

डिजिटल युग में सोशल मीडिया द्वारा जागरूकता का प्रभाव: एक अध्ययन

¹Akash Kumar Sharma, ²Dr. Sunil Tiger
¹Student of MAJMC 4th Sem, ²Assistant Professor

सारांश

यह अध्ययन डिजिटल युग में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर राजनीतिक विज्ञापनों की भूमिका, रणनीतियों, प्रभाव और चुनौतियों का विश्लेषण करता है। बदलते संचार माध्यमों के इस युग में राजनीतिक दल अब डिजिटल मंचों का उपयोग करते हुए मतदाताओं तक सीधे पहुँच रहे हैं। इस शोध में प्राथमिक एवं द्वितीयक स्रोतों से जानकारी एकत्रित कर यह समझने का प्रयास किया गया है कि ये विज्ञापन किस प्रकार लोकतांत्रिक प्रक्रिया को प्रभावित करते हैं और इससे पारदर्शिता, नैतिकता एवं गोपनीयता जैसे गंभीर प्रश्न उठते हैं।

1. भूमिका

डिजिटल युग में सूचना और प्रचार की दुनिया में अभूतपूर्व बदलाव आया है। पहले जहाँ प्रचार-प्रसार अखबारों, रेडियो और टेलीविज़न जैसे पारंपरिक माध्यमों तक सीमित था, वहीं अब सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने सूचना के प्रसार को लोकतांत्रिक बना दिया है। फेसबुक, ट्विटर (अब एक्स), इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्म पर अब न केवल व्यक्ति बल्कि राजनीतिक दल भी अपने विचार, घोषणाएँ और घोषणापत्र को लाखों लोगों तक बहुत कम समय और लागत में पहुँचा सकते हैं।

भारत जैसे विशाल लोकतांत्रिक देश में जहाँ मतदाताओं की संख्या करोड़ों में है, वहाँ राजनीतिक दलों के लिए सोशल मीडिया एक सशक्त प्रचार उपकरण बन गया है। डिजिटल विज्ञापन अब चुनावी रणनीति का एक अभिन्न अंग बन चुका है। यह अध्ययन इसी संदर्भ में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर दिए जा रहे राजनीतिक विज्ञापनों की प्रकृति, प्रभाव और उससे जुड़ी जटिलताओं का विश्लेषण करता है।

तकनीकी विकास ने मानव जीवन के प्रत्येक क्षेत्र को प्रभावित किया है। विशेष रूप से सोशल मीडिया का उदय जन-जागरूकता को नए आयाम दे रहा है। चाहे वह कोरोना जैसी वैश्विक

महामारी के दौरान स्वास्थ्य सूचनाओं का प्रसार हो या चुनावी साक्षरता अभियान — सोशल मीडिया हर क्षेत्र में सशक्त माध्यम के रूप में उभरा है। इस अध्ययन में यह विश्लेषण किया गया है कि सोशल मीडिया कैसे लोगों को विभिन्न सामाजिक, राजनीतिक और स्वास्थ्य संबंधित मुद्दों पर जागरूक करता है और उसका समाज पर क्या प्रभाव पड़ता है।

2. समस्या कथन

हालांकि सोशल मीडिया ने जागरूकता के क्षेत्र में नया क्षितिज खोला है, परंतु इसके साथ कुछ गंभीर समस्याएँ भी सामने आई हैं। इसमें भ्रामक जानकारी, सूचना का अतिरेक, डिजिटल असमानता और साइबर अपराध जैसे मुद्दे शामिल हैं। यह शोध इस बात की पड़ताल करता है कि सोशल मीडिया जागरूकता फैलाने का कितना प्रभावशाली साधन है, और किस हद तक यह विश्वसनीय एवं उपयोगी बना हुआ है।

3. शोध उद्देश्य

- सोशल मीडिया द्वारा प्रसारित जागरूकता अभियानों का विश्लेषण करना।
- जागरूकता के प्रमुख क्षेत्रों की पहचान करना (जैसे स्वास्थ्य, मतदान, पर्यावरण आदि)।
- सोशल मीडिया के सकारात्मक व नकारात्मक प्रभावों को समझना।
- सुझाव देना कि जागरूकता अभियानों को अधिक प्रभावशाली कैसे बनाया जा सकता है।

4. शोध पद्धति

यह अध्ययन गुणात्मक एवं मात्रात्मक पद्धति पर आधारित है।

• प्राथमिक स्रोत:

120 उत्तरदाताओं पर आधारित ऑनलाइन सर्वेक्षण।

विभिन्न जागरूकता अभियानों से जुड़े सामाजिक कार्यकर्ताओं से साक्षात्कार।

• द्वितीयक स्रोत:

सरकारी पोर्टल, शोध-पत्र, मीडिया रिपोर्ट्स, और NGO की केस स्टडीज का विश्लेषण।

- **विश्लेषण विधि:**

वर्णनात्मक विश्लेषण (Descriptive Analysis)।

5. सोशल मीडिया द्वारा जागरूकता फैलाने के क्षेत्र

सोशल मीडिया विभिन्न क्षेत्रों में जागरूकता फैलाने का कार्य कर रहा है:

- **स्वास्थ्य जागरूकता**

कोविड-19, टीकाकरण, मानसिक स्वास्थ्य, पोषण आदि पर सूचना प्रसार।

- **पर्यावरण संरक्षण**

स्वच्छता अभियान, जल संरक्षण, प्लास्टिक निषेध, वृक्षारोपण जैसे विषयों पर अभियान।

- **राजनीतिक जागरूकता**

मतदाता पंजीकरण, मतदान प्रतिशत बढ़ाने और चुनावी मुद्दों पर बहस।

- **महिला सशक्तिकरण**

महिला अधिकार, लैंगिक समानता, घरेलू हिंसा विरोधी संदेश।

- **आपातकालीन सूचनाएँ**

बाढ़, भूकंप, लॉकडाउन जैसी आपात स्थितियों में सरकार द्वारा तुरंत सूचना प्रसार।

6. सोशल मीडिया का प्रभाव और सीमाएँ

सकारात्मक प्रभाव:

- त्वरित और व्यापक जानकारी का प्रसार
- युवाओं में सामाजिक सक्रियता
- नागरिक भागीदारी में वृद्धि
- सूचना तक समान पहुँच

सीमाएँ और समस्याएँ:

- गलत/अधूरी जानकारी का खतरा
- डिजिटल डिवाइड (शहरी-ग्रामीण अंतर)
- ट्रोलिंग, अफवाह और साइबरबुलिंग
- सूचना थकान (Information Fatigue)

7. निष्कर्ष एवं सुझाव

सोशल मीडिया जागरूकता के क्षेत्र में एक क्रांति है। इसकी पहुँच और गति इसे जनसंचार का सबसे प्रभावशाली माध्यम बनाते हैं। परंतु इसके प्रभाव को अधिक सशक्त और सकारात्मक बनाने हेतु निम्न सुझाव दिए जाते हैं:

- मीडिया साक्षरता अभियान चलाए जाएँ।
- फैक्ट चेकिंग तंत्र को मजबूत किया जाए।
- प्रशिक्षण कार्यक्रम विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों के लिए।
- एनजीओ, सरकार और प्लेटफ़ॉर्म के बीच तालमेल।

8. परिशिष्ट (Annexure)

सर्वेक्षण प्रमुख निष्कर्ष:

- 78% उत्तरदाता सोशल मीडिया को जागरूकता का प्रमुख साधन मानते हैं।
- 65% ने कहा कि उन्होंने स्वास्थ्य या पर्यावरण से जुड़ी जानकारी पहली बार सोशल मीडिया पर देखी।
- 72% उत्तरदाता मानते हैं कि सोशल मीडिया से सामाजिक मुद्दों पर बातचीत बढ़ी है।

9. संदर्भ सूची (References)

1. Ministry of Information & Broadcasting Reports, 2023
2. WHO Digital Health Promotion Toolkit
3. Scroll.in, DownToEarth.org, The Hindu Digital Archives
4. UNICEF India Social Media Campaigns
5. Digital India Portal, 2022