

## नव माध्यमों में समाचार : उपयोग एवं प्रभाव का अध्ययन (रायपुर संभाग के विशेष संदर्भ में)

1 राकेश कुमार पाण्डेय, 2 डॉ० नरेंद्र त्रिपाठी

1 जनसंचार विभाग, कुशाभाउ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय, काठाडीह, रायपुर (छत्तीसगढ़), भारत।

2 असिस्टेंट प्रोफेसर, कुशाभाउ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय, काठाडीह, रायपुर (छत्तीसगढ़), भारत।

### सारांश

नव माध्यम पत्रकारिता का ऐसा सशक्त माध्यम है जो हमारे जीवन की विविधताओं, नित्य नूतनताओं और दैनिक घटनावलयों, प्रसंगावलयों को अति शीघ्र प्रस्तुत करने की अतुल क्षमता रखता है। इक्कीसवीं सदी का जीवन जितना घटना बहुल और वैचित्र्य विरोधमूलक है, उसे सही रूप में प्रस्तुत, पुनरुपस्तुत, प्रभावित व समासित करने के लिए नवमाध्यम एक अमोघ अस्त्र भी है और जीवंत माध्यम भी। वस्तुतः यही वह माध्यम है जिसके अंतर्गत हम वैश्विक जीवन से संयुक्त होते हैं। आज के सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक व्यस्तता प्रधान जीवन में समाचार हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन चुका है। जिस तरह शारीरिक भूख शांत करने के लिए भोजन जरूरी है, ठीक उसी प्रकार मानसिक तृप्ति के लिए नवमाध्यम अनिवार्य हो गया है, ऐसा प्रतीत होता है। जनसंचार माध्यमों में हाल के कुछ वर्षों में एक क्रांति का उदय हुआ है जिसे सूचना क्रांति का नाम दिया जाता है। इन जनमाध्यमों में क्रांति के साथ-साथ सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में भी क्रांति आई है। इस संदर्भ में मार्शल मैकलुहान का यह कथन कि 'सूचना क्रांति की बदौलत एक दिन पूरी दुनिया गांव में तब्दील हो जाएगी' अक्षरशः सत्य प्रतीत होता है। विज्ञान व तकनीकी विकास के परिणामस्वरूप नवमाध्यम आधारित संचार प्रक्रिया में उल्लेखनीय परिवर्तन हुआ है।

**मूल शब्द:** कलमविहीन पत्रकारिता, साइबर पत्रकारिता, इंटरैक्टिव तकनीकी, सूचना क्रांति, नव मीडिया, डिजिटल मीडिया, साइबर स्पेस, सूचना प्रौद्योगिकी, ऑनलाइन समाचार, वेब पोर्टल।

### प्रस्तावना

वैज्ञानिक प्रगति का प्रभाव संचार के साधनों पर हमेशा रहा है। आज वैज्ञानिक आविष्कार व तकनीकी विकास ने समाचार संप्रेषणीयता की गति को बढ़ा दिया है। कलम विहीन पत्रकारिता के इस युग में इंटरनेट पत्रकारिता ने एक युग का सूत्रपात किया है। वेब पत्रकारिता को हम इंटरनेट पत्रकारिता, ऑनलाइन पत्रकारिता, सायबर पत्रकारिता आदि नाम से जानते हैं। यह कंप्यूटर और इंटरनेट के सहारे संचालित ऐसी पत्रकारिता है जिसकी पहुँच किसी एक पाठक, एक गाँव, एक प्रखंड, एक प्रदेश, एक देश तक नहीं बल्कि समूचा विश्व है और जो डिजिटल तंत्रों के माध्यम से प्रदर्शित होती है। प्रिंट मीडिया से यह इस रूप में भी भिन्न है क्योंकि इसके पाठकों की संख्या को परिसीमित नहीं किया जा सकता है। इसकी उपलब्धता भी सार्वत्रिक है। इसके लिए मात्र इंटरनेट और कंप्यूटर, लैपटॉप, पॉमटॉप या मोबाइल की जरूरत होती है। इंटरनेट, वेब-मीडिया की सर्वव्यापकता को भी चरितार्थ करती है, जिसमें खबरें दिन के चौबीसों घंटे और हफ्ते के सातों दिन उपलब्ध रहती हैं। नव मीडिया के रूप में प्रचलित वेब पत्रकारिता की सबसे खासियत है उसका वेब यानी तंत्रों पर घर होना अर्थात् इसमें उपलब्ध किसी दैनिक, साप्ताहिक, मासिक पत्र-पत्रिका को सुरक्षित रखने के लिए किसी आलमीरा या लाइब्रेरी की जरूरत नहीं होती।

### परिकल्पना

नव माध्यम वर्तमान जीवन का आधार है। सभी वर्ग के लोगों की आवश्यकताओं की पूर्ति, व्यक्तित्व निर्माण और भविष्य निर्माण के रूप में मुख्यधारा की मीडिया के साथ नव मीडिया का महत्व दिन-प्रति-दिन बढ़ता जा रहा है। वर्तमान मानव आज अपनी व्यस्तता के कारण चाहता है कि समस्त संसार में घटने वाली घटनाओं का लेखा-जोखा उसे कम से कम समय

में मालूम हो जाए। इस संदर्भ में प्रस्तुत शोध प्रपत्र 'नव माध्यमों में समाचार रू उपयोग एवं प्रभाव का अध्ययन (रायपुर संभाग के विशेष संदर्भ में)' निम्नलिखित उपकल्पनाओं पर आधारित है—

- समाचार के लिए नए माध्यम का उपयोग उच्च आय वर्ग तक सीमित है।
- नव माध्यमों में समाचारों का प्रस्तुतिकरण आकर्षक तरीके से किया जा रहा है।
- नव माध्यमों में समाचार के उपयोग के लिए कंप्यूटर का उपयोग सर्वाधिक हो रहा है।
- विविध प्रारूपों में संप्रेषित समाचार युवाओं को ज्यादा आकर्षित कर रहे हैं।

### संबंधित साहित्यों का पुनरावलोकन

कोई भी नया शोधकार्य एक ऐसे भवन की तरह होता है जो पूर्व में किए हुए शोधकार्य की नींव पर निर्मित किया जाता है। जिस प्रकार भवन की मजबूती में नींव की महत्वपूर्ण भूमिका होती है ठीक उसी प्रकार नए शोध रूपी भवन निर्माण कार्य में, पूर्व में किए गए शोधकार्य एवं उपलब्ध साहित्य की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। अतः प्रस्तुत शोध प्रपत्र 'नव माध्यमों में समाचार रू उपयोग एवं प्रभाव का अध्ययन (रायपुर संभाग के विशेष संदर्भ में)' में जिन उपलब्ध साहित्यों का अध्ययन व विश्लेषण उपयोगी साबित हुआ है, उनका संक्षिप्त विवरण इस प्रकार है—

- मीडिया विमर्श (जून-अगस्त 2007) के इस अंक में वेब पत्रकारिता से जुड़े लोगों एवं बुद्धिजीवियों के लेख प्रकाशित हो चुके हैं। इन लेखों में ज्यादातर लेखकों ने वेब मीडिया के भविष्य को उज्ज्वल बताया है। साथ ही इसमें नव मीडिया क्षेत्र के समक्ष आ रही व्यावहारिक चुनौतियों का भी जिक्र किया गया है।

- मीडिया मीमांसा (अप्रैल-जून 2008) के अंक में उमेश चतुर्वेदी ने वेब मीडिया को अन्य मीडिया का सहभागी बताया है। जयदीप कार्णिक ने अपने लेख में सह अस्तित्व की बात कही है। परंतु बीबीसी की वेब संपादक सलमा जैदी का कहना है कि नया मीडिया चुनौती दे भी रहा है और झेल भी रहा है।
- प्रभासाक्षी.कॉम के निदेशक बालेन्दु दधीचि ने इस क्षेत्र में संभावनाओं और चुनौतियों पर अपने लेख के माध्यम से प्रभाव डाला है। उनके अनुसार आने वाले समय में वेब मीडिया और लोकप्रिय माध्यम के रूप में उभरेगा।

**उद्देश्य एवं महत्त्व**

आधुनिक पत्रकारिता विज्ञान व तकनीकी विकास पर सवार होकर निरंतर प्रगति के सोपानों की ओर बढ़ रही है। हालांकि, यह अप्रत्याशित नहीं है, क्योंकि प्रत्येक युग का अपना धर्म और कर्म होता है। आज हम जिस दौर से गुजर रहे हैं, उसमें नव मीडिया हमें विविध स्थितियों से जोड़ती हुई सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक गतिविधियों से अवगत कराने का सशक्त माध्यम बन गई है। प्रस्तुत शोध प्रपत्र 'नव माध्यमों में समाचार रूप उपयोग एवं प्रभाव का अध्ययन (रायपुर संभाग के विशेष संदर्भ में)' के विशिष्ट संदर्भ एवं उपयोगिता के आलोक में निम्नलिखित बिंदुओं का उल्लेख अत्यंत उपयोगी है—

- अध्ययन में सहभागी उत्तरदाताओं की समाजार्थिक परिस्थिति का अध्ययन।
- नव माध्यम में समाचार के प्रस्तुतिकरण का अध्ययन।
- विविध प्रारूपों में समाचार के उपयोग का अध्ययन।
- विविध प्रारूपों में संप्रेषित समाचारों के प्रभाव का अध्ययन।

**शोध प्रविधि एवं सीमाएं**

सूचना क्रांति ने लोगों की जीवन शैली पर भी प्रभाव डाला है।

छत्तीसगढ़ में भी आई पॉड, लैप टॉप और लाइव टीवी का चलन है। समाचारों के लिए लोग 'थ्री जी' युक्त मोबाइल को उपयोग में ला रहे हैं। विवेचनार्थ, रायपुर संभाग, (छत्तीसगढ़), के विशेष संदर्भ में 'नए माध्यमों में समाचार रूप उपयोग एवं प्रभाव का अध्ययन' विषय पर प्रस्तुत इस शोध प्रपत्र से प्रदेश में तकनीक का उपयोग किस रूप में हो रहा है तथा समाचार के लिए लोग महंगे डिवाइस का कितना उपयोग कर रहे हैं—यह जानने में विशेष रूप से उपयोगी है। अतः वैज्ञानिक एवं प्रभावी अध्ययन के लिए प्रस्तुत विषय को विविध प्रारूपों में समाचार के उपयोग एवं प्रभाव तथा अध्ययन क्षेत्र को जहां छत्तीसगढ़ राज्य के केवल रायपुर संभाग तक ही परिसीमित किया गया है, वहीं दूसरी ओर नव माध्यमों में समाचार का प्रारूप जानने के लिए कंप्यूटर, इंटरनेट, इंटरनेट टेलीविजन, डी.टी.एच., इंटरैक्टिव टेलीविजन, लैपटॉप, पॉम टाप, नोट पैड जैसे स्वरूपों को अध्ययन में शामिल किया गया है। शोध विषय के अनुरूप एक निश्चित कालखंड में समय का परिसीमन भी आवश्यक होता है, इसलिए प्रस्तुत शोध प्रपत्र में अध्ययन व विश्लेषण को 01 अक्टूबर, 2012 से 30 सितम्बर, 2013 तक के कालखंड में परिसीमित किया गया है।

**आंकड़ों का संग्रहण प्रस्तुति एवं विश्लेषण**

प्रस्तुत शोध प्रपत्र में विषय के अनुरूप अध्ययन व विश्लेषण के निहितार्थ आंकड़ों का संकलन छत्तीसगढ़ के बलौदाबाजार, धमतरी, गरियाबंद, महासमुन्द और रायपुर संभाग के कुल 300 उत्तरदाताओं के बीच किए गए एक सर्वेक्षण पर आधारित है। साथ ही उत्तरदाताओं के चयन में निदर्शन प्रणाली का अनुप्रयोग कर प्रतिनिधिमूलक आंकड़े प्राप्त किए गए हैं ताकि संदर्भित विषय का वैज्ञानिक व प्रभावी ढंग से विश्लेषण जा सके। इस आलोक में निम्नलिखित सारणियों के माध्यम से संदर्भित विषय का विवेचन किया गया हैय यथा—

**सारणी 1:** समाचार प्राप्त करने के लिए किस माध्यम का उपयोग करते हैं?(%में)

जिले	अखबार	रेडियो	टेलीविजन	कंप्यूटर	मोबाइल	अन्य
बलौदाबाजार	60	6.7	26.7	3.3	1.7	0.0
धमतरी	45	0.0	41.7	1.7	11.7	0.0
गरियाबंद	55	1.7	43.3	1.7	3.3	1.7
महासमुन्द	50	3.3	41.7	1.7	3.3	0.0
रायपुर	58.3	0.0	25	5	11.7	0.0
रायपुर संभाग	53.6	2.33	34.33	2.67	6.33	0.67

सारणी-1 द्वारा यह स्पष्ट होता है समाचार प्राप्त करने के लिए रायपुर संभाग में कुल 53.6 प्रतिशत उत्तरदाता आज भी अखबार को पहली वरीयता प्रदान करते हैं। टेलीविजन को जहां 34.3 प्रतिशत उत्तरदाता प्राथमिकता प्रदान करते हैं, वहीं दूसरी ओर इसके लिए मोबाइल 6.3 प्रतिशत उत्तरदाताओं की पहली पसंद है। हालांकि, छत्तीसगढ़ के रायपुर जिले में जहां

2.7 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने समाचार प्राप्त करने के लिए कंप्यूटर को पहली वरीयता प्रदान करते हैं वहीं इसके लिए 58.3 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने अपनी पहली पसंद अखबार को स्वीकार किया है। रायपुर व धमतरी जिले के 11.7 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने समाचार के लिए मोबाइल को वरीयता दी है।

**सारणी 2:** समाचारों की प्राप्ति के लिए इंटरनेट डेस्कटॉप का कितनी देर उपयोग करते हैं? (%में)

जिले	15 मिनट से कम	30 मिनट से 01 घंटा	02 घंटे से अधिक	नहीं करते हैं
बलौदाबाजार	23.3	8.3	1.7	48.3
धमतरी	18.3	11.7	3.3	36.7
गरियाबंद	21.7	10	16.7	30
महासमुन्द				
0	0	1.7	85	
रायपुर	18.3	15	11.7	21.7

प्रस्तुत सारणी-2 में आंकड़ों से प्रकट होता है कि रायपुर संभाग के अंतर्गत समाचार की प्राप्ति के लिए इंटरनेट डेस्कटॉप का उपयोग करने वाले केवल 16.3 प्रतिशत उत्तरदाता हैं जबकि 44.3 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह स्वीकार किया है कि वे समाचारों को प्राप्त करने के लिए प्राप्त करने के लिए इंटरनेट डेस्कटॉप का बिल्कुल उपयोग नहीं करते हैं।

इस संदर्भ में दो घंटों से अधिक इंटरनेट डेस्कटॉप का उपयोग करने वाले रायपुर संभाग में उत्तरदाताओं का प्रतिशत 7.0 है, लेकिन 8 प्रतिशत ऐसे उत्तरदाता भी हैं जो 30 मिनट से 01 घंटा के बीच इंटरनेट डेस्कटॉप का उपयोग समाचार प्राप्ति के लिए करते हैं।

**सारणी 3:** डेस्कटॉप का उपयोग किस तरह से करते हैं? (%में)

जिले	समाचार के लिए	गेम्स के लिए	मनोरंजन	सोशल साइट्स
बलौदाबाजार	21.7	11.7	18.3	6.7
धमतरी	20	10	16.7	15
गरियाबंद	11.7	16.7	21.7	10
महासमुन्द	10	6.7	20	15
रायपुर	20	5	15	26.7
रायपुर संभाग	16.7	10	17.7	14.7

सारणी-3 में आंकड़ों से प्रकट होता है कि रायपुर संभाग के अंतर्गत समाचार की प्राप्ति के लिए डेस्कटॉप का उपयोग करने वाले केवल 16.7 प्रतिशत उत्तरदाता हैं जबकि 17.7 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह स्वीकार किया है कि वे डेस्कटॉप का उपयोग मनोरंजन के लिए करते हैं। लेकिन, इस परिप्रेक्ष्य

में रायपुर जिले में सबसे अधिक 26.7 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि वे डेस्कटॉप का उपयोग समाचार, गेम्स अथवा मनोरंजन के लिए करने की बजाय सोशल साइट्स के लिए करते हैं।

**सारणी 4:** लैपटॉप का उपयोग किस तरह से करते हैं? (%में)

जिले	समाचार के लिए	गेम्स के लिए	मनोरंजन	सोशल साइट्स
बलौदाबाजार	21.7	18.3	13.3	16.7
धमतरी	18.3	6.7	25	16.7
गरियाबंद	20	11.7	28.3	10
महासमुन्द	13.3	11.7	18.3	15
रायपुर	21.7	3.3	20	26
रायपुर संभाग	19	8.33	21	17

सारणी-4 में प्रस्तुत आंकड़ों से ज्ञात होता है रायपुर संभाग के अंतर्गत लैपटॉप का उपयोग मुख्यतः मनोरंजन के लिए उत्तरदाताओं की पहली पसंद है। ऐसा कुल 21 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने स्वीकार किया है। दूसरी ओर 19 प्रतिशत ऐसे उत्तरदाता हैं जो समाचार के लिए लैपटॉप का उपयोग करते

हैं। इसी अनुक्रम में जहां 17 प्रतिशत उत्तरदाता लैपटॉप का उपयोग सोशल साइट्स के लिए करते हैं, वहीं दूसरी ओर बहुत कम यानी केवल 8.3 प्रतिशत उत्तरदाता केवल गेम्स के लिए लैपटॉप उपयोग करते हैं।

**सारणी 5:** किस प्रकार के समाचार के लिए नव माध्यम का उपयोग करते हैं? (%में)

जिले	स्थानीय समाचार के लिए	क्रिकेट समाचार के लिए	फिल्मी खबरों के लिए	सामान्य खबरों के लिए
बलौदाबाजार	31.7	10	8.3	28.3
धमतरी	35	8.3	6.7	25
गरियाबंद	36.7	11.7	8.3	23
महासमुन्द	25	8.3	5	31.7
रायपुर	40	13.3	8.3	15
रायपुर संभाग	33.7	10.3	7.3	24.7

सारणी-5 प्रस्तुत आंकड़ों से यह तथ्य उभरकर सामने आता है कि रायपुर संभाग में स्थानीय समाचार के लिए जहां 33.7 प्रतिशत उत्तरदाता नव मीडिया का उपयोग करते हैं वहीं सामान्य खबरों के लिए केवल 24.7 प्रतिशत उत्तरदाता इसका

उपयोग करते हैं। रायपुर संभाग के अंतर्गत ही मुख्यतः क्रिकेट समाचार व फिल्मी खबरों के लिए नवमाध्यमों का उपयोग करने वाले उत्तरदाता क्रमशः 10.3 व 7.3 प्रतिशत हैं।

**सारणी 6:** बौद्धिक क्षेत्र में नव मीडिया का सर्वाधिक प्रभाव किस रूप में पड़ता है? (%में)

जिले	शिक्षा	सूचना	मानसिक विकास	रचनात्मकता
बलौदाबाजार	35	26.7	26.7	0
धमतरी	41.7	23.3	26.7	1.7
गरियाबंद	33.3	15	43.3	0
महासमुन्द	38.3	28.3	16.7	5
रायपुर	38.3	21.7	21.7	1.7
रायपुर संभाग	36.3	22.7	27	1.7

समाज का बौद्धिक क्षेत्र भी नव मीडिया के प्रभाव से अछूता नहीं है। इस संदर्भ में सारणी-6 से यह प्रकट होता है कि 36.3 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह स्वीकार किया है कि नव मीडिया का सर्वाधिक प्रभाव शिक्षा पर पड़ा है, जबकि 22.7 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे भी हैं जो यह मानते हैं कि नव

मीडिया ने लोगों को सूचनापेक्षी बनाया है। इस संदर्भ में नव माध्यम को मानसिक विकास का उपक्रम समझने वाले उत्तरदाताओं का प्रतिशत जहां 27 हैं, वहीं समाज पर नव मीडिया रचनात्मक प्रभाव बहुत कम यानी केवल 1.7 प्रतिशत उत्तरदाता ही स्वीकार करते हैं।

**सारणी 7:** वैश्विक प्रभाव के क्षेत्र में नव मीडिया का सर्वाधिक प्रभाव किस रूप में पड़ता है? (%में)

जिले	राजनीतिक सक्रियता	आर्थिक विकास	सामाजिक विकास	अन्य
बलौदाबाजार	31.7	16.7	26.7	10
धमतरी	25	26.7	33.3	3.3
गरियाबंद	18.3	26.7	36.7	1.7
महासमुन्द	26.7	26.7	36.7	5
रायपुर	30	33	23.3	0
रायपुर संभाग	26.3	26	31.3	8.7

उपरोक्त सारणी-7 में स्पष्ट वैश्विक प्रभाव पर केंद्रित एक सवाल के जवाब में रायपुर संभाग के अंतर्गत 26.3 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि नव मीडिया ने राजनीतिक सक्रियता को सबसे अधिक प्रभावित किया है, जबकि 26

प्रतिशत उत्तरदाता ऐसे भी हैं जो नव मीडिया के प्रभाव को आर्थिक विकास के रूप में परिभाषित करते हैं। हालांकि, सामाजिक विकास के तौर पर नव मीडिया के प्रभाव को चिन्हित करने वाले उत्तरदाता 31.3 प्रतिशत हैं।

**सारणी 8:** व्यावसायिक प्रभाव क्षेत्र में नव मीडिया का सर्वाधिक प्रभाव किस रूप में पड़ता है?(%में)

जिले	ई-मार्केट	ई-प्रोपगेंडा	ई-विज्ञापन	उपभोक्ता व्यवहार
बलौदाबाजार	26.7	1.7	41.7	23.3
धमतरी	46.7	1.7	35	18.3
गरियाबंद	35	0	26.7	36.7
महासमुन्द	36.7	1.7	41.7	18.3
रायपुर	45	3.3	31.7	11.7
रायपुर संभाग	38	1.67	35.3	25

सारणी-8 में प्रस्तुत आंकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि नव मीडिया ने व्यावसायिक क्षेत्रों को भी उल्लेखनीय ढंग से प्रभावित किया है। रायपुर संभाग के अंतर्गत 38 प्रतिशत उत्तरदाता इस प्रभाव को ई-मार्केट के रूप में चिन्हित करते हैं, जबकि 35.3 प्रतिशत ऐसे उत्तरदाता भी हैं जो नव मीडिया

के व्यावसायिक प्रभाव को ई-विज्ञापन के रूप में महसूस करते हैं। इस संदर्भ में 25 प्रतिशत ऐसे उत्तरदाता हैं जो यह स्वीकार करते हैं कि नव मीडिया ने उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित किया है, हालांकि, ई-प्रोपगेंडा को नव मीडिया का प्रभाव मानने वाले उत्तरदाताओं का प्रतिशत बहुत कम है।

**सारणी 9:** नव मीडिया में समाचार की उपलब्धता से क्या लाभ हुआ है?(%में)

जिले	हमेशा अद्यतन खबरें	खबरों तक हमेशा पहुंच	पुरानी व नई खबरें साथ-साथ	बेरोकटोक सूचनाएं
बलौदाबाजार	38.3	35	15	10
धमतरी	50	28.3	13.3	5
गरियाबंद	31.7	43.3	20	3.3
महासमुन्द	28.3	36.7	23.3	0
रायपुर	58.3	20	16.7	0
रायपुर संभाग	40.3	32.7	17.7	3.7

सारणी-9 में प्रस्तुत आंकड़ों से यह प्रकट होता है कि नव मीडिया में समाचार की प्रस्तुति व उपलब्धता ने हमारी जानकारियों खबरों के माध्यम से अद्यतन बनाया है, ऐसा

रायपुर संभाग के अंतर्गत 40.3 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है। इसी क्रम में 32.7 प्रतिशत उत्तरदाता यह स्वीकार करते हैं कि यह नव मीडिया की ही देन है कि आवश्यक

खबरों तक हमारी पहुंच हमेशा बनी रहती है। रायपुर संभाग के अंतर्गत ही परानी व नई खबरों को एक साथ देखने की

सुविधा के रूप में नव मीडिया को 17.7 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने वरीयता प्रदान की है।

**सारणी 10:** नव मीडिया में समाचार की प्रस्तुति व उपलब्धता से क्या हानि है?(%में)

जिले	संक्षिप्त समाचार	विश्वसनीयता का अभाव	अस्पष्ट समाचार	मूल समाचार से भटकाव
बलौदाबाजार	5	15	11.7	10
धमतरी	18	21.7	8.3	11.7
गरियाबंद	8.3	15	8.3	13.3
महासमुन्द	3.3	13.3	18.3	10
रायपुर	25	25	8.3	10
रायपुर संभाग	12	18	11	11

नव मीडिया में समाचार की प्रस्तुति व उपलब्धता ने समाज को नकारात्मक ढंग से भी प्रभावित किया है। रायपुर संभाग के अंतर्गत 18 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि नव मीडिया में प्रस्तुत समाचारों में विश्वसनीयता का अभाव है। इंटरनेट पर संक्षिप्त समाचारों का चलन है जिसके कारण समाचारों में स्पष्टता की कमी बनी रहती है। इसी अनुक्रम में 11 प्रतिशत उत्तरदाता नव माध्यम में समाचार को मूल समाचार से भटकाव के रूप में महसूस करते हैं।

### निष्कर्ष एवं सुझाव

नव मीडिया का क्षेत्र न केवल विविधात्मक है अपितु व्यापक भी है। जीवन का कोई भी विषय, कोई भी पक्ष ऐसा नहीं है जो नव मीडिया से अछूता हो। आज हर विषय से संबंधित सामग्री इंटरनेट पर उपलब्ध है। हर समूह के व्यक्ति अपने विषय के संबंध में नवीनतम जानकारी और ज्ञान के लिए नव मीडिया को ही माध्यम बनाते हैं, क्योंकि यह अब केवल रोचक समाचारों का संकलन या केवल मात्र राजनीति तक ही सीमित नहीं है, अपितु साहित्य, फिल्म, खेलकूद, वाणिज्य, व्यावसाय, विज्ञान, धर्म, हास्य, व्यंग्य आदि क्षेत्रों में भी प्रवेश कर चुका है। इतना ही नहीं, निष्पक्ष विश्लेषण व निर्भीक आलोचना से समाज में व्याप्त दोषों के निवारण के लिए नव मीडिया जनमत जागृत करने के साथ-साथ उसका निदान भी सुझाता है। सारतः आज कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं है जिसमें नव मीडिया का प्रवेश नहीं हुआ हो और छत्तीसगढ़ का रायपुर संभाग भी इसका अपवाद नहीं है।

### संदर्भ ग्रंथ सूची

1. एलन, एस (2002) रिव्यूिंग द इंटरनेट रू ऑन लाइन न्यूज आफ सितंबर 11, इन बी. जेलिजर एंड एस एलन जर्नलिज्म आपटर सितंबर 11, लंदन एंड न्यू यार्क, रूटलेज.
2. बोजकोवस्की, पी.जे (2004) डिजिटलइजिंग द न्यूज रू इन्वोवेशन इन आन लाईन न्यूज पेपर्स, कैम्ब्रिज, एमए रू द एमआईटी प्रेस.
3. किम, जे. एंड ली, एस. (2005) मीडिया बिग बैंगरू चौलेंज एंड चेंज इन द मीडिया वलर्ड, ट्रांस, वाय. ली, सीयूरय कम्प्यूनिकेशन्स बूक्स.
4. नॉटन, जे. (1999) ए ब्रीफ हिस्ट्री आफ द पयूचररू द ओरिजिन्स आफ द इंटरनेट, लंदनरू फीनिक्स.
5. ओलसेन, टी.जी. (1995) सायबरहोक्स! कोलंबिया जर्नलिज्म, रिव्यू.
6. पैवलिक, जे.वी. (2001) जर्नलिज्म एंड न्यू मीडिया, न्यू यार्कय कोलंबिया यूनिवर्सिटी प्रेस.

7. साल्टर, एल, (2003) डेमोक्रेसी, न्यू सोशल मूवमेंट्स, एंड द इंटरनेट रू ए हबेमसियन एनलिसिस इन एम. एमसी कफे एंड एम.डी. आयर्स सायबर एक्टिविज्म, न्यू यार्क एंड लंदन रू रूटलेज.
8. आर्य पीके, इलेक्ट्रानिक मीडिया, प्रतिभा प्रतिष्ठान, 1661 दखनीराय स्ट्रीट, नेताजी सुभाष मार्ग, नई दिल्ली-110002.
9. चतुर्वेदी जगदीश्वर, हाइपर टेक्स्ट वर्चअल रियलिटी और इंटरनेट, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्रा. लिमिटेड, 4697६3,21-ए, अंसारी रोड, दरियागंज, नई दिल्ली-110002.
10. कुमार सुरेश, इंटरनेट पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, 98कृ ए, हिन्दी पार्क, दरियागंज, नई दिल्ली-110002.
11. मिश्र राजेन्द्र, राठौर देवी सिंह, पत्रकारिता के विविध आयाम, तक्षशिला प्रकाशन, 98कृए, हिन्दी पार्क, दरियागंज, नई दिल्ली- 110002.
12. मेहरा डॉ रमेश, मीडिया निर्माण, तक्षशिला प्रकाशन, 98-ए, हिन्दी पार्क, दरियागंज, नई दिल्ली- 110002.
13. नाथ श्याम, असेसिंग द स्टेट आफ वेब जर्नलिज्म, आर्थर प्रेस, ई- 35६103, जवाहर पार्क, लक्ष्मी नगर, दिल्ली-110092.
14. पंत एनसी, मुद्रण के तकनीकी सिद्धांत, तक्षशिला प्रकाशन, 98-ए, हिन्दी पार्क, दरियागंज, नई दिल्ली-110002.
15. शर्मा डॉ हरि मोहन, रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, 98-ए, हिन्दी पार्क, दरियागंज, नई दिल्ली- 110002.