

सोशल मीडिया का समाज पर प्रभाव और चुनौतियाँ

डॉ. कुमारी ममता सिंह

पत्रकार- डिजिटल मीडिया

सारांश-

आजकल सोशल मीडिया का प्रचलन बहुत तेजी से बढ़ रहा है | सोशल मीडिया पर लोगों का जमावड़ा बढ़ता जा रहा है | इसकी लोकप्रियता ने इस माध्यम को जनसंपर्क और विज्ञापन का उपकरण बना दिया है | यह आज ऑनलाइन बाज़ार में तब्दील होता जा रहा है | नागरिकों के अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता लोकतंत्र का एक अहम पहलू है। इस अधिकार के उपयोग के लिये सोशल मीडिया ने जो अवसर नागरिकों को दिये हैं, उसकी कल्पना भी नहीं की जा सकती है | दरअसल, इस मंच के ज़रिये समाज में बदलाव की बयार लाई जा सकती है। लेकिन, चिंता का विषय यह है | सोशल मीडिया की भूमिका सामाजिक समरसता को बिगाड़ने और सकारात्मक सोच की जगह समाज को बाँटने वाली सोच को बढ़ावा देने वाली हो गई है।

बीजक शब्द- सोशल मीडिया नेटवर्क, मीडिया नेटवर्क, चर्चा मीडिया नेटवर्क

प्रस्तावना-

सोशल मीडिया की ताकत का अंदाजा आप इसी बात से लगा सकते हैं कि यह रातों-रात किसी को स्टार बना सकता है तो किसी को आसमान से जमीन पर भी ला सकता है। सोशल मीडिया पर कोई बात जंगल की आग से भी तेजी से फैलती है।

सोशल मीडिया ऐसी वेबसाइटें और प्रोग्राम हैं जो लोगों को एक-दूसरे से बात करने, शामिल होने, जानकारी साझा करने और साथ मिलकर काम करने में मदद करते हैं। लोग अपने दोस्तों, परिवार और पड़ोसियों के साथ संपर्क में रहने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं। सोशल मीडिया शहरी लोगों के दैनिक जीवन का इतना अभिन्न हिस्सा बन गया है कि इसके बिना एक दिन की कल्पना करना भी मुश्किल है। भले ही हममें से कुछ लोग कभी-कभार "सोशल मीडिया डिटॉक्स" लेते हों या इससे पूरी तरह बचने की कोशिश करते हों, लेकिन आधुनिक जीवन शैली पर इसके विकास और प्रभाव से इनकार नहीं किया जा सकता है।

युवाओं से लेकर बूढ़ों तक, व्यक्तियों से लेकर व्यवसायों तक, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म अब कुछ जनसांख्यिकी तक ही सीमित नहीं हैं। हममें से अधिकांश के लिए, यह जानकारी का एक स्रोत है, सामाजिक जुड़ाव का एक साधन है, व्यक्तिगत अभिव्यक्ति के लिए एक स्थान है, या सक्रियता का आह्वान भी है; जबकि दूसरों के लिए, यह उनकी रोटी और मक्खन हो सकता है।

सोशल मीडिया की दुनिया ने अपने आप में विश्लेषण का एक बिल्कुल अलग क्षेत्र खोल दिया। अब हम रुझानों का विश्लेषण करते हैं, व्यवहार का निरीक्षण करते हैं और बिंदुओं को जोड़कर यह निष्कर्ष निकालते हैं कि आबादी का बड़ा हिस्सा कैसा महसूस कर रहा है, देश किस बारे में बात कर रहे हैं, और भी बहुत कुछ। आजकल प्रकाशन और उद्योग समान रूप से सोशल मीडिया को सर्वोच्च महत्व देते हैं ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि वे यथासंभव व्यापक दर्शकों तक पहुँच सकें। प्रकाशन तेजी से काम के ऑनलाइन-फर्स्ट मॉडल की ओर बढ़ रहे हैं, और सोशल मीडिया उनके पाठकों को बनाए रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

यह ध्यान रखना दिलचस्प है कि जबकि इनमें से कोई भी लगभग दो दशक पहले ऑनलाइन मौजूद नहीं था, उनके भौतिक समकक्ष प्रचुर मात्रा में मौजूद थे। सोशल मीडिया ने अनिवार्य रूप से सब कुछ ऑनलाइन कर दिया, जिससे हमारे स्वयं के डिजिटल अवतार तैयार हो गए। यहां, हम उन जड़ों का पता लगाने की कोशिश करते हैं जहां यह सब शुरू हुआ, कैसे इसने विकास की अंतिम दिशा ली, और वह सब कुछ जिसने चैट विंडो से लेकर चैट विंडो से लेकर आज की संपन्न, जुड़ी हुई दुनिया तक सोशल मीडिया के उदय को प्रभावित किया।

जाहिर है, दुनिया उस एकमात्र स्रोत पर राय में विभाजित है जिसके कारण सोशल मीडिया का विकास हुआ। एक वर्ष या एक वेब पोर्टल को उत्पत्ति के बिंदु के रूप

में तय करने के बजाय, वर्ल्डवाइड वेब के गठन और उसके बाद इंटरनेट की तात्कालिक कनेक्टिविटी में वृद्धि को सोशल मीडिया का शुरुआती बिंदु माना जाता है। इंटरनेट के उदय ने दुनिया को लगभग तुरंत संचार की शक्ति दी, जो आने वाले वर्षों में संभावनाओं की दुनिया और सोशल मीडिया के परिदृश्य को खोलेगी।

कंप्यूसर्व और बुलेटिन बोर्ड सिस्टम जैसे शुरुआती सोशल मीडिया का पता 1970 के दशक में लगाया जा सकता है। 70 और 80 के दशक में, कंप्यूसर्व ने पहली बार कुछ ऐसा प्रस्तुत किया जिसे दुनिया ने पहले कभी अनुभव नहीं किया था - मीलों दूर रहने वाले दोस्तों के साथ तत्काल संचार। बेशक, कनेक्टिविटी दुर्लभ थी और तकनीक सीमित थी, लेकिन कंप्यूसर्व की जानकारी रखने वाले कुछ सीमित लोगों के लिए, यह एक आकर्षक अनुभव था। CompuServe पर व्यक्ति केवल टेक्स्ट संदेश भेज और प्राप्त कर सकते थे, जो मूल रूप से ईमेल थे। कुछ ऐसा जो पहले कभी नहीं हुआ था, अब संदेशों को मिनटों के भीतर प्राप्त किया जा सकता है और जवाब दिया जा सकता है, हालांकि उस समय डेटा ट्रांसमिशन की गति अविश्वसनीय रूप से धीमी थी। 1990 के दशक में, दुनिया तेजी से कनेक्टेड फ्रंटफ्रंट की ओर विकसित हो रही थी।

विकसित देशों में पर्सनल कंप्यूटर की लोकप्रियता बढ़ गई थी और लोगों को एक जुड़ी हुई दुनिया की क्षमता का एहसास होने लगा था। इसलिए 1988 में आईआरसी, या इंटरनेट रिले चैट का उदय हुआ और 1990 में यह लोकप्रिय हो गया। यह टेक्स्ट मैसेजिंग और त्वरित संचार का एक प्राथमिक रूप था, और 1997 तक हमने पहला पूर्ण विकसित सामाजिक माध्यम अस्तित्व में नहीं देखा था।

दुनिया का पहला सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म Six degrees को माना जाता है जिसे 1997 में लॉन्च किया गया था। इसके फाउंडर का नाम Andrew Weinreich है। सिक्सडिग्रीज साइट के जरिए लोग परिवार के सदस्यों, दोस्तों के साथ ग्रुप बना सकते थे। Six degrees के यूजर्स लाखों में थे लेकिन 2001 में इसे बंद कर दिया गया। Six degrees काफी हद तक फेसबुक जैसा ही था। Six degrees पर भी आप प्रोफाइल बना सकते थे और लोगों से फेसबुक की तरह की जुड़ सकते थे।

इंटरनेट पर कई तरह के सोशल मीडिया और सर्विस देखने को मिलते हैं जो अलग-अलग कैटेगरी के लिए कार्य करते हैं। सोशल मीडिया नेटवर्क जिसमें फेसबुक, ट्वीटर, लिंकडइन आते हैं |

मीडिया नेटवर्क जिसके अंतर्गत इंस्टाग्राम, यूट्यूब, पिनटरेस्ट, आदि आते हैं।

चर्चा मीडिया नेटवर्क के तहत Reddit, Quora, Digg आदि हैं |

फेसबुक के आने से पहले, फ्रेंडस्टर यकीनन सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग साइट थी। हालांकि प्रारंभ में कैलिफोर्निया में स्थित होने के बावजूद, फ्रेंडस्टर का मुख्यालय बाद में कुआलालंपुर में किया गया।

2002 में पीटर चिन, जोनाथन अब्राम्स और डेव ली द्वारा बनाई गई, यह साइट उपयोगकर्ताओं को प्रोफाइल (दोस्तों) और नेटवर्क के माध्यम से अन्य सदस्यों के साथ वीडियो, फोटो, संदेश और टिप्पणियां साझा करने की अनुमति देती है। इसका उपयोग डेटिंग, गेमिंग और नई घटनाओं की खोज के लिए भी किया जाता था। अफसोस की बात है कि इसे 2015 में "चुनौतीपूर्ण उद्योग" में "विकसित परिदृश्य" के साथ-साथ समुदाय के भीतर जुड़ाव की कमी के कारण निलंबित कर दिया गया था।

माइस्पेस ने 2005 से 2008 तक फ्रेंडस्टर को दुनिया की सबसे बड़ी सोशल नेटवर्किंग साइट के रूप में अपने कब्जे में ले लिया। इसकी स्थापना इंटरनेट मार्केटिंग फर्म ईयूनिवर्स के कर्मचारियों के एक समूह ने की थी, जिसने यह देखने के लिए प्रतियोगिता आयोजित की थी कि कौन सबसे अधिक उपयोगकर्ताओं को साइन अप कर सकता है - इसकी एक कुंजी तेजी से विकास। 2008 के बाद लोकप्रियता में धीरे-धीरे गिरावट के बावजूद, वेबसाइट आज भी जीवित है, हालांकि यह एक सोशल नेटवर्किंग साइट से एक क्यूरेटेड संगीत और मनोरंजन साइट में परिवर्तित हो गई है।

पेशेवरों के लिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के रूप में जाना जाने वाला लिंकडइन उपयोगकर्ताओं को व्यवसायों और समान विचारधारा वाले उपयोगकर्ताओं से जुड़ने के लिए अपने बायोडेटा और कार्य अनुभव साझा करने के लिए एक जगह प्रदान करता है।

2004 में अपनी शुरुआत के बाद से, फेसबुक अब तक की सबसे बड़ी सोशल मीडिया दिग्गज कंपनी बन गई है। इसकी शुरुआत केवल हार्वर्ड क्लब के रूप में हुई और इसने तेजी से लोकप्रियता हासिल की और अब इसके 2.5 बिलियन से अधिक मासिक सक्रिय उपयोगकर्ता हैं। इसकी स्थापना हार्वर्ड विश्वविद्यालय के विद्यार्थी मार्क जुकरबर्ग ने की थी |

यूट्यूब 2005 में लाइव हुआ और आज तक ऑनलाइन वीडियो का निर्विवाद राजा बना हुआ है। YouTube एक अमेरिकी ऑनलाइन वीडियो शेयरिंग और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म है जिसका मुख्यालय सैन ब्रूनो, कैलिफ़ोर्निया में है। इसे 14 फरवरी 2005 को स्टीव चैन, चाड हर्ले और जावेद करीम द्वारा लॉन्च किया गया था। इसका स्वामित्व Google के पास है और यह Google खोज के बाद दूसरी सबसे अधिक देखी जाने वाली वेबसाइट है।

Reddit का विचार और प्रारंभिक विकास 2005 में कॉलेज रूममेट स्टीव हफ़मैन और एलेक्सिस ओहानियन द्वारा किया गया था। Reddit ने 2009 में साइट पर विज्ञापन के दो अलग-अलग तरीके लॉन्च किए। कंपनी ने उस वर्ष प्रायोजित सामग्री और एक स्व-सेवा विज्ञापन प्लेटफॉर्म लॉन्च किया।

Reddit एक वेबसाइट है जिसमें उपयोगकर्ता-जनित सामग्री शामिल है - जिसमें फ़ोटो, वीडियो, लिंक और टेक्स्ट-आधारित पोस्ट शामिल हैं - और इस सामग्री की चर्चा अनिवार्य रूप से एक बुलेटिन बोर्ड प्रणाली में होती है।

2006 में जैक डोर्सी, इवान विलियम्स और बिज़ स्टोन द्वारा स्थापित, ट्विटर (मूल नाम Twttr) एक माइक्रोब्लॉगिंग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म है जो उपयोगकर्ताओं को "ट्वीट्स" नामक संदेशों के साथ पोस्ट करने और बातचीत करने की अनुमति देता है। डोरसी ने शुरू में दोस्तों के बीच अपडेट भेजने के लिए एक टेक्स्ट संदेश-आधारित टूल के रूप में इस प्लेटफॉर्म की कल्पना की थी, लेकिन यह स्वाभाविक रूप से "इंटरनेट के एसएमएस" में बदल गया - यानी सुर्खियों और छोटे आकार की सामग्री के लिए एक आउटलेट। क्रिस मेसिना नाम के एक ट्विटर उपयोगकर्ता ने 2007 में अब सर्वव्यापी हैशटैग का आविष्कार किया, जिसने टैगिंग की अवधारणा को जन्म दिया, जिसका उपयोग आज कई प्लेटफॉर्मों (और अजीब तरह से, दैनिक बातचीत) में किया जाता है।

फेसबुक और यूट्यूब के बाद, इंस्टाग्राम 1.28 बिलियन सक्रिय मासिक उपयोगकर्ताओं के साथ तीसरा सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्क (व्हाट्सएप और मैसेंजर जैसे मैसेजिंग ऐप को छोड़कर) है। इसे 2010 में एक मोबाइल फोटो-शेयरिंग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के रूप में लॉन्च किया गया था, जो उपयोगकर्ताओं को अपने प्रोफाइल पर वैकल्पिक फिल्टर के साथ केवल वर्गाकार तस्वीरें साझा करने की अनुमति देता था।

स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी के छात्र इवान स्पीगल, बॉबी मर्फी और रेगी ब्राउन ने 2011 में स्नैपचैट लॉन्च किया, जिसमें सीरियल फोटो और/या वीडियो की अवधारणा को पेश किया गया, जिसे "कहानियों" के रूप में जाना जाता है। इसने 2015 की शुरुआत में फिल्टर को भी लोकप्रिय बना दिया, जिससे उपयोगकर्ता जानवरों के कान और इंद्रधनुषी उल्टी के दीवाने हो गए। 2016 में, इसे स्नैपचैट और स्पेक्ट्रम की मूल कंपनी स्नैप इंक के रूप में पुनः ब्रांड किया गया, जो संवर्धित वास्तविकता के लिए डिज़ाइन किए गए स्मार्ट ग्लास की एक जोड़ी थी।

हालाँकि सोशल मीडिया का इतिहास संक्षिप्त है, लेकिन इसने अपनी कहानी बता दी है। मांग में तेजी से बदलाव, प्रौद्योगिकी में प्रगति, बाजार में बढ़ती वित्तीय मांग और संस्कृति में बदलाव सोशल मीडिया परिदृश्य की समग्र स्थिति को परिभाषित और बदल देगा।

सोशल मीडिया ने निजी बातों को सड़क पर ला खड़ा किया, देखा जाए तो सोशल मीडिया एक अनियंत्रित बाढ़ सा चला आ रहा है। हालत ये है कि अगर कोई असामाजिक मैसेज या वीडियो सोशल मीडिया में वायरल हो जाये तो उसे रोक पाना प्रशासनिक तौर पर संभव नहीं है। ऐसे में आंतरिक सुरक्षा एवं कानून – व्यवस्था के लिए सोशल मीडिया एक गंभीर प्रशासनिक चुनौती के रूप में सामने आया है। पिछले कुछ सालों में राष्ट्र विरोधी तत्वों द्वारा देश की सामाजिक एकता को तोड़ने के लिए दूसरी जाति, धर्म, वर्गों के खिलाफ फेसबुक, वॉट्सएप एवं ट्विटर का प्रयोग कुप्रचार करने, हिंसा फैलाने में बेहिचक किया गया है।

निष्कर्ष

सोशल मीडिया ने प्रत्येक व्यक्ति की अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार को नया आयाम दिया है, प्रत्येक व्यक्ति बिना किसी डर के सोशल मीडिया के माध्यम से अपनी बात रख सकता है और उसे देश ही नहीं विश्व के किसी भी कोने में पहुंचा सकता है, लेकिन जब सोशल मीडिया का इस्तेमाल, समाज विरोधी कार्यों के लिये

होने लगता है तब समस्या होती है अभी की स्थिति में सेंसरशिप जैसी कोई चीज नहीं है। लोगों को खुली छूट मिली हुई है जिसका गलत इस्तेमाल किया जा रहा है साइबर सुरक्षा और सोशल मीडिया के दुरुपयोग का मुद्दा ऐसा है, जिसकी और अनदेखी नहीं की जानी चाहिये। सोशल मीडिया के विभिन्न प्लेटफॉर्मों के ज़रिये गलत विचारों के साझा करने से देश की आंतरिक सुरक्षा खतरे में पड़ जाती है | कोरोना काल के बाद सोशल मीडिया के दुरुपयोग ने इसे एक खतरनाक उपकरण के रूप में भी स्थापित कर दिया है | अतः आवश्यक है कि निजता के अधिकार का उल्लंघन किये बिना सोशल मीडिया के दुरुपयोग को रोकने के लिये सभी पक्षों के साथ विचार-विमर्श कर नए विकल्पों की खोज की जाए, ताकि भविष्य में इसके संभावित दुष्प्रभावों से बचा जा सके।

संदर्भ सूची

1. दृष्टि आई एस ब्लॉग
2. लिंकडइन साइट
3. अरिहंत यूजीसी पाठ्यक्रम- जन संचार एवं पत्रकारिता
4. वेबदुनिया साइट
5. सोशल मीडिया: अवसर और चुनौतियां। लेख- मानी कुमार