शोध साहित्य SHODH SAHITYA
INTERNATIONAL PEER REVIEWED E-RESEARCH JOURNAL
(समसामयिक विषयों पर केंद्रित बहुविषयक मासिक ई-शोध पत्रिका)
E-ISSN 2584-2447
Impact Factor – SJIF 2024 = 3.621
Year -1
Vol -12
October
2024

बदलते दौर में नया भविष्य गढ़ रही है वेब पत्रकारिता

डॉ. बृजेश शर्मा
जबलपुर (म.प्र.)

शोध सारांश

वेब पत्रकारिता भारत में नए भविष्य गढ़ रही है। मोबाइल और इंटरनेट के तेजी से बढ़ रहे उपयोग ने देश की पत्रकारिता को प्रिंट मीडिया से डिजिटल और स्क्रीन पर थमे रहने का रुझान उत्पन्न कर दिया है। समय के साथ कदमताल करने के लिए सबसे पहले समय को पहचानना आवश्यक है। तकनीक के बदलते दौर में भी कई पत्रकार आज भी ऐसे है, जिनके वेब पत्रकारिता के बारे में दकियानूसी ख्याल सामने आते है। जैसे क़ि 'कौन पड़ता है इंटरनेट पर छपी खबर?', 'क्या प्रामाणिकता इन खबरों की ?', 'जो अख़बार में लिखा है वही न्यायालय में मान्य होता है' और भी ना जाने तमाम तरह की बातें| इन प्रश्नों के सहारे वे मीडिया के नये स्वरूप को गलत साबित करने का प्रयास भले ही करते हो,लेकिन मीडिया के नये स्वरूप के लिये ये सवाल कोई नये नहीं है। सरल शब्दों कहें तो जब टीवी पर न्यूज चैनल का प्रभुत्व बड़ा था तब भी ढर्रे पर चलने वालें लोगों की एसी ही धारणा थी। न्यूज चैनल का प्रभाव पड़ने के साथ ही उसकी स्वीकार्यता देर से ही सही, लेकिन सभी को करना पड़ी। यही धारण फिलहाल वेब पत्रकारिता को लेकर है। लेकिन जिस प्रकार से भारत जैसे देश में इंटरनेट का प्रभाव बढ़ता जा रहा है। इंटरनेट रोजमर्रा की जिंदगी में शामिल हो चुका है। वेब पत्रकारिता का प्रभाव भी बढ़ता जा रहा है। भारत के लगभग सभी बड़े समाचार पत्रों को वेब पत्रकारिता की तरफ जाने के लिये मजबूर होना पड़ा है। भारत में पत्रकारिता के भविष्य की ओर नजर दौड़ायें तो समय बदलने और तकनीक में परिवर्तन होने के साथ ही इंटरनेट पत्रकारिता का अब स्वर्णिम भविष्य नजर आने लगा है।

की-वर्ड

कंटेंट, यूजर्स, सिटीजन जर्नलिज्म, नेटवर्क, कम्युनिटी जर्नलिज्म, दकियानूसी, प्रामाणिकता, प्रभुत्व, रोजमर्रा, तकनीक, स्वर्णिम।

E-ISSN 2584-2447
Impact Factor – SJIF 2024 = 3.621

Year -1
Vol -12
October
2024

प्रस्तावना

पत्रकारिता की वर्तमान स्थिति को देखते हुए भविष्य में पत्रकारिता में बेहतर उत्थान की कल्पना बिना वेब मीडिया या कहे इंटरनेट के अधूरी-सी लगती है। भारत में इंटरनेट का विस्तार बहुत ही तेज गति से हो रहा है। मार्केट रिसर्च एजेंसी कांतार की रिपोर्ट के अनुसार दिसंबर 2023 तक भारत में इंटरनेट यूजर्स 936.16 मिलियन यानी 93.61 करोड़ पार पर हो गए थे। कांतार की रिपोर्ट के अनुसार वर्ष 2025 तक इंटरनेट यूजर्स तेजीसे बढ़ जाएंगे। यूजर्स की संख्या में लगभग 8.9% की ग्रोथ होगी। तमाम चुनौतियों के बावजूद आज इंटरनेट रोजमर्रा के जीवन में बहुतायत में शामिल हो चुका है। महत्वाकांशी 'डिजिटल भारत' योजना के चलते भारत के प्रत्येक नागरिक तक इंटरनेट संबंधित मूलभूत सुविधाएँ उपलब्ध करवाने के लिए केंद्र सरकार प्रतिबद्ध है।इसी के मद्देनजर हम भारत में पत्रकारिता के भविष्य की और नज़र दौड़ाएँ तो हमे इंटरनेट पत्रकारिता का स्वर्णिम भविष्य नज़र आने लगेगा। तब भी यही कहा जाता था, किंतु आज लोगो अख़बार से ज़्यादा टीवी और सोशल मीडिया पर भरोसा जताने लगे है। वेब पर छपी खबरों के पंख लगे होते है, यानी क़ि उसका दायरा असीमित होता है, उस पर छपी खबरें भी क़ानूनन साक्ष्य का काम करती है क्योंकि भारत में 'आईटी एक्ट' लागू है। समय के साथ-साथ को स्वीकारना और उस दिशा में अपने प्रयास करना ही सफलता की निशानी है। आज लगभग सभी बड़े अख़बार और न्यूज चैनल अपनी न्यूज वेबसाइट का संचालन कर रहे है, यहाँ तक क़ि जितना कंटेंट वो अख़बार या चैनल में नहीं परोसते उससे ज़्यादा कंटेंट वेब पर उपलब्ध करवा रहे है। वेब पत्रकारिता का कार्यक्षेत्र बहुत विस्तृत और संवेदनशील भी है।

भारत में इस समय वेब पोर्टल की बहुत ज़्यादा माँग है। खबरों की पुष्टता के साथ सबसे तेज जनमानस के बीच पहुँचने में वेब मीडिया सर्वोपरि है। और खबरों की तत्परता के मामलें में वेब पत्रकारिता का महत्व ज़्यादा है। इसी बीच न्यूज पोर्टल से आय के मसले पर भी कई तरीके सामने आते है, जैसी क़ि प्रिंट और इलेक्ट्रानिक पत्रकारिता में खर्च की अधिकता होने के कारण भी कई संस्थान दम तोड़ रहे है, किंतु वेब मीडिया इन सब बड़े खर्च से परे है।और एक विज्ञापन के स्लोगन की तरह खबरों की दुनिया अब मुट्ठी में है।

शोध के उद्देश्य

शोध अध्ययन के लिये निम्न उद्देश्य निर्धारित किये गये है।

1. वेब पत्रकारिता के विकास की संभावनाओं का अध्ययन करना।
2. पत्रकारिता के बदलते स्वरूप और दर्शकों की अभिरूचियों का अध्ययन करना।
3. तकनीक में बदलाव के साथ ही वेब पत्रकारिता की संभावनाओ का अध्ययन करना।
4. इंटरनेट और मोबाइल क्रांति के बाद वेब पत्रकारिता के बढ़ते प्रभाव का अध्ययन करना।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध विवरणात्मक शोध प्रविधि से पूरा किया गया है। अध्ययन के लिये पत्रकारिता के प्रचलित विभिन्न स्वरूपों के अध्ययन द्रितीयक आकड़ों का संकलन किया गया है। इंटरनेट के बढ़ते प्रभाव का अध्ययन भी द्रितीयक आकड़ों के माध्यम से किया गया है। इसके अलावा वेब पत्रकारिता के बढ़ते प्रभाव का अध्ययन भी द्रितीयक आकड़ों से रूप में किया गया है। द्रितीयक आकड़ों का संकलन कर उनका सारणीयन और फिर विश्लेषण कर निष्कर्ष तक पहुंचने का प्रयास किया गया है।

शोध की परिकल्पना

प्रस्तुत शोध अध्ययन के लिये निम्न परिकल्पनाएं निर्धारित की गयी है।

1. मीडिया के नये स्वरूप में वेब पत्रकारिता का प्रभाव लगातार बढ़ता जा रहा है।
2. संचार क्रांति के बाद वेब पत्रकारिता को भविष्य की पत्रकारिता के रूप में देखा जाने लगा है।
3. मोबाइल और इंटरनेट की पहुंच का दायरा बढ़ने से वेब पत्रकारिता को फैलाव का अवसर बढ़गया है।
4. वेब मीडिया के कारण सिटिजन जर्नलिज्म और कम्युनिटी जर्नलिज्म को बढ़ावा मिला है।

वेब मीडिया की लागत

वेब मीडिया जिसे हम न्यूज मीडिया भी कहते हैं, प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का सबसे उम्दा विकल्प है। एक टीवी चैनल की शुरुआत के लिए लाइसेंस फीस, नेटवर्थ, परफोरमेंस बैंक गारंटी, अपलिंकिंग शुल्क, हर एक भाषा के लिए अलग से शुल्क, मशीनरी, स्टूडियो, स्टॉफ का खर्चा, वितरण एवं संचालन के अन्यक खर्च इतनी बड़ी राशि होती है जिसे वहन करना हर किसी के बूते की बात नहीं है। ऐसा ही खर्च एक रेडियो स्टेशन स्थापित करने पर भी आता है। अखबार की बात करें तो वहां छोटे या स्थानीय स्तरर पर किए गए प्रयास में पैसा कुछ कम लगता है, लेकिन राष्ट्रीय स्तर या राज्य स्तर पर की गई शुरुआत काफी महंगी बैठती है। मीडिया के इन माध्यमों में बड़ी धनराशि खर्च करने के बाद भी यह तय नहीं है कि पहुंच जन-जन तक हो, अथवा सीमांत और दूरस्थ क्षेत्रों तक पहुंच बन पाए। जबकि, न्यूज मीडिया में ऐसा नहीं है। इस क्षेत्र में लागत कुछ हजार ही रहती है। अपनी इच्छा के नाम के साथ मामूली फीस अदाकर सिर्फ एक कंप्यूटर, कैमरा, स्कैनर, इंटरनेट कनेक्शन और सर्वर स्पेस के साथ इसकी शुरुआत कर सकते हैं। लंबे चौड़े आफिस स्पेस की कतई जरूरत नहीं है। लेकिन आपकी पहुंच समूची दुनिया तक होगी, इसकी गारंटी है जो अन्य मीडिया माध्यमों के साथ नहीं है।

वेब मीडिया की बढ़ती अहमियत

मौजूदा स्थिति को देखें तो दुनिया के हरेक मीडिया हाउस ने यह मान लिया है कि बगैर वेब में गए उनका उद्धार नहीं हैं। हमारे देश में इसका जिस तेज गति से विस्तार हो रहा है उसे देखते हुए अगले दो से तीन साल बाद किसी भी अखबार, टीवी चैनल का मुख्य चेहरा यही होगा। मैंछह महीने पहले एक राष्ट्रीय अखबार के संपादकीय हैड से मिला था। उनका कहना था कि हम अब केवल प्रिंट माध्यम का काम जानने वालों को नौकरी नहीं दे रहे। अब हम न्यूज लिखने की कला के अलावा कैमरे का उपयोग करने में निपुण और वेब की आवश्यकताओं को समझने वाले मीडियाकर्मियों को ही रखते हैं। बदले समय और बदली रुचि में हरेक अखबार, टीवी चैनल की यह जरूरत बन गई है कि सारी खबरों को टैक्स्ट के अलावा ऑडियो-वीडियो फार्म में वेब पर लाया जाए। बदले माहौल में खासकर युवाओं के पास

शोध साहित्य SHODH SAHITYA
INTERNATIONAL PEER REVIEWED E-RESEARCH JOURNAL
(समसामयिक विषयों पर केंद्रित बहुविषयक मासिक ई-शोध पत्रिका)
E-ISSN 2584-2447
Impact Factor – SJIF 2024 = 3.621
Year -1
Vol -12
October
2024

कतई समय नहीं है कि वे अखबार को बैठकर पढ़ें या टीवी के सामने सभी कामधाम छोड़कर न्यूज जानने के लिए बैठ रहें और अपनी पसंद की खबरों के आने तक इंतजार करें। अगले वर्ष 2025 के आखिरी तक भारत में करीब 87% से अधिक भारतीय घरों में कम से कम एक व्यक्ति इंटरनेट उपयोगकर्ता रहेगा। अधिसंख्य जनसंख्या कामकाजी वर्ग की होगी जिसका मकसद कम समय में तेजी से सूचनाएं जानना होगा। वेब में आप जब जी चाहे और जो पसंदीदा कंटेंटको देख सकते हैं जबकि टीवी में एक खबर याकंटेंटके बाद ही दूसरी खबर याकंटेंटको आने में वक्त लगता है और इस बीच विज्ञापन आ जाए तो अगली खबर में काफी देरी हो जाती है।

मोबाइल से आई जोरदार क्रांति

आज देश में 1.05 मिलियन से ज्यादा मोबाइल इंटरनेट यूजर्स है। ट्राई के आंकड़ों के अनुसार इनमें मोबाइल फोन के स्वामित्व वाले 78% व्यसक पुरुष और 64% व्यस्क महिलाएं हैं जो फोन रखती हैं। इसके अनुसार अक्टूबर 2023 तक देश में मोबाइल डेंसिटी 82.54% रही। ट्राई की आंकड़े बताते हैं कि हर एक यूजर्स से औसतन 152.55 रुपए किसी न किसी टेलीकॉम कंपनी को मिल रहे हैं जो पिछले साल के मुकाबले 8% तक ज्यादा है। इसी वर्ष फरवरी 2024 में आई इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन और कांतार की स्टडी के मुताबिक 86 फीसदी भारतीय यूजर्स इंटरनेट पर ओटीटी के जरिए ऑनलाइन वीडियो और ऑडियो स्ट्रीमिंग करते हैं। इंटरनेट की हाई स्पीड के लिए अब वह 5 डेटा का इस्तेमाल कर रहे हैं। जिस तरह भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सबसे बड़ी क्रांति एटीएम (ऑटोमैटिक टेलर मशीन) मशीन के आने से हुई एवं बैंकिंग जगत को जो चेहरा बदला उसकी कल्पना इससे पहले शायद ही किसी ने की होगी जब हर आदमी अपने वित्तीय लेनदेन के लिए बैंक की शाखा खुलने का इंतजार करता रहता था। ठीक इसी तरह, न्यू मीडिया में जोरदार क्रांति का जनक मोबाइल को माना जा सकता है। मोबाइल खासकर स्मार्ट फोन के आने के बाद लोगों की आदतों में तेजी से बदलाव आया और इंटरनेट कनेक्शन के माध्यम से वे चलते फिरते, आफिस में काम करते अथवा कहीं भी, कभी भी समाचार जान सकते हैं, अपने मनपसंदीदा कार्यक्रम को देख या सुन सकते हैं। इस सच से कोई इनकार नहीं कर सकता कि शहरों, कस्बों औरकई गांवों

शोध साहित्य SHODH SAHITYA
INTERNATIONAL PEER REVIEWED E-RESEARCH JOURNAL
(समसामयिक विषयों पर केंद्रित बहुविषयक मासिक ई-शोध पत्रिका)
E-ISSN 2584-2447
Impact Factor – SJIF 2024 = 3.621
Year -1
Vol -12
October
2024

तक मोबाइल ने अपनी पहुंच बना ली है। सस्ते स्मार्ट फोन आपको आबादी के बड़े हिस्से के हाथों में देखने को मिल जाएंगे। यद्यपि, हमारे देश में बिजली एक बड़ी समस्या है जिसकी वजह से हर समय टीवी देख पाने में दिक्कत आती है। आजादी के इतने साल बीत जाने के बावजूद खराब परिवहन व्यवस्था की वजह से कई कई गांवों तक अखबार नहीं पहुंच पाए हैं लेकिन मोबाइल, टेबलेट और नेटबुक ने अपनी पहुंच बनाकर लोगों को खबरों के संसार से जोड़ दिया है। इस तरह, वेब मीडिया प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक पर भारी पड़ता जा रहा है।

अभी जीता आधा मैदान

ट्राई के अनुसार अभी भी भारत जैसे देश में गांव की बहुलता के कारण इंटरनेट की पर्याप्त पहुंच नहीं है। ट्राई के ही आंकड़े बताते हैं कि वर्ष 2022 तक 48% लोगों के पास इंटरनेट में किसी भी तरह का कोई एक्सेस उपलब्ध नहीं था। इनमें यह भी बताया गया की गरीबी के कारण 17 प्रतिशत लोग डाटा का खर्च नहीं उठा सकते। यह कसर अभी शेष है। अभी भी भारत सऊदी अरब और यूरोपीय देशों के इंटरनेट पेनिट्रेशन से पीछे है। वहां इंटरनेट पेनिट्रेशन 99% तक है। ग्रामीण भी यह जानते हैं कि एक अखबार, टीवी चैनल या रेडियो स्टेशन की पहुंच की एक सीमा होती है और वह क्षेत्र विशेष में ही अपनी पहुंच बना पाते हैं जबकि वेब मीडिया में ऐसा नहीं है।

आप दुनिया के किसी भी कोने में रहे लेकिन मनचाही सूचनाओं को वहीं पा सकते हैं। मसलन आप मध्यप्रदेश के रहने वाले हैं, लेकिन आप केरल में हैं तो संभव है आपको आपके क्षेत्र की सूचनाएं वहां किसी अखबार या टीवी चैनल पर न मिले लेकिन वेब मीडिया ने इस समस्या को दूर कर दिया है। अपने देश से बाहर रहते हुए भी आप वेब मीडिया की बदौलत अपने को उन सभी खबरों से अपडेट रख सकते हैं जो आप चाहते हैं। अनेक लोगों को यह भ्रम है कि जिस तरह अखबार खरीदने या टीवी चैनल को देखने के लिए शुल्क अदा करना होता है वैसा वेब में नहीं है। लेकिन वेब मीडिया में हर सूचना मुफ्त में नहीं मिलती। अनेकअखबारऔरवेब साइटस अपने पाठकों से खबर,रिसर्च रिपोर्ट, अहम आंकड़े उपलब्ध कराने के बदले शुल्क वसूल करती हैं।

निष्कर्ष

अखबार तक आम आदमी को बात पहुंचाने के लिए पत्र लिखने होते हैं या ईमेल करने होते हैं जिसके सही समय पर प्रकाशन की कोई गारंटी नहीं है। टीवी चैनल तो केवल अपनी बात ही कहते हैं वहां अपने दर्शकों से सीधे फीडबैक की कोई सुविधा नहीं है जबकि वेब मीडिया में आप किसी समाचार को पढ़ने या कार्यक्रम को देखने के बाद तत्काल अपनी टिप्पणी, प्रतिक्रिया दे सकते हैं और वह उसी समय प्रकाशित हो जाती है। यह माध्यम सीधे अपने यूजर्स से संवाद स्थापित करता है जिसकी वजह से यूजर स्वयं रिपोर्टर की भूमिका निभा सकता है। यूजर अपने आसपास घटने वाली घटनाओं की जानकारी तत्काल वीडियो, ऑडियो या टैक्स्ट के माध्यरम से संपादक या उसके सहयोगियों को दे सकता है एवं समूची दुनिया इसे जान सकती है। इसी लिए वेब पत्रकारिता को भारत में पत्रकारिता के स्वर्णिम भविष्य के रूप में भी देखा जा रहा है। आय के साथ साथ प्रचलन और तत्परता जैसे वांछनीय गुणों के रहते वेब पत्रकारिता भविष्य के गर्भ में उन्नति का पुष्ट दस्तावेज़ साबित होगी।वेब मीडिया से ही सिटीजन जर्नलिज्म यानी नागरिक पत्रकारिता का प्रभाव बढ़ा है। स्मार्टफोन मोबाइल के बढ़ती उपयोग से ही अब कम्युनिटी जर्नलिज्म भी पनप रही है।

संदर्भ सूची

1. TRAI Report 2023
2. IAMAI इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ़ इंडिया
3. Statista, jan 2024
4. शालिनी जोशी, शिवप्रसाद जोशी, वेब पत्रकारिता: नया मीडिया नये रुझान, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली, प्र.सं.2012, पृष्ठ 32
5. संपा. हंसराज सुमन, एस.विक्रम, वेब पत्रकारिता, श्री नटराज प्रकाशन, दिल्ली, प्र.सं. 2010, पृष्ठ 29
6. वहीं, पृष्ठ 18
7. सुरेश कुमार, इन्टरनेट पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, नईदिल्ली, प्र.सं. 2004, भूमिका से

8. जयप्रकाश मानस, अतीत, आगत और अनंत (आलेख)
9. सुरेश कुमार, इन्टरनेट पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, नईदिल्ली, प्र.सं. 2004, पृष्ठ 16
10. संपा. हंसराज सुमन, एस.विक्रम, वेब पत्रकारिता, श्री.नटराज प्रकाशन, दिल्ली, प्र.सं. 2010, पृष्ठ 24
11. विजय प्रभाकर काम्बले, भारतीय भाषाओँ में कम्प्यूटर और विश्वजाल का विकास
12. रविन्द्र प्रभात, हिंदी ब्लोगिंग का इतिहास, हिंदी साहित्य निकेतन, बिजनौर, प्र.सं.2011, पृष्ठ 07