



## दैनिक जीवन में सोशल मीडिया का प्रभाव: कभी खुशी, कभी गम

लिबिल जैकब

शोध छात्रा, हिंदी स्नातकोत्तर एवं शोध विभाग

एन.एस.एस हिन्दू कॉलेज, चंगनाशेरी, केरल, jacoblible@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.5281/zenodo.17637611>

### ARTICLE DETAILS

**Research Paper**

**Accepted:** 26-10-2025

**Published:** 10-11-2025

### Keywords:

सोशल मीडिया, स्मार्टफोन,  
इंफ्लुएंसर्स, व्लॉगिंग

### ABSTRACT

यह कहना गलत नहीं है कि, यह सोशल मीडिया आतंकित समय है। आज के ज़माने में यह भारत समेत दुनिया भर के लोकतांत्रिक देशों पर कई सारे सकारात्मक तथा नकारात्मक असर डाले हैं। सोशल मीडिया में 'दुनिया मेरी मुट्ठी में' जैसे वाक्य प्रयोग को ययार्थ बनाया है। सोशल मीडिया के कारण अभिव्यक्ति के एक नया आयाम खुला और उसे विस्तार मिला है। सोशल मीडिया के सामाजिक, सांस्कृतिक तथा वैयक्तिक प्रभाव का अध्ययन ही प्रस्तुत शोध आलेख का उद्देश्य है।

यह मीडिया आतंकित समय है। "अब फेसबुक, ट्विटर से आगे बॅलागज, पॉडकास्ट तथा ऑनलाइन मीडिया का वो समय आ गया है जो आपकी मोबाइल स्क्रीन पर ही सब कुछ बता दे। अब जबकि टेलीविजन भी आपकी मोबाइल स्क्रीन पर आ गया है तो सूचनाओं और ज्ञान की इस गंगा में इस बदलते मीडिया भेदभाव के सरोकारों पर चर्चा होनी अति आवश्यक हो गयी है" 11

हम तेरे बिन अब रह नहीं सकते

तेरे बिना क्या वजूद मेरा

तुझसे जुदा गर हो जाएँगे

तो खुद से ही हो जाएँगे जुदा.....

इस मशहूर गाने से हम परिचित हैं। वर्तमान समय में, हमारे जीवन में सोशल मीडिया का कितना महत्वपूर्ण भूमिका है, यह अभिव्यक्त करने के लिए यह चार लाइन काफ़ी है। जिस प्रकार पृथ्वी अपने अक्ष के इर्द-गिर्द घूमती है, उसी प्रकार हम भी सोशल मीडिया के आसपास मंडराते रहते हैं। सुबह उठते ही, बिस्तर से उठने से पहले



व्हाट्स एप खोलते हैं उसके बाद फेसबुक वाया इंस्टाग्राम होकर यू ट्यूब पर पहुँचते है। इस 'वर्चुअल सफर' में पूरी दुनिया की खबर तथा नए ट्रेंड्स के बारे में उसे जानकारी मिलते हैं। "इन दिनों क्या वह दुनिया आपकी अपनी है, जो मीडिया आपको दिखा रहा है। युद्ध के बहाने संवेदनाओं के पुल किस तरह आपको संवेदनाओं के सैलाब में बांध रहे हैं" **21**

सोशल मीडिया ने लोगों को अभिव्यक्ति की आज़ादी दी है और यह दबी कुचली आवाज़ों को मुखरित करने का माध्यम बना। भारत हमेशा नई तकनीकी तथा प्रौद्योगिकी को स्वीकृत किया है। इसप्रकार ओर्कुट, फेसबुक, इंस्टाग्राम, व्हाट्स एप, स्नैपचैट, यू ट्यूब, टिक-टॉक, एक्स(ट्विटर), थ्रेड्स जैसे सोशल मीडिया के कई रूप भारत में तेज़ गति से विकसित हुआ।

लोग एक दूसरे के साथ संपर्क में रहने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं। सोशल मीडिया हमारे दैनिक जीवन का इतना अभिन्न हिस्सा बन गया है कि इसके बिना जीना नामुमकिन सा लगता है। "बदलते सामाजिक परिदृश्य में न्यू मीडिया और उसका विमर्श महत्त्वपूर्ण है क्योंकि यह प्रौद्योगिकी, अर्थव्यवस्था, व्यवसाय और साइबरस्पेस समेत हर क्षेत्र से बुनियादी रूप से जुड़ा है। न्यू मीडिया ने जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में क्रान्तिकारी परिवर्तन उपस्थित कर दिए हैं और यह मनुष्य के जीवन का अनिवार्य अंग बनता गया है। न्यू मीडिया के व्यापक परिप्रेक्ष्य को नए सन्दर्भों में देखने की आवश्यकता बढ़ी है" **13** कुछ लोग सोशल मीडिया से कुछ दिन की ब्रेक लेती है इसे 'सोशल मीडिया डीटॉक्स' (social media detox) कहते है। क्यों कि, उन लोगों को लगता है वे सोशल मीडिया में वे अधिक समय नष्ट कर रहे हैं। लेकिन अधिक दिन किसी भी सोशल मीडिया का उपेक्षा हम नहीं कर सकते है। उदाहरण के लिए व्हाट्स एप को लेते हैं; व्हाट्स एप एक ऐसा सामाजिक माध्यम है जिसका प्रयोग सभी स्तर के लोग करते हैं। आजकल दफ्तर, स्कूल, कॉलेज-से जुड़ी सारी सूचनाएँ व्हाट्स एप ग्रुप के द्वारा हम प्राप्त करते है। ऐसी स्थिति में 'सोशल मीडिया रहित' जीवन के बारे में हम कल्पना भी नहीं कर सकते हैं।

"सोशल मीडिया में कोई भी बात बहुत तेज़ी से फैलते है" **41** सोशल मीडिया की भाषा में इसे 'वायरल होना' कहते हैं। इस मायिक दुनिया में कोई कैसे वायरल हो जाता है इसका अंदाज़ा हम नहीं लगा सकते है। रेलवे प्लेटफॉर्म में गाना गानेवाली, कच्चा बादाम बेचनेवाला, महाकुंभ में माला बेचनेवाली लड़की आदि को सोशल मीडिया ने ही रातों-रात स्टार बनाया।

सोशल मीडिया के बढ़ती हुई उपयोग का एक कारण स्मार्ट फोन का आगमन है। पहले ओर्कुट, फेसबुक आदि कंप्यूटर पर ही होते थे। स्मार्ट फोन के आगमन से यह सब फोन पर भी उपलब्ध होने लगे। कंप्यूटर की तुलना में फोन पर सोशल मीडिया संभालना ज़्यादा आसान है। भारत में सोशल मीडिया के उपयोग में वृद्धि २०१६ के बाद



हुआ। उस समय मुकेश अंबानी ने 'जियो' सिम लॉन्च किया, मुफ्त सिम और मुफ्त डाटा के साथ। आज हम, प्रतिदिन १जी.बी तथा २ जी.बी तक इस्तेमाल करते हैं। एक समय ऐसा भी था जहाँ प्रतिमहीने हम १ जी.बी डाटा का इस्तेमाल किया करता था लेकिन अब एक दिन के लिए २जी.बी भी कम पड़ रहा है। २०२० में कोरोना के कारण जब पूरी दुनिया बंद पड़े तब सोशल मीडिया ही एकमात्र ऐसा माध्यम था जिन्होंने सबको आपस में बांध कर रखा।

फेसबुक, यू ट्यूब, तथा इंस्टाग्राम पर लोग वीडियो डालते हैं कुछ लोग वायरल हो जाते हैं। लोग पहले अभिनेता, क्रिकेट प्लेयर, साहित्यकारों के दीवाने थे। लेकिन अब उस श्रेणी में सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स भी शामिल हो गया। कई लोग ऐसे हैं जिन्होंने ब्लॉगिंग से लाखों रुपए कमा लेते हैं। कुछ लोग अपने घर में क्या हो रहा है, वे क्या कर रहा है, कहाँ जा रहा है इन सबको वीडियो के रूप में अपलोड करते हैं। लोग इसे देखते भी हैं। दूसरों के घर में क्या चल रहा है, वह क्या कर रहा है, यह जानने की उत्सुकता हमारे मन में है। इसलिए 'बिग बॉस' जैसे कार्यक्रम बहुत लोकप्रिय बना है। अब तो सोशल मीडिया में ब्यूटी ब्लॉगर्स, फुड ब्लॉगर्स तथा फैमिली ब्लॉगर्स की बोलबाला है।

ब्यूटी, कॉस्मेटिक्स, मेक अप आदि के बारे में वीडियोज़ हमारे सामने मौजूद हैं। मेकअप कैसे करते हैं क्या-क्या मेकअप प्रोडक्ट्स हैं, यह सब कहां मिलते हैं कैसे आर्डर करते हैं, कैसे मेकअप करते हैं, अपने रंग के हिसाब से किस प्रकार लिपस्टिक-फाउंडेशन चुनते हैं इन सब की जानकारी ब्यूटी ब्लॉगर्स प्रदान करती हैं। अधिकतर लड़कियां इससे आकृष्ट होती हैं। वह महंगे से भी महंगे मेकअप प्रोडक्ट्स खरीदने के लिए भी तैयार रहते हैं। कुछ वीडियोज़ का शीर्षक इस प्रकार है ; 'एक हफ्ते में कैसे गोरे होते हैं?' 'गोरे होने के लिए क्या-क्या खाने पड़ते हैं?' यह कुछ लोगों के मन में यह अवधारणा उत्पन्न करते हैं की गोरी होना या गोरा होना ही सौंदर्य की परिभाषा है।

सिर्फ यही नहीं हम जो खाते हैं जो पहनते हैं इन सब में सोशल मीडिया का प्रभाव है। विशेष अवसर पर हम नए कपड़े पहनते हैं इसका फोटो खींचते हैं और उसे सोशल मीडिया पर पोस्ट करते हैं। फिर से वही कपड़ा पहनकर किसी और दिन फोटो पोस्ट करने में कुछ लोग हिचकते हैं। उनका मानना है , "अरे वह कपड़ा तो मैं पहनकर फोटो भी अपलोड किया फिर इसी कपड़े में कैसे एक और फोटो पोस्ट करूं ? इसलिए नए कपड़े खरीदते हैं। लोग अब अपने लिए नहीं दूसरों को दिखाने के लिए जी रहा हैं।

पिछले दस साल के अंतर्गत हमारे खान-पान में बहुत परिवर्तन आ चुका है। पहले हम घर का खाना खाते थे। कभी-कभी बाहर से खाना खाते थे। लेकिन अब हालत ऐसा नहीं है अब कभी-कभी घर का खाना खाते हैं और रोज़ बाहर का खाना खाते हैं। खाने के बारे में बहुत सारे वीडियो यूट्यूब, इंस्टाग्राम तथा फेसबुक पर उपलब्ध हैं। जब हम भूखे होते हैं ठीक उसी समय यह वीडियो हमारे सामने आते हैं। इस से भूख और भी बढ़ते हैं। पहले हम इसे बर्दाश्त कर



सकते थे लेकिन अब हालत ऐसा नहीं है, क्योंकि हमारे फोन में स्विगी, जोमैटो जैसे फूड डिलीवरी एप है तो उसे तुरंत फूड ऑर्डर करते हैं। पहले देसी खाना के दीवाने थे लोग। लेकिन अब सांस्कृतिक आदान-प्रदान के कारण कई प्रकार के विदेशी खाना भी जैसे कि चीनी, अरब, तुर्की यहां तक कोरियन खाना भी यहां उपलब्ध होने लगे। इस जीवन शैली का असर स्वास्थ्य पर भी पड़ता है।

छोटे बच्चों से लेकर बुजुर्ग तक सोशल मीडिया का प्रयोग करते हैं। आजकल छोटे बच्चों के हाथ में भी मोबाइल होते हैं वह वीडियो देखकर ही खाना खाते हैं। कई बच्चे वर्चुअल ऑटिज्म का शिकार भी होते हैं। वर्चुअल ऑटिज्म तब होती है, जब बच्चे बहुत ज़्यादा स्क्रीन टाइम के संपर्क में रहते हैं। इसके परिणामस्वरूप सामाजिक और संचार संबंधी कठिनाइयाँ, व्यवहार संबंधी समस्याएँ और बौद्धिक विकास संबंधी देरी हो सकती है। "सोशल मीडिया का शुरुआती सफर उम्मीदों भरा रहा। लेकिन उसे लेकर बनी शुरुआती मासूमियत अब दूर हो चुकी है। जो जानकार और विशेषज्ञ एक समय इसकी लोकतांत्रिक क्षमताओं को लेकर सोशल मीडिया पर फिदा थे, वे भी अब इसके या तो आलोचक हो चुके हैं या फिर सन्तुलित नजरिया अपना चुके हैं" **15**

सोशल मीडिया के कारण साइबर क्राइम भी बढ़ती जा रही हैं। सोशल मीडिया लोगों को अभिव्यक्ति की इतनी स्वतंत्रता देती है कि कुछ लोग इसका गलत इस्तेमाल कर रहा है। अश्लील कमेंट करना, किसी दूसरे के फोटो का गलत इस्तेमाल करना, हनी ट्रैप यह सब साइबर क्राइम की परिधि में आते हैं। सोशल मीडिया ने अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार को नया आयाम दिया है, आज प्रत्येक व्यक्ति बिना किसी डर के सोशल मीडिया के माध्यम से अपने विचार रख सकता है और उसे हज़ारों लोगों तक पहुँचा सकता है, परंतु सोशल मीडिया के दुरुपयोग ने इसे एक खतरनाक उपकरण के रूप में भी स्थापित कर दिया है तथा इसके विनियमन की आवश्यकता लगातार महसूस की जा रही है। "सोशल मीडिया को उस बच्चे की तरह माना जा सकता है जो उम्र और अनुभव के लिहाज से तो बच्चा ही है, लेकिन जिसका वजन और जिसकी ताकत किसी महाबली से कम नहीं है। बल्कि विस्तार और अच्छे तथा बुरे प्रभाव की दृष्टि से, बाकी जनसंचार माध्यम तेजी से उसके सामने बौने साबित होते जा रहे हैं" **16** अतः आवश्यक है कि निजता के अधिकार का उल्लंघन किये बिना सोशल मीडिया के दुरुपयोग को रोकने के लिये सभी पक्षों के साथ विचार-विमर्श कर नए विकल्पों की खोज की जाए, ताकि भविष्य में इसके संभावित दुष्प्रभावों से बचा जा सके।

## निष्कर्ष

समापन में यह कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया आज के समय का सबसे प्रभावशाली माध्यम बन चुका है। इसने अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को नई दिशा दी है और व्यक्ति को वैश्विक स्तर पर संवाद का अवसर प्रदान किया



है। इसके माध्यम से समाज, संस्कृति, राजनीति, शिक्षा, मनोरंजन आदि प्रत्येक क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन आए हैं। परंतु इसके दुरुपयोग से अनेक सामाजिक, मानसिक और नैतिक संकट भी उत्पन्न हुए हैं — जैसे साइबर क्राइम, निजता का उल्लंघन, दिखावे की प्रवृत्ति और मानसिक तनाव।

अतः आवश्यक है कि सोशल मीडिया का उपयोग समझदारी और संयम के साथ किया जाए। यह हमारे हाथ में है कि हम इसे समाज में सकारात्मक परिवर्तन का माध्यम बनाएं या नकारात्मक प्रभावों का कारण। अंततः कहा जा सकता है कि— “सोशल मीडिया स्वयं में न अच्छा है न बुरा; यह केवल एक उपकरण है, जिसका परिणाम उसके उपयोग पर निर्भर करता है।”

अतः यह आवश्यक है कि सोशल मीडिया के प्रयोग में विवेक, मर्यादा और आत्मनियंत्रण को अपनाया जाए। यदि इसका उपयोग समाज की भलाई, ज्ञान-विकास और सकारात्मक संवाद के लिए किया जाए तो यह राष्ट्र निर्माण का सशक्त उपकरण बन सकता है। परंतु यदि इसका दुरुपयोग जारी रहा तो यह हमारी संवेदनाओं, रिश्तों और मूल्यों को कमजोर कर देगा। इसलिए समय की माँग है कि हम डिजिटल साक्षरता और जिम्मेदार सोशल मीडिया व्यवहार को बढ़ावा दें, ताकि यह माध्यम मानवता के कल्याण का साधन बन सके, न कि विनाश का।

## सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- 1. धर, प्रांजल, कृष्णकांत, न्यू मीडिया और बदलता भारत, भारतीय ज्ञानपीठ, दिल्ली, 2018. पृष्ठ.सं.6
- 2. वही पृ.सं 25
- 3. रत्नू.डॉ. कृष्णकुमार, नया मीडिया संसार, वाइकिंग बुक्स, जयपुर, 2012,
- पृ.सं 100
- 4. वही पृ.सं 56
- 5. मंडल, दिलीप, जादव गीता, अन सोशल नेटवर्क, राजकमल प्रकाशन, दिल्ली, 2021, पृ. सं 36
- 6. वही , पृसं 64
- 7. चतुर्वेदी , जगदीश्वर., "माध्यम साम्राज्यवाद" अनामिका पब्लिशर्स, नई दिल्ली, 2006.
- 8. जोशी , रामशरण., "मीडिया: मिशन से बाजारीकरण तक वाग्देवी प्रकाशन, बीकानेर, 2008.
- 9. प्रवीर , राकेश "मीडिया का वर्तमान परिदृश्य, ज्ञान गंगा प्रकाशन, नयी दिल्ली, 2020