

ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਅਤੇ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ

ਡਾ. ਸਿਮਰਨਜੀਤ ਸਿੰਘ

ਅਸਿਸਟੈਂਟ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਅਤੇ ਮੁਖੀ, ਪੋਸਟ ਗ੍ਰੈਜੂਏਟ ਪੰਜਾਬੀ ਵਿਭਾਗ, ਇੰਟਰਨਲ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ,
ਬੜੂ ਸਾਹਿਬ, ਹਿਮਾਚਲ ਪ੍ਰਦੇਸ਼

ਅਮੁਰਤ

ਵੀਹਵੀਂ ਸਦੀ ਵਿੱਚ ਮੋਬਾਇਲ ਜਦੋਂ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਜਗਤ ਨਾਲ ਜੁੜਨੇ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਏ ਤਾਂ ਸੂਚਨਾ ਨਿੱਜੀ ਸਾਈਟਜ਼/ ਅਕਾਊਂਟਾਂ/ ਬਲਾਗਾਂ/ ਗੁਰੱਪਾਂ/ ਈ-ਮੇਲਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਜਨਤਕ ਕੀਤੀ ਜਾਣ ਲੱਗੀ ਜਿਸਦੇ ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਸ਼ਬਦ 'ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ' ਨਿਕਲ ਕੇ ਸਾਹਮਣੇ ਆਇਆ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਔਰਕੁੱਟ, ਗੂਗਲ, ਯੂ-ਟਿਊਬ, ਫੇਸਬੁੱਕ, ਵਟਸਅੱਪ, ਟਵੀਟਰ, ਇੰਸਟਾਗਰਾਮ, ਟਿਕ-ਟੌਕ ਅਤੇ ਸਨੈਪਚੈਟ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਆਪਣੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮਹੱਤਤਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਉੱਪਰ ਪਾਈ ਗਈ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਸਮੱਗਰੀ ਜਾਂ ਸੰਦੇਸ਼ ਜਿਥੇ ਸਮਾਜਿਕ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਵੱਖਰੇ ਗਰੁੱਪ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਉਥੇ ਇਹ ਆਪਸ ਵਿੱਚ ਸਮਾਜਿਕ ਸਬੰਧ ਵੀ ਜੋੜਦੇ ਹਨ ਸ਼ਾਇਦ ਇਸੇ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ 'ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ' ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਤਕਨੀਕ ਕ੍ਰਾਂਤੀ ਨੇ ਆਪਣੇ ਮੁੱਢਲੇ ਪੜਾਅ 'ਤੇ ਗੀਤ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡਿਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਜਿਹਾ ਲਪੇਟਾ ਮਾਰਿਆ ਕਿ ਇਹ ਅੱਜ ਤੱਕ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਮੰਡੀ ਵਿੱਚੋਂ ਬਾਹਰ ਨਾ ਆ ਸਕਿਆ। ਇਹ ਗਾਇਕੀ ਪੂਰਨ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਵਸਤੂ ਵਾਂਗ ਖਰੀਦਣ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਦੇ ਅੰਤਰਗਤ ਮੰਗ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੈ। ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਇਸ ਕਿਸਮ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਪਹਿਲਾ ਨੁਕਤਾ ਇਹ ਬਣਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਅੰਤਰਗਤ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਨੇ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਉੱਪਰ ਕੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਇਆ? ਦੂਜਾ ਇਹ ਕਿ ਗੀਤ ਸਾਹਿਤ ਦਾ ਰੂਪਾਕਾਰ ਹੋਣ ਕਾਰਨ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ 'ਤੇ ਇਹ ਕਿਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੀ ਅਤੇ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਉਪਰੋਕਤ ਦੋਨੋਂ ਨੁਕਤਿਆਂ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦਿਆਂ ਹੀ ਇਸ ਖੋਜ-ਪੇਪਰ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਉਲੀਕੀ ਗਈ ਹੈ, ਜਿਸਦੇ ਸਿੱਟੇ ਅਤੇ ਸਥਾਪਨਾਵਾਂ ਪੂਰੇ ਖੋਜ-ਪੱਤਰ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰੇ ਜਾਣਗੇ।

ਕੁੰਜੀ-ਸ਼ਬਦ: ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ, ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼, ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ, ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ, ਵਿਗਿਆਪਨ।

ਮੁੱਢ ਤੋਂ ਹੀ ਜਦੋਂ ਆਦਮ-ਜਾਤ ਨੇ ਧਰਤੀ 'ਤੇ ਪੈਰ ਪਾਇਆ ਤਾਂ ਉਸਨੇ ਆਪਣੇ ਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਕੂਕਾਂ, ਚੀਕਾਂ, ਅਦਾਵਾਂ, ਇਸ਼ਾਰੇ ਅਤੇ ਸਰੀਰਕ ਮੁਦਰਾਵਾਂ ਦਾ ਸਹਾਰਾ ਲਿਆ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਹੀ ਆਦਿ-ਮਾਨਵ ਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਸੀ। ਇਸੇ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦਾ ਮੁੱਢ ਵੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਸ਼ਬਦ ਭਾਵੇਂ ਆਧੁਨਿਕ ਸਮੇਂ ਦੀ ਉਪਜ ਹੈ, ਪਰ ਜੇਕਰ ਇਸਨੂੰ ਗੁਰੂ ਨਾਲ ਤੱਕੀਏ ਤਾਂ ਇਸਦਾ ਕਾਰਜ ਦੂਜਿਆਂ ਤੱਕ ਆਪਣੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ ਹੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। "ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਟਰਮ ਦਾ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕੰਪਿਊਟਰ ਅਤੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਨੈਟਵਰਕਿੰਗ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਪਰ ਨਾਲ ਹੀ ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਉਹਨਾਂ ਤਕਨੀਕੀ ਮਾਧਿਅਮਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਸੰਗ ਵਿੱਚ ਵੀ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਨਾ ਕਿਸੇ ਢੰਗ ਨਾਲ, ਕੋਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਵਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਮਸਲਨ, ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ, ਟੈਲੀਫੋਨ, ਮੋਬਾਇਲ, ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਆਦਿ।"¹

ਜਿਵੇਂ-ਜਿਵੇਂ ਆਦਮ ਦਾ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚਲਾ ਦਾਇਰਾ ਵੱਡਾ ਹੁੰਦਾ ਗਿਆ ਤਿਵੇਂ-ਤਿਵੇਂ ਉਸਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦੇ ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਮਾਧਿਅਮ ਵੀ ਨਵੇਂ ਹੁੰਦੇ ਗਏ, ਫਿਰ ਉਹ ਭਾਵੇਂ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਹੋਵੇ, ਟੈਲੀਫੋਨ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਜਾਂ ਫਿਰ ਮੋਬਾਇਲ ਦੀ ਕਾਢ, ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਇਹਨਾਂ ਸਭ ਦਾ ਕਾਰਜ ਤਾਂ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਤੱਕ ਸੰਚਾਰ ਕਰਵਾਉਣਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਅਸੀਂ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਨੂੰ ਮੋਟੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੇਖਣਾ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਇਹ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਵੇਖੀਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਿੰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲੀ ਕਿਸਮ ਪ੍ਰਿੰਟ ਮਾਧਿਅਮ ਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਅਖ਼ਬਾਰਾਂ ਜਾਂ ਮੈਗਜ਼ੀਨ ਆਉਂਦੇ ਹਨ, ਦੂਜੀ ਸ਼੍ਰਵ ਮਾਧਿਅਮ ਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਰੇਡੀਓ ਤਕਨੀਕ ਆਈ ਅਤੇ ਤੀਜੀ ਉਹ ਵੰਨਗੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਅਤੇ ਸ਼੍ਰਵ ਦੋਨੋਂ ਮਾਧਿਅਮ ਇੱਕਠੇ ਆਏ, ਜਿਵੇਂ ਟੀ.ਵੀ. ਆਦਿ। ਉਤਰ-ਆਧੁਨਿਕਤਾ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਕੰਪਿਊਟਰ ਦੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਈ ਤਾਂ ਇਸਨੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਜੋ ਹੜ੍ਹ ਲੈ ਕੇ ਆਂਦਾ, ਉਹ ਇਸ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰਾਂਤੀ ਬਣ ਕੇ ਸਾਹਮਣੇ ਆਇਆ। ਇਸ ਕ੍ਰਾਂਤੀ ਨੇ ਇਸ ਖੇਤਰ ਦੀ ਨੁਹਾਰ ਹੀ ਨਹੀਂ ਬਦਲੀ ਸਗੋਂ ਇਸਦੇ ਕਈ ਨਵੇਂ ਰੂਪਾਂ ਦੀ ਵੀ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਕਰਵਾਈ।

ਵੀਹਵੀਂ ਸਦੀ ਵਿੱਚ ਮੋਬਾਇਲ ਜਦੋਂ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਜਗਤ ਨਾਲ ਜੁੜਨੇ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਏ ਤਾਂ ਸੂਚਨਾ ਨਿੱਜੀ ਸਾਈਟਾਂ/ ਅਕਾਊਂਟਾਂ/ ਬਲਾਗਾਂ/ ਗੁਰੱਪਾਂ/ ਈ-ਮੇਲਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਜਨਤਕ ਕੀਤੀ ਜਾਣ ਲੱਗੀ ਜਿਸਦੇ ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਸ਼ਬਦ “ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ” ਨਿਕਲ ਕੇ ਸਾਹਮਣੇ ਆਇਆ। “ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਕੰਪਿਊਟਰ ਦੀ ਮਦਦ ਵਾਲਾ ਅਜਿਹਾ ਤਕਨੀਕੀ ਵਿੱਚੋਲਾ ਹੈ ਜੋ ਵਿਚਾਰਾਂ, ਸੂਚਨਾਵਾਂ, ਰੁਝਾਨਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਕਈ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਦਾ ਮਾਧਿਅਮ ਹੈ।”² ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਔਰਕੁੱਟ, ਗੂਗਲ, ਯੂ-ਟਿਊਬ, ਫੇਸਬੁੱਕ, ਵਟਸਅੱਪ, ਟਵੀਟਰ, ਇੰਸਟਾਗਰਾਮ, ਟਿਕ-ਟੋਕ ਅਤੇ ਸਨੈਪਚੈਟ ਨੂੰ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਉੱਪਰ ਪਾਈ ਗਈ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਸਮੱਗਰੀ ਜਾਂ ਸੰਦੇਸ਼ ਜਿਥੇ ਸਮਾਜਿਕ ਪੱਧਰ ‘ਤੇ ਇੱਕ ਵੱਖਰੇ ਗਰੁੱਪ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਉਥੇ ਇਹ ਆਪਸ ਵਿੱਚ ਸਮਾਜਿਕ ਸਬੰਧ ਵੀ ਜੋੜਦੇ ਹਨ ਸ਼ਾਇਦ ਇਸੇ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ‘ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ’ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸਬੰਧ ਚਿਰਸਥਾਈ ਹੈ ਜਾਂ ਅਲਪਕਾਲੀ, ਸੱਚਾ ਹੈ ਜਾਂ ਵਿਖਾਵਾ, ਇਹ ਇੱਕ ਵੱਖਰਾ ਵਿਚਾਰਨਯੋਗ ਮੁੱਦਾ ਹੈ। ਪਰ ਇਹ ਗੱਲ ਸੱਚ ਹੈ ਕਿ ਅਜੋਕੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹਾ ਕੋਈ ਖੇਤਰ ਨਹੀਂ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਕੋਈ ਕਾਰਜ ਹੋਵੇ। ਬਲਕਿ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦਾ ਸਾਰਾ ਕਾਰਜ ਅੱਜ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਅੰਤਰਗਤ ਚੱਲਦਾ ਵੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਮਸਲਨ, ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ (ਮੋਡੀਫਿਕੇਸ਼ਨ) ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਉਸਨੂੰ ਵੇਚਣ (ਵਿਗਿਆਪਨ) ਤੱਕ, ਉਸਨੂੰ ਖਰੀਦਣ (ਸੈਲਿੰਗ ਜਿਵੇਂ ਆਨਲਾਈਨ ਅਦਾਇਗੀ) ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਉਸਦੀ ਵਰਤੋਂ (ਡੈਮੋ) ਤੱਕ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਆਪਣਾ ਕਾਰਜ ਕਰਦੀ ਵੇਖੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦਾ ਮੁੱਢਲਾ ਕਾਰਜ ਸੋਸ਼ਲ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਹੈ, ਜਿਸਦਾ ਅਜੰਡਾ ਇੱਕ ਮਨੁੱਖ ਦਾ ਦੂਜੇ ਮਨੁੱਖਾਂ ਨਾਲ ਸਮਾਜਿਕ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਤਕਨੀਕੀ ਯੁੱਗ ਆਉਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਇਹ ਕਾਰਜ ਪਿੰਡ ਦੀਆਂ ਸੱਥਾਂ/ ਚੁਗਾਣਾਂ ਕਰਦੀਆਂ ਸਨ। ਮੁੱਢਲੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਵੀ ਜਦੋਂ ਰੇਡੀਓ ਅਤੇ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਆਏ ਤਾਂ ਪੂਰਾ ਪਿੰਡ ਇੱਕ ਥਾਂ ‘ਤੇ ਇਕੱਠਾ ਹੋ ਕੇ ਇਸਨੂੰ ਸੁਣਦਾ/ਦੇਖਦਾ ਸੀ। ਇਸ ਨਾਲ ਭਾਈਚਾਰਕ ਸਾਂਝ ਬਰਕਰਾਰ ਰਹੀ। ਪਰ ਜਦੋਂ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦਾ ਹੜ੍ਹ ਆਇਆ, ਜਿਸ ਦੇ ਤੇਜ਼ ਵਹਾਅ ਵਿੱਚ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਅਤੇ ਬੇਤਹਾਸ਼ਾ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਕੇਬਲ ਚੈਨਲ ਆਏ ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਨੇ ਆ ਕੇ ਭਾਈਚਾਰਕ ਸਾਂਝ ਦਾ ਰੂਪ ਬਦਲ ਦਿੱਤਾ। ਹੁਣ ਦਾ ਬੰਦਾ ਆਪਣੇ ਘਰ ਵਿੱਚ ਰਹਿੰਦਾ ਆਪਣਿਆਂ ਨਾਲੋਂ ਟੁੱਟਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਪਰ ਪੂਰੇ ਵਿਸ਼ਵ ਨਾਲ ਜੁੜਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਹੁਣ ਦੀ ਜੰਮ-ਪਲ ਪੀੜ੍ਹੀ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਘਰ ਵਿਚਲੇ ਕਿਸੇ ਮੈਂਬਰ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕ ਜਾਂ ਸਰੀਰਕ ਸਮੱਸਿਆ ਦਾ ਪਤਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਜਦੋਂ ਕਿ ਇਹ ਪਤਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਕ੍ਰਿਕਟਰ ਨੇ ਸਰਜਰੀ ਕਿੱਥੋਂ ਕਰਵਾਈ ਹੈ। ਪਰ ਜੇਕਰ ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਸੁਚੱਜੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਪਰਿਵਾਰਕ ਮੈਂਬਰ ਜਾਂ ਰਿਸ਼ਤੇਦਾਰ ਜੋ ਦੂਰ-ਦੁਰਾਡੇ ਰਹਿੰਦੇ ਹੋਣ, ਉਹਨਾਂ ਨਾਲ ਸੰਜੀਦਾ ਸਾਂਝ ਵੀ ਪਾ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਸੋ ਮੁੱਕਦੀ ਗੱਲ ਕਿ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਨੇ ਪੂਰੇ ਵਿਸ਼ਵ ਨਾਲ ਸਾਂਝ ਤਾਂ ਬਣਾਈ ਹੈ ਪਰ ਬਹੁਤ ਹੱਦ ਤੱਕ ਘਰੇਲੂ ਸਾਂਝ ਨੂੰ ਖੋਰਾ ਲਾਇਆ ਹੈ। ਹੁਣ ਫੇਸ-ਟੂ-ਫੇਸ ਦੀ ਥਾਂ ਫੇਸ-ਬੁੱਕ ਨੇ ਲੈ ਲਈ ਹੈ। ਤਿੰਨ੍ਹਣਾਂ/ਮੇਲਿਆਂ/ਦਰਵਾਜ਼ਿਆਂ/ਸੱਥਾਂ/ਫਿਰਨੀਆਂ ‘ਤੇ ਮਿਲਣ ਦੀ ਥਾਂ ਲੋਕ ਅੱਜ-ਕੱਲ੍ਹ ਵਟਸਅੱਪ, ਫੇਸਬੁੱਕ, ਟਵੀਟਰ ਅਤੇ ਇੰਸਟਾਗਰਾਮ ‘ਤੇ ਮਿਲਦੇ ਹਨ।

ਤਕਨੀਕੀ ਕ੍ਰਾਂਤੀ ਨੇ ਆਪਣੇ ਮੁੱਢਲੇ ਪੜਾਅ ‘ਤੇ ਗੀਤ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅਜਿਹਾ ਲਪੇਟਾ ਮਾਰਿਆ ਕਿ ਇਹ ਅੱਜ ਤੱਕ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਮੰਡੀ ਵਿੱਚੋਂ ਬਾਹਰ ਨਾ ਆ ਸਕਿਆ। ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਗਾਇਕੀ ਨੂੰ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਦੇ ਤਹਿਤ ਰੱਖ ਕੇ ਦੇਖਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਸਾਨੂੰ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਉੱਪਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੇ ਕਈ ਰੂਪ ਅਤੇ ਵੰਨਗੀਆਂ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਮਿਲਦੀਆਂ ਹਨ। ਸੋ ਇਹਨਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰਕੇ ਇਹਨਾਂ ਦਾ ਨਿਖੇੜਾ ਕਰਨਾ ਵੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

1. ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਭਾਵ ਯੂ-ਟਿਊਬ/ਫੇਸਬੁੱਕ ਉੱਪਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਇੱਕ ਵੱਡੀ ਵੰਨਗੀ ਰਿਕਾਰਡ ਅਤੇ ਫਿਲਮਾਏ ਗਏ ਉਹਨਾਂ ਗੀਤਾਂ ਦੀ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਮਿਲਦੀ ਹੈ, ਜਿਸਦੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਅਤੇ ਫਿਲਮਾਂਕਣ, ਆਧੁਨਿਕ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਦੇ ਨਾਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
2. ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਉੱਪਰ ਪਾਈ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਦੂਜੀ ਕਿਸਮ ਉਹਨਾਂ ਗੀਤਾਂ ਦੀ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਗਾਇਕ ਵੱਲੋਂ ਕਿਸੇ ਅਖਾੜੇ/ਵਿਆਹ/ਮੇਲੇ/ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਮਾਗਮ ਜਾਂ ਲਾਈਵ ਫੇਸਬੁੱਕ ਲਈ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਕੇ, ਉਸਦੀ ਵੀਡੀਓ ਕਲਿੱਪ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਉੱਪਰ ਪਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
3. ਤੀਜੀ ਵੰਨਗੀ ਇਸ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਵੀਡੀਓ ਦੀ ਹੈ ਜੋ ਗਾਇਕੀ ਦੇ ਅਜਿਹੇ ਗਰੁੱਪ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿਚਲੇ ਗਵੱਈਏ, ਗਾਇਕ ਦੇ ਤੌਰ ‘ਤੇ ਅਜੇ ਨਹੀਂ ਸਥਾਪਿਤ ਹੋਏ ਹੁੰਦੇ,

ਪਰ ਉਹਨਾਂ ਵੱਲੋਂ ਗਾਇਆ ਗੀਤ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੇ ਨਾਂ ਹੇਠ ਸਾਂਝਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਵੀ ਅੱਗੋਂ ਕਈ ਵੰਨਗੀਆਂ ਮਿਲਦੀਆਂ ਹਨ ਮਸਲਨ, ਇੱਕ ਉਹ ਗਵੱਈਏ ਹਨ ਜੋ ਕਿਸੇ ਗਾਇਕ ਦੁਆਰਾ ਗਾਏ ਗੀਤ ਦਾ ਜਵਾਬ ਵੀ ਉਸੇ ਗੀਤ ਦੀ ਤਰਜ਼ 'ਤੇ ਦਿੰਦੇ ਹਨ, ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ ਸੁਨੰਦਾ ਸਰਮਾ ਦਾ 'ਪਟਾਕੇ' ਗੀਤ ਦੇ ਕਈ ਜਵਾਬੀ ਗੀਤ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ 'ਤੇ ਦੇਖੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਜਵਾਬ ਸਾਰਥਕ ਘੱਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂਕਿ ਬਹੁਤੀ ਵਾਰ ਉਸ ਗੀਤ ਦੀ ਤਰਜ਼ 'ਤੇ ਪੁੱਠੇ ਅਤੇ ਕੱਚ-ਘਰੜ ਗੀਤਾਂ ਦਾ ਰੂਪ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

4. ਚੌਥੀ ਵੰਨਗੀ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਉੱਪਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਜੋ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਉਹ ਹੈ ਪੰਜਾਬੀ ਲੋਕ ਗੀਤਾਂ ਦੇ ਨਮੂਨਿਆਂ ਦੀ ਜੋ ਕਿਤੇ ਮੇਲੇ ਵਿਆਹਾਂ ਜਾਂ ਸੱਥਾਂ ਵਿੱਚ ਜਿਥੋਂ ਵੀ ਲੋਕ ਸੰਗੀਤ ਦੇ ਪ੍ਰੇਮੀਆਂ ਨੂੰ ਮਿਲਦੀ ਹੈ, ਉਹ ਇਸਦੀ ਵੀਡੀਓ ਬਣਾ ਕੇ ਉਸਨੂੰ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਉੱਪਰ ਸਾਂਝਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਸਬੰਧ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀਆਂ ਵੰਨਗੀਆਂ ਅਤੇ ਪਰੰਪਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਾਂਭਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਦੇ ਹਿੱਤ ਨਾਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

5. ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ 'ਤੇ ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਯੂ-ਟਿਊਬ 'ਤੇ ਇੱਕ ਵੰਨਗੀ ਉਹਨਾਂ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਏ ਪੁਰਾਣੇ ਪੰਜਾਬੀ ਗੀਤਾਂ ਦੀ ਵੀ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਜੋ ਪੰਜਾਬੀ ਦੀ ਮੁੱਢਲੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਸਮੇਂ ਤਵਿਆਂ/ਕੈਸਿਟਾਂ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਈ। ਪਰ ਅੱਜ ਨਾਂ ਤਾਂ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਗਾਉਣ ਵਾਲੇ ਬਹੁਤੇ ਗਾਇਕ ਮੌਜੂਦ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਇਸ ਗਾਇਕੀ ਦੇ ਨਮੂਨੇ ਜੋ ਤਵੇ/ਕੈਸਿਟਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਭਰੇ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਤੱਕ ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਹੋਣੀ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਸੋ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਸੰਗੀਤ ਪ੍ਰੇਮੀਆਂ ਕੋਲ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਇਸ ਵੰਨਗੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਰਿਕਾਰਡ ਤਵੇ/ਕੈਸਿਟਾਂ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਨਕਲੀ ਉਤਾਰਾ ਕਰਕੇ ਉਸ ਗਾਇਕੀ ਨੂੰ ਯੂ-ਟਿਊਬ 'ਤੇ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਦਾ ਰੁਝਾਨ ਵੀ ਪਿਛਲੇ ਕੁਝ ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਮਿਲਿਆ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਇੱਕ ਸਾਰਥਕ ਉਪਰਾਲਾ ਹੈ। ਇਸ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਜਸਪਾਲ ਸਿੰਘ ਕੁੱਥਾਖੇੜੀ ਰਾਜਪੁਰਾ, ਮੋਹਿੰਦਰਜੀਤ ਸਿੰਘ ਜੱਸਲ, ਗੁਰਵਿੰਦਰ ਬਾਘਾਪੁਰਾਣਾ ਦਾ ਨਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਉਪਰੋਕਤ ਗਾਇਕੀ ਦੇ ਰੂਪਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਸਾਡੇ ਖੋਜ-ਪੇਪਰ ਦਾ ਸਿੱਧਾ ਸਬੰਧ ਇਸਦੀ ਪਹਿਲੀ ਕਿਸਮ ਭਾਵ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ 'ਤੇ ਉਪਲੱਬਧ ਅਜੋਕੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਅਤੇ ਫਿਲਮਾਈ ਗਈ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਉਸ ਵੰਨਗੀ ਨਾਲ ਹੈ ਜੋ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਤਿਆਰ ਕਿਸੇ ਗਾਇਕ ਦੀ ਮਾਰਕਿਟ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੀ ਐਲਬਮ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਗਾਇਕੀ ਪੂਰਨ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਵਸਤ ਵਾਂਗ ਖਰੀਦ ਅਤੇ ਵੇਚ ਦੇ ਅੰਤਰਗਤ ਮੰਗ-ਪੂਰਤੀ ਸਿਧਾਂਤ ਤੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੈ। ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਇਸ ਕਿਸਮ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਪਹਿਲਾ ਨੁਕਤਾ ਇਹ ਬਣਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਅੰਤਰਗਤ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਨੇ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਉੱਪਰ ਕੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਇਆ? ਦੂਜਾ ਇਹ ਕਿ ਗੀਤ ਸਾਹਿਤ ਦਾ ਰੂਪਾਕਾਰ ਹੋਣ ਕਾਰਨ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ 'ਤੇ ਇਹ ਕਿਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੂਚਨਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਉਪਰੋਕਤ ਨੁਕਤਿਆਂ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਈ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦਿਆਂ ਹੀ ਇਸ ਖੋਜ-ਪੇਪਰ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਉਲੀਕੀ ਗਈ ਹੈ।

(ੳ) ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਦਾ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਉੱਪਰ ਪ੍ਰਭਾਵ

1. ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਦਾ ਸਮਕਾਲੀ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡਾ ਫਰਕ ਜੋ ਹਰ ਆਮ ਬੰਦੇ ਨੂੰ ਵੀ ਦੇਖਣ/ਸੁਣਨ ਦੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਉਹ ਹੈ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਦੀ ਸ਼ਬਦਾਵਲੀ ਦੀ ਲਗਾਤਾਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗੀਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਗੀਤਾਂ ਦੇ ਵੀਡੀਓ ਫਿਲਮਾਂਕਣ ਸਮੇਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ। ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਏ ਨੇ ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਕਾਰੀ ਢੰਗ ਹੀ ਪੰਜਾਬੀ ਗੀਤਾਂ ਨੂੰ ਮੰਨਿਆ ਹੈ। ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਸਾਈਟਜ਼ ਬਾਰੇ ਮੁੱਢ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਵੀ ਪਤਾ ਨਹੀਂ ਸੀ। ਪੰਜਾਬੀ ਗੀਤਾਂ ਵਿੱਚ ਜਦ ਇਹਨਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਕਰ ਹੋਇਆ ਤਾਂ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਸਬੰਧੀ ਮੁੱਢਲੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਨਾਮ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਕਾਰਜੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਬਾਰੇ ਪਤਾ ਚੱਲਿਆ। ਭਾਵੇਂ ਪੰਜਾਬੀ ਗੀਤ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਗੱਲ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ 'ਔਰਕੁੱਟ ਉਤੇ ਸਾਨੂੰ ਭੇਜੇ ਸਕਰੈਪ ਨੀ... (ਪ੍ਰੀਤ ਬਰਾੜ) ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਈ ਸੀ ਪਰ ਅੱਜ 'ਰਾਤੀਂ ਤੇਰੀ ਫੋਟੋ ਵੇਖੀ ਫੇਸਬੁੱਕ (ਕਮਲ ਹੀਰ) 'ਤੇ ਹੁੰਦੀ ਹੋਈ ਸਨੈਪਚੈਟ (ਜੱਸੀ ਗਿੱਲ) ਦੀਆਂ ਸਟੋਰੀਆਂ ਤੱਕ ਆਣ ਪੁੱਜੀ ਹੈ। ਹੋਰ ਤਾਂ ਹੋਰ ਅੱਜ-ਕੱਲ੍ਹ ਗੀਤਾਂ ਵਿੱਚਲਾ ਨਾਇਕ ਪਿਆਰ-ਤਨਾਅ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਨਾਇਕਾ ਵੱਲੋਂ ਭੇਜੇ ਖੜਾਂ/ਫੋਟੋਆਂ/ਸੋਗਾਤਾਂ ਨੂੰ ਪਾੜਦਾ/ਸਾੜਦਾ/ਰੋੜਦਾ/ਸਿੱਟਦਾ ਨਹੀਂ ਸਗੋਂ ਆਪਣੀ ਨਾਇਕਾ ਦੀਆਂ ਫੋਟੋਆਂ ਅਤੇ ਈ-ਮੇਲਾਂ ਨੂੰ ਡਲੀਟ ਕਰਦਾ ਹੈ ਉਹ ਆਪਣੀ ਮਹਿਬੂਬਾ ਜਾਂ ਜੀਵਨਸਾਥੀ ਨੂੰ ਲੱਭਦਾ ਵੀ

ਫੇਸਬੁੱਕ/ਵਟਸਅੱਪ/ਟਵੀਟਰ/ ਸ਼ਾਦੀ-ਡੌਟ-ਕਾਮ ਦੇ ਸਹਾਰੇ ਨਾਲ ਹੈ, ਉਸ ਨਾਲ ਗੱਲਾਂ-ਬਾਤਾਂ ਭਾਵ ਦਿਨ ਭਰ ਚੈਟਿੰਗ ਕਰਕੇ ਪਿਆਰ ਦੀਆਂ ਪੀਘਾਂ ਵੀ ਇਹਨਾਂ ਸਾਈਟਾਂ ਦੇ ਸਹਾਰੇ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅੰਤ ਜਦ ਉਸਦਾ ਰਿਸ਼ਤਾ ਟੁੱਟਣ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਤੇ ਆਣ ਪੁੱਜਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਗੀਤ ਵਿੱਚਲੀ ਨਾਇਕਾ ਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ 'ਤੇ ਬਲੌਕ ਕਰਕੇ ਰਿਸ਼ਤੇ ਤੋੜਦਾ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਮਸਲਨ ...ਤੇਰੀ ਕੱਲੀ-ਕੱਲੀ ਫੋਟੋ 'ਤੇ ਡਲੀਟ ਮਾਰਿਆ (ਦਿਲਜੀਤ) ਜਾਂ ਫਿਰ ਮੈਥੋਂ ਈ-ਮੇਲਾਂ ਤੇਰੀਆਂ ਡਲੀਟ ਹੋ ਗਈਆਂ (ਕਮਲ ਹੀਰ)। ਸੋ ਇਹ ਸੋਸ਼ਲ-ਮੀਡੀਏ ਦਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਅਜਿਹਾ ਅਤਿ-ਆਧੁਨਿਕ ਪਿਆਰ ਕੋਰਸ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਮਿਆਦ ਭਾਵੇਂ ਚਿਰ-ਸਥਾਈ ਨਹੀਂ ਪਰ ਗੀਤਾਂ ਵਿੱਚ ਇਹ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਰੋਸਿਆ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ ਕਿ ਸਕੂਲਾਂ/ਕਾਲਜਾਂ/ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀਆਂ ਵਿੱਚ ਪੜ੍ਹ ਰਿਹਾ ਹਰੇਕ ਨੌਜਵਾਨ ਇਸਦਾ ਸ਼ਿਕਾਰ ਹੋ ਰਿਹਾ। ਉਸਦਾ ਮੁੱਢਲਾ ਕਾਰਜ ਪੜ੍ਹਾਈ ਗੌਣ ਦਰਜੇ 'ਤੇ ਚਲਿਆ ਗਿਆ ਅਤੇ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ 'ਤੇ ਚੈਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਸਮਾਂ ਗੁਜ਼ਾਰਨਾ ਮੁੱਢਲੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ।

2. ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਜਿਵੇਂ ਫੇਸਬੁੱਕ/ਟਵੀਟਰ/ਇੰਸਟਾਗਰਾਮ ਅਤੇ ਯੂ-ਟਿਊਬ ਉੱਪਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਆਪਣੇ ਗੀਤ ਦੇ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਣ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਵੀਡੀਓ-ਫਿਲਮਾਂਕਣ ਤੱਕ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਪੈਰ-ਪੈਰ ਦੀਆਂ ਝਲਕੀਆਂ ਗਾਇਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਸਮੇਂ-ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਸਾਂਝੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਣ ਦਾ ਰੁਝਾਨ ਵੀ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਪਹਿਲੇ-ਪਹਿਲ ਗਾਇਕ ਆਪ ਖੁਦ ਅਖਾੜਿਆਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਦੌਰਾਨ ਆਪਣੇ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਤਵੇ/ਕੈਸਿਟ/ਐਲਬਮ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਏ ਗੀਤ ਦੀ ਮਸ਼ਹੂਰੀ ਕਰਦੇ ਸਨ ਜਾਂ ਫਿਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗੀਤਾਂ ਦੀਆਂ ਪੁਸਤਕਾਂ ਜਾਂ ਮੈਗਜ਼ੀਨਾਂ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਇਸ ਸਬੰਧੀ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦਿੰਦੇ ਜਾਂਦੇ ਸਨ। ਫਿਰ ਟੈਲੀਵੀਜ਼ਨ ਆਉਣ ਨਾਲ ਇਹ ਕੰਮ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਦੀਆਂ ਮਸ਼ਹੂਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕੀਤਾ ਜਾਣ ਲੱਗਾ। ਹੁਣ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਬਦੌਲਤ ਗਾਇਕਾਂ ਦੇ ਆਪਣੇ ਬਲਾਗ/ਪੇਜ ਬਣੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਫੇਸਬੁੱਕ ਉੱਪਰ ਇਹ ਗਾਇਕ ਆਪਣੇ ਲਾਈਵ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਦੀਆਂ ਝਲਕੀਆਂ ਅਤੇ ਆਉਣ ਵਾਲੀ ਐਲਬਮ ਜਾਂ ਟਰੈਕ ਸਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਵੀ ਦਿੰਦੇ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਸੋ ਇਹ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਲਈ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦਾ ਕਾਰਜ ਕਰਦੀਆਂ ਵੀ ਵੇਖੀਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।

3. ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਜਿੱਥੇ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਲਈ ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਸਾਰ ਦਾ ਮਾਧਿਅਮ ਹਨ ਉਥੇ ਨਾਲ ਹੀ ਇਹ ਵੇਖਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਲਈ ਅਜਿਹਾ ਮੰਚ ਵੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਰਹੀਆਂ ਹਨ, ਜਿੱਥੇ ਉਹ ਉਸ ਗੀਤ ਜਾਂ ਗਾਇਕੀ ਬਾਰੇ ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਟਿੱਪਣੀ ਰੂਪ (comment) ਵਿੱਚ ਵੀ ਜ਼ਾਹਿਰ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸਦੇ ਨਾਲ ਹੀ ਉਸ ਗੀਤ ਨੂੰ ਪਸੰਦ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਵੇਖਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਇਕ ਅੰਕੜਾ ਜਾਣਕਾਰੀ ਵੀ ਇਹਨਾਂ ਸਾਈਟਜ਼ ਤੋਂ ਮਿਲਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਦਰਸ਼ਕੀ ਹੁੰਘਾਰਾ ਸਜਿੰਦ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਸੀ। ਹੁਣ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਉੱਪਰ ਅੰਕੜਾ ਜਾਣਕਾਰੀ/ਟਿੱਪਣੀ ਜਾਂ ਪਸੰਦ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਜਾਂ ਮਾਤਰਾ ਕਿੰਨੀ ਕੁ ਖਰੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿੰਨੀ ਕੁ ਜਾਅਲੀ ਇਹ ਇੱਕ ਵੱਖਰੀ ਬਹਿਸ ਦਾ ਮੁੱਦਾ ਹੈ।

4. ਇਸ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਹੋਰ ਗੌਰ ਕਰਨਯੋਗ ਨੁਕਤਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਨਵੇਂ ਬਣਨ ਜਾ ਰਹੇ ਗਾਇਕਾਂ ਲਈ ਟੈਸਟਿੰਗ ਲੈਬ ਦਾ ਕੰਮ ਵੀ ਕਰ ਰਹੀਆਂ ਹਨ, ਜਿੱਥੇ ਕੋਈ ਗਾਇਕ ਆਪਣਾ ਸਿੰਗਲ ਟਰੈਕ ਪਾ ਕੇ ਆਪਣੇ ਦਰਸ਼ਕਾਂ/ਵੇਖਣ ਵਾਲਿਆਂ/ ਪਸੰਦ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਜਾਂ ਪ੍ਰਸ਼ੰਸਕਾਂ ਤੋਂ ਹੁੰਘਾਰਾ ਲੈ ਕੇ ਹੀ ਇਸ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਕਿਸਮਤ ਅਜ਼ਮਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸਮਕਾਲੀ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹੇ ਕਈ ਗਾਇਕਾਂ ਦੀਆਂ ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਸੋਸ਼ਲ ਨੈਟਵਰਕਿੰਗ ਦੀ ਇਸ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਜ਼ਰੀਏ ਆਪਣਾ ਕੈਰੀਅਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਕੇ ਸੁਹਰਤ ਖੱਟੀ ਹੈ। ਮਸਲਨ ਸ਼ੈਰੀ ਮਾਨ, ਰਣਜੀਤ ਬਾਵਾ, ਜੱਸੀ ਗਿੱਲ, ਬੱਬਲ ਰਾਏ, ਮਨਕੀਰਤ ਔਲਖ, ਸੱਜਣ ਅਦੀਬ ਆਦਿ ਕਈ ਗਾਇਕਾਂ ਨੇ ਇਸੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਤਹਿਤ ਗਾਇਕੀ ਵਿੱਚ ਕਦਮ ਧਰਿਆ। ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ ਗਾਇਕ ਲਈ ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਸੀ ਕਿ ਉਸਨੇ ਉਸਤਾਦ ਧਾਰਨ ਕੀਤਾ ਹੋਵੇ ਪਰ ਅੱਜ ਗਾਇਕ ਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲਾਜ਼ਮੀ ਯੂ-ਟਿਊਬ ਅਤੇ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ 'ਤੇ ਹੋਣਾ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

5. ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਸ਼ੰਸਕਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਅਤੇ ਗੀਤ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਦੇਖਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਹੀ ਗਾਇਕ ਦੀ ਸੁਹਰਤ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਪਹਿਲੇ ਗਾਇਕ ਨਿਰੋਲ ਗਾਇਕੀ ਦੇ ਬਲ 'ਤੇ ਸੁਹਰਤ ਕਮਾਉਂਦੇ ਸਨ।

6. ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਅਤੇ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਗੀਤ ਦੇ ਵੀਡੀਓ-ਫਿਲਮਾਂਕਣ 'ਤੇ ਵੀ ਪਿਆ ਹੈ। ਗੀਤ ਜੋ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ ਕੰਨ ਰਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਸੀ, ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਖਾਸ ਕਰ ਯੂ-ਟਿਊਬ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਥੱਲੇ ਉਹ ਨਿਰੋਲ ਦੇਖਣਯੋਗ ਕਲਾ ਬਣ ਗਿਆ। ਜਿਸ ਕਾਰਨ ਗੀਤ ਦਾ ਅੰਤਮ ਕਾਰਜ ਹੁਣ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਨਾ ਰਹਿ ਕੇ ਗੀਤ ਦਾ ਫਿਲਮਾਂਕਣ ਮੰਨਿਆ ਜਾਣ ਲੱਗਾ ਹੈ। ਇਸਦੇ ਤਹਿਤ ਅੱਜ ਯੂ-ਟਿਊਬ 'ਤੇ ਜਦ ਵੀ ਕੋਈ ਨਵਾਂ ਗਾਇਕ ਆਪਣਾ ਮੁੱਢਲਾ ਟਰੈਕ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਪਹਿਲਾਂ ਆਪਣੇ ਗੀਤ ਦੀ ਤਸਵੀਰਾਂ ਵਾਲੀ ਵੀਡੀਓ ਬਣਾ ਕੇ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਫਿਰ ਜਦੋਂ ਉਸਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ 'ਤੇ ਲੋਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਚੰਗਾ ਹੁੰਘਾਰਾ ਮਿਲਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਫਿਰ ਉਸ ਗੀਤ ਦੀ ਬਕਾਇਦਾ ਵੀਡੀਓ ਬਣਾ ਕੇ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸੋ ਅੱਜ-ਕੱਲ੍ਹ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਹੀ ਕਿਸੇ ਗਾਇਕ ਦੇ ਮੁੱਢਲੇ ਟਰੈਕ ਦੀ ਵੀਡੀਓ ਬਣਾਉਣ ਬਾਰੇ ਗਾਇਕ ਨੂੰ ਹੁੰਘਾਰਾ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ।

7. ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਉੱਪਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕਾਂ ਅਤੇ ਕਈ ਸੰਗੀਤ ਪ੍ਰੇਮੀਆਂ ਵੱਲੋਂ ਕਈ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਬਲਾਗ ਅਤੇ ਪੇਜ ਚਲਾਏ ਜਾ ਰਹੇ ਹਨ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਉੱਪਰ ਜਿੱਥੇ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਗੀਤਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਉਥੇ ਨਾਲ ਹੀ ਇਹਨਾਂ ਉੱਪਰ ਗਾਇਕੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਟਿੱਪਣੀ ਜਾਂ ਵਿਚਾਰ ਵੀ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਜਿਸ ਨਾਲ ਸਮਕਾਲੀ ਗਾਇਕੀ ਦਾ ਲੇਖਾ-ਜੋਖਾ ਹੁੰਦਾ ਵੀ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

(ਅ) ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਮਾਧਿਅਮ ਵਜੋਂ ਗੀਤ ਰੂਪ ਦੀ ਸਥਿਤੀ

ਸਾਹਿਤ ਦਾ ਕੰਮ ਵੀ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕੰਮ ਸਾਹਿਤ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਧਿਅਮਾਂ (ਰੂਪ/ਰੂਪਾਕਾਰਾਂ) ਰਾਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਮਾਧਿਅਮ ਦੀਆਂ ਕਈ ਸੰਚਾਰ-ਜੁਗਤਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ ਉਸ ਮਾਧਿਅਮ ਦੇ ਵਿਸ਼ੇ ਨੂੰ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਗੀਤ, ਜਿਸਦਾ ਅਸਲ ਕਾਰਜ ਹੀ ਗੀਤਕਾਰ ਦੇ ਸੰਦੇਸ਼ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਗੀਤਕਾਰ ਆਪਣੇ ਵਿਸ਼ੇ ਨੂੰ ਗੀਤ ਦੇ ਕੁਝ ਬੰਦਾਂ ਵਿੱਚ ਢਾਲ ਕੇ ਸਥਾਈ ਅਤੇ ਅੰਤਰੇ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਆਪਣੀ ਗੱਲ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪਹਿਲੇ-ਪਹਿਲ ਇਹ ਸੰਚਾਰ ਸਾਹਿਤ ਦੇ ਬਾਕੀ ਰੂਪਾਕਾਰਾਂ ਵਾਂਗ ਇਕਹਿਰਾ ਸੀ। ਪਰ ਆਧੁਨਿਕ ਸਮੇਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਦਿਆਂ ਇਹ ਸੰਚਾਰ ਮਾਡਲ ਤਕਨੀਕੀ ਜੁਗਤਾਂ ਦੇ ਘੇਰੇ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹਾ ਆਇਆ ਕਿ ਇਹ ਇੱਕ ਅਜਿਹੀ ਮਿਸ਼ਰਤ ਕਲਾ ਬਣਿਆ ਜਿਸਨੂੰ ਸਮਝਣਾ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਹੋ ਗਿਆ। ਕਿਉਂਕਿ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਏ ਗੀਤ ਦਾ ਸਬੰਧ ਜਿੱਥੇ ਸ਼ਾਬਦਿਕ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਸਾਹਿਤਕ ਆਲੋਚਨਾ ਨਾਲ ਜੁੜਦਾ ਹੈ, ਉਥੇ ਨਾਲ ਹੀ ਗਾਉਣਯੋਗਤਾ ਕਾਰਨ ਇਸਦਾ ਸਬੰਧ ਇਕੋ ਸਮੇਂ ਸੰਗੀਤ ਨਾਲ ਵੀ ਜੁੜਦਾ ਹੈ। ਸੰਗੀਤ ਦਾ ਸਬੰਧ ਸਾਜ਼ਾਂ ਨਾਲ ਹੈ ਅਤੇ ਸਾਜ਼ ਗੀਤ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸੰਗੀਤਬੱਧ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਇਹ ਇੱਕ ਵੱਖਰਾ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਹੈ। ਫਿਰ ਇਹੀ ਗੀਤ ਰਿਕਾਰਡਿਡ ਅਤੇ ਫਿਲਮਾਂਕਣ ਤਕਨੀਕਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਦੀ ਲੰਘਦਾ ਹੋਇਆ ਮੀਡੀਆ ਨਾਲ ਜਾ ਜੁੜਦਾ ਹੈ। ਮੀਡੀਆ ਵਿੱਚ ਮੰਡੀ ਆਪਣੀ ਮੰਗ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਨਾਲ ਇਸਨੂੰ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਵਸਤ ਵਾਂਗ ਆਰਥਿਕਤਾ ਨਾਲ ਜੋੜਦੀ ਹੈ। ਸੋ ਮੁੱਕਦੀ ਗੱਲ ਇਹ ਕਿ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਏ ਗੀਤ ਦਾ ਸਬੰਧ ਇੱਕੋ ਸਮੇਂ ਸਾਹਿਤ, ਸੰਗੀਤ, ਕਲਾ, ਸਾਜ਼, ਮੀਡੀਆ, ਅਰਥ-ਸ਼ਾਸਤਰ, ਸਮਾਜ-ਸ਼ਾਸਤਰ, ਮਨੋਵਿਗਿਆਨ, ਧਰਮ, ਨੈਤਿਕਤਾ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰ ਨਾਲ ਜੁੜਨ ਕਰਕੇ, ਇਸਦੀ ਆਲੋਚਨਾ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਸਨੂੰ ਉਪਰੋਕਤ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨਾਂ ਦੇ ਤਹਿਤ ਸਮੇਂ-ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਿਧਾਂਤਾਂ/ਪ੍ਰਸਥਿਤੀਆਂ ਦੇ ਤਹਿਤ ਰੱਖ ਕੇ ਹੀ ਸਮਝਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਉੱਪਰ ਲਗਾਤਾਰ ਪਾਈ ਜਾ ਰਹੀ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਵਿੱਚ ਜਿੱਥੇ ਇੱਕ ਪਾਸੇ ਇਹਨਾਂ ਸਾਈਟਾਂ ਦੀ ਭਾਸ਼ਾ, ਸ਼ਬਦਾਵਲੀ ਜਾਂ ਲੋਗੋ ਦਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ ਉਥੇ ਇਹ ਬ੍ਰਾਂਡਿਡ ਚੀਜ਼ਾਂ, ਵਸਤਾਂ, ਗੱਡੀਆਂ, ਮਹਿੰਗੇ ਕੱਪੜਿਆਂ, ਮੈਕਡਾਵਨਲਡ, ਪੀਜ਼ਾ ਹੱਟ ਆਦਿ ਲਈ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਾਰਜ ਵੀ ਕਰਦੀ ਦੇਖੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਅੱਜ ਕੋਈ ਵੀ ਅਜਿਹਾ ਗੀਤ ਨਹੀਂ ਜੋ ਉਪਰੋਕਤ ਬਰਾਂਡਾਂ ਜਾਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਜ਼ਿਕਰ ਜਾਂ ਫਿਲਮਾਂਕਣ ਤੋਂ ਸੱਖਣਾ ਹੋਵੇ। ਗੀਤਾਂ ਵਿੱਚਲਾ ਨਾਇਕ ਜਾਂ ਨਾਇਕਾ ਆਪਣੇ ਕਲਾ ਅਤੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਮਾਧਿਅਮ ਨਾਲ ਸਧਾਰਨ ਮਨੁੱਖ ਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਪ੍ਰਤੀ ਅਜਿਹੀ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਇਹੀ ਫੈਸ਼ਨ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਸਨੂੰ ਹਰੇਕ ਦੇਖਣ ਵਾਲਾ ਵਰਤਣਾ ਜਾਂ ਖਰੀਦਣਾ ਲੋਚਦਾ ਹੈ। ਇਕੋ ਹੀ ਪਲ ਉਹੀ ਦਰਸ਼ਕ ਕਦ ਉਪਭੋਗੀ ਬਣ ਜਾਂਦਾ, ਉਸਨੂੰ ਖੁਦ ਵੀ ਪਤਾ ਨਹੀਂ ਚੱਲਦਾ। ਫਿਰ ਉਸ ਉਪਭੋਗੀ ਦੀ ਇੱਕ ਕਲਿੱਕ ਉਤੇ ਆਨਲਾਈਨ ਬਾਜ਼ਾਰ ਆਪਣਾ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਆਨਲਾਈਨ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵੀ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦਾ ਇੱਕ ਰੂਪ ਹੈ। ਅੱਜ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦਾ ਰੂਪ ਉਹ ਨਹੀਂ ਰਿਹਾ ਕਿ ਸਾਨੂੰ ਚੀਜ਼ਾਂ

ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਘਰ ਤੋਂ ਬਾਜ਼ਾਰ ਜਾਣਾ ਪਵੇਗਾ ਸਗੋਂ ਆਨਲਾਈਨ ਸ਼ਾਪਿੰਗ ਕਾਰਨ ਬਜ਼ਾਰ ਸਾਡੇ ਬੈਂਡਰੂਮਾਂ ਵਿੱਚ ਆ ਗਿਆ ਹੈ ਜਿਥੇ ਅਸੀਂ ਇਹਨਾਂ ਸਾਈਟਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਘਰ ਬੈਠੇ ਹੀ ਖਰੀਦੋ-ਫਰੋਖਤ ਕਰਨ ਲੱਗੇ ਹਾਂ। ਸੋ ਯੂ-ਟਿਊਬ ਉੱਤੇ ਗੀਤ ਵਿੱਚ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਸਾਧਾਰਨ ਵਰਤਾਰਾ ਜਾਪਦਾ ਹੈ ਪਰ ਇਸਦੀ ਸਾਂਝ ਕਿਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਆਨਲਾਈਨ ਬਾਜ਼ਾਰ ਨੂੰ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾ ਕੇ ਦੇ ਰਹੀ ਹੈ ਇਹ ਇੱਕ ਵੱਖਰੀ ਖੋਜ ਦਾ ਮੁੱਦਾ ਹੈ। ਇਥੇ ਇਸ ਨੁਕਤੇ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨ ਤੋਂ ਸਾਡਾ ਸਬੰਧ ਇਹ ਸੀ ਕਿ ਇੱਕ ਪਾਸੇ ਗੀਤਾਂ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਹੋ ਰਹੇ ਵਸਤ ਵਰਤਾਰੇ ਨਾਲ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਵੀ ਇਹ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਕਰਵਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਇਹੀ ਆਨਲਾਈਨ ਸ਼ਾਪਿੰਗ 'ਤੇ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵੀ ਕਰਵਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਉਪਰੋਕਤ ਵਿਚਾਰ ਚਰਚਾ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਅਸੀਂ ਇਹ ਕਹਿ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਆਮਦ ਨਾਲ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੋਈ ਹੈ। ਜਿਥੇ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਗਾਇਕ ਖੁਦ ਆਪਣੀ ਗੀਤਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਅਤੇ ਗਾਇਕੀ ਦਾ ਲੇਖਾ-ਜੋਖਾ ਕਰਵਾਉਣ ਦੇ ਸਮਰੱਥ ਹੋਇਆ ਹੈ, ਉਥੇ ਇਸ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਬਹੁਤੇ ਕੱਚ-ਘਰੜ ਗਾਇਕਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਵੀ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਗੀਤ ਦੇ ਬੋਲ ਅਤੇ ਫਿਲਮਾਂਕਣ ਦੇ ਜ਼ਰੀਏ ਇਹ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਜਿਥੇ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਾਰਜ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਉਥੇ ਨਾਲ ਹੀ ਆਨਲਾਈਨ ਮਾਰਕਿਟ ਦੇ ਜ਼ਰੀਏ ਉਹਨਾਂ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚ ਕੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਨੂੰ ਦੋਹਰਾ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾ ਕੇ ਦੇ ਰਹੀਆਂ ਹਨ। ਪਰ ਇਥੇ ਇਹ ਵੀ ਭੁੱਲਣਾ ਨਹੀਂ ਚਾਹੀਦਾ ਕਿ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਬਦੌਲਤ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਜਿਥੇ ਦੂਰ-ਦੁਰਾਡੇ ਪੂਰੇ ਵਿਸ਼ਵ ਵਿੱਚ ਫੈਲੀ ਹੈ ਉਥੇ ਨਾਲ ਹੀ ਇਸਨੂੰ ਡਿਜੀਟਲ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਯੂ-ਟਿਊਬ ਦੇ ਮਾਧਿਅਮ ਰਾਹੀਂ ਆਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਨਸਲਾਂ ਲਈ ਸਾਂਝੇ ਜਾਣ ਦਾ ਕਾਰਜ ਵੀ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਇਆ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਕਈ ਠੋਸ ਨਿਯਮ ਲਾਗੂ ਕਰਕੇ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਗੁੰਜਾਇਸ਼ ਹੈ। ਇਸ ਸਬੰਧੀ ਆਲੋਚਕਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਮੱਤ ਇਹ ਵੀ ਹੈ ਕਿ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਆਮਦ ਨਾਲ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਵਿੱਚ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ ਦੀ ਸ਼ਬਦਾਵਲੀ ਦਾ ਰਲਾਅ ਪੈਦਾ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਪਰ ਪੰਜਾਬੀ ਭਾਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਰਚਿਆ ਸਾਹਿਤ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਗਵਾਹ ਹੈ ਕਿ ਸਮੇਂ-ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਜਦੋਂ ਵੀ ਕਿਸੇ ਬਾਹਰੀ ਭਾਸ਼ਾ ਦਾ ਸ਼ਬਦ, ਪੰਜਾਬੀ ਲੋਕਾਂ ਨੇ ਵਿਹਾਰਕ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਅਪਣਾਇਆ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਵਿੱਚੋਂ ਓਪਰਾਪਣ ਖ਼ਤਮ ਹੋ ਗਿਆ, ਫਿਰ ਉਹ ਸ਼ਬਦ ਪੰਜਾਬੀ ਦਾ ਹੀ ਬਣ ਗਿਆ। ਅੱਜ ਉਸਦਾ ਨਿਖੇੜ ਕਰਨ ਲਈ ਵੱਡੇ-ਵੱਡੇ ਵਿਦਵਾਨਾਂ ਨੂੰ ਕੋਸ਼ਾਂ ਦਾ ਸਹਾਰਾ ਲੈਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਬੱਸ ਸ਼ਰਤ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸ਼ਬਦ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਵਿਹਾਰਕ ਪੱਧਰ ਦਾ ਅਟੁੱਟ ਹਿੱਸਾ ਰਿਹਾ ਹੋਵੇ। ਸੋ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਤਕਨੀਕੀ ਅਤੇ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ ਦੀ ਸ਼ਬਦਾਵਲੀ ਦਾ ਗੀਤਾਂ ਵਿੱਚ ਆਉਣਾ ਇਸੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਹੈ, ਜਿਸਨੂੰ ਖੁੱਲ-ਦਿਲੀ ਨਾਲ ਲੈਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸੋ ਇਹਨਾਂ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਦੀ ਬਦੌਲਤ ਬਿਨਾਂ ਸ਼ੱਕ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਹਾਣ ਦੀ ਹੋ ਕੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਹਾਣ ਦੀ ਹੋਈ ਹੈ। ਇਸ ਪੱਖ ਤੋਂ ਹੁਣ ਪਿੱਛੇ ਮੁੜਨ ਦੀ ਥਾਂ ਭਵਿੱਖ ਬਾਰੇ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਸੋਸ਼ਲ ਸਾਈਟਜ਼ ਉਪਰ ਪੰਜਾਬੀ ਗਾਇਕੀ ਦੀ ਭਰੋਸੇਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਤਾ ਸਬੰਧੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮਾਡਲ ਤਿਆਰ ਕਰਕੇ, ਇਸ ਪਾਸੇ ਆਲੋਚਕਾਂ ਅਤੇ ਵਿਦਵਾਨਾਂ ਨੂੰ ਗਾਇਕੀ ਦੇ ਖੇਤਰ ਵੱਲੋਂ ਸੰਕੀਰਨਤਾ ਤਿਆਗ ਕੇ ਨਿੱਠ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

ਹਵਾਲੇ ਅਤੇ ਟਿੱਪਣੀਆਂ

1. http://en.wikipedia.org/wiki/information_technology
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media