



INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL OF HUMANITIES AND INTERDISCIPLINARY STUDIES

(Peer-reviewed, Refereed, Indexed & Open Access Journal)

DOI : 03.2021-11278686

ISSN : 2582-8568

IMPACT FACTOR : 5.71 (SJIF 2021)

सोशल मीडिया के ज्वलंत मुद्दों का सामाजिक अध्ययन (महिलाओं के संदर्भ में)

Social study of burning Issues of Social Media (with Reference to Women)

पूनम

पीएचडी शोधार्थी

(हिंदी विभाग गुरुकुल कन्या परिसर)

संबंध गुरुकुल कांगड़ी विश्वविद्यालय, हरिद्वार (उत्तराखंड)

E-mail: journalistpoonamm@gmail.com

DOI No. 03.2021-11278686 DOI Link :: <https://doi-ds.org/doi/10.2021-29314793/IRJHIS2106020>

प्रस्तावना:

वर्तमान समय के इस दौर को मीडिया क्रांति का दौर माना जा रहा है। मीडिया के इस दौर में जब पूरे विश्व की सूचना एक छोर से दूसरे छोर तक त्वरित गति से पहुंचती है तो ऐसे में सोशल मीडिया के विकास को नकारा नहीं जा सकता है। संचार माध्यमों के विकास और बढ़ती भूमिकाओं के सभी कार्य को अंगीकार करने के बावजूद कुछ वर्ष पहले तक किसी ने यह सोचा तक ना था कि सोशल मीडिया का अंतरजाल समाज की सोच एवं समाज के दृष्टिकोण को इस प्रकार प्रभावित करेगा? वर्तमान समय में सोशल मीडिया अभिव्यक्ति का एक सशक्त माध्यम बन गया है। कोई भी व्यक्ति सोशल मीडिया से अछूता नहीं रहा है। चाहे वह शिक्षित हो या अशिक्षित सोशल मीडिया का सभी के जीवन में योगदान है। संचार के इन माध्यमों के द्वारा ही संपूर्ण विश्व को ग्राम की संज्ञा देना आसान हो पाया है। सोशल मीडिया के इन नेटवर्क में सभी यूजर (उपयोगकर्ता) खासतौर पर महिलाओं और युवाओं को अभिव्यक्ति का सशक्त मंच दिया है। समाज ने इसे संवाद के साथ ही सृजन का भी माध्यम माना है।

यदि संपूर्ण विश्व में सोशल मीडिया के इस्तेमाल की बात की जाए तो भारत देश पहले पायदान पर है। इसका कारण स्पष्ट है कि भारत में 70 प्रतिशत लोग 35 वर्ष से कम आयु के हैं। जो सोशल मीडिया का उपयोग बहुत ज्यादा कर रहे हैं देश का सरकारी तंत्र भी इस रुचि को देखते हुए सरकारी योजनाओं को सोशल मीडिया के माध्यम से जन जन तक पहुंचाने का कार्य कर रहा है। एक ओर सोशल मीडिया ने संचार के सशक्त माध्यम का सशक्त रूप लिया है, वहीं यह आंदोलन के सशक्त माध्यम का रूप लेता जा रहा है। अगर किसी घटना या सामाजिक मुद्दे को कम समय में मूल रूप से लोगों तक पहुंचाना हो तो सोशल मीडिया सबसे आसान व सस्ता साधन है। सोशल मीडिया ने मुक्त अभिव्यक्ति का खुला मंच प्रदान किया है। महिलाओं से जुड़े मुद्दों को भी बड़ी मात्रा में स्थान दिया है। सोशल

मीडिया के द्वारा महिलाएं अपनी अभिव्यक्ति को खुलकर प्रस्तुत करना या किए जाना प्रारम्भ कर दिया है। चाहे फिर हैशटैग मी टू जैसा मुद्दा हो या फिर सोशल मीडिया के प्रमुख प्लेटफॉर्म ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम या अन्य प्रकार के सोशल माध्यम पर इनके द्वारा चलाए जा रहे मुद्दों को आज हैशटैग एक्टिविज्म के नाम से जाना जाता है।

सोशल मीडिया और ज्वलंत मुद्दों का आशय :

प्रस्तुत शोध आलेख में सोशल मीडिया और ज्वलंत मुद्दों को विशेषकर महिलाओं के संदर्भ में लिया गया है। महिलाओं से जुड़े आंदोलन को किस प्रकार से सोशल मीडिया में एक नया रूप दिया है। यह आसान और सस्ता माध्यम होने के कारण बहुत कम समय में लोकप्रिय हो चुका है। आज सभी संप्रदाय, जाति, धर्म, वर्ग और देशों की महिलाएं सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर एक साथ दिखाई देती हैं। शुरुआत में सोशल मीडिया का उद्देश्य समान विचार वाले व्यक्तियों से वार्तालाप करना और दोस्त बनाना मनोरंजन मात्र था परंतु अब इसका दायरा विस्तृत और संभावनाएं व्यापक हो गई हैं अगर आज हम महिलाओं को सोशल मीडिया से दूर कर दे तो आधी आबादी सूचनाओं से वंचित हो जाएगी और सोशल मीडिया के 50% से ज्यादा उपभोक्ता समाप्त हो जाएंगे।

साहित्य पुनरावलोकन :

1. शोध आलेख- 'अभिव्यक्ति का वैकल्पिक मंच सोशल मीडिया चुनौतियां एवं संभावनाएं' शोधार्थी रामशंकर शोध पत्रिका शोध अनुसंधान समाचार अंक दिसंबर 2013। प्रस्तुत शोध में शोधार्थी ने अध्ययन कर पाया कि सोशल मीडिया की तरफ लोगों का रुझान तेजी से बढ़ रहा है। सोशल मीडिया के जरिए नए रोजगार का सृजन हो रहा है। सोशल मीडिया युवाओं और महिलाओं को संवाद के साथ ही सृजन का भी मंच उपलब्ध करा रहा है।
2. शोध आलेख- 'मीडिया एंड वूमन एंपावरमेंट' शोधार्थी मधु कुमारी शोध पत्रिका इंटरनेशनल जर्नल आफ साइंटिफिक एंड टेक्नोलॉजी रिसर्च वॉल्यूम 9 ईशु 3 मार्च 2020। शोध में शोधार्थी ने अध्ययन कर पाया कि किस प्रकार से और किस-किस माध्यम से महिलाओं ने सोशल मीडिया पर अपनी जगह बनाई। यूट्यूब के जरिए जिन महिलाओं को पहचान मिली साथ ही हैशटैग एक्टिविज्म के द्वारा कौन-कौन से मुद्दों को जागृत किया जा रहा है।
3. शोध आलेख- 'मी टू मूवमेंट' शोधार्थी गोविंद कुमार सक्सेना मेजर जनरल पीके शर्मा वार्षिक शोध पत्रिका क्रिएटिव कंटेंट इंटरनेशनल पब्लिशिंग ग्रुप वॉल्यूम 4, जुलाई 2018 प्रस्तुत शोध में शोधार्थी ने अध्ययन कर पाया कि मीटू आंदोलन का एक नया साधन बन गया है। जिससे सहज ही लोगों का समर्थन मिल रहा है और महिलाओं के लिए यह और भी ज्यादा आसान है।

शोध का उद्देश्य :

प्रस्तुत शोध में उद्देश्य निम्नलिखित हैं-

- 1 सोशल मीडिया के जरिए हो रहे सामाजिक परिवर्तन का अध्ययन करना है।
- 2 महिलाओं से जुड़े मुद्दों का सोशल मीडिया के संदर्भ में अध्ययन करना है।
- 3 सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म और कैपेन का अध्ययन करना जिन्होंने महिला आंदोलनों का रूप लिया है।

शोध प्रविधि :

प्रस्तुत शोध के लिए केस स्टडी व अवलोकन शोध विधि का प्रयोग किया गया है। उपकरण के रूप में प्रसिद्ध मुद्दों व उनके सोशल माध्यमों का प्रयोग किया जाएगा।

सोशल मीडिया एक परिचय :

लोकतंत्र में मीडिया को चौथा स्तंभ कहा जाता है। इस संदर्भ में देखा जाए तो बीते कुछ ही सालों में ऑनलाइन मीडिया पांचवा स्तंभ बन कर सामने आया है। एक जमाने में लोगों के पास खबरें और दुनिया का हाल जानने के लिए अखबार और रेडियो हुआ करते थे। टेलीविजन ने इस परिपाटी को बदला और खबरों में आवाज के साथरंगों को भी स्थान दिया। लेकिन इंटरनेट ने इस तस्वीर को पूरी तरह से बदल दिया। यही वजह है कि हर बड़े अखबार या समाचार चैनल समूह ने अपनी वेबसाइटों को बनाया। वेब या ऑनलाइन पत्रकारिता आज की जरूरत बन चुकी है। जहां पत्रकारों के साथ आम लोग भी खबरें देने में हिस्सेदारी करते हैं। ऑनलाइन मीडिया को रियल टाइम मीडिया की संज्ञा भी दी गई है। समाचार उसी समय प्रकाशित और प्रसारित किया जा सकता है। ऑनलाइन मीडिया किसी घटना को ताजा विवरण और ब्रेकिंग न्यूज़ अपडेट कर सकता है। सोशल मीडिया को समझने से पहले हमें मीडिया को जानना जरूरी है। मीडिया यानि कि माध्यम वह सभी माध्यम इनका उपयोग हम सूचनाओं के आदान-प्रदान के लिए करते हैं, मीडिया कहलाते हैं। हम प्राचीन समय को देखें तो हम पाएंगे कि संचार के माध्यमों ने समय के अनुसार अपना रूप बदला है। लेकिन सबसे ज्यादा लोकप्रिय इलेक्ट्रॉनिक माध्यम रहा जिसने बहुत कम समय में लोगों के बीच में अपनी जगह बनाई और दृश्य-श्रव्य दोनों माध्यमों का एक रूप होने के कारण यह सभी के लिए रोचक था।

शिक्षित और अशिक्षित दोनों ही प्रकार के लोगों को इसमें सूचनाओं का आदान प्रदान करने का अवसर प्रदान किया, परंतु आज हम इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की बात करें तो इलेक्ट्रॉनिक मीडिया मात्र टीवी तक ही सीमित रह गया है क्योंकि इंटरनेट के जरिए उपयोग होने वाले माध्यमों को सोशल मीडिया का नाम दिया जा चुका है। सोशल मीडिया ऐसा माध्यम है जो जन-जन तक आसानी से अपनी पहुंच बनाए हुए हैं। इंटरनेट को घर-घर तक पहुंचाने का कार्य एंड्राइड मोबाइल फोन ने और भी आसान कर दिया। आज हमारे हाथ में जो मोबाइल फोन है, उसके द्वारा हम पूरी दुनिया के संपर्क में रह सकते हैं। मोबाइल के द्वारा ही सोशल मीडिया बहुत ही आसान और सस्ता माध्यम हो गया है।

सोशल मीडिया का अर्थ :

‘सोशल मीडिया’ सोशल और मीडिया दो शब्दों के मेल से बना है। सोशल का अर्थ है सामाजिक (अन्य लोगों के साथ सूचनाओं का आदान-प्रदान और संचार करना उसकी प्रतिक्रियाएं और जानकारी प्राप्त करनी है) मीडिया का अर्थ है वाहन, चैनल या साधन। सूचना टीवी, अखबार, वीडियो के द्वारा संचार करती है। यह इलेक्ट्रॉनिक संचार के शाब्दिक रूप है। यह उपयोगकर्ताओं को वास्तविक समय में एप्लीकेशनों के माध्यम से सूचना, राय, विचार, अनुभव, मंत्र, दृष्टि और दृष्टिकोण बनाने संवाद करने चर्चा करने और आदान प्रदान करने के लिए एक इलेक्ट्रॉनिक मंच प्रदान

करता है यह कंप्यूटर आधारित और इंटरनेट आधारित तकनीक है। जिसमें वर्चुअल इंटरैक्शन को सक्षम किया और व्यक्तिगत और व्यवसायिक समुदायों के लिए विचारों सूचनाओं मनोरंजन के आदान प्रदान की सुविधा प्रदान की। उपयोगकर्ता ऐसे अभियोजक हैं जो विभिन्न वेब आधारित सॉफ्टवेयर या एप्लीकेशन के माध्यम से सामग्री (जितनी जानकारी निहित है) ऑडियो विजुअल फोटो दस्तावेज आदि शामिल करते हैं उनका उपयोग करते हैं और उनको संचारित करते हैं। यह एक निरंतर बदलती और कभी विकसित होती आभासी दुनिया है सोशल मीडिया वार्तालाप को एक जैसी अवधारणाओं का लाभ उठाने वाले या दर्शकों तक पहुंचाने में मदद करता है।

सोशल मीडिया की परिभाषाएं एवं विशेषताएं :

सोशल मीडिया हमारे समाज का ऑनलाइन प्रतिबिंब है। यह ऑनलाइन सामाजिकता का एक नया समाज है। साधारण शब्दों में हम समाज को इलेक्ट्रॉनिक रूप में देख सकते हैं यह वास्तविक समाज का सेमुलेशन है। अपनी समाज का एक मॉडल जहां तकनीकी उपकरणों द्वारा सामाजिक कार्य पूरे किए जाते हैं। मीडिया अध्ययन के क्षेत्र में सोशल मीडिया एक नया क्षेत्र है और इसमें निरंतर विकास जारी है, अत्यंत व्यापक पक्षों को अपने साथ समेटे हुए है। फलस्वरूप सोशल मीडिया की परिभाषा निरंतर विकसित हो रही है। सोशल नेटवर्किंग साइट का एक प्रकार है।

सोशल नेटवर्किंग साइट की परिभाषा :

डी. एम बॉयड एवं एन.बी. एलिसन के अनुसार -

“सोशल नेटवर्किंग साइट ऐसी वेब आधारित सेवा हैं। जो व्यक्ति को सीमित प्रणाली के अंदर अपनी पब्लिक या सेमी पब्लिक प्रोफाइल बनाने की, अन्य उपयोगकर्ताओं की सूची को अपनी मित्र सूची में शामिल करने की संबंध (कनेक्शन) सांझा किया गया है, एवं अन्य उपयोगकर्ताओं के संबंधों को देखने और उनको प्रयोग करने की सुविधा प्रदान करती है। कनेक्शन की प्रकृति और शब्दावली साइड दर साइड परिवर्तित हो सकती है।”

डेविड लैंड्सबर्गेन के अनुसार-

“सोशल मीडिया उपकरणों का एक मंच है जो सामाजिक संचार की कोई आवश्यकता की पूर्ति करता है। सोशल मीडिया एक उपकरण है जो (1) व्यक्तियों को अधिक सुगमता से मानवीय नेटवर्क का उपयोग करने की अनुमति देता है। (2) ब्रॉडकास्ट संचार की अपेक्षा अंतः क्रियात्मक है। (3) सोशल मीडिया शक्तिशाली है क्योंकि यह ना केवल टैक्स्ट का प्रयोग करता है बल्कि वीडियो, ऑडियो के साथ-साथ मल्टीमीडिया भी है। (4) सोशल मीडिया संचार को सुविधाजनक बनाने के लिए साधन और उद्देश्य पर निर्भर करता है।”⁹

देइद्रे ब्रेकेनरिज के अनुसार-

“वह कुछ भी जो इंटरनेट उपयोग लोगों के बीच बातचीत को सुविधाजनक बनाने के लिए किया जाता है। सोशल मीडिया कहलाता है।”¹⁰

ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार

“ऐसीवेबसाइट और एप्लीकेशन जो यूजरों (उपभोक्तो) को सामग्री तैयार करने और उसे सांझा करने में समर्थ बनाएं या सोशल नेटवर्किंग में हिस्सा लेने में समर्थ करें उसे सोशल मीडिया कहा जाता है।”

“इसके विपरीत सोशल मीडिया का मूल ही है - लोगों की हिस्सेदारी”।

सोशल मीडिया का इतिहास :

जिस सोशल मीडिया के आज हम दीवाने हैं उसकी शुरुआत 1990 के दशक में कई सोशल नेटवर्किंग साइट के रूप में हुई। सिक्स डिग्री, ब्लैक प्लैटिनेट, एशियन एवेन्यू, और मूवऑन शामिल है ऑनलाइन सोशल साइट नहीं जहां लोग संपर्क कर सकते हैं जिसने सार्वजनिक नीतियां वकालत के लिए लाई थी जो कि बड़े सामाजिक समूह के संपर्क में थी इसके अलावा ब्लॉगर और एपिनेशन जैसी ब्लॉगिंग सेवाएं भी बनाई गई हैं एपिनेशन एक ऐसी साइट है जहां उपभोक्ता उत्पाद को की समीक्षा पढ़ सकते हैं या बना सकते हैं। न सन 2000 में इंटरनेट में एक नया रूप लिया है। जिसको वर्तमान समय के सोशल मीडिया की शुरुआत कहा जा सकता है। इस समय कि सोशल मीडिया के क्षेत्र में बसंत का आगमन हुआ अर्थात सोशल नेटवर्किंग साइटों को काफी बढ़ावा मिला। इस समय ही सोशल साइट मनोरंजन के क्षेत्र में कदम रखा सामाजिक नेटवर्किंग पर आधारित संगीत, शिक्षा, फिल्मों और दोस्ती में सांझा रुचि रखने वाले व्यक्तियों और संगठनों की सहभागिता को अत्यधिक बढ़ावा मिला।

सन 2000 में लांच होने वालों में लूनर स्टार्म, सिक्स डिग्री, साइबर वर्ल्ड रेंज और विकिपीडिया शामिल है। 2004 में सूचना क्रांति की दुनिया में तहलका मचाने वाले फेसबुक की शुरुआत हुई। आज फेसबुक का दुनिया भर में इसे 1.32 बिलियन लोग इस्तेमाल करते हैं 2007 में आईफोन और एंड्रॉयड आदि की बदौलत मोबाइल सूचना क्रांति का नया रूप सामने आया।

सोशल मीडिया के प्रसिद्ध प्रकार :

फेसबुक

फेसबुक एक सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट है। जिसे फरवरी 2004 में लॉन्च किया गया था, और यह निजी तौर पर फेसबुक, इंक द्वारा संचालित है। फेसबुक की स्थापना मार्क जुकरबर्ग और अन्य ने की थी जब वह हार्वर्ड में छात्र थे। हालाँकि जब इस साइट को शुरू में लॉन्च किया गया था, तो इसे केवल हार्वर्ड के छात्रों तक ही सीमित रखा गया था। बाद में विशेषाधिकार हाई स्कूल के छात्रों और बाद में सभी के लिए बढ़ा दिया गया था। जो कि 13 साल या उससे अधिक है। जुलाई 2010 तक, फेसबुक के 500 मिलियन से अधिक सक्रिय उपयोगकर्ता हैं। जनवरी 2009 में, फेसबुक को दुनिया भर में सबसे अधिक उपयोग किए जाने वाले सामाजिक नेटवर्क के रूप में स्थान दिया गया था।

यूट्यूब

यूट्यूब, 2005 में स्थापित, दुनिया का सबसे लोकप्रिय ऑनलाइन वीडियो समुदाय है। जहाँ लाखों लोग मूल रूप से बनाए गए वीडियो खोज, देख और साझा कर सकते हैं। यूट्यूबलोगों को दुनिया भर में अन्य लोगों को जोड़ने, सूचित करने और प्रेरित करने के लिए एक मंच प्रदान करता है।

ब्लॉग

सोशल मीडिया के क्षेत्र में ब्लॉगिंग का आना भी किसी क्रांति से कम नहीं था। ब्लॉगिंग ने इंटरनेट पर

अभिव्यक्ति का एक नया दौर शुरू किया। ब्लॉगिंग सॉफ्टवेयर ने आम नागरिकों को यह ताकत दी कि वे अपने विचारों, परेशानियों, खबरों और सपनों को नया आयाम दे। 2004 में आई सुनामी की खबरों के मामले में भी ब्लॉक में मुख्यधारा की मीडिया को पछाड़ दिया।

ब्लॉगिंग का स्वरूप :

ब्लॉग वेबलॉग का संक्षिप्त रूप है, अमेरिका में 1977 के दौरान इंटरनेट की दुनिया में प्रचलन में आया। इस शब्द को सबसे पहले **जॉन बार्गर** ने इस्तेमाल किया था। ब्लॉग को इंटरनेट पर **निजी डायरी** के रूप में जाना जाता है। जहां आप किसी भी विषय पर अपनी बात कह सकते हैं। ब्लॉग लिखने वाले को **ब्लॉगर** या ब्लॉग लिखने की प्रक्रिया को **ब्लॉगिंग** कहा जाता है। आज 50 से ज्यादा साइट हैं जब लोग ब्लॉग होस्टिंग की सुविधा देती हैं। भारत में 2002-2003 के दौरान ब्लॉगिंग ने लोकप्रियता का प्रथम प्राप्त किया।

इंस्टाग्राम

इंस्टाग्राम की शुरुआत एक फोटो और वीडियो शेयरिंग सोशल मीडिया एप्लीकेशन के रूप में **2010 में केविनसिस्ट्रॉम** द्वारा की गई। इंस्टाग्राम एप 6 अक्टूबर 2010 को लांच किया गया था। और इंस्टाग्राम से 1 दिन में 25000 उपयोगकर्ता जुड़ गए। इस ऐप का फोकस तस्वीर को पेश करना था, और उसको शेयर करना था। इंस्टाग्राम के लॉन्च होने के 1 सप्ताह के भीतर ही इसको एक लाख बार डाउनलोड किया गया। और दिसंबर 2010 तक इसके उपयोगकर्ताओं की संख्या 1 मिलियन तक पहुंच गई। यूजर की संख्या में तेजी से वृद्धि के बाद अधिक निवेशक कंपनी इसमें रुचि रखने लगी। सन 2012 में फेसबुक ने इंस्टाग्राम को 1 बिलियन स्टॉक के शेयर के रूप में अधिग्रहण किया। सभी जानकारियों को हैशटैग के साथ व्यवस्थित कर सकते हैं। यूजर अपनी प्रोफाइल को सार्वजनिक और निजी बना सकते हैं। हैशटैग के द्वारा ट्रेंडिंग कंटेंट को एकत्रित कर के माध्यम से स्कॉल कर सकते हैं। इंस्टाग्राम के अनुसार 2020 में हर दिन 50 मिलियन लोगों ने इंस्टाग्राम स्टोरी का इस्तेमाल किया।

व्हाट्सएप

व्हाट्सएप इंटरनेट के युग में सबसे लोकप्रिय मैसेंजर प्लेटफॉर्म हैं। वर्तमान समय में 180 से अधिक देशों में 2 बिलियन से अधिक लोग प्रतिदिन व्हाट्सएप का इस्तेमाल करते हैं लोग किसी भी समय और कहीं भी दोस्तों और परिवार के संपर्क में रहने के लिए यह ऐप अपने मोबाइल फोन में डाउनलोड करके रखते हैं। व्हाट्सएप सरल सुरक्षित विश्वसनीय मैसेजेस और कॉलिंग प्रदान करता है। व्हाट्सएप की स्थापना **2013 फरवरी में जॉन कौम और ब्रायन एक्टन** ने की थी। 2014 में व्हाट्सएप फेसबुक में शामिल हो गया।

ट्विटर

15 जुलाई 2006 को सन फ्रांसिस्को में स्थित पॉड कास्टिंग कंपनी Odeo ने आधिकारिक तौर पर ट्वीट जारी किया बाद में इसको ट्विटर के रूप में बदल दिया गया। ट्विटर एप्लीकेशन उपयोगकर्ताओं को एक ही समय में एक संदेश को भेजकर दोस्तों के समूह में के साथ लघु स्थिति अपडेट सांझा करने की अनुमति दी। अगले कुछ ही

सालों में ट्विटर माइक्रोब्लॉगिंग सेवा के रूप में लोकप्रिय हो गया। जो कि दुनिया के अब अग्रणी सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म से एक बन गया।

हैशटैग एक्टिवेशन

एक ऐसा शब्द है जो मीडिया आउटलेट द्वारा गढ़ा गया है। इंटरनेट सक्रियता के लिए ट्विटर की हेल्प को संदर्भित करता है। हैशटैग शब्द का प्रयोग किसी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे कि फेसबुक ट्विटर पर किसी विषय को शेयर करने के माध्यम से समर्थन दिखाने के कार्य को संदर्भित करने के लिए किया जाता है। हैशटैग एक्टिविज्म के अंतर्गत किसी के दोस्तों और अनुयायियों के साथ कुछ मुद्दों को इस ग्रुप में सांझा करना है कि यह भी इस मुद्दे को मूल रूप में सांझा करेंगे। हैशटैग एक्टिविज्म में व्यापक रूप से चर्चा होती है, और परिवर्तन होने की अनुमति रहती है। हालांकि हैशटैग एक्टिविज्म का उपयोग सामाजिक और राजनीतिक मुद्दों पर लोगों मुद्दों पर लोगों को बहस करने और जागरूक करने के लिए भी किया जाता है। वर्तमान समय में दुनिया भर में एक समान मुद्दे के समर्थन की संख्या बढ़ाने या क्रांति शुरू करने के लिए इस तरीके को अपनाया जा रहा है। जहां हर व्यक्ति को अपनी रायस्वतंत्र रूप से रखने की आजादी है जो उन्हें मुख्यधारा के मीडिया में कम दिखाई देने वाले विषय पर संवाद करने और वकालत करने में सक्षम बनाता है।

सोशल मीडिया और महिला सशक्तिकरण :

पिछले कुछ दशकों में सोशल मीडिया ने स्थानीय और वैश्विक स्तर पर संचार को बड़े पैमाने पर बदल दिया है। भारत में कुछ दशकों में सोशल मीडिया के अभ्यास और उपयोग में नाटकीय वृद्धि हुई है। सोशल मीडिया महिलाओं के लिए एक नया उपकरण, हथियार या मंच है। जिस पर चर्चा करने, संवाद करने, अपनी राय बताने, अभियान चलाने और ऑनलाइन सक्रियता के लिए मंच है। महिलाओं के सही मुद्दों की चर्चा के लिए स्थानीय और वैश्विक समुदाय का व्यापक ध्यान आकर्षित करने और लैंगिक समानता के लिए सरकार या नीति निर्माताओं को प्रेरित करने और प्रोत्साहित करने के लिए सोशल मीडिया एक बढ़ती प्रवृत्ति और शक्तिशाली चैनल है। सोशल मीडिया टूल्स और एप्लिकेशन जैसे ब्लॉग, ब्लॉग, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम आदि की सहायता और सहायता से महिलाओं को शिक्षा, मनोरंजन, स्वयं निर्णय लेने, तकनीकी रूप से अद्यतन और वित्तीय सशक्तिकरण द्वारा सशक्त बनाया जा रहा है।

सोशल मीडिया के ज्वलंत मुद्दे -

1. #मी टू (#MeToo)

आंदोलन की शुरुआत 2006 में तराना बुर्के द्वारा की गई। मी टू हिंसा और यौन हमले के अनुभवों को सांझा करने के लिए सोशल मीडिया के माध्यम से एक आंदोलन है। तराना बुर्के एक एनजीओ में कार्यकर्ता है जिन्होंने माय स्पेस पर सबसे पहले मी टू इस्तेमाल किया। जिसका उद्देश्य कमजोर युवा महिलाओं और नेत्रहीन महिलाओं के साथ कार्यस्थल पर यौन शोषण के खिलाफ था। जिसमें उन्होंने अपनी चुप्पी तोड़ी और सामाजिक न्याय के साथ महिला

सशक्तिकरण आंदोलन शुरू किया। लेकिन यह दुनिया की नजर में तब आया जब हॉलीवुड अभिनेत्री एलीसा मिलानो ने सन 2016 में मी टू के जरिए अपने साथ हुए यौन उत्पीड़न को सांझा किया। एलिसा मिलानो के एक ट्वीट के बाद रातों-रात सोशल मीडिया यौन उत्पीड़न, शोषण के शिकार हुए व्यक्तियों से भर गया। हैशटैग द्वारा इस संदेश का प्रभाव बाढ़ के जल से भी तेज गति से सोशल मीडिया पर फैल गया। इसी क्रम में भारतीय अभिनेत्री तनुश्री दत्ताने अपने सहकर्मी नाना पाटेकर पर यौन उत्पीड़न का आरोप लगाया यह आरोप अदालत तक पहुंच गया इसके बाद लगातार बहुत से ऐसे नाम सामने आए जो बहुचर्चित हैं।

1. **आलोक नाथ** - आलोक नाथ पर तीन महिलाओं ने यौन उत्पीड़न के आरोप लगाए जिसमें टीवी लेखक और निर्देशक विंदा नंदा में फेसबुक पर पोस्ट के जरिए अपने आप 19 साल पहले हुए उत्पीड़न की जानकारी दी।
2. **विकास बहल** - फैंटम फिल्म की एक महिला कर्मचारी ने आरोप लगाया कि विकास में उस समय यौन उत्पीड़न किया जब बॉम्बे वेलवेट की शूटिंग गोवा में चल रही थी उसने उसे कमरे में बंद करने की कोशिश की और उसे प्रताड़ित किया।
3. **रजत कपूर** - अभिनेता निर्माता रजत कपूर पर कुछ महिलाओं ने ट्विटर के जरिए यौन दुराचार का आरोप लगाया। जिसके बाद रजत कपूर ने ट्विटर के जरिए माफीनामा जारी किया।
4. **कैलाश खेर** - एक महिला पत्रकार ने कैलाश खेर पर यौन उत्पीड़न का आरोप लगाया कि जब वह महिला पत्रकार कैलाश खेर का साक्षात्कार लेने गईं तब उनके साथ यौन उत्पीड़न हुआ। इसके बाद एक प्रशंसक ने भी कैलाश खेर पर परेशान करने का आरोप लगाया। गायिका सोना महापात्रा ने कहा कि कैलाश उनको सेट पर परेशान किया करते थे और उनके साथ अनुचित व्यवहार किया। इन सभी आरोपों के चलते कैलाश खेर ने सोशल मीडिया पर 8 अक्टूबर को माफीनामा जारी किया था।

एक हैशटैग से शुरू हुआ आंदोलन वैश्विक रूप ले चुका है।

2. #सेल्फी विद डॉटर (#selfiewithdaughter)

सेल्फी विथ डॉटर अभियान की शुरुआत श्री सुनील जागलान, बीबीपुर गांव हरियाणा के सरपंच ने बेटियों के साथ सेल्फी लेने और उसे फेसबुक या ट्विटर पर किसी माध्यम से सांझा करने की गुजारिश की। आम लोगों ने इसे सोशल मीडिया पर पोस्ट करना शुरू कर दिया। उन्होंने अपनी बेटियों के साथ मोबाइल एप IE लांच किया जो महिलाओं और लिंग चयन के खिलाफ एक वैश्विक आंदोलन बन गया। प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी ने 28 जून 2005 को ऑल इंडिया रेडियो के माध्यम से 'मन की बात' कार्यक्रम के दौरान सुनील जागलान द्वारा पुत्री के साथ ली गई सेल्फी के बारे में चर्चा की, जिसके बाद यह विश्वव्यापी क्रांति हो गई। उन्होंने अभिभावकों से आग्रह किया कि वे उसको बढ़ावा दें। क्रांति के अंतर्गत सोशल मीडिया पर एक समय में 90800 सेल्फी अपलोड की गई। जिसकी टैगलाइन कि "मेरीबेटीमेराअभिमान"।

3.#ही फॉर शी(#Heforshe)

यह आंदोलन यूनाइटेड नेशन द्वारा चलाया गया। संयुक्त राष्ट्र के महासचिव बान की मून और एम्मा वाटसन अभिनेता और संयुक्त राष्ट्र महिला सद्भावना द्वारा शुरू किया गया। जिसने महिलाओं को एकजुट करने का प्रयास किया गया। इस आंदोलन में पुरुषों और सभी लिंगों को लैंगिक समानता के लिए एक साहसी दृश्य मान और एकजुट होने के लिए आमंत्रित किया गया। जिसमें सभी लोगों को प्रतिबद्धता के साथ लैंगिक असमानता और लैंगिक भेदभाव को समाप्त करने के लिए प्रयास करने होंगे। यह वह मंच है जहां लोग विभिन्न प्रकार के लैंगिक रूढ़ियों, लैंगिक पक्षपात, महिलाओं के खिलाफ भेदभाव और हिंसा के बारे में अटक कर सकते हैं और इस मंच पर खुलकर विचार विमर्श भी हो सकता है।

4.#पैड मैन चैलेंज (#padmanchallenge)

यह आंदोलन महिलाओं के साथ प्राकृतिक रूप से हर माह होने वाले (मासिक धर्म) महावरी के लिए लोगों में जागरूकता लाने के लिए शुरू किया गया। अरुणाचलम मुरुगनाथम एक उद्यमी जो कम लागत वाले सेनेटरी नैपकिन तैयार करने के लिए विश्व भर में जाने जाते हैं। और उनको पैडमैन के नाम से भी जाना जाता है। उन पर बनी फिल्म पैडमैन के प्रसारित होने के बाद सोशल मीडिया पर भी मासिक धर्म के बारे में खुलकर चर्चा शुरू हुई। इस आंदोलन में बॉलीवुड की कई हस्तियां शामिल हुईं। जिनमें उन्होंने पैड के साथ अपनी फोटो साझा कि, इसमें #पैडमैन चैलेंज के संदेश को भी पोस्ट किया। इस आंदोलन के प्रचार में अक्षय कुमार, आमिर खान, दीपिका पादुकोण, शबाना आज़मी, माधुरी दीक्षित और राजकुमार राव आदि जैसे कई हस्तियों में मासिक धर्म से संबंधित वर्जनाओं को तोड़ने की चुनौती लेने के लिए दूसरे को भी टैग किया।

5. # अब लाडना हैं (#Abladnahai)

यह आंदोलन अभिनेत्री दीपिका पादुकोण और विक्रांत मेस्सी ने शुरू किया। जिस समय में अपनी अपनी छपाक का प्रमोशन कर रहे थे। छपाक फिल्म एक सच्ची घटना पर आधारित है। जो कि एसिड अटैक सरवाइवर के संघर्ष को दर्शाती है। जिसका मुख्य पात्र लक्ष्मी अग्रवाल हैं और लक्ष्मी ने ही इस आंदोलन को आगे बढ़ाया। इस आंदोलन में अनेक ऐसी सच्ची घटनाएं सामने आईं जिनमें एसिड अटैक के कारण लोगों की दुनिया ही बदल गई इस आंदोलन में 'स्टॉप शैल एसिड' का प्रचार किया गया।

6.#मस्जिद मी टू(#Mosquemetoo)

यह आंदोलन फरवरी 2018 में शुरू किया गया। यह अक्टूबर 2017 में मी टू के बाद शुरू हुआ। मात्र एक महीने के अंदर यह दुनिया भर में प्रसिद्ध हो गया। मुस्लिम महिलाओं ने मुस्लिम पवित्र स्थल जैसे हज, मक्का, मदीना, सऊदी अरब जैसे तीर्थ स्थानों पर यौन शोषण के अपने अनुभवों को हैशटैग मस्जिद मी टू के द्वारा साझा किया। अमेरिकी नारीवादी मोना अतलाहवी ने 15 साल की उम्र में हज पर यौन उत्पीड़न के अपने अनुभवों को साझा करते हुए हैशटैग अभियान को गति दी। उनके ट्वीट को 24 घंटे में 2000 से अधिक बार सांझा किया गया। अतलाहवी ने अपने ट्विटर पर बताया कि जब उसने पहली बार हज में यौन उत्पीड़न की बात की तो

मुस्लिम महिलाओं ने उसे चुप रहने के लिए कहा क्योंकि उनका मानना था, कि मुसलमानों को यह बुरा लगेगा। सोशल मीडिया के आलोचकों ने हैशटैग मस्जिद मी टू पर प्रतिक्रिया देते हुए कहा कि महिलाएं इस्लामोफोबिया या पश्चिमी प्रचार का साधन है। समर्थकों का कहना था कि महिलाएं चुप नहीं रह सकती और मुसलमानों के नकारात्मक चरित्र चित्रण से बचने के लिए उनके मुद्दों को दबाया जा रहा है।

7. #ब्रिंग बैकअवरगर्ल (# Bringbackourgirls)

अप्रैल 2014 में चिबोक, बोर्नो राज्य, नाइजीरिया में 276 किशोर लड़कियों को आतंकवादी समूह बोको हरम द्वारा उनके स्कूल के छात्रावास से अपहरण कर लिया गया था। बच्चों के माता-पिता और समुदाय के लोगों ने सोशल मीडिया के द्वारा यह घटना दुनिया के सामने रखी। जिसके द्वारा पूरी दुनिया भर में आक्रोश फैल गया। इस आंदोलन के बाद अपराहन लड़कियों में से 100 से अधिक लड़कियों को ढूंढ लिया गया। यह आंदोलन नाइजीरिया में एक स्थाई आंदोलन बन गया। जहां कई मानवाधिकारों के हनन पर कार्यवाही जैसे किडनैपिंग के साथ-साथ सुरक्षा, स्वास्थ्य, देखभाल और आर्थिक सुधार के लिए कार्य किए जा रहे हैं।

8. #आई विल गो आउट (#IWillgoOut)

जब भारत भर में महिलाओं को यौन उत्पीड़न और सेक्सस्ट टिप्पणियों के मामलों में पीड़ित को दोषी ठहराया गया था। तो महिलाएं गुस्से में थी, इसलिए उन्होंने संगठित होने के लिए सोशल मीडिया का रुख किया। हैशटैग के माध्यम से # I will go out शुरू किया गया। जिसमें समान विचारधारा वाले व्यक्तियों ने जुड़ना शुरू कर दिया। और जल्द ही भारत भर में यौन उत्पीड़न और लैंगिक असमानता का विरोध करने के लिए, देशभर में महिलाओं ने एकजुट होकर राष्ट्रव्यापी बातचीत शुरू और राष्ट्रीय कार्यकर्ताओं ने बातचीत जारी रखने के लिए सोशल मीडिया मासिक बैठकों का आयोजन किया। इन बैठकों में नीतियां बनाई गई थी। किस प्रकार लैंगिक समानता को बढ़ावा देंगे और महिलाओं के अधिकारों की रक्षा करेंगे।

9. #टाइम्स अप (#Timesup)

सोशल मीडिया पर #मी टू में वैश्विक रूप से ध्यान आकर्षित किया। इसके बाद संयुक्त राज्य अमेरिका में महिला फार्म वर्कर्स के शोषण को समाप्त करने का प्रयास करने वाली एक संस्था आलियाजा नेशनल डे कैम्पेसिनैस्टो की अध्यक्ष मोनिका रामिरेज ने हॉलीवुड में महिलाओं के लिए एकजुटता का एक खुला पत्र पेश किया जो # मी टू में आगे आए थे। यहीं से # टाइम अप आंदोलन का जन्म हुआ। जिसमें यह लोग उन लोगों की आवाज उठा रहे थे जो हाशिए पर थे, और लैंगिक उत्पीड़न, की चुप्पी को तोड़ने लैंगिक भेदभाव को समाप्त करने और समानता के लिए एकता का निर्माण कर रहे थे।

10. #बोर्ड द बस (#boardthebus)

दिसंबर 2013 में एक 23 वर्षीय फिजियोथैरेपी की छात्रा निर्भया का रात के समय चलती बस में 5 लोगों द्वारा सामूहिक बलात्कार किया गया। जिसके आक्रोश में पूरे भारत में कार्यकर्ताओं ने सड़कों पर, बसों में, और सोशल मीडिया पर #बोर्ड द बस के द्वारा # जागरूकता अभियान के साथ महिलाओं के खिलाफ हिंसा का विरोध किया। यह

अभियान महिलाओं की सुरक्षा के लिए सबसे आगे है। जब महिलाएं सार्वजनिक स्थानों, वाहनों में, ही सुरक्षित नहीं है तो, वह कहां सुरक्षित होंगी। यह अभियान सुरक्षा पर प्रश्नचिन्ह खड़ा करता हुआ नजर आया।

निष्कर्ष :

'सोशल मीडिया' को लोकतंत्र का पांचवा स्तंभ कहना कोई अतिशयोक्ति नहीं होगा। सोशल मीडिया का दायरा सबसे बृहद है। सोशल मीडिया ने सभी लोगों को अभिव्यक्ति का एक खुला मंच प्रदान किया। महिलाओं के लिए इसने एक ऐसा मंच दिया है जहां वह बिना समक्ष आए तथा बिना किसी झिझक के विरोध प्रकट कर सकती हैं। प्रस्तुत शोध में महिलाओं से जुड़े मुद्दों का अध्ययन करने पर यह प्राप्त होता है कि सोशल मीडिया के जरिए वह घटनाएं जो अब तक छुपी हुई या अनभिज्ञ थी जैसे- यौन उत्पीड़न, हिंसा, शोषण, आम जनता के सामने एक बड़े मुद्दों के रूप में सामने आई हैं। इस माध्यम के द्वारा वे महिलाएं जो कभी अपनी घर की चारदीवारियों से बाहर न निकल पाई वे एक स्थान से ही सम्पूर्ण संसार से मात्र एक क्लिक से जुड़ पाईं। जिनको अभी तक कोई अभिव्यक्ति का माध्यम नहीं मिला या वे कभी समाज के डर से, तो कभी परिवार, परिजन के डर से अपने साथ हुए शोषण का वर्णन नहीं कर सकीं। सोशल मीडिया के जरिए समृद्ध महिलाओं के साथ हुए यौन उत्पीड़न, हिंसा, शोषण की घटनाएं भी सामने आईं। इससे यह पता चलता है कि महिलाओं के साथ यौन उत्पीड़न, हिंसा और मानसिक, शारीरिक शोषण हर स्तर व हर प्रकार से हो रहा है। जितनी बड़ी संख्या में यह शोषण हो रहा है इसके बारे में हम सोच भी नहीं सकते हैं। हम सिर्फ उनके बारे में जान पाते हैं, जिनको मीडिया में दिखाया जाता है। परंतु उनका क्या जो मीडिया की नज़र से छूट जाते हैं? उन छूटे हुए लोगों को सोशल मीडिया ने मंच प्रदान किया है। अब सोशल मीडिया के कारण ही कोई घटना किसी मीडिया द्वारा प्रकाश में आने पर निर्भर नहीं रह गई है। सोशल मीडिया सूचना और आंदोलन का एक सकारात्मक पहलू है। वह सशक्त माध्यम है।

संदर्भ ग्रंथ सूची :

पुस्तकें-

1. सुमन स्वर्ण, सोशल मीडिया संपर्क क्रांति का कल, आज और कल, प्रकाशन हिंदी बुक सेंटर, संस्करण 1, वर्ष 2014.
2. गुप्ता विनीत, संचार और मीडिया शोध, प्रकाशन नई दिल्ली वाणी प्रकाशन, संस्करण 1 वर्ष 2015.
3. पांडे पीयूष, वेब पत्रकारिता एक परिचय - न्यू मीडिया प्रोडक्शन (वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय रावतभाटा रोड, कोटा) वर्ष 2015.
4. सिंघा विदिशा, इंटरडिक्शन ऑफ न्यू मीडिया- मीडिया स्टडीज (स्टेट ओपन यूनिवर्सिटी गुवाहाटी), संस्करण 2, वर्ष 2017.
5. प्रसाद हरि, साइबर मीडिया एंड सोशल मीडिया - (स्कूल ऑफ ओपन लर्निंग दिल्ली विश्वविद्यालय) वर्ष 2020.

शोध आलेख-

1. शोध अनुसंधान समाचार, दिसंबर 2013, शोध आलेख - ' अभिव्यक्ति का वैकल्पिक मंच सोशल मीडिया : - चुनौती एवं संभावनाएं' शोधार्थी - रामशंकर।

2. राजस्थान केंद्रीय विश्वविद्यालय, शोध आलेख - ' मीडिया और आधी आबादी' शोधार्थी - डॉ. अनिल कुमार सिंह कुशवाह।
4. जैन विश्व भारती संस्थान लाडनूँ, नागौर, संस्करण 2018, शोध आलेख -' सोशल मीडिया का युवाओं पर प्रभाव' शोधार्थी - संतोष नरूका।
5. मीडिया मीमांसा, जनवरी-मार्च 2017, शोध आलेख -' सोशल मीडिया और युवा विकास', शोधार्थी - डॉ मुकुल श्रीवास्तव।
6. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ अप्लाइड रिसर्च, संस्करण 2015, शोध आलेख -' उपभोक्ता जागरूकता में न्यू मीडिया की भूमिका एक विश्लेषणात्मक अध्ययन', शोधार्थी - अमरेंद्र कुमार।
7. Montclair state university, 2017, Research paper-Hashtag Activism. the promise and risk of Attention. researcher-Caroline das.
8. LSE Research Online, June 2015, research paper-Social media and activism, researcher-Bart commaerts.
9. Asian Pacific law & policy review volume 4, July 2018, research paper-Metoo Movement, researcher-govindkumarsaxena.
10. Global media journal indian edition , June 2016, Research paper-Role of social media in social mobilization, researcher-aakash show.

