



ISSN Print: 2394-7500
 ISSN Online: 2394-5869
 Impact Factor: 5.2
 IJAR 2019; 5(12): 237-239
 www.allresearchjournal.com
 Received: 19-10-2019
 Accepted: 23-11-2019

नेहा कुमारी

शोधार्थी, हिन्दी-विभाग, ल.ना.मि,
 विश्वविद्यालय, दरभंगा, बिहार,
 भारत

मीडिया का भारत निर्माण में योगदान

नेहा कुमारी

सारांश:

प्रौद्योगिकी का विकास प्रगति की आधारशिला है और शताब्दियों में इसने समाज के कामकाज के तौर-तरीकों को बदला है। प्रौद्योगिकीय आविष्कारों में मानव श्रम को काम करके, दक्षता लाकर और उत्पादकता बढ़ाकर समाज के प्रत्येक क्षेत्र में क्रान्ति ला दी है। चाहे शिक्षा में सूचना संचार प्रौद्योगिकी हो, मीडिया और सेवा क्षेत्र में डिजिटलीकरण, स्वास्थ्य सेवा के लिए स्वचालित उपकरण क्यों न हो, समाज के प्रत्येक क्षेत्र को प्रौद्योगिकी का लाभ मिल रहा है। भारत जैसे देश के लिए जहाँ परम्परागत धरोहरों का अचूक मिश्रण है और जो सबसे बड़ी 'युवा आबादी' के साथ तेजी से बढ़ती अर्थव्यवस्थाओं में से एक है। यहाँ प्रौद्योगिकी क्रान्ति के साथ समाज का चेहरा बदलने के विशाल अवसर है। देश में आजादी के बाद अनेक दशकों में विभिन्न क्षेत्रों में प्रौद्योगिकीय आविष्कारों को लागू होते हुए देखा है, वर्तमान सरकार ने न केवल देश में डिजिटल क्रान्ति की प्रक्रिया में तेजी लाने के लिए उत्प्रेरक का काम किया है बल्कि देश में डिजिटल विभाजन में सेतु बाँध का काम किया है। ऐसा प्रतीत होता है, पिछले कई वर्षों में सोया हुआ भारत एकाएक जाग गया है। विदेशों में रह रहे लाखों प्रवासी भारतीय तन-मन-धन से इन योजनाओं से जुड़ रहे हैं। एक नये भारत का स्वप्न देखा जा रहा है।

प्रस्तावना:

भारत विविधताओं से युक्त देश है। प्राकृतिक, भौगोलिक, सामाजिक, आर्थिक, धार्मिक अनेकताओं का पुंज है-भारत। अद्भुत-अनुपम प्रतिभाओं की खान है-भारत। ऐसे भारत को एकजुट करना, उसमें आत्मविश्वास तथा आशा का संचार करना, युवाओं को उचित मार्गदर्शन एवं अवसर प्रदान करना आज की सबसे बड़ी आवश्यकता है। यदि हमने इस आवश्यकता को पूरा कर लिया तो हमें विश्व की महाशक्ति बनने से कोई नहीं रोक सकता।

भारत का नवनिर्माण सामूहिक विकास से ही संभव है। विकास का लाभ केवल नगरों-महानगरों तक सीमित रहने से काम नहीं चलेगा। भारत के सुदूर क्षेत्रों में बसनेवाले करोड़ों भारतवासियों को भारत के नवनिर्माण से जोड़ना होगा, उन तक विकास की वर्षा-बूँदें पहुँचानी होंगी। उन्हें भी ज्ञान-विज्ञान तकनीकी संसाधनों, यांत्रिक सुविधाओं की सौधी सुगंध से परिचित करवाना होगा और यह कार्य तभी संभव होगा, जब प्रत्येक भारतीय जागरूक होगा, पारदर्शी सुशासन होगा, इसमें मीडिया की भूमिका सर्वाधिक महत्वपूर्ण होगी।

भारत निर्माण में मीडिया की भूमिका को समझने से पूर्व मीडिया की अवधारणा पर संक्षिप्त चर्चा आवश्यक प्रतीत होती है। 'मीडिया अर्थात् माध्यम। अध्ययन-अध्यापन, चिंतन-मनन या किसी कार्य को करने का तरीका, साधन या रास्ता। धीरे-धीरे यह शब्द एक विशेष अर्थ में रूढ़ होता चला गया। वह अर्थ था-जन-जागृति, सूचना सम्प्रेषण, जनसंचार का माध्यम। आधुनिककाल में मीडिया के दो रूप-प्रिंट मीडिया तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सामने आए।' प्रिंट मीडिया का संबंध समाचार-पत्रों, पत्रिकाओं, पुस्तकों आदि से था। यह माध्यम प्रिंट अर्थात् छपे हुए शब्दों पर निर्भर था। छापेखाने का आविष्कार भी अपने समय की एक क्रान्ति ही थी, जिसने कम समय एवं खर्च में सूचना को अधिक लोगों तक पहुँचना संभव बनाया।

मीडिया के दूसरे रूप इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने प्रिंट मीडिया से भी चार कदम आगे जाकर विज्ञान के चमत्कारिक रूप को प्रस्तुत किया। रेडियो, उसके बाद टेलीविजन तथा फिर कंप्यूटर-इंटरनेट ने तो मीडिया के पाँवों में पंख ही लगा दिए। नदी, नाले, पर्वत, महानगर की बाधाओं, देश-काल की सीमाओं को लाँघकर विशाल विश्व को एक 'विश्वग्राम' (ग्लोबल विलेज) बना दिया। इसी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का ही अगला चरण है-डिजिटल मीडिया।

Correspondence Author:

नेहा कुमारी

शोधार्थी, हिन्दी-विभाग, ल.ना.मि,
 विश्वविद्यालय, दरभंगा, बिहार,
 भारत

डिजिटल मीडिया की अवधारणा-

डिजिटल मीडिया एक अत्यधिक व्यापक अवधारणा है। ऐसा कोई भी माध्यम, जो मशीन अर्थात् कंप्यूटर की सहायता से निर्मित, प्रचारित-प्रसारित, संशोधित तथा संरक्षित किया जा सके, डिजिटल

मीडिया कहलाता है। सभी प्रकार के कंप्यूटर प्रोग्राम और सॉफ्टवेयर; डिजिटल विडियो जैसे वेबसाइट, वेब पेजिस, सोशल मीडिया, डाटा तथा डाटा वेस; डिजिटल ऑडियो जैसे एम.पी.3, ई बुक्स आदि डिजिटल मीडिया के उदाहरण कहे जा सकते हैं।

डिजिटल मीडिया का इतिहास—

“डिजिटल ‘शब्द’ डिजीट’ से बना है। कहा जाता है कि कंप्यूटर की अपनी कोई भाषा नहीं होती। कंप्यूटर शून्य (0) और एक (1) के माध्यम से काम करता है। डिजिटल कंप्यूटर ‘बायनरी कोड’ और ‘बूलियन लेजिक’ का उपयोग करके सूचना को संगृहीत एवं प्रचलित करते हुए एक ही मशीन से विविधायुक्त अनेक कार्य करवाने में सक्षम होता है। सन् 1948-49 के बीच पहले डिजिटल कंप्यूटर का आविष्कार किया गया।¹ यह कंप्यूटर आज के कंप्यूटर से बहुत अलग होते हुए भी डिजिटल सॉफ्टवेयर द्वारा नियंत्रित था। यह वायनरी प्रणाली (शून्य और एक को मिलाकर हजारों अक्षरों के निर्माण में सक्षम प्रणाली) पर आधारित था। बायनरी-प्रणाली के शून्य और एक ही डिजिटल मीडिया के ‘डिजिट्स’ हैं।

डिजिटल मीडिया की व्यापकता—

इंटरनेट तथा पर्सनल कंप्यूटर के कंधों पर सवार डिजिटल मीडिया ने प्रकाश, पत्रकारिता, मनोरंजन, शिक्षा, व्यापार, राजनीति अर्थात् जीवन के प्रत्येक क्षेत्र को प्रभावित किया है। पश्चिमी देशों में डिजिटल मीडिया ने पूरे समाज को अपने आगोश में ले लिया है। कंप्यूटर की सहायता से वहाँ सूचना क्रान्ति हुई। विश्व की प्रत्येक सूचना पलक झपकते ही कंप्यूटर और लैपटॉप से होती हुई हथेली में स्थित मोबाइल में आ विराजी। सारी सूचनाएँ ‘ऑन लाइन’ हो गईं। ‘हर खबर, हर समय, हर जगह’ उपलब्ध होने लगी। 24 घंटे सप्ताह के 7 दिन सब कुछ मिलने लगा। फाइलों के ढेर और पूरा कार्यालय एक कंप्यूटर में समा गया। पत्राचार (ई-मेल), लेन-देन (ई. ट्रांजेक्शन), वाणिज्य (इ कॉमर्स), राजकाज (ई-गवर्नेंस) सब डिजिटल मीडिया की ई (इलेक्ट्रॉनिक्स) का हिस्सा बनते चले गए। ऐसा प्रतीक होता है मानो हमारा सारा जीवन ही ‘इ-लाइफ’ हो गया है।

डिजिटल मीडिया और अन्य मीडिया रूप—

“विगत गुच्छ दशकों में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अत्यधिक विस्तार के कारण इसने जी जीवन के विविध पक्षों को अनेक प्रकार से प्रभावित किया। इसके इसी प्रभाव के कारण इसके कई नए नाम प्रचलित हो गए। इनमें से प्रमुख हैं—न्यू मीडिया, वेब मीडिया, इंटरनेट मीडिया, ऑनलाइन मीडिया, इ मीडिया, मल्टीमीडिया, ग्लोबल मीडिया, साइबर मीडिया, सोशल मीडिया और अब डिजिटल मीडिया।² इन सभी शब्दों को पढ़कर ऐसा आभास होता है कि ये मीडिया के विविध रूप या प्रकार हैं, किंतु वास्तव में सूक्ष्म अर्थभेद से ये सभी कंप्यूटर-इंटरनेट की सहायता से प्रचलित होनेवाले माध्यम ही हैं।

“न्यू मीडिया शब्द परम्परागत मीडिया को पुराना कहकर स्वयं को नया कहने का प्रयास है। परम्परागत मीडिया में यदि हम प्रिंट मीडिया अर्थात् समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के प्रारंभिक रूप-रेडियो-टेलीविजन को शामिल कर लें, तो उसके बाद प्रचलित हुए कंप्यूटर-इंटरनेट आधारित मीडिया को न्यू मीडिया कहा जा सकता है।³ कंप्यूटर-इंटरनेट के समानार्थी के रूप में प्रायः ऑनलाइन या साइबर शब्दों का प्रयोग किया जाता है। इसलिए मीडिया का वह रूप जो ऑनलाइन उपलब्ध हो, उसे ऑनलाइन मीडिया कहा जाने लगा। कंप्यूटर-इंटरनेट से संचालित संसार साइबर-वर्ल्ड या साइबर स्पेस कहलाया। उससे संबंधित मीडिया को साइबर मीडिया कहा गया। कंप्यूटर-इंटरनेट पर विभिन्न सूचनाएँ वेबसाइट के माध्यम से उपलब्ध होती हैं, अतः वेबसाइट से जुड़ा मीडिया वेब मीडिया

कहलाया। यह मीडिया देश-काल के बंधनों से मुक्त पूरे भूमण्डल (ग्लोब) या विश्व तक अपनी पहुँच रखता है, इसलिए इसके लिए ग्लोबल मीडिया शब्द प्रचलित हुआ। इस जनसंचार माध्यम के अनेक सामाजिक प्रश्नों, विषयों तथा बिन्दुओं को उठाकर सामाजिक जागरूकता एवं भागीदारी को बढ़ाया, इसलिए इसे सोशल मीडिया नाम दे दिया गया। संभवतः कहा जा सकता है कि अनेक नामों से काम करनेवाले इस इंटरनेट आधारित मीडिया का ही नया नामकरण है—डिजिटल मीडिया।

डिजिटल मीडिया: एक में अनेक—

पीछे संकेत दिया जा चुका है कि किस प्रकार कंप्यूटर ने पूरे सूचना एवं समाचार तंत्र को न केवल प्रभावित किया, अपितु उसे अपनी मुट्ठी में ले लिया। आधुनिक मीडिया के प्रारंभिक रूप प्रिंट मीडिया का कार्याकल्प कंप्यूटर ने कर दिया। आज समाचार पत्र-पत्रिकाएँ कंप्यूटर की कृपा से चमकदार कागज पर रंगीन चित्रों से सुसज्जित हैं। लगभग सभी समाचार-पत्रों के ऑनलाइन संस्करण इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। पेज ले आउट, डिजाइनिंग, फोटो कंपोजिंग, प्रिंटिंग आदि की सहायता से प्रिंट मीडिया नई सज-धज के साथ आगे बढ़ रहा है।

“इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रारंभिक रूप रेडियो एक समय अपना अस्तित्व बचाने के लिए जूझ रहा था। टेलीविजन के सरस्ते-सुलभ होने पर रेडियो के भविष्य पर प्रश्नचिन्ह लग रहे थे। ऐसे में बदलते समय के साथ खुद को बदलते हुए एफ.एम. रेडियो के रूप में रेडियो का नया अवतार हुआ और देखते-ही-देखते वह लोकप्रिय होता चला गया। इसी प्रकार इंटरनेट के माध्यम से रेडियो ब्लॉग, ऑनलाइन रेडियो जैसी नई अवधारणाएँ थी प्रचलन में आई हैं। जो इसे डिजिटल मीडिया का अंग बनाती है।⁴

रेडियो की ही भाँति टेलीविजन भी भारत में दो घंटे के श्वेत-श्याम प्रसारण से शुरू होकर आज 24 घंटे सैंकड़ों रंगीन चैनलों के माध्यम से मनोरंजन, समाचार, ज्ञानवर्धक कार्यक्रम सभी उम्र प्रस्तुत करता है। “बुद्धू बक्सा” कहलाने वाला टेलीविजन आज केवल मनोरंजन या सूचना तक सीमित न रहकर जनमत निर्माण, सत्ता हथियाने या सत्ता साधने का एक सशक्त अस्त्र भी बन चुका है। रेडियो और इंटरनेट की तुलना में आज के भारत में टेलीविजन जनसामान्य को प्रभावित करने में पीछे नहीं है। टेलीविजन पर दिखाए जानेवाले कार्यक्रमों, विज्ञापनों, धारावाहिकों, रियलिटी शो आदि के माध्यम से बड़े-बड़े उन्नत देश, पाश्चात्य शक्तियाँ, औद्योगिक घराने न केवल अरबों डॉलर का व्यापार कर रहे हैं, अपितु हमारी सांस्कृतिक विरासत, भाषा, जीवनशैली को ध्वस्त कर रहे हैं तथा सांस्कृतिक प्रदूषण, भोगवादी संस्कृति, उच्छृंखल-आत्मकेंद्रित सोच को बढ़ावा दे रहे हैं।⁵ टेलीविजन के ये सभी कार्यक्रम इंटरनेट पर उपलब्ध होने के कारण डिजिटल मीडिया के अन्तर्गत शामिल किए जा सकते हैं।

आधुनिक मीडिया के इन दो परम्परागत रूपों का संबंध डिजिटल मीडिया के साथ स्पष्ट हो जाने के बाद कंप्यूटर और इंटरनेट आधारित ‘मल्टीमीडिया’ का संबंध डिजिटल मीडिया से स्वतः ही स्पष्ट हो जाता है। मल्टी मीडिया अर्थात् अनेक माध्यमों को अपने में समाहित किए हुए सूचना एवं संचार का ऐसा माध्यम, जो समाचार-पत्र, ब्लॉग, वेबसाइट आदि का सम्मिलित रूप है। फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्स ऐप, ब्लॉगिंग आदि ने मीडिया को पूँजीपतियों, राजनीतिज्ञों, औद्योगिक घरानों के चंगुल से स्वतंत्र करके जन सामान्य की अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम बना दिया है।

कंप्यूटर इंटरनेट आधारित यह डिजिटल मीडिया एक में अनेक को समाहित किए हुए है। प्रत्येक व्यक्ति इससे किसी-न-किसी रूप से जुड़ता चला जा रहा है। जनमानस को अभिव्यक्ति के सीधे अवसर प्रदान करके डिजिटल मीडिया ने परम्परागत मीडिया के एकतरफा रूप को दो तरफा कर दिया है। अब दर्शक केवल

मूक दर्शक नहीं है, अपितु त्वरित प्रतिक्रिया देकर प्रभावी वक्ता भी बन गया है।

भारत-निर्माण और डिजिटल मीडिया-

प्रश्न यह है कि भारत-निर्माण में इस डिजिटल मीडिया की क्या भूमिका है और यह इस भूमिका को किस प्रकार निभा सकता है। किसी भी देश का निर्माण तभी हो सकता है, जब वहाँ के नागरिक सुशिक्षित, स्वस्थ, जागरूक हों, वे देशप्रेमी, कर्तव्यपरायण, संगठित तथा परिश्रमी हों, उनमें स्वाभिमान, आत्मविश्वास, देशहित में त्याग-बलिदान की भावना हो, वे सूचना-संसाधनों से सम्पन्न हों। भारत में यह कार्य करने में डिजिटल मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती है।

डिजिटल मीडिया अपनी इस भूमिका को कैसे निभा सकता है? इस प्रश्न पर विचार करते समय हमें यह देखना होगा कि डिजिटल मीडिया जिस कंप्यूटर और इंटरनेट के माध्यम से जनसामान्य तक पहुँचेगा, उसे सर्व सुलभ बनाया जाए। "इस दिशा में भारत सरकार ने नई शुरुआत की है-डिजिटल इंडिया की घोषणा करके। इस कार्यक्रम के अन्तर्गत भारत सरकार देश की जनता को इंटरनेट की सुविधा सर्वत्र सुलभ कराएगी। देश के दूर-दराज हिस्सों को एक-दूसरे से तथा नगरों-महानगरों से जोड़ा जाएगा। लोग घर बैठे अपने मोबाइल फोन से ही अपने अनेक काम करवा सकेंगे। इ-बैंकिंग की सहायता से बैंक लेन-देन, इ-टिकटिंग की सहायता से रेलवे आरक्षण, इ-कॉमर्स द्वारा चीजों की खरीद-बेचकर सकेंगे।" प्रधानमंत्री ने इ-गवर्नेंस की बात की है। उनका सपना है कि प्रत्येक भारतवासी मोबाइल फोन के माध्यम से शक्ति सम्पन्न हो जाए। डिजिटल मीडिया का यह सपना सचमुच अत्यन्त आकर्षक एवं आशावादी है, किंतु इसे साकार करना सरल नहीं है। इस सपने को साकार करने के लिए पूरे देश को कटिबद्ध होना होगा। प्रधानमंत्रीजी ने एक दिशा दी, अब सवा सौ करोड़ भारतवासियों को इस दिशा में कदम-से-कदम मिलाकर चलना होगा। इस कार्य में डिजिटल मीडिया सकारात्मक भूमिका निभा सकता है। डिजिटल मीडिया की पहुँच अब सुदूर भारत में भी पहुँचने लगी है। सेटलाइट चैनलों की सहायता से सूचना-क्रान्ति को जन-ज तक पहुँचाकर उसे सशक्त, समर्थ एवं सबल बनाया जा सकता है।

"अभी लगभग 25 करोड़ भारतीय डिजिटल मीडिया से जुड़े हुए हैं। शुरुआत इन्हीं से करनी होगी। आज आवश्यकता इस बात की भी है कि हम अंग्रेजी भाषा के बढ़ते प्रभाव से स्वयं को बचाएँ तथा डिजिटल मीडिया को भारतीय भाषाओं के माध्यम से शक्ति प्रदान करें।" भाषा केवल वर्ण या शब्दों का समूह नहीं होती, भाषा का सीधा संबंध हमारी सोच से, हमारी संस्कृति से, हमारे जीवन-मूल्यों से होता है। अपनी भाषा एवं संस्कृति को खोकर किया गया कोई भी भौतिक विकास या सांसारिक उपलब्धि-सोना खोकर पीतल प्राप्त करने जैसी है। यदि हम शेष 100 करोड़ भारतवासियों तक विज्ञान एवं तकनीक का लाभ पहुँचाना चाहते हैं तो हमें इस डिजिटल मीडिया को भारतीय भाषाओं से जोड़ना होगा। भारत सरकार द्वारा शुरु की जा रही जनहितकारी योजनाओं एवं कार्यक्रमों के नाम-स्मार्ट सिटी, मेक इन इंडिया, डिजाइन इन इंडिया, मोबाल गवर्नेंस आदि अंग्रेजी में क्यों हैं? क्या इनके लिए हिंदी या अन्य भारतीय भाषाओं में शब्द-निर्माण नहीं किया जा सकता?

निष्कर्ष:

कहा जा सकता है कि भारत के नव-निर्माण की गूँज आज पूरे विश्व में सुनाई देने लगी है। इस नव-निर्माण के लिए विश्व में विद्यमान आधुनिकतम ज्ञान-विज्ञान और तकनीक को भारत में लाना, अपनाना और इसका पूरा सदुपयोग करना अत्यावश्यक है। हमें यह भी स्मरण रखना चाहिए कि इस ज्ञान-विज्ञान और तकनीक को भारतीय सभ्यता, संस्कृति, जीवन-दृष्टि एवं

जीवन-मूल्यों के अनुसार अनुकूलित करके अपनाएँ। हम दुनिया को अपनी दृष्टि से देखें, न कि दूसरों की दृष्टि से स्वयं को देखें। एक शायर ने कहा है-

क्यों देखें जिंदगी को, किसी की नजर से हम,
अपने पास अपनी, फकत इक नजर तो है।

संदर्भ सूची:

1. मीडिया लेखन, लेखक: सुमित मोहन, वाणी प्रकाशन, दरियागंज, नई दिल्ली, 2019, पृ0-16
2. ग्लोबलाइजेशन के दौर में मीडिया की भूमिका, लेखक-डॉ0 अतुल मिश्र, अनुभव पब्लिकेशन हाउस, इलाहाबाद, 2016, पृ0-92
3. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, लेखक: पी0के0 आर्य, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली, 2014, पृ0-153
4. मीडिया का वर्तमान परिदृश्य, लेखक: राकेश प्रवीर, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली, 2013, पृ0-64
5. रेडियो प्रसारण, लेखक: कौशल शर्मा, अमन प्रकाशन, रामबाग, कानपुर, 2014, पृ0-78
6. टेलीविजन: चुनौतियाँ और सम्भावनाएँ, लेखक-गौरीशंकर रैणा, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2012, पृ0-15
7. उत्तर आधुनिक मीडिया तकनीक, लेखक-हर्ष देव, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2015, पृ0-04
8. मीडिया और हिन्दी बदलती प्रवृत्तियाँ, सं0-रविन्द्र जाधव, केशव मोरे, वाणी प्रकाशन, दरियागंज, नई दिल्ली, 2016, पृ0-378