

भारतीय संदर्भ में सोशल मीडिया और उसका सुविधा

Saranya SS

PH.D. Research Scholar, Department of Hindi M.G. College, University Of Kerala, Trivandrum, Kerala, India

सारांश

आज का युग डिजिटलिस का है। भारत डिजिटलिस को बढ़ावा देते हैं। बाद में इसका उन्नति अधिक से हुई। अब भारत के सभी लोगों को सोशल मीडिया के बिना न रह सकते हैं। सभी लोग सोशल मीडिया से लेन हुई। आज सारी लोग अपने मन के सभी सोच-विचार सोशल मीडिया के जरिए ही व्यक्त करते हैं।

मूल शब्द: सोशल मीडिया, मोबाइल, फेसबुक, ट्विटर, इंटरनेट।

प्रस्तावना

भारत में सोशल मीडिया: पूरे विश्व के साथ ही साथ भारत में सोशल मीडिया का विकास एक क्रांति जैसे ही हुआ है। आज भारत में सोशल मीडिया का स्थान बहुत बड़ा है। भारत में ही कई सोशल नेटवर्किंग एजेंसीज हैं। सोशल मीडिया का विकास कई अन्य क्षेत्रों तक भी पहुँचाती हैं। भारत के इंटरनेट के उपयोगकर्ताओं सोशल मीडिया के शौकीन हैं। अनुमान है कि 2021 में भारत के सोशल मीडिया का उपयोगकर्ताओं के संख्या 448 मिल्यन के आसपास होगा। 2019 से इसका बढ़ना 351 मिल्यन हैं। देश के बहुत प्रसिद्ध सोशल नेटवर्किंग सैट फेसबुक है। सोशल मीडिया इसलिए प्रबल है कि विश्व के कोई भी भाग के बड़ी संख्या लोगों के पास पहुँचने का क्षमता है। "आजकल सोशल मीडिया में फेसबुक और ट्विटर आइकॉन बना हुआ है। हालांकि इसमें लाइक शेयरिंग और फीडबैक जैसी ही खूबियाँ हैं जो ऑनलाइन मीडिया में प्रचलित आरएसएस फीड से अलग है। हालांकि फेसबुक जैसे सोशल मीडिया में आप सभी प्रकार के कंटेंट जैसे फोटो, टेक्स्ट, वीडियो, पोल इवेंट इत्यादि को शेयर कर सकते हैं।"¹

सोशल मीडिया की सफलता के कारण इस प्रकार हैं

मोबाइल नेटवर्क का विकास: भारत में मोबाइल की बढ़ती उपयोगिता का फलस्वरूप सोशल मीडिया के विकास हुआ। क्योंकि पहले सभी लोग कंप्यूटर के जरिए ही सोशल मीडिया का इस्तेमाल किया। वह उतना आसान नहीं था, जितना मोबाइल के साथ करें। आज हमारे समाज में नोकिया, सांसंग, आपिल, ब्लाकबेरी जैसे कई कंपनियाँ हैं। इस तरह की कई कंपनियों के मोबाइल फोन्स से फेसबुक, ट्विटर, इनस्टाग्राम जैसी वेबसाइट्स को एक्सेस कर सकते हैं। आज यह आसानी भी है, पैसा वसूल भी है।

प्रतियोगितात्मक वृद्धि: सन् 2007 से पहले भारत में सोशल मीडिया के क्षेत्र में सिर्फ ऑर्कुट था। इस काल में भारत और ब्राजील में भले ही ऑर्कुट सबसे प्रसिद्ध थे, लेकिन उस समय पूरी दुनिया में फेसबुक का उपयोग करनेवालों की संख्या इसे

ज्यादा अधिक थे। ऑर्कुट से कई सुविधाओं फेसबुक पर है। इसके कारण ही यूजर्स ऑर्कुट छोड़कर फेसबुक के पीछे पड़ा। इसके फलस्वरूप और फेसबुक के तेजी उन्नति के कारण आज हमारे देश में ऑर्कुट का खत्म हुआ। आज संसार में फेसबुक के तरह इनस्टाग्राम का भी उपयोग होता रहता है। इसका भविष्य अब निर्णय नहीं कर सकता।

प्रचार का माध्यम: प्रचार के लिए सोशल मीडिया एक उत्तम और सरलतम माध्यम है। किसी भी प्रचार के लिए हम सब सोशल मीडिया को इस्तेमाल करते हैं। चाहे फिल्म, व्यापार, चुनाव, विज्ञापन, डोक्युमेन्ट्री या तस्वीर। इस दृष्टि से देखें तो सोशल मीडिया प्रचार का एक प्रबल माध्यम है। इसका गुण यह है कि पूरी विश्व के सभी लोगों के सामने एक जैसे पहुँचाती है, इसमें कोई रुकावट न होती। इसके उदाहरण के लिए एक नहीं भरपूर है। लेकिन जैसे : "सन् 2010 में रिलीज हुई फिल्म 'वंस अपॉन अ टाइम इन मुंबई' फिल्म के प्रचार के लिए तो आईबीबी में मुंबई फिल्म के प्रचार के लिए तो आईबीबी में मुंबई अंडरवर्ल्ड नाम से एक पूरे गेम का ही विकास कर दिया गया।"²

स्वच्छंदता: पुराने जमाने में व्यक्तियों को अपने मन के विचारों को व्यक्त करने के लिए कई तरह की संदेह था। लेकिन उसको उसके लिए किसी मंच भी नहीं था। आज का संदर्भ विभिन्न है, किसी भी व्यक्ति को अपने विचार प्रस्तुत करने के लिए अलग-अलग मंच है जैसे फेसबुक, ब्लॉग, यूट्यूब आदि। इसके ज़रिए अपना मत प्रकट करने के लिए कोई तकलीफ नहीं है। सोशल मीडिया के कारण किसी व्यक्ति को अब बोलने की डर नहीं है। आज सब को बोलने की अधिकार एवं आज़ादी भी है।

इंटरनेट का बेदाम

सोशल मीडिया के अधिक उपयोग के कारण ही इंटरनेट को आज इतना प्रचार मिला। आज सारी व्यक्तियों के पास मोबाइल है, उसमें इंटरनेट है, इसके जरिए ही सोशल मीडिया का अधिक उपयोग हुआ। इसके कारण कई मोबाइल कंपनियों ने इंटरनेट

का उपलब्धता आसान किया। अब कम नकद से अधिक डेटा जैसे हुआ।

निष्कर्ष

यह है कि सोशल मीडिया एक सशक्त माध्यम है। आज भारत में इसका उपयोग बहुत तेजी से बढ़ते हैं। सच कहें तो भारत में इसका उपयोग सही एवं गलत तरीके से करते हैं। मैं यह बताना चाहती हूँ कि सभी कार्य में दो पक्ष हैं, सही ढंग से उपयोग किया तो परिणाम सच होगा। इसलिए सोशल मीडिया का उपयोग सावधानी से करें।

संदर्भ सूची

1. ऑनलाइन मीडिया, सुरेश कुमार।
2. सोशल मीडिया, योगेश पटेल।