

सोशल नेटवर्किंग साइट्स का स्पाइडर वेब प्रतिरूप

□ अर्जुन गोटेवाल

सारांश :- पिछले डेढ़ दशक में आमजन के मध्य सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोग में तेजी से विस्तार हुआ है। स्टेस्टिा के अनुसार वर्ष 2017 तक विश्व में सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोक्ताओं की संख्या 2 अरब 46 लाख हो चुकी है। फेसबुक, टिव्टर, यू-ट्यूब, लिंकडइन एवं इंस्टाग्राम के उपयोक्ताओं की संख्या करोड़ों अरबों में पहुँच चुकी है। इनके बढ़ते विस्तार और उपयोग को देखकर यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगा की यह वर्तमान समय में जनसंचार का प्रमुख माध्यम बन गई हैं। इनके माध्यम से आमजन को अपने विचार दुनिया के सामने रखने का सस्ता और सुलभ अवसर मिला है। समय के साथ-साथ संचार एवं जनसंचार माध्यमों का विकास हुआ इनकी प्रक्रिया को समझाने के लिए समय-समय पर कई प्रकार के प्रतिरूप भी प्रतिपादित किए गए हैं, इसी कड़ी में सोशल नेटवर्किंग साइट्स की संरचना को समझाने के लिए प्रस्तुत शोध आलेख में सोशल नेटवर्किंग साइट्स की उपलब्ध परिभाषाओं के आधार पर प्रतिरूप प्रतिपादित किया गया है। साथ ही इनकी आमजन में पहुँच और इन साइट्स की विशेषताओं पर भी प्रकाश डाला गया है।

महत्वपूर्ण शब्द :- सोशल नेटवर्किंग साइट्स: पहुँच, विशेषताएँ एवं पारंपरिक जनसंचार माध्यमों से अंतर, प्रतिरूप।

शोध प्रविधि:

प्रस्तुत अध्ययन में शोध हेतु तथ्य विश्लेषण पद्धति का सहयोग लिया गया है। शोध में सोशल नेटवर्किंग साइट्स से संबंधित वेबसाइट्स, पूर्व अध्ययन एवं पुस्तकों का सहयोग लेते हुए अध्ययन को स्वरूप प्रदान किया गया है।

शोध में सोशल नेटवर्किंग साइट्स की परिभाषा, पहुँच विशेषताएँ साथ ही पारंपरिक जनसंचार माध्यम से अंतर स्पष्ट करते हुए इसके प्रतिरूप को प्रतिपादित किया गया है।

प्रस्तावना

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। समाज के बिना मनुष्य के अस्तित्व की कल्पना भी नहीं की जा सकती। वह अपनी सभी आवश्यकताओं के लिए समाज पर निर्भर रहता है। सामाजिक संबंधों से समाज बनता है और सामाजिक संबंधों के लिए संवाद आवश्यक है। वहीं जब मनुष्यों के बीच भौतिक दूरी अधिक हो तो उनके मध्य संवाद स्थापित करने के लिए संचार माध्यमों की आवश्यकता होती है। मानव सभ्यता के विकास के साथ-साथ संचार एवं

□ शोधार्थी, जनसंचार विभाग, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल एवं ब्रॉडकास्ट एग्जीक्यूटिव, भोपाल एवं दूरदर्शन केन्द्र, मध्यप्रदेश।

जनसंचार माध्यमों का विकास हुआ और संचार व जनसंचार माध्यमों ने भी मानवीय विकास में अहम भूमिका निभाई है। जनसंचार माध्यम लोगों को शिक्षित, सूचित और लोगों का मनोरंजन करते आये हैं। जहाँ पारंपरिक जनसंचार माध्यमों में एकतरफा संचार होता था, मीडिया सामग्रियों का संस्थागत उत्पादन कर व्यापक जनसमुदाय तक संदेश संप्रेषित किया जाता है और श्रोता उपभोक्ता की भूमिका में होता है वहीं सोशल नेटवर्किंग साइट्स के अंतर्गत अब संप्रेषक और श्रोता के मध्य का अंतर खत्म हो गया है। अब संप्रेषक और श्रोता शब्द उपयोगकर्ता में तब्दील हो गए हैं। तकनीकी मध्यस्थ की इस संचार में सोशल अवधारणा को जन्म दिया है। क्योंकि इसके माध्यम से पहली बार लोगों को खुद को अभिव्यक्त करने का अवसर मिला है और पहली बार संचार माध्यम लोकतांत्रिक हुए हैं। सोशल मीडिया ने उपयोगकर्ता को यूजर जनरेटेड कंटेंट के द्वारा सभी लोगों को अपना मीडिया चलाने की शक्ति प्रदान की तथा हर आमखास को अपने विचार साझा करने का एक समान अवसर प्रदान किया है। आमजन की इन माध्यमों में सहभागिता के कारण इनकी लोकप्रियता में जबरदस्त इज़ाफा हुआ है। स्टेटिस्टा के वर्ष 2017 के आँकड़ों के अनुसार विश्व में सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोगकर्ताओं की संख्या 2 अरब 46 लाख हो चुकी है।¹ पृथक - पृथक सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोगकर्ताओं की बात करें तो फरवरी 2016 के इंटरनेट वर्ल्ड स्टेट्स के आँकड़ों के मुताबिक अंतरराष्ट्रीय स्तर पर फेसबुक के 1 अरब 80 लाख, ट्विटर के 31 करोड़, लिंक्डइन के 25 करोड़ 50 लाख, पिनट्रेस्ट के 25 करोड़ एवं गूगल प्लस के 12 करोड़ अनुमानित सक्रिय उपयोगकर्ता थे।² समय-समय पर सोशल नेटवर्किंग साइट्स से संबंधित विभिन्न संगठनों द्वारा आंकड़े जारी किये जाते हैं इनके मुताबिक इन साइट्स के उपयोगकर्ताओं की

संख्या में लगातार वृद्धि जारी है।
सोशल नेटवर्किंग साइट्स की परिभाषा एवं विशेषताएं

वास्तव में सोशल मीडिया हमारे समाज का ही एक ऑनलाइन प्रतिबिम्ब है और यह ऑनलाइन सामाजिकता के लिए एक नया शब्द है। अधिक विस्तृत दृष्टिकोण के अंतर्गत हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया हमारे समाज का ही एक विस्तार है। यह वास्तविक समाज का सिमुलेशन है, बिल्कुल असली समाज का एक मॉडल जहाँ तकनीकी उपकरणों द्वारा सामाजिक कार्य संपन्न किये जा रहे हैं।³ मीडिया अध्ययन के क्षेत्र में सोशल मीडिया एक नया क्षेत्र है इसका निरंतर विकास जारी है साथ ही यह अत्यंत व्यापक पक्षों को अपने में समेटे हुए है, इसके फलस्वरूप सोशल मीडिया की परिभाषा निरंतर विकसित हो रही है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स सोशल मीडिया का एक प्रकार हैं डी. एम. बॉयड एवं एन. बी. एलिसन (2007) ने अपने शोध आलेख सोशल नेटवर्क साइट्स: डेफिनेशन, हिस्ट्री एण्ड स्कॉलरशिप (Social networks sites: Definition, History and Scholarship) में सोशल नेटवर्किंग साइट्स को परिभाषित किया है। इनके अनुसार सोशल नेटवर्किंग साइट्स की परिभाषा इस प्रकार है-

“Social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.”⁴

“सोशल नेटवर्किंग साइट्स ऐसी वेब आधारित सेवा है जो व्यक्ति को सीमित प्रणाली के अंदर अपनी पब्लिक या सेमी पब्लिक प्रोफाइल बनाने

की, अन्य उपयोगकर्ताओं की सूची को अपनी मित्र सूची में शामिल करने की जिनसे संबंध (कनेक्शन) साझा किया गया है एवं अन्य उपयोगकर्ताओं के संबंधों को देखने और उनको उपयोग करने की सुविधा प्रदान करती है। इन कनेक्शन की प्रकृति और शब्दावली साइट दर साइट परिवर्तित हो सकती है।”

चूँकि सोशल नेटवर्किंग साइट्स सोशल मीडिया का एक प्रकार है अतः सोशल मीडिया के संदर्भ में विद्वानों द्वारा दी गई अन्य परिभाषाओं का उल्लेख करना भी आवश्यक है।

डेविड लैंड्सबर्गेन के अनुसार - “सोशल मीडिया उपकरणों का एक मंच है जो सामाजिक संचार की कई आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। सोशल मीडिया एक उपकरण है जो: (1) व्यक्तियों को अधिक सुगमता से मानवीय नेटवर्क का उपयोग करने की अनुमति देता है, (2) ब्रॉडकास्ट संचार की अपेक्षा अन्तः क्रियात्मक है, (3) शक्तिशाली है क्योंकि यह न केवल टेक्स्ट का प्रयोग करता है बल्कि वीडियो, ऑडियो के साथ-साथ मल्टीमीडिया है और (4) संचार को सुविधाजनक बनाने के लिए साधन और उद्देश्यों पर निर्भर करता है।”⁵

देड्रेड ब्रेकेनरिज के अनुसार - “वह कुछ भी जो इंटरनेट उपयोग लोगों के बीच बातचीत को सुविधा जनक बनाने के लिए किया जाता है।”⁶

इस प्रकार सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग समाज में लोगों को आपस में जोड़ने के लिए किया जाता है। सामाजिकता का तत्व इसे अन्य मीडिया से अलग करता है। तकनीकी अर्थों में जिस मीडिया का उपयोग इंटरनेट आधारित विभिन्न उपकरणों (कम्प्यूटर, मोबाइल, टैबलेट आदि) के माध्यम से यूजर जेनरेटेड कंटेंट को साझा और सहयोग को बढ़ावा देने के लिए किया जाता है उसे सोशल मीडिया कहा जाता है। ‘सोशल मीडिया संपर्क क्रांति का ‘कल आज और कल’ नामक पुस्तक में

लेखक स्वर्ण सुमन ने सोशल मीडिया की विशेषताओं और पारंपरिक मीडिया से अंतर स्पष्ट किया है यह विशेषताएं और अंतर सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर भी लागू होती हैं जिनका विवरण निम्न प्रकार हैं

सोशल नेटवर्किंग साइट्स की विशेषताएं एवं पारंपरिक जनसंचार माध्यमों से मूलभूत अंतर

1. उपभोक्ता से निर्माता- पारंपरिक मीडिया में संचार एकतरफा होता था। उपभोक्ता की भूमिका सीमित थी। वह केवल संदेश को ग्रहण कर सकता था। परंतु संदेश का निर्माण और प्रसार करना उसकी पहुँच के बाहर था।

2. अन्तः क्रियात्मक- अन्तः क्रियात्मकता इन साइट्स का मुख्य गुण है। इसके माध्यम से संप्रेषक और श्रोता संदेशों का आदान - प्रदान निर्बाध तरीके से कर सकते हैं। दोनों के बीच निरंतर अन्तः क्रिया चलती रहती है। यह सारे उपयोगकर्ताओं को आपस में संलग्न करता है और उनकी भागीदारी बढ़ाता है। अतः यह उपयोगकर्ता निष्क्रिय न होकर संप्रेषक के समान सक्रिय स्थिति में होता है।

3. प्रभुत्व तथा नियंत्रण- पारंपरिक मीडिया में मीडिया के संरचनात्मक ढाँचे से लेकर विषय-वस्तु के उत्पादन और प्रसारण पर किसी राज्य या व्यावसायिक संस्था का नियंत्रण होता है। अर्थात् यह एक केंद्रीकृत ढाँचे के द्वारा संचालित होता है। वहीं सोशल मीडिया के संरचनात्मक ढाँचे पर यद्यपि किसी व्यावसायिक संस्था का अधिकार हो सकता है परंतु विषय-वस्तु के निर्माण, उसके प्रसारण और संपादन का नियंत्रण उसके उपयोगकर्ताओं के हाथों में होता है। इस प्रकार पारंपरिक मीडिया के केंद्रीकृत प्रणाली के विपरीत यह अधिक विकेन्द्रीकृत एवं लोकतान्त्रिक है।

4. उपयोगकर्ता के अनुकूल उत्पादन संभव- पारंपरिक मीडिया के उत्पादन के लिए विशिष्ट तकनीकी ज्ञान तथा प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है, परंतु सोशल मीडिया में उत्पादन के लिए मामूली तकनीकी ज्ञान

द्वारा कोई भी व्यक्ति जो इससे जुड़ा है, वह उत्पादन कर सकता है। इसके लिए किसी तकनीकी विशेषताएं हासिल करने की जरूरत नहीं होती, जैसा पारंपरिक मीडिया के संदर्भ में होता है।

5. तात्कालिकता- पारंपरिक मीडिया की अपेक्षा सोशल मीडिया में किसी खबर या सूचना को तत्काल संप्रेषित किया जा सकता है और इसकी तत्काल प्रतिक्रिया भी प्राप्त की जा सकती है। इस तरह त्वरित उत्पादन, त्वरित संप्रेषण के साथ त्वरित फीडबैक इसकी प्रमुख विशेषता है।

6. स्थायित्व- पारंपरिक मीडिया में एक बार जो सूचना प्रकाशित या प्रसारित हो जाती है उसे दोबारा प्राप्त करना एक मुश्किल कार्य होता है। परंतु सोशल मीडिया में सूचनाओं की स्थायित्वता बनी रहती है। जो सूचना एक बार सोशल मीडिया पर डाल दी जाती है उसे फिर से दोबारा देखना एकदम आसान होता है (जब तक सूचना डिलीट या वेब पेज समाप्त न हो जाए)। इस प्रकार सोशल मीडिया सूचनाओं को संग्रहित करने का एक उत्तम साधन है।

7. संपादित करने की सुविधा- पारंपरिक मीडिया जैसे समाचारपत्र, रेडियो, टेलीविजन में एक बार जो संदेश प्रकाशित या प्रसारित कर दी जाती है, उसमें (उसी संदेश को जो प्रकाशित या प्रसारित हुआ है) बदलाव नहीं किया जा सकता। परंतु सोशल मीडिया द्वारा किसी भी संदेश को तत्काल परिवर्तित किया जा सकता है तथा किसी सूचना की त्रुटियों को तत्काल संपादित कर सुधारा जा सकता है।

8. आम लोगों की हिस्सेदारी- आम लोगों की हिस्सेदारी की अवधारणा मीडिया में बहुत पहले से विद्यमान रही है। समाचारपत्र में संपादक के नाम पत्र और टेलीविजन एवं रेडियो में फोन इन, एसएमएस और नागरिक पत्रकारिता जैसे तत्व आम लोगों को जोड़ने का कार्य करते रहे हैं। परंतु यह जुड़ाव पारंपरिक मीडिया में बहुत ही सीमित अर्थों में है।

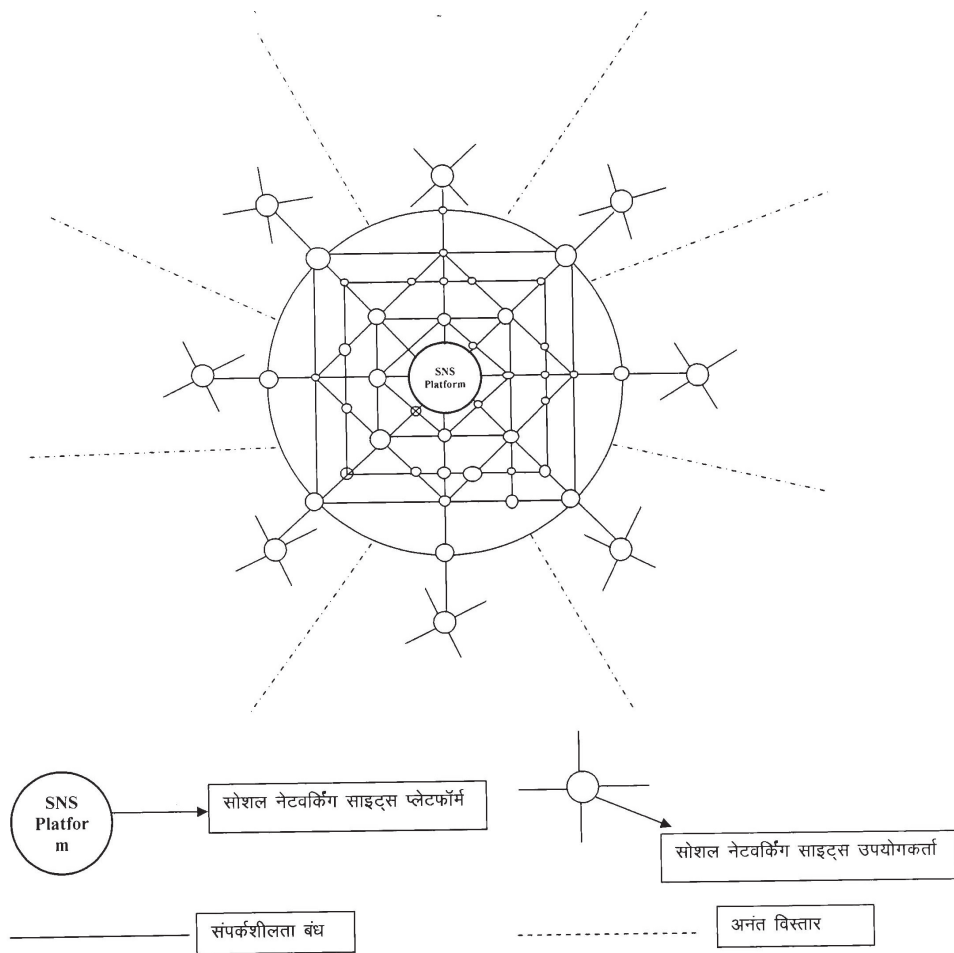
इसके विपरीत सोशल मीडिया का मूल ही है - लोगों की हिस्सेदारी। इस मीडिया को आम लोग ही बनाते हैं और आम लोग ही चलाते हैं।

सोशल नेटवर्किंग साइट्स की संरचना समझने के लिए इसके प्रतिरूप निर्माण की आवश्यकता है। सोशल नेटवर्किंग की उपरोक्त परिभाषाओं और इन साइट्स विशेषताओं के अवलोकन के आधार पर सोशल नेटवर्किंग साइट्स का प्रतिरूप का प्रतिपादन किया गया है। यह प्रतिरूप मकड़ी के जाले की संरचना के अधिक निकट है इसलिए इसे सोशल नेटवर्किंग साइट्स का स्पाइडर वेब (Spider Web Media of Social Networking Sites) प्रतिरूप कहा गया है। इंटरनेट और डिजिटल उपकरणों की पहुँच के समानुपाती इसका विस्तार एवं प्रसार होता है। अर्थात् जैसे-जैसे इंटरनेट और डिजिटल उपकरणों की समाज में पहुँच बढ़ेगी वैसे-वैसे समाज में इन साइट्स का विस्तार होगा।

सोशल नेटवर्किंग साइट्स की पूर्व दी गई परिभाषाओं एवं इनके स्वरूप के अवलोकन के आधार पर सोशल नेटवर्किंग साइट्स का प्रतिरूप अगले पृष्ठ पर दिया है जो इस प्रकार है।

इस प्रतिरूप के मुख्यतः चार घटक हैं जो कि निम्न प्रकार हैं -

1. सोशल नेटवर्किंग साइट्स प्लेटफार्म- इसे प्रतिरूप में बड़े वृत्त से निरूपित किया गया है इसके अंतर्गत वही सभी नेटवर्किंग साइट्स आती हैं जो उपयोगकर्ताओं को डिजिटल उपकरणों (कम्प्युटर, मोबाइल, टेबलेट इत्यादि) पर इंटरनेट के माध्यम से आपस में संपर्क और एक दूसरे को अपने विचारों, अभिव्यक्ति को टेक्सट, फोटो, ऑडियो एवं वीडियो के रूप में आदान-प्रदान एवं साझा करने की अनुमति प्रदान करती हैं। जिस प्रकार मकड़ी के द्वारा ही जाला निर्मित होता है ठीक इसी तरह सोशल नेटवर्किंग साइट्स के प्लेटफार्म लोगों को संवाद के लिए



सोशल नेटवर्किंग साइट्स का स्पाइडर वेब प्रतिरूप
Spider Wave Model of Social Networking Sites

संपर्कशीलता उपलब्ध करवाता है जिससे सोशल मीडिया के आभासी समाज के लिए सामाजिक संबंध निर्मित होते हैं। यह प्लेटफार्म एक तरह से मकड़ी (स्पाइडर) से साम्य रखता है, इसलिए इस प्रतिरूप को सोशल नेटवर्किंग साइट्स का मकड़जाल (स्पाइडर वेब) प्रतिरूप कहा गया है।

2. उपयोगकर्ता - इन्हें प्रतिरूप में छोटे वृत्त से निरूपित किया गया है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर नामंकन कर अपने विचारों अनुभूतियों को टेक्सट,

फोटो, ऑडियो एवं वीडियो के माध्यम से आदान-प्रदान एवं साझा करने वाले व्यक्तियों को सोशल नेटवर्किंग साइट्स उपयोगकर्ताओं की संज्ञा दी गई है। जिस प्रकार मकड़ी के जाले में संधि स्थल होते हैं ठीक इसी तरह इस प्रतिरूप में उपयोगकर्ता संधि स्थल के साम्य है जो सामाजिक संवाद का मुख्य कारक है और इस प्रतिरूप में एक संधि स्थल की तरह है।

3. संपर्कशीलता - इसे प्रतिरूप में सरल रेखा से

निरूपित किया गया है। वास्तव में यह सोशल नेटवर्किंग साइट्स की वह सुविधा है जिसके माध्यम से उपयोगकर्ता साइट्स पर उपलब्ध अन्य उपयोगकर्ताओं के साथ संपर्क स्थापित करते हैं।

4 अनंत विस्तार - इसे प्रतिरूप में बिंदुवार रेखा के रूप में निरूपित किया गया है। समाज में सोशल नेटवर्किंग साइट्स के संसाधनों की उपलब्धता के आधार पर इसका विस्तार होता है।

इस प्रकार उपरोक्त सोशल नेटवर्किंग साइट्स के प्रतिरूप में मध्य में सोशल नेटवर्किंग साइट का प्लेटफार्म है इसके अंतर्गत कोई भी नेटवर्किंग साइट्स हो सकती है जो लोगों से संपर्क का, समूह बनाने का, व्यक्तियों को अपने समूह में जोड़ने का निमंत्रण एवं अन्य व्यक्तियों को जो समूह के सदस्य बनना चाहते हैं उन्हें मित्र निवेदन की सुविधा उपलब्ध करवाती है। इस प्रकार व्यक्तियों के संपर्क का विस्तार एक मकड़ी के जाले के भाँति निर्माण होने लगता है और संसाधनों की उपलब्धता के अनुसार इसका विस्तार होता है।

उपसंहार

चूँकि मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है और वह समाज में रहता है यह समाज सामाजिक संबंधों से बनता है। मैकाइवर एवं पेज ने समाज को सामाजिक संबंधों का जाल कहा है। सामाजिक संबंधों का तात्पर्य उन संबंधों से है जो व्यक्तियों द्वारा जागरूकता की दशा में किसी विशेष उद्देश्य को पूरा करने के लिए स्थापित किये जाते हैं। विभिन्न समूहों में व्यक्ति जब एक दूसरे के संपर्क में आते हैं तब वे उद्देश्यपूर्ण रूप से अपनी आवश्यकताओं का पूरा करने के लिए विभिन्न प्रकार के संबंध स्थापित करते हैं। किंतु बिना तकनीकी या भौतिक साधनों का समाज का दायरा

सीमित होता है। मानव सभ्यता के विकास के साथ - साथ कई ऐसे भौतिक साधनों का विकास हुआ जिसके फलस्वरूप मानवीय समाज का दायरा और भिन्न-भिन्न समाज और समूहों में आपस में संपर्कशीलता बढ़ी। समाज या समूहों में संपर्कशीलता बढ़ाने में परिवहन एवं संचार माध्यमों की भूमिका अत्याधिक महत्वपूर्ण रही है। परिवहन के साधन भौगोलिक दूरी और समय पर निर्भर थे किंतु इलेक्ट्रॉनिक संचार एवं जनसंचार माध्यमों के लिए भौगोलिक दूरी और समय की निर्भरता नगण्य हो गई। किंतु जनसंचार के पारंपरिक माध्यम जैसे समाचारपत्र, रेडियो एवं टेलीविजन संचार के एकतरफा माध्यम हैं इनसे सूचनाओं और संदेशों का मुख्यतः एकतरफा प्रवाह होता है फीडबैक की प्रक्रिया अत्यंत धीमी है और पाठक, श्रोता दर्शक की भूमिका अत्यंत सीमित है। वहीं नए जनसंचार माध्यमों ने संप्रेषक और श्रोता के भेद को खत्म कर दिया है इसके फलस्वरूप संप्रेषक, श्रोता उपभोक्ता जैसे शब्द उपयोगकर्ता शब्द से प्रतिस्थापित हो गए हैं।

नए जनसंचार माध्यमों के अंतर्गत सोशल नेटवर्किंग साइट्स मनुष्य को तकनीकी मध्यस्थ संचार की सुविधा उपलब्ध करवाती है जिससे व्यक्ति अति व्यापक स्तर पर देश - दुनिया के लोगों से संपर्क स्थापित कर एक बृहद समाज का हिस्सा बनता है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपरोक्त प्रतिरूप से यह स्पष्ट होता है कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स हमारे समाज का ही एक ऑनलाइन प्रतिबिम्ब है यह वास्तविक समाज का सिमुलेशन है, बिल्कुल असली समाज का एक मॉडल जहाँ तकनीकी उपकरणों द्वारा सामाजिक कार्य संपन्न किये जा रहे हैं।

संदर्भ सूची

1. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
2. <https://www.internetworldstats.com/social.htm>
3. स्वर्ण सुमन सोशल मीडिया संपर्क क्रांति का कल आज और कल अध्याय 1 सोशल मीडिया क्या है पृ 19
4. Boyd, D.M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/voll13/issue1/boyd.ellison.html>
5. स्वर्ण सुमन सोशल मीडिया संपर्क क्रांति का कल आज और कल अध्याय 1 सोशल मीडिया क्या है पृ. 22
6. वही, पृ 22