



## ORIGINAL RESEARCH PAPER

Journalism

## न्यू मीडिया का विस्तार, प्रिंट समाचार पत्रों के लिये चुनौती

KEY WORDS:

राहुल कुशवाहा

सहायक प्रोफेसर – मल्टीमीडिया तकनीकी, एमिटी विश्वविद्यालय, पंचगाँव, गुडगाँव 122413

ABSTRACT

सूचना प्राद्योगिकी के दौर में सोशल और न्यू मीडिया का विकास और विस्तार दोनों ही अप्रत्याशित रूप से हो रहा है। सूचना कान्ति के देवदूत के रूप में इंटरनेट रूपी सुविधा ने बैंक, बाजार और स्कूल सहित सभी चीजों को प्रत्येक घर तक पहुँचा दिया है। तकनीकी कान्ति का परिणाम और इसके उपक्रमों की बढ़ती लोकप्रियता व प्रभावशीलता हमारे प्रत्येक दिन की दिनचर्या में पूर्णरूप से संलिप्त हो गया है। पत्रकारिता से जुड़े संस्थान और उनके काम-काज त्वरित गति से आगे बढ़ रहे हैं। आज सभी समाचार पत्र के आनलाइन संस्करण हमारे लिये ई-पेपर के रूप में मौजूद हैं, जो कि पल-पल पर अपडेट रहते हैं। परन्तु इस प्रकार से उपलब्ध सूचनायें हमारे लिये चुनौतियाँ उत्पन्न कर रही हैं?

## प्रस्तावना—

ऐसा माना गया है कि सूचनाओं के द्वारा सामाजिक सौहार्द व्यवस्थित रहता है और समाज के विकास की संभावनायें बढ़ जाती हैं। सूचनाओं के व्यापक आदान-प्रदान के विभिन्न प्रकार के माध्यम की जरूरत होती है। जनसंचार के प्रभावी माध्यम के रूप में समाचार पत्र, टेलीविजन, रेडियो के साथ-साथ सोशल मीडिया प्रचलित है। भारत में सर्वप्रथम बंगाल गजट नामक समाचार पत्र का प्रकाशन 1780 में हुआ। अंग्रेजों के समय में प्रारम्भ हुये इस अखबार ने स्वतन्त्रता संग्राम के वक्त भारतीयों के बीच अपनी अभिव्यक्ति को आवाज देने और आम देशवासियों के बीच व्यापक रूप से जागरूकता फैलाने का कार्य किया। कान्तिकारियों और साहित्यकारों द्वारा लिखित लेखों का पढ़ने के बाद जनजीवन में एक नई स्फूर्ति व जोश देखने को मिलता। देश दुनिया की खबरों के लिये उस समय अखबार ही एकमात्र साधन थे। बीसवीं सदी की शुरुआत में सिनेमा और उसके विभिन्न आयामों में धीरे धीरे जनसंचार को एकतरफा रूप प्रदान किया। परन्तु यह दौर जो शुरू हुआ वह आज भी कहीं ना कहीं जनसंचार का एक माध्यम बना हुआ है। सिनेमा जगत समय समय पर समाज के आवाज को अलग अलग तरीकों से, कहानी के अलग अलग रूपों में, गूढ़ रूप से समाज में घटित घटनाओं का मार्मिक चित्रण कर, संपूर्ण संवेदनाओं के साथ समाज के समक्ष प्रस्तुत करती हैं। आजादी के बाद के भारत में जनसंचार के विभिन्न माध्यमों ने समाज में चहुमुखी विकास को अंजाम दिया। समाचार पत्रों के साथ ही मद्रास प्रेसीडेंसी क्लब ने 1924 में रेडियो जैसी बेतार संचार माध्यम को आम जनता से अवगत कराया।

सूचना संचार के क्षेत्र में नये तकनीकी के अनुसंधान से संचार के एक नए माध्यम का सृजन हुआ। जिसने क्षणिक रूप से सूचनाओं को विश्व के कोने कोने में पहुंचाने का कार्य किया। सूचना संचार की यह तकनीकी न्यू मीडिया है जो सोशल मीडिया, ब्लॉग, आदि रूपों में प्रचलित है। आज के दौर में न्यू मीडिया लोगों के लिए काफी सुविधाजनक माध्यम के रूप में हो गया। जिसे अपनी पहुंच का दायरा मोबाइल फोन तक कर लिया है। एक तरफ जहां साफ्टवेयर की भरमार है वहीं दूसरी तरफ हार्डवेयर से नए-नए उपकरण इजाद कर दिए हैं। जो आसानी से आम जनता की पहुंच का हिस्सा हो गए हैं।

## न्यू मीडिया

सामाजिक मीडिया के उपयोग से दो व्यक्तियों के बीच होने वाले संवाद का स्वरूप बदल गया है। इस माध्यम का उपयोग समाज के बुद्धिजीवी वर्ग के साथ साथ आम जनता भी अपने से संबंधित चित्र व चलचित्र, स्थानीय सूचनाओं का आदान-प्रदान करने के लिये कर रहे हैं। न्यू मीडिया के अंतर्गत संचार के लिए ई-मेल, वेबसाइट्स, ब्लॉग, सोशल साइट्स आदि आते हैं जो इस वर्चुअल वर्ल्ड में लोगों को इंटरैक्ट करने का अवसर प्रदान करते हैं। न्यू मीडिया के जरिए तीनों प्रकार की संचार व्यवस्था को स्थापित किया जा सकता है, यानी टेक्स्ट, श्रव्य और दृश्य-श्रव्य। न्यू मीडिया नाम से ही इसकी विशेषता का अंदाजा लगाया जा सकता है कि नया माध्यम या नए जमाने का माध्यम। इस माध्यम की आधारशिला सूचना प्राद्योगिकी के इतिहास से शुरू हुई। कंप्यूटर के विकास और इंटरनेट की प्रायोगिक क्षमताओं ने कंप्यूटरों को नेटवर्क के माध्यम से जोड़ा तो सूचना संप्रेषण के लिए नए माध्यम को आधार मिला। इस माध्यम ने तेजी से अपने पांव पसारने और पूरे विश्व को एक डिब्बे में बंद कर दिया। सूचनाओं का अथाह भंडार और विश्व की हर सूचना का केंद्र बस एक क्लिक तक सीमित है। ऐसा चमत्कारी माध्यम पूरी दुनिया में बहुत ही जल्द लोकप्रिय बन गया। आज पूरे विश्व में लगभग सोशल मीडिया के चार बिलियन सक्रिय यूजर हैं जिनकी तादत प्रतिदिन बढ़ रही है। विकिपीडिया के अनुसार, "सामाजिक मीडिया मनुष्य के बीच सूचनाओं को साझा करने और चर्चा कर जानकारी एकत्रित करने के लिये मुख्य रूप से इंटरनेट पर आधारित उपकरण है।" यदि भारत की बात करें तो जून 2017 में लगभग 543,123,398 सक्रिय यूजर थे, जिनमें लगातार इजाफा हो रहा है। अमेरिका के बाद भारत में फेसबुक यूजर की संख्या सबसे अधिक है। न्यू मीडिया के विस्तार से समाचार पत्रों के समक्ष उपजती चुनौतियां कन्वर्जेंस का दौर है। न्यू मीडिया ने सभी माध्यमों को अपने साथ समाहित कर लिया है। समाचार पत्र जो कि 24 घंटे में एक बार प्रकाशित होता है और उसमें सीमित स्थान होता है जिससे तमाम जरूरी खबरें या तो छूट जाती हैं या फिर संक्षेप में प्रकाशित हो पाती हैं। ऐसे में जब न्यू मीडिया का विस्तार तेजी से हो रहा है तो समाचार पत्र-पत्रिकाओं के लिए बहुत सी चुनौतियां उपज रही हैं जो इनकी प्रसंगिकता पर बड़ा प्रश्न चिह्न लगाती हैं।

"वर्तमान में इंटरनेट ने सूचना के मायने ही बदल कर रख दिए हैं सूचना का तीव्रगामी प्रवाह ही उसकी उपयोगिता का मुख्य अध्याय बन गया है। आज सरकारी संस्थान, निजी संस्थान, बैंक, व्यक्तिगत जीवन शैली के लिए यह एक महत्वपूर्ण साधन के तौर पर उभर कर सामने आया है, जिससे सूचना और संचार के क्षेत्र में नई संभावनाओं ने जन्म लिया है। "ब्लॉग्स के जरिए आम लोगों के विचारों को स्वतंत्र मंच मिल रहा है जिससे व्यक्तिगत अनुभव की प्रतिक्रिया को साझा कर पाने में लोग सफल हो रहे हैं"। यह बड़े बदलावों के साथ लोगों की जरूरत का हिस्सा बनाता जा रहा है क्योंकि यह जनहित की सूचनाओं के साथ व्यक्तिगत सूचनाओं को भी अभिव्यक्ति प्रदान करने में रामबाण की भांति है। "पिछले कुछ वर्षों में इंटरनेट के विकास से अमेरिका और अन्य विकसित देशों में समाचार पत्रों की प्रसार संख्या घटने की प्रवृत्तियां नजर आई हैं। इन आंकड़ों के मद्देनजर भारत में समाचार पत्रों के संगठनों ने इस पर चिंता व्यक्त की है" आज लगभग सभी समाचार पत्रों के ऑनलाइन संस्करण मौजूद हैं। साथ ही उनकी समाचार वेबसाइट्स भी। न्यू मीडिया की पहुंच मोबाइल फोन तक हो गई है जिसने एक बड़ा बाजार खड़ा कर दिया है। "वर्तमान का समय डिजिटल का है और हमें इसके जरिए समावेशी विकास की पहल शुरू करनी चाहिए। वर्तमान में इंटरनेट संचार का सबसे उत्तम माध्यम है। लोगों की इस माध्यम के प्रति बढ़ती विश्वसनीयता और उपयोगिता इसके प्रमाण हैं"। "प्रति क्षण हजारों की संख्या में लोग इससे जुड़े कर समाचारों और सूचनाओं का आदान-प्रदान कर रहे हैं। दुनिया वैश्विक ग्राम में तब्दील हो रही है और लोगों की वर्चुअल कतारें स्थानीय सूचनाओं को विश्व स्तर पर प्रेषित कर पाने में सफल हो रही हैं। आने वाला समय नव माध्यम का है। अतएव समाचार पत्रों की प्रसार संख्या के लिए निम्न मुख्य चुनौतियां उपज रही हैं—

## उपलब्धता और भाषा—

दायरा सीमित होने के कारण समाचार पत्रों की उपलब्धता की कई क्षेत्रों में कमी महसूस हो रही है। राष्ट्रीय संस्करण के समाचार पत्रों को ग्रामीण इलाकों में आज भी पहुंचने में काफी वक्त लग जाता है, कुछेक समाचार पत्रों की प्रतियां दूसरे दिन पहुंच पाती हैं जिसके कारण लोग इनकी जगह ई-न्यूज पेपर को ही फालो करने लगे हैं। क्षेत्रीय इलाकों में वहाँ की भाषा में समाचार पत्र आसानी से उपलब्ध तो हो जाते हैं परन्तु दूसरी भाषाओं के समाचार पत्र की उपलब्धता न के बराबर है। इस परिस्थिति में वहाँ के लोगों के लिये एक मात्र विकल्प इंटरनेट और उससे जुड़े संसाधनों पर निर्भर रहना पड़ता है।

## खबरों पर पाठकों की प्रतिक्रिया—

समाचार पत्रों में छपी खबरों पर पाठकों के द्वारा प्रतिक्रिया व्यक्त करना बहुत मुश्किल और उबाव कार्य है। यदि किसी पाठक को किसी खबर के उपर आपत्ति है और वह सम्पादक का इससे अवगत कराना चाहे ता उसे पत्र के माध्यम से अवगत करा सकता है जिसमें काफी समय लगता है। यदि ई-मेल हो तो मेल करे जबकि न्यू मीडिया में पाठक समाचार को पढ़ते वक्त ही समाचार के नीचे दिए गए टिप्पणी वाले कॉलम में अपने विचार व्यक्त कर सकता है। न्यू मीडिया में त्वरित प्रति पुष्टि या प्रतिक्रिया प्राप्त होती है जबकि समाचार पत्रों में काफी समय लगता है। किसी भी मुद्दे या विचार पर प्रति पुष्टि या प्रतिक्रिया प्राप्त करना समाचार पत्रों के लिए जटिल कार्य के तौर पर है।

समाचार पत्रों में सीमित स्थान होता है, उसमें भी विज्ञापनों को प्रकाशित करने का दबाव बना रहता है क्योंकि यदि सही मात्रा में विज्ञापन नहीं प्राकशित होंगे तो समाचार पत्रों की आमदनी का मुख्य स्रोत ही बंद हो जाएगा। ऐसे में सभी समाचारों को स्थान मिल पाना संभव नहीं हो पाता है। साथ ही कमी-कमी मुख्य खबरें भी संक्षेप में प्रकाशित होती हैं। जबकि न्यू मीडिया में स्पेश की कोई कमी नहीं है और आप छोटी से छोटी घटना का विस्तृत ब्यौरा प्राप्त कर सकते हैं। यदि कोई खबर मीडिया में नहीं आ पाई हो तो आप उसे ब्लाग या सोशल साइट के माध्यम से पूरी दुनिया को बता सकते हैं। ये तमाम बातें समाचार पत्रों के लिए वर्तमान में अनेक चुनौतियां उत्पन्न कर रही हैं।

## ग्लोबल विलेज का सोशल मीडिया जंक्शन—

न्यू मीडिया की सबसे बड़ी कामयाबी यह है कि उसने पूरे विश्व को एक विलेज में तब्दील कर दिया है। साथ ही साथ सोशल नेटवर्किंग का एक बड़ा जाल बिछा दिया

है जिसने सूचना प्रसार में क्रांति ला दी है। फेसबुक, ट्विटर, लिंकड-इन और यू-ट्यूब जैसी सोशल नेटवर्किंग का जंक्शन मुद्दों पर क्षण भर में बड़ी मात्र में प्रतिक्रिया प्राप्त कर लेता है। साथ ही एंड्राएड के वाट्सएप एवं वी-चैट जैसे एप्स समाचार पत्रों के समक्ष चुनौती उत्पन्न कर रहे हैं।

#### नये आयामों को तरजीह—

नवचारों से नए-नए उपकरण इजाजत हो रहे हैं। भारत जैसा देश जहां की 55 प्रतिशत जनसंख्या युवाओं की है। इन उपकरणों के प्रयोग का चलन तेजी से बढ़ रहा है। सूचना संचार प्रौद्योगिकी को जनमानस तक पहुंचाने वाले लैपटॉप, स्मार्ट फोन और मोबाइल्स का बड़ा मार्केट भारत में बन गया है जो आज आम लोगों की पहुंच का हिस्सा है। इन उपकरणों के जरिए लोग 24 घंटे अपडेट रहते हैं। लोग नवाचारों को तरजीह दे रहे हैं यह भी एक बड़ी चुनौती समाचार पत्रों के लिए उत्पन्न हो रही है।

#### निष्कर्ष—

तकनीकी के निरन्तर विकास के ग्लोबल परिवेश में किसी भी तरह की पुरानी पद्धति विशेषतः प्रिंट तकनीकी यानि समाचार पत्रों के लिये चुनौतीपूर्ण हो सकता है यदि ये अपनी लेखन शैली, उनके प्रस्तुतीकरण की शैली को पाठकों की मांग के अनुरूप नहीं बनाते। वर्तमान समय पूरी तरह से तकनीकी पर आधारित हो रहा है। प्रिंटेड बुक्स और नोटबुक की जगह आज के युवाओं के हाथ में लैपटॉप, मोबाइल फोन और अन्य टेक्नो सेवी यन्त्रों ने ले लिया है। त्वरित गति से सूचनाओं के एक्सेस होने और अधिक से अधिक जानकारियों के एक साथ उपलब्धता ही न्यू मीडिया जैसी तकनीकी वर्तमान समय के युवाओं की पसंद बन गयी है। दिन-प्रतिदिन न्यू मीडिया और सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर युवाओं का धुकाव भविष्य में रेडियो और टेलीविजन के लिये भी चुनौती बन सकता है।

#### संदर्भ सूची—

1. <http://www.indianyouth.net/youth-participation-in-democracy-and-good-governance/>
2. [https://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Youth\\_Movement\\_for\\_Democracy](https://en.wikipedia.org/wiki/World_Youth_Movement_for_Democracy)
3. <http://fourthpillar.blogspot.in/p/inside-story.html>
4. चतुर्वेदी, ज. (2013). मीडिया समग्र (भाग-3) ज्ञान-क्रान्ति और साइबर संस्कृति. दिल्ली: स्वराज प्रकाशन.
5. Dutta, S. (2013). Online journalism and E-Paper: A new age. *Communication Today*, 15, 7685.
6. Nayak, S. C. (2013). Social Media: Connecting One and All. *Communication Today* (Oct Dec), 66-74.
7. गुप्ता, य. (2009). इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एवं सूचना प्रौद्योगिकी. नई दिल्ली: अर्जुन पब्लिशिंग हाउस.
8. Ei Chew, H., LaRose, R., Steinfeld, C., & Velasque, A. (2011). The Use of Online Social Networking by
9. Rural Youth and its Effects on Community Attachment. *Information, Communication & Society*, 14(5), 726-747.
10. शर्मा, वि. (2011). आधुनिक पत्रकारिता प्रभाव एवं कार्य. जयपुर: इशिका पब्लिशिंग हाउस.
11. जोशी, श., एवं जोशी, शि. (2012). वेब पत्रकारिता नया मीडिया नए रुझान. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड.
12. शुक्ला, र. (2012). सूचना प्रौद्योगिकी की ओर समाचार पत्र (इन्टर नेट के प्रभावों पर एक अध्ययन- विशेष सन्दर्भ हिंदी समाचार पत्र). नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन.
13. Martin, P., & Thomas, E. (2012). *Social Media Usage and Empact*. New Delhi: Global Vision Publishing House.
14. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/> .(n.d.). Retrieved January 31, 2015.
15. Gagan, G. (2012). Social Media Networking and concept of International Citizenship. In A.Saxena (Ed.), *Issue of communication development and society* (pp. 163-167). New Delhi: Kanishka Publisher, Distributors.
16. कुमार, सु. (2004). इंटरनेट पत्रकारिता. नई दिल्ली: तक्षशि ला प्रकाशन.
17. Anbarasan, E. (2007). Citizen Journalism and New Media. In N. Rajan (Ed.), *21st Century Journalism in India*. New Delhi: Sage Publications.
18. Dutta, S. (2013). Online journalism and E-Paper: A new age. *Communication Today*, 15, 7685.
19. Nayak, S. C. (2013). Social Media: Connecting One and All. *Communication Today* (Oct Dec), 66-74.