



# CHRONICLE OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES

A Peer Reviewed Bimonthly International Journal

Special Issue On

**IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY**

2019-2020

23  
23  
1  
1  
COMMENTS

ur so annoyin

Guest Editor  
**Dr. Vasant Satpute**

Associate Editor  
**Dr. M. D. Kachave**

Assistant Editors  
**Dr. B. V. Andhale**  
**Dr. M. G. Somvanshi**  
**Dr. A. B. Sarkale**

IMPACT FACTOR:4.197(IIJIF)

ISSN: 2454-5503

# CHRONICLE

OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES (CHCS)

VOL. 5

NO. 5

SPECIAL ISSUE

OCTOBER 2019

A Peer Reviewed Bimonthly International Journal

Special Issue On

## IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY

(Book 2)

*Guest Editor*

**Dr. Vasant Satpute**

*Associate Editor*

**Dr. M. D. Kachave**

*Assistant Editors*

**Dr. B. V. Andhale**

**Dr. M. G. Somvanshi**

**Dr. A. B. Sarkale**



*Mahatma Gandhi Education and Welfare Society's*

**CENTRE FOR HUMANITIES AND  
CULTURAL STUDIES, KALYAN (W)**

www.mgsociety.in +91 8329000732 Email: chcskalyan@gmail.com

४३. समाज माध्यमे आणि समाज / डॉ. मिरा वि. फड | 198
४४. सोशल मिडिया ही तत्कालीन परिस्थितीत काळाची गरज /  
डॉ. गंगणे आर. व्ही. | 202
४५. सोशल मिडियाच्या माध्यमातून होणारे लैंगिक गुन्हे /  
डॉ. शिवाजी परळे | 208
४६. समाजमाध्यमांचा समाजावरील प्रभाव / बांगर नितीनकुमार बा. | 215
४७. सोशल मिडिया आणि फेकन्युज / डॉ. आंधळे बी. व्ही. | 218
४८. समाज माध्यमाचे दुष्परिणाम / डॉ. जाधव अशोक का. | 221
४९. छावा व किशोर मासिकाने प्रसिध्द केलेल्या साहित्याचा विषयनिहाय व साहित्य  
निहाय अभ्यास / अशोक मा. बांगर | 225
५०. मुलांच्या मुद्रित प्रसार माध्यमातील साहित्याची मुलांसाठीची उपयुक्तता /  
अशोक मा. बांगर | 228
५१. सामाजिक माध्यमांचे परिणाम व उपाय / डॉ. भिसे आर. एम. | 231
५२. सोशल मिडीया : मानवी जीवनावर पडलेला प्रभाव /  
डॉ. कोटीवाले व्ही. एम. | 236
५३. प्रसारमाध्यमे : स्वरूप, उद्गम आणि विकास /  
डॉ. सा. द. सोनसळे | 239
५४. व्यक्तिसंबंधावर सोशल मिडीयाचा प्रभाव : बिघडते सामाजिक संबंध /  
वंदना गायकवाड | 243
५५. सोशल मीडियाचा समाजमनावरील दुष्परिणाम : एक अभ्यास /  
डॉ. रामानंद बा. व्यवहारे | 247
५६. सोशल मिडिया का समाज पर प्रभाव / बांगर आकाश शे. | 255
५७. समाज और सोशल मीडिया / डॉ. मारोती उ. खेडेकर | 259
५८. विश्वभाषा हिन्दी और मिडिया / डॉ. कुलकर्णी वनिता बा. | 262
५९. सोशल मीडिया और सामाजिक संबंधोंपर सैद्धांतिक नजरिया /  
विनय कुमार | 269
६०. सोशल मीडिया रिपोर्टिंग का सवाल / डॉ. वडचकर एस. ए. | 273



## सोशल मीडिया रिपोर्टिंग का सवाल

डॉ. वडचकर एस.ए.

हिन्दी विभाग

जि. परमणी.

कै. रमेश वरपुडकर महाविद्यालय, सोनपेट जि. परमणी.

भारतीय संविधान के तीन स्तंभ बताए हैं - न्यायपालिका, कार्यपालिका और विधायिका / मीडिया चौथा स्वयंभू स्तंभ बन गया है। प्रारम्भ में अपनी पहचान, प्रसिद्धि और विशिष्ट दिखने को लालसा में व्यक्तियों ने इसे अपनाया, महत्व दिया, परंतु अब भयदर्शन के रूप में मीडिया ने साख बढा ली है ! कविवर तुलसीदास ने लिखा है, यह जानऊ हमारी सेवकाई, वासन वसन न ले ही चुराई वाली तर्ज पर हर भला आदमी मीडिया से जुडाव रखता तो है, परंतु भय के कारण, कि फजीहत न हो जाए | काबिबनी जैसी राष्ट्रस्तरीया पत्रिका में संपादक ने इनकी प्रशंसा में २५-२६ वर्ष पहले ही लिख दिया था, पत्रकार तिल का ताड दीया सलाई का भाई और फूस का निवाड बना सकते है, आदि | मीडिया को हम सुविधा के लिए दो श्रेणियों में रखते है - दृश्य और प्रिंट | हम जानते है की दृश्य मीडिया की राह स्वच्छंद और थोडी दादागिरी की है | जब किसी समाचार वातां, चिंतन, चर्चा पर बहस चल रही हो तो एँकर अपनी विचारधारा और अपने पूर्वग्रह धोपने का प्रयास करता है, परंतु उत्तरदाता की बात मनभावन न हो तो तुरंत सीन काट देते हैं, क्योंकि सीन दिखाना, न दिखाना उनके हाथ में है |

मीडिया में जनता की भाषा में जनता की बात को जनता के लिए लिखना तथा प्रकाशित - प्रसारित करना पडता है | इसके लिए माध्यमानुरूप लेखन और प्रस्तुतिकरण की संपुर्ण प्रविधि का ज्ञान मीडिया कर्मी को अवश्य होना चाहिए | सैद्धान्तिक ज्ञान के साथ - साथ व्यावहारिक दक्षता भी आवश्यक है | वर्तमान युग सूचना का युग है | सूचनाओं के निरंतर प्रेषण पर ही सारा संसार टिका है | सूचनाओं को जन - जन तक पहुंचाने का काम संचार माध्यम अर्थात मीडिया द्वारा संपन्न होता है | मीडिया का प्रमुख कार्य संप्रेषण है | मीडियाने आज निश्चित तौर पर टूरियों को अर्थहीन बनाया है | विश्व के किसी एक कोने में घटनेवाली घटना तेजी से पूरी दुनिया को प्रभावित करती है | मीडिया व्यक्तिको व्यक्ति से जोडता है, देश को देश से जोडता है और परस्पर विचार विमर्श के लिए आधार भूमि देता है | निस्संदेह मीडिया मनुष्य, समाज सभ्यता और राष्ट्र के विकास का सुत्रधार है | यही कारण है कि वर्तमान समय में पत्रकारिता का महत्त्व दिन प्रतिदिन बढता जा रहा है | इतना ही नहीं इस क्षेत्र में रोजगार की अपार संभावनाएं भी विकसित हो रही है | आज के समय में

मीडिया के क्षेत्र में अपना कैरिअर बनाने के लिए युवावर्ग अत्याधिक उत्सुक हो रहा है। लेकिन यहाँ यह भी ध्यान रखना चाहिए कि मीडिया से जूटना जहाँ एक ओर सम्मान का परिचायक है, प्रसिद्धि का सोपान है, सेलिब्रिटी बनने का आधार है, वही उसके लिए लेखन एक चुनौती पूर्ण कार्य है।

वेबसाईड, ईमेल Androids, Hareit, Whatsapp, Google, YouTube, Facebook यह सोशलमिडिया के अपनंपरागत माध्यम है। इन्हे हम हिन्दी में समाज माध्यम कहते हैं। यह जमाना अभासी जमाना है जिसे हम इंटरनेट के जरिए जोड़ते हैं। समाज माध्यम एक विशाल नेटवर्क है जो कि पुरी दुनियाँ को जोड़े रखता है। यह द्रुतगती से सूचनाओं तथा ज्ञान के आदान प्रदान करने का सशक्त माध्यम है। सोशल माध्यम के द्वारा हम किसी भी व्यक्ती, समाज, संस्था, समूह, देश आदि को सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक रूप से समृद्ध बनते देखते हैं। ऐसे समाज माध्यम के जरिए देश की एकता, अखंडता और धर्मनिरपेक्षता और समाजवादी मूल्यों की वृद्धि हो सकती है। वर्तमान समय में यह माध्यम समाज में बड़ा ही महत्त्वपूर्ण माना जाने लगा है। इस माध्यम ने समाज में निम्न स्थानों पर महत्त्वपूर्ण भूमिका भिई है। १) लोक तंत्र को जीवीत रखने का माध्यम २) मनोरंजन का सशक्त माध्यम ३) सूचनाओं का आदानप्रदान, ४) जनजागृती तथा जागरूकता ५) व्यापारवृद्धि तथा रोजगार उपलब्धता ६) अभिव्यक्ति की आजादी ७) लोगों से सम्पर्क ८) शिक्षा के क्षेत्र में उपयोग ९) ज्ञान का भांडार १०) सरकार और समाज का संपर्क ११) चिकित्सा के क्षेत्र में उपयोग

हाँ केवल सोशल मीडिया का अच्छा ही प्रयोग होता है ऐसी बात नहीं है। इसका गलत तरीके से भी उपयोग होता है, जिसका समाज पर बुरा असर पडता है। समाज में दुर्भावनाएँ फैलाने से, सामाजिकता, धार्मिकता में बाधा निर्माण होती है। यहाँ कहने का मतलब यह है की समाज में सोशल मीडिया का प्रयोग सकारात्मक भी होता है और नकारात्मक रूप में भी होता है। मीडिया को लेकर दस - पंधरा वर्ष से विकास का स्तर काफी ऊँचा हुआ है, इलेक्ट्रॉनिक नव इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में तकनीकी विस्तार भी खासा हुआ है लेकिन पत्रकारों का विस्तार उतना नहीं हुआ है कि देश की सही तस्वीर पेश कर सके। देश की सही नब्ज ना पकड पाने की वजह एक कमरे में बैठकर रिपोर्टिंग करना हो सकती है। आर्थिक मंदीने न्युज चैनलों के पत्रकारों को कमरों में बन्द कर दिया है, ऐसे में घटनास्थल पर जाकर जायजा लेने के बदले जब पत्रकार जब मुम्बई में बैठकर किसी घटना का विश्लेषण करेगा तो गलती तो होगी ही। पत्रकार का अपना एक प्रोडक्ट बन गया है और पाठक उपभोक्ता। लेकिन उपभोक्ता के भी कुछ अधिकार है, वह खरीद रहा है तो उसे जो माल दिया जा रहा है उसके स्तर और माप में गडबडी होने पर उपभोक्ता ग्राहकों के हित में बनी अदालत में शिकायत कर भरपायी कर सकता है। लेकिन मीडिया उपभोक्ताओं की जगहों पर

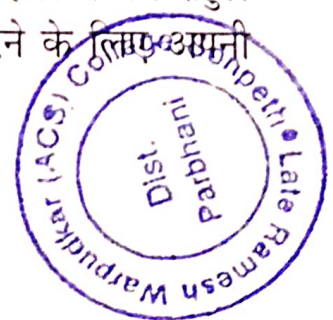


मनोरंजन या सनसनी पैदा करनेवाले तंत्र - मंत्र को दिखायें या छापें तो उपभोक्ता कहीं शिकायत करें?

बाजार और मुनाफा खोरी में आज लोकतंत्र के हर स्तंभ को काफी प्रभावित किया है। चाहे संसद में चलनेवाली कार्रवाई हो, न्यायव्यवस्था, प्रशासकीय कार्रवाई या फिर पत्रकारिता - सब कटघरे में है। परस्पर टकराव के बावजूद खुद को बनाये रखने की सोच इन सब पर हावी है। पार्श्वचात्य सभ्यता और प्रगति के नाम नग्नता दिखाने में मीडिया बहुत चतुराई से आगे बढ़ रहा है। कपडे क्रमशः उतर रहे हैं। पहे कपडों का वर्णन दिखाया। शुरू में साडी का रंग वर्णन, धीरे - धीरे ब्लान्ज का, बाकी जो रहा... कुछ नहीं तो फैशन परेड में साडी खिसक जाती है या पैंट की चेन भी खोल दी जाती है और कोर्ट में माफी माँग ली जाती है।

समाचार पत्रों में लगभक पंधरा बीस सालों से एकट्रेंड चला है कि समाचार के नाम पर कुछ रचनात्मक, शिवम् सुन्दरम की अपेक्षा बुरे लोगों, बुरे कामों का प्रचार किया जाएगा। मैं यहाँ एक व्यक्तिगत अनुभव और दुसरा एक राष्ट्रीय अखबार में प्रकाशित अनुभव उदाहरण के रूप में प्रस्तुत कर रहा हूँ, ताकि बात स्पष्ट हो सके। अपने जीवनानुभव में मैंने कुछ अखबारवालों से पूछा कि आप हमारे कॉलेज का समाचार क्यों नहीं छापते? तो उत्तर था क्या छापें। जब मैंने प्रवेशा परीक्षाएँ, निर्विघ्न ईमानदारी और शांतिपूर्वक कराने की बात की तो समवेत उत्तर था किये तो आप अपने ड्यूटी करते हैं, कुछ गडबड भ्रष्टाचार हो तो छापें। इसी तारतम्य में एक राष्ट्रीय समाचार - पत्र के व्यंग्य लेखक की कुछ पंक्तियाँ उद्धृत करना उचित है। माफ करिए, चर्चा इन बच्चों और युवाओं को बनाने के लिए हम क्या दे रहे हैं, यह सवाल है। भ्रष्टाचार का सडा अचार, आतंकवाद के समाचार, औरतों पर अत्याचार, फैशन का स्वेच्छाचार, असंयमी विचार, सामाजिक संबंधों का अशिष्टाचार, राजनैतिक दुष्टाचार, सामर्थ्यवानों का अनाचार, अश्लील विज्ञानपन का प्रचार, शिक्षा में पापाचार, गरीब लाचार अधार्मिक धर्माचार, सेहत निरूपाचार, कालेधन का कदाचार, और संक्षेप में हर चीज का उपचार। नई पीढी को हम सच का सामना करने के बजाय सच का सामना दिखाना पसंद कर रहे हैं। बात इतनी ही नहीं। अखबार की विक्रि न घट जाए, इसके लिए मीडिया सत्य छापने को तैयार नहीं है।

देश में सोशल मीडिया उपभोक्ताओं की संख्या लगभग १२ करोड पार कर चुकी है और यह आँकडा ब्रिटेन जैसे देश की आबादी से अधिक है। सोशल मीडिया के मंचों पर बात जंगल में आग की तरह फैलती है। ऐसे में इन मंचों का कौन कैसे इस्तेमाल करेगा, यह समझ विकसित करना जरूरी है। फिर किस बात को किस तरह पेश करने से उसका क्या मतलब निकल सकता है। यह भी सोशल मीडिया रिपोर्टिंग से जुडा सवाल है। वरिष्ठ पत्रकार आलोक पुराणिक कहते हैं - हाल में मैंने राहुल गांधी पर व्यंग्यात्मक टिप्पणी की और इस बात को जाहिर करने के लिए अपनी



ट्वीट के आगे स्माइली का भी इस्तेमाल किया, लेकिन एक बड़े अखबार ने मेरे ट्वीट से स्माइली हटा दी और उसे गंभीर टिप्पणी की तरह पेश कर दिया। सोशल मीडिया की उपयोगिता के अपने कई आयाम हैं और इन्हें अब न केवल समझना चाहिए, बल्कि इन संदर्भों में खबरों को खोजने और विश्लेषण करते पर ध्यान दिया जाना चाहिए। मसलन सोशल मीडिया आज जनता की नब्ज भाँपने का कारगर हथियार है। सोशल मीडिया पर सैंकड़ों - हजारों लोग अलग - अलग विषयों पर लिखते हैं। अलग - अलग विषयों पर प्रतिक्रिया देते हैं। यह जनता की नब्ज जानने का बेहतर माध्यम है। फेसबुक - ट्विटर जैसे मंचों पर हर विषय पर तात्कालिक प्रतिक्रिया जनता की समझ को जानने का मौका देती है। ये समझने की जरूरत है कि फॉलोवर्स या फ्रेंड्स एक ताकत है। यदि आप फेसबुक - ट्विटर पर सक्रिय हैं तो इस समूह के जरिए अपनी बात दूर तक पहुँचा सकते हैं। ट्विटर पर आपके प्रशंसक यदि आपकी किसी बात को री - ट्विट करते हैं तो आपका ट्विट उस व्यक्ति के प्रशंसक समूह तक पहुँच जाता है। यानी की पत्रकार खबर को तेजी से सोशल मीडिया के जरिए प्रसारित भी कर सकते हैं और अपने मीडिया संस्थान की ब्राडींग भी। दबाव समूह के रूप में सोशल मीडिया काम कर रहा है तो इससे जुड़ी खबरों को मुख्यधारा के मीडिया में जगह मिलनी चाहिए।

मीडिया समाज का समाज से संवाद का माध्यम है। हर व्यवस्था में यह संवाद कई स्तर पर लगातार चलता रहता है। जैसे एक का अनेक से, अनेक का एक से, सरकार का जनता से और जनता का सरकार से आदि। जब तक यह संवाद ठीक तरीके से रहता है, व्यवस्था ठीक रहती है, मगर जब भी इस सहज संवाद में अडचन आती है, व्यवस्था में बदलाव होना तय है।

#### संदर्भसूचि:

१. मीडिया लेखन : सिद्धांत और व्यवहार - डॉ. चंद्र प्रकाश मिश्र
२. प्रयोजन मूलक हिंदी - उर्मिला पाटील
३. हिन्दी पत्रकारिता का स्वरूप - डॉ. यु.सी. गुप्ता
४. पत्रकारिता विमर्श - डॉ. रमेश वर्मा

□□□



  
PRINCIPAL

Late Ramesh Warpudkar (ACS)  
College, Sonpeth Dist. Parbhani

## GUIDELINES FOR AUTHORS

- ▶ No manuscript will be considered which has already been published or is being considered by another journal / book.
- ▶ Papers should be typed in MS Word 2003/2007.
- ▶ Paper size: A4, Font & size: Times New Roman 12, line spacing: 1, Margin of 1 inch on all sides.
- ▶ The tables and figures in the text should be centralized.
- ▶ References should be cited in MLA parenthetical style. (Name of the author and page numbers in the parenthesis in the text and list of the works cited arranged alphabetically at the end of the paper)
- ▶ The paper must be accompanied by a brief CV of the contributor, self declaration certificate, postal address, phone/cell numbers, E-mail ID(s).
- ▶ Contributors are advised to check spelling, punctuation, sentence structure, and the mechanical elements of arrangements, spacing, length, and consistency of usage in form and descriptions before submission.



ok

Authorised Distributor



Printed and Published by:

Mahatma Gandhi Education Society's  
Centre For Humanities and Cultural Studies,  
A- 102, Sanghavi Regency, Sahyadrinagar, Kalyan (W).  
Email: chcskalyan@gmail.com Web: www.mgsociety.in  
Mob. +91 9730721393 +91 8329000732