



परम्परागत मीडिया व सोशल मीडिया: एक दृष्टिकोण  
(Traditional Media and Social Media: An Approach)

**Dr. Mahendra Yadav**

Assistant Professor (Physics)

Ramabai Government Women Post Graduate College,

Dr. Ram Manohar Lohia Awadh University, Faizabad, U.P., (India)

Email: [drmahendrayadav1976@gmail.com](mailto:drmahendrayadav1976@gmail.com)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7941-6321>

**Dr. Rita Singh**

Assistant Professor (History)

Pt. Ram Lakhan Shukla Rajkey Post Graduate College Alapur,

Dr. Ram Manohar Lohia Awadh University, Faizabad, U.P., (India)

Email: [ritasingh806@gmail.com](mailto:ritasingh806@gmail.com)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6601-1533>

DOI: <https://doi.org/10.53724/jmsg/v6n1.03>

**संक्षिप्त रूप**

समाज और मीडिया के रिश्तों पर बात की जाय तो यह बात निकल कर सामने आती है कि यह रिश्ता सदैव धनिष्ठता का रहा है। मीडिया, सामाजिक पहलू या गतिविधियों के प्रचार व प्रसार का एक सशक्त माध्यम है। सूचनाओं के प्रसार में अब कहीं ना कहीं देखा जाय तो मीडिया नेटवर्क मुख्य भूमिका निभा रहा है। विकास व संचार के माध्यम ने समाज के प्रत्येक नागरिक को मीडिया का स्वरूप प्रदान किया है। समय के बदलाव के साथ यही स्वरूप अब सोशल मीडिया के रूप में उभर कर समाज के सामने दिखाई देता है। जहाँ तक सवाल सोशल मीडिया वेबसाइटों, फेसबुक, ट्विटर व इस्टाग्राम का है तो इन एपों ने इसमें अपनी अहम भूमिका निभाई है। शोध-पत्र में मीडिया से सोशल मीडिया तक हुए बदलाव के साथ ही इसके सकारात्मक व नकारात्मक दोनों पहलुओं पर प्रकाश डाला गया है।

**शब्दकुंजी:** समाज और मीडिया, भारत में सोशल मीडिया का विकास, समाचार पत्रों का विकास, समाचार पत्रों की अजादी।

भारत में जहाँ तक मीडिया का सवाल है तो इसका विकास अमुनन तीन चरणों में देखा जा सकता है। पहले चरण की नींव उन्नीसवीं सदी के प्रारंभिक समय में पड़ी जब औपनिवेशिक आधुनिकता और औपनिवेशिक हुकूमत के खिलाफ असंतोष की लहर देश में हर कोने में उठी, इस पुरी प्रक्रिया में मीडिया दो ध्रुवों में बँट गया। मीडिया का एक हिस्सा जहाँ औपनिवेशिक शासन का समर्थक निकला तो वही दूसरा स्वतंत्रता का। अंग्रेज समर्थक अखबारों के पत्रकारों के वेतन और अन्य सुविधाओं का स्तर भारतीय भाषाओं के प्रकाशनों में कार्यरत पत्रकारों के वेतन से बहुत अच्छा था। ब्रिटिश समर्थक अखबारों को खूब विज्ञापन मिलते थे और उनके लिए किसी भी प्रकार के संसाधनों की कोई कमी नहीं थी, जबकी ब्रिटिश विरोधी हिन्दी अखबारों का पूँजी का आधार बहुत कमजोर था जिस

कारण वे भारतीय समाज में अपनी पहुँच नहीं बना पा रहे थे।<sup>1</sup> इसे देखते हुए राष्ट्रवादी विचारों वाले अंग्रेजी अखबारों की शुरुआत की गयी। 1923 में कांग्रेस का समर्थन करने वाले भारतीय पूँजीपति घनश्याम दास बिडला ने "द हिन्दुस्तान टाइम्स" का प्रकाशन शुरू किया। 1938 में जवाहरलाल नेहरू ने अंग्रेजी के राष्ट्रवादी अखबार "नेशनल हैराल्ड" की स्थापना की। 1930 में औपनिवेशिक सरकार ने ब्राडकास्टिंग को अपने हाथ में ले लिया और 1936 में इसका नामकरण "आल इण्डिया रेडियो" या "आकाशवाणी" कर दिया गया।<sup>2</sup> अम्बिका प्रसाद वाजपेयी, समाचार पत्रों का इतिहास (1986)।

रेडियो पूरी तरह से अंग्रेजी सरकार का प्रचारतंत्र था जिसके कारण उपनिवेशवाद विरोधी राजनीति के पक्ष में रेडियो से एक भी शब्द प्रसारित नहीं किया जाता था। 15 अगस्त 1947 को ज्यों ही सत्ता का हस्तांतरण हुआ, मीडिया और सरकार के संबंध बुनियादी तौर पर बदल गये। मीडिया ने राजनीतिक नेतृत्व के साथ मिलकर आधुनिक भारतीय राष्ट्र का निर्माण शुरू किया।

मीडिया के विकास का दूसरा चरण सत्ता हस्तांतरण के साथ शुरू हुआ। इसके चार उल्लेखनीय आयाम थे—

1. एक सुपरिभाषित राष्ट्र-हित के आधार पर आधुनिक भारत के निर्माण में सचेत और सतर्क भागीदारी की परियोजना।
2. अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता में कटौती करने की सरकारी कोशिशों के खिलाफ संघर्ष।
3. विविधता एवं प्रसार की जबरदस्त उपलब्धि के साथ—2 भाषाई पत्रकारिता द्वारा अपने महत्व और श्रेष्ठता की स्थापना।
4. प्रसारण मीडिया की सरकारी नियंत्रण से एक सीमा तक मुक्ति।<sup>3</sup>

सन् 1952 व 1977 में दो प्रेस आयोग गठित किये गये। 1965 में एक संविधानगत संस्था प्रेस परिषद की स्थापना की गयी। सन् 1956 में रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक्स एक्ट के तहत प्रेस रजिस्ट्रार ऑफ इण्डिया की स्थापना की गयी। इन उपायों में प्रेस की आजादी को सीमित करने के अंदेश भी देखे जा सकते थे, पर बावजूद इसके प्रेस ने इन कदमों पर कोई आपत्ति नहीं की। उसे यकीन था कि सरकार किसी भी परिस्थिति में संविधान के अनुच्छेद 19(1)(ए) के तहत मिलने वाली अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की गारंटी का उल्लंघन नहीं करेगी।<sup>4</sup> संविधान में स्पष्ट उल्लेखन होने के बावजूद सर्वोच्च कोर्ट ने इस गारंटी में प्रेस की स्वतंत्रता को भी शामिल मान लिया था, लेकिन प्रेस का यह विश्वास 1975 में टूट गया जब तत्कालिन प्रधानमंत्री ने अपने राजनीतिक संकट से उबरने के लिए देश पर आन्तरिक आपातकाल थोप दिया। नतीजे के तौर पर नागरिक अधिकार मुलतवी कर दिये गये, स्वतंत्र अभिव्यक्ति और प्रेस पर पाबंदियाँ लगा दी गयीं। 253 पत्रकार नजरबंद कर दिये गये, सात विदेशी संवाददाता निष्कासित कर दिये गये, सेसंरशिप थोपी गयी और प्रेस परिषद भंग कर दी गयी। भारतीय प्रेस अपनी एकजुटता के अभाव में अपने ऊपर होने वाले इस आक्रमण का उतना विरोध नहीं कर पाया जितना उसे करना चाहिए था। इस कारण कुछ ने

<sup>1</sup> अम्बिका प्रसाद वाजपेयी, समाचार पत्रों का इतिहास (1986)।

<sup>2</sup> हिरण्यमय कार्लेकर, द मीडिया : इवोल्यूशन, रोल एंड रिस्पॉन्सिबिलिटी (2002)।

<sup>3</sup> मोहित मोइत्रा, ए हिस्ट्री ऑफ जर्नलिज्म, नेशनल बुक एजेंसी, कोलकता (1993)।

<sup>4</sup> आर 0 पार्थसारथी, जर्नलिज्म इन इण्डिया (1989)।

सरकार के सामने घूटने टेक दिये पर कुछ ने अपना नुकसान सह कर भी आपातकाल की पाबंदियों का पूरी सामर्थ के साथ प्रतिरोध किया।<sup>5</sup>

आपातकाल आखिरकार लगभग उन्नीस महीने बाद चुनाव की कसौटी पर पराजित हो गया, इस झटके के कारण पहली बार भारतीय प्रेस ने अपने अधिकार व आजादी के लिए लड़ने की जरूरत महसूस की। राष्ट्र निर्माण की प्रक्रिया में हिस्सेदारी करने की अब उसकी भूमिका पहले से भी अधिक सतर्क हो गयी। 1962 में बिहार प्रेस विधेयक और 1988 में लोकसभा द्वारा पारित किये गये मानहानि विधेयक को राजसत्ता पत्रकारों द्वारा किये आंदोलनों के कारण कानून में नहीं बदल जा सका। दूसरी तरफ इन्दिरा गान्धी की सरकार द्वारा एक्सप्रेस समाचार-पत्र समूह को सताने के लिए चलाये गये अभियान से यह भी साफ हुआ कि किसी अखबार द्वारा किये जा रहे विरोध को दबाने के लिए कानून बदलने के बजाए सत्ता का थोड़ा सा दुरुपयोग ही काफी है। देश की बढ़ती साक्षरता व जागरूकता ने धीरे-धीरे नये पाठको का ध्यान अपनी ओर आकर्षित किया। कम्प्यूटर आधारित नयी प्रिंटिंग तकनीक ने अखबारों और पत्रिकाओं के प्रस्तुतीकरण में नया आकर्षण पैदा किया। इस आकर्षण का नई परिस्थिति में काफी हद तक लाभ भाषाई अखबारों को हुआ।<sup>6</sup>

नब्बे के दशक में कदम रखने के साथ ही भारतीय मीडिया को 1990-91 में अपने आस-पास काफी हद तक बदली हुई दुनिया के साक्षात्कार से रूबरू होना पड़ा और साथ ही साथ उसका सामना भी करना पड़ा। यही वह समय था जिसमें सरकार ने सूचना व प्रसारण के क्षेत्र में एक खुली नीति अपनायी प्रारंभ की। यही वह दौर था जिसमें भारत सरकार ने आकाशवाणी व दूरदर्शन जैसे प्रचार के क्षेत्रों को काफी हद तक स्वायत्ता प्रदान की और यही वह दौर था जब सरकार ने प्रिंट मीडिया में विदेशी मीडिया को भी प्रवेश देना प्रारंभ किया। उपभोक्तावादी समाज के कारण मीडिया को विज्ञापन से होने वाली आमदनी में पहले से कई गुना वृद्धि हुई जिससे मीडिया को अपने क्षेत्र को विस्तार करने में कहीं से भी और किसी भी प्रकार की दिक्कतों का सामना नहीं करना पड़ा। यह समृद्धि व शक्तिशाली मीडिया की एक शुरुवात थी। सेटलाइट प्रौद्योगिकीय व डीटीएच प्रौद्योगिकीय ने समाचार प्रसारण व मनोरंजन की दुनिया को पूरी तरह बदल डाला। 1995 में भारत में इंटरनेट सेवा का प्रारंभ हुआ।<sup>7</sup> इस सेवा ने बड़े ही कम समय में लोगों की व्यक्तिगत व व्यावसायिक जीवन में अपना अहम स्थान बना लिया। थोड़ी बहुत जो कमी रह गयी थी उसे मोबाइल सेवा ने पूरी कर दी और मानव जीवन के अधिकतर पहलू इसके दायरे में आ गये। इसे लोगों ने मीडियास्फेयर कहना शुरू कर दिया। सेटलाइट आधारित टीवी चैनलों की लोकप्रियता दिनो-दिन इतनी जादा बढ़ने लगी की प्रमुख मीडिया कम्पनियों ने टीवी पर दिखाये जाने वाले कार्यक्रमों के निर्माण व व्यापार में व्यापक छलांग लगा दी। 1999 के बाद देश में कम्प्यूटर की आहटे हर जगह सुनी जाने लगी।<sup>8</sup> कम्प्यूटर के साथ ही इंटरनेट उपभोक्ताओं की संख्या भी तेजी से बढ़ने लगी। बैंको ने इसे काफी तेजी से प्रोत्साहित करना शुरू कर दिया।

<sup>5</sup> एस0 पी0 शर्मा, द प्रेस : सोसियो-पॉलिटिकल अवकनिंग, मोहित पब्लिकेशन, नई दिल्ली (1989)।

<sup>6</sup> पी0 सी0चटर्जी, ब्रॉडकास्टिंग इन इण्डिया, सेज पब्लिकेशन, नई दिल्ली (1987)।

<sup>7</sup> के0 बाला सुब्रहमण्यम, द इम्पेक्ट ऑफ ग्लोबलाइजेशन ऑफ मीडिया ऑन मीडिया इमेजेज: ए स्टडी ऑफ मीडिया इमेजेज बिटवीन 1987-1997, (1999)।

<sup>8</sup> यू0वी0 रेड्डी, ए स्टोरी ऑफ इण्डिया टेलिविजन, (1995)।

धीरे-धीरे देश के प्रमुख समाचार पत्र भी अपने-अपने संस्करण का प्रकाशन ऑनलाइन करने लगे तथा उद्योग जगत भी अपने उत्पादों की बिक्री ऑनलाइन करने लगा। नेट पर रेलवे व हवाई सफर के टिकट व अन्य ढेर सारी सुविधाएँ भी बुक होने लगीं। नौकरी दिलाने से लेकर शादी-ब्याह करने व वर-वधु खोजने में इंटरनेट एक बड़ा प्रभावशाली साधन साबित हुआ। विभिन्न नेटवर्किंग साइट्स के सहारे निजी सम्बन्धों की दुनिया में नये रूपों का समावेश हुआ।

समय के साथ हुए बदलाव के मद्देनजर प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और समानांतर मीडिया से अलग सोशल मीडिया अस्तित्व में आया, जिसका उपयोग करने वाला व्यक्ति सोशल मीडिया के किसी प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम एवं व्हाट्सएप आदी का उपयोग कर दुनिया के किसी भी देश व समाज के साथ संवाद स्थापित कर सकता है। सोशल मीडिया संचार का वर्तमान में बहुत ही सरल व सुलभ माध्यम है। इसका अपना एक विशाल नेटवर्क है जो विश्व के हर क्षेत्र को जोड़ता है जिससे हर क्षेत्र की खबरें बड़ी ही तेजी से हर देश के कोने-कोने में पहुँच जाती हैं। सोशल मीडिया सकारात्मक व नकारात्मक दोनों भूमिका अदा करता है, जिससे किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश आदि को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया व बिगाड़ा जा सकता है। सोशल मीडिया के जरिये ऐसे कई विकासोन्मुखी कार्य हुए हैं जिससे लोकतंत्र को हर स्तर पर कहीं ना कहीं लाभ हुआ है, इससे किसी भी देश की एकता, अखण्डता, पंथनिरपेक्षता, समाजवादी गुणों में अभिवृद्धि हुई है। यह सोशल मीडिया का ही प्रभाव था कि भ्रष्टाचार के खिलाफ महाअभियान में लोग अन्ना हजारे के साथ जुड़ते गये और भ्रष्टाचार के खिलाफ एक विशाल जनसमूह का शक्ल ले लिया और जिसने आन्दोलन को बहुत ही प्रभावशाली बना दिया।<sup>9</sup> लोकसभा या विधानसभा का या यूँ कह लें किसी भी प्रकार का चुनाव हो, चुनाव के दौरान राजनीतिक पार्टियों ने जमकर सोशल मीडिया का उपयोग कर आमजन को चुनाव में जागरूक बनाया है। सोशल मीडिया के बाद से ही निर्भया को न्याय दिलाने के लिए विशाल संख्या में युवा सड़कों पर उतर गये, जिससे सरकार दबाव में आ गयी और नया कानून बनाने के लिए मजबूर हो गयी।

सोशल मीडिया जहाँ एक तरफ अपनी लोकप्रियता के चरम पर है तो वहीं दूसरी तरफ लोगों को यह महसूस होने लगा है कि कहीं ना कहीं सोशल मीडिया मानव समाज के लिए एक अभिशाप सा बनता जा रहा है। इसने मानव की अंतः क्रियाओं को जहाँ नष्ट किया है, वहीं आधुनिक मानव सम्बन्धों में भी परिवर्तन कर दिया है। यह अब बहुत ही सशक्त माध्यम बन गया है, जिसका प्रभाव समाज के प्रत्येक व्यक्ति पर पड़ रहा है। इस समय देखा जाय तो सोशल नेटवर्किंग साइटों से जुड़े रहना सबको पसंद है, खासकर युवाओं को। लोग अब तो यहाँ तक मानने लगे हैं कि यदि आप डिजिटल रूप से जुड़े नहीं हैं तो आपका अपना कोई अस्तित्व नहीं है। जहाँ तक युवाओं की बात करे तो एक अध्ययन के मुताबिक एक सामान्य किशोर प्रति सप्ताह औसत रूप से 72 घण्टे सोशल मीडिया का उपयोग कर रहा है, इस कारण युवाओं के पास अन्य कार्यों के लिए बहुत ही कम समय उपलब्ध हो पाता है, जिस कारण उसके अन्दर गंभीर समस्या पैदा होने लगती है और दिन ब दिन एक दूसरे से संबंध खोते जा रहे हैं, और साथ ही साथ अजनबियों, यौन अपराधियों को अपनी निजी जानकारी दे रहे हैं।<sup>10</sup> सोशल नेटवर्किंग साइट्स ने

<sup>9</sup> के0एस0नायर, ग्रेजुएटिंग फ्रॉम इनफॉर्मेशन साइडवॉक टु हाईवे, (1998)।

<sup>10</sup> नया मीडिया: अध्ययन और अभ्यास, शालिनी जोशी व शिव प्रसाद, (2015)।

लोगो को वास्तविक जीवन की बजाय आभासी जीवन में रहने को मजबूर कर दिया है। यह एक ऐसा खेल बन चुका है जहाँ एक दुसरे के साथ लाइक और शेयर के साथ सुख-दुख और सपने बांटे जाते हैं, और अगले ही क्षण रिस्तो को ब्लॉक कर दिया जाता है। सर्वे के अनुसार हर पाँच में से एक तलाक के लिए फेसबुक ही जिम्मेदार है। भारत में एसोचैम की एक रिपोर्ट के अनुसार अधिकतर कंपनियाँ ऑफिस के अन्दर सोशल साइट्स के इस्तेमाल को अच्छे रूप में नहीं देखती है।<sup>11</sup> सोशल मीडिया की आलोचना इसके विज्ञापनों के लिए भी की जाती है। इस पर मौजूद विज्ञापनों की भरमार उपभोक्ता को दिग्भ्रमित कर देता है तथा ऐसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म एक इतर संगठन के रूप में काम करते हैं। ये संगठन विज्ञापनों की किसी भी बात की जवाबदेही नहीं लेते हैं जो कि बहुत ही समस्यापूर्ण है। यहाँ बिना किसी रोक-टोक के धड़ल्ले से फेक न्यूज बनाये और साझा किये जाते हैं। विश्व आर्थिक मंच ने भी अपनी रिपोर्ट में बताया है कि सोशल मीडिया के जरिये झूठी सूचना का प्रसार उभरते जोखिमों में से एक है।

भारतीय मीडिया के अस्तित्व में जहाँ तक आने का सवाल है तो अपने शुरुवाती दौर में वह कई तरह की प्रारम्भिक समस्याओं से संघर्ष करता दिखा। संसाधनों के अभाव व आर्थिक स्थिति की कमजोर अवस्था के बावजूद भी यह भारतीय लोकतंत्र के आइने के रूप में लोकतंत्र के बुनियादी सवाल को उठाने में सफल रहा। आजादी के बाद ज्यो-ज्यो समय बीतता गया, मीडिया अपने लोकतान्त्रिक व नैतिक दायित्वों से हटता गया और इसका झुकाव धीरे-धीरे व्यावसायिकता की तरफ बढ़ता गया। लोकतंत्र में मीडिया के इस स्वरूप में उभर कर आने से जनहित के मुद्दों के धीरे-धीरे मीडिया की खबरों में गौड़ से होने लगे। इसका खामियाजा यह हुआ की समाज से जुड़ी समस्यायें व मुद्दे देश के सामने आने से रहे, और न ही उसके समाधान पर कोई विचार ही हो सका। जनमानस की आवाज एक निश्चित दूरी में ही सिमटकर रह गयी। समय के बदलाव, वैज्ञानिक विकास व भौतिक संसाधनों ने सोशल मीडिया को जन्म दिया। मीडिया के इस स्वरूप का जनमानस ने बड़े ही उत्साह के साथ स्वागत किया तथा समाज का हर तबका बड़ी ही तेजी से इससे जुड़ता गया। परिणाम यह हुआ कि हर व्यक्ति अपने आप में एक सूचना का केन्द्र बन गया जिससे समाज की हर छोटी मोटी सूचनायें बड़ी ही सरलता से प्रसारित होने लगी। कहते हैं अति हमेशा नुकसानदायक होती है, सोशल मीडिया भी इससे अछूता नहीं रहा। जहाँ एक ओर जनहित की प्रमुख समस्यायें उठाई जाने लगी वही दूसरी ओर भ्रामक व झूठी सूचनाओं ने कही ना कही सोशल मीडिया के सम्मान को ठेस पहुंचाई।

समाज का हर वर्ग, तबका इसे अब शक की निगाह व अफवाहों के रूप में देखने लगा। हद तो तब हो गयी जब व्यक्ति विशेष की व्यक्तिगत व निजी जीवन को भी इसने आघात पहुंचाना शुरू कर दिया। असामाजिक तत्वों ने इसे अपना हथियार बना डाला और देश की एकता व अखण्डता को प्रभावित करने वाली भ्रामक सूचनायें फैलाने लगा। कोरोना वायरस जैसे वैश्विक आपातकाल से देर सबेर निजात मिल ही जायेगी पर सरकार व समाज दोनों को अब सोशल मीडिया के दुरुपयोग को ध्यान में रखकर उचित व सार्थक कदम उठाने की जरूरत है, जिससे इसके गलत प्रभाव से समाज के हर तबके को बचाया जा सके।

\*\*\*\*\*

<sup>11</sup> दक्षिण भारत में सामाजिक मीडिया: श्रीराम वेंकटरमन, (2019)।