



नव माध्यम (फेसबुक) का लोक विमर्श के क्षेत्र में बढ़ता महत्व : एक अध्ययन

अमिता

सहायक प्राध्यापक, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, वाराणसी, उत्तर प्रदेश, भारत।

प्रस्तावना

लोक विमर्श सामूहिक संवाद का परिशोधित रूप है। सामूहिक संवाद की परिकल्पना भारतीय समाज में प्राचीन समय से ही मौजूद है। एक ओर जहाँ प्राचीन भारतीय ग्रामीण सामाजिक व्यवस्था में व्यक्ति चौपाल पर सामूहिक रूप से एकत्र होकर संवाद करते थे, वहीं प्राचीन भारतीय विचारको ने चर्चा, परिचर्चा और विमर्श को बहुत महत्व दिया। जैसे-जैसे समय में प्रगति होती गयी, वैसे-वैसे व्यक्ति के सोचने व संवाद करने के तरीके भी बदलते गये। आज हमारे मध्य में संवाद के नये-नये माध्यमों का उदय हो चुका है। इन नव माध्यमों की वजह से पूरा विश्व एक ही सीमा में सम्मिलित हो गया है। नव माध्यमों द्वारा आज की पीढ़ी के सोच व अभिव्यक्ति के तरीकों में आमूलचूल परिवर्तन आया है। नव माध्यमों ने चर्चा, परिचर्चा और विमर्श के पुराने तरीकों का बदलकर लोक विमर्श को एक नया आयाम दिया है।

हाल ही में एस.एस.सी. पेपर लीक मामले को देखें, चाहें कुछ वर्षों पूर्व हुये निर्भया काण्ड को, इन मामलों में छात्रों का धरना-प्रदर्शन करने के लिये एकत्र होना या समाज के व्यक्तियों का इण्डिया गेट से राष्ट्रपति भवन तक किया गया पैदल मार्च, इनमें लोगों को एकत्र व संगठित करने का कार्य फेसबुक व अन्य नव माध्यमों के द्वारा संभव हुआ। नव माध्यमों के उदभव के बाद यह प्रश्न उठा कि ये इस लोकतंत्र के लिये सहायक बनेंगे या बाधक। पब्लिक स्फेयर सिद्धांत के प्रतिपादक जुरगेन हैबरमास की धारणा थी कि नवीन माध्यम पब्लिक स्फेयर के रास्ते में बाधक बनेंगे, लेकिन अरब कांति, भारत में अन्ना आंदोलन, मिश्र की कांति, लीबिया की कांति व भारत में हाल ही में हुये पैदल मार्च यह जाहिर करते हैं कि नव माध्यमों ने मास मोबलाइजेशन व लोक विमर्श को एक नई दिशा दी है।

बौद्धिक विमर्श का क्षेत्र किसी व्यक्ति के निजी जीवन या अंतःवैक्तिक या अंतर वैयक्तिक चर्चा व विमर्श से परे होता है। लोक विमर्श का प्रमुख उद्देश्य एक जनमत का निर्माण करना होता है। हाल ही में एक नामी मीडिया संगठन के सर्वे के अनुसार आज आमजन से जुड़े मसलों को मुख्यधारा मीडिया में बमुश्किल ही जगह मिल पाती है, ऐसे में नवमाध्यमों का बढ़ता वर्चस्व लोक विमर्श को एक नयी दिशा प्रदान कर रहा है। सोशल नेटवर्किंग साइट फेसबुक वर्तमान समय में लोक विमर्श को एक नया आयाम प्रदान कर रही है। इस शोध पत्र में लोक विमर्श एवं संवाद की प्रक्रिया को एक नया आयाम देने में फेसबुक की भूमिका एवं महत्व पर प्रकाश डाला गया है।

लोक विमर्श के प्रमुख तत्व है

- लोक।

- एजेंडा या मुद्दा।
- विमर्श का माध्यम या स्थान।
- एक निश्चित परिधि।
- मत का निर्माण।

अध्ययन के उद्देश्य

- उभरते लोक विमर्श क्षेत्र के रूप में फेसबुक की भूमिका का अध्ययन।
- फेसबुक के माध्यम से होने वाले विचार-विनिमय के स्वरूप का अध्ययन।

संबंधित साहित्य का अध्ययन

हालांकि इस विषय पर भारत में विशेष कार्य नहीं हुए हैं परंतु पश्चिमी देशों में उपरोक्त विषय पर कुछ अनुसंधानकर्ताओं ने कार्य किया है, परंतु साहित्य समीक्षा में शोधार्थी को विषय की युक्तियुक्त व्याख्या प्रस्तुत करने वाले अध्ययन नहीं मिले। विषय से संबंधित कुछ विचारों को प्रस्तुत अध्ययन में शामिल किया गया है, जिससे विषय की बेहतर समझ विकसित की जा सके। क्योंकि न्यू मीडिया, लोक विमर्श क्षेत्र एवं युवाओं का संबंध एक नया विषय है, अतः बहुत सारे संबंधित अध्ययनों की उपलब्धता नहीं होना संभावित ही था।

कुछ समय पूर्व में व्हाइट हाउस ने गैरेट एम ग्राम नाम के ब्लॉगर को प्रेस ब्रीफिंग के लिए पास जारी किया था। तभी से यह समझा जाने लगा कि ब्लॉगिंग प्रेस की परिभाषा को विस्तार दे रही है। इसी वजह से इसे समानांतर मीडिया भी माना जाने लगा है। इसने सूचना के लोकतंत्रीकरण में मौलिक मीडिया से ज्यादा महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है। क्योंकि इस माध्यम की सबसे बड़ी विशेषता है कि यह सबका है और सबके लिए आसानी से उपलब्ध है। जहां यूजर ही संप्रेषक है और वही गेटकीपर भी।

टैप्स्कॉट और विलियम्स ने ब्लॉग्स जैसे इंटरैक्टिव माध्यमों को जनसहयोग के हथियार के रूप में परिभाषित किया है। उनका मानना है कि कम खर्चीली सहयोगी संरचना से बड़ी संख्या में आम लोगों को परस्पर क्रिया और संवाद करने का अवसर मिला है। कुक का मानना है कि एक सहयोगी प्लेटफॉर्म के रूप में ब्लॉग्स में लोगों के बीच परस्पर क्रिया और संवाद को बढ़ाने में मदद मिलती है।

कुल मिलाकर यह कहा जा सकता है कि ऑनलाइन माध्यमों ने व्यक्ति की अंतरक्रियात्मकता को एक विस्तार दिया है। सब्बरवाल तरजीत के अनुसार प्रेस एवं मीडिया की स्वतंत्रता विश्व के तमाम लोकतांत्रिक देशों में मौलिक अधिकार के रूप में मान्य है। लेकिन भारत में मीडिया की वर्तमान अवस्था जन-सरोकारों के प्रति इसके

जुड़ाव पर प्रश्नचिन्ह लगाता है। ऐसे में वेब मीडिया ने सूचनाओं के प्रसार, विचारों के आदान-प्रदान एवं आम आदमी के महत्व को बढ़ाने में महती भूमिका अदा की है।

अख्यर, बालकृष्ण के अनुसार नव माध्यमों के प्रयोग ने ब्रॉडकॉस्ट और प्रिंट के न्यूज रूप के स्वरूप को नाटकीय तरीके से बदला है। ऑनलाइन पत्रकारिका पर प्रकाश डालते हुए लेखक का कहना है कि इसने किसी मसले पर विचारों के आदान-प्रदान और वाद-विवाद की संभावनाओं का द्वार खोला है।

वेब पर संवाद के प्रमुख तरीके

- ब्लॉग।
- सोशल नेटवर्किंग साइट।
- वेब पोर्टल।
- वेब समाचार पत्र-पत्रिकाएं।
- अन्य इंटरैक्टिव फोरम।

इन माध्यमों से कोई भी व्यक्ति या समाज का अदना आदमी भी अपनी बात, विचार, सोच या गुस्से को शेयर कर रहा है और पहचान छिपाकर ही सही बेधड़क बोल रहा है। इससे कहीं न कहीं लोकतंत्र में लोक (Public) की आवाज बुलंद हो रही है।

अध्ययन प्रविधि

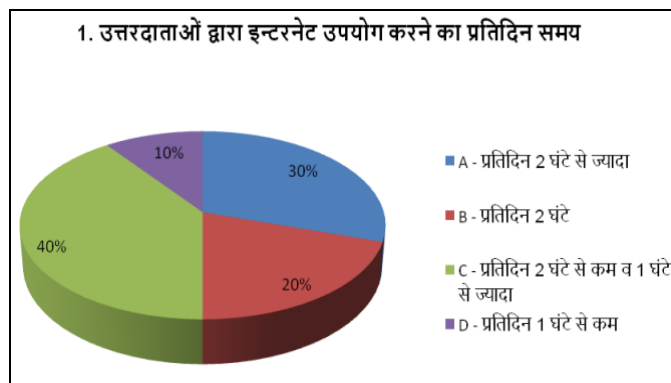
निदर्शन का प्रकार एवं विधि : शोध समस्या को ध्यान में रखते हुए यह अनिवार्य था कि सैंपल इस प्रकार का हो जिसे समस्या की अच्छी समझ हो। अध्ययन में उद्देश्यपूर्ण निदर्शन विधि एवं सुविधाजनक निदर्शन विधि के माध्यम से इकाई का चुनाव किया गया है। जब शोध समस्या की प्रकृति वैशेषिक होती है तब निदर्शन के लिए उद्देश्यपूर्ण निदर्शन विधि का प्रयोग किया जाता है, क्योंकि यह शोध समस्या विशेष प्रकार की थी। उद्देश्यपूर्ण निदर्शन विधि के माध्यम से वाराणसी के काशी हिन्दू विश्वविद्यालय के पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग के विभिन्न पाठ्यक्रमों में अध्ययनरत 100 छात्रों का चयन किया गया। अध्ययन में सैंपल सर्वे के माध्यम से 18 से 35 आयु वर्ग के फेसबुक यूजर्स का चयन किया गया है क्योंकि ज्यादातर नेट उपयोगकर्ता इसी आयु वर्ग के होते हैं। अतः आयु वर्ग को ध्यान में रखना आवश्यक था। दूसरे स्तर में हमने सुविधाजनक निदर्शन का प्रयोग किया क्योंकि एक तो सभी लोग बात करने को तैयार नहीं होते हैं और दूसरे सभी लोग वेब प्रयोगकर्ता एवं फेसबुक यूजर हों, यह भी संभव नहीं था। अतः हमने वैसे लोगों को ही अध्ययन में शामिल किया जो फेसबुक प्रयोगकर्ता भी थे और बात करने के लिए तैयार भी थे।

अनुसंधान उपकरण

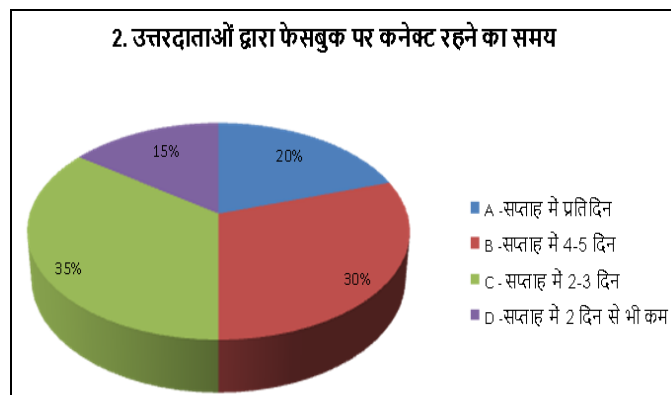
अध्ययन में तथ्यों के संकलन के लिए अनुसूची का प्रयोग किया गया है। क्योंकि सामान्यतया यह देखा जाता है कि साक्षर उत्तरदाता भी स्वयं प्रश्न का लिखित उत्तर देने से कतराते हैं। ऐसे में अनुसूची का ही प्रयोग करना तर्कसंगत होता है। अध्ययन में कई प्रश्न ऐसे भी होते हैं जिनका उत्तर देना कई बार उत्तरदाता के लिए मुश्किल होता है या फिर वह उत्तर देना ही नहीं चाहता, ऐसे में शोधकर्ता की उपस्थिति काफी मायने रखती है। शोधकर्ता वैसे प्रश्नों का उत्तर देने के लिए भी उत्तरदाता को प्रेरित करता है जिनका सामान्य परिस्थितियों में कोई भी व्यक्ति उत्तर नहीं देना चाहता है।

विवेचना

1. सैंपल सर्वे से प्राप्त आंकड़ों के अनुसार शत-प्रतिशत उत्तरदाता संवाद के लिए हमेशा इंटरनेट का उपयोग करते हैं। 30 फीसदी उपयोगकर्ता 2 घंटे से ज्यादा जबकि 20 फीसदी यूजर दो घंटे इस माध्यम का प्रयोग करते हैं। वहीं 40 प्रतिशत 2 घंटे से कम वेब का उपयोग करते हैं, और मात्र 10 प्रतिशत वेब यूजर 1 घण्टे से कम वेब का उपयोग करते हैं। उत्तरदाताओं में फेसबुक यूजर शत-प्रतिशत है। शत-प्रतिशत यूजर ब्लॉग या सोशल नेटवर्किंग साइटों के माध्यम से संवाद करना पसंद करते हैं और विचारों का आदान-प्रदान करते हैं।

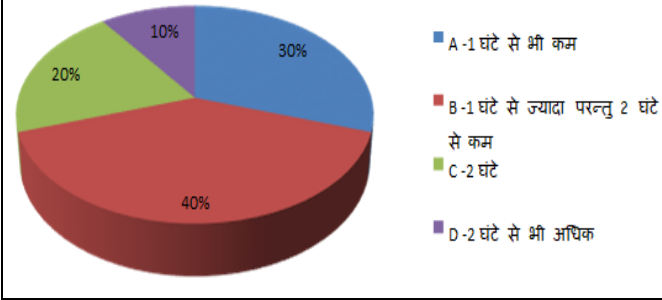


2. लगभग 20 प्रतिशत उपयोगकर्ता सप्ताह में प्रतिदिन फेसबुक से कनेक्ट रहते हैं जबकि 30 फीसदी यूजर चार से पांच दिन ही फेसबुक से कनेक्ट होने का समय निकाल पाते हैं। सबसे ज्यादा 35 प्रतिशत उत्तरदाता प्रति सप्ताह दो से तीन दिन फेसबुक का प्रयोग करते हैं जबकि मात्र 15 फीसदी लोग दो दिन से कम इस माध्यम का प्रयोग करते हैं।



3. फेसबुक यूजर द्वारा उपयोग के घंटे को भी ज्ञात किया गया है। जिसमें सबसे ज्यादा 40 प्रतिशत यूजर दो घंटे से कम फेसबुक पर संवाद करने में समय देते हैं जबकि 30 प्रतिशत उत्तरदाता एक घंटे से कम इस माध्यम का प्रयोग करते हैं। 20 प्रतिशत दो घंटे फेसबुक से जुड़े रहते हैं, वहीं मात्र 10 फीसदी लोग ही दो घंटे से अधिक समय तक फेसबुक के माध्यम से संवाद करते हैं।

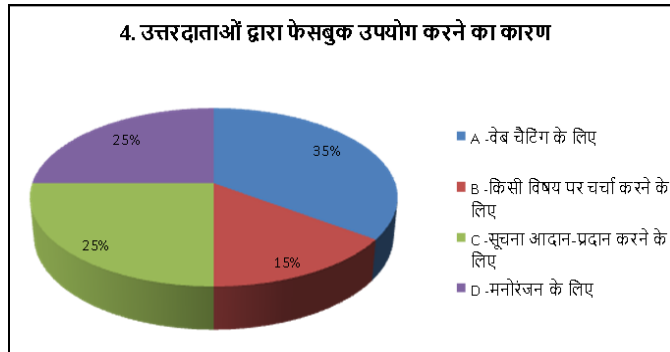
3. उत्तरदाताओं द्वारा प्रतिदिन फेसबुक पर बिताया गया समय घंटों में



संवाद की प्रकृति एवं स्वरूप

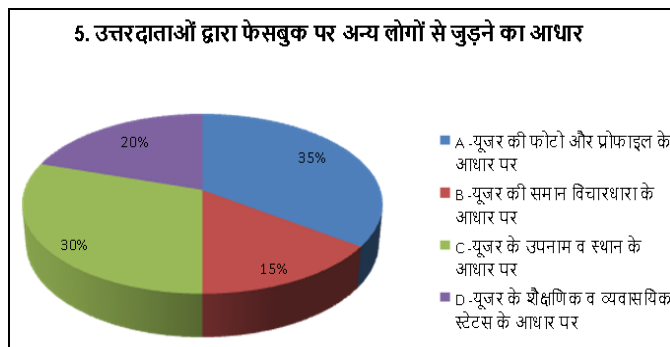
4. सबसे अधिक 35 प्रतिशत उत्तरदाता वेब चैटिंग के लिए फेसबुक का प्रयोग करते हैं, वहीं सबसे कम मात्र 15 प्रतिशत यूजर ही किसी विषय पर चर्चा के लिए फेसबुक का प्रयोग करते हैं। 25 प्रतिशत सूचनाओं के आदान-प्रदान करने के लिए जबकि मनोरंजन के लिए 25 फीसदी उत्तरदाता फेसबुक का उपयोग करते हैं।

4. उत्तरदाताओं द्वारा फेसबुक उपयोग करने का कारण



5. लगभग 60 प्रतिशत यूजर किसी न किसी विशेष समूह, समुदाय या फोरम से जुड़े हैं जबकि 40 फीसदी किसी विशेष समुदाय से जुड़े नहीं हैं। फेसबुक पर फ्रेंड रिक्वेस्ट भेजते या स्वीकार करते समय सबसे ज्यादा 35 प्रतिशत यूजर दूसरे यूजर की फोटो एवं प्रोफाइल को आधार मानते हैं वहीं मात्र 15 प्रतिशत उत्तरदाता समान विचार समूह के आधार पर दूसरे से जुड़ना पसंद करते हैं। जबकि 30 फीसदी फेसबुक यूजर उपनाम एवं स्थान को आधार मानते हैं और 20 प्रतिशत युवा यूजर दूसरे उपयोगकर्ता की शैक्षणिक एवं व्यवसायिक स्टेटस को देखते हुए एक-दूसरे से कनेक्ट होते हैं।

5. उत्तरदाताओं द्वारा फेसबुक पर अन्य लोगों से जुड़ने का आधार



6. लगभग 40 फीसदी उत्तरदाताओं ने कभी न कभी किसी

सामाजिक अभियान या आंदोलन से जुड़ने की बात स्वीकार की वहीं 60 फीसदी उत्तरदाताओं ने ऐसी किसी अभियान से जुड़ने की कोशिश कभी नहीं की। 80 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय में वर्चुअल स्पेस पर शुरू होने वाला अभियान वास्तविक अभियान में नहीं बदल पाता है जबकि 20 फीसदी उत्तरदाताओं का मानना है कि ऐसे अभियान वास्तविक अभियान का रूप लेते हैं।

निष्कर्ष

- ज्यादातर युवा उत्तरदाता इंटरनेट का प्रयोग सामाजिक संवाद एवं विमर्श के लिए करते हैं हालांकि फेसबुक के माध्यम से होने वाले विमर्श की प्रकृति गंभीर एवं सामाजिक सरोकारों से जुड़ी हो यह देखने को नहीं मिला। क्योंकि सबसे ज्यादा युवा चैटिंग के लिए इस माध्यम का प्रयोग करते हैं।
- ज्यादातर युवा फेसबुक पर किसी को फ्रेंड रिक्वेस्ट भेजने एवं स्वीकार करने में दूसरे यूजर की फोटो और प्रोफाइल एवं उपनाम तथा स्थान को महत्व देते हैं। ऐसे में किसी सार्थक बहस या संवाद की गुंजाइश कम ही दिखती है।
- ज्यादातर यूजर दूसरे लोगों से संबंध स्थापित करने, सूचनाओं के आदान-प्रदान करने एवं मनोरंजन के लिए वेब का उपयोग करते हैं।
- हालांकि किसी फोरम या समुदाय विशेष से भी आधे से अधिक युवा जुड़े हैं, ऐसे में भविष्य में फेसबुक के माध्यम से सार्थक बहस एवं विमर्श के शुरुआत की संभावना दिखती है। यह आसानी से कहा जा सकता है कि भविष्य में यह मंच लोक विमर्श के क्षेत्र में अग्रणी भूमिका निभा सकता है।
- ज्यादातर यूजर सामाजिक अभियानों या आंदोलन से जुड़ने की इच्छा रखते हैं जिससे लगता है कि वेब यूजर का एक बड़ा वर्ग सामाजिक बदलाव को पसंद करता है और समाज में व्याप्त समस्याओं को लेकर चिंतित है। हालांकि वह वर्ग वेब के माध्यम से ही आवाज उठाकर अपनी जिम्मेदारी को पूरा करना पसंद करता है। किसी भी प्रकार के प्रत्यक्ष सामाजिक गतिविधि में भाग लेना वह अपने समय की बर्बादी ही मानता है।
- सबसे मूल बात है कि वर्चुअल स्पेस पर शुरू ज्यादातर अभियान जोर-शोर से आरंभ होते हैं परंतु वे जल्दी ही कमजोर पड़ने लगते हैं। यहां सबसे महत्वपूर्ण पहलू यह है कि वर्चुअल स्पेस पर शुरू किसी भी अभियान को पसंद करना और उसे अपना समर्थन देना अलग बात है परंतु जब उसे वास्तविक लड़ाई में बदलने की चर्चा होती है तो ज्यादातर लोग निष्क्रिय हो जाते हैं। क्योंकि ज्यादातर यूजर युवा प्रोफेशनल या छात्र होते हैं जिनके पास अपना काम-काज और पढ़ाई छोड़कर धरना स्थल पर रोज बैठने का समय नहीं होता है। वे चर्चा, परिचर्चा और विमर्श में तो भाग ले सकते हैं परंतु जमीनी लड़ाई में नहीं।

संदर्भ

- अय्यर, बालकृष्ण : 2005, डिजिटल न्यूजरूम, नई दिल्ली, ऑथर प्रेस।
- हास, टैनी : द स्टेट ऑफ पब्लिक जर्नलिज्म टुडे ऑफ ग्लोबल कम्यूनिकेशन, वल्यूम. 4 नं. 1-जनवरी, जून 2011।
- टैप्सकार्ट डी और विलियम्स एडी, विकिनीमिक्स : हाउ मॉस कोलैबोरेशन चेंजिंग एवरीथिंग 2008, लंदन, अटलांटिक बुक्स।
- कुक्, जेएल तथा अन्य 2008, ब्लॉग्स एंड द कॉरपोरेशंस :

- मैनेजिंग द रिस्क, रीपिंग द बेनिफिट, जर्नल ऑफ बिजनेस स्टेटजी, 29, 03, पृष्ठ 4-12।
5. शर्मा, राजीव, ब्लॉगिंग के बढ़ते कदम, हिंदी डेली मिलाप- 31 मार्च 2007।
 6. कुंदन, संजय, कौन हैं इंटरनेट पर कमेंट करने वाले, अज्ञात।
 7. सहाय, उदय, पत्रकारिता की दुनिया में ब्लॉगिंग की खलबली, हिन्दुस्तान, 8 जून 2008।
 8. Jacob ks. A human right checklist for India Article, The Hindu-20 may 2009.
 9. Sabharwal, Tarjeet Human rights: A selective right? Mass Communicator, Jan-March 2011, 30-36.
 10. www.thehoot.org
 11. www.javnost-thepublic.org/article/pdf/1997/2/4
 12. www.mastersofmedia.hum.uva.nl/2011/10/06