

# भारतीय समाज में मीडिया का बदलता स्वरूप

<sup>1</sup>रामानन्द अग्रहरि, <sup>2</sup>डॉ. अवधेश चन्द्र मिश्रा  
(UGC-NET, JRF, SRF)

<sup>1</sup>शोध छात्र (समाजशास्त्र), <sup>2</sup>एसोसिएट प्रोफेसर  
अतर्रा पी0जी0कॉलेज अतर्रा, बांदा  
बुंदेलखण्ड विश्वविद्यालय, झांसी (उत्तर प्रदेश)

**Abstract**— भारत बहुत ही प्रतिभावान एवं ऊर्जावान युवा देश है, और यहां के युवा देश की तरक्की में योगदान देने के लिए लालयित रहते हैं। जिस तरह भारत के युवा अपने हुनर से देश को आगे ले जा रहे हैं उसी प्रकार भारत की वर्तमान मीडिया देश में क्रान्ति कारी परिवर्तन ला रही है, वर्तमान मीडिया को युवा मीडिया कह सकते हैं। जिस प्रकार मनुष्य का जीवन काल का विकास बाल्यावस्था से किशोरावस्था, किशोरावस्था से युवावस्था एवं प्रौढ़ा, वृद्धक्रम होता है ठीक इसके विपरीत मीडिया का विकास—वृद्धावस्था से प्रौढ़ावस्था, प्रौढ़ावस्था से युवा वस्था क्रम हुई जैसे की प्रिंट मीडिया से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से डिजिटल एवं सोशल मीडिया, डिजिटल मीडिया एवं सोशल मीडिया को युवा मीडिया के रूप सम्बोधित कर सकते हैं।

**Keywords:** Media, Social Media, Printmedia, Digital Media, Electronic Media.

## I. प्रस्तावना :-

मीडिया हमारे समाज का प्रतिबिंब है, यह हमारे समाज के पूरे तस्वीर को दर्शाता है कि समाज के लोग क्या और कैसे काम करते हैं और इसका गठन किस प्रकार करते हैं। मीडिया लोगों को समाज में होने—वाली घटनाओं के बारे में सूचित करने, उन्हें शिक्षित करने में मदद करता है। और यह मनोरंजन का एक माध्यम भी है। महत्वपूर्ण रूप से, समकालीन दुनिया में लोगों के मूल्यों विश्वासों और व्यवहार पर मीडिया का काफी प्रभाव पड़ रहा है। (Gilludn, 2017) पहले लोग प्रिंट मीडिया के माध्यम से संवाद करते थे। लेकिन समय के साथ जैसे—जैसे भारत का वैश्वीकरण हो रहा है। मीडिया की संरचना और इसकी विकास की प्रासंगिकता देश के लोगों के लिए बदल रही है। इस विकसित तकनीकी दुनिया में, मीडिया पारम्परिक से डिजिटल मीडिया की ओर विकास कर रहा है। इस दुनिया में सबसे महत्वपूर्ण तकनीकों में से एक डिजिटलीकरण की शक्ति है। हम डिजिटल दुनिया है जहाँ डिजिटल तकनीकों का सर्वोत्तम संभव उपयोग किया जाता है। आज हम डिजिटल के बिना अपने जीवन की कल्पना नहीं कर सकते हैं कम्प्यूटर टैबलेट और स्मार्टफोन और इस तरह के अन्य उपकरणों ने लोगों के जीवन और उनके समाजीकरण के तरिकों में एक जादुई बदलाव लाया। तकनीक के इस विकास के साथ ही हमारे समाज ने भी सोच और विचारों के विस्तार को देखा है। इस तरह मीडिया और समाज एक दूसरे से घनिष्ठ रूप से जुड़े हुए हैं।

डिजिटल इंडिया भारत सरकार का प्लैगाशिप कार्यक्रम है। 01 जुलाई 2015 को नई दिल्ली में कार्यक्रम को लॉच करते हुये प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने कहा “अब समय आ गया है। कि हम भारत के लोग मोबाइल गवर्नेस की ओर बढ़ें। सेवाएँ और सुविधाएँ मोबाइल इंटरनेट से प्राप्त करें” डिजिटल इंडिया को महत्वाकांक्षी कार्यक्रम बताते हुये प्रधानमंत्री ने कहा कि भारत सरकार देशवासियों को इलेक्ट्रॉनिक और ऑनलाइन मीडिया के माध्यम से सशक्त बनाना चाहती है, इस लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए सरकार देश भर में डिजिटल—इंफ्रास्ट्रक्चर तैयार कर रही है। प्रधानमंत्री के कथन से स्पष्ट है कि सरकार हमारे सामाजिक स्वभाव को डिजिटल फ्रेंडली बनाना चाहती है। हमें वैश्विक स्तर पर डिजिटल ज्ञान—अर्थ व्यवस्था से जोड़ना चाहती हैं। यह एक तरह का व्यवहार परिवर्तन से जुड़ा कार्यक्रम है, जो हमें डिजिटल सोसाइटी की ओर ले जाएगा। यह अपनी अंतर्वस्तु में सचमुच नए सपनों का भारत होगा।

डिजिटल क्रांति के लिए भारत सरकार ने 2017—18 के बजट में 1,13,000 करोड़ का बजटीय प्रावधान किया गया। इस महत्वाकांक्षी परियोजना से गवर्नेस की सूरत बदलेगी डिजिटल इंडिया कार्यक्रम के नौ प्रमुख स्तंभ होंगे।

इन स्तंभों पर डिजिटल इंडिया का महल खड़ा होगा।

1. ब्रॉडबैंड हाइवे
2. यूनिवर्सल मोबाइल कनेक्टिविटी
3. सबके लिए सूचना
4. इलेक्ट्रॉनिक उद्योग
5. पब्लिक इंटरनेट
6. अर्ली हार्वेस्ट प्रोग्राम
7. ई—गवर्नेस
8. ई—क्रान्ति
9. तकनीक आधारित रोजगार

डिजिटल इंडिया कार्यक्रम के तहत देश के सभी 2,50,000 पंचायतों को ब्राड बैंड से जोड़ा जाना है। देश के विभिन्न हिस्सों में लगभग 55,619 गाँवों में मोबाइल कनेक्टिविटी नहीं है। कनेक्टिविटी के दायरे में लाने का लक्ष्य है। इंटरनेट सुविधा को सस्ता एवं

सुलभ बनाना कार्यक्रम का प्रमुख लक्ष्य है। डिजिटल इंडिया के तहत सभी सरकारी काम-काज को ऑनलाइन संपादित का प्रावधान है। भारत सरकार की नीतियों की वजह से मीडिया का संरचनात्मक परिवर्तन एवं उसका विकास हो रहा है। मीडिया सरकार एवं एक दूसरे के बहुत ही करीब आ रहे हैं। मीडिया का परम्परागत स्वरूप बदल रही है। मीडिया का यह सफर प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, डिजिटल मीडिया एवं आज का सोशल मीडिया तक सफर बहुत ही रचनात्मक है।

## II. भारत में प्रिंट मीडिया

भारत में प्रिंट मीडिया का इतिहास बहुत ही संघर्षपूर्ण रहा है, स्वतंत्रता से पहले राजनीतिक नेताओं ने भारत के लोगों को जागरूकता करने के लिए ताकि राष्ट्रवादी भावना का विकास हो सकें लेकिन अंग्रेज शासकों ने राष्ट्रवादी प्रेसों को बन्द कराने के लिए अपने शस्त्रागार में हर एक हाथियार का इस्तेमाल किया। सुरक्षा के बहाने संपादकों एवं प्रकाशकों पर राजद्रोह का मुकदमा चलाया गया कुछ संपादक को अंडमान ले जाया गया। प्रिंट मीडिया भारत में शुरूआती दौर में बहुत संघर्ष किया लेकिन स्वतंत्रता प्राप्ति के लिए पत्रकारों एवं संपादकों ने भारत के लोगों में राष्ट्रवादी भावना का बीज बोया और लोगों तक अपनी बात पहुँचाई।

भारत में समाचार पत्र अमेरिका एवं यूरोप के तुलना में बहुत बाद में आए लेकिन भारत में इसका विकास बहुत ही समृद्धशाली है। राष्ट्र के जन्म और विकास के लिए उत्प्रेरक एवं साक्षी रहा है। 1780 में जेम्स ऑगस्टस हिक्की द्वारा बंगाल गजट शुरू किया गया,

बंगाल गजट भारत में प्रथम प्रकाशित समाचार पत्र था। हालांकि यह समाचार पत्र प्रकृति में निम्न कोटि का था, क्योंकि यह ज्यादातर केवल गपशप प्रकाशित करता था। इसके तुरंत बाद बॉम्बे हेराल्ड और बॉम्बे कूरियर जैसे पेपर शुरू हुये देश में। दिलचस्प बात यह है कि बॉम्बे कूरियर का बाद में टाइम्स ऑफ इंडिया अखबार में विलय हो गया 1818, में पहली क्षेत्रीय भाषा का समाचार पत्र समाचार दर्पण बंगाली में प्रकाशित हुआ था। 1822 में शुरू हुआ। बॉम्बे समाचार आज भी एशिया का सबसे पुराना समाचार पत्र है।

## III. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया:

(1.1) सूचनाओं का खेल वाला मीडिया ।

आज का समाज उत्तर आधुनिक समाज है, समाज पर सबसे ज्यादा प्रभाव किसी एक क्षेत्र में विशेषज्ञता रखने वाले लोगों का है, क्योंकि उनके पास प्रमाणित ज्ञान है और उस ज्ञान को टी0वी0 के माध्यम से प्रसारित किया जाता है। और समाज इससे प्रभावित होता है। टी0वी0 के माध्यम से सूचनाओं का घटनाओं का प्रसारण करते हैं। टी0वी0 पर जो न्यूज दिखाया जाता उसका पहले स्क्रिप्ट लिखी जाती है। और जो पिक्चर दिखाया जाता है। वॉ Animation होता है अर्थात वॉ असली सूचना न होकर एक नकली छवि ( Photo Copy) एवं प्रतिरूप होती है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सूचनाओं का खेल खेलती है समाज से, समाज के लोग उन सूचनाओं को ही असलियत समझ बैठते हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया समाज के साथ भावनात्मक खेल-खेल रहा है। मीडिया सिर्फ और सिर्फ टी0आर0पी0 के लिए काम करता है। मीडिया और टी0आर0पी0 का खेल पूंजीवाद के माध्यम से खेला जा रहा है। **बोडिलार्ड** "प्रतिकृति या कार्बन कॉपी उन वस्तुओं की कॉपियां हैं जिनकी कोई मूल कॉपी नहीं है"।

### 1.2 भारत में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का विकास

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के रूप में रेडियों का पहला प्रसारण पहला प्रयास टाइम्स ऑफ इंडिया ग्रुप द्वारा अगस्त 1921 में पोस्ट और टेलीग्राफ डिपार्टमेंट के सहयोग से किया गया था।

टाइम्स ऑफ इंडिया की रिकार्ड के अनुसार 20 अगस्त 1921 को इसकी इमारत की छत से एक प्रसारण किया गया था। लेकिन प्रसारण के लिए पहला लाइसेंस 23 फरवरी, 1922 को ही दिया गया था।

आजादी के बाद प्रारंभिक दशक के अंत तक भारत में प्रिंट मीडिया ही मीडिया का प्रतिनिधि स्वरूप था। इसके अलावा 'रेडियों दूसरा साधन था। ग्रामीण क्षेत्र में प्रिंट मीडिया की अनुपलब्धता एवं निरक्षरता के चलते रेडियों एक मात्र ऐसा संचार साधन था जो गाँव समाज को देश दुनियाँ से जोड़ रहा था। आजादी की पहली रात देश के प्रथम प्रधानमंत्री का करिश्माई उद्बोधन देश ने रेडियों पर ही सुना।

सन् 1959 में जब भारत में सरकारी टेलीविजन चैनल दूरदर्शन की शुरुआत हुई, तब इस क्षेत्र में यह नए युग का सूत्रपात था। भारत में इसी चैनल पर सर्वप्रथम समाचारों का प्रसारण शुरू हुआ। स्वतंत्रता के बाद चार दशकों तक "दूरदर्शन"का एक छत्र राज रहा और समाचारों के प्रसारण में सरकारी चैनल दूरदर्शन का एकाधिकार रहा 1984 में एन0डी0टी0वी0 की स्थापना के बाद अगले एक दशक तक इसकी भूमिका सरकारी समाचार चैनल के लिए आधा घंटे के कार्यक्रम के प्रोडक्शन तक सीमित रही।

## IV. भारत में डीजिटल मीडिया—

डिजिटल शब्द आज जिस व्यापक संदर्भ में उपयोग किया जा रहा है, उसको व्यक्त करने के लिए हिन्दी में उपयुक्त शब्द नहीं है। समझने के लिए डिजिटल मीडिया को अदृश्य सूक्ष्म कण, या ब्रम्हांड में विचरती शक्तियाँ कह सकते हैं। इन अदृश्य शक्तियों को डिजिटल उपकरणों से पकड़कर उपयोग करने की कला मानवीय प्रतिभा का जादुई चमत्कार है। यह चमत्कार स्थानीय नहीं वैश्विक है। डिजिटल उपकरणों की मदद से कहीं भी ब्रम्हांड में विचरत अदृश्य सूक्ष्म कणों को पकड़ा जा सकता है। डिजिटल उपकरणों की यह विशेषता इसे वैश्विक बनाती है। क्वांटम क्रान्ति के विस्तार ने इस चमत्कार को जन्म दिया। इंटरनेट और वर्ल्ड वाइड वेब (www.) इसके महत्वपूर्ण घटक हैं। ये दोनों घटक सार्वजनिक संपात्ति हैं। इन पर किसी का स्वामित्व नहीं है।

डिजिटल मीडिया ने लिखने-पढ़ने एवं व्यक्ति के कार्य करने के तरीकों में क्रान्तिकारी बदलाव लाया है, जहाँ व्यक्ति पहले कॉपी-पेन का इस्तेमाल करता था वहीं आज उसका स्थान कम्प्यूटर, लैपटॉप, टैबलेट, एवं स्मार्ट फोन ने ले लिया डिजिटल प्लेटफॉर्म ने मीडिया के काम में रचनात्मकता लाने का कार्य किया है। इसका विस्तार अकल्पनीय है। क्योंकि पूरा विश्व एक मोबाइल हो गया है। क्योंकि विश्व की तमाम घटनाओं एवं सूचनाओं को एक क्लिक पर मोबाइल के स्क्रीन पर देखा जा सकता है। डिजिटल मीडिया के आ जाने से एक नये तरीके की 21वीं शदी में आर्थिक क्रान्ति आ गई है। मोबाइल, बैंकिंग, ई-कामर्स ई-गवर्नेन्स, ऑनलाईन न्यूज चैनल, डिजिटल बैंकिंग का बढ़ता दायरा, कैश-लेस की तरफ बढ़ता भारत डिजिटल मीडिया का भारत में क्रान्तिकारी प्रभाव दिखा रहा है, भारत में अभी भी अधिकतम जनसंख्या ग्रामीण है जिन्हें सबसे ज्यादा लाभ हुआ। क्योंकि गाँव का व्यक्ति सैकड़ों-हजारों कि०मी० दूर शहर में रोजी-रोटी के तलाश में जाता है और अपने परिवार से दूर रहता है। मोबाइल के माध्यम से परिवार से जुड़ा रहता है। और मोबाइल बैंकिंग एवं डिजिटल बैंकिंग माध्यम से परिवार को पैसा-भेजता है जो की यह पहले सम्भव नहीं था गाँव के लोग शहर के बैंकों में घण्टों लाइन में लगे रहते थे जिससे उनका श्रमबल एवं श्रममूल्य का उत्पादन मूल्य शून्य हो जाता था।

डिजिटल मीडिया के आने से रोजगार के नये-नये अवसर प्राप्त हुए हैं, जैसे-नेट बैंकिंग, साइबर कैफ़े, मनीट्रॉस्फर, ब्लॉगिंग (Blogging) ऑनलाईन कौचिंग इत्यादि। एक व्यक्ति चाहें तो न्यूनतम संसाधन के माध्यम से अपने रोजगार की शुरुआत कर सकता है- जैसे एक व्यक्ति मोबाइल के माध्यम अपना यूट्यूब चैनल बनाकर ब्लॉगिंग (Blogging) शुरू करके लाखों रूपया कमा सकता है या अपना ऐप बनाकर भी आर्थिक लाभ कमा सकता है। डिजिटल मीडिया वे समाज के हर व्यक्ति को जोड़ने एवं उससे लाभ कमाने का बड़ा अवसर दिया है।

## V. सोशल मीडिया- आम जनमानस का मीडिया-

सोशल मीडिया संचार के पारंपरिक साधनों से अलग है। इसमें मिशन और प्रोफेशन दोनों एक साथ हैं। यह इलेक्ट्रॉनिक, प्रिंट मीडिया एवं डिजिटल मिडिया का संयुक्त अवतार है। सुनने देखने और पढ़ने के साथ प्रतिक्रिया व्यक्त करने की सुविधा एक साथ उपलब्ध है। यह संवाद, संपर्क, समर्थन, विरोध और मनोरंजन से उत्पादों, विचारों और लेखन के प्रसार के लिए सार्वजनिक स्पेस बन चुका है। सूचना-संचार के सभी दायरों को तोड़कर आगे निकल चुका है। इंटरनेट से जुड़ा हर व्यक्ति अब मीडिया की ताकत से लैस है। लोगों की अपनी बात कहने के लिए, अब न तो किसी रिपोर्टर का और न ही किसी टेलीविजन का सहारा लेना पड़ता है। लोग अब अपनी बात कहीं भी पहुँचाने के लिए सोशल मीडिया का सहारा ले रहे हैं। सोशल मीडिया के कुछ प्लेटफॉर्म निम्न हैं-

1. फेसबुक
2. इंस्टाग्राम
3. व्हाट्सएप
4. लिंकाडिन
5. ट्विटर

भारत में 2018 के अन्त तक सोशल मीडिया उपयोगकर्ता 326.1 मिलियन थे। (स्रोत Statista) 2019 के अंत तक यह संख्या 351.4 मिलियन हो गई।

290 मिलियन उपयोगकर्ता मोबाइल के माध्यम से सोशल मिडिया का इस्तेमाल करते हैं। 97 प्रतिशत भारतीय उपयोगकर्ता इंटरनेट का उपयोग कर ऑनलाईन विडियो देखते हैं।

भारत में सबसे लोक प्रिय सोशल साईट फेसबुक है। (स्रोत - Social Samosa)

## VI. निष्कर्ष

भारत में मीडिया का विकास का सफर बहुत ही लोकतांत्रिक है क्योंकि वह गाँव, हर शहर एवं हर व्यक्ति के हाथ में पहुँच गया है। यह सब सम्भव डिजिटल एवं सोशल मीडिया के विकास के कारण सम्भव हो पाया है। समाज का सबसे कमजोर व्यक्ति भी अपने अधिकार एवं न्याय के लिए सोशल मीडिया के माध्यम से सरकार तक अपनी बात पहुँचा सकता है। वर्तमान समय में भारत में मौजूदा मीडिया का स्वरूप बहुत ही लोकतांत्रिक भूमिका के रूप में है, समाज एवं देश को नित नई-नई ऊँचाइयों पर ले जा रहा है, वर्तमान मीडिया बहुत ही आधुनिक तरह से काम कर रहा है जिस तरह युवा कार्य करते हैं ठीक उसी प्रकार वर्तमान मीडिया कार्य कर रही है आज की मीडिया युवा मीडिया है।

## सन्दर्भ सूची (Reference)

- 1- Kaur, Sandeep (2020) Digital media habits and its impact on the buying Behaviour: Comparative study of Rural and urban youth in Punjab.
- 2- M.patil, Dhanshri (2011) Recent trends of print media in development communication Kolhapur maharashtra (Global media Journal), Vol-2, No-2.ISSN 2249-5835.
- 3- Arya Mukesh (2022) Bhartiya Media aur janapaksh dharta (Apni Mati), issue - 40, ISSN 2322-0724.
- 4- Doshi, S.L (2019) Moden Sociological thinker (Rawat Publiction).
- 5- [www.JMC](http://www.JMC) Study hub.com (13.08.2022)
- 6- Kumar Ajay (2020) digital India (Gyan Ganga, Delhi 110006,) ISBN 978-93-86054-75-3 .
- 7- [www.Talkwaker.com](http://www.Talkwaker.com) (14.08.2022)