सोशल मीडिया–नई सदी में संवाद का सशक्त हस्ताक्षर

प्रो0 वीरेन्द्र सिंह यादव,

प्रोफेसर–हिन्दी एवं अन्य भारतीय भाषा विभाग,

डॉ0 शकुन्तला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वास विश्वविद्यालय,लखनऊ,उ.प्र

सामाजिक प्राणी होने के कारण मनुष्य का जीवन सामाजिक अभिवृत्तियों, सामाजिक क्रियाओं, सामाजिक विनियमों से चलता हैद्य मनुष्य अकेला नहीं रह सकता है क्योंकि अकेलेपन को मनुष्य अभिशाप समझता है। सामूहिकता की भावना मानव को सुरक्षा और आनंद की अनुभूति कराती है। बिना संवाद के जीवन संभव ही नहीं है। समाजशास्त्र की भाषा में इसे पारस्परिक उत्तेजना और प्रतिउत्तर की सामाजिक अंतर्क्रिया का मूल तत्व माना गया है।सोशल मीडिया संवाद और सामाजिक अंतरक्रिया का डिजिटल प्लेटफॉर्म बन गया है। वर्तमान परिदृश्य में सोशल मीडिया भावों, विचारों, आस्थाओं, विश्वासों, मान्यताओं मूल्यों के आदान–प्रदान का एक ऐसा मंच बन चुका है, जिसमें हम परस्पर एक–दूसरे व्यक्तियों और समूहों के हाव–भाव एवम उसके व्यवहार से प्रभावित होने के साथ ही कई बार निर्देशित भी होते हैं। "एक दूसरे की अभिप्रेरणा हमारे सामाजिक व्यवहार को, हमारी मनरू स्थिति को कई बार परिवर्तित करने लगती है। सोशल मीडिया पर बना रहे पारस्परिक संबंधों के लिए भौतिक उपस्थिति आवश्यक नहीं है।"[1]

वर्तमान दौर संचार क्रांति का दौर है। संचार क्रांति की इस प्रक्रिया में जनसंचार माध्यमों के भी आयाम बदले हैं । वर्तमान वैश्विक परिदृश्य में सूचना एक हथियार के रूप में परिवर्तित हो गई है । सूचना जगत की सक्रियता का व्यापक प्रभाव जनसंचार माध्यमों पर पड़ा है। परंपरागत संचार–माध्यमों ,समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन की जगह आज वेब मीडिया ने ले ली है। वास्तव में आज वेबपत्रकारिता समाचार पत्र–पत्रिकाओं का एक बेहतर विकल्प बन गया है। न्यू मीडिया, ऑनलाइन मीडिया, साइबर जर्नलिज्म और वेब पत्रकारिता जैसे कई नाम से सोशल मीडिया को जाना जाता है। वह मीडिया प्रिंट और ब्रॉडकास्टिंग मीडिया का मिला–जुला रूप है। यह टेक्स्ट, पिक्चर्स, ऑडियो और वीडियो के जरिए स्क्रीन पर उपस्थिति होता है। कम्प्यूटर या लैपटॉप के माध्यम से सिर्फ माउस के एक क्लिक से किसी भी खबर या सूचना को पढ़ा जा सकता है। यह सुविधा चौबीस घंटे,सातों दिन और वर्ष पर्यन्त तक उपलब्ध रहती है, जिसके लिए किसी प्रकार का मूल्य नहीं चुकाना पड़ता है। सोशल मीडिया ने चिन्तन और मनन के कई अवयव तैयार कर लिए हैं जिनमें वेब पत्रकारिता का एक बेहतर विकल्प बनकर उभरा है– 'विकीलीक्स'। 'विकीलीक्स' ने खोजी पत्रकारिता के क्षेत्र में हुए विकास का जमकर उपयोग किया है। जहाँ तक खोजी पत्रकारिता की सीमाओं की बात है तो खोजी पत्रकारिता राष्ट्रीय स्तर की ही होती थी, लेकिन 'विकीलीक्स' ने इसे अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहुँचा दिया है । तथा अपनी रिपोर्टों से खुलासे कर पूरी दुनिया में तहलका सा मचा दिया हैद्य भारत में वेब पत्रकारिता को आए लगभग एक दशक से अधिक समय बीत चुका है । हाल ही में आए ताजा आंकड़ों के अनुसार इंटरनेट के उपयोग के मामले में भारत विश्व में तीसरे पायदान पर आ चुका है। हिंदी खबरिया चौनलों को देखने की बजाय आधुनिक तकनीकी के साथ बैठकर अब युवा इंटरनेट पर वेब पोर्टल से सूचना या ऑनलाइन समाचार देखना पसंद करते हैं ।" समाचार चौनलों पर किसी सूचना या खबर के

निकल जाने के बाद उसके दोबारा आने की कोई गारंटी नहीं होती, लेकिन वेब पत्रकारिता के आने से ऐसी कोई समस्या नहीं रह गई है । जब चाहे किसी भी समाचार चौनलों की वेबसाइट या वेब पत्रिका खोलकर पढ़ा जा सकता है । लगभग सभी छोटे–बड़े समाचार पत्रों ने अपने ही पेपर यानी इंटरनेट संस्करण निकाले हुए हैं।"[2]

वर्तमान सन्दर्भों में सोशल मीडिया अर्थात नए मीडिया की भाषा पर दो तरीके से बात की जा सकती है। पहली बात की नए मीडिया पर हिंदी भाषा की स्थिति कैसी है? यानी नए मीडिया के विभिन्न रूपों जैसे–वेबसाइट्स, विकिपीडिया, समाचार पोर्टल, ब्लॉग्स आदि पर हिंदी की स्थिति कैसी है? क्या आज हिंदी में सभी ज्ञान अनुशासनों की सामग्री उपलब्ध है? क्या वैश्विक स्तर पर हिंदी ने वह स्थान पा लिया है कि अब हम कह सके की हिंदी एक वैश्विक भाषा हो गई है? क्या हिन्दी के द्वारा तकनीकी बाधाओं को पार किया जा चुका है? क्या हिंदी में नए मीडिया पर काम करते हुए हम सहज अनुभव करते हैं। आदि आदि। यह सभी प्रश्न इसलिए महत्वपूर्ण हो जाते हैं कि हिंदी इस देश के बहुसंख्यक समाज की भाषा होते हुए सत्ता प्रतिष्ठानों की चाहती भाषा नहीं है। आज भी देश में व्यापार, सरकार, बाजार और व्यापार में हिंदी समेत अन्य भारतीय भाषाओं के प्रयोकताओं में अपनी भाषा के प्रयोग को लेकर संशय और हीनता बोध की स्थिति बनी हुई हैद्य भारतीय भाषाओं की यह चुनौती नए जनसंचार माध्यमों के आने के बाद या तो बढ़ी है या फिर उनमें कुछ एक नए आयाम जुड़ गए हैं। इधर शहरीकरण के विस्तार ने भी स्थानीय बोलियां और भाषाओं के लिए संकट खड़ा कर दिया है। इसका सबसे सामान्य उदाहरण है–शहरों की निजी शिक्षण संस्थान।इन संस्थाओं की प्राथमिक भाषा इंग्लिश है। इसके बाद में अन्य कोई भाषा। और जिस प्रकार से भूमंडलीकरण और निजीकरण बढ़ रहा है उससे और अधिक शहरीकरण बढ़ेगा। वैसे तो शहरीकरण अपने आप में कोई समस्या नहीं हैद्य समस्या है शहरों की जीवन शैली, शिक्षा पद्धति, रोजगार और सामाजिक व्यवस्थाएँ। इन सभी के कारण करोड़ों लोग अपनी भाषाओं, बोलियाँ को भूल रहे हैं। पिछले कुछ दशकों में ही पूरी दुनिया भर में हजारों बोलियाँ को हमने खो दिया है। निश्चित तौर पर भूमंडलीकृत अर्थव्यवस्था में सिर्फ विभिन्न राष्ट्रों की अर्थव्यवस्थाएँ ही नहीं जुड़ती बल्कि राष्ट्रों की सीमाएं भी धुंधली हो जाती हैं। खास तौर पर संचार और व्यापार के क्षेत्र में इसका सीधा प्रभाव पड़ता है। स्थानीय भाषा और संस्कृति पर भूमंडलीकृत मीडिया, स्थानीय बोलियाँ और भाषाओं को समाप्त कर रहा है। "भूमंडलीकरण के विषय में यह कहा जाता है कि वह सभी को आगे बढ़ाने के समान अवसर देता है परंतु सच्चाई यह है कि भूमंडलीकरण से विश्व भर में समरूपीकरण को बढ़ावा मिला है। इसी का परिणाम है कि पूरी दुनिया में खान–पान, भाषा, रहन–सहन, मनोरंजन के साधनों पर सभी कुछ एक जैसा हो गया है। इससे दुनिया भर में जैव विविधता की भांति सांस्कृतिक विविधता को भी खतरा उत्पन्न हो गया है। यदि टीवी के कार्यक्रमों को देखा जाए तो सभी निजी चौनलों में एक ही तरह के कार्यक्रम दिखाई देते हैं। नए मीडिया एक साथ सार्वजनिक और निजी दोनों ही है। इसमें भी एक ही प्रकार की पद्धति देखने को मिल जाती है। इन सन्दर्भों में भाषा का प्रश्न विशेषताः हिंदी भाषा का प्रश्न महत्वपूर्ण हो जाता है।"[3]

सोशल मीडिया में आजकल मीम का प्रचलन लगातार बढ़ता जा रहा है। यदि यह कहा जाए कि सोशल मीडिया पर आज सबसे ज्यादा लोकप्रिय और प्रभावी क्या है? तो इसका उत्तर निश्चित ही मीम होगा। मीम क्या है? मीम ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार मीम से तात्पर्य 'संस्कृत के एक तत्व या व्यवहार के एक सिस्टम से होता है, जो एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के पास नकल के जरिए पहुँचता है। यह एक छवि, वीडियो, लेख का एक टुकड़ा आदि होता है और

जो विशिष्ट रूप में हास्यजनक होता है। मीम बनाने वाले और साझा करने वाले इसे बड़ी तेजी से लोकप्रिय बना रहे हैं। मीम में सबसे दिलचस्प बात यह है कि साझा करने वाला हर अगला व्यक्ति इसमें कुछ जोड़ देता है जिसके चलते उसकी ताजगी बनी रहती है। मीम की रचना में फोटो, वीडियो या शब्द वास्तविक होते हैं, लेकिन सोशल मीडिया पर उसे मजाक या व्यंग्य के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। मीम के मामले में स्थानीय भाषाएँ ज्यादा लोकप्रिय और असरकारी हैं। ''सोशल मीडिया पर प्रचलित मीम्स को देखकर भी इसकी लोकप्रियता और असर का अंदाजा लगाया जा सकता है। सोशल मीडिया में व्यंग्य और हास्य का सबसे शक्तिशाली और प्रभावशाली टूल मीम होता है। यह एक ऐसी कला है, जो सबको आइना दिखाती है, क्योंकि सोशल मीडिया की रचना और इसके इस्तेमाल के साथ–साथ उसे समझाना भी आसान होता हैद्य सच तो यह है कि आज हिंदी मीम्स भारत के सांस्कृतिक दस्तावेजीकरण का सबसे बड़ा वाहक बन गया है।''[4]

मीम्स के अलावा सोशल मीडिया पर अन्य टूल्स की बात की जाए तो वैश्विक स्तर की दृष्टि से ट्विटर पर गॉसिप्स के आँकड़े सर्वाधिक हैं। ट्विटर में वार्तालाप के रूप में अभिव्यक्ति का संप्रेषण आसान होता है। वैश्विक स्तर के इन आँकड़ों से इधर भारत का आँकड़ा बिल्कुल भिन्न है। भारत में गॉसिप्स के लिए ट्विटर का सर्वाधिक प्रयोग नहीं किया जाता है। इसके पीछे कारण है, लोगों में विमर्श की प्रवृत्ति का होना। साथ ही हिंदी भाषा की संरचना, जो सम्यक अभिव्यक्ति पर आधारित है। ट्विटर की सीमाएँ इन गुंजाइशों पर रोक लगाती है। यह वजह हो सकती है कि जिस तरह फेसबुक पर बड़ी संख्या में लोग जुड़े हैं, यहां पर नहीं हैं। लंबी और विस्तारित बातें 280 शब्दों के दायरे में पूरी नहीं की जा सकती हैं। "भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में आज भी कम लोग ट्विटर के प्रयोक्ता हैं, क्योंकि ट्विटर पर पब्लिक स्फीयर्स की स्थिति नहीं बनती है। कुल मिलाकर मशीन की संरचना से भाषा अपना स्वरूप कैसे गढ़ती है, ट्विटर की हिंदी इसका एक जीवंत उदाहरण है।"[5]

आज के समय में सोशल मीडिया सांस्कृतिक, राजनीतिक विकल्प का एक बहुत बड़ा माध्यम बनकर उभरा है। सभी सक्रिय राजनीतिक–सामाजिक संगठन सोशल मीडिया की शक्ति को जन–जन तक पहुँच कर इसका लाभ उठा रहे हैं। यह स्पष्ट हो गया है कि "सोशल मीडिया ने परंपरागत मीडिया के मठों को चुनौती दी है और साथ ही चुनौती दी है उन विमर्शों को भी जिनके आधार पर अभी तक का वुजुर्वा पूँजीवादी वर्ग शासन करता चला आ रहा है। सोशल मीडिया शक्ति के विकेंद्रीकरण का पक्षधर मीडिया बनकर उभरा है। आवश्यकता बस इस बात की है कि इसकी शक्ति का सही उपयोग किया जाए ।"[6]

ट्विटर और फेसबुक के जरिए भारत दुनिया का एक महत्वपूर्ण बाजार हो गया है। विश्व बाजार के प्रयोक्ता कभी भी नहीं चाहेंगे कि यह बाजार कभी खत्म हो या फिर लुप्त हो जाएद्य लिहाजा जो भारत ने ब्लैकबेरी के साथ किया है, अगर उसे इन वेबसाइटों के साथ भी किया जा जाए तो भारतीय प्रभुता और अखंडता भी सुरक्षित रहेगी और इन वेबसाइटों पर एक तरह से नियंत्रण भी रहेगा। हालाँकि इस मामले में चीन की स्थिति स्पष्ट है। चीन ने देश–दुनिया की सभी कंपनियों को स्पष्ट बोल रखा है कि अगर उनको चीन में आना है तो उनको स्थानीय कानून का अनुकरण और अनुसरण करना पड़ेगा। भारत को भी यही करना होगा, जब तक भारत ऐसा कड़ा रवैया अख्तियार नहीं करेगा और सोशल मीडिया के खिलाफ कार्रवाई नहीं करेगा, तब तक इस परिस्थितियों में बदलाव नहीं आएगा ।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. विश्व हिंदी सम्मेलन, फिजी 2023—स्मारिका—प्रधान संपादक—रजनीश कुमार शुक्ला—विदेश मंत्रालय,भारत सरकार—2023,पृष्ठ संख्या 35
2. भारत में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और न्यू मीडिया— संदीप कुलश्रेष्ठ—प्रतिभा प्रतिष्ठान—नई दिल्ली— 2018,पृष्ठ संख्या 180—18
3. हमारा समय, संस्कृति और नया मीडिया—राकेश कुमार—अनामिका पब्लिकेशंस एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्राइवेट लिमिटेड, दिल्ली 2018—पृष्ठ संख्या 201— 202
4. राजभाषा भारती—जून 2023, पृष्ठ संख्या 112
5. विश्व हिंदी सम्मेलन, फिजी 2023—स्मारिका—प्रधान संपादक—रजनीश कुमार शुक्ला—विदेश मंत्रालय, भारत सरकार— 2023 ,पृष्ठ संख्या 112
6. हमारा समय संस्कृति और नया मीडिया—राकेश कुमार, अनामिका पब्लिकेशंस एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्राइवेट लिमिटेड, दिल्ली 2018,पृष्ठ संख्या 246—247