



Review Article

सोशल मीडिया और उसके प्रभाव को समझना

डॉ. अरविंद कुमार^{1*}, डॉ. देवेन्द्र कुमार पाण्डेय²
^{1,2}असिस्टेंट प्रोफेसर, रक्षा एवं स्त्रातेजिक अध्ययन विभाग,
 एएनडी किसान पीजी कालेज बभनान गोण्डा, उत्तर प्रदेश, भारत

Corresponding Author: * डॉ. अरविंद कुमार

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13997555>

सारांश	Manuscript Information
<p>"इंटरनेट एक दोहरी धार वाली तलवार है, जो समाज को एक ओर जोड़ती है और दूसरी ओर तोड़ती भी है। यह एक ऐसा माध्यम है जहां अच्छाई और बुराई दोनों को समान रूप से प्रसारित किया जा सकता है, और जिसके परिणामस्वरूप वैश्विक स्तर पर इसके प्रभाव को देखना शुरू कर रहे हैं।"</p> <p>भारत ने हाल के वर्षों में मास मीडिया और सोशल मीडिया के क्षेत्र में अभूतपूर्व वृद्धि देखी है, जिससे मीडिया की भूमिका वर्तमान परिदृश्य में अत्यधिक महत्वपूर्ण हो गई है। सूचना और संचार प्रौद्योगिकी के विकास ने टेलीविजन, इंटरनेट, सोशल मीडिया और प्रिंट मीडिया जैसे कई समाचार और सूचना स्रोतों की उपलब्धता और पहुंच को बढ़ाया है। मीडिया न केवल संदेश पहुंचने का काम करता है, बल्कि यह बहस और चर्चाओं के माध्यम से घरेलू या विदेश नीति और राष्ट्रीय सुरक्षा के मुद्दों से संबंधित सार्वजनिक धारणा बनाने की कोशिश करता है। मीडिया सूचना का एक विश्वसनीय स्रोत है, जिस पर लोग भरोसा और विश्वास करते हैं। इसलिए, यह राज्य को राष्ट्रीय सुरक्षा से संबंधित मुद्दों में विश्वास निर्माण या विश्वास पैदा करने में मदद करता है।</p> <p>भारत में मीडिया के विकास को तीन चरणों में देखा जा सकता है- पहला चरण: 15 वीं और 16 वीं सदी में ईसाई मिशनरी द्वारा प्रिंटिंग प्रेस की शुरुआत, जिसके बाद भारत का पहला अखबार बंगाल गजट 1780 में प्रकाशित हुआ। दूसरा चरण: आजादी के बाद से अस्सी के दशक तक, जब मीडिया के प्रसार और गुणवत्ता में जबरदस्त वृद्धि हुई। तीसरा चरण: नब्बे के दशक में भूमण्डलीकरण के आगमन के साथ, जिससे निजी क्षेत्र में मीडिया का विस्तार हुआ और नई मीडिया प्रौद्योगिकियों का इस्तेमाल बढ़ा।</p>	<ul style="list-style-type: none"> ISSN No: 2583-7397 Received: 28-07-2024 Accepted: 09-09-2024 Published: 27-10-2024 IJCRM:3(5); 2024: 207-209 ©2024, All Rights Reserved Plagiarism Checked: Yes Peer Review Process: Yes <p>How to Cite this Manuscript</p> <p>अरविंद कुमार, देवेन्द्र कुमार पाण्डेय. सोशल मीडिया और उसके प्रभाव को समझना. International Journal of Contemporary Research in Multidisciplinary.2024; 3(5):207-209.</p>

कूटशब्द: मास मीडिया, प्रिंटिंग प्रेस, भूमण्डलीकरण, सूचना क्रांति, इंटरनेट ऑफ थिंग्स, सोशल मीडिया।

1. परिचय

इंटरनेट ऑफ थिंग्स में, विचार हर दिन एक बड़ी छलांग लगाते हैं, जहां अच्छे और बुरे दोनों व्यवधान सामान्य बात है। ऐसा ही एक व्यवधान सोशल मीडिया का आगमन है, जिसने वास्तविक समय में सूचना के

आदान-प्रदान के तरीके में क्रांति ला दी है, जिसने दुनिया भर में एक सूचना क्रांति को जन्म दिया है जिसने लोगों, सरकारों, संगठनों, सार्वजनिक और निजी दोनों को अपनी सूचनाओं को प्रबंधित करने और तेजी से परस्पर जुड़ी दुनिया में शामिल होने के तरीके पर पुनर्विचार

करने के लिए मजबूर किया है। इसने सूचना पदानुक्रम को चुनौती दी है, पहुँच खोली है और सूचना विनिमय का एक बिल्कुल नया पारिस्थितिकी तंत्र तैयार किया है। तकनीकी नवाचार तेजी से और लगातार विकसित हो रहे हैं, जिससे अवरोध, सीमाएँ और नियंत्रण अप्रासंगिक हो गए हैं।

सूचना संचार प्रौद्योगिकी (ICT) में इस तरह के अभूतपूर्व विकास, भारत में सफल सहभागी शासन पहल के लिए अपार संभावनाएँ प्रदान करते हैं। प्रधानमंत्री कार्यालय, भारतीय अर्थव्यवस्था को सशक्त बनाने के लिए इस माध्यम द्वारा, प्रदान किए गए अवसरों का दोहन करने के लिए उदाहरण पेश कर रहा है। लेकिन तकनीक एक दोधारी तलवार है, यह कानून और व्यवस्था के क्षेत्र में नई चुनौतियाँ भी पेश करती है, और सरकारों के लिए सुरक्षा, जिन्हें नवीन तरीके से निपटने की आवश्यकता है।

वास्तविक अर्थों में सोशल मीडिया और सोशल नेटवर्क में अंतर है क्योंकि सोशल मीडिया एक संचार चैनल है, जो दर्शकों तक व्यापक सूचना प्रसारित करता है, और आमतौर पर एकतरफा होता है, जबकि सोशल नेटवर्क समान विचारधारा वाले लोगों, समूहों या समुदायों के बीच जुड़ाव की सुविधा प्रदान करता है।

2. अध्ययन का उद्देश्य

इस पेपर का उद्देश्य राष्ट्रीय सुरक्षा से जुड़े मामलों में मीडिया की भूमिका और राष्ट्रीय सुरक्षा से जुड़े संकट की स्थिति में उसके व्यवहार का विश्लेषण करना है।

3. भारत में सोशल मीडिया का विकास

नवीनतम आंकड़ों के अनुसार भारत में सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं की संख्या वर्तमान में लगभग 934 मिलियन है, जो की दुनिया में सबसे अधिक है, जबकि ग्रामीण भारत में 2014 से सितम्बर 2024 के बीच उपयोगकर्ताओं की संख्या में 100 प्रतिशत की वृद्धि हुई है।^[3] इंटरनेट और मोबाइल एप्सिऐशन ऑफ इंडिया की एक रिपोर्ट के अनुसार, "यह तथ्य कि लगभग दो तिहाई उपयोगकर्ता पहले से ही अपने मोबाइल के माध्यम से सोशल मीडिया का उपयोग कर रहे हैं, जो की एक आशाजनक संकेत है। मोबाइल टैरिफ में अपेक्षित वृद्धि के साथ मोबाइल पर सोशल मीडिया का उपयोग करने वाले उपयोगकर्ताओं की संख्या में वृद्धि होना तथ्य है।"^[4] इंटरनेट की पहुंच आबादी के 16% से अधिक नहीं होने के बावजूद, कम लागत वाले मोबाइल उपकरणों की उपलब्धता एक गेम चेंजर बन गई है।

भारत, जहाँ अनुमानित 934 मिलियन मोबाइल इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जो कि सोशल नेटवर्किंग साइट फेसबुक के लिए अमेरिका के बाद सबसे बड़ा बाज़ार है।^[6] भारत में इसके 934 मिलियन मजबूत उपयोगकर्ता आधार में से 133 मिलियन अपने मोबाइल फोन के माध्यम से सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करते हैं।^[7] गूगल की वीडियो साझा करने वाली वेबसाइट यूट्यूब को भारत में हर महीने 60 मिलियन हिट मिलते हैं। माइक्रो-ब्लॉगिंग साइट ट्विटर के भारत में 22.2 मिलियन उपयोगकर्ता हैं, जो इसे दुनिया में इसका तीसरा सबसे बड़ा उपयोगकर्ता आधार बनाता है। ये संख्याएँ आश्चर्यजनक है जो कि सुरक्षा, कानून और व्यवस्था के संदर्भ में दूरगामी प्रभाव डालती हैं। सरकारी एजेंसियाँ, प्रौद्योगिकी में आमूल-चूल नवाचारों के साथ तालमेल बिठाने में सक्षम नहीं हो सकती हैं, लेकिन उन्हें ई-गवर्नेंस में अपने जुड़ाव और आउटरीच

प्रयासों में सक्रिय होना होगा, नागरिकों के बीच सहयोग सुनिश्चित करना होगा और साथ ही साथ सुरक्षित समुदायों का निर्माण करना होगा।

4. सोशल मीडिया का प्रभाव और नई चुनौतियाँ

भारत सरकार के लिए, इंटरनेट, सामाजिक-आर्थिक, सशक्तिकरण योजनाओं के लिए चुना गया मंच बना हुआ है, जो भारत को अपने विकास के लिए इंटरनेट प्लेटफॉर्म पर अद्वितीय रूप से निर्भर बनाता है, तथा साथ ही, यह भारत की कमजोरियों के जोखिमो को बढ़ाता है। पिछले कुछ सालों में ही भारत ने 2011 में अन्ना हजारे के नेतृत्व में 'इंडिया अगेंस्ट करप्शन' आंदोलन के साथ देश भर में बड़े पैमाने पर विरोध प्रदर्शनों को समन्वित करने में सोशल मीडिया की क्षमता देखी है।^[1] हालांकि ये विरोध प्रदर्शन काफी हद तक शांतिपूर्ण थे, लेकिन उन्होंने स्थानीय सुरक्षा ढांचे की संख्या के मामले में परीक्षा ली।

हमने 2013 में दुखद दिल्ली सामूहिक बलात्कार की घटना के बाद की घटनाओं को दोहराया, जहाँ बड़ी संख्या में प्रदर्शनकारियों ने सोशल मीडिया की मदद से खुद को संगठित किया।^[5]

घटनाओं के एक और अधिक भयावह मोड़ में, मोबाइल और सोशल नेटवर्क इंटरफेस का उपयोग आपत्तिजनक क्लिप और घृणास्पद संदेश भेजने के लिए किया गया, जिससे 2012 में असम में जातीय संघर्ष के बाद भारत के बड़े हिस्से से पूर्वोत्तर भारतीयों का आतंक और सामूहिक पलायन हुआ।^[2]

सितंबर 2013 में, उत्तर प्रदेश के मुजफ्फरनगर में सांप्रदायिक दंगों को भड़काने के लिए YouTube पर एक मॉर्फेड वीडियो का इस्तेमाल किया गया और बड़े पैमाने पर आतंक फैल गया। ये घटनाएं साइबर-सुरक्षा चुनौती बन गईं और इस माध्यम के एक पहलू को उजागर किया जिसका राष्ट्र-विरोधी तत्वों द्वारा फायदा उठाया जा सकता है, और इस पर तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता है।

वर्ष 2014 में, बेंगलुरु स्थित एक कार्यकारी, मेहदी मसूर बिस्वास की गिरफ्तारी, जिस पर भारत में आतंकवादी समूह इस्लामिक स्टेट (ISIS) के सबसे प्रभावशाली ट्विटर हैंडल @ShamiWitness के पीछे का व्यक्ति होने का आरोप है, जिसने देश में सोशल मीडिया के दुरुपयोग से उत्पन्न खतरे की सीमा को सामने ला दिया। दो साल बाद, ISIS द्वारा जारी एक प्रचार वीडियो में कथित भारतीय जिहादियों को सीरिया में लड़ते हुए दिखाया गया और अधिक भारतीयों को इस अभियान में शामिल होने के लिए आह्वान किया गया। यह खतरा वास्तव में भारत पर आ गया है, और इसने साबित कर दिया है कि सोशल मीडिया आतंकवादी समूहों द्वारा कट्टरपंथ के लिए एक शक्तिशाली उपकरण बन गया है।

इसके अलावा, हम भारत में "नए मीडिया की घटनाओं" के विकास को भी देख रहे हैं, जहाँ पारंपरिक मीडिया (मुख्य रूप से टेलीविज़न) अपने 24 घंटे के समाचार चक्रों को खिलाने के लिए सोशल मीडिया पर तेजी से निर्भर हो रहा है और सोशल मीडिया के रुझानों के अनुसार सामग्री और कवरेज चुन रहा है। इस सहजीवी संबंध ने उपभोक्ताओं पर प्रभाव को दोगुना कर दिया है और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म को अधिक दृश्यता प्रदान की है। सूचना के साधन और उपयोगकर्ता सामग्री के जनरेटर के रूप में मीडिया के विभिन्न रूपों-टेलीविज़न, सोशल और ऑनलाइन नेटवर्क के अभिसरण से कानून और व्यवस्था के साथ-साथ सुरक्षा के लिए बहुआयामी निहितार्थ हैं। अपराधियों से नियंत्रण वापस लेने के लिए सुरक्षा और कानून प्रवर्तन एजेंसियों द्वारा अत्यधिक उच्च मात्रा और वेग से सूचना फैलाने की सोशल मीडिया की क्षमता का दोहन

किया जाना चाहिए। इसका उत्तर, माध्यम को अवरुद्ध करने में नहीं, बल्कि माध्यम के भीतर ही निहित है जो , जुड़ाव और सहयोग के रास्ते प्रदान करता है, और यदि इसकी इष्टतम क्षमता का उपयोग किया जाए तो यह ओपन सोर्स इंटेलिजेंस के भंडार के रूप में भी काम कर सकता है। डीईआईटीवाई के दिशानिर्देशों के ढांचे ने सही ढंग से देखा है, वो "जबकि एकव्यक्तिगत स्तर पर, इस तरह के मीडिया का उपयोग जिस तेजी से लोकप्रिय हो रहा है, आधिकारिक उद्देश्य के लिए इस तरह के मीडिया का उपयोग और उपयोगिता अस्पष्ट बनी हुई है। कई आशंकाएँ बनी हुई हैं, जिनमें विभाग/एजेंसी की ओर से बोलने के लिए प्राधिकरण, संचार के लिए इस्तेमाल की जाने वाली तकनीक और मंच, जुड़ाव का दायरा और प्रतिक्रिया की चिंता, संचार के विभिन्न चैनलों के बीच तालमेल बनाना, मौजूदा कानूनों का अनुपालन आदि से संबंधित मुद्दे शामिल हैं, लेकिन इन्हीं तक सीमित नहीं हैं। इस शोध पत्र का उद्देश्य इन सभी मुद्दों से निपटना और भारत में सुरक्षा और कानून प्रवर्तन एजेंसियों के प्रयासों के पूरक के रूप में सोशल मीडिया नीति की स्वीकृति, जुड़ाव के दायरे और संस्थागतकरण की जाँच करना है।

सन्दर्भ:

1. Schmidt E, Cohen J. *The New Digital Age - Reshaping The Future of People, Nations and Business*. London: John Murray; 2013.
2. Use of social media doubles in rural India. *The Hindu*. 2015 Jun 20 [cited 2016 May 15]. Available from: <http://www.thehindu.com/sci-tech/technology/internet/social-media-use-doubles-in-rural-india/article7334735.ece>
3. Ibid.
4. Mobile Internet users in India to reach 371 mn by June 2016. *The Indian Express*. 2016 Feb 4 [cited 2016 May 15]. Available from: <http://indianexpress.com/article/technology/tech-news-technology/mobile-internet-users-in-india-to-reach-371-mn-by-june-2016/>
5. Islamic State releases video allegedly showing Indian jihadists fighting in Syria. *The Indian Express*. 2016 May 25 [cited 2016 May 25]. Available from: <http://indianexpress.com/article/india/india-news-india/isis-releases-video-showing-indian-jihadists-fighting-in-syria-2810827/>
6. Pandalai S. Lessons from 2011: The New Media Revolution is a Strategic Asset. *IDS Policy Brief*. 2012 Jan 13 [cited 2013 Sep 1]. Available from: http://idsa.in/system/files/IB_Lessonsfrom2011TheNewMediaRevolutionisaStrategicAsset.pdf
7. Department of Electronics and Information Technology Framework & Guidelines for Use of Social Media for Government Organisations. p. 6 [cited 2013 Sep 1]. Available from: https://negp.gov.in/pdfs/Approved_Social_Media_Framework_and_Guidelines%20_2_.pdf

पत्रिकाएँ

1. Journal of National Security
2. Cybersecurity Journal
3. Social media + Society
4. Journal of Information Warfare
5. National Security Quarterly

Creative Commons (CC) License

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. This license permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.