



## सामाजिक मीडिया का प्रचलन एवं युवाओं पर इन का प्रभाव

1 धर्म कौर, 2 मो0 शहादत हुसैन

1 प्राचार्या, वी0एच0पी0जी, कॉलेज, लखनऊ विश्वविद्यालय, उत्तर प्रदेश, भारत।

2 असिस्टेंट प्रोफेसर (समाज कार्य), वी0एच0पी0जी, कॉलेज, लखनऊ विश्वविद्यालय, उत्तर प्रदेश, भारत।

### सारांश

सामाजिक मीडिया का प्रयोग काफी तेजी से बढ़ा है खासकर युवा वर्ग में। सोशल मीडिया के साकारात्मक एवं नाकारात्मक दोनो ही पहलू सामने आ रहे हैं। इनके सदुपयोग पर बल देने, तथा संबंधित कानूनों को मजबूत बनाकर कड़ाई से पालन करने की आवश्यकता है।

**मूल शब्द:** सामाजिक, नेटवर्किंग, मीडिया, फेसबुक, ट्विटर, उपयोगकर्ता।

### प्रस्तावना

सामाजिक नेटवर्किंग साइट ऐसे ऑनलाईन प्लेटफॉर्म हैं, जिनका उपयोग लोग अन्य लोगों के साथ सामाजिक संबंध बनाने के लिए करते हैं, जो समान व्यक्तिगत या जीविका की रुचियों, गतिविधियों, पृष्ठभूमि या वास्तविक जीवन में कोई संबंध साझा करते हों। एक अध्ययन से पता चलता है कि भारत सामाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं के मामले में वर्ष 2013 में सबसे तेजी से विकास कर रहा था। लंडन (2013) ने एक सर्वे में पाया कि अमेरिका में 73 प्रतिशत युवा सामाजिक मीडिया का उपयोग कर रहे हैं<sup>1</sup>।

आज का युग काफी तेजी से बदल रहा है। पिछले कई दशकों से डिजिटल तकनीकी का विकास तेजी से हो रहा है। पहले इसका उपयोग विकसित देशों तक ही सीमित था। भारत में इसका उपयोग पिछले कई सालों से बढ़ा है। इनसे सभी आयु वर्ग प्रभावित हो रहे हैं। लेकिन युवा वर्ग में यह बहुत ज्यादा प्रचलित है। पहले इसका उपयोग शहरों में उच्च वर्ग के लोग ही कर पाते थे। डेटा एवं स्मार्ट फोन सस्ता होने से इसका काफी तेजी से गोंवों में भी विस्तार हो रहा है। सस्ते स्मार्ट फोन, भारत में नई जेनरेशन की तकनीकी के उपयोग से नेट स्पीड में वृद्धि से भी लोगों में इसका आकर्षण बढ़ा है।

सोशल नेटवर्किंग साइटों जैसे फेसबुक, ट्विटर, माई स्पेश, गुगल प्लस, वहाट्सएप आदि काफी प्रचलित हैं। पुरी दुनिया में फेसबुक पर 2.2 बिलियन "एक्टिव युजर्स"<sup>2</sup> के साथ सबसे ज्यादा उपयोग किया जाने वाला सोशल नेटवर्किंग साइट है<sup>3</sup>। अमेरिका में 42 प्रतिशत से ज्यादा मासिक विजिट फेसबुक का होता है<sup>4</sup>। माईक्रो ब्लॉगिंग साइट ट्विटर पर 330 मिलियन एक्टिव युजर्स थे<sup>5</sup>। दिसम्बर 2017 तक वहाट्सएप में 1.5 बिलियन मासिक "एक्टिव युजर्स" रहे<sup>6</sup>।

डिजिटल टेकनालॉजी एवं सोशल नेटवर्किंग साइटों के उपयोग से जहां कई सुविधाएं हुई हैं – जैसे कि दूर बैठे हजारों लोगों से जुड़े रहना तथा उन्हें क्लिक मात्र से महत्वपूर्ण सूचनाएं पहुंचाना आदि साकारात्मक पहलू हैं। लेकिन इनके नाकारात्मक प्रभाव खासकर बच्चों व युवाओं में देखने को मिल रहा है। वे घंटों अपना समय सोशल नेटवर्किंग साइटों पर नष्ट करते हैं। उनका पढ़ाई व मुख्य

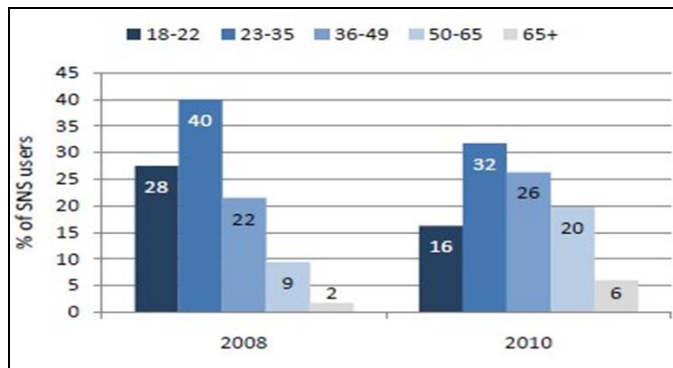
कामों से कई बार ध्यान भंग भी हो रहा है। इसका एक बड़ा नाकारात्मक प्रभाव यह देखने में आ रहा है कि भले ही सुदूर बैठे व्यक्ति के सम्बंध सामाजिक मीडिया द्वारा बन रहे हो, लेकिन व्यक्तिगत तथा आमने-सामने की संचार में कमी आई है। अब लोग इसमें व्यस्त रहते हैं, इस कारण उनका आउट डोर गेम्स के प्रति भी मोह भंग हो रहा है। जिस कारण अब लोगों में असंचारी रोग तेजी से फैल रहा है। हॉलांकि इसके और भी कई कारण हो सकते हैं, जैसे सामाजिक मुल्यों में बदलाव, यातायात के साधनों का विकास, ग्लोबलाइजेशन व बढ़ती प्रतिस्पर्धा आदि।

### सामाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं की रूपरेखा

सामाजिक मीडिया लोगों में बहुत ज्यादा प्रचलित हो रहा है विशेषकर युवाओं में। पहले तो यह युवाओं में काफी तेजी से प्रचलित हुआ। यह सीनियर सीटिजन के लिए समय व्यतित करने तथा आज के भाग दौरे भरी जिंदगी में एकान्तपन से मुक्ति पाने के लिए भी कारगर सिद्ध हो रहा है। शायद यही कारण है कि अब यह शहरों में उच्च आयु वर्गों में भी तेजी से लोकप्रिय हो रहा है। अब हम नीचे विभिन्न आयु वर्ग अनुसार सामाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं का वर्ष 2008 तथा 2010 में वितरण, अमेरिका में आयु अनुसार सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं का वर्ष 2009-2013 वितरण तथा वर्ष 2012-2017 में सोशल नेटवर्क उपयोगकर्ताओं का देश अनुसार वितरण देखेंगे। देश अनुसार विभिन्न आयु वर्गों में सामाजिक मीडिया के उपयोगकर्ताओं के आँकड़े उपलब्ध न होने के कारण, इसका वितरण अमेरिका में देखा जा रहा है।

### आयु अनुसार सामाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं का वितरण

अमेरिका स्थित पिउ रिसर्च सेंटर ने इंटरनेट एवं अमेरिकन लाइफ सोशल नेटवर्किंग सर्वे लेंड लाइन और सेल फोन पर 20 अक्टुबर से 28 नवम्बर 2010 के बीच में एक सर्वे किया<sup>7</sup>। पूर्ण नमूना एन 2255 था। त्रुटि का अंतर +/- 2.3 प्रतिशत था। सामाजिक नेटवर्क साइट और टिव्टर उपयोगकर्ताओं के लिए एन 975 तथा त्रुटि का अंतर +/- 3.5 प्रतिशत था।



श्रोत: पिउ रिसर्च सेंटर, नवम्बर, 2010

चित्र 1: समाजिक मीडिया के आयु अनुसार वितरण तुलना वर्ष 2008 से 2010

उपर दिये गये चित्र से पता चलता है कि वर्ष 2008 में 28 प्रतिशत सोशल नेटवर्किंग साइट्स यूजर्स 18.22 वर्ष आयु वर्ग में थे। जबकि वर्ष 2008 में यह घटकर 16 प्रतिशत हो गई। 23-35 आयु वर्ग में सबसे ज्यादा (40 प्रतिशत) यूजर्स थे। जबकि वर्ष 2010 में इस आयु वर्ग की संख्या घटकर 32 प्रतिशत हो गई। इस से पता चलता है कि अब उच्च आयु वर्ग में भी सोशल नेटवर्किंग साइटों का उपयोग बढ़ रहा है। लेकिन पूर्ण संख्या के मामले में युवा उपयोगकर्ताओं की संख्या आज भी बहुत ज्यादा है।

**अमेरिका में आयु अनुसार समाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं का वितरण**

सोशल मीडिया का उपयोग काफी तेजी से बढ़ रहा है विशेषकर युवा वर्गों में। अब यह धीरे धीरे उच्च आयु वर्गों में भी लोकप्रिय हो रहा है। विश्व में विभिन्न देशों में आयु अनुसार इसके उपयोगकर्ताओं के आँकड़ों के अभाव के कारण इसका वितरण अमेरिका में नीचे दिए चित्र द्वारा देखा जा रहा है।

चित्र 2: वर्ष 2009-2013 में अमेरिका में आयुनुसार सोशल नेटवर्क साइट उपयोगकर्ताओं का वितरण

% of internet users in each group	2009	2010	2011	2012	2013
0-11	12%	14%	15%	16%	17%
12-17	75%	78%	81%	84%	85%
18-24	83%	88%	90%	92%	93%
25-34	70%	77%	82%	84%	85%
35-44	52%	65%	72%	75%	77%
45-54	42%	53%	58%	63%	65%
55-64	35%	48%	52%	55%	57%
65+	20%	28%	31%	34%	36%
<b>Total</b>	<b>52%</b>	<b>60%</b>	<b>64%</b>	<b>66%</b>	<b>67%</b>

Note: internet users who use social networks via any device at least once per month  
Source: eMarketer, Feb 2011

श्रोत: इमार्केटर, फरवरी 2012<sup>8</sup>

उपरोक्त चित्र से स्पष्ट है कि वर्ष 2009 में 12-17 आयु वर्ग में जहाँ सोशल मीडिया यूजर्स 75 प्रतिशत थे, यह संख्या वर्ष 2013 में बढ़कर 85 प्रतिशत हो गई। इसी अवधि में यह संख्या 18-24 आयु वर्ग में 83 प्रतिशत से 93, जबकि 25-34 आयु वर्ग में यह 70 प्रतिशत से 85 प्रतिशत हो गई। इसी अवधि में 65 प्लस आयु वर्ग में इनकी संख्या में 16 प्रतिशत की बढ़ोतरी हुई। भले ही उच्च आयु

वर्गों में समाजिक मीडिया का उपयोग अन्य आयु वर्गों की तुलना में बढ़ रहा हो इसका कतई यह मतलब नहीं है कि युवाओं में इसका उपयोग घट रहा है। प्रतिशत यूजर्स से साफ है कि आज भी यह युवा वर्ग ही इनका सबसे ज्यादा उपयोग कर रहे हैं। हालांकि युवा वर्ग के प्रतिशत वृद्धि दर वर्ष 2008 से 2010 के बीच उच्च आयु वर्ग की तुलना में थोड़ी सी धीमी जरूर हुई है।

**समाजिक मीडिया के उपयोगकर्ताओं का विभिन्न देशों में वितरण**

नीचे दिए गए चित्र में विभिन्न देशों में समाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं की संख्या का प्रतिशत वितरण दिया गया है। इससे पता चलता है कि पश्चिम के देशों में ज्यादातर जनसंख्या इसका उपयोग करती है। जबकि विकाशील और अविकसित देशों में इसके उपयोगकर्ता तुलनात्मकरूप से कम हैं। भारत में तो सिर्फ 17.2 प्रतिशत लोग, जबकि पुरे विश्व में 31.5 प्रतिशत लोग इसका उपयोग करते हैं।

चित्र 3: सोशल नेटवर्क उपयोगकर्ताओं का देश अनुसार वितरण, वर्ष 2012-2017.

% of population in each group	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Netherlands	59.0%	63.5%	65.6%	68.0%	69.7%	70.7%
Norway	58.7%	63.3%	66.8%	69.2%	71.3%	73.1%
Sweden	52.0%	56.4%	59.7%	61.9%	64.0%	65.7%
South Korea	50.8%	54.4%	57.0%	59.0%	60.6%	62.0%
Denmark	49.1%	53.4%	56.8%	59.8%	62.6%	64.4%
US*	50.1%	51.7%	53.1%	54.4%	55.4%	56.3%
Finland	47.0%	51.3%	54.6%	57.5%	60.2%	62.5%
Canada	49.3%	51.2%	53.0%	54.0%	55.0%	55.9%
UK*	47.7%	50.2%	52.6%	53.9%	55.0%	55.6%
Australia	45.9%	49.1%	52.3%	55.6%	58.9%	61.4%
Russia	38.1%	42.4%	46.0%	48.6%	50.8%	52.7%
Argentina	37.0%	40.9%	44.5%	47.9%	49.4%	50.9%
Germany	36.7%	40.8%	43.7%	46.1%	48.1%	49.8%
France	36.5%	38.5%	40.5%	42.5%	43.7%	44.9%
Japan	35.4%	37.8%	40.1%	41.5%	42.9%	44.1%
Spain	34.1%	37.1%	39.6%	41.7%	43.9%	45.4%
Brazil	30.9%	34.5%	37.7%	40.1%	42.5%	44.0%
Italy	32.0%	34.4%	36.9%	38.1%	39.6%	40.4%
Mexico	25.6%	30.6%	35.2%	39.2%	42.9%	46.5%
Indonesia	21.0%	26.8%	31.3%	34.9%	38.6%	42.2%
China**	22.9%	25.8%	28.1%	30.2%	32.3%	34.5%
India	5.7%	7.7%	10.5%	12.7%	15.1%	17.2%
<b>Worldwide***</b>	<b>20.1%</b>	<b>22.7%</b>	<b>25.3%</b>	<b>27.4%</b>	<b>29.6%</b>	<b>31.5%</b>

Note: internet users who use a social network site via any device at least once per month; \*forecast from Aug 2013; \*\*excludes Hong Kong; \*\*\*includes countries not listed  
Source: eMarketer, Nov 2013

श्रोत: इमार्केटर, नवम्बर 2013<sup>9</sup>

उपरोक्त चित्र से यह स्पष्ट है कि वर्ष 2012 में विश्व की 20.1 प्रतिशत जनसंख्या सोशल मीडिया का उपयोग करती थी, जो वर्ष 2017 में बढ़कर 31.5 प्रतिशत हो गई। वर्ष 2012 में नीदरलैंड में सबसे ज्यादा 59.09 प्रतिशत जनसंख्या इसका उपयोग करती थी, जो कि वर्ष 2017 में बढ़ कर 70.7 प्रतिशत हो गई। नारवे में यह संख्या इस अवधि में 58.7 प्रतिशत से बढ़कर 73.1 प्रतिशत हो गई। भारत में वर्ष 2012 में केवल 5.7 प्रतिशत जनसंख्या ही इसका उपयोग करती थी, जो कि वर्ष 2017 में बढ़कर 17.2 प्रतिशत हो गई। विकसित देशों की तुलना में भारत में इसका उपयोग काफी कम है। लेकिन भारत में रिलायंस जियो के उदघाटन से इसका तेजी से प्रसार हो रहा है। साथ ही सरते स्मार्ट फोन भी लोगों तक इसकी पहुँच बढ़ाने में सहायता कर रहे हैं।

**सामाजिक मीडिया का युवाओं पर प्रभाव**

तकनीकी विकाश, वर्ल्ड वाइड वेब, सोशल मीडिया ने समय निश्चित रूप से बदल दिया है। आज हम एक ऐसे युग में रहते हैं,

जहां किसी से संपर्क करना, हमारी यात्राएं और साथ ही हमारे विचार साझा करना सिर्फ एक क्लिक दूर है। सोशल नेटवर्किंग साइट अब किसी की तत्कालिक समाजिक आवश्यकताओं को भी पूरा करने में सक्षम है। इन नेटवर्किंग साइटों ने हमें उन दोस्तों, रिस्तेदारों के साथ चैट करना संभव बना दिया है, जो हमसे हजारों मील दूर रहते हैं। उनके साथ चित्र और वीडियो भी साझा कर सकते हैं। आज कोई ऐसा युवा या, किशोर को ढूंढना मुश्किल है, जिनके पास याहू, जीमेल, फेसबुक या ट्विटर में अकाउंट न हो। उनके मन में जो बात हो इन सबको व्यक्त या साझा करने के लिए समाजिक नेटवर्किंग साइटों का उपयोग करता है। स्कूल, कॉलेज संबंधी उद्देश्यों की पूर्ति हेतु छात्रों व कार्यलय में कार्यरत कर्मचारियों के लिए सोशल नेटवर्किंग साइट उनके दैनिक जीवन में बहुत सहायक सिद्ध हो रहा है। यह आज के छात्रों के लिए वास्तव में काफी उपयोगी है। यह छात्रों को स्कूल में एक दूसरे की मदद करने तथा आफिस कर्मचारियों को अपने काम में काफी सहायक सिद्ध हो रहा है। लेकिन यह उन्हें एक दूसरे पर निर्भर बनाता है तथा वह गम्भीर बातों को भी हल्के में लेने लगते हैं। यह बात ध्यान देने योग्य है कि इसके दोनों साकारात्मक और नाकारात्मक प्रभाव हैं, जो इस बात पर निर्भर करता है कि इसका उपयोग कैसे हो रहा है।

#### साकारात्मक प्रभाव

आज समाजिक मीडिया ने प्रत्येक व्यक्ति को पत्रकार बना दिया है। अपने विचारों, भावनाओं, चित्रों, किसी समाचार आदि को क्लिक मात्र से सेकंड में लाखों लोगों तक इसके माध्यम पहुँचा सकते हैं। आज यह मुख्यधारा की पत्रकारिता के वैकल्पिक रूप में भी बहुत हद तक भूमिका निभाने की क्षमता रखता है। राजनीतिक पार्टियों तो अपने विचारधारा, योजनाओं, कार्यों, उपलब्धियों को लोगों तक पहुँचाने के लिए भी इसका उपयोग कर रहे हैं।

अस्ट्रेलियाई शोधकर्ताओं द्वारा किए गए एक साइबरसाकोलॉजी अनुसंधान में पता चला है कि फेसबुक के उपयोग के अनेक साकारात्मक मनोवैज्ञानिक परिणाम हैं<sup>10,11</sup>। आज के युवा अपने सभी विचारों और भावनाओं को व्यक्त करने के लिए सोशल नेटवर्किंग साइटों का उपयोग कर रहे हैं। वे कुछ भी जो उनके मन में हों पोस्ट या ट्विट करते हैं, चित्र या लिंक जो भी दिलचस्प हो उसे और साथ ही पसंद, शेयर, पोस्ट करते हैं। यह सभी गतिविधियों किशोरों में जो तनाव है उनसे मुक्त होने में बहुत हद तक सहायता करते हैं। एक विषय के बारे में लिंक, चित्र या वीडियो साझा किया जा सकता है, जिसे स्कूल कॉलेज में नहीं पढ़ाया गया हो या उस विषय की कक्षा के दौरान अनदेखी कि गई हो। वो अपने दोस्तों को खुश करने के लिए कोई नई विचित्र विषय को शेयर करते हैं, उन्हें टैग करते हैं। इसके अतिरिक्त किसी व्यक्ति के दिमाग में सार्वजनिक क्षेत्र को लेकर क्या चल रहा है, उनको इनके माध्यम से साझा कर सकते हैं। आवश्यकता अनुसार किसी भी उपयुक्त समूह का सदस्य बन सकते हैं जो किसी खास विषय या उद्देश्य की पूर्ति हेतु बनाया गया हो।

विचारों तथा भावनाओं को व्यक्त करने के अतिरिक्त, युवा दूसरे लोगों के साथ संवाद करने के लिए भी इन साइटों का उपयोग करते हैं। वे बहुत कम खर्च कर अपने रिस्तेदारों, साथियों के साथ संपर्क में रह सकते हैं। यह एक फोन कॉल से भी सस्ता है। यह सामान्य मेल से काफी तेज भी है कियों कि आपको पोस्ट आफिस नहीं जाना होता है तथा अपने पत्र के पहुँचने का इंतजार नहीं करना होता है। यह संचार को सरल एवं आसान बनाता है। किसी भी समय संचार हेतु इसका उपयोग किया जा सकता है। अपने

घरों के आराम से किसी भी समय अपने तत्काल समाजिक आवश्यकताओं को पूरा कर सकते हैं। उन्हें लोगों से मिलने के लिए यातायात में रूपये खर्च करने की जरूरत नहीं होती है। इनके उपयोग से उन्हें घर के बाहर आने वाले खतरों के बारे में चिंता करने की जरूरत नहीं होती है। यह युवाओं के लिए सब कुछ सुविधाजनक बनाता है, सिर्फ आवश्यकता यह है कि उन्हें इनके सही और उपयुक्त प्रयोग की जानाकारी होना चाहिए।

कुछ लोग पढ़ाई या शैक्षणिक उद्देश्यों के लिए इसका उपयोग कर नेटवर्किंग साइटों के अधिक कार्यात्मक पक्ष का सदुपयोग कर रहे हैं। कुछ छात्र हैं जो कलास के बाद समूह परियोजनाओं के संबंध में एक दूसरे के साथ विचार विमर्स करने के लिए ऑनलाइन सम्मेलनों का आयोजन कर रहे हैं। यह उनके लिए ज्यादा सुविधाजनक है कियों कि उन्हें परियोजनाओं पर चर्चा के लिए कलॉस में ज्यादा देर तक रुकने की जरूरत नहीं होती है। कुछ लोग विशेष उद्देश्य की पूर्ति हेतु फेसबुक पेज या याहू समूह बनाते हैं। वे इन समूहों का उपयोग एक दूसरे को होम वर्क, परियोजनाओं पर चर्चा व इसके समय सीमा की याद दिलाने आदि के लिए करते हैं। वे कभी-कभी कलॉस के अगामी योजनाओं की घोषणा करने के साथ साथ प्रोफेसरों द्वारा दी गई परियोजनाओं के विवरण भी देते हैं। वे प्रोफेसर द्वारा दिये गये व्याख्यान के अस्पष्ट भागों पर एक दूसरे के साथ चर्चा करते हैं। ऐसे समूह स्कूल अधिकारियों को समूह के माध्यम से संवाद को आसान बनाते हैं।

आज कल ऐसे प्रोफेसर भी हैं जो छात्रों को पावरपॉइंट की प्रजेंटेशन पहले से इन साइट के माध्यम से साझा कर लेते हैं, ताकि छात्र उसे कलॉस में चर्चा से पहले पढ़ सकें तथा चर्चा के दौरान भाग ले सकें। कुछ लोग समय बचाने के लिए अपने कामों और परियोजनाओं का विवरण पहले ही भेज देते हैं, ताकि उन्हें कक्षा में ज्यादा समझाना न पड़े, क्यों कि इमेल या पोस्ट में वे पहले ही दे दिया जाता है – सब कुछ उन्हें पहले ही दे दिया जाता है – पावपवाइंट प्रजेंटेशन, अनुसंधान के लिंक, आदि। वे बिना सोंच समझकर व अपने शोध के बजाय इनकी समीक्षा करते हैं। इनको ग्रहण कर लेते हैं। यह छात्रों के जीवन को बहुत आसान बना रहा है। यह छात्रों को स्कूल में एक दूसरे की मदद करने तथा आफिस कर्मचारियों को अपने काम में काफी सहायक सिद्ध हो रहा है।

#### नाकारात्मक प्रभाव

सोशल मीडिया के नाकारात्मक प्रभाव भी प्रकट हो रहे हैं। इस विषय पर कुछ अध्ययन से पता चला है कि विचारों के अत्यधिक अभिव्यक्त युवाओं को नाकारा व व्यर्थ बनाने के अतिरिक्त उनमें अहंकार भर सकते हैं। कुछ ऐसे लोग हैं, जो अपनी फोटो खींचकर फेसबुक में डालते हैं, लेकिन कुछ ऐसे भी लोग हैं जो अपनी सभी गतिविधियों को सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर साझा करते हैं। ऐसा मानो जेसा कि वे अपने जीवन का दस्तावेजीकरण इन नेटवर्किंग साइटों के माध्यम से तथा इनका उपयोग "पब्लिक डायरी" के रूप में कर रहे हों। कुछ लोग दूसरे लोगों के बारे, जिनसे उनके अच्छे सम्बंध न हो या जिनसे विचार मेल न खाता हो उनके बारे में नाकारात्मक चीजें पोस्ट करते हैं। कुछ ऐसे भी लोग हैं, जो पोस्ट करने से पहले पूरी तरह से यह नहीं सोचते हैं कि वे क्या पोस्ट करने जा रहे हैं तथा क्या उसका किसी पर नाकारात्मक प्रभाव भी पड़ेगा। विचारों को पोस्ट करने की इतनी चाह होती है कि वे इससे दूसरों पर पड़नेवाले नाकारात्मक प्रभाव का ख्याल ही नहीं रखते। यही चाह साइबर बुलिंग का एक बड़ा कारण है। ऐसे लोग भी हैं जो लोगों को धमकी देकर ब्लैकमेल कर रहे हैं कि यदि

वे उनके इच्छानुसार या उनकी कुछ माँग पूरी न करे तो, वह उस व्यक्ति के बारे में कुछ सर्चनात्मक पोस्ट करेंगे।

आज तो कई युवा अपने घर के काम तथा परियोजनाओं, पढ़ाई छोड़कर दोस्तों के साथ चेट में लग जाते हैं। आजकल कई किशोर तो अपने सामाजिक जीवन को पूरा करने के लिए अपने महत्वपूर्ण और स्कूल के कामों की भी अनदेखी कर रहे हैं। चूंकि समाजिक मीडिया के माध्यम से काफी तेजी से किसी समाचार आदि को लाखों लोगों तक पहुँचाया जा सकता है, इसका उपयोग कई लोग गलत खबर सुचनाएँ देने के लिए भी कर रहे हैं। फोटोशाप द्वारा चित्रों को तोड़ मड़ोकर, इसके माध्यम से गलत मेसेज देकर अफवाह फैलाई जाती है। साथ ही धोखेबाज़, ठग इनका उपयोग लोगों को धोका देने, के लिए कर रहे हैं। उपयोगकर्ताओं को इन से सचेत रहने की जरूरत है।

कुछ लोग इसका दुरुपयोग किसी की भावनाओं को आहत करने, उत्पीड़न या धमकाने के लिए गलत बयानों या नीजी डिजिटल फोटो, विडियो आदि को पोस्ट कर रहे हैं, जो ट्रॉलिंग कहलाता है। नाकारात्मक व्यक्तित्व लक्षणों के कारण ट्रॉल्ल्स हानिकारक कृत्यों में शामिल होते हैं (फॉक्स 2014)<sup>12</sup>। बढ़ती ट्रॉलिंग के कारण कई लोग सोशल मीडिया का उपयोग बन्द कर रहे हैं (कोहन 2014)<sup>13</sup>।

इसके माध्यम से स्पेमिंग भी हो रही है। बिना युजर्स के अनुमति के अनाधिकृत उपयोग की भी शिकायतें आ रही हैं। इसका उपयोग बच्चों की सुरक्षा के लिए भी खतरा पैदा करता है। इसके अधिक प्रयोग के कारण बच्चों में अवसाद और चिंता के लक्षण भी दिखाई दे रहे हैं<sup>14</sup>। ब्रिटेन चिल्ड्रन गो ऑनलाइन के 9 से 19 आयुवर्ग तक के लोगों के एक सर्वे के अनुसार एक तिहाई को ऑनलाइन धमकियों मिलीं<sup>15</sup>। इनसे बचने के लिए ही कई स्कूल, कॉलेज ने इनपर प्रतिबन्ध लगा दिया है। इनके आसान पहुँच के कारण ही साइबर बुलिंग, साइबर स्टाकिंग, सेकसुअल प्रिडेटर्स के लिए यह दरवाजे खोलता है<sup>16</sup>। सोशल मीडिया की बढ़ती लोकप्रियता के कारण लोग इस पर अधिक समय व्यतीत कर रहे हैं। इसने शोधकर्ताओं को इसके उपयोग के लत को एक वास्तविक नैदानिक विकार के रूप में स्थापित करने पर बहस के लिए प्रेरित किया है<sup>17</sup>।

आउटडोर गोम्स के प्रति लोगों में रुझान कम हुआ है। अब वे ज्यादातर समय नेटवर्किंग साइटों पर व्यतीत करते हैं। इससे जीवन शैली (लाइफ स्टाइल) से जुड़े बिमारियों जैसे मोटापा, अधिक वजन, मधुमेह, उच्च रक्त चाप, हृदय रोग आदि संचारी बिमारियों काफी तेजी से बढ़ रही हैं। हॉलांकि इन बिमारियों की वृद्धि में सिर्फ यह साइट्स ही जिम्मेदार नहीं हैं। इनके और भी कई कारक हो सकते हैं जैसे, नौकरी व काम में बहुत ज्यादा लगन की अवश्यकता, यातायात के साधनों के विकाश के कारण व्यायाम करने का समय न मिल पाना, धूम्रपान, अनियंत्रित खानपान, अन्य तकनीकी विकास जैसे वासिंग मशीन, मिक्सर आदि के कारण से शारीरिक गतिविधि में कमी, परिवारिक ईतिहास वायु प्रदूषण आदि।

### निष्कर्ष

निसंदेह इंटरनेट तथा वर्ल्ड वाइड वेब जीवन के सभी पहलुओं को प्रभावित कर रहा है। सोशल नेटवर्किंग साइट युवाओं के दैनिक जीवन को बहुत आसान बना रहा है, लेकिन इसके साकारात्मक और नाकारात्मक दोनों ही पक्ष देखने को मिल रहा है, जो इस बात पर निर्भर करता है कि एक व्यक्ति इसका उपयोग कैसे कर रहा है। सोशल नेटवर्किंग साइट हमें कई तरिके से लाभावन्ति कर रहे हैं तथा हमारे जीवन को आसान बना रहे हैं। लेकिन हमें यह ध्यान रखना चाहिए कि सभी चीजों को संयम से उपयोग करना चाहिए।

हमें अपने प्रथामिकताओं को स्पष्ट रूप से सेट करना चाहिए और उन्हें प्राथमिकता के हिसाब से समयबद्ध तरिके से पूरे करने चाहिए। जैसा कि इसका उपयोग तेजी से युवाओं में बढ़ रहा है। इसके सदुपयोग पर जोर दिया जाना चाहिए। गलत और अफवाहों पर कड़े नियंत्रण रखा जाना चाहिए। माता पिता अभिभावक शिक्षक द्वारा बच्चों एवं युवाओं पर ध्यान दिया जाए कि वे इनका दूरपयोग नहीं कर रहे हों। यदि कोई दुरुपयोग करे तो उनकी कौनसलींग की जानी चाहिए। साथ ही आई टी एक्ट 2010 में महत्वपूर्ण सुधार कर कड़ाई से पालन किया जाना चाहिए। साइबर बुलिंग सोशल मीडिया के लिए एक चिंता का विषय है।

### नोट

\*एक्टिव युजर्स – वो युजर्स जो पिछले 30 दिन में कम से कम एक बार भी कोई भी सामाजिक मीडिया किसी भी डिवाइस के माध्यम से भिजिट किया हो।

—इस शोधपत्र में कई स्थानों पर “युजर्स” का वैकल्पिक रूप “उपयोगकर्ता” “सामाजिक मीडिया” के स्थान पर “सोशल नेटवर्किंग साइट” शब्द प्रयोग किया गया है।

### संदर्भ

1. भारत में सामाजिक नेटवर्किंग उपयोग विकास दर सबसे उच्चतम: अध्ययन +<https://news.biharprabha.com/2014/07/india-records-highest-social-networking-growth-study/> पर 09 फरवरी, 2017 को पुनःप्राप्त किया।
2. लुंडेन, इनग्रेड. अमेरिका के 73: युवा सामाजिक नेटवर्क का उपयोग करते हैं, पिनइनट्रेस्ट के अनुसार पॉपुलर, फेसबुक टॉप पर टेकक्रंच। पर 09 फरवरी को पुनःप्राप्त किया, 2013।
3. चौथी तिमाही, 2017 में दुनिया भर में मासिक सक्रिय फेसबुक उपयोगकर्ताओं की संख्या, <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> 09 फरवरी 2017 को पुनःप्राप्त किया।
4. चौथी तिमाही, 2017 में दुनिया भर में दैनिक सक्रिय फेसबुक उपयोगकर्ताओं की संख्या, <https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau/> 09 फरवरी 2017 को पुनःप्राप्त किया।
5. प्रथम तिमाही 2010 से चौथी तिमाही 2017 के बीच दुनिया भर में ट्विटर उपयोगकर्ताओं की संख्या, <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/> 09 फरवरी 2017 को पुनःप्राप्त किया।
6. अप्रैल 2013 से दिसंबर 2017 तक वहाट्सएप मासिक सक्रिय उपयोगकर्ताओं की संख्या, <https://www.statista.com/statistics/260819/number-of-monthly-active-whatsapp-users/> 09 फरवरी 2017 को पुनःप्राप्त किया।
7. वर्ष 2008 से 2010 के बीच सोशल नेटवर्किंग साइट्स युजर्स के आयु वितरण, [https://www.google.co.in/search?q=age+distribution+of+social+networking+site+users+2008+and+2010&dcr=0&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiCt-7coaDZAhVEqo8KHZglC8wQ\\_AUICigB&biw=1242&bih=611#imgrc=tWSqlRvkwXHXoM:09 फरवरी 2017 को पुनःप्राप्त किया।](https://www.google.co.in/search?q=age+distribution+of+social+networking+site+users+2008+and+2010&dcr=0&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiCt-7coaDZAhVEqo8KHZglC8wQ_AUICigB&biw=1242&bih=611#imgrc=tWSqlRvkwXHXoM:09%20फरवरी%202017%20को%20पुनःप्राप्त%20किया%20।)
8. अमेरिका वर्ष 2009–2013 के बीच में आयुनुसार सोशल नेटवर्क साइट के उपयोगकर्ताओं का वितरण, <https://www.google.co.in/search?q=us+social+network+u>

- ser+penetration+by+age&dcr=0&source=lnms&tbm=isch  
&sa=X&ved=0ahUKEwjBq3Bo6DZAhVG6Y8KHXL  
DxIQ\_AUICigB&biw=1242&bih=611#imgrc=aZpVg-  
KpgbdeBM: 09 फरवरी 2017 को पुनः प्राप्त किया।
9. सोशल नेटवर्क उपयोगकर्ताओं का देश अनुसार वितरण, वर्ष 2012–2017” [https://theconversation.com/thumbs-up-facebook-might-actually-be-good-for-you-11889](https://www.google.co.in/search?dcr=0&biw=1242&bih=611&tbm=isch&sa=1&ei=FXuBWr-jDcbcvAS5t72oBA&q=Social+network+user++penetration+by+country+worldwide+by+2012-2017&oq=Social+network+user++penetration+by+country+worldwide+by+2012-2017&gs_l=psy-ab.3...770621.808433.0.809887.78.59.0.3.3.0.679.8532.2-6j10j5j2.23.0...0...1c.1.64.psy-ab.53.6.1055...0j0i67k1j0i30k1j0i5i30k1j0i8i30k1j0i24k1.0.Fk_XvqxJTCw#imgrc=RpwYIkNPSJNUYM: 10 फरवरी 2017 को पुनः प्राप्त किया।</li>
<li>10. ग्रीव व अन्य (2013). फेस टू फेस या फेसबुक? क्या समाजिक जुड़ाव ऑनलाइन हो सकता है? कमप्युटर्स इन ह्युमन बिहेवियर्स 604–609929:. doi:10.1016/j.chb.2012.11.017</li>
<li>11. ग्रीव, रसेल. (2013) थम्ब्स अप: फेसबुक वास्तव में आपके लिए अच्छा हो सकता है। द कंसेसन । <a href=) पर 16 फरवरी 2018 को पुनः प्राप्त किया।
  12. फॉक्स, जे. (2014) ऑनलाईन ट्रॉल क्यों करते हैं <https://www.psychologytoday.com/blog/better-living-technology/201408/why-the-online-trolls-troll> पर 16 फरवरी 2018 को पुनः प्राप्त किया।
  13. कोहन, सी. (2014). ट्विटर ट्रॉल्स: ऐसी हस्तियों जो अपशब्द झेलकर सोशल मीडिया का उपयोग छोड़ा। <http://www.telegraph.co.uk/women/womens-life/11238018/Celebrity-Twitter-trolls-The-famous-people-whove-been-driven-off-social-media-by-abuse.html> पर 16 फरवरी 2018 को पुनः प्राप्त किया।
  14. सोशल नेटवर्किंग साइट का बच्चों पर सकारात्मक एवं नकारात्मक प्रभाव, अमेरिकन मनोवैज्ञानिक संगठन, <http://www.apa.org/news/press/releases/2011/08/social-kids.aspx> 16 फरवरी 2018 को पुनः प्राप्त किया।
  15. लिविंग स्टोन, सोनिया एवं बाबर, मेगदोलेना (2004), युके चिल्ड्रेन गो ऑनलाईन: युवाओं और उनके माता पिता के अनुभवों का सर्वेक्षण। <http://eprints.lse.ac.uk/395/> पर 16 फरवरी 2018 को पुनः प्राप्त किया।
  16. मुनोज़, केरोलिन, लिगो, टाउनर, टेरी (2015). बेक टु द वॉल: कॉलेज कक्षा में फेसबुक, doi:10.5210/fm.v16i12.3513
  17. सीबीएस “सोशल नेटवर्किंग: इंटरनेट की लत, सीबीएस न्यूज़, जून 24, 2008 <https://www.cbsnews.com/news/social-networking-an-internet-addiction/> 16 फरवरी 2018 को पुनः प्राप्त किया।