

सोशल मीडिया और नए सामाजिक आंदोलन

डॉ. केशरी नन्दन मिश्रा

एसोसिएट प्रोफेसर (इतिहास), हेमवती नन्दन बहुगुणा राजकीय पी.जी. कालेज, नैनी, इलाहाबाद, उत्तर प्रदेश, भारत।

लगभग सात साल पहले राजधानी दिल्ली में एक आंदोलन फूट पड़ा था। इसकी शुरुआत समाजसेवी अन्ना हजारे के राजघाट में उपवास से हुई और देखते ही देखते इसने बड़ी शक्ति ले ली। इस आंदोलन को मीडिया में खूब कवरेज मिला। हजारे जब लगभग 200 समर्थकों के साथ राजघाट पर उपवास पर बैठे तो उसे कवर करने के लिए 200 से ज्यादा मीडियाकर्मी मौजूद थे। अन्ना हजारे के आंदोलन की पल-पल की खबरें टीवी चैनलों के जरिए लोगों के बेड रूम और ड्राइंग रूम तक और इस तरह लोगों के दिल-दिमाग तक पहुंचती रही।

लेकिन इस आंदोलन के पीछे सिर्फ यही एक मीडिया नहीं था। कवरेज बेशक चैनलों और अखबारों में आया, लेकिन इस आंदोलन को संगठित करने में महत्वपूर्ण भूमिका सोशल मीडिया ने निभाई। अपने सामाजिक स्वभाव में यह एक शहरी आंदोलन था और इसके लिए लोगों को सोशल मीडिया के जरिए संगठित किया गया। इंडिया अगैस्ट करप्शन के फेसबुक पेज से जुड़े लाखों लोगों ने इस आंदोलन के लिए हवा बनाई। इस आंदोलन की तमाम खबरें और अपडेट लोगों तक इस पेज के जरिए पहुंचाए गए। आंदोलन में क्या हो रहा है, कौन कहां प्रदर्शन कर रहा है, पुलिस किसे कहां रोक रही है, कहां पहुंचना है, जैसी तमाम जानकारियां सोशल मीडिया के जरिए लोगों तक पहुंचाई गईं। जंतर मंतर पर चले धरने को सोशल मीडिया के जरिए लाइव प्रसारित किया गया।

अगर उस समय के टेलीकॉम-ब्रॉडबैंड परिदृश्य को देखें तो 2011 में भारत में मोबाइल कनेक्शन की संख्या 84 करोड़ हो चुकी थी। लेकिन उस समय तक भारत में ब्रॉडबैंड का ज्यादा विस्तार नहीं हुआ था। 2011 के ट्राइ के आंकड़ों को देखें तो देश में उस समय ब्रॉडबैंड ग्राहकों की संख्या 1.14 करोड़ थी। यह दिल्ली की कुल आबादी से भी कम है। उस समय 2.49 करोड़ लोग भारत में ऐसे थे, जो महीने में कम से कम एक बार फेसबुक पर लॉग इन करते थे। ट्विटर की लोकप्रियता बढ़ने की शुरुआत हो चुकी थी।

अनुमान लगाया जा सकता है कि 2011 तक मुख्य रूप से शहरी मध्यवर्ग ही इंटरनेट और सोशल मीडिया से जुड़ा था। यह संख्या छोटी थी, लेकिन किसी शहरी आंदोलन का आधार बनने के लिए काफी थी। इसका इस्तेमाल अन्ना आंदोलन में खूब हुआ।

इसके बाद 2014 का चुनाव आया और उस दौरान भी सोशल मीडिया का खूब इस्तेमाल हुआ। 2014 में सोशल मीडिया की लहर की सबसे बेहतरीन सवारी नरेंद्र मोदी और उनकी पार्टी बीजेपी ने की। नरेंद्र मोदी सोशल मीडिया की सबसे लोकप्रिय शख्सियत बन कर उभरे। बीजेपी के अलावा कांग्रेस ही इस स्थिति में थी कि सोशल मीडिया के जरिए अपनी बात लोगों तक पहुंचा सके। उत्तर भारत के लोहियावादी और आंबेडकरवादी या तीसरी धारा के दलों का आधार सोशल मीडिया से कम जुड़ा हुआ था और सोशल मीडिया के लिए इन दलों की तैयारी भी काफी नहीं थी। वामपंथी दल समझ ही नहीं पा रहे कि संचार की दुनिया किस तरह बदल गई है।

2018 में स्थितियां बदल चुकी हैं। मोबाइल कनेक्शन की संख्या 100 करोड़ को पार कर 117 करोड़ पर पहुंच चुकी है। यानी लगभग हर हाथ में मोबाइल फोन की स्थिति बन गई है। ब्रॉडबैंड कनेक्शन की संख्या 37.8 करोड़ हो चुकी है। सोशल मीडिया के सबसे लोकप्रिय प्लेटफॉर्म फेसबुक को इस्तेमाल करने वालों की संख्या 25 करोड़ को पार कर चुकी है। व्हाट्सएप बेहद लोकप्रिय बन चुका है। स्मार्ट फोन सस्ते हुए हैं और उनका इस्तेमाल बढ़ा है। इन संख्याओं के साथ यह बात भी महत्वपूर्ण है कि इनके बढ़ने की दर बहुत तेज है। यानी आने वाले समय में ब्रॉडबैंड यूजर्स और सोशल मीडिया यूजर्स इन दोनों कटेगरी में उछाल देखने को मिलेगा।

भारतीय समाज के ढांचे के मुताबिक इसका क्या मतलब है? मोटे तौर पर माना जा सकता है कि ज्यादातर शहरी मध्यवर्गीय पुरुष आबादी किसी न किसी रूप में इंटरनेट और सोशल मीडिया से जुड़ चुकी है या जुड़ने की क्षमता रखती है। सामाजिक संरचना के मुताबिक आम तौर पर ऐसे लोग उच्चवर्णीय भी हैं।

यहां से अगर इंटरनेट, ब्रॉडबैंड और सोशल मीडिया का विस्तार होता है, तो उसे निम्न वर्णीय और निम्न वर्गीय लोगों के बीच फैलना होगा। उसे अनुसूचित जाति, जनजाति और सामाजिक रूप से पिछड़े वर्गों में ग्राहक बनाने पड़ेंगे। उसे गांवों और कस्बों में जाना होगा। उसे महिलाओं और अल्पसंख्यक गरीबों तक पहुंचना होगा। उसे नए ग्राहक दूरदराज के इलाकों में मिलेंगे। इसके लिए स्मार्टफोन को और सस्ता होना होगा और डाटा की दरें भी घटानी होंगी। उसे इन समाजों के लिए उपयोगी भी बनना होगा। यह विस्तार भारतीय भाषाओं में ही मुख्य रूप से होगा। जो इंग्लिश जानते हैं, वे इंटरनेट और सोशल मीडिया से जुड़ चुके हैं। वहां नए ग्राहक नहीं हैं। इन समुदायों में इंटरनेट का विस्तार हुआ भी है।

यह प्रक्रिया समाज पर कई तरह के असर दिखा रही है। पिछले दिनों एससी-एसटी एक्ट के खिलाफ भारत बंद में सोशल मीडिया के संगठक के रूप में सामने आने से यह बात साबित हुई है कि वंचित समुदायों का महत्वपूर्ण हिस्सा सोशल मीडिया से जुड़ चुका है। ये तबके सोशल मीडिया का इस्तेमाल सामाजिक और राजनीतिक मुद्दों को उठाने के लिए कर रहे हैं।

सोशल मीडिया पर इन समुदायों के हजारों ग्रुप हैं, जहां लगातार संवाद चल रहा है। शिक्षा से ऐतिहासिक रूप से वंचित रहे ये समुदाय अब एक दिन में जितनी लिख-पढ़ रहे हैं, उतना संवाद पहले सैकड़ों साल में भी नहीं हो पाता था। इन समुदायों में भी सोशल मीडिया की पहली लहर शहरों में ही पहुंची है। 2 अप्रैल के भारत बंद के बारे में गौर करने की बात है कि यह मुख्य रूप से शहरों में ही केंद्रित रहा और इसमें मध्यवर्ग के लोग ही आगे नजर आए।

दरअसल सोशल मीडिया पर ये लोग एक दूसरे के दुख-दर्द में शरीक हो रहे हैं और सरकारी नीतियों और कोर्ट के फैसलों पर बात कर रहे हैं। यहीं पर वे संगठित हो रहे हैं और आंदोलन की नीतियां बना रहे हैं। यहां वे नारे तय कर रहे हैं और पोस्टर शेयर कर रहे हैं। अगर सोशल मीडिया न होता तो इन तबकों के आंदोलनों में अखिल भारतीयता का आ पाना बेहद कठिन होता क्योंकि इनके आंदोलनों का मीडिया कवरेज काफी कम है और इस बार जो कवरेज हुआ वह भी भारत बंद के बाद हिंसा की रिपोर्टिंग के रूप में ही यह सामने आया। वह भी तब जबकि हिंसा अनुसूचित जाति के खिलाफ हुई और मरने वाले 11 लोगों में 10 अनुसूचित जाति के थे। मुख्यधारा मीडिया ने जो गैप क्रिएट किया है, सोशल मीडिया के जरिए उसे भरने की कोशिश हो रही है। आने वाले दिनों में जब सोशल मीडिया और ब्रॉडबैंड का और विस्तार होगा, तो कई नए मुद्दे आएंगे, नए सवाल उठेंगे, नए समूह बनेंगे। सोशल मीडिया का स्पेस आने वाले दिनों में बेहद हलचल भरा होगा। इस पर नजर रखिए।

References

- [1] Elizabeth Shove, *Comfort, Cleanliness, and Convenience: The Social Organization of Normality* (Berg, 2003), p. 80.
- [2] Kathleen M. Brown, *Foul Bodies: Cleanliness in Early America* (Yale University Press, 2009), p. 327
- [3] C. Y. Chang and Francis Kai, *GaAs High Speed Devices: Physics, Technology, and Circuit Applications* (John Wiley, 1994), p. 116.
- [4] Nath, Akshaya (24 April 2015). "National Panchayat Raj Day: Here are few things that you need to know about Panchayat Raj"
- [5] "The Constitution (Seventy-third Amendment) Act, 1992". Government of India. Archived from the original on 5 May 2003.
- [6] Department of Rural Development, Ministry of Rural Development, Government of India
- [7] Encyclopædia Britannica. Archived from the original on 29 January 2012
- [8] "Indian News - India Newspaper - India Latest News - News From India - India News Daily - Current India News". Retrieved 14 May 2015.
- [9] Anirban Ghosh (17 October 2012). "Ganga is now a deadly source of cancer, study says". Times of India. Retrieved 25 June 2017.

