



डॉ० अनुज कुमार गुप्ता

भारत के युवाओं पर सोशल नेटवर्किंग साइट्स का बढ़ता प्रभाव : एक समाजशास्त्रीय अध्ययन

असि० प्रोफेसर- समाजशास्त्र विभाग, किसान पी०जी० कॉलेज, रकसा, रतसर, बलिया (उ०प्र०) भारत

Received-07.09.2024,

Revised-14.09.2024,

Accepted-20.09.2024

E-mail : anujguptakj@gmail.com

सारांश: भारत के युवाओं पर सोशल नेटवर्किंग साइट्स का बढ़ता प्रभाव (एक समाजशास्त्रीय अध्ययन) वर्तमान समय में किसी भी राष्ट्र के विकास की धुरी संचार तकनीकी एवं प्रशिक्षित युवा वर्ग पर टिकी है। युवा ही देश का भविष्य है। युवाओं को शिक्षा के साथ-साथ संचार तकनीकी, वैज्ञानिक शोध का साथ मिल जाए तो राष्ट्र के विकास की मुख्य धारा से वह जुड़ सकता है।

भारत एक विकासशील देश है, सरकार एवं निजी कम्पनियों के साक्षा प्रयास से तकनीकी सूचनाओं के क्षेत्र में लम्बी चलांग लगायी है। शहरी क्षेत्रों के युवाओं तक तकनीकी सूचनाएं जल्दी पहुंच जाती है क्योंकि इनके पास आर्थिक स्वावलम्बन एवं पूँजी की कमी नहीं होती है, किन्तु ग्रामीण क्षेत्रों में सरकार के भागीरथी प्रयास के बिना यह सम्भव नहीं हो पाता। मोबाइल एवं कम्प्यूटर की सूचना क्रांति ने ग्रामीण युवाओं को विश्व की प्रत्येक विरासत एवं संस्कृति से सीधा जोड़ दिया है, जिसके कारण सूचना तकनीकी का ग्रामीण युवाओं को सीधा लाभ मिला है।

ग्रामीण युवाओं को संचार सूचना ने तकनीकी, शिक्षा एवं प्रौद्योगिकी के माध्यम से अपने जीवन में सार्थक एवं आमूल-चूल परिवर्तन किए हैं। बेरोजगारी की दर घट रही है, ग्रामीण युवा कृषि, शिक्षा, स्वास्थ्य के साथ-साथ जातिवाद, आतंकवाद, अंधविश्वास आदि जैसे सामाजिक कुरीतियों आदि से भी मुंह मोड़ रहा है।

कुंजीशब्द- सोशल नेटवर्किंग साइट्स, राष्ट्र विकास, संचार तकनीकी, प्रशिक्षित युवा वर्ग, विकासशील देश, मुख्यधारा

भारत में लघु तथा व्यापक दोनों स्तरों पर विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी संचार एक दूसरे के साथ जोड़ने, समन्वित करके उत्प्रेरित करने और उन्हें समर्थन देने के उद्देश्य से भारत सरकार ने 1982 में एक शीर्ष संस्था के रूप में शब्दीय विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी संचार परिषद की स्थापना की, जिसने 1984 में अपना कार्य प्रारम्भ किया। विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी को सन् 1980 में एक स्वायत्तशासी संस्था के रूप में विज्ञान प्रसार का कार्य शुरू किया। जिसके परिणाम स्वरूप टी०वी०, ओडियो कैसेट, सीडी० रोम, साफ्टवेयर का प्रयोग, टी०वी०, रेडियो के संचालन का मार्ग प्रशस्त हुआ। केन्द्र सरकार के सहयोग व आर्थिक सहायता से भारत के अनेक राज्यों में नेहरू तारा मंडल की स्थापना हुई।

'सोशल' शब्द लैटिन भाषा के शब्द 'सोशियस' से बना है, जिसका अर्थ 'दोस्त' और मीडिया जन संचार के साधनों को सन्दर्भित करता है। भारत का एक आम आदमी सोशल मीडिया, (फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब, इंस्टाग्राम, शार्ट वीडियो, गेम सर्किंग, आदि) पर लगभग 2.4 घंटे औसतन समय बिताता है। भारत में हर तीसरा व्यक्ति सोशल मीडिया पर एक्टिव है। इस तरह से देखा जाय तो करीब 50 करोड़ भारतीय सोशल मीडिया पर एक्टिव है।'

भारतीय अब किसी भी अन्य देश के निवासियों की तुलना में अधिक ऐप डाउनलोड करते हैं-2019 में भारतीय उपयोगकर्ताओं द्वारा 19 बिलियन से अधिक ऐप डाउनलोड किए गए, जिसके परिणामस्वरूप 2016 के आंकड़ों की तुलना में 95 प्रतिशत की वृद्धि हुई। औसत भारतीय सोशल मीडिया उपयोगकर्ता हर हफ्ते प्लेटफॉर्म पर 17 घंटे बिताते हैं, जो चीन और संयुक्त राज्य अमेरिका के सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं से ज्यादा है। भारतीय इंटरनेट उपयोगकर्ता सोशल मीडिया के शौकीन हैं। 2021 में, यह अनुमान लगाया गया है कि भारत में लगभग 448 मिलियन सोशल नेटवर्क उपयोगकर्ता होंगे, जो 2019 से उल्लेखनीय वृद्धि है, जहाँ यह 351 मिलियन है। फेसबुक देश की सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग साइट है। 2019 तक भारत में लगभग 270 मिलियन फेसबुक उपयोगकर्ता हैं, जो भारत को सबसे बड़े फेसबुक उपयोगकर्ता आधार वाला देश बनाता है, जो भारत को दुनिया में भारत में धार्मिक रूप से मनाए जाने वाले कई क्रिकेट आयोजनों में से एक आईपीएल में दुनिया भर की सभी क्रिकेट लीगों में सबसे ज्यादा दर्शक आए। दर्शकों की संख्या के अलावा, प्रशंसक अपनी पसंदीदा टीमों के बारे में अपडेट जानने के लिए भी उत्सुक दिखे। आईपीएल टीमों ने अकेले फेसबुक पर 59 मिलियन से ज्यादा लाइक और ट्विटर पर 81 मिलियन से ज्यादा फॉलोअर दर्ज किए। फेसबुक का ज्यादातर इस्तेमाल युवा पीढ़ी ने किया, जिनकी उम्र 18-24 साल के बीच थी, 2018 में 97 मिलियन से ज्यादा उपयोगकर्ता फेसबुक का इस्तेमाल करते थे। हाल के वर्षों में केंद्र सरकार की डिजिटल इंडिया पहल के कारण इंटरनेट कनेक्शन और पहुंच की उपलब्धता में वृद्धि सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं की वृद्धि में सीधे आनुपातिक थी।'

लगभग दुनिया की आधी आबादी सोशल मीडिया का उपयोग करती है और जिसमें भारतीय युवा सबसे आगे हैं।

सोशल मीडिया का उपयोग -

1. दोस्तों से जुड़े रहने के लिए।
2. जीवन के अनुभव परिवार एवं दोनों के साथ का साझा करने के लिए।
3. वर्तमान समाचारों एवं घटनाओं से रुबरु होने के लिए।
3. मीडिया प्लेटफॉर्म पर राय एवं प्रतिक्रिया साझा करने के लिए।
4. नये लोगो के साथ दोस्ती करने के लिए।
5. ज्ञानवर्धन के लिए।
6. व्यावसायिक गतिविधियों एवं जानकारी के लिए।
7. पोर्न आदि वीडियो देखने के लिए करता है।



आज सोशल मिडिया ने सभी को विविध आंदोलनों एवं सामाजिक बहसों को चलाने का एक नया मंच प्रदान किया है। मीडिया के सम्बन्ध में प्लेन ब्रान ने ठीक ही लिखा है—'मीडिया अव्यवस्था का उचित हथियार है।'³ न्यूमैन एवं समर के अनुसार 'संचार दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच तथ्यों, विचारों एवं भावनाओं आदि का आदान-प्रदान है। मनुष्य आदिम काल से संचार साधनों का उपयोग करता रहा है, कभी-कभी वह तरह-तरह की आवाज़ (ध्वनि) को निकाल कर, अग्नि को जलाकर संदेश देता रहा है। समय के अनुसार सम्प्रेषण के साधनों में परिवर्तन होते रहे हैं। मनुष्य के अलावा पशु-पक्षियों में विभिन्न तरह के ध्वनि व शोर मचाकर साधी पक्षी को आकर्षित व खतरे की चेतावनी देता रहा है। यूं कहें तो पशु-पक्षियों में संचार के माध्यम से बातों व वातावरण की सटीक जानकारी देते हैं। यहीं कार्य पेड़-पौधों में रासायनिक तथ्यों के फैलाव व संकुचन के द्वारा होती है।'

ग्रामीण समाज में युवाओं का जीवन चुनौतिपूर्ण रहा है, बेरोजगारी, अशिक्षा, अन्धविश्वास, दहेज प्रथा, जातिवाद जैसी कुरतियों का सामना करने के लिए उन्हें शिक्षित होना जरूरी है, संचार साधनों एवं सोशल साइट्स की गाँवों तक पैठ ने रूढ़ीवादी विचारधारा की पकड़ ढीली कर दी है। भारतीय ग्रामीण संरचना को लेकर विद्वानों में हमेशा से मतभेद रहा है। प्लेन ब्रान इसे 'प्रामाणिकता' के स्थान के रूप में देखा है, वहीं नेहरु यह मानते थे कि 'गाँव, भारत के पिछड़ेपन के स्रोत और स्थान है'। अम्बेडकर यह मानते थे कि 'गाँव शोषण का स्थान है, जहाँ जाति की संस्था खुद को सबसे क्रूर और अमानवीय रूप में प्रस्तुत करती थी।'⁴

'पश्चिम की उपज विज्ञान तथा आधुनिक प्रौद्योगिकी के कारण विज्ञान तथा संचार के क्षेत्र में क्रांति आ गयी। विज्ञान और औद्योगिक क्रांति के फलस्वरूप कागज की छपाई की मशीन, टेलीप्रिंटर, उपग्रह, फोटोग्राफी के विभिन्न उपकरण, रंग स्याही, मीडिया, कैमरा, कम्प्यूटर, सैटेलाइट उपकरण, टेलीक्स, फैक्स, टेलीफोन आदि का उत्पादन सम्भव हुआ है।'⁵

भारत ग्रामों में बसा है, शिक्षा एवं जन जागृति के साथ-साथ ग्रामीण युवाओं को ज्यादा से ज्यादा जानकारी प्राप्त करने की जिज्ञासा लगातार बढ़ती जा रही है। ग्रामीण युवाओं ने रूग्ण मानसिकता की जगह आधुनिक एवं वैश्वीक सोच की तरफ बढ़ा है। सूचना तकनीकी के कारण, गाँवों की विशेषताओं का प्रचार-प्रसार के साथ ही, बाहरी दुनिया को जानने की जिज्ञासा बलवती होती जा रही है। बस कारण से ग्रामीण युवा अपने महत्व एवं भूमिका को समझने अपनी क्षमताओं को बढ़ाने के साथ ही कार्य शैली में परिवर्तन लाए। सूचना-प्रौद्योगिकी में युवाओं के विकास की प्रक्रिया अनवरत चलती रहेगी।

सोशल मीडिया ही सच्चा मीडिया है। इस सोशल मीडिया में आम जन की सहभागिता होती है। वह अपने स्तर की रोजमर्रा की खबरें रिकार्डिंग करके, फोटो खींच करके, विभिन्न एप के जरिए अपनी विचारों की अभिव्यक्ति देता है किन्तु सोशल मीडिया के मालिक वर्ग प्रभावशाली लोगों के प्रभाव में आकर श्लाइक एण्ड शेयर की काउन्टिंग को कम मा अधिक कर देते हैं। ट्विटर उनमें से एक है। 'ब्लू टिक दरअसल ट्विटर का एक सिस्टम है, जिसके जरिए यह प्रभावशाली लोगों को भीड़ से अलग करता है। ट्विटर पहले इसके लिए आवेदन लेता था लेकिन 2017 से ब्लू टिक यानि वेरीफिकेशन के लिए आवेदन नहीं लिए जा रहे हैं, लेकिन 2021 में इसे फिर से शुरू किया गया। ट्विटर अपनी किसी अघोषित पालिसी या मनमाने तरीके से कुछ लोगों को ब्लू टिक देता रहता है।'⁶

भारत में संस्कृति के प्रवाहक, या संवाहक कई हैं, सबसे प्रथम है भाषा, भाषा भाव या सम्प्रेषण का सबसे सशक्त माध्य है। भाषा के बाद 'संस्कृति' की संवाहक के रूप में 'कथावार्ताएं' अपने काल के समाज के अनुभवों, मान्यताओं, मनोदशा और सपनों को दर्शाती है। इसके बाद 'संस्कृति' की विभिन्न छटाओं का दर्शन हमें किसी समाज के साहित्य से होता है। जिसका निर्माण पीढ़ी-दर-पीढ़ी वह अपनी बदलती सोच के अनुसार करता जाता है। भारत में 'कथावाचक' सबसे पहले संचारकर्मी थे। ज्ञान और चिंतनशील विद्वानों के अलावा लेखक, कवि, संगीतकार, चित्रकार, नर्तक आदि इस वर्ग में शामिल थे, जिन्होंने समाज में सांस्कृतिक संचार प्रक्रिया को आगे बढ़ाया।

योजनाओं के उद्देश्यों को सही ढंग से लोगों तक पहुंचाने का कार्य जन संचार की प्रक्रिया से ही सम्भव हो सकता है। विकास की प्रक्रिया में साधारतः तीन चरण होते हैं—

1. समस्या का आकलन, 2. लक्ष्य का निर्धारण 3. कार्य योजनाएं

जन संचार का योगदान विकास के उन तीनों चरणों में होता है। पहले चरण में समस्या के आकलन में जनसंचार साधन, लोगों को अपनी राय व्यक्त करने का मौका देते हैं। दूसरे चरण में विकास के लक्ष्य स्पष्ट रूप से निर्धारित होने के बाद, उन्हें लोक संस्कृति से जोड़ने का कार्य प्रभावी जन संचार द्वारा ही हो सकता है। विकास के तीसरे चरण में जन संचार का कार्य होता है कि विकास के लिए जो कार्य योजनाएं बनाई गयी है, उसकी जानकारी लोगों को मिले और उसमें उनका सहयोग पूरे उत्साह के साथ मिलता रहे।'

सोशल मीडिया के कारण दलितों, आदिवासियों, पिछड़ी जाति और महिलाओं को भी स्वर मिला। वर्तमान समय के ग्रामीण भारत में उग्र राष्ट्रवाद, साम्प्रदायिक शक्तियों, धार्मिक उन्मादी, जातिवादी, पूंजी पतियों आदि का सोशल नेटवर्किंग गिरोह एक जगह जुड़ गया है। वे एक दूसरे पर विभिन्न ब्लाग टिप्पणी, साइबर एब्यूज, साइट, अकाउंट हैक कर, पोर्न वीडियो भेजना, वीडियो एडिटिंग करके सुचिता का हनन कर रहे हैं। ताकतवर एवं गरीब दोनों वर्गों के लिए सोशल साइट्स एक हथियार एवं विचार अभिव्यक्ति का माध्यम है। इसका उपयोग करके खाप पंचायतों के शाही फरमान, मौब लिविंग, जातीय सेना तथा भीड़ को हिंसक बनाया है। सोशल मीडिया का प्रभाव पश्चिमी देशों की तुलना में भारत, श्री लंका, पाकिस्तान, म्यांमार, ब्राजील जैसी कम पिछड़े देशों में ज्यादा गम्भीर है।

सोशल मीडिया का प्लेटफॉर्म आत्मघाती है, यह आपका कोई वीडियो वायरल हो जाए तो आप रातों रात स्टार बन जायेंगे, तो दूसरी तरफ एक गलती आपको सड़क पर ला देगी। सूचना क्रांति के कारण युवाओं के सोचने समझने के तौर-तरीकों में काफी परिवर्तन आया है, अब युवा बुक, पत्र-पत्रिकाओं को तरहीज न देकर सोशल मीडिया का दिवाना हो गया है। अधिकचरे टेक्स्ट सामग्री तथा विभिन्न एप के जरिए वीडियो व खबरों को काट-छाँटकर युवाओं के साम्प्रदायिक



रुझान को भौंपते हुए सा परोसा जा रहा है। आज का युवा सांस्कृतिक व सामाजिक विचार धारा के खेमें से इतर धर्म एवं साम्प्रदायिक खेमें में बँटकर लाइक व शेयर कर रहा है। कहीं-कहीं युवा बेरोजगार, गरीबी, भूखमरी, नौकरी के लिए एक वर्ग को जिम्मेदार मानते हुए उस जाति का विरोधी बन जाता है, जिसका लाभ राजनीतिक नेता अपने वोट बैंक को बढ़ाने में इस्तेमाल करने लगे हैं। 'फेसबुक के संस्थापक मार्क जुकरबर्ग ने एक बार कहा था कि हमें अपने पास मरने वाली गिलहरी के बारे में ज्यादा फिक्र होती है, बनिस्बत, अफ्रीका में मरने वाले एक इन्सान के।' किसी अभिनेत्री का आंख मारना सोशल मीडिया पर वायरल होकर लाखों करोड़ों लाइक मिलते हैं, तो कहीं पर किसी छोटी बच्ची के साथ हुए बलात्कार पर सोशल मीडिया पर मौन छा जाता है। कोई फूहड़ गाना पर लाखों हजारों लाइक, तो कहीं सुरीले गीत की एकदम पूछ नहीं होती है। यह सोशल मीडिया की सकारात्मक एवं नकारात्मक ताकत है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. दैनिक जागरण समाचारपत्र, जुलाई 2023.
2. स्रोत: SEMrush, ऐप एनी, स्टेटिस्टा रिपोर्ट 2019.
3. सिविल सर्विसेज ,नोएडा यू०पी० क्रानिकल, अवलोकन, मीडिया और समाज की भूमिका चुनौतियों तथा प्रभाव सितंबर 2019, पृष्ठ संख्या 169.
4. भारतीय ग्राम श्रृंखला-1, ग्रामीण क्षेत्रों का मानव शास्त्रीय अध्ययन, सम्पादक-सुरिन्दर एस जोधका, वाणी प्रकाशन दरियागंज, नई दिल्ली, संस्करण-2019, पृष्ठ संख्या-14.
5. भारतीय सामाजिक विचार: लेखक-रवि प्रकाश पाण्डेय, विजय प्रकाशन मन्दिर (प्रा.) लिमिटेड, पंचम संस्करण 2014; पृष्ठ संख्या-315.
6. अन सोशल नेटवर्क:लेखक दिलीप मंडल, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली, द्वितीय संस्करण-2021 पृ०सं०-128-129.
7. भारत में जन संचार एवं प्रसारण मीडिया, लेखकरु मधुकर लेले, पृष्ठ संख्या-21.
8. अन सोशल नेटवर्क, लेखकरु दिलीप मंडल, राजकमल प्रकाशन, 2021, नई दिल्ली, पृष्ठ संख्या -68.
