वैश्विक क्षितिज पर सोशल मीडिया की दशा एवं दिशा

प्रो0 वीरेन्द्र सिंह यादव,

प्रोफेसर–हिन्दी एवं अन्य भारतीय भाषा विभाग, डॉ0 शकुन्तला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वास विश्वविद्यालय,लखनऊ

सोशल मीडिया दरअसल एक खुले आसमान की तरह स्वयं के लिए खुला है जो समाज में परंपरागत प्रथाओं, सत्ता और राजनीति के लिए एक चेतावनी भी है। सोशल मीडिया में जैसा रंग डालोगे,वैसा ही रंग दिखेगा। समझदारी पैदा करोगे तो समझदारी दिखेगी, अगर कोई इसके द्वारा क्षुद्र ,ओछी और विभाजक राजनीति करता भी है तो वह सोशल मीडिया में झलकेगी और अगर उसने सोद्देश्य, सार्थक, सुसंगत, राजनीतिक व्यवहार किया है तो वह भी झलकेगा। सोशल मीडिया समाज में हमारे–आपके किए हुए अच्छे और बुरे, दोनों का ही आईना है। "सोशल मीडिया में अगर आपका अपना चेहरा ही भद्दा और डरावना है तो आप कैसे उम्मीद कर सकते हैं कि सोशल मीडिया इसकी लोक लुभावन छवि प्रस्तुत कर दे।"[1]

यदि ज्ञान को शक्ति कहा जाए तो वर्तमान सन्दर्भों आज इस शक्ति का मानक बाजार तय रही है। भाषा और बाजार के अंतर्संबंधों के वर्तमान परिदृश्य में 'भाषा का खेल समृद्धि का खेल है।' आज इस मीडिया मंडी के सूत्रधार ही भाषा की दशा–दिशा के नियामक हैंद्य जहां सोशल मीडिया में भाषा के चिन्हों की तरह सब कुछ काम करता है। बॉडी लैंग्वेज, गारमेंट लैंग्वेज, मौन अभिव्यक्ति, फैशन मैगजीन का कवर, यहाँ सब कुछ जटिल है, लेकिन अभिप्राय भी है। इस सन्दर्भ में मीम की भूमिका को आप अनदेखा नहीं कर सकते। इसमें फिल्मी जगत् से जुड़ी हस्तियों के मीम हों या चुनावी माहौल में राजनेताओं पर बने मीम हों। मीम की परिभाषा इस तरह की जाती है–"मीम एक विचार, व्यवहार या शैली है, जो किसी संस्कृति के भीतर एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को अंतरित होती है।" मीम दरअसल विचारों और मान्यताओं की जानकारी को संचालित करने का काम करता है। मीम एक सैद्धांतिक इकाई है, जो सांस्कृतिक विचारों, प्रतीकों या मान्यताओं आदि को लेखन, भाषण, रिवाजों या किसी अन्य अनुकरण योग्य घटना के माध्यम से एक मस्तिष्क से दूसरे मस्तिष्क तक पहुँचाने का काम करता है। सोशल मीडिया पर हिंदी में बनाए गए मीम हिंदी भाषा के वैविध्य की तस्वीर उजागर कर रहे हैं। हिंदी में वीडियो–ऑडियो के हिस्से से निर्मित मीम खास तौर पर हास्यास्पद होते हैं। लोग इसे साझा करते चलते हैं। अगला व्यक्ति इसमें कुछ और जोड़कर इसे और मजाकिया तथा हास्यपूर्ण बना देता है। "सोशल मीडिया पर हिंदी मींम्स, हिंदी हास्य और व्यंग्य को नया तेवर दे रहे हैं। यह हास्य व्यंग्य से हिंदी मनोरंजन की दुनिया को समृद्ध कर रहे हैं। इमोजी की उपलब्धि यह है कि यंत्र कौशल से जन्मे सोशल मीडिया के इमोजी प्रयोकत्ता को सुविधा प्रदान करते हैं। प्रेम, भय, दुःख, आश्चर्य, घृणा जैसे तमाम संवेगों के लिए इमोजी हैं। प्रयोक्ता यहाँ संदेश गढ़ता नहीं, केवल अपनी भावनाओं के अनुकूल इमोजी या इमोजी का चयन करता है। संवेदना के विस्तार और गाम्भीर्य से संपन्न संदेश को शाब्दिक स्वरूप में ढ़ालने में समय लगता है। मन की गहराइयों से सर्जित भावों को शाब्दिक सौंदर्य में डालना बहुत से लोगों के लिए आसान भी नहीं होता। इमोजी या हिमोजी प्रयोक्ताओं में 'तुरंत सोचो और त्वरित अभिव्यक्ति करो' का उत्साह जागाते हैं।"[3]

शास्त्रीय ढंग की शब्दावली सोशल मीडिया में शायद कहीं देखने को मिले,यहाँ पर

गुरु गंभीर अवधारणाओं का प्रयोग नहीं है। सोशल मीडिया पर सीधे–सीधे अपनी बात को कह देने का प्रयास भर है। सोशल मीडिया मानक भाषा नहीं है असल में यह तथाकथित मानकता के खिलाफ छोटी सी बगावत है क्योंकि मानकता की आड़ में परंपरागत मीडिया की भाषा दिखाई कम है, छिपाती अधिक है। वह तमाम इस प्रकार के प्रपंच रहती है कि वास्तविक अर्थ दर्शन पाठक से कोसों दूर चला जाए। सबसे पहली बात यह न्यूज पोर्टल अपने पढ़ने वालों को अपना दिलबर दोस्त बनाना चाहता है, दूसरी बात यह है कि सामान्य श्रोता–पाठक वाला संबंध नहीं है बल्कि यह है दोस्ती वाला संबंध है। यह प्रदेश से घबराता नहीं है बल्कि उसकी महिमा मंडन करता है। वैसे ही जैसे हिंदी के कथाकार श्री लाल शुक्ल ,मनोहर श्याम जोशी और काशीनाथ सिंह में दिखाई देता है, तो कुल मिलाकर चुनौती भाले की नोक से लेते हैं, किसी जिरह बख्तर में छिपकर नहीं। खबरों का चुनाव सीधा–साधा और एक ही बात पर टिका होता है की खबर खबर हो ना कि विज्ञापन, यह खबर जो आपको चौका दे, वह जो आपको छूकर जाती है, खबर जिसे पढ़ना आपको जरुरी लगे और प्रस्तुति का ढंग ऐसा कि जो ना हो तो धर्म–जाति, संप्रदाय, आयु, पद का लिहाज करती है ना किसी प्रकार के भाषाई बंधन को स्वीकार। जहां जो सही शब्द लगे वह दे दिया जाए। भाषाई अस्पृश्यता के यह सख्त खिलाफ हैद्य ”सोशल मीडिया भाषा ही नहीं सभ्यताओं के अंधेरों में माचिस की तीली भी जलाना जानता है। उन तहखाना में आने–जाने की सहूलतें भी दे रहा है जिन्हें आज तक बँद रखा गया है। इन तहखानों में हमने सभ्यता और संस्कृति के नाम पर रूढ़िवाद,जातिवाद, सांप्रदायिकता को छिपा कर रखा है ताकि उनकी आड़ में बाजार खुलकर खेल सके । आस्था के मंदिरों की ऊंची इमारतों की खोखली नींव को देखना हो तो सोशल मीडिया जैसी आँखें चाहिए। यह आंखें नए मीडिया की ताकत हैं। यह आँखें इस समय की आंखें हैं।यह आँखें नए तेवर से चमक रही हैं।“[4]

सोशल मीडिया में कंप्यूटर या लैपटॉप के अलावा एक और ऐसा साधन मोबाइल फोन जुड़ा है जो संचार माध्यम त्वरा से विस्तार देने के साथ उभर रहा है। फोन पर ब्रॉडबैंड सेवा ने आमजन को वेब पत्रकारिता से जोड़ा है। पिछले कुछेक वर्षों पहले मुंबई में हुए सीरियल ब्लास्ट की खबरें और वीडियो बनाकर आम लोगों ने वेब जगत के साथ साझा किया। अब तो ग्रामीण क्षेत्रों में भी पंचायत को ब्रॉडबैंड सुविधा उपलब्ध कराने का प्रस्ताव रखा गया है। इससे पता चलता है कि भविष्य में ये सुविधाएँ गाँव–गाँव तक पहुँचेंगी। सोशल मीडिया की इस पत्रिकारिता ने जहाँ एक ओर मीडिया को एक नया क्षितिज प्रदान किया है,वहीं दूसरी ओर सोशल मीडिया मुख्यधारा के मीडिया का पतन भी कर रहा हैद्य इंटरनेट पर हिंदी में अब तक अधिक काम नहीं किया गया है। और वेब पत्रकारिता में भी अंग्रेजी ही हावी हैद्य पर्याप्त सामग्री न होने के कारण हिंदी के पत्रकार अपनी अंग्रेजी वेबसाइटों से ही खबर लेकर अनुवाद करके अपना काम चलाते हैं। और वे घटनास्थल तक भी नहीं जाते हैं। उन्हें देखना चाहिए की वास्तविक खबर है क्या हैं? इंटरनेट कंप्यूटर तक सीमित था, वहीं नई तकनीकों से लैस मोबाइलों में भी इंटरनेट का चलन बढ़ता जा रहा है। किसी भी जगह कहीं भी इंटरनेट का इस्तेमाल किया जा सकता है। ”यह वेब पत्रकारिता का ही कमाल है कि आप दुनिया के किसी भी कोने में बैठकर किसी भी भाषा में किसी भी देश का अखबार या खबरें पढ़ सकते हैं। यहाँ कार्य में तेजी होनी चाहिए। खबर लिखकर उसका संपादन ही नहीं, बल्कि लगातार उसे अपडेट भी करना पड़ता है। वेब पत्रकारिता में बहुत अधिक संभावनाएँ हैं। इस क्षेत्र में कैरियार बनाने के लिए खबरों को समझकर उन्हें प्रस्तुत करने की कला, तकनीकी ज्ञान तथा भाषा पर अच्छी पकड़ होना आवश्यक है। न्यूज पोर्टल के

रूप में स्वतंत्र रूप से कार्य करने वाली साइटों की संख्या अभी भी भारत में बहुत कम हैं। नेपोलियन ने समाचार माध्यमों के इसी प्रभाव स्वरूप के संदर्भ में कहा था कि चार 'विरोधी अखबारों का भय एक हजार बेयोनेट से भी बड़ा होता है।"[5]

कई मायनों में सोशल मीडिया ने आज जीवन को काफी आसान कर दिया हैद्य मिसाल के तौर पर अब पढ़ाई या रोजगार के सिलसिले में देश के दूरस्थ हिस्से या विदेश में रहने वाली संतानें वीडियो कॉलिंग सुविधा के चलते अपने माता–पिता एवं परिजनों से आमने–सामने बैठकर बात कर सकती हैं– इसके साथ ही सूचनाओं का प्रभाव भी काफी तेज हो गया हैद्य अब तो शादी और पार्टियों के कार्ड वगैरह भी सोशल मीडिया के जरिए भेजे जाने लगे हैं। खासकर व्हाट्सएप पर ग्रुप बनाकर और किसी मुद्दे पर जागरूकता फैलाने का काम भी हो रहा है। अतिथियों को आमंत्रित करने के लिए आई आमंत्रण पत्र का इस्तेमाल किया जा रहा है। ईमेल, फेसबुक, व्हाट्सएप और ट्विटर के जरिए आमंत्रण पत्र भेजने के बारे में कागज के कम उपयोग और पर्यावरण संरक्षण की दिशा में भी एक नया कदम उठाया जा रहा हैद्य वहीं प्रिंटेड कार्ड वितरण करने में जो कई कई दिन लगते हैं उसे कम समय में त्वरित गत से निष्पादित करने में काफी सहूलियत भी हुई है। इसके अलावा किसी दफ्तर में काम करने वाले अनेक कर्मचारी और बॉस अपने व्हाट्सएप ग्रुप पर ही मीटिंग और चर्चा निपटा लेते हैं। इससे जहाँ समय की बचत होती है, वहीं कामकाजी दक्षता भी बढ़ रही है। समाजशास्त्री डी.एन. शर्मा का कहना कि 'देश में बढ़ते एकल परिवारों के मौजूदा दौर में सोशल मीडिया रिश्तो को मजबूत करने में भी अहम भूमिका निभा रहा है। लिंक्डइन जैसी साइतें रोजगार के मुख्य स्रोत के तौर पर उभर रही हैं।

एक सर्वेक्षण के मुताबिक नवासी फीसदी नियुक्तियाँ लिंक्डइन या कंपनी की वेबसाइट के जरिए हो रही हैं। लोकप्रियता के प्रचार 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 भी सोशल मीडिया के माध्यम से किया जा रहा है। वीडियो तथा ऑडियो चौट भी सोशल मीडिया के माध्यम से सुगम हो पाई हैं,जिनमें फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम कुछ प्रमुख प्लेटफार्म हैं। सोशल मीडिया के बारे में आमतौर पर कहा जाता है कि इसका प्लेटफार्म व्यक्ति के विचारों को बदलने का माहौल नहीं देता बल्कि व्यक्ति जिस बात पर जिस तरह से सोच रहे हैं उसी सोच को मजबूत करता है या उस सोच को आक्रामकता प्रदान करता है। अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव और क्लिंटन के महाभियोग के दौरान हुए शोध का निष्कर्ष है कि "सोशल मीडिया विचारों में संशोधन या सुधार की नहीं, विचारों को पुष्ट और मजबूत करने की जगह है। यहाँ लोग असंख्य सूचनाओं के बीच से अपने विचारों को पुष्ट करने वाली सूचनाएँ चुन लेते हैं। अमेरिकी स्कॉलर कास संस्तैन इसे इको चैंबर बताते हैं। जहाँ एक ही आवाज बार–बार गूँजती रहती है। लोग फेसबुक या ट्विटर पर अक्सर अपनी पसंद या सच की पुष्टि करने आते हैं, क्योंकि आप इस माध्यम में अपने जैसे लोगों से घिरे हैं इसलिए यह आपके अंदर समालोचक वाली सोच यानी क्रिटिकल थिंकिंग विकसित नहीं होने देता है । इसलिए आप सोशल मीडिया की डिबेट्स में पाएँगे कि किसी राजनीतिक विचार का व्यक्ति उस विचारधारा के दल में आ गई किसी बुराई या दल के किसी गलत फैसले पर आलोचनात्मक रुख अपनाने का मौका नहीं देता है।"[6]

सोशल मीडिया के प्रयोक्ताओं के लिए यह आवश्यक है कि इसकी बुराइयों और अच्छाइयों के प्रति सजग करने की जरूरत है

और सरकार को यह काम करना चाहिए और उसके बहुत सारे रास्ते हैं और जो नियमन की बात करते हैं, उन्हें पता होना चाहिए कि अगर कोई व्यक्ति सोशल मीडिया पर गलत हरकत करता है तो आई. टी. का सहारा लेकर उसे पकड़ पाना आसान है, चाहे कंप्यूटर का आईपी एड्रेस हो या फिर मोबाइल का सिम। यह ठीक है कि इसके लिए प्रशासन और पुलिस को भी सचेत रहना पड़ेगा। "सोशल मीडिया के उपभोक्ताओं को आधार संख्या से जोड़ने की पहल का भी स्वागत करना चाहिए।"[7]

सहायक सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. मीडिया का वर्तमान परिदृश्य–राकेश प्रवीण– ज्ञान गंगा प्रकाशन, दिल्ली संस्करण 2020, पृष्ठ संख्या 193
2. विश्व हिंदी सम्मेलन, फिजी 2023– स्मारिका– प्रधान संपादक– रजनीश कुमार शुक्ला– विदेश मंत्रालय, भारत सरकार– 2023 ,पृष्ठ संख्या 37–38
3. विश्व हिंदी सम्मेलन, फिजी 2023– स्मारिका– प्रधान संपादक–रजनीश कुमार शुक्ला– विदेश मंत्रालय, भारत सरकार– 2023 ,पृष्ठ संख्या 39
4. हमारा समय, संस्कृति और नया मीडिया– राकेश कुमार– अनामिका पब्लिकेशंस एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्राइवेट लिमिटेड, दिल्ली 2020, पृष्ठ संख्या 21
5. भारत में प्रिंट, इलेक्ट्रानिक और न्यू मीडिया– संदीप कुलश्रेष्ठ– प्रतिभा प्रतिष्ठान– नई दिल्ली– 2018,पृष्ठ संख्या 180
6. मीडिया का वर्तमान परिदृश्य– राकेश प्रवीर– ज्ञान गंगा प्रकाशन, दिल्ली 2020, पृष्ठ–151
7. मीडिया का वर्तमान परिदृश्य–राकेश प्रवीर– ज्ञान गंगा प्रकाशन, दिल्ली संस्करण 2020, पृष्ठ संख्या 191 192