



हिंदी और जनसंचार-माध्यम

आज सूचना तकनीक का जमाना है। दुनिया का हर छोटा-बड़ा काम अब सूचना तकनीक से जुड़ गया है। चाहे वह पढ़ाई-लिखाई का क्षेत्र हो, रोजगार तलाशने का मामला हो, अपना रोजगार बढ़ाने या फिर खेती-किसानी, मौसम, देश-दुनिया की जानकारियां हासिल करने की जरूरत, सब कुछ सूचना तकनीक के जरिए संभव है। अब दूर-दराज इलाके का कोई विद्यार्थी कक्षा में जाए बगैर घर बैठे अपने पाठ्यक्रम से संबंधित कठिनाइयों का समाधान पा सकता है, तो दुर्गम गांव का एक किसान दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु या किसी दूसरे महानगर में स्थित कृषि केंद्र के विशेषज्ञ से संपर्क कर अपनी खेती-बाड़ी, पशुपालन आदि से जुड़ी समस्याओं के बारे में चर्चा और उनका समाधान प्राप्त कर सकता है। छोटे से लेकर बड़े कारोबारी तक सब सूचना तकनीक के जरिए न सिर्फ देश के कोने-कोने तक, बल्कि दुनिया भर में अपने कारोबार के बारे में सूचनाएं फैला और अपने कारोबार को गति दे सकता है। छोटी से छोटी सूचनाएं अब पलक झपकते दुनिया के एक कोने से दूसरे कोने तक पहुंच जाती हैं। अब सूचनाएं सिर्फ अखबार, रेडियो और टेलीविजन जैसे माध्यमों तक सीमित नहीं रहीं। न्यू मीडिया यानी नया माध्यम नाम से संचार का एक नया संचार विकसित हो चुका है, जिसमें फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, ब्लॉग, वेब पोर्टल, वेब मैगजीन, यू-ट्यूब आदि जैसे माध्यम विकसित हो चुके हैं। इन माध्यमों को सोशल मीडिया के नाम से जाना जाता है। इन माध्यमों पर कोई भी व्यक्ति खुद अपना खाता खोल कर हजारों लोगों से एक साथ जुड़ कर अपने विचारों को प्रकट कर सकता है। सूचना तकनीक के नए माध्यम रोजगार के भी अवसर उपलब्ध करा रहे हैं।

इस पाठ में हम सूचना तकनीक और संचार माध्यमों के बारे में अध्ययन करेंगे।



उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप:

- संचार माध्यमों का महत्त्व प्रस्तुत कर सकेंगे;
- संचार प्रणाली के विकास का उल्लेख कर सकेंगे;



टिप्पणी

- विभिन्न संचार माध्यमों, जैसे अखबार, रेडियो, टेलीविजन की कार्य प्रणाली और उनके महत्व को अभिव्यक्त कर सकेंगे;
- नए संचार माध्यमों, जैसे फेसबुक, ट्विटर, यू-ट्यूब, इंस्टाग्राम, वाट्सऐप, वेब पोर्टल, ई-पेपर, वेब मैगजीन, वेब सीरीज आदि के बारे में उल्लेख कर सकेंगे;
- संचार माध्यमों के लाभ रेखांकित कर सकेंगे;
- संचार माध्यमों में रोजगार के अवसरों का उल्लेख कर सकेंगे;
- सोशल मीडिया के फायदे और नुकसान को स्पष्ट कर सकेंगे।

24.1 जनसंचार का महत्व

कल्पना कीजिए कि अगर आपके पास अखबार, रेडियो, टेलीविजन, मोबाइल फोन जैसे साधन न होते, तो क्या होता। जाहिर सी बात है कि बहुत सारी सूचनाएं, बहुत सारे समाचार हम तक नहीं पहुंच पाते, अगर उनमें से कुछ पहुंचते भी तो उसमें काफी समय लगता। इस तरह न सिर्फ हम दूसरों के बारे में बहुत कुछ नहीं जान पाते, बल्कि हमारी भी बहुत सारी उपलब्धियों के बारे में लोगों को जानकारी नहीं मिल पाती। बहुत होता, तो हमसे जुड़े लोगों यानी गांव, मुहल्ले, परिवार, रिश्तेदारों, दोस्तों आदि को हमारे बारे में जानकारी रहती। देश-दुनिया की बहुत सारी जानकारियां हम तक पहुंच ही नहीं पातीं। हमारी सरकारें हमारे लिए क्या कर रही हैं, उसके बारे में पता ही नहीं चलता। सरकारें जो कर रही हैं, वह कहां तक ठीक है और कहां तक ठीक नहीं है, इन सबके बारे में लोगों की राय ही नहीं जान पाते। कहीं रोजगार की सूचना निकलती तो हमें पता ही नहीं चलता। कहां कौन क्या बेहतर कर रहा है, उससे प्रेरणा लेकर हमें भी कुछ अच्छा करने का उत्साह नहीं बन पाता।

जनसंचार को लोकतंत्र का चौथा खंभा कहा जाता है। इसीलिए कि अखबार, रेडियो, टीवी जैसे माध्यम सूचनाओं के जरिए लोगों को जागरूक करते रहते हैं, बताते रहते हैं कि सरकारें क्या ठीक काम कर रही हैं, क्या ठीक नहीं कर रही हैं। क्या होना चाहिए, जो नहीं हो पा रहा। समाज में कहां अच्छा काम हो रहा है और अगर कहीं कुछ बुरा हो रहा है, तो उसे कैसे दूर किया जाना चाहिए। इस तरह सरकारों और प्रशासन पर भी दबाव बना रहता है कि वे देश और समाज के लिए ऐसा कोई काम न करें, जिससे जनहित पर बुरा प्रभाव पड़े। लोगों के मूल अधिकारों का हनन न होने पाए। जनसंचार माध्यम एक पाठक, श्रोता, दर्शक के रूप में आम नागरिकों को भी अवसर देते हैं कि वे अपने विचार प्रकट कर सकें। इसीलिए हर अखबार में पाठकों के पत्र के लिए जगह अवश्य तय होती है। उनमें उनकी शिकायतों के लिए भी जगह होती है, जहां वे प्रशासन के किसी काम के प्रति संबंधित विभाग और आम लोगों का ध्यान आकर्षित कर सकते हैं। इसी तरह रेडियो और टेलीविजन में भी इस बात का ध्यान रखते हुए कार्यक्रम तैयार किए जाते हैं कि आम लोग भी उनमें हिस्सेदारी कर सकें। अपने विचार प्रकट कर सकें या फिर अपनी समस्याएं बता सकें।

इसके अलावा जनसंचार माध्यमों का उपयोग प्रशासन और सरकारें भी करती हैं। सरकारें



टिप्पणी

अपनी योजनाओं के बारे में लोगों को बताती हैं, लोगों को उनमें हिस्सेदारी के लिए प्रेरित करने का प्रयास करती हैं। सरकारों और प्रशासन को भी अपनी बातें लोगों तक पहुंचाने की जरूरत होती है, ताकि लोग उनका समुचित लाभ उठा सकें। इसके अलावा कई सामाजिक बुराइयों, शिक्षा, स्वास्थ्य, ऋषि, व्यापार आदि से जुड़ी समस्याओं के समाधान के लिए जनजागरुकता अभियान चलाए जाते हैं, जो लोगों के मौलिक अधिकारों से जुड़े होते हैं, उनके बारे में सरकारी प्रयासों में लोगों की सहभागिता की जरूरत होती है। इसके लिए प्रशासन और सरकारें जनसंचार माध्यमों का उपयोग करती हैं। इसके लिए वे विज्ञापन, समाचार, सूचनाओं आदि के प्रकाशन, प्रसारण का सहारा लेती हैं। जैसे शिशुओं और माताओं को स्वस्थ रखने के लिए स्वास्थ्य योजनाएं चलाई जाती हैं, उनके बारे में जनसंचार माध्यमों के जरिए लोगों तक जानकारी पहुंचाना आसान हो जाता है। इसी प्रकार उपभोक्ता अधिकारों से जुड़ी सूचनाएं, खेती-किसानी, विद्यार्थियों की सुविधाओं को ध्यान में रखकर चलाई जाने वाली योजनाओं, कार्यक्रमों आदि के बारे में जानकारी उपलब्ध कराने में जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

इस तरह जनसंचार माध्यम आम नागरिकों, सरकारों और प्रशासन के बीच एक सेतु का काम तो करते ही हैं, उन्हें सतर्क, सचेत, जागरूक भी बनाते हैं। अनेक सामाजिक बुराइयों से दूर रहने और समाज में कुछ बेहतर काम करने की प्रेरणा भी देते हैं।

कल्पना कीजिए कि अगर संचार माध्यम न होते, तो सरकारों और प्रशासनिक अधिकारियों-कर्मचारियों के कामकाज का ढंग क्या होता। शायद वे लोगों के हितों की अनदेखी करने से न हिचकते। इसीलिए जनसंचार माध्यमों को लोकतंत्र का चौथा खंभा कहा गया है। लोकतंत्र के तीन खंभों के बारे में तो आप जानते ही हैं। पहला होता है- विधायिका यानी संसद और विधानसभाएं, जहां जनता के चुने हुए प्रतिनिधि जाते और फिर जनता के हितों और देश के विकास को ध्यान में रखते हुए कानून, नियम-कायदे बनाते हैं। दूसरा है कार्यपालिका या व्यवस्थापिका, यानी पुलिस और प्रशासन के विभिन्न अंग, जिनकी जिम्मेदारी है विधायिका द्वारा बनाए कानूनों, नियम-कायदों का पालन कराना। इसके लिए वे अपने दंडात्मक अधिकारों का भी उपयोग करते हैं। यानी अगर कोई नागरिक कानून या नियम-कायदों का पालन नहीं करता है, तो उसे दंडित करने की प्रक्रिया अपना सकते हैं। और तीसरा है, न्यायपालिका। न्यायपालिका विधायिका और कार्यपालिका के कामकाज पर नजर रखती है। अगर कोई सरकारी कर्मचारी अपने दायित्व का निर्वाह ठीक से नहीं कर रहा, तो वह उसे दंडित करती है। जैसे अगर कोई अधिकारी या कर्मचारी रिश्वत लेकर किसी दोषी व्यक्ति को छोड़ देता है या उसे गलत काम करते रहने देता है, तो न्यायपालिका उन दोनों को दंडित कर सकती है। इसके अलावा अगर आम नागरिक अपने प्रति हुए किसी अन्याय या फिर अपने मौलिक अधिकारों के हनन की गुहार लगाते हैं, तो उसका भी निपटारा करती है। अगर इन तीनों के कामकाज में कोई कमी नजर आती है, तो उसके बारे में ध्यान आकर्षित करने का काम जनसंचार माध्यम करते हैं। इसीलिए इन्हें लोकतंत्र का चौथा खंभा कहा जाता है।

मगर इसका यह अर्थ नहीं कि संचार माध्यम सिर्फ सरकार, प्रशासन या फिर पूरी व्यवस्था के विरोध में काम करते हैं। जब संचार माध्यम सरकार की किसी जन कल्याणकारी सूचना का प्रसार करते हैं, उसकी नीतियों के प्रसार में सहयोग करते हैं, जनजागरुकता अभियान



टिप्पणी

संबंधी खबरें या फिर फीचर, लेख आदि देते हैं, तो वे एक तरह से सरकारी व्यवस्था का सहयोग करते हैं। पढ़ाई-लिखाई संबंधी सरकार की नीतियों, योजनाओं के बारे में अगर संचार माध्यम प्रचार-प्रसार नहीं करते, तो लोगों को उनके बारे में ठीक-ठीक जानकारी नहीं मिलती। इसी तरह व्यापार, कारोबार आदि के बारे में समाचार और लेख, फीचर आदि के जरिए विशेषज्ञों की राय लोगों के सामने नहीं रखते, तो कई लोगों को अपने कारोबार में सहयोग नहीं मिल पाता।

इसके अलावा, सरकारी व्यवस्था को भी मीडिया की जरूरत होती है। जब सरकार या व्यवस्था कोई कानून, नियम-कायदे, योजनाएं वगैरह बनाती है, तो उसके प्रचार-प्रसार, लोगों तक उसके बारे में लोगों तक जानकारी पहुंचाने के लिए उसे संचार माध्यमों की ही जरूरत पड़ती है। नहीं, तो कल्पना कीजिए कि अगर संचार माध्यम नहीं होते, तो सरकार की योजनाओं के बारे में सभी लोगों तक जानकारी पहुंचाना कितना कठिन होता। इस दृष्टि से भी संचार माध्यम व्यवस्था का चौथा खंभा साबित होता है।

इस प्रकार जनसंचार माध्यमों का निम्नलिखित महत्व है-

- सूचनाएं पहुंचाना।
- लोगों को अपने अधिकारों के प्रति जागरूक करना।
- सामाजिक बुराइयों को दूर करना।
- सरकारी योजनाओं, कार्यक्रमों, नीतियों, नियम-कायदों का प्रचार-प्रसार करना।
- सरकार और प्रशासन की जिम्मेदारियों और जवाबदेहियों को रेखांकित करते रहना।
- आम लोगों को जनता और प्रशासन के कामकाज में सहभागी बनाना।
- किसी योजना, नीति, कार्यक्रम आदि के बारे में आम लोगों की राय सरकार के सामने पेश करना।

24.2 संचार प्रणाली का विकास

कल्पना कीजिए कि जब दुनिया में अखबार, रेडियो, टीवी, मोबाइल फोन इंटरनेट जैसे संचार माध्यम नहीं थे, तब लोग कैसे सूचनाओं का आदान-प्रदान करते थे। कैसे राजा के फैसले प्रजा तक पहुंचते थे, कैसे प्रजा को पता चलता था कि राजा उसके लिए क्या कर रहा है। कैसे राजा अपने संदेश अपने राज्य के दूर-दराज हिस्सों तक पहुंचाता था। उसे कैसे पता चलता था कि दूसरे राज्यों में क्या गतिविधियां चल रही हैं। फिर किसी दुश्मन के हमले के वक्त वह कैसे दूर-दराज फैले अपने सैनिकों, कर्मचारियों से संपर्क साध पाता था। व्यापारियों को कैसे पता चलता था कि कहां किस चीज का उत्पादन होता है और वह किस तरह दूसरी जगहों पर हो रहे उत्पादन से बेहतर है। कैसे कारोबार का प्रचार-प्रसार किया जाता था। कैसे कोई व्यापारी अपनी वस्तुओं की गुणवत्ता आदि के बारे में लोगों तक जानकारी पहुंचाता था। जब लोगों को दूर-दराज गए अपने परिजन, मित्र, रिश्तेदार आदि का हालचाल लेना होता था तो, कैसे संपर्क करते थे।



टिप्पणी

इसे समझने के लिए पहले यह जानना जरूरी है कि सूचनाओं का आदान-प्रदान मनुष्य का मूल स्वभाव है। नई-नई जानकारियां हासिल करना उसकी प्रवृत्ति है। सूचनाओं के प्रति उसमें सहज जिज्ञासा होती है। पुराने जमाने में लोग एक जगह से दूसरी जगह आते-जाते मुसाफिरों से पूछ कर सूचनाएं जानते-समझते थे। अपने परिजनों-रिश्तेदारों तक सूचनाएं पहुंचाने, उनका हालचाल जानने के लिए गांवों में हरकारे नियुक्त किए जाते थे, जो सूचनाएं पहुंचाते और लाते थे। इसी तरह राजा भी हरकारे या संवाददाता नियुक्त करते थे, जो घोड़ों से या पैदल चल कर राजकाज से संबंधित सूचनाएं लाते-ले जाते थे। संवाददाता दो तरह से काम करते थे। वे राजा की सूचनाएं तो लाते-ले जाते ही थे, प्रजा की गतिविधियों की जानकारी भी राजा तक पहुंचाते थे। यानी उनकी भूमिका एक जासूस की भी हुआ करती थी। इसी तरह मुनादी करने वाले होते थे, जो राजा की तरफ से दी जाने वाली सूचनाएं गांव-गांव तक लोगों को पहुंचाया करते थे। फिर व्यापारी भी सूचनाओं के प्रचार-प्रचार में अहम भूमिका निभाया करते थे। चूंकि वे अपने कारोबार के सिलसिले में जगह-जगह घूमते रहते थे, वे एक जगह के बारे में, वहां के रहन-सहन, लोगों के आचार-विचार आदि के बारे में दूसरी जगह के लोगों को बताते, जानकारी देते रहते थे।

फिर अंग्रेज आए तो उन्होंने डाक व्यवस्था शुरू की। इसके जरिए पत्रों, सूचनाओं आदि का आदान-प्रदान बढ़ा। फिर टेलीग्राम व्यवस्था शुरू हुई तो दूर-दराज तक सूचनाएं पलक झपकते पहुंचने लगीं। वहां से चल कर हम आज तक पहुंच चुके हैं, जब संवाद देने, प्राप्त करने, अपने विचार प्रकट करने के अनेक साधन और प्रणालियां विकसित हो चुकी हैं।

मगर संचार का अर्थ केवल निजी या नीतिगत सूचनाओं के आदान-प्रदान, प्रचार-प्रसार तक सीमित नहीं है। जनसंचार का एक बड़ा काम जनहित की सूचनाओं के प्रसार का है, जिसे पत्रकारिता कहते हैं। आप तो जानते ही हैं कि पत्रकारिता का हमारे जीवन में क्या महत्व है। पत्रकारिता का चलन शायद तभी शुरू हो गया था, जब मनुष्य का बौद्धिक विकास शुरू हुआ था। कहा जाता है कि नारद मुनि इस धरती के पहले संवाददाता और पत्रकार थे। ऐसा इसलिए कहा जाता है कि हमारे पुराणों में संवाददाता के रूप में वे पहले प्रमाण हैं। वे देवलोक के समाचार तो देते ही थे, पृथ्वी लोक की सूचनाएं भी देवताओं को पहुंचाया करते थे। हालांकि नारद एक मिथकीय चरित्र हैं, मगर इससे यह तो पता चलता ही है कि संवाद प्राप्त करने और पहुंचाने की प्रवृत्ति पुरानी है। जैसा कि हम पहले बात कर चुके हैं कि सूचनाओं के प्रति जिज्ञासा मनुष्य का स्वाभाविक गुण है। उसी प्रकार सूचनाओं का प्रसार करना यानी प्राप्त सूचनाएं दूसरों से साझा करना भी उसका सहज गुण है। आप भी जब कहीं कोई घटना देखते-सुनते होंगे, तो उसके बारे में विस्तार से जानने का प्रयास करते होंगे। फिर उस घटना के बारे में अपने परिवार में, अपने दोस्तों-रिश्तेदारों आदि को बताते होंगे। और आज जैसा कि फेसबुक, वाट्सऐप, ट्विटर आदि जैसे संचार माध्यमों का विकास हो चुका है, इन माध्यमों पर भी इस घटना के बारे में बताने का प्रयास करते होंगे। इसी प्रकार प्राचीन काल से मनुष्य किसी घटना के बारे में सूचनाएं प्राप्त करता और दूसरों तक जुबानी पहुंचाता रहा है।

पर जब छापे की मशीन यानी प्रिंटिंग प्रेस का आविष्कार हुआ, तो लोगों ने ऐसी सूचनाओं को मुक्त रूप में प्रसारित करने का विचार किया, जो व्यापक जनसमूह यानी व्यापक जनमानस को प्रभावित कर सकती थीं। इस तरह समाचार पत्रों का विकास हुआ।

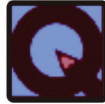


टिप्पणी

छापे की मशीन का आविष्कार पश्चिम में तो बहुत पहले हो गया था, पर पहली मशीन 1674 में भारत पहुंचाई गई थी। भारत का पहला अखबार इसके करीब सौ साल बाद 1776 में प्रकाशित हुआ। अखबार में दो पन्ने थे। इसका प्रकाशक ईस्ट इंडिया कंपनी का एक पूर्व अधिकारी विलियम बोल्ट्स था। यह अखबार स्वभावतः अंग्रेजी भाषा में निकलता था तथा कंपनी और सरकार के समाचार प्रकाशित करता था। उसके बाद सबसे पहला अखबार, जिसमें विचार स्वतंत्र रूप से व्यक्त किए गए, वह था जेम्स अगस्त जिसने 1780 में निकाला 'बंगाल गजट'। अखबार में दो पन्ने थे और उसमें ईस्ट इंडिया कंपनी के वरिष्ठ अधिकारियों के निजी जीवन पर लेख छपते थे। 1790 के बाद भारत में अंग्रेजी भाषा के और कुछ अखबार स्थापित हुए, जो अधिकतर शासन के मुखपत्र थे। 1826 में कानपुर निवासी पंडित युगल किशोर शुक्ल ने कलकत्ता से 'उदंत मार्तंड' नाम से हिंदी के प्रथम समाचार-पत्र का प्रकाशन प्रारंभ किया। यह साप्ताहिक पत्र 1827 तक चला और पैसे की कमी के कारण बंद हो गया।

इस तरह भारत में अखबारों और पत्रिकाओं के प्रकाशन का सिलसिला शुरू हुआ, जो आज तक चल रहा है। अब हर भाषा, यहां तक कि बोलियों में भी अखबार और पत्रिकाएं निकल रही हैं। इनमें केवल समाचार और साहित्य नहीं, हर विषय से संबंधित सामग्री प्रकाशित होने लगी है। जैसे जिन लोगों को कंप्यूटर विज्ञान में रुचि है, उनके लिए कंप्यूटर पर आधारित पत्रिकाएं निकल रही हैं। जिन लोगों को खेती-किसानी में रुचि है, उनके लिए खेती-किसानी से संबंधित सूचनाओं को प्रचारित-प्रसारित करने वाली पत्र-पत्रिकाएं प्रकाशित हो रही हैं। इस तरह जीवन का कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं, जो पत्रकारिता और जनसंचार माध्यमों से अछूता हो।

फिर जनसंचार का अर्थ केवल अखबार और पत्रिकाओं तक सीमित नहीं रह गया है। अब इसे मीडिया कहा जाता है। अंग्रेजी शब्द मीडिया, मीडियम यानी माध्यम का बहुवचन है। यानी अब इसमें जनसंचार माध्यम समाहित हो चुके हैं। जनसंचार के क्षेत्र का काफी विस्तार हो चुका है। आइए विभिन्न संचार माध्यमों के बारे में जानते हैं।



पाठगत प्रश्न 24.1

सर्वाधिक उपयुक्त विकल्प चुनकर पूछे गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

1. भारत में पहला अखबार निकला था-
(क) 1776 (ख) 1780
(ग) 1674 (घ) 1790
2. निम्नलिखित में से क्या संचार माध्यमों का काम नहीं है-
(क) सूचनाएं देना (ख) जागरूकता फैलाना
(ग) अफवाह फैलाना (घ) लोगों की समस्याएं उठाना

3. प्राचीन समय में सूचनाएं पहुंचाने का काम करने वालों को इनमें से क्या कहा जाता था-
- (क) संवाददाता (ख) रिपोर्टर
- (ग) स्ट्रिंगर (घ) हरकारा



क्रियाकलाप 24.1

आपके क्षेत्र में सूचनाएं, संवाद पहुंचाने का काम किन-किन माध्यमों से होता है, उसका अवलोकन करें और विश्लेषण करें कि सूचनाएं किस तरह एक से दूसरे व्यक्ति तक पहुंचती हैं और इन माध्यमों का विकास किस तरह हुआ है।

24.5 विभिन्न संचार माध्यम

आज सूचनाएं प्रकाशित-प्रसारित करने के क्षेत्र में अनेक माध्यमों का विकास हो चुका है। तकनीकी विकास के चलते निरंतर इन माध्यमों में तेजी आ रही है, और विकास हो रहा है। अब हर व्यक्ति की रुचि को ध्यान में रख कर सूचनाएं एकत्र और फिर प्रचारित-प्रसारित की जाने लगी हैं। आइए उनमें से प्रमुख माध्यमों के विकास और कार्य प्रणाली के बारे में जानते हैं-

24.5.1 अखबार

सूचनाओं के प्रसार में अखबार सबसे पहला संचार माध्यम कहा जा सकता है, जिसने लोगों को जागरूक बनाने में योगदान किया, जिसने लोगों में सूचनाओं की भूख बढ़ाई। जैसा कि ऊपर हम चर्चा कर चुके हैं कि छापे की मशीन आने के बाद जब अखबार छपना शुरू हुआ, तो लोगों में समाचारों के प्रति जिज्ञासा और बढ़ी। इस तरह लोगों में सही मायने में लोकतांत्रिक प्रवृत्ति का विकास हुआ, क्योंकि वे सरकार और व्यवस्था की नीतियों के प्रति लगातार ध्यान रखने लगे और उन्हें अपने अधिकारों का अहसास हुआ। इस तरह स्वतंत्रता के लिए संघर्ष में इन अखबारों ने महत्पूर्ण भूमिका निभाई। फिर जैसे-जैसे लोगों में अखबार के प्रति आकर्षण बढ़ता गया, सूचनाओं के प्रति भूख बढ़ती गई, अखबारों की प्रसार संख्या भी बढ़ती गई। फिर शिक्षा के क्षेत्र में विकास होता गया, पढ़े-लिखे लोगों की संख्या बढ़ती गई, तो अखबार पढ़ने वालों की संख्या भी बढ़ती गई और अखबारों की प्रसार संख्या भी निरंतर बढ़ती गई। आज देश की कोई ऐसी भाषा नहीं, जिसमें कम से कम दो अखबार न निकलते हों। हिंदी में तो दो सौ से ऊपर अखबार होंगे। क्षेत्रीय भाषाओं में भी अखबार निकल रहे हैं। अखबारों का स्वरूप अब राष्ट्रीय से क्षेत्रीय की ओर उन्मुख हुआ है। इसलिए कि जो अखबार जिस क्षेत्र के लोगों के पास पहुंचता है, उन लोगों को अपने क्षेत्र की अधिक से अधिक खबरें मिल सकें। इस तरह गांव-गिरांव तक की खबरें अखबारों में छपने लगी हैं।

आप सोचते होंगे कि अखबारों तक खबरें पहुंचती कैसे हैं। तो, अखबारों में सूचनाएं एकत्र करने, उन्हें छांटने और फिर संपादित कर प्रकाशित करने का एक तंत्र होता है। अखबारों में





टिप्पणी

समाचार और विचार दो तरह की सामग्री प्रकाशित होती है। समाचार में विभिन्न क्षेत्रों, देश-दुनिया की सूचनाएं प्रकाशित होती हैं। समाचार एकत्र करने के लिए हर अखबार अपने संवाददाता नियुक्त करता है। पर, किसी भी अखबार के लिए यह संभव नहीं कि वह हर जगह अपने संवाददाता नियुक्त कर सके। इसलिए आमतौर पर देश और प्रदेश की राजधानियों में वह मुख्य रूप से अपने ब्यूरो यानी संवाददाताओं का एक समूह तैयार करता है। वे सरकार के विभिन्न विभागों से संपर्क कर समाचार एकत्र करते हैं। इसके अलावा अंशकालिक संवाददाता यानी स्ट्रिंगर नियुक्त किए जाते हैं, जो अपने-अपने इलाकों के समाचार फैंक्स या ई-मेल के जरिए संबद्ध अखबार के दफ्तरों को भेजते हैं। उन्हें उनकी खबरों का भुगतान तय दर के मुताबिक किया जाता है। इसी तरह बहुत सारी खबरें विभिन्न मंत्रालय, संगठन, संस्थाएं, पुलिस, प्रशासन आदि से जुड़े लोग विज्ञप्ति के जरिए अखबारों को भेजते हैं। इसके अलावा कुछ समाचार एजेंसियां देश-दुनिया के स्तर पर काम करती हैं। जैसे भारत में पीटीआई, भाषा और यूएनआई, यूनीवार्ता प्रमुख समाचार एजेंसियां हैं। इसी तरह दुनिया भर में खबरें पहुंचाने वाली अलग-अलग एजेंसियां हैं। अखबार उन एजेंसियों के ग्राहक बनते हैं और वे अपनी खबरें निरंतर अखबारों के दफ्तरों में भेजती रहती हैं। उन एजेंसियों के भी अपने संवाददाता देश और दुनिया के कोने-कोने तक फैले होते हैं।

जब समाचार अखबारों के दफ्तरों तक पहुंचते हैं, तो वहां समाचार डेस्क पर तैनात समाचार संपादक की निगरानी में उपसंपादकों की टीम उन समाचारों में से महत्वपूर्ण समाचारों का चयन कर उनका संपादन करती और उनके महत्व के हिसाब से निर्धारित पन्नों पर प्रकाशित करने की व्यवस्था करती है। आपने ध्यान दिया होगा कि हर अखबार में अलग-अलग खबरों के लिए अलग-अलग पन्ने तय होते हैं। जैसे महत्वपूर्ण राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय खबरें पहले पन्ने पर प्रकाशित की जाती हैं। फिर भीतर पन्नों को शहर, राज्य, अंतरराष्ट्रीय, खेल, अर्थव्यवस्था आदि के मुताबिक बांटा जाता है और उनसे संबंधित खबरें उन्हीं पन्नों पर प्रकाशित होती हैं।

इसके अलावा हर अखबार में एक पक्ष विचारों का होता है। उसमें संपादकीय पृष्ठ प्रमुख है। संपादकीय पृष्ठ पर ज्वलंत विषय यानी देश-दुनिया में हुई बड़ी घटनाओं पर संपादक की ओर से टिप्पणियां दी जाती हैं, जिसे संपादकीय कहते हैं। उसके अलावा एक बड़ा लेख होता है, जो किसी ज्वलंत विषय पर दिया जाता है। फिर कुछ छोटी टिप्पणियां भी होती हैं। इसके अलावा उसी पन्ने पर विभिन्न समाचारों या घटनाओं को लेकर पाठकों के भी विचार प्रकाशित होते हैं। फिर हर अखबार सप्ताह में एक दिन पत्रिका प्रकाशित करता है, जिसमें फीचर छापे जाते हैं, जो विभिन्न सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक, खेल, पर्यावरण, शिक्षा, रोजगार आदि विषयों को केंद्र में रख कर लिखे गए होते हैं। पत्रिका में साहित्य, खेल, बच्चों की रचनाएं आदि भी प्रकाशित होती हैं। इसके अलावा कई अखबार अलग-अलग दिन अलग-अलग विषयों को केंद्र में रख कर विशेष पन्ना निकालते हैं, जिनमें युवाओं से जुड़ी समस्याएं, खेल, अर्थव्यवस्था, तकनीक, सामाजिक सरोकार आदि से जुड़े विषय होते हैं। ये सभी अखबार के विचार पक्ष से जुड़े होते हैं।

अखबार का महत्व यह है कि इसमें छपी सूचनाओं को लंबे समय तक सहेज कर रखा जा सकता है। अखबार को अपनी सुविधा के अनुसार जब मर्जी पढ़ा जा सकता है। मगर इसकी एक कमी यह है कि इसे हर जगह पहुंचाना अब भी चुनौती भरा काम है। जिन जगहों पर



टिप्पणी

सड़कें नहीं हैं, वहां आज का अखबार अगले दिन या फिर दो-तीन दिन बाद डाक से पहुंच पाता है।

24.5.2 रेडियो

रेडियों का आविष्कार तेजी से सूचनाएं पहुंचाने के मकसद से हुआ था। डाक व्यवस्था या फिर अखबार के जरिए सूचनाएं पहुंचाने में कम से कम चौबीस घंटे का समय लगता है। आज की घटी घटना के बारे में सूचना अखबार के जरिए अगले कल ही पहुंचाई जा सकती है। इसी तरह अगर कोई सूचना एक जगह से दूसरी जगह भेजनी हो तो डाक के जरिए दो-तीन दिन बाद ही पहुंचाई जा सकती है। मगर रेडियो के जरिए तुरंत पहुंचाई जा सकती है। रेडियो में सूचनाएं ध्वनि तरंगों के जरिए पहुंचाई जाती हैं, इसलिए जब रेडियो केंद्र पर बैठा कोई व्यक्ति सूचनाएं प्रसारित करता है, तो वह कुछ सेकेंड में ही श्रोता तक पहुंच जाती हैं। इस माध्यम से समुद्र में तूफान आदि की आशंका के समय मछुआरों को सावधान रहने की तुरंत सूचना भेजी जा सकती है। इसी तरह भारी बारिश या तूफान की आशंका के समय किसानों को तुरंत सावधान किया जा सकता है। अगर देश भर के नागरिकों को कोई आपातकालीन या आवश्यक सूचना पहुंचानी हो, तो रेडियो के जरिए तुरंत पहुंचाया जा सकता है।

रेडियो एक ऐसा माध्यम है, जो दुर्गम स्थानों पर भी सूचनाएं पहुंचा सकता है। जब रेडियो की लोकप्रियता बढ़ी तो उस पर न सिर्फ समाचारों का प्रसार किया जाने लगा, बल्कि मनोरंजन के भी कई कार्यक्रम तैयार किए जाने लगे। गीत-संगीत, नाटक, क्षेत्रीय भाषाओं के संगीत, लोक परंपराओं से जुड़ी बातें भी इसके जरिए प्रसारित होने लगीं। रेडियो ने जनजागरुकता अभियान में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। समाज में फैली अनेक कुरीतियां, जैसे बाल-विवाह, तंत्र-मंत्र, कुपोषण, स्त्रियों के प्रति संकीर्ण नजरिया आदि को दूर करने में बड़ी भूमिका निभाई है। इसी तरह स्वास्थ्य, खेती-किसानी, पढ़ाई-लिखाई, बच्चों के लालन-पालन आदि से जुड़ी जानकारियां रेडियो के जरिए निरंतर प्रसारित होकर लोगों में बदलाव लाने में सहायक हुई हैं। तमाम सरकारी योजनाओं के प्रचार-प्रसार में रेडियो ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसीलिए सरकार का जोर रेडियो के विकास की तरफ अधिक रहा। अब देश में हर जगह तक रेडियो की पहुंच सुनिश्चित हो चुकी है।

बढ़ती तकनीक के इस दौर में रेडियो ने भी इंटरनेट और उपग्रह प्रणाली से जुड़ कर अपने क्षेत्र का विस्तार किया है। अब एफएम रेडियो की धूम है, इंटरनेट के जरिए दुनिया भर के तमाम रेडियो कार्यक्रमों को सुना जा सकता है। अब रेडियो के कार्यक्रम सुनने के लिए रेडियो सेट पर निर्भरता भी नहीं रही। मोबाइल फोन के माध्यम से भी रेडियो के कार्यक्रम सुने जा सकते हैं।

रेडियो पर समाचारों के संकलन, संपादन और प्रसारण का तरीका भी लगभग वही है, जो अखबारों में होता है। रेडियो पर हर आधे या एक घंटे पर प्रमुख समाचारों और विस्तार से समाचारों के प्रसारण का समय तय होता है। मगर रेडियो पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों, समाचारों, सूचनाओं की खामी यह होती है कि उन्हें अखबारों की तरह संभाल कर नहीं रखा



टिप्पणी

जा सकता। अगर तय समय पर उस कार्यक्रम को नहीं सुना गया, तो वह छूट जाता है। उसे दुबारा सुनना संभव नहीं होता।

24.5.3 टेलीविजन

टेलीविजन एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है और यह इन दिनों सबसे लोकप्रिय है। टेलीविजन पर घटनाओं को वास्तविक रूप में घटित होते देखा-सुना जा सकता है। अखबार और रेडियो यह सुविधा उपलब्ध नहीं कराते। इसलिए जब टेलीविजन का आविष्कार हुआ तो इसे सूचना क्रांति के रूप में देखा गया। इस पर न सिर्फ समाचारों का प्रसारण होने लगा, बल्कि अनेक तरह के मनोरंजन और जन जागरूकता से संबंधित कार्यक्रम भी प्रसारित होने लगे। रंगीन टेलीविजन आया, तो इसकी लोकप्रियता और बढ़ी। फिर टेलीविजन सेट के निर्माण पर जोर बढ़ा और हर परिवार की क्षमता को ध्यान में रख कर टेलीविजन सेट बनाए जाने लगे, हर क्षेत्र तक टेलीविजन कार्यक्रमों की पहुंच सुनिश्चित करने के मकसद से टेलीविजन प्रसारण केंद्र खोले गए। फिर जब उपग्रह प्रणाली का निरंतर विकास होता गया, तो टेलीविजन कार्यक्रमों का प्रसारण आसान होता गया। इसे देखते हुए सरकार ने निजी चैनलों को भी अपने प्रसारण के अधिकार दे दिए।

पहले टेलीविजन के कार्यक्रमों का प्रसारण सिर्फ सरकार का दूरदर्शन विभाग किया करता था। मगर अब निजी चैनलों को अपने कार्यक्रम प्रसारित करने का अधिकार मिलने से अब सैकड़ों चैनल इस क्षेत्र में उतर आए हैं। इनमें से बहुत सारे चैनल चौबीसों घंटे सिर्फ समाचारों का प्रसारण करते हैं। इस तरह वे किसी घटना के बारे में तुरंत सूचना पहुंचाने में कामयाब रहते हैं। बहुत सारे चैनल मनोरंजन संबंधी कार्यक्रम देते हैं। कई चैनल केवल फिल्मों का प्रसारण करते हैं, तो कुछ चैनल सिर्फ खेल संबंधी कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। कुछ चैनल बच्चों के कार्यक्रम प्रसारित करते हैं, तो कुछ पद्धति और पर्यावरण और कुछ खेती-किसानी से संबंधित कार्यक्रम ही प्रसारित करते हैं। इस तरह टेलीविजन की पहुंच अब लगभग हर घर और हर रुचि के व्यक्ति तक हो गई है।

टेलीविजन चूंकि सूचना तकनीक में अखबार और रेडियो के बाद का माध्यम है और इसका विकास पिछले पच्चीस-तीस सालों में बहुत तेजी से हुआ है, इसलिए इसे न्यू मीडिया के रूप में भी देखा-पहचाना जाता है। उपग्रह प्रणाली के विकास से टेलीविजन पर कार्यक्रमों के प्रसारण में विविधता आई है। अब इंटरनेट से जोड़ कर इस पर न केवल टेलीविजन चैनलों की तरफ से प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों, बल्कि इंटरनेट से जुड़े विभिन्न माध्यमों पर उपलब्ध कार्यक्रमों, सूचनाओं का भी लाभ उठाया जा सकता है। अब अमेजन, यू-ट्यूब आदि अनेक कंपनियां टेलीविजन को भी ध्यान में रख कर कार्यक्रम बनाने और प्रसारित करने लगी हैं।

टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले समाचारों के संकलन, संपादन और प्रसारण की प्रक्रिया भी लगभग अखबार और रेडियो जैसी ही है। मगर टेलीविजन चैनल चूंकि घटनाओं के बारे में तुरंत जानकारी देने की होड़ में हैं, इसलिए वे अपने संवाददाताओं को घटना स्थल पर भेजने पर जोर देते हैं। इसके लिए उनके पास बहुत सारे ओबी वैन यानी ऐसे वाहन होते हैं, जिनमें



कैमरे के अलावा वीडियो संपादन और प्रसारण की भी सुविधा होती है। कुछ चैनलों ने अपने हेलीकॉप्टर भी खरीद रखे हैं, जिनसे वे अपने संवाददाताओं को तुरंत घटना स्थल पर भेज देते हैं। फिर स्थानीय संवाददाता भी तैनात रहते हैं।

24.6 नए संचार माध्यम

सूचनाओं और मनोरंजन के प्रति लोगों में बढ़ती भूख को देखते हुए अब बहुत सारे नए संचार माध्यम भी विकसित हो गए हैं, जिन्हें न्यू मीडिया कहा जाता है। इन माध्यमों का उपयोग आपमें से ज्यादातर लोग करते हैं। न्यू मीडिया में अगर पुराना कोई माध्यम है, तो वह है टेलीविजन। टेलीविजन न्यू मीडिया का पुराना माध्यम है, तो वह अत्याधुनिक तकनीकों से खुद को जोड़े रखने और निरंतर विकास करते रहने में भी सक्षम है। इसके बाद दूसरा माध्यम है मोबाइल फोन। यह यों तो बातचीत के उपकरण के रूप में विकसित हुआ था, पर आज यह न्यू मीडिया का प्रमुख संवाहक हो गया है।

25.6.1 मोबाइल फोन

मोबाइल फोन ने कई उपकरणों का एक सम्मिलित रूप ग्रहण कर लिया है। इसके जरिए फोटो खींचा और दूसरों तक पहुंचाया जा सकता है। इस पर इंटरनेट की सुविधा उपलब्ध होने से इसके जरिए देश-विदेश के सारे अखबार पढ़े जा सकते हैं, रेडियो के तमाम स्टेशनों से प्रसारित होने वाले कार्यक्रम सुने जा सकते हैं। टेलीविजन चैनलों पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम देखे जा सकते हैं। सबसे बड़ी शांति तो मोबाइल फोन आने के बाद यह हुई है कि तरह-तरह के ऐपों के जरिए न सिर्फ सूचनाओं के आदान-प्रदान में तेजी आई है, बल्कि पढ़ाई-लिखाई, बैंक, रेलवे, हवाई जहाज, शादी-विवाह के लिए जगह आरक्षित कराने, मकान-दुकान आदि के टैक्स जमा कराने, आयकर, बिजली-पानी, बच्चों की फीस वगैरह जमा कराने, घर बैठे खरीदारी करने आदि की सुविधाएं उपलब्ध हो गई हैं।

विभिन्न ऐपों के माध्यम से सूचनाओं के आदान-प्रदान में काफी तेजी आई है। ऐसे ऐपों के बारे में आप भी जानते हैं, उनमें से कुछ का उपयोग भी करते होंगे। याद कीजिए, वे कौन-कौन-से ऐप हैं, जिनके जरिए आप अपने दोस्तों-रिश्तेदारों को सूचनाएं भेजते, उनके समाचार लेते-देते हैं। वाट्स ऐप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम आदि कुछ ऐसे ही ऐप हैं। पहले आप फोन में सामान्य संदेश भेजा करते थे, उसमें चित्र, वीडियो वगैरह भेजने की सुविधा नहीं होती थी, मगर ऐपों के जरिए अलग तरह की सुविधाएं उपलब्ध हो गई हैं। अब तो आप इनके जरिए एक-दूसरे को देखते हुए बातचीत भी कर सकते हैं, यानी वीडियो कॉल भी कर सकते हैं।

इसके अलावा लगभग हर सरकारी विभाग, हर कंपनी ने अपने ग्राहकों, उपभोक्ताओं, नागरिकों की सुविधा को ध्यान में रखते हुए विभिन्न ऐप विकसित किए हैं, जिनके जरिए दफ्तरों की कतार में खड़े हुए बगैर, घर बैठे अनेक सुविधाओं से जुड़ा और उनका लाभ उठाया जा सकता है। अब तो पहले की तरह बैंक जाकर पैसा जमा करने या निकालने की जरूरत ही नहीं रही।



टिप्पणी

यहां तक कि बाजार में खरीदारी के लिए अपने पास नगद पैसे रखने की भी जरूरत नहीं रही। बैंक का ऐप अपने मोबाइल में डाउनलोड कीजिए और लेन-देन करते रहिए। अब लगभग हर बैंक ने ऐसे ऐप का विकास किया है, जिसके जरिए लेन-देन की जा सकती है। पेटीएम आदि जैसे ऐप भी इसी तरह के हैं, जो स्वतंत्र रूप से काम करते हैं। उनके जरिए आप छोटी से छोटी खरीदारी का भी भुगतान कर सकते हैं। इसी तरह पढ़ाई-लिखाई से संबंधित अनेक ऐप आ चुके हैं, जिनके जरिए आप पढ़ाई-लिखाई में मदद ले सकते हैं।

मोबाइल फोन अब पत्रकारों के लिए तो किसी वरदान से कम नहीं। वे कहीं से भी इस पर खबरें लिख कर अपने कार्यालय को भेज सकते हैं। किसी से साक्षात्कार लेकर रिकार्ड किया जा सकता है। अब तो टाइप करके लिखने की जरूरत भी नहीं। मोबाइल फोन में ऐसी तकनीक आ चुकी है कि आप बोलते जाएं, तो वह अपने आप लिखता जाएगा। मोबाइल फोन माध्यम से तस्वीरें खींच कर प्रसारित की जा सकती हैं। वीडियो तस्वीरें खींच कर उनका संपादन भी किया जा सकता है। इस तरह पत्रकारिता के हर क्षेत्र से जुड़े लोगों के लिए मोबाइल फोन से काफी सुविधा हो गई है। अब तो कुछ टीवी चैनलों ने सीधे मोबाइल के जरिए वीडियो रिकार्डिंग कर समाचारों के प्रसारण का प्रयोग भी किया है। भारी-भरकम वीडियो कैमरे ढोने के बजाय अब मोबाइल फोन से ही समाचारों का प्रसारण किया जाने लगा है। अब तो सामान्य नागरिक भी मोबाइल फोनों के जरिए वीडियो वगैरह खींच कर किसी घटना के बारे में जानकारियां उपलब्ध कराने लगे हैं। मोबाइल पर फिल्म संपादन के ऐप भी विकसित हो चुके हैं, जिनके जरिए बहुत सारे युवा स्वतंत्र रूप से फिल्में बनाने लगे हैं।

मोबाइल फोन अब इंटरनेट से जुड़ कर एक प्रकार से चलता-फिरता पुस्तकालय का रूप भी ले चुका है। इसके माध्यम से अपनी रुचि की किताबें पढ़ी जा सकती हैं। किताबें खरीद कर लोड भी की जा सकती हैं। पत्राचार के माध्यम से पढ़ाई-लिखाई करने वाले विद्यार्थियों की पाठ्यपुस्तकें तो इस पर उपलब्ध हैं ही, उनसे जुड़ी सहायक सामग्री भी उपलब्ध है। आप भी मोबाइल फोन के जरिए पढ़ाई-लिखाई करते होंगे।

इस तरह मोबाइल फोन अब तमाम संचार माध्यमों पर उपलब्ध कार्यक्रमों, सुविधाओं आदि का संवाहक यंत्र बन चुका है। व्यक्ति के जीवन से जुड़ी अनेक सुविधाएं उपलब्ध हैं। इस तरह यह एक नया माध्यम होने के साथ-साथ विभिन्न माध्यमों का संवाहक भी है।

24.6.2 ई-पेपर

ई-पेपर यानी इलेक्ट्रॉनिक रूप में उपलब्ध अखबार। अखबार यों तो कागज पर छपने वाले समाचार माध्यम को कहते हैं। पर कागज पर अखबार को छापना और घर-घर पहुंचाना खासा खर्चीला काम है। इसके बावजूद कागज पर छपे अखबार को हर किसी तक पहुंचाना संभव नहीं। इसी समस्या को ध्यान में रखते हुए अखबारों ने ई-पेपर यानी डिजिटल रूप में अखबार प्रकाशित-प्रसारित करने का विचार बनाया। इंटरनेट के विकास और हर व्यक्ति तक इसकी पहुंच बन जाने के बाद अखबारों के लिए अपना इलेक्ट्रॉनिक रूप प्रकाशित-प्रसारित करने में बहुत सुविधा हो गई है। जो अखबार कागज पर छपता है, उसी का पीडीएफ यानी फोटो रूप अखबार की वेबसाइट पर डाल दिया जाता है। इस तरह जिन लोगों के पास छपा हुआ अखबार



टिप्पणी

नहीं पहुंच पाता, वे ई-पेपर खोल कर पढ़ सकते हैं। इसमें यह भी सुविधा होती है कि पीछे के पुराने अखबार भी पढ़े जा सकते हैं। इस तरह अब घर में कागज के अखबार संभालने, सहेजने की जरूरत नहीं रह गई है।

अभी तक बहुत सारे अखबारों के ई-पेपर मुफ्त में इंटरनेट पर उपलब्ध हैं, मगर अब धीरे-धीरे अखबारों ने इसके लिए शुल्क लेने की परंपरा विकसित की है। जैसे कागज पर छपे अखबार के लिए पैसे देने पड़ते हैं, वैसे ही भविष्य में ई-पेपर के लिए भी पैसे देने पड़ सकते हैं।

24.6.3 वेब पत्रकारिता

कागज पर छपने वाले अखबारों, पत्रिकाओं, टेलीविजन और रेडियो के अलावा इंटरनेट पर भी पत्रकारिता का एक बड़ा क्षेत्र विकसित हो चुका है। जिस तरह अखबार-पत्रिकाओं, टीवी, रेडियो के लिए समाचारों के संकलन, संपादन, प्रकाशन और प्रसारण के लिए प्रक्रिया अपनाई जाती है, वैसे ही वेब पत्रकारिता के लिए भी व्यवस्था करनी पड़ती है। वेब पत्रकारिता के जरिए कुछ लोग निरंतर समाचारों, विचारों, मनोरंजन सामग्री आदि का प्रसारण करते रहते हैं, तो कुछ लोग थोड़े-थोड़े अंतराल पर यानी सावधिक प्रकाशन-प्रसारण करते हैं।

वेब पत्रकारिता भी टेलीविजन चैनलों की तरह तत्काल सूचनाओं का प्रकाशन-प्रसारण करती है। वेब पर भी पत्रकारिता के तीन रूप हैं- मौखिक, वाचिक और टेलीविजन की तरह दृश्य-श्रव्य। मौखिक वेब माध्यमों पर समाचारों के प्रकाशन के अलावा वैचारिक लेख, मनोरंजन प्रधान सामग्री, स्वास्थ्य, शिक्षा, कृषि, व्यवसाय-व्यापार, खेल, युवाओं के उपयोग की सामग्री आदि के प्रकाशन के अलग-अलग विभाग बने होते हैं। जिसे जिस विषय में रुचि होती है, वह उस विषय को क्लिक करता है और सारी सामग्री उसके सामने आ जाती है। इसी तरह रेडियो और टेलीविजन माध्यम भी हैं, जो तमाम क्षेत्रों से जुड़े समाचारों के अलावा वैचारिक सामग्री भी देते हैं। वेब पत्रकारिता के कुछ रूपों से आप परिचित हैं, उनका लाभ भी उठाते हैं। याद कीजिए, वे कौन-कौन-से रूप हैं।

वेब पत्रकारिता के कुछ प्रमुख रूप निम्नवत हैं:

24.6.3.1 वेब मैगजीन

वेब मैगजीन यानी कागज के बजाय इंटरनेट पर प्रकाशित होनी वाली पत्रिका। अब अधिक से अधिक पाठकों तक अपनी पहुंच बनाने के मकसद से कागज पर छपने वाली पत्रिकाएं तो ई-मैगजीन के रूप में प्रकाशित होती ही हैं, बहुत सारी पत्रिकाएं स्वतंत्र रूप से सिर्फ इंटरनेट पर प्रकाशित होने लगी हैं। इसे कुछ लोग वेबजीन, इजीन, साइबरजीन, आनलाइन मैगजीन भी कहते हैं। इसकी शुरुआत 1995 में हुई थी। आज साठ लाख से अधिक लोग इस माध्यम का उपयोग कर रहे हैं।

ई-मैगजीन या वेबजीन का स्वरूप भी मैगजीन यानी पत्रिकाओं वाला ही होता है। इसमें अलग-अलग क्षेत्रों से जुड़ी पत्रिकाएं प्रकाशित होती हैं। साहित्य, कला, विज्ञान, राजनीति, अर्थशास्त्र, भूगोल आदि सभी क्षेत्रों से जुड़ी अलग-अलग भाषाओं में ई-मैगजीन प्रकाशित होती



टिप्पणी

हैं। यह नियमित प्रकाशित होने वाली भी होती है, जैसे साप्ताहिक, पाक्षिक या मासिक या फिर अनियतकालीन यानी बिना समय तय किए प्रकाशित होती हैं। ई-मैगजीन में भी ई-पेपर जैसी ही सुविधा होती है कि आप जिस लेख को पढ़ना चाहें, उसे खोल कर पढ़ सकते हैं। इसके पीछे जाकर भी अपनी पसंद या जरूरत का लेख तलाशना चाहें, तो उसे तलाश कर पढ़ सकते हैं। कागज पर छपने वाली पत्रिकाओं को संभाल कर रखना कठिन होता है, पर ई-मैगजीन को कभी भी कहीं भी पढ़ा जा सकता है। इसमें समाचार, विचार, शोधपरक लेख आदि प्रकाशित होते हैं। इस तरह जो लोग कागज पर छपी पत्रिकाओं का लाभ नहीं उठा पाते या जिन तक ऐसी पत्रिकाओं की पहुंच नहीं हो पाती उन तक भी ई-मैगजीन की पहुंच बन जाती है। इसके लिए बस उपभोक्ता के पास इंटरनेट और कंप्यूटर या मोबाइल फोन की जरूरत होती है।

24.6.3.2 ब्लॉग

जब इंटरनेट का प्रसार बढ़ा, तो गूगल ने लोगों को अपने विचार प्रकट करने के लिए मुक्त जगह उपलब्ध करानी शुरू की थी। उसमें ब्लॉग सबसे अधिक लोकप्रिय हुआ। ब्लॉग का उपयोग करने के लिए सिर्फ आपको अपना खाता खोलना होता है, जैसे मेल भेजने के लिए अपना खोलना होता है, ठीक उसी तरह। खाता खोलने के साथ ही उपभोक्ता को एक मुक्त जगह मिल जाती है, जहां वह अपने विचार प्रकट कर सकता है। वहां किसी भी विषय पर अपने लेख प्रकाशित किए जा सकते हैं। ब्लॉग लेखन की शुरुआत 2009 में हुई थी, पर शुरू में यह सुविधा केवल व्यक्तिगत उपयोग के लिए होती थी। यानी कोई भी व्यक्ति अपना लेख लिख कर उसे प्रकाशित कर सकता था। पर 2010 में इसमें समूह बना कर विचारों के आदान-प्रदान की सुविधा विकसित की गई। फिर कई लोग एक साथ ब्लॉग से जुड़ कर अपने विचार प्रकट कर सकते थे। किसी के लिखे पर अपनी प्रतिक्रिया दे सकते थे। अब इसमें निरंतर विकास होता गया है।

ब्लॉग्स की सुविधा यह है कि इसे स्वतंत्र पत्रिका के रूप में उपयोग किये जाता है। इस पर अपने लेख लिख कर डाले जाते हैं। समूह से जुड़े लोग उस लेख पर अपने प्रतिक्रिया दे सकते हैं। इस तरह किसी लेख को अखबार या पत्रिका में छपवाने के लिए संपादक की पसंद पर निर्भर रहना पड़ता था, वह समाप्त हो गया और लेख लिखने वाला खुद अपने लेख या अन्य रचनाएं खुद प्रकाशित कर सकता है। अगर उसे लगता है कि लेख या रचना में किसी प्रकार के संशोधन की जरूरत है, तो उसे कभी भी संपादित कर सकता है। इस तरह ब्लॉग्स लेखन एक स्वतंत्र पत्रकारिता के रूप में विकसित हो चुका है। इसका उपयोग अब न सिर्फ व्यक्तिगत रूप से होता है, बल्कि तमाम सरकारी संस्थान और निजी कंपनियां भी इसके जरिए अपनी योजनाओं, उत्पाद वगैरह के बारे में जानकारियां उपलब्ध कराती हैं।

24.6.3.3 वेब पोर्टल

वेब पोर्टल एक प्रकार का निजी और व्यावसायिक माध्यम है। इंटरनेट पर उपलब्ध इस सुविधा का पत्रिका, व्यावसायिक समाचार माध्यम, सरकारी सूचना केंद्र आदि के रूप में किया जा सकता है। वेब पोर्टल की शुरुआत 1990 में हुई थी। इस पर समाचारों, विचारों का



टिप्पणी

प्रकाशन-प्रसारण तो किया ही जा सकता है, इसके जरिए मेल भी भेजे और प्राप्त किए जा सकते हैं। इसे सर्च इंजन की तरह भी इस्तेमाल किया जा सकता है। वेब पोर्टल चलाने के लिए उसका पंजीकरण कराना और उसके लिए नियमित शुल्क भी अदा करना पड़ता है। तमाम सरकारी विभाग विभिन्न शाखाओं के लिए वेब पोर्टल बनाते हैं, जिनके जरिए नागरिकों को विभिन्न योजनाओं, सुविधाओं से संबंधित जानकारियां उपलब्ध हो सकें, लोग उन पर अपनी शिकायतें दर्ज करा सकें, अपनी समस्याओं के समाधान पा सकें। उन पर किसी सुविधा का लाभ पाने के लिए पंजीकरण आदि करा सकें। इसी तरह निजी कंपनियां समाचार माध्यम की तरह वेब पोर्टल का उपयोग भी करती हैं। इस तरह यह एक प्रकार का ऐसा सूचना माध्यम है, जिससे एक साथ बहुत सारे लोग जुड़ कर सूचनाओं, विचारों आदि का आदान-प्रदान कर सकते हैं।

24.6.3.4 इंटरनेट रेडियो

इसे वेब रेडियो, ई-रेडियो, नेट रेडियो, ऑनलाइन रेडियो, आइपी रेडियो आदि नामों से भी जाना जाता है। इसकी शुरुआत 1993 में हो गई थी। अब यह एक लोकप्रिय रेडियो माध्यम है। इसका मकसद लोगों से बातचीत करना और सूचनाओं का प्रसारण करना था, पर अब इसका उद्देश्य काफी विस्तृत हो गया है। यह मनोरंजन का एक बड़ा माध्यम बन चुका है। रेडियो का चलन और उसकी उपयोगिता इस आधार पर बनी थी कि इसके माध्यम से देश के किसी भी हिस्से में, हर वर्ग तक पहुंच संभव थी। रेडियो एक ऐसा उपकरण है, जिसे एक बार खरीदने के बाद उपभोक्ता वर्षों इसका उपयोग कर सकता है, इस पर अपने मनचाहे कार्यक्रम सुन सकता है। रेडियो संचार का सबसे सस्ता और उपयोगी माध्यम है।

इसके इसी महत्व को देखते हुए, जब इंटरनेट सेवाओं का प्रसार हुआ, तो खुद रेडियो स्टेशनों ने अपने कार्यक्रमों को इंटरनेट से जोड़ना शुरू कर दिया। फिर निजी चैनलों को रेडियो कार्यक्रम चलाने की छूट होने की वजह से कई ऐसे लोग और कंपनियां भी, जो निजी स्तर पर रेडियो चैनल चलाते हैं, इंटरनेट रेडियो की तरफ उन्मुख हुए। इंटरनेट रेडियो का चलन बढ़ने का फायदा यह हुआ है कि अब फिक्वेंसी के लिए मशक्कत करने की जरूरत नहीं पड़ती। स्टेशन का कोड भरिए और रेडियो स्टेशन चल पड़ता है। इस तरह अब दुनिया के किसी भी रेडियो स्टेशन के कार्यक्रम दुनिया के किसी भी हिस्से में सुने जा सकते हैं।

इंटरनेट पर चलने वाले रेडियो स्टेशनों की कार्य प्रणाली भी बिल्कुल वही होती है, जो सामान्य रेडियो स्टेशनों की होती है। समाचारों, सूचनाओं, मनोरंजक कार्यक्रमों का निर्माण, संकलन, संपादन आदि के लिए वैसी ही गतिविधियों से गुजरना पड़ता है, जैसे सामान्य रेडियो के लिए करना पड़ता है।

सामुदायिक रेडियो

सामुदायिक रेडियो निजी स्तर पर चलाए जाने वाले रेडियो स्टेशन होते हैं। इसे कोई भी व्यक्ति निजी स्तर पर अपने घर के किसी कमरे से संचालित कर सकता है। मगर इसकी एक सीमा यह होती है कि इसे सिर्फ एक सीमित क्षेत्र के भीतर ही सुना जा सकता है। जैसे किसी गांव



टिप्पणी

पंचायत ने अपना सामुदायिक रेडियो स्टेशन खोल रखा है, तो उसके कार्यक्रमों को अधिक से अधिक आठ किलोमीटर के दायरे में बसे गांवों के लोग ही सुन सकते हैं।

सामुदायिक रेडियो को अंग्रेजी में कम्युनिटी रेडियो कहते हैं। सामुदायिक रेडियो के चलन को बढ़ावा देने के पीछे मकसद यह था कि लोग स्थानीय स्तर पर अपनी बातों को साझा कर सकें, सूचनाओं का आदान-प्रदान कर सकें, अपने अनुभवों को साझा कर सकें। देश-विदेश के ज्ञान-विज्ञान के बारे में चर्चा कर सकें। इसका लाभ यह हुआ कि तमाम संस्थाओं, ग्रामीण समुदायों ने अपने क्षेत्र में जागरूकता कार्यक्रमों के जरिए समाज में बड़ा बदलाव लाने की उपलब्धि हासिल की।

24.6.3.5 इंटरनेट टीवी

यह जमाना इंटरनेट टीवी का है। पहले टेलीविजन के कार्यक्रम देखने के लिए छत पर एंटेना लगाना पड़ता था, जिसके जरिए टीवी सेट तरंगें ग्रहण किया करते थे। मगर उससे चित्रों की गुणवत्ता ठीक नहीं होती थी। फिर उपग्रह सेवाएं शुरू हुईं, तो टेलीविजन कार्यक्रमों के प्रसारण में बहुत सुविधा हो गई। अब चित्र और ध्वनि की गुणवत्ता बेहतर हो गई। उसी के अनुरूप टेलीविजन सेट भी बनने शुरू हो गए। टेलीविजन सेट में बदलाव हुए और एलसीडी और फिर एलइडी स्क्रीन वाले टेलीविजन सेट आए। उपग्रह प्रणाली के जरिए प्रसारण एक तरह से इंटरनेट सेवाओं पर होने वाले प्रसारण की तरह ही होता है। इंटरनेट सेवाएं भी उपग्रह के जरिए ही एक-दूसरे से जुड़ी होती हैं। इसलिए अन्य सूचना माध्यमों की अपेक्षा टेलीविजन चैनलों को इंटरनेट सेवा से जोड़ना सबसे आसान हो गया। अब टीवी के कार्यक्रम मोबाइल फोन पर भी देखे जा सकते हैं।

इसके अलावा इंटरनेट पर उपलब्ध माध्यमों को ध्यान में रखते हुए खुद टीवी चैनलों ने तो अलग से कार्यक्रम तैयार करने ही शुरू कर दिए, निजी स्तर पर भी बहुत सारे लोग इंटरनेट टीवी प्रसारण सेवा से जुड़ गए। यू-ट्यूब एक ऐसा ही माध्यम है, जिसके जरिए निजी स्तर पर भी कोई निःशुल्क अपने कार्यक्रमों का प्रसारण कर सकता है। जबसे मोबाइल फोन के जरिए वीडियो बनाने, संपादन करने आदि की सुविधाएं उपलब्ध हुई हैं, तबसे बहुत सारे युवा यू-ट्यूब से जुड़ कर अपने कार्यक्रम बनाने और प्रसारित करने लगे हैं।

इसके अलावा नेटफ्लिक्स, अमेजन, टाटा स्काई, एयरटेल आदि कंपनियों ने अपनी इंटरनेट सेवाएं शुरू कर दी हैं, जिनके कार्यक्रम अपने टेलीविजन सेट पर देखे जा सकते हैं। इसके लिए अलग से शुल्क देना पड़ता है। इंटरनेट टीवी के कार्यक्रमों में सभी तरह के विषयों पर सामग्री परोसी जाती है। उसमें समाचारों का प्रसारण, समाचारों पर बहस, कृषि, कारोबार, शिक्षा, फिल्म, लोक संस्कृति आदि से जुड़े विषयों पर सामग्री परोसी जाती है। अब तो इंटरनेट पर स्वतंत्र रूप से चलने वाले टीवी चैनल भी खुल गए हैं, जिनके काम करने का तरीका भी बिल्कुल वही होता है, जो आम घरों में लगे टीवी के लिए कार्यक्रम तैयार करने वाले चैनलों का होता है।



पाठगत प्रश्न 24.2

दिए गए विकल्पों में से उचित विकल्प चुन कर पूछे गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए—

- पीटीआई और यूएनआई इनमें से क्या हैं—

(क) पत्रिकाएं	(ख) अखबार
(ग) विज्ञापन एजेंसी	(घ) समाचार एजेंसी
- ई-पेपर इनमें से क्या है—

(क) डिजिटल अखबार	(ख) इंटरनेट पर लिखने का स्थान
(ग) मोबाइल ऐप	(घ) फेसबुक पर लिखने की जगह
- सामुदायिक रेडियो का प्रसारण इनमें से कौन करता है—

(क) सरकारी संस्थाएं	(ख) विज्ञापन एजेंसियां
(ग) निजी कंपनियां	(घ) कोई भी व्यक्ति सामुदायिक सहयोग से



क्रियाकलाप 24.1

आप संचार के किन-किन माध्यमों से परिचित हैं। उनकी सूची बनाएं। इनमें से आपको सबसे अधिक कौन सा माध्यम पसंद है और क्यों? वह दूसरे माध्यमों से किस प्रकार अलग है? प्रस्तुत करें कि अगर ये माध्यम न होते, तो आज क्या स्थिति होती।

24.6.4 सोशल मीडिया

सोशल मीडिया यानी सामाजिक संपर्क के लिए बना संचार माध्यम। जबसे मोबाइल सेवाएं इंटरनेट पर आधारित हो गई हैं, तमाम कंपनियों ने लोगों की सुविधा, उनकी रुचियों और सुविधाओं को ध्यान में रखते हुए अलग-अलग माध्यमों का विकास किया है। ये ऐसे माध्यम हैं, जिनके जरिए लोग निजी तौर पर अपने परिजनों, रिश्तेदारों, दोस्तों, आसपास के लोगों, परिचितों से जुड़ कर अपना सुख-दुख, अपनी भावनाएं साझा कर सकते हैं। इस पर लिखित, चित्र, वीडियो आदि रूपों में संदेश, विचार आदि प्रकट किए जा सकते हैं। आज के दौर में अखबार और टीवी के बाद सोशल मीडिया सबसे ताकतवर माध्यम है। इसके माध्यम से किसी भी घटना, स्थिति, विषय आदि पर जन मानस का रुझान बनाया-बदला जा सकता है। दुनिया के अनेक देशों में देखा गया है कि सोशल मीडिया के जरिए चुनावों को प्रभावित किया गया। इस पर चली बहसों, फैलाए गए संदेशों, प्रचार अभियानों का लोगों पर बहुत असर देखा गया। इस तरह सोशल मीडिया न सिर्फ व्यक्तिगत उपयोग, बल्कि व्यावसायिक उपयोग में भी बहुत कारगर माध्यम साबित हुआ है। तमाम कंपनियां अपने को सोशल मीडिया से जोड़ती हैं। इन



टिप्पणी



टिप्पणी

पर विज्ञापनों का भी खूब प्रसारण होता है। अब तो अखबार, रेडियो और टीवी जैसे मुख्यधारा मीडिया भी सोशल मीडिया पर प्रसारित होने वाली सूचनाओं पर नजर रखते हैं।

सोशल मीडिया का महत्वपूर्ण योगदान यह है कि हम अपने आसपास घटने वाली घटनाओं के बारे में तुरंत लोगों को बता सकते हैं। जिन घटनाओं की ओर अखबार, टीवी का ध्यान नहीं जा पाता, उनके बारे में भी लोग निजी तौर पर जानकारी पहुंचा देते हैं। जैसे आपके घर के पास कोई दुर्घटना होती है, तो आप उसकी तस्वीर खींच कर, उसका वीडियो बना कर या लिखित रूप में उसके बारे में सोशल मीडिया पर डाल देते हैं और वह तुरंत आपसे जुड़े लोगों तक पहुंच जाता है। फिर वे उसे आगे बढ़ाते यानी फारवर्ड या शेयर करते हैं तो उनसे जुड़े लोगों तक पहुंच जाता है। इस तरह पलक झपकते उस घटना के बारे में लाखों लोगों तक सूचना पहुंच जाती है। सोशल मीडिया के कुछ प्रमुख माध्यम इस प्रकार हैं—

फेसबुक

फेसबुक एक ऐसा सामाजिक मंच है, जहां बहुत सारे लोग आपस में जुड़ कर विचारों, चित्रों, वीडियो वगैरह का साझा कर सकते हैं। इस पर अपना खाता खोल कर कोई भी व्यक्ति बहुत सारे लोगों से मित्रता कर सकता है। फिर जितने लोग आपस में फेसबुक पर जुड़े होते हैं, वे परस्पर विचारों, भावनाओं आदि का साझा कर सकते हैं। फेसबुक की शुरुआत अमेरिका में जुकरबर्ग ने की थी। जुकरबर्ग पढ़ाई कर रहे थे, तभी उन्होंने अपने कुछ दोस्तों के साथ मिल कर 2003 में फेसमैश नाम से एक सोशल साइट बनाया था। उन्होंने इस पर कुछ चित्र डाले, तो कुछ ही घंटों में हजारों लोगों ने उसे देख लिया। उससे उत्साहित होकर उन्होंने इस साइट को और विकसित करना शुरू किया। फिर 2004 में इसका नाम बदल कर फेसबुक कर दिया गया। अब फेसबुक पूरी दुनिया में इतना लोकप्रिय हो चुका है कि इससे लाखों लोग हर दिन जुड़ते हैं और करोड़ों लोग इसके जरिए रोज अपनी भावनाएं व्यक्त करते हैं।

पिछले कुछ सालों में फेसबुक ने एक सशक्त सामाजिक मंच के रूप में अपनी पहचान बनाई है। अनेक घटनाओं, विषयों पर फेसबुक के जरिए जन मानस की प्रतिक्रिया जानने का यह एक सशक्त माध्यम साबित हुआ है। आप भी फेसबुक से जुड़े होंगे। इसके उपयोग के बारे में काफी कुछ परिचित होंगे।

वाट्सऐप

यह संदेश भेजने और प्राप्त करने के एक माध्यम के रूप में विकसित किया गया ऐप है। इसके माध्यम से कोई भी व्यक्ति किसी भी व्यक्ति के लिखित, चित्र या वीडियो रूप में संदेश भेज सकता है। पहले फोनों में संदेश यानी एसएमएस (शॉर्ट मैसेज सर्विस) की सुविधा होती थी, वह अब भी है। पर उस पर मुख्य रूप से लिखित संदेश ही भेजे जाते रहे हैं। वाट्सऐप भी उसी के विकल्प के तौर पर विकसित किया गया था। वाट्सऐप चलाने के लिए फोन में इंटरनेट की सेवा आवश्यक है। यानी यह सिर्फ स्मार्ट फोनों में ही चलता है।

अब वाट्सऐप केवल संदेश भेजने-पाने भर का माध्यम नहीं रह गया है। अब इसके माध्यम



टिप्पणी

से इंटरनेट के जरिए बातचीत भी की जा सकती है। वीडियो कॉल की जा सकती है। यानी जिस व्यक्ति से आप बात कर रहे हैं, उसकी तस्वीर भी आपके फोन पर दिखाई देगी, उसी तरह आपकी तस्वीर दूसरी तरफ के व्यक्ति को दिखाई देगी।

यह भी बहुत तेजी से विकसित होता सोशल मीडिया का एक माध्यम बन गया है। आप भी इसका इस्तेमाल करते करते हैं, इसलिए इसके महत्व और विशेषताओं से परिचित हैं।

ट्विटर

ट्विटर को फेसबुक और वाट्सऐप का मिला जुला रूप कह सकते हैं। इस पर छोटे-छोटे संदेश प्रसारित किए जाते हैं। उसमें लिखित और चित्र दोनों रूपों में संदेश भेजे जा सकते हैं। मगर फेसबुक की तरह इसमें लोगों को मित्र बनाने की जरूरत नहीं होती। इस पर आप जिसे फालो करते हैं, उसके संदेश अपने आप आपके मोबाइल फोन पर नजर आने लगता है। यह भी बहुत तेजी से फैल रहा सोशल मीडिया माध्यम है। बहुत सारे राजनेता और सरकार से जुड़े लोग अब अपने बयान, संदेश वगैरह ट्विटर के जरिए देने लगे हैं। इसलिए अखबार और टेलीविजन जैसे मुख्यधारा के समाचार माध्यम अब बहुत सारी सूचनाओं, समाचारों के लिए ट्विटर पर नजर रखते हैं। आपमें से भी कई लोग ट्विटर का उपयोग करते होंगे।

यू-ट्यूब

यह मुख्य रूप से ऑडियो-वीडियो यानी दृश्य-श्रव्य कार्यक्रमों के प्रसारण का माध्यम है। इस पर बहुत सारी नई-पुरानी फिल्मों, गीत-संगीत, कार्यक्रमों की रिकार्डिंग, समाचारों से जुड़े कार्यक्रम, खान-पान, खेलकूद, पढ़ाई-लिखाई आदि से जुड़ी वीडियो या आडियो सामग्री उपलब्ध है। उन्हें कोई भी व्यक्ति अपने मोबाइल फोन, कंप्यूटर या फिर टेलीविजन सेट पर देख-सुन सकता है। अगर कोई व्यक्ति चाहे, तो यू-ट्यूब पर अपना खाता खोल कर अपने कार्यक्रम भी वहां अपलोड कर सकता है। बहुत सारे लोग अपने वीडियो कार्यक्रम तैयार करके यू-ट्यूब पर डालते हैं। अब यह बहुत सारे युवाओं के लिए रोजगार का भी एक जरिया बन गया है, क्योंकि अगर किसी का वीडियो या ऑडियो जितनी अधिक मात्रा में देखा या सुना जाता है, उसके अनुसार उसे कमाई का हिस्सा भी मिलता है।

आप खुद यू-ट्यूब के बहुत सारे कार्यक्रमों का आनंद लेते हैं। आपमें से कुछ लोग अपने कार्यक्रम बना कर यू-ट्यूब पर डालते भी होंगे। इसलिए आप इस माध्यम से अच्छी तरह परिचित हैं।

इंस्टाग्राम

इंस्टाग्राम बातचीत करने का एक मंच है। यहां लिखित से अधिक चित्र रूप में अपनी भावनाएं व्यक्त की जाती हैं। चित्र के साथ-साथ लिखित संदेश भेज कर बातचीत की जा सकती है। यह भी वाट्स ऐप की तरह का ही एक ऐप है। आजकल बहुत सारे युवाओं को अपनी तस्वीरें खींचने-खिचवाने और उन्हें लोगों से साझा करने का शौक होता है। वे सेल्फी खींच कर



टिप्पणी

झटपट इंस्टाग्राम पर डाल देते हैं और मित्रों की सराहना पाते हैं। ऐसा आपमें से भी कई लोग करते होंगे।

24.7 संचार माध्यमों की कार्य-प्रणाली

जैसा कि हम ऊपर बात कर चुके हैं, संचार माध्यमों के मुख्य रूप से तीन स्वरूप हैं। कागज पर प्रकाशित होने वाले माध्यम, जैसे अखबार और पत्रिकाएं, ध्वनि माध्यम से काम करने वाले माध्यम, जैसे रेडियो। तीसरा माध्यम है डिजिटल माध्यम, जो आजकल मुख्य रूप से इंटरनेट के जरिए संचालित होते हैं और सबसे अधिक लोकप्रिय है। कागज पर छपने वाले संचार माध्यमों यानी अखबार और पत्रिकाओं के लिए सामग्री मुख्य रूप से लिखित और चित्र रूप में इस्तेमाल की जाती है। जैसा कि अखबार के बारे में बात करते हुए हम चर्चा कर चुके हैं कि इसमें समाचारों का संकलन, संपादन, पेज डिजाइन, प्रकाशन और फिर वितरण की क्या प्रक्रिया होती है। टीवी और रेडियो पर भी समाचारों का संकलन-संपादन-प्रसारण लगभग वैसे ही होता है। इसके अलावा अखबारों-पत्रिकाओं में विचार का पक्ष होता है, यानी वैचारिक लेख और फीचर आदि प्रकाशित होते हैं, उसके स्थान पर टीवी और रेडियो में वार्ताएं, चर्चाएं, बहसों आदि आयोजित होती हैं। टीवी और रेडियो पर भी फीचर का प्रसारण होता है।

मुद्रित और प्रसारण माध्यमों की कार्यप्रणाली में एक मुख्य अंतर यह होता है कि अखबार-पत्रिकाओं को हर पाठक तक पहुंचाना होता है। इसके लिए विस्तृत प्रसार तंत्र विकसित करना पड़ता है। यानी अखबार या पत्रिका के कार्यालय में छपने के बाद उसे अलग-अलग शहरों और मुहल्लों के वितरक तक इन्हें पहुंचाना होता है। फिर वह हॉकरों के जरिए हर पाठक तक पहुंचाता है। मगर प्रसारण माध्यमों में यह समस्या नहीं है। उपभोक्ता के पास अगर टेलीविजन और रेडियो सेट हैं, तो वह उन पर प्रसारित होने वाले अपने पसंदीदा कार्यक्रम सुन-देख सकते हैं।

इसके अलावा न्यू मीडिया यानी इंटरनेट के माध्यम से चलने वाले कार्यक्रमों का प्रसारण-प्रकाशन उपग्रह के जरिए होता है। कंपनियां उपग्रह पर अपने लिए जगह खरीदती हैं, फिर वे दूसरे लोगों को जरूरत के मुताबिक शुल्क लेकर या फिर निःशुल्क जगह उपलब्ध कराती हैं। फिर वे विज्ञापनों और उपभोक्ताओं के डाटा खपत के हिसाब से कमाई करती और अपने से जुड़े लोगों को हिस्सा देती हैं। इंटरनेट माध्यमों पर सामग्री प्रकाशित और उपयोग करने का तरीका दूसरे माध्यमों से थोड़ा अलग होता है। जब कोई सामग्री इंटरनेट माध्यमों पर प्रकाशित या प्रसारित करने के लिए डाली जाती है, तो वह उपग्रह में स्थित सर्वर में जाकर जमा होती है। उसे अपलोड करना यानी ऊपर भेज कर जमा करना कहते हैं। फिर जब कोई व्यक्ति उस सामग्री को अपने कंप्यूटर, मोबाइल फोन या टीवी सेट पर देखना-पढ़ना चाहता है तो वह सामग्री डाउनलोड होती है। यानी वह नीचे उतर कर आपके माध्यम में उपस्थित हो जाती है।

इंटरनेट सेवाएं प्रदान करने के लिए अब अनेक कंपनियां बाजार में हैं। अब टीवी सेट भी चूँकि उपग्रहों के माध्यम से संचालित होने लगे हैं, इसलिए टीवी कार्यक्रमों का प्रसारण करने वाली कंपनियां भी इंटरनेट सेवाएं उपलब्ध कराती हैं। इसके अलावा हर मोबाइल फोन सेवा प्रदान करने वाली कंपनी इंटरनेट सेवाएं उपलब्ध कराती है। इसके अलावा कई कंपनियां स्वतंत्र रूप से इंटरनेट सेवाएं उपलब्ध कराती हैं। ये सभी कंपनियां इंटरनेट सेवाएं उपलब्ध कराने का



टिप्पणी

शुल्क लेती हैं। आप जितनी खपत करते हैं, उसके अनुसार शुल्क अदा करना पड़ता है। इन पर विभिन्न कंपनियाँ अपने विज्ञापन देती हैं, जिससे कार्यक्रम बनाने वालों और कार्यक्रम प्रसारित करने वालों की कमाई होती है। अब इस क्षेत्र में अनेक कंपनियाँ बाजार में उतर आई हैं। कुछ के बारे में हम ऊपर चर्चा कर चुके हैं। कुछ कंपनियों के बारे में आप भी याद कर सकते हैं। इंटरनेट सेवाओं की कार्यप्रणाली से आप सब परिचित हैं। याद कीजिए कि ये कैसे काम करती हैं।

24.8 जनसंचार के लाभ

संचार माध्यमों के तेजी से विकास से लोगों को अनेक फायदे हुए हैं। इससे न सिर्फ सूचनाओं की पहुंच तेज हुई है, बल्कि लोगों के निजी जीवन में भी काफी सहूलियतें आई हैं। यह न सिर्फ आम जनता के लिए लाभकारी साबित हुआ है, बल्कि वाणिज्य-व्यापार करने वाली कंपनियों, व्यक्तियों के लिए भी वरदान साबित हुआ है। सरकारें और प्रशासन के बहुत सारे काम बहुत आसान हो गए हैं। सोचिए कि केवल मेल सेवा से प्रशासन का कितना काम आसान हो गया है। एक फाइल को एक दफ्तर से दूसरे दफ्तर तक भेज कर उस पर संस्तुति पाने और स्वीकृति हासिल करने में पहले कई दिन लग जाते थे। अब फाइल मेल के जरिए भेजिए और उधर से घंटे भर के भीतर निर्णय होकर आ जाता है। इस तरह दफ्तरों में कागज की बेवजह खपत कम हुई है और मानव श्रम काफी घटा है। इसी तरह कंपनियों को अपनी वस्तुओं के प्रचार-प्रसार, वितरकों, दुकानदारों से संपर्क बनाने की कई अड़चनें दूर हो गई हैं। बल्कि अब तो कंपनियाँ अपनी बनाई चीजें सीधे ग्राहकों को बेच पाती हैं। ऑन लाइन मार्केटिंग तो आप भी करते होंगे।

इसके अलावा चाहे वह शिक्षा का क्षेत्र हो, कृषि या फिर सामाजिक बदलाव के लिए चलाए जा रहे अभियान, हर क्षेत्र में संचार माध्यमों ने अपनी सकारात्मक भूमिका निभाई है। कृषि क्षेत्र का ही उदाहरण लें, तो पहले किसान पारंपरिक तरीके से अपने-अपने इलाके की परंपरागत तरीके से चले आ रहे अनुभवों और ज्ञान के आधार पर खेती करते थे। पर जबसे कृषि क्षेत्र में क्रांति लाने के मकसद से बदलाव किए गए, रेडियो-टेलीविजन पर उन्नत खेती से संबंधित जानकारियाँ प्रसारित की जाने लगीं, तबसे किसान नए-नए अनुभवों से परिचित हुए और उन्होंने खेती में प्रयोग शुरू किए। उन्नत बीज, रासायनिक उर्वरक आदि के प्रयोग से खेती का उत्पादन बढ़ना शुरू हुआ और किसानों सिर्फ भोजन भर का अथवा अन्न और फल-सब्जियाँ उगाने का माध्यम नहीं रह गई, बल्कि इसके जरिए कमाई के भी रास्ते खुले। अब इंटरनेट के जरिए चलने वाले नए माध्यमों के आने से सरकारों ने किसानों से जुड़ी जानकारियाँ तो लगातार प्रसारित करती ही रहती हैं, बहुत सारे किसान भी स्वतंत्र रूप से अनुभवों का साझा करते रहते हैं। बहुत सारे किसान अपनी समस्याएं उठाते हैं और समूह में कई सारे किसान उस पर अपनी राय देते हैं। इस तरह इस क्षेत्र में नए प्रयोग करने के अवसर बढ़े हैं।

शिक्षा के क्षेत्र में सूचना क्रांति के लाभों से तो आप परिचित हैं ही। आपमें से कई लोग दोस्तों का समूह यानी ग्रुप बना कर पाठ्यक्रम संबंधी समस्याओं पर चर्चा भी करते होंगे। आपकी



टिप्पणी

पाठ्यपुस्तकों ऑन लाइन भी उपलब्ध हैं, पाठों से संबंधित कठिनाइयों पर आप ऑन लाइन चर्चा कर सकते हैं, वीडियो माध्यम से अपने विशेषज्ञों की चर्चा सुन सकते हैं, उनसे सवाल कर सकते हैं।

संचार माध्यमों के कुछ लाभ इस प्रकार हैं-

24.8.1 विकास कार्यक्रमों का प्रचार- प्रसार

सरकारें नागरिकों की सुविधा को ध्यान में रखते हुए विभिन्न विकास परियोजनाएं चलाती हैं। जहां जैसी जरूरत होती है या जिन चीजों की समस्या अधिक होती है, उन्हें उपलब्ध कराने का प्रयास करती हैं। जैसे- सड़क, बिजली, पानी, शिक्षा, स्वास्थ्य आदि से जुड़ी समस्याओं को दूर करना और बेहतर साधन उपलब्ध कराना सरकारों की जिम्मेदारी भी है। ये सारी चीजें बुनियादी सुविधाएं कहलाती हैं, जिन्हें सरकारें जनता से कर के रूप में प्राप्त धन का उपयोग कर बेहतर बनाने का प्रयास करती हैं। हमारे देश में कई तरह के सामाजिक दोष अब भी बने हुए हैं, जैसे गरीबी, अशिक्षा, छुआछूत, टोने-टोटके आदि। इन्हें भी दूर करना सरकारों की जिम्मेदारी है। सरकारें इन समस्याओं को दूर करने का प्रयास भी करती हैं। पर लोगों को इन प्रयासों के बारे में जानकारी मिलती रहे, उनकी सहभागिता बनी रहे, इसलिए उन तक विकास कार्यक्रमों के बारे में जानकारी पहुंचाना भी जरूरी होता है। इसके लिए संचार माध्यमों के जरिए प्रचार- प्रसार का सहारा लिया जाता है। यह प्रचार-प्रसार सिर्फ सरकारें अपनी उपलब्धियां गिनाने के लिए नहीं करतीं, बल्कि लोगों की सहभागिता बढ़ाने के मकसद से भी करती हैं।

जैसे अगर सरकार शिक्षा के क्षेत्र में बदलाव के लिए कोई कदम उठाती है, तो उसमें जरूरी है कि विद्यार्थियों और अध्यापकों, यहां तक कि अभिभावकों की भी सहभागिता हो। इसलिए जब तक शिक्षा के क्षेत्र में उठाए गए उन कदमों का प्रचार- प्रसार नहीं किया जाएगा, तब तक विद्यार्थियों, अध्यापकों, अभिभावकों को उसके बारे में कैसे जानकारी मिलेगी। इसी तरह गरीबी उन्मूलन, बेरोजगारी उन्मूलन और स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं को लेकर समय-समय पर योजनाएं चलाई जाती हैं। लोगों को जागरूक बनाने के मकसद से भी कई अभियान चलाए जाते हैं। जब तक उनके बारे में लोगों तक जानकारी नहीं पहुंचेगी, तब तक उनमें उनकी सहभागिता सुनिश्चित करना संभव नहीं होगा। इसलिए संचार माध्यमों के जरिए सरकारें खुद भी इन योजनाओं का प्रचार- प्रसार करती हैं और जनसंचार माध्यम भी लगातार समाचारों, लेखों, फीचर आदि के जरिए उन योजनाओं के लाभों के बारे में लोगों का ध्यान आकर्षित करते रहते हैं। अगर संबंधित योजनाओं में कहीं कोई कमी नजर आती है या उनकी पहुंच में कोई बाधा उपस्थित होती है, तो भी संचार माध्यम उस तरफ सरकारों का ध्यान आकर्षित करते हैं। इस तरह सरकारें उन योजनाओं में बदलाव करने या गति लाने को तत्पर होती हैं।

24.8.2 उद्योग-व्यापार-वाणिज्य

उद्योग और व्यापार-वाणिज्य पूरी तरह अधिक से अधिक उपभोक्ता यानी ग्राहक जोड़ने पर निर्भर होते हैं। जो उद्योग ऐसा नहीं कर पाते, वे कारोबार में पिछड़ जाते हैं। इसलिए हर



टिप्पणी

उद्योग-धंधे, व्यापार-वाणिज्य का प्रयास होता है कि वह अपने उत्पाद, अपने कामकाज, गतिविधियों के बारे में लोगों को बताए, समझाए और उन्हें अपनी बनाई वस्तुओं, सेवाओं को खरीदने के लिए प्रोत्साहित करे। इसमें जनसंचार माध्यम उनकी मदद करते हैं। जनसंचार माध्यम वाणिज्य-व्यापार और उद्योगों की दो तरह से मदद करते हैं। एक तो विभिन्न उद्योगों के विज्ञापन आदि का प्रसार करके और दूसरे उनकी गतिविधियों का समाचार, उनके कामों के बारे में लेख, फीचर आदि प्रकाशित-प्रसारित करके। जैसे मान लीजिए कि कोई कंपनी नया मोबाइल फोन बनाती है, तो वह विज्ञापन के जरिए लोगों तक उसके बारे में जानकारी उपलब्ध कराती है। पर हर कंपनी ऐसा करती है, इसलिए उपभोक्ता को यह समझने में कई बार मुश्किल आती है कि कौन-सा फोन वास्तव में उसके काम का है। ऐसे में संचार माध्यम लेखों, फीचर आदि के जरिए विभिन्न कंपनियों के फोनों के बारे में समाचार और तकनीकी पक्षों का विश्लेषण करके समझाने का प्रयास करती हैं। इस तरह कंपनियों के कारोबार को गति मिलती है। उपभोक्ता को भी अपनी जरूरत का सामान खरीदने में मदद मिलती है।

24.8.3 शिक्षा-विभिन्न शिक्षण संस्थानों के पोर्टल, ई-शिक्षण

पिछले कुछ सालों में संचार माध्यमों के तेजी से विकास की वजह से शिक्षा के क्षेत्र में क्रांति-सी आ गई है। पहले पढ़ाई-लिखाई के लिए विद्यार्थियों को किताबों और कक्षा में अध्यापक द्वारा पढ़ाई-समझाई बातों पर निर्भर रहना पड़ता था। अब वह परिदृश्य काफी कुछ बदल गया है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के विकास की वजह से अब पढ़ना-लिखना बहुत आसान हो गया है। पाठकों पर आधारित अनेक डिजिटल कार्यक्रम बन गए हैं, कई तरह के सॉफ्टवेयर तैयार हो चुके हैं, जिनके जरिए अध्यापकों को पढ़ाने में तो सुविधा हुई ही है, विद्यार्थी खुद भी इनके माध्यम से पढ़ाई-लिखाई बहुत रोचक और आसान तरीके से कर पाते हैं। अब बहुत सारे निजी और दिल्ली जैसे शहरों के कुछ सरकारी स्कूलों की कक्षाओं में स्मार्ट बोर्ड यानी जिन पर कंप्यूटर सॉफ्टवेयर के जरिए विद्यार्थियों को पढ़ाया जाता है, जैसे उपकरण लग गए हैं। इससे पाठकों को बहुत रोचक ढंग से समझने में मदद मिलती है। इसके अलावा अब इंटरनेट माध्यमों पर भी पढ़ाई-लिखाई से संबंधित बहुत सारी सामग्री उपलब्ध है। अनेक लोग विभिन्न पाठ्यक्रमों से संबंधित जानकारियां इंटरनेट माध्यमों पर ढालते हैं। कई विशेषज्ञ हर समय विद्यार्थियों की समस्याओं का समाधान करने के लिए इंटरनेट पर उपलब्ध रहते हैं। विद्यार्थी उनसे सवाल पूछ कर अपनी कठिनाई का हल प्राप्त कर लेते हैं। ये सुविधाएं केवल पाठकों से संबंधित नहीं, बल्कि विद्यार्थी अपनी निजी समस्या का भी समाधान पा सकते हैं। जैसे- किसी विद्यार्थी को पढ़ने-लिखने में मन नहीं लगता, उसे कोई मानसिक-भावनात्मक परेशानी है, तो उससे संबंधित समस्याओं का समाधान भी वह इंटरनेट से जुड़े विशेषज्ञों से प्राप्त कर सकता है।

अब तो लगभग हर शिक्षण संस्थान अपने विद्यार्थियों की सुविधा को ध्यान में रखते हुए अपनी वेबसाइट तैयार करता है। उस पर विद्यार्थियों की सुविधाओं से संबंधित हर पक्ष की जानकारी उपलब्ध रहती है। वहां से विद्यार्थी अपनी समस्याओं का समाधान भी पा सकते हैं। इसी तरह हर शिक्षा परिषद अलग-अलग कक्षाओं के विद्यार्थियों के पाठ्यक्रमों को ध्यान में रखते हुए टीवी कार्यक्रम भी तैयार करती है। ई-शिक्षण के कार्यक्रम तैयार करती है। बस विद्यार्थी अपने



टिप्पणी

संबंधित विषय को पोर्टल पर क्लिक करता है और उसे बहुत आसान तरीके से वहां बातें समझा दी जाती हैं। इसी तरह सरकार ने अब टीवी पर अलग से कुछ चैनल निर्धारित कर रखे हैं, जिन पर दिन भर सिर्फ विद्यार्थियों के लिए कार्यक्रमों का प्रसारण होता है। वहां अलग-अलग कक्षाओं और अलग-अलग विषयों के अनुसार कार्यक्रमों का समय तय होता है और विद्यार्थी उन्हें देख-सुन कर अपनी पढ़ाई-लिखाई संबंधी परेशानियों का समाधान प्राप्त कर सकते हैं।

24.8.4 विज्ञापन

विज्ञापन आज के समय में जानकारी उपलब्ध कराने का बड़ा माध्यम है। जैसे-जैसे संचार माध्यमों का आकार बढ़ रहा है, वैसे-वैसे विज्ञापनों का भी आकार बढ़ रहा है, यानी विज्ञापनों के प्रकाशन-प्रसारण में भी तेजी आ रही है।

विज्ञापन तीन तरह से लाभ पहुंचाते हैं। पहली बात तो यह कि विज्ञापन संचार माध्यमों की कमाई का मुख्य माध्यम है। अगर विज्ञापन न मिलें, तो बहुत सारे संचार माध्यमों के लिए अपने कार्यक्रम चलाना मुश्किल हो जाए। तमाम अखबार, पत्रिकाएं, टीवी चैनल, इंटरनेट पोर्टल आदि विज्ञापनों से होने वाली आय पर निर्भर हैं। जिन माध्यमों को जितना अधिक विज्ञापन मिलता है, वे उतना ही अधिक अपने कार्यक्रमों को बेहतर बनाने, उनका विस्तार करने का प्रयास करते हैं। दूसरा लाभ विज्ञापनदाताओं को होता है। कंपनियां संचार माध्यमों पर अपने उत्पाद और सेवाओं के विज्ञापन इसलिए प्रकाशित-प्रसारित करवाती हैं, ताकि लोगों तक उनके बारे में सूचनाएं पहुंच सकें और अधिक से अधिक लोग उनका लाभ उठा सकें। इस तरह जितने ग्राहक उस उत्पाद या सेवा को खरीदते हैं, उतना ही विज्ञापन देने वाली कंपनी को लाभ होता है। तीसरा लाभ उपभोक्ताओं को भी होता है। विज्ञापनों के माध्यम से लोगों से बहुत सारी चीजों, योजनाओं, कार्यक्रमों आदि के बारे में जानकारी मिलती है, वो एक ही बनाने के विभिन्न कंपनियों के उत्पाद से मिलान करने और अपनी जरूरत की चीज उनमें से चुनने में उन्हें मदद मिलती है। विज्ञापनों के जरिए लोग अपनी जरूरत की चीजों का भी प्रकाशन-प्रसारण करवाते हैं। जैसे विवाह संबंधी विज्ञापन, किसी की कोई चीज खो गई है, तो उसे ढूंढने के लिए विज्ञापन देते हैं। इसी तरह नौकरियों, शिक्षा आदि से संबंधित विज्ञापनों से लोगों को लाभ पहुंचता है।

24.8.5 सामाजिक-राजनीतिक जागरूकता

हमारे समाज में बहुत सारे लोग सिर्फ अपनी रोजी-रोटी से जुड़े कामों में लगे रहते हैं। उन्हें अपने देश-समाज की हलचलों की जानकारी नहीं होती। उन्हें राजनीतिक गतिविधियों से कोई वास्ता नहीं होता। इस तरह वे चुनाव के समय अपने मत का उपयोग करते हुए या तो किसी दबाव में आ जाते हैं या फिर दिग्भ्रमित रहते हैं। कई लोग मतदान वगैरह में हिस्सा लेना निरर्थक मानते हैं। इसी तरह बहुत सारे लोग ऐसे भी होते हैं, जिन्हें अपने हक में चलाई जा रही योजनाओं के प्रति भी जागरूकता नहीं होती। बहुत सारे लोग पुरातन परंपराओं के साथ चलते हुए अनेक अंधविश्वासों और रूढ़ियों में जकड़ गए होते हैं। संचार माध्यमों के संसार



टिप्पणी

से ऐसे लोगों में काफी जागरूकता आई है। वे बेशक सिर्फ अपने काम-काज से मतलब रखते हों, पर मीडिया के प्रसार के चलते अब हर समय राजनीतिक-सामाजिक-आर्थिक मुद्दों पर आसपास चर्चाएं चलती रहती हैं। विभिन्न वर्गों के हितों पर बातचीत चलती रहती है। इसलिए वे चाहते-न चाहते भी जागरूकता अभियान में शामिल हो जाते हैं।

संचार माध्यमों के प्रसार का ही नतीजा है कि समाज में सदियों से दबे-कुचले वर्गों, जैसे स्त्रियों, दलितों आदि को अपने अधिकारों का बोध हुआ, वे जागरूक बने और फिर अपने हकों के लिए लड़ाई लड़नी शुरू की। इसी तरह दिव्यांगों, थर्ड जेंडर के लोग भी अपने अधिकारों के प्रति जागरूक हुए। संघर्ष शुरू किया। नतीजा यह हुआ कि सरकारों को उनके प्रति हो रहे अन्यायों के विरुद्ध कानून बनाने पड़े, उनके पुनर्वास और सामाजिक स्थिति बेहतर बनाने वाली योजनाएं तैयार करनी पड़ीं। अब इन वर्गों को ध्यान में रख कर देश का बजट तैयार होता है, उनके लिए अलग से योजनाएं बनाई जाती हैं।

24.9 सोशल मीडिया के नुकसान

पिछले कुछ सालों से सोशल मीडिया का प्रसार काफी तेजी से हुआ है। जब से स्मार्टफोनों का चलन बढ़ा है, हर दिन लाखों लोग सोशल मीडिया से जुड़ रहे हैं। करोड़ों लोग हर समय सोशल मीडिया पर सक्रिय रहते हैं। खासकर युवाओं में सोशल मीडिया के प्रति आकर्षण बहुत रहता है। चूंकि सोशल मीडिया पर अपनी बातें रखने, भावनाएं व्यक्त करने का खुला मंच है, अपने प्रचार का भी यहां मौका मिलता है। फिर हम जो भी वहां लिखते, पेश करते हैं, उस पर तुरंत प्रतिक्रियाएं मिलनी शुरू हो जाती हैं। उनमें से बहुत सारी प्रतिक्रियाएं सराहना में होती हैं, तो कई आलोचना में भी। इस तरह उस पर बहस की भी गुंजाइश बनती है। इस तरह सोशल मीडिया पर अपने प्रचार, अपनी बातें कहने, दूसरों की बातों पर प्रतिक्रिया देने का एक नशा-सा हो जाता है।

फिर, सोशल मीडिया पर मनोरंजन के बहुत सारे अवसर उपलब्ध हैं। वहां बहुत तरह के खेल (गेम) हैं फिल्में हैं, गीत-संगीत है, हंसी-मजाक के कार्यक्रम हैं। इस तरह अब लोगों के ऊबने की कोई गुंजाइश नहीं। अगर आप पास मोबाइल फोन है, टीवी इंटरनेट से जुड़ा है या कंप्यूटर इंटरनेट से जुड़ा है, तो आप कहीं भी मनोरंजन कर सकते हैं। सोशल मीडिया पर हर किसी के पसंद की सामग्री उपलब्ध है। इस तरह देखा जाता है कि बहुत सारे युवा हर समय, चाहे वे घर में हों, सड़क पर चल रहे हों, पार्क में बैठे हों, जहां भी देखो, सोशल मीडिया पर उलझे रहते हैं। इस तरह मनोरंजन तो हो जाता है, पर उनके समय का बहुत नुकसान होता है।

स्वास्थ्य संबंधी अनेक अध्ययनों से पता चला है कि जो लोग सोशल मीडिया पर अधिक सक्रिय रहते हैं, उनमें झुंझलाहट, गुस्सा, तनाव, भूख कम लगना, नींद न आना, गर्दन और कमर में दर्द, पाचन तंत्र कमजोर होना, आंखें कमजोर होना जैसी समस्याएं आम हैं। पढ़ाई-लिखाई करने वाले बच्चों के सोशल मीडिया पर अधिक समय सक्रिय रहने की वजह से पढ़ाई में एकाग्रता बाधित होती है। इस तरह उनके परीक्षा परिणाम प्रभावित हो रहे हैं। ऐसे



टिप्पणी

बच्चे आक्रामक व्यवहार करते हैं और माता-पिता, अध्यापक तथा अपने सहपाठियों, भाई-बहनों से उग्र व्यवहार करते हैं।

सोशल मीडिया के प्रसार से जहां लोगों को एक-दूसरे से जुड़ने, अपने विचार प्रकट करने, सूचनाएं भेजने में काफी आसानी हुई है, वहीं इसका बड़े पैमाने पर दुरुपयोग भी देखा जाने लगा है। अनेक प्रकार की भ्रामक खबरें सोशल मीडिया पर फैलाई जाने लगी हैं। कई बार भ्रामक सूचनाएं फैलाए जाने से लोगों में उत्तेजना पैदा होती है और लोग हिंसा पर उतारू हो जाते हैं। हालांकि सरकार ने फर्जी खबरें यानी फेक न्यूज पर रोक लगाने के मकसद से कुछ उपाय किए हैं, पर उसका अपेक्षित असर नजर नहीं आ रहा। वाट्सऐप आदि सोशल मीडिया के मंचों पर समूह बना कर भ्रामक खबरें प्रसारित करने या फिर फेसबुक आदि माध्यमों पर फर्जी सूचनाएं फैलाने वालों पर नकेल कसना चुनौती बना हुआ है। ऐसे में बहुत सारे युवा भ्रामक सूचनाओं से दिग्भ्रमित हो जाते हैं।

24.9.1 मोबाइल फोन की लत

अब स्मार्ट फोनों की पहुंच अधिकांश नागरिकों तक बन चुकी है। खासकर युवाओं में स्मार्टफोन का आकर्षण बहुत है। स्मार्टफोन चूँकि इंटरनेट के जरिए संचालित होते हैं, उन पर बहुत सारी सुविधाएं उपलब्ध होती हैं। वहां सोशल मीडिया के तमाम मंचों से जुड़ा जा सकता है, हर तरह के गेम खेले जा सकते हैं, फिल्में देखी जा सकती हैं, अपने कार्यक्रम बना कर अपलोड किए जा सकते हैं। इस तरह युवाओं का बहुत सारा समय मोबाइल फोन पर गुजरने लगा है। जो युवा इसके जरिए पढ़ाई-लिखाई करना चाहते हैं, उन्हें तो लाभ मिलता है, पर जो युवा सोशल मीडिया पर सक्रिय रहते हैं, गेम खेलते या फिल्में वगैरह देखते हैं, उनमें कई तरह के मनोविकार देखे गए हैं। युवाओं में तुनक मिजाजी, गुस्सा, असुरक्षाबोध, भूख कम लगना, नींद न आना, पढ़ाई-लिखाई में मन न लगना, एकाग्रता न बन पाना, याददाश्त कमजोर होना, हिंसक व्यवहार करना जैसे विकार पैदा हो जाते हैं। यह समस्या पूरी दुनिया के युवाओं में देखी जाने लगी है। मोबाइल फोनों की वजह से पैदा होने वाली मानसिक विकृतियों से पार पाने के लिए अब विभिन्न अस्पतालों में इसके इलाज के लिए अलग से विभाग खोले जा रहे हैं। दिल्ली एम्स के ट्रॉमा सेंटर में मोबाइल फोनों की वजह से युवाओं में पैदा होने वाली परेशानियों को दूर करने के मकसद से एक अलग विभाग खोला गया है। तमाम बड़े शहरों में मनोवैज्ञानिक चिकित्सक इन समस्याओं से पार पाने में मदद के लिए केंद्र खोल रहे हैं। इसलिए मोबाइल फोन के नशे से दूर रहने का एक ही उपाय है कि इसका केवल जरूरत भर उपयोग किया जाए। हर समय इसका उपयोग न किया जाए।

24.10 जनसंचार और रोजगार

जनसंचार माध्यम रोजगार के भी बड़े माध्यम हैं। अखबारों, रेडियो चैनलों, टीवी चैनलों में समाचारों के संकलन के लिए संवाददाता नियुक्त किए जाते हैं। इनके अलावा बहुत सारे अंशकालिक संवाददाता नियुक्त होते हैं, जो अपने इलाके के समाचार को संबंधित समाचार संस्थानों को भेजते हैं। फिर उन समाचारों, विज्ञप्तियों, स्वतंत्र पत्रकारों आदि की भेजी खबरों,



टिप्पणी

लेखों आदि के संपादन के लिए विभिन्न स्तर पर संपादकों की नियुक्ति की जाती है। इसके अलावा अखबारों की पृष्ठ सज्जा यानी डिजाइनिंग के लिए लोग नियुक्त होते हैं। अखबार और पत्रिकाएं छापने वाली मशीनों पर काम करने वाले लोग होते हैं। फिर प्रसारण, वितरण और हिसाब-किताब रखने वाले लोग नियुक्त होते हैं। इसके अलावा इन माध्यमों के लिए विज्ञापन लाने वालों की जरूरत पड़ती है। उनमें कुछ समाचार माध्यमों के नियमित कर्मचारी होते हैं तो बहुत सारे लोग कमीशन आधार पर काम करते हैं। इसके अलावा हर मुहल्ले में हॉकर यानी अखबार-पत्रिकाएं पहुंचाने वाले होते हैं। इस तरह हर चरण में बहुत सारे लोगों को रोजगार मिलता है।

इसी तरह इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों यानी टेलीविजन आदि की कार्य प्रणाली होती है। उनमें अंतर सिर्फ इतना होता है कि वे कागज पर नहीं छपते, बल्कि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के लिए तैयार किए जाते हैं। पर उनमें भी समाचारों का संकलन, संपादन, प्रकाशन, विज्ञापन आदि के लिए बड़े पैमाने पर लोगों की जरूरत पड़ती है।

24.10.1 न्यू मीडिया से खुद को कैसे जोड़ें

न्यू मीडिया के इंटरनेट के माध्यम से चलने वाले मंचों पर बहुत सारी जगहें अभी खुली हैं। जैसे फेसबुक, वाट्स ऐप, ट्विटर, इंस्टाग्राम आदि के माध्यम से जुड़ कर तो आपमें से ज्यादातर लोग अपने समूह के लोगों के साथ विचारों का आदान-प्रदान करते ही हैं, यू-ट्यूब जैसे कुछ ऐसे माध्यम भी हैं, जहां आप अपना खाता खोल कर अपने कार्यक्रम बना कर डाल सकते हैं। वहां जितने अधिक लोग आपके कार्यक्रम को देखते हैं, उसी के अनुसार आपको कमाई का हिस्सा भी मिलता है। इस तरह बहुत सारे युवा यू-ट्यूब पर अपना चैनल खोल कर अपने कार्यक्रम पेश करते और कमाई करते हैं।

अब तो इतने सस्ते डिजिटल उपकरण आ गए हैं कि बहुत सारे युवा मोबाइल जैसे उपकरण से ही फिल्में तक बना लेते हैं। उसी के कैमरे से शूट करते हैं, उसी पर संपादन करते हैं और फिल्म तैयार कर लेते हैं। ऐसी फिल्मों के लिए अंतरराष्ट्रीय फिल्म समारोह भी आयोजित किए जाते हैं। फिर वाट्स ऐप, फेसबुक आदि पर प्रसारित किए जाने वाले संदेश, चुटकुले आदि भी बना कर बहुत सारे युवा कमाई कर रहे हैं। आप इनमें से किसी भी माध्यम को चुन कर उसे अपनी अभिव्यक्ति का मंच बना सकते हैं। अगर आप कहीं दूर-दराज इलाके में रहते हैं, तो वहां की संस्कृति, संगीत, साहित्य, कलाओं आदि से संबंधित सामग्री तैयार कर यू-ट्यूब जैसे माध्यमों पर प्रसारित कर सकते हैं। पढ़ाई-लिखाई संबंधी जानकारीयां भी साझा कर सकते हैं। बहुत सारे युवा इंटरनेट पर ट्यूशन देने का काम कर रहे हैं। इसी तरह आपमें अगर कोई कौशल है, जैसे संगीत गायन, चित्रकारी आदि, तो उससे संबंधित सामग्री भी पेश कर सकते हैं। कुछ नहीं तो अपने क्षेत्र में होने वाली गतिविधियों, घटनाओं आदि की सूचना भी प्रसारित कर सकते हैं। आजकल हर तरह की सामग्री के उपभोक्ता हैं।



टिप्पणी



पाठगत प्रश्न 24.3

दिए गए विकल्पों में से उचित विकल्प चुन कर पूछे गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए-

- इनमें से किसे न्यू मीडिया का हिस्सा नहीं माना जाता-
(क) अखबार (ख) टीवी
(ग) फेसबुक (घ) यू-ट्यूब
- यू-ट्यूब पर क्या नहीं कर सकते-
(क) अखबार पढ़ना (ख) संगीत सुनना
(ग) समाचार सुनना (घ) पढ़ाई-लिखाई करना
- विज्ञापन इनमें से क्या नहीं करता-
(क) प्रचार करना (ख) जागरूकता फैलाना
(ग) भ्रम फैलाना (घ) सूचनाएं पहुंचाना



क्रियाकलाप 24.3

विभिन्न संचार माध्यमों पर प्रकाशित-प्रसारित होने वाले विभिन्न विज्ञापनों को ध्यान से देखें और विश्लेषण करें कि कितने प्रकार के विज्ञापन होते हैं। उन्हें आकार-प्रकार के मुताबिक विश्लेषण करें कि उनसे लोगों को क्या लाभ मिलता है और विज्ञापन क्यों जरूरी होते हैं? एक चार्ट तैयार कर इन बिंदुओं को लिखें।



24.11 आपने क्या सीखा

- जनसंचार को लोकतंत्र का चौथा खंभा कहा जाता है। अखबार, रेडियो, टीवी जैसे माध्यम सूचनाओं के जरिए लोगों को जागरूक करते रहते हैं। बताते रहते हैं कि सरकारें क्या ठीक काम कर रही हैं, क्या ठीक नहीं कर रही हैं। क्या होना चाहिए, जो नहीं हो पा रहा।

समाज में कहां अच्छा काम हो रहा है और अगर कहीं कुछ बुरा हो रहा है, तो उसे कैसे दूर किया जाना चाहिए। इस तरह सरकारों और प्रशासन पर भी दबाव बना रहता है कि वे देश और समाज के लिए ऐसा कोई काम न करें, जिससे जनहित पर बुरा प्रभाव पड़े। लोगों के मूल अधिकारों का हनन न होने पाए।

- जनसंचार माध्यमों के महत्वपूर्ण कार्य है-
 - सूचनाएं पहुंचाना;



- लोगों को अपने अधिकारों के प्रति जागरूक करना;
 - सामाजिक बुराइयों को दूर करना;
 - सरकारी योजनाओं, कार्यक्रमों, नीतियों, नियम-कायदों का प्रचार-प्रसार करना;
 - सरकार और प्रशासन की जिम्मेदारियों और जवाबदेहियों को रेखांकित करते रहना;
 - आम लोगों को जनता और प्रशासन के कामकाज में सहभागी बनाना;
 - किसी योजना, नीति, कार्यक्रम आदि के बारे में आम लोगों की राय सरकार के सामने पेश करना; और जनहित की सूचनाओं का प्रसार करना है।
- 1826 में कानपुर निवासी पंडित युगल किशोर शुक्ल ने कलकत्ता से 'उदंत मार्तंड' नाम से हिंदी के प्रथम समाचार-पत्र का प्रकाशन आरंभ किया।
 - जनसंचार माध्यमों के अंतर्गत मुख्य रूप से अखबार, रेडियो और टेलीविजन आते हैं। नए संचार माध्यमों के रूप में मोबाइल फोन, ई-पेपर, इंटरनेट रेडियो, इंटरनेट टीवी, सोशल मीडिया और इंटरनेट के माध्यम से चलने वाले अन्य मंच आते हैं।
 - सोशल मीडिया के अंतर्गत फेसबुक, इंस्टाग्राम, वाट्स ऐप, ट्विटर, ब्लॉग आदि आते हैं।
 - जनसंचार माध्यमों का तेजी से प्रसार होने की वजह से समाज के अनेक लाभ हुए हैं। इसके जरिए शिक्षा, व्यापार, कृषि, वाणिज्य, सूचनाओं के आदान-प्रदान में तेजी आई है तो विज्ञापनों के माध्यम से व्यापारियों, सरकार और आम नागरिकों को जानकारीयां पहुंचने लगी हैं। इससे लोगों में सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक जागरूकता आई है।
 - जनसंचार माध्यमों के तेजी से प्रसार से कुछ नुकसान भी हुए हैं। जैसे बहुत सारे युवाओं में मोबाइल फोन की लत पड़ने लगी है। वे दिन भर फेसबुक, इंस्टाग्राम, वाट्स ऐप आदि पर लगे रहते हैं। इसकी वजह से उनमें भूख कम लगना, चिड़चिड़ापन, एकाग्रता की कमी, गुस्सा आना जैसे समस्याएं पैदा होने लगी हैं। इसके लिए अब अस्पतालों में इलाज की भी व्यवस्था करनी पड़ रही है।
 - इंटरनेट पर उपलब्ध मंचों यानी न्यू मीडिया ने युवाओं के लिए रोजगार के नए अवसर भी पैदा किए हैं। अब वे उनसे जुड़ कर अपनी पसंद के कार्यक्रम बना कर पेश कर सकते हैं।

24.12 सीखने के प्रतिफल

- अपने परिवेशगत अनुभवों पर अपनी स्वतंत्र और स्पष्ट राय व्यक्त करते हैं।
- रोजमर्रा के जीवन से अलग किसी घटना/स्थिति-विशेष में भाषा का काल्पनिक और सृजनात्मक प्रयोग करते हुए लिखते हैं, जैसे-बगैर पेड़ों का शहर, पानी के बिना एक दिन, बिना आँखों के एक दिन।



टिप्पणी

- प्राकृतिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक मुद्दों, घटनाओं के प्रति अपनी प्रतिक्रिया को बोलकर/लिखकर व्यक्त करते हैं।
- फिल्म एवं विज्ञापनों को देखकर उनकी समीक्षा लिखते हुए दृश्य माध्यम की भाषा का प्रयोग करते हैं।
- सभी प्रकार की विविधताओं (धर्म, जाति, लिंग, क्षेत्र एवं भाषा-संबंधी) के प्रति सकारात्मक एवं विवेकपूर्ण समझ लिखकर, बोलकर एवं विचार-विमर्श के माध्यम से अभिव्यक्त करते हैं।
- विभिन्न विषयों के आपसी संबंधों की समझ लिखकर, बोलकर एवं विचार-विमर्श के द्वारा व्यक्त करते हैं।
- विभिन्न अवसरों पर वैज्ञानिक दृष्टिकोण को प्रदर्शित करते हैं; जैसे-विचार-विमर्श, वैचारिक लेखन, वाद-विवाद प्रतियोगिता आदि।
- भाषायी अभिव्यक्ति के विभिन्न माध्यमों से राष्ट्र के प्रति लगाव को अभिव्यक्त करते हैं।
- भाषा-कौशलों के माध्यम से जीवन-कौशलों को आत्मसात करते हैं और अभिव्यक्त करते हैं।
- सामाजिक, शारीरिक एवं मानसिक रूप से चुनौती प्राप्त समूहों के प्रति संवेदनशीलता एवं समानुभूति लिखकर अभिव्यक्त करते हैं।
- सूचना प्रौद्योगिकी का उपयोग करते हुए भाषा एवं साहित्य के नवीन कौशलों को अर्जित करते हैं एवं उसकी भाषिक अभिव्यक्ति करते हैं।



24.13 पाठांत प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के विस्तार से उत्तर दीजिए-

1. जनसंचार माध्यमों से समाज को क्या लाभ होता है, उदाहरण सहित लिखिए।
2. जनसंचार माध्यमों के विकास के बारे में विस्तार से वर्णन कीजिए।
3. जनसंचार माध्यमों की कार्यप्रणाली के बारे में उल्लेख कीजिए।
4. न्यू मीडिया यानी नए जनसंचार माध्यम से क्या तात्पर्य है? इसके अंतर्गत आने वाले माध्यमों के बारे में अपने विचार प्रस्तुत कीजिए।
5. सोशल मीडिया के फायदे और नुकसान के बारे में तर्क सहित उत्तर दीजिए।
6. विज्ञापन के क्या लाभ हैं? उदाहरण सहित वर्णन कीजिए।



24.14 उत्तरमाला

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

24.1 1. (क) 2. (ग) 3. (घ)

24.2 1. (घ) 2. (क) 3. (घ)

24.3 1. (क) 2. (क) 3. (ग)



टिप्पणी