

दृष्टिकोण

न्यू मीडिया चुनौतियाँ और संभावनाएं



भारत नीति प्रतिष्ठान

न्यू मीडिया: चुनौतियाँ और संभावनाएँ

(न्यू मीडिया पर ब्रेन स्टॉर्मिंग सेशन का संक्षिप्त संकलन)

संपादक मंडल

श्री सतीश पेडणेकर

श्री जयराम विप्लव

श्री विशाल तिवारी



भारत नीति प्रतिष्ठान

डी-51, हौजखास, नयी दिल्ली-110016

इस प्रकाशन के किसी भी अंश का प्रतिलिपिकरण, ऐसे यंत्र में भंडारण जिससे

इसे पुनः प्राप्त किया जा सकता हो या स्थानान्तरण, किसी भी रूप में या किसी भी विधि से, इलेक्ट्रॉनिक, यांत्रिक, फोटो-प्रतिलिपि, रिकॉर्डिंग या किसी और ढंग से, प्रकाशक की पूर्व अनुमति के बिना नहीं किया जा सकता।

प्रकाशक:

भारत नीति प्रतिष्ठान

डी-51, हौज खास

नयी दिल्ली-110016 (भारत)

दूरभाष : 011-26524018

फैक्स : 011-46089365

ई.मेल : indiapolicy@gmail.com

वेबसाइट : www.indiapolicyfoundation.org

संस्करण : प्रथम, 2011

© भारत नीति प्रतिष्ठान

मूल्य : 50 रुपये मात्र

मुद्रक : विकास कम्प्यूटर एण्ड प्रिण्टर्स

नवीन शाहदरा, दिल्ली-110032

विषय—सूची

संपादकीय

मीडिया: सार्थकता की तलाश

प्रस्तावना

नए युग का नया मीडिया

पृष्ठभूमि

न्यू मीडिया: एक सिंहावलोकन

ब्रेन स्टॉर्मिंग सेशन – I

न्यू मीडिया एक नया मध्य वर्ग पैदा कर रहा है

हस्तक्षेप

ब्रेन स्टॉर्मिंग सेशन—II

न्यू मीडिया की स्वतंत्रता और सार्वजनिक हित – उदय सिन्हा

हस्तक्षेप

परिचर्चा का बिंदुवार सारांश

न्यू मीडिया के तीन वैश्विक स्तंभ

न्यू मीडिया: सार्थकता की तलाश

तकनीकी प्रगति के चरम शिखरों को छूने वाले पश्चिमी देशों को पुराने मीडिया पर निर्णायक विजय हासिल करने के बाद न्यू मीडिया अब भारत जैसे विकासशील देशों में पैर पसार रहा है। वह तेजी से पैर पसार जरूर रहा है लेकिन यह नहीं कहा जा सकता कि उसने यहां पुराने मीडिया के अस्तित्व के लिए खतरा पैदा कर दिया है। भारत सह अस्तित्व पर विश्वास रखने वाला देश है, यहां कई सदियों एक साथ जीती है तो भला नए और पुराने मीडिया क्यों नहीं साथ-साथ जी सकते? सो इस इक्कीसवीं सदी में पुराना और न्यू मीडिया रूपी शेर-बकरी भारत वर्ष के एक ही घाट पर वास कर रहे हैं। कोई किसी को अपना शिकार नहीं बना रहा है। एक और अचंभा यह है कि अभी तो प्रिंट और टीवी जैसा पुराना मीडिया भी तेजी से बढ़ रहा है और न्यू मीडिया भी। निकट भविष्य में भी न्यू मीडिया पुराने मीडिया को पटखनी दे दे इसके दूर-दूर तक आसार नहीं है। इसके बावजूद एक बात तो माननी पड़ेगी कि मीडिया परिदृश्य पर न्यू मीडिया ने अपनी जबरदस्त धाक जमा दी है। पुराने मीडिया के दिग्गज न केवल उसका लोहा मानने लगे हैं वरन उसका सहारा भी लेने लगे हैं। एक नीति वाक्य है – दुश्मन को हरा न सको तो उसको गले लगा लो।

न्यू मीडिया की जबरदस्त धाक जमनी ही थी। वह चीज ही कुछ ऐसी है। कभी हिन्दी के बौद्धिकों का पसंदीदा रही हिन्दी की प्रतिष्ठित पत्रिका 'दिनमान' का स्लोगन हुआ करता था – 'दिनमान हाथ में दुनिया मुट्ठी में'। दिनमान का यह स्लोगन लाक्षणिक ज्यादा था और वास्तविक कम। लेकिन जब से न्यू मीडिया से रिश्ता जुड़ा है तो सचमुच अनुभव होता है कि जब माउस आपके हाथ में होता है तो दुनिया आपकी उंगलियों पर होती है। कंप्यूटर और इंटरनेट की जुगल जोड़ी ने मिलकर जिस सूचना आधारित समाज को रचा है उसने सभी के लिए जानकारी और ज्ञान के अनंत रास्ते खोल दिए हैं। इंटरनेट तो सूचनाओं का अथाह सागर है। मेरे एक मित्र अक्सर कहते हैं कि इंटरनेट से कोई जानकारी लेने जाना ठीक वैसे ही है जैसे कोई सागर के पास चुल्लू भर पानी लेने जाए। मुझे उनकी बात सही भी लगती है।

न्यू मीडिया का योगदान दो तरफा है वह आपको ज्ञान और जानकारी के अथाह भंडार को सुलभ कराता है, बस माउस क्लिक करने भर की देर है। दूसरी तरफ आज वह लोगों के लिए अभिव्यक्ति

का सबसे सुलभ और सशक्त माध्यम भी है। इस मामले में वह पुराने मीडिया से बहुत अलग है। प्रिंट मीडिया हो या टीवी मीडिया इसमें पाठक या दर्शक की भागीदारी की बहुत कम गुंजाइश है। ये दोनों ही माध्यम कथित प्रोफेशनल लोगों का हथियार बन जाते हैं जिनमें आम लोगों की आवाज आ आकांक्षाएं मुखरित नहीं हो पाती। अखबारों, पत्र-पत्रिकाओं में आमलोगों की भागीदारी पाठकों की पत्र जैसी अंदर के पेज के किसी कोने में बनाई जगह तक सीमित है। टीवी का हाल तो और भी बुरा है, वह बहुत बोलता है, दिखाता है मगर बहरा है किसी की कोई बात सुनता नहीं। सारा मामला एकतरफा है जो जानकारियां और बिंब टीवी संप्रेषित करे उसे आपको झेलना भर है। भागीदारी का तो कोई सवाल ही नहीं है। अपने इन एकतरफा तेवरों से टीवी ने 'काउच पोटोटोज' की जमात पैदा की। इनकी तुलना में न्यू मीडिया का तो स्वभाव ही अलग है। वह प्रिंट और टीवी जैसे पुराने मीडिया की तरह वन वे ट्रैफिक नहीं है। इंटर एक्टिविटी न्यू मीडिया की पहचान है जो उसे एक लोकतांत्रिक माध्यम बनाता है। लोगों को भागीदार बनाने की अपनी खूबी के कारण न्यू मीडिया देखते-देखते छा गया है। अपनी अलग पहचान बनाने के लिए सचेष्ट युवाओं का तो वह सबसे चहेता बन गया है। न्यू मीडिया अभिव्यक्ति के क्षेत्र में जो क्रांति लाया है उसका सबसे बड़ा प्रमाण तो यह है कि उसने ब्लॉगर्स और सिटीजन जर्नलिस्टों की एक नई पीढ़ी तैयार कर दी है। जानकारियों और विंबों के एकतरफा संप्रेषण की जगह वर्चुअल स्पेस में संवाद हो रहा है।

न्यू मीडिया आमलोगों का अभिव्यक्ति और संवाद का ऐसा माध्यम है जिसकी पहुंच और दायरा दिनोंदिन फैलता ही जा रहा है। यही वजह है कि दुनिया के विभिन्न हिस्सों में लोग सामाजिक हस्तक्षेप के लिए इसका इस्तेमाल करने लगे हैं। इस्लामी कट्टरवादी ईरान हो या बाजारवादी कम्युनिज्म का मसीहा लालचीन हर अधिनायकवादी व्यवस्था के बंधनों के खिलाफ आवाज बुलंद करने, प्रतिरोध आंदोलनों को सक्रिय करने में न्यू मीडिया लोगों का कारगर हथियार बन रहा है। दूसरी तरफ प्रस्थापित नेता में भी आज ट्विटर के जरिये अपनी बात लोगों तक पहुंचाना फैशन बनता जा रहा है।

न्यू मीडिया ने जानकारी और मनोरंजन के साधनों को इतना सस्ता आर सुलभ बना दिया है कि लेखकों, बुद्धिजीवियों और पत्रकारों की नई पीढ़ी तो आलसी हो जाएगी। कभी जो विदेशी अखबार, पत्र-पत्रिकाएं हमारे देश में बहुत महंगी होने के कारण जिनके दर्शन भी दुर्लभ थे मगर आज दुनिया भर की पत्र-पत्रिकाएं आपके कंप्यूटर के पर्दे पर हाजिर हैं वह भी मुफ्त में, बशर्ते आपके पास एक अदद इंटरनेट कनेक्शन हो। पहले संगीत के रेकॉर्ड कैसेट या सीडी को खरीदने के लिए दर-दर की खाक छाननी पड़ती थी जब भी ढीली करनी पड़ती थी अब वह संगीत का खजाना आपके कंप्यूटर में एमपी-3 के तौर पर छिपा हुआ है। फिर किसी अलग म्यूजिक सिस्टम को खरीदने की जरूरत भी नहीं। हींग लगे फिटकरी रंग चोखा।

संप्रेषण का इतना सस्ता—सुलभ और कारगर माध्यम होने के कारण न्यू मीडिया तेजी से दुनिया भर के लोगों के बीच ब्लॉग, ईमेल, वेबसाइट, पिक्चर्स के द्वारा संवाद का जरिया बनता जा रहा है। कभी दूसरे शहर से भी चिट्ठी आती थी तो फिल्मी हीरो 'चिट्ठी आई है वतन से चिट्ठी आई है।' गाकर आसमान सिर पर उठा लेता था। आने वाली पीढ़ी ऐसे हीरो को पागल ही समझेगी क्योंकि ई—मेल ने चिट्ठियों की डिलीवरी को इतना आसान बना दिया है कि गान की एक कड़ी गाने से पहले उसका पूरा मेल—बॉक्स भर चुका होगा। कभी—कभी लगता है व्यापार के लिए देशों की सीमाएं खुल जाने से जो वैश्वीकरण हुआ है वह झूठा है क्योंकि वह मुख्यरूप से अमीर देशों और उनकी लाइली बहुराष्ट्रीय कंपनी के हितों का पोषण करनेवाला वैश्वीकरण था। विभिन्न देशों के आम लोगों को इतना निकट लानेवाला असली वैश्वीकरण तो न्यू मीडिया ने किया है। कई विशेषज्ञ तो कहते हैं कि यह 'दूरी का अंत' है। यह सही भी है भौगोलिक दूरियों को नजरअंदाज कर वर्चुअल वर्ल्ड में वर्चुअल कम्यूनिटिज बनती जा रही है।

जब न्यू मीडिया की चारों तरफ विरुद्वलियां गाई जा रही है तब लोग न्यू मीडिया के नकारात्मक पहलू की ओर भी ध्यान आकृष्ट कर रहे हैं। उनका कहना है दुधारी तलवार है न्यू मीडिया। इतनी अद्भुत, रोमांचक और रुमानी है यह न्यू मीडिया की वर्चुअल दुनिया कि कुछ लोग के लिए यह नशा बन जाती है। 'लॉगिंग ऑन, टर्निंग आउट' ने लेख में कई घटनाओं और सर्वेक्षणों का हवाला देकर बताया है कि कॉलेज के छात्रों में 'ऑनलाइन बने रहने का नशा' पैदा हो जाता है। सोशल नेटवर्क से जुड़े लोगों, या इंटरनेट पर चैट करने वाले लोगों में ऐसे लोग की भी खासी तादाद है जिन्हें संघर्षों और तनावों से भरी वास्तविक जिंदगी की तुलना में वर्चुअल दुनिया ज्यादा रास आती है। एंड्रयू ब्राउन कहते हैं — **Internet is so big, so powerful and so pointless that for some people it is complete substitute for take.** ब्राउन की बात में दम है। कंप्यूटर की विंडो के द्वारा वर्चुअल वर्ल्ड में खो जाने वालों की कमी नहीं है। कभी—कभी लगता है कि यह वर्चुअल दुनिया सूचना तकनीक रूपी विश्वामित्र द्वारा बनाई गई समांतर दुनिया है। हाल ही में मराठी में एक नाटक खेला जा रहा है—**white lily and Night rider** यह वर्चुअल वर्ल्ड की प्रेम कहानी है। एक महिला **white lily** और पुरुष **Night Rider** नाम से कंप्यूटर पर चैट करते एक दूसरे पर फिदा हो जाते हैं और वर्चुअल दुनिया से बाहर निकलकर एक दूसरे वास्तविक दुनिया में मिलने का फैसला करते हैं। लेकिन एक—दूसरे से मिलकर उन्हें निराशा होती है।

ऑनलाइन एक—दूसरे से खुलकर और लच्छेदार भाषा में प्रेमलाप करने वाले ये प्रेमी युगल वास्तविक जीवन में अंधेड बहुत दबू शर्मीले और कुंठाग्रस्त है। यह जानने पर भी वे शादी करने का फैसला करते हैं मगर यह साथ प्रेम तो दूर निरंतर झगड़े—फसाद की अंतहीन दास्तान बन जाता है। आखिर में वे फिर वर्चुअल दुनिया में लौटकर पहले की तरह चैट के जरिये प्रेमलाप करने रहने का फैसला

करते हैं। यह नाटक हमारे समय की एक खौफनाक सच्चाई से हमें रू-ब-रू कराता है कि नेट की वर्चुअल दुनिया कुछ लोगों के लिए नशा या पलायन स्थल बनती जा रही है। वर्चुअल विश्व उन्हें वास्तविक विश्व की तुलना में ज्यादा आनंद देता है। यह न्यू मीडिया का नकारात्मक पहलू भी है जिसको नजरअंदाज नहीं किया जा सकता।

यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगा कि न्यू मीडिया का न केवल तेजी से प्रसार हो रहा है वरन् उसका प्रभाव इतना गहरा है कि न्यू मीडिया अब लोगों की जिंदगी का अपरिहार्य हिस्सा बनता जा रहा है। हमारे देश में न्यू मीडिया का फैलाव तो हो रहा है लेकिन उस पर गंभीर विमर्श का अभाव रहा है। इसलिए समाज के हर परिवर्तन और हर उभरती प्रवृत्ति का अध्ययन करने के लिए प्रतिबद्ध भारत नीति प्रतिष्ठान ने 'न्यू मीडिया' के विमर्श पर एक विस्तृत चर्चा का आयोजन किया। 'न्यू मीडिया: संभावनाएं और चुनौतियां' विषय पर दो सत्रों में आयोजित इस 'ब्रेन स्टॉर्मिंग सेशन' में बहुत खुलकर और बहुत विस्तार के साथ चर्चा हुई। न्यू मीडिया और मीडिया से जुड़ी कई हस्तियों ने सक्रिय सहभाग करते हुए सहभागियों ने न्यू मीडिया और खासकर पत्रकारिता और समाज पर प्रभाव से जुड़े हर पहलू पर गहराई से चिंतन किया। 3 जनवरी को हुए पहले चर्चा सत्र के मुख्य वक्ता वरिष्ठ पत्रकार और चिंतक रामबाहदुर राय का वक्तव्य न्यू मीडिया की बेबाक समीक्षा करनेवाला था। उन्होंने न्यू मीडिया के बढ़ते महत्व को विस्तार से रेखांकित करने के बाद न्यू मीडिया के सामाजिक सरोकारों और प्रभावों के बारे में अहम सवाल उठाए। उनका न्यू मीडिया पर एक महत्वपूर्ण आक्षेप यह था कि न्यू मीडिया बोलता ज्यादा है और कहता कम है। उनकी दूसरी महत्वपूर्ण बात यह थी कि जो लोग इस भ्रम में हैं कि न्यू मीडिया दुनिया में गरीबों को ताकत देगा, गरीबों की आवाज को उठाएगा, वे किसी मुगालते में ना रहे। न्यू मीडिया नया मध्य वर्ग पैदा कर रहा है।

राय साहब के वक्तव्य ने कुछ ऐसा समां बांधा कि चर्चा काफी विचारोत्तेजक रही। बाद में लोकसभा टीवी के संपादक ज्ञानेन्द्र पांडेय ने न्यू मीडिया को हौवा न बनाने पर जोर देते हुए कहा कि जब कोई नई चीज आती है। वह अपना एक नया विस्तार और एक नई तकनीक लेकर आती है। न्यू मीडिया के साथ निरंकुशता की समस्या पैदा हुई। उनके बाद आए कई और वक्ताओं ने भी निरंकुशता और अमर्यादित भाषा का मुद्दा उठाया। ओंकारेश्वर पांडेय और संजय तिवारी ने न्यू मीडिया के भारतीयकरण की आवश्यकता बताई। नीरज भूषण ने कहा कि मैं इसे न्यू मीडिया नहीं मानता। दूसरे चर्चा सत्र में वरिष्ठ पत्रकार उदय सिन्हा ने न्यू मीडिया के मौजूदा स्वरूप को लेकर कई बुनियादी मुद्दे उठाए कि न्यू मीडिया की दुनिया में सामग्री या कथ्य प्रोसेस्ड होकर नहीं आता इसलिए आत्मनियंत्रण की बात महत्वपूर्ण हो जाती है। यह न्यू मीडिया के लोगों के लिए इतना ज्वलंत मुद्दा था कई वक्ताओं ने न्यू मीडिया के नियमन के लिए प्राधिकरण बनाने की बात कही। इस पर अपनी राय देते हुए मिलिंद ओक ने एक बहुत बहुत पते की बात कही – न्यू मीडिया से तत्काल बात सारी दुनिया तक पहुंच जाती है।

ऐसी ताकत किसी भी परंपरागत मीडिया में नहीं है। आत्मनियंत्रण कैसे हो इसकी चिंता भारतीय संस्कार स्वाभाविक रूप से करता है। ग्लोबल परिदृश्य में देखें तो चिंता करने के लिए अभी और समय लगाया जाना चाहिए। न्यू मीडिया को अभी पलने बढ़ने दें। **let people have the freedom to make mistakes.**

दूसरे सत्र में गोपाल अग्रवाल न न्यू मीडिया के आर्थिक पक्ष को बहुत प्रभावी ढंग से उठाया और कहा कि परंपरागत मीडिया में पैसा प्रमुख हो जाने के कारण विकृतियां आईं। इस दौर में न्यू मीडिया वैकल्पिक माध्यम के रूप में उभरा है। इसकी समाज को आवश्यकता है लेकिन इसका आर्थिक पक्ष एक बड़ी चुनौती है। नहीं तो मोल-भाव वाली पत्रकारिता के प्रभाव से यह मीडिया भी अछूता नहीं रहेगा। चर्चा सत्र में बाद में यह मुद्दा बार-बार उठता रहा। कई युवा ब्लॉगर्स और पोर्टल संचालकों ने इसके अलग-अलग पहलुओं पर प्रकाश डाला जिससे न्यू मीडिया के लिए विज्ञापन एजेंसी का सुझाव उभर कर आया। उमेश चतुर्वेदी ने न्यू मीडिया की अपार संभावनाओं की ओर इशारा किया और कहा कि इंटरनेट के आने से पहले तक सभी माध्यमों की अपनी स्वतंत्र पहचान और स्पेस था। लेकिन इंटरनेट ने इसे पूरी तरह बदल डाला है। इंटरनेट पर स्वतंत्र समाचार साइटें भी हैं तो अखबारों के अपने ई-संस्करण भी मौजूद हैं।

चूंकि न्यू मीडिया: चुनौतियां और संभावनाएं पर हुई चर्चा बेहद सार्थक और विचारोत्तेजक थी इसलिए कुछ लोगों ने सुझाव दिया कि भारत नीति प्रतिष्ठान इसे एक पुस्तक के रूप में प्रकाशित करे ताकि न्यू मीडिया में दिलचस्पी रखने वाले लोग और मीडिया के छात्र भी उसका लाभ उठा सकें। अतः भारत नीति प्रतिष्ठान ने इसे पुस्तक के रूप में प्रकाशित करने का फैसला किया। हम आभारी हैं न्यू मीडिया के विशेषज्ञ और उस मुद्दे पर विपुल लेखन करने वाले बालेन्दु शर्मा दाधीच के जिन्होंने इस पुस्तक की प्रस्तावना लिखी। इन दोनों चर्चा सत्रों में हुई बहस का लेखांकन एवं शोध करने का महत्वपूर्ण कार्य हमारे युवा साथी और न्यू मीडिया के महत्वपूर्ण हस्ताक्षर जयराम विप्लव और विशाल तिवारी ने किया। इसके अलावा पहले चर्चा सत्र के प्रारंभ में न्यू मीडिया के जानकार कनिष्क कश्यप ने न्यू मीडिया के वर्तमान परिदृश्य पर बहुत ही प्रभावी पावर पाइंट प्रेजेंटेशन किया जिसे उन्होंने भारत नीति प्रतिष्ठान के लिए तैयार किया था। इस पावर पाइंट प्रेजेंटेशन को सभी ने बहुत सराहा।

इन तमाम लोगों की अथक परिश्रम से तैयार हुई यह पुस्तक हमें आपके हाथों में देते हुए खुशी हो रही है हमें उम्मीद है कि इसे अपना अमूल्य सहयोग देकर हमारा उत्साह बढ़ाएंगे।

सतीश पेडणेकर
वरिष्ठ पत्रकार, जनसत्ता



नए युग का नया मीडिया

न्यू मीडिया के बारे में भारत में, खासकर हिंदी में प्रकाशित सामग्री की कमी है। उसी के लिहाज से इस बारे में जागरूकता भी कम है। लगभग अनियंत्रित गति से बढ़ते इस मीडिया की महत्ता और भूमिका के मद्देनजर यह कमी खटकती है। इंडिया पॉलिसी फाउंडेशन ने इस पुस्तक के जरिए एक उपयोगी पहल की है। डिजिटल माध्यमों की अपार लोकप्रियता और उन पर बढ़ती निर्भरता के मद्देनजर ऐसे प्रकाशनों की झड़ी लग जानी चाहिए जो उपयोक्ताओं तथा पेशेवरों दोनों के लिए समान रूप से उपयोगी हों।

विकसित देशों के अखबारों और पत्रिकाओं में न्यू मीडिया के प्रभाव, विस्तार और क्षमताओं को लेकर आशंकाओं का माहौल है। अमेरिका और यूरोप में प्रिंट मीडिया लगातार आर्थिक दबाव में है। न सिर्फ मंदी के प्रभाव से बल्कि विज्ञापनों और सबस्क्रिप्शन में कमी के कारण भी। वहां कई प्रमुख अखबार बंद हो गए हैं और बहुत से इंटरनेट पर चले गए हैं। दूसरी ओर, अनेक न्यू मीडिया संस्थान सन 2000 के डॉट काम ध्वंस से मुक्त होकर मजबूती से स्थापित हो चुके हैं। विज्ञापनों के साथ-साथ वे ई-कामर्स के जरिए भी पर्याप्त राजस्व अर्जित कर रहे हैं। प्रिंट और न्यू मीडिया के बीच पिछले पांच-छह साल से चल रहे द्वंद्व में धीरे-धीरे बाजी न्यू मीडिया के हाथ में आती जा रही है। मौजूदा परिस्थितियों का संदेश स्पष्ट है। पुरानी कहावत है कि जब आप अपने प्रतिद्वंद्वी को हरा न सकें तो उससे हाथ मिला लेना बेहतर है। पश्चिमी मीडिया को बदली परिस्थितियों का अहसास है और उसने वेबसाइटों, पोर्टलों, एप्लीकेशनों, सेवाओं और ई-कामर्स के जरिए नए मीडिया को अपनाना शुरू कर दिया है। अगर मीडिया की दुनिया और दुनिया के मीडिया में सचमुच कोई हवा चल रही है तो वह प्रिंट से न्यू मीडिया की ओर चल रही है।

लेकिन भारत में आज भी हालात अलग दिखाई देते हैं। यहां प्रिंट का दबदबा न सिर्फ कायम है, बल्कि बढ़ रहा है। टेलीविजन और रेडियो की भी यही स्थिति है। लेकिन गौर करने लायक तथ्य यह

है कि बढ़ न्यू मीडिया भी रहा है। हालांकि उसकी रफ्तार फिलहाल औरों जैसी नहीं है। तहलका और कोबरापोस्ट जैसे उदाहरणों को छोड़ दें तो यहां न्यू मीडिया ने सामाजिक या राजनैतिक स्तर पर कोई बहुत बड़ा जलजला खड़ा नहीं किया। लेकिन इनकी तुलना आप विकीलीक्स जैसे विश्वव्यापी भूचाल से नहीं कर सकते। यूं भी, भारत में न्यू मीडिया को अब तक मीडिया की मुख्यधारा में वैसा महत्व नहीं मिला है जैसा उसे कुछ अन्य देशों में प्राप्त है। सत्ता तंत्र, कारोबार जगत और समग्र मीडिया विश्व की दृष्टि में आज भी वेबसाइटों और पोर्टलों को अनौपचारिक किस्म के मास मीडिया संस्थानों के रूप में देखा जाता है। उसकी मौजूदा स्थिति की तुलना कुछ हद तक भाषायी पत्रकारिता से की जा सकती है, जिसके विस्तार और लोकप्रियता को तो सब मानते हैं किंतु महत्व अंग्रेजी पत्रकारिता को ही देते हैं। प्रश्न उठता है कि इस स्थिति के लिए हमारी पारंपरिक सोच और पूर्वाग्रह जिम्मेदार हैं या फिर कमी भारतीय न्यू मीडिया की ओर से ही है, जो खुद को बहुत आक्रामक, सनसनीखेज या नाटकीय अंदाज में पेश करने की जरूरत नहीं समझता (संदर्भ विकीलीक्स)?

मुझे लगता है कि भारत में न्यू मीडिया की प्रकृति सूचनात्मक और संदर्भात्मक अधिक बन गई है। इसने उसे यह क्षमता तो दी है कि वह छोटी से छोटी बात को भारत के दूरदराज के क्षेत्र में मौजूद इंटरनेट उपयोक्ता तक पहुंचा दे, लेकिन वह राजनैतिक शक्ति नहीं दी जो यथास्थिति के सत्राटे में कौंध और धमक पैदा करे। उसे अपरिहार्य और अनुपेक्षणीय बनाए। जो हमें क्षण भर रुककर उसके हस्तक्षेप का नोटिस लेने के लिए मजबूर करे। उसकी शक्ति और विस्तार तो बहुत है, मगर प्रभाव नहीं है। वैसा प्रभाव, जो प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का है। यह स्थिति पश्चिमी ट्रेंड्स के बिल्कुल विपरीत है लेकिन यह एक खालिस हिंदुस्तानी असलियत है, जो हाल-फिलहाल बदलती नहीं दिखती। हालात बदलेंगे जरूर, लेकिन कब- इसका सिर्फ कयास लगाया जा सकता है।

इन हालात के कई सकारात्मक पहलू भी हैं। न्यू मीडिया ने भले ही सामाजिक-राजनैतिक दबदबा न बनाया हो लेकिन हर कंप्यूटर, लैपटॉप, स्मार्ट फोन और मोबाइल फोन के भीतर उसकी मौन क्रांति घटित हो रही है। इस रूप में या उस रूप में, वह हर व्यक्ति के जीवन से जुड़ा है। भौगोलिक सीमाओं से मुक्त होने के साथ-साथ वह राजनैतिक, सामाजिक और आर्थिक सीमाओं से भी मुक्त करने वाले लोकतांत्रिक हस्तक्षेप के रूप में उभरा है। वास्तविक भूमंडलीकरण, वास्तविक लोकतंत्र, वास्तविक समावेशीकरण, वास्तविक पारदर्शिता सुनिश्चित करने वाला जरिया बन रहा है। किसी न किसी फॉरमैट में वह हर समय आपके साथ है, आपको अधिक सक्षम, समर्थ, अपडेट, इंटर-एक्टिव और कनेक्टेड बना रहा है। इस असीमित विस्तार में विकास और सफलता की असीमित संभावनाएं भी निहित हैं। क्या यह एक आदर्श स्थिति नहीं? अंततः मास मीडिया की असली भूमिका, जिम्मेदारी और सार्थकता आम आदमी के लिए उपयोगी बनने में ही तो निहित है!

जब तक विकसित दुनिया के मीडिया ट्रेंड्स हम तक पहुंचते हैं, यह सार्थकता और उपयोगिता न्यू मीडिया को प्रासंगिक बनाए रखेगी।

– बालेन्दु शर्मा दाधीच
समूह संपादक, प्रभासाक्षी.कॉम
www.prabhasakshi.com



न्यू मीडिया: एक सिंहावलोकन

सूचना माध्यमों की विविधता को भारत की तरह खुद में समेटे हुए न्यू मीडिया अब तक का सबसे प्रभावी और युगांतकारो अवतार है । 1969 में जब अमेरिकी रक्षा विभाग ने कुछ कंप्यूटरों को जोड़कर नेटवर्किंग की होगी तब शायद ही किसी ने सोचा होगा कि एक दिन यह छोटा सा प्रयास कम्प्यूटरों के दायरे से निकल कर वैश्विक स्तर पर हम इंसानों को जोड़ने का सबसे बड़ा साधन बन जायेगा ।

आज पश्चिम में पाठकों के सामने अनेक विकल्प हैं और वे इन विकल्पों का लाभ इसलिए उठा पाते क्योंकि वहां साक्षरता दर अधिक है। पश्चिम के पाठकों के सामने न्यू मीडिया का विकल्प तेजी के साथ उभरा है। इंटरनेट एंड मोबाईल एसोसिएशन ऑफ इंडिया के आंकड़े बताते हैं, कि वर्ष 2006 में 390 लाख इंटरनेट उपभोक्ता थे, जिनकी संख्या वर्ष 2009 में बढ़कर 710 लाख और 2010 तक ये संख्या बढ़कर 980 लाख तक पहुँच चुकी है । इंटरनेट उपभोक्ताओं का तेजी से बढ़ता अनुपात न्यू मीडिया के सशक्त भविष्य की ओर संकेत करता है ।

न्यू मीडिया को मोटे तौर पर समझने के क्रम में कुछ सवाल अक्सर उठ खड होते है

- ❖ इंटरनेट पर किसका अधिकार है?
- ❖ न्यू मीडिया का प्रादुर्भाव
- ❖ ब्लॉग्स की लोकप्रियता और प्रभाव
- ❖ भाषाई ब्लॉग्स का विकास

इंटरनेट पर किसी का एकाधिकार नहीं है। न तो कोई व्यक्ति और न ही कोई संगठन इसे संपूर्ण तरीके से नियंत्रित करता है। वैसे कुछ संगठन ऐसे हैं जो सतही तौर पर मानक तैयार करते हैं या बाहर से इंटरनेट पर निगरानी रखते हैं।

जैसे –

- IP addresses & domain names
- the internet engineering task force
- Inter NIC & Internet Architecture board

दुनिया का पहला कंप्यूटर सन् 1945 में पेनसिलिवेनिया में बनाया गया था। सत्तर के दशक तक कंप्यूटर काफी महंगा और विशाल आकार वाला होता था इसलिए बड़े सरकारी विभाग या कंपनियां ही इसे खरीद पाते थे। भारत में पहला कंप्यूटर सन् 1955 में भारतीय सांख्यिकी संस्थान ने खरीदा था। सन् 1981 में जेरॉक्स कंपनी ने पहला माइक्रो कंप्यूटर बाजार में उतारा। धीरे-धीरे छोटे, हल्के और सस्ते कंप्यूटर बनने के बाद घरों में भी लोग कंप्यूटर खरीदने लगे। सन् 1991 में टिम बर्नर्स ली ने अनेक कंप्यूटर को जोड़कर **वर्ल्ड वाइड वेब (www)** की शुरुआत की। लेकिन भारत में इंटरनेट सेवा 15 अगस्त 1995 में तब आरंभ हुई जब विदेश संचार निगम लिमिटेड ने अपनी टेलीफोन लाइन के जरिए दुनिया के अन्य कंप्यूटर से भारतीय कंप्यूटरों को जोड़ दिया। इसी साल भारत की पहली साइट इंडिया वर्ल्ड.कॉम आरंभ हुई।

17 दिसंबर 1997 को जॉर्न बार्गर ने **‘वेबलॉग’** शब्दावलो दी थी। इसका छोटा प्रारूप **‘ब्लॉग’** पीटर मोरहोल्ट ने दिया था। उन्होंने मजाक में ही **वेबलॉग** शब्द को विखंडित कर दिया और **‘वी ब्लॉग’** को अपने ब्लॉग पीटरम.कॉम पर मई 1999 में साइड बैग में डाल दिया। कुछ ही दिन बाद इवान विलियम्स ने प्यारा लैब्स में **‘ब्लॉग’** का संज्ञा और क्रिया (**‘To blog’**, **to edit one’s weblog or to post to one’s weblog’**) और ब्लॉगर शब्द को प्रतिपादित करते हुए उसे **pyra labs blogger product** जिससे बाद में जाकर ब्लॉगर शब्द को प्रसार व प्रचार मिला।

प्रारंभ में कुछ ऑनलाइन जर्नल्स के लॉग प्रकाशित किए गए थे, जिसमें इंटरनेट के भिन्न क्षेत्रों में प्रकाशित समाचार, जानकारी इत्यादि लिंक होते थे, तथा लॉग लिखने वालों की संक्षिप्त टिप्पणियाँ भी उनमें होती थीं। इन्हें ही ब्लॉग कहा जाने लगा। ब्लॉग लिखने वाले, जाहिर है, ब्लॉगर कहलाने लगे। धीमी शुरुआत के बाद ब्लॉगिंग ने तेजी से लोकप्रियता पाई। 1999 के आसपास इसका विस्तार हुआ। फिर बाद में इसकी लोकप्रियता में कई प्रकार के प्रतिद्वंद्वी ब्लॉग आने से इसकी प्रतिस्पर्धा बढ़ी।

आलोक कुमार को हिंदी के पहले ब्लॉगर के रूप में जाना जाता है। उनका **‘नौ दो ग्यारह’** (9, 2,11) हिंदी का पहला ब्लॉग है। उन्होंने **‘चिट्ठा’** नाम का शब्द उछाला और सभी अन्य हिंदी ब्लॉगर ने उसे अपना लिया। फिर बाद में यह हिंदी का एक मानक शब्द भी बन गया। शुरुआत में हिंदी टंकन में फॉन्ट की समस्या होने की वजह से बहुत कम लोग जुड़े। कालांतर में कंप्यूटर से हिंदी क गठजोड़ में कुछ उत्साही लोगों को सफलता मिली। **Google Transliteration** आ जाने के बाद यूनिकोड फॉन्ट ने हिंदी चिट्ठाकारों एवं अन्य भाषाई ब्लॉगरों के लिए न्यू मीडिया का मार्ग खोल दिया।

23 सितंबर 1999 को "नई दुनिया" अखबार द्वारा "वेब दुनिया" के नाम से हिन्दी भाषा में पहला इन्टरनेट पोर्टल शुरू होने के साथ ही हिन्दी समाचारों का वेबकरण हुआ। हिन्दी समाचार पोर्टल के बढ़ते आकर्षण को देखते हुए कुछ अंतर्राष्ट्रीय संगठनों जैसे गूगल, रेडिफ, बी.बी.सी. तथा याहू, जैसे बड़े-बड़े पोर्टलों ने भी हिन्दी समाचार सेवा शुरू की।

आंकड़ों के हिसाब से देखें तो 1998 में सिर्फ 48 समाचार-पत्रों के इंटरनेट संस्करण थे, जबकि रजिस्ट्रार ऑफ न्यूजपेपरर्स फॉर इंडिया के कार्यालय में उस समय पंजीकृत समाचार-पत्रों की संख्या 4719 थी। इन 48 इंटरनेट संस्करणों को अगर हम भाषाई-वर्गीकरण में बांटे तो स्थिति इस प्रकार होगी-अंग्रेजी 19 (338), हिंदी 5 (2,118), मलयालम 5 (209), गुजराती 4 (99), बंगाली 3 (93), कन्नड़ 3 (279), तमिल 3 (341), तेलगु 3 (126), उर्दू 2 (495) तथा मराठी 1 (283) कोष्ठक के अंदर कुल प्रकाशन की संख्या तथा बाहर इंटरनेट संस्करणों की संख्या दी है। यह सर्वेक्षण पुणे विश्वविद्यालय के प्रोफेसर श्री किरण ठाकुर ने प्रस्तुत किया था, जिसमें उन्होंने असमी, मणिपुरी, पंजाबी, उड़िया, संस्कृत, सिंधी तथा शेष भारतीय भाषाओं के आंकड़े शामिल नहीं किए थे।

13 वर्षों के बाद आज 2011 में हिंदी, अंग्रेजी के साथ-साथ भाषाई पोर्टल्स और ब्लॉग्स की संख्या और उनका काम देखकर स्वतः न्यू मीडिया की ताकत का अनुमान लगाया जा सकता है।

समाचार और सूचना की दुनिया के दो वैश्विक वेबसाइट **Huffingtonpost.com** और **wikileaks.com** की ताकत और असर का लोहा आज पूरी दुनिया मानती है। सूचनाओं, खबरों और विचारों की एक विस्तृत परिधि तैयार करते हुए **Huffingtonpost** परंपरागत मीडिया और न्यू मीडिया के बीच एक सेतु बना रहा है। न्यू मीडिया के प्रभाव और जनसंचार की सार्थकता में उसकी भूमिका का उत्कृष्ट उदाहरण के तौर पर **Huffingtonpost** को देखा जाता है। इसके एक पोस्ट पर 46000 पाठकों की प्रतिक्रिया एक विश्व कतिमान है।

वीकीलीक्स संस्थागत दबाव से मुक्त खोजी पत्रकारिता का अनुकरणीय उदाहरण है। 2007 में इराक युद्ध के दौरान विश्व शक्ति अमेरिका के दोहरे चरित्र को जगजाहिर करने से लेकर 2010 में राहुल गांधी से जुड़े व्यक्तिगत खुलासे वीकीलीक्स की स्थानीय और वैश्विक महत्ता को प्रमाणित करते हैं। हालांकि वीकीलीक्स के साथ हैकिंग शब्द जोड़कर साधन की शुचिता पर सवाल उठाए जा सकते हैं लेकिन साध्य का लोकहित से जुड़ाव सारी शंकाएं मिटा देता है।

जिस स्वतंत्रता को पाने में परम्परागत मीडिया को एड़ी-चोटी एक करनी पड़ी है, सूचना क्रांति ने न्यू मीडिया को वह आजादी बड़ी ही आसानी से उपलब्ध करा दी है।

भारतीय पत्रकारिता के आरंभिक दिनों में "अमृत बाजार पत्रिका" बंगाली में प्रकाशित होने वाला एक भाषाई अखबार था। बंगाल के तत्कालीन लेफ्टिनेंट गवर्नर सर एस्ले एडन ने **कंपनी सरकार**

के नफा-नुकसान के गणित को ध्यान में रखते हुए बाबू क्रिस्टो दास के हाथों में "हिन्दू पैट्रियोटिक" का संपादन सौंप दिया । उधर **कंपनी सरकार** की गलत और अमानवीय करतूतों पर **अमृत बाजार पत्रिका** क संपादक महोदय बाबू शिशिर कुमार अपनी बेबाक कलम चला रहे थे ।

एक बात ध्यान देने योग्य है कि वो दौर भारत में पत्रकारिता के उदय का था, अतः उस समय कई मायनों में अखबारों को भरपूर स्वतंत्रता मिल रही थी ,जो आज न्यू मीडिया को मिल रही है । ऐसे में धीरे-धीरे सरकारी तंत्र भी जाग रहा था कि कैसे बेबाक पत्रकारों का मुंह बंद किया जाए ?

अमृत बाजार पत्रिका को अपना भोंपू बनाने के लिए एस्ले साहब ने शिशिर बाबू को बुलाया और कहा , "मैं, आप और क्रिस्टो दास मिलकर बंगाल का शासन चलाएंगे । सरकार के खिलाफ कुछ भी प्रकाशित करने से पहले उस आलेख की प्रति आपको मेरे पास भेजनी होगी । इसके बदले सरकार बहुत बड़ी संख्या में आपका अखबार खरीदेगी ।

आर्थिक तंगी से जूझ रहे शिशिर बाबू क्रिस्टो दास नहीं थे उन्होंने एस्ले से कहा, " **भारतवर्ष में कम से कम एक ईमानदार पत्रकार ता रहना ही चाहिये ।"**

शिशिर बाबू के इस बेबाक उत्तर ने **वर्नाकूलर प्रेस एक्ट** को जन्म दिया । लेकिन समय से आगे सोचने वाले शिशिर बाबू को एक एक्ट बनाकर रोक पाना कठिन था । 1878 में इस एक्ट के लागू होने के पहले ही उन्होंने **वर्नाकूलर प्रेस एक्ट** को टेंगा दिखाते हुये **अमृत बाजार पत्रिका** को अंग्रेजी भाषा में बदल दिया क्योंकि अंग्रेजी समाचार-पत्र इस कानून से बाहर था ।

न्यू मीडिया के इस युग में सूचना किसी साहूकार की मोहताज नहीं है । जनपक्ष पर काम करने वाले लोग किसी भी तरह की सूचना को पब्लिक डोमेन में डाल दे रहे हैं और इसका सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव संसार के एक छोर से दूसरे छोर तक पहुंच रहा है ।

न्यू मीडिया ऐसा माध्यम है, जिसमें सामग्री और प्रस्तुतीकरण के आधार पर कंप्यूटर या डिजिटल तकनीक की भूमिका रहती है । इंटरनेट के विस्तार ने **न्यू मीडिया** में असीमित स्थान पैदा किया है । पाठकों या उपयोक्ताओं से बगैर मिले लम्बे समय तक संबंध बना रहने की अद्भुत विशिष्टता , संवादपूर्णता ,ग्राह्यता और त्वरित प्रतिक्रिया जैसी विशेषताओं ने परम्परागत मीडिया के व्याकरण को ही बदल कर रख दिया है ।

वेब की दुनिया में सारे समीकरण उल्टे पड़ गये हैं , आज पाठक और संपादक में फर्क धागे से भी कम रह गया है ।

अब तक टीआरपी (**television rating point**) की दौड़ में शामिल मीडिया का सामना अब सबसे तेज माध्यम के बीआरपी (**blog rating point**) से होने वाला है । न्यू मीडिया की विविधता ने प्रिंट

और इलेक्ट्रॉनिक दोनों पुराने माध्यमों के सामने बड़ी चुनौती रख दी है और वा चुनौती है सबसे तेज होने की । अमेरिकन ऑडिट ब्यूरो के मुताबिक पिछले वर्षों में जहाँ न्यूयॉर्क टाइम्स, वॉशिंगटन पोस्ट, और न्यूज डे जैसे अखबारों के प्रसार में सालाना 5 प्रतिशत की गिरावट आई है वहीं इनके वेब संस्करणों के पाठकों और दर्शकों की संख्या में इससे अधिक का इजाफा हुआ है ।

इंटरनेट पर फैले इस सूचना तंत्र को वैकल्पिक मीडिया यानी पाठकों के लिए मुख्यधारा की मीडिया का विकल्प मानने वालों की संख्या भी तेजी से बढ़ रही है । न्यू मीडिया किसी भी सूचना को देश-काल की सीमाओं से स्वतंत्र कर देता है । ऊपर **न्यू मीडिया की विविधता** से तात्पर्य ये था कि कई तरह के मीडिया माध्यमों को एक साथ , एक मंच पर लाकर, उसको पहले से अधिक ताकतवर बनाकर हमारे सामने पेश करता है । टेक्स्ट, ऑडियो, विडिओ सारी चीजों एक ही वेब पन्ने पर ।

ई –मेल , सोशल नेटवर्किंग साइट्स जैसे फेसबुक ,ऑरकुट और ट्विटर , व्यक्तिगत चैट , पोडकास्टिंग, वीडकास्टिंग, ई-मार्केटिंग, ई-लर्निंग आदि-इत्यादि के रूप में विस्तारित इस **न्यू मीडिया** में सूचना पाने और देने के लिए लोगों को यथेष्ट अवसर एवं स्वतंत्रता प्रदान की है। इस अवसर एवं स्वतंत्रता का उपयोग किस रूप में और कितनी सार्थकता एवं व्यापक धरातल पर हो रहा है यह प्रश्न हमारे सामने खड़ा है। न्यू मीडिया ने सामाजिक, सांस्कृतिक, भौगोलिक एवं राजनीतिक विमर्शों और स्वरूपों को प्रभावित करना शुरू किया है। इसके प्रभाव की प्रकृति को जानना एवं समझना उसे उद्देश्यपूर्ण बनाना किसी भी लोकतांत्रिक समाज के लिए आवश्यक ही नहीं अनिवार्य है। इसलिए न्यू मीडिया चुनौतियों एवं संभावनाओं के साथ वर्तमान सभ्यता के सामने प्रभावी रूप से दस्तक दे रहा है।



ब्रेन स्टॉर्मिंग सेशन – I

वर्तमान सन्दर्भ में न्यू मीडिया

तिथि : 3 जनवरी, 2011

समय: दोपहर 3 बजे से शाम 6 बजे तक

आयोजन स्थल: आईपीएफ सेमिनार हॉल,
डी-51, हौज खास, नई दिल्ली- 110016

आयोजक: भारत नीति प्रतिष्ठान

ब्रेन स्टॉर्मिंग सेशन में भाग लेने वाले सहभागियों की सूची

- श्री राम बहादुर राय (वरिष्ठ पत्रकार और चिन्तक)
- श्री मिलिंद ओक (न्यू मीडिया विशेषज्ञ)
- श्री ज्ञानेन्द्र पाण्डेय (संपादक, लोकसभा टीवी)
- श्री उदय सिन्हा (प्रबंध संपादक, चैनल वन)
- श्री ओंकारेश्वर पाण्डेय (कार्यकारी संपादक, सन्डे इन्डियन)
- प्रो. ए. के. सिंह (नेशनल लॉ यूनिवर्सिटी, नई दिल्ली)
- प्रो. प्रेरणा सिन्हा (दिल्ली विश्वविद्यालय)
- श्री गोपाल अग्रवाल (आर्थिक चिन्तक)
- श्री मनमोहन शर्मा (वरिष्ठ पत्रकार एवं लेखक)
- श्री डी एन श्रीवास्तव (प्रसिद्ध आर टी आई एक्टिविस्ट)
- श्री आशुतोष (स्वतंत्र पत्रकार एवं लेखक)
- श्री उमेश चतुर्वेदी (वरिष्ठ पत्रकार)
- श्री प्रियदर्शी दत्ता (लेखक एवं राजनीतिक विश्लेषक)
- श्री संजय तिवारी (संपादक, विस्फोट.कॉम)
- श्री हितेंद्र गुप्ता (संपादक, हेलो मिथिला)

श्री नीरज भूषण (संपादक, भारत बोलेगा.कॉम)
श्री अमिताभ भूषण (संपादक, दिव्यउर्जा.कॉम)
श्री भावेश नंदन झा (फिल्मकार)
श्री दीनबंधु सिंह (पत्रकार)
श्री जयराम विप्लव (संपादक, जनोक्ति.कॉम)
श्री कनिष्क कश्यप (संपादक ब्लॉगप्रहरी)
श्री विशाल तिवारी (सह संपादक, न्यूज टॉक पत्रिका)
श्री अवनीश सिंह (पत्रकार)
श्री विनय कुमार झा (पत्रकार)
श्री सुन्दरम आनंद (छात्र, एम.सी.आर.सी., जामिया)
श्री आशीष मिश्रा (लेखक, जनोक्ति.कॉम)
कनुप्रिया (संपादक, स्त्री विमर्श.कॉम)
दीपाली पाण्डेय (समाचार संपादक, जनोक्ति.कॉम)
श्री मृगांक विभु (रिपोर्टर, न्यूज 24)
श्री मनीष प्रकाश, (छात्र, एम.सी.आर.सी., जामिया)
श्री आशीष मिश्रा, (छात्र, आई.आई.एम.सी.)
श्री अभिषेक रंजन (छात्र, सी.एल.सी., डीयू)
श्री दीपक यादव, (युवा रंगकर्मी)
श्री विपुल त्यागी, छात्र, (रिपोर्टर, वी.ओ.पी. चैनल)
श्री वेद प्रकाश (सामाजिक कार्यकर्ता)
श्री अनुज अग्रवाल, (संपादक, डायलॉग इंडिया)
श्री नवनीत (पत्रकार, एचबीसी न्यूज चैनल)
श्री अवधेश मिश्रा (पत्रकार, ई टीवी)
श्री अभिनव अभि
श्री रौशन कुमार
मोहम्मद जुनैद खान
श्री अशोक
श्री गृजेश कुमार
श्री वागिश दत्ता
मो. आशिक हुसैन
श्री मृगांक मोहन

श्री किशोर (सामाजिक कार्यकर्ता)
श्री संदीप कुमार आचार्य
सैयद असदर अली (पत्रकार, सहारा समूह)
डॉ. सुषमा वाहेंगबम (फेलो, भा.नी.प्र.)
श्री विनोद शुक्ला (विशेष संवाददाता, सहारा टाइम)
प्रो. अनील ठाकुर (दिल्ली विश्वविद्यालय)
श्री श्रीरंग कुलकर्णी (राष्ट्रीय मंत्री, अभाविप)
प्रो. राजवीर शर्मा (दिल्ली विश्वविद्यालय)
प्रो. राकेश सिन्हा (मानद निदेशक, भा.नी.प्र.)

न्यू मीडिया एक नया मध्य वर्ग पैदा कर रहा है*

रामबहादुर राय

- न्यू मीडिया ने अपनी एक नई दुनिया बनाई है।
- सच कहो, सीधे कहो और सही वातावरण में कहो।
- न्यू मीडिया ने पत्रकारिता का लोकतांत्रिकरण किया है।
- जो लोग इस भ्रम में हैं कि न्यू मीडिया दुनिया में गरीबों को ताकत देगा या गरीबों की आवाज को उठाएगा, वे किसी मुगलते में ना रहें। न्यू मीडिया एक नया मध्य वर्ग पैदा कर रहा है।
- कथ्य क्या है यह महत्वपूर्ण हो गया है, कहने वाला नहीं।

प्रथम विश्व युद्ध में लोग ताजा खबरों के लिए रेडियो पर कान लगाया करते थे, पांचवें दशक में रेडियो की जगह टेलीविजन ने ले ली जो अगले पचास सालों तक कायम रहा। 1997 में प्रिंसेस डाईना की दुर्घटना की जानकारी सर्वप्रथम इंटरनेट पर लोगों को प्राप्त हुई। यूरोप, अमेरिका आदि में धीरे-धीरे लोगों ने इंटरनेट को सूचना प्राप्ति के लिए इस्तेमाल करना शुरू कर दिया, बावजूद इसके टीवी और रेडियो आज भी हैं, हाँ अखबारों पर संकट जरूर मंडरा रहा है।

मीडिया दो हिस्सों में बँटा है एक परम्परागत मीडिया और दूसरा न्यू मीडिया, जिसकी चर्चा हम कर रहे हैं। यह जो न्यू मीडिया है इसने खबरों की प्रकृति चरित्र और पूरी तरह से बदल दिया है। न्यू मीडिया एक वर्च्युअल इन्फोर्मेशन सोसाइटी को पैदा कर रहा है। खबर की प्रकृति और स्वरूप बदलती रही है। खबर से जुड़ी होती है साख, वस्तुनिष्ठता, वास्तविकता, ऐतिहासिक और सांस्कृतिक परम्परा। यह जो खबर है, चाहे वह न्यू मीडिया की हो या पुरानी मीडिया की, यह उन्नीसवीं सदी की देन है। इसके पहले विचार ही खबर होता था और संपादक या लेखक जो विचार देता था उसे ही लेकर समाज आगे बढ़ता था।

* सत्र में प्रस्ताविक भाषण

पत्रकारिता में बहुत बड़ी बात कही जाती है वस्तुनिष्ठ या विषयनिष्ठ, उसका एक पहलू निष्पक्षता है। मेरा यह मानना है कि यह जो विषयनिष्ठता है, यह मध्यवर्गीय चेतना की उपज है और उसका हिस्सा है। जिसे समाजशास्त्र ने बनाया है और विज्ञान ने संवारा है। सच, निष्पक्ष और विषयनिष्ठ ये तीन ही तत्व हैं किसी समाचार के। पश्चिम में जब लोकतंत्र को लेकर गर्व की बात की जाती है तब आप एक सवाल पूछ सकते हैं कि पश्चिम में इन तीनों चीजों को सौ से अधिक वर्षों तक दबाया गया है कि नहीं?

पत्रकारिता के जो तीन तत्व ह सच्चाई, निष्पक्षता और विषयनिष्ठता इसी धारणा को लेकर एक पत्रकार नैतिक और बौद्धिक रूप से खड़ा होता है।

न्यू मीडिया यानी बदलती पत्रकारिता ने पत्रकार, समाचार, न्यूजमेकर, पत्रकारिता के व्यवसाय और संस्थान को बदलना शुरू कर दिया। न्यू मीडिया ने अपनी एक नई दुनिया बनाई है और ये दुनिया सीमारहित है। इसकी सबसे बड़ी खासियत है कि इसका आकाश खुला हुआ है, लेकिन इसका एक दूसरा पक्ष है, यह निजी पत्रकारिता का दौर है। हम जिस प्रकार की पत्रकारिता से अब तक परिचित हैं वह सभी संस्थागत पत्रकारिता के उदाहरण हैं। न्यू मीडिया के आने तक पत्रकारों की हैसियत इससे तय होती थी या कहें तो आज तक होती है कि आप किस संस्थान से जुड़े हुए हैं।

यह जो न्यू मीडिया है उसने एक अच्छा काम किया है कि संस्थानों की सीढियाँ, कॉर्पोरेट घरानों की सीढियों को तोड़ा है और यह पत्रकारिता का लोकतांत्रिकरण है। इस लोकतांत्रिकरण में आडवाणी, अमिताभ बच्चन, जैसे लोग जब ब्लॉग लिखने लगे हैं तो इस न्यू मीडिया में कुछ ना कुछ तो आकर्षण है।

न्यू मीडिया के बढ़ते प्रभुत्व का अंदाजा इस बात से लगाया जा सकता है कि आज देश के नामी-गिरामी अखबार इसे सूचना स्रोत के तौर पर उपयोग कर रहे हैं। न्यूज मेकर इस तरह से न्यूजमैन हो गया है। प्रमोद महाजन ने जब 1998 के चुनाव में पार्टी प्रचार के लिए इंटरनेट का प्रयोग किया तो लोग उपहास कर रहे थे। 2004 के राष्ट्रपति चुनाव में बुश ने यह कहकर मजाक उड़ाया था कि इंटरनेट पर मेरे बारों में अफवाह उड़ाई जा रही है। तब अमेरिका के लोगों ने पहली बार चुनाव में इंटरनेट के महत्व पर ध्यान दिया। लेकिन अब वक्त बदल गया है, बराक ओबामा ने अपने चुनाव में फेसबुक और ट्विटर के माध्यम से ढाई करोड़ लोगों से जुड़कर जीत हासिल की। अब वही अमेरिका विकिलीक्स के खुलासों से घबरा रहा है। उसकी साख, धाक और सेहत बिगड़ गयी है। इसकी ताकत सचमुच उस जनता में है जो इसे देखती और इस्तेमाल करती है। न्यू मीडिया का उपयोग कौन कर सकता है? जो लोग इस भ्रम में हैं कि न्यू मीडिया दुनिया में गरीबों को ताकत देगा या गरीबों की आवाज को उठाएगा, वे किसी मुगालते में ना रहें। न्यू मीडिया एक नया मध्य वर्ग पैदा कर रहा है।

विश्व बैंक के अनुमान के मुताबिक सन 2000 में दुनिया में 45 करोड़ मध्य वर्ग के लोग थे। आजादी की लड़ाई में और दुनिया के तमाम मुल्कों में मध्य वर्ग किसी भी देश की संस्कृति का, राजनीति का, सामाजिक संरचना का सबसे बड़ा वाहक होता था, लेकिन आज जो मध्य वर्ग है उसकी एक ही निशानी है कि आपकी जेब में आपके घर खर्च, घूमने-फिरने के खर्च से अधिक इतना पैसा हो जाए कि वो शान-सौकत और गैर जरूरी चीजों पर खर्च हो सके तो आप मध्य वर्ग में दाखिल हो सकते हैं।

विश्व बैंक की कसौटी यही है और इसीलिए उसके जीवन का जो मूल्य बनता है, जो प्राथमिकता बनती है, उसमें गरीबों के प्रति, कुचले हुए लोगों के प्रति, हासिये के लोगों के प्रति कोई सहानुभूति नहीं होती है। और इसीलिए ये न्यू मीडिया एक नया मिडिल क्लास पैदा कर रहा है।

इस मीडिया ने एक और महत्वपूर्ण बदलाव किया है। न्यू मीडिया में क्या कहा जा रहा है वह ज्यादा मायने रखता है बजाय इसके के कौन कह रहा है? कथ्य क्या है यह महत्वपूर्ण हो गया है कहने वाला नहीं लेकिन इससे क्या मान लेना चाहिए कि नागरिक पत्रकारिता का दौर शुरू हो गया है, क्या ये वैकल्पिक मीडिया है? क्या इससे पत्रकारिता में आंतरिक लोकतंत्र आ जायेगा? पश्चिम में इस न्यू मीडिया की ताकत तकनीकी विस्तार की वजह से है। भारत में भी इसकी ताकत बढ़ रही है। करीब दस करोड़ लोग यहाँ इसका इस्तेमाल कर रहे हैं। आसतन हर दो महीने में यह संख्या ढाई लाख बढ़ रही है। 44 प्रतिशत लोग समाचार साईट पर भी जाते हैं।

मीडिया और इंटरनेट की दुनिया में भी पूंजी का खेल शुरू हो गया है। सन टीवीए नेटवर्क का 21 हजार करोड़, जी नेटवर्क का 15 हजार करोड़, डिश टीवी का 8 हजार करोड़, दैनिक भास्कर का 5 हजार करोड़, दैनिक जागरण 4 हजार करोड़ रुपये, एच टी मीडिया 3500 करोड़ रुपये, डेक्कन क्रॉनिकल 2500 करोड़ रुपये, यू टीवी 2100 करोड़ रुपये। यानी न्यू मीडिया में पूंजी का खेल है और उतना ही है जितना परम्परागत मीडिया में पूंजी का खेल है। फिर भी न्यू मीडिया का मूल्य हो कि सच कहो, सीधे कहो और सही वातावरण में कहो।

आज किसी के पास जानकारी है तो इसे छिपाना अब असंभव हो गया है और न्यू मीडिया ने यह कर दिखाया है। और इसका सबसे बड़ा उदाहरण है राडिया टेप का बाहर आना। राडिया टेप आउटलुक के दफ्तर से गुजरकर मेरे पास आई थी और तब प्रथम प्रवक्ता ने राडिया टेप से जुड़े भ्रष्टाचार को प्रकाशित किया था, लेकिन तब विनोद मेहता (आउटलुक) नीरा राडिया पर स्टोरी करने से साफ बच निकले थे। प्रथम प्रवक्ता में प्रकाशित होने के छह माह बाद अंग्रेजी की पत्रिका 'Open' ने उस स्टोरी को प्रकाशित किया तब बाजार में बने रहने के लिए आउटलुक ने उसे नए दृष्टिकोण से प्रकाशित कर अपनी साख बचाने की कोशिश की थी।

टाटा के सुप्रीम कोर्ट जाने की अग्रिम सूचना एक मीडिया कंपनी ने सुबह तीन बजे ही इंटरनेट पर डाल दिया कि टाटा सुबह 11 बजे सुप्रीम कोर्ट जा रहे हैं। न्यू मीडिया की अच्छी बात यह है कि जिसने देखा उसने उसी साईट पर प्रतिक्रिया दी कि आखिर यह सूचना उन्हें कहाँ से मिली।

न्यू मीडिया ने परम्परागत मीडिया में खत्म होती संपादक संस्था को जीवित किया है। इसका हर पाठक हर लेखक संपादक है। न्यू मीडिया में मुनाफे की सबसे अच्छी सुविधा दक्षिण कोरिया में है। सफल मुनाफे वाली कुछ बड़ी संस्थाओं में oyemynews.com, paypal.com, huffingtonpost.com है। अमेरिका में इंटरनेट से विज्ञापन की आमदनी प्रिंट से अब ज्यादा हो गई है। भारत में मीडिया विज्ञापन का कारोबार 22 हजार करोड़ से बढ़कर 25 हजार करोड़ इस वर्ष के अंत तक होने वाला है। कुल 2500 करोड़ के विज्ञापन में मात्र 600 करोड़ इंटरनेट के हिस्से में आता है और उसमें भी सारा पैसा इण्डिया टाइम्स , सीएनएन जैसे बड़े घरानों के पास ही जा रहा है।

न्यू मीडिया बोल बहत रहा है ,कह कुछ नहीं रहा है। पत्रकारों की घटती लोकप्रियता को लेकर एक सर्वे के मुताबिक जहाँ पहले 10 में से 7 लोग पत्रकारों को पसंद करते थे वहीं अब ये संख्या उलटी हो गयी है।

इंडियन एक्सप्रेस के संपादक शेखर गुप्ता को उद्धृत करते हुए कहा कि "पहले लोग गलतियाँ करके बच निकलते थे लेकिन अब गलतियाँ करने पर अब हमें हजारों बार शर्मिंदा होना पड़ता है।" लेकिन क्या न्यू मीडिया ऐसे बागियों को पैदा कर रही है जिसे व्यापक जनसमर्थन प्राप्त है?



हस्तक्षेप

ज्ञानेंद्र पाण्डेय ने न्यू मीडिया को हौवा नहीं बनाने पर जोर देते हुए कहा कि जब भी कोई नई चीज आती है तो वह अपना एक नया विस्तार और एक नई तकनीक लेकर आती है। इसके साथ-साथ समस्याएँ और चुनौतियाँ भी उभरती हैं। न्यू मीडिया के साथ निरंकुशता की समस्या पैदा हुई है। संस्थागत पत्रकारिता लालाओं की दुकान बन कर रह गयी है। जब संस्थागत मीडिया में ऐसा बिखराव आया है तो आन वाले दिनों में न्यू मीडिया की निरंकुशता को कैसे रोका जाएगा यह एक बड़ा सवाल है। राय साहब ने जिस नए मध्य वर्ग की बात कही वह किन मूल्यों को लेकर आगे बढ़ेगा इस पर विचार करना चाहिए।

ओंकारेश्वर पाण्डेय ने आत्म नियंत्रण की भारतीय पद्धति से न्यू मीडिया के संचालन पर बल देते हुए कहा कि राय साहब ने इतना कुछ कह दिया है कि मेरे पास कहने के लिए कुछ नहीं है। फिर भी इतना कहूँगा कि न्यू मीडिया को आत्म संयम के साथ आगे बढ़ते रहना चाहिए। राष्ट्रीय दृष्टि से विषय आधारित लेखन हो। राय साहब ने बिलकुल सही कहा न्यू मीडिया बोल बहुत रहा है कह कुछ नहीं रहा। दरअसल इतना ज्यादा बोल रहा है कि उससे भी दिक्कत है। कई ऐसी साइट्स भी हैं जिनकी अमर्यादित और गैर-पत्रकारीय कर्म का फल सरकारी रेगुलेशन के रूप में पूरी न्यू मीडिया को भुगतना पड़ सकता है। बावजूद इसके न्यू मीडिया लोकतंत्र को मजबूत करेगा।

संजय तिवारी ने न्यू मीडिया के वर्तमान परिदृश्य पर गहरी चिंता जाहिर करते हुए इसके भारतीयकरण पर जोर दिया। उन्होंने कहा कि परिस्थितियाँ उतनी अनुकूल नहीं हैं। न्यू मीडिया मजितना हम बाहर से समझ रहे हैं। वैश्विक स्तर पर न्यू मीडिया के चार स्तम्भ हैं गूगल, फेसबुक, विकिपीडिया और विकिलीक्स, इन्हीं चार तरह के प्रयोगों के आलोक में भारत में भी प्रयोग होंगे या उनकी संभावना तलाशी जाएगी। तकनीक की सुलभता ने कुछ रुपयों और थोड़े से समय में कोई भी न्यू मीडिया से जुड़ सकता है। न्यू मीडिया में काम कर रहे उत्साही लोगों को पश्चिम पाल-पोस रहा है उदाहरण के लिए विकिलीक्स आर विकिपीडिया को देख सकते हैं, लेकिन भारत में ऐसा नहीं हो रहा है। भारत की तरफ से न्यू मीडिया का कोई वैश्विक प्रारूप विकसित नहीं हो पा रहा है, यह एक चिंता का विषय है साथ ही न्यू मीडिया के नये क्षेत्रों के वित्तीय पोषण की चिंता भी हमें करनी होगी। खबरों का लोकतंत्रीकरण हो गया है जो और आगे बढ़ेगा।

अमिताभ भूषण ने न्यू मीडिया के नकारात्मक पक्षों की ओर ध्यान आकृष्ट कराते हुए और असंसदीय भाषा के बढ़ते प्रचलन पर गहरी चिंता प्रकट की और कहा कि गाँधी की पत्रकारिता की बहुत जरूरत है। अंकुश बहुत आवश्यक है, आत्म अंकुश हो तो बहुत अच्छा होगा। वित्तीय पोषण के अभाव में न्यू मीडिया के छत्रप यदि दलाली पर उतर जाएँ तो ऐसी पत्रकारिता बंद कर देनी चाहिए। अक्सर चर्चा

होती है कि पूंजी के निवेश से यहाँ भी संकट उत्पन्न हो जायेगा लेकिन बगैर पूंजी निवेश के भी न्यू मीडिया म लोग आक्षेप नहीं लगा रहे हैं, जिस बात के लिए हम मुख्यधारा की मीडिया को कोसते हैं वहीं काम यहाँ ना हो। न्यू मीडिया को एक महावत की जरूरत है अगर न्यू मीडिया को नये आयाम देना चाहते हैं तो अपने लिए आर्थिक मॉडल बनाये ताकि 'न्यू मीडिया ' में अपने प्रयास को सह उत्पाद की जगह मुख्य उत्पाद बना सकें। साथ ही ब्लैकमेलिंग की प्रवृत्ति और असंसदोय भाषा का प्रयोग बंद किया जाए।

हितेन्द्र गुप्ता ने अपने अनुभवा को बांटते हुए कहा कि नेट और कंप्यूटर आज लोगों की खास जरूरत बन गई है। किसी भी तरह की खबर के लिए डाक, अखबार, रेडियो, टीवी न्यूज का इंतजार नहीं करते। बस एक माउस क्लिक करते ही आप देश-दुनिया से जुड़ जाते हैं।

एक और विशेषता है कि जहां रेडियो, टीवी और अखबार के लिए काफी लोगों की जरूरत होती है। इस मीडिया को दो-चार लोग भी आसानी से चला सकते हैं। न्यू-मीडिया में अब स्थानीय खबरें ज्यादा पढ़ने को मिल जाती हैं। जबकि प्रिंट में स्थानीय संस्करण होने से दरभंगा, मुजफ्फरपुर, पूर्णिया, आगरा, रायपुर जैसे शहरों की खबरें राष्ट्रीय संस्करण और दूसरे जगहों पर पढ़ने के लिए नहीं मिलती। मगर वेबसाइट के साथ ऐसा नहीं है। कही भी रहते हुए भी आप अपने गांव-शहर की खबरें वेबसाइट पर पढ़ सकते हैं।

न्यू-मीडिया को अभी काफी सफर तय करना है। इसके सामने अभी ढेर सारी चुनौतियां हैं। आसानी से पहुंच में होने के बावजूद देश की बहुसंख्यक आबादी इसकी पहुंच से दूर है। बिजली की समस्या और कंप्यूटर के प्रति अज्ञानता इसका प्रमुख कारण है।

विदेशी वेबसाइट की तुलना में भारतीय वेबसाइट अपडेट नहीं रहते। न्यूज साइट वाले सभी में एक ही तरह की खबरें मिलती हैं पीटीआई, यूएनआई, आईएनएस भी प्रिंट से पहले कोई खास एक्सक्लूसिव स्टोरी नेट पर नहीं डालते।

भारतीय साइट इस मामले में अपनी कोई पहचान नहीं बना पाई है। पत्रकारिता के बुनियादी सिद्धांत डब्ल्यू-एच को ध्यान में रखकर चलना होगा, न कि भेड़चाल का हिस्सा बनकर।

विदेशों की तरह भारत में खास विषयों पर साइटों की कमी हैं। भारतीय भाषाओं में ऑटो... गजेट... फैशन... क्राइम... लिविंग-रिलेशनशिप... पेरेंटिंग... आर्ट ऑफ लिविंग... एडल्ट एजुकेशन... कृषि... टूर-ट्रैवल... निवेश... रिसर्च... गहरी... विश्लेषणात्मक जानकारी वाली साइटें नहीं के बराबर हैं। हिन्दी के साइटों में फॉन्ट की भी परेशानी है। सभी को यूनिकोड के साथ चलना होगा।

विनोद शुक्ला ने नियामक संस्था के गठन का सुझाव देते हुए कहा कि इंटरनेट आधारित पत्रकारिता मीडिया का नया स्वरूप है और लोग इसे स्वीकार रहे हैं। लेकिन यहाँ पीत पत्रकारिता का खतरा

उत्पन्न होने का भय है इसीलिए यहाँ किसी नियामक संस्था का आना अत्यंत आवश्यक है। फिर भी संस्थागत तानाशाही से न्यू मीडिया की इस निरंकुशता से कई अच्छी बातें निकाल कर सामने आती हैं।

नीरज भूषण न इसे मीडिया का ही एक स्वरूप मानते हुए न्यू मीडिया के लोकतांत्रिकरण की पक्षों की ओर ध्यान दिलाते हुए कहा कि मैं इसे न्यू मीडिया नहीं मानता हूँ। यही मीडिया है। परंपरागत मीडिया पर जिन लोगों का नियंत्रण है वे सभी समाचारों का उपयोग अपने हित में करते हैं। पी.टी. आई जैसे संस्थान में जब मेरी आवाज दबाई गई तब मैंने इंटरनेट पर लिखा था जो व्यापक दायरे में लोगों तक पहुंचा और इसका कितना प्रभाव पड़ा कि मुझे एक अतिसाधारण कर्मचारी ने कहा यहां के बोर्ड पर सूचना लगाते तो 300 लोग पढ़ते इसे 3000 हजार लोगों ने पढ़ा। इसका प्रभाव दिनों दिन बढ़ता जाएगा और विश्वसनीय संप्रेषण का माध्यम बन जाएगा।

दीनबन्धु सिंह ने न्यू मीडिया को दुर्भावना से प्रेरित होकर निजी आक्षेप और आलोचना से बचने की सलाह दी। उन्होंने कहा कि समय की मांग होती है और उसके अनुसार शब्दावली विकसित होती है। न्यू मीडिया या वेब मीडिया, मीडिया का ही नया स्वरूप है लेकिन यह बाद में आया है तो नया कहने में कोई परहेज नहीं होना चाहिए। इसे स्वीकार करें, इसे अपनाएं। रही बात आजादी की तो उसका क्या मापदंड हो? व्यक्तिगत दुर्भावना से ग्रसित होकर काम करना आजादी के दायरे में नहीं आता है यह आजादी का दुरुपयोग है।

विनय झा ने न्यू मीडिया के भविष्य को रेखांकित करते हुए कहा कि न्यू मीडिया भविष्य में मुख्य मीडिया होगा। मुख्यधारा की मीडिया वर्तमान परिदृश्य में प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक कहीं पर भी पत्रकारिता के मूल्यों का कोई वजूद नहीं रह गया है और मुख्यधारा का काम आज यही न्यू मीडिया कर रहा है इसीलिए ये भी सही कहा जाता है कि यही मीडिया है।

मिलिंद ओक ने सत्र का समापन करते हुए पूरे कार्यक्रम का सारांश प्रस्तुत किया। उन्होंने कहा कि न्यू मीडिया पर अंकुश कैसा हो, इस पर सोचने के लिए हमें बाहर जाने की जरूरत नहीं है एक भारत का ही दार्शनिक तत्व जो रहा है कि बगैर किसी केन्द्रीय नियंत्रण के लोग आत्म-नियंत्रण में जीते हैं। मुझे लगता है कि न्यू मीडिया का भी सबसे अच्छा माध्यम कहीं विकसित होगा तो वह भारत में ही होगा इस माध्यम ने आम आदमी को एक ताकत दी है। सोशल नेटवर्किंग यानी एक साथ हजारों-करोड़ों लोगों से जुड़ने की ताकत ने समाज प्रबोधन और आन्दोलनों को एक नई दिशा दी है।



ब्रेन स्टॉर्मिंग सेशन—II

न्यू मीडिया: समस्याएं और चुनौतियाँ

तिथि : 15 जनवरी, 2011

समय: दोपहर 3 बजे से 6 बजे शाम तक

आयोजन स्थल: आईपीएफ सेमिनार हॉल ,
डी-51 , हौज खास , नई दिल्ली- 110016

आयोजक: भारत नीति प्रतिष्ठान

परिचर्चा में भाग लेने वाले सहभागियों की सूची

- प्रो राजवीर शर्मा (एसोसिएट प्रोफेसर)
- श्री सतीश पेडणेकर (वरिष्ठ पत्रकार, जनसत्ता)
- श्री उदय सिन्हा (पबंध संपादक, चैनल वन)
- श्री मिलिंद ओक (न्यू मीडिया विशेषज्ञ)
- श्री मनमोहन शर्मा (वरिष्ठ पत्रकार एवं लेखक)
- श्री गोपाल अग्रवाल (आर्थिक चिंतक)
- श्री उमेश चतुर्वेदी (वरिष्ठ पत्रकार)
- श्री भावेश नंदन झा (फिल्मकार)
- श्री अमिताभ भूषण (संपादक, दिव्यउर्जा .कॉम)
- श्री दीनबंधु सिंह (पत्रकार)
- श्री जयराम विप्लव (संपादक, जनोक्ति.कॉम)
- श्री कनिष्क कश्यप (संपादक, ब्लॉगप्रहरी)
- श्री विशाल तिवारी (सह संपादक, न्यूज टॉक पत्रिका)

श्री केशव कुमार (पत्रकार)
श्री मनिन्द्र तिवारी (सी.ए.)
श्री रविकांत शर्मा (छात्र, आईआईएमसी)
श्री कपिल (फिल्म निर्देशक),
प्रतिभा कशवाहा (उप-संपादक, पाखी)
श्री विनोद शुक्ला (विशेष संवाददाता, सहारा टाइम)
श्री अवधेश मिश्रा (पत्रकार, ई टीवी)
डॉ. सुषमा वाहेंगबम (फेलो, भा.नी.प्र.)
प्रो. राकेश सिन्हा (मानद निदेशक, भा.नी.प्र.)

न्यू मीडिया की स्वतंत्रता और सार्वजनिक हित*

उदय सिन्हा

न्यू मीडिया की दुनिया में सामग्री का **processed** स्वरूप नहीं है। यहाँ पर आत्म-नियंत्रण की बात आती है। मीडिया का पहला स्वरूप था चिट्ठी, जिसमें सूचनाएं भी होती थी और विचार भी होते थे। चिट्ठी का उदाहरण है, देश के पहले प्रधामंत्री ने इतिहास की किताब रची अपनी बेटी को चिट्ठी लिखकर। प्रोसेस्ड वो भी नहीं था, चूंकि वह **one to one communication** था इसीलिए वहां समस्या नहीं थी। मीडिया के इस नये स्वरूप में हम एक साथ अनंत लोगों से संवाद स्थापित करते हैं, इसीलिए आत्म-नियंत्रण की बात और अधिक प्रभावी हो जाती है।

चितन का विषय यह है कि न्यू मीडिया क्या दे रहा है? ब्लॉग्स भाषा और विचार तो दे रहे हैं लेकिन कोई अतिरिक्त नई सूचना नहीं दे पा रहे हैं।

सारे ब्लॉग्स की उपज है अपने लिए स्वतंत्रता तलाश करने से। हम कहीं ना कहीं स्वतंत्र होना चाहते हैं जो हम कहना चाहते हैं वह कह नहीं पाते, हमें अपनी बात कहनी है और उसे जन अदालत में रखना चाहते हैं, और यहीं से ब्लॉग्स शुरू होते हैं। यानी कहीं ना कहीं हमारी इच्छा है एक **Ventilation Point** चाहते हैं। **Ventilation Point** जरूरी है और ब्लॉग्स की शुरुआत इस **Ventilation Point** को ढूंढने के क्रम में हुई है। यानी ब्लॉग्स सूचना कम, हमारी बात, अपनी बात ज्यादा कहता है।

आगे बढ़कर कहें तो अर्थहीनता (**Sense of meaninglessness**) से अपने अस्तित्व तलाशने की यात्रा से आरम्भ होती है। आध्यात्मिक अर्थों में देखें तो स्वयं के अंतःकरण की ओर जो यात्रा है वह ब्लॉग है आर बाहर की जो यात्रा है वह अखबार है, टेलीविजन है।

यहीं से व्यक्तिवादी सोच भी शुरू होती है। पूरे व्यक्तिवादी सोच की शुरुआत आजादी की अवधारणा से होती है। इसी आजादी का नतीजा है कि मेरा मानना, मेरी सोच, ये हमारे लिए महत्वपूर्ण बन गया और ब्लॉग्स की शुरुआत हुई।

एक अन्तर्निहित बात है और वह है जिम्मेदारी की। मेरा मानना तो है, लेकिन इस क्रम में मेरी जिम्मेदारी क्या बनती है? यानी हम किस व्याकरण का अनुकरण कर रहे हैं? यह एक ऐसा संकट है

* उदय सिन्हा का प्रस्ताविक भाषण

कि स्वतंत्रता के साथ जिम्मेदारी का निर्वहन कैसे हो? **Free content** है, लेकिन सामग्री वह है जो हम चुन रहे हैं, जो दे रहे हैं, सामग्री वह नहीं है जो है।

इम्प्रेशन पर ब्लॉगर आगे बढ़ते हैं और इस पर मुक्त प्रतिक्रिया आमंत्रित की जाती है। जहाँ हम स्वतंत्रता की बात करते हैं लेकिन यह देखना होगा कि निजता का अधिकार सार्वजनिक हितों का हनन तो नहीं कर रहा है। जैसे, सार्वजनिक हित को लेकर राडिया टेप बाहर आना चाहिए तो, इसीलिए सार्वजनिक हित और निजता का अधिकार को लेकर इस न्यू मीडिया को सोचना होगा और अपने लिए एक अंकुश की तलाश करनी होगी।

पिछल सत्र में एक बात सामने आई थी न्यू मीडिया में हम खुद ही संपादक हैं लेकिन इस ओर यह भी सनिश्चित करना होगा कि आत्म-नियंत्रण कैसे हो? निजता और सार्वजनिक हित भी हमारे व्यक्तिगत मान्यताओं पर निर्भर करता है कि हम निजता किसे समझते हैं और सार्वजनिक हित क्या है?

जाने माने दार्शनिक कांत ने कहा है मैं जो चुनता हूँ वह खुद के लिए और आप जो चुनते हैं वह अपने लिए, तो यह **Disconnect** है जो ब्लॉगिंग में चल रहा है उसका दूर करने का प्रयास होना चाहिए।

नैतिकता और मूल्यों की बात ना करें तो भी इस **Disconnect** की बात अत्यंत जरूरी है संप्रेषक और प्रापक के बीच **Disconnect** नहीं होना चाहिए। अब इसमें है कि आप कौन सा मॉडल चुनते हैं? मैं और मेरे लिए का मॉडल चुनते हैं तो सब जायज है लेकिन यदि मैं, मेरे लिए और मेरे समाज के लिए मॉडल चुनते हैं तो इसमें थोड़े-बहुत बदलाव की जरूरत है। यहीं आकर **Inclusive** विचार की जरूरत होगी ना की **Exclusive**। न्यू मीडिया अगर इन पांच नैतिक स्तंभों को लेकर आगे बढ़े तो निश्चित रूप से यह **Disconnect** दूर हो सकता है।

FICAR (फिक्र)

F= FREEDOM (स्वतंत्रता)

I= INDIVIDUALISM (व्यक्तिवाद)

C=COMMITMENT (प्रतिबद्धता)

A= ACTION (पहल या कदम उठाना)

R=RESPONSIBILITY (दायित्व)



हस्तक्षेप

गोपाल अग्रवाल ने न्यू मीडिया की समस्याओं को संक्षेप में बताते हुए कहा कि मीडिया का सारा उद्देश्य अर्थ पर सिमटने के कारण अनेक प्रकार की विकृतियाँ आई हैं। इसी दौर में न्यू मीडिया वैकल्पिक माध्यम के रूप में उभरा है। इसकी आवश्यकता समाज में है लेकिन इसका आर्थिक पक्ष एक बड़ी चुनौती है। नहीं तो मोल-भाव वाली पत्रकारिता के प्रभाव से यह न्यू मीडिया भी अछूता नहीं रहेगा।

कनिष्क कश्यप ने व्यावहारिक पक्ष को ध्यान में रखकर कहा कि इंटरनेट और ब्लॉग से आगे आई-फोन और पामटॉप का जमाना आ गया है। संचार की राजनितिक अर्थव्यवस्था बहुत ही जटिल है। जब तक न्यू मीडिया के व्यक्तिगत प्रयास जो हो रहे हैं वह इंटरनेट के बड़े खिलाड़ियों के लिए चुनौती नहीं बनते तब तक तो ठोक है लेकिन जैसे ही आप चुनौती बनेंगे वैसे ही आपकी स्वायत्तता खत्म हो जाएगी।

विकिपीडिया जैसे तथाकथित विश्वसनीय स्रोत से जुड़े कई विवाद रहे हैं जो उनकी विश्वसनीयता पर ही सवाल खड़े करते हैं। वैसे भी आम तौर पर विकिपीडिया पर डाली गयी सूचनाओं को संपादित करने का खुला विकल्प होता जिससे सूचना प्रमाणिक हा इसका भरोसा नहीं रह जाता है।

अमिताभ भूषण ने न्यू मीडिया की चुनौतियों को स्पष्ट रूप से रेखांकित करते हुए कहा कि व्यक्तिगत प्रयास करने वाले लोगों के लिए ब्लॉगिंग लाभ का उपकरण बने ताकि उनको कोई दूसरा व्यवसाय करते हुए इसको चलाने की जरूरत ना पड़े। एक और अधिक महत्वपूर्ण बात है कि इस माध्यम में भी खबरों के चयन को लेकर परम्परागत मानदंड और मूल्यों का ध्यान रखा जाना चाहिए। लेकिन वर्तमान में इन चीजों का सर्वथा अभाव है।

उदय सिन्हा जी से असहमति के साथ मैं कहना चाहूँगा कि ब्लॉगिंग को **ventilation point** कह देना गलत है क्योंकि ब्लॉगिंग की बुनियाद दोषपूर्ण नहीं थी।

विशाल तिवारी ने न्यू मीडिया के तेजी से फैलते नकारात्मक पहलुओं के बारे में बोलते हुए कहा कि एक कहावत है "अच्छी बातों के प्रचार के लिए विज्ञापन देना पड़ता है और बुरी चीजें मुफ्त में और तेजी से फैलती हैं।" जहां तक ब्लॉग का सवाल है कुछ हद तक निजी विचार जो काफी हद तक

नकारात्मक होते हैं का प्रचार ज्यादा हो रहा है। कोई भी कुछ भी बिना किसी सामाजिक जिम्मेदारी के लिख देता है वह बिना किसी डर भय के लिखता है वह चिंता का विषय है। यहां पर कहीं न कहीं कानूनी कार्रवाई की आवश्यकता है ताकि व्यक्तित्व का चीरहरण करने से पहले रोका जा सके, जो कि भारत में अभी तक संभव नहीं हुआ है। लोगों को साइबर लॉ से परिचित कराना होगा। प्रशासनिक कार्य प्रणाली को भी प्रशिक्षित करना होगा ताकि वह साइबर अपराध के प्रति जागरूक हो सके। विशेषकर पुलिस बल को प्रशिक्षित करना होगा। उदाहरण के लिए डीपीएस एमएमएस कांड और **bazzi.com** और सबसे बड़ी चुनौती इंटरनेट का ग्रामिणीकरण और उसकी गांवों तक सुलभता की है। हमारी पुरानी और नई पीढ़ी के बीच एक सेतु का भी निर्माण करना होगा। जो न्यू मीडिया के आने के बाद से बढ़ी है।

जयराम विप्लव ने आने वाले भविष्य की चुनौतियों पर प्रकाश डालते हुए कहा कि न्यू मीडिया पर बात करते हुए हम अक्सर भारत न्यू मीडिया के आरंभिक दौर में चले जाते हैं हमें ध्यान रखना होगा कि ये 2011 है। समय के साथ ब्लॉग स्पॉट से कॉम का सफर तय कर भारत में न्यू मीडिया परिपक्वता की ओर बढ़ रहा है।

वैसे यहा भी समस्याओं का अम्बार लगा है, चुनौतियाँ भी हैं और संभावनाएं भी। सामग्री की मौलिकता? शुचिता आदि को लेकर सबसे बड़ी जो समस्या है वो कॉपी, कट, पेस्ट की है। अधिकांश खबरिया पोर्टलों को देखें तो हेडलाइन के अलावा पूरी खबर शब्दशः चेप दी जाती है और पता लगाना मुश्किल है कि किसने किसका चुराया?

आत्म-नियंत्रण कसे हो इस पर चर्चा होनी चाहिए। जैसे कि कोई सरकारी संस्था बने, न्यू मीडिया के लोग खुद से ऐसी आदत डालें या फिर न्यू मीडिया से जुड़ें लोगों का काई समूह इस पर ध्यान रखें।

‘न्यू मीडिया’ एक बड़ी विशेषता है कि वो **virtual space** में काम करता है। एक पोर्टल चलाने वाला अपने साथ अनेक पत्रकार, लेखक आदि को जोड़ता है लेकिन उनके बीच वो संस्थागत प्रक्रिया नहीं है जिसके माध्यम से कंटेंट क्या हो, कैसे हो इस पर बात पहले हो सके। कुल-मिलकर एक टीम वर्क कैसे खड़ा हो, यह एक बड़ी चुनौती है।

पत्रकारीय मूल्यों और नैतिकता को लेकर नई मीडिया का रुख अभी तक उदासीन बना रहा है, जो कि चिंता का विषय है। न्यू मीडिया के ऊपर साल 02 में कलम चलाते हुए विदेशी पत्रकार ‘बिल मिचेल’ ने लिखा था – “Whether the media is new, old, or somewhere in between,

values are values- Ethics are ethics- If you are suddenly a web journalist instead of a print or broadcast journalist, you are still journalist.”

बीआरपी (BLOG RATING POINT) को लेकर अभी तक कोई स्वस्थ और निष्पक्ष विश्लेषण कर सर्वमान्य मानक संस्था नहीं बनी है। प्रचलित वेबसाइट मीटर। alexa.com and cubestat.com दोनों की ही कार्य पद्धति पारदर्शी नहीं है। बहरहाल इन अंतर्राष्ट्रीय तथाकथित मानक निर्धारकों को कुछ कहने से बेहतर होगा कि भारत में भारतीय पोर्टल्स के लिए रेटिंग तय करने वाली पारदर्शा और निष्पक्ष मानक संस्था बने।

उमेश चतुर्वेदी ने न्यू मीडिया में अपार संभावनाओं की ओर इशारा करते हुए कहा कि इंटरनेट के आने से पहले तक सभी माध्यमों की अपनी स्वतंत्र पहचान और स्पेस था। लेकिन इंटरनेट ने इसे पूरी तरह बदल डाला है। इंटरनेट पर स्वतंत्र समाचार साइटें भी हैं तो अखबारों के अपने ई संस्करण भी मौजूद हैं। स्वतंत्र पत्रिकाएं भी हैं तो उनके ई संस्करण भी आज कंप्यूटर से महज एक क्लिक की दूरी पर मौजूद हैं।

एक अमरीकी संस्था 'बोस्टन कंसलटेंट ग्रुप' ने 'इंटरनेट न्यू बिलियन' नाम से जारी एक रिपोर्ट के मुताबिक इस समय भारत में 8.1 करोड़ इंटरनेट उपभोक्ता हैं। यहां इस तथ्य पर गौर फरमाने की जरूरत यह है कि यह आंकड़ा सिर्फ बेसिक टेलीफोन और ब्रॉड बैंड के जरिए ही मौजूद है। टेलीकॉम रेगुलेटरी अथॉरिटी ऑफ इंडिया यानी ट्राई के मुताबिक मोबाइल के जरिए जून 2010 तक 21.4 करोड़ लोग इंटरनेट का इस्तेमाल कर रहे थे। जिसमें 70 फीसदी तक की बढ़ोत्तरी की उम्मीद जताई जा रही है। वहीं बोस्टन कंसलटींग ग्रुप के मुताबिक 2015 में भारत में बेसिक टेलीफोन कनेक्शनों के जरिए इंटरनेट इस्तेमाल करने वालों की संख्या बढ़कर 23.7 करोड़ हो जाएगी।

बिजली संकट की वर्तमान समस्या से छुटकारा पाने कि कोशिश में कंप्यूटर निर्माता कंपनियां ऐसे कंप्यूटरों के निर्माण में जुटी हैं, जिन्हें बैटरियों या ऐसे ही दूसरे वैकल्पिक साधनों से चलाया जा सके। कल्पना कीजिए कि अगर ऐसा हो गया तो देश में कंप्यूटर क्रांति आ जाएगी और फिर इंटरनेट उपभोक्ताओं की संख्या बढ़ना लाजिमी हो जाएगा। विविधतावादी भारत देश में तब इंटरनेट पाठकों, स्रोताओं और दर्शकों का विविधता युक्त एक बड़ा समूह होगा, जिनकी जरूरतें और दिलचस्पी के क्षेत्र विविध होंगे और इस माध्यम का प्रभाव भी व्यापक होगा।

इंटरनेट की एक और खासियत है, समय की मजबूरियों से मुक्ति। अखबार या पत्रिकाएं एक निश्चित अंतराल के बाद ही प्रकाशित होते हैं। टेलीविजन ने इस अंतराल को निश्चित तौर पर कम किया है।

हालाकि अभी तक उपलब्ध 2 जी तकनीक के चलते इस पूरी प्रक्रिया में थोड़ी दिक्कतें जरूर होती हैं। लेकिन 3 जी के आने के बाद इन दिक्कतों के कम होने का अनुमान लगाया जा रहा है। तब निश्चित तौर पर इस माध्यम के लिए कंटेंट जुटाने और तैयार करने वाले लोगों की परेशानियां थोड़ी कम हो जाएंगी।

सबसे बड़ी बात यह है कि ऐसे हालात में सामग्री को लेकर जैसी तैयारी होनी चाहिए, वैसी तैयारी नहीं दिख रही है। चूंकि यह माध्यम खासा चुनौतीपूर्ण है, लिहाजा उसके लिए सामग्री जुटाने और उसे पेश करने का पारंपरिक तरीका नहीं चल पाएगा। इस माध्यम के लिए कंटेंट पेश करने का नया तरीका अख्तियार किया जाना कहीं ज्यादा जरूरी होगा। भाषाई कौशल और चमत्कारिक प्रस्तुतिकरण के बिना इस माध्यम में उपस्थिति को बनाए रखना आसान नहीं होगा। इतना ही नहीं, वह कंटेंट ऐसा होगा, जो एक साथ प्रिंट, टेलीविजन और रेडियो के साथ ही वेब माध्यम को भी शूट कर सके। इस दिशा में अभी खास काम नहीं हुआ है। लेकिन यह भी सच है कि यह माध्यम अपनी जरूरत के मुताबिक कंटेंट को तराश भी लेगा और उसे स्वीकार भी कर लेगा।

मिलिंद ओक ने सत्र के समापन सारांश प्रस्तुत करते हुए कहा कि न्यू मीडिया की सबसे बड़ी विशेषता है इसकी **instant global reach**। दुनिया में जहाँ भी इन्टरनेट है, मैंने एक लाइन भी लिखा तो एक सेकेंड के भीतर वह संपूर्ण विश्व में फैल जाएगा। ऐसी ताकत किसी भी परम्परागत मीडिया में नहीं है। आत्म-नियंत्रण कैसे हो इसकी चिंता भारतीय संस्कार स्वाभाविक रूप से करता है। ग्लोबल परिदृश्य में देखें तो चिंता करने के लिए अभी और भी समय लगाया जाना चाहिए। न्यू मीडिया को अभी पालने-बढ़ने दें, गलतियाँ करने की आज्ञा दें। क्योंकि जिन लोगों की आवाज दबाई जाती है उनका न्यू मीडिया ने एक आवाज दी है। भारत की बात अलग है, चीन में आजादी को पूरी तरह कुचला जा रहा था।

न्यू मीडिया ने लोगों की रोजमर्रा की जिंदगी पर प्रभाव डालना शुरू कर दिया है। न्यू मीडिया की इस ताकत को देखते हुए अभी लोगों को खुद का रास्ता चुनने का थोड़ी आजादी दीजिये। आत्म नियंत्रण या बाहरी नियंत्रण के विषय में इन्टरनेट के स्वरूप को देखते हुए यह बात कही जा सकती है कि कोई भी इसे केन्द्रीय रूप से नियंत्रित नहीं कर सकता है। अपने यहाँ का जो तत्व चिंतन है उसके लिए यह कोई नई बात नहीं है। भारत वर्ष के सारे दर्शन आत्म-नियंत्रण पर ही आधारित है। जिसके लिए यह माध्यम पोषक है।

एक ब्लॉगर के तौर पर जब मैं सामग्री की जिम्मेदारी को लेकर सोचता हूँ तो जितना इंटरनेट से इनपुट लेता हूँ उससे ज्यादा देने की कोशिश में गुणवत्ता घटने लगती है। 2006 में प्रकाशित किसी अखबार के वेब संस्करण की खबर मुझे आज भी मिल जाती है।

कम से कम **project gutenburg** से लेकर **Google books project** है उसमें लाखों की किताबें ऑनलाइन पढ़ने के लिए उपलब्ध हैं। **Archive org** की साईट पर आप जितनी मर्जी दस्तावेज अपलोड कर सकते हैं। भारत सरकार की **nic.in** है जिस पर लाखों दस्तावेज हैं।

वहां पर अनंत और विश्वस्त डाटा मौजूद है। इन सारे डाटा से इंटैक लेकर फिर मैं कुछ मेरा आउटपुट अपने ब्लॉग पर डालता हूँ तो उस की क्वालिटी निभर करता है। तकनीक कहती है कि आप इनपुट ले सकते हैं और आप आउटपुट दे सकते हैं। आप अपनी बात कहने और दूसरों को पढ़ने के लिए स्वतंत्र हैं।

समाजिक उपयोग इस का एक और पक्ष है। अभी-अभी एक अंतरराष्ट्रीय पत्रिका में बिहार के छोटे से गाँव में चल रहे बिजली उत्पादन के प्रयोग की खबर छपी। भूसे से बिजली उत्पादन के इस प्रयोग की खबर पर अमेरिका के एक ऑनलाइन पत्रिका में छपना और दो महीने के भीतर कुछ परिणाम आना, इस न्यू मीडिया की ताकत है।

एक दिन मुझे एमटीएनएल से एक संदेश आया जिसमें सीवीसी की वेबसाइट का लिंक देकर यह बताया गया था कि आप इस पर जाकर भ्रष्टाचार से जुड़े शिकायत रख सकते हैं। जिस देश में सूचना अधिकार कार्यकर्ताओं की हत्या हो रही हो वहां कोई भी आदमी अपनी पहचान बताये बिना ऑनलाइन भ्रष्टाचार की शिकायत कर सके यह एक बड़ी बात है। यह सब न्यू मीडिया में ही संभव है।



परिचर्चा का बिंदुवार सारांश

समस्याएं

- आर्थिक प्रारूप का अभाव
- सामुदायिक ब्लॉग व पोर्टल्स में टोम वर्क का अभाव
- बहुसंख्यक आबादी तक इंटरनेट का ना पहुँच पाना
- ब्लॉग रेटिंग पॉइंट , पेज रैंक जैसे तमाम मानकों की कार्यशैली में पारदर्शिता का अभाव
- विज्ञापन एजेंसियों द्वारा भाषाई भेदभाव
- सर्च इंजन में की-वर्ड्स के खेल से पाठकों को परेशानी
- एक्सप्लोरर के कारण भाषाई लेखकों और पाठकों की समस्या
- परम्परागत लेखकों में न्यू मीडिया के प्रति उदासीनता
- भाषाई लेखक व पाठक के मध्य इंटरनेट पर फॉट की एकरूपता का अभाव
- कॉपी-कट-पेस्ट की समस्या

चुनौतियां

- भाषाई वेब मीडिया में सामग्री क स्तर और अतिरिक्त सूचना का अभाव
- बढ़ती निरंकुशता के लिए आत्म-नियंत्रण
- व्यक्तिवादी मानसिकता
- निजता का अधिकार और सार्वजनिक हित
- संप्रेषक और प्रापक के बीच डिस्कनेक्ट
- अधिकार और कर्तव्यबोध
- सूचना व समाचार की सत्यता की जिम्मेदारी
- लेखन में विशिष्टता का अभाव
- पारंपरिक मूल्यों और नैतिकता
- डेटाबेस सूचना
- संभावित आपत्तिजनक या हानिकारक सामग्री

- पत्रकारिक निष्ठा और वाणिज्यिक दबाव
- गाँव तक विस्तार
- बिजली की समस्या



न्यू मीडिया के तीन वैश्विक स्तंभ

I

विकिपीडिया (Wikipedia)

विकिपीडिया इंटरनेट आधारित एक मुक्त ज्ञानकोष परियोजना है। यह एक ऐसा Web Page है जो सभी को इसका संपादन करने की छूट देता है। विकिपीडिया एक बहुभाषीय प्रकल्प है, और स्वयंसेवकों के सहकार से निर्मित है, जिसकी भी इंटरनेट तक पहुँच है वह विकिपीडिया पर लिख सकता है और लेखों का संपादन कर सकता है। विकिपीडिया के मुख्य सर्वर टैम्पा, फ्लोरीडा में है, अतिरिक्त सर्वर एम्सटर्डम और सियोल में हैं।

निपुण लोगों द्वारा बनाए गए ज्ञानकोष न्यूपीडिया के पूरक के रूप में 29 जनवरी, 2009 में इसकी शुरुआत हुई। अब यह विकिमीडिया फाउन्डेशन द्वारा संचालित है जो एक गैर-लाभकारी संस्था है। 2006 के मध्य में इसमें 46 लाख से भी ज्यादा लेख थे, सिर्फ अंग्रेजी भाषा में ही 12 लाख से भी ज्यादा लेख थे। यह 200 से भी ज्यादा भाषाओं में है, जिसमें से 15 भाषाओं में 50 हजार से भी ज्यादा लेख हैं। विकिपीडिया के संस्थापक जिमी वेल्स के शब्दों में यह ष्विश्व के प्रत्येक व्यक्ति के लिये, उनके अपनी भाषा में एक बहुभाषीय, मुक्त, सबसे अधिक मुमकिन गुणवत्ता वाला विश्वकोश बनाने और वितरित करने का एक प्रयत्न है।

हालांकि विकिपीडिया की विश्वसनीयता और सत्यता पर विवाद भी होता रहा है। वेबसाइट पर आसानी तथा बर्बरता के साथ संपादन करने की क्षमता, असमान गुणवत्ता और कई भाषाओं में तथ्य के परोक्ष लोकप्रियता की प्राथमिकता इत्यादि की काफी आलोचनाएँ हुई हैं। फिर भी इसके मुक्त वितरण, निरंतर और काफी संख्या में बदलाव, विभिन्न क्षेत्रों और भाषाओं के समावेश ने इसे इंटरनेट पर विश्व के सबसे अधिक लोकप्रिय निर्देशिका संसाधनों में से एक बना दिया है।

विकिपीडिया के लिए धन की व्यवस्था विकिमोडीया फाउन्डेशन के जरिये होती है। विकिपीडिया को मई 2004 में दो प्रमुख सम्मान मिले, पहला प्रिक्स आर्क्स इलेक्ट्रोनिका द्वारा गोल्डेन निसा फॉर डिजिटल कम्यूनिटिज दूसरा कम्यूनिटी क्षेत्र में जजों द्वारा वेबी अवार्ड विकिपीडिया पर अब 250 भाषाओं में 6 अरब से ज्यादा लेख है। विकिपीडिया के 151 भाषाओं में सक्रिय संस्करण है, कुल 229 भाषाओं में संस्करण है जो भिन्न अवस्थाओं में हैं। भिन्न भाषाओं के संस्करण स्वतंत्र रूप से कार्य

करते हैं। **Alexa.com** के अनुसार अंग्रेजी विकिपीडिया कुल ट्रैफिक का केवल 60 प्रतिशत ही प्राप्त करता है। जबकि अन्य 40 प्रतिशत भिन्न भाषाओं में है। मुख्य भाषाओं में अंग्रेजी, जर्मन, फ्रांसीसी, पोलिश, जापानी, डच, स्वीडिश, इतालवी, पुर्तगाली स्पैनिश और हिंदी शामिल हैं।

II

फेसबुक (Facebook)

इंटरनेट पर स्थित एक निःशुल्क सोशल नेटवर्किंग सेवा है, जिसके माध्यम से इसके सदस्य अपने मित्रों, परिवार और परिचितों के साथ संपर्क रख सकते हैं। यह फेसबुक इंकॉ. नामक निजी कंपनी द्वारा संचालित है। इसके उपभोक्ता नगर, विद्यालय, कार्यस्थल या क्षेत्र के अनुसार गठित किये हुए नेटवर्कों में शामिल हो सकते हैं और आपस में विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं। इसका आरंभ 2004 में हार्वर्ड के एक छात्र मार्क जकरबर्ग ने की थी। तब इसका नाम द फेसबुक था। कॉलेज नेटवर्किंग इंटरनेट के रूप में आरंभ के बाद शीघ्र ही यह कॉलेज परिसर में लोकप्रिय होती चली गई। कुछ ही महीनों में यह इंटरनेट पूरे यूरोप में पहचाना जाने लगा। अगस्त 2005 में इसका नाम फेसबुक कर दिया गया। फेसबुक में अन्य भाषाओं के साथ हिन्दी में भी काम करने की सुविधा है। फेसबुक ने भारत सहित 40 देशों के मोबाइल सेवा प्रदाता कंपनियों से समझौता किया है। इस करार के तहत फेसबुक की एक नई साइट का उपयोग मोबाइल पर निःशुल्क किया जा सकेगा।

फेसबुक पर उपयोक्ताओं को अपने मित्रों को यह बताने की सुविधा है कि किसी विशेष समय वे क्या कर रहे हैं या क्या सोच रहे हैं और इसे 'स्टेट्स अपडेट' करना कहा जाता है। फेसबुक और ट्विटर के आपसी सहयोग के द्वारा निकट भविष्य में फेसबुक एक ऐसा सॉफ्टवेयर जारी करेगा, जिसके माध्यम से फेसबुक पर होने वाले 'स्टेट्स अपडेट' सीधे ट्विटर पर अपडेट हो सकेंगे। अब लोग अपने मित्रों को बहुत लघु संदेशों द्वारा यह बता सकेंगे कि वे कहाँ हैं? क्या कर रहे हैं या क्या सोच रहे हैं?

ट्विटर पर 140 कैरेक्टर के 'स्टेट्स मैसेज अपडेट' को अनगिनत सदस्यों के मोबाइल और कंप्यूटर तक भेजने की सुविधा थी, जबकि फेसबुक पर उपयोक्ताओं के लिए यह सीमा मात्र 5000 लोगों तक ही सीमित है। सदस्य 5000 लोगो तक ही अपने प्रोफाइल के साथ जोड़ सकते हैं या मित्र बना सकते हैं। फेसबुक पर किसी विशेष प्रोफाइल से लोगों के जुड़ने की संख्या सीमित होने के कारण 'स्टेट्स अपडेट' भी सीमित लोगों को ही पहुँच सकता है।

III

गूगल (Google)

इंटरनेट खोज सयंत्र में विशेषज्ञता रखने वाली एक कंपनी है। इसका मुख्यालय **mountain view California**, अमरीका में है। 4 सितम्बर 1998 को लारी पेज और ब्राएन सर्जन ने 'Google' नामक इस विश्वविख्यात सर्च इंजन और इंटरनेट सेवा प्रदाता कंपनी की स्थापना की थी। गूगल की ज्यादातर सेवाएं यूनिकोड सक्षम होने के कारण हिन्दी में बखूबी काम करती हैं। आईट्रांस की मदद से आसानी से किसी भी गूगल सेवा को मुफ्त में प्रयोग किया जा सकता है।

गूगल द्वारा दी जानी वाली प्रमुख सेवाएँ:

गूगल अनुवाद (Google translate)

गूगल अनुवाद या गूगल ट्रान्स्लेट (Google Translate) एक अनुवादक साफ्टवेयर एवं सेवा है जो एक भाषा के टेक्स्ट या वेब पेज को दूसरी भाषा में अनुवाद करता है। यह गूगल इन्कार्पोरेशन द्वारा विकसित एवं परिचालित है। इसके लिये गूगल अपना स्वयं का अनुवादक सॉफ्टवेयर प्रयोग करता है जो सांख्यिकीय मशीनो अनुवाद है। वर्तमान में हिन्दी से अन्य भाषाओं में तथा अन्य भाषाओं से हिन्दी में भी अनुवाद की सुविधा उपलब्ध है।

गूगल अर्थ (Google Earth)

वास्तविक भूमंडल (virtual globe) चित्रण का एक ऐसा कार्यक्रम है जिसे प्रारम्भ में अर्थ व्यूअर नाम दिया गया तथा इसे कीहोल, इंक (Keyhole, Inc) द्वारा तैयार किया गया है, जो 2004 में गूगल द्वारा अधिगृहीत की गई एक कंपनी है। यह कार्यक्रम उपग्रह चित्रावली (satellite imagery) हवाई छायांकन (aerial photography) तथा भौगोलिक सूचना प्रणाली (GIS) त्रि आयामी (3D) भूमंडल से प्राप्त चित्रों का अध्यारोपण (superimposition) करते हुए धरती का चित्रण करता है। यह तीन विभिन्न अनुज्ञापितियों के अधीन उपलब्ध है: गूगल अर्थ, सीमित कार्यात्मकता के साथ एक मुक्त संस्करण गूगल अर्थ प्लस (+ 20 प्रति वर्ष), जो अतिरिक्त विशेषताओं से युक्त है तथा गूगल अर्थ प्रो (+ 400 प्रति वर्ष), जो कि वाणिज्यिक कार्यों में उपयोग हेतु तैयार किया गया है।

गूगल क्रोम (Google Chrome)

एक वेब ब्राउजर है जिसे गूगल द्वारा मुक्त स्रोत कोड द्वारा निर्मित किया गया है। इसका नाम ग्राफिकल यूजर इंटरफेस (GUI) के फ्रेम यानि क्रोम पर रखा गया है। इस प्रकल्प का नाम क्रोमियम

है तथा इसे बीएसडी लाईसेंस के तहत जारी किया गया है। 2 सितंबर, 2008 को गूगल क्रोम का 43 भाषाओं में माइक्रोसॉफ्ट विंडोज प्रचालन तंत्र हेतु बीटा संस्करण जारी किया गया। यह नया ब्राउजर मुक्त स्रोत लाइनक्स कोड पर आधारित होगा, जिसमें तृतीय पार्टी विकासकर्ता को भी उसके अनुकूल अनुप्रयोग बनाने की सुविधा मिल सकेगी।

गूगल वीडियो (Google Video)

इन्टरनेट पर गूगल समूह द्वारा संचालित एक **video upload** एवं संग्रह स्थल है। यह इंटरनेट पर अपने प्रकार का सबसे व्यापक स्थल है। इसमें लाखों वीडियो उपलब्ध हैं। यहां प्रसिद्ध टी.वी. कार्यक्रम, चलचित्र अंश (मूवी क्लिप्स), संगीत वीडियो, वृत्तचित्र, व्यक्तिगत प्रस्तुतियाँ आदि उपलब्ध होते हैं। इन सबके भंडार से अपनी पसंद के वीडियो चुने जा सकते हैं

जीमेल (Gmail)

इंटरनेट पर सर्वाधिक उपयोग की जाने वाली ई-मेल सेवा है व्यक्तिगत बातचीत की सुविधाओं से युक्त जीमेल के माध्यम से उपयोगकर्ता टेक्स्ट, ऑडियो, वीडियो किसी भी स्वरूप में सूचना को आसानी से प्राप्त तक पहुंचा सकता है।

