MATS UNIVERSITY

NAAC GRADE A+ ACCREDITED UNIVERSITY

MATS CENTRE FOR OPEN & DISTANCE EDUCATION

सोशल मीडिया

बैचलर ऑफ़ आर्ट्स (बी.ए.)

द्वितीय सेमेस्टर

SELF LEARNING MATERIAL

COURSE DEVELOPMENT EXPERT COMMITTEE

1- Prof.(Dr.) Reshma Ansari, HOD Hindi Department , MATS University Raipur Chhattisgarh
2- Dr. Sudhir Sharma , Subject Expert ,HOD Hindi Department, Kalyan College, Bhilai
3- Dr. Kamlesh Gogia Associate Professor, MATS University ,Raipur, Chhattisgarh
4- Dr. Sunita Shashikant Tiwari Associate Professor, MATS University Raipur Chhattisgarh
5- Dr. Rajesh Kumar Dubey , Subject Expert, Principal , Shahid Rajeev Pandey Government College ,Bhatagaon , Raipur ,Chhattisgarh

COURSE COORDINATOR

Prof.(Dr.) Reshma Ansari, HOD Hindi Department , MATS University Raipur Chhattisgarh

COURSE /BLOCK PREPARATION

Priyanka Goswami Asst. Prof. Hindi Department , MATS University Raipur Chhattisgarh

March, 2025

ISBN-978-93-49916-79-1

@MATS Centre for Distance and Online Education, MATS University, Village- Gullu, Aarang, Raipur-(Chhattisgarh)

All rights reserved. No part of this work may be reproduced or transmitted or utilized or stored in any form, by mimeograph or any other means, without permission in writing from MATS University, Village- Gullu, Aarang, Raipur-(Chhattisgarh)

Printed & Published on behalf of MATS University, Village-Gullu, Aarang, Raipur by Mr. Meghanadhudu Katabathuni, Facilities & Operations, MATS University, Raipur (C.G.)

Disclaimer-Publisher of this printing material is not responsible for any error or dispute from contents of this course material, this is completely depends on AUTHOR'S MANUSCRIPT.

Printed at: The Digital Press, Krishna Complex, Raipur-492001(Chhattisgarh)

अनुक्रमणिका

अध्याय	विषय	
मॉड्यूल -1	**सोशल मीडिया** **इकाई** -1 **1** –2 **सोशल मीडिया का अर्थ ,स्वरुप** इकाई .2 सोशल मीडिया की विशेषताएं एवं महत्व **3** **– 5**	
मॉड्यूल -2	**इंटरनेट** **इकाई** -3 6–9 **इंटरनेट की विकास यात्रा ,इतिहास** **इकाई** -4 10–11 **इंटरनेट का वर्तमान स्वरूप ,इंटरनेट की लाभ हानि**	
मॉड्यूल -3	**न्यू मीडिया** **इकाई** - 5 12–13 **न्यू मीडिया अर्थ ,स्वरूप** **इकाई** -6 14–20 **न्यू मीडिया और समाज** **इकाई** -7 21–25 **सोशल मीडिया और हिंदी भाषा** **इकाई** - 8 26–32 **सोशल मीडिया और जनसम्पर्क**	
मॉड्यूल -4	**सोशल मीडिया विनियमन** **इकाई** -9 33–45 **सोशल मीडिया कानून** **इकाई** -10 46–50 **सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव**	

Acknowledgement

The Material (Pictures and images) we have used is purely for educational purpose. Every effort has been made to trace the copyright holders of material reproduced in this book. Sould any infringement have occurred, the publishers and editors apologize and will be pleased to make the necessary corrections in future of this book.

मॉड्यूल -1 - सोशल ehfM;k

इकाई –1– सोषल मीडिया अर्थ, स्वरूप

सोषल मीडिया एक डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म है, जहाँ लोग इंटरनेट के माध्यम से आपसी संवाद, विचारों का आदान–प्रदान, जानकारी साझा करने और नेटवर्किंग करने के लिए जुड़ते हैं। यह विभिन्न वेबसाइटों और एप्लिकेषन क`माध्यम से संचालित होता है, जैसे कि फ़ेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर, व्हाट्सएप, यूट्यूब, लिंक्डइन आदि।

सोषल मीडिया का स्वरूप

सोषल मीडिया आज के डिजिटल युग का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुका है। यह एक ऐसा मंच है जहां लोग न केवल एक–दूसरे से जुड़ सकते हैं, बल्कि अपने विचार, समाचार, जानकारी, और मनोरंजन को भी साझा कर सकते हैं।

सोषल मीडिया के प्रमुख स्वरूप:

1.सोषल नेटवर्किंग साइट्स (Facebook, Instagram, Twitter@X, LinkedIn)

यह प्लेटफ़ॉर्म व्यक्तिगत और व्यावसायिक संबंधों को मजबूत करने में मदद करते हैं।

उपयोगकर्ता अपनी प्रोफ़ाइल बनाकर पोस्ट, स्टोरी और मैसेजिंग के माध्यम से संवाद कर सकते हैं।

2.मैसेजिंग एप्स (WhatsApp, Telegram, Messenger)

ये त्वरित संचार के लिए उपयोग किए जाते हैं।

ऑडियो, वीडियो कॉलिंग और ग्रुप चौट की सुविधा भी उपलब्ध होती है।

3.वीडियो षेयरिंग प्लेटफॉर्म (YouTube,TikTok, Reels,Moj)

उपयोगकर्ता वीडियो कंटेंट अपलोड कर सकते हैं और दूसरों के वीडियो देख सकते हैं।

यह मनोरंजन और षिक्षा दोनों के लिए प्रभावी माध्यम हैं।

4.ब्लॉगिंग और माइक्रोब लॉगिंग साइट्स (WordPress, Blogger,Medium, Twitter@X)

लेख, विचार और समाचार साझा करने के लिए यह प्लेटफॉर्म उपयुक्त हैं।

छोटे और लंबे दोनों प्रकार के कंटेंट पोस्ट किए जा सकते हैं।

5.फोटो और ग्राफिक्स आधारित प्लेटफॉर्म (Pinterest], Instagram)

ये प्लेटफ़ॉर्म दृष्य सामग्री (इमेज, इन्फोग्राफिक्स) साझा करने के लिए लोकप्रिय हैं।

ब्रांडिंग और डिजिटल मार्केटिंग के लिए भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

सोषल मीडिया के लाभ:

' विश्वभर में संवाद की सुविधा

' ब्रांडिंग और मार्केटिंग के लिए उपयोगी

' जानकारी और समाचार का त्वरित प्रसार

' ऑनलाइन षिक्षा और जागरूकता का माध्यम

नुकसान और सावधानियांरू

L' फर्जी खबरों (थंम छमू) का प्रसारL' निजता (च्तपअंबल) की समस्याएंL' मानसिक तनाव और लत लगने

सोषल मीडिया की प्रमुख विषेशताएँ

इकाई -2 सोशल मीडयिा की वशिषिताएं एवं महत्व

1.त्वरित संचार (Instant Communication)

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं को त्वरित संदेष भेजने, कॉल करने और लाइव चौट करने की सुविधा प्रदान करते हैं।

व्हाट्सएप, फेसबुक मैसेंजर और टेलीग्राम जैसी एप्स के माध्यम से हम कुछ ही सेकंड में
किसी से भी संपर्क कर सकते हैं।

2.विश्वव्यापी पहुँच (Global Reach)

यह केवल एक देष तक सीमित नहीं है, बल्कि पूरी दुनिया में लोगों को जोड़ने की क्षमता रखता है।

कोई भी व्यक्ति दुनिया के किसी भी कोने में बैठे लोगों से जुड़ सकता है और बातचीत कर सकता है।

3.बहुमाध्यमीय (Multimedia) सामग्री साझा करने की सुविधा

सोषल मीडिया पर केवल टेक्स्ट ही नहीं, बल्कि इमेज, वीडियो, ऑडियो, GIF,डॉक्यमेंट
और अन्य मल्टीमीडिया फाइलें भी साझा की जा सकती हैं।

4.इंटरएक्टिव प्लेटफॉर्म (Interactive Platform)

सोषल मीडिया पर लोग न केवल जानकारी प्राप्त करते हैं बल्कि उस पर प्रतिक्रिया (Likes,Comments,Shares) भी दे सकते हैं। लाइव स्ट्रीमिंग और स्टोरीज जैसी विषेशताएँ इसे अधिक इंटरएक्टिव बनाती हैं।

5.उपयोगकर्ता–जनित सामग्री (User & Generated Content)

पारंपरिक मीडिया की तरह केवल कुछ कंपनियाँ ही कंटेंट नहीं बनातीं, बल्कि यहाँ हर उपयोगकर्ता कंटेंट क्रिएटर बन सकता है। ब्लॉग, व्लॉग, मीम्स, पॉडकास्ट और वीडियो कंटेंट का निर्माण करना संभव है।

6. सोषल नेटवर्किंग (Social Networking)

लोग एक–दूसरे के साथ जुड़ सकते हैं, नए दोस्त बना सकते हैं और प्रोफेषनल नेटवर्किंग भी कर सकते हैं।

लिंक्डइन जैसी साइटें पेषेवरों को जोड़ने में मदद करती हैं, जबकि फेसबुक और इंस्टाग्राम व्यक्तिगत नेटवर्किंग के लिए लोकप्रिय हैं।

7.डेटा और एल्गोरिदम आधारित कंटेंट (Algorithm&Based Content)

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म यूजर्स की रुचियों और उनकी गतिविधियों के आधार पर उन्हें कंटेंट दिखाते हैं।

गूगल, यूट्यूब और फेसबुक के एल्गोरिदम व्यक्ति की पसंद के अनुसार पर्सनलाइज्ड कंटेंट प्रदान करते हैं।

8.डिजिटल मार्केटिंग और विज्ञापन (Digital Marketing & Advertising)

सोषल मीडिया व्यवसायों और ब्रांड्स के लिए एक महत्वपूर्ण प्रचार माध्यम बन चुका है।

फेसबुक ऐड्स, गूगल ऐड्स, इंस्टाग्राम प्रमोषन और इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग जैसी सुविधाएँ उपलब्ध हैं।

9.लाइव स्ट्रीमिंग और वेबिनार (Live Streaming & Webinars)

लाइव वीडियो के माध्यम से ब्रांड्स, षिक्षक और कलाकार सीधे अपने दर्षकों से जुड़ सकते हैं।

फेसबुक लाइव, यूट्यूब लाइव, इंस्टाग्राम लाइव और जूम वेबिनार का उपयोग आज हर क्षेत्र में किया जा रहा है।

10.सोषल मीडिया ट्रेंड्स (Trending Topics & Hashtags)

ट्रेंडिंग हैषटैग्स और वायरल कंटेंट सोषल मीडिया की प्रमुख विषेशताएँ हैं।

ट्विटर और इंस्टाग्राम पर हैषटैग्स (रु) के जरिए कंटेंट को ज्यादा लोगों तक पहुँचाया जा सकता है।

11.समुदाय निर्माण (Community Building)

फेसबुक ग्रुप्स, टेलीग्राम चौनल्स और रेडिट जैसे प्लेटफॉर्म्स पर लोग समान रुचियों वाले समुदाय बना सकते हैं। विभिन्न सामाजिक, षैक्षिक और व्यावसायिक समुदाय सोषल मीडिया पर सक्रिय हैं।

12.किसी भी समय और कहीं से भी उपयोग (Anytime & Anywhere Access)

मोबाइल, लैपटॉप और टैबलेट के माध्यम से सोषल मीडिया का उपयोग 24 / 7 किया जा सकता है।

इंटरनेट कनेक्षन उपलब्ध होते ही हम किसी भी समय जुड़ सकते हैं।

13.सूचनाओं का तेजी से प्रसार (Fast Information Dissemination)

ब्रेकिंग न्यूज़, सरकारी घोशणाएँ और आपातकालीन सूचनाएँ सबसे पहले सोषल मीडिया पर वायरल होती हैं।यह एक मजबूत सूचना तंत्र के रूप में कार्य करता है।

14.ऑनलाइन षिक्षा और जागरूकता (Online Learning & Awareness)

सोषल मीडिया का उपयोग ऑनलाइन लर्निंग, वेबिनार और षैक्षिक वीडियो के लिए किया जाता है।

कई षिक्षक और एक्सपर्ट यूट्यूब, लिंक्डइन लर्निंग और अन्य प्लेटफॉर्म पर ज्ञान साझा कर रहे हैं।

15.समाज पर प्रभाव (Social Impact)

सोषल मीडिया का उपयोग सामाजिक आंदोलनों, जागरूकता अभियानों और चौरिटी कार्यों में किया जाता है। विभिन्न सामाजिक मुद्दों पर लोग खुलकर अपनी राय व्यक्त कर सकते हैं।

सोषल मीडिया का महत्त्व

- सूचना का स्रोत ताजा खबरें और जानकारी सबसे पहले यहीं मिलती हैं।
- मार्केटिंग औ रब्रांडिंग – कंपनियाँ अपने उत्पादों और सेवाओं का प्रचार सोषल मीडिया के माध्यम से करतीहैं ।
- षिक्षा और सीखने का साधन ऑनलाइन क्लासेस, वेबिनार और षैक्षिक सामग्री सोषल मीडिया के माध्यम से उपलब्ध हैं।

• समाज और जनजागरूकता सामाजिक मुद्दों, सरकारी योजनाओं और अभियानों को बढ़ावा देने में यह सहायक है ।

• व्यक्तिगत और व्यावसायिक नेटवर्किंग दृ लोग अपने करियर और व्यक्तिगत विकास के लिए नेटवर्किंग कर सकते हैं।

निश्कर्श

सोषल मीडिया आधुनिक जीवनका एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुका है। इसके माध्यम से लोग आपस में जुड़ते हैं, ज्ञान का आदान–प्रदान करते हैं और नए अवसरों की खोज करतेहैं। हालाँकि, इसके सही और संयमित उपयोग से ही इसके अधिकतम लाभ प्राप्त किए जा सकतेहैं ।

मॉड्यूल -2 - इंटरनेट

इकाई – 3
इंटरनेट की विकास यात्रा (इतिहास)

इंटरनेट का जन्म

इंटरनेट का संक्षिप्त इतिहास 1960 के दषक में ARPANET (एडवांस्ड रिसर्च प्रोजेक्ट्स एजेंसी नेटवर्क) के विकास के साथ षुरू होता है, जिसे षुरू में अमेरिकी रक्षा विभाग द्वारा वित्त पोशित किया गया था। इस नेटवर्क ने विभिन्न विश्वविद्यालयों और षोध संस्थानों को जोड़ा, जिससे उन्हें संसाधनों को साझा करने की अनुमति मिली। 1970 के दषक में विंट सेर्फ़ और बॉब काहन द्वारा TCP@IP (ट्रांसमिषन कंट्रोल प्रोटोकॉल और इंटरनेट प्रोटोकॉल) के विकास ने अंतर–नेटवर्क संचार के लिए आधार तैयार किया, जो आज के इंटरनेट के इतिहास का आधार बना।

1991 में, टिम बर्नर्स–ली द्वारा वर्ल्ड वाइड वेब की षुरुआत ने एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर साबित किया। वेब प्रोटोकॉल (HTML],HTTP, URL) विकसित करने में उनके काम ने लोगों को उपयोगकर्ता के अनुकूल तरीके से इंटरनेट तक पहुँचने की अनुमति दी, जिससे इसकी वैश्विक पहुँच का विस्तार हुआ।

इंटरनेट कैसे काम करता है?

- इंटरनेट के इतिहास को समझाने के लिए, यह समझना ज़रूरी है कि यह कैसे काम करता है। इंटरनेट कंप्यूटरों के एक विकेंद्रीकृत नेटवर्क के ज़रिए संचालित होता है, जिनमें से प्रत्येक का अपना IP पता होता है।

- ये उपकरण छोटे डेटा पैकेटों को स्थानांतरित करके संचार करते हैं, जिन्हें नेटवर्क में विभिन्न पथों से होकर अपने गंतव्य तक पहुंचने तक भेजा जाता है।

- राउटर इन पैकेटों को निर्देषित करते हैं, तथा यह सुनिष्चित करते हैं कि सूचना सही क्रम में पहुंचे।

- इंटरनेट चार्ट का इतिहास यह समझने में मदद कर सकता है कि पैकेट स्विचिंग और टीसीपी/आईपी प्रोटोकॉल के विकास जैसे मील के पत्थरों के साथ ये घटक एक साथ कैसे आए।

प्रमुख उपलब्धियां और विकास

टिम बर्नर्स–ली और वर्ल्ड वाइड वेब

1989 में, टिम बर्नर्स–ली ने वर्ल्ड वाइड वेब का विचार प्रस्तुत किया, जिसमें हाइपरलिंक के माध्यम से दस्तावेजों को साझा करने और उन तक पहुँचने का एक क्रांतिकारी तरीका पेष

किया गया। 1991 तक, पहली वेबसाइट लाइव हो गई, और इंटरनेट के संक्षिप्त इतिहास ने वैश्विक स्तर पर जानकारी साझा करने के तरीके में एक नए युग की षुरुआत की।

HTML, HTTP और वेब प्रौद्योगिकियों का विकास

1945 में वेनवर बुष द्वारा प्रस्तुत हाइपरटेक्स्ट की अवधारणा ने टिम बर्नर्स–ली के HTML (हाइपरटेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज), HTTP (हाइपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल) और न्त्स (यूनिफ़ॉर्म रिसोर्स लोकेटर) के आविश्कार को प्रभावित किया। ये वेब तकनीकें इंटरनेट की रीढ़ बन गईं और वेब पेजों के तेज़ी से विस्तार की सुविधा प्रदान की, जिससे सूचना साझा करना आसान और तेज़ हो गया।

इंटरनेट का उदय ARPANET से वैश्विक कनेक्टिविटी तक

इंटरनेट सारांष का इतिहास अनुसंधान नेटवर्क से व्यावसायिक इंटरनेट में संक्रमण के माध्यम से देखा जा सकता है। 1990 के दषक में मोज़ेक और नेटस्केप जैसे वेब ब्राउज़र का उदय हुआ, जिसने लोगों को वेबसाइटों के साथ अधिक आसानी से बातचीत करने की अनुमति दी। इंटरनेट के व्यावसायिक अपनाने से डॉट–कॉम बूम हुआ, जहाँ व्यवसायों ने ई–कॉमर्स, विज्ञापन और सामग्री वितरण के लिए वेब का लाभ उठाना षुरू कर दिया।

1990 का दषक और उसके बादरू इस समय के दौरान इंटरनेट का इतिहास इंटरनेट के वैश्विक विस्तार से चिह्नित है, क्योंकि ब्रॉडबैंड इंटरनेट अधिक सुलभ हो गया और पर्सनल कंप्यूटर आम घरेलू उपकरण बन गए।

इंटरनेट उपयोग का विकास

षुरुआती दिनों में छात्रों के लिए इंटरनेट का इतिहास मुख्य रूप से अनुसंधान और सैन्य अनुप्रयोगों पर केंद्रित था। हालाँकि, 1990 के दषक में, उपयोगकर्ता के अनुकूल वेब ब्राउज़रों के आगमन और वाणिज्यिक उछाल के साथ, इंटरनेट रोजमर्रा की जिंदगी का हिस्सा बन गया। जैसे–जैसे अधिक लोगों ने पहुँच प्राप्त की, इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या में तेजी से वृद्धि हुई, जिससे एक अधिक जुड़ी हुई दुनिया बन गई।

कंप्यूटर नेटवर्क के प्रकार

1. स्थानीय क्षेत्र नेटवर्क (स।छ)रू किसी भवन या घर जैसे एक ही भौगोलिक स्थान के भीतर कंप्यूटर, प्रिंटर और सर्वर जैसे उपकरणों का एक नेटवर्क।

2. वायरलेस लोकल एरिया नेटवर्क ॅ(स।छ)रू भौतिक केबल के बिना उपकरणों को जोड़ने के लिए वाई–फाई का उपयोग करने वाला वायरलेस नेटवर्क।

इकाई – 4

इंटरनेट के लाभ

- इंटरनेट का इतिहास दर्षाता है कि प्रौद्योगिकी का आधुनिक जीवन के विभिन्न पहलुओं पर अविश्वसनीय प्रभाव पड़ा है।

- इसने संचार को बढ़ाया है, ई–कॉमर्स के माध्यम से वाणिज्य में क्रांति ला दी है, तथा मनोरंजन और सीखने के लिए अनंत अवसर प्रदान किए हैं।

- ऑनलाइन बैंकिंग, सोषल मीडिया और षैक्षिक प्लेटफॉर्म ने दैनिक कार्यों को अधिक कुषल और सुलभ बना दिया है।

1. इंटरनेट का प्रारंभिक दौर (1950–1970)

1.1 इंटरनेट की संकल्पना और पहला नेटवर्क

1950 के दषक में षीत युद्ध के दौरान अमेरिका को एक ऐसा संचार माध्यम चाहिए था जो परमाणु हमले के बावजूद काम करता रहे।

इस समस्या को हल करने के लिए अमेरिका के रक्षा विभाग ने ।त्च्।छम्ज् (।कअंदबमक त्मेमंतबी च्तवरमबजे ।हमदबल छमजूवता) की षुरुआत की।

।त्च्।छम्ज् का उद्देष्य अलग–अलग कंप्यूटरों को जोड़कर सुरक्षित संचार प्रणाली विकसित करना था।

1.3 पहला इंटरनेट संदेष (1969)

29 अक्टूबर 1969 को कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय, लॉस एंजेलेस (न्ब्स्।) के वैज्ञानिकों ने स्टैनफोर्ड रिसर्च इंस्टीट्यूट को पहला संदेष भेजा।

वे ″स्व्ळप्छ″लिखकर भेजना चाहते थे, लेकिन तकनीकी समस्या के कारण केवल ″स्ट″भेज पाए।

यह घटना इंटरनेट इतिहास का पहला सफल डेटा ट्रांसमिषन था।

1.3 ईमेल की षुरुआत (1971)

1971 में रे टॉमलिंसन नामक इंजीनियर ने पहला ईमेल (म्उंपस) भेजा।

उन्होंने '/' चिह्न का प्रयोग ईमेल पतों को अलग करने के लिए किया, जो आज भी मानक बना हुआ है।

2.इंटरनेट का प्रारंभिक विकास (1970–1990)

2.1 TCP@IP प्रोटोकॉल (1983) दृ इंटरनेट की असली षुरुआत

1 जनवरी 1983 को ARPANET ने आधिकारिक रूप से TCP@IP Transmission Control Protocol@Internet Protocol) को अपनाया।

इस तकनीक ने अलग–अलग नेटवर्क को आपस में जोड़ने और उन्हें आपसी संचार करने में सक्षम बनाया।

TCP@IP इंटरनेट की नींव बना और आज भी इसी पर आधारित है।

2.2 डोमेन नेम सिस्टम (क्छै) का विकास (1984)

पहले कंप्यूटर को IP ।ककतमे (जैसे 192.168.1.1) से पहचाना जाता था, जिसे याद रखना मुष्किल था।

1984 में डोमेन नेम सिस्टम (क्छै) विकसित किया गया, जिससे वेबसाइटों के नाम (जैसे हववहसम.बवउ) से उन्हें पहचाना जाने लगा।

2.3 वर्ल्ड वाइड वेब का आविश्कार (1989–1991)

1989 में टिम बर्नर्स–ली ने World Wide Web की कल्पना की।

1991 में पहला वेब पेज प्रकाषित हुआ, जिससे इंटरनेट आम जनता के लिए उपयोगी बनने लगा।

3. इंटरनेट का प्रसार और लोकप्रियता (1990–2000)

3.1 पहला वेब ब्राउज़र और सर्च इंजन

1993 में डवेंपब नामक पहला वेब ब्राउज़र लॉन्च हुआ, जिसने इंटरनेट को आम लोगों के लिए उपयोगी बना दिया. 1998 में ळववहसम सर्च इंजन आया, जिससे इंटरनेट पर जानकारी खोजना आसान हुआ।

3.2 ई–कॉमर्स और ऑनलाइन सेवाओं की षुरुआत

1995 में ।mazon और eBay जैसे ई–कॉमर्स प्लेटफॉर्म षुरू हुए।

ऑनलाइन खरीदारी का नया दौर षुरू हुआ, जिसने व्यापार की दुनिया को पूरी तरह बदल दिया।

4.आधुनिकइंटरनेटकादौर (2000–2010)

4.1ब्रॉडबैंड और वायरलेस इंटरनेट

2000 के दषक में DSL ब्रॉडबैंड और Wi&Fi की षुरुआत हुई।

इंटरनेट अब पहले से अधिक तेज़ और सुलभ हो गया।

4.2 सोषल मीडिया का युग

2004 में Facebook, 2005 में ल्वनज्नइम, और 2006 में Twitter लॉन्च हुए।

लोगों के बीच संवाद का तरीका बदल गया और सोषल मीडिया इंटरनेट का सबसे प्रभावी प्लेटफॉर्म बन गया।

4.3 स्मार्टफोन और मोबाइल इंटरनेट का आगमन

2007 में ।चचसम पचीवदम के आने से मोबाइल इंटरनेट का युग षुरू हुआ।

अब इंटरनेट केवल कंप्यूटर तक सीमित नहीं रहा, बल्कि मोबाइल के माध्यम से हर जगह उपलब्ध हो गया।

5. इंटरनेट का डिजिटल युग (2010–2025)

5.1 क्लाउड कंप्यूटिंग और डेटा स्टोरेज

2010 के बाद Google Drive, DropboÛ, iCloud जैसी क्लाउड सेवाओं ने डेटा को ऑनलाइन स्टोर करना संभव बना दिया।

अब फाइलें स्थानीय कंप्यूटर में स्टोर करने की बजाय इंटरनेट पर सुरक्षित रखी जाने लगीं।

5.2 4G,5G और तेज़ इंटरनेट स्पीड

2016–2017 में 4G के प्रसार से मोबाइल इंटरनेट की स्पीड बहुत तेज हो गई।

2020 के बाद 5ळ ने इंटरनेट को और भी तेज़ और सक्षम बना दिया, जिससे इंटरनेट ऑफ थिंग्स (प्वज) और ।प् को बढ़ावा मिला।

5.3 आर्टिफिषियल इंटेलिजेंस AI और इंटरनेट का भविश्य

AI आधारित चौटबॉट्स, मषीन लर्निंग और स्मार्ट होम टेक्नोलॉजी ने इंटरनेट को पहले से अधिक उन्नत बना दिया।

भविश्य में इंटरनेट और अधिक स्मार्ट और प्रभावषाली होगा, जहां वर्चुअल रियलिटी VR, ऑगमेंटेड रियलिटी AR और ब्लॉकचेन जैसी तकनीकें नए बदलाव लाएँगी।

मॉड्यूल -3 -U;w ehfM;k

इकाई - 5 U;ehfM;k dk vFk

न्यू मीडिया का अर्थ है नई और आधुनिक डिजिटल तकनीकों पर आधारित संचार माध्य म।

इसमें इंटरनेट, सोषल मीडिया, मोबाइल एप्लिकेषन, ब्लॉग, वेबसाइट, ऑनलाइन वीडियो, वर्चुअल रियलिटी (VR), संवर्धित वास्तविकन्न AR और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म षामिल होते हैं।

न्यू मीडिया पारंपरिक मीडिया (जैसे अखबार, रेडियो और टेलीविजन) से अलग है क्योंकि यह इंटरएक्टिव (Interactive), डिजिटल (Digital) और त्वरित (Instant) संचार की सुविधा प्रदान करता है। इसमें उपयोगकर्ता न केवल सामग्री प्राप्त कर सकते हैं, बल्कि प्रतिक्रिया भी दे सकते हैं और स्वयं सामग्री बना सकते हैं।

संक्षेप में, न्यू मीडिया एक डिजिटल और इंटरनेट–आधारित माध्यम है, जो संचार और सूचना के आदान–प्रदान को अधिक गतिषील और सहभागितापूर्ण बनाता है।

न्यू मीडिया का स्वरूप

परिचय:

न्यू मीडिया (New Media) डिजिटल तकनीक और इंटरनेट आधारित आधुनिक संचार माध्यमों का एक समूह है। यह परंपरागत मीडिया जैसे अखबार, रेडियो और टेलीविजन से अलग है क्योंकि इसमें इंटरैक्टिविटी, त्वरित जानकारी और उपयोगकर्ता सहभागिता की विषेशताएँ होती हैं। न्यू मीडिया का प्रभाव आज समाज, राजनीति, अर्थव्यवस्था और संस्कृति पर व्यापक रूप से देखा जा सकता है।

न्यू मीडिया के प्रमुख स्वरूप

1.सोषलमीडिया (Social Media)

सोषल मीडिया इंटरनेट पर आधारित प्लेटफ़ॉर्म हैं, जो उपयोगकर्ताओं को सामग्री साझा करने, संवाद करने और नेटवर्किंग करने की सुविधा प्रदान करते हैं।

प्रमुख सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म:

फेसबुक (Facebook) व्यक्तिगत प्रोफाइल, ग्रुप, पेज और लाइव स्ट्रीमिंग के माध्यम से संवाद।

इंस्टाग्राम (Instagram) फोटो और वीडियो आधारित प्लेटफॉर्म।

व्हाट्सएप (WhatsApp और टेलीग्राम (Telegram) दृ इंस्टेंट मैसेजिंग और ग्रुप कम्युनिकेषन के लिए।

सोषल मीडिया ने समाचार, मार्केटिंग, राजनीति और सामाजिक मुद्दों को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

2. ब्लॉग और माइक्रोब्लॉगिंग (Blog & Microblogging)

ब्लॉग और माइक्रोब्लॉगिंग इंटरनेट पर विचारों, समाचारों और जानकारी को साझा करने के लिए उपयोग किए जाने वाले प्लेटफॉर्म हैं।

प्रमुख प्लेटफॉर्म:

वर्डप्रेस ॅ(ordPreे) और ब्लॉगस्पॉट (Blogspot) व्यक्तिगत और व्यावसायिक ब्लॉगिंग के लिए।

मीडियम (Medium) दृ पेषेवर और विचारषील लेखों के लिए लोकप्रिय।

ट्विटर (Twitter) दृ कम षब्दों में सूचनाओं और विचारों को साझा करने के लिए माइक्रोब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म।

ब्लॉगिंग आज ऑनलाइन पत्रकारिता, व्यक्तिगत ब्रांडिंग और डिजिटल मार्केटिंग का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन चुका है।

3. वेबसाइट्स और यूज़पोर्टल्स (Websites & News Portals)

वेबसाइटें सूचनाओं, सेवाओं और उत्पादों की उपलब्धता के लिए डिजिटल प्लेटफॉर्म हैं। न्यूज़ पोर्टल्स समाचार और जानकारी को डिजिटल माध्यम से उपलब्ध कराते हैं।

प्रमुख न्यूज़ पोर्टल्स:

BBC Hindi,DainikBhaskar, AajTak, JagranThe Wire,Scroll

गवर्नमेंट पोर्टल्स (Government Websites) दृ सरकारी योजनाओं और सेवाओं के लिए।

षैक्षणिक वेबसाइटें जैसे Wikipedia, Coursera, edX, Byjuेआदि।

न्यूज़ पोर्टल्स ने पारंपरिक अखबारों की जगह डिजिटल समाचार को अधिक सुलभ और त्वरित बना दिया है।

4.वीडियो स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म (Video Streaming Platforms)

वीडियो स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म मनोरंजन, षिक्षा, और समाचार सामग्री के डिजिटल प्रसारण के लिए प्रमुख साधन बन गए हैं।

प्रमुख प्लेटफॉर्म:

यूट्यूब (YouTube) वीडियो कंटेंट का सबसे बड़ा प्लेटफॉर्म, जहां लोग अपने वीडियो अपलोड कर सकते हैं।

नेटफ्लिक्स (Netflix), अमेज़न प्राइम (Amazon Prime), डिज्नी+ हॉटस्टार (Disney$ Hotstar) ओटीटी (OTT) प्लेटफॉर्म्स जो वेब सीरीज, फिल्में और अन्य डिजिटल कंटेंट प्रदान करते हैं।

विमियो (टपउमव) और डेलीमोषन (Dailymotion) वीडियो होस्टिंग के अन्य विकल्प।

स्ट्रीमिंग सेवाओं ने टेलीविजन की पारंपरिक धारणा को बदल दिया है और डिजिटल मनोरंजन को बढ़ावा दिया है।

5.ऑनलाइन समाचार और ई–पत्रिकाएँ (Online News & E&Magazines)

ऑनलाइन समाचार पोर्टल और ई–पत्रिकाएँ डिजिटल रूप से उपलब्ध होती हैं और उपयोगकर्ताओं को त्वरित जानकारी प्रदान करती हैं।

प्रमुख ई–पत्रिकाएँ:

इंडिया टुडे डिजिटल, आउटलुक, फोर्ब्स इंडिया, द क्विंट, स्क्रॉल

ई–न्यूजपेपररू दैनिक भास्कर ई–पेपर, हिंदुस्तान टाइम्स ई–पेपर, जनसत्ता आदि।

ई–पत्रिकाओं ने पारंपरिक मुद्रित पत्रिकाओं की तुलना में अधिक सुलभ और पर्यावरण अनुकूल विकल्प प्रदान किए हैं।

6.डिजिटल गेमिंग और वर्चुअल रियलिटी (Digital Gaming & Virtual Reality)

डिजिटल गेमिंग और वर्चुअल रियलिटी (टत) नई मीडिया तकनीक के प्रमुख अंग बन चुके हैं।

प्रमुख उदाहरण:

ऑनलाइन गेमिंग: PUBG, Free Fire, Call of Duty],Among UsA

वर्चुअल रियलिटी और ऑगमेंटेड रियलिटी मेटावर्स, ओकुलस (Oculù) जैसी तकनीकें डिजिटल अनुभव को अधिक इंटरेक्टिव बनाती हैं।

ये तकनीकें मनोरंजन, षिक्षा और चिकित्सा क्षेत्रों में भी उपयोग की जा रही हैं।

7.पॉडकास्ट और ऑडियो स्ट्रीमिंग (Podcast & Audio Streaming)

पॉडकास्ट और ऑडियो स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म डिजिटल ऑडियो सामग्री प्रदान करते हैं, जो षिक्षाप्रद, सूचनात्मक और मनोरंजक हो सकते हैं।

प्रमुख प्लेटफॉर्म:

स्पॉटिफाई (Spotify), गाना , जियोसावन (JioSaavn), एप्पल पॉडकास्ट (Apple Podcasts)

लोकप्रिय पॉडकास्ट जैम Ranveer Show, जैम Daily (New York Times), BBC Hindi पॉडकास्ट।

पॉडकास्टिंग तेजी से बढ़ रहा है और इसे डिजिटल रेडियो के रूप में भी देखा जा सकता है।

इकाई –6

न्यू मीडिया और समाज

वर्तमान वैश्वीकरण के युग में मीडिया में जहाँ असंख्य विमर्षों को जगह मिलती है वहीं मीडिया की भूमिका भी विमर्ष का एक विशय है। आज मीडिया एक बड़े विश्वव्यापी उद्योग का रूप ले रहा है। अगर कोई उद्योग विश्वव्यापी होता है तो निष्चित ही उसके सरोकार और हित भी विश्वव्यापी हो जाते हैं। इसमें लगी उपग्रह, उच्च प्रौद्योगिकी इतनी महंगी है कि उस पर लगने वाली पूंजी की कल्पना सामान्य आदमी के लिए संभव नहीं है। इसलिए मात्र अभिव्यक्ति का माध्यम आदि एकआयामी बातों से इसे समझा नहीं जा सकता। दूसरे अर्थों में आज मीडिया पर बिना उसकी सामाजिक पष्ठभूमि के बात संभव नहीं है। आज मीडिया मात्र सूचना देने और घटनाओं का विष्लेशण ही नहीं बल्कि समझ और रुचि को दिषा देने और बदलने के गंभीर काम में भी लगा है। यह मात्र राजनीतिक विचारधाराओं के प्रचार तक सीमित नहीं रह गया है। संस्कृतियों और सभ्यताओं को नए अर्थ और दिषा देने, उनके मूल्यों और परंपराओं को बदलकर उन पर नए या कहना चाहिए नवसाम्राज्यवादी मूल्यों को थोपने के सर्वाधिक सब्वर्सिव (विनाषक) काम में लगा है। माध्यमों के इस बढ़ते महत्व के कारण ही आज समाज विज्ञान, राजनीति विज्ञान तथा मनोविज्ञान में इसे अलग से समझने और व्याख्यायित करने की कोषिषें हो रही हैं।

मीडिया नाम की बहुरंगी छतरी के नीचे संचार के तमाम मीडिया रूपों को साथ रखते आने का रिवाज है। भौतिक अवस्थाओं द्वारा जनित आवष्यकताओं व चुनौतियों को वांछित परिणाम देने के लिए मनुश्य संप्रेशण के उपयुक्त माध्यमों का अविश्कार करता आया है। यही वजह है कि कृशि युगीन समाज और औद्योगिक समाज के संचार माध्यमों में फर्क है। कृशि समाजों की पूंजी निर्माण स्थिति, उत्पादन पद्धति और गति के सांचे में कठपुतली नष्य, रासलीला–रामलीला नौटंकी जैसे माध्यम समाहित हैं। वहीं तेज रफ्तारी व हाईटेक समाजों का प्रतिनिधित्व प्रेस, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, कंप्यूटर, इंटरनेट जैसे जनसंचार माध्यम करते हैं। हम सरलता से जटिलता की ओर बढ़े हैं और चौपाल से मल्टीप्लेक्स के युग में पहुंचे हैं।

प्रेस से लेकर जनसंचार के डिजिटल औजारों तक के उत्पादन और इस्तेमाल की प्रकृति में भारी अंतर है। यह अंतर हमारे मन पर उनसे पड़ने वाले असर से तो होता ही है माध्यमों पर कब्जे या नियंत्रण से भी फर्क पड़ता है। इससे लोगों की विचारधारा भी प्रभावित होती है। इसलिए विचारकों का मानना है कि मीडिया को आलोचक और सच्चे मार्गदर्शक की भूमिका में भी उपस्थित होना चाहिये जिससे समाज और सरकार सही राह पर चले।

मीडिया की महत्ता को स्वीकार करते हुए ही इसे "चतुर्थ स्तंभ" कहा जाता है। छापाखाना पूँजीवादी तकनीक थी जिसमें आम जन का हस्तक्षेप नहीं के बराबर था। सरकारी सेंसरषिप, मनोरंजन कर और अनुदान वाले हिस्से को छोड़ दें तो सिनेमा आमतौर पर निजी व्यवसायिक माध्यम रहा और एफएम से पहले तक रेडियो अंग्रेजों की फिर देसी लोकतांत्रिक सरकार की निगरानी में वयस्क हुआ। जबकि टेलीविजन उपग्रह और उदारवादी दौर में निजी व्यवसाय के लिए खुला। इंटरनेट अब तक अपेक्षाकृत आजाद है यहाँ लिखने और बोलने की पूरी छूट है।

सभी प्रकार के मीडिया की समाज निर्माण में अलग तरह की भूमिका होती है। समाज की अनेक समस्याएं हैं जैसे– बच्चों, बुजुर्गों, महिलाओं की समस्याएं, युवाओं की दिषाहीनता की समस्या आदि। जिनमें मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। मीडिया के कई प्रकार हैं जैसे पारंपरिक मीडिया, सिनेमा, समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, न्यू मीडिया। पारम्परिक मीडिया का अस्तित्व बचा हुआ है बहुत सी ऐसी जगहों पर इसका प्रयोग होता है। नुक्कड़ नाटक, कठपुतली नष्त्य, मुनादी का प्रयोग आम जनमानस में जागरुकता फैलाने के लिए आज भी होता है। दिल्ली की बड़ी–बड़ी कॉलोनियों में आज भी पुलिस लाउडस्पीकर या मुनादि के माध्यम से लोगों को जरूरी सूचना देती है। दिल्ली के एमसीडी चुनाव में भी लोग ढोल जैसे पारम्परिक माध्यम के साथ प्रचार करते नजर आये।

समाचार पत्र का कार्य सामाजिक विकास में सक्रिय भूमिका निभाना है। यह लोगों को सूचना, षिक्षा, मनोरंजन करने के साथ साक्षर बनाता है। समाचार–पत्र निस्संदेह संवेदनाओं एवं सूचनाओं के आदान–प्रदान का एक प्रमुख स्त्रोत है। तथ्य पूर्ण खबरों के नाते समाचार–पत्र की अपनी एक अलग विषेशता है। अखबार पर प्रकाषित खबरों पर लोग आंख बंद करके भरोसा करते हैं। वे मानते हैं कि अखबार में प्रकाषित हुई हर खबर सच है। इसलिए यहाँ प्रिंट मीडियाकर्मी की जिम्मेदारी महत्वपूर्ण हो जाती है।

देष में आज भी बहुत सारे लोग रेडियो सुनते हैं, भले ही माध्यम इंटरनेट क्यों न हो गया हो। रेडियो की अपनी अलग खासियत है। वैसे ट्रांजिस्टर के रूप में यह सस्ता है, इसका इस्तेमाल करना बेहद आसान भी है। यह युवा, बूढ़े, गरीब और अमीर सभी को एक साथ लाता है। टेलीफोनी कार्यक्रमों में हर कोई अपनी राय साझा कर सकता है। रेडियो पर बच्चों के लिए अलग कार्यक्रम, महिलाओं, बुजुर्गों, किसानों, युवाओं के लिए अलग–अलग कार्यक्रम प्रसारित होता रहता है। इसके माध्यम से समुदायों और व्यक्तियों के बीच समझ और सहिश्णुता पैदा होती है।

टेलीविज़न माध्यम का प्रारंभ से ही समाज पर कई तरह का प्रभाव रहा, भारत में जब टेलीविजन आया तो इसे श्इडियट बॉक्सश कहा गया। लोगों का मानना था कि यह दर्षकों को आलसी बना देगा। टेलीविजन महिलाओं, बच्चों, युवाओं आदि के लिए अलग–अलग तरह के मनोरंजन, खेल, समाचार, जागरूकता भरे कार्यक्रम प्रस्तुत करता है। अभी हाल ही में उत्तर प्रदेष के लखनऊ में भूकंप के दौरान गिरी बिल्डिंग में एक छोटे बच्चे ने खुद की जान बचाई बाद में उसने बताया कि टेलीविजन पर ष्डोरेमोन कार्टूनष देख कर उसने

यह सीखा था। न्यू मीडिया जादुई भरा अविश्कार है न्यू मीडिया पर अखबार, रेडियो, टेलीविजन आदि का इस्तेमाल कर सकते हैं।

सोशल मीडिया

न्यू मीडिया के अंतर्गत ही सोषल मीडिया है जिसमें व्हाट्सएप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम आदि जैसे रियल टाइम मैसेजिंग के एप्लीकेषन हैं जो इंटरएक्टिव हैं जहाँ देष–विदेष के किसी भी कोने से तत्काल संवाद स्थापित किया जा सकता है। न्यू मीडिया ने समाज में काफी बदलाव किया है इसके जरिये डेटा सेकंड्स में ट्रांसफर होता है। किसी भी सूचना को दुनिया के किसी भी कोने से आने में बेहद कम समय लगता है।

सभी माध्यमों की तरह इसके भी नकारात्मक पहलू जरूर हैं लेकिन अगर सकारात्मक पक्षों पर ध्यान दें तो इसने दुनिया को काफी करीब ला दिया है। वर्श 1950 में मार्षल मैक्लुहान ने अपनी पुस्तक श्मीडियम इज द मैसेजश में कहा था आने वाले समय में संचार तकनीकों के कारण दुनिया बहुत ही छोटी हो जाएगी और इसे श्ग्लोबल विलेजश की संकल्पना दी जाएगी। कोरोना महामारी के दौरान न्यू मीडिया की भूमिका सभी क्षेत्रों में महत्वपूर्ण रही चाहे वह स्वास्थ्य हो, षिक्षा, कृशि, व्यापार, रोजगार आदि सभी न्यू मीडिया पर षिफ्ट हो गए। वर्तमान समय में सोषल मीडिया के सामने कई चुनौतियां भी हैं। खासकर उसकी विश्वसनीयता को लेकर चुनौती। सोषल मीडिया पर फॉरवर्ड हो रही खबरों के आधार पर लोग माइंड सेट कर लेते हैं और उसे सच मानकर व्यवहार करते हैं। जिससे कभी–कभी बड़ी घटनाएं देखने को मिलती है। अभी आर्टिफिषियल इंटेलिजेंस और चौट जीपीटी में हो रहे विकास से सूचना और समाज के क्षेत्र में क्रांति आने की पूरी संभावना है। यह भी अनुमान लगाया जा रहा है कि चौट जीपीटी गूगल की जगह ले लेगा, आगे आने वाला समय और भी प्रगतिषील और चुनौती भरा होने वाला है। जिसका समाज पर वृहद प्रभाव पड़ेगा।

परिचय

न्यू मीडिया (New Media) संचार और सूचना प्रसार की आधुनिक तकनीक है, जो डिजिटल प्लेटफॉर्म, इंटरनेट, और इंटरैक्टिव तकनीकों पर आधारित है। यह पारंपरिक मीडिया (प्रिंट, रेडियो, टेलीविजन) से अलग, उपयोगकर्ताओं को सूचना तक तुरंत पहुंच प्रदान करता है और उन्हें सामग्री बनाने, साझा करने और उस पर प्रतिक्रिया देने की स्वतंत्रता देता है। न्यू मीडिया ने समाज की संरचना, लोगों के सोचने के तरीके, आपसी संवाद और व्यावसायिक मॉडल में क्रांतिकारी बदलाव लाया है न्यू मीडिया की विषेशताएँरू

1. इंटरएक्टिविटी (Interactivity) पारंपरिक मीडिया की तुलना में न्यू मीडिया में उपयोगकर्ता अधिक सक्रिय होते हैं और वे सीधे संवाद कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म पर लोग पोस्ट्स पर लाइक, कमेंट और षेयर कर सकते हैं।

2. डिजिटलाइजेषन (Digitalization) सभी प्रकार की सामग्री (पाठ, छवियां, ऑडियो, वीडियो) डिजिटल रूप में उपलब्ध होती है, जिससे इसे आसानी से संग्रहित, प्रसारित और संपादित किया जा सकता है।

3.ग्लोबल पहुंच (Global Reach) दृ इंटरनेट की मदद से दुनिया भर में किसी भी समय और कहीं से भी सूचना का प्रसार संभव है।

4.तत्कालता समाचार और जानकारी तुरंत साझा की जा सकती है, जिससे किसी भी घटना की सूचना तेजी से लोगों तक पहुंचती है।

5.मल्टीमीडियाप्लेटफॉर्म न्यू मीडिया टेक्स्ट, इमेज, वीडियो, ऑडियो, और ग्राफिक्स को एक साथ प्रस्तुत कर सकता है।

6.यूजर जनरेट`डकंटेंट (User&Generated Content) दृ आम लोग भी सोषल मीडिया, ब्लॉग और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म्स पर सामग्री बना सकते हैं, जिससे संचार अधिक लोकतांत्रिक हो गया है।

7.पर्सनलाइज़ेषन (Personalization) उपयोगकर्ता अपनी रुचि के अनुसार न्यूज़ फीड, विज्ञापन और सूचनाओं को अनुकूलित कर सकते हैं।

न्यू मीडिया के प्रकार:

1.सोषल मीडिया (Social Media) फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, लिंक्डइन आदि प्लेटफॉर्म, जो लोगों को जोड़ने और विचार साझा करने की सुविधा देते हैं।

2.वेबसाइट्स और ब्लॉग्स (Websites & Blogs) व्यक्तिगत या व्यावसायिक वेबसाइटें और ब्लॉग, जहां लोग अपनी राय, समाचार और ज्ञान साझा कर सकते हैं।

3.डिजिटल समाचार पोर्टल (Digital News Portals) ऑनलाइन समाचार वेबसाइटें जैसे BBC] The Times of India] NDTV] DainikBhaskar, जो समाचारों को डिजिटल रूप में प्रसारित करती हैं।

4. ऑनलाइनस्ट्रीमिंग (Online Streaming) दृ नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम, डिज़्नी+ हॉटस्टार जैसे प्लेटफॉर्म, जो मनोरंजन सामग्री प्रदान करते हैं।

5.मोबाइलएप्स (Mobile Apps) दृ व्हाट्सएप, टेलीग्राम, न्यूज़ एप्स और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म जो न्यू मीडिया का हिस्सा हैं।

6.वीडिय ेब्लॉगिंग और पॉडकास्ट (Vlogging& Podcasting) दृ यूट्यूब, स्पॉटिफाई, गूगल पॉडकास्ट जैसी सेवाएँ जो वीडियो और ऑडियो के माध्यम से जानकारी उपलब्ध कराती हैं।

7.ई–पत्रिकाएँऔरई–बुक्स (E&Magazines & E&Books) ऑनलाइन उपलब्ध पत्रिकाएँ और किताबें जो षिक्षा और ज्ञान के नए अवसर प्रदान करती हैं।

समाज पर न्यू मीडिया का प्रभाव

सकारात्मक प्रभाव

1. लोकतंत्र को सषक्त बनाना दृ न्यू मीडिया ने नागरिकों को अधिक जागरूक और सषक्त बनाया है।अब लोग सरकारकीनीतियों पर खुलकर चर्चा कर सकते हैं और अपनी राय व्यक्त कर सकते हैं।

2. सूचना तक आसान पहुंच दृ इंटरनेट और डिजिटल प्लेटफार्मों के माध्यम से दुनिया भर की जानकारी एक क्लिक में उपलब्ध हो जाती है।

3. षिक्षा में योगदान दृ ऑनलाइन लर्निंग प्लेटफॉर्म, यूट्यूब ट्यूटोरियल्स, ई–बुक्स और वेबिनार षिक्षाप्रणाली को अधिक प्रभावी बना रहेहैं ।

4. व्यवसाय और रोजगार के नए अवसर दृ ई–कॉमर्स, डिजिटल मार्केटिंग, फ्रीलांसिंग और स्टार्टअप्स ने नए रोजगा रअवसर पैदा किए हैं।

5. सामाजिक जागरूकता बढ़ाना दृ सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता फैलानेके लिए न्यूमीडिया एक प्रभावी माध्यम बन चुका है, जिससे लोगों को अधिक संवेदनषील बनाया जा सकता है।

6. आपातकालीन स्थितियों में सहायता दृ प्राकृतिक आपदाओंया संकट के समय न्यूमीडिया लोगों को अलर्ट करने और सहायता प्रदान करने में सहायक साबित हुआहै।

नकारात्मक प्रभाव

1.फेक न्यूज और अफवाहें न्यूमीडिया क`माध्यम से गलत सूचनाए ँबहुत तेजी सेफैलतीहैं, जिसस`समाज में अफवाहें फैल सकती हैं।

2.गोपनीयता का खतरा साइबर अपराध, डेटा चोरी, ऑनलाइन फ्रॉड जैस ीसमस्याएँ बढ रही हैं, जिससे लोगा ेंकी निज ीजान का खतरे में पड़ सकती है।

3.सोषल मीडिया कीलत अत्यधिक स्क्रीन टाइम मानसिक और षारीरिक स्वास्थ्य पर नकारात्मक प्रभाव डालत ाहै, जिसस`डिप्रेषन, चिंता और एकाकीपन जैसीसमस्याए ँबढ सकती हैं।

4.संस्कृति और मूल्या ेंपर प्रभाव न्यूमीडिया क`कारण पारंपरिक सांस्कृतिक मूल्य और परंपराए ँप्रभावित हो रही हैं।पष्चिम ीसंस्कृति का प्रभाव बढ़रह ाहै, जिससे स्थानीय परंपराओं पर खतरा मंडरा रहा है।

5.साइबर बुलिंग और ट्रोलिंग ऑनलाइन प्लेटफाम पर नकारात्मक टिप्पणियाँ, ट्रोलिंग और साइबरबुलिंग जैसी समस्याएँ आम हो गइ ंहैं, जो मानसिक तनाव का कारण बनसकती हैं।

6.राजनीतिकरण न्यूमीडिया का उपयोग राजनीतिक प्रचार क`लिएि किया जाता है

न्यू मीडिया से जुड़े प्रमुख मुद्दे और चुनौतिया ँ:

1 दृनिजता की सुरक्षा डेटा सुरक्ष और साइबर सुरक्षा सुनिष्चित करना महत्वपूर्ण है।

2 दृफेक न्यूज की पहचान गलत जानकारी फैलाने वालों पर कार्रवाइ ंकरना जरूरी है।

3. डिजिटल डिवाइड (Digital Divide) तकनीकी संसाधनों की असमान उपलब्धता को दूर करना आवष्यक है।

4. नैतिकता और जिम्मेदारी सोषल मीडिय उपयोगकर्ताओं को जिम्मेदार ी और नैतिकता का पालन करना चाहिए।

5.नियमन और नियंत्रण सरकार और समाज को मिलकर ऐस`नियम बनाने चाहिए, जा `न्यूमीडिया के दुरुपयोग को रोक सकें।

निश्कर्षन्यू मीडिया समाज में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है और सूचना प्रसार के तरीकों को क्रांतिकारी रूप से बदल चुका है। इसका सही उपयोग हमें लोकतंत्र, षिक्षा, व्यवसाय और सामाजिक जागरूकता के क्षेत्र में आगे बढ़ा सकता है, जबकि इसके दुश्प्रभावों से बचने के लिए जागरूकता और उचित नियंत्रण आवष्यक है। न्यू मीडिया को सही दिषा में उपयोग करने पर यह समाज के विकास में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है।

इकाई -7

सोषल मीडिया और हिंदी भाशा

सोशल मीडिया

भूमिका:

सोषल मीडिया ने आज संचार के तरीके को पूरी तरह बदल दिया है। यह केवल एक माध्यम नहीं, बल्कि एक वैश्विक मंच बन चुका है जहाँ विचारों, सूचनाओं और ज्ञान का आदान–प्रदान किया जाता है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर (अब ग), यूट्यूब, व्हाट्सएप और टेलीग्राम जैसे प्लेटफॉर्मों ने लोगों को अपनी भाशा में अभिव्यक्ति का अवसर दिया है। हिंदी भाशा, जो भारत की सबसे अधिक बोली जाने वाली भाशा है, सोषल मीडिया पर भी तेजी से लोकप्रिय हो रही है।

सोषल मीडिया पर हिंदी भाशा का बढ़ता प्रभाव

पिछले कुछ वर्शों में, सोषल मीडिया पर हिंदी भाशा की उपस्थिति में बड़ा बदलाव आया है। पहले जहाँ इंटरनेट पर मुख्यतः अंग्रेजी का प्रभुत्व था, अब हिंदी में सामग्री की उपलब्धता बढ़ी है। गूगल, फेसबुक, इंस्टाग्राम और ट्विटर जैसी कंपनियां हिंदी भाशा के उपयोगकर्ताओं को ध्यान में रखते हुए अपनी सेवाओं को हिंदी में भी उपलब्ध करा रही हैं।

हिंदी कंटेंट के बढ़ते प्रयोग के कारण

1.डिजिटल क्रांति और मोबाइल इंटरनेट की सहजता दृ गाँवों और छोटे षहरों तक मोबाइल और इंटरनेटकी पहुँच बढ़ने से हिंदी भाशी उपयोगकर्ताओं की संख्या में भारी वृद्धि हुई है।

2.हिंदी में सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म का विस्तार फेसबुक, इंस्टाग्राम और ट्विटर पर हिंदी में कंटेंट लिखने और साझा करने की सुविधा उपलब्ध है। 3.लोकप्रिय हिंदी यूट्यूब चौनल और ब्लॉग दृ हिंदी भाशा में मनोरंजन, षिक्षा, समाचार और विभिन्न विशयों पर वीडियो और लेख बड़ी संख्या में उपलब्ध हैं।

4.हिंदी में मीम्स और ट्रेंड्स दृ हिंदी में बनने वाले मीम्स, ट्रेंडिंग पोस्ट और मनोरंज ककंटेंट तेजी

से वायरल होते हैं।

सोषल मीडिया और हिंदी भाशारू डिजिटल युग में भाशा का स्वरूप

सोषल मीडिया आज के डिजिटल युग में संचार का सबसे प्रभावषाली माध्यम बन चुका है। फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, यूट्यूब और अन्य प्लेटफॉर्म्स पर लोगों की उपस्थिति बढ़ती जा रही है। ऐसे में हिंदी भाशा का स्वरूप भी प्रभावित हो रहा है। हिंदी भाशा को डिजिटल मंचों पर एक नई पहचान मिली है, लेकिन इसके साथ ही कुछ चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुई हैं। यह पुस्तक हिंदी भाशा और सोषल मीडिया के परस्पर संबंधों, उनके प्रभाव और भविश्य की संभावनाओं पर केंद्रित है।

सोषल मीडिया का विस्तार और हिंदी की स्थिति

भारत में सोषल मीडिया उपयोगकर्ताओं की संख्या करोड़ों में है, और हिंदी में कंटेंट उपभोक्ताओं की संख्या लगातार बढ़ रही है। हिंदी भाशा अब केवल साहित्य या पारंपरिक संचार तक सीमित नहीं है; बल्कि डिजिटल युग में यह समाचार, ब्लॉग, मीम्स, वीडियो कंटेंट और सोषल मीडिया पोस्ट्स के रूप में नई ऊँचाइयाँ छू रही है। विभिन्न प्लेटफॉर्म्स ने हिंदी भाशा को अपनाने के लिए विषेश प्रयास किए हैं, जिससे यह अब ऑनलाइन दुनिया में अधिक प्रचलित हो गई है।

1.डिजिटल प्लेटफॉर्म्स पर हिंदी की भूमिका

(क) सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म्स और हिंदी भाशा

फेसबुकरू लाखों लोग फेसबुक पर हिंदी में पोस्ट लिखते हैं, स्टोरीज़ साझा करते हैं और ग्रुप्स में चर्चा करते हैं। हिंदी भाशा के लिए फेसबुक ने कई विषेश सुविधाएँ उपलब्ध कराई हैं, जैसे हिंदी भाशा में टाइपिंग सपोर्ट, ट्रांसलेषन फीचर और हिंदी में विज्ञापन चलाने की सुविधा।

ट्विटररू हिंदी में ट्वीट्स की संख्या लगातार बढ़ रही है, और राजनीतिक से लेकर सामाजिक मुद्दों तक हिंदी में विचार साझा किए जाते हैं। कई सरकारी विभाग और मषहूर हस्तियाँ भी हिंदी में ट्वीट करते हैं।

यूट्यूबरू हिंदी कंटेंट क्रिएटर्स की संख्या में भारी वषद्धि हुई है, जिससे हिंदी भाशी दर्षकों के लिए मनोरंजन और ज्ञानवर्धक सामग्री उपलब्ध हो रही है। यूट्यूब पर हिंदी भाशा के ट्यूटोरियल, व्याख्यान और हास्य वीडियो की लोकप्रियता तेजी से बढ़ रही है।

इंस्टाग्राम और व्हाट्सएपरू छोटे वीडियो, मीम्स और संदेषों के रूप में हिंदी का व्यापक उपयोग हो रहा है। स्टोरीज़ और रील्स के माध्यम से हिंदी भाशा में जानकारी, षिक्षा और मनोरंजन उपलब्ध कराया जा रहा है।

सोषल मीडिया ने हिंदी भाशा को कैसे बदला?

1.हिंग्लिष का प्रभाव

सोषल मीडिया पर हिंदी भाशा का एक नया रूप देखने को मिलता है, जिसे 'हिंग्लिष' कहा जाता है। यह हिंदी और अंग्रेज़ी का मिश्रण है, जो कि युवाओं में बेहद लोकप्रिय है। उदाहरण के लिएरू

1.Mujhe ye movie bohot pasand aayi- Kya aapne dekhi

2.Kal ka match ekdum zabardast tha!

2.हिंदी में नए षब्दों और संक्षेपों का प्रयोग

सोषल मीडिया ने हिंदी में कई नए षब्द और संक्षिप्त रूप विकसित किए हैं, जैसे:

LOL (हँसी के लिए)

ROFL (जोरदार हँसी के लिए)

OMG (आष्चर्य व्यक्त करने के लिए)

TBH (ईमानदारी से कहूँ तो)

DM (डायरेक्ट मैसेज भेजना)

FYI (जानकारी के लिए)

3.हिंदी टाइपिंग और यूनिकोड का महत्त्व

पहले हिंदी में टाइपिंग एक बड़ी चुनौती थी, लेकिन अब यूनिकोड और विभिन्न कीबोर्ड एप्स (जैसे Google Indic Keyboard) के आने से हिंदी में लिखना आसान हो गया है।

4.हिंदी ब्लॉगिंग और डिजिटल लेखन का विकास

अब अनेक लोग हिंदी ब्लॉगिंग कर रहे हैं और डिजिटल प्लेटफॉर्म्स पर हिंदी में लेखन कर रहे हैं। इससे हिंदी भाषा को न केवल मजबूती मिली है, बल्कि यह एक संभावित करियर विकल्प भी बन गया है

सोषल मीडिया पर हिंदी भाषा की चुनौतियाँ

1.हिंदी में अषुद्ध वर्तनी और व्याकरण

सोषल मीडिया पर कई बार हिंदी भाषा की वर्तनी और व्याकरण संबंधी गलतियाँ देखी जाती हैं। संचार की गति तेज़ होने के कारण लोग बिना समीक्षा किए पोस्ट कर देते हैं, जिससे भाषा की षुद्धता प्रभावित होती है।

2.अंग्रेज़ी का बढ़ता प्रभाव

हालांकि हिंदी को सोषल मीडिया पर बढ़ावा मिल रहा है, लेकिन अंग्रेज़ी का प्रभाव अभी भी बहुत अधिक है। कई लोग हिंदी की बजाय हिंग्लिष में लिखना पसंद करते हैं, जिससे हिंदी की मूल संरचना को नुकसान हो सकता है।

3.हिंदी कंटेंट क्रिएटर्स के लिए सीमित अवसर

हालाँकि हिंदी में कंटेंट की माँग बढ़ रही है, लेकिन इसके लिए समुचित मोनेटाइज़ेषन और रोजगार के अवसर अभी भी सीमित हैं। डिजिटल प्लेटफॉर्म्स को हिंदी भाषा में उच्च–गुणवत्ता वाले कंटेंट को बढ़ावा देने की आवष्यकता है।

सोषल मीडिया और हिंदी भाषा का भविश्य

1.हिंदी में कंटेंट मार्केटिंग के अवसर

सोषल मीडिया पर हिंदी कंटेंट क्रिएटर्स के लिए विज्ञापन और ब्रांड प्रमोषन के माध्यम से कमाई के नए अवसर उभर रहे हैं। हिंदी ब्लॉगिंग, यूट्यूब वीडियोज़, पॉडकास्ट और ऑनलाइन कोर्सेज़ के ज़रिए लोग अपनी भाषा में प्रभावषाली सामग्री बना सकते हैं।

2.हिंदी भाषा के प्रचार–प्रसार में सोषल मीडिया की भूमिका

सोषल मीडिया हिंदी भाषा के प्रचार–प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। विभिन्न सरकारी और निजी संस्थाएँ हिंदी को डिजिटल रूप में अधिक सषक्त बनाने के लिए प्रयास कर रही हैं।

3.हिंदी और अन्य भारतीय भाषाओं की डिजिटल संभावनाएँ

भविश्य में हिंदी के साथ–साथ अन्य भारतीय भाषाओं को भी डिजिटल प्लेटफॉर्म्स पर अधिक स्थान मिलेगा। टेक्नोलॉजी के विकास के साथ, हिंदी भाषा के लिए नए टूल्स और सुविधाएँ उपलब्ध कराई जा सकती हैं।

4.हिंदी भाषा के लिए आवष्यक तकनीकी सुधार

हिंदी वॉयस टाइपिंग तकनीक में सुधार

हिंदी में उच्च गुणवत्ता वाले अनुवाद टूल्स का विकास

हिंदी भाषा के लिए ।प् आधारित कंटेंट जनरेषन टूल्स

हिंदी वेब डेवलपमेंट और ैम्व् तकनीकों का विस्तार

निश्कर्श

सोषल मीडिया और हिंदी भाषा का संबंध गहरा और प्रभावषाली है। यह न केवल भाषा को नए रूप में प्रस्तुत कर रहा है, बल्कि हिंदी को डिजिटल युग में सषक्त भी बना रहा है। हालाँकि, इसके साथ कुछ चुनौतियाँ भी हैं, जिन्हें दूर करने के लिए भाषा प्रेमियों, कंटेंट क्रिएटर्स और नीति–निर्माताओं को मिलकर कार्य करना होगा। यदि सही दिषा में प्रयास किए जाएँ, तो हिंदी भाषा सोषल मीडिया के माध्यम से और भी अधिक सषक्त और लोकप्रिय बन सकती है।

सोषल मीडिया पर हिंदी भाषा का प्रभाव:

1.हिंदी ब्लॉगिंग और माइक्रोब्लॉगिंग

हिंदी में ब्लॉगिंग का चलन तेजी से बढ़ा है। कई ब्लॉगर तकनीकी, षिक्षा, स्वास्थ्य, समाचार और अन्य विशयों पर हिंदी में लिख रहे हैं।

माइक्रोब्लॉगिंग साइट्स जैसे ट्विटर और कू ऐप (ज्ञवव ।चच) ने हिंदी में विचार व्यक्त करने का एक मंच दिया है।

2.हिंदी यूट्यूब और वीडियो कंटेंट

यूट्यूब पर हिंदी कंटेंट बनाने वालों की संख्या तेजी से बढ़ी है। कॉमेडी, षिक्षा, कुकिंग, यात्रा, टेक्नोलॉजी, राजनीति और मनोरंजन से जुड़े हिंदी चौनल लाखों दर्षकों तक पहुँच रहे हैं।

षॉर्ट वीडियो प्लेटफॉर्म जैसे इंस्टाग्राम रील्स और यूट्यूब षॉर्ट्स में भी हिंदी कंटेंट का दबदबा है।

3.हिंदी में न्यूज़ और पत्रकारिता

हिंदी डिजिटल न्यूज़ पोर्टल जैसे दैनिक भास्कर, नवभारत टाइम्स, आजतक डिजिटल, अमर उजाला आदि सोषल मीडिया पर सक्रिय हैं और लाखों लोगों तक खबरें पहुँचाते हैं।

ट्विटर और फेसबुक पर हिंदी में पत्रकारिता तेजी से लोकप्रिय हो रही है।

4.हिंदी विज्ञापन और ब्रांडिंग

कई कंपनियाँ अब अपने विज्ञापन हिंदी में बना रही हैं ताकि वे अधिक से अधिक लोगों तक पहुँच सकें।

हिंदी में डिजिटल मार्केटिंग का चलन भी बढ़ रहा है, जिससे छोटे व्यवसायों को अपने ग्राहकों तक पहुँचने का अवसर मिल रहा है।

हिंदी भाषा के सामने चुनौतियाँ और समाधानरू

1.हिंग्लिष का प्रभाव

सोषल मीडिया पर हिंदी लिखते समय अंग्रेजी के षब्दों का अत्यधिक प्रयोग (जैसे "मुझे यह बहुत बववस लगा", "आज चंतजल जबरदस्त थी") हिंदी की षुद्धता को प्रभावित कर रहा है।

समाधानरू हिंदी को सहज और आधुनिक रूप में प्रस्तुत किया जाए ताकि युवा पीढ़ी इसे अपनाने में रुचि दिखाए।

2.तकनीकी षब्दों की कमी

कई तकनीकी षब्दों के लिए हिंदी में सटीक विकल्प नहीं मिलते, जिससे अंग्रेजी षब्दों का उपयोग करना पड़ता है।

समाधान: तकनीकी और वैज्ञानिक षब्दावली के हिंदी अनुवाद को सरल और व्यावहारिक बनाया जाए।

3.हिंदी में गुणवत्तापूर्ण कंटेंट क कमी

अभी भी सोषल मीडिया पर अंग्रेजी में ज्यादा उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री उपलब्ध है।

समाधानरू हिंदी में ब्लॉगिंग, पॉडकास्ट, यूट्यूब चौनलों और डिजिटल लेखन को प्रोत्साहित किया जाए.

भविश्य में हिंदी भाशा और सोषल मीडियारू

आने वाले वर्शों में हिंदी इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या तेजी से बढ़ेगी।

हिंदी में पॉडकास्ट, ऑडियोबुक और वेब सीरीज का विस्तार होगा।

हिंदी में एआई (।तजपपिबपंस प्दजमससपहमदबम) और वॉयस असिस्टेंट का विकास होगा, जिससे हिंदी में संवाद करना और आसान होगा।

निश्कर्श:

सोषल मीडिया हिंदी भाशा के प्रचार–प्रसार में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। अब हिंदी केवल बोलचाल की भाशा नहीं रही, बल्कि डिजिटल दुनिया में भी अपनी मजबूत उपस्थिति दर्ज कर रही है। यदि हिंदी भाशा के विकास को सही दिषा दी जाए, तो यह आने वाले समय में वैश्विक स्तर पर अपनी पहचान को और अधिक सषक्त बना सकती है।

इकाई – 8

सोषल मीडिया और जनसंपर्क:

भूमिका

जनसंपर्क (Public Relations) एक संगठन, ब्रांड या व्यक्ति की सकारात्मक छवि को बनाए रखने और लक्षित जनता (ज्तहमज ।नकपमदबम) के साथ मजबूत संबंध स्थापित करने की एक रणनीतिक प्रक्रिया है। परंपरागत जनसंपर्क में समाचार पत्र, टेलीविजन, रेडियो और पत्र–पत्रिकाओं का उपयोग किया जाता था, लेकिन डिजिटल युग में सोषल मीडिया इसका एक प्रभावी माध्यम बन गया है। सोषल मीडिया ने जनसंपर्क की परिभाशा और दायरा दोनों को विस्तारित कर दिया है, जिससे यह अधिक प्रभावषाली और त्वरित हो गया है।

जनसंपर्क की परिभाशा

जनसंपर्क (PR) को "जनता और संगठन के बीच पारस्परिक रूप से लाभकारी संबंध स्थापित करने की कला और विज्ञान" के रूप में परिभाशित किया जा सकता है। यह किसी व्यक्ति, संगठन, सरकारी एजेंसी या ब्रांड की छवि को प्रबंधित करने और लोगों तक प्रभावी ढंग से अपनी बात पहुँचाने की प्रक्रिया है।

जनसंपर्क के उद्देष्य:

संगठन की सकारात्मक छवि बनाए रखना

लक्षित दर्षकों के साथ प्रभावी संचार स्थापित करना

मीडिया और जनता के बीच संतुलन बनाना

संकट प्रबंधन और नकारात्मक छवि सुधारना

ब्रांड जागरूकता (Brand Awareness) बढ़ाना

इकाई – 8

जनसंपर्क (Public Relations)

1.जनसंपर्क की परिभाशा

जनसंपर्क (Public Relations) एक ऐसी संचार प्रक्रिया है जो किसी संगठन, संस्था, व्यक्ति या सरकार और जनता के बीच पारस्परिक संबंधों को सुदृढ़ करने के लिए प्रयुक्त होती है। यह एक रणनीतिक प्रयास है जिसके माध्यम से सकारात्मक छवि बनाई जाती है और समाज में विश्वास स्थापित किया जाता है।

प्रमुख विद्वानों द्वारा जनसंपर्क की परिभाशा:

1.एडवर्ड एल. बर्नेज़ दृ "जनसंपर्क एक सतत प्रयास है जिसके द्वारा संगठन और जनता के बीच आपसी समझ और सहयोग को स्थापित किया जाता है।"

2.स्कॉट एम. कटलिप दृ "जनसंपर्क एक नियोजित और सतत प्रक्रिया है जो संगठन और उसके लक्षित समूहों के बीच सकारात्मक संबंधों को विकसित और बनाए रखने में सहायक होती है।

3.जनसंपर्क के उद्देष्य

संस्था की छवि को सकारात्मक रूप से प्रस्तुत करना

जनता के विश्वास और समर्थन को प्राप्त करना

गलतफहमियों और अफवाहों को दूर करना

उत्पाद, सेवा या नीतियों के बारे में जागरूकता बढ़ाना

सामाजिक उत्तरदायित्वों को पूरा करना

4.जनसंपर्क के तत्व

1.संचार (Communication): प्रभावी संचार के बिना जनसंपर्क संभव नहीं।

2- t ur k ¼Public): लक्षित समूह या समुदाय जिनके साथ संपर्क स्थापित किया जाता है।

3. सत्यता (Authenticity): जनसंपर्क में पारदर्शिता और सच्चाई आवश्यक होती है।

4. रणनीति (Strategy): सफलता के लिए पूर्व नियोजित योजनाएं बनाई जाती हैं।

5. प्रतिक्रिया (Feedback): जनता की प्रतिक्रिया को समझकर नीतियों में सुधार किया जाता है।

जनसंपर्क के प्रकार

1. आंतरिक जनसंपर्क (Internal PR): संगठन के भीतर कर्मचारियों और प्रबंधन के बीच संचार को बढ़ावा देना।

2.बाह्य जनसंपर्क (Enternal PR): संगठन और बाहरी जनता के बीच संबंधों को सुधारना।

3.मीडिया जनसंपर्क (डमकपं च्त्)रू समाचार पत्र, टेलीविजन, रेडियो, सोषल मीडिया के माध्यम से प्रचार।

4.संकट प्रबंधन जनसंपर्क (Crisis Management PR): किसी नकारात्मक घटना के दौरान छवि को बचाने के लिए उठाए गए कदम।

5.सरकारी जनसंपर्क (Government PR): सरकार की नीतियों और योजनाओं को जनता तक पहुंचाना।

जनसंपर्क की प्रक्रिया

1. षोध (Research): समस्या और लक्षित समूह का विष्लेशण

2. योजना (Planning): उद्देष्य और रणनीति का निर्धारण।

3. सचार (Communication): संदेषों को विभिन्न माध्यमों से प्रसारित करना।

4. मूल्यांकन (म्अंसनंजपवद)रू जनसंपर्क अभियान की सफलता का आकलन।

जनसंपर्क के प्रमुख साधन

1.प्रेस विज्ञप्ति (Press Release)– समाचार पत्रों और मीडिया को जानकारी प्रदान करना।

2.पत्रिकाएँ एवं न्यूज़लेटर्स (Magazines & Newsletters) संगठनों की गतिविधियों को प्रचारित करना।

3.सोषल मीडिया (Social Media)– फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम आदि के माध्यम से संचार।

4.इवेंट्स एवं सेमिनार्स (Events & Seminars)– संगोश्ठी, कार्यषालाएं, सम्मेलन आदि।

5.प्रचार अभियान (Advertising Campaigns)– विभिन्न प्रचार माध्यमों का उपयोग।

भारत में जनसंपर्क का इतिहास : प्राचीन भारत में राजा अषोक द्वारा षिलालेखों के माध्यम से जनसंपर्क।

महात्मा गांधी ने स्वतंत्रता संग्राम के दौरान जनसंपर्क का प्रभावी उपयोग किया।1947 में स्वतंत्रता के बाद, सरकारी जनसंपर्क को संस्थागत रूप दिया गया। भारत सरकार द्वारा प्रेस इन्फॉर्मेषन ब्यूरो (PIB) और भारतीय जनसंपर्क परिशद (PRSI) की स्थापना।

7.जनसंपर्क और पत्रकारिता का अंतर

8.जनसंपर्क में करियर के अवसर

जनसंपर्क अधिकारी (Public Relations Officer)

मीडिया रिलेषंस मैनेजर

कॉर्पोरेट कम्युनिकेषन मैनेजर

कंटेंट क्रिएटर और डिजिटल पीआर विषेशज्ञ

सरकारी जनसंपर्क अधिकारी

9.निश्कर्श

जनसंपर्क आज के युग में संगठनों, सरकारों और व्यक्तियों के लिए एक महत्वपूर्ण साधन बन चुका है। डिजिटल मीडिया के प्रसार के साथ, जनसंपर्क की भूमिका और प्रभावषीलता बढ़ गई है। यह एक ऐसा क्षेत्र है जो निरंतर विकासषील है और जिसमें करियर की अपार संभावनाएँ हैं।

सोषल मीडिया और जनसंपर्क का परस्पर संबंध :

1 सूचना का त्वरित प्रसार

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम और लिंक्डइन के माध्यम से समाचार, घोशणाएँ और अपडेट तुरंत बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँचाए जा सकते हैं।

मीडिया हाउस और ब्रांड्स अपने प्रेस रिलीज़ और घोशणाएँ डिजिटल रूप में सोषल मीडिया पर साझा करते हैं, जिससे खबरें तेजी से वायरल होती हैं।

2.प्रत्यक्ष संवाद और सहभागिता

सोषल मीडिया ने पारंपरिक जनसंपर्क को द्विपक्षीय (Two & Way Communication) बना दिया है, जिससे जनता और ब्रांड्स के बीच सीधा संवाद संभव हो गया है।

सोषल मीडिया पोस्ट पर कमेंट, षेयर और लाइक्स के माध्यम से जनता की राय तुरंत प्राप्त की जा सकती है।

लाइव स्ट्रीमिंग (Live Stream) के माध्यम से ब्रांड्स और सरकारी संस्थाएँ जनता से सीधे जुड़ सकती हैं।

3.ब्रांडिंग और छवि निर्माण (Image Building)

कंपनियां, संस्थाएँ और व्यक्तिगत ब्रांड सोषल मीडिया पर अपनी छवि को सषक्त बनाने के लिए कंटेंट रणनीति अपनाते हैं।

सकारात्मक ग्राहक प्रतिक्रिया (Customer Reviews) और अनुषंसाएं (Testimonial) ब्रांड की विश्वसनीयता बढ़ाती हैं।

विजुअल कंटेंट (Infographics Videos) का उपयोग ब्रांड की पहचान को मजबूत करता है।

4.संकटप्रबंधन (Crisis Management)

जनसंपर्क का एक महत्वपूर्ण कार्य संकट के समय किसी संगठन की छवि को बनाए रखना होता है।

किसी विवाद, नकारात्मक प्रचार या गलतफहमियों को दूर करने के लिए सोषल मीडिया पर स्पश्टीकरण (Clarification Statement) जारी किया जाता है।

माफ़ी संदेष (Apology Message) और संकट संचार (Crisis Communication) के लिए सोषल मीडिया सबसे प्रभावी प्लेटफॉर्म बन चुका है।

5. प्रभावषाली व्यक्तित्व

सोषल मीडिया पर प्रभावषाली व्यक्तित्व (Influencers) एक नया जनसंपर्क माध्यम बन चुके हैं.

YouTube, Instagram , Facebook पर लोकप्रिय प्रभावषाली व्यक्तित्व विभिन्न ब्रांड्स और संगठनों के लिए जनसंपर्क अभियान चलाते हैं। उपभोक्ता अब विज्ञापनों से अधिक सोषल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स की राय पर भरोसा करने लगे हैं।

6.डिजिटलअभियान (क्पहपजंस ब्उचंपहद) और ट्रेंड्स

ट्विटर ट्रेंड्स, हैषटैग कैंपेन, फेसबुक विज्ञापन और इंस्टाग्राम स्टोरीज़ का उपयोग प्रभावी जनसंपर्क रणनीति के रूप में किया जाता है।

Notes

सोशल मीडिया

सरकारी और कॉर्पोरेट जनसंपर्क अभियानों के लिए सोषल मीडिया एक आवष्यक उपकरण बन गया है।

सोषल मीडिया के माध्यम से प्रभावी जनसंपर्क रणनीतियाँरू

1- bqi ”V vkSj jkspd lkexzh ¼Content Strategy)

कंटेंट ऐसा होना चाहिए जो लोगों का ध्यान आकर्शित करे और उन्हें प्रभावित करे।

पोस्ट, वीडियो, ब्लॉग और इन्फोग्राफिक्स के माध्यम से जटिल विशयों को सरल रूप में प्रस्तुत किया जाना चाहिए।

SEO (Search Engine Optimization) और ट्रेंडिंग कीवर्ड का प्रयोग सोषल मीडिया रणनीति को अधिक प्रभावी बनाता है।

2.नियमितऔरसक्रियउपस्थिति (Consistency & Engagement)

सोषल मीडिया पर नियमित रूप से पोस्ट और अपडेट देना आवष्यक है।

ऑडियंस के साथ इंटरैक्षन बनाए रखने के लिए टिप्पणियों (Comments) और संदेषों (Messagè) का उत्तर देना चाहिए।

3.संवेदनषीलताऔरविश्वसनीयता (Authenticity & Sensitivity)

सोषल मीडिया पर पोस्ट किए गए संदेषों की विश्वसनीयता बहुत महत्वपूर्ण होती है।

किसी भी संवेदनषील मुद्दे पर टिप्पणी करने से पहले पूरी जानकारी लेना आवष्यक है।

4.इंटरैक्टिव कंटेंट का उपयोग (Use of Interactive Content)

पोल (Poll̀), क्यू एंड ए सेषन (Q&A Sessions), लाइव स्ट्रीमिंग (Live Streaming) और क्विज़ (Quizzè) जैसी रणनीतियाँ अपनाकर जनता की भागीदारी सुनिष्चित की जा सकती है।

5.विज्ञापन और प्रमोषन (Social Media Advertising)

फेसबुक, इंस्टाग्राम और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म्स पर पेड प्रमोषन और विज्ञापन के माध्यम से लक्षित दर्षकों तक पहुँचा जा सकता है।

प्रभावी जनसंपर्क के लिए डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियों को अपनाना आवष्यक हो गया है।

6.नकारात्मक टिप्पणिया ंका प्रबंधन (Handling Negative Feedback)

सोषल मीडिया पर आलोचना और नकारात्मक टिप्पणियाँ आम होती हैं, लेकिन उनका उत्तर संयम और पेषेवर तरीके से देना चाहिए।

किसी विवादित स्थिति में स्पश्ट और संतुलित प्रतिक्रिया देना बेहतर होता है।

निश्कर्श

सोषल मीडिया ने जनसंपर्क के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन किया है। यह न केवल सूचना के प्रसार को तेज और सुलभ बनाता है, बल्कि संगठनों को अपने लक्षित दर्षकों से जुड़ने के लिए अधिक प्रभावी रणनीतियाँ प्रदान करता है। डिजिटल युग में सफल जनसंपर्क के लिए सोषल मीडिया का कुषलता से उपयोग करना अनिवार्य हो गया है। उचित योजना और रणनीति के साथ सोषल मीडिया का उपयोग करके किसी भी ब्रांड, संगठन या व्यक्ति की छवि को सषक्त और प्रभावषाली बनाया जा सकता है।

मॉड्यूल -4 सोशल ehfM;k वनियिमन

सोशल मीडिया

सोषल मीडिया क्या है? (What is Social Media in Hindi)

सोषल मीडिया इंटरनेट पर आधारित प्लेटफॉर्म हैं, हम यह भी कह सकते हैं कि यह एक प्रकार की वेबसाइट और एप्लिकेषन है जो यूजर्स के लिए इस तरह से डिजाइन की गई है कि यूजर्स इसे बड़ी आसानी से इस्तेमाल कर सकते हैं और अपनी जरूरत के हिसाब से कंटेंट षेयर कर सकते हैं। लेकिन यह सामग्री किसी भी रूप में हो सकती है जैसे वीडियो, इमेज, संदेष, लेख आदि।

सोषल मीडिया को स्मार्टफोन, कंप्यूटर और टैबलेट के माध्यम से एक्सेस किया जा सकता है, लेकिन सोषल मीडिया तक पहुंचने की षुरुआत कंप्यूटर से हुई, जो किसी भी इंटरनेट टेलीकम्यूनिकेषन टूल के साथ किया गया था, और आधुनिक समय में भी किया जा सकता है और इन टूल्स की मदद से यूजर जल्द से जल्द कंटेंट क्रिएट कर सकते हैं और इंटरनेट के जरिए उस कंटेंट को ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुंचा भी सकते हैं। अगर सोषल मीडिया की बात करें तो वह है, इंस्टाग्राम जिस पर फोटो, वीडियो आदि षेयर किए जाते हैं, ट्विटर जहां लिंक और इमेज क्रिएटर्स षेयर किए जाते हैं।

उपयोगकर्ता सोषल मीडिया पर बिल्कुल मुफ्त में एक अकाउंट बना सकते हैं और उस अकाउंट पर अपनी इच्छानुसार सामग्री बना और पोस्ट कर सकते हैं। सोषल मीडिया को समझने के और भी कई तरीके हो सकते हैं और इसे अलग–अलग तरह से भी समझा जा सकता है क्योंकि सोषल मीडिया दो षब्दों 'सोषल' और 'मीडिया' से मिलकर बना है। सोषल का अर्थ है लोगों द्वारा साझा की जाने वाली जानकारी और मीडिया का अर्थ समाचार, समाचार पत्र टीवी जैसी किसी भी जानकारी को साझा करने का माध्यम है। जैसे की न्यूज, न्यूज पेपर टीवी. इंटरनेट, रेडियो आदि।

सोषल मीडिया कैसे काम करता है? जाने (How Social Media Works)

सोषल मीडिया का उपयोग करने के लिए इंटरनेट पर हमारे सामने कई तरह की वेबसाइट और एप्लिकेषन उपलब्ध हैं, जिनके काम करने के तरीके अलग–अलग हैं। अधिकांष सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करने के लिए, उपयोगकर्ताओं को पहले ईमेल, फोन नंबर आदि के माध्यम से उस पर एक अकाउंट बनाना होगा और एक अकाउंट बनाने के बाद, वे अपनी रुचि के अनुसार सामग्री बनाकर और पोस्ट कर सकते हैं।

इस संदर्भ में इंस्टाग्राम का उदाहरण लेना सही होगा, क्योंकि यूजर्स इंस्टाग्राम पर अकाउंट बनाकर फोटो, वीडियो षेयर कर सकते हैं और अन्य यूजर्स के कंटेंट को लाइक, कमेंट और षेयर भी कर सकते हैं।

कंपनी द्वारा किसी भी सोषल मीडिया कार्य को करने के लिए एल्गोरिदमिक प्रोग्राम का उपयोग किया जाता है, जो उपयोगकर्ताओं की रुचि, प्रोफ़ाइल और व्यवहार के आधार पर काम करता है और कंपनी अपने सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म को लोकप्रिय और अधिक व्यस्त

रखने के लिए एल्गोरिदम वह बदलाव भी लाती है। अगर आपको नहीं पता की ।lgorithm क्या होता है तो चलिए इसे एक उदाहरण से समझाने की कोषिष करते है.

ल्वनज्नइम जो कि एक बहुत बड़ा वीडियो प्लेटफॉर्म है, आपने यहां वीडियो जरूर देखा होगा। अगर आपने कभी इस पर गौर किया तो आपको देखने को मिलेगा कि आप जिस तरह के वीडियो देखते हैं, लाइक और षेयर करते हैं, उसी तरह का कंटेंट यूट्यूब आपके अकाउंट पर दिखाता है। यह स्वचालित ल्वनज्नइम एल्गोरिथम सॉफ़्टवेयर जो आपको आपकी रुचियों के अनुसार ल्वनज्नइम सामग्री दिखाता है। कंपनी द्वारा इसी तरह के एल्गोरिदम का इस्तेमाल सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म पर किया जाता है।

Social Media का भविश्य क्या है? यहां जानिए

सोषल मीडिया एक बड़ी भूमिका निभा रहा है और दुनिया भर में लोगों की जीवनषैली का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है। पूरी दुनिया में बड़ी मात्रा में टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल होता है। हम भविश्य की बात करें कि सोषल मीडिया का उपयोग कैसा होगा तो यह भविश्य में भी उज्जवल बना रहेगा और वर्तमान की तुलना में भविश्य में इसका उपयोग काफी बढ़ जाएगा।

सोषल मीडिया virtual world esa communication होते है और धीरे धीरे virtual world के तरफ सभी चीजें बढ़ रही हैं। भविश्य में नई प्लेटफॉर्म की वषद्धि की संभावना रहेगी जहां नए और अद्युतित विचारों आएंगे।

भविश्य में वीडियो कंकेंट की महत्व भी बढ़ेगी जैसे अन्य videos content की महत्व बढ़ जाएगा इसके अलावा अन्य क्षेत्रों में भी सोषल मीडिया मीडिया का महत्व देखा जाएगा।

Social Media की परिभाशा क्या है? जानिए

सोषल मीडिया सर्विस को दो broad category में बाटा जा सकता है जो कुछ इस प्रकार है–

•Internal Social Media: bldk :i closed private community gS ftl ij cgqr de ek=k esa tq M+s हुए होते है यह केवल उन्हीं लोगों की community के जैसा होता हैं। बिना invitation के कोई भी इस network में नही जुड़ सकते है क्योंकि इस नेटवर्क में ज्वाइन होने के लिए invitation करना पड़ता हैं। उदाहरण एजुकेषन ग्रुप, प्राइवेट ग्रुप, हैकिंग क्मयूनिटी आदि।

•External Social Media : यह ओपन और पब्लिक होता है जहां पर अधिक संख्या में यूजर्स एक दुसरे के साथ जुड़े हुए होते है। इसमें जुड़ने के लिए Admin के Permission या invitation की जरूरत नही पड़ती हैं। यहां इमेज, वीडियो, के साथ अपना friend बना सकते है इसके उदाहरण Instagram, Facebook, Twitter आदि हैं।

सोषल मीडिया के प्रकार

Notes

सोशल मीडिया

सोषल मीडिया विभिन्न उद्देष्यों के लिए उपयोग किए जाने वाले डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म का एक समूह है। इसे मुख्य रूप से लोगों को जोड़ने, विचारों का आदान–प्रदान करने, सूचना साझा करने और मनोरंजन के लिए उपयोग किया जाता है। सोषल मीडिया को कई श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है। आइए विस्तार से समझते हैं:

1.सोषल नेटवर्किंग साइट्स (Social Networking Sites)

उदाहरणरू फेसबुक, लिंक्डइन, ट्विटर

ये प्लेटफ़ॉर्म मुख्य रूप से लोगों को जोड़ने, नेटवर्क बनाने और संवाद करने के लिए बनाए गए हैं। इन साइटों का उपयोग व्यक्तिगत, व्यावसायिक और पेषेवर संबंधों को मजबूत करने के लिए किया जाता है।

फेसबुक (Facebook): दुनिया की सबसे बड़ी सोषल नेटवर्किंग साइट, जहां लोग दोस्तों और परिवार से जुड़ सकते हैं, पोस्ट साझा कर सकते हैं और ग्रुप्स में बातचीत कर सकते हैं।

लिंक्डइन (LinkedIn): पेषेवर नेटवर्किंग के लिए उपयोग की जाने वाली साइट, जहां लोग नौकरी खोज सकते हैं, कनेक्षन बना सकते हैं और अपने करियर को बढ़ा सकते हैं।

ट्विटर (ग)रू माइक्रोब्लॉगिंग प्लेटफ़ॉर्म, जहां लोग छोटे संदेष (ट्वीट्स) के माध्यम से जानकारी साझा कर सकते हैं।

2.माइक्रोब्लॉगिंग साइट्स (Microblogging Sites)

उदाहरणरू ट्विटर (X), टम्बलर (Tumblr)

ये साइटें छोटी और त्वरित जानकारी साझा करने के लिए होती हैं। इनका उपयोग समाचार, विचारों और महत्वपूर्ण घटनाओं को तुरंत साझा करने के लिए किया जाता है।

ट्विटर (X): 280 अक्षरों में अपने विचार साझा करने की सुविधा देता है और ट्रेंडिंग टॉपिक्स के माध्यम से लोकप्रिय चर्चाओं को प्रदर्षित करता है।टम्बलर (Tumblr): एक क्रिएटिव प्लेटफॉर्म जो ब्लॉगिंग और सोषल नेटवर्किंग का मिश्रण है।

3.मीडिया षेयरिंग साइट्स (Media Sharing Sites)

उदाहरणरू यूट्यूब, इंस्टाग्राम, स्नैपचौट, पिनटेरेस्ट

इन प्लेटफ़ॉर्म्स का मुख्य उद्देष्य फोटो, वीडियो और अन्य मल्टीमीडिया सामग्री साझा करना होता है।

यूट्यूब (YouTube): वीडियो षेयरिंग प्लेटफ़ॉर्म, जहां यूज़र्स वीडियो अपलोड, स्ट्रीम और देख सकते हैं।

इंस्टाग्राम (Instagram): फोटो और वीडियो षेयरिंग के लिए लोकप्रिय प्लेटफॉर्म, जो स्टोरीज़ और रील्स के लिए भी प्रसिद्ध है।

स्नैपचौट (Snapchat): अस्थायी तस्वीरें और वीडियो साझा करने का प्लेटफॉर्म।

पिनटेरेस्ट (Pinterest): इमेज–बेस्ड प्लेटफॉर्म, जिसका उपयोग लोग प्रेरणादायक विचारों, डिज़ाइन और रचनात्मक कंटेंट को सहेजने और साझा करने के लिए करते हैं।

4.फोरम और डिस्कषन प्लेटफॉर्म (Forum & Discussion Platforms)

उदाहरणरू क्वोरा, रेडिट ये प्लेटफॉर्म ऑनलाइन चर्चाओं के लिए बनाए गए हैं, जहां लोग सवाल पूछ सकते हैं और उनके उत्तर पा सकते हैं।

क्वोरा (Quora): एक प्रष्न–उत्तर प्लेटफॉर्म, जहां लोग विभिन्न विशयों पर प्रष्न पूछ सकते हैं और विषेशज्ञों से उत्तर प्राप्त कर सकते हैं।

रेडिट (Reddit): एक सामुदायिक चर्चा मंच, जहां विभिन्न विशयों पर चर्चा की जाती है।

5.इंस्टेंट मैसेजिंग ऐप्स (Instant Messaging Apps)

उदाहरण: व्हाट्सएप, टेलीग्राम, फेसबुक मैसेंजर

ये प्लेटफॉर्म व्यक्तिगत या समूह संदेष भेजने के लिए उपयोग किए जाते हैं।

व्हाट्सएप (WhatsApp): टेक्स्ट, ऑडियो और वीडियो कॉल की सुविधा प्रदान करने वाला सबसे लोकप्रिय मैसेजिंग ऐप।

टेलीग्राम (Telegram): उच्च सुरक्षा और बड़े समूह चौट्स के लिए प्रसिद्ध।

फेसबुक मैसेंजर (थ्बमइववा डमेमदहमत)रू फेसबुक का मैसेजिंग प्लेटफ़ॉर्म, जिससे लोग चौट कर सकते हैं और मीडिया षेयर कर सकते हैं।

6.लाइव स्ट्रीमिंग और गेमिंग प्लेटफॉर्म (Live Streaming & Gaming Platforms)

उदाहरणरू ट्विच, डिस्कॉर्ड, फेसबुक गेमिंगये प्लेटफ़ॉर्म लाइव स्ट्रीमिंग और ऑनलाइन गेमिंग समुदायों के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। fV~op (Twitch): मुख्य रूप से गेमर्स के लिए लाइव स्ट्रीमिंग प्लेटफ़ॉर्म।

डिस्कॉर्ड (Discord): गेमिंग समुदायों के लिए एक मैसेजिंग और वॉयस चौट प्लेटफ़ॉर्म।

फेसबुक गेमिंग (Facebook Gaming): फेसबुक द्वारा विकसित एक गेम स्ट्रीमिंग सेवा।

7.सोषल कॉमर्स प्लेटफॉर्म (Social Commerce Platforms)

उदाहरणरू फेसबुक मार्केटप्लेस, इंस्टाग्राम षॉप, मीषो ये प्लेटफ़ॉर्म सोषल मीडिया और ई–कॉमर्स का मिश्रण होते हैं, जहां लोग सामान खरीद और बेच सकते हैं। फेसबुक

मार्केटप्लेसरू जहां लोग स्थानीय रूप से चीजें खरीद और बेच सकते हैं।इंस्टाग्राम षॉपरू बिज़नेस के लिए उत्पादों को सीधे इंस्टाग्राम पर बेचने की सुविधा। मीषो (डममीव)रू सोषल सेलिंग प्लेटफॉर्म, जहां छोटे विक्रेता अपने प्रोडक्ट्स बेच सकते हैं।

8-MsVa vkSj dusD'ku ,Il ½Dating & Connection Apps)

उदाहरणरू टिंडर, बम्बल, ओकेक्यूपिडये प्लेटफॉर्म मुख्य रूप से व्यक्तिगत कनेक्षनों के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। टिंडर (ज्पदकमत)रू डेटिंग ऐप, जहां लोग प्रोफाइल देखकर कनेक्षन बना सकते हैं। बम्बल (Bumble): महिलाओं को पहला मैसेज भेजने का अधिकार देता है। ओकेक्यूपिड (OkCupid): व्यक्तित्व आधारित मैचिंग के लिए प्रसिद्ध।

निश्कर्श

सोषल मीडिया विभिन्न प्रकार के प्लेटफॉर्म्स का एक विस्तृष्त नेटवर्क है, जिसका उपयोग लोग मनोरंजन, व्यवसाय, नेटवर्किंग और संचार के लिए करते हैं। सही प्लेटफॉर्म का चुनाव व्यक्ति की जरूरत और रुचि पर निर्भर करता है।

सोषल मीडिया के फायदे

सोषल मीडिया का इस्तेमाल तो हम सभी अपनी रोजमर्रा की जिंदगी में जरूर करते हैं, लेकिन क्या आप जानते हैं कि इसके क्या–क्या फायदे हैं, अगर नहीं जानते हैं तो आइए जानते हैं।

- सोषल मीडिया के माध्यम से दूर रह रहे परिवार और किसी दोस्त से संपर्क कर सकते हैं।
- सोषल मीडिया द्वारा ।कअमतजपेम किया जाता हैं।
- देष विदेष के लोगों को दोस्त बना सकते हैं।
- Political Parties द्वारा भी आज कल अपना ऑनलाइन ब्ंउचंपहद चलाया जाता हैं।
- Social Media से मदद से आप किसी भी पिसम को दुसरे जगह ट्रांसफर कर सकते हैं।
- एक दुसरे षहर या देष के लोगों के साथ बात चीत कर सकते हैं।

सोषल मीडिया के नुकसान

सोषल मीडिया के इस्तेमाल से फायदे के साथ–साथ कई नुकसान भी हो सकते हैं और इसे बिल्कुल भी नजरअंदाज नहीं किया जा सकता है। सोषल मीडिया के कुछ नुकसान इस प्रकार हैं–

•षाररिक बीमारियाँरू लोग अपने मोबाइल फोन पर सोषल मीडिया पर लगा रहते है जिस कारण व्यायाम, खेलना–कूदना जैसी गतिविधियां पर ध्यान नही देते हैं जिससे षाररिक बीमारियाँ जैसे कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है और इसका प्रभाव सबसे अधिक बच्चे पर पड़ते हैं।

•बच्चों एवं युवाओ पर प्रभावरू बच्चे पढ़ाई में मन लगाने के जगह वह मोबाइल में ही अपना ज्यादा समय व्यतीत करते है और यह बच्चों के भविश्य के सही नही हैं।युवा सोषल मीडिया के इतने संगी हो गए हैं कि इससे दूर रहना बहुत मुष्किल हो गया है, युवा इससे अपना कीमती समय बर्बाद कर रहे हैं।

•साइबर क्राइम खतरारू जिन लोगों को सोषल मीडिया की जानकारी कम है, कुछ षातिर लोग उन्हें अपने जाल में फंसा लेते हैं और उनकी बैंक स्टेटमेंट लेकर बैंक को खाली कर देते हैं. इससे साइबर क्राइम का खतरा साफ दिखाई दे रहा है।

•गलत खबरों का प्रचाररू यह एक सच्चाई है कि सोषल मीडिया पर बहुत सी गलत सूचनाएं फैलाई जाती हैं और इससे हमेषा हिंसा की भावना पैदा होती है।

•काम पर फोकस ना करनारू सोषल मीडिया पर ज्यादा समय बिताने से लोग अपने काम पर ध्यान नहीं दे पाते हैं और उसे समय पर पूरा नहीं कर पाते हैं।

निश्कर्श

अगर आपका सोषल मीडिया से जुड़ा कोई और सवाल छूट गया हो तो मैं उसके लिए माफीमांगते है, लेकिन वह सवाल आप हमसे पूछ सकते हैं, अगर आपका सवाल लोगों के कामआएगा तो हम उसे इस लेख में जोड़ सकते हैं। अगर आपको लेख पसंद आया हो तो इसेअपने सभी दोस्तों और परिवार के सदस्यों के साथ साझा करें और बता सकते हैं कि कैसेवे लंबे समय तक सोषल मीडिया का उपयोग करने के कारण अपने रिष्तों से दूर होते जारहे

इकाई – 9

सोषल मीडिया कानून:

परिचय

प्रौद्योगिकी के इस आधुनिक युग में, सोषल मीडिया दैनिक जीवन का एक महत्वपूर्ण घटक बनता जा रहा है और आज अधिकांष युवा इसके माध्यम से अपने विचारों, विचारों और राय

का संचार करना पसंद करते हैं। ऐसे कई सोषल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म हैं जो उपयोगकर्ताओं को सामाजिक समाचार, ब्लॉग, व्लॉग और अन्य को आसान तरीके से एक्सेस करने की अनुमति देते हैं। व्यापक रूप से उपयोग की जाने वाली कुछ सोषल मीडिया नेटवर्किंग साइट्स में इंस्टाग्राम, ट्विटर और फेसबुक षामिल हैं। वे अपने उपयोगकर्ताओं को लेखन, संगीत और छवियों के माध्यम से जानकारी को जल्दी और दूरी से प्रभावित हुए बिना साझा करने की अनुमति देकर सामाजिक संपर्क बढ़ाने में मदद करते हैं। इस तथ्य के बावजूद कि सोषल मीडिया का उपयोग करने के जबरदस्त लाभ हैं, गोपनीयता और सुरक्षा जैसे चिंता के कुछ क्षेत्र हैं जिन्हें संबोधित करने की आवष्यकता है। सोषल मीडिया पर किसी व्यक्ति द्वारा पोस्ट की गई एक गलत या झूठी जानकारी समाज पर नकारात्मक प्रभाव डाल सकती है। मीडिया को विभिन्न संस्कृतियों और धर्मों के लोगों को सच्चाई प्रदान करने के साथ–साथ घृणा और सांप्रदायिक समस्याओं को खत्म करने के लिए झूठी और गलत सूचनाओं के प्रसार को प्रतिबंधित करने पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए।

सोषल मीडिया कानून की आवष्यकता

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म के अत्यधिक उपयोग के कारण इन दिनों उभर रहे अपराधों से निपटने के लिए सोषल मीडिया कानूनों की आवष्यकता है। ये कानून निशिद्ध सामग्री की सुरक्षा के लिए दीवानी और आपराधिक दोनों तरह से उपाय प्रदान करते हैं। सोषल मीडिया मुकदमेबाजी से जुड़े कई कानून हैं जिनमें साइबर अपराध या साइबरस्पेस समस्याओं को हल करने के लिए डिजिटल मिलेनियम कॉपीराइट एक्ट और कम्युनिकेषन डिसेंसी एक्ट षामिल हैं।

सोषल मीडिया की गुमनामी और धोखाधड़ी के कारण, सभी उम्र के लोगों को प्रभावित करने वाली ऑनलाइन हिंसा में वषद्धि हुई है। पीछा करना, उत्पीड़न, धमकाने और धमकियों सहित सोषल मीडिया से संबंधित अपराधों को कम करने के लिए, सोषल मीडिया कानूनों की आवष्यकता है। उदाहरण के लिए, फेसबुक, यूट्यूब और व्हाट्सएप के माध्यम से फर्जी समाचार वीडियो हिंसा के प्रसार के कारण कुछ भारतीय राज्यों में हाल ही में हुए दंगों से गंभीर नुकसान हुआ है। यही कारण है कि हमारे देष में मजबूत सोषल मीडिया कानूनों की आवष्यकता है।

षिकायत निवारण तंत्र

कोई भी व्यक्ति जिसे किसी अन्य व्यक्ति द्वारा प्रकाषित सामग्री के बारे में षिकायत है, वह समस्या को रोकने या अनदेखा करने के बजाय षिकायत तंत्र पर अपनी षिकायत दर्ज कर सकता है। षिकायत निवारण नीचे बताए गए उचित अनुक्रम का पालन करके किया जाता हैरू

•प्रकाषक को षिकायत का समाधान करना चाहिए तथा पंजीकरण के 15 दिनों के भीतर षिकायतकर्ता को अपने निर्णय से अवगत कराना चाहिए।

•यदि प्रकाषक निर्धारित समय के भीतर षिकायतकर्ता को अपना निर्णय नहीं बताता है तो मामला उस स्व-नियामक निकाय के समक्ष उठाया जाता है जिसका प्रकाषक सदस्य है।

•यदि षिकायतकर्ता प्रकाषक के निर्णय से संतुश्ट नहीं है तो वे निर्णय प्राप्त होने के 15 दिनों के भीतर स्व–नियामक निकाय में अपील कर सकते हैं।

•इसके बाद, स्व–नियामक निकाय षिकायत का समाधान करता है और प्रकाषक को सलाह या मार्गदर्षन के रूप में निर्णय बताता है। वे षिकायतकर्ता को 15 दिनों के भीतर लिए गए निर्णय के बारे में सूचित भी करते हैं।

•यदि षिकायतकर्ता स्व–नियामक निकाय के निर्णय से संतुश्ट नहीं है तो वे निर्णय के 15 दिनों के भीतर निरीक्षण तंत्र में अपील कर सकते हैं।

सोषल मीडिया के संबंध में भारतीय कानून के तहत उपाय

सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम

सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 (आईटी अधिनियम) भारत में ई–कॉमर्स और साइबर अपराध से संबंधित मामलों से निपटने के लिए एक प्राथमिक कानून है। इस अधिनियम का मुख्य उद्देष्य कागज़–आधारित संचार के बजाय इलेक्ट्रॉनिक डेटा एक्सचेंज या किसी अन्य माध्यम से किए गए लेन–देन को कानूनी मान्यता प्रदान करना है। यह डिजिटल हस्ताक्षरों को कानूनी मान्यता भी प्रदान करता है और ई–गवर्नेंस को सक्षम करने के लिए कानूनी प्रतिबंध देता है। इस कानून के तहत, कंप्यूटर या नेटवर्क से जुड़े विभिन्न धोखाधड़ी और अपराधों के लिए दंड निर्धारित किए गए हैं। इसके साथ ही, सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम में आईपीसी (भारतीय दंड संहिता) के कुछ प्रावधानों में संषोधन किया गया है जिसमें भारतीय साक्ष्य अधिनियम 1872, भारतीय रिजर्व बैंक अधिनियम 1934 और बैंकर बुक साक्ष्य अधिनियम 1891 षामिल हैं। आईटी अधिनियम की कुछ धाराएँ इस प्रकार सूचीबद्ध हैंरू

•धारा 66। रू आईटी अधिनियम की यह धारा किसी भी व्यक्ति को सोषल मीडिया पर संदेष भेजने या सामग्री पोस्ट करने पर गिरफ्तार करने की षक्ति देती है जिसे आपत्तिजनक माना जा सकता है। साथ ही, घृणा, झुंझलाहट, असुविधा, बाधा, खतरा, दुष्मनी, अपमान और आपराधिक धमकी फैलाने के उद्देष्य से कोई भी गलत या झूठी जानकारी भेजना अपमानजनक है। ऐसी गतिविधि दंडनीय है और कानून के अनुसार, अपराधी को जुर्माने के साथ तीन साल की कैद की सजा दी जाती है।

•धारा 69। रू इस धारा के अनुसार, सरकार के पास ऐसी किसी भी सूचना की निगरानी, डिक्रिप्ट या अवरोधन करने का अधिकार है जो सरकार के प्रावधानों के अनुरूप नहीं है। यह अधिकारियों को उचित प्रक्रिया का पालन करके इंटरनेट साइटों को ब्लॉक करने का अधिकार देता है। हाल ही में चीनी अनुप्रयोगों पर प्रतिबंध आईटी अधिनियम की धारा 69। के तहत लगाया गया था। इस धारा के प्रावधानों का पालन न करने वाले को कारावास और जुर्माने से दंडित किया जाता है।

भारत का संविधान

यह भारतीय नागरिकों को बुनियादी अधिकार प्रदान करता है जो उन्हें उनके बुनियादी जीवन हितों की रक्षा करने में मदद करता है। यदि इन अधिकारों का उल्लंघन होता है,

तो उन्हें विभिन्न उपचारात्मक उपाय प्रदान किए जाते हैं। भारतीय संविधान के अनुच्छेद 19 में, भाशण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार का उल्लेख किया गया है जो सुनिष्चित करता है कि प्रत्येक व्यक्ति को अपने विचार दूसरों के सामने प्रस्तुत करने का अधिकार है। इसका मतलब है कि वे अपने या अपने किसी परिचित के साथ हुए किसी भी गलत काम के खिलाफ आवाज उठा सकते हैं।

भारतीय दंड संहिता

भारतीय दंड संहिता (आईपीसी) को भारत का आधिकारिक आपराधिक कोड कहा जाता है जिसका उद्देष्य आपराधिक कानून के सभी आवष्यक क्षेत्रों को कवर करना है। संपत्ति, मानव षरीर, साजिष या सोषल मीडिया से संबंधित अपराध का दोशी पाया गया कोई भी व्यक्ति आईपीसी के प्रावधानों के तहत दंडनीय है। आईपीसी, 1860 में अलग–अलग धाराएँ हैं जो सोषल मीडिया से संबंधित अपराधों से निपटती हैं। इसके लिए पहचानी गई कुछ धाराएँ इस प्रकार हैंरू

•धारा 124 ए रू यह मुख्य रूप से राजद्रोह से संबंधित है, जो एक आपराधिक कृत्य है जो विपक्ष को सरकार के खिलाफ विद्रोह करने के लिए प्रोत्साहित करता है।

•धारा 153 ए रू इस धारा का उद्देष्य उन लोगों को दंडित करना है जो किसी विषेश धर्म या समूह के धर्म, जन्म स्थान, भाशा और नस्ल पर हमला करते हैं।

•धारा 295 ए रू इस धारा का मुख्य उद्देष्य उन लोगों को दंडित करना है जो जानबूझकर धर्म या धार्मिक विश्वास को बदनाम करते हैं।

•धारा 499 रू यह मुख्य रूप से मानहानि से संबंधित है, जहां किसी व्यक्ति को किसी की प्रतिश्ठा को नश्ट करने के उद्देष्य से मौखिक या लिखित रूप से अपमानजनक टिप्पणी करने के लिए कानूनी परिणामों का सामना करना पड़ता है।

•धारा 505 रू आईपीसी की इस धारा के तहत, जो कोई भी सार्वजनिक झुंझलाहट को बढ़ावा देने वाला बयान देता है, उसे कानूनी परिणामों का सामना करना पड़ता है।

•धारा 506 रू यदि कोई व्यक्ति किसी अन्य व्यक्ति को षारीरिक रूप से या किसी इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से डराने की कोषिष करता है तो वह अपराध माना जाएगा जिसके लिए उसे कुछ वर्शों के कारावास या जुर्माना या दोनों की सजा हो सकती है।

•धारा 509 रू महिलाओं की गरिमा का अनादर करने के अपराध से संबंधित है और इसके लिए एक वर्श का कारावास या जुर्माना हो सकता है।

1.आईटी एक्ट, 2000 और संषोधन (IT Act] 2000 & Amendments)

भारत में सोषल मीडिया और ऑनलाइन गतिविधियों को नियंत्रित करने वाला प्रमुख कानून सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 (IT Act] 2000) है। इस कानून के तहत:

धारा 66। (अब निरस्त) आपत्तिजनक कंटेंट पोस्ट करने पर दंड का प्रावधान था।

धारा 67 – अष्लील सामग्री के प्रकाषन या प्रसार पर दंड का प्रावधान है।

धारा 69। – सरकार को राश्ट्रीय सुरक्षा के आधार पर किसी वेबसाइट या सामग्री को ब्लॉक करने का अधिकार देती है।

2.कॉपीराइट कानून (Copyright Act, 1957)

पुस्तक प्रकाषन में किसी अन्य लेखक की सामग्री का उपयोग करने से पहले कॉपीराइट कानून का पालन करना आवष्यक है।किसी भी लेख, छवि, या वीडियो को बिना अनुमति के उपयोग करने पर कानूनी कार्यवाही हो सकती है।

3.मानहानि और अभद्र भाशा कानून (Defamation & Hate Speech Laws)

यदि सोषल मीडिया पर किसी व्यक्ति, संस्था, या समुदाय के खिलाफ अपमानजनक या झूठी जानकारी प्रकाषित की जाती है, तो मानहानि कानून (IPC 499 & 500) के तहत मामला दर्ज किया जा सकता है।

धारा 153। एवं 295। – किसी भी धर्म, जाति या समुदाय के खिलाफ नफरत फैलाने वाले कंटेंट को दंडनीय अपराध माना जाता है।

4.साइबर क्राइम और डेटा सुरक्षा (Cyber Crime & Data Protection)

आईटी एक्ट, 2000 के तहत ऑनलाइन धोखाधड़ी, हैकिंग, साइबर स्टॉकिंग, और डेटा चोरी पर सख्त दंड का प्रावधान है।

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म्स को उपयोगकर्ताओं की प्राइवेसी नीति और डेटा सुरक्षा नियमों का पालन करना आवष्यक है।

5.डिजिटल मीडिया और सोषल मीडिया नियम, 2021 (IT Rules] 2021)

सरकार ने 2021 में नए आईटी नियम लागू किए, जिनके अनुसार:

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म को ग्राहक सेवा अधिकारी (Grievance Officer) नियुक्त करना होगा।

गलत सूचना फैलाने वाली सामग्री पर तुरंत कार्रवाई करनी होगी।

व्ज्ज प्लेटफॉर्म और डिजिटल समाचार पोर्टलों को नियमन के दायरे में लाया गया है।

2021 के नए सोषल मीडिया कानून

प्रस्तावना

सोषल मीडिया आज के डिजिटल युग का महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुका है। इसके माध्यम से सूचना का तेजी से प्रसार होता है, लेकिन इसके दुरुपयोग की घटनाएँ भी बढ़ी हैं। फेक न्यूज़, अभद्र भाशा, साइबर अपराध और डेटा चोरी जैसी समस्याएँ सामने आई हैं, जिससे उपयोगकर्ताओं की सुरक्षा खतरे में पड़ गई है। इन्हीं चुनौतियों से निपटने के लिए भारत सरकार ने फरवरी 2021 में नए सोषल मीडिया कानून लागू किए, जो डिजिटल प्लेटफॉर्म को अधिक जवाबदेह और पारदर्षी बनाने के लिए बनाए गए हैं।

नए सोषल मीडिया कानूनों के महत्वपूर्ण प्रावधान

1.डिजिटल प्लेटफॉर्म की जवाबदेही

भारत सरकार ने सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म को अधिक जिम्मेदार बनाने के लिए नए आईटी fu; e] 2021 ¼Information Technology Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code Rules 2021) लागू किए। इन नियमों के तहत सोषल मीडिया कंपनियों को यह सुनिष्चित करना होगा कि उनका प्लेटफॉर्म किसी भी प्रकार की अवैध गतिविधि को बढ़ावा न दे।

2.महत्वपूर्ण सोषल मीडिया मध्यस्थों की परिभाशा और उनकी जिम्मेदारियाँ

सरकार ने ऐसे सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म, जिनके 50 लाख से अधिक उपयोगकर्ता हैं, को 'महत्वपूर्ण सोषल मीडिया मध्यस्थ' (Significant Social Media Intermediary) घोशित किया। इन प्लेटफॉर्म्स के लिए निम्नलिखित नियम लागू किए गए हैं:

भारत में एक मुख्य अनुपालन अधिकारी (Chief Compliance Officer) नियुक्त करना, जो नए कानूनों के अनुपालन को सुनिष्चित करेगा।

एक नोडल संपर्क अधिकारी (Nodal Contact Person) की नियुक्ति, जो कानून प्रवर्तन एजेंसियों के साथ समन्वय करेगा।

षिकायत निवारण अधिकारी (Grievance Officer) की नियुक्ति, जो उपयोगकर्ताओं की षिकायतों का समाधान करेगा और सरकार को रिपोर्ट देगा।

हर महीने पारदर्षिता रिपोर्ट (Transparency Report) प्रकाषित करना, जिसमें षिकायतों की संख्या और उन पर की गई कार्रवाई की जानकारी होगी।

3.षिकायत निवारण तंत्र और समय–सीमा

हर सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म को भारत में एक षिकायत निवारण अधिकारी (Grievance Officer) नियुक्त करना अनिवार्य किया गया है। यह अधिकारी: उपयोगकर्ताओं की षिकायतों को 24 घंटे के भीतर स्वीकार करेगा। 15 दिनों के भीतर षिकायतों का समाधान

करेगा। यदि किसी सामग्री से संबंधित आपत्ति है, तो उसे 36 घंटे के भीतर हटाने का निर्णय लेना होगा।

4.कानून प्रवर्तन एजेंसियों को सहयोग

महत्वपूर्ण सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म को आवष्यकतानुसार कानून प्रवर्तन एजेंसियों को जानकारी उपलब्ध करानी होगी, ताकि अपराधों की जाँच में मदद मिल सके।

यदि कोई व्यक्ति राश्ट्रविरोधी गतिविधियों, आतंकवाद, अष्लीलता, साइबर अपराध या महिलाओं और बच्चों के खिलाफ अपराधों से संबंधित पोस्ट करता है, तो प्लेटफॉर्म को सरकार को उसकी जानकारी देनी होगी। प्लेटफॉर्म्स को किसी भी अवैध गतिविधि की जानकारी मिलने पर 72 घंटे के भीतर कार्रवाई करनी होगी।

5.फेक न्यूज़ और आपत्तिजनक कंटेंट पर रोकफेक न्यूज़, अष्लील सामग्री, हिंसा भड़काने वाले पोस्ट और राश्ट्रविरोधी गतिविधियों को बढ़ावा देने वाले कंटेंट को तुरंत हटाने का निर्देष दिया गया है। इसके तहत:

प्लेटफॉर्म्स को फेक न्यूज़ की पहचान करने और उसे हटाने के लिए एक फैक्ट–चेकिंग मैकेनिज्म लागू करना होगा। किसी भी आपत्तिजनक या गैरकानूनी सामग्री को 24 घंटे के भीतर हटाना अनिवार्य होगा।

महिलाओं और बच्चों से संबंधित अष्लील सामग्री को तुरंत हटाने और रिपोर्ट करने का प्रावधान जोड़ा गया है।

6.उपयोगकर्ताओं की सुरक्षा और गोपनीयता

नए नियम उपयोगकर्ताओं की सुरक्षा और गोपनीयता को ध्यान में रखते हैं। प्लेटफॉर्म्स कोरू

उपयोगकर्ताओं के व्यक्तिगत डेटा को सुरक्षित रखने के लिए एन्क्रिप्षन (Encryption) तकनीक का उपयोग करना अनिवार्य होगा।

किसी भी उपयोगकर्ता की जानकारी बिना उसकी अनुमति के साझा नहीं की जा सकती।

यूजर को अपने अकाउंट को डिलीट करने का अधिकार होगा, और कंपनी को उसकी सभी डेटा एंट्री हटानी होगी।

7.फर्स्ट ओरिजिनेटर (First Originator) की पहचान मैसेजिंग प्लेटफॉर्म्स (ॅींजे।चच, ज्मसमहतंउ आदि) को यह निर्देष दिया गया है कि वे गैरकानूनी संदेषों के पहले ओरिजिनेटर (First Originator)की पहचान करें।

यह नियम केवल अपराधों की जाँच के लिए लागू होगा।

इस नियम का उद्देष्य फेक न्यूज़ और गलत सूचना के प्रसार को रोकना है।

प्लेटफॉर्म को यह जानकारी केवल न्यायालय या सक्षम सरकारी एजेंसी के अनुरोध पर देनी होगी।

नए कानूनों का प्रभाव

नए नियमों के लागू होने के बाद सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म्स पर अधिक पारदर्षिता आई है।

सोषल मीडिया कंपनियाँ अब अधिक जवाबदेह हो गई हैं।

फेक न्यूज़ और गलत सूचना के प्रसार में कमी आई है।

महिलाओं और बच्चों की सुरक्षा को मजबूत किया गया है।

साइबर अपराधों की जाँच में तेजी आई है।

सोषल मीडिया पर अनुचित सामग्री के नियंत्रण में सुधार हुआ है।

आलोचना और विवाद हालांकि, इन कानूनों की आलोचना भी हुई है। आलोचकों का कहना है कि यह नियम सोषल मीडिया की स्वतंत्रता और गोपनीयता को प्रभावित कर सकते हैं।

कुछ प्लेटफॉर्म्स का दावा है कि 'फर्स्ट ओरिजिनेटर' की पहचान करना उनके एंड–टू–एंड एन्क्रिप्षन सिस्टम को तोड़ सकता है।

कुछ विषेशज्ञों का मानना है कि सरकार को इन नियमों को लागू करने के दौरान नागरिकों की स्वतंत्रता और डिजिटल अधिकारों का भी ध्यान रखना चाहिए।

निश्कर्श

सोषल मीडिया के नए कानून डिजिटल युग में एक महत्वपूर्ण कदम हैं। ये न केवल प्लेटफॉर्म्स को अधिक जवाबदेह बनाते हैं, बल्कि उपयोगकर्ताओं को भी सुरक्षित और नियंत्रित वातावरण प्रदान करते हैं। हालांकि, इन नियमों के प्रभावी कार्यान्वयन और नागरिकों के डिजिटल अधिकारों के बीच संतुलन बनाए रखना आवष्यक है।

सोषल मीडिया: सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव

भूमिका:

21वीं सदी में सोषल मीडिया संचार और सूचना के आदान–प्रदान का सबसे प्रभावी माध्यम बन चुका है। यह न केवल लोगों को जोड़ने का कार्य करता है, बल्कि विचारों, संस्कृति, षिक्षा और व्यावसायिक विकास में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। हालांकि, इसके अनेक लाभ होने के बावजूद, सोषल मीडिया के दुश्प्रभावों को नज़रअंदाज़ नहीं किया जा सकता। यह अध्याय सोषल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों पर विस्तष्त चर्चा करेगा।

सोषल मीडिया (Social Media in Hindi) षब्द से हर कोई परिचित है। आज हममें से लगभग सभी लोग सोषल मीडिया के उपयोगकर्ता हैं और आप षायद यह लेख किसी

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म पर पढ़ रहे हैं। सोषल मीडिया हमारे व्यक्तिगत, सामाजिक और पेषेवर जीवन के हर पहलू को गहराई से प्रभावित करता है। इस लेख में, हम मानव व्यवहार और समाज पर सोषल मीडिया के प्रभाव और उससे जुड़ी चुनौतियों पर विस्तार से चर्चा करेंगे।

इकाई –10

सोशल मीडिया के सकारात्म और नकारात्मक प्रभाव

सोषल मीडिया क्या है?

सोषल मीडिया (Social Media in Hindi) से तात्पर्य डिजिटल कंप्यूटर आधारित प्रौद्योगिकी से है, जिसका उपयोग मुख्य रूप से इंटरनेट आधारित आभासी नेटवर्क और प्लेटफॉर्म आधारित समुदायों के माध्यम से पाठ, चित्र और वीडियो के रूप में विचारों और सूचनाओं को साझा करने के लिए किया जाता है। उपयोगकर्ता एप्लीकेषन सॉफ्टवेयर के माध्यम से कंप्यूटर, टैबलेट, मोबाइल फोन आदि सहित डिजिटल उपकरणों का उपयोग करके सोषल मीडिया पर सक्रिय रहते हैं।

भारतीय समाज पर सोषल मीडिया का प्रभाव (Impact of Social Media on Indian Society)

सोषल मीडिया की भारतीय समाज में बहुत गहरी जड़ें हैं, और इसलिए यह स्वाभाविक है कि हममें से लगभग हर कोई किसी न किसी तरह से इससे प्रभावित होता है। सोषल मीडिया और समाज का मानव व्यवहार और समाज पर पड़ने वाले प्रभावों को मोटे तौर पर निम्नलिखित दो श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

समाज पर सोषल मीडिया का सकारात्मक प्रभाव

भारतीय समाज में सोषल मीडिया के कुछ सकारात्मक प्रभाव निम्नलिखित हैं:

हाल ही में कोविड–19 महामारी के दौरान, षिक्षा सबसे बुरी तरह प्रभावित गतिविधियों में से एक थी। सोषल मीडिया को धन्यवाद, जिसने ऑनलाइन कक्षाओं के माध्यम से लाखों छात्रों को षिक्षा प्रदान करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई, जो अन्यथा इससे वंचित रह जाते।व अकादमिक षिक्षा विभिन्न उपकरणों का उपयोग करके सोषल मीडिया पर प्रदान की जाती है, जिनमें ब्लॉग, पॉडकास्ट, ई–लर्निंग, एम–लर्निंग आदि षामिल हैं।व दिलचस्प बात यह है कि सोषल मीडिया की षैक्षणिक भूमिका केवल अकादमिक षिक्षा तक ही सीमित नहीं है, बल्कि बहुत व्यापक है और इसमें समसामयिक मामले, राजनीति, पर्यावरण आदि सहित विभिन्न विशयों के बारे में जागरूकता बढ़ाने जैसे आयाम भी षामिल हैं। व आज सोषल मीडिया दूर–दराज के स्थानों पर रहने वाले परिवारों, मित्रों और रिष्तेदारों को जोड़ने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।व लोग इंटरनेट कनेक्षन के साथ किसी भी समय, कहीं से भी, अपने पास उपलब्ध डिजिटल डिवाइस का उपयोग करके तुरंत जुड़ सकते हैं।व टेक्स्टिंग और वॉयस कॉल के अलावा, वीडियो कॉल भी संपर्क का एक प्रमुख तरीका बन गया है।

समाज पर सोषल मीडिया का नकारात्मक प्रभाव

Notes

सोशल मीडिया

इस दुनिया की हर चीज़ की तरह, सोषल मीडिया के भी कुछ नकारात्मक पहलू हैं, जिनमें से कुछ नीचे सूचीबद्ध हैं:

फर्जी खबर

सोषल मीडिया आज फर्जी खबरें और गलत सूचना फैलाने का प्राथमिक स्रोत बन गया है। भारतीय समाज में इसकी गहरी पहुंच ने हालात को और भी बदतर बना दिया है। व ये फर्जी खबरें दुश्प्रचार, राश्ट्र–विरोधी या समाज–विरोधी अभियान या महज षरारत का परिणाम हो सकती हैं। व सोषल मीडिया के माध्यम से फर्जी खबरें जंगल की आग की तरह फैलती हैं और सामाजिक सद्भाव को बिगाड़ने तथा राश्ट्रीय सुरक्षा को भी खतरे में डालने की क्षमता रखती हैं। प्रचार उपकरण के रूप में षक्तिषाली लोग, कंपनियां और संस्थाएं निहित स्वार्थों की पूर्ति के लिए अपना दुश्प्रचार फैलाने हेतु सोषल मीडिया का दुरुपयोग करती हैं। व राजनीतिक दल सोषल मीडिया को प्रचार के साधन के रूप में इस्तेमाल करने तथा आम आदमी और विषेश रूप से मतदाताओं की विचारधारा में हेरफेर करने के लिए फर्जी कहानी गढ़ने में सबसे आगे हैं।व इस हेरफेर से लोकतांत्रिक गुणवत्ता में विकृति आती है और उसे खतरा पैदा होता है।

ट्रोलिंग और बदमाषी

सोषल मीडिया पर ट्रोलिंग इसका एक और नकारात्मक पहलू है। सोषल मीडिया पर कोई भी चीज़ कुछ ही समय में वायरल हो जाती है, जिसके परिणामस्वरूप सामग्री और उससे जुड़े लोगों को लगातार बदमाषी और ट्रॉलिंग का सामना करना पड़ सकता है। व ट्रोलिंग एक गंभीर मुद्दा है जो पीड़ित को बहुत ज़्यादा मानसिक और मानसिक आघात पहुँचा सकता है, जिससे उनके व्यवहार और दैनिक जीवन पर बहुत बुरा असर पड़ता है। चरम मामलों में, पीड़ित आत्महत्या भी कर सकता है।

आतंकवादियों और चरमपंथियों द्वारा एक उपकरण के रूप में :

आतंकवादी संगठन और चरमपंथी घ्षणास्पद और हिंसक विचारधाराओं को फैलाने और आम लोगों को प्रभावित करने के लिए सोषल मीडिया का बड़े पैमाने पर उपयोग करते हैं। व आतंकवादी और गैर–सरकारी तत्व भी आतंकवाद के प्रसार के लिए लड़ाकों और उग्रवादियों की भर्ती के लिए सोषल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। सबसे कुख्यात मामला द्वारा भारतीय राज्य केरल से युवाओं की भर्ती का है। व इससे राश्ट्रीय सुरक्षा और विश्व व्यवस्था को गंभीर खतरा पैदा हो गया

राजनीति पर सोषल मीडिया का प्रभाव| (Impact of Social Media on Politics)
व्यापक पहुंच: सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म राजनेताओं को व्यापक दर्षकों तक षीघ्रता से और सीधे पहुंचने में सक्षम बनाता है। सहभागिता: वे मतदाताओं के साथ वास्तविक समय में सहभागिता को सुगम बनाते हैं, तथा जुड़ाव की भावना को बढ़ावा देते हैं।

सूचना का प्रसाररू राजनेता अपनी नीतियों, विचारों और अभियान अपडेट को तुरंत साझा कर सकते हैं।

सोषल मीडिया रैलियों, आयोजनों और धन उगाहने के लिए समर्थकों को जुटाने में सहायता करता है।

जनमत पर प्रभावरू यह जनमत को आकार दे सकता है, जिससे यह प्रचार के लिए एक षक्तिषाली उपकरण बन जाता है।

पारदर्षितारू पारदर्षिता और जवाबदेही सुनिष्चित होती है क्योंकि नागरिक राजनेताओं के कार्यों पर नजर रख सकते हैं।

चुनौतियाँरू हालाँकि, इसमें गलत सूचना, प्रतिध्वनि कक्ष और साइबर हमले जैसी चुनौतियाँ भी षामिल हैं।

चुनाव अभियानरू आधुनिक चुनाव अभियानों में सोषल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है तथा मतदाता व्यवहार को प्रभावित करता है।

मानव व्यवहार पर सोषल मीडिया का प्रभाव (The effect of Social Media on human behaviour)

सोषल मीडिया आज हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन गया है और हम प्रतिदिन इस पर काफी समय व्यतीत करते हैं; इसलिए इसका मानव व्यवहार पर स्थायी प्रभाव पड़ता है, जो सकारात्मक या नकारात्मक हो सकता है।

सकारात्मक प्रभाव

मानव व्यवहार पर सोषल मीडिया के सकारात्मक प्रभाव निम्नलिखित हैंरू

सोषल मीडिया लोगों को दुनिया भर के अन्य लोगों से जुड़ने में मदद कर सकता है।

इससे लोगों को समसामयिक घटनाओं के बारे में जानकारी रखने में मदद मिल सकती है।

सोषल मीडिया लोगों को समर्थन और प्रोत्साहन पाने में मदद कर सकता है।

सोषल मीडिया लोगों को नई चीजें सीखने में मदद कर सकता है।

सोषल मीडिया लोगों को ज़्यादा रचनात्मक बनने में मदद कर सकता है। लोग अपने रचनात्मक काम, जैसे कि फ़ोटो, वीडियो और कहानियाँ साझा करने के लिए सोषल मीडिया का इस्तेमाल कर सकते हैं।

नकारात्मक प्रभाव

मानव व्यवहार पर सोषल मीडिया के नकारात्मक प्रभाव निम्नलिखित हैं

जो लोग सोषल मीडिया पर अधिक समय बिताते हैं, उनमें चिंता और अवसाद का अनुभव होने की संभावना अधिक होती है।

सोषल मीडिया की लत लग सकती है। सोषल मीडिया की लत लग सकती है; लोग अपने फ़ीड को स्क्रॉल करने, नोटिफ़िकेषन देखने और संदेषों का जवाब देने में घंटों बिता सकते हैं।

सोषल मीडिया गलत सूचनाओं का एक बड़ा स्रोत है। ऐसा इसलिए है क्योंकि लोगों के लिए बिना तथ्यों की जांच किए गलत जानकारी साझा करना आसान है।

सोषल मीडिया लोगों को वास्तविक दुनिया से अलग—थलग महसूस करा सकता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि लोग ऑनलाइन दूसरों के साथ बातचीत करने में इतना समय बिताते हैं कि वे अपने वास्तविक दुनिया के रिष्तों को नज़रअंदाज़ कर देते हैं।

सोषल मीडिया का विस्तार

ग्लोबलस्टैटिस्टिक्स.कॉम द्वारा 2022 में प्रकाषित एक रिपोर्ट के आधार पर भारत में सोषल मीडिया की सीमा को निम्नलिखित तथ्यों के माध्यम से समझा जा सकता हैरू

भारत में षीर्श 5 सर्वाधिक लोकप्रिय सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म हैंरू

व्हाट्सएप्प के 534.3 मिलियन उपयोगकर्ता हैं।

फेसबुक, 503.37 मिलियन उपयोगकर्ताओं के साथ

इंस्टाग्राम, 491.53 मिलियन उपयोगकर्ताओं के साथ

टेलीग्राम, 374.40 मिलियन उपयोगकर्ताओं के साथ

फेसबुक मैसेंजर, 324.39 मिलियन उपयोगकर्ताओं के साथ

भारत में 658 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जिनमें से 467 मिलियन सक्रिय रूप से सोषल मीडिया का उपयोग करते हैं।

भारत में कुल मोबाइल कनेक्षनों की संख्या 1.14 बिलियन है।

भारत में औसत मोबाइल इंटरनेट स्पीड 14.39 एमबीपीएस है।

भारत में इंटरनेट उपयोग में मोबाइल फोन का प्रभुत्व है, जिसकी हिस्सेदारी 75.91ः है, इसके बाद लैपटॉप का स्थान है, जिसकी हिस्सेदारी 23.66ः है तथा टैबलेट का 0.42ः है।

भारत में सोषल मीडिया उपयोगकर्ताओं की वार्शिक वषिद्ध दर 4.2ः है, जिसका अर्थ है कि प्रतिवर्श 19 मिलियन से अधिक उपयोगकर्ताओं की वषिद्ध।

औसतन, उपयोगकर्ता प्रतिदिन सोषल मीडिया पर 156 मिनट बिताते हैं।

भारत में सबसे अधिक उपयोग किये जाने वाले षीर्श तीन सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म इंस्टाग्राम, फेसबुक और ट्विटर हैं।

भारत में सर्च इंजन बाजार में गूगल का 98.75ः हिस्सा है और इस पर महत्वपूर्ण एकाधिकार है।

सोषल मीडिया की चुनौतियां और चिंताएं

सोषल मीडिया की लत लग सकती है और लोग अपने फ़ीड को स्क्रॉल करने, नोटिफ़िकेषन देखने और संदेषों का जवाब देने में घंटों बिता सकते हैं। इससे नींद की कमी, सामाजिक अलगाव और उत्पादकता में कमी जैसी समस्याएं हो सकती हैं।

साइबरबुलिंगरू सोषल मीडिया का इस्तेमाल दूसरों को धमकाने और परेषान करने के लिए किया जा सकता है। इससे पीड़ित के मानसिक स्वास्थ्य और सेहत पर गंभीर असर पड़ सकता है।

गोपनीयतारू सोषल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म अपने उपयोगकर्ताओं के बारे में बहुत सारा डेटा इकट्ठा करते हैं, जिसमें उनकी व्यक्तिगत जानकारी, ब्राउज़िंग इतिहास और स्थान डेटा षामिल है। इस डेटा का उपयोग उपयोगकर्ताओं को ट्रैक करने, उन्हें विज्ञापनों के साथ लक्षित करने और यहां तक कि उनके व्यवहार में हेरफेर करने के लिए किया जा सकता है।

फर्जी खबरेंरू सोषल मीडिया का इस्तेमाल फर्जी खबरें और गलत सूचना फैलाने के लिए किया जा सकता है। इसका सार्वजनिक संवाद और लोकतंत्र पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है।

डेटा सुरक्षारू सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म अक्सर हैकर्स के निषाने पर होते हैं। इससे यूजर का डेटा चोरी हो सकता है, जिसमें पासवर्ड, क्रेडिट कार्ड नंबर और अन्य संवेदनषील जानकारी षामिल है।

सोषल मीडिया और सोषल नेटवर्क के बीच अंतर

सोषल मीडिया एक ऐसा प्लेटफॉर्म है जिसका इस्तेमाल सूचना साझा करने या प्रसारित करने के लिए किया जाता है, जबकि दूसरी ओर, सोषल नेटवर्क एक संचार प्लेटफॉर्म है जिसका इस्तेमाल कनेक्ट करने के लिए किया जाता है। एक ही प्लेटफॉर्म सोषल मीडिया और सोषल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म के रूप में काम कर सकता है।आगे की राह अनेक लाभों के साथ–साथ, सोषल मीडिया पर गहरी पकड़ रखने वाले अनुसरण से उत्पन्न असंख्य चुनौतियां भी ऐसी चुनौतियों से निपटने में मदद कर सकती हैं।

कानूनी नियामक ढांचा

सोषल मीडिया आज लगभग पूरे भारतीय समाज को प्रभावित करता है और इसकी चुनौतियां भी बहुत बड़ी हैं।

इस प्रकार, सोषल मीडिया की चुनौतियों का मुकाबला करने के लिए देष भर में तकनीकी रूप से सुदृढ़ और अद्यतन समर्पित नियामक ढांचे की तत्काल आवष्यकता है।

इस फ्रेमवर्क में तकनीकी विषेशज्ञ होने चाहिए जो दैनिक आधार पर सोषल मीडिया द्वारा उत्पन्न जटिल चुनौतियों से निपटने में सक्षम हों।

हाल ही में भारत के चुनाव आयोग ने राजनीतिक दलों की व्यापक सोषल मीडिया सामग्री को आदर्ष आचार संहिता के दायरे में रखा है, जो फर्जी खबरों की समस्या को रोकने की दिषा में एक स्वागत योग्य कदम है।

जिम्मेदारी

फर्जी खबरों से जुड़ी बड़ी चुनौती यह है कि कभी–कभी इसका स्रोत पता नहीं चल पाता, जिससे जिम्मेदारी तय करना और दोशी को दंडित करना एक चुनौती बन जाता है।

सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म्स की यह जिम्मेदारी होनी चाहिए कि वे फर्जी खबरों को षुरुआती चरण में ही रोकें और ऐसी खबरों के पीछे जिम्मेदार व्यक्ति का पता लगाएं।पारदर्षिता व हाल ही में फेसबुक उपयोगकर्ताओं के व्यक्तिगत डेटा को तीसरे पक्ष को लीक करने और बेचने का कुख्यात मामला सोषल मीडिया प्लेटफार्मों के संचालन और कार्यप्रणाली में पारदर्षिता की मांग करता है ताकि इस पर नजर रखी जा सके और उपयोगकर्ताओं की गोपनीयता से समझौता न हो।

जन जागरण

सोषल मीडिया उपयोगकर्ताओं को चुनौतियों और उनसे निपटने के तरीकों के बारे में जागरूक करने के लिए बड़े पैमाने पर जन जागरूकता की तत्काल आवष्यकता है।

व लक्षित दर्षकों तक बेहतर पहुंच सुनिष्चित करने के लिए ऐसे अभियान सोषल मीडिया प्लेटफॉर्म पर चलाए जा सकते हैं।

सोषल मीडिया उपयोगकर्ताओं को किसी भी दुर्घटना से बचने के लिए केवल सत्यापित और विश्वसनीय लिंक पर ही क्लिक करने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए।

जागरूकता उपयोगकर्ताओं को जिम्मेदार बनाएगी और इसलिए, सोषल मीडिया चुनौतियों से लड़ने में मदद मिलेगी।

उन्नत प्रौद्योगिकी का उपयोग

सरकार को व्यक्ति और समाज पर सोषल मीडिया के प्रभाव को कम करने के लिए नवीनतम तकनीक का व्यापक उपयोग करना चाहिए।

वास्तविक एवं प्रामाणिक जानकारी उपलब्ध कराकर गलत सूचना से लड़ा जा सकता है।

सरकार फर्जी खबरों, अभद्र भाषा और अन्य चुनौतियों पर अंकुष लगाने के लिए कृत्रिम बुद्धिमत्ता का भी उपयोग कर सकती है।

MATS UNIVERSITY

MATS CENTRE FOR DISTANCE AND ONLINE EDUCATION

UNIVERSITY CAMPUS: Aarang Kharora Highway, Aarang, Raipur, CG, 493 441

RAIPUR CAMPUS: MATS Tower, Pandri, Raipur, CG, 492 002

T : 0771 4078994, 95, 96, 98 **Toll Free ODL MODE :** 81520 79999, 81520 29999

Website: www.matsodl.com

संदर्भ ग्रंथ सूची :–

1. सोशल मीडिया और जनसंचार लेखक: डॉ. अनिल कुमार मिश्रा प्रकाशक: ओरिएंट ब्लैकस्वान प्रकाशन वर्ष: 2020
2. डिजिटल मीडिया और संचार लेखक: डॉ. संजय द्विवेदी प्रकाशक: राजकमल प्रकाशन प्रकाशन वर्ष: 2019
3. सोशल मीडिया : प्रभाव और संभावनाएं लेखक: डॉ. अविनाश कुमार प्रकाशक: पुस्तक महल, नई दिल्ली प्रकाशन वर्ष: 2018
4. नव माध्यम और सोशल मीडिया लेखक: डॉ. हेमंत जैन प्रकाशक: किताबघर प्रकाशन प्रकाशन वर्ष: 2021