



सोशल मीडिया का साहित्य बनाम साहित्य का सोशल मीडिया

डॉ. कृष्ण कुमार पाल

असिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग, का. सु. साकेत पी. जी. कॉलेज, अयोध्या, (उ. प्र.)

Email: kp1190@gmail.com

Received: 04 May 2026 | Accepted: 19 May 2026 | Published: 29 May 2026

सारांश

डिजिटल क्रांति और इंटरनेट के सर्वव्यापी प्रसार ने आज साहित्य के सृजन, विसर्जन, प्रसार और आस्वादन की पूरी प्रक्रिया को आमूल-चूल परिवर्तित कर दिया है। वर्तमान साहित्यिक विमर्श में दो समानांतर किंतु भिन्न प्रवृत्तियाँ उभरकर सामने आई हैं— प्रथम, 'सोशल मीडिया का साहित्य' और द्वितीय, 'साहित्य का सोशल मीडिया'। 'सोशल मीडिया का साहित्य' उस नवीन साहित्यिक सृजन को रेखांकित करता है जो फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर और व्यक्तिगत ब्लॉग्स जैसे डिजिटल मंचों पर सीधे जनमानस द्वारा लिखा जा रहा है, जिसमें तात्कालिकता, लघुता और अनौपचारिकता इसके मुख्य लक्षण हैं। इसके विपरीत, 'साहित्य का सोशल मीडिया' उस परिघटना को दर्शाता है जहाँ पारंपरिक और गंभीर साहित्य, स्थापित रचनाकार तथा प्रकाशन संस्थान अपने विपणन, पाठक-संवाद और प्रसार के लिए इन डिजिटल मंचों का उपयोग कर रहे हैं। प्रस्तुत शोधपत्र इन दोनों प्रवृत्तियों के मध्य के अंतर्संबंधों, उनके भाषाई एवं संरचनात्मक स्वरूप, साहित्यिक मूल्य, और लोकतांत्रिक चेतना का आलोचनात्मक विश्लेषण करता है। यह शोध स्थापित करता है कि जहाँ सोशल मीडिया ने साहित्य का लोकतंत्रीकरण किया है, वहीं इसने साहित्यिक गुणवत्ता, संपादन-शून्यता और कॉपीराइट जैसी गंभीर चुनौतियाँ भी पैदा किया है।

मुख्य शब्द: सोशल मीडिया, डिजिटल साहित्य, साहित्यिक विपणन, विमर्श, मुद्रण-संस्कृति, साइबर-संस्कृति।

प्रस्तावना:

साहित्य और माध्यम का अंतर्संबंध सदैव से अन्योन्याश्रित रहा है। भोजपत्र और ताम्रपत्र से लेकर प्रिंटिंग प्रेस (मुद्रण कला) के आविष्कार तक, जब-जब माध्यम में परिवर्तन हुआ है, तब-तब साहित्य की विधा, भाषा और उसकी पहुँच के दायरे भी परिवर्तन हुआ है। “मुद्रण माध्यम ने साहित्य को कुलीन वर्ग के कमरों से निकालकर आम जनता की लाइब्रेरी तक पहुँचाया था। आज, 'डिजिटल और सोशल मीडिया' माध्यम ने साहित्य के इतिहास में एक नया अध्याय जोड़ दिया है।”¹

वर्तमान समय में फेसबुक, इंस्टाग्राम, 'एक्स', ब्लॉग्स और व्हाट्सएप जैसी आभासी दुनिया केवल सूचनाओं के आदान-प्रदान का माध्यम नहीं रह गई हैं, बल्कि ये रचनात्मकता के नए केंद्र बन चुके हैं। हिंदी साहित्य के संदर्भ में यह बदलाव और भी व्यापक है। आज हिंदी का पाठक और लेखक केवल मुद्रित पत्रिकाओं, जैसे- हंस, वागर्थ, आलोचना और पाखी आदि या किताबों पर निर्भर नहीं है। इस डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र ने दो मुख्य प्रवृत्तियों को जन्म दिया है, जिन्हें समझने के लिए “सोशल मीडिया का साहित्य” बनाम “साहित्य का सोशल मीडिया” के द्वंद्व और पूरकता का विश्लेषण आवश्यक है। यह शोधपत्र इसी द्वंद्व के विभिन्न आयामों को उद्घाटित करने का एक अकादमिक प्रयास है।

ऐतिहासिक पृष्ठभूमि:

मुद्रण संस्कृति से साइबर संस्कृति तक का सफर:

साहित्यिक माध्यमों के इस ऐतिहासिक रूपांतरण को समझे बिना समकालीन परिदृश्य का मूल्यांकन अधूरा है। “19वीं सदी में भारतेंदु हरिश्चंद्र के समय जब मुद्रण संस्कृति मजबूत हो रही थी, तब 'कविवचनसुधा', 'हिंदी-प्रदीप', 'प्रताप' और 'हरिश्चंद्र मैगजीन' जैसी पत्रिकाओं ने हिंदी गद्य को एक निश्चित आकार दिया था। उस दौर में छपने की एक निश्चित प्रक्रिया थी। लेखक पांडुलिपि तैयार करता था, संपादक उसे जाँचता था, और फिर प्रेस में छपने के बाद वह वितरकों के माध्यम से पाठकों तक पहुँचती थी।”² इस प्रक्रिया में एक प्रकार की 'गेटकीपिंग' या

छानबीन की व्यवस्था थी, जो साहित्यिक गुणवत्ता को बनाए रखने में मदद करती थी। “21वीं सदी के पहले दशक में ‘ब्लॉगिंग’ के आगमन के साथ इस व्यवस्था में पहली दरार पड़ी। ‘अक्षरपर्व’, ‘कबाड़खाना’, ‘मोहल्ला लाइव’ जैसे हिंदी ब्लॉग्स ने लेखकों को सीधे पाठकों से जोड़ा।”³ यहाँ संपादक की भूमिका समाप्त होने लगी थी। इसके बाद 2010 के दशक में फेसबुक और तत्पश्चात इंस्टाग्राम, ट्विटर और व्हाट्सएप के उभार ने इस प्रक्रिया को अत्यंत तीव्र और तात्कालिक बना दिया। अब साहित्य लिखने और उसे प्रकाशित करने के बीच का समय घटकर शून्य हो गया है। इसी पृष्ठभूमि से दो भिन्न प्रवृत्तियों का जन्म हुआ जो वर्तमान में साहित्यिक परिदृश्य को संचालित कर रही हैं।

सोशल मीडिया का साहित्य:स्वरूप और प्रवृत्तियाँ:

‘सोशल मीडिया का साहित्य’ लेखन के उस मौलिक स्वरूप को संदर्भित करता है। जिसका जन्म, विकास और अस्तित्व पूरी तरह से सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर ही निर्भर है। इसे हम ‘नेट-साहित्य’ या ‘साइबर-साहित्य’ का समकालीन रूप भी कह सकते हैं। इसकी प्रमुख विशेषताएँ और विधागत प्रवृत्तियाँ निम्नलिखित हैं-

विधागत लघुता और तात्कालिकता:

सोशल मीडिया मूलतः ‘स्कॉलिंग’ और ‘अटेंशन स्पैन’ की कमी की संस्कृति पर आधारित है। यहाँ पाठक के पास समय का अत्यंत अभाव है। इसलिए, यहाँ लंबे उपन्यासों, प्रबंध काव्यों या विस्तृत निबंधों के स्थान पर लघु विधाओं का वर्चस्व स्थापित हो गया है।

माइक्रो-फिक्शन और नैनो-कहानियाँ:

केवल दो या चार पंक्तियों में पूरी कहानी कह देना इस विधा की विशेषता है। उदाहरण के लिए “उसने माँ से कहा कि वह अब बड़ा हो गया है, माँ ने मुस्कुराकर उसकी पुरानी फटी शर्ट को चूम लिया।” इस प्रकार की कहानियाँ सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर अत्यधिक लोकप्रिय हैं।

क्षणिकाएँ और हाइकू:

किसी तात्कालिक घटना जैसे- मौसम का बदलना, राजनीतिक हलचल, या कोई सामाजिक हादसा पर तुरंत 2-4 पंक्तियों की प्रतिक्रिया देना ही सोशल मीडिया की कविता बन गयी है।

ट्विटर फिक्शन या एक्स थ्रेड्स:

280 अक्षरों की सीमा में बंधी कहानियाँ या वैचारिक कड़ियाँ। लेखक कड़ियों में अपनी बात कहता है, जहाँ प्रत्येक ट्विट कहानी का एक नया मोड़ होता है।

इंस्टा-पोएट्री का उभार और सौंदर्यशास्त्र:

इंस्टाग्राम मूलतः एक दृश्यात्मक माध्यम है। इस माध्यम ने कविता के सौंदर्यशास्त्र को पूरी तरह बदल दिया है। यहाँ ‘इंस्टा-पोएट्री’ नामक एक नई विधा का जन्म हुआ है। इसकी विशेषताएँ निम्नलिखित हैं:

- दृश्यात्मक प्रस्तुति:** कविता केवल शब्दों का समूह नहीं है, बल्कि उसके पीछे का बैकग्राउंड, फॉण्ट का चयन, और हल्की स्केचिंग या रिल्स के रूप में बैकग्राउंड म्यूजिक अत्यंत महत्वपूर्ण होते हैं।
- सपाटबयानी:** पारंपरिक कविता की तरह इसमें जटिल रूपक, उपमाएँ या गहरे बिंब नहीं होते हैं। इसमें सीधे दिल को छूने वाली, सरल और कभी-कभी निहायत ही सतही बातें लिखी जाती हैं, जैसे- “तुम चाय जैसी हो, मैं बिस्कुट जैसा डूब जाता हूँ।”⁴
- वैश्विक प्रभाव:** रूपी कौर जैसे वैश्विक कवियों से प्रभावित होकर हिंदी में भी हजारों युवा रचनाकार इसी शैली में लिख रहे हैं, जिनके लाखों की संख्या में फॉलोअर्स हैं।
 - *भाषा का हाइब्रिड स्वरूप: सोशल मीडिया के साहित्य की भाषा मानक हिंदी न होकर बोलचाल की हाइब्रिड भाषा है।
 - लिपि का संकट: देवनागरी के स्थान पर रोमन लिपि में हिंदी लिखना जैसे: “Kya kar rahe ho?”⁵
 - कोड-मिक्सिंग: हिंदी वाक्यों के बीच अंग्रेजी शब्दों का प्रचुर मात्रा में प्रयोग।
 - इंटरनेट स्लैंग: रचनात्मकता में ‘LOL’, ‘ROFL’, ‘OMG’ जैसे प्रतीकों और इमोजी का प्रयोग भावों को व्यक्त करने के लिए धड़ल्ले से किया जा रहा है। यह भाषा व्याकरण के कड़े नियमों को तोड़कर सीधे और त्वरित संवाद स्थापित करती है।

साहित्य का सोशल मीडिया: विपणन, विमर्श और नेटवर्क:

यह प्रवृत्ति 'सोशल मीडिया के साहित्य' से सर्वथा भिन्न है। इसके अंतर्गत पारंपरिक साहित्य, मुख्यधारा के गंभीर लेखक, स्थापित प्रकाशक और साहित्यिक पत्रिकाएँ सोशल मीडिया को एक 'साध्य' न मानकर एक 'साधन' या मंच के रूप में उपयोग करते हैं।

साहित्यिक पारिस्थितिकी तंत्र:

1. मौलिक डिजिटल सृजन

- ▶ फेसबुक क्षणिकाएँ
- ▶ इंस्टा-पोएट्री
- ▶ नैनो-कहानियाँ
- ▶ हाइब्रिड भाषा

2. पारंपरिक साहित्य का डिजिटल विस्तार

- ▶ प्रकाशकों द्वारा ई-विपणन
- ▶ लाइव साहित्यिक गोष्ठियाँ
- ▶ पॉडकास्ट और ऑडियो बुक्स
- ▶ डिजिटल पाठक वर्ग का निर्माण

पुस्तक विपणन और ई-प्रचार:

“आज राजकमल प्रकाशन, वाणी प्रकाशन, राजपाल एंड संस, और सेतु प्रकाशन जैसे बड़े हिंदी प्रकाशक अपनी नई किताबों के विमोचन, लेखक साक्षात्कार और प्री-बुकिंग के लिए इंस्टाग्राम रील्स, फेसबुक लाइव और यूट्यूब का सहारा ले रहे हैं।”⁶ अब पाठक को किताब की जानकारी के लिए किसी मुद्रित पत्रिका के समीक्षा स्तंभ का महीनों इंतजार नहीं करना पड़ता; लेखक स्वयं अपनी टाइमलाइन पर पुस्तक का आवरण चित्र साझा करता है और अमेज़न और फ्लिपकार्ट का लिंक प्रदान करता है।

वर्चुअल साहित्यिक विमर्श और लाइव सत्र:

कोविड-19 महामारी के बाद से आभासी गोष्ठियों और लाइव सत्रों का चलन अप्रत्याशित रूप से बढ़ा है। “देश-विदेश के लेखक जूम, गूगलमीट, टीम और फेसबुक लाइव के माध्यम से एक मंच पर आकर समकालीन मुद्दों पर गंभीर बहस करते हैं। इसने 'साहित्यिक गुटबाजी' या भौगोलिक सीमाओं को तोड़कर एक वैश्विक हिंदी मंच तैयार किया है। दिल्ली में बैठा आलोचक मॉरीशस या लंदन के लेखक से सीधे लाइव संवाद कर सकता है।”⁷

ऑडियो बुक्स, पॉडकास्ट और रील्स के माध्यम से क्लासिक साहित्य का पुनरुत्थान:

यह प्रवृत्ति अत्यंत सकारात्मक है। स्टोरीटेल, कुकू एफएम और स्पाँटीफाई जैसे मंचों पर जयशंकर प्रसाद की 'कामायनी', प्रेमचंद के 'गोदान' या रेणु के 'मैला आंचल' को ऑडियो बुक्स और पॉडकास्ट के रूप में लाखों लोग सुन रहे हैं। इसके अतिरिक्त, युवा पीढ़ी द्वारा इंस्टाग्राम रील्स पर निराला की 'राम की शक्ति पूजा', 'सरोजस्मृति' और मुक्तिबोध की 'अंधेरे में' की पंक्तियों को बैकग्राउंड संगीत के साथ री-क्रिएट किया जा रहा है। यह 'साहित्य का सोशल मीडिया' ही है जो गंभीर और क्लासिक साहित्य को नई पीढ़ी के अनुकूल आकर्षक पैकेजिंग में परोस रहा है।

दोनों प्रवृत्तियों का तुलनात्मक और आलोचनात्मक विश्लेषण:

इन दोनों धाराओं का गहरा तुलनात्मक अध्ययन यह समझने में मदद करता है कि डिजिटल माध्यम किस प्रकार दो अलग-अलग स्तरों पर कार्य कर रहा है और इनके बीच का द्वंद्व क्या है।

तुलना के प्रमुख बिंदु:

“सोशल मीडिया का साहित्य” बनाम “साहित्य का सोशल मीडिया”

मुख्य उद्देश्य: स्वतः स्फूर्त आत्म-अभिव्यक्ति और तात्कालिक लाइक/कमेंट प्राप्त करना, गंभीर साहित्य का प्रसार, विपणन, बिक्री और दीर्घकालिक विमर्श।

लेखक वर्ग: नवोदित लेखक, शौकिया रचनाकार, युवा और आम इंटरनेट उपभोक्ता, स्थापित साहित्यकार, अकादमिक आलोचक, प्रकाशक और गंभीर अध्येता।

भाषा की प्रकृति: अनौपचारिक, हाइब्रिड (हिंग्लिश), व्याकरणिक बंधनों से पूर्णतः मुक्त, मानक भाषा, साहित्यिक गरिमा, परिष्कृत और अलंकृत अभिव्यक्ति।

स्थायित्व: अत्यंत अल्पकालिक (टाइमलाइन पर स्कॉल करते ही ओझल होना), दीर्घकालिक (मुद्रित पुस्तकों, ई-बुक्स या स्थायी आर्काइव के रूप में)।

संपादन प्रक्रिया: संपादन-शून्य, सीधे लेखक के दिमाग से स्क्रीन तक, विशेषज्ञ संपादकों और आलोचकों द्वारा परिमार्जित और मूल्यांकित।

पाठक वर्ग: सामान्य इंटरनेट उपयोगकर्ता, जो मनोरंजन और त्वरित जुड़ाव चाहता है, गंभीर पाठक, शोधार्थी, विद्यार्थी और साहित्यिक अभिरुचि वाले लोग।

इस विश्लेषण से स्पष्ट है कि जहाँ 'सोशल मीडिया का साहित्य' संरचनात्मक रूप से कमजोर किंतु पहुँच में व्यापक है, वहीं 'साहित्य का सोशल मीडिया' संरचनात्मक रूप से मजबूत है और अपने प्रसार के लिए तकनीक का सहारा ले रहा है।

वरदान के रूप में डिजिटल मंच:

लोकतंत्रीकरण, समावेशिता और हाशिए के स्वर को लेकर सोशल मीडिया ने हिंदी साहित्य के पारंपरिक ढांचे में एक बड़ा विस्फोट किया है। "सोशल मीडिया ने उस 'संपादकीय तानाशाही' और 'मठाधीशी परंपरा' को ध्वस्त कर दिया है जिसने दशकों से हिंदी साहित्य को कुछ गिने-चुने केंद्रों जैसे- दिल्ली, इलाहाबाद, बनारस तक सीमित कर रखा था।"⁸

गेटकीपिंग का अंत और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता:

पारंपरिक दौर में किसी नवोदित या ग्रामीण क्षेत्र के लेखक की रचना छपने के लिए प्रतिष्ठित पत्रिकाओं के संपादकों की कृपा पर निर्भर रहना पड़ता था। रचनाएँ महीनों तक प्रकाशकों के दफ्तरों में धूल फाँकती थीं। सोशल मीडिया ने लेखक को 'आत्म-प्रकाशन' की पूर्ण स्वतंत्रता दी है। लेखक अपनी रचना लिखता है, 'पोस्ट' बटन दबाता है और एक सेकंड में वह हजारों पाठकों तक पहुँच जाती है। इस लोकतंत्रीकरण ने साहित्य को वास्तव में 'जनता का, जनता के द्वारा' बना दिया है।

- **हाशिए के स्वरों की मुखरता:** मुख्यधारा की मुद्रित पत्रिकाएँ जिन मुद्दों या लेखकों को जगह देने से कतराती थीं, वे मुद्दे आज सोशल मीडिया पर विमर्श के केंद्र में हैं।
- **दलित और आदिवासी विमर्श:** "सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों के आदिवासी लेखक अपनी संस्कृति, जल-जंगल-जमीन के संघर्षों को सीधे फेसबुक पोस्ट्स और ब्लॉग्स के माध्यम से साझा कर रहे हैं।"⁹
- **स्त्री विमर्श और एलजीबीटीक्यू:** पितृसत्तात्मक समाज में जिन महिलाओं को घर की चहारदीवारी में अपनी बात कहने की आजादी नहीं थी, वे छद्म नामों या अपने वास्तविक खातों से समाज की विसंगतियों पर खुलकर लिख रही हैं। समलैंगिकता और जेंडर विमर्श से जुड़े मुद्दों को ट्विटर ट्रेड्स के माध्यम से अकादमिक बहसों तक पहुँचाया गया है।

अभिशाप और चुनौतियाँ: गुणवत्ता का हास, चोरी और अल्गोरिदम का संकट लोकतंत्रीकरण के इस सिक्के का दूसरा पहलू अत्यंत डरावना और चिंताजनक है। सोशल मीडिया जनित साहित्य कई ऐसे संकटों से जूझ रहा है जो अंततः साहित्य के मूल चरित्र को ही नष्ट कर सकते हैं।

संपादन का अभाव और 'साहित्याभास' (साहित्यिक कबाड़) का संकट:

चूँकि यहाँ कोई गेटकीपर या संपादक नहीं है, इसलिए साहित्यिक गुणवत्ता का भारी हास हुआ है। व्याकरणिक अशुद्धियों, साधारण तुकबंदियों और निहायत ही सतही, अश्लील या भड़काऊ विचारों को 'साहित्य' कहकर परोसा जा रहा है। आलोचक **रमेश कुंतल मेघ** के विचारों के आलोक में कहें तो "यह सूचनाओं और भावनाओं का अनियंत्रित विस्फोट है, ज्ञान या गहरी संवेदना का नहीं।"¹⁰ इस प्रवृत्ति ने समाज में एक 'साहित्याभास' पैदा कर दिया है, जहाँ पाठक गंभीर और सतही लेखन के बीच का अंतर भूलता जा रहा है।

साहित्यिक चोरी और बौद्धिक संपदा का संकट:

सोशल मीडिया पर किसी की कविता, विचार या कहानी को कॉपी करके, थोड़ा-बहुत फेरबदल करके या सीधे अपने नाम से पोस्ट कर देना एक आम बीमारी बन चुकी है। "डिजिटल स्पेस में 'बौद्धिक संपदा अधिकार' को लागू करना अत्यंत कठिन साबित हो रहा है।"¹¹ जब तक मूल लेखक को पता चलता है, तब तक उसकी रचना वायरल होकर किसी और की प्रसिद्धि का कारण बन चुकी होती है। स्क्रीनशॉट संस्कृति ने साहित्यिक चोरी को और आसान बना दिया है।

‘लाइक’, ‘शेयर’ और ‘अल्गोरिदम’ का दबाव:

आज के सोशल मीडिया लेखक की सफलता का पैमाना रचना की गहराई, भाषा का विन्यास या वैचारिक सुदृढ़ता नहीं रह गई है, बल्कि उस पर मिलने वाले ‘लाइक्स’, ‘कमेंट्स’ और ‘शेयर’ बन गए हैं। सोशल मीडिया के अल्गोरिदम इस प्रकार काम करते हैं जो सनसनीखेज, अत्यधिक भावुक या विवादित सामग्री को अधिक बढ़ावा देते हैं। इस जाल में फंसकर लेखक वही लिख रहा है जो उसका ‘फॉलोअर बेस’ पढ़ना चाहता है। परिणामतः, जो गंभीर, धीमा और विचारोत्तेजक लेखन है, वह पीछे छूट रहा है। लोकप्रिय होने की यह अंधी दौड़ साहित्य को एक ‘प्रोडक्ट’ में बदल रही है।

समकालीन उदाहरण और केस स्टडीज:

केस स्टडी 1:

डॉ. कुमार विश्वास की कविता “कोई दीवाना कहता है, कोई पागल समझता है” मुद्रित माध्यम से अधिक इंटरनेट, यूट्यूब और सोशल मीडिया के माध्यम से वैश्विक स्तर पर लोकप्रिय हुई। यह इस बात का क्लासिक उदाहरण है कि कैसे ‘साहित्य का सोशल मीडिया’ किसी रचना को करोड़ों लोगों तक पहुँचा सकता है। परंतु, इसी के समानांतर, फेसबुक पर लिखने वाले सैकड़ों ऐसे ‘कवि’ भी पैदा हुए जो इसी शैली की सतही तुकबंदी करके स्वयं को महाकवि घोषित कर चुके हैं, लेकिन, उन्हें वह सफलता नहीं मिली जो ‘सोशल मीडिया के साहित्य’ के संकट को दर्शाता है।

केस स्टडी 2:

‘जगरनॉट’ और ‘हिंद युग्म’ जैसे प्रकाशकों ने सोशल मीडिया के लेखकों की नब्ज टटोली और ‘नई वाली हिंदी’ के नारे के तहत नीलोत्पल मृणाल के ‘डार्क हॉर्स’, ‘औघड़’ और ‘विश्वगुरु’ तथा दिव्य प्रकाश दुबे की ‘मसाला चाय’ और ‘मुसाफिर कैफे’ जैसी किताबों को प्रकाशित किया। इन किताबों की भाषा पूरी तरह से सोशल मीडिया की बोलचाल की भाषा है। यहाँ ‘सोशल मीडिया का साहित्य’ मुद्रित होकर ‘साहित्य का सोशल मीडिया’ के माध्यम से बेस्टसेलर बन गया। यह दोनों प्रवृत्तियों के मिलन बिंदु का उत्तम उदाहरण है।

निष्कर्ष:

‘सोशल मीडिया का साहित्य’ और ‘साहित्य का सोशल मीडिया’ दोनों ही समकालीन भाषाई, तकनीकी और सांस्कृतिक संक्रमण के दौर की उपज हैं। इन दोनों धाराओं को एक-दूसरे का विरोधी मानने के बजाय एक ही सिक्के के दो पहलू के रूप में देखा जाना चाहिए। जहाँ ‘सोशल मीडिया का साहित्य’ अपनी त्वरित, अनगढ़ और लोकतांत्रिक अभिव्यक्ति के कारण हिंदी के पाठक वर्ग का दायरा बढ़ा रहा है और उन लोगों को भी लिखने के लिए प्रेरित कर रहा है जो मुख्यधारा से दूर थे; वहीं ‘साहित्य का सोशल मीडिया’ गंभीर, परिष्कृत और क्लासिक साहित्य को नई तकनीकी विधाओं से सुसज्जित कर डिजिटल युग में जीवित और प्रासंगिक रखने का स्तुत्य प्रयास कर रहा है। हम इस डिजिटल परिवर्तन को खारिज नहीं कर सकते और न ही इससे मुँह मोड़ सकते हैं। भविष्य की राह इन दोनों के संतुलन में है। सोशल मीडिया के नवोदित लेखकों को अपनी रचनाओं में भाषा की गरिमा, स्वाध्याय और संपादन की गंभीरता को अपनाना होगा ताकि उनका लेखन अल्पकालिक न रहकर स्थायी बन सके। तो दूसरी ओर, पारंपरिक आलोचकों और मठाधीशों को डिजिटल माध्यमों की इस प्रचंड लोकतांत्रिक शक्ति को स्वीकार करना होगा और ‘स्क्रीन’ को हेय दृष्टि से देखना बंद करना होगा। अंततः माध्यम चाहे भोजपत्र का हो, कागज़ का हो या स्मार्टफोन की स्क्रीन का, श्रेष्ठ साहित्य वही रहेगा जो मानव संवेदना को झंकृत कर सके, समाज में करुणा जगा सके और मनुष्य को वैचारिक रूप से समृद्ध कर सके।

संदर्भ सूची:

- [1]. वर्मा, रामशरण. (2021), साहित्य और माध्यम, बिहार हिंदी ग्रंथ अकादमी, पटना, पृ.: 40.
- [2]. वर्मा, रामशरण. (2021), साहित्य और माध्यम, बिहार हिंदी ग्रंथ अकादमी, पटना, पृ.: 58.
- [3]. गुप्त, आभा. (2022), साइबर संस्कृति और हिंदी साहित्य की नई करवटें, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद, पृ.: 10-25.
- [4]. शर्मा, नेहा. (2024), इंस्टा-पोएट्री और सोशल मीडिया, रावत पब्लिकेशंस, जयपुर, पृ.: 85-98.
- [5]. तिवारी, सतीश. (2023), सोशल मीडिया की भाषा का समाजशास्त्र, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी, पृ.: 110-125.
- [6]. मिश्र, आलोक. (2025), किताबों का नया बाजार, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ.: 60-75.
- [7]. कुमार, संतोष. (2024), डिजिटल माध्यम और समकालीन हिंदी विमर्श, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ.: 30-45.
- [8]. यादव, सुनीता. (2023), साहित्य का लोकतंत्रीकरण, तारामंडल प्रकाशन, गोरखपुर, पृ.: 150.

- [9]. सिंह, महेंद्र. (2024), हाशिए का स्वर और डिजिटल स्पेस, अनामिका पब्लिशर्स, दिल्ली, पृ.: 78.
- [10]. द्विवेदी, प्रफुल्ल. (2025), आधुनिक आलोचना और मीडिया संस्कृति के अंतर्संबंध, विकास प्रकाशन, कानपुर, पृ.: 204.
- [11]. जोशी, विवेक. (2026), इंटरनेट युग में कॉपीराइट और बौद्धिक संपदा के कानून, सेतु प्रकाशन, दिल्ली, पृ.: 41.

Cite this Article:

कृष्ण कुमार पाल (2026). सोशल मीडिया का साहित्य बनाम साहित्य का सोशल मीडिया. *International Journal of Humanities, Commerce and Education*, 2(5), 24–29.

Journal URL: <https://ijhce.com/>

DOI: <https://doi.org/10.59828/ijhce.v2i5.55>