा विहीन शब्दों का प्रयोग और अजीबोगरीब लिवास में अपनी तस्वीर पोस्ट करने से नहीं चूकते| कई पुरुष सादगी भेष में तस्वीर रखते है और महिलाओं के इनबॉक्स में अभद्रता पूर्ण शब्दों का इस्तेमाल करते हैं|

यदि सोशल मीडिया हमें देश-विदेश से जोड़ती है तो यही हमें आसपास से दूर भी कर रही है| आजकल घर परिवार में भी सभी इकट्ठे बैठकर बातें कम करते हैं| सोशल मीडिया पर अधिक व्यस्त रहते हैं| जिसके कारण ‘कहाँ जा रही है हमारी संस्कृति’ ये विचारणीय विषय

बना है| इसके लिए हम सबको संतुलन बना कर चलना चाहिए| बच्चों के लिए भी कुछ पाबंदी भी जरूरी है जिससे हम प्रगति की ओर जरूर बढ़े किंतु सांस्कृतिक अस्मिता की गरिमा भी बने रहे|

सार रूप में कहे तो सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकरात्मक प्रभाव निम्नरूप से दिखाई देते हैं-

सोशल मीडिया के सकारात्मक प्रभाव:

१. सोशल मीडिया दुनिया भर के लोगों से जुड़ने का एक महत्त्वपूर्ण साधन है और इसने विश्व में संचार को नया आयाम दिया है|

२. सोशल मीडिया उन लोगों की आवाज बन सकता है जो समाज की मुख्य धार से अलग हैं और जिनकी आवाज को दबाया जाता रहा है|

३. वर्तमान में सोशल मीडिया कई व्यवसायियों के किये व्यवसाय के एक अच्छे साधन के रूप में कार्य कर रहा है|

४. सोशल मीडिया के साथ ही कई प्रकार के रोजगार भी पैदा हुए है|

५. वर्तमान में आम नागरिकों के बीच जागरूकता फैलाने के लिए सोशल मीडिया का प्रयोग काफी व्यापक स्तर पर किया जा रहा है|

६. कई शोधों में सामने आया है कि दुनिया भर में अधिकांश लोग रोजमर्रा की सूचनाएं सोशल मीडिया के माध्यम से ही प्राप्त करते हैं|

सोशल मीडिया के नकारात्मक प्रभाव:

१. कई शोध बताते हैं कि यदि कोई सोशल मीडिया का आवश्यकता से अधिक प्रयोग किया जाए तो वह हमारे मस्तिष्क को नकारात्मक रूप से प्रभावित कर सकता है और हमें डिप्रेशन की ओर ले जा सकता है|

२. सोशल मीडिया साइबर-बुलिंग को बढ़ावा देता है|

३. यह फेक न्यूज और हेट स्पीच फैलाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है|

४. सोशल मीडिया पर गोपनीयता की कमी होती है और कई बार आपका निजी डेटा चोरी होने का खतरा रहता है|

५. साइबर अपराधों जैसे-हैकिंग और फिशिंग आदि का खतरा भी बढ़ जाता है|

६. आजकल सोशल मीडिया के माध्यम से धोखाधड़ी का चलन भी काफी बढ़ गया है, ये लोग ऐसे सोशल मीडिया उपयोगकर्ता की तलाश करते हैं जिन्हें आसानी से फँसाया जा सकता है|

७. सोशल मीडिया का अत्याधिक प्रयोग हमारे शारीरिक और मानसिक स्वास्थ को बड़े पैमाने पर प्रभावित कर सकता है|

निष्कर्ष:

कुल मिलाकर हम संक्षेप में कह सकते है कि घंटों लोग रात में जागकर सोशल मीडिया पर सक्रिय रहते है| इससे उनके स्वास्थ पर बुरा असर पड़ता है और आँखों पर दबाव भी पड़ता है| सोशल मीडिया का इस्तेमाल मनुष्य मोबाईल, कप्युटर, लैपटॉप, द्वारा कर सकता है| सोशल मीडिया द्वारा कुछ ही क्षणों में छोटी से छोटी खबरों को फैलाया जा सकता है| सोशल मीडिया एक ताकतवर साधन है और लोगों को विचार विमर्श करके इसका सही उपयोग करना चाहिए| सोशल मीडिया का उपयोग ज्यादातर लोग अपने दोस्तों और परिजनों से संपर्क स्थापित करने के लिए करते हैं| सोशल मीडिया का सही उपयोग मनुष्य को सही मार्ग और अधिक उन्नति की ओर अवश्य ले जाएगा|

४.३ सोशल मीडिया: बदलता भारतीय परिवेश

सूचना तकनीक के वर्तमान दौर में जनसंचार माध्यम नित नये रूप में प्रकट होकर जन भावनाओं को अभिव्यक्त कर रहा है|अपने आरंभिक कल में जब छापखाना के विकास के साथ मुद्रित रूप में प्रिंट मीडिया का प्रचलन हुआ, वह उपनिवेश काल का समय था और राष्ट्रीय भावनाओं के प्रसार में इसकी उल्लेखनीय भूमिका रही है| समय के साथ तकनीकी विकास ने मीडिया के स्वरूप में आमूल परिवर्तन कर दिया| व्यक्ति, समाज और समय का परस्पर संबंध जिस प्रकार हाल के दर्शकों में बदला, उसमें मीडिया की सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका है|

वर्तमान में राज्य और देश की सीमा को अतिक्रमित कर मीडिया वैश्विक स्वरूप ग्रहण कर चुका है और प्रत्येक व्यक्ति को अपनी सहभागिता का अवसर भी प्रदान कर रहा है| अब व्यक्ति मात्र पाठक या श्रोता भर नहीं है| वह अब इसमें तत्काल हस्तक्षेप कर अपनी प्रतिक्रिया दे सकता है और अपनी प्रतिक्रिया पर वैश्विक रूप से व्यक्त होनेवाली सहमति-असहमति का तत्काल उत्तर-प्रतिउत्तर का आदान-प्रदान कर सकता है| इसलीए आज की मीडिया के इस नये स्वरूप को अभिव्यक्त करने के लिए सोशल मीडिया जैसे शब्दों का प्रयोग किया जा रहा है| अतीत, वर्तमान और भविष्य के अनागत दौर तक व्याप्त आज मीडिया दोतरफा संवाद, प्रत्यक्ष-अप्रत्यक्ष के बीच संवाद की नयी भूमिका में अहर्निश सेवारत है|

परंतु इसका दूसरा पक्ष यह भी है कि मीडिया के इस सर्वसुलभ रूप के दुरूपयोग की घटनाएँ भी बढ़ रही है| कुछ असामाजिक तत्व धार्मिक, राजनीतिक विद्वेष के कारण एक-दूसरे के प्रति अशोभनीय टिप्पणी से समाज में तनाव उत्पन्न करने की कोशिश करते है| जबकि सोशल मीडिया का उपयोग धार्मिक, राजनीतिक और आर्थिक रूप से उन्नत मानव जीवन के विकास के लिए होना चाहिए| सोशल मीडिया का व्यक्ति और समाज पर पड़नेवाले सकारात्मक तथा नकारात्मक प्रभाव एवं इनके गुण-दोषों के विविध पक्षों पर बौद्धिक विमर्श के परिणामत: प्राप्त तथ्यों से इसके निहितार्थ को जाना-समझा जा सकता है| विशेष रूप से

भारत जैसा देश जिसकी सामासिक संस्कृति सदियों से कायम है| विविध धर्मावलंबी, विविध भाषायी समूह आज भी परस्पर एकता के सूत्र में आबद्ध है|

भारतीय समाज का यह समन्वयवादी स्वरूप हमने विरासत में प्राप्त किया है| सोशल मीडिया ने जन-जन को परस्पर संवाद का जो अवसर प्रदान किया है, इसका प्रयोग कुछ अलगाववादी तत्व राजनीति, विभिन्न धर्म, क्षेत्र और भाषायी समूहों के बीच घृणा तथा नफरत फैलाने के लिए कर रहे हैं, यह चिन्ता का विषय है| इसके साथ ही लैंगिक छींटाकशी, अभद्र टिप्पणियों से भी हमारी सामासिक संस्कृति के समक्ष कभी – कभी गंभीर संकट उत्पन्न हो जाता है| इन परिस्थितियों में मीडिया की सामाजिक भूमिका और दायित्व पर पुर्नविचार होना आवश्यक है|

आज हर एक के जेब में स्मार्ट मोबाईल है| जहाँ देखो हर कोई मोबाईल पर अपनी अंगुलिया चलाता हुआ अपनी मस्ती में व्यस्त नजर आता है| सोशल मीडिया मानो व्यक्ति के जीवन का एक अनिवार्य हिस्सा सा बन गया हो| क्या बच्चे, क्या युवा, क्या किशोर, क्या स्त्री और क्या पुरुष हर कोई फेसबूक, व्हाट्सएप, इनस्टाग्राम, युट्यूब, टिक-टॉक और ऐसे न जाने कितने सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म पर अपने आप को सक्रिय रखते है| हर कोई सोशल मीडिया से परिचित है और हर किसी का इससे जुड़ाव है| यही जुड़ाव हम बदलते भारतीय परिवेश के साथ निम्नरूप से देख सकते हैं|

४.३.१ बाल परिवेश:

इसमें कोई दो राय नहीं की सोशल मीडिया का उपयोग आज के समय में तेजी से हो रहा है| छोटे बच्चे भी सोशल मीडिया के विभिन्न माध्यमों का उपयोग बड़ी मात्रा में कर रहे है| ऐसे में माता-पिता को बच्चों पर पड़ने वाले इसके सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों के बारे में पता होना चाहिए| बता दें कि सोशल मीडिया एक तरफ जहां बच्चों को फायदा पहुंचा सकता है, तो वहीं, दूसरी तरफ इसका अधिक इस्तेमाल बच्चों के लिए नुकसानदायक भी हो सकता है|

बच्चे सोशल मीडिया का उपयोग अगर सही तरीके से करेंगे तो इसके कई फायदे सामने आ सकते है| जैसे-इस प्लेटफॉर्म के जरिए उन्हें असीमित सूचना का भण्डार प्राप्त होता है| इसके माध्यम से बच्चे पढ़ाई के साथ-साथ अन्य गतिविधियों के बारे में भी ज्ञान प्राप्त कर सकते हैं| बच्चे अपना होमवर्क सोशल मीडिया के मदद से पूरा कर सकते है| इसके अलावा फेसबूक के जरिए दोस्त या रिश्तेदार से जुड़कर वो पढ़ाई में मदद ले सकते है| बच्चे वीडियो कॉल के माध्यम से अपने शिक्षकों से सम्पर्क कर सकते है और अपने डाउट्स क्लियर कर सकते है| कोरोना कल में तो सोशल मीडिया के माध्यमों ने बच्चों की काफी मदद की है| सोशल मीडिया के जरिए बच्चे सकारात्मक चीजों को देखकर अपना मनोरंजन भी कर सकते है| इतना ही बच्चे इस प्लेटफॉर्म के माध्यम से खुलकर अपनी बातों को दूसरों के सामने रख सकते हैं| संगीत, कला, खेल आदि में बच्चे अपनी रूचि के साथ नई-नई चीजों को सीख सकते है| अपने रिश्तेदारों से सम्पर्क बना सकते है| सोशल मीडिया एक खुला मंच है, जहाँ हर चीज के बारे में जानकारी मिल सकती है| इसके माध्यम से बच्चे देश-विदेश में होनेवाली घटनाओं से भी रूबरू हो सकते है|

लेकिन हमें यह भी याद रखना होगी की अगर की अगर बच्चों को सोशल मीडिया से लाभ हो रहे है यह सोचकर उन्हें सोशल मीडिया के भरोसे छोड़ दिया जाए तो इसके कुछ नकारात्मक' प्रभाव भी सामने आ सकते है| जैसे-बच्चों के मानसिक स्थिति पर बुरा असर पड़ सकता है| बच्चों के नींद में कमी देखी जा सकती है| जिसके कारण बच्चे अवसाद का शिकार हो सकते है| इतना ही नहीं बल्कि बच्चे साइबर बुलिंग के कारण आत्महत्या को बढ़ावा दे रहे है| जो हमारे लिए एक चिंता का विषय है| बच्चे अगर अपना अधिकांश समय सोशल मीडिया पर बिताते हैं, तो इससे उन्हें इसकी लत भी लग सकती है| जिसके कारण के समय पर खाना भी नहीं खा पाते है और नींद का समय बिगड़ाने से सेहत भी खराब करा लेते है| सोशल मीडिया का अधिक उपयोग बच्चों और माता-पिता में दूरियां बढ़ाने का काम कर रहा है| इतना ही नहीं बल्कि सोशल मीडिया बच्चों में हिंसा को बढ़ावा दे सकता है तथा उनकी एकाग्रता में भी कमी ला देता है|

४.३.२ युवा परिवेश:

मीडिया विस्फोट के इस दौर में जब पूरे विश्व की सूचना एक छोर से दूसरे छोर तक त्वरित गति से पहुँचती हो, ऐसे में युवाओं के विकास में सोशल मीडिया के योगदान को नकारा नहीं जा सकता| संचार माध्यमों के विकास और बढ़ती भूमिकाओं के स्वीकार व अंगीकार करने के बावजुद कुछ वर्ष पहले तक किसी ने कल्पना भी नहीं की थी कि सोशल मीडिया का अंतर्जाल युवाओं की सोच, विचार, समझ एवं दृष्टिकोण को इस कदर प्रभावित करेगा|

सोशल मीडिया के इस नेटवर्क ने सभी यूजर्स, खासतौर से युवाओं को अभिव्यक्ति का सशक्त मंच दिया है| युवाओं ने इसे संवाद के साथ ही सृजन का भी माध्यम बनाया है| जब सम्पूर्ण विश्व में युवाओं और सोशल मीडिया की बात की जाए तो भारत पहले पायदान पर बना हुआ है| कारण साफ है की भारत युवाओं का देश है| देश की कुल आबादी का लगभग ७० प्रतिशत भाग ३५ वर्ष से कम आयु का है| यह युवा अपने आबादी के साथ अनूठे जनसांख्यिकी लाभ के द्वार पर खड़ा है| देश का सरकारी तंत्र युवाओं के इस रूचि को देखते हुए सरकारी योजनाओं को सोशल मीडिया के माध्यम से युवाओं तक पहुँचाने की कोशिश कर रहा है|

सोशल मीडिया के द्वारा प्राप्त होनेवाली शिक्षा, स्वास्थ और रोजगार आदि से संबधित खबरों के माध्यम से युवाओं की जानकारी में वृद्धि और विकास से है| आज सभी संप्रदायों, जाति, धर्म और देशों के युवा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर दिखाई देते है| प्रारंभ में सोशल मीडिया का उद्देश्य समान विचार वाले व्यक्तियों के साथ वार्तालाप करना और दोस्त बनाना था, परंतु अब इसका दायरा विस्तृत और संभावनाएँ व्यापक हो गई हैं| यदि युवाओं को हम इस माध्यम का उपयोग कर सूचनाओं से लैस कर दिया जाए तो हम देश को एक वैश्विक शक्ति बना सकते है, क्योंकि युवा पूरे इतिहास में परिवर्तन के वाहक रहे हैं|

लेकिन इसका एक नकारात्मक पहलू भी है| युवाओं को सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट्स का नशा सा हो गया है| सोशल वेबसाईट पर दिन में कई बार स्टेट्स अपडेट करना, घंटों तक मित्रों के साथ चैटिंग करना जैसी आदतों ने युवा वर्ग को काफी हद तक प्रभावित किया है| घंटों तक फेसबूक व ट्विटर जैसी वेबसाइट्स पर समय बिताने से न केवल इनकी पढ़ाई प्रभावित हो रही है| बल्कि धीरे-धीरे कुछ नया करने की रचनात्मकता भी खत्म हो रही है|

सोशल नेटवर्किंग साइट्स ने लोगों को वास्तविक जीवन को भूलाकर आभासी जीवन में रहने को मजबूर कर दिया है| सोशल मीडिया की आदत के कारण युवाओं में व्यक्तिगत संवाद की दिक्कत होती है, जिससे वे सामाजिक रूप से प्रभावी संवाद नहीं कर पाते हैं| इसके परिणाम स्वरूप आज के युवा वर्ग में धैर्य की भारी कमी देखी जा सकती है| युवावस्था एक ऐसी स्थिति होती है जिसमें व्यक्ति को अपने उपदेश के बारे में नहीं पता होता और उसके कारण उससे गलत संगति में पड़ने में जरा सा भी समय नहीं लगता| सोशल मीडिया के द्वारा युवाओं को पश्चिमी सभ्यता का अंधाधुंध अनुसरण करना आधुनिकता का मापदान लगने लगा है|

४.३.३ महिला परिवेश:

एक वक्त था जब स्त्री घर की चार दीवारों में कैद रहती थी| उसकी पूरी जिंदगी घर ओर परिवार से जुड़े मामलों तक ही सिमटी रहती थी| लेकिन समय बदलने के साथ स्त्रियों की स्थिति में भी बदलाव आया है| वह घर की दहलीज को पार कर बाहर निकलने लगी ओर पुरुषों के साथ कंधे से कंधा मिलाकर चलने लगी| घर से बाहर आने पर उसकी मुश्किलें पहले के मुकाबले कई गुना बढ़ गई थी, जिस पर टीवी, समाचार पत्रों और रेडियो पर चर्चाएँ भी हो रही थी लेकिन नतीजा कुछ नहीं निकल रहा था| ऐसे ही दौर में सोशल मीडिया का जन्म हुआ, जिसने स्त्रियों को दुनिया से खुद मुखातिब होने के अवसर भी प्रदान किया|

सोशल मीडिया के मायने बाकी समाज के लिए चाहे जो भी हो पर स्त्रियों के लिए यह एकदम अलग है| इसने स्त्रियों के लिए आजादी का आसमान और व्यापक कर दिया है| इस आजादी ने उन्हें अपने अधिकारों के प्रति जागरूक करते हुए एक ऐसा मंच दिया है जहाँ वह अपने हक की लड़ाई लड़ सकती है| सोशल मीडिया ने स्त्रियों की स्थिति में काफी बदलाव किया है|

स्त्रियों को घरों में अक्सर कमतर आंका जाता है| किसी विषय पर उनका ज्ञान देना लोगों के बीच हंसी का विषय होता है| उन्हें गंभीरता से लेने के बारे में तो कोई सोचता तक नहीं है| इसी सोच को सोशल मीडिया ने बदला है| सोशल मीडिया स्त्रियों के लिए एक सशक्त मंच की तरह उभर कर आ रहा है, जहाँ वह अपनी क्रिएटिविटी और विचारों की लोगों के बीच साझा कर रही है| सोशल मीडिया पर भले ही अब भी महिलाओं का अनुपात पुरुषों के मुकाबले ७५-२५ का हो लेकिन उन्हें नकार नहीं जा सकता है|

सोशल मीडिया सिर्फ लोगों से जुड़ने या अपने विचारों को बांटने का साधन मात्र नहीं है बल्कि यह न्याय दिलाने का भी एक जरिया है| हाल ही में केरल की एक घटना सामने आई है, जिसमें एक स्त्री के साथ उसके पति के चार दोस्तों ने गैंगरेप किया| पीड़िता ने जब इसकी शिकायत पुलिस से की तो उन्होंने जांच के नाम पर पीड़िता से ऐसे अपमानजनक सवाल पूछे कि पीड़िता की हिम्मत ही नहीं हुई वह केस दर्ज कर सके| उसने अपनी आपबीती अपनी सहेली को बताई| सहेली ने यह पूरी घटना सोशल मीडिया पर शेयर कर दी, जिसके बाद काफी महिला संगठन उस पीड़िता की मदद के लिए आगे आए| मामला इतना बढ़ा कि खुद मुख्यमंत्री को इसमें हस्तक्षेप करना पड़ा| जिसमे पीड़िता को न्याय मिला|

सोशल मीडिया अपने साथ ढेर सारी सुविधाएँ और अच्छी चीजों के साथ कुछ बुराइयाँ भी लेकर आया है| ऑनलाइन हिंसा और एब्यूज उनमें से प्रमुख है| क्योंकि ऑनलाइन हिंसा और एब्यूज की ज्यादातर शिकार महिलाएं है| इतना ही नहीं बल्कि ऑनलाइन गलियों के मामले में भी केंद्र में महिलाओं और उनकी देह का होना ही स्वाभाविक है| साइबर गुंडागर्दी से समाज के किसी भी तबके की महिला प्रभावित हो सकती है| मंत्री से लेकर अभिनेत्री और आम लड़की भी साइबर बुलिंग का शिकार बन सकती है|

सोशल मीडिया पर कुछ खास महिलाओं को ज्यादा निशाने पर लिया जाता है| कोई महिला अपने या समाज के मुद्दे पर लिखती-बोलती है तो उसे इंटरनेट पर ज्यादा गाली-गलौज का सामना करना पड़ता है| नारीवादी महिलाओं को गलियों का सामना ज्यादा करना पड़ता है| गाली-गलौज या निजी मामलों पर टिप्पणियों की महिलाओं पर पहली प्रतिक्रिया अक्सर यह होती है कि वे अपना एकाऊंट या तो बंद कर देती है या सोशल मीडिया से ही दूर चली जाती हैं|

४.३.४ वृद्ध परिवेश:

सोशल मीडिया के माध्यम से हर किसी से आसानी से जुड़ाव हो जाता है| इससे अकेलापन और तनाव कम महसूस होता है| सोशल मीडिया पर एक्टिव रहना वृद्ध या बुजुर्गों के लिए मददगार है| इससे वे शारीरिक और मानसिक रूप से फिट रहते है| कई शोधों में स्पष्ट हो चुका है कि स्मार्टफोन धारक बुजुर्ग सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर एक्टिव रहते हैं| इससे वे काफी खुश रहते हैं| उनका अकेलापान दूर होता है| उह निष्कर्ष ऑनलाइन पत्रिका साइबर-साएकॉलोजी बिहेवियर एण्ड सोशल नेटवर्किंग में औसतन ६७ वर्ष के बुजुर्गों पर किया गया था|

सोशल मीडिया के माध्यम जैसे फेसबूक, व्हाट्सएप, ई मेल, ट्विटर, स्काइप आदि के माध्यम से वृद्ध अपने निकट संबंधियों से आसानी से जुड़ सकते हैं| मिशिगन विश्वविद्यालय के सहायक प्रोफेसर विलियम चोपिक का कहना है कि ‘सोशल मीडिया से हर किसी से जुड़ाव शारीरिक और मानसिक स्वास्थ्य के जरिए अकेलेपन को घटाता है| अध्ययन में पाया गया है कि जो लोग सोशल मीडिया पर सक्रिय रहते हैं वे जीवन से संतुष्ट रहते हैं| उनमें अवसाद व तनाव के लक्षण कम दिखाई देते है| शोध में भाग लेने वाले ९५ फीसदी बुजुर्गों का कहना था कि यह तकनीक उनके लिए मददगार है| वहीं ७३ फीसदी लोगों का कहना था की इस उम्र में तकनीकीं चीजें सीखना थोड़ा मुश्किल होता है|

सोशल मीडिया के इस्तेमाल से बुजुर्ग जहाँ अपने जैसी रूचि लेनेवाले दूसरे लोगों से जुड़े रहते है वहीं वे समाज के युवाओं को भी सही राह दिखने में मददगार साबित होते हैं| सोशल मीडिया के प्रयोग से बुजुर्ग यानि वृद्ध समाज को अपना अनुभव व ज्ञान बांटते हैं तथा बदले में दूसरों से सम्मान प्राप्त करते हैं| जो कि उनके मानसिक स्वास्थ्य को सही रखता है| सोशल मीडिया के कारण जो वृद्ध खुश रहते है वे रोगों से भी दूर रहते हैं|

निष्कर्ष:

बदलते भारतीय परिवेश में सोशल मीडिया का उपयोग हमें सकारात्मक और नकारात्मक पक्ष से जोड़ देता है| क्योंकि बाल, युवा, महिला एवं वृद्ध आदि को सोशल मीडिया से लाभ भी होते है और हानी भी|

४.४ सोशल मीडिया का जीवन-मूल्यों पर प्रभाव

व्यक्ति की प्रतिष्ठा का आकलन उसके जीवन-मूल्यों से किया जाता है| जीवन-मूल्य सफलता के लिए जरूरी है| वैदिक काल से होते हुए गौतम बुद्ध और महात्मा गांधी तक अनेक महापुरुष जीवन-मूल्यों के कारण इतिहास में अमर हो गए है| जीवन मूल्य व्यक्ति को सकारात्मक बनाते हैं| याद रखें जो व्यक्ति मूल्यहीन जीवन जीते हैं वे समाज में व्यर्थ माने जाते हैं| ऐसे व्यक्ति समाज के लिए बोझ माने जाते हैं| निठल्ले व्यक्ति समाज का कभी भी मार्गदर्शन नहीं करते| मूल्यहीन व्यक्ति की ज़िंदगी पंगु मानी जाती है| जिसमें कोई गति और निरंतरता नहीं होती और सिद्धांतों के अभाव में ऐसे लोग महत्वहीन, अनुपयोगी और परिवार के लिए बोझ स्वरूप होते हैं| सिद्धांत और मूल्य जीवन को ऊर्जा देते हैं| समाज हो चाहे परिवार, सबका संचालन कुछ आदर्शों और सिद्धान्तों का ढांचा गड़बड़ाने लगता है|

वर्तमान युग सोशल मीडिया का युग है जो हमारे जीवन को प्रत्येक क्षेत्र में प्रभावित करता है| यदि हम प्रकृति प्रदन्त वस्तुओं के साथ छेड़छाड़ करते है तो उसका प्रभाव हमारे समाज जीवन पर भी पड़ता है| आज सोशल मीडिया ने हमारे दैनिक जीवन को इतना प्रभावित कर दिया है कि समय के चलते हमारे सामाजिक मूल्य गिरते जा रहे है और हमारा समाज विनाश की ओर बढ़ रहा है| वर्तमान समय में संयुक्त परिवार कि प्रथा लुप्त सी हो गई है, और लोग सिर्फ एकल परिवार तक ही सीमित हो गए है| संयुक्त परिवार से जो सामाजिकता और संस्कार बच्चों को मिलते थे वे आज एकल परिवार में नहीं मिल पा रहे है| क्योंकि आज के समय में लोगों का जीवन यापन करना बहुत मुश्किल हो रहा है| जीवन यापन की इस भागदौड़ भारी ज़िंदगी में लोगों के पास इतना समय ही नही है कि वे अपने बच्चों पर इतना ध्यान दे पाएँ कि उन्हें अच्छे संस्कार मिल सकें|

आजकल सोशल मीडिया की भूमिका तो सामाजिक मूल्यों के पतन में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर ही रही है| ऐसी अश्लील और फूहड़ सामग्री परोसी जा रही है जिसका सीधा प्रभाव बच्चों के बाल मन पर पड़ रहा है| जो जैसा देखते है उसी के अनुसार वो अनुकरण भी करते है| दादा-दादी की भूमिका तो आज के युग में बच्चों के जीवन से लगभग गायब से हो गई है| क्योंकि बच्चों को सबसे ज्यादा प्यार दादा-दादी ही करते है और उन्हीं की अच्छी कहानियों की वजह से बच्चे अच्छे व संस्कारी बनते थे| लेकिन वर्तमान समय में सोशल मीडिया ने सामाजिकता के सारे नैतिक मूल्यों को बिखर कर रख दिया है|

आजकल सोशल मीडिया का युग चल रहा है जिस में लोग अपनों से दूर होते जा रहे है और पराये लोगों के पास जो बैठा है वो अपने से बात करने कि बारी का इंतजार करता रहता है और लोग जो दूर बैठे है शायद जिसको ठीक से जानते भी नहीं उसके साथ बात करने में मस्त है| जिससे लोग एक साथ रहते हुए भी अपने-आप को अकेला महसूस करते है|

सोशल मीडिया ने लोगों के जीवन को बदल कर रख दिया है जिससे सामाजिक मूल्यों में गिरावट आ रही है| जब मोबाईल और इन्टरनेट नहीं था, तब समाज में लोग शांति और भाई चारे से रहते थे| यदा-कदा ही कुछ घटनाएँ घटती थी लेकिन जब से मोबाईल ने मानव जीवन में प्रवेश किया है और आम आदमी के हाथ में मोबाईल व इन्टरनेट पहुँचा है तब से समाज की शांति भंग से हो गई है| क्योंकि आजकल इन्टरनेट पर अश्लील सामग्री बहुत आसानी से मिल जाती है| जिसे देखकर लोगों की मानसिकता का पतन हो रहा है| और प्रत्येक दिन कितनी ही बहन बेटियाँ कि इज्जत के साथ खिलवाड़ किया जा रहा है|

कुछ लोगों का कहना यह है कि स्त्रियाँ या लड़कियों के पहनावे कि वजह से उनके साथ गलत होता है लेकिन वो लोग यह क्यों भूल जाते है कि आज ०६ माह कि बच्ची भी सुरक्षित नहीं है| जिसको कपड़ों के बारे में मालूम भी नहीं होता| फिर उनके साथ क्यों गलत हो रहा है ऐसी घटनाएँ समाज में आये दिन होती रहती है| कुछ हैवान लोगों की मानसिकता को बदलने में मोबाईल व इंटरनेट पर उपलब्ध अश्लील सामग्री ही है, जिसकी वजह से आज समाज के नैतिक मूल्यों में गिरावट आ रही है|

वर्तमान में सोशल मीडिया के साधन हर घर में उपलब्ध हैं| जिससे इन साधनों का प्रभाव जीवने के प्रत्येक पक्ष यथा नैतिक मूल्य, सामाजिक मूल्य, पारिवारिक मूल्य, आर्थिक मूल्य एवं शैक्षणिक मूल्य आदि पर दिखाई देता है| सोशल मीडिया का शैक्षणिक कार्यों व अन्य सभी कार्यों में बहुत महत्व है| इसके माध्यम से जहाँ हमें नवीन जानकारीयों का पता चलता है वही इसके अधिक उपयोग से यह हमारी भौतिक और अभौतिक संस्कृति को प्रभावित करता है| विद्यार्थियों का अधिकांश समय सोशल साइट्स पर ही गुजरता है जिससे उनके नैतिक सामाजिक मूल्य भी प्रभावित हो रहे है| सोशल मीडिया के द्वारा विद्यार्थी पश्चिमी सभ्यता का अनुसरण कर रहे है| जिससे उनका रहन-सहन, खान-पान, भाषा सब कुछ प्रभावित हो रहे है| जो समय उन्हें अध्ययन में लगाना चाहिए उस समय को सोशल मीडिया पर खर्च कर रहे है| सोशल मीडिया के अधिक इस्तेमाल से विद्यार्थियों के नैतिक मूल्य भी प्रभावित हो रहे है|

निष्कर्ष:

वर्तमान परिदृश्य में सोशल मीडिया मानवीय मूल्यों को आम व्यक्ति के जीवन में उतारने का सबसे श्रेष्ठ माध्यम सिद्ध हो सकता है| जिस तरह से सोशल मीडिया की पहुँच दिन प्रतिदिन बढ़ती जा रही है और सोशल मीडिया लोगों की जीवन शैली का अंग होती जा रही है| ऐसे में सोशल मीडिया के जरिए मूल्यपरक शिक्षा के प्रचार प्रसार के अनेक अवसर नजर आ रहे है| सोशल मीडिया के जरिए यदि पहल की जाए तो लोगों के व्यवहार में नैतिक मूल्यों का समावेश किया जा सकता है| आज प्रत्येक समाजशास्त्री का यह कहना है कि समाज में अमानवीय व्यवहारों से समाज असंतुलित हो रहा है| विश्व में बढ़ते अपराध और हिंसक घटनाएँ, साथ ही साथ आतंकवाद सभी मानव के अमानवीय व्यवहार का परिणाम हैं| इसकी सबसे बड़ी वजह मानव में सामाजिक एवं सांस्कृतिक मूल्यों की कमी है| वर्तमान के सबसे बड़े माध्यम सोशल मीडिया के जरिए यदि मूल्यपरक शिक्षा का प्रचार-प्रसार किया जाए तो लोगों का जीव चेतना से मानव चेतना में प्रवेश कराने का प्रयास किया जा सकता है|

४.५ सारांश

सोशल मीडिया का प्रयोग वर्तमान में तेजी से बढ़ रहा है और इसके साथ ही इसका प्रभाव भी बढ़ रहा है| सोशल मीडिया का उपयोग लोगों में तेजी से हो रहा है| संपर्क के साधन के साथ राजनीति, अर्थव्यवस्था और अन्य क्षेत्रों में इसके उपयोग में तेजी आ रही है| इसके कारण यह समाज के प्रत्येक पहलू को प्रभावित कर रहा है विशेषकर नैतिक और सामाजिक मूल्यों के साथ यह लोगों की जीवनशैली और विचारों को प्रभावित कर रहा है| इतना ही नहीं सोशल मीडिया से हमारे देश के लोगों की पूरी जीवन-शैली प्रभावित दिखलाई पड़ रही है जिसमें रहन-सहन, खान-पान, वेशभूषा और बोलचाल सभी समग्र रूप से शामिल हैं| मद्यपान और धूम्रपान उन्हें एक फैशन का ढंग लगने लगा है| नैतिक मूल्यों के हनन में ये कारण मुख्य रूप से है| आपसी रिश्ते-नातों में बढ़ती दूरियाँ और परिवारों में बिखराव की स्थिति इसके दुखदायी परिणाम है|

आज देश के सामने सबसे बड़ा यक्ष प्रश्न यह है कि लोग सोशल मीडिया का सदुपयोग कैसे करें? इसका जवाब सोशल मीडिया में ही छुप है| अगर हमारे देश के लोग चाहे तो सोशल मीडिया के द्वारा अपने आपको एक अच्छा व्यक्ति बना सकता है| यहाँ वे अपनी अच्छाईयों व रचनात्मकता से रूबरू कर सकते है| सूचना के आदान-प्रदान, जनमत तैयार करने, विभिन्न क्षेत्रों से संपर्क करने में लोग अपना हाथ बटा सकते है और सोशल मीडिया को एक सशक्त और बेजोड़ उपकरण के रूप में तैयार कर सकते है|

४.६ वैकल्पिक प्रश्न

अ] निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए|

१} विश्व में संचार का सबसे विशाल माध्यम --------- बन गया है|

क] रेडियो　　　　ख] दूरदर्शन

ग] सोशल मीडिया　　　　घ] समाचार पत्र

२} सोशल मीडिया समाज के -------- विकास में अपना बड़ा योगदान देता है|

क] सामाजिक　　　　ख] आर्थिक

ग] सांस्कृतिक　　　　घ] धार्मिक

३} हमारे देश के कुल आबादी में से लगबग ------- प्रतिशत युगा वर्ग की भागीदारी है|

क] २५　　　　ख] ३४

ग] ४०　　　　घ] ५०

४} सोशल मीडिया के माध्यम में ------- का समावेश होता है|

क] समाचार पत्र   ख] रेडियो

ग] किताब   घ] फेसबूक

५} सोशल मीडिया के द्वारा हमें कई प्रकार के ------- भी प्राप्त हुए है|

क] घर   ख] नौकर

ग] रोजगार   घ] मालिक

६} वर्तमान युग में हर एक के जेब में ------- है|

क] रेडियो   ख] दूरदर्शन

ग] किताब   घ] मोबाईल

७} बच्चे ------- के कारण आत्महत्या को बढ़ावा दे रहे है|

क] साइबर बुलिंग   ब] फिल्म

ग] पढ़ाई   घ] थकान

आ} निम्मलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए|

१. वर्तमान युग में कौनसे माध्यम के बिना जीवन की कल्पना करना मुश्कील है?
२. सोशल मीडिया में कौनसे माध्यम आते है?
३. हाल ही में कौनसी बीमारी में सोशल मीडिया ने बच्चों की काफी मदद की है?
४. चिकित्सकों के अनुसार सोशल मीडिया लोगों में कौनसा भाव पैदा करता है?
५. लोगों में सामाजिक जागरूकता बढ़ाने का काम कौनसा माध्यम कर रहा है?
६. सोशल मीडिया युवाओं के लिए कौनसी भूमिका अदा करता है?
७. सोशल मीडिया के कारण हमारे कौनसे मूल्य में ज्यादा गिरावट आई है?

वैकल्पिक प्रश्नों के उत्तर

अ] बहुविकल्पी प्रश्नों के उत्तर

१. सोशल मीडिया
२. सामाजिक
३. ३४

४. फेसबूक

५. रोजगार

६. मोबाईल

७. साइबर बुलिंग

आ] एक-एक वाक्य में प्रश्नों के उत्तर

१. वर्तमान युग में सोशल मीडिया के बिना जीवन की कल्पना करना मुश्किल है|

२. सोशल मीडिया में फेसबूक, वॉट्सएप, इंस्टाग्राम, युट्यूब, टिक टॉक एवं ट्विटर आदि माध्यम आते है|

३. हाल ही में कोरोना जैसी बीमारी में सोशल मीडिया ने बच्चों की काफी मदद की है|

४. चिकित्सकों के अनुसार सोशल मीडिया लोगों में निराशा और चिंता का भाव पैदा करता है|

५. लोगों में सामाजिक जागरूकता बढ़ाने का काम सोशल मीडिया जैसा माध्यम कर रहा है|

६. सोशल मीडिया युवाओं के लिए स्वास्थ्य, शिक्षा एवं रोजगार की जानकारी देता है|

७. सोशल मीडिया के कारण सामाजिक मूल्य में ज्यादा गिरावट आयी है|

४.७ लघूत्तरीय प्रश्न

१. सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों को स्पष्ट कीजिए|

२. सोशल मीडिया के सामाजिक और राजनीतिक प्रभावों पर प्रकाश डालिए|

३. सोशल मीडिया के आर्थिक और धार्मिक प्रभावों पर प्रकाश डालिए|

४. बदलते भारतीय परिवेश में सोशल मीडिया का बाल एवं युवा वर्ग पर कैसे प्रभाव पड़ता है यह स्पष्ट कीजिए|

५. सोशल मीडिया का महिला तथा वृद्ध वर्ग पर जो प्रभाव पड़ता है, उसे स्पष्ट कीजिए?

६. सोशल मीडिया का जीवन मूल्यों पर कौनसा प्रभाव पड़ता है यह विशद कीजिए|

४.८ बोधप्रश्न

१. सोशल मीडिया के महत्व को विशद कीजिए|

२. सोशल मीडिया के प्रभावों पर प्रकाश डालिए|

३. सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकरात्मक प्रभावों को विशद कीजिए|

४. सोशल मीडिया के बदलते परिवेश को स्पष्ट कीजिए|

५. भारत में सोशल मीडिया का उपयोग सही दिशा में ले जा रहा है गलत|

६. सोशल मीडिया और जीवन मूल्यों का संबंध स्पष्ट कीजिए|

४.९ अध्ययन हेतु सहयोगी पुस्तकें

- सोशल मीडिया : सम्पर्क क्रान्ति का कल, आज और कल-स्वर्ण सुमन
- सोशल मीडिया : राजनीति और समाज – डॉ. दीपक राय
- सोशल नेटवर्किंग : नए समय का संवाद – संजय द्विवेदी
- सोशल मीडिया – योगेश बोराटे
- सोशल मीडिया : डिजिटल दुनिया – प्रफुल्ल सुतार

*****

५

सोशल मीडिया और कानून

ईकाई की रूपरेखा

५.० उद्देश्य

५.१ प्रस्तावना

५.२ सोशल मीडिया और कानून

५.२.१ सोशल मीडिया: स्वरूप और विकास

५.२.२ सूचना प्राद्योगिकी अधिनियम २०००

५.२.३ निष्कर्ष

५.३ सोशल मीडिया और मुक्त अभिव्यक्ति तथा दायित्वबोध

५.३.१ अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता

५.३.२ भाषण अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता और सोशल मीडिया/इन्टरनेट

५.३२.३ दायित्वबोध

५.४ सोशल मीडिया और वैश्विक व्याप्ति

५.५ सारांश

५.६ लघुत्तरीय प्रश्न

५.७ दीर्घोत्तरीय प्रश्न

५.८ संदर्भ ग्रंथ

५.० उद्देश्य

इस ईकाई के अंतर्गत आप सोशल मीडिया और कानून का अध्ययन करने के बाद आप जान पाएंगे।

- सोशल मीडिया का स्वरूप और विकास
- सोशल मीडिया के कानूनों की जानकारी प्राप्त कर पाएंगे
- सूचना प्राद्यौगिकी अधिनियम २००० की जानकारी ले पाएंगे
- सोशल मीडिया की मुक्त अभिव्यक्ति और दायित्वबोध के बारे में चर्चा कर पाएंगे
- सोशल मीडिया की वैश्विक अभिव्यक्ति के बारे में ज्ञान हासिल कर पाएंगे।

५.१ प्रस्तावना

आधुनिक युग तकनीकी का युग है सोशल मीडिया का उपयोग इस युग की आवश्यकता बन गया है। वहीं सूचना आदान-प्रदान का यह सबसे बड़ा साधन है। लेकिन जब भी किसी क्षेत्र में किसी उत्पादन का विस्तार होता है या अतिविस्तार होता है तो उसका दुंउपयोग भी निश्चित है। और इस प्रकार के सभी गैर कार्यो पर रोक लगाने के लिए सरकार द्वारा कुछ ठोस कदम उठाए गए है, कुछ अधिनियम व कानून भी बनाये गये है। जिससे सोशल मीडिया के विभिन्न जरीयों का उद्देश्य उपयोगी कामों के लिए ही हो सके।

५.२ सोशल मीडिया और कानून

५.२.१ सोशल मीडिया; स्वरूप और विकास:

वर्तमान और आधुनिक युग में सोशल मीडिया हर किसी के जीवन का अभिन्न अंग बन गया है, हर साल ३० जून को विश्व सोशल मीडिया दिन मनाया जाता है। आधुनिक सूचना प्राद्योगिकी के युग में सोशल मीडिया आज इंसान के जीवन का अनिवार्य हिस्सा बन गया है। आज इसके जरिए पूरे संसार को एक धागे में पिरोया जा सकता है। व्यक्तियों के आदान प्रदान, सूचनाओं को पाना या भेजना , जन शिकायतों का निपटारा, जन जागरूकता का प्रयास एवं संपर्कों का विस्तार सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से आसानी और शीघ्रता से संभव हो जा रहा है। आज के दौर में अभिव्यक्ति का प्रमुख माध्यम सोशल मीडिया हो गया है, यह समाज को जागरूक और सशक्त बना रहा है संसार के किसी भी कोने में कोई भी घटना घटी नहीं तुरंत सोशल मीडिया के प्लेटफार्म पर यह वायरल हो जाते हैं कभी-कभी सोशल मीडिया का दुरुपयोग भी किया जा रहा है जिस कारण लोगों की मान-हानि भी हो रही है। यह सोशल मीडिया के प्रतिकूल है।

देखा जाए तो सोशल मीडिया की शुरुआत २४ मई १८४४ को हो गई थी, जिसमें टेलीग्राफ मशीन पर हाथ से टाइप किए गए इलेक्ट्रॉनिक और डॉट्स और डैश की एक श्रृंखला थी। बाल्टीमोर से वाशिंगटन, डीसी के लिए पहला इलेक्ट्रॉनिक संदेश से साबित हुआ कि सैमुअल मौर्स ने अपनी वैज्ञानिक उपलब्धि के ऐतिहासिक प्रभाव को समझा " ट्विटर और फेसबुक से पहले सोशल मीडिया के आविष्कार मोर्स कोड को माना जाता है।

सोशल साइट्स का शुभारंभ १९८० और ९० के दशक में, प्रौद्योगिकी समाचार साइट डिजिटल ट्रेंड्स पर " द हिस्ट्री ऑफ सोशल नेटवर्किंग" के अनुसार, इंटरनेट के विकास में ऑनलाइन सेवाओं जैसे CompuServe, America Online और Prodigy की शुरुआत को सक्षम किया उन्होंने उपयोगकर्ताओं को ईमेल, बुलेटिन बोर्ड मैसेजिंग और रियल टाइम ऑनलाइन चैटिंग के माध्यम से डिजिटल संचार से परिचित कराया।

सबसे पहले सोशल मीडिया नेटवर्क को जन्म दिया जिसकी शुरुआत १९९७ में हुई।

वेब्लॉग, या ब्लॉग, डिजिटल सामाजिक संचार का एक प्रारंभिक रूप, १९९९ में लाइवजर्नल प्रकाशन साइट के लॉन्च के साथ लोकप्रियता हासिल करना शुरू कर दिया।

यह टेक कंपनी पयरा लैब्स द्वारा ब्लॉगर प्रकाशन मंच के शुभारंभ के साथ मेल खाता था, जिसे २००३ में गूगल द्वारा खरीदा गया था।

२००२ में, लिंकइन को करियर- दिमाग वाले पेशेवर के लिए एक नेटवर्क साइट के रूप में स्थापित किया गया था।

२००८ तक, इसे फेसबुक ने ग्रहण कर लिया था।

२०११ में, माय स्पेस को संगीतकार जस्टिन ने डॉलर ३५ मिलियन में खरीदा था, लेकिन बाद में यह सोशल मीडिया बन गया। गूगल के सोशल मीडिया परिदृश्य में अपनी जगह बनाने का प्रयास, गूगल+, २०१२ में लांच किया गया।

२००४ में फेसबुक हार्वर्ड के छात्र मार्क जुकरबर्ग द्वारा लॉन्च किया गया।

ट्विटर २००६ में स्थापित हुआ। इंस्टाग्राम स्टैनफोर्ड स्नातक केविन सिस्टम द्वारा २०१० में एक फोटो शेयरिंग साइट के रूप में स्थापित हुआ और २०१२ में फेसबुक द्वारा खरीदा गया।

पिंटरेस्ट २०१० में आईफोन एप डेवलपर बेन सिल्वरमैन द्वारा एक विजुअल फिनबोट के रूप में स्थापित हुआ, पिंटरेस्ट २०१९ में सार्वजनिक रूप से कारोबार करने वाली कंपनी बन गई।

स्नैपचैट २०११ में स्टैनफोर्ड से शुरू हुआ। टिक टाक २०१६ में चीन से शुरू हुआ।

इक्कीसवीं सदी में सोशल मीडिया ने " पूरे जगत एक चमत्कारिक उदाहरण पेश किया और इसके माध्यम से विश्व स्तर में अभिव्यक्ति का लोकतन्त्र स्थापित हुआ।

भारत के संविधान अनुच्छेद १९ (१) (ए) तहत प्रत्येक नागरिक को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता दी गई है। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता यानी कि 'अपने भावों और विचारों को व्यक्त करने का हर नागरिक को अधिकार'। कोई भी व्यक्ति न सिर्फ विचारों का प्रचार प्रसार कर सकता है, बल्कि किसी भी तरह की सूचना का आदान प्रदान करने के लिए स्वतंत्र अधिकार रखता है। एक समय था जब लोग किसी भी तरह की सूचना या जानकारी के लिए केवल समाचार पत्र और टेलीविजन चैनलों पर निर्भर रहते थे और इनमें विश्वास भी इतना रखते थे कि किसी भी समाचार पत्र या चैनल में कोई खबर या जानकारी सुनी या पढ़ी पड़ी हो तो आंख बंद करके लोग विश्वास करते थे।

कई अखबार व चैनल सिटीजन जर्नलिस्ट द्वारा प्रेषित खबरों को प्रसारित प्रकाशित करने लगे हैं। सिटीजन जर्नलिज्म अर्थात देश का कोई भी नागरिक समाचार टेक्स्ट या फोटो के रूप में टीवी चैनलों या न्यूज़ पेपर के सम्पादक को भेज सकता है। सोशल मीडिया वर्तमान में एक प्रकार से सिटीजन जोर्नालिस्ट का ही कार्य कर रहा है, आधुनिक युग में सोशल मीडिया सूचना क्रांति में आए आमूल परिवर्तन का प्रमुख हिस्सा है।

२१वीं सदी में कंप्यूटर इंसान का अनिवार्य उपकरण बन गया है और इंटरनेट का जाल विश्वव्यापी हो गया है। ऐसे में विभिन्न देशों/ क्षेत्रों के लोगों के बीच बातचीत करने के लिए

सोशल मीडिया आज सबसे महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। विभिन्न मंच जैसे फेसबुक, व्हाट्सएप, ट्विटर, टेलीग्राम, इंस्टाग्राम, यूट्यूब आदि सोशल साइट सूचना या संपर्क का जरिया है। सोशल मीडिया आज विश्व में लोकतंत्र का वास्तविक पर्याय बन गया है। सोशल मीडिया का उपयोग सरकारें भी अपनी योजनाओं को लोगों तक पहुंचाने, जनता से सीधे संवाद स्थापित करने लगी है। लोग विभिन्न सोशल मीडिया समूह के माध्यम से सरकार की नीतियों, निर्णय पर बहस करने लगे हैं जो कि लोकतंत्र का आवश्यक तत्व है। सोशल मीडिया आज ऐसा मंच है जहां आम नागरिक बिना किसी रोक-टोक के अपने विचार रखता है और करोड़ों लोग उन विचारों को पढ़ते, सुन तथा उनसे प्रभावित होते हैं। वाकई आज सोशल मीडिया व्यक्ति के जीवन का अभिन्न अंग सा बन गया है। सरकार भी डिजिटल इंडिया बनाने पर जोर दे रही है ताकि हर कार्य को पारदर्शिता के साथ संपन्न किया जा सके। सोशल मीडिया का यदि उचित उपयोग किया जाय तो यह अत्यन्त उपयोगी साबित हो सकता है।

५.२.२ सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, २०००:

(ए) अधिनियम के अध्याय XI के तहत, धारा ६५, ६६, ६६A, ६C, ६६D, ६६E, ६६F, ६७, ६७A और ६७B में कंप्यूटर से संबंधित अपराधों के लिए दंड शामिल हैं जो सोशल मीडिया के माध्यम से भी किए जा सकते हैं। कंप्यूटर स्रोत कोड के साथ छेड़छाड़, धारा ४३ के तहत दिए गए कंप्यूटर से संबंधित अपराध करना, संचार सेवाओं के माध्यम से आपत्तिजनक संदेश भेजना, पहचान की चोरी, कंप्यूटर संसाधन का उपयोग करके धोखाधड़ी, गोपनीयता का उल्लंघन, साइबर आतंकवाद, इलेक्ट्रॉनिक रूप में अश्लील सामग्री को प्रकाशित या प्रसारित करना, सामग्री युक्त सामग्री इलेक्ट्रॉनिक रूप में यौन रूप से स्पष्ट कार्य, इलेक्ट्रॉनिक रूप में यौन रूप से स्पष्ट कार्य में बच्चों को दर्शाने वाली सामग्री, क्रमशः।

(बी) अधिनियम की धारा ६९ केंद्र या राज्य सरकार को भारत की संप्रभुता या अखंडता, भारत की सुरक्षा, भारत की सुरक्षा के हित में किसी भी कंप्यूटर संसाधन के माध्यम से किसी भी जानकारी के अवरोधन या निगरानी के लिए निर्देश जारी करने की अधिकार प्रदान करती है। राज्य, विदेशी राज्यों के साथ मैत्रीपूर्ण संबंध, सार्वजनिक व्यवस्था, किसी भी संगीन अपराध के लिए उकसाने को रोकने के लिए, किसी भी अपराध की जांच के लिए।

(सी) धारा ६९ए केंद्र सरकार को समान आधार पर किसी भी कंप्यूटर संसाधन के माध्यम से किसी भी जानकारी की सार्वजनिक पहुंच को अवरुद्ध करने के निर्देश जारी करने की अधिकार प्रदान करती है।

(डी) धारा ६९बी साइबर सुरक्षा के लिए किसी भी कंप्यूटर संसाधन के माध्यम से यातायात डेटा या जानकारी की निगरानी और एकत्र करने के लिए किसी भी एजेंसी को अधिकृत करने के लिए केंद्र सरकार को निर्देश जारी करने की अधिकार प्रदान करती है।

(ई) धारा ७९ मध्यस्थ की देयता के लिए प्रदान करता है।

एक मध्यस्थ सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, २००० की धारा ६६ए में उसके द्वारा उपलब्ध कराए गए या होस्ट किए गए किसी तीसरे पक्ष की जानकारी, डेटा या संचार लिंक के लिए उत्तरदायी नहीं होगा।

इन सभी प्रावधानों में से धारा ६६ए हाल के दिनों में भले ही सभी गलत कारणों से चर्चा में रही हो। इस मुद्दे पर विस्तार से चर्चा करने से पहले, यह वांछनीय है कि पहले धारा ६६ए, प्रावधान को जानना उचित होगा।

सूचना प्रौद्योगिकी (संशोधन) अधिनियम, २००८ के तहत सम्मिलित सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, २००० की धारा ६६ए संचार सेवा आदि के माध्यम से आपत्तिजनक संदेश भेजने के लिए दंड का प्रावधान करती है और इसमें कहा गया है:

कोई भी व्यक्ति जो कंप्यूटर संसाधन या संचार उपकरण के माध्यम से भेजता है:

(ए) कोई भी जानकारी जो बेहद आक्रामक है या खतरनाक चरित्र है;

(बी) कोई भी जानकारी जिसे वह झूठा जानता है, लेकिन झुंझलाहट, असुविधा, खतरा, बाधा, अपमान, चोट, आपराधिक धमकी, दुश्मनी, घृणा या दुर्भावना पैदा करने के उद्देश्य से, ऐसे कंप्यूटर संसाधन का लगातार उपयोग करके या एक संचार उपकरण,

सी) झुंझलाहट या असुविधा पैदा करने या ऐसे संदेशों की उत्पत्ति के बारे में प्राप्तकर्ता या प्राप्तकर्ता को धोखा देने या गुमराह करने के उद्देश्य से कोई भी इलेक्ट्रॉनिक मेल या इलेक्ट्रॉनिक मेल संदेश कारावास के साथ दंडनीय होगा, जिसे एक अवधि के लिए बढ़ाया जा सकता है। तीन साल और जुर्माने के साथ।

स्पष्टीकरण:

इस खंड के प्रयोजनों के लिए, शब्द "इलेक्ट्रॉनिक मेल" और "इलेक्ट्रॉनिक मेल संदेश" का अर्थ है एक संदेश या जानकारी जो कंप्यूटर, कंप्यूटर सिस्टम, कंप्यूटर संसाधन या संचार उपकरण पर पाठ, छवियों, ऑडियो में संलग्नक सहित बनाई या प्रेषित या प्राप्त की गई है। , वीडियो और कोई अन्य इलेक्ट्रॉनिक रिकॉर्ड, जिसे संदेश के साथ प्रेषित किया जा

सकता है। इस डर को बढ़ाने के लिए कि इस प्रावधान का अत्यधिक दुरुपयोग किया जा सकता है, हाल के दिनों में कई घटनाएं इसकी गवाही देती हैं।

इस तरह के आयोजनों का कालानुक्रमिक क्रम इस प्रकार है:

- अप्रैल २०१२ में, पश्चिम बंगाल के जादवपुर विश्वविद्यालय में रसायन विज्ञान के प्रोफेसर अंबिकेश महापात्रा को सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर पश्चिम बंगाल की मुख्यमंत्री ममता बनर्जी पर एक कार्टून पोस्ट करने के आरोप में गिरफ्तार किया गया था।
- मई २०१२ में, फेसबुक और ऑर्कुट पर एक ट्रेड यूनियन नेता और कुछ राजनेताओं के खिलाफ सामग्री डालने के लिए मुंबई पुलिस ने एयर इंडिया के दो कर्मचारियों को गिरफ्तार किया था। वे १२ दिनों तक हिरासत में रहे।

- नवंबर २०१२ में, शाहीन ढाडा को अपने फेसबुक पोस्ट में शिवसेना सुप्रीमो बाल ठाकरे की मौत के बाद मुंबई बंद पर सवाल उठाने के लिए गिरफ्तार किया गया था, जिसे उनके दोस्त रेणु द्वारा "पसंद" और साझा किया गया था, जिसे ठाणे पुलिस ने भी गिरफ्तार किया था। महाराष्ट्र में।

- धारा ६६ए के व्यापक दुरुपयोग के सामने, सर्वोच्च न्यायालय में एक जनहित याचिका के रूप में एक रिट याचिका (Writ Petition) दायर की गई है जिसमें धारा की संवैधानिकता को चुनौती दी गई है जिसमें यह प्रस्तुत किया गया है कि आक्षेपित धारा की शब्दावली इतनी व्यापक और अस्पष्ट और अक्षम है। वस्तुनिष्ठ मानकों के आधार पर न्याय किया जा रहा है, कि यह प्रचंड दुरुपयोग के लिए अतिसंवेदनशील है और इसलिए संविधान के अनुच्छेद १४, १९ (१) (ए) और अनुच्छेद २१ का उल्लंघन करता है। मुख्य न्यायाधीश अल्तमस कबीर और न्यायमूर्ति जे. चेलमेश्वर की खंडपीठ ने आज्ञापत्र याचिका (रिट याचिका - writ Petition) को स्वीकार करते हुए कहा कि

- "धारा ६६ए का शब्द संतोषजनक नहीं है। इसे बहुत व्यापक बनाया गया है और यह सभी प्रकार की टिप्पणियों पर लागू हो सकता है।"

निष्कर्ष:

यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया किसी की अभिव्यक्ति और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का प्रयोग करने का एक बहुत शक्तिशाली साधन है। हालाँकि, इसका उपयोग अवैध कार्यों के लिए भी किया जा रहा है, जिसने सोशल मीडिया को सेंसर करने के सरकार के प्रयासों को बल दिया है। जहाँ एक ओर, सोशल मीडिया के दुरुपयोग से कानूनी सेंसरशिप की आवश्यकता होती है, वहीं दूसरी ओर, सेंसरशिप के अपरिहार्य परिणाम के रूप में लोगों के नागरिक अधिकारों के उल्लंघन के वैध भय हैं।

इसलिए जो हितकारी है वह है सोशल मीडिया का विनियमन, न कि इसकी सेंसरशिप। हालाँकि, भारत के वर्तमान साइबर कानून इस संबंध में न तो उपयुक्त हैं और न ही पर्याप्त हैं। मौजूदा आईटी कानूनों के विश्लेषण से पता चलता है कि साइबर स्पेस में सुरक्षा से निपटने के दौरान सरकार के हाथ में बेहिसाब और अपार शक्ति है। फिर भी, सोशल मीडिया के दुरुपयोग को रोकना आसान नहीं है। इसलिए, सोशल मीडिया को विनियमित करने के लिए एक विशिष्ट कानून अपेक्षित है।

५.३ सोशल मीडिया और मुक्त अभिव्यक्ति तथा दायित्व बोध

सोशल मीडिया वाक् और अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता को सार्वभौमिक स्वीकृति प्रदान की गयी है और इसे लोकतान्त्रिक प्रणाली के लिए मौलिक महत्त्व के रूप में माना जाता है । आधुनिक सूचना प्राद्योगिकी के युग में सोशल मीडिया ने पूरे विश्व को अभिव्यक्ति और अपने विचारों के आदान-प्रदान के लिए एक खुला मंच प्रदान किया है जो कि वैश्विक स्तर लोगों को एक लोकतान्त्रिक परिवेश में बाँधता है ।

इस मुद्दे पर विस्तार से विचार करने से पहले, सोशल मीडिया की अवधारणाओं और भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को समझना वांछनीय है

५.३.१ अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता:

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को मोटे तौर पर इस धारणा के रूप में समझा जाता है कि प्रत्येक व्यक्ति को किसी भी मीडिया और सीमा के माध्यम से बिना किसी बाहरी हस्तक्षेप, जैसे सेंसरशिप, और प्रतिशोध के डर के बिना, जैसे कि धमकियों और उत्पीड़न के बिना स्वतंत्र रूप से खुद को स्वतंत्र रूप से व्यक्त करने का प्राकृतिक अधिकार है। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता एक जटिल अधिकार है। ऐसा इसलिए है क्योंकि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पूर्ण नहीं है और इसके साथ विशेष कर्तव्य और जिम्मेदारियां हैं इसलिए यह कानून द्वारा प्रदान किए गए कुछ प्रतिबंधों के अधीन हो सकता है

“हर किसी को राय और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अधिकार है; इस अधिकार में बिना किसी हस्तक्षेप के राय रखने और किसी भी मीडिया के माध्यम से और सीमाओं की परवाह किए बिना जानकारी और विचार प्राप्त करने, और प्रदान करने की स्वतंत्रता शामिल है।"

“सभी को बिना किसी हस्तक्षेप के राय रखने का अधिकार होगा। प्रत्येक व्यक्ति को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अधिकार होगा; इस अधिकार में सीमाओं की परवाह किए बिना, मौखिक रूप से, लिखित रूप में या प्रिंट में, कला के रूप में, या अपनी पसंद के किसी अन्य मीडिया के माध्यम से सभी प्रकार की जानकारी और विचारों को प्राप्त करने, प्राप्त करने और प्रदान करने की स्वतंत्रता शामिल होगी।

इसी तरह, भारत के संविधान का अनुच्छेद १९ (१) (ए) भी भारत के नागरिकों को "भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अधिकार" प्रदान करता है। वाक् और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अर्थ है मुंह से, लेखन, मुद्रण, चित्र या किसी अन्य माध्यम से अपने विश्वासों और विचारों को स्वतंत्र रूप से व्यक्त करने का अधिकार। इसमें अन्य लोगों के विचारों को प्रचारित या प्रकाशित करने का अधिकार भी शामिल है । 'भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता' शब्द में किसी भी माध्यम का इस्तेमाल किए बिना जानकारी या विचारों को प्राप्त करने, प्राप्त करने और प्रदान करने का कोई भी कार्य शामिल है।

५.३.२ भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और सोशल मीडिया/इंटरनेट:

इंटरनेट और सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण संचार उपकरण बन गया है जिसके माध्यम से व्यक्ति अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अपने अधिकार का प्रयोग कर सकते हैं और सूचनाओं और विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं। पिछले एक-एक साल में, दुनिया भर में ऐसे लोगों का बढ़ता हुआ आंदोलन देखा गया है जो बदलाव, न्याय, समानता, शक्तिशाली लोगों की जवाबदेही और मानवाधिकारों के सम्मान की वकालत कर रहे हैं। ऐसे आंदोलनों में, इंटरनेट और सोशल मीडिया ने अक्सर लोगों को तुरंत जोड़ने और सूचनाओं का आदान-प्रदान करने और एकजुटता की भावना पैदा करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। संयुक्त राष्ट्र मानवाधिकार समिति ने मौलिक रूप से परिवर्तित मीडिया परिदृश्य में राय और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के लिए व्यावहारिक अनुप्रयोग देने का भी प्रयास किया है, जिसके केंद्र में इंटरनेट और मोबाइल संचार का कब्जा है। न्यू मीडिया को विचारों और विचारों के आदान-प्रदान के लिए एक वैश्विक नेटवर्क के रूप में वर्णित करते हुए, जो जरूरी नहीं कि पारंपरिक जनसंचार माध्यमों पर निर्भर हो, समिति ने कहा कि राज्यों को इन नए मीडिया

की स्वतंत्रता को बढ़ावा देने के लिए सभी आवश्यक कदम उठाने चाहिए और उन तक पहुंच भी सुनिश्चित करनी चाहिए। इसके अलावा, यूडीएचआर - (UDHR-Universal Declaration of Human Rights) का अनुच्छेद १९ और आईसीसीपीआर -(ICCPR-International Covenant on Civil and Political Rights) 'यह इंटरनेशनल कांवेंट ऑन सिविल एंड पोलिटिकल राइट्स' १६ दिसम्बर १९६६ को यूनाइटेड नेशनस जनरल असेंबली रेजुलेशन में अपनाई गयी एक बहुपक्षीय संधि है जो नागरिक और राजनीतिक अधिकारों के लिए कई तरह की सुरक्षा प्रदान करती है।यह कांवेट की आर्टिकल ४९ के मुताबिक़, २३ मार्च १९७६ को प्रभाव में आया। भारतीय संविधान का अनुच्छेद १९ (२) भी इंटरनेट और सोशल मीडिया के मामले में भी बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता प्रदान करता है। इस प्रकार, यह देखा जाता है कि भारत के संविधान और अन्य अंतरराष्ट्रीय दस्तावेजों के तहत भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को मौलिक अधिकार के रूप में मान्यता दी गई है। और इस अधिकार का प्रयोग करने के माध्यम के रूप में इंटरनेट और सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग के परिदृश्य में, इस माध्यम तक पहुँचने के लिए भी एक मौलिक मानव अधिकार के रूप में मान्यता दी गई है। समिति ने कहा कि राज्यों को इन न्यू मीडिया की स्वतंत्रता को बढ़ावा देने के लिए सभी आवश्यक कदम उठाने चाहिए और उन तक पहुंच भी सुनिश्चित करनी चाहिए। इसके अलावा, यूडीएचआर का अनुच्छेद १९ और आईसीसीपीआर का अनुच्छेद १९ (२) भी इंटरनेट और सोशल मीडिया के मामले में भी बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता प्रदान करता है।

५.३.३ दायित्व बोध:

सोशल मीडिया समाज की राय व्यक्त करने का एक सशक्त माध्यम है। जब इसे मीडिया का नाम दिया गया है तो निश्चित ही यह लोकतंत्र के चौथे स्तंभ की श्रेणी में भी आता है। हमें इस बात का विचार अवश्य ही करना चाहिए कि लोकतंत्र को मजबूत करने की दिशा में जो भी उपाय किए जा सकते हैं, वह करना भी चाहिए। इसके लिए सोशल मीडिया पर अपने विचार व्यक्त करना चाहिए। लेकिन आये दिन हम सोशल मीडिया पर जिस प्रकार के विचारों का सामना कर रहे हैं, उनको पढ़कर ऐसा लगता है कि अब सोशल मीडिया बेझिझक अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता नियमों का उल्लंघन कर रहा है और कई सोशल मीडिया के सन्देश या छायाचित्र ऐसे भी पोस्ट किये गये हैं जिसके कारण मानव अधिकारों और नागरिकों की गरिमा की अवमानना हुई है। सोशल मीडिया का दायित्व बोध है कि समाज को एकता के सूत्र में बाँधे और नैतिकता के मूल्यों का अनुपालन करें। वस्तुतः देखा जाय तो सोशल मीडिया का फलक इतना बढ़ा है जिसे नियंत्रित करना आसान नहीं है, इसलिए प्रत्येक नागरिक में इतनी जागरूकता होनी चाहिए कि वह सामाजिक – नैतिक मूल्यों का पालन कर रहा है। समाज में व का जहर घोलने वाले यह विचारक जरा अपनी भूमिका विचार करें तो इन्हें खुद ही समझ में आ जाएगा कि अगर हम समाधान प्रस्तुत नहीं कर सकते तो हम ही दोषी हैं।

आजकल सोशल मीडिया को अपने हाथ पर चलाने वालों की संख्या बढ़ गयी है और यह देखा गया है कि अक्सर लोग मनचाहा पोस्ट सोशल मीडिया में भेज देते हैं इसलिए सार्वभौमिक तौर पर अब वाक् और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के साथ-साथ स्वतन्त्र अभिव्यक्ति पर कुछ प्रतिबन्ध भी लगाये हैं ताकि कोई भी नागरिक किसी अन्य नागरिक,

जाति, धर्म, नस्ल या समूह की गरिमा को ना गिरा पाए। नागरिकों को बिना जिम्मेदारी के बोलने या प्रकाशित करने का अधिकार प्रदान नहीं करती है। यह भाषा के हर संभव प्रयोग के लिए उन्मुक्ति प्रदान करने वाला एक अटूट लाइसेंस नहीं है और इस स्वतंत्रता का दुरुपयोग करने वालों के लिए सजा भी होती है।

आज सोशल मीडिया एक सामाजिक अपराध का खुला मंच भी बनते जा रहा है, सोशल मीडिया के इस अपराध को साइबर क्राइम अथवा साइबर अपराध के मुद्दों के अंतर्गत ही सुलझाया जा रहा है, अतः इस प्लेटफार्म के उपयोगकर्ता का समाज और मानवता के प्रति दायित्व बोध को ध्यान में रखना चाहिए। सोशल मीडिया का उपयोग करने वाले लोगों को साइबर क्राइम - नियंत्रण करने के सूचीबद्ध प्रतिबन्धों का पालन करना पड़ेगा, जो निम्नलिखित हैं :

आई.सी.सी.पी.आर. -(ICCPR-International Covenant on Civil and Political Rights) का अनुच्छेद १९(३) निम्नलिखित आधारों पर प्रतिबंध लगाता है:

(ए) दूसरों की प्रतिष्ठा के अधिकारों के सम्मान के लिए

(बी) राष्ट्रीय सुरक्षा, या सार्वजनिक व्यवस्था, या सार्वजनिक स्वास्थ्य या नैतिकता की सुरक्षा के लिए।

भारत के संविधान के अनुच्छेद १९ (२) के अनुसार, विधायिका निम्नलिखित आधारों पर भाषण और अभिव्यक्ति के अधिकार पर प्रतिबंध लगाने के लिए निर्देश देती है कि किसी भी नागरिक के वाणी या भाषणों से देश व जनता की अवमानना नहीं होनी चाहिए जो निम्नलिखित हैं:

(ए) भारत की संप्रभुता और अखंडता (बी) राज्य की सुरक्षा

(सी) विदेशी राज्यों के साथ मैत्रीपूर्ण संबंध

(डी) सार्वजनिक व्यवस्था

(ई) सभ्यता या नैतिकता

(एफ) अदालत की अवमानना

(जी) मानहानि

(एच) अपराध के लिए उत्तेजना

भारत के साइबर कानून और सोशल मीडिया

यद्यपि भारत में कोई विशिष्ट कानून नहीं है जो सोशल मीडिया से संबंधित है, मौजूदा तथाकथित साइबर कानूनों में कई प्रावधान हैं जिनका उपयोग साइबर स्पेस, इंटरनेट और सोशल मीडिया में किसी भी अधिकार के उल्लंघन के मामले में निवारण के लिए किया जा सकता है। विधानों और संबंधित प्रावधानों को विशेष रूप से सोशल मीडिया और क़ानून इस पाठ में सूचीबद्ध किया है।

५.४ सोशल मीडिया की वैश्विक व्याप्ति

सोशल मीडिया वैश्विक स्तर पर एक खुला मंच है और इसका प्रभाव भी वैश्विक होता है, यह किसी भी समाज राज्य और देश की सीमाओं में नहीं बंधा है। आज सोशल मीडिया के माध्यम से किसी भी देश की एक छोटी सी गाँव की खबर भी विश्वव्यापी हो जाती है आधुनिक समय में सोशल मीडिया ग्लोबल गवर्नेंस का रूप ले चुका है, सोशल मीडिया ने कुछ वर्ष पहले भारत के प्रधान मंत्री नरेन्द्र मोदी और अमेरिका के प्रेसिडेंट डोनाल्ड ट्रम्प को विश्व का नेता बनाया था क्योंकि दोनों ही सोशल मीडिया में बहुत सक्रिय रहते हैं। श्री नरेंद्र मोदी ने रेडियो में मन की बात इस कार्यक्रम के माध्यम से भारत के करोड़ों लोगों के मन में अपना अपनी छाप छोड़ी है।

"नवंबर २०१८ में लखनऊ में हुए न्यायाधीशों के सम्मेलन में इजिप्ट के डेप्युटी चीफ जस्टिस (Deputy Chief Justice of Egypt) आदिल ओमर शरीफ ने कहा कि अब ग्लोबल गवर्नेंस का समय आ चुका है। गैर सरकारी संस्थाएं और सोशल मीडिया एक तरह से ग्लोबल गवर्नेंस का ही रूप है। हमें यह सोचना होगा कि किस तरह इस राजनीतिक परिवेश को विश्व शांति के लिए प्रयोग कर सकें।" सोशल मीडिया आज पूरे विश्व स्तर पर सोशल मीडिया उपयोग करने वालों का एक ग्लोबल सिटीजन ग्रुप तैयार कर रहा है जहां पर ग्लोबल रूप से विश्व का हर कोई नागरिक अपनी राय रख सकता है।

सोशल मीडिया के ग्लोबल स्वरूप ने कई लोगों को जमीन से उठाकर आसमान तक पहुँचा दिया है तो कई लोगों को आसमान की ऊँचाई से उठाकर जमीन में गिरा दिया है।

सोशल मीडिया के ग्लोबल स्वरूप का जीवंत उदाहरण- कैनेडियन गायक और गीतकार जस्टिन बीबर है, जो शौकिया यूट्यूब वीडियो बनाते थे और यूट्यूब में अपलोड करने के बाद संसार कई लोग उनके प्रशंसक बन गए, आज उनके यूट्यूब पर उनके अकाउंट के ४१ मिलियन से ज्यादा follower- सब्सक्राइबर हैं, और उनके ऑफिशियल फॉलोअर्स की संख्या ७७ मिलियन से भी ज्यादा है।

इसी प्रकार भारत का गायक सिद्धू मूस भी हैं जिनके यू ट्यूब प्रशंकों की संख्या मिलियंस में है।

आज सोशल मीडिया पर स्थानीय खबरें भी रातों-रात वैश्विक हो जाते हैं, भारत का एक उदाहरण जब उत्तर प्रदेश में आदित्यनाथ योगी की सरकार ने पर्यटन सूची में ताजमहल का नाम नहीं जोड़ा तो इसकी आलोचना विश्व भर के मीडिया ने की। इसकी खबर सबसे पहले स्थानीय न्यूज़ पत्रों में छपी फिर सोशल मीडिया पर जमकर वायरल हुई, नतीजा यह हुआ कि यह भारतीय सीमाओं को लाँघ कर वैश्विक मीडिया में सुर्खियों में छपने लगी।

इसी प्रकार सोशल मीडिया के कारण ग्लोबल खबरें भी लोकल होती जा रहे हैं जैसे कि वर्ष २०१८ में बॉलीवुड अभिनेत्री प्रियंका चोपड़ा और निक जॉन्स की शादी भारत समेत इंटरनेशनल मीडिया वीडियो में प्रमुख खबरें बनी थी, इसी प्रकार ९ जनवरी २०१९ ब्रिटेन के अखबार द टेलीग्राफ ने अपने ट्विटर अकाउंट पर एक खबर अपलोड की - वह खबर थी की भारत में हजारों करोड़ों से ज्यादा का बैंक घोटाला कर भागे नीरव मोदी, लंदन की

सड़कों पर घूमता दिख रहा है —-यह खबर इसी प्रकार भारत में भी गली- गली सुर्ख़ियों में छपने लगे।

सोशल मीडिया ने वैश्विक स्तर पर भी अपनी सार्थकता को प्रमाणित किया है जैसे पाकिस्तान में ओसामा बिन लादेन के ठिकाने पर अमेरिकी हेलीकॉप्टरों के हमले की सबसे पहली सूचना मीडिया को ट्वीट से ही हुई थी, जिसे एक स्थानीय नागरिक ने पोस्ट किया था। आज सोशल मीडिया के कारण आम आदमी भी एक लेखक, पत्रकार की तरह ही ताकतवर बन गया है।

सोशल मीडिया कहीं ना कहीं सकारात्मक भूमिका भी अदा कर रहा है, किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश को आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक रूप से सशक्त बनाने में सोशल मीडिया सकारात्मक सिद्ध हुआ है। सोशल मीडिया के माध्यम से देश और समाज में कई विकासात्मक कार्य भी हुए हैं जिससे समाजवादी गुणों में बढ़ोतरी हुई है। ऐसे कई उदाहरण है ऐसे कई उदाहरण हैं - जिनमें सोशल मीडिया ने एक अहम भूमिका निभाई है। जैसे भ्रष्टाचार के खिलाफ अभियान- 'भारत भ्रष्टाचार के खिलाफ' (India against Corruption) का उदाहरण है जहाँ पर लोग सोशल मीडिया के माध्यम से अन्ना हजारे के साथ जुड़े थे और लाखों की संख्या में इस अभियान से जुड़ गए थे।

वर्ष वर्ष २०१४ के आम चुनाव के दौरान राजनीतिक पार्टियों ने जमकर सोशल मीडिया का उपयोग कर आम नागरिक को जागरूक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई थी। २०१९ के आम चुनाव मैं भी सोशल मीडिया का खूब उपयोग किया गया और सभी राजनीतिक दलों की ओर से इसकी रणनीति तैयार की गई थी नतीजा यह हुआ कि वोटिंग प्रतिशत में अच्छी खासी बढ़ोतरी हुई थी।

सोशल मीडिया ने सामाजिक विकृति रेप केस में न्याय दिलाने की अहम् भूमिका भी अदा की सोशल मीडिया के माध्यम से ही 'निर्भया' को न्याय दिलाने के लिए लाखों की संख्या में युवा सड़कों पर आ गए थे आखिर सरकार को दबाव में आकर नया एवं ज्यादा प्रभावशाली कानून बनाना पड़ा ।

वर्ष २०१३ में लालकृष्ण आडवाणी की ब्लाग पर अपनी ही पार्टी- भारतीय जनता पार्टी को लेकर लिखी गई टिप्पणी मीडिया में सुर्खियां बन गई थी। आज की तारीख में सोशल नेटवर्किंग साइट पर खेल, मनोरंजन या बड़े-बड़े कारपोरेट कम्पनी सोशल साइट से जुड़कर व्यवसाय कर रहीं हैं। इतना ही नहीं अब बड़ी-बड़ी हस्तियां जैसे श्री रतन टाटा और अमिताभ बच्चन जैसे प्रसिद्ध लोग भी इसका भरपूर उपयोग कर रहे हैं और सोशल मीडिया के माध्यम से अपने संदेश एवं विचारों को प्रेषित कर लोगों के प्रेरणा स्रोत बने हैं।

आज सोशल मीडिया के माध्यम से विश्व भर की बड़ी- बड़ी कम्पनियाँ ऑनलाइन करोड़ों का व्यापार कर रही हैं। आज भारत में अमेजान, फ्लिप्कार्ट, स्नेप्डील , जाबोंग, मिन्तरा, होमशॉप-१८, आदि १० बड़ी कंपनियाँ हैं जो सालाना सेकड़ों का कारोबार कर रहीं हैं। ' भारत सरकार के आई. टी. मंत्रालय के अनुसार ३.७५ लाख लोगों को इन क्षेत्रों में रोज़गार मिल चूका है।'

आज मोबाइल फोन, सोशल मीडिया, कम्युनिटी रेडियो, ईमेल आदि न केवल सूचना के तुरंत संप्रेषण को मजबूत कर रहा है बल्कि लोकतंत्र की आवाज बन गया है। आज यह सभी माध्यम विचार व संदेश अभिव्यक्त करने के लिए मीडिया व समाचार के मुख्य धारा बन गए हैं।

सोशल मीडिया का सबसे बड़ा कैंपेन २०१८ में साबित हुआ- वह था " # Mee Too" जिसकी शुरुआत अक्टूबर, हॉलीवुड निर्माता हार्वे वाइन्स्टीन पर कई महिलाओं द्वारा यौन उत्पीड़न और रेप के आरोप लगाने के बाद हुई थी, उसके बाद वह भारत में भी तेजी से फैला। वर्ष २०१८ में फिल्म अभिनेत्री तनुश्री दत्ता ने १० साल पुराने एक मामले को लेकर इंटरव्यू दिया और नाना पाटेकर पर यौन उत्पीड़न का आरोप लगाया। शुरू- शुरू में तो उनके आरोपों पर लोगों ने ध्यान नहीं दिया, लेकिन सोशल मीडिया ने इस मामले को जोर शोर से उठाया, देखते ही देखते तनुश्री दत्ता का आरोप एक अभियान बन गया अंततः दोषी व्यक्ति को माफी मांगनी पड़ी और कई लोगों को कुर्सी भी गंवानी पड़े।

आगे चलकर इसी मी टू की तर्ज पर ' मैन टू' का अभियान चला जिस पर पुरुषों ने भी महिलाओं के हाथों अपने यौन शोषण के बारे में खुलकर बात की ।

सोशल मीडिया का दुष्प्रभाव भी अत्यधिक हो रहा है आज सोशल मीडिया मैं जानकारी को तोड़ मरोड़ कर पेश किया जा रहा है। बहुत सी जानकारी भ्रामक भी हैं सोशल मीडिया ने आज लोगों की निजता को पूरी तरह से भंग कर दिया है।

फोटो या वीडियो की एडिटिंग करके भ्रम फैलाया जा रहा है जो कभी-कभी दंगे फसाद की जड़ बन जा रहे हैं, बहुत बार देखा गया है कि सोशल मीडिया में लोग किसी भी जानकारी का मौलिक स्वरूप बदल कर कुछ संदेश को उकसाने वाला बनाकर पोस्ट कर दे रहा है जिसके कारण लोगों में उथल-पुथल मच जा रही है।

सोशल मीडिया ने कई मायनों में जीवन सरल कर दिया है। उदाहरण के तौर पर अब पढ़ाई या रोजगार के सिलसिले में दूर दराज देशों में रहने वाले लोग भी आसानी से अपने घर के लोगों के साथ जुड़ जाते हैं और भौगोलिक दूरी को मिटा देते हैं।

५.५ सारांश

सोशल मीडिया के तहत अनेक प्लेटफार्म आते है। उन सभी माध्यमों ने समय और ऊर्जा की मदद की है। दुनिया के किसी भी कोने को एक खेमें में लाकर खड़ा कर दिया है। दूरियाँ कम करने के साथ, दुनिया भर की जानकारी साझा करना, नए लोगों से जुड़ना, व्यापार व रोजगार को बढ़ावा देना, नयी स्कील का विकास होना जैसी बाते जीवन शैली में सुलभता लाती है, वहीं छोटे बच्चों और युवाओं में इसकी लत अतिप्रयोग से मानसिक त्रासदी, शारीरिक, बीमारियाँ साईबर क्राइम का खतरा बढ़ गया है। इसी संबंध में सरकार ने कानून बनाये है जिनके तहत् इस प्रकार के अपराध करने से पहले डर रहे और सावधानी बरती जा सके।

५.६ लघुत्तरीय प्रश्न

१. भारत के संविधान के अनुच्छेद ---------- के तहत प्रत्येक नागरिक को अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता है।

(१९(१) (ए)), (१९(३) (बी)), (१९ (२) (ए)).

२. --------------को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की सार्वभौमिक स्वीकृति दी है।

(कंप्यूटर, मोबाइल, सोशल मीडिया)

३. सूचना प्राद्यौगिकी का अधिनियम ---------- वर्ष में बना।

(२०००), (२०१०), (२००९).

४. # Mee Too की तर्ज़ में दूसरा अभियान------- चला।

(Men Too), (Children Too), (Women Too).

एक-एक वाक्य में उत्तर लिखिए।

१. विश्व सोशल मीडिया दिवस कब मनाया जाता है ?

२. सर्वप्रथम सोशल मीडिया की शुरुआत किस वर्ष से हुई ?

३. UDHR का फुल फॉर्म क्या है ?

४. भारत में सोशल मीडिया का सबसे बड़ा कैंपेन “ # Mee Too” किस वर्ष शुरू हुआ?

५.७ दीर्घोत्तरीय प्रश्न

१. सूचना प्राद्यौगिकी अधिनियम २००० की चर्चा कीजिये।

२. सोशल मीडिया के स्वरूप और विकास का वर्णन कीजिए।

३. भाषण और अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता और सोशल मीडिया के दायित्व बोध को स्पष्ट कीजिये।

४. सोशल मीडिया की वैश्विक व्याप्ति को उदाहरण सहित समझाइये।

५.८ संदर्भ ग्रंथ

- रोहित राज, "१९७५ के राष्ट्रीय आपातकाल की पृष्ठभूमि में प्रेस स्वतंत्रता की परिभाषा को परिभाषित करना", अखिल भारतीय रिपोर्टर (जर्नल अनुभाग), २००८, पीपी। १५५-१६०, १६० पर।
- एंड्रियास एम। कपलान और माइकल हेनलेन (२०१०) , “दुनिया के उपयोगकर्ता, एक हो जाओ! सोशल मीडिया की चुनौतियाँ और अवसर", बिजनेस होराइजन्स, वॉल्यूम। ५३, २०१०, पीपी ५९-६८, ६१ पर।

- वेब पर उपलब्ध "हर जगह अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता", यूआरएल: http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/Freedomofexpressioneverywhere.aspx, एक्सेस ५/१०/१८ को।
- अनुच्छेद १९, मानव अधिकारों की सार्वभौमिक घोषणा, १९४८ (UDHR)
- अनुच्छेद १९ (२), नागरिक और राजनीतिक अधिकारों पर अंतर्राष्ट्रीय वाचा, १९६६ (ICCPR)
- जस्टिस राजेश टंडन, "पुलिसिंग द वेब: फ्री स्पीच अंडर अटैक?", लॉयर्स अपडेट, अगस्त २०११, वेब पर भी उपलब्ध, यूआरएल: http://lawyersupdate.co.in/LU/७/६५.asp, एक्सेस किया गया २४/१०/१८ को।
- "इंटरनेट को सेंसर करना", वेब पर उपलब्ध, यूआरएल: http://barandbench.com/ sensoring_the_internet.html, ३०/१०/१८ को एक्सेस किया गया
- मिडिया का वर्तमान परिदृश्य, पृष्ठ – १४९. : राकेश प्रवीर

*****

संदर्भ ग्रंथ सूची:

- सोशल नेटवर्किंग: नए समय का संवाद संपादक: संजय द्विवेदी, यश पब्लिकेशन्स, दिल्ली
- नए जमाने की पत्रकारिता सौरभ शुक्ला, विस्डम विलेज पब्लिकेशन्स, गुडगांव एवं दिल्ली
- उत्तरआधुनिक मीडिया तकनीक - हर्षदेव, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
- नयी संचार प्रौद्योगिकी पत्रकारिता - कृष्ण कुमार रत्तू, हरियाणा ग्रंथ अकादेमी
- कम्प्यूटरी सूचना प्रणाली का विकास - राम बंसल, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
- जनसचारिकी सिद्धांत और अनुप्रयोग डॉ. रामलखन मीणा, कल्पना पब्लिशर, दिल्ली
- भारत में जनसंचार और प्रसारण मीडिया मधुकर लेले, राजकमल प्रकाशन, दिल्ली
- जनसंचार सिद्धांत और अनुप्रयोग विष्णु राजगढ़िया, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली
- संचार माध्यम लेखन गौरीशंकर रैना, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
- जनसंचार माध्यमों में हिंदी - चंद्रकुमार, क्लासिक पब्लिशिंग कंपनी, नई दिल्ली
- आधुनिक जनसंचार और हिंदी - डॉ. हरिमोहन, तक्षशीला प्रकाशन, नई दिल्ली
- मीडिया समग्र डॉ. अर्जुन तिवारी, वाणी प्रकाशन, दिल्ली
- सोशल मीडिया के विविध आयाम स. डॉ. मोहम्मद फरियाद, स्वराज प्रकाशन, नई दिल्ली
- सोशल मीडिया- योगेश पटेल, पुस्तक महल, नई दिल्ली

*****

नमुना प्रश्न पत्र

Semester - VI | Course - IV

समय: 3:00 घंटे | पूर्णांक : 100

सूचना: 1. सभी प्रश्न अनिवार्य है।

2. सभी प्रश्नों के लिए समान अंक है।

प्रश्न 1. सोशल मीडिया के स्वरूप को स्पष्ट करते हुए उसके विकास को समझाइए। 20

अथवा

सोशल मीडिया की समस्याएँ, चुनौतियाँ सीमाएँ और संभावनाएँ पर प्रकाश डालिए।

प्रश्न 2. सोशल मीडिया की शिक्षा के क्षेत्र में उपादेयता और संभावनाएँ स्पष्ट करें। 20

अथवा

'सोशल मीडिया में हिन्दी का प्रयोग और रोजगार की संभावनाएँ दर्शाएँ।

प्रश्न 3. सोशल मीडिया का बच्चों एवं युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव की चर्चा कीजिए। 20

अथवा

सोशल मीडिया और बदलते जीवन मूल्य को स्पष्ट करें।

प्रश्न 4. सोशल मीडिया में मुक्त अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अपने विचार प्रकट कीजिए। 20

अथवा

सोशल मीडिया में कानून की भूमिका पर प्रकाश डालिए।

प्रश्न 5. किन्हीं दो विषयों पर टिप्पणियाँ लिखिए। 20

क) सोशल मीडिया का महत्व

ख) एफ. एम. रेडियो और हिन्दी

ग) सोशल मीडिया और राजनीतिक प्रभाव

घ) सोशल मीडिया और वैश्विक परिवर्तन

*****