

# नवमाध्यमों एवं लोकविमर्श के अंतर्संबंधों का अध्ययन

डॉ. राखी तिवारी  
साकेत रमण

**सारांश :-** समय के साथ-साथ मनुष्य के सोचने एवं विचार करने की आदतें, उसका व्यवहार एवं विमर्श का दायरा भी बदलता जाता है। आज नव माध्यमों ने हमारी सोच के दायरे को बदला है साथ ही अभिव्यक्ति के तरीकों में भी परिवर्तन हुआ है। देश, काल और परिस्थिति की बातें अब बेमानी सी हो गई हैं; नवीन सूचनातंत्रों ने चर्चा, परिचर्चा और विमर्श के पुराने तरीके को बदल डाला है और लोक विमर्श को एक नया आयाम दिया है। परंपरागत मीडिया में जिन विचारों, सूचनाओं को आसानी से कवरेज नहीं मिल पाती थी उन्हें वेब माध्यमों ने आसान साधन उपलब्ध कराया है। साथ ही संचार एवं पत्रकारिता के क्षेत्र में सही मायनों में पब्लिक जर्नलिज्म के प्रवेश का मार्ग प्रशस्त किया है। इंटरनेट जनमाध्यमों को धीरे-धीरे जन की ओर अभिमुख करने का काम कर रहा है। संक्षेप में कहा जा सकता है कि नव माध्यम वर्तमान दौर में लोकसंवाद एवं विमर्श की प्रक्रिया को एक नई दिशा प्रदान कर रहे हैं। ऐसे में नवमाध्यम एवं लोकविमर्श के अंतर्संबंध एवं नीति, जनमत एवं राष्ट्र निर्माण में इस प्रकार के विमर्श की भूमिका के अवलोकन का प्रयास साक्षात्कार के माध्यम से किया गया है।

महत्वपूर्ण शब्द :- चर्चा-परिचर्चा, लोक विमर्श, नवमाध्यम, जनमत, राष्ट्र निर्माण, साक्षात्कार।

## प्रस्तावना

संवाद, चर्चा-परिचर्चा, विमर्श एवं नकारात्मक अर्थ में बहस मानवीय स्वभाव है। जन्म के साथ ही मानव जीवन में अंतःक्रिया का प्रारंभ हो जाता है। भारत में लौकिक विमर्श की संकल्पना वैदिक युग में ही विकसित हो चुकी थी। लौकिक विमर्श के पश्चिमी प्रतिरूप को एक सिद्धांत के रूप में विकसित करने का श्रेय जुरगेन हेबरमॉस को जाता है। पब्लिक स्फेयर की संकल्पना सर्वप्रथम 18 वीं सदी में समाज वैज्ञानिक मैक्सबेबर द्वारा की गई थी, जिसे 20 वीं सदी में फ्रेंकफर्ट स्कूल से जुड़े विद्वान जुरगेन हेबरमॉस ने 'द स्ट्रक्चरल ट्रांसफार्मेशन ऑफ पब्लिक स्फेयर (1962)' में परिभाषित करने का कार्य किया। समय के साथ-साथ मानव के सोचने एवं विचार करने की आदतें, उसका व्यवहार एवं विमर्श का दायरा भी बदलता जाता है। आज नवीन सूचना माध्यमों ने हमारी सोच के दायरे को बदला है साथ ही अभिव्यक्ति के तरीकों में भी परिवर्तन हुआ है। देश, काल और परिस्थिति की बातें अब बेमानी सी हो गई हैं। नवीन सूचनातंत्रों ने चर्चा, परिचर्चा और विमर्श के पुराने तरीके को बदल डाला है और लोकविमर्श को एक नया आयाम दिया है।

दैनिक भास्कर (20 फरवरी 2016) ने 'इंटरनेट एंड

मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया' की रिपोर्ट के हवाले से लिखा कि भारत में 21 प्रतिशत आबादी इंटरनेट का उपयोग कर रही है अर्थात् 40 करोड़ से ज्यादा इंटरनेट उपभोक्ता हैं। जून 2016 तक यह आंकड़ा 15 प्रतिशत बढ़कर 46 करोड़ होने का अनुमान है। रिपोर्ट के अनुसार इंटरनेट पर भारतीय भाषाओं में सामग्री बढ़ने से मौजूदा इंटरनेट बेस में 39 प्रतिशत की वृद्धि हो सकती है। देश में बढ़ते इंटरनेट उपभोक्ताओं को देखते हुए गूगल, फेसबुक जैसी कंपनियाँ भारतीय भाषाओं को फोकस कर रही हैं। भारतीय भाषाओं में सामग्री बढ़ने से एवं इंटरनेट पर हिन्दी को महत्व देने के कारण, भविष्य में इन नए मीडिया माध्यमों की लोकसंवाद एवं विमर्श में निश्चित रूप से भूमिका बढ़ने का अनुमान है। भारत सरकार भी नवमाध्यमों के विकास एवं प्रसार को लेकर कृत संकल्पित है और इसका प्रमाण है कि सरकार ने 2014-15 के बजट में ग्रामीण इलाकों में डिजिटल इंफ्रास्ट्रक्चर के विकास हेतु 500 करोड़ रुपये का प्रावधान किया था।

हॉसर के अनुसार (हॉसर, जी.1998)- पब्लिक स्फेयर चर्चा-परिचर्चा या विमर्श का वह स्थान है, जहाँ पर लोग अपने विचारों का आदान-प्रदान कर किसी विषय पर सर्वमान्य निर्णय

- विभागाध्यक्ष, पत्रकारिता विभाग, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल (म.प्र.)
- सहायक प्राध्यापक, पत्रकारिता एवं जनसंचार अध्ययनशाला, देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर (म.प्र.)

मीडिया मीमांसा

Media Mimansa

April 2016 - June 2016

लेते हैं। हालांकि हॉसर ने जनमाध्यमों को इसके लिए एक खतरा माना है। उनकी राय में जनमाध्यम जन को निष्क्रिय जनता के रूप में बदल रहे हैं और उपभोक्ता संस्कृति को बढ़ावा दे रहे हैं। परंतु हॉसर का यह दृष्टिकोण परंपरागत मीडिया के बारे में था न कि न्यू मीडिया के बारे में। अगर वर्तमान परिदृश्य को देखें तो लोकविमर्श में न्यू मीडिया वैश्विक स्तर पर महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। हालांकि भारत में ये नवीन सूचना माध्यम अभी अपने शैशवकाल में है परंतु कुछ उदाहरण यह दर्शाते हैं कि भारत का न्यू मीडिया भविष्य में आपसी संवाद के साथ-साथ लोकसंवाद एवं सार्वजनिक विमर्श को एक नई दिशा देने की ओर प्रवृत्त है।

फेसबुक पर दिल्ली गैंगरेप के मामले पर होनेवाले विमर्श पर सैकड़ों पेज और ग्रुप बने या फिर बनाए गए और इनसे लाखों की तादाद में देश के युवा जुड़े। दैनिक भास्कर के अभियान- देश को इस गुस्से का अंजाम चाहिए, से भी करीब 2.5 लाख लोग फेसबुक पर जुड़े। इस पहलू ने समूचे देश में दिल्ली गैंगरेप पर एक व्यापक विमर्श की शुरुआत की जिससे देश का प्रत्येक वर्ग इस मुद्दे से जल्दी ही जुड़ गया।

इन माध्यमों के उद्भव के बाद यह प्रश्न सबसे महत्वपूर्ण माना जाने लगा कि यह लोकतंत्र और सार्वजनिक विमर्श क्षेत्र के लिए सहायक होगा या फिर बाधक साबित होगा। हालांकि पब्लिक स्फेयर सिद्धांत के प्रतिपादक जुरगेन हेबरमॉस (1962, 92) की धारणा थी कि जनमाध्यम पब्लिक स्फेयर के रास्ते में बाधक बनेंगे क्योंकि मीडिया तंत्र हितसमूहों की शक्ति एवं आवश्यकता से संचालित होता है और हित समूह मास मैनिपुलेशन में मीडिया का जमकर प्रयोग करते हैं। गरहार्ड्स (1997) ने लिबरल पब्लिक सिद्धांत का प्रतिपादन किया। नोएली न्यूमैन एवं कोचर (1993) ने मीडिया निर्मित पब्लिक स्फेयर का सिद्धांत दिया। यह सिद्धांत मास मीडिया को पब्लिक स्फेयर के निर्माण के लिए एक अनिवार्य आवश्यकता मानता है।

हालांकि पब्लिक स्फेयर सिद्धांत का प्रतिपादन करने वाले हेबरमॉस एवं गरहार्ड्स, दोनों ने ही अपने सिद्धांत में न्यू मीडिया को फोकस नहीं किया है। वहीं अगर वर्तमान विश्व परिदृश्य को देखें तो हमें एक नये लोकविमर्श का परिदृश्य

दिखता है और वह है- न्यू मीडिया कृत लोकविमर्श का क्षेत्र (New media constructed Lok-Vimarsha Kshetra)।

परंपरागत मीडिया में जिन विचारों, सूचनाओं को आसानी से कवरेज नहीं मिल पाती थी उन्हें वेब माध्यमों ने कवरेज का आसान साधन उपलब्ध कराया है। साथ ही संचार एवं पत्रकारिता के क्षेत्र में सही मायनों में पब्लिक जर्नलिज्म के प्रवेश का मार्ग प्रशस्त किया है। कुलकर्णी सुधीन्द्र (2012)- लिखते हैं कि- 'बदलाव की एक नई बहार बह रही है जिसमें गांधीवादी विचारों एवं आदर्शों को प्रोत्साहित करने की पर्याप्त क्षमता है।' विशेष रूप से इंटरनेट जनमाध्यमों को धीरे-धीरे जन की ओर अभिमुख करने का काम कर रहा है। संक्षेप में कहा जा सकता है कि नव माध्यम वर्तमान दौर में लोक संवाद एवं विमर्श की प्रक्रिया को एक नई दिशा प्रदान कर रहे हैं।

### शोध उद्देश्य :

- स्वतंत्र लोकविमर्श एवं नवमाध्यमों के अंतर्संबंधों का अध्ययन।
- नवमाध्यमों पर होने वाले विमर्श के एजेंडे की प्रकृति का अध्ययन।
- नवमाध्यम पर होने वाले विमर्श की नीति, जनमत एवं राष्ट्र निर्माण में भूमिका का अध्ययन।

### शोध विधि : साक्षात्कार

साक्षात्कार एक गुणात्मक अनुसंधान प्रविधि है हालांकि यह एक शोध उपकरण भी है। सामान्य शब्दों में कहें तो साक्षात्कार दो लोगों के बीच किसी विषय पर एक सार्थक संवाद है। आध्यात्मिक संदर्भ में भी कई बार साक्षात्कार शब्द का प्रयोग सुना जाता है। अगर वर्तमान अनुसंधान की बात करें तो उसमें भी साक्षात्कार एक प्रकार का प्रत्यक्ष दर्शन या संवाद भी है। हालांकि संचार प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में हुए हालिया बदलाव के बाद साक्षात्कार के स्वरूप में भी परिवर्तन आया है। आज टेलीफोन से साक्षात्कार, मेल साक्षात्कार, वीडियो कान्फ्रेंसिंग, स्काईप जैसे उपकरणों का उपयोग साक्षात्कार में होने लगा है। कुल 12 उत्तरदाताओं से साक्षात्कार लिया गया जिनमें में प्रख्यात संपादक, मीडिया शिक्षक, ब्लॉगर, सामाजिक चिंतक, आलोचक एवं राजनीतिक चिंतक थे। साक्षात्कार के

लिए 10 प्रश्नों की साक्षात्कार निर्देशिका का प्रयोग किया गया। कुल 12 में से 7 उत्तरदाताओं ने प्रत्यक्ष साक्षात्कार दिया, 2 उत्तरदाताओं ने ईमेल के माध्यम से अपने विचार प्रेषित किए एवं 3 उत्तरदाताओं ने दूरभाष के माध्यम से साक्षात्कार प्रदान किया। गुणात्मक प्रविधि के माध्यम से प्राप्त तथ्यों को मात्रात्मक स्वरूप प्रदान कर निम्नांकित आधारों पर उनकी विवेचना की गई।

### साक्षात्कार के अंतर्वस्तु विश्लेषण के आधार

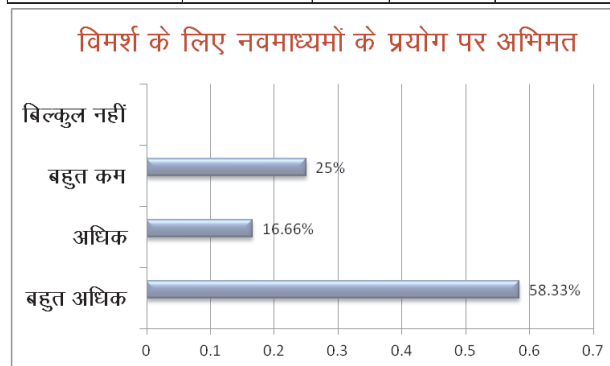
प्रयोग	लचीलेपन	स्वतंत्र विमर्श	अंतर्संबंध	स्थायित्व एवं विश्वसनीयता	जन्मत निर्माण	पूर्वनियोजित/निर्धारित	मौलि-निर्माण	सकारात्मक/नकारात्मक	राष्ट्र निर्माण
--------	---------	-----------------	------------	---------------------------	---------------	------------------------	--------------	---------------------	-----------------

### परिणाम एवं विवेचना-

साक्षात्कार प्रविधि के अंतर्गत उद्देश्यपूर्ण निदर्शन विधि के माध्यम से चयनित प्रतिदर्श का साक्षात्कार किया गया। साक्षात्कार हेतु चयनित उत्तरदाताओं की कुल संख्या 12 थी। चयनित उत्तरदाताओं के साक्षात्कार के माध्यम से शोध समस्या से संबंधित विविध तथ्य एकत्रित किए गए। एकत्रित तथ्य गुणात्मक स्वरूप में उपलब्ध थे जिसको मात्रात्मक स्वरूप प्रदान करने हेतु अंतर्वस्तु विश्लेषण विधि का प्रयोग किया गया।

### विमर्श के लिए नवमाध्यमों के प्रयोग पर अभिमत

उपयोगिता का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	58.33	11.66	25	00

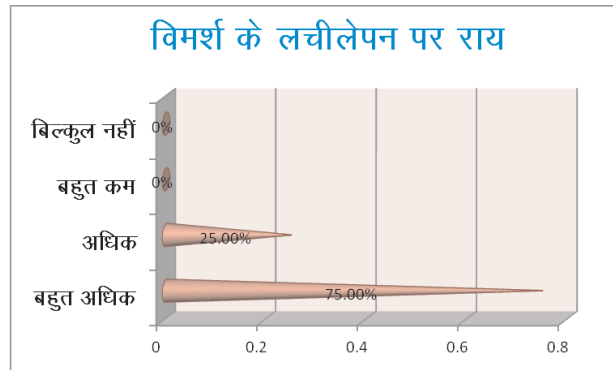


कुल 12 उत्तरदाताओं का साक्षात्कार लिया गया, जिसमें से शत-प्रतिशत उत्तरदाता सामाजिक संवाद या विमर्श के लिए नवमाध्यमों का प्रयोग करते थे। सभी उत्तरदाताओं में उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। उपरोक्त तालिका एवं

ग्राफ से स्पष्ट है कि 58.33 प्रतिशत उत्तरदाता नवमाध्यमों का प्रयोग विमर्श के लिए बहुत अधिक करते थे। 16.66 प्रतिशत उत्तरदाता अधिक प्रयोग करते और 25 प्रतिशत उत्तरदाता प्रयोग तो करते थे परंतु बहुत कम। कुल उत्तरदाताओं में से कोई भी ऐसा नहीं था जो प्रयोग बिल्कुल नहीं करता हो।

### नवमाध्यम विमर्श के लचीलेपन पर राय

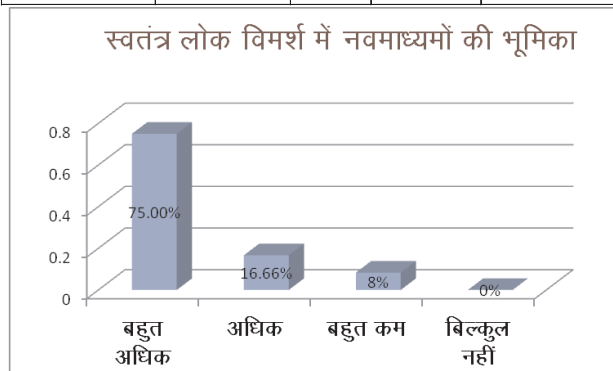
लचीलेपन का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	75	25	00	00



उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि नवमाध्यम पर होने वाले विमर्श के लचीले स्वरूप पर 75 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस माध्यम को बहुत अधिक लचीला स्वीकार किया। 25 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि यह अधिक लचीला माध्यम है। किसी भी उत्तरदाता को इस माध्यम के लचीलेपन पर कोई संदेह नहीं है।

### स्वतंत्र लोकविमर्श के प्रोत्साहन में नवमाध्यमों की भूमिका

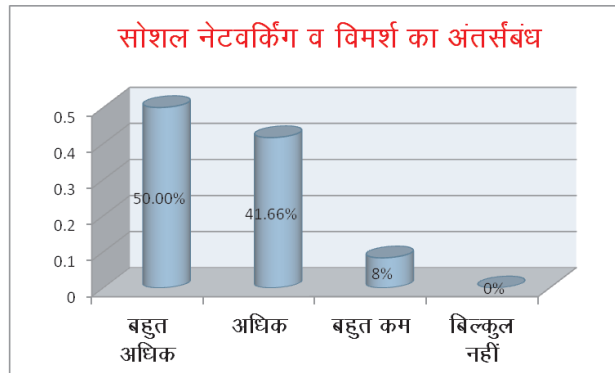
भूमिका की मात्रा	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	75	16.66	8.33	00



उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि 75 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि स्वतंत्र लोक विमर्श को बढ़ावा देने में नवमाध्यमों की बहुत अधिक भूमिका है। 16.66 प्रतिशत का मानना है कि स्वतंत्र लोक विमर्श को प्रोत्साहित करने में नवमाध्यम अधिक भूमिका निभाते हैं। 8 प्रतिशत मानते हैं कि इनकी बहुत ही कम भूमिका है जबकि कोई भी उत्तरदाता यह नहीं मानता कि विमर्श को बढ़ावा देने में नवमाध्यमों की भूमिका नहीं है।

### सोशल नेटवर्किंग एवं लोक विमर्श का अंतर्संबंध

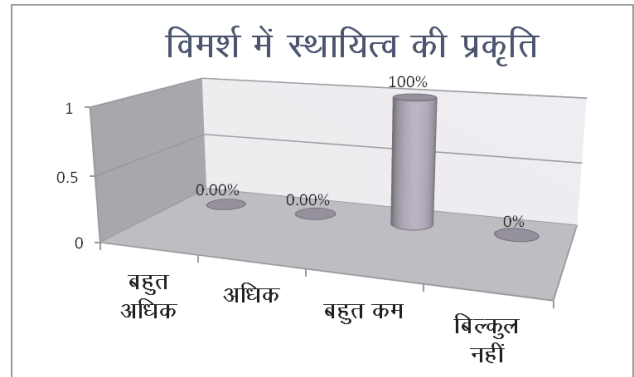
अंतर्संबंध का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	50	41.66	8.33	00



उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि 50 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि सोशल नेटवर्किंग एवं लोकविमर्श के बीच परस्पर बहुत अधिक संबंध है या दोनों एक-दूसरे से जुड़े हुए हैं। 41.66 प्रतिशत का मानना है कि दोनों के मध्य परस्पर अधिक संबंध है और मात्र 8 फीसदी का मानना है कि अंतर्संबंध तो है परंतु बहुत ही कम। लगभग शत-प्रतिशत उत्तरदाता मानते हैं कि सोशल नेटवर्किंग और लोक विमर्श में अंतर्संबंध है। किसी उत्तरदाता ने इस संबंध को लेकर दो राय नहीं दी बल्कि संबंध की गहनता को लेकर अलग-अलग राय देखने को मिली।

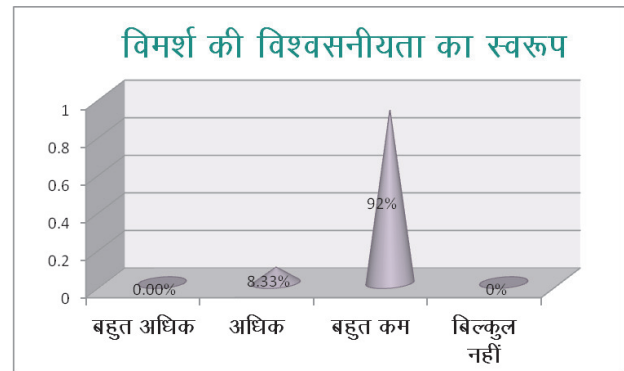
### विमर्श में स्थायित्व की प्रकृति

स्थायित्व का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	00	00	100	00



### विमर्श की विश्वसनीयता का स्वरूप

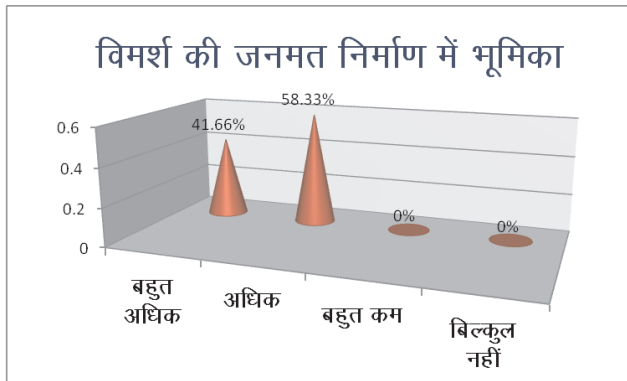
विश्वसनीयता का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	00	8.33	91.66	00



उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि शत-प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना था कि सोशल मीडिया के माध्यम से होने वाले विमर्श की प्रकृति में स्थायित्व बहुत ही कम होता है। सोशल मीडिया पर हो रहे विमर्श की विश्वसनीयता को भी लगभग 92 प्रतिशत उत्तरदाता बहुत ही कम मानते हैं। विमर्श तो होते हैं परंतु उन पर पूर्ण भरोसा नहीं किया जा सकता। मात्र 8.33 प्रतिशत उत्तरदाता सोशल मीडिया के माध्यम से हो रहे विमर्श को विश्वसनीय मानते थे।

### विमर्श की जनमत निर्माण में भूमिका

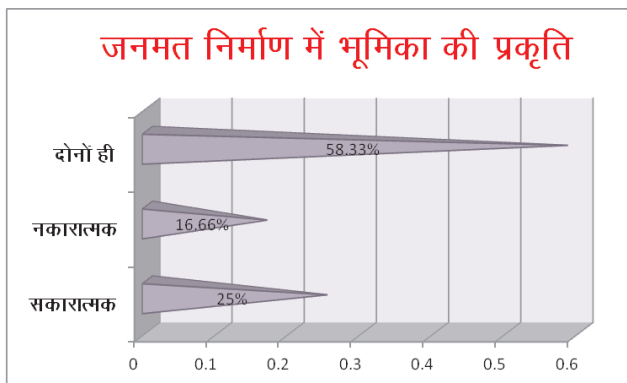
भूमिका का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	41.66	58.33	00	00



उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि 41.66 प्रतिशत उत्तरदाता सोशल मीडिया विमर्श की जनमत निर्माण में बहुत अधिक भूमिका मानते हैं और 58.33 अधिक भूमिका को स्वीकार करते हैं। कोई भी इनकी भूमिका को खारिज नहीं करता है।

### जनमत निर्माण में भूमिका की प्रकृति

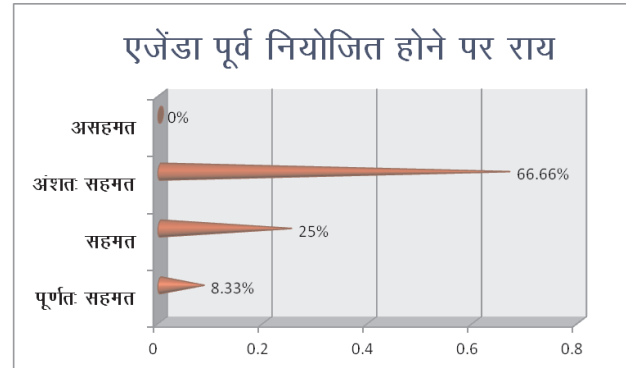
भूमिका की प्रकृति	सकारात्मक	नकारात्मक	दोनों ही
प्रतिशतता	25	16.66	58.33



उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि 58.33 प्रतिशत उपयोगकर्ता यह मानते थे कि जनमत निर्माण में सोशल मीडिया पर होने वाले विमर्श की भूमिका की प्रकृति सकारात्मक एवं नकारात्मक, दोनों ही है। 25 प्रतिशत जनमत निर्माण में इस प्रकार के विमर्श की सकारात्मक भूमिका के पक्ष में थे और मात्र 16.66 प्रतिशत मानते थे कि इस विमर्श का जनमत निर्माण पर नकारात्मक असर होता है।

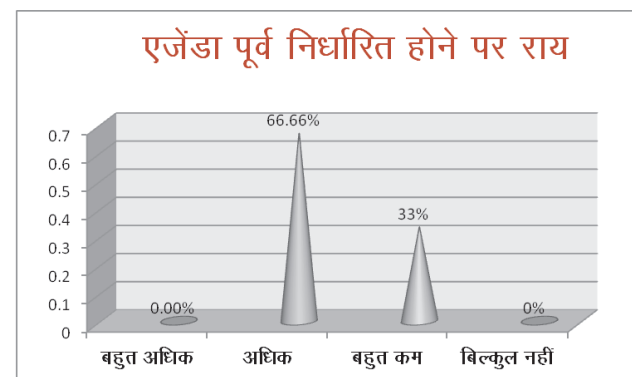
### विमर्श का एजेंडा पूर्व नियोजित होने पर राय

राय स्तर	पूर्णतः सहमत	सहमत	अंशतः सहमत	असहमत
प्रतिशतता	8.33	25	66.66	00



### एजेंडा पूर्व निर्धारित होने पर राय

राय का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	00	66.66	33.33	00

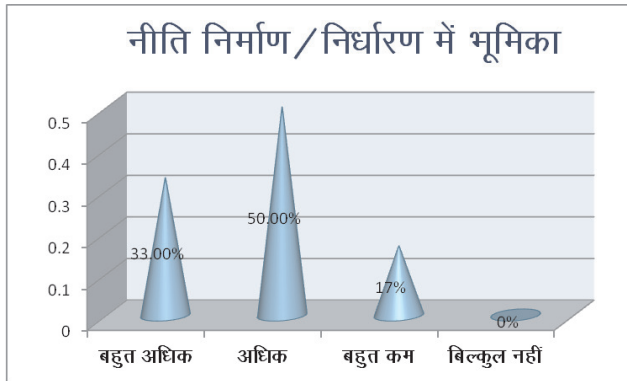


उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि 66.66 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय में सोशल मीडिया पर होने वाले विमर्श का एजेंडा बहुत ही कम पहले से नियोजित होता है क्योंकि उत्तरदाता इससे अंशतः सहमत दिखें। 8.33 प्रतिशत मानते हैं कि एजेंडा पूर्व नियोजित होता है क्योंकि वे इससे पूर्णतः सहमत थे। 25 फीसदी भी एजेंडे को नियोजित ही मानते हैं क्योंकि वे भी सहमत थे। कोई भी उत्तरदाता इससे पूर्णतः असहमत नहीं कि एजेंडा पूर्व नियोजित होता है। 66.66 प्रतिशत मानते हैं कि एजेंडा पूर्व से ही निर्धारित होता है जबकि

33 फीसदी मानते हैं कि एजेंडा बहुत ही कम पूर्व से निर्धारित होता है। कोई भी उत्तरदाता यह नहीं मानता की एजेंडा बहुत ही अधिक या बिल्कुल नहीं पूर्व निर्धारित होता है।

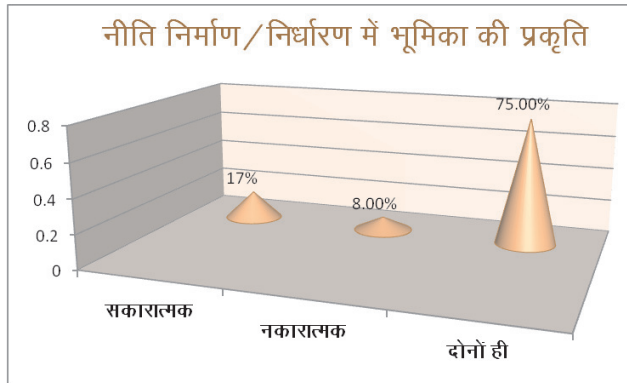
### विमर्श की नीति निर्माण/निर्धारण में भूमिका

भूमिका का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	33.33	50	16.66	00



### नीति निर्माण/निर्धारण में भूमिका की प्रकृति

भूमिका की प्रकृति	सकारात्मक	नकारात्मक	दोनों ही
प्रतिशतता	16.66	8.33	75

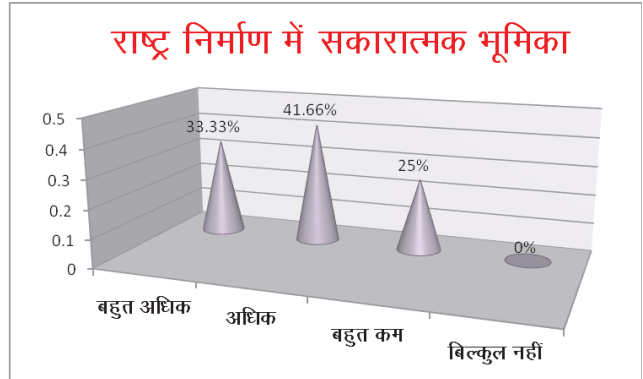


उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि 33.33 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना था कि सोशल मीडिया पर होनेवाले विमर्श की नीति निर्धारण एवं निर्माण में बहुत ही अधिक भूमिका है। 50 प्रतिशत मानते थे कि अधिक भूमिका

है वहीं लगभग 17 प्रतिशत मानते थे कि बहुत कम भूमिका है। 75 प्रतिशत का मानना था कि नीति निर्माण एवं निर्धारण में सोशल मीडिया पर होने वाले विमर्श सकारात्मक एवं नकारात्मक, दोनों ही तरह की भूमिका निभाते हैं। 17 प्रतिशत मानते थे कि ऐसे विमर्श सकारात्मक भूमिका का निर्वहन करते हैं जबकि 8 प्रतिशत मानते थे कि सोशल मीडिया विमर्श नकारात्मक भूमिका निभाते है।

### राष्ट्र निर्माण में सकारात्मक भूमिका

भूमिका का स्तर	बहुत अधिक	अधिक	बहुत कम	बिल्कुल नहीं
प्रतिशतता	33.33	41.66	25	00
संख्या	04	05	03	00



उपरोक्त तालिका एवं ग्राफ से स्पष्ट है कि 33.33 प्रतिशत उत्तरदाता का मानना था कि सोशल मीडिया के माध्यम से होनेवाले विमर्श राष्ट्र निर्माण की प्रक्रिया में बहुत अधिक सकारात्मक भूमिका निभाते हैं।

41.66 प्रतिशत का मानना था कि ऐसे विमर्श राष्ट्र निर्माण की प्रक्रिया को गति देते है और इसमें अधिक भूमिका निभाते है।

25 प्रतिशत की मान्यता थी कि सोशल मीडिया विमर्श की राष्ट्र निर्माण की प्रक्रिया में बहुत कम भूमिका होती है हालांकि कोई उत्तरदाता यह नहीं मानता कि इस प्रकार के विमर्श से राष्ट्र निर्माण की प्रक्रिया को मदद नहीं मिलती।

## निष्कर्ष

अधिकांश उत्तरदाता नवमाध्यमों का प्रयोग चर्चा-परिचर्चा, संवाद या सार्वजनिक विमर्श के लिए करते हैं और मानते हैं कि नवमाध्यम सार्वजनिक संवाद या लोकविमर्श के उभरते एवं लचीले मंच हैं जहाँ सबको अपनी बात रखने का मौका आसानी से प्राप्त होता है।

अधिकांश उत्तरदाता मानते हैं कि नवमाध्यमों ने स्वतंत्र लोकविमर्श को बहुत अधिक प्रोत्साहित किया है और सोशल नेटवर्किंग एवं लोकविमर्श की प्रक्रिया के मध्य परस्पर निर्भरता का एवं पूरक संबंध है। दोनों एक दूसरे को प्रोत्साहित करते हैं।

सोशल मंच पर होनेवाले विमर्श की प्रकृति अस्थायी होती है अर्थात् इस प्रकार के विमर्श में स्थायित्व की कमी होती है। इस मंच पर होनेवाले विमर्श में विश्वसनीयता का भी अभाव होता है यद्यपि अधिकांश लोग इस मंच पर सार्वजनिक मुद्दों पर चर्चा-परिचर्चा भी कर रहे हैं और ऐसे लोगों की

संख्या तेजी से बढ़ी है। परंतु अभी भी इस मंच पर बहुत अधिक गंभीर प्रकृति के एवं सार्थक विमर्श कम हो रहे हैं। जनमत निर्माण में सोशल मीडिया की भूमिका तेजी से बढ़ी है और यह जनमत बनाने में सकारात्मक भूमिका का निर्वहन कर रहा है।

सोशल मीडिया पर विमर्श का एजेंडा कभी-कभी पूर्व नियोजित होता है तो अक्सर अनियोजित एवं स्वतःस्फूर्त ही होता है। यद्यपि विमर्श के विषयों को पहले से निर्धारित जरूर किया जाता है परंतु ऐसा भी नहीं है कि सभी विषय पूर्व निर्धारित ही होते हैं। नीति निर्धारण एवं निर्माण प्रक्रिया में सोशल मीडिया पर होनेवाले विमर्श का बहुत अधिक प्रभाव पड़ता है और इस प्रभाव की प्रकृति सकारात्मक एवं नकारात्मक, दोनों ही प्रकार की होती है।

सोशल मीडिया पर होने वाले विमर्श का राष्ट्र निर्माण की प्रक्रिया पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है और इस प्रकार के विमर्श राष्ट्र निर्माण प्रक्रिया को प्रोत्साहन प्रदान करते हैं।

## संदर्भ-

- अय्यर, बालकृष्ण: (2005) डिजीटल न्यूजरूम, नई दिल्ली, ऑथर प्रेस
- इंटरनेट पर अंग्रेजी की तुलना में 5 गुना ज्यादा बढ़ी हिंदी: (20 फरवरी 2016) दैनिक भास्कर, इंदौर
- कर्लिनगर फ्रेड एन: (1978) फाउंडेशन ऑफ विहैवियरल रिसर्च, सुरजीत पब्लिकेशंस, दिल्ली
- कुक, जेएल तथा अन्य (2008) ब्लॉग्स एंड द कॉरपोरेशंस: मैनेजिंग द रिस्क, रीपिंग द बेनिफिट, जर्नल ऑफ बिजनेस स्टेटजी, 29;03; पृ. 4-12
- कुंदन, संजय: कौन हैं इंटरनेट पर कमेंट करने वाले, अज्ञात
- कुलकर्णी, सुधीन्द्र (2012): म्यूजिक ऑफ दी स्पाइनिंग व्हील, एमेरिलिस, नई दिल्ली
- कैस्टल्स, एम (2004): वाय नेटवर्क्स मैटर, मैक्कार्थी, मिलर एवं स्किडमोर (सं.) नेटवर्क लॉजिक: हू गवर्नस् इन एन इंटरनेटवर्ल्ड वर्ल्ड, डेमोस, लंदन
- ग्लेसर, थियोडोर एल. एवं सॉलमन, चार्ल्स टी. (सं.): (1995) पब्लिक ओपिनियन एंड दी कम्यूनिकेशन ऑफ कॉन्सेंट, द ग्यूलफोर्ड प्रेस, न्यूयार्क।
- देश को इस गुस्से का अंजाम चाहिए: (19-30 दिसंबर 2012) कॉलम, दैनिक भास्कर, भोपाल.
- मिश्र, अर्जुन एवं मिश्र, हृदय नारायण: (2000) अद्वैत-वेदांत, म.प्र. हिंदी ग्रंथ अकादमी, भोपाल.
- मीडिया नया तो नियम भी नए: (28 दिसंबर 2015) दैनिक भास्कर, इंदौर, पृष्ठ संख्या 11.
- विरोध का नया चेहरा: (13 जनवरी 2013) रसरंग, दैनिक भास्कर, भोपाल.
- सोशल मीडिया ने सुलगाई चिंगारी: (13 जनवरी 2013) रसरंग, दैनिक भास्कर, भोपाल.
- 2014 में दोगुने से ज्यादा होंगे इंटरनेट यूजर्स: (1 दिसंबर 2013) दैनिक भास्कर, इंदौर.
- Daan Fliervoet (2011) Public sphere New Media and politics, Retrieved from, <http://mastersofmedia.hum.uva.nl/2011/10/06/the-public-sphere-new-media-and-politics/>
- Douglas Kellner, (n.d) Habermas, the Public sphere and democracy : A critical intervention, Retrieved from <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/habermas..html>
- Schulz, Winfried (1997) Changes of Mass Media and the Public sphere Retrieved from, <http://javnost-thepublic.org/article/pdf/1997/2/4/>