



टिप्पणी

22

## न्यू मीडिया : एक उद्योग

न्यू मीडिया का जन्म प्रिंट मीडिया से हुआ है। परंतु इसके द्वारा लक्षित श्रोता वर्ग प्रिंट मीडिया से भिन्न है। न्यू मीडिया कि ओर सबसे ज्यादा युवाओं का आकर्षण बढ़ा है। आज का युवा पाठक किन कारणों से वेबसाइट की ओर आकर्षित हुआ है? वह वेब साइटों को पढ़ता है, उसके बारे में लिखता है अथवा ब्लॉग शुरू करता है। न्यू मीडिया के प्रति युवाओं में बढ़ते आकर्षण का कारण इन्हीं प्रश्नों के उत्तर में निहित है। एक वेबसाइट के संचालन हेतु धन की भी आवश्यकता होती है। इसकी व्यवस्था कैसे होती है?

आइये हम इनपर तथा कुछ अन्य सम्बन्धित प्रश्नों पर चर्चा करें।



उद्देश्य

प्रस्तुत पाठ को पढ़ने के बाद आप निम्न कार्य में निपुण होंगे—

- भारत में जनसंचार के ऐतिहासिक प्रारूपों से लेकर न्यू मीडिया तक के विभिन्न मीडिया प्रारूपों का रेखांकन;
- भारत में न्यू मीडिया के प्रभाव पर चर्चा;
- कन्वर्जेंस की व्याख्या;
- न्यू मीडिया के उदाहरणों की चर्चा।

### 22.1 भारत में पुराने मीडिया से न्यू मीडिया तक का सफर

भारत में मीडिया उपक्रमों ने 1986 में पहला समाचार वेबसाइट शुरू किया। पर जैसा कि आप जानते हैं ये वेब प्रकाशन प्रिंट प्रकाशनों के प्रतिकृति मात्र थे। इस दौरान वेब



साइटों का कार्य लोगों को मीडिया उपक्रमों के अस्तित्व के बारे में जानकारी देना मात्र था, अन्य कुछ भी नहीं।

दरअसल भारत में न्यू मीडिया की शुरुआत 1996 के बाद हुई जब अनेक स्वतंत्र मीडिया उपक्रमों ने अपने समचार वेबसाइटों की शुरुआत की। परंतु वर्ष 2000 में इनमें से अनेक वेबसाइट बंद हो गए। यह वह समय था जब भारत में कन्वर्जेंस का प्रचलन बढ़ा। कन्वर्जेंस से तात्पर्य है:—मीडिया के विभिन्न प्रारूपों का एक दूसरे के नजदीक आना। अर्थात् किसी एक यंत्र में दृश्य—श्रव्य—मुद्रित माध्यमों का समावेश जैसे आपका मोबाइल फोन। इस सम्बन्ध में आप आगे विस्तार से जानेंगे।

## 22.2 भारत में न्यू मीडिया का प्रभाव

सबसे महत्वपूर्ण सवाल यह है कि भारत में स्वतंत्र मीडिया उपक्रम अस्तित्व में कैसे आये? इनकी वित्त व्यवस्था किनके हाथों में थी?

भारत में स्वतंत्र मीडिया उपक्रमों की शुरुआत बड़े पूँजीपतियों द्वारा ब्याज पर दिये गए पैसों से हुई थी। उन्हें मीडिया में एक बहुत बड़ा उभरता हुआ बाजार नजर आ रहा था। अतः अधिक मुनाफा कमाने की चाह के फलस्वरूप इन पूँजीपतियों ने इस बाजार में निवेश किया। इन पूँजीपतियों को साहसी पूँजीपतियों की संज्ञा दी जाती है।

न्यू मीडिया के सम्बन्ध में इन साहसी पूँजीपतियों को लगा कि भारत में न्यू मीडिया में निवेश एक अच्छा व्यापार हो सकता है। यह उनके लिए दो तरीके से फायदेमंद हो सकता था। पहला मीडिया उपक्रम स्थापित करके देश के राजनीतिक दलों तक पहुँच बनाना और दूसरा इंटरनेट के जरिये व्यापारिक लेन—देन से होने वाला मोटा मुनाफा। वे तुरंत वह यह अंदाज नहीं लगा पाये कि भारतीय खरीददार वस्तुओं को देख—परख कर खरीदता है। अर्थात् भारतीय क्रय संस्कृति में, खरीददार वस्तुओं का देखकर, महसूस कर सही मोल—भाव करने के बाद खरीदता है। अतः कुछेक स्वतंत्र उपक्रम तो व्यापार करते रहे परन्तु अधिकांश ऐसे उपक्रमों को बंद करना पड़ा।

वेबसाइटों के खुलने एवं बंद होने की इस घटना ने मीडियाकर्मियों एवं मीडिया प्रबंधकों को यह सिखलाया की अगर वे न्यू मीडिया में निवेश करना चाहते हैं, तो उन्हें नए वित्त मॉडल के बारे में सोचना होगा ताकि अच्छी आमदनी हो सके। साथ ही मीडियाकर्मियों एवं प्रबंधकों ने यह माना कि पैसा कमाने के लिए उन्हें विषय सामग्री बेचनी होगी अन्यथा सिर्फ पैसों के लेन—देन द्वारा होने वाली कमाई पर निर्भर नहीं रहा जा सकता।



टिप्पणी



चित्र 22.1: एक वेब पृष्ठ को देखकर खरीदने के लिए सामान पहचानने की कोशिश करता एक ग्राहक। वह बहुत उलझा हुआ दिख रहा है। यहीं दूसरी ग्राहक हैं जो दुकान से सामान खरीद रही हैं। उसके चेहरे पर संतुष्टि की झलक है।



### पाठगत प्रश्न 22.1

1. साहसी पूँजीपति किन्हें कहा जाता है?
2. भारत में साहसी पूँजीपति न्यू मीडिया में निवेश के पक्ष में क्यों थे?
3. प्रारम्भिक वेब प्रकाशनों के कार्य की चर्चा करें।

## 22.3 न्यू मीडिया और कन्वर्जेंस

आईये याद करें हमने भारतीय मीडिया के इतिहास में क्या पढ़ा है? हमने पढ़ा है कि भारतीय स्वतंत्रता संग्राम में प्रिंट मीडिया का खास योगदान है। उस समय यहाँ टेलीविजन एवं न्यू मीडिया नहीं थे। सिर्फ प्रिंट मीडिया ने ही उस समय लोगों को प्रभावित किया।

आजादी के बाद भी लगभग दो दशकों तक भारतीय मीडिया परिदृश्य में प्रिंट मीडिया का वर्चस्व कायम रहा। 70 के दशक में टेलीविजन का प्रसार हुआ परन्तु कई वर्षों तक भारतीय जनता सीमित कार्यक्रम ही देख पाती थी। अतः इस दौरान भी प्रिंट मीडिया का वर्चस्व कायम रहा। भारत में टेलीविजन का प्रचलन बढ़ा जब केबल टेलीविजन का प्रसारण आरंभ हुआ। लोग ज्यादा से ज्यादा टेलीविजन देखने लगे। टेलीविजन के कारण प्रिंट मीडिया भी बदलने लगा। क्योंकि ऐसी स्थिति में टेलीविजन को टक्कर देना



जरूरी था अन्यथा प्रिंट मीडिया का अस्तित्व खतरे में पड़ सकता था। अतः लगभग सभी भारतीय अखबारों ने अपने डिजाइन एवं लेखन स्वरूप को बदल दिया।

संक्रमण काल के दौरान जब न्यू मीडिया आया तो ऐसा माना जाने लगा कि शायद अब प्रिंट मीडिया का अस्तित्व समाप्त हो जायेगा। जबकि पहले रचनात्मकता को आवश्यक कौशल माना जाता था। अब किसी कर्मचारी की उपयोगिता को परखने के लिए तकनीकी ज्ञान महत्वपूर्ण आधार बन गया।

आइये हम इन पर क्रमशः विचार करें।

पहला विचारणीय प्रश्न है तकनीक। यहाँ चर्चा का विषय यह है कि क्या अगले पाँच वर्षों में समूचा मीडिया जगत डिजिटल हो जायेगा अथवा भारत जैसे विकासशील राष्ट्र में यह एक अंशकालिक लहर है? क्या न्यू मीडिया का अस्तित्व समाप्त हो जायेगा और हम पुनः मुद्रित माध्यम की ओर लौटेंगे? उत्तर बड़ा ही सरल है। जिस प्रकार टेलीविजन को स्थापित होने में समय लगा था एवं आजकल जैसे रेडियो का प्रचलन बढ़ा रहा है उसी प्रकार न्यू मीडिया को भी प्रमुख मीडिया के रूप में स्थापित होने में समय लगेगा। जिस प्रकार टेलीविजन ने प्रिंट मीडिया को कोई नुकसान नहीं पहुँचाया ठीक उसी प्रकार न्यू मीडिया भी टेलीविजन एवं प्रिंट मीडिया को कोई नुकसान नहीं पहुँचायेगा। इन विभिन्न मीडिया प्रारूपों का अस्तित्व बना रहेगा पर उनका कार्यांतरण होगा।

दूसरा विचारणीय प्रश्न है रचनात्मकता बनाम तकनीकी दक्षता। आज मीडिया प्रबंधक पूछते हैं कि क्या वे ऐसे पत्रकारों को नौकरी दें जो लेखनी एवं रिपोर्टिंग में दक्ष हैं अथवा उन्हें जो तकनीकी में दक्ष हैं? अब तो पत्रकार भी यह पूछने लगे हैं कि उनका काम लिखना, संपादन करना एवं रिपोर्टिंग करना है या तकनीक के बीच उलझकर रह जाना। इन प्रश्नों का उत्तर बड़ा ही सरल है। दरअसल मीडिया जगत में सभी तकनीकी आविष्कारों को रचनात्मकता के पूरक के रूप में देखा जाता है। दूसरे शब्दों में कहा जाए तो अगर तकनीकी रचनात्मकता की सहयोगी नहीं है तो वह बेकार है। अतः सभी रचनात्मक कामगारों को तकनीकी का जमकर उपयोग करना चाहिए। अगर उन्हें लगता हो तकनीकी का कोई पक्ष उनके काम में बाधा उत्पन्न करने वाला है, तो उसे वहीं छोड़ नये एवं अच्छे तकनीक को चुनना चाहिए। आज पत्रकारों एवं मीडिया प्रबंधकों ने यह जान लिया कि संचार के ज्यादा शक्तिशाली प्रारूप पुराने प्रारूपों के लिए खतरा नहीं हैं। जबकि संचार के पुराने प्रारूप अपने कार्यांतरण से इस बदलाव में भी अपनी जगह बनाये हुए हैं। अतः मीडियाकर्मी आज कन्वर्जेंस की बात कर रहे हैं। कन्वर्जेंस से क्या तात्पर्य है?

कन्वर्जेंस से तात्पर्य है कि सभी मीडिया प्रारूप उदाहरण स्वरूप: प्रिंट, रेडियो, टेलीविजन इत्यादि का अस्तित्व एक साथ बना रहे। भले ही सबका नियंत्रण अलग-अलग रहे पर सबका सह-अस्तित्व बना रहे।



टिप्पणी

कन्वर्जेंस के इस सच्चाई को देख आज सभी मीडिया उपक्रम अपने दायरे को बढ़ा कर जनसंचार के भिन्न तत्वों को एक छत के नीचे लाने की कोशिश में लगे हैं। वैश्विक स्तर पर देखा जाए तो अनेकों मीडिया उपक्रम ऐसे हैं जो एक साथ प्रिंट, टेलीविजन, रेडियो एवं न्यू मीडिया के उपक्रम एक साथ चला रहे हैं।



चित्र 22.2: कन्वर्जेंस



**पाठगत प्रश्न 22.2**

रिक्त स्थानों की पूर्ति के लिए सही शब्दों का चयन करें

1. ब्रिटिश शासन काल में भारत में \_\_\_\_\_ का अस्तित्व नहीं था।
2. टेलीविजन से अपने अस्तित्व की लड़ाई में भारतीय अखबारों ने अपने \_\_\_\_\_ एवं \_\_\_\_\_ को बदला।
3. कन्वर्जेंस से तात्पर्य है \_\_\_\_\_ का एक साथ आना।
4. संचार के \_\_\_\_\_ रूप प्रारम्भिक रूपों को \_\_\_\_\_ नहीं करते।

**22.4 न्यू मीडिया के उदाहरण**

कल्पना करें, आप ग्रीष्मकालीन अवकाश में अपने दादा-दादी से मिलने गाँव गये हैं। यहाँ बहुत ज्यादा सुविधाएँ नहीं हैं। सभी घरों में टेलीविजन भी नहीं है और आपको भारत एवं आस्ट्रेलिया के बीच चल रहे रोमांचक मैच का स्कोर जानना हो तो आप क्या



करेंगे? जी हाँ आप छटपटा उठेंगे पर तभी आपको याद आता है कि आपके पास तो मोबाइल फोन है। आप तुरन्त एक मैसेज भेजते हैं और पाँच मिनट के अंदर आपके मोबाइल स्क्रीन पर क्रिकेट का मैसेज आ जाता है। है ना ये सुकून देने वाली घटना? जी हाँ यह सब संभव हुआ है न्यू मीडिया के चलते।

आपने एक समाचार वेबसाइट पर खुद को रजिस्टर्ड किया हुआ है एवं ई-मेल के जरिये उस साइट को बताया हुआ है कि यदि आपकी दिलचस्पी क्रिकेट के स्कोर में है और आप कहीं भी जा रहे हैं, तो आप सिर्फ अपने मोबाइल से मैसेज भेज दें और सम्बन्धित सूचना तुरन्त पायें। इसे कहते हैं व्यक्तिनिष्ठ समाचार। इसका मतलब है कि आपकी जिसमें दिलचस्पी है वे खबरें आप तक भेज दी जायेंगी। न्यू मीडिया का सबसे उत्कृष्ट उत्पाद वेबसाइट है। समाचार वेबसाइटों के अलावा इंटरनेट पर अन्य अनगिनत वेबसाइट देखने को मिलती हैं।

आज आप पायेंगे कि हर संगठन का अपना एक वेबसाइट है। इन कार्पोरेट वेबसाइटों के जरिये संभावित ग्राहक एवं कर्मचारियों तक सूचना पहुँचाई जाती है। सभी वेबसाइटों में 'कॉन्टैक्ट अस' का एक खाना होता है। अगर आप उस संगठन में किसी से बात करना चाहते हैं, तो आप उसका फोन नंबर साइट से लेकर फोन कर सकते हैं अथवा उसके ई-मेल पते पर ई-मेल कर उससे बात कर सकते हैं।

कुछ कंपनियाँ अपने साइट पर उपयोगकर्ताओं को अपने द्वारा निर्मित वस्तुओं एवं सेवाओं के ऊपर ब्लॉग लिखने के लिए प्रोत्साहित करती हैं। कुछ कंपनियों के लिए साइट प्रतिपुष्टि का अच्छा साधन होता है। और ग्राहक भी उस कंपनी के अन्य ग्राहकों से नेटवर्क बना कर संपर्क में रह सकते हैं। इस प्रकार वह एक आम मंच बना सकते हैं।

न्यू मीडिया का एक और प्रचलित उत्पाद है सोशल नेटवर्किंग साइट। इन साइटों पर कोई भी अपना खाता खोल कर उसका सदस्य बन सकता है। वैसे लोग जो अनेक लोगों के संपर्क में रहना चाहते हैं, उनके लिए ये साइट वरदान है। आप भी इन साइटों के सदस्य बड़ी आसानी से बन सकते हैं। ढेर सारे दोस्त बना सकते हैं। अपने विचार एवं सूचना का आदान-प्रदान कर सकते हैं। इन साइटों के जरिये आप अपने पुराने दोस्तों को ढूँढ सकते हैं एवं उससे बातें कर सकते हैं।

शोधकर्ता एवं पढ़ाई से रुचि रखने वालों के लिए भी न्यू मीडिया उपयोगी है। यहाँ



टिप्पणी

शोधार्थियों को अनेकों पुस्तकालय मिल जाते हैं। ऐसे पुस्तकालय ऑनलाइन लाइब्रेरी कहलाते हैं। इनके जरिये लोग घर बैठे ही अपने विषय से सम्बन्धित पाठ्य सामग्री निकाल सकते हैं। शिक्षण एवं प्रशिक्षण में इंटरनेट काफी प्रचलित है। इसे ऑनलाइन लर्निंग अथवा ई-लर्निंग (इलेक्ट्रॉनिक लर्निंग) कहा जाता है। इसके अलावा इंटरनेट पर ऐसे कई साइट मौजूद हैं जो लोगों को खरीददारी का अवसर प्रदान करते हैं। बच्चों के लिए किस्से-कहानियाँ एवं तरह-तरह के खेल भी इंटरनेट पर उपलब्ध हैं।

संचार माध्यम के रूप में न्यू मीडिया अत्यंत रुचिकर है क्योंकि इनमें अनेक तत्वों का समावेश है। जैसे ग्राफिक्स, एनिमेशन एवं कार्टून इत्यादि। जो पढ़ने के इच्छुक हैं उन्हें पढ़ने के लिए अच्छी पाठ्य सामग्री भी उपलब्ध है और जो लिखने के इच्छुक हैं वे अपना ब्लॉग शुरू कर सकते हैं। (दरअसल ब्लॉग एक डायरी के समान है जिसमें आप कुछ भी लिख-पढ़ सकते हैं। चित्रों, संगीत अथवा चलचित्रों को सहेज कर रख सकते हैं।) बहुत से लोग फोटोग्राफी में रुचि लेते हैं। उनके लिए भी इंटरनेट पर सामग्री का अभाव नहीं है।



### पाठगत प्रश्न 22.3

1. व्यक्तिनिष्ठ समाचार क्या है?
2. ऑनलाइन लर्निंग से क्या तात्पर्य है?



### 22.5 आपने क्या सीखा?

—> भारत में पुराने मीडिया से लेकर न्यू मीडिया तक का सफर

- समाचार वेबसाइट
- कन्वर्जेंस

न्यू मीडिया का प्रभाव

- रचनात्मकता बनाम तकनीकी

न्यू मीडिया के उदाहरण

- समाचार वेबसाइट



टिप्पणी

- व्यक्तिनिष्ठ समाचार
- ऑनलाइन लर्निंग
- ऑनलाइन लाईब्रेरी
- ऑनलाइन गेम



## 22.6 पाठान्त प्रश्न

1. 'कन्वर्जेंस भारतीय मीडिया उद्योग का चेहरा बदल रहा है', इस कथन पर एक लेख लिखें।
2. तीन कॉलम बना कर प्रिंट, टेलीविजन एवं न्यू मीडिया के विशेष लक्षणों को लिखें। इसके उपरांत बताएँ कि न्यू मीडिया प्रिंट माध्यम एवं टेलीविजन से किस प्रकार भिन्न है।
3. भारत में न्यू मीडिया के प्रभावों पर चर्चा करें।



## 22.7 पाठगत प्रश्नों के उत्तर

- 22.1
1. साहसी पूँजीपति उन बड़े व्यापारियों को कहा जाता है जो उन लोगों को पैसे ब्याज पर देते हैं जो अपना व्यापार शुरू करना चाहते हैं।
  2. साहसी पूँजीपतियों ने भारत में न्यू मीडिया के प्रसार का समर्थन किया क्योंकि वह अत्यधिक मुनाफे के लिए आशान्वित थे।
  3. देखें भाग 22.1
- 22.2
1. (i) टेलीविजन, न्यू मीडिया  
(ii) डिजाइन, स्वरूप  
(iii) टेलीविजन, रेडियो, न्यू मीडिया  
(iv) प्रभावी, नष्ट





टिप्पणी

1. व्यक्तिनिष्ठ समाचार का आधार होता है किसी व्यक्ति की जरूरत के मुताबिक समाचार। उदाहरण के लिए, जैसे लोग जिन्हें क्रिकेट में रुचि है न्यू मीडिया उन्हें सिर्फ क्रिकेट से सम्बन्धित समाचार उपलब्ध करा सकता है। इसी जरूरत के अनुसार समाचार को व्यक्तिनिष्ठ समाचार कहा जाता है।
2. अगर पढ़ाई विश्व में फैले इंटरनेट के जाल से (वर्ल्ड वाइड वेब) से होने लगे तो उसे ऑनलाइन लर्निंग कहा जाता है। दूसरे शब्दों में ऑनलाइन लर्निंग इंटरनेट की मदद से दी जाने वाली शिक्षा होती है। अनेकों विषय, खास तौर पर व्यावसायिक विषय इस विधि द्वारा पढ़ाये जा सकते हैं।