

समकालीन हिंदी साहित्य की उभरती प्रवृत्तियाँ : न्यू मीडिया मंचों के सन्दर्भ में**शैलेश शुक्ला**

राजभाषा अधिकारी

एनएमडीसी लिमिटेड (भारत सरकार का एक उपक्रम)

एवं पीएचडी शोधार्थी

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, महर्षि दयानंद विश्वविद्यालय, रोहतक, हरियाणा

परिचय :

इक्कीसवीं सदी के दूसरे दशक के अंतिम वर्षों में हम सूचना-विस्फोट के युग में जी रहे हैं। आज का हिंदी रचनाकार यदि इस सूचना क्रांति से दूर रहता है तो उसका पिछड़ जाना निश्चित है। इस तथ्य को समकालीन हिंदी रचनाकार बहुत अच्छी तरह जान-समझ रहे हैं। यही कारण है कि समकालीन हिंदी रचनाकारों में अधिकांशतः चाहे वे युवा हों, अधेड़ हों या फिर बुजुर्ग, सभी अपनी ऑनलाइन उपस्थिति दर्ज करवा रहे हैं।

न्यू मीडिया के प्रमुख मंचों – ब्लॉग, वेबसाइट्स, फेसबुक आदि पर लिखे-पढ़े जाने वाले समकालीन हिंदी साहित्य को इस शोध के माध्यम से समझने की कोशिश की गई है।

शोध उद्देश्य

“समकालीन हिंदी साहित्य की उभरती प्रवृत्तियाँ : न्यू मीडिया मंचों के सन्दर्भ में” विषयक प्रस्तुत शोध के उद्देश्य निम्नलिखित हैं :-

वृहद उद्देश्य : प्रस्तुत शोधकार्य का उद्देश्य समकालीन साहित्य जगत में न्यू मीडिया के माध्यम से उभरने वाली प्रवृत्तियों का आलोचनात्मक अध्ययन करना है।

अन्य विशिष्ट उद्देश्य: प्रस्तुत शोध कार्य में निम्नलिखित अन्य विशिष्ट उद्देश्य हैं।

1. यह जानना कि न्यू मीडिया के माध्यम से किस तरह का साहित्य पाठकों के समक्ष आ रहा है।
2. यह जानना कि साहित्यिक गुणवत्ता की दृष्टि से न्यू मीडिया पर आने वाला साहित्य अपने पूर्ववर्ती साहित्य की तुलना में किसी तरह कमतर तो नहीं है।
3. यह जानना कि न्यू मीडिया के माध्यम से क्या केवल नए रचनाकार ही सामने आ रहे हैं।
4. यह जानना कि क्या प्रतिष्ठित रचनाकार भी पारंपरिक मुद्रित माध्यम के साथ-साथ न्यू मीडिया के माध्यम से अपने पाठकों तक अपनी पहुंच बना रहे हैं और उनके साथ संवाद कर रहे हैं।
5. यह जानना कि न्यू मीडिया के उद्भव के बाद साहित्य की कौन सी विधा इस नए माध्यम के माध्यम से अधिक विकसित हो रही है।
6. यह जानना कि न्यू मीडिया पर प्रकाशित होने वाले साहित्य और मुद्रित माध्यम से प्रकाशित होने वाले साहित्य की गुणवत्ता में कोई अंतर है या नहीं?
7. यह अध्ययन करना कि किस विषय का साहित्य न्यू मीडिया के माध्यम से अधिक प्रकाशित हो रहा है।

शोध विधि

“समकालीन हिंदी साहित्य की उभरती प्रवृत्तियाँ : न्यू मीडिया मंचों के सन्दर्भ में” विषयक प्रस्तुत शोध के लिए प्राथमिक आंकड़े एकत्र करने के लिए एक सर्वे प्रश्नावली तैयार की गई। फिर इस प्रश्नावली को ऑनलाइन अपलोड करके इसका लिंक ईमेल, फेसबुक और व्हाट्सएप के माध्यम से उत्तरदाताओं को भेजा गया। इस शोध के सर्वे हेतु चुने गए उत्तरदाता प्रत्येक आयु समूह के वे लोग हैं, जो कि इंटरनेट पर हिंदी साहित्य पढ़ते-लिखते हैं। इन उत्तरदाताओं में पुरुष एवं महिलाएँ

दोनों शामिल हैं. ये उत्तरदाता विभिन्न व्यवसायों से हैं.

करीब एक चौथाई सर्वे ऑफलाइन भी किए गए. कुल 630 उत्तरदाताओं ने सर्वे प्रश्नावली का उत्तर दिया. उनमें से 500 उत्तरदाताओं के विचारों को इस अध्याय शामिल किया गया है.

इस विषय पर शोध के लिए किए गए सर्वे से प्राप्त आंकड़ों का विश्लेषण और व्याख्या की गई है। आंकड़ों के संकलन के बाद उनका विश्लेषण एक तर्कसंगत निर्णय को आधार प्रदान करता है। इसके लिए साधारण प्रतिशत विश्लेषण (Simple Percentage Analysis) तकनीक की सहायता ली गई है।

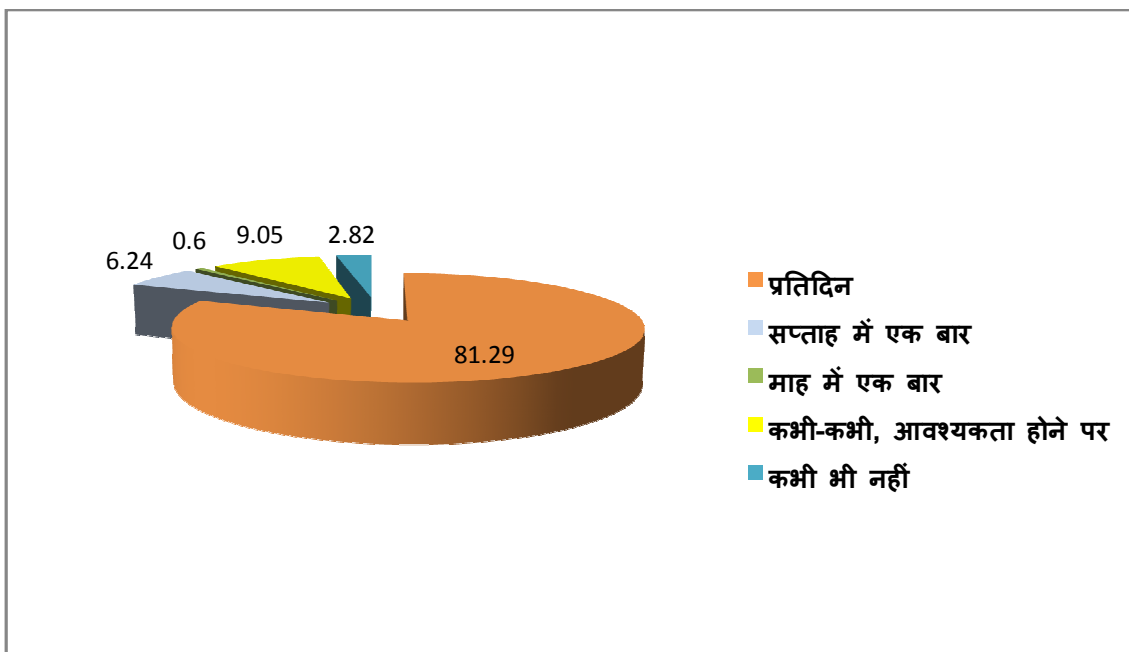
साधारण प्रतिशत विश्लेषण

साधारण प्रतिशत विश्लेषण एकत्र किए आंकड़ों की बेहतर समझ के लिए प्रतिशत (100 - प्रतिशत में एक हिस्सा) के रूप में डेटा की अस्पष्ट धाराओं का प्रतिनिधित्व करने की विधि है। साधारण प्रतिशत विश्लेषण आवृत्ति वितरण से एक आकस्मिक तालिका बनाने और बेहतर समझ के लिए एकत्र किए गए डेटा का प्रतिनिधित्व करने के लिए लागू किया जाता है। वर्तमान अध्याय में आंकड़ा विश्लेषण के लिए साधारण प्रतिशत विश्लेषण अपनाया गया है। इसमें शोध के लिए चयनित मापदंडों के आधार पर प्रतिशतता विश्लेषण किया गया है।

आगे किए जा रहे इस विश्लेषण में पहले उत्तरदाताओं से पूछे गए प्रश्न को दिया गया है. फिर उत्तरदाताओं से प्राप्त विचारों को ग्राफ के रूप में प्रस्तुत किया गया है. तत्पश्चात प्राप्त आंकड़ों का विश्लेषण किया गया है.

सर्वे के माध्यम से प्राप्त आंकड़ों का विश्लेषण

1. क्या आप न्यू मीडिया वेबसाइट –ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि का प्रयोग करते हैं?



ग्राफ - 1 : न्यू मीडिया के प्रयोग की आवृत्ति

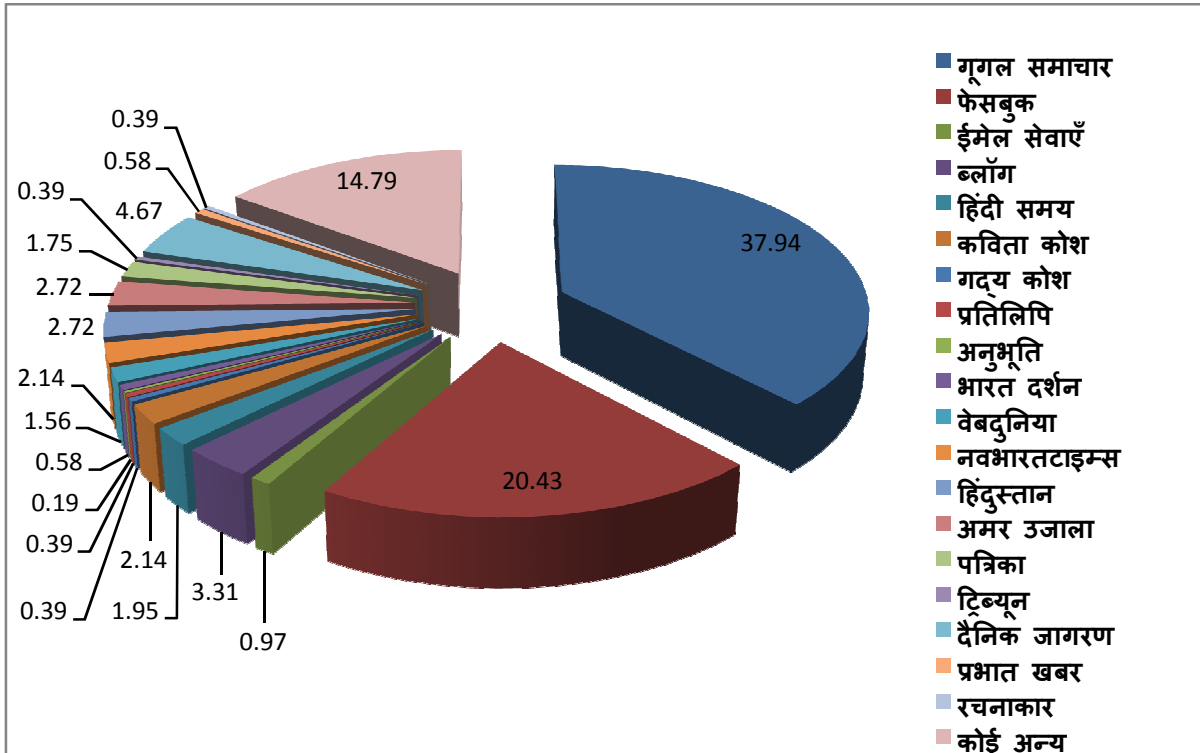
ग्राफ-1:

वर्तमान में मीडिया कन्वर्जेंस के कारण लोगों के पास जनसंचार के अनेक माध्यम उपलब्ध हैं। कई मीडिया स्कॉलर्स ने अपने अध्ययन में पाया है कि लोग उसी जनमाध्यम का चुनते हैं जो उनकी आकांक्षाओं पर खरा उतरता है। वर्तमान में न्यू

मीडिया और सोशल मीडिया जैसे नवीन माध्यम उपलब्ध हैं तो ब्रॉडकास्ट मीडिया और प्रिंट मीडिया जैसे परंपरागत माध्यम भी। ऐसे में श्रोता, दर्शक या पाठक अपनी रुचि और जरूरतों के पैरामीटर पर परखकर जनमाध्यम का चुनाव करता है।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 81.29 फीसदी लोग प्रतिदिन न्यू मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। वहीं 9.05 प्रतिशत लोग जरूरत के हिसाब से, 6.24 प्रतिशत साप्ताहिक और 0.6 प्रतिशत लोग मासिक तौर पर न्यू मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। जबकि 2.82 फीसदी लोगों की संख्या ऐसी है जो न्यू मीडिया का इस्तेमाल ही नहीं करते।

2. हिंदी साहित्य/समाचार पढ़ने के लिए आपकी पसंद की ऑनलाइन जगह, यदि हों तो...



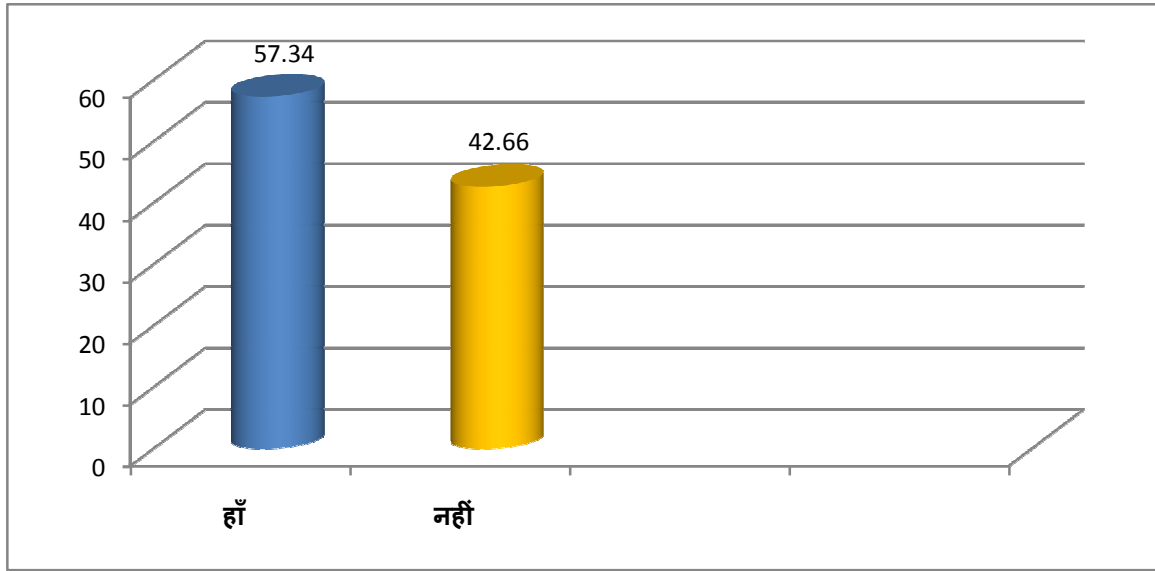
ग्राफ – 2. हिंदी साहित्य पढ़ने के लिए पसंदीदा ऑनलाइन स्थान

ग्राफ -2:

समाचार की भूख मानव में आदिकाल से है। वह अपने परिवेश, समाज और देश-दुनिया में घटित हो रही सूचनाओं के बारे में जानना चाहता है। इस प्रकार की जानकारी देता है मीडिया। लोग मीडिया को अपनी जरूरत और दृष्टिकोण के अनुसार उपयोग करते हैं। न्यू मीडिया एक ऐसा माध्यम है जो लोगों की जरूरत पर उपलब्ध और अपने स्वरूप को उनके दृष्टिकोण के अनुसार ढालने में सक्षम है।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 37.94 फीसदी लोग हिंदी साहित्य पढ़ने के लिए गूगल समाचार पर क्लिक करते हैं और 20.43 प्रतिशत लोग फेसबुक पर लॉगइन करते हैं। 14.79 प्रतिशत लोग ऐसे हैं जो हिंदी साहित्य के लिए एक से अधिक जगह पर क्लिक करते हैं। 4.67 प्रतिशत लोग हिंदी साहित्य पढ़ने के लिए दैनिक जागरण का सहारा लेते हैं और 3.31 फीसदी ब्लॉगिंग का। हिंदुस्तान पर 2.72 प्रतिशत और इतने ही फीसदी लोग अमर उजाला पर क्लिक करते हैं। कविता कोश पर 2.14 फीसदी और इतने ही प्रतिशत लोग नवभारत टाइम्स पर जाते हैं। हिंदी समय 1.95%, पत्रिका 1.75%, वेब दुनिया 1.56%, ईमेल सेवाएँ 0.97%, प्रभात खबर 0.58%, भारत दर्शन 0.58% लोग जाते हैं। वहीं प्रतिलिपि, गद्यकोश, ट्रिब्यून और रचनाकार समेत सभी पर 0.39 % लोग क्लिक करते हैं। अनुभूति पर 0.19 फीसदी लोग हिंदी साहित्य पढ़ने के लिए क्लिक करते हैं।

3. क्या आप न्यू मीडिया मंचों -वेब साइट, फेसबुक पेज, ब्लॉग आदि पर अपना लिखा हुआ साहित्य/टिप्पणी पोस्ट करते हैं?



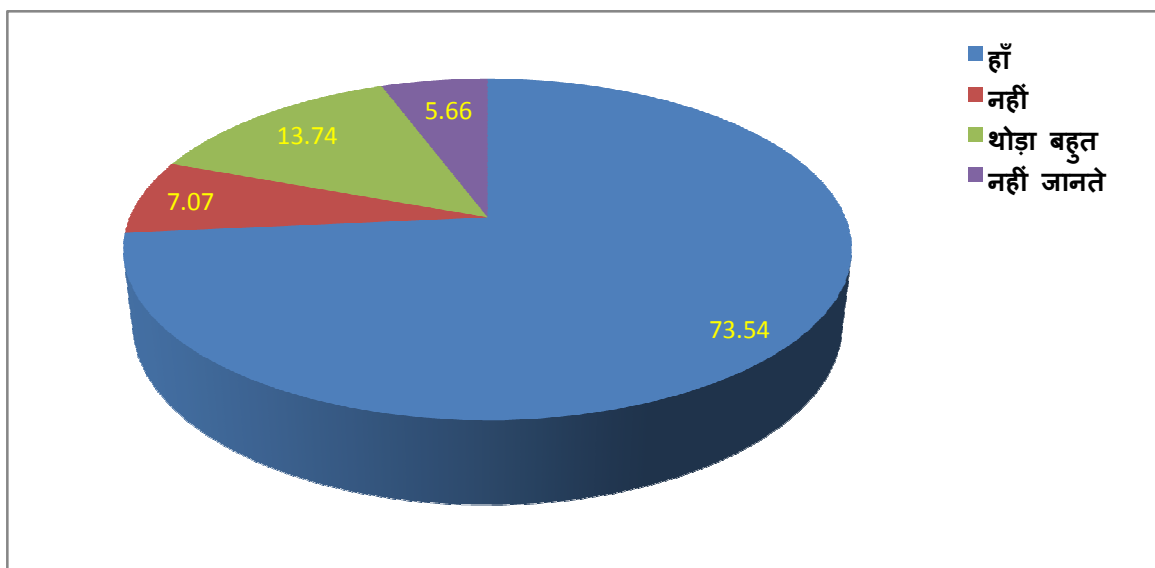
ग्राफ – 3. स्वरचित हिंदी सामग्री न्यू मीडिया पर पोस्ट करना

ग्राफ -3:

नई तकनीक ने साहित्य का कवरेज एरिया तो बढ़ाया ही है, साथ ही साहित्य के अलावा तमाम अनुशासनों के प्रति लेखक और पाठक की पहुंच का भी विस्तार किया है। तमाम भाषाओं में रचे जा रहे साहित्य और साहित्यकारों तक न्यू मीडिया ने संपर्क को आसान बनाया है। खासकर भारत जैसे महादेश में, जहां आज भी श्रेष्ठ साहित्य सिर्फ महानगरों तक ही रह जाता है, न्यू मीडिया ने नए लेखकों को नया प्लेटफार्म उपलब्ध करवाया है।

ग्राफ दर्शाता है कि भारत में वेब साइट, फेसबुक पेज, ब्लॉग आदि जैसे न्यू मीडिया मंचों पर 57.34 फीसदी लोग अपना लिखा साहित्य पोस्ट करते हैं। वहीं 42.66 प्रतिशत इन मंचों पर अपना लिखा पोस्ट नहीं करते।

4.क्या आपको लगता है कि न्यू मीडिया – वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि के आ जाने से हिंदी साहित्य के लेखन पर कोई फर्क पड़ा है?

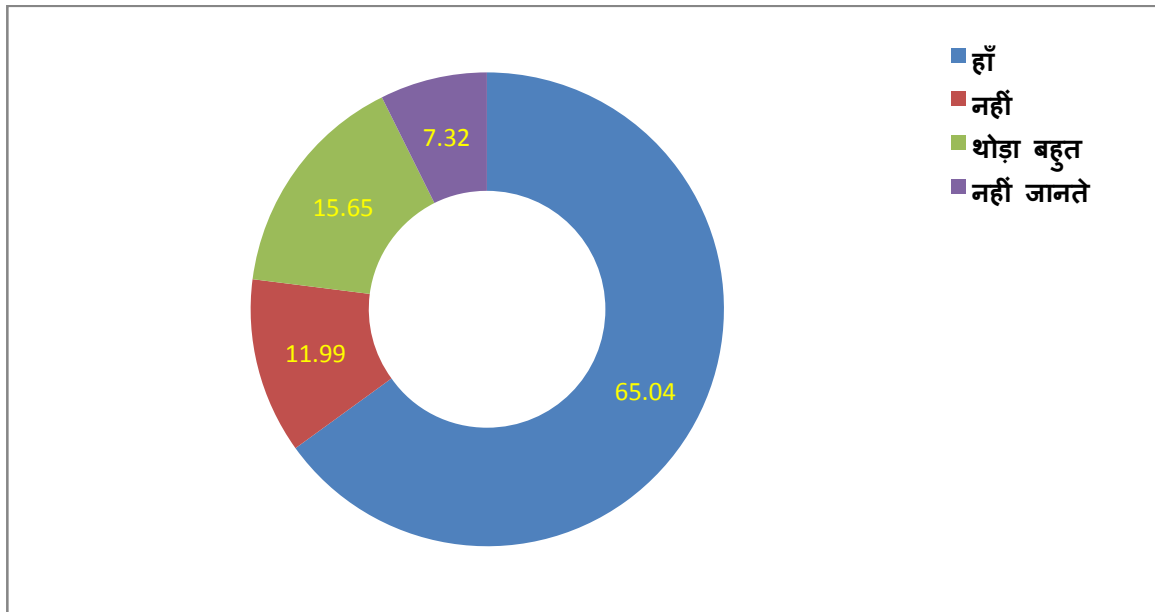


ग्राफ – 4. न्यू मीडिया के कारण हिंदी साहित्य के क्षेत्र में परिवर्तन**ग्राफ -4:**

समाज में मीडिया की मुख्य भूमिका संवादवहन की है। न्यू मीडिया के इस दौर में समकालीन हिंदी साहित्यकार के पास अभिव्यक्ति के इतने अधिक प्रारूप मौजूद हैं कि वह अपने रचे हिंदी साहित्य को एक पारंपरिक साहित्यकार की तुलना में कहीं अधिक विस्तार दे रहा है। न्यू मीडिया के विभिन्न मंच - वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि वर्तमान हिंदी साहित्यकार की रचनाएं को वैश्विक पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों तक पहुंचाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं।

ग्राफ प्रदर्शित करता है कि भारत के 73.54 फीसदी लोग यह मानते हैं कि वेब साइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि जैसे न्यू मीडिया मंचों के आने से हिंदी साहित्य के लेखन पर सीधा असर पड़ा है। 13.74 फीसदी लोगों का मानना है कि इन मंचों से लेखन पर आंशिक असर पड़ा है। 7.07 फीसदी लोग इस बात से इंकार करते हैं कि न्यू मीडिया मंचों के आगमन से हिंदी साहित्य के लेखन पर कोई असर पड़ा है। जबकि 5.66 फीसदी लोग ऐसे भी हैं जो इससे अनभिज्ञता जताते हैं।

5. क्या न्यू मीडिया – वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि आदि पर हिंदी साहित्य प्रकाशित करने की सुविधा उपलब्ध होने से प्रकाशन के लिए संपादकों पर निर्भरता कम हो गई है?

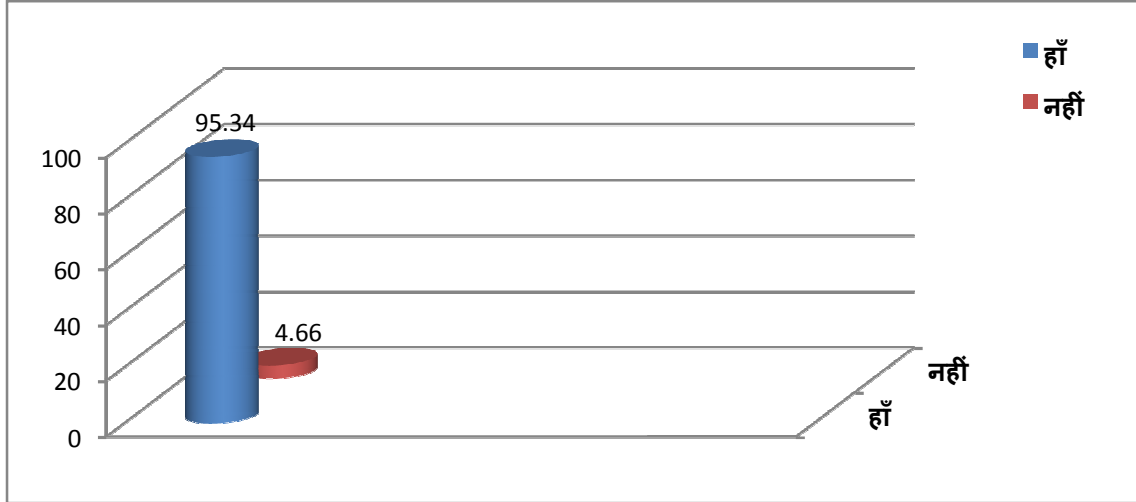
**ग्राफ – 5. न्यू मीडिया ने हिंदी साहित्य के प्रकाशन हेतु संपादकों पर निर्भरता को कम किया****ग्राफ-5:**

न्यू मीडिया भौगोलिक सीमाओं से परे है और राजनीतिक-सामाजिक नियंत्रण से भी लगभग मुक्त है। इसे इस्तेमाल करने वाला खुद ही लेखक है और खुद ही प्रकाशक। इसने अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता, सामाजिक जागरूकता में सहायक एवं मुख्यधारा की मीडिया के बेहतर विकल्प के रूप में खुद को पेश किया है। साथ ही नागरिक पत्रकारिता की अवधारणा को मजबूत करके व्यक्तिगत स्तर तक पहुंचाया है।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 65.04 फीसदी लोग स्वीकार करते हैं कि वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि न्यू मीडिया मंचों पर हिंदी साहित्य प्रकाशित करने की सुविधा से प्रकाशन के लिए संपादकों पर निर्भरता कम हो गई है। 15.65 फीसदी लोग इसे आंशिक रूप से स्वीकार करते हैं। जबकि 11.99 प्रतिशत लोग इस बात से इंकार करते हैं। 7.32 फीसदी

लोग इससे अनभिज्ञता जताते हैं।

6. क्या आप मानते हैं न्यू मीडिया - वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट आदि से नवोदित लेखकों के सृजन को एक मंच मिला है?



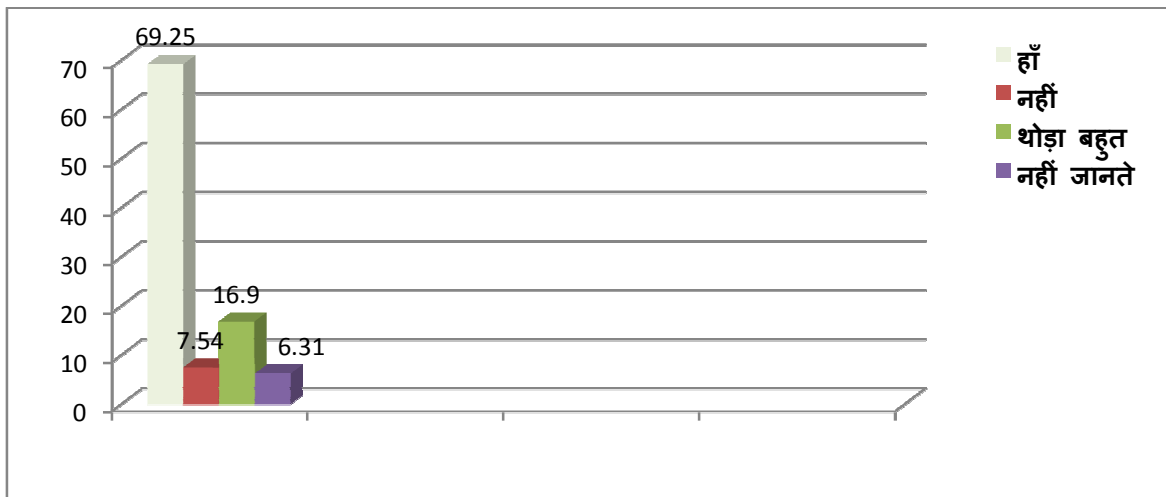
ग्राफ – 6. न्यू मीडिया ने नवोदित हिंदी रचनाकारों को मंच प्रदान किया है.

ग्राफ-6:

नए मीडिया का नयापन तकनीक, भाषा, अभिव्यक्ति के तरीके और विषयवस्तु सभी में हैं। आज के समाज का कोई भी हिस्सा ऐसा नहीं है जोकि नए मीडिया के प्रभाव से अछूता हो। नए साहित्यकारों के लिए यहां अभिव्यक्ति के अनेक प्रारूप उपलब्ध हैं। इन प्रारूपों के माध्यम से अपने लिखे साहित्य को व्यक्त कर नवोदित लेखक भी अपने लिए विशिष्ट पाठकवर्ग को आकर्षित कर रहे हैं।

ग्राफ दर्शाता है कि 95.34 प्रतिशत उत्तरदाता स्वीकार करते हैं कि न्यू मीडिया - वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट आदि ने नवोदित लेखकों के सृजन को एक मंच प्रदान किया है। 4.66 फीसदी लोग इस बात से इंकार करते हैं।

7. क्या न्यू मीडिया - वेबसाइट्स, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट पर हिंदी साहित्य उपलब्ध होने से नई पीढ़ी में हिंदी साहित्य पढ़ने के प्रति रूचि बढ़ी है?



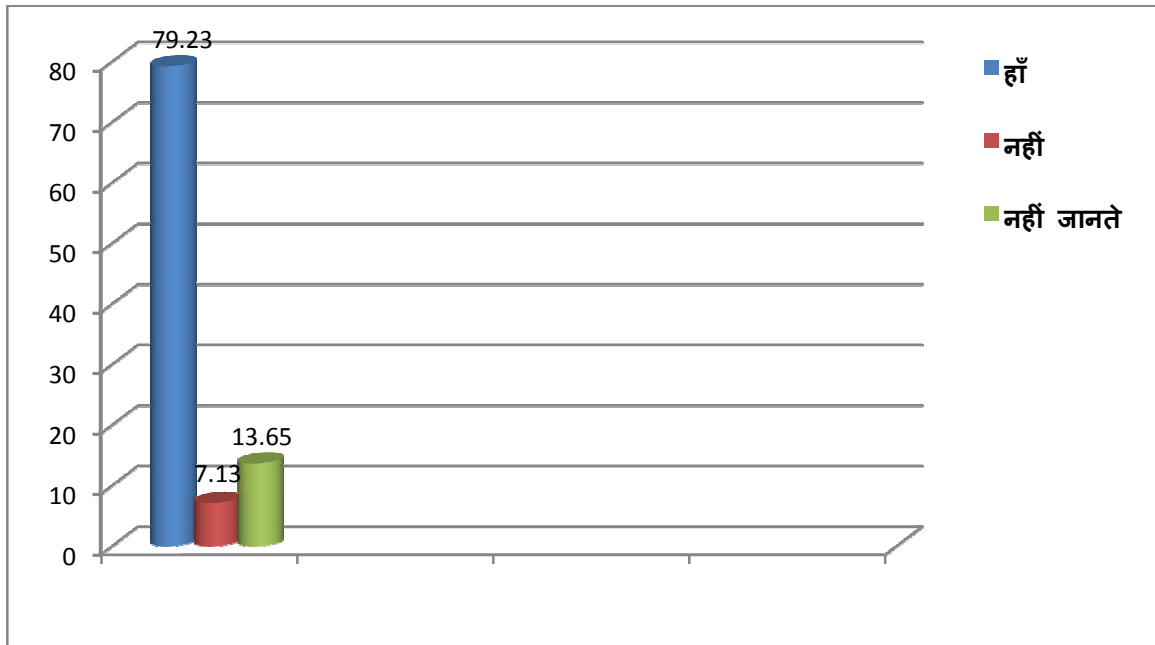
ग्राफ -7. न्यू मीडिया पर हिंदी साहित्य ने नई पीढ़ी में साहित्य के प्रति रूचि पैदा की है.

ग्राफ-7:

आमतौर पर यह धारणा है कि न्यू मीडिया का पाठक जल्दी में होता है। इस स्थिति में उसे बांधे रखने के लिए उपलब्ध साहित्य का पठनीय, रुचिकर और आकर्षक होना बहुत आवश्यक है। इस नए माध्यम पर उपलब्ध नए मंचों पर अधिकांशतः नए प्रयोक्ताओं द्वारा जिस साहित्य का सृजन, पठन, श्रवण और दर्शन हो रहा है उसमें उभरने वाली अधिकांश प्रवृत्तियां भी निसंदेह नई ही हैं।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 69.25 प्रतिशत लोग स्वीकार करते हैं कि न्यू मीडिया - वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट आदि पर हिंदी साहित्य उपलब्ध होने से नई पीढ़ी की रूचि इसमें बढ़ी है। 16.9 फीसदी लोग इसे आंशिक रूप में स्वीकार करते हैं। 7.54 फीसदी इससे इंकार करते हैं। जबकि 6.31 फीसदी इससे अनभिज्ञता जताते हैं।

8. क्या न्यू मीडिया - वेबसाइट्स, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट पर हिंदी साहित्य उपलब्ध होने से वो लोग भी हिंदी साहित्य पढ़ने लगे हैं जो पहले पारंपरिक मीडिया के माध्यम से नहीं पढ़ते थे?



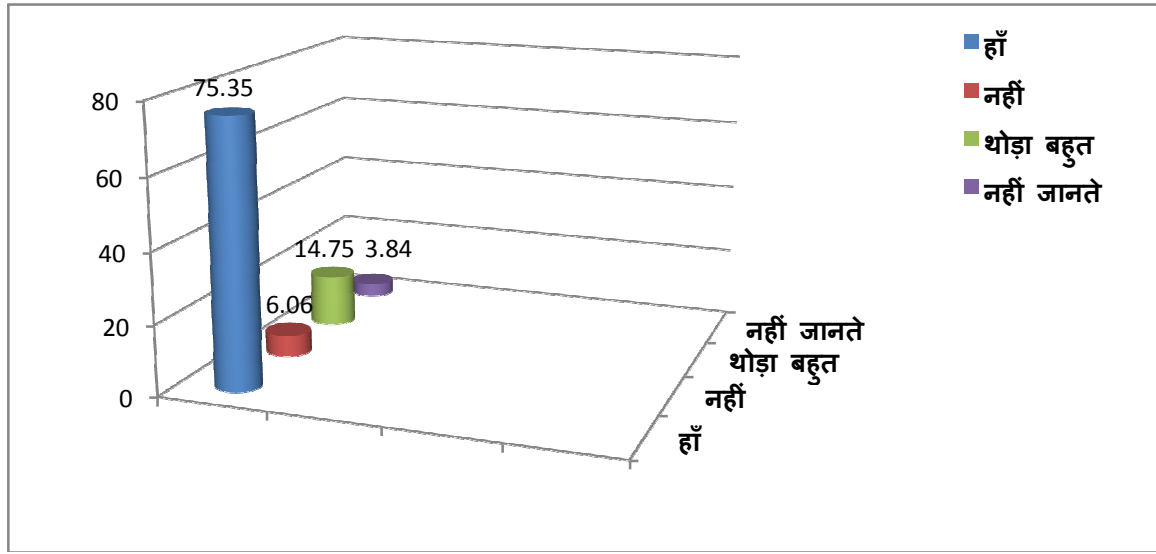
ग्राफ -8. न्यू मीडिया में हिंदी साहित्य को ऐसे पाठक मिले तो पारंपरिक मीडिया में हिंदी साहित्य नहीं पढ़ते थे.

ग्राफ-8:

नई तकनीकसे नए मंचों को पहचान मिल रही है। न्यू मीडिया पर लिखे गए साहित्य के लिए अलग पुरस्कारों की व्यवस्था और किताबों के बाहर के साहित्य के लिए जगह बन रही है। न्यू मीडिया पर रचनात्मकता की नई विधाओं के साथ नए प्रयोग संभव हैं। बहुत सस्ते में ही अपनी बात रखने की संभावना न्यू मीडिया ने उपलब्ध करवाई है।

ग्राफ दर्शा रहा है कि 79.23 प्रतिशत उत्तरदाता स्वीकार करते हैं कि न्यू मीडिया - वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट आदि पर हिंदी साहित्य उपलब्ध होने से ऐसे लोगों ने भी हिंदी साहित्य पढ़ना शुरू कर दिया है जो पहले पारंपरिक मीडिया के माध्यम से इसे नहीं पढ़ते थे। 7.13 फीसदी उत्तरदाता इससे इंकार करते हैं। वहीं 13.65 प्रतिशत इससे अनभिज्ञता जताते हैं।

9. क्या न्यू मीडिया – वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि आदि पर हिंदी साहित्य उपलब्ध होने से हिंदी साहित्य की पहुँच दूर-दराज के गाँव-देहात क्षेत्रों में बढ़ी है?



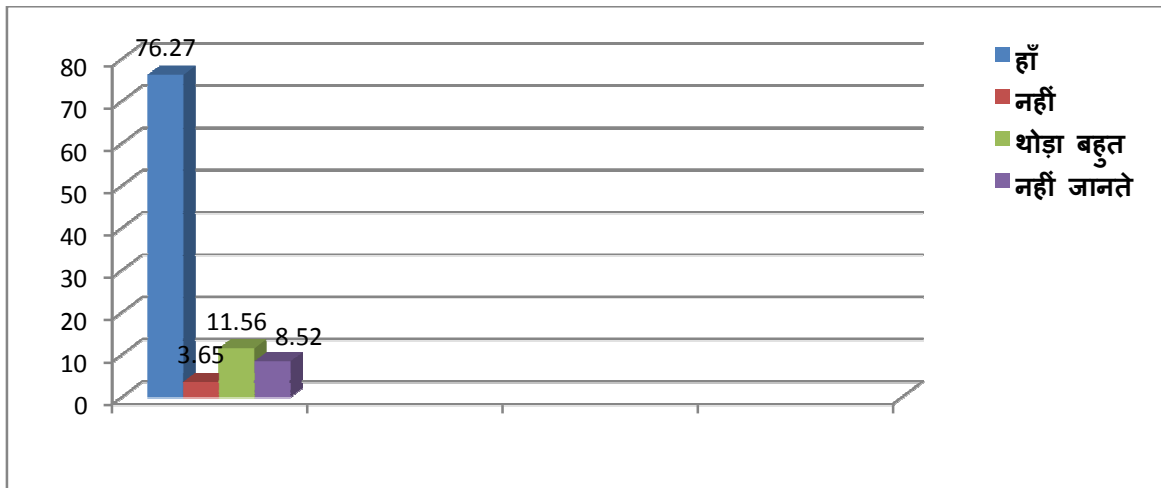
ग्राफ -9. न्यू मीडिया ने हिंदी साहित्य को देश के दूर-दराज के ग्रामीण क्षेत्रों तक पहुँचाया.

ग्राफ-9:

इंटरनेट ने तमाम सीमाएं तोड़ दी हैं। इस बात से कोई फर्क नहीं पड़ता कि कोई व्यक्ति किसी गांव देहात के कस्बे में है या किसी महानगर में। इंटरनेट वाले कंप्यूटर पर उसके लिए एक क्लिक पर सभी सूचनाएं और पठन सामग्री उपलब्ध है। नए मीडिया में हिंदी साहित्य का प्रवाह अब भविष्य की बड़ी उम्मीदें जगा रहा है।

ग्राफ प्रदर्शित करता है कि 75.35 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि न्यू मीडिया - वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट आदि पर हिंदी साहित्य उपलब्ध ने इसकी पहुँच गांव-देहात तक के दूर-दराज क्षेत्रों तक बढ़ा दी है। 14.75 फीसदी उत्तरदाता इससे आंशिक तौर पर स्वीकार करते हैं। 6.06 प्रतिशत इससे इंकार करते हैं। जबकि 3.84 प्रतिशत इससे अनभिज्ञता जताते हैं।

10. क्या ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स , वेबसाइट आदि पर हिंदी साहित्य लिखे जाने से विदेशों में हिंदी साहित्य की पहुँच पहले से अधिक बढ़ी है?



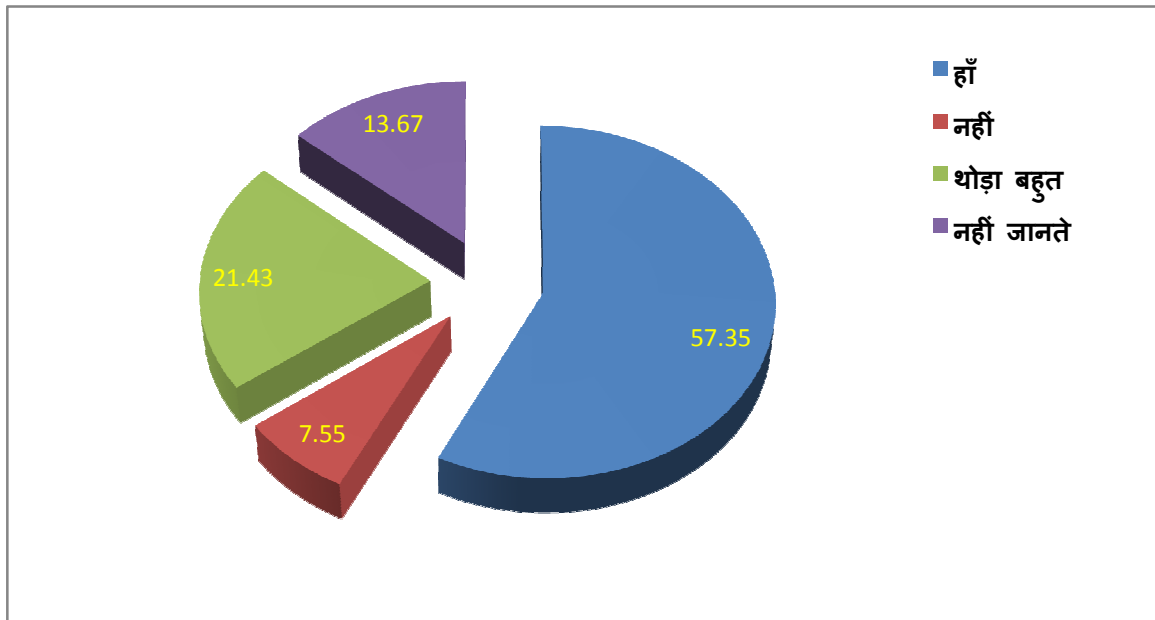
ग्राफ -10.न्यू मीडिया ने हिंदी साहित्य की पहुँच को विदेशों में बढ़ाया.

ग्राफ-- 10:

मनुष्य अब सूचनाओं, समाचारों और मनोरंजन आदि के लिए किसी एक माध्यम का दास नहीं है। इंटरनेट आधारित नए मीडिया ने उसे सीमाओं को लांघने की ताकत प्रदान की है। कोई भी व्यक्ति अब एक क्लिक पर अपनी बात अपने क्षेत्र कस्बे तक ही नहीं बल्कि पूरी दुनिया तक पहुंचाने में सक्षम है। न्यू मीडिया की सहायता से वह अपने क्षेत्र-कस्बे को पूरी दुनिया से जोड़ रहा है और पूरी दुनिया में जो घटित हो रहा है उससे एक पल में खुद भी अवगत हो रहा है।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 76.27 प्रतिशत उत्तरदाताओं इसे स्वीकार करते हैं कि ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट, वेबसाइट आदि पर हिंदी साहित्य लेखन से इसकी पहुँच विदेश तक पहले से अधिक हुई है। 11.56 फीसदी उत्तरदाता इससे आंशिक तौर पर सहमत हैं। 3.65 प्रतिशत इस बात से इंकार करते हैं। जबकि 8.52 प्रतिशत इससे अनभिज्ञता जताते हैं।

11. क्या न्यू मीडिया – वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि पर हिंदी साहित्य का सृजन करने की सुविधा होने से कॉपीराइट का उल्लंघन बढ़ा है?



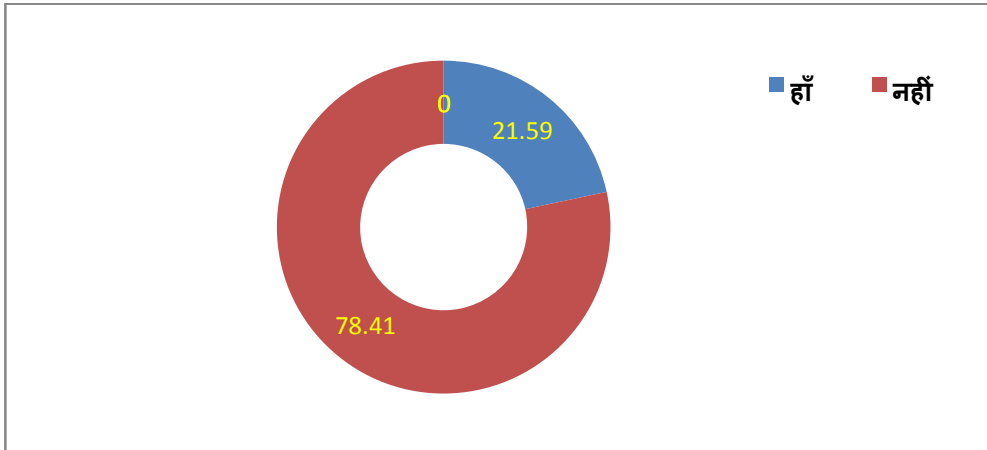
ग्राफ -11. न्यू मीडिया पर प्रतिलिप्याधिकार उल्लंघन में वृद्धि हुई है.

ग्राफ -11:

नया मीडिया अनेक उन लोगों को स्वर प्रदान कर रहा जिन्हें परंपरागत मीडिया में दरकिनार कर दिया जाता रहा है। नया मीडिया जहां नए अवसर लेकर आया है वहीं नई चुनौतियां भी प्रस्तुत कर रहा है। प्लेजरिजम (साहित्य चोरी) यहां सबसे बड़ा प्रश्न बनकर उभरा है। नए मीडिया पर उपलब्ध साहित्य मौलिकता और प्रमाणिकता के संकट से जूझ रहा है, जो इसकी साख पर भी सवाल उठाता है।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 57.35 प्रतिशत उत्तरदाता इससे सहमत हैं कि न्यू मीडिया – वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि पर हिंदी साहित्य का सृजन करने की सुविधा से कॉपीराइट का उल्लंघन बढ़ा है। 21.43 फीसदी उत्तरदाता इससे आंशिक सहमति जताते हैं। 7.55 प्रतिशत लोग इस बात को नहीं मानते। जबकि 13.67 प्रतिशत इससे अनभिज्ञता जताते हैं। ज्यादातर उत्तरदाता इस बात को स्वीकार करते हैं कि न्यू मीडिया ने विचार प्रकट करने की आजादी दी है। लोगों को धीरे-धीरे समझ आएगा कि क्या, कहां और कितना पोस्ट करना है।

12. क्या आप न्यू मीडिया पर कॉपीराइट के उल्लंघन का शिकार हुए हैं?



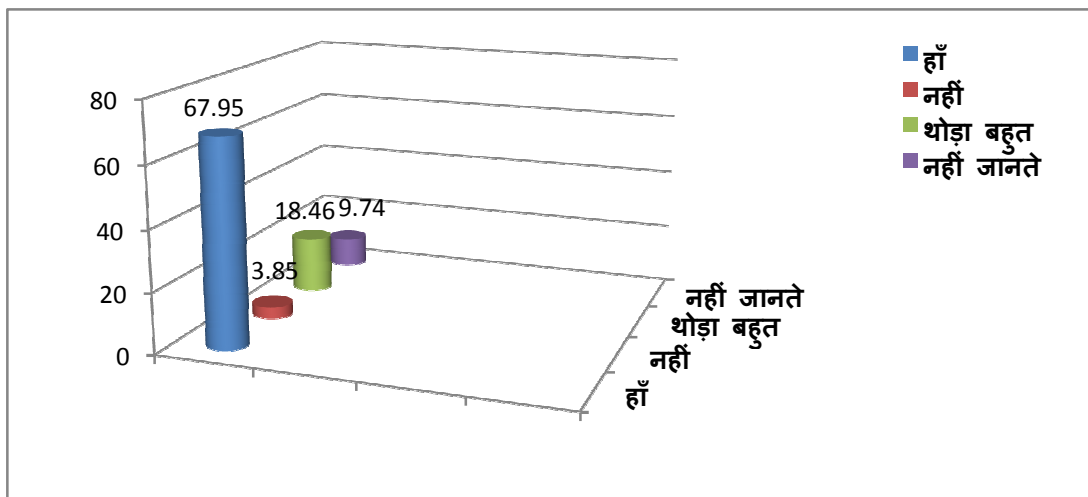
ग्राफ -12.न्यू मीडिया में प्रतिलिप्याधिकार उल्लंघन के शिकार हुए प्रयोक्ता

ग्राफ- 12:

नए मीडिया ने अवरोधों से आजादी देकर संचार की प्रक्रिया में अभूतपूर्व बदलाव किए हैं। पहले से ज्यादा त्वरित, द्रुतगामी और सघन सूचना प्रवाह नए मीडिया के माध्यम से ही संभव हुआ है। साहित्यिक-वैचारिक चोरी के आरोपों के बीच पारंपरिक मीडिया का यह संशोधित रूप सच्चे और न्यायसंगत लेखन के सहारे सामाजिक हालात की सूरत बदलने की ओर अग्रसर है।

ग्राफ स्पष्ट करता है कि 78.41 प्रतिशत उत्तरदाता स्वीकारते हैं कि वे न्यू मीडिया – वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि पर कॉपीराइट के उल्लंघन का शिकार नहीं हुए। जबकि 21.59 फीसदी उत्तरदाता कॉपीराइट उल्लंघन के शिकार हुए हैं। कुछ उत्तरदाताओं ने व्यक्तिगत उदाहरण देकर बताया कि उनके लेखन को कई वेबसाइट्स या सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर हूबहू कॉपी-पेस्ट किया गया। हालांकि कुछ उत्तरदाता इसे इस प्रकार लेते हैं कि ‘राम जी की चिड़िया राम जी का खेत, खाओ री चिड़िया भर-भर के पेट’ यानि उनके लेखन का इस्तेमाल करने पर कोई आपत्ति नहीं है।

13. क्या आप मानते हैं कि न्यू मीडिया पर पूर्व प्रकाशित रचनाओं को परिवर्तित रूप में/फेरबदल करके पोस्ट करने की प्रवृत्ति बढ़ी है?



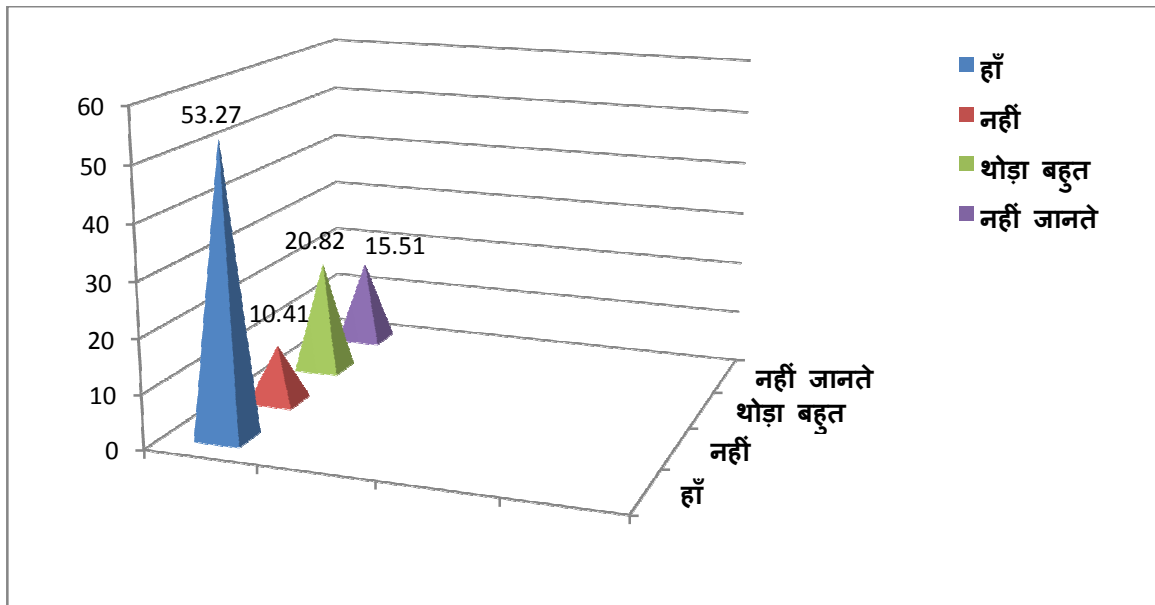
ग्राफ -13. पूर्व प्रकाशित रचनाओं को न्यू मीडिया में परिवर्तित रूप में पोस्ट करने की प्रवृत्ति में वृद्धि

ग्राफ -13:

नए मीडिया ने समाज की व्यवस्थाओं को ज्यादा लोकतांत्रिक बनाया है। यह आम लोगों को आवाज दे रहा है और संवाद में उनकी भागीदारी को सुनिश्चित कर रहा है। यहां सूचनाओं का विस्फोट है और इसके 'फिल्टरेशन और सलेक्शन' के लिए 'गेटकीपर' या संपादक जैसी कोई संस्था नहीं है। इससे इन सूचनाओं की प्रमाणिकता और मौलिकता अकसर संदिग्ध रहती है।

ग्राफ दर्शाता है कि 67.95 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मत है कि न्यू मीडिया पर पूर्व प्रकाशित रचनाओं को परिवर्तित रूप में/फेरबदल करके पोस्ट करने की प्रवृत्ति बढ़ी है। 18.46 फीसदी इससे आंशिक रूप से स्वीकार करते हैं। 3.85 फीसदी उत्तरदाता इसके पक्ष में नहीं हैं। जबकि 9.74 फीसदी उत्तरदाता इससे अनभिज्ञ हैं। अधिकांश उत्तरदाताओं का मत है कि फेसबुक पर अकसर ऐसा होता है।

14. क्या न्यू मीडिया में किसी प्रतिष्ठित लेखक/कवि के नाम पर अपनी या किसी और की रचना को पोस्ट करने की प्रवृत्ति मौजूद है?



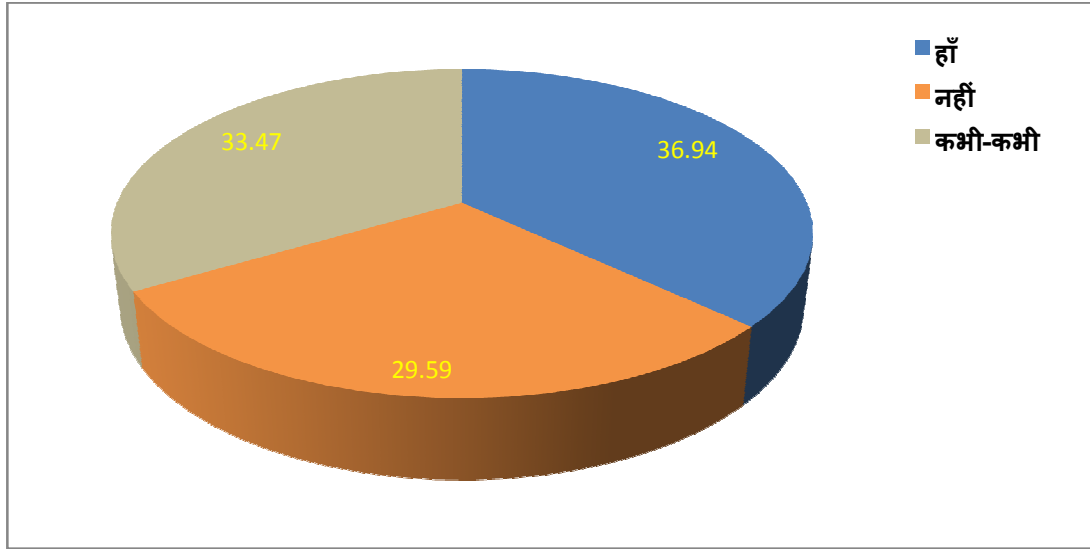
ग्राफ -14. अपनी या किसी और की रचना को किसी प्रतिष्ठित रचनाकार के नाम से प्रकाशित करने की प्रवृत्ति

ग्राफ- 14:

कुछ विद्वान नए मीडिया को नियंत्रण रहित, अगंभीर और अनुशासनहीन माध्यम भी कहते हैं। इसके लिए वह तर्क पेश करते हैं कि नया मीडिया 'फ्री फ्लो मीडियम' है। इसका प्रयोग करने वाला प्रत्येक व्यक्ति 'प्रोड्यूसर' भी है और 'कंज्युमर' भी। इसलिए इस प्लेटफार्म आ रहा कंटेंट या सामग्री भी यदा-कदा सवालियों के घेरे में आ जाता है।

ग्राफ प्रदर्शित कर रहा है कि 53.27 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात का समर्थन करते हैं कि न्यू मीडिया में किसी प्रतिष्ठित लेखक/कवि के नाम पर अपनी या किसी और की रचना को पोस्ट करने की प्रवृत्ति मौजूद है। 20.82 फीसदी इससे आंशिक रूप से सहमत हैं। 10.41 फीसदी उत्तरदाता इसे स्वीकार नहीं करते। जबकि 15.51 फीसदी उत्तरदाता इस बात से अनभिज्ञता जताते हैं। अधिकांश उत्तरदाता इसके लिए विकृत मानसिकता और राजनीतिक हेतु को कारण मानते हुए स्वीकारते हैं कि जानबूझकर ऐसा किया जाता है।

15. क्या आप न्यू मीडिया पर हिंदी साहित्यिक रचनाएँ पढ़ने या न पढ़ने का निर्णय लेखक/कवि का नाम देखकर करते हैं?



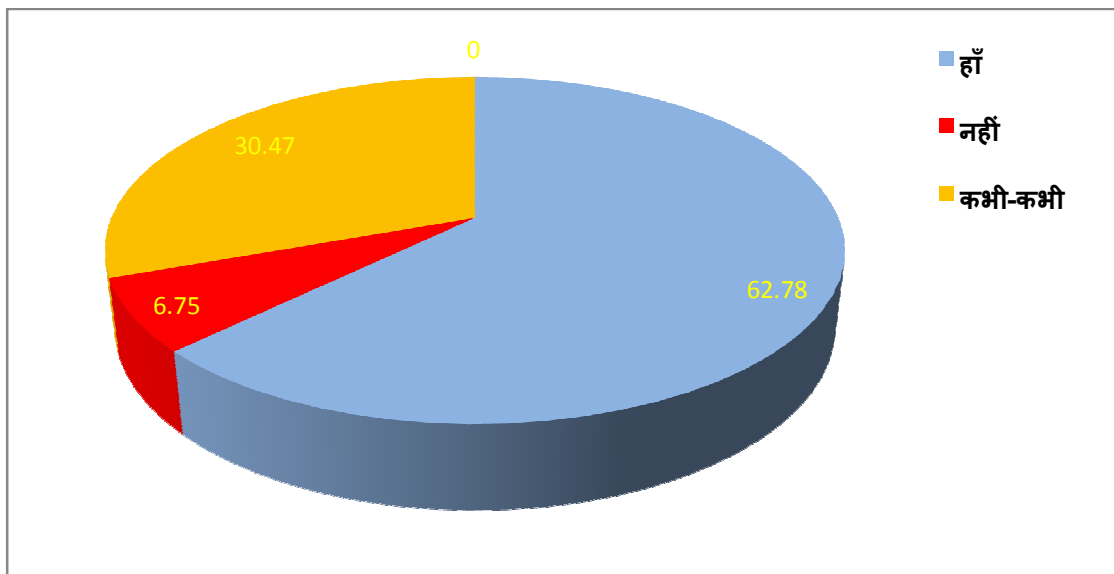
ग्राफ -15. न्यू मीडिया पर किसी रचना को पढ़ने का निर्णय रचनाकार के नाम के आधार पर

ग्राफ-15:

न्यू मीडिया अपने स्वरूप, आकार और संयोजन में मीडिया के पारंपरिक रूपों से भिन्न और उनकी तुलना में काफी व्यापक है। न्यू मीडिया ने हर व्यक्ति को आवाज दी है। वह इसके जरिये अपने को अभिव्यक्त कर रहा है। यहाँ प्रयोक्ता किसी भी कंटेंट को डेलीट करने के लिए बाध्य नहीं है, वह एक क्लिक पर नए स्थान पर चला जाता है।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 36.94 प्रतिशत उत्तरदाता न्यू मीडिया पर हिंदी साहित्यिक रचनाएँ लेखक/कवि का नाम देखकर पढ़ते हैं या न पढ़ने का निर्णय लेते हैं। 33.47 फीसदी लोग आंशिक तौर पर ऐसा करते हैं। 29.59 फीसदी उत्तरदाता नाम देखकर रचना पढ़ने या न पढ़ने का निश्चय नहीं करते।

16. क्या आप न्यू मीडिया पर नवोदित/अपरिचित रचनाकारों की हिंदी रचनाओं को पढ़ते हैं?

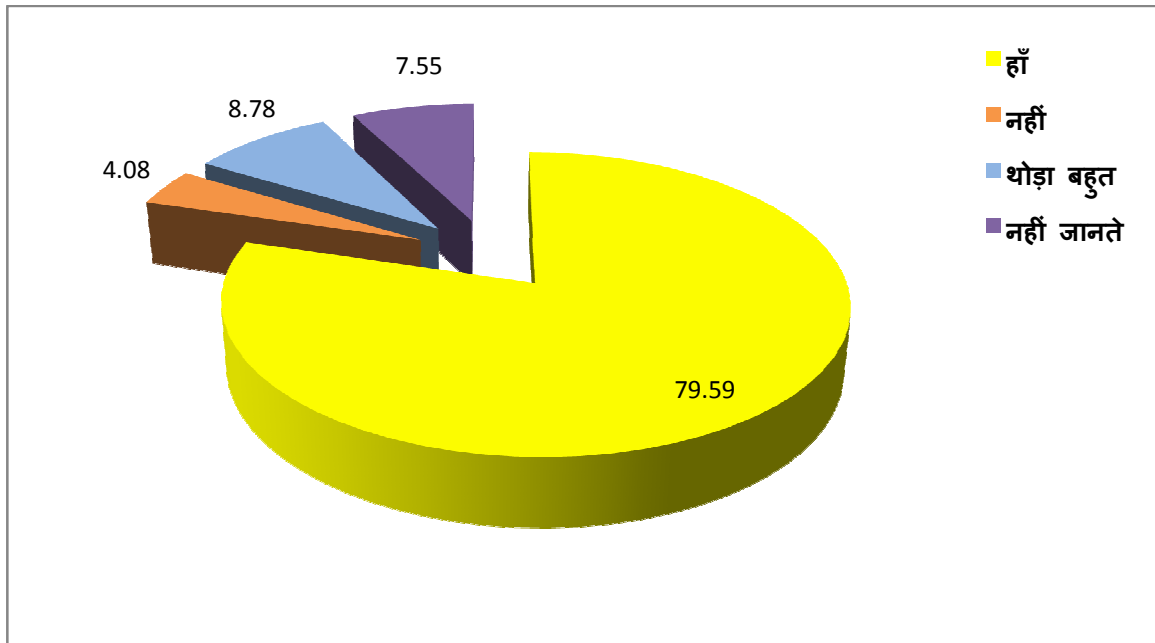


ग्राफ -16. न्यू मीडिया पर नवोदित/अपरिचित रचनाकारों की रचनाओं का पठन**ग्राफ-16:**

पारंपरिक मीडिया के 'एक प्रकाशक, अनेक पाठक' वाले एकाधिकारवादी स्वरूप को न्यू मीडिया के 'अनेक प्रकाशक, अनेक पाठक' वाले अपेक्षाकृत लोकतांत्रिक स्वरूप ने बड़ी चुनौती दी है। चुनौती के साथ यह नवोदित और अपरिचित लेखकों के लिए यह एक बहुमूल्य अवसर है। अपना विकास और विस्तार करने का, तकनीक के अधिक करीब आने का, पाठकों से सीधे संवाद का और अपने आर्थिक साम्राज्य को भी फैलाने का।

ग्राफ स्पष्ट रूप से प्रदर्शित करता है कि 62.78 प्रतिशत उत्तरदाता न्यू मीडिया पर नवोदित/अपरिचित रचनाकारों की हिंदी रचनाओं को प्राथमिकता से पढ़ते हैं। 30.47 फीसदी लोग आंशिक तौर पर ऐसा करते हैं। 6.75 फीसदी उत्तरदाता न्यू मीडिया पर नवोदित/अपरिचित रचनाकारों की हिंदी रचनाओं को प्राथमिकता नहीं देते। ज्यादातर उत्तरदाताओं ने इस बात पर जोर दिया कि उन्हें नाम से नहीं रचना की गुणवत्ता से मतलब होता है।

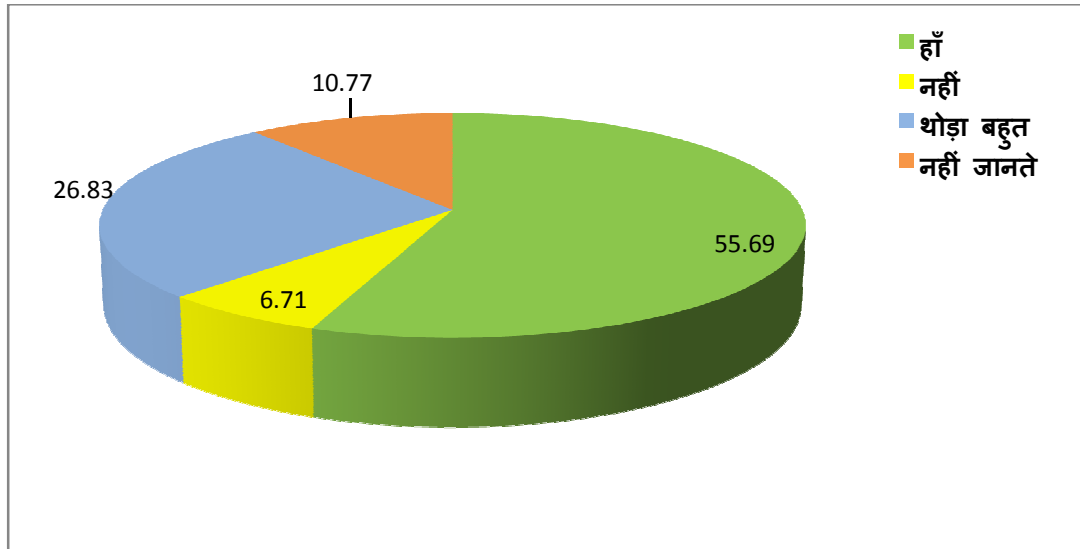
17. क्या आप मानते हैं कि न्यू मीडिया के माध्यम से साहित्य की छोटी विधाओं – लघु कथा, शे'र, गज़ल, दोहे, कुंडली, मुक्तक, आदि में लेखन अधिक होता है?

**ग्राफ -17. न्यू मीडिया पर हिंदी साहित्य की छोटी विधाओं में लेखन की प्रवृत्ति****ग्राफ -17:**

न्यू मीडिया सीमाओं के बारे में नहीं, सीमाएं खत्म करने के बारे में है। यहां रफ्तार और दोनों ओर से संवाद है। नई तकनीक भाषा और साहित्य के नए रूप और नई विधाओं का सृजन करती है। वेब पृष्ठों का निर्माण और ई-लेखन एक अलग प्रकार के कौशल की मांग करता है। सूचनाओं के प्रवाह के बीच ऐसी विधाएं पाठक का ध्यानाकर्षण करती हैं जो नई शैली में लिखी हों और ज्यादा समय की मांग नहीं करती हैं।

ग्राफ दर्शाता है कि 79.59 प्रतिशत उत्तरदाताओं के अनुसार न्यू मीडिया के माध्यम से साहित्य की छोटी विधाओं— लघु कथा, शे'र, गज़ल, दोहे, कुंडली, मुक्तक, आदि में लेखन अधिक होता है। 8.78 फीसदी लोग आंशिक तौर पर ऐसा मानते हैं। 4.08 फीसदी उत्तरदाता इससे सहमत नहीं हैं। जबकि 7.55 प्रतिशत इससे अनभिज्ञता जताते हैं।

18. क्या आप मानते हैं कि न्यू मीडिया का पाठक बड़ी रचनाओं को पूरा नहीं पढ़ता?



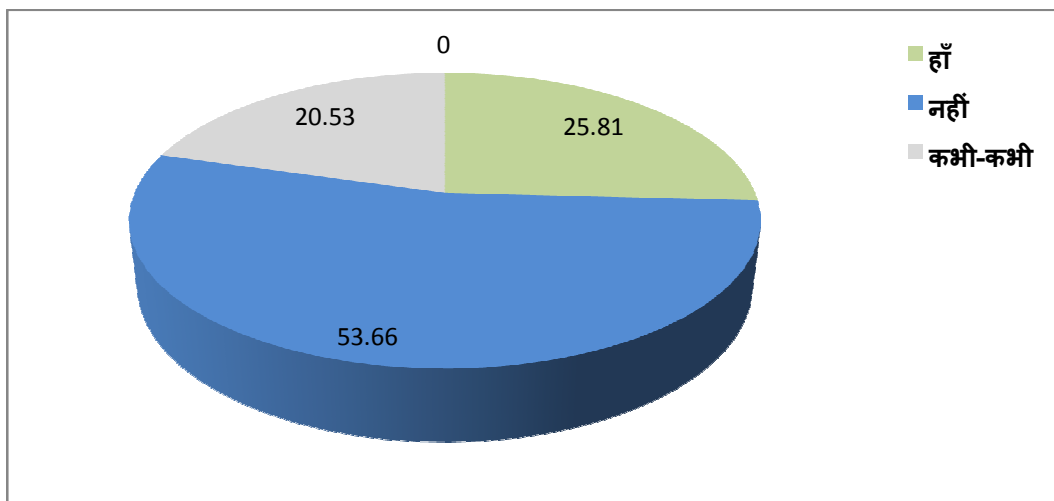
ग्राफ -18. न्यू मीडिया प्रयोक्ता द्वारा लम्बी हिंदी रचनाओं को पूरा न पढ़ने की प्रवृत्ति

ग्राफ -18:

न्यू मीडिया पर हिंदी साहित्य का तेज प्रवाह भविष्य के लिए बड़ी उम्मीदें जगा रहा है। यहां नए लेखक नए प्रयोग कर रहे हैं, मगर इनमें से अधिकांश का लेखन स्तरहीन है। यहां छोटी टिप्पणियां या कोई छोटी कविता के पाठकों तक पहुंचने का जो स्कोप है वैसा किसी बड़ी रचना के लिए नहीं है। कारण लंबी साहित्यिक रचनाओं के लिए लगातार पठन जरूरी है और पाठक लंबी रचनाएं तभी पढ़ते हैं जब वे उनके मतलब की हों।

ग्राफ स्पष्ट करता है कि 55.69 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमति जताते हैं कि न्यू मीडिया का पाठक बड़ी रचनाओं को पूरा नहीं पढ़ता। 26.83 फीसदी लोग आंशिक तौर पर ऐसा मानते हैं। 6.71 फीसदी उत्तरदाता इससे सहमत नहीं हैं। जबकि 10.77 प्रतिशत इससे अनभिज्ञता जताते हैं। ज्यादातर उत्तरदाताओं का मत है कि वे अधिकांश समय मोबाइल के माध्यम से ही न्यू मीडिया तक पहुंच रहे हैं। लंबी रचनाएं ज्यादा समय की मांग करती हैं और मोबाइल की छोटी स्क्रीन इसमें बड़ी बाधा है।

19. क्या आप न्यू मीडिया पर किसी साहित्यिक कृति को बिना पूरा पढ़े प्रतिक्रिया देते हैं?

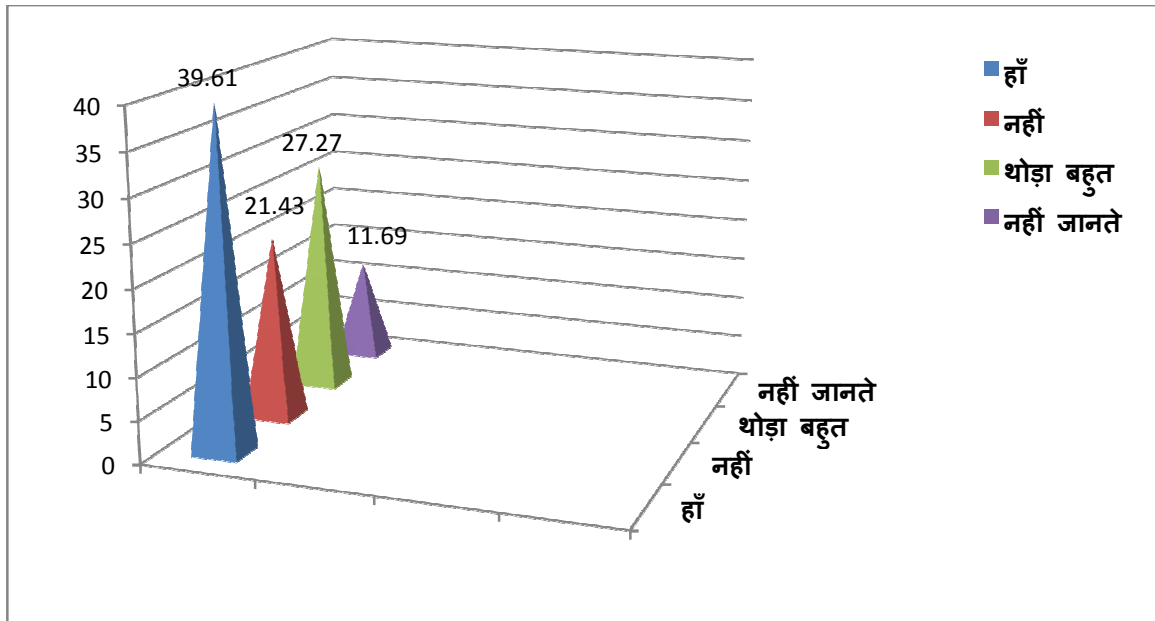


ग्राफ -19. न्यू मीडिया पर हिंदी रचनाओं को बिना पूरा पढ़े प्रतिक्रिया देने की प्रवृत्ति**ग्राफ-19:**

न्यू मीडिया ने सूचनाओं पर सबका अधिकार की कल्पना को हकीकत में बदलने में सहयोग किया है। यहां नए लेखक प्रयोग कर रहे हैं, ये साहित्य का लोकतंत्र है, जो बन रहा है। हो सकता है कि नए मंचों, नए माध्यमों पर जो आए, वह कच्चा हो, सुघड़ ना हो। पर समय की छलनी में छनकर जो कुछ भी सार्थक है, काम का है, बचा रह जाएगा।

ग्राफ बताता है कि 53.66 प्रतिशत उत्तरदाता न्यू मीडिया पर किसी भी साहित्यिक रचना को पूरा पढ़े बिना प्रतिक्रिया नहीं देते। जबकि 25.81 फीसदी उत्तरदाता साहित्यिक रचना को बिना पूरा पढ़े प्रतिक्रिया दे देते हैं। वहीं 20.53 फीसदी आंशिक तौर पर ऐसा करते हैं। अधिकांश उत्तरदाताओं का मानना है कि बिना पढ़े प्रतिक्रिया उसी स्थिति में देते हैं जब साहित्यिक रचना का सार उनकी समझ में आ जाता है।

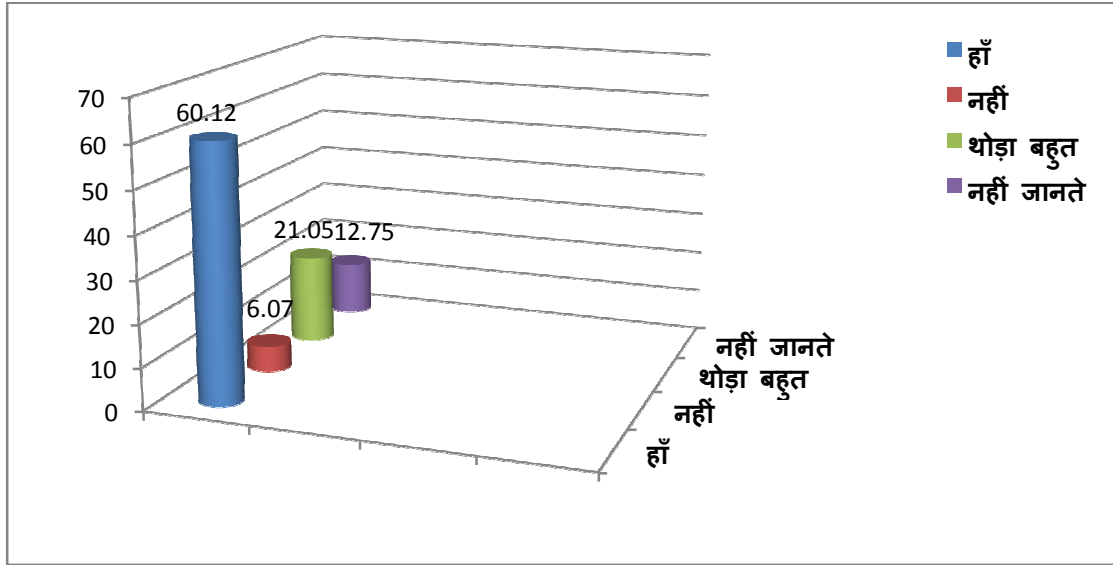
20. क्या आप मानते हैं कि न्यू मीडिया पर पाठक पोस्ट/रचना के बजाय उसको लिखने वाले के नाम के अनुसार प्रतिक्रिया करते हैं?

**ग्राफ -20. न्यू मीडिया पर हिंदी रचनाओं पर प्रतिक्रिया रचना के बजाय रचनाकार के नाम के आधार पर****ग्राफ- 20:**

न्यू मीडिया की मूल प्रकृति इंटरएक्टिव है। पाठक के साथ सीधा संपर्क इसकी बुनियादी विशेषता है। इसी कारण यहां अभिव्यक्ति के अवसर बढ़े हैं। यहां समय की कोई पाबंदी नहीं है, कभी भी रचना या लेखनकर्म को शेयर किया जा सकता है। पाठक भी अपनी प्रतिक्रिया के लिए स्वतंत्र है और इसके लिए कोई पैमाना नहीं है। जैसेपत्रकार रवीश कुमार के फेसबुक पेज पर अक्सर पाठक उनके लिखे पर प्रतिक्रिया देने की बजाय अनर्गल कमेंट करते हैं।

ग्राफ दर्शाता है कि 39.61 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि न्यू मीडिया पर पाठक पोस्ट/रचना के बजाय उसे लिखने वाले के नाम के अनुसार प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं। 27.27 फीसदी इससे आंशिक रूप से सहमत हैं। 21.43 फीसदी इससे इंकार करते हैं। जबकि 11.69 प्रतिशत इससे अनभिज्ञ हैं।

21. क्या न्यू मीडिया में हिंदी लेखक उन विषयों पर भी खुलकर लिख रहे हैं जो पारंपरिक मीडिया में वर्जित माने जाते हैं?



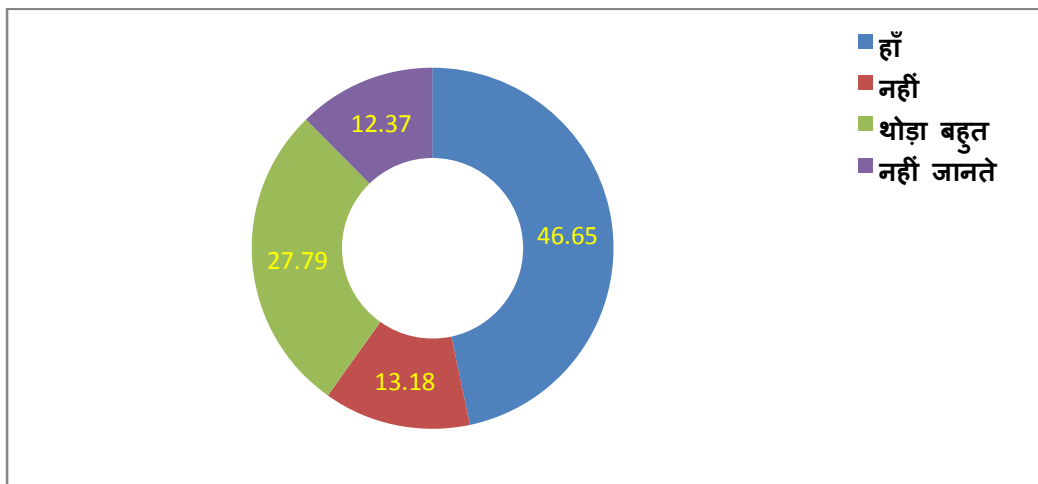
ग्राफ -21. न्यू मीडिया में उन विषयों पर लेखन की प्रवृत्ति जो कि पारंपरिक मीडिया में वर्जित माने जाते है.

ग्राफ -21:

न्यू मीडिया सीमाओं के विरुद्ध कार्य करने वाली शक्ति के रूप में उभरा है। नए मीडिया ने उन मुद्दों को आवाज दी है जो पारंपरिक मीडिया में अछूत समझे जाते रहे हैं। विश्वभर में “#मी टू” कैंपेन के माध्यम से न्यू मीडिया ने यौन शोषण के उन दबे हुए मामलों को आवाज दी, जो सत्ता और धन के जोर से दबा दिए गए थे।

ग्राफ से स्पष्ट है कि 60.12 प्रतिशत उत्तरदाता का मत है कि न्यू मीडिया में हिंदी लेखक उन विषयों पर खुलकर लिख रहे हैं जो पारंपरिक मीडिया में वर्जित हैं। 21.05 फीसदी इस बात से आंशिक रूप से सहमति प्रकट करते हैं। 6.07 फीसदी प्रतिवादियों का मानना है कि न्यू मीडिया में भी उन विषयों पर खुलकर नहीं लिखा जा रहा है जो विषय पारंपरिक मीडिया में वर्जित हैं। जबकि 12.75 प्रतिशत इससे अनभिज्ञ हैं।

22. क्या आप मानते हैं कि न्यू मीडिया में लिखे जाने वाले साहित्य में पारंपरिक मीडिया की तुलना में अश्लीलता अधिक बढ़ी है?

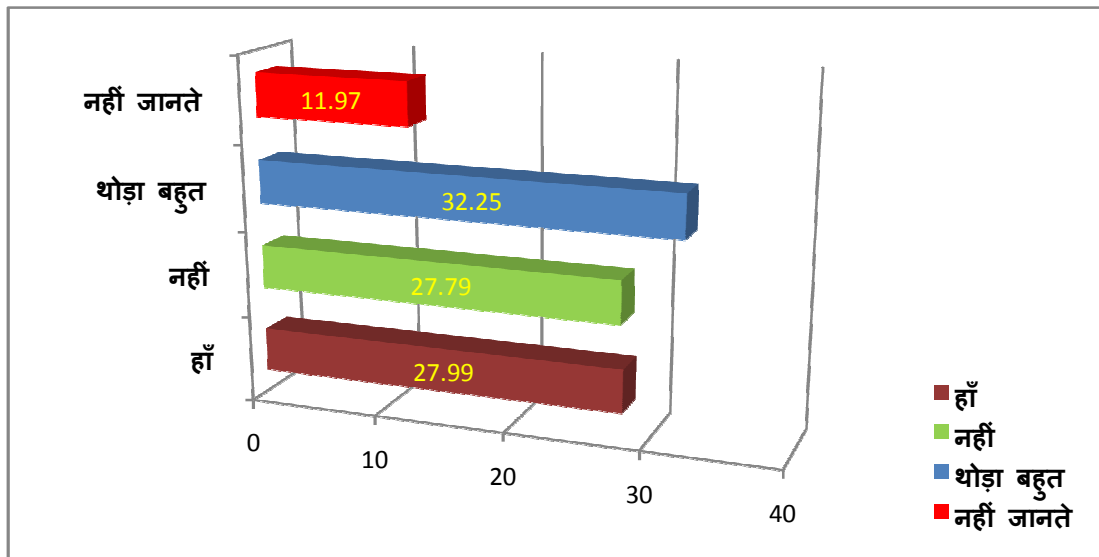


ग्राफ-22. न्यू मीडिया के हिंदी साहित्य में अश्लीलता में वृद्धि**ग्राफ -22:**

नया मीडिया हर प्रयोग करने वाले को “देहमुक्ति” के साथ विचरण करने का अवसर उपलब्ध करवाता है। बात चाहे सोशल मीडिया की हो या इंटरनेट पर मौजूद अन्य वेबसाइट की, इस आभासी दुनिया में धार्मिक भावनाओं, विचारों और व्यक्तिगत भावनाओं से खेलते हुए अश्लील सामग्री बिना रोक-टोक परोसी जा रही है। स्मार्ट फोन ने अपसंस्कृति के इस चलन को और आगे बढ़ाया है। अभिव्यक्ति की आजादी के नाम पर परोसी जा रही इस सामग्री से न्यू मीडिया की भूमिका का नकारात्मक पहलू सामने आया है।

ग्राफ अंकित करता है कि 46.65 प्रतिशत उत्तरदाता इस बात को स्वीकार करते हैं कि न्यू मीडिया में लिखे जाने वाले साहित्य में पारंपरिक मीडिया की तुलना में अश्लीलता बढ़ी है। 27.79 फीसदी इसे आंशिक तौर पर स्वीकार करते हैं। 13.18 फीसदी उत्तरदाता ऐसा नहीं मानते। जबकि 12.37 प्रतिशत इस बात से अनभिज्ञता प्रकट करते हैं।

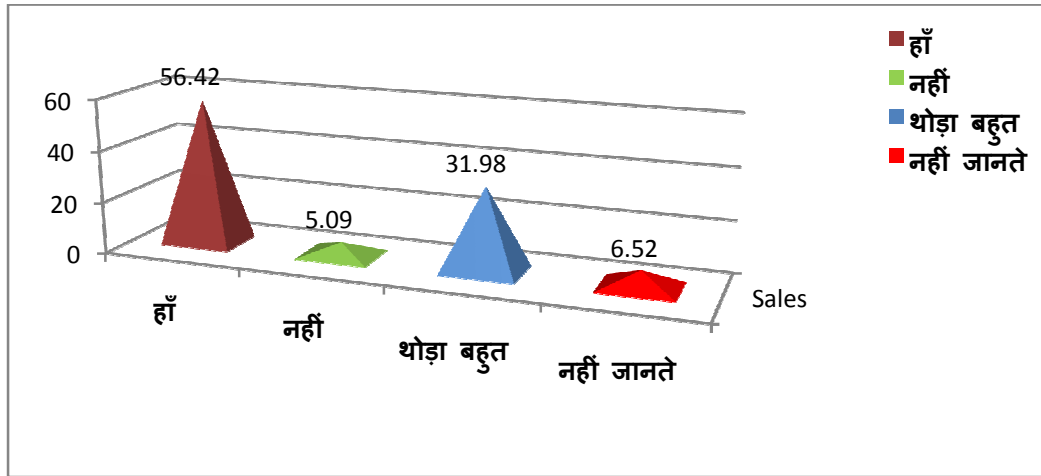
23. क्या इंटरनेट पर ब्लॉग सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि पर लिखा जाने वाला हिंदी साहित्य निम्न स्तर का है?

**ग्राफ-23. न्यू मीडिया के हिंदी साहित्य में गुणवत्ता के स्तर में गिरावट.****ग्राफ -23:**

वैकल्पिक मीडिया के रूप में उभरे न्यू मीडिया के दबदबे से अब मुख्य धारा का मीडिया भी नहीं बच पाया है। न्यू मीडिया ने गंभीर साहित्य भले ही पैदा न किया हो लेकिन न्यू मीडिया के माध्यम से हिन्दी भाषा को और व्यापक रूप देने के लिए जो संघर्ष चल रहा है उससे सभी भली-भांति परिचित हैं। न्यू मीडिया पर हड़बड़ी बहुत है और इससे गंभीर साहित्य का नुकसान भी बहुत हो रहा है।

ग्राफ स्पष्ट संकेत देता है कि 27.99 प्रतिशत प्रतिवादियों का मत है इंटरनेट पर ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि पर लिखा जा रहा हिंदी साहित्य निम्न स्तर का है। 32.25 फीसदी आंशिक तौर पर इंटरनेट पर उपलब्ध हिंदी साहित्य की गुणवत्ता को निम्न स्तर का मानते हैं। 11.97 प्रतिशत इस बात से अनभिज्ञता प्रकट करते हैं। जबकि 27.79 फीसदी उत्तरदाता इससे सहमत नहीं हैं।

24. क्या आपको लगता है कि न्यू मीडिया - वेबसाइट, ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि पर लिखे जाने वाले साहित्य की भाषा में व्याकरण एवं वर्तनी संबंधी बहुत सी गलतियाँ होती हैं?



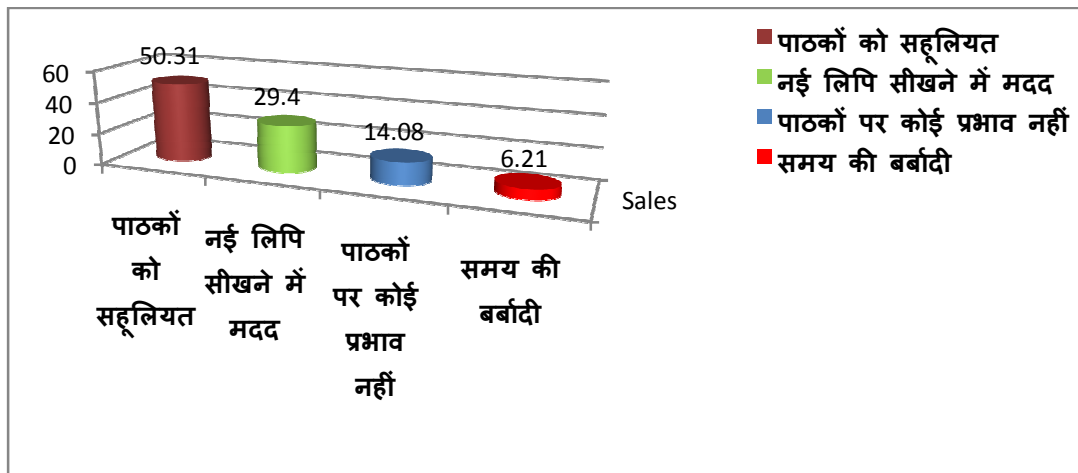
ग्राफ-24. न्यू मीडिया के हिंदी साहित्य में भाषागत त्रुटियों में वृद्धि

ग्राफ- 24:

इंटरनेट में हर व्यक्ति लेखक और प्रकाशक है। यही कारण है कि यहां सूचना का प्रवाह निर्बाध है। उस सूचना की गुणवत्ता, वस्तुनिष्ठता और सत्यता की परख करने वाले साधन, उपक्रम और व्यक्ति अनुपस्थित हैं। इससे न्यू मीडिया पर अनावश्यक, अवांछित, दोयम और घटिया संदेशों की भरमार हो जाती है। सिस्टम भी ऐसे संदेशों से ओवरलोड का शिकार हो सकता है। भाषागत त्रुटियाँ दिखना सामान्य सी बात है।

ग्राफ प्रदर्शित करता है कि 56.42 प्रतिशत उत्तरदाता मानते हैं कि ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स आदि न्यू मीडिया पर लिखे जा रहे हिंदी साहित्य की भाषा में व्याकरण एवं वर्तनी संबंधी बहुत सी गलतियाँ होती हैं। 31.98 फीसदी आंशिक तौर पर इस बात से सहमत हैं। 6.52 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इससे अनभिज्ञता प्रकट की है। जबकि 5.09 फीसदी उत्तरदाता इससे सहमत नहीं कि न्यू मीडिया के हिंदी साहित्य की भाषा में व्याकरण एवं वर्तनी की गलतियाँ हैं। अधिकांश उत्तरदाता स्वीकार करते हैं कि तकनीकी अक्षमता, आंचलिक भाषाओं का प्रभाव और शब्दों की सही न होना इन गलतियों का कारण है।

25. न्यू मीडिया में कुछ हिंदी साहित्यकार अपनी रचनाओं को देवनागरी के अतिरिक्त गुरुमुखी रोमन, अरबी या अन्य में भी लिखते हैं, इससे...



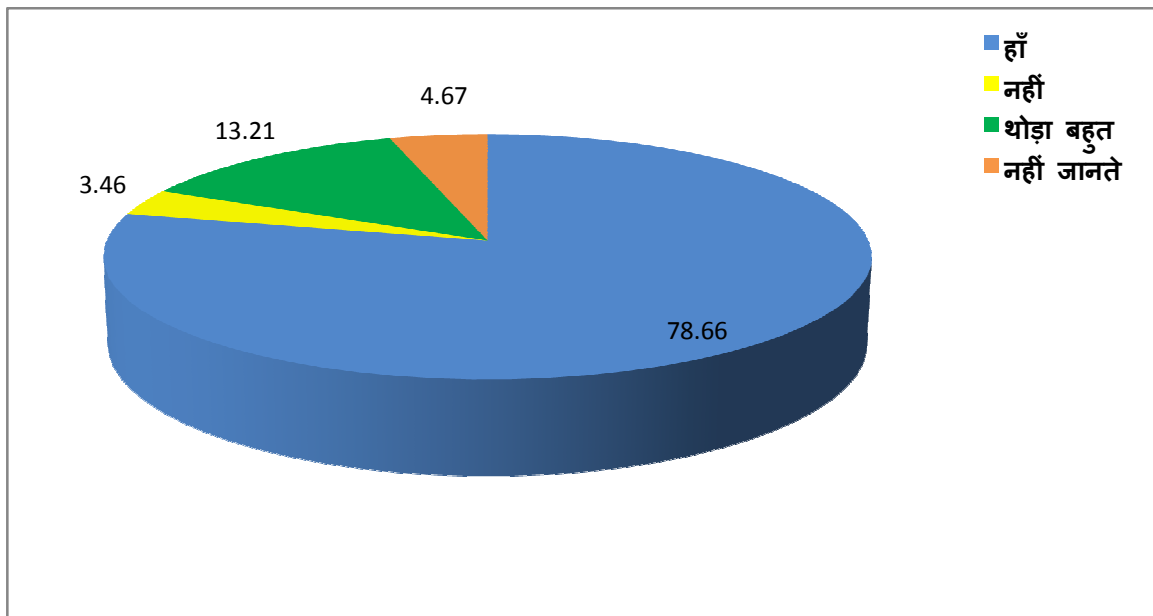
ग्राफ -25. न्यू मीडिया पर हिंदी रचनाओं को देवनागरी के अतिरिक्त अन्य लिपियों में पोस्ट करने का प्रभाव

ग्राफ-25:

वैश्विक कनेक्टिविटी, लोकतांत्रिकरण, मनुष्य अनुभव और संबंधों की दिशा में नए मीडिया और इंटरनेट ने नए द्वार खोल दिए हैं। भाषा का आधार उसका साहित्य है जो भाषायी समूह की सांस्कृतिक विरासत और जीवन मूल्यों को संजोता है और उनका विकास व परिष्कार भी करता चलता है। साहित्य को बचाये रखने और ज्यादा से ज्यादा पाठकों तक पहुंचाने के लिए जरूरी है कि भाषा सर्वथा नई तकनीक पर आरूढ़ होती चले।

ग्राफ प्रदर्शित करता है कि 50.31 प्रतिशत उत्तरदाताओं के अनुसार लेखक न्यू मीडिया में देवनागरी के अतिरिक्त गुरुमुखी रोमन, अरबी या अन्य में रचनाएं पाठकों सुविधा के लिए लिखते हैं। 29.40 फीसदी का मत है कि नई लिपि को सीखने के लिए लेखक ऐसा करते हैं। 14.08 प्रतिशतका मत है कि इससे पाठकों पर कोई असर नहीं पड़ता। जबकि 6.21 फीसदी इसे समय की बर्बादी मानते हैं।

26. क्या आप मानते हैं कि न्यू मीडिया के माध्यम से जो त्वरित प्रतिक्रिया मिलती है, उससे साहित्यकार को अपने पाठकों को समझने में मदद मिली है?



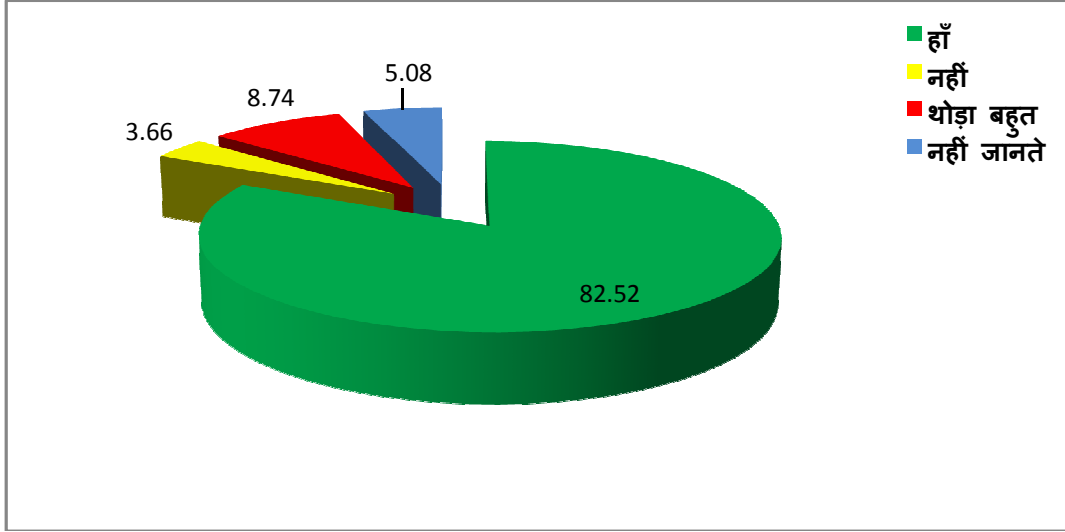
ग्राफ -26. न्यू मीडिया पर त्वरित प्रतिक्रिया से लेखकों को अपने पाठकों को समझने में मदद मिलती है.

ग्राफ-26:

इंटरएक्टिविटी न्यू मीडिया की सबसे बड़ी पावर है। रीडर तक खबर टेक्स्ट, साउंड, विजुअल, इंग्रॉफ किसी भी रूप में पहुंचाने के बाद रीडर उसे समझ कर तुरंत फीडबैक भी दे सकता है। यानी दोतरफा संवाद, जो इस माध्यम की सबसे बड़ी ताकत है। पाठकों-दर्शकों की प्रतिक्रिया से लेखक या प्रस्तोता अपने संवाद में बदलाव कर उसे दर्शकों की इच्छानुसार पेश कर सकता है।

ग्राफ बताता है कि 78.66 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि न्यू मीडिया के माध्यम से मिलने वाली त्वरित प्रतिक्रिया से साहित्यकार को अपने पाठकों को समझने में मदद मिलती है। 13.21 फीसदी इसे आंशिक रूप से स्वीकार करते हैं। 4.67 प्रतिशत इसके प्रति अनजान हैं। जबकि 3.46 फीसदी इस बात से इंकार करते हैं।

27. क्या आप मानते हैं कि न्यू मीडिया के माध्यम से 'लेखकों का पाठकों से', 'पाठकों का पाठकों से' और 'लेखकों का लेखकों से' संवाद स्थापित करने में सुविधा हुई है?



ग्राफ -27. न्यू मीडिया ने बहुआयामी समवाद स्थापित करने में मदद की है.

ग्राफ -27:

नए मीडिया में अक्सर उपलब्ध है कि पाठकों-दर्शकों को भागीदारी का अहसास करा उनमें बातचीत का सुख, सक्रियता और ज़िम्मेदारी की भावना भरी जाए। पाठक-दर्शक की प्रतिक्रिया पर भी मॉडरेटर या मॉनीटर नजर रखता है कि वे सेवाप्रदाता के नियमों का या सामान्य सार्वजनिक नियम कायदों और अनुशासन का हनन न कर रहे हों, वहां किसी की मानहानि या देश समाज नागरिक को नुकसान पहुंचाने वाली बातें न जाएं, गंभीरतापूर्वक ये देखने की ज़िम्मेदारी भी वेबसाइट की होती है।

ग्राफ दर्शाता है कि 82.52 फीसदी उत्तरदाता मानते हैं कि न्यू मीडिया के माध्यम से 'लेखकों का पाठकों से', 'पाठकों का पाठकों से' और 'लेखकों का लेखकों से' संवाद स्थापित करने में सुविधा हुई है। 8.74 फीसदी इसे आंशिक रूप से स्वीकार करते हैं। 5.08 प्रतिशत इसके प्रति अनभिज्ञ हैं। जबकि 3.66 फीसदी इस बात से इंकार करते हैं।

निष्कर्ष :-

1. न्यू मीडिया के अधिकांश प्रयोक्ता प्रतिदिन न्यू मीडिया का प्रयोग करते हैं। जबकि आंशिक लोग मासिक अथवा जरूरत के आधार पर प्रयोग करते हैं।
2. हिंदी कंटेंट पढ़ने के लिए गूगल एवं फेसबुक सर्वाधिक प्रयोग किए जाने वाले न्यू मीडिया मंच हैं।
3. न्यू मीडिया कंटेंट के अधिकांश पाठक स्वयं अपना लिखा भी न्यू मीडिया पर पोस्ट करते हैं।
4. न्यू मीडिया के अनुप्रयोगों से रचनात्मक लेखन-प्रकाशन के लिए संपादकों पर निर्भरता कम हो गई है।
5. अधिकांश प्रयोक्ताओं का मानना है कि न्यू मीडिया के आगमन से हिंदी के पाठकों एवं लेखकों दोनों में वृद्धि हुई है। नवोदित रचनाकारों को मंच मिला है।
6. न्यू मीडिया मंचों पर हिंदी साहित्य आने के कारण हिंदी साहित्य की पहुंच देश के भीतर दूर-दराज क्षेत्रों तक तथा देश के बाहर विभिन्न देशों में बढ़ी है।
7. न्यू मीडिया में वे लोग भी हिंदी साहित्य के पाठक हो गए हैं जो पारंपरिक मीडिया में हिंदी साहित्य के पाठक नहीं थे। संभवतः हिंदी साहित्य की सहज सुलभता इसके पीछे बड़ा कारण है।

8. न्यू मीडिया के कारण विदेशों में बसे प्रवासी भारतीयों द्वारा प्रचुर मात्रा में साहित्य रचा जा रहा है.
9. अधिकांश प्रयोक्ताओं का मानना है कि न्यू मीडिया मंचों पर प्रयोगधर्मिता बढ़ी है, नए-नए विषयों पर उन्मुक्त रूप से लेखन-पठन हो रहा है.
10. ब्लॉगिंग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स, वेबसाइट आदि पर हिंदी साहित्य सृजन से कॉपीराइट उल्लंघन के मामलों में इजाफा हुआ है।
11. न्यू मीडिया-ब्लॉगिंग, सोशल नेटवर्किंग साइट्स, वेबसाइट आदि ने पूर्व प्रकाशित रचनाओं को फेरबदल कर पोस्ट करने के प्रवृत्ति को बढ़ावा दिया है। खासकर फेसबुक पर यह चलन बढ़ा है।
12. न्यू मीडिया पर अधिकांश पाठक नवोदित/अपरिचित रचनाकारों की हिंदी रचनाओं को भी पढ़ते हैं।
13. न्यू मीडिया पर साहित्य की छोटी विधाओं - लघु कथा, शेर, गजल, दोहे, कुंडली, मुक्तक, आदि का सृजन और प्रकाशन प्रचुर मात्रा में किया जा रहा है।
14. न्यू मीडिया पर अधिक पाठकों तक पहुँचने के लिए हिंदी रचनाकारों द्वारा अपनी रचनाओं को देवनागरी के साथ-साथ रोमन, गुरुमुखी, अरबी या अपनी मातृभाषा की लिपि में भी प्रकाशित किया जा रहा है.
15. मीडिया के अधिकांश पाठक रुचि, समयाभाव, तकनीकी या अन्य कारणों से बड़ी रचनाओं को पूरा नहीं पढ़ते।
16. मीडिया के ज्यादातर पाठक पोस्ट/रचना के बजाय उसे लिखने वाले के नाम के अनुसार प्रतिक्रिया व्यक्त करते हैं।
17. न्यू मीडिया पर हिंदी साहित्य प्रकाशित होने से लेखकों को त्वरित प्रक्रिया मिलती है, पाठकों को समझने में मदद मिलती है, लेखकों-पाठकों, लेखकों-लेखकों एवं पाठकों-पाठकों में परस्पर संवाद सुलभ हो रहा है.
18. मीडिया में हिंदी लेखक उन विषयों पर भी खुलकर लिख ही नहीं बल्कि बोल भी रहे हैं जो पारंपरिक मीडिया में वर्जित माने जाते हैं। इसके कारण न्यू मीडिया पर अश्लीलता कंटेंट बढ़ रहा है.
19. सम्पादकीय गेट-कीपिंग न होने के कारण न्यू मीडिया पर लिखे जा रहे हिंदी साहित्य में भाषा एवं तथ्यगत अशुद्धियाँ बढ़ रही हैं.
20. न्यू मीडिया पर ऐसा साहित्य भी प्रकाशित किया जा रहा है जो स्तरीय नहीं है.