

‘प्रिन्ट मीडिया और इन्टरनेट मीडिया का तुलनात्मक अध्ययन’

शेख शहेनाज अहेमद

हिंदी विभागाध्यक्ष

हुतात्मा जयवंतराव पाटील महाविद्यालय हिमायतनगर,
ता.हिमायतनगर, जि.नांदेड

सारांश:

प्रिन्ट मीडिया के अंतर्गत समाचार पत्र-पत्रिकाएँ, जर्नल एवं पुस्तकें आती हैं। ऐसे हिंदी में हम मुद्रित माध्यम कहते हैं। सन १४५० में जर्मन में मुद्रण का आविष्कार होते ही, समाचार पत्र विकसित राष्ट्र की आवश्यकता सिद्ध हुए। प्रिन्ट मीडिया के रूप में समाचार पत्रों का पदार्पण हमारे भारत में सन १७८० में हुआ और तब से चला आ रहा यह सफ़र आज प्रौद्योगिकी के साथ-साथ इंटरनेट, संस्करणों तक पहुँच गया है। मुद्रण के आविष्कार के बाद डाक, समाचार पत्र-पत्रिकाएँ आदि के द्वारा संचार प्रक्रिया का इतना विस्तार हुआ। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के आविष्कार ने संचार प्रक्रिया को इतना व्यापक और प्रभावी बना दिया कि ये माध्यम हमारे जीवन के अभिन्न अंग बन गये हैं। रेडियो, टी.वी.दूधवनी, मोबाईल अब जीवन के अभिन्न अंग बन गये हैं।

प्रस्तावना :-

आधुनिकता के साथ कम्प्यूटर का आगमन हुआ। कम्प्यूटर ने संचार माध्यमों का स्वरूप ही बदल दिया। कम्प्यूटर ने इंटरनेट के आविष्कार की जमीन तैयार की और इंटरनेट के आविष्कार ने संचार माध्यमों को नया स्वरूप प्रदान करते-करते 'न्यू मीडिया' का तिलस्मी जाल निर्माण किया। इंटरनेट सूचना क्रांति के रूप में सफलता प्रदान कर चुका है। इसका निर्माण लियोनार्ड क्लीन रॉक ने किया। इंटरनेट रूप और अमेरिका के मध्य चलनेवाले शील युद्ध के दौरान संचार व्यवस्था को बनाये रखने के प्रयासों का परिणाम है। इंटरनेट यह भिन्न-भिन्न कम्प्यूटरों का एक ऐसा क्रियाशील तंत्र है, जिसमें प्रत्येक कम्प्यूटर एक ऐसे माध्यम से जुड़ा होता है, जो अन्य कम्प्यूटर तंत्र से सूचनाओं एवं आँकड़ों का आदान-प्रदान करता है। इंटरनेट एक ऐसा संग्रहालय है, जिसमें विश्व की राजनीति, खेल, कला-संस्कृति, विज्ञान के आयाम, मनोरंजन के साधन आदि से संबंधित अद्यावत जानकारीयें संग्रहीत होती हैं। इंटरनेट कोई संगठन या संस्था नहीं, बल्कि दुनियाँ भर में फैले हुए छोटे-बड़े कम्प्यूटरों का एक विराट नेटवर्क है, जो टेलीफोन लाइनों के माध्यम से एक दूसरे से संपर्क करते हैं। यह इस समय संसार का सबसे बड़ा और लोकप्रिय नेटवर्क है, संसार भर के लगभग सभी नेटवर्क इंटरनेट से जुड़े हुए हैं।

मुद्रित मीडिया के बारे में थॉमस जेफरसन ने कहा था, "यदि मुझे कभी यह निश्चित करने के लिए कहा गया कि अखबार या सरकार में से किसी एक को चूना है तो मैं बिना हिचक यही कहूँगा कि सरकार चाहे नहीं हो, लेकिन अखबारों का अस्तित्व अवश्य रहे।" थॉमस जेफरसन ने अखबारों का अस्तित्व सदैव बने रहने की आकांक्षा व्यक्त की थी, निश्चित ही उनका आशय मुद्रित समाचार-पत्र पत्रिकाओं से था जो बेशक आज सदियों बाद भी अस्तित्व में हैं और निरंतर सुधर रहे हैं। वे आज मनुष्य के दैनंदिन जीवन का अभिन्न अंग बन चुके हैं। सामाजिक विकास में उनकी प्रभावी भूमिका, सामाजिक बदलावों को प्रेरित करने की उनकी शक्ति और अभिव्यक्ति की आजादी की पहरेदारी के उनके सशक्त तत्त्वों के कारण उन्हें जनतंत्र के चौथे स्तंभ का दर्जा बहुत पहले मिल गया था। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने भी मनोरंजन के साथ-साथ समाचार पत्र-पत्रिकाओं के समान भूमिका निभाई बीसवीं सदी के उत्तरार्ध में इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने समाचार पत्रों को कड़ी चुनौती दी।

इंटरनेट से समाचार पत्रों के अस्तित्व को गंभीर खतरा है। यह नया माध्यम पुराने माध्यम को समाप्त कर देगा इस मत पर कुछ समर्थकों की मुख्य दलील यह है कि इस सूचना युग में मनुष्य समाचार पत्र पढ़ने के बजाय इंटरनेट सुविधा से संपन्न नए-नए सूचना

प्रदायक उपकरण काम में लाने लगेगा, जो यहाँ-वहाँ ले जाए जा सकने योग्य होंगे। समाचार पत्र पढ़ने में समय ज्यादा लगने के कारण उसके प्रति विरक्ति होने लगेगी।

कुछ समर्थक यह मत व्यक्त करते हैं की, इंटरनेट से अखबारों पर कोई प्रभाव नहीं पड़ेगा। उससे कोई खतरा नहीं। उनका अस्तित्व वैसा ही बना रहेगा, जैसा कि, पिछली सदियों से चला आ रहा है। इस मत का तर्क यही है कि टेलीविजन का प्रसार तेजी से हो रहा था और शंका यह जताई गई थी की अखबार समाप्त हो जाएँगे। किंतु ऐसा कुछ भी नहीं हुआ। उल्टे भारत जैसे देश में अखबारों की संख्या और प्रसार संख्या में वृद्धि हुई है।

इंटरनेट अखबारों पर प्रभाव डालेगा पर सीमित रूप में। उससे अखबारों के स्वरूप, कलेवर, साज- सज्जा और विषय-वस्तु पर भी प्रभाव पड़ रहा है। आज पाठक वर्ग भी बदल रहा है और पत्रकारिता की गुणवत्ता में भी काफी बदलाव हो रहा है। फिर भी यह कतई नहीं होगा कि अखबार सामाजिक दृश्य-पट से लगभग विलुप्त ही हो जाए। इंटरनेट मुद्रित माध्यम के लिए एक प्रतियोगी माध्यम है।

उपर्युक्त वर्णन विश्लेषण से पूर्व समाचार पत्रों और इंटरनेट का तुलनात्मक अध्ययन करना अत्यंत आवश्यक और उपयोगी होगा। जो हम इसे इस प्रकार से देख सकते हैं-

समाचार पत्र सामान्य उपभोक्ता का ही उपयोग में लाता है। क्योंकि विशेष रूप से यह निम्न मध्यवर्गीय पाठकों के लिए खरीदी करने में उनके आय के नुसार उस साँचे में फिट बैठनेवाला पुराना प्रिन्ट मीडिया है।

समाचार पत्र भौगोलिक सीमाओं में बँधा होने के कारण ही देश की सीमाओं के भीतर ही पाठक वर्ग इसका पठन करता है। इसके लिए भाषा की समस्या भी नहीं है। किसी भी प्रांत की भाषा में समाचार पत्र-पत्रिकाएँ निकाले जा सकते हैं।

समाचार पत्र यह एकल आयामी मीडिया है। क्योंकि इसमें सम्पादक के नाम पत्र आदि नामों से प्रकाशित वे स्तंभ छोड़ दिये जाते हैं, जिनमें पाठकों के मतों के महत्त्व दिया जाता है। इसमें सम्पादक से अपनी बात निरंतर कह सकना असंभव है।

इस मीडिया में सूचना और जानकारीयें सीमित ही होती हैं। यह सर्वत्र ले जाने योग्य मीडिया है। इसे किसी भी जगह पर पढ़ा जा सकता है जैसे-बाथरूम, बेडरूम, बस, रेल यात्रा आदि।

इस मीडिया में सूचनाएँ निश्चित समय से ही उपयोगकर्ता को प्राप्त होती हैं। कोई टिप्पणी, समाचार एक बार प्रकाशित होने पर उसमें कोई बदलाव नहीं किया जा सकता। पाठक को या उपयोगकर्ता का कोई एक महत्त्वपूर्ण सूचना या टिप्पणी पढ़नी हो तो उसके लिए उसे पूरा अखबार ही खरीदना पड़ता है।

इसके उत्पादन में अपेक्षा से अधिक लागत करनी पड़ती है। समाज में अश्लीलता और बुरईयाँ रोकने के लिए इस मीडिया क सहारा लेकर उसे रोका जा सकता है और उसके कानून भी बताए जा सकते हैं। इसमें कापीराइट का बंधन भी लागू होता है।

उसी तरह प्रिन्ट के तुलना में इंटरनेट मीडिया यह सामान्य उपभोक्ता के लिए महँगा है। इंटरनेट मीडिया की सुविधाएँ जब तक सस्ती नहीं होती तब तक यह उच्च वर्ग के ही उपयोग के लायक रहता है।

यह मीडिया माध्यम ऐसा है, जो देश के बाहर भी भारतीयों या भारत में रूचित रखनेवालों द्वारा पढ़ा जा सकता है। इसके लिए कोई भौगोलिक सीमा का बंधन नहीं है। इसमें थोड़ी-बहुत भाषा की समस्या उत्पन्न हो सकती है। इसकी प्रमुख भाषा अंग्रेजी है। परंतु अब भारतीय भाषाएँ भी इंटरनेट पर आ चुकी हैं। उसके संदर्भ में जो कुछ कठिनाईयाँ हैं उसे दूर करना और लोगों को अभ्यस्त बनाना जरूरी है।

यह मीडिया प्रिन्ट मीडिया की तरह एकल आयामी नहीं है। यह द्वी-आयामी मीडिया है। इसमें पाठक, दर्शक, ग्राहक, उपभोक्ता किसी भी क्षण अपनी प्रतिक्रिया दूर बैठे वेबसाइट सम्पादकों, उपसंपादकों, लेखकों तक पहुँचा सकता है।

इसमें अधिक से अधिक सूचनाएँ तथा जानकारीयें प्राप्त की जा सकती हैं। समाचार पत्र की तरह इंटरनेट समाचार पत्र सर्वत्र नहीं ले जा सकते।

यह अनियतकालीक मीडिया है अर्थात् इसमें सूचनाएँ निरंतर प्राप्त की जाती हैं। इसमें विषय सामग्री में फेरबदल किया जाता है। किसी विषय वस्तु को संशोधित कर फिर से प्रकाशित किया जा सकता है। इसमें कटौती भी हर समय संभव है।

इंटरनेट द्वारा हम अपना निजी अखबार भी प्राप्त कर सकते हैं। 'ऑनलाईन' अखबारों की नई पीढ़ी निजी अखबार ही है। पाठक अपनी रूचि बताकर उसके नुसार वेबसाइट पर जानकारी हासिल करता है।

इंटरनेट मीडिया में अपेक्षा से कम उत्पादन लागत किया जाता है। आज के युग में उपभोक्ता का बाजार बढ़ रहा है। इस पर किसी अश्लीलता के बारे में कानून ने कोई पहल नहीं की है और नाई ही प्रतिबंध लगाने के बारे में सोचा जा सका है।

इस प्रकार हम देख सकते हैं कि, प्रिन्ट मीडिया और इंटरनेट मीडिया में किस प्रकार से तुलना हो सकती है। दोनों के तुलनात्मक अध्ययन द्वारा ही हम इसके किसी अच्छे निष्कर्ष पर पहुँच सकते हैं।

संदर्भ :

- १) प्रयोजन मूलक हिन्दी-डॉ.लक्ष्मीकांत पांडे
- २) प्रयोजनमूलक हिंदी-डॉ.माधव सोनटक्के
- ३) भारतीय पत्रकारिता पर एक नजर-डॉ.जे.के.चौपड़ा
- ४) सूचना प्रद्योगिकी और समाचार पत्र-रविंद्र शुक्ला
- ५) मीडिया और हिंदी-डॉ.खराटे, पाटील, सोनवणे
- ६) उत्तर आधुनिक मीडिया तकनीक-हर्षदेव