



राज्य सरकार में सोशल मीडिया का प्रयोग

डॉ. दीपक कुमार मोदी

(अतिथि शिक्षक)

राजनीति विज्ञान एवं लोक प्रशासन विभाग ,

डॉ. हरीसिंह गौर विश्वविद्यालय, सागर (म.प्र.)



सारांश (Abstract) –

‘इंटरनेट’ अर्थपूर्ण और वास्तविक नागरिक समाज का निर्माण करता है यह इस बात पर निर्भर करता है कि “सामाजिक पूँजी” के उत्पादन में माध्यम की क्षमता कितनी है, सामाजिक संगठन के लक्षण जैसे नेटवर्क, मानक तथा सामाजिक विश्वास जो नागरिकों में आपसी लाभ के लिए सामंजस्य स्थापित करता है। अर्थात् इंटरनेट, टेलीग्राम, टेलीफोन, फ़ैक्स मशीन आदि के लिए समूह संगठन को प्रोत्साहित करना पर्याप्त नहीं है। इसके स्थान पर इंटरनेट आधारित संस्थानों में पारंपरिक नागरिक समाज के संस्थानों के गुण होने चाहिए जहाँ सदस्यगण आपस में गिरजाघर या सम्मेलन केन्द्र स्थान की भांति अंतक्रिया करते हैं। इस प्रकार ‘साईबर स्पेस’ को उपकरण की बजाय स्थान का रूप लेना चाहिए।

इंटरनेट को सशक्त है और सक्रिय बनाने के लिए पोस्टर चार्ज्ड, भू-खनन प्रतिबंध अभियान आदि ने गैर सरकारी समूहों को विद्युतीय रूप से संबद्ध कर दिया है जो आपस में इन विषयों पर सूचनाओं का आदान-प्रदान करते हैं। भारत में मध्यप्रदेश नवीन प्रयोगों की प्रयोगशाला बन गया है। सोशल मीडिया के महत्व को अब राज्य सरकारें भी स्वीकार कर रही हैं। इन माध्यमों का उपयोग निरंतर सरकार में बढ़ रहा है। यहाँ तक कि पारंपरिक नागरिक समाज के तत्व भी इस नई तकनीक को अपना रहे हैं। जैसे रोमन कैथॉलिक चर्च वेब के माध्यम से जन-साधारण तक पहुँच प्राप्त करते हैं।

Keywords - (मुख्य बिन्दु) – सोशल मीडिया, सोशल नेटवर्क, वर्चुअल फेसबुक, ट्विटर इंस्टाग्राम, यू-ट्यूब।

प्रस्तावना (Introduction) –

साईबर-स्पेस अथवा अन्य संस्थान जब सामान्य हित या लक्ष्य के लिए नागरिकों को एकबद्ध करते हैं, तभी इंटरनेट स्थान में परिवर्तित होकर सामाजिक पूँजी का निर्माण करते हैं। वास्तविक समाज एवं सामाजिक पूँजी सिद्धांत के बीच की कड़ी ‘ऑनलाइन समुदाय’ के प्रति प्रत्येक व्यक्ति की प्रतिबद्धता के स्तर पर निर्भर करता है।¹

भारत सोशल मीडिया के क्रांति के दौर से गुजर रहा है। भारत में 35 वर्ष से कम उम्र के नौजवान इस मंच का उपयोग अपने सामाजिक सरोकारों की पूर्ति एवं ज्ञान, सूचनाओं के आदान-प्रदान एवं मित्रता के समूहों को बनाने के साथ-साथ राष्ट्रीय, आर्थिक एवं सामाजिक दायित्वों के बोध में भी इस माध्यम का उपयोग कर रहे हैं। स्मार्टफोन क्रांति ने हर हाथ तक दुनिया और दुनिया को हर हाथ तक पहुंचा दिया है।

सोशल मीडिया का उपयोग जहाँ राजनेता अपनी छवि को आम नागरिक की नजर में बेहतर बनाने के लिए कर रहे वहीं दूसरी तरफ चुनावों में भी इनका उपयोग किया जा रहा है। तेजी से आगे बढ़ रहे भारत में प्रसार-प्रचार के इस माध्यम का उपयोग राज सत्ताओं द्वारा जनहित में भी किया जाने लगा। आज एक पोस्ट यदि समाज के वातावरण को प्रभावित कर सकती है तो यदि इसका सुशासन के लिए प्रयोग किया जाए तो

शासन की कार्य पद्धति में भी परिवर्तन लाया जा सकता है। सोशल मीडिया के विभिन्न रूप होते हैं। सामाजिक मीडिया पारस्परिक संबंध के लिए अंतर्जाल या अन्य माध्यमों द्वारा निर्मित आभासी समूहों को संदर्भित करता है। यह व्यक्तियों और समुदायों के साझा, सहभागी बनाने का माध्यम है। इसका उपयोग सामाजिक संबंध के अलावा उपयोग कर्ता सामग्री के संशोधन के लिए उच्च पारस्परिक मंच बनाने के लिए मोबाइल और बेव आधारित प्रौद्योगिकियों के प्रयोग के रूप में भी देखा जा सकता है।

स्वरूप –

सामाजिक मीडिया के कई रूप हैं जिनमें कि इंटरनेट फोरम, बेवलॉग, सामाजिक ब्लॉग माइक्रोब्लॉगिंग; विकीज, सोशल नेटवर्क, पाडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र, चलचित्र आदि सभी आते हैं। अपनी सेवाओं के अनुसार सोशल मीडिया के लिए कई संचार प्रौद्योगिकी उपलब्ध हैं

उदाहरणार्थ –

- सहयोगी परियोजना (उदाहरण के लिए विकिपीडिया)
- ब्लॉग और माइक्रोब्लॉग (उदाहरण के लिये, ट्विटर)
- सोशल खबर नेटवर्किंग साइट्स (उदाहरण के लिए डिग और लेकरनेट)
- सामाजिक नेटवर्किंग साइट (उदाहरण के लिए, फेसबुक)
- आभासी खेल दुनिया (जैसे, वर्ल्ड ऑफ वॉरक्राफ्ट)
- आभासी सामाजिक दुनिया (जैसे सेकंड लाइफ)
- सामग्री समुदाय (उदा. के लिए यूट्यूब, डेली मोशन)

विशेषता –

सामाजिक मीडिया अन्य पारंपरिक तथा सामाजिक तरीकों से कई प्रकार से एकदम अलग है। इसमें पहुंच आवृत्ति, प्रयोज्य, ताजगी और स्थायित्व आदि तत्व शामिल हैं। इंटरनेट के प्रयोग से कई प्रकार के प्रभाव होते हैं। निएलसन के अनुसार इंटरनेट प्रयोक्ता अन्य साइट्स की अपेक्षा सामाजिक मीडिया साइट्स पर ज्यादा समय व्यतीत करते हैं।

दुनिया में दो तरह की सिविलाइजेशन का दौर शुरू हो चुका है। वर्चुअल और फिजीकल सिविलाइजेशन आने वाले समय में जल्द ही दुनिया की आबादी से दो-तीन गुना अधिक आबादी अन्तर्जाल पर होगी। दरअसल अंतर्जाल एक ऐसी टेक्नोलॉजी के रूप में हमारे सामने आया है। जो उपयोग के लिए सबको उपलब्ध है, और सर्वहिताय है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स संचार व सूचना का सशक्त जरिया है, जिनके माध्यम से लोग अपनी बात बिना किसी रोक-टोक के रख पाते हैं। यही से सामाजिक मीडिया का स्वरूप विकसित हुआ है।

व्यापारिक उपयोग –

जन सामान्य तक पहुंच होने के कारण सामाजिक मीडिया को लोगों तक विज्ञापन पहुंचाने के सबसे अच्छा जरिया समझा जाता है। हाल ही के कुछ एक सालों में इंडस्ट्री में ऐसी क्रांति देखी जा रही है फेसबुक जैसे – सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर उपभोक्ताओं का वर्गीकरण विभिन्न मानकों के अनुसार किया जाता है। जिसमें उनकी आयु, रुचि, लिंग गतिविधियों आदि को ध्यान में रखते हुए उसके अनुरूप विज्ञापन दिखाए जाते हैं।² म.प्र. में शासन के स्तर पर सोशल मीडिया का उपयोग जनता से सतत् संपर्क के लिए मुख्यमंत्री द्वारा किया जा रहा है।

(1) फेसबुक – CM Madhya Pradesh (2) ट्विटर – CM Madhya Pradesh

(3) इस्टाग्राम – chouhan shivraj sing³ पर किया जा रहा है। इन मंचों के माध्यम से मुख्यमंत्री अपने फालोअर्स से जुड़े रहते हैं। महत्वपूर्ण फोटो एवं सूचनाओं के आदान-प्रदान में इस सोशल मीडिया के मंचों का

उपयोग किया जा रहा। प्रदेश के कई मंत्री एवं अधिकारी भी सोशल मीडिया के इन मंचों का उपयोग निरन्तर कर रहे हैं। म.प्र. पर्यटन विभाग द्वारा अपने पर्यटकों क्षेत्रों के प्रचार-प्रसार के लिए सोशल मीडिया का उपयोग किया जा रहा है। इसके लिए फेसबुक पर [http://www.Facebook.com/mp Tourism/dot.com](http://www.Facebook.com/mp_Tourism/dot.com) फॉलो किया जा सकता है।⁴

म.प्र. पर्यटन विभाग द्वारा सोशल मीडिया का उपयोग लागू जुड़ने के लिए किया जा रहा। पर्यटन विभाग द्वारा फेसबुक पर लोगों से प्रतिक्रिया, सुझाव, आलोचना मांगे जा रहे हैं इसके लिए अपने फैंस/फॉलोअर के लिए समय-समय पर पर्यटन से जुड़ी पोस्ट डाली जा रही है।⁵ फेसबुक के अलावा यह विभाग इंस्टाग्राम ट्विटर, यू ट्यूब, गूगल पर मौजूद है।

म.प्र. सोशल मीडिया एवं म.प्र. के "माध्यम" की भूमिका –

म.प्र. माध्यम को राज्य शासन ने सोशल मीडिया के उपयोग का दायित्व प्रारंभिक अभिकरण के रूप में सौंपा है जिसके माध्यम से यह जनसंपर्क का विभाग म.प्र. में कई तरीकों से राज्य शासन की उपस्थित सोशल मीडिया में दर्ज करवा रहा है।

- (1) सरकार के संचार को जनसाधारण की पहुँच तक पहुँचना। राज्य 'साइबर वर्ल्ड' में अपनी उपस्थिति विशेषकर सोशल मीडिया में बढ़ाये।
- (2) सोशल मीडिया के दक्ष एवं कुशल व्यावसायिक लोगों को जोड़कर सोशल मीडिया की आवश्यकता को समझना।
- (3) यह विभाग सोशल मीडिया के मंच फेसबुक ट्विटर, इंस्टाग्राम, आदि पर नियमित उपस्थित दर्ज हो इसके लिए तंत्र विकसित करेगा।
- (4) मुख्यमंत्री की विकास की योजनाओं को इस मंच से जोड़ना, उनकी प्रोफाइल से सम्बन्धित करना। प्रदेश में इच्छुक निवेशकर्ताओं को जोड़ना।
- (5) सोशल मीडिया में प्रदेश की सरकार की उपस्थित दर्ज करवाने रणनीति एवं योजना को रूप देकर ऑनलाईन आउटलेट एवं सोशल मीडिया का उपयोग करना।
- (6) ऑनलाईन प्लेटफॉर्म के अनुरूप विज्ञापन तैयार करना, गूगल एड, फेसबुक एड के लिए एड तैयार करना।
- (7) मध्यप्रदेश को एक ब्रांड के रूप में बूस्ट करना ताकि लोग म.प्र. के प्रति आकर्षित हो।
- (8) डिजिटल प्रचार का सतत् मूल्यांकन एवं निरीक्षण कर शासन को रिपोर्ट प्रदान करना।
- (9) सोशल के लिए वीडियो, ऑडियो एवं फोटोग्राफ उपलब्ध करवाना।
- (10) सोशल मीडिया के नियमित संचालन हेतु एक टीम को तैयार कर म.प्र. को सोशल मीडिया पर अद्यतन किया जा सके।
- (11) सोशल मीडिया के सभी मंच जैसे फेसबुक ट्विटर यू-ट्यूब्स, गूगल+ एवं अन्य सोशल मीडिया के Accounts (खातों) का प्रबंध करना।⁶

मध्यप्रदेश माध्यम इस कार्य पर सतत् निगरानी करेगा कि दिन-प्रतिदिन इन मीडिया मंच पर राज्य की उपस्थिति किस तरह उपस्थित हो रही है। इन पर सतत् विज्ञापन दिए जा रहे हैं कि नहीं। इन पर सर्वेक्षण आदि की रिपोर्ट को संक्षिप्त में प्रस्तुत करते रहना भी इसके महत्वपूर्ण दायित्वों में से एक है।

सोशल मीडिया ने निश्चित ही लोकतंत्र को प्रभावित किया है उसकी ये प्रभावशीलता ही है कि अब सोशल मीडिया सिर्फ लोगों को जोड़ने का काम नहीं अपितु लोगों के दैनिक जीवन को प्रभावित कर रहा है।

(1) ब्लॉग (BLOGS)— सरकार के पदाधिकारी लोकसेवक अपनी नीति योजना एवं कार्यक्रमों को ब्लॉग पर लेख लिखकर आम जनता तक पहुँचा सकते हैं। ब्लाग लेखन भी सोशल मीडिया में बातचीत का एक महत्वपूर्ण मंच है।⁷

(2) ट्विटर (TWITTER) यह एक हाईस्पीड संचार माध्यम है। इस पर म.प्र. के मुख्यमंत्री ट्विट करते हैं अर्थात् अपना संदेश स्मार्टफोन एवं इंटरनेट यूजर के लिए भेजते हैं। इसमें कई प्रकार के संदर्भ फोटो का प्रयोग किया जाता। रेल मंत्रालय एवं विदेश मंत्रालय भारत सरकार ने इन माध्यमों का उपयोग कर अपनी सार्थकता

स्वयं प्रमाणित की है। मध्यप्रदेश शासन के मुख्यमंत्री व अन्य कई मंत्री एवं अधिकारी भी इस प्लेटफार्म का उपयोग सोशल मीडिया पर अक्सर करते हैं।

(3) **ई-मेल (E-MAIL)** म.प्र. शासन में कई मंत्रालय एवं विभागाध्यक्ष नियमित रूप से ई-मेल का उपयोग करते हैं इसके माध्यम से पत्रों को ऑनलाइन उपलब्ध सम्बन्धित व्यक्ति को करवा दिया जाता है। शासन अपनी कई योजनाओं में ईमेल पता अनिवार्य रूप से मांगने लगा है ताकि सम्बन्धित व्यक्ति से वह सूचना इलेक्ट्रॉनिक मेल के माध्यम से पहुँचा सके।⁸

(4) **एस.एम.एस. (SMS)** एस.एम.एस का सर्वाधिक उपयोग बैंकिंग एवं शैक्षणिक संस्थानों द्वारा किया जाता है।

अब इस आसान, सुलभ, सस्ती प्रणाली का उपयोग शासन के द्वारा भी किया जाने लगा है।

(5) **वीडियो कान्फ्रेन्सिंग (VIDEO CONFERENCING)** वीडियो कान्फ्रेन्सिंग के माध्यम से ऑनलाइन कई महत्वपूर्ण विभागों के अधिकारियों से वार्तालाप करते हैं। प्रदेश के मुख्यालय से जिला मुख्यालय में बैठे कलेक्टर से बात करते वक्त इसका सर्वाधिक उपयोग म.प्र. में हो रहा है। यह समस्याओं को समझने एवं उनके निदान का दृश्यगत माध्यम है।⁹

(6) **यू-ट्यूब (YOU TUBE)** मध्यप्रदेश शासन द्वारा अपनी योजनाओं के वीडियो बनाकर इस सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म पर अपलोड कर युवा वर्ग में सर्वाधिक उपयोग किए जा रहे मंच पर शेयर किए जा रहे हैं ताकि प्रदेश की नई पीढ़ी को वीडियो के माध्यम से उससे सम्बन्धित योजनाओं के विषय में बताया जा सके।¹⁰

(7) **फेसबुक (FACEBOOK)** सर्वाधिक लोकप्रिय सोशल मीडिया के इस उत्कृष्ट मंच का उपयोग कमेंट, लाइक, शेयर करने के लिए किया जा रहा है। म.प्र. के मुख्यमंत्री प्रदेश में 4077328 फालोअर्स के लाइक के साथ एवं गृहमंत्री म.प्र. भी इस मंच का निरन्तर उपयोग कर अपना जन संवाद युवा पीढ़ी से निरन्तर बनाए हुए हैं। विभिन्न योजनाओं, कार्यक्रमों, महत्वपूर्ण घटनाओं के फोटो, अपने विचार एवं वीडियोज शेयर कर इस मंच का उपयोग जनता से दोस्ती के साथ-साथ शासन को सुशासन में बदलने के लिए निरन्तर किया जा रहा है। F.B. के उपयोग का लाभ लिया जा रहा है।¹¹

(8) **व्हाट्सएप (WHATSAPP)** यह सूचनाओं, फोटो, वीडियो, संदेश के आदान-प्रदान का एक निजी सोशल मीडिया मंच है इसका उपयोग मंत्री अधिकारी म.प्र. शासन के विभिन्न समूह (Groups) बनाकर निरन्तर कर रहे हैं।

समापन (Conclusion) –

उपर्युक्त मंचों का उपयोग कर म.प्र. नई ऑनलाइन पीढ़ी एवं स्मार्ट पीढ़ी के साथ उसके समय के मंचों का उपयोग कर न केवल सोशल संवाद कर रही है अपितु सोशल मीडिया ने राज्य सत्ताओं का सोशल सरोकारों की नई सामाजिक चेतना से अभिभूत करते हुए नए सामाजिक रिश्तों को सुशासन में सम्मिलित करने का अवसर प्रदान किया। आज ये सूत्र जिन सत्ताओं ने भी अपनाये हैं उनका सफलता का प्रतिशत निरन्तर बढ़ रहा है।

एक विकसित राज्य के रूप में स्थापित होने के लिए यह अतिआवश्यक है कि मध्यप्रदेश में सूचनाओं का आदान-प्रदान सोशल मीडिया पर अधिक से अधिक हो। वर्तमान मध्यप्रदेश सरकार का इस दिशा में रचनात्मक दृष्टिकोण इन माध्यमों का उपयोग करने की दिशा में सकारात्मक रहा है।

संदर्भ – (Reference)

1. रचना सुचिन्मयी: समसामायिक राजनीतिक मुद्दे: रावत पब्लिकेशन्स, जयपुर 2016 पृष्ठ 277
2. <http://hi.winkipedia.org/winkil>
3. मध्यप्रदेश माध्यम जनसंपर्क विभाग का साप्ताहिक पत्रा रोजगार एवं निर्माण दिनांक 26/12/16 पृष्ठ 21
4. M.P. Tourism-social Media Guidelines,
5. <http://hi-in.Facebook.Com/Notes/Madhyapradesh-tourism/Madhya-Pradesh>

6. मध्यप्रदेश माध्यम / website-www..MP Madhyam.in./
7. christianakis,NA,Fowler, J.A, Connected The Surprising Power of our social Network and How They Shaps our Give Little Brown and Company 2009
8. Stephen. P. Robbins, Timothy A Judge, Neharika Vohra : organizational Pearson Delhi p369
9. Lin.A: The wikipedia Revolution : Encyclopedia.
10. Henson, GL. Hardks. P.M.sharma, R. Differing uses of you Tube Durring the 2008
11. www.Toivoajatuauaja.fi. <http://enwikipedea.org/winki/whatsapp>



डॉ. दीपक कुमार मोदी
(अतिथि शिक्षक) राजनीति विज्ञान एवं लोक प्रशासन विभाग ,
डॉ. हरीसिंह गौर विश्वविद्यालय, सागर (म.प्र.)