



Social Media Me Janhit Vigyapano Ki Sthiti

सोशल मीडिया में जनहित विज्ञापनों की स्थिति

Dr Subodh Kumar

सह-आचार्य एवं संयोजक, पत्रकारिता विभाग, वर्धमान महावीर खुला विवि, कोटा

ABSTRACT

अभिव्यक्ति की पहचान मानी जाने वाली सोशल मीडिया वर्तमान में कॉर्पोरेट कम्युनिकेशन के मुख्य उपकरण के तौर पर उभर रही है, जिसके जरिए विज्ञापनों का एक बड़ा बाजार तैयार हो रहा है। ऐसे में यदि जनहित को साथ मिलाकर चला जाए तो बात थोड़ी खास हो सकती है। सोशल मीडिया मार्केटिंग के जरिए जनहित के विज्ञापनों को प्रचारित और प्रसारित किया जाए तो एक नई तस्वीर को जन्म दिया जा सकता है। स्वास्थ्य, शिक्षा, कृषि और रोजगार जैसे मुद्दों को उभार कर स्वस्थ समाज निर्माण में अहम भूमिका निभाई जा सकती है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर उभरती मार्केटिंग ने तमाम रिकॉर्ड अपने नाम कर लिए हैं। सोशल मीडिया विज्ञापनों की भरमार ने लोगों को विज्ञापनों का आदी बना दिया है। ऑफर्स की लम्बी लाइन लोगों के सोशल मीडिया अकाउंट का हिस्सा बन चुकी है। सोशल मीडिया मार्केटिंग ने एक वर्चुअल मार्केट खड़ी कर दी है। स्नैपडील, फ्लिपकार्ट और अमेज़न जैसी तमाम साइट्स के चलते मार्केटिंग का पूरा पैराडाइम शिफ्ट हो गया है। लोग वर्चुअल मार्केट से शॉपिंग करना आसान मानने लगे हैं। भारत की बात करें तो २०१४ में लगभग २४३,९९८,९२२ सक्रिय यूजर्स थे। इसमें सिर्फ सोशल मीडिया का प्रयोग करने वाले यूजर्स की संख्या लगभग ६९ फीसदी के आसपास थी। आंकड़ों में लगातार इजाफा जारी है। ऐसे में सोशल मीडिया में विज्ञापन संप्रेषण एक आम प्रणाली की भांति विकसित हो रहा है। सोशल मीडिया विज्ञापनों की मारक क्षमता अत्यधिक प्रभावशाली है क्योंकि इसमें प्रतिक्रिया की गति प्रकाश की रफ्तार की भांति है जो सन्देश को आग की तरह फे ला देती है। इस माध्यम में टेक्स्ट, ऑडियो तथा वीडियो तीनों ही प्रकार के सन्देश संप्रेषण की क्षमता है। अमेरिका के बाद फे सबुक यूजर्स की संख्या भारत में दूसरे स्थान पर है। यदि ऐसे में सोशल मीडिया के जरिए जनहित के विज्ञापनों को प्रसारित किया जाए तो देश की जवान होती ६९ फीसदी जनसंख्या को सीधे तौर पर लाभ पहुंचाया जा सकता है और स्वस्थ समाज निर्माण के लक्ष्य को प्राप्त किया जा सकता है। प्रस्तुत शोध पत्र में अध्ययन हेतु फे सबुक और यू-ट्यूब को उद्देश्यपरक सैपलिंग से चुना गया है। (शोधकर्ता-आयुष श्रीवास्तव द्वारा संकलित) ! इनके जरिए जनहित विज्ञापनों के प्रचार-प्रसार की संभावनाओं, अवसरों और चुनौतियों की पड़ताल की गई है। विमर्श के उपरांत निकले निष्कर्ष सोशल मीडिया में जनहित विज्ञापनों की संभावनाओं और अवसरों के सकारात्मक नजरिए के साथ ही साथ नीति और पहल से सम्बंधित चुनौतियों को इंगित करते हैं।

KEYWORDS : सोशल मीडिया, जनहित विज्ञापन, फे सबुक, यू-ट्यूब आदि।

भूमिका

वर्तमान समय में विज्ञापन समाज का पथ प्रदर्शक बन चुका है। समाज के विकास के पहिए पर दृष्टिपात करें तो हर द्वांचे पर विज्ञापन अपनी छाप बनाए नजर आता है। विज्ञापन दैनिक जीवन की वैज्ञानिक जरूरत बन गए हैं। प्रसिद्ध वैज्ञानिक पॉल मजूर के अनुसार विज्ञापन जीवन स्तर प्रदान करने की सुपुर्दगी है। जीवन का हर क्षेत्र विज्ञापन से प्रभावित है। इसमें जनहित में जारी विज्ञापनों को सामाजिक, आर्थिक एवं सांस्कृतिक रूप से समाज को सुदृढ़ करने की कोशिश माना जा सकता है। पोलियो मुक्त और कुष्ठ मुक्त भारत बनाने में जनहित विज्ञापनों की भूमिका अग्रणी रही है।

स्मार्ट फोन के जरिए बढ़ती सोशल मीडिया की पहुंच का दायरा गावों के गलियारों में कूच कर चुका है। सोशल मीडिया के जरिए संचार जरूरतों में परिवर्तन महसूस किया जा रहा है। वर्तमान में पूरे देश को डिजिटल मीडिया से जोड़ने के लिए प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी डिजिटल इंडिया को साकार करने के मिशन पर हैं। समय की मांग सोशल मीडिया बन गई है। बदलाव की यह कहानी सदियों की नहीं है बल्कि चन्द्र वर्षों की है। सोशल मीडिया के जरिए उभरती नई सोच को दिशा देने के लिए जनहित के मुद्दों का समावेश एक आवश्यक कड़ी के रूप में दिखाता है। बावजूद जनहित के विज्ञापनों को सोशल मीडिया के जरिए प्रचारित और प्रसारित करने की है। पहल का कोई भी निशान अभी सोशल मीडिया की चौखट पर नजर नहीं आता है। ऐसे बात करने को तो लगभग प्रत्येक सरकारी विभाग की वेबसाइट्स, पोर्टलस और सोशल मीडिया अकाउंट मौजूद हैं पर अब जरूरत सोशल मीडिया में कॉर्पोरेट हाउसेस की भांति सीधे विज्ञापन करने की है। जहां एक तरफ राजनितिक पार्टियों के विज्ञापन सोशल मीडिया पर लहराते हुए नजर आ जाते हैं वहीं सोशल मीडिया के जरिए जनहित के विज्ञापनों को प्रचारित-प्रसारित करना अभी इन पार्टियों के एजेंडे में शामिल नजर नहीं आता है। कॉर्पोरेट हाउसेस ने सोशल मीडिया की जरूरत को बखूबी समझ लिया है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर कॉर्पोरेट कम्युनिकेशन की आहट दिखाई दे लगी है। सोशल मीडिया पर सोशल कम्युनिकेशन कम और कॉर्पोरेट कम्युनिकेशन ज्यादा होने लगा है। लोग सोशल मीडिया को प्रमोशन का मंच बताने लगे हैं। सेल्फी से लेकर ड्रैट मैनेजमेंट प्रमोशन का एक उदाहरण मात्र हैं। बदलते परिवेश में वर्चुअल मार्केट दुनिया की सबसे बड़ी मार्केट बन गई है, जिसे एक कहावत के जरिए बयान किया जा सकता है कि यहां हाथी से लेकर सुई तक मिलती हैं वो भी घर बैठे। सोशल नेटवर्किंग साइट्स में सोशल मीडिया मार्केटिंग साइट्स का एक अलग समुदाय विकसित हो रहा है जिसने मार्केटिंग के ट्रेंड में पैराडाइम शिफ्ट किया है। विश्वनीयता और कोटेशन के लिए पूरे शहर में भटकने वाला ब्राह्मक अब क्लिक मात्र से बड़ी से बड़ी जरूरत का सामान वर्चुअल वर्ल्ड से खरीदने लगा है।

समय की इस धार को ध्यान में रखते हुए सरकार को जनहित विज्ञापनों के प्रचार के लिए सोशल साइट्स के प्रयोग को बढ़ावा देना चाहिए। इसके लिए सरकार को नई नीतियों के विकास की ओर कदम बढ़ाना होगा। सिर्फ सोशल साइट्स पर सामग्री अपलोड कर देने मात्र से काम नहीं हो सकता है। सामग्री की व्यापक पहुंच बनाने के लिए सोशल मीडिया विज्ञापन के स्वरूप को विकसित करना होगा। सोशल मीडिया में वैश्विक ब्राह्म की संरचना इस तरह के विज्ञापनों के लिए वरदान के तौर पर है। साथ ही प्रतिक्रिया की तेजी सन्देश की सार्थकता को बनाए रखने की अपार क्षमता रखती है।

सोशल मीडिया

सूचना संचार प्रौद्योगिकी ने संचार जगत में क्रांति ला दी है। कन्वर्जेंस के दौर में सभी माध्यम ऑनलाइन हो गये हैं। कंप्यूटरों के जाल ने विश्व को एक क्लिक तक सीमित कर दिया है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स के समूह ने सोशल मीडिया को आधार प्रदान किया। सोशल मीडिया नाम से ज्ञात हो जाता है कि समाज की मीडिया यानी जिसमें विचारों और सूचनाओं का संप्रेषण स्वयं समाज करे। यह लोगों को आपस में जुड़ने व वैचारिक आदान-प्रदान करने का अनूठा माध्यम प्रदान करती है। वेब जगत में सोशल मीडिया ने अपनी अलग पहचान बना ली है। अब तो ऐसा भी कहा जाने लगा है कि सोशल मीडिया के बिना वेब अधूरा है।

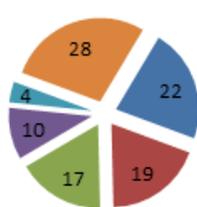
सोशल नेटवर्किंग प्रदान करने में फे सबुक, ट्विटर, गूगल प्लस, ऑरकुट, लिंक्ड-इन तथा यू-ट्यूब आदि नेटवर्किंग साइट्स मौजूद हैं। शोध अध्ययन में फे सबुक और यू-ट्यूब को इन साइट्स की लोकप्रियता और आवश्यकता के अनुसार चयनित किया गया है।

जनहित विज्ञापन

स्वास्थ्य, शिक्षा, कृषि और रोजगार जैसे मुद्दों पर जागरूक करने के लिए जनहित विज्ञापनों को जाना जाता है। फ्रिट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में अपनी अलग पहचान रखने वाले ये विज्ञापन लोगों की जीवन शैली को सुदृढ़ करने की चाम्बी माने जाते हैं। किंतु वर्तमान की सबसे लोकप्रिय मीडिया यानी सोशल मीडिया पर अभी तक इनकी दस्तक का कोई निशान नजर नहीं आता है। प्रायः ये विज्ञापन विभिन्न सरकारी व गैर सरकारी संस्थानों द्वारा जारी किये जाते हैं। लोकसेवा में जारी विज्ञापन पाठक/श्रोता को समाज और राष्ट्र के प्रति उनके दायित्व का बोध कराते हैं, उन्हें अच्छा नागरिक बनने के लिए प्रेरित करते हैं तथा जो कुछ भी बुरा या हानिकारक हो उसे त्यागने के लिए कहते हैं। जैसे धूम्रपान जानलेवा --- धूम्रपान से कैसर होता है, 'जागो ब्राह्मक जागो', 'स्मारक आपकी सम्पत्ति है इन्हें गंदा न करें', 'दो बूंद जिनदगी के', 'हर बार नई सुई बचाए एचआईवी के खतरे से', 'दो हफ्ते से ज्यादा खांसी होतो बलगम की जांच कराएं ये टीवी के लक्षण हो सकते हैं' आदि विज्ञापनों के जरिए लोगों को जागरूक करने का प्रयास किया जाता है।

फे सबुक और यू-ट्यूब का विज्ञापन बाजार

फे सबुक और यू-ट्यूब दोनों ही सोशल नेटवर्क की मुख्य साइट्स में शुमार हैं। रोज एक बड़ा जन समूह इन साइट्स पर विजित करता है। ऐसे में माध्यम की सार्थकता का लाभ उठाने के लिए हजारों व्यक्ति और संस्थाएं विज्ञापनों का जाल बुनने की कवायद में जुटी रहती हैं। फे सबुक से हर तरह के विज्ञापन प्रचारित-प्रसारित किये जाते हैं जबकि वीडियो विज्ञापनों के लिए सबसे ज्यादा यू-ट्यूब का प्रयोग किया जा रहा है। उपभोक्ता वस्तुएं बचने वाली कंपनियों से लेकर राजनितिक पार्टियों तक के विज्ञापन इन साइट्स पर छाप रहे हैं। यू-ट्यूब पर वीडियो देखते समय यूजर्स को बीच-बीच में विज्ञापन दिखाए जाते हैं। इनमें से कुछ विज्ञापनों को ५ सेकेंड के बाद स्किप कर हटाया जा सकता है जबकि कुछ विज्ञापनों को पूरा देखना पड़ता है। यदि सोशल मीडिया के पूरे विज्ञापन स्वरूप पर नजर डालें तो तस्वीर कुछ इस तरह की नजर आती है। विभिन्न वस्तुओं और सेवाओं के विज्ञापनों का प्रतिशत कुछ इस प्रकार है :-

विज्ञापनों का वर्गीकरण^३

तालिका से साफ हो जाता है कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर विज्ञापनों की भरमार है। उपभोक्त, रिटेल और वित्तीय विज्ञापनों को यदि एक साथ करके विश्लेषण करें तो लगभग पैतालीस प्रतिशत विज्ञापन सिर्फ कॉर्पोरेट जगत के नजर आते हैं, जबकि अर्द्धाईस प्रतिशत अन्य विज्ञापनों में ट्रांसपोर्ट, राजनितिक पार्टियों और संस्थानों के प्रचार-प्रसार (कोचिंग, इंस्ट्रुक्ट, व्यावसायिक संस्थान) आदि के विज्ञापन शामिल हैं। इन

साइड पर जनहित विज्ञापनों का दायरा बहुत कम है और जनहित विज्ञापन नजर नहीं आते हैं। यदि बात विज्ञापनों के द्वारा फे सबुक और यू-ट्यूब की कमाई की करें तो यह दिन प्रति दिन बढ़ती जा रही है। सोशल मीडिया की विज्ञापनों द्वारा पिछले कुछ सालों में हुई कमाई निम्नांकित है:-

| US Dollar (in Billions) | | | | |
|-------------------------|---|------|------|------|
| क्र.सं. | सोशल साइड्स की विज्ञापनों से वार्षिक कमाई () | 2011 | 2012 | 2013 |
| 1 | फे सबुक ⁴ | 3.15 | 4.24 | 6.36 |
| 2 | यू-ट्यूब ⁵ | 2.00 | 3.70 | 5.60 |

इंटरनेट पर उपलब्ध 2013 तक के आंकड़े इस बात को बयान करते हैं कि पिछले कुछ सालों में ऑनलाइन विज्ञापनों के प्रसार और लोकप्रियता में लगातार वृद्धि हो रही है। आज विश्व भर में इंटरनेट प्रयोग करने वालों की संख्या लगभग 3,033,910,803 यूजर्स तक पहुंच गई है, जिसमें लगातार बढ़ोतरी जारी है। ऐसे में यदि पहल कर जनहित विज्ञापनों के जाल को बुना जाए तो कामयाबी मिलने की संभावनाओं से इंकार नहीं किया जा सकता है।

फे सबुक और यू-ट्यूब में जनहित विज्ञापनों की संभावनाएं

तकनीक में आ रहे नित बदलावों ने संचार में क्षेत्र में नए अवसर प्रदान किए हैं। सूचना संचार प्रौद्योगिकी ने सभी माध्यमों को एक बिलक तक सीमित कर दिया है। कन्वर्जेंस के दौर में अखबार, रेडियो और टेलीविजन सभी ऑनलाइन मौजूद हो गए हैं, साथ ही साथ सोशल मीडिया भी अपनी पहुंच को मजबूत कर रहा है। इंटरनेट के जरिए संचार व्यवस्था कायम करने की होड़ में आज पूरा विश्व तेजी से तकनीक को आत्मसात करने में लगा हुआ है। सोशल मीडिया ने सामाजिक पहलुओं को उभरने के साथ ही आर्थिक दृष्टिकोण पर भी कार्य किया है और सोशल मीडिया में कांफिरेट कम्युनिकेशन का दायरा में तेजी से उभर रहा है। भारत एक कृषि प्रधान देश है जहां अधिकतर जनसंख्या ग्रामीण क्षेत्रों में निवास करती है। भारत में यदि इंटरनेट प्रयोगकर्ताओं को शहरी और ग्रामीण श्रेणी में बांटे तो इस ग्रामीण बाहुल्य देश में तकनीक ने गांव की गलियों में अपना प्रसार करना शुरू कर दिया है! सूचना संचार प्रौद्योगिकी की कूच शहरी के साथ ही साथ गांवों में भी तेजी से पांव पसार रही है। देश के कुल इंटरनेट यूजर्स में लगभग 24 से 29 प्रतिशत यूजर्स ऐसे हैं जो ग्रामीण क्षेत्रों में निवास में करते हैं। बात सोशल मीडिया के जरिए जनहित विज्ञापनों के प्रचार-प्रसार की संभावनाओं की है, ऐसे में मौजूद आंकड़े सकारात्मक दृष्टिकोण इंगित करते हैं। बस जरूरत पहल करने की है। फे सबुक और यू-ट्यूब सोशल मीडिया की सबसे लोकप्रिय साइट्स में सुमार हैं।

फे सबुक में जनहित विज्ञापनों की संभावनाएं

फे सबुक सोशल मीडिया में संचार व्यवस्था कायम करने के लिए सबसे ज्यादा प्रयोग में लायी जाने वाली वेबसाइट है। फे सबुक से टेक्स्ट, ऑडियो और वीडियो तीनों ही तरह की संचार व्यवस्था कायम की जा सकती है। फे सबुक का वर्चुअल वर्ल्ड क्षणिक प्रतिक्रिया देने की क्षमता रखता है। इसकी लोकप्रियता की बात करें तो अग्न के आन्दोलन से लेकर अरब की जैसिमिन्स क्रांति मिसाल के तौर पर हैं। इसी लोकप्रियता को देखते हुए फे सबुक पर विज्ञापन बाजार दिन प्रति दिन नए आयाम स्थापित कर रहा है। ऐसे में यदि जनहित के विज्ञापनों को इन साइट्स के जरिए विज्ञापित किया जाए तो एक नई सोच को जन्म दिया जा सकता है, क्योंकि फे सबुक पर सबसे अधिक जमावड़ा युवाओं का है जिन्हें स्वास्थ्य, शिक्षा, रोजगार और कृषि से सम्बंधित जानकारी देकर उनका सही मार्ग दर्शन किया जा सकता है। फे सबुक पर टेक्स्ट स्लोगन, सूचनापरक ऑडियो और जागरूकता से भरे दृश्यों वाले वीडियो को नियमित विज्ञापित कर जनहित विज्ञापनों की सार्थकता और पहुंच में व्यापक वृद्धि की जा सकती है और स्वस्थ समाज निर्माण में अहम भूमिका निभाई जा सकती है।

यू-ट्यूब में जनहित विज्ञापनों की संभावनाएं

सोशल साइड्स की दुनिया में यू-ट्यूब वीडियो शेयर करने की सबसे उत्कृष्ट साइट है। आप लगभग सभी फिल्मों, टीवी श्रृंखल और धारावाहिकों के वीडियो यू-ट्यूब पर देख सकते हैं। साथ ही बहुत से शिक्षा संस्थान दृश्य-श्रव्य शैक्षिक सामग्री यू-ट्यूब के माध्यम से अपलोड करते हैं। यू-ट्यूब के जरिए विज्ञापन करना एक ट्रेंड बनता जा रहा है। जब कोई यूजर यू-ट्यूब पर वीडियो देखने की रिक्वेस्ट भेजता है तो उस वीडियो के साथ व्यावसायिक विज्ञापन स्क्रिन पर आ जाता है कुछ विज्ञापनों को यूजर पांच सेकेंड बंद स्किप कर सकता है और कुछ विज्ञापन उसे पूरे देखने पड़ते हैं। वीडियो के बीच में थोड़े-थोड़े अंतराल पर विज्ञापन दिए जाते हैं ऐसे में यूजर को वीडियो देखने के लिए इन विज्ञापनों को देखना अनिवार्य हो जाता है। यदि ऐसे ही जनहित के विज्ञापन यू-ट्यूब के माध्यम से लोगों के समक्ष प्रस्तुत किए जाते तो लोगों को स्वास्थ्य, शिक्षा, कृषि और रोजगार से सम्बंधित अहम मुद्दों पर जागरूक बनाया जा सकता है।

फे सबुक और यू-ट्यूब में जनहित विज्ञापनों के लिए अवसर

सोशल मीडिया पर बढ़ती भीड़ को देखते हुए संचार व्यवस्था के व्यापक अवसरों से इंकार नहीं किया जा सकता है। जनहित विज्ञापनों को समाज का पथ प्रदर्शक माना जाता है। पोलियो मुक्त भारत हो या कुष्ठ मुक्त इन सभी पहलुओं के जनहित विज्ञापनों को दिशा देने में कहीं न कहीं संचार माध्यमों की महती भूमिका रही है। आज जब सोशल मीडिया की लोकप्रियता तेजी से बढ़ रही है ऐसे में जनहित विज्ञापनों के प्रचारप्रसार के लिए सोशल मीडिया की सबसे लोकप्रिय साइट्स फे सबुक और यू-ट्यूब अनेक अवसर प्रदान कर सकती हैं। वर्तमान में फे सबुक और यू-ट्यूब दो ऐसी सोशल मीडिया वेबसाइट्स हैं, जिनकी प्रभावशीलता का श्राफ सभी माध्यमों और साइट्स में सर्वोपरि स्थान ग्रहण कर रहा है।

फे सबुक में जनहित विज्ञापनों के लिए अवसर

फे सबुक पर जनहित विज्ञापनों के प्रचार-प्रसार के लिए अनेक अवसर मौजूद हैं। फे सबुक पर अपलोड किसी भी सामग्री पर प्रतिक्रिया पाना बहुत ही आसन है। यूजर्स किसी भी सामग्री को देख कर उसे पसंद-नापसंद, उस पर टिप्पणी और साथ ही उसे शेयर भी कर सकते हैं। यदि फे सबुक के माध्यम से जनहित के विज्ञापनों को विज्ञापित किया जाए तो उस पर प्राप्त प्रतिक्रिया के जरिए विज्ञापनों की प्रभावशीलता को जाना सकता है। साथ ही किसी भी सन्देश को चन्द सेकेंडों में पूरे विश्व में फैला जा सकता है। हाल ही में स्वाइन

प्लू के फै लाव के बारे में फे सबुक पर चर्चा देखी और लोगों ने अपने विचार व्यक्त किए, पर सरकारी पहल न के बराबर नजर आई। यदि बात भोपाल गैस त्रासदी की करें जिसमें तमाम लोगों की जान चली गई थी यदि उन्हें यह बात पता होता कि हवा के विपरीत दिशा में भागना है तो तमाम लोगों की जान बच जाती पर तब संचार माध्यम इतने प्रभावशाली और त्वरित प्रतिक्रिया वाले नहीं थे। वर्तमान में ऐसे हादसों को टालने के लिए फे सबुक एक मुख्य उपकरण के तौर पर हो सकता है। सरकार और स्वयंसेवी संस्थाओं को फे सबुक के माध्यम से जनहित विज्ञापनों को प्रचारित और प्रसारित करने के लिए सकारात्मक पहल करनी चाहिए।

यू-ट्यूब में जनहित विज्ञापनों के लिए अवसर

यू-ट्यूब की प्रभावशीलता का अंदाजा इस बात से लगाया जा सकता है कि गायक धनुष द्वारा अपलोड कोला वेरी डी गाना रातों रात ऐसा लोकप्रिय हुआ कि लोगों की जुबान पर छा गया, और धनुष विश्व स्तर के गायक कलाकारों में शुमार हो गए। विश्वव्यापी पहुंच रखने वाला यू-ट्यूब विज्ञापनों के प्रचार-प्रसार के लिए सबसे लोकप्रिय साइट्स में अपना स्थान बनाता जा रहा है। यू-ट्यूब पर व्यावसायिक विज्ञापनों की भरमार है। जनहित के विज्ञापनों को यू-ट्यूब पर व्यावसायिक विज्ञापनों की भांति वीडियो क्लिप्स के बीच-बीच में प्रदर्शित करने के तमाम अवसर मौजूद हैं, बस जरूरत है समय की ललकार पर जनहित के प्रतिकार की।

फे सबुक और यू-ट्यूब दोनों में ही जनहित के विज्ञापनों को जारी करने के लिए सरकार और वेबसाइट्स के मालिकों के मध्य साझा पत्र तैयार करने के तमाम अवसर उपलब्ध हैं। साथ ही साथ सोशल मीडिया की क्षमताओं को ध्यान में रखते हुए विज्ञापनदाता और यूजर्स के लिए जनहित विज्ञापनों की सामग्री के सही प्रयोग के अनेकों अवसर मौजूद नजर आते हैं।

फे सबुक और यू-ट्यूब में जनहित विज्ञापनों के लिए चुनौतियां

समाज की सबसे बड़ी बिड़म्बना है कि किसी भी कार्य को निष्पादित करने के लिए अनेक चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। फे सबुक और यू-ट्यूब के जरिए जनहित विज्ञापनों को विज्ञापित करने के लिए भी कुछ चुनौतियां हैं। फे सबुक और यू-ट्यूब दोनों ही वेबसाइट्स निजी स्वामित्व की हैं। जिनका लक्ष्य पैसे कमाना है, ऐसे में जब व्यावसायिक विज्ञापनों से मोटी कमाई हो रही हो तो कौन जनहित के विज्ञापनों को स्थान देगा, जो काफी कम आमदनी प्रदान करने वाले हैं। आर्थिक पहलुओं के साथ ही साथ पहल सम्बंधी कई मुद्दें हैं जिन पर विचार करने की जरूरत है। जैसे सरकारी विभाग सोशल मीडिया अकाउंट बना लेना ही बड़ी कामयाबी समझते हैं, सीधे तौर पर विज्ञापन देना अभी उनके एजेंडे का हिस्सा बनाने की आस से भी दूर है। जनहित को सर्वोपरि मानने वाली स्वयंसेवी संस्थाएं भी इस ओर कोई सकारात्मक पहल करती दिखाई नहीं देती हैं। स्वयंसेवी संस्थानों द्वारा जनहित के मुद्दों को स्थान देने के लिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर सीधे तौर पर विज्ञापनों के लिए स्थान उपलब्ध कराने की मांग की जानी चाहिए। साथ ही कोई ऐसी नीति सोशल साइड्स के लिए बनाई जाए कि जनहित के विज्ञापनों को प्रचारित और प्रसारित करना अनिवार्य हो जाए।

नीतिगत ढांचे का अभाव

सोशल मीडिया में जनहित के विज्ञापनों के प्रचार-प्रसार के लिए किसी एक नीतिगत ढांचे की कमी नजर आती है। सरकार की तरफ से सोशल मीडिया में सीधे तौर पर जनहित विज्ञापन जारी करने के लिए अभी कोई ठोस कदम नहीं उठाए गए हैं।

पहल सम्बंधी कमजोरियां

स्वस्थ समाज का निर्माण करना किसी भी देश की सरकार का मुख्य ध्येय होता है। जनहित विज्ञापनों द्वारा पहुंचाई गई सूचना किसी व्यक्ति, समाज को दिशा देने का कार्य कर सकती हैं। सोशल मीडिया की लोकप्रियता आंकड़ों ने बयान कर दी है। लेकिन अभी तक सोशल मीडिया के जरिए जनहित विज्ञापनों के प्रसार की कोई कड़ी का सुझाव होता नजर नहीं आता है। सरकार के साथ-साथ स्वयंसेवी संस्थाएं और वेबसाइट्स के मालिक भी कोई सकारात्मक पहल अभी नहीं कर रहे हैं।

समाज निहितार्थ

देश में सोशल मीडिया का दायरा तेजी से बढ़ा है। युवाओं की भीड़ सोशल मीडिया पर नजर आने लगी है। इस युवा पीढ़ी का सही मार्गदर्शन करने के लिए सोशल मीडिया के जरिए सन्देश संप्रेषण की आवश्यकता महसूस हो रही है, जिसे जनहित के विज्ञापनों के द्वारा पूरा किया जा सकता है। ऐसे में जरूरत है जनहित के विज्ञापनों को सोशल मीडिया के जरिए प्रचारित और प्रसारित करने की। आंकड़े कहते हैं कि अमेरिका के बाद भारत दूसरा देश है जहां फे सबुक प्रयोग करने वालों की संख्या सबसे अधिक है साथ ही इन यूजर्स में 69 से 90 फीसदी युवाओं की भीड़ है जो नित इसके जरिए सूचनाओं का आदान-प्रदान करते हैं। इस तरह से बढ़ती इन साइट्स की लोकप्रियता को ध्यान में रखते हुए, यदि जनहित की सूचनाएं इन साइट्स के जरिए प्रचारित और प्रसारित की जाएं तो देश की युवा शक्ति को सही दिशा प्रदान करने के सफल प्रयास किए जा सकते हैं। यू-ट्यूब जो कि वीडियो देखने और शेयर करने वाली सबसे लोकप्रिय साइट है जहां लगभग हर वीडियो को देखने के लिए व्यावसायिक विज्ञापनों को देखना मजबूरी बनता जा रहा है यदि इन व्यावसायिक विज्ञापनों के साथ जनहित के विज्ञापनों को सम्मिलित करके आम यूजर को परोसा जाए तो स्वस्थ समाज निर्माण में अहम भूमिका का निर्वाह किया जा सकता है। फे सबुक और यू-ट्यूब पर जनहित विज्ञापनों की संभावनाओं और अवसरों के बारे में पड़ताल करने के बाद सामने आई चुनौतियां मंद नजर आने लगी हैं, बस जरूरत है सकारात्मक पहल की। सरकार को इस बारे में कुछ इस तरह की नीति बनाने की आवश्यकता है कि यदि आप हमारे देश में अपनी साइट्स को चलाना चाहते हैं तो आपको कुछ जनहित के विज्ञापन प्रसारित करने अनिवार्य होंगे। साथ ही इन साइट्स के मालिकों को भी अपने कांफिरेट सामाजिक उत्तरदायित्व को ध्यान में रख कर जनहित के विज्ञापनों को भी स्थान प्रदान करने की पहल करनी होगी। समाज को स्वस्थ, शिक्षित और नैतिक मूल्यों से परिपूर्ण करने के लिए वर्तमान में सोशल मीडिया के जरिए जनहित विज्ञापनों के प्रचार की महती आवश्यकता नजर आ रही है।

REFERENCES

- पुस्तकें पंत, एन., सी., सिंह, इंद्रजीत (2008). विज्ञापन पत्रकारिता वर्तमान तकनीक एवं अवधारणा. नई दिल्ली: कनिष्क पब्लिशर्स, हिस्ट्रीब्यूटर. २ पंत, एन., सी., द्विवेदी मनीषा (2006). पत्रकारिता एवं जनसंपर्क नई दिल्ली: कनिष्क पब्लिशर्स, हिस्ट्रीब्यूटर. जोशी, शाल्मी, जोशी, शिवप्रसाद (2012). वेब पत्रकारिता नया मीडिया नये रुझान. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड सिंह, सुरजीत (2012). मीडिया अचीवर्स. जयपुर: हार्सविक पब्लिकेशन। (पृष्ठ सं. 107 से 115) | Saxena, mbrish (2012). Issue of communication development and society, Gaur, Mishra, nuradha(Eds.), New Media effect on psychology of college student (P.P. 138-143). New Delhi : Kanishka Publisher, Distributors. | Saxena, mbrish (2012). Issue of communication development and society. Gera, Gagan (Eds.) Social Media Networking and concept of International Citizenship (P.P.163-167). New Delhi : Kanishka Publisher, Distributors. | Mathur, K, Prasant (2012). Social Media and Networking Concept trend and dimensions. New Delhi : Kanishka Publisher, Distributors. | emoY nl | Dr. Nayak, S. Chandra.(Oct-Dec., 2013). Social Media : Connecting One and Il. Communication Today, 66-74. | Gupta, Komal.(Oct-Dec., 2013). ICT Vision 2020 : Milestone. Communication Today, 44-53. | do~gmBQ²g | http://en.wikipedia.org/wiki/ListofscountriesbynumberofInternetusers (10:13 am. 20-06-15)1 | https://www.google.co.in/search?q=percentage+of+social+media+advertising&rlz=1C1VNEsenIN613IN613espv=2biw=1366bih=667source=Inmstbm=ischsa=Xei=fLwbVdrrLoHjuQTsmoGoBQved=0CcQ&Uog. (01:21 pm. 28-06-15)3 | https://www.google.co.in/search?q=revenue+from+advertisement+of+facebook&rlz=1C1VNEsenIN613IN613espv=2biw=1366bih=667source=Inmstbm=ischsa=Xei=yRQbVbTIGc&auQSU14Blved=0CcQ&Uogimgdii=simgrc=(03:09 pm. 28-06-15)4 | https://www.google.co.in/search?q=revenue+from+advertisement+of+youtuber&rlz=1C1VNEsenIN613IN613espv=2biw=1366bih=667source=Inmstbm=ischsa=Xei=ubYbVcS9D478ugTjz4KQwved=0CcQ&Uog. (01:09 pm. 28-06-15)5 | http://www.internetlivestats.com/internet-users/ (12:40 pm. 28-06-15)6