MA(JMC)-119 (N)

वेब पत्रकारिता

उ.प्र. राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

MA(JMC)-119 (N)
वेब पत्रकारिता

खण्ड- **1** वेब पत्रकारिता का परिचय

इकाई-1 परिभाषा, इतिहास और विकास

इकाई-2 न्यू मीडियाः परिभाषा, महत्व, स्वरूप और विशेषता

इकाई-3 वेब पत्रकारः गुण, कौशल और उत्तरदायित्व

इकाई-4 समाचार और डेटाः संग्रह, लेखन और संपादन

खण्ड- 2 समाचार पोर्टल और समाचार पत्र वेबसाइट

इकाई-5 अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय समाचार पोर्टल

इकाई-6 प्रमुख इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की समाचार वेबसाइटें

इकाई-7 प्रमुख प्रिंट मीडिया की समाचार वेबसाइटें

इकाई-8 समाचार एजेंसियां और उनके वेब पोर्टल

खण्ड- 3 वेब लॉग पत्रकारिता

इकाई-9 ब्लॉग के प्रकार

इकाई-10 ब्लॉग सर्च इंजन, ब्लॉग एग्रीगेटर

इकाई-11 ब्लॉग में नए रुझान

इकाई-12 वेबलॉग और लोकतंत्र

खण्ड- **4** नागरिक पत्रकारिता

इकाई-13 सोशल मीडिया वेब पत्रकारों के लिए एक उपकरण के रूप में

इकाई-14 वेब पत्रकारों के लिए लाइव रिपोर्टिंग

इकाई-15 ऑनलाइन विज्ञापन और राजस्व सृजन

इकाई-16 वेब पत्रकारिता की समसामयिक चुनौतियाँ

Scanned with OKEN Scanner

परामर्श समिति

आचार्य सत्यकाम कुलपति, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

विनय कुमार कुलसचिव, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

पाठ्यक्रम निर्माण समिति ; (अध्ययन बोर्ड)

प्रो0 सत्यपाल तिवारी निदेशक, मानविकी , विद्याशाखा उ0प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

प्रो. अनुराग दवे आचार्य, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग , काशी हिन्दू, विश्वविद्यालय, वाराणसी

प्रो. गोविन्द जी पाण्डेय आचार्य जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग , बाबा साहेब भीमराव, अम्बेडकर विश्वविद्यालय, लखनऊ

डॉ0 दिग्विजय सिंह राठौर सहा0 आचार्य, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग , वीर बहादुर सिंह पूर्वाचल,विश्वविद्यालय,जौनपुर

डॉ0 साधना श्रीवास्तव सहा0 आचार्य जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, उ0प्र0राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

डॉ0 सतीश चन्द्र जैसल, सहा0 आचार्य जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, उ0प्र0राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

लेखक

डॉ0 डॉ0 कुँवर सुरेन्द्र बहादुर, असि0 प्रो0,पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,बाबा साहेब भीम राव अम्बेडकर, केन्द्रीय विश्वविद्यालय, लखनऊ **इकाई–1,2,11**

डॉ. परमात्मा कुमार मिश्र, सहायक प्रोफेसर, मीडिया अध्ययन विभाग, महात्मा गांधी केन्द्रीय विश्वविद्यालय, मोतिहारी, बिहार, **इकाई–13,14**

डा0 अख्तर आलम, असि0 प्रो0,पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, महात्मा गॉधी अन्तर्राष्ट्रीय हिन्दी विश्वविद्यालय, झूंसी परिसर प्रयागराज **इकाई–10, 12**

डॉ सूर्य प्रकाश, पत्रकारिता एवं जनसंचार, माखन लाल चतुर्वेदी पत्रकारिता वि0वि0,रीवा कैम्पस, मध्यप्रदेश **इकाई–15**

डॉ0 दिग्विजय सिंह राठौर, असि0 प्रो0, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, वीर बहादुर सिंह पूर्वाचल, विश्वविद्यालय, जौनपुर, उ0प्र0 **इकाई–6, 7,9**

डॉ0 साधना श्रीवास्तव, असिस्टेन्ट प्रोफेसर, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, उ0प्र0राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज, उ0प्र0– **इकाई–4**

डॉ0 सतीश चन्द्र जैसल, असिस्टेन्ट प्रोफेसर, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, उ0प्र0राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय,प्रयागराज,उ0प्र0 **इकाई–3, 16**

डॉ0 दयानन्द उपाध्याय, असिस्टेन्ट प्रोफेसर, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, उ0प्र0राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज,उ0प्र0 **इकाई–5, 8**

Scanned with OKEN Scanner

सम्पादन

प्रो. रायल, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,उत्तरखंड मुक्त विश्वविद्यालय, खण्ड–4 **इकाई–13,14, 15,16**

डॉ उमेश एसो0 प्रो0, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग जम्मू केन्द्रीय विश्वविद्यालय, **खण्ड–2 इकाई–6, 7**

डॉ. राजेश कुशवाहा एसो0 प्रो0, अमरवती कैम्पस आई0आई0एम0सी0 **खण्ड–2 इकाई–5, 8**

डॉ. योगेन्द्र कुमार पाण्डेय, एसो0 प्रो0, कानपुर वि0वि0 कानपुर **खण्ड–1 इकाई–1,2,3,4**

डॉ0 साधना श्रीवास्तव, असिस्टेन्ट प्रोफेसर, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, उ0प्र0राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज, **खण्ड–3 इकाई–9,10,11,12**

समन्वयक

डॉ0 साधना श्रीवास्तव, असिस्टेन्ट प्रोफेसर, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, उ0प्र0राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज, उ0प्र0

मुद्रितवर्ष– 2025

© उत्तर प्रदेश राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज

ISBN No. –

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस सामग्री के किसी भी अंश को उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज की लिखित अनुमति के बिना किसी भी रूप मे मिनियोग्राफी (वक्रमुद्रण) द्वारा या अन्यथा पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नही है।

नोट :पाठय साम्रगी में मुद्रित साम्रगी के विचारों एवं आकड़ो आदि के प्रति विश्वविद्यालय, उत्तरदायी नही हैं।

प्रकाशन विनय कुमार, कुलसचिव, उ0 प्र0 राजर्षि टण्डन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज, 2025।

नोट *प्रस्तावित अध्ययन सामग्री

Scanned with OKEN Scanner

खण्ड- 1 वेब पत्रकारिता का परिचय

आज के डिजिटल युग में वेब पत्रकारिता समाचार और सूचना को प्राप्त करने का एक सशक्त माध्यम बनकर उभरा हैब्रेकिंग न्यूज से लेकर गहन विश्लेषण तक वेब पत्रकारिता के जरिए आम जनमानस तक अपनी पहुंच बन चुकी है एक समय में लोगों के पास समाचार एवं आसपास का हाल जानने के लिए समाचार पत्र और रेडियो हुआ करते थे। वेब पत्रकारिता को ऑनलाइन पत्रकारिता, डिजिटल पत्रकारिता, इंटरनेट पत्रकारिता और साइबर पत्रकारिता के नाम से भी जाना जाता है। यह पत्रकारिता का ऐसा नया रूप है, जहाँ पर सम्पादकीय सामग्री को इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित किया जाता है उपरोक्त खण्ड के अध्ययन के आप निम्नलिखित इकाई को समझ पायेगे -

इकाई-1 परिभाषा, इतिहास और विकास
इकाई-2 न्यू मीडियाः परिभाषा, महत्व, स्वरूप और विशेषता
इकाई-3 वेब पत्रकारः गुण, कौशल और उत्तरदायित्व
इकाई-4 समाचार और डेटाः संग्रह, लेखन और संपादन

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-1

इकाई की रूपरेखा

1.1 उद्देश्य

1.2 प्रस्तावना

1.3 वेब पत्रकारिता

1.3.1 भारत में वेब पत्रकारिता का इतिहास और विकास

1.3.2 वेब पत्रकारिता की विस्तृत परिभाषाएँ और उनका विश्लेषण

1.4 वेब पत्रकारिता की विशेषता

1.5 वेब पत्रकारिता की कमजोरी

1.6 नागरिक पत्रकारिता

1.7 इंटरनेट का इतिहास

1.8 सोशल मीडिया का इतिहास

1.9 सारांश

1.10 अभ्यास के प्रश्न

1.11 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

1.1उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत:

- आप वेब पत्रकारिता की अवधारणा को समझ पाएंगे।
- आप नागरिक पत्रकारिता की प्रक्रिया से अवगत होंगे।
- आप सोशल मीडिया से परिचय प्राप्त करेंगे।

1.2प्रस्तावना

आज के डिजिटल युग में वेब पत्रकारिता समाचार और सूचना को प्राप्त करने का एक सशक्त माध्यम बनकर उभरी है। ब्रेकिंग न्यूज से लेकर गहन विश्लेषण तक वेब पत्रकारिता आम जनमानस तक अपनी पहुंच बना चुकी है। एक समय में लोगों के पास समाचार एवं आसपास का हाल जानने के लिए केवल समाचार पत्र और रेडियो उपलब्ध थे।

टीवी के आगमन ने इस विधा में परिवर्तन लाया और समाचारों में ध्वनि के साथ रंग भी दिखाए जाने लगे। यही वजह है कि चाहे वह समाचार पत्र हो या समाचार चैनल समूह, सभी ने अपनी वेबसाइट बना रखी है। वेब या ऑनलाइन पत्रकारिता आज के युग की जरूरत बन चुकी है। इस पत्रकारिता में पत्रकारों के साथ आम लोग भी समाचार देने में अपनी हिस्सेदारी का पूरी तरह निर्वहन कर रहे हैं।

1.3वेब पत्रकारिता

वेब पत्रकारिता को ऑनलाइन पत्रकारिता, डिजिटल पत्रकारिता, इंटरनेट पत्रकारिता और साइबर पत्रकारिता के नाम से भी जाना जाता है। यह पत्रकारिता का ऐसा नया रूप है, जहाँ पर संपादकीय सामग्री को इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित किया जाता है।

सरल शब्दों में कहा जाए तो इंटरनेट के माध्यम से होने वाली पत्रकारिता वेब पत्रकारिता कहलाती है। इस पत्रकारिता की प्रमुख विशेषताएं संवादात्मकता (इंटरेक्टिविटी), बहुपद (मल्टीमेडियलिटी), अतिपाठ्यता (हाइपरटेक्सटुअलिटी) और तात्कालिकता (इमीडियसी) हैं। परस्पर संवाद, प्रेरित करने की क्षमता, कनेक्टिविटी, अभिसरण एवं गतिशीलता ही इसे पारंपरिक पत्रकारिता से अलग करती हैं।

इंटरनेट के आगमन से पत्रकारिता के स्वरूप में मूलभूत परिवर्तन देखने को मिले हैं। रिपोर्टिंग से लेकर खबरों के निर्माण, वितरण और उपभोग तक सभी पर इसके प्रभाव को देखा गया है। इंटरनेट के माध्यम से होने वाली

Scanned with OKEN Scanner

पत्रकारिता में पारंपरिक मीडिया यानी मुद्रित माध्यम से लेकर ऑडियो, वीडियो, ग्राफिक्स, एनिमेशन आदि सभी के गुण समाहित हैं।

इस प्रकार की पत्रकारिता का उपभोक्ता किसी समय सीमा से बंधा नहीं है। वह अपनी मर्जी से देश ही नहीं, बल्कि दुनिया के किसी भी कोने से, किसी भी समय, किसी भी खबर को ऑनलाइन न्यूज़ प्लेटफार्मों के माध्यम से उपभोग करने के साथ अपनी प्रतिक्रिया भी दे सकता है। इस प्रकार की पत्रकारिता में पाठक वर्ग निष्क्रिय उपभोक्ता नहीं है; वह खबरों के चयन और प्रकाशन में भी अपना योगदान देता है।

1.3.1 भारत में वेब पत्रकारिता का इतिहास और विकास:

भारत में वेब पत्रकारिता का इतिहास और विकास एक उल्लेखनीय यात्रा है, जिसने सूचना और समाचार के वितरण के तरीके को पूरी तरह से बदल दिया। इस प्रक्रिया को निम्नलिखित बिंदुओं के माध्यम से समझा जा सकता है:

वेब पत्रकारिता की शुरुआत:

- 1989 में इंटरनेट का आगमन: भारत में इंटरनेट पहली बार 1989 में आम लोगों के लिए उपलब्ध कराया गया। इस समय इसका उपयोग मुख्यतः तकनीकी और वैज्ञानिक उद्देश्यों के लिए किया जाता था।
- 1990 में वर्ल्ड वाइड वेब का आविष्कार: टिम बर्नर्स ली ने वर्ल्ड वाइड वेब का आविष्कार किया, जिसने इंटरनेट को उपयोगकर्ताओं के लिए अधिक सुलभ बना दिया। इसने समाचार वितरण को एक नए आयाम में बदलने की नींव रखी।

प्रारंभिक प्रयोग और वेब पत्रकारिता की पहली लहर

- 1970 में वेब पत्रकारिता की शुरुआत: वेब पत्रकारिता की पहली शुरुआत यूनाइटेड किंगडम में 1970 के दशक में टेलीटेक्स्ट और वीडियोटेक्स्ट के माध्यम से हुई। यह प्रारंभिक प्रयास ज्यादा सफल नहीं हुआ, लेकिन इसने भविष्य की संभावनाओं को जीवंत किया।
- 1993-2002: डिजिटल क्रांति: इस अवधि में इंटरनेट पर नए तकनीकी उपकरण जैसे HTML, ईमेल, इंटरनेट एक्सप्लोरर आदि का विकास हुआ।

Scanned with OKEN Scanner

- 8 दिसंबर 1993: न्यूयॉर्क टाइम्स ने इंटरनेट पर पहला लेख प्रकाशित किया, जो डिजिटल पत्रकारिता के इतिहास में महत्वपूर्ण दिन माना जाता है।

भारत में वेब पत्रकारिता का आगमन

- 1995 में इंटरनेट सेवा की शुरुआत: 15 अगस्त 1995 को विदेश संचार निगम लिमिटेड (VSNL) ने भारत में पहली बार आम जनता के लिए इंटरनेट सेवा शुरू की।
- 1995 में 'द हिंदू' की ऑनलाइन शुरुआत: इसी वर्ष 'द हिंदू' समाचार पत्र ने अपनी ऑनलाइन सेवा शुरू की, जिसे भारत में वेब पत्रकारिता की शुरुआत माना जाता है।

हिंदी में वेब पत्रकारिता का उदय

- 1997-1998: हिंदी भाषा में वेब पत्रकारिता का आरंभ हुआ।
    - दैनिक जागरण: 17 जनवरी 1997 को दैनिक जागरण ने अपनी वेबसाइट लॉन्च की।
    - नवभारत टाइम्स: 4 मार्च 1997 को नवभारत टाइम्स ने अपनी ऑनलाइन सेवा शुरू की।
    - राजस्थान पत्रिका: 1998 में राजस्थान पत्रिका ने डिजिटल दुनिया में कदम रखा।
- हिंदी पत्रकारिता का विस्तार: 2000 के दशक तक, हिंदी के कई प्रमुख समाचार पत्रों ने अपनी ऑनलाइन सेवाएं शुरू कीं, जिनमें नई दुनिया, अमर उजाला, और दैनिक भास्कर शामिल हैं।

स्वतंत्र ऑनलाइन समाचार पोर्टल्स का उदय

- इस दौरान कई स्वतंत्र ऑनलाइन समाचार पोर्टल उभरने लगे, जैसे कि न्यूज़लॉन्ड्री, द क्विंट, और स्क्रॉल।
- इन पोर्टल्स ने पारंपरिक मीडिया से अलग अपनी पहचान बनाई और युवा पाठकों के बीच लोकप्रिय हुए।

1.3.2 वेब पत्रकारिता की विस्तृत परिभाषाएँ और उनका विश्लेषण: वेब पत्रकारिता, जिसे डिजिटल पत्रकारिता या ऑनलाइन पत्रकारिता के रूप में भी जाना जाता है, सूचना और समाचार के प्रसारण का एक ऐसा माध्यम है जो इंटरनेट के उपयोग से संचालित होता है। इसकी परिभाषा को विभिन्न

Scanned with OKEN Scanner

विद्वानों और संस्थानों ने अलग-अलग दृष्टिकोणों से व्याख्यायित किया है। आइए इन परिभाषाओं को और विस्तार से समझते हैं:

- **ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी ऑफ जर्नलिज्म (हार्किन):** वेब पत्रकारिता में विभिन्न प्रकार के समाचार शामिल होते हैं, जो विभिन्न वेबसाइट्स, सोशल मीडिया, आरएसएस फीड्स, ईमेल, न्यूज़लेटर और अन्य ऑनलाइन पत्रकारिता साधनों के माध्यम से प्रकाशित और प्रसारित किए जाते हैं। यह परिभाषा वेब पत्रकारिता की बहु-आयामी प्रकृति पर प्रकाश डालती है। इसमें पारंपरिक मीडिया के साथ-साथ आधुनिक डिजिटल टूल्स को भी शामिल किया गया है। यह वेब पत्रकारिता की समग्रता को समझने का एक व्यापक दृष्टिकोण प्रदान करता है।
- **यूनिवर्सिटी ऑफ विस्कॉन्सिन कैलिफोर्निया के अनुसार:** डिजिटल पत्रकारिता वह न्यूज़ कंटेंट है, जो इंटरनेट के माध्यम से निर्मित और प्रसारित की जाती है। विशेष रूप से, यह वह सामग्री है जो मुख्य रूप से सक्रिय पत्रकारों द्वारा निर्मित की गई हो और जिसका उद्देश्य व्यापक दर्शकों को सटीक और सत्यापित जानकारी प्रदान करना हो। यह परिभाषा डिजिटल पत्रकारिता की सटीकता और प्रामाणिकता पर जोर देती है। इसमें यह बताया गया है कि वेब पत्रकारिता केवल सूचना वितरण तक सीमित नहीं है, बल्कि इसका उद्देश्य तथ्यात्मकता और निष्पक्षता के साथ सामग्री को प्रसारित करना है।
- **कोली (विकिपीडिया के संदर्भ में):** ऑनलाइन पत्रकारिता को मूल लेखन और रिपोर्टिंग के रूप में परिभाषित किया जा सकता है, जिसे वर्ल्ड वाइड वेब के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। इस परिभाषा में मुख्य रूप से रिपोर्टिंग और लेखन पर जोर दिया गया है। इसके माध्यम से यह बताया गया है कि ऑनलाइन पत्रकारिता, पारंपरिक पत्रकारिता के लेखन सिद्धांतों को इंटरनेट के माध्यम से प्रस्तुत करने का एक उन्नत स्वरूप है।

1.4वेब पत्रकारिता की विशेषता

फिलिप मेयर, जो डिजिटल पत्रकारिता के विशेषज्ञ माने जाते हैं, का कहना है कि ऑनलाइन मीडिया, पारंपरिक मीडिया से कई मायनों में अलग है। उन्होंने ऑनलाइन पत्रकारिता की कुछ प्रमुख विशेषताएं बताई हैं, जो इस प्रकार हैं:

Scanned with OKEN Scanner

- **रियल टाइम अपडेट:** वेब पत्रकारिता की सबसे बड़ी ताकत इसकी रियल टाइम अपडेट की क्षमता है। इसमें किसी भी घटना के तुरंत बाद समाचार को प्रकाशित और अपडेट किया जा सकता है। जैसे ही कोई घटना घटती है, रिपोर्टर या पत्रकार उसे इंटरनेट के माध्यम से तुरंत दर्शकों तक पहुंचा सकते हैं। लाइव ब्लॉगिंग, लाइव वीडियो स्ट्रीमिंग और सोशल मीडिया पोस्ट्स इस सुविधा को और प्रभावी बनाते हैं।
- **शिफ्टेड टाइमलाइन (फ्लेक्सिबल टाइमलाइन):** वेब पत्रकारिता में प्रकाशित सामग्री को किसी भी समय अपडेट और पुनः प्रकाशित किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी लेख में तथ्यात्मक त्रुटि पाई जाती है, तो इसे तुरंत ठीक किया जा सकता है। पाठक बाद में भी इन लेखों को पढ़ सकते हैं और नई जानकारी के साथ अपडेट रह सकते हैं।
- **मल्टीमीडिया फीचर:** वेब पत्रकारिता केवल टेक्स्ट तक सीमित नहीं है। इसमें वीडियो, ऑडियो, ग्राफिक्स और इन्फोग्राफिक्स को जोड़ने की क्षमता होती है। यह पाठकों को अधिक संपूर्ण और प्रभावी तरीके से जानकारी समझने में मदद करता है। जैसे: एक आपदा की खबर केवल टेक्स्ट में न बताकर, उससे संबंधित वीडियो और तस्वीरें भी प्रस्तुत की जा सकती हैं।
- **उच्च क्रियाशीलता (हाइपरएक्टिविटी):** वेब पत्रकारिता पाठकों को लेखों और सामग्री के साथ इंटरैक्ट करने का मौका देती है। पाठक टिप्पणियाँ लिख सकते हैं, पोल्स में भाग ले सकते हैं, और लेखकों से सीधे संवाद कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त, ईमेल, चैट, और फीडबैक फॉर्म्स के माध्यम से भी प्रतिक्रिया दी जा सकती है।
- **जगह की कमी नहीं:** वेब पत्रकारिता में पारंपरिक प्रिंट मीडिया की तरह जगह की कोई सीमा नहीं होती। बड़े डेटा सेट, विस्तारित लेख, और अधिक मल्टीमीडिया सामग्री आसानी से जोड़ी जा सकती है। उदाहरण के लिए, अखबार में केवल सीमित स्थान होता है, लेकिन वेब पर आप जितनी चाहें उतनी सामग्री प्रकाशित कर सकते हैं।
- **वैश्विक पहुंच (ग्लोबल रीच):** वेब पत्रकारिता की सबसे बड़ी विशेषता इसकी वैश्विक पहुंच है। इंटरनेट की सहायता से, एक लेख दुनिया के किसी भी कोने में पढ़ा जा सकता है। उदाहरण: भारत में प्रकाशित एक लेख अमेरिका, यूरोप, या अफ्रीका में भी आसानी से पढ़ा जा सकता है।

Scanned with OKEN Scanner

- **मल्टीमीडिया सामग्री:** वेब पत्रकारिता में केवल लेख या तस्वीरें नहीं होतीं, बल्कि वीडियो, पॉडकास्ट, और इंटरैक्टिव ग्राफिक्स का भी उपयोग किया जाता है। यह दर्शकों को एक समृद्ध और विविध अनुभव प्रदान करता है। उदाहरण: किसी खेल की रिपोर्ट को लाइव वीडियो और ग्राफिक्स के साथ प्रस्तुत किया जा सकता है।
- **हाइपरलिंक्स का उपयोग:** वेब पत्रकारिता में हाइपरलिंक्स का उपयोग करके संबंधित जानकारी तक पहुंचने की सुविधा होती है। पाठक आसानी से लेख से संबंधित अन्य लेख, स्रोत, या संदर्भ सामग्री तक जा सकते हैं। यह सुविधा पारंपरिक मीडिया में उपलब्ध नहीं होती।
- **दो-तरफा संवाद (इंटरएक्टिविटी):** वेब पत्रकारिता में पाठक और लेखक के बीच संवाद संभव होता है। पाठक तुरंत अपनी प्रतिक्रिया दे सकते हैं, और लेखक उस पर उत्तर दे सकते हैं। यह संवाद पाठकों को सामग्री में अधिक गहराई से जोड़ता है।
- **सामग्री संग्रहण और पुन: उपयोग:** वेब पत्रकारिता में सामग्री को संग्रहित करना और भविष्य में उपयोग करना बहुत आसान है। वेबसाइट्स और पोर्टल्स में संग्रहण की सुविधा होती है, जिससे पुरानी खबरों तक पहुंच संभव है। यह विशेषता पारंपरिक मीडिया के मुकाबले बहुत अधिक उपयोगी है।
- **आसान और प्रभावी खोज (सर्च और फाइंडिंग):** वेब पत्रकारिता की सामग्री को खोजने के लिए केवल कुछ कीवर्ड्स की आवश्यकता होती है। सर्च इंजन के माध्यम से पुरानी और नई खबरें तुरंत खोजी जा सकती हैं। उदाहरण: यदि किसी व्यक्ति को 2005 की खबर पढ़नी हो, तो सर्च बार में कीवर्ड डालकर उसे तुरंत प्राप्त किया जा सकता है।

1.5ऑनलाइन पत्रकारिता की चुनौतियाँ

ऑनलाइन पत्रकारिता की सबसे बड़ी समस्या इसकी विश्वसनीयता को लेकर है। हर दिन नई-नई वेबसाइटें बन रही हैं, लेकिन इन्हें संचालित करने के लिए पर्याप्त संसाधनों की कमी होती है। इस कारण, कोई भी व्यक्ति आसानी से एक पोर्टल शुरू कर सकता है, जिससे खबरों की गुणवत्ता पर सवाल उठते हैं। कई बार यह देखा गया है कि कुछ पोर्टल्स केवल अफवाहों को खबर बनाकर प्रकाशित करते हैं। इससे पाठकों का विश्वास कमजोर होता है और बड़ी मीडिया कंपनियाँ इसे लेकर चिंतित रहती हैं।

Scanned with OKEN Scanner

- **फेक न्यूज़ का प्रसार** ऑनलाइन पत्रकारिता की एक और गंभीर चुनौती है। इंटरनेट के माध्यम से झूठी जानकारी तेजी से फैल सकती है। उदाहरण के लिए, किसी प्रसिद्ध व्यक्ति की मृत्यु की झूठी खबर वायरल हो सकती है, या किसी कंपनी के दिवालिया होने की अफवाहें फैल सकती हैं। ऐसी खबरें न केवल भ्रम उत्पन्न करती हैं, बल्कि सामाजिक और आर्थिक नुकसान भी पहुंचा सकती हैं।
- **नैतिकता का सवाल** भी ऑनलाइन पत्रकारिता में उभरता है। कई बार पोर्टल्स क्लिकबेट हेडलाइंस का उपयोग करते हैं और खबरों को सनसनीखेज बनाने के लिए गोपनीयता का उल्लंघन करते हैं। इसके अलावा, बिना तथ्य-जांच के खबरें प्रकाशित करना भी एक गंभीर समस्या है। यह पाठकों के विश्वास को कमजोर करने के साथ ही पत्रकारिता की नैतिकता पर सवाल खड़े करता है।
- **तकनीकी बाधाएँ** भी ऑनलाइन पत्रकारिता की प्रगति में रुकावट बनती हैं। छोटे और स्वतंत्र पोर्टल्स के पास आवश्यक तकनीकी कौशल और उपकरणों की कमी होती है। उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री तैयार करने और वितरित करने के लिए आधुनिक तकनीक की आवश्यकता होती है, लेकिन इन संसाधनों की अनुपलब्धता सामग्री की गुणवत्ता पर नकारात्मक प्रभाव डालती है।
- **कंटेंट चोरी और कॉपीराइट का उल्लंघन** भी ऑनलाइन मीडिया में एक सामान्य समस्या है। डिजिटल सामग्री को आसानी से कॉपी और साझा किया जा सकता है, जिससे मूल रचनाकारों को नुकसान होता है। कई बार कंटेंट चोरी की घटनाएँ इतनी सामान्य होती हैं कि रचनाकार अपनी सामग्री को सुरक्षित रखने में असमर्थ महसूस करते हैं।

इन सभी चुनौतियों का समाधान आवश्यक है। इसके लिए सख्त कानून, नैतिक दिशा-निर्देश, और फेक न्यूज़ के खिलाफ ठोस तंत्र की आवश्यकता है। यदि इन मुद्दों को सही तरीके से हल किया जाए, तो ऑनलाइन पत्रकारिता और अधिक विश्वसनीय और प्रभावशाली बन सकती है।

1.6नागरिक पत्रकारिता

यदि कोई व्यक्ति पेशेवर या व्यावसायिक पत्रकार नहीं है और किसी मीडिया संस्थान से उसका सीधा संबंध नहीं है, इसके बावजूद वह खबर सामग्री का संकलन कर रहा है, तो वह नागरिक पत्रकार या सिटिजन जर्नलिस्ट कहलाएगा। सूचनाओं का योगदान देना मानव स्वभाव है, और यह प्रवृत्ति दर्शाती है कि प्रत्येक व्यक्ति के भीतर किसी न किसी रूप में "एक पत्रकार" होता है। नागरिकता के लिए यह आवश्यक है कि

Scanned with OKEN Scanner

सूचनाएँ स्वतंत्र और प्रामाणिक हों। किसी मीडिया संस्थान के प्रशिक्षित पत्रकार की भांति आम लोग भी समाज को सूचनाएँ और खबरें देने का अपना दायित्व समझते हैं या ऐसा करने की इच्छा रखते हैं।

इंटरनेट और स्मार्टफोन की बढ़ती उपलब्धता के कारण अब सामान्य व्यक्ति के पास भी जनसंचार माध्यम हैं। इंटरनेट पर ब्लॉग, फेसबुक, ट्विटर और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म्स के माध्यम से वे व्यापक पहुँच बना सकते हैं। कई बार उनके पास ऐसी खबरें, चित्र और वीडियो होते हैं, जो किसी बड़े मीडिया संस्थान के पास भी नहीं होते। इस कारण, बड़े मीडिया संस्थानों ने भी नागरिक संसाधनों का उपयोग शुरू किया है और अपने प्लेटफॉर्म्स पर नागरिकों को स्थान देना प्रारंभ किया है।

नागरिक पत्रकारिता ने मुख्यधारा के मीडिया को न केवल अधिक लोकतांत्रिक बनाया है, बल्कि खबरों के चयन और प्रसारण में उसके अधिकार को चुनौती भी दी है। आज किसी भी न्यूज चैनल या समाचार पत्र पर सोशल मीडिया और नागरिक पत्रकारिता द्वारा उठाए गए मुद्दों का दबाव होता है। खबरों के प्रसारण में यह स्पष्टता दिखाई देती है कि मीडिया अब किसी मुद्दे को अनदेखा या दबा नहीं सकता। कई उदाहरण हैं जब नागरिक पत्रकारों द्वारा लाई गई सूचनाओं पर पेशेवर मीडिया ने ध्यान दिया।

नागरिक पत्रकारिता ने पत्रकारिता के क्षेत्र में महत्वपूर्ण बदलाव किए हैं। इसने सूचना केंद्रीकरण के नए तरीके प्रस्तुत किए, सूचनाओं पर अधिकार खत्म किया, सूचनाओं के संचरण के लिए नए रास्ते और तकनीक अपनाई, और नए दृष्टिकोण प्रस्तुत किए। इससे पत्रकारिता अधिक समावेशी और पारदर्शी बन गई है।

1.7इंटरनेट का इतिहास

इंटरनेट, अंग्रेजी के शब्दों इंटरकनेक्टेड और नेटवर्क के मिलाप से बना है, जिसका सारांश है 'सम्बद्धता से जुड़े नेटवर्क।' इसका मूल मतलब है व्यापक तंत्र, जो दुनिया भर के कंप्यूटरों को जोड़ता है, ताकि डिजिटल डाटा को सम्प्रेषित और प्राप्त किया जा सके। इंटरनेट की शक्ति और महत्त्व इसमें निहित है कि यह ज्ञान के साझा करने और सम्प्रेषित करने का एक अत्यंत प्रभावी साधन है। इंटरनेट ने हमें एक सच्ची स्वतंत्रता दी है कि हम किसी भी सूचना को किसी भी समय, किसी भी स्थान पर तत्परता से प्राप्त कर सकते हैं।

इंटरनेट की उद्भव कथा 1960 के दशक में अमेरिकी सरकार के वैज्ञानिक और राष्ट्रीय सुरक्षा अधिकारियों की सोचना के साथ शुरू हुई। उन्होंने एक संचार तंत्र की कल्पना की थी जो युद्ध के दौरान भी कार्य करता रहेगा। उनके प्रयासों का परिणाम एआरपीएनेट था, जिसने संगठनों के बीच डेटा के अदान-प्रदान के लिए एक मार्ग

Scanned with OKEN Scanner

बनाया। इस तंत्र का विस्तार होता रहा और 1980 के दशक में यह इंटरनेट के रूप में विकसित हुआ, जो आज हमारी दुनिया को परिवर्तित कर रहा है।

1 जनवरी, 1983 को इंटरनेट का आधिकारिक जन्मदिन माना जाता है। इंटरनेट एक ग्लोबल नेटवर्क है जिसमें कंप्यूटर और डिवाइस संचार करते हैं और जो सबसे बड़ी जालस्थल है जो दुनिया भर में लोगों को एक साथ जोड़ता है। इंटरनेट की शुरुआत 1960 दशक में एक अमेरिकी राष्ट्रीय सुरक्षा अभियांत्रिकी अनुसंधान संगठन (एआरपीए) द्वारा हुई। इंटरनेट ने विश्व को आपस में जोड़ा है और नए संचार के संभावनाओं को उजागर किया है, जहां लोग जानकारी साझा कर सकते हैं, व्यापार कर सकते हैं, शिक्षा प्राप्त कर सकते हैं और अन्य कई गतिविधियों को संचालित कर सकते हैं।

आज, इंटरनेट ने दुनिया भर में बदलाव लाया है और यह आगे भी नवीनतम तकनीकी और साझा संसाधनों के साथ विकास करता रहेगा।

इंटरनेट ने संचार के क्षेत्र में एक क्रांतिकारी परिवर्तन लाया है। वहां से आप आपके परिचित और अनजान लोगों से आसानी से संपर्क कर सकते हैं, बातचीत कर सकते हैं और जानकारी साझा कर सकते हैं। व्यापार में भी, इंटरनेट ने व्यापार आधारित बाजार को ग्लोबल बाजार में बदल दिया है। इंटरनेट के माध्यम से लोग उत्पादों और सेवाओं की खरीदारी और विक्रय कर सकते हैं, वित्तीय लेन-देन कर सकते हैं और व्यापारिक साझेदारी कर सकते हैं।

इंटरनेट ने शिक्षा के क्षेत्र में भी क्रांतिकारी बदलाव लाया है। लोग अब ऑनलाइन कक्षाओं, मूक पाठ्यक्रमों, और वीडियो सामग्री के माध्यम से उच्च शिक्षा प्राप्त कर सकते हैं। इंटरनेट ने शिक्षा को सरल, पहुंचयोग्य, और ग्लोबल बना दिया है।

इंटरनेट ने मनोरंजन के क्षेत्र में भी बदलाव लाया है। लोग वेबसाइटों, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों, ऑनलाइन स्ट्रीमिंग सेवाओं, और वीडियो गेम्स के माध्यम से मनोरंजन का आनंद ले सकते हैं। इंटरनेट ने हमें विभिन्न सामग्रियों का आपूर्ति और मनोरंजन का अद्यतन साझा करने की सुविधा प्रदान की है।

इंटरनेट आधुनिक दुनिया के लिए आवश्यकता बन चुका है। यह हमें संचार, शिक्षा, व्यापार, मनोरंजन, और और भी कई क्षेत्रों में अवसर प्रदान करता है। इंटरनेट के अच्छे से उपयोग से हम दुनिया को और संख्याता को मिलाकर विकसित कर सकते हैं।

1.8सोशल मीडिया का इतिहास

Scanned with OKEN Scanner

सोशल मीडिया की कहानी इंटरनेट युग से बहुत पहले शुरू होती है। वास्तव में, इसका पता 24 मई, 1844 से लगाया जा सकता है, जब सैमुअल मोर्स ने टेलीग्राफ के माध्यम से पहला इलेक्ट्रॉनिक संदेश भेजा था, जिसने डिजिटल संचार की शुरुआत को प्रेरित किया। यह ऐतिहासिक संदेश, "भगवान ने क्या किया है?", डिजिटल युग के लिए एक आधारशिला बना। हालांकि, आज के इंटरनेट और सोशल मीडिया का आधार ARPANET (एडवांस्ड रिसर्च प्रोजेक्ट्स एजेंसी नेटवर्क) है, जिसे 1969 में अमेरिकी रक्षा विभाग द्वारा स्थापित किया गया था। इस प्रारंभिक डिजिटल नेटवर्क ने चार विश्वविद्यालयों के वैज्ञानिकों को डेटा साझा करने की अनुमति दी और इंटरनेट की नींव रखी।

1980 और 1990 के दशक में कम्यूनिटी, अमेरिका ऑनलाइन (AOL), और प्रोडिगी जैसे ऑनलाइन संचार सेवाओं का विकास हुआ। इन प्लेटफॉर्म्स ने उपयोगकर्ताओं को ईमेल, बुलेटिन बोर्ड, और रीयल-टाइम चैटिंग से परिचित कराया, जो सोशल मीडिया के इतिहास में पहला कदम था। 1997 में पहला सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म सिक्स डिग्रीज लॉन्च हुआ, जिसने उपयोगकर्ताओं को प्रोफाइल बनाने और दोस्तों से जुड़ने की अनुमति दी। इसके बाद, 2001 में फ्रेंडस्टर आया, जिसने ऑनलाइन नेटवर्किंग की अवधारणा को और लोकप्रिय बनाया। ब्लॉगिंग और फ्लिकर को 1999 और 2003 में लॉन्च किया गया, जिसने सोशल मीडिया में लेखन और फोटो शेयरिंग की सुविधा को जोड़ा। इन प्लेटफॉर्म्स ने व्यक्तियों को अपने विचारों और अनुभवों को व्यापक दर्शकों के साथ साझा करने में सक्षम बनाया। लिंक्डइन ने 2002 में पेशेवर नेटवर्किंग के अवसरों को बढ़ावा दिया। यह नौकरी चाहने वालों और नियोक्ताओं दोनों के लिए एक महत्वपूर्ण उपकरण बन गया। 2000 के दशक की शुरुआत में, माईस्पेस का उदय हुआ, जो 2006 तक अपनी संगीत और मनोरंजन-केंद्रित सुविधाओं के कारण दुनिया की सबसे अधिक देखी जाने वाली वेबसाइट बन गई। हालांकि, इसे बाद में फेसबुक ने पीछे छोड़ दिया, जिसने 2008 में तेजी से लोकप्रियता हासिल कर ली। 2012 में गूगल+ ने सोशल मीडिया में प्रवेश करने का प्रयास किया, लेकिन चुनौतियों के कारण 2018 में इसे बंद करना पड़ा।

आज सोशल मीडिया एक गतिशील परिदृश्य है, जिसमें विभिन्न प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं का ध्यान आकर्षित करने की होड़ में हैं। आधुनिक सोशल मीडिया पारिस्थितिकी तंत्र में कुछ प्रमुख तत्व इस प्रकार हैं:

Scanned with OKEN Scanner

- **फेसबुक:** 2004 में मार्क जुकरबर्ग द्वारा स्थापित, फेसबुक के दुनिया भर में लगभग 1.7 बिलियन उपयोगकर्ता हैं। यह सोशल नेटवर्किंग का मुख्य आधार है और व्यक्तियों और व्यवसायों दोनों के लिए एक आवश्यक मंच बन गया है।
- **ट्विटर:** 2006 में स्थापित, ट्विटर एक माइक्रोब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म है, जो वास्तविक समय की खबरों और विचारों का एक प्रमुख स्रोत बन गया है। Pew Research के अनुसार, इसके 22% अमेरिकी वयस्क उपयोगकर्ता हैं।
- **इंस्टाग्राम:** 2010 में लॉन्च और 2012 में फेसबुक द्वारा अधिग्रहित, इंस्टाग्राम के दुनिया भर में 1 बिलियन से अधिक उपयोगकर्ता हैं। यह फोटो-शेयरिंग और विज़ुअल कंटेंट पर केंद्रित है।
- **पिनटेरेस्ट:** 2010 में शुरू हुआ, पिनटेरेस्ट एक विजुअल प्लेटफॉर्म है, जो उपयोगकर्ताओं को पिनबोर्ड बनाने की अनुमति देता है। इसके 335 मिलियन से अधिक सक्रिय मासिक उपयोगकर्ता हैं और यह रचनात्मक प्रेरणा का केंद्र है।
- **स्नैपचैट:** 2011 में स्थापित, स्नैपचैट ने **"स्टोरीज"** और **"फिल्टर"** की अवधारणा पेश की। यह अपने छोटे-फॉर्म वीडियो कंटेंट और इंटरैक्टिव डिजिटल अनुभवों के लिए जाना जाता है।
- ***टिकटॉक:*** *2016 में उभरते और 2018 में अमेरिका में लोकप्रिय, टिकटॉक के दुनिया भर में 800 मिलियन से अधिक उपयोगकर्ता हैं। यह अपने शॉर्ट-फॉर्म वीडियो-शेयरिंग फॉर्मेट के लिए जाना जाता है। सोशल मीडिया का इतिहास अभी समाप्त नहीं हुआ है। प्रौद्योगिकी के साथ प्रगति करते हुए, हम नए प्लेटफॉर्म, सुविधाओं, और अवसरों के उभरने की उम्मीद कर सकते हैं। सोशल मीडिया हमारे संवाद, जानकारी साझा करने, और व्यवसाय करने के तरीकों को विस्तृत करने का काम जारी रखेगा।*

1.9सारांश

आज सूचना प्राद्यौगिकी के दौर में वेब संस्करण चलाने वाले समाचार पत्र और पत्रिकाओं की संख्या दिनोंदिन बढ़ रही है। इससे भविष्य में प्रत्येक पत्र-पत्रिका के ऑनलाइन होने की उम्मीद है। साथ ही स्वतंत्र न्यूज पोर्टलों की संख्या में भी अभूतपूर्व वृद्धि होने की संभावना है। भारत में मोबाइल तकनीकी और फोन सेवा प्रदान करने वाले टेलिकॉम ऑपरेटर्स भी इसके प्रसार में अपनी अहम भूमिका निभा रहे हैं। सस्ते स्मार्टफोन और सस्ते इंटरनेट डाटा पैक लोगों को इंटरनेट से जोड़ने में मदद कर रहे हैं।

Scanned with OKEN Scanner

सोशल मीडिया, मोबाइल एप्लीकेशन्स, वेब साइट आदि के जरिये लोग देश-दुनिया की खबरों को उँगलियों के चंद इशारे पर पा रहे हैं। लेकिन इन लाभों के साथ ही डिजिटल विभाजन, इंटरनेट निरक्षरता जैसी प्रमुख चुनौतियों से भी वेब पत्रकारिता को गुजरना पड़ रहा है। साथ ही इससे उत्पन्न हुई **फेक न्यूज, मिस इन्फॉर्मेशन और डिसइन्फॉर्मेशन** जैसी समस्याओं को भी प्रमुख चिंता के रूप में देखा जा रहा है।

वास्तव में वेब पत्रकारिता ने सूचना का लोकतंत्रीकरण तो किया ही है, साथ ही इससे कई समस्याएँ भी उभरी हैं। इन सभी को ध्यान में रखकर भारत सरकार द्वारा जारी सूचना एवं प्रौद्योगिकी नियम 2021 एक सकारात्मक पहल है, जिसमें डिजिटल मीडिया के लिए आचार संहिता और दिशा-निर्देश दिए गए हैं।

टेलीग्राफ संदेश के रूप में अपनी विनम्र शुरुआत से लेकर आज के विशाल डिजिटल परिदृश्य तक, सोशल मीडिया ने एक लंबा सफर तय किया है। इसने हमारे संवाद करने, जुड़ने और व्यापार करने के तरीके में क्रांति ला दी है।

1.10 अभ्यास के प्रश्न:

1. वेब पत्रकारिता किसे कहते हैं?
2. नागरिक पत्रकारिता की क्या विशेषता है?
3. इंटरनेट के इतिहास का वर्णन कीजिये।
4. सोशल मीडिया किस प्रकार से हमें प्रभावित करता है? वर्णन कीजिये।

1.11 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. इंटरनेट यूसेज इन इंडिया: स्टेटिस्टिक्स एंड फैक्ट्स - नवंबर 2021
2. ज्योति जोशी (2015): *नया मीडिया: अध्ययन और अभ्यास* - गुड़गांव: पेंगुइन रैंडम हाउस इंडिया प्रा. लि.
3. नारायण (2019): *इंडिया कनेक्टेड: न्यू मीडिया के प्रभावों की समीक्षा* - नई दिल्ली: सेज प्रकाशन
4. चौधरी, रितेश (2024), *डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया विज्ञापन*, पार्थ प्रकाशन।
5. मिश्र, उ. (2020): *इंटरनेट पर उपलब्ध हिंदी समाचार-पत्रों के स्वरूप का अध्ययन* - संचार माध्यम, पृष्ठ 60-68

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-2

न्यू मीडिया: परिभाषा, महत्व, स्वरूप और विशेषता

इकाई की रूपरेखा

2.1 उद्देश्य

2.2 प्रस्तावना

2.3 न्यू मीडिया

2.4 न्यू मीडिया का स्वरूप और विशेषता

2.5 न्यू मीडिया का महत्व

2.5 ई पेपर बनाम प्रिंट मीडिया

2.7 सारांश

2.8 अभ्यास के प्रश्न संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत:

1. 'आप न्यू मीडिया' की अवधारणा को समझ पाएंगे।
2. 'आप न्यू मीडिया' की प्रक्रिया से अवगत होंगे।
3. 'आप न्यू मीडिया' के विभिन्न आयामों से परिचय प्राप्त करेंगे।

2.1प्रस्तावना

मानव की मौखिक एवं अमौखिक भाषाई, कलात्मक या रचनात्मक अभिव्यक्ति को एक या एक से अधिक व्यक्ति तथा स्थान तक पहुंचाने की व्यवस्था को ही मीडिया का नाम दिया गया है। मुद्रण के विकास के साथ ही प्रिंट मीडिया ने इस संदर्भ में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। प्रिंट मीडिया ने लिखित अभिव्यक्ति के माध्यम से जन समूह को संदेश प्रेषित किया है। बाद में छायाचित्रों और आवाज के माध्यम से भी जन समूह को संदेश प्रेषित करने में इसकी भूमिका महत्वपूर्ण रही है।

बीसवीं सदी में कंप्यूटर के विकास के साथ-साथ एक नए माध्यम का जन्म हुआ जो डिजिटल है। प्रारंभ में डाटा के सुविधाजनक आदान-प्रदान के लिए शुरू की गई कंप्यूटर आधारित सीमित इंटरनेट सेवा ने आज विश्वव्यापी रूप अख्तियार कर लिया है। इंटरनेट के प्रचार-प्रसार और निरंतर तकनीकी विकास ने एक ऐसी वेब मीडिया को जन्म दिया, जहाँ अभिव्यक्ति के पाठ्य, दृश्य, श्रव्य एवं दृश्य-श्रव्य सभी रूपों का एक साथ क्षणमात्र में प्रसारण संभव हुआ।

इस कंप्यूटर आधारित मीडिया को वेब मीडिया कहा गया। यह वेब मीडिया ही 'न्यू मीडिया' है जो एक कंपोजिट मीडिया है, जहाँ संपूर्ण और तत्काल अभिव्यक्ति संभव है।

2.2न्यू मीडिया

विद्यार्थियों, अब आप इस अध्याय में नई मीडिया से परिचय प्राप्त करेंगे। 'न्यू मीडिया' एक ऐसा शब्द है जिसका उपयोग विकसित होते संचार माध्यमों का वर्णन करने के लिए किया जाता है। इसमें सोशल मीडिया, स्ट्रीमिंग सेवाएँ और मोबाइल डिवाइस सहित विभिन्न डिजिटल प्रौद्योगिकियाँ शामिल हैं। इन नई तकनीकों के साथ कोई भी व्यक्ति आसानी से और तेज़ी से अपने विचारों, राय या रचनाओं को दुनिया के साथ साझा कर सकता है। पारंपरिक मीडिया (प्रिंट और प्रसारण मीडिया) के विपरीत, नया मीडिया इंटरएक्टिव है, जो

Scanned with OKEN Scanner

उपयोगकर्ताओं को दो-तरफा बातचीत में शामिल होने और ऑनलाइन समुदायों में भाग लेने की अनुमति देता है।

यह एक शक्तिशाली उपकरण है जो हमारे संवाद करने, काम करने और खेलने के तरीके को बदल देता है। इस माध्यम ने प्रिंट ही नहीं, रेडियो और टीवी के समक्ष भी एक चुनौती उपस्थित की है। दुनिया के अनेक देशों में सोशल मीडिया और ऑनलाइन समाचार माध्यम आम लोगों के लिए सूचना और समाचार के प्राथमिक माध्यम हो गए हैं। भारत में भी यह प्रवृत्ति जोर पकड़ रही है। कम साधनों में समाचार पोर्टल, वेब पत्रिकाएँ, अखबारों, न्यूज चैनलों और मीडिया संगठनों की वेबसाइटें, ऑनलाइन संस्करण और यूट्यूब चैनल आदि तेजी से अपनी जगह बना रहे हैं।

नए डिजिटल माध्यमों में पारंपरिक माध्यमों के समाहित होते जाने के कारण समाचार-कक्षों का एकीकरण हो रहा है, संपादकीय टीम की भूमिकाएं बदल रही हैं और तकनीकी कौशल की मांग बढ़ रही है। हालाँकि पत्रकारिता के बुनियादी सिद्धांत, नैतिक मूल्य और सामाजिक भूमिकाओं में कोई बदलाव नहीं आया है, लेकिन नए डिजिटल माध्यमों के कारण समाचारों के संग्रह, संपादन और प्रस्तुति में निश्चित ही बड़े बदलाव आ रहे हैं। मल्टीमीडिया समाचार प्रस्तुति पर जोर बढ़ रहा है। मोबाइल पत्रकारिता (मोजो) एक नई विधा के रूप में उभर रही है।

नए डिजिटल माध्यमों, खासकर सोशल मीडिया और सोशल मैसेजिंग (वॉट्सऐप, टेलीग्राम आदि) ने जहाँ एक ओर संचार और मीडिया के दायरे का लोकतंत्रीकरण किया है, वहीं डिजिटल माध्यमों ने दुष्प्रचार और झूठ के मुकाबले के लिए उसकी जांच करने वाले 'फैक्टचैकर्स' की एक नई विधा और पौध भी पैदा कर दी है।

2.3न्यू मीडिया का स्वरूप और विशेषता

न्यू मीडिया की तकनीक मुख्य रूप से डिजिटल, नेटवर्क योग्य और इंटरएक्टिव होती है। यह डिजिटल, इंटरएक्टिव, हाइपरटेक्स्टुअल, नेटवर्क्ड, वर्चुअल और सिम्युलेटेड तकनीकों का मिश्रण है। इंटरनेट, वेबसाइट, मल्टीमीडिया, वीडियो गेम, सीडी रोम, डीवीडी, पेन ड्राइव, हार्ड ड्राइव और एक्सटर्नल हार्ड ड्राइव न्यू मीडिया के प्रमुख टूल्स के रूप में कार्य करते हैं। न्यू मीडिया ने पारंपरिक मीडिया की सीमाओं को पार कर एक नई तरह की संवाद शैली को विकसित किया है, जहां उपयोगकर्ता न केवल सामग्री का उपभोग करते हैं, बल्कि उसमें सक्रिय रूप से भाग भी लेते हैं।

Scanned with OKEN Scanner

सोशल मीडिया नेटवर्क न्यू मीडिया का एक प्रमुख उदाहरण है, जो डिजिटल, इंटरएक्टिव और हाइपर-टेक्स्टुअल नेटवर्क पर आधारित है। यह वैश्विक रूप से जुड़े हुए वर्चुअल और कभी-कभी सिमुलेशन आधारित अनुभव प्रदान करता है। न्यू मीडिया के स्वरूप में व्यापकता और विविधता है। यह पारंपरिक मीडिया के एक-से-अनेक मॉडल के विपरीत अनेक-से-अनेक मॉडल पर आधारित है। डिजिटल माध्यम के उपयोग के लिए किसी न किसी तरह के कंप्यूटिंग डिवाइस की आवश्यकता होती है। यह उपकरण कंप्यूटर, मोबाइल फोन, पर्सनल डिजिटल असिस्टेंट (पीडीए), आईपॉड, ईबुक रीडर या अन्य किसी भी डिजिटल युक्ति के रूप में हो सकते हैं, जिनमें आंकिक गणनाओं और प्रोसेसिंग की क्षमता हो।

न्यू मीडिया के स्वरूप का एक महत्वपूर्ण पहलू यह है कि यह पारंपरिक मीडिया की तुलना में अधिक संवादात्मक है। इसमें उपयोगकर्ता अपने विचारों और विचारधाराओं को साझा करने, सामग्री बनाने और उसे प्रसारित करने में सक्षम होते हैं। यह तकनीक उपयोगकर्ताओं को सामग्री के उपभोग और उत्पादन के बीच के अंतर को समाप्त करने की अनुमति देती है। इसने सूचना और संवाद के दायरे को लोकतांत्रिक बना दिया है।

न्यू मीडिया की परिभाषा के संदर्भ में, इसे डिजिटल संचार का एक उन्नत रूप माना जाता है। हालांकि, इसके विभिन्न पहलुओं और उपयोग को लेकर भ्रम की स्थिति बनी रहती है। कुछ लोग इसे केवल इंटरनेट के माध्यम से संचालित पत्रकारिता तक सीमित मानते हैं, लेकिन न्यू मीडिया समाचारों, सृजनात्मक लेखन और सामान्य संवाद तक ही सीमित नहीं है। यह पारंपरिक मीडिया का एक विकसित संस्करण है, जो इंटरनेट का उपयोग करके संवादात्मक संचार को संभव बनाता है। यह एक ऐसा मंच है जहां सोशल मीडिया, पॉडकास्ट, ब्लॉग, स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म और मोबाइल ऐप जैसे उपकरणों का उपयोग होता है।

डिजिटल युग में, न्यू मीडिया ने सूचना के प्रसारण और संचार में एक क्रांति ला दी है। 1990 के दशक में डिजिटल प्रौद्योगिकी के विकास के साथ, अब अधिकांश जानकारी बाइनरी कोड के रूप में संग्रहीत और प्रेषित की जाती है। डिजिटलीकरण ने तकनीकी अभिसरण को संभव बनाया है, जिससे पाठ, श्रव्य और दृश्य जानकारी एक ही प्रणाली के तहत उपलब्ध हो गई है। यह तकनीकी प्रगति न केवल सूचना के प्रसारण को आसान बनाती है, बल्कि इसे अधिक प्रभावी और तीव्र भी बनाती है।

न्यू मीडिया के विकास ने सामाजिक संवाद को भी बदल दिया है। यह पारंपरिक मीडिया के 'एकतरफा' संचार मॉडल से अलग है, जिसमें दर्शक केवल सामग्री का उपभोग करते थे। न्यू मीडिया के माध्यम से उपयोगकर्ता

Scanned with OKEN Scanner

न केवल सामग्री के उपभोक्ता होते हैं, बल्कि वे इसके निर्माता भी बन जाते हैं। यह संचार का एक दोतरफा रूप प्रदान करता है, जिसमें उपयोगकर्ता संवादात्मक बातचीत कर सकते हैं और सामग्री में योगदान दे सकते हैं। इसके अतिरिक्त, न्यू मीडिया ने वैश्विक नेटवर्क को भी सुगम बनाया है। यह सांस्कृतिक वैश्वीकरण को प्रोत्साहित करता है और सामूहिक बुद्धिमत्ता को बढ़ावा देता है। उपयोग

Scanned with OKEN Scanner

एक नई दिशा और दृष्टिकोण प्रदान किया है, जो इसे आज की डिजिटल दुनिया का एक अभिन्न हिस्सा बनाता है।

2.4न्यू मीडिया का महत्व

न्यू मीडिया की नई संस्कृति में लोग निष्क्रिय रूप से मीडिया का उपभोग नहीं करते, बल्कि उसमें सक्रिय रूप से भाग लेते हैं। यह भागीदारी आमतौर पर सामग्री निर्माण के रूप में होती है, जो किसी भी रूप और किसी भी पैमाने पर हो सकती है। न्यू मीडिया ने परंपरागत मीडिया के एकतरफा संवाद के विपरीत एक नया संवादात्मक मॉडल प्रस्तुत किया है, जहां उपयोगकर्ता न केवल सामग्री का उपभोग करते हैं, बल्कि उसमें योगदान भी देते हैं।

न्यू मीडिया उपयोगकर्ताओं को पोर्टेबिलिटी और समय लचीलापन (टाइम-शिफ्टिंग) प्रदान करता है। यह उपयोगकर्ताओं को स्थान और समय की सीमाओं से मुक्त करता है और उन्हें किसी भी समय और कहीं भी मीडिया सामग्री का उपयोग करने की अनुमति देता है। इसके साथ ही, न्यू मीडिया विभिन्न मीडिया के अभिसरण को संभव बनाता है, जिससे उपयोगकर्ता एक ही समय में कई कार्य कर सकते हैं।

इसके अतिरिक्त, न्यू मीडिया में अंतरसंचालनीयता और सामग्री का एकत्रीकरण प्रमुख विशेषताएँ हैं। यह न केवल उपयोगकर्ताओं को अधिक विकल्प प्रदान करता है, बल्कि उनके लिए संवाद और सहयोग के नए अवसर भी खोलता है। इसने मीडिया के क्षेत्र में अधिक लोकतांत्रिक दृष्टिकोण को जन्म दिया है, जहां हर उपयोगकर्ता सामग्री का निर्माता और उपभोक्ता दोनों बन सकता है।

न्यू मीडिया मीडिया उत्पादकों और उपभोक्ताओं के बीच की दूरी को कम करता है। यह सामाजिक सामूहिकता और रीमिक्स संस्कृति को बढ़ावा देता है, जो उपयोगकर्ताओं को अधिक स्वतंत्रता और रचनात्मकता प्रदान करता है। इसके साथ ही, यह उत्पादों से सेवाओं की ओर संक्रमण को भी सरल और उपयोगकर्ता-केंद्रित बनाता है, जिससे यह आज के डिजिटल युग का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है।

2.5ई पेपर बनाम प्रिंट मीडिया

न्यू मीडिया की तकनीक मुख्य रूप से डिजिटल, नेटवर्क योग्य और इंटरएक्टिव होती है। यह डिजिटल, इंटरएक्टिव, हाइपरटेक्स्टुअल, नेटवर्क्ड, वर्चुअल और सिम्युलेटेड तकनीकों का मिश्रण है। इंटरनेट, वेबसाइट, मल्टीमीडिया, वीडियो गेम, सीडी रोम, डीवीडी, पेन ड्राइव, हार्ड ड्राइव और एक्सटर्नल हार्ड ड्राइव न्यू

Scanned with OKEN Scanner

मीडिया के प्रमुख टूल्स के रूप में कार्य करते हैं। न्यू मीडिया ने पारंपरिक मीडिया की सीमाओं को पार कर एक नई तरह की संवाद शैली को विकसित किया है, जहां उपयोगकर्ता न केवल सामग्री का उपभोग करते हैं, बल्कि उसमें सक्रिय रूप से भाग भी लेते हैं।

सोशल मीडिया नेटवर्क न्यू मीडिया का एक प्रमुख उदाहरण है, जो डिजिटल, इंटरएक्टिव और हाइपर-टेक्स्टुअल नेटवर्क पर आधारित है। यह वैश्विक रूप से जुड़े हुए वर्चुअल और कभी-कभी सिमुलेशन आधारित अनुभव प्रदान करता है। न्यू मीडिया के स्वरूप में व्यापकता और विविधता है। यह पारंपरिक मीडिया के एक-से-अनेक मॉडल के विपरीत अनेक-से-अनेक मॉडल पर आधारित है। डिजिटल माध्यम के उपयोग के लिए किसी न किसी तरह के कंप्यूटिंग डिवाइस की आवश्यकता होती है। यह उपकरण कंप्यूटर, मोबाइल फोन, पर्सनल डिजिटल असिस्टेंट (पीडीए), आईपॉड, ईबुक रीडर या अन्य किसी भी डिजिटल युक्ति के रूप में हो सकते हैं, जिनमें आंकिक गणनाओं और प्रोसेसिंग की क्षमता हो।

न्यू मीडिया के स्वरूप का एक महत्वपूर्ण पहलू यह है कि यह पारंपरिक मीडिया की तुलना में अधिक संवादात्मक है। इसमें उपयोगकर्ता अपने विचारों और विचारधाराओं को साझा करने, सामग्री बनाने और उसे प्रसारित करने में सक्षम होते हैं। यह तकनीक उपयोगकर्ताओं को सामग्री के उपभोग और उत्पादन के बीच के अंतर को समाप्त करने की अनुमति देती है। इसने सूचना और संवाद के दायरे को लोकतांत्रिक बना दिया है।

न्यू मीडिया की परिभाषा के संदर्भ में, इसे डिजिटल संचार का एक उन्नत रूप माना जाता है। हालांकि, इसके विभिन्न पहलुओं और उपयोग को लेकर भ्रम की स्थिति बनी रहती है। कुछ लोग इसे केवल इंटरनेट के माध्यम से संचालित पत्रकारिता तक सीमित मानते हैं, लेकिन न्यू मीडिया समाचारों, सृजनात्मक लेखन और सामान्य संवाद तक ही सीमित नहीं है। यह पारंपरिक मीडिया का एक विकसित संस्करण है, जो इंटरनेट का उपयोग करके संवादात्मक संचार को संभव बनाता है। यह एक ऐसा मंच है जहां सोशल मीडिया, पॉडकास्ट, ब्लॉग, स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म और मोबाइल ऐप जैसे उपकरणों का उपयोग होता है।

डिजिटल युग में, न्यू मीडिया ने सूचना के प्रसारण और संचार में एक क्रांति ला दी है। 1990 के दशक में डिजिटल प्रौद्योगिकी के विकास के साथ, अब अधिकांश जानकारी बाइनरी कोड के रूप में संग्रहीत और प्रेषित की जाती है। डिजिटलीकरण ने तकनीकी अभिसरण को संभव बनाया है, जिससे पाठ, श्रव्य और दृश्य जानकारी एक ही प्रणाली के तहत उपलब्ध हो गई है। यह तकनीकी प्रगति न केवल सूचना के प्रसारण को आसान बनाती है, बल्कि इसे अधिक प्रभावी और तीव्र भी बनाती है।

Scanned with OKEN Scanner

न्यू मीडिया के विकास ने सामाजिक संवाद को भी बदल दिया है। यह पारंपरिक मीडिया के 'एकतरफा' संचार मॉडल से अलग है, जिसमें दर्शक केवल सामग्री का उपभोग करते थे। न्यू मीडिया के माध्यम से उपयोगकर्ता न केवल सामग्री के उपभोक्ता होते हैं, बल्कि वे इसके निर्माता भी बन जाते हैं। यह संचार का एक दोतरफा रूप प्रदान करता है, जिसमें उपयोगकर्ता संवादात्मक बातचीत कर सकते हैं और सामग्री में योगदान दे सकते हैं।

इसके अतिरिक्त, न्यू मीडिया ने वैश्विक नेटवर्क को भी सुगम बनाया है। यह सांस्कृतिक वैश्वीकरण को प्रोत्साहित करता है और सामूहिक बुद्धिमत्ता को बढ़ावा देता है। उपयोगकर्ता अपने संसाधनों को आसानी से साझा कर सकते हैं और अपनी आवश्यकताओं के अनुसार विभिन्न स्रोतों का उपयोग कर सकते हैं। यह नेटवर्क 'सामूहिक बुद्धिमत्ता' को बढ़ावा देता है और उपयोगकर्ताओं को अधिक सक्रिय और जागरूक बनाता है।

न्यू मीडिया के अन्य महत्वपूर्ण पहलुओं में हाइपरटेक्स्टुअलिटी, आभासी दुनिया और सिमुलेशन शामिल हैं। हाइपरटेक्स्ट उपयोगकर्ताओं को विभिन्न सूचना स्रोतों के बीच चयन करने की स्वतंत्रता प्रदान करता है। यह तकनीकी रूप से उपयोगकर्ताओं को सूचना के विभिन्न स्वरूपों के बीच गैर-अनुक्रमिक कनेक्शन स्थापित करने की अनुमति देता है। आभासी दुनिया उपयोगकर्ताओं को वास्तविकता से अलग एक नई और सृजनात्मक दुनिया में प्रवेश करने का अवसर देती है।

सिमुलेशन तकनीक न्यू मीडिया की 'आभासी' प्रकृति से एक कदम आगे है। यह उपयोगकर्ताओं को डिजिटल तकनीक के माध्यम से सिम्युलेटेड आभासी अनुभव प्रदान करती है। कंप्यूटर गेम इसका सबसे स्पष्ट उदाहरण है, जहां उपयोगकर्ता एक आभासी जीवन का अनुभव करते हैं। यह तकनीक उपयोगकर्ताओं को नई संभावनाओं की खोज करने और अपने अनुभवों को व्यापक बनाने का अवसर प्रदान करती है।

न्यू मीडिया ने सामाजिक, सांस्कृतिक और तकनीकी परिवेश को आश्चर्यजनक रूप से बदल दिया है। यह न केवल संवाद और सूचना तक पहुंच को सरल बनाता है, बल्कि रचनात्मकता और नवाचार को भी प्रोत्साहित करता है। इसके माध्यम से उपयोगकर्ता अपने विचारों को व्यापक मंच पर साझा कर सकते हैं और अधिक लोकतांत्रिक तरीके से संवाद स्थापित कर सकते हैं। यह माध्यम पारंपरिक मीडिया के विपरीत, उपयोगकर्ताओं को अधिक सशक्त बनाता है और उन्हें अपनी पहचान और विचारधारा को व्यक्त करने की स्वतंत्रता देता है।

न्यू मीडिया की विशेषताएं इसे और अधिक आकर्षक और प्रभावी बनाती हैं। यह तकनीक न केवल उपयोगकर्ताओं को मीडिया के साथ जुड़ने की अनुमति देती है, बल्कि उन्हें अधिक रचनात्मक और

Scanned with OKEN Scanner

सहयोगात्मक बनने के लिए प्रेरित करती है। इसके माध्यम से उपयोगकर्ता अपनी सामग्री को निजीकृत कर सकते हैं और इसे अधिक प्रासंगिक और उपयोगी बना सकते हैं। न्यू मीडिया ने सूचना और संवाद के क्षेत्र में एक नई दिशा और दृष्टिकोण प्रदान किया है, जो इसे आज की डिजिटल दुनिया का एक अभिन्न हिस्सा बनाता है।

2.6सारांश

इस अध्याय से हमें पता चलता है कि 'न्यू मीडिया' एक संवादात्मक माध्यम है, जिसमें इंटरनेट के उपयोग से पॉडकास्ट, आरएसएस फीड, सोशल नेटवर्क (फेसबुक, माईस्पेस, ट्विटर), ब्लॉग, विकी, और टेक्स्ट मैसेजिंग जैसी तकनीकों के माध्यम से पारस्परिक संवाद स्थापित किया जाता है। यह संवाद माध्यम बहु-संचार संवाद का रूप धारण कर लेता है, जहां पाठक, दर्शक, और श्रोता तुरंत अपनी टिप्पणियाँ न केवल लेखक और प्रकाशक से साझा कर सकते हैं, बल्कि अन्य उपयोगकर्ता भी प्रकाशित और प्रसारित सामग्री पर अपनी प्रतिक्रियाएं दे सकते हैं। यह टिप्पणियां परिचर्चा में परिवर्तित होकर महत्वपूर्ण चर्चाओं का रूप ले लेती हैं।
संक्षेप में, न्यू मीडिया ऐसा माध्यम है जिसमें लेखक ही संपादक और प्रकाशक होता है। यह माध्यम भौगोलिक सीमाओं से मुक्त और राजनैतिक-सामाजिक नियंत्रण से लगभग स्वतंत्र है। इसकी त्वरित अभिव्यक्ति, प्रसारण, प्रतिक्रिया, और वैश्विक पहुंच के चलते न्यू मीडिया का स्वरूप आज के युग में बेहद लोकप्रिय हो गया है।

2.7अभ्यास के प्रश्न

1. कम्प्यूटर आधारित संचार के चरित्र का वर्णन कीजिये।
2. न्यू मीडिया किसे कहते हैं? संचार में न्यू मीडिया की भूमिका का उदाहरण के साथ वर्णन कीजिए।
3. क्या ई-पेपर ने मुद्रित समाचार पत्र को प्रभावित किया है? अपना मत प्रस्तुत कीजिए।

2.8संदर्भ ग्रंथ सूची

1. जोशी, शालिनी, और शिव प्रसाद जोशी. नया मीडिया: अध्ययन और अभ्यास. पेंगुइन प्रेस, 2015.
2. प्रभात प्रकाशन. भारत में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और नई मीडिया. प्रभात प्रकाशन, 2018.
3. चतुर्वेदी, बी. के. न्यू मीडिया टेक्नोलॉजी एंड कम्युनिकेशन. ग्लोबलविज़न पब्लिशिंग हाउस, 2010.
4. जूडिजार्ड, विल्सन पी. ओल्ड मीडिया न्यू मीडिया: मास कम्युनिकेशन इन द इनफार्मेशन ऐज. एलेन बाकुन, 1999.

Scanned with OKEN Scanner

5. चौधरी, ऋतेश, और गरिमा सिंह. आस्पेक्ट्स ऑफ न्यू मीडिया इन इंडिया. पार्थ पब्लिकेशन्स, 2025.

Scanned with OKEN Scanner

इकाई- 3

वेब पत्रकार गुण कौशल और उत्तरदायित्व

इकाई की रूपरेखा

3.1 उद्देश्य

3.2 प्रस्तावना

3.3 वेब पत्रकारिता का इतिहास

3.4 वेब पत्रकार के आवश्यक गुण

3.5 वेब पत्रकार का कौशल

3.6 आलोचनात्मक सोच का कौशल होना

3.7 वेब पत्रकारिता का उत्तरदायित्व

3.8 भारत में वेब पत्रकारिता में करियर की संभावनाएं

3.9 वेब पत्रकारिता का भविष्य

3.10 वेब पत्रकारिता की संभावनाएँ

3.11 सारांश

3.12 अभ्यास के प्रश्न

3.13 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

3.1उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत आप:

- वेब पत्रकारिता का इतिहास के विषय में आप जान सकेंगे।
- वेब पत्रकार के आवश्यक गुण को आप जानेंगे।
- वेब पत्रकार का कौशल और विकास को आप जानेंगे।
- वेब पत्रकारिता की कुछ खास बातों को जान सकेंगे।
- भारत में वेब पत्रकारिता में करियर की संभावनाओं को आप समझ सकेंगे।

3.2प्रस्तावना

वेब पत्रकारिता, पत्रकारिता का एक नया तरीका है जिसमें समाचार और जानकारी को इंटरनेट पर साझा किया जाता है। इसे ऑनलाइन पत्रकारिता या डिजिटल पत्रकारिता भी कहा जाता है। वेब पत्रकारिता में, पत्रकार समसामयिक मामलों पर रिपोर्ट तैयार करते हैं और उन्हें वेबसाइट, ऐप, या वीडियो-शेयरिंग प्लेटफॉर्म पर प्रकाशित करते हैं। इंटरनेट के माध्यम से संचालित होने वाली पत्रकारिता को ही वेब पत्रकारिता कहा जाता है। वर्तमान समय में पाठकों में इस पत्रकारिता की क्रेज बहुत अधिक बढ़ी है। इसी को देखते हुए लगभग सभी समाचार पत्रों एवं समाचार एजेंसियों ने स्वतंत्र रूप में अपने समाचार साइटों को विकसित किया है। यहाँ तक कि आकाशवाणी और टेलीविजन चैनल ने भी अपना रूप बदलकर अपने अंतर्जाल संस्करण शुरू किए हैं।

वेब पर ऑनलाइन साहित्यिक पत्रिकाओं की संख्या भी निरंतर बढ़ रही है। साथ ही ब्लॉग के आगमन से भी हिंदी वेब पत्रकारिता और साहित्य अधिकाधिक समृद्ध हो रहे हैं। साहित्यकार अपने ब्लॉग के जरिए वैश्विक पाठक से जुड़ कर हिंदी भाषा और साहित्य को विश्व स्तर तक पहुँचा रहे हैं। तकनीकी अवरोध तथा फॉण्ट की समस्याओं से भी हिंदी वेब मीडिया अब लगभग मुक्त हो चुका है। वेब पत्रकारिता के क्षेत्र में इतनी मजबूत पकड़ बनने के बावजूद भी हिंदी वेब पत्रकारिता के सामने आज भी साक्षरता, बिजली का अभाव, आर्थिक स्रोत तथा विश्वसनीयता जैसी चुनौतियाँ हैं। वेब पत्रकारिता एवं मीडिया लेखन के क्षेत्र में प्रतिदिन नए-नए आयाम विकसित हो रहे हैं। वेब पत्रकारिता के क्षेत्र में करियर की बहुत अधिक संभावनाएं हैं। इस क्षेत्र का तकनीकी ज्ञान, भाषा और सूचना कौशल आपको एक बेहतर करियर और रोजगार का अवसर प्रदान करता है।

Scanned with OKEN Scanner

वेब पत्रकारिता को ऑनलाइन पत्रकारिता, डिजिटल पत्रकारिता, इंटरनेट पत्रकारिता और साइबर पत्रकारिता के नाम से भी जाना जाता है। यह पत्रकारिता का ऐसा नया रूप है, जहाँ पर संपादकीय सामग्री को इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित किया जाता है। या सरल शब्दों में कहें तो इंटरनेट के माध्यम से होने वाली पत्रकारिता वेब पत्रकारिता होती है। इस पत्रकारिता की प्रमुख विशेषताएँ संवादात्मकता (इंटरेक्टिविटी), बहुपदता (मल्टीमेडियालिटी), अतिपाठ्यता (हाइपरटेक्स्टुअलिटी) और तात्कालिकता (इमीडियसी) हैं। इसमें विशेष रूप से परस्पर संवाद, प्रेरित करने की क्षमता, कनेक्टिविटी, अभिसरण एवं गतिशीलता ही इसे पारंपरिक पत्रकारिता से अलग करती हैं।

योग्यता और समझ: वेब पत्रकारिता करने के लिए आप पत्रकारिता का कोर्स करने के बाद इस क्षेत्र में आसानी से कदम रख सकते हैं। इसके लिए आप 12वीं के बाद मास कम्युनिकेशन में ग्रेजुएशन व उसके बाद पोस्ट ग्रेजुएशन कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त इस क्षेत्र में सर्टिफिकेट व डिप्लोमा कोर्स भी कर सकते हैं। पत्रकारिता में लेखन का ज्ञान होना बहुत जरूरी है। खबरों की समझ के साथ तकनीकी जानकारी रखना भी आवश्यक है। खबर को खबरों के बीच में एकत्रित जानकारी की जांच और सत्यापन करना, तथ्यों की सटीकता की रिपोर्ट करना जरूरी है। प्रेस कॉन्फ्रेंस में भाग लेना और प्रश्न पूछना, नेटवर्किंग और संपर्क बनाना तथा लीड्स का अनुसरण करना भी आवश्यक है। ऐसे लेख लिखना जो पाठकों को आकर्षित करें, जो प्रिंट में प्रकाशित हों या ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर अपलोड किए जाएं।

सबसे तेज बने रहने की चुनौती: अब सोशल मीडिया के इतने टूल्स हैं कि कहीं न कहीं से सूचना प्राप्त हो ही जाती है। आज, जबकि हर जानकारी एक क्लिक पर मौजूद है, यदि वेबसाइट पर खबर नहीं पड़ती तो फिर पीछे रह जाएंगे। टेलीविजन समाचार की ब्रेकिंग और सबसे पहले रहने की होड़ यहाँ भी लागू है। आज व्यक्ति कहीं भी और कभी भी अपने हाथ में लिए स्मार्ट मोबाइल पर सभी सूचनाओं को चाहता है।

3.3वेब पत्रकारिता का इतिहास

जब इंटरनेट 1989 में पहली बार आम लोगों के लिए खोल दिया गया, तो इसके साथ ही इसे अन्य कार्यों के लिए भी प्रयोग किया जाने लगा। इसके एक वर्ष पश्चात् 1990 में टीम बर्नर्स-ली द्वारा वर्ल्ड वाइड वेब के आविष्कार ने इंटरनेट को नए आयाम प्रदान किए। इन्हीं क्षेत्रों में पत्रकारिता का प्रयोग किया गया। सर्वप्रथम वेब पत्रकारिता की उत्पत्ति यूनाइटेड किंगडम में वर्ष 1970 में टेलीटेक्स्ट के आविष्कार के साथ मानी जाती है। यह टेलीटेक्स्ट नामक प्रणाली उपयोगकर्ताओं को यह चुनने की अनुमति देती थी कि वे कौन सी खबरें

Scanned with OKEN Scanner

पढ़ना चाहते हैं। लेकिन कई कमियों की वजह से यह उतनी लाभकारी नहीं रही। इसके बावजूद, इसने पत्रकारिता के नए रूप की नींव तो रख ही दी। इसके उपरांत वीडियोटेक्स्ट भी सामने आया।

मूल रूप से, इंटरनेट पत्रकारिता की शुरुआत 1993 से 2002 के बीच मानी जाती है, जब इंटरनेट तकनीकी के क्षेत्र में नई वेब भाषा—एचटीएमएल, ईमेल, इंटरनेट एक्सप्लोरर, और नेटस्केप नामक ब्राउजर आदि का आगमन हुआ। वर्ष 1993 में यूनिवर्सिटी ऑफ फ्लोरिडा में पत्रकारिता पर पहली वेबसाइट प्रारंभ की गई थी। लेकिन वेब पत्रकारिता के इतिहास में महत्वपूर्ण दिन 8 दिसंबर को माना जाता है, जब न्यूयॉर्क टाइम्स ने इंटरनेट पर पहला लेख प्रकाशित किया। वैसे तो नियमित रूप से नेट पर प्रकाशित होने वाले अखबार पालो आल्टो ने अपना न्यूज कंटेंट सप्ताह में दो बार नेट पर डालकर इस क्षेत्र में नियमित अखबार की शुरुआत करके मार्ग प्रशस्त किया।

उसके उपरांत धीरे-धीरे अमेरिका के बड़े-बड़े मीडिया समूह जैसे—न्यूयॉर्क टाइम्स, वाशिंगटन पोस्ट, सीएनएन, बीबीसी आदि ने इस नए माध्यम की खूबियों को समझकर अपने ऑनलाइन संस्करण शुरू किए। इसके पश्चात् जिन देशों में इंटरनेट की पहुँच लोगों तक होने लगी, वहाँ पर इंटरनेट पत्रकारिता की शुरुआत देखने को मिली।

3.4वेब पत्रकार के आवश्यक गुण

क्या आप मशहूर पत्रकारों और उनके द्वारा प्रस्तुत नेक व्यक्तित्व से प्रेरित होते हैं? वे कौन से गुण हैं जो उन्हें भीड़ से अलग बनाते हैं? साहस से लेकर ईमानदारी, निष्ठा से लेकर दृढ़ संकल्प तक, कुछ ऐसे आवश्यक गुण हैं जो एक पेशेवर पत्रकार के पास होते हैं। अगर आप पत्रकारिता में अपना करियर बनाना चाहते हैं, तो आपके पास ये गुण होने चाहिए-

- शब्दों के साथ एक रास्ता: आप एक औसत समाचार कहानी और एक मनोरंजक समाचार के बीच कैसे अंतर करते हैं? प्रभावी लेखन कौशल बहुत फर्क ला सकता है। एक लेखक को शब्दों के साथ खेलना आना चाहिए और उसे त्रुटि-रहित, व्याकरणिक रूप से सही और संक्षिप्त लेख लिखने में सक्षम होना चाहिए, जिसमें तथ्यात्मक जानकारी हो जो दर्शकों की रुचि को बढ़ाए।
- संपूर्ण ज्ञान: एक अच्छा पत्रकार बनने के लिए, आपको वर्तमान घटनाओं के बारे में पता होना चाहिए। हो रही घटनाओं पर अपडेट रहने के लिए प्रिंट और डिजिटल दोनों तरह के समाचार स्रोतों की विस्तृत श्रृंखला पढ़ें। साथ ही, किसी स्टोरी को कवर करने और उस पर लिखने से पहले आपको कुछ पृष्ठभूमि

Scanned with OKEN Scanner

ज्ञान होना चाहिए। किसी स्टोरी के महत्वपूर्ण विवरणों का पता लगाने के लिए शोध करने की आपकी क्षमता काफी मददगार होती है।

- खोजी कौशल: एक पत्रकार किसी स्टोरी पर काम करते समय भावनाओं पर नहीं, बल्कि तथ्यों और सबूतों पर भरोसा करता है। एक आदर्श पत्रकार को चौकस रहना चाहिए और किसी स्थिति का आकलन करने के लिए मजबूत विश्लेषणात्मक कौशल होना चाहिए, अगर उसमें कुछ और भी है। चाहे स्रोतों की विश्वसनीयता की पुष्टि करने की बात हो या किसी घटना का आकलन करने की, एक पत्रकार को पता होना चाहिए कि किसी स्थिति का गंभीरता से मूल्यांकन कैसे किया जाए। स्टोरी लिखने से पहले जानकारी को सत्यापित करने के लिए सही निर्णय लेना भी उतना ही महत्वपूर्ण है।
- प्रभावी संचार कौशल: किसी भी अन्य क्षेत्र की तरह, एक आदर्श पत्रकार के लिए प्रभावी संचार कौशल आवश्यक हैं। यदि आप लोगों के साथ अपना व्यवहार जानते हैं, तो आप उन्हें समझ सकते हैं और फिर आप किसी स्टोरी के लिए प्रासंगिक जानकारी निकाल सकते हैं। एक आदर्श पत्रकार को यह भी पता होना चाहिए कि अगर साक्षात्कार गलत हो जाता है तो स्थिति को कैसे नियंत्रित किया जाए। पत्रकारों को भाषा में कुशल होना चाहिए और एक ऐसी स्टोरी फाइल करने में पारंगत होना चाहिए जो लक्षित दर्शकों को आकर्षित करे।
- व्यावसायिकता और आत्मविश्वास: भले ही आप फ्रेशर हों और इंटर्नशिप के दौर में हों, आपको खुद को एक पेशेवर मानना चाहिए। पत्रकारिता के क्षेत्र में व्यावसायिकता का मतलब है समयसीमा को पूरा करना, नियमित कार्य घंटों से पहले काम करने के लिए तैयार रहना और संपादकों की आलोचना को स्वीकार करने का साहस रखना। साथ ही, पत्रकारों को सफल होने के लिए आत्मविश्वास दिखाना चाहिए। हालांकि, आपको हमेशा अपनी सीमाओं से सीखने और अपने कौशल को बढ़ाने के लिए उत्सुक रहना चाहिए।
- दृढ़ता और अनुशासन: पत्रकारिता के पेशे में कड़ी मेहनत और लगन की आवश्यकता होती है। कभी-कभी आपको लीड पाने और अखबारों में जगह पाने के लिए महीनों तक किसी स्टोरी का पीछा करना पड़ सकता है। ऐसे समय में, एक आदर्श पत्रकार को स्टोरी का पीछा करना नहीं छोड़ना चाहिए और

Scanned with OKEN Scanner

अनुशासित रहना चाहिए। किसी भी पत्रकार का अंतिम उद्देश्य सच्चाई का पता लगाना और सभी मामलों में न्याय की तलाश करना होना चाहिए, भले ही उसे अपने प्रयासों के लिए मान्यता मिली हो।

- नैतिकता भी महत्वपूर्ण है: दौड़ में आगे बढ़ने के लिए इतनी प्रतिस्पर्धा के साथ, कभी-कभी पत्रकार पैसे और प्रसिद्धि के लिए अपनी नैतिकता को त्याग देते हैं। एक अच्छे पत्रकार को हमेशा नैतिक रूप से व्यवहार करना चाहिए और कभी भी अवैध उपायों का पालन नहीं करना चाहिए, भले ही इससे किसी कहानी के पीछे के रहस्यों को उजागर करने में मदद मिले। नया लेख लिखते समय सटीकता और ईमानदारी अधिक महत्वपूर्ण होनी चाहिए।

प्रिंट से लेकर इलेक्ट्रॉनिक तक, अखबारों से लेकर पत्रिकाओं तक, पत्रकारिता के पेशे में सफल होने के लिए कुछ महत्वपूर्ण व्यक्तित्व लक्षणों और महत्वपूर्ण कौशल की आवश्यकता होती है। यदि आप पत्रकारिता में अपना करियर बनाने की योजना बना रहे हैं, तो आपको खुद से सवाल करना चाहिए कि क्या आपके पास ये आवश्यक कौशल हैं।

3.5वेब पत्रकार का कौशल

वेब पत्रकारिता के लिए एक पत्रकार को कई महत्वपूर्ण कौशल और गुणों से लैस होना चाहिए। सबसे पहले, लेखन शैली का उत्कृष्ट होना बहुत आवश्यक है। पत्रकार को ऐसा लेखन करने में सक्षम होना चाहिए जो न केवल सूचनात्मक हो, बल्कि पाठकों को आकर्षित और प्रभावित करने में भी सफल हो। उसका लेखन स्पष्ट, सटीक और रोचक होना चाहिए ताकि पाठक उसमें रुचि बनाए रखें।

व्याकरण और वर्तनी पर मजबूत पकड़ भी एक कुशल वेब पत्रकार की पहचान होती है। सही व्याकरण और वर्तनी के साथ प्रस्तुत किया गया लेखन पाठकों को आसानी से समझ में आता है और पेशेवर छवि प्रस्तुत करता है। इसके अतिरिक्त, जिस विषय पर पत्रकार लिख रहा है, उस विषय में रुचि और गहन ज्ञान होना भी आवश्यक है। यह विषय की गहराई और प्रभावी रिपोर्टिंग के लिए महत्वपूर्ण है।

समय सीमा का ध्यान रखना वेब पत्रकारिता का एक और महत्वपूर्ण पहलू है। समाचार की दुनिया में समय का बहुत बड़ा महत्व होता है, और पत्रकार को समय सीमा के अंदर कार्य को पूरा करने की क्षमता होनी चाहिए। इसके साथ ही, दबाव में शांत और केंद्रित रहना भी आवश्यक है, ताकि कार्य की गुणवत्ता पर कोई प्रभाव न पड़े।

Scanned with OKEN Scanner

अच्छा संचार और सुनने का कौशल भी एक पत्रकार के लिए बेहद जरूरी है, खासकर जब वह किसी का साक्षात्कार कर रहा हो। एक अच्छा पत्रकार अपने स्रोतों से प्रासंगिक जानकारी निकालने में सक्षम होता है और अपनी बात स्पष्ट रूप से समझाने में माहिर होता है।

आज के डिजिटल युग में, आईटी कौशल भी एक प्रमुख आवश्यकता है। पत्रकार को डेस्कटॉप प्रकाशन सॉफ्टवेयर और अन्य तकनीकी टूल्स का ज्ञान होना चाहिए, जो लेखन और संपादन प्रक्रिया को आसान और प्रभावी बनाते हैं। इसके अलावा, पत्रकार को पाठक या संपादक की आलोचना को सकारात्मक रूप से स्वीकार करने की क्षमता होनी चाहिए। आलोचना से सीखकर अपनी रिपोर्टिंग और लेखन में सुधार करना एक कुशल पत्रकार का गुण है।

ईमानदारी और निष्पक्षता वेब पत्रकारिता में सफलता के मूलभूत सिद्धांत हैं। पत्रकार को सटीक और निष्पक्ष जानकारी प्रस्तुत करनी चाहिए, जिससे पाठकों का विश्वास बनाए रखा जा सके। उसे किसी भी प्रकार के भेदभाव से बचते हुए तथ्यात्मक और तटस्थ रिपोर्टिंग करनी चाहिए।

संक्षेप में, वेब पत्रकारिता के लिए लेखन शैली, व्याकरण, विषय में रुचि, समय प्रबंधन, संचार कौशल, तकनीकी दक्षता, आलोचना स्वीकार करने की क्षमता, और ईमानदारी व निष्पक्षता जैसे गुणों का होना अनिवार्य है। ये कौशल न केवल एक पत्रकार को सफल बनाते हैं, बल्कि उसे पेशेवर और प्रभावशाली भी बनाते हैं।

3.6आलोचनात्मक सोच का कौशल होना

वेब पत्रकारिता पत्रकारिता का एक नया प्रकार है, जिसमें सभी सामग्री इंटरनेट पर साझा की जाती है। वेब पत्रकार ऑनलाइन और सोशल मीडिया के लिए समाचार सामग्री तैयार करते हैं। वे शोध करते हैं, कहानियों की पुष्टि करते हैं, उन्हें लिखते हैं, और फिर उन्हें चित्रित करने के लिए ऑडियो और वीडियो जुटाते हैं।

अमेरिका के न्यूयॉर्क टाइम्स और वॉल स्ट्रीट जर्नल ने जब अपने संस्करणों को समाचारों को डेटाबेस में रखना शुरू किया, तभी से यह माना जाता है कि वेब पत्रकारिता की शुरुआत हुई। 1983 में अमेरिका का एक समाचार पत्र, नाइट राइडर, कुछ लोगों की मांग पर कंप्यूटर पर समाचार और टीवी के कार्यक्रम दिखाने लगा। तब यह प्रयोग के स्तर पर ही था। 1990 के दशक में सैटेलाइट के प्रयोग से प्रसारण को गति मिली और इसके बाद इसका प्रचार-प्रसार किसी आश्चर्य से कम नहीं था।

Scanned with OKEN Scanner

भारत में इसका आगमन तकरीबन 1991 के बाद हुआ। कुछ लोगों ने साहसिक प्रयोग किए, लेकिन उस वक्त बड़ी संख्या में उपभोक्ता नहीं थे। भारत में इंटरनेट की उपलब्धता भी बहुत कम थी और यह सुविधा महंगी थी, जो कई स्थानों पर सुलभ नहीं थी। तब इंटरनेट की गति भी ज्यादा नहीं थी। ऐसा लगा कि इसके अस्तित्व पर ही सवाल खड़ा हो जाएगा। कुछ कंपनियों ने अपने खर्चों में कटौती करके और दूसरी सेवाओं और भरोसेमंद विज्ञापनदाताओं के सहारे जैसे-तैसे उस समय को पार किया। वेब पत्रकारिता का भारत में वह आरंभिक स्वरूप था।

जैसे-जैसे इंटरनेट और उपभोक्ता बढ़े, वैसे-वैसे इसको गति मिलनी शुरू हो गई। वेब पत्रकारिता में प्राण तब आया जब स्थापित अखबारों ने इस क्षेत्र में कदम बढ़ाया और अपने-अपने समाचार पत्रों को पोर्टल पर डालने लगे। इस तरह वेब पत्रकारिता एक नए जोश के रूप में सामने आई। विश्व की बड़ी इंटरनेट सर्विस कंपनियां गूगल और याहू ने भी कदम बढ़ाया और भारत में हिंदी भाषाओं में अपने-अपने पोर्टल लॉन्च किए। तब इस क्षेत्र में क्रांति सी आई। भारत में वेब पत्रकारिता का आधुनिक रूप हमें तब देखने को मिला जब 4G की शुरुआत हुई।

भारत में क्षेत्रीय भाषाओं में जो वेब पत्रकारिता का प्रचार-प्रसार हुआ है, उसके योगदान को कम करके नहीं आंका जा सकता। तमिल, मलयालम, कन्नड़, बांग्ला आदि भाषाओं में अखबारों ने जब अपने वेब पोर्टल लॉन्च किए, तब पाठकों को एक नया विस्तार मिला और भारत की क्षेत्रीय वेब पत्रकारिता को एक नया आयाम प्राप्त हुआ। सूचनाओं को दबाया नहीं जा सकता, यह वेब पत्रकारिता की एक खूबी है।

3.7वेब पत्रकारिता का उत्तरदायित्व

उत्तरदायित्व से तात्पर्य उन मूल्यों या मानदंडों से है, जिनका पालन पत्रकार को अपने व्यवसाय की विश्वसनीयता और पवित्रता को बनाए रखने के लिए करना चाहिए। उत्तरदायित्व धर्म, विशेष व्यक्ति, समूह, व्यवसाय आदि मूल्यों की एक व्यवस्था अथवा संहिता है। वर्तमान समय में, जब समाचार उद्योग में व्यवसाय के हित को सर्वोपरि माना जा रहा है, इस स्थिति में पत्रकार के लिए व्यावसायिक हित और पत्रकारिता के उत्तरदायित्व में संतुलन स्थापित करना अत्यंत कठिन हो जाता है।

जहाँ तक पत्रकारिता में उत्तरदायित्व का प्रश्न है, तो इसे संविधान के तहत विशेष अधिकार प्राप्त हैं। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार के तहत पत्रकार को अपनी बात कहने की स्वतंत्रता होती है। हालांकि,

Scanned with OKEN Scanner

पत्रकारिता में कुछ कार्य ऐसे भी होते हैं जहाँ पर पत्रकार और पत्रकारिता को कानून की सीमा के बाहर जाकर काम करना पड़ता है, और यही वह बिंदु है जहाँ वास्तविक चुनौती सामने आती है।

पत्रकारों को अपनी बातों को अधिक प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने और समाचार पत्र तथा पत्रकार की विश्वसनीयता को बनाए रखने के लिए समाचारों और विचारों को समाज के स्थापित मूल्यों, परंपराओं एवं उत्तरदायित्व के अनुरूप प्रचारित करना होता है। वर्तमान में मीडिया समूहों पर दबाव डालने की प्रवृत्ति बढ़ रही है, जिससे खबरें प्रभावित होती हैं। इन विषम परिस्थितियों के बावजूद, पत्रकारों और पत्रकारिता के लिए कुछ उत्तरदायित्व के सिद्धांत हैं, जिन्हें व्यापक रूप से स्वीकार किया गया है।

1. लेख लेखन: लेखन को तथ्यात्मक, सटीक और उद्देश्यपूर्ण बनाना चाहिए।
2. गोपनीयता: स्रोतों और संवेदनशील जानकारी की गोपनीयता बनाए रखना।
3. संशोधन: प्रकाशित सामग्री में त्रुटियों को तुरंत सुधारना।
4. ब्लॉगिंग और व्लॉगिंग: डिजिटल माध्यमों का उपयोग करते हुए निष्पक्ष और प्रामाणिक सामग्री तैयार करना।
5. पॉडकास्ट और जर्नल लेखन: सामग्री को रोचक और जानकारीपूर्ण बनाना।
6. अश्लीलता से परहेज: किसी भी प्रकार की अश्लील या अनैतिक सामग्री से बचना।
7. मोबाइल पत्रकारिता: मोबाइल उपकरणों के माध्यम से समाचारों का त्वरित और सटीक प्रसारण।
8. प्रकाशन से पूर्व सत्यापन: प्रकाशित करने से पहले जानकारी की प्रामाणिकता की पुष्टि करना।
9. सनसनीखेज शीर्षकों से परहेज: शीर्षकों को तथ्यात्मक और संतुलित रखना।
10. सांप्रदायिक रिपोर्टिंग: किसी भी साम्प्रदायिक मुद्दे की रिपोर्टिंग से पहले समुचित जाँच और सतर्कता।
11. जानकारी की जांच और सत्यापन: एकत्रित जानकारी की सटीकता और प्रामाणिकता सुनिश्चित करना।
12. प्रेस कॉन्फ्रेंस में भाग लेना: आवश्यक और प्रासंगिक प्रश्न पूछने की क्षमता।
13. नेटवर्किंग और संपर्क: प्रभावी नेटवर्किंग और संपर्क बनाने की दक्षता।

Scanned with OKEN Scanner

14. पाठकों को आकर्षित करने वाले लेख: रोचक और प्रासंगिक सामग्री तैयार करना, जो प्रिंट या ऑनलाइन माध्यम में प्रकाशित हो।

वेब पत्रकारिता में उत्तरदायित्व के इन सिद्धांतों का पालन करना पत्रकार के लिए आवश्यक है ताकि वह अपने पेशे की गरिमा बनाए रख सके और पाठकों का विश्वास अर्जित कर सके।

UPRTOU

Scanned with OKEN Scanner

भारत में वेब पत्रकारिता में करियर की संभावनाएं

भारत में वेब पत्रकारों के लिए करियर की संभावनाएं अत्यंत व्यापक हैं, क्योंकि इसमें स्वतंत्र लेखन क्षमता के साथ-साथ विभिन्न मीडिया संगठनों में भी पर्याप्त अवसर उपलब्ध हैं। कई डिजिटल न्यूज स्टार्टअप ब्लॉग और फ्रीलांस जर्नलिंग के लिए स्वतंत्र पत्रकारों और नए कॉलेज ग्रेजुएट्स को काम पर रखने के लिए तत्पर रहते हैं। प्रवेश स्तर के पदों में रिपोर्टर, कंटेंट राइटर, मल्टीमीडिया पत्रकार, संपादक, फोटोग्राफर, कैमरामैन, ग्राफिक्स डिजाइनर आदि शामिल हो सकते हैं। भारत में पत्रकारों का वेतन आमतौर पर 3 लाख रुपये से लेकर 10 लाख रुपये प्रति वर्ष तक होता है, जो अनुभव, योग्यता और नियोक्ता के आकार जैसे कारकों पर निर्भर करता है।

3.8वेब पत्रकारिता का भविष्य

वेब पत्रकारिता का भविष्य पहले से ही यहाँ है। हाई-स्पीड इंटरनेट की शुरुआत के बाद से, सामग्री की खपत में अत्यधिक वृद्धि हुई है, विशेष रूप से कोविड-19 चरण के दौरान। नवीनतम समाचार और जानकारी प्राप्त करने के लिए उपयोगकर्ता तेजी से डिजिटल प्लेटफॉर्म का रुख कर रहे हैं, क्योंकि यह उन्हें चलते-फिरते सामग्री एक्सेस करने की सुविधा देता है और किसी विशिष्ट समय का इंतजार करने की आवश्यकता नहीं होती। आने वाले समय में वेब पत्रकारिता का विस्तार जारी रहेगा और यह सार्वजनिक चर्चा को आकार देने और सत्ता को जवाबदेह बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगी।

हालांकि, वेब पत्रकारिता में गलत सूचना, फर्जी खबरें, प्रचार सामग्री और एल्गोरिदम संबंधी पूर्वाग्रह जैसी चुनौतियाँ भी शामिल हैं। यह विशिष्ट उपयोगकर्ता आधार के लिए जानकारी को अनुकूलित करने के लिए एल्गोरिदम का उपयोग करती है, जिससे सूचनाओं की निष्पक्षता प्रभावित हो सकती है। भारत में कुछ प्रसिद्ध वेब पत्रकारों में रवीश कुमार, बरखा दत्त, मनीष कुमार, फेय डिसूजा, सौरभ द्विवेदी और ध्रुव राठी शामिल हैं, जो डिजिटल मीडिया और ऑनलाइन पत्रकारिता में अपने उल्लेखनीय योगदान के लिए जाने जाते हैं।

भारत में सफल वेब पत्रकार बनने के लिए आवश्यक कौशल में मजबूत लेखन क्षमता, डिजिटल साक्षरता, आलोचनात्मक सोच, अनुकूलनशीलता और नैतिक पत्रकारिता प्रथाओं के प्रति प्रतिबद्धता शामिल है। तकनीकी प्रगति और उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव के कारण वेब पत्रकारिता का भविष्य और अधिक उज्ज्वल होने वाला है।

3.9वेब पत्रकारिता की संभावनाएँ

Scanned with OKEN Scanner

आज का युग संचार क्रांति का युग है। संचार क्रांति के इस दौर में जनसंचार माध्यमों के आयाम बदल रहे हैं। वैश्विक अवधारणा के अंतर्गत सूचना अब एक प्रभावशाली हथियार के रूप में परिवर्तित हो गई है। सूचना जगत की गतिशीलता का प्रभाव जनसंचार माध्यमों पर स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है। समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन जैसे पारंपरिक माध्यमों की जगह आज वेब मीडिया ने ले ली है।

वेब पत्रकारिता को ऑनलाइन पत्रकारिता, इंटरनेट पत्रकारिता और साइबर जर्नलिज्म के नाम से भी जाना जाता है। यह पत्रकारिता का ऐसा नया रूप है, जहाँ सम्पादकीय सामग्री को इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित किया जाता है। इसकी पहुँच किसी एक पाठक, गाँव, शहर या देश तक सीमित नहीं रहती, बल्कि यह सम्पूर्ण विश्व तक फैली होती है। इसे प्रिंट मीडिया, रेडियो और टेलीविजन का मिला-जुला रूप भी कहा जा सकता है। वेब पत्रकारिता में टेक्स्ट, पिक्चर्स, ऑडियो और वीडियो का प्रभावशाली रूप से उपयोग किया जाता है। इसमें सूचनाओं को संरक्षित किया जा सकता है और आवश्यकता पड़ने पर पुरानी घटनाओं से जुड़ी जानकारियों का उपयोग किया जा सकता है। वेब पत्रकारिता में न केवल समाचार और सूचनाएँ शामिल होती हैं, बल्कि लेख, कविताएँ, कहानियाँ, उपन्यास, व्यंग्य, फीचर, साक्षात्कार, समीक्षाएँ और समसामयिक विषयों पर आलेख भी प्रदर्शित किए जाते हैं।

वेब पत्रकारिता ने सामाजिक सरोकार से जुड़े मुद्दों को व्यापक रूप दिया है। जहाँ पहले मीडिया पर एक विशेष वर्ग और विषयों का दबदबा रहता था, वहीं वेब पत्रकारिता ने समाज से जुड़े मुद्दों को उठाने में अहम भूमिका निभाई है। इस प्रकार यह साहित्यिक विधाएँ, ज्ञान-विज्ञान, मनोरंजन और राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय खबरों से भरपूर माध्यम बन चुकी है।

3.10 सारांश

वेब पत्रकारिता एक आधुनिक और प्रभावशाली माध्यम है, जिसने पारंपरिक पत्रकारिता के स्वरूप को बदल दिया है। यह इंटरनेट पर आधारित डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से समाचार और सूचनाओं को प्रसारित करता है। वेब पत्रकारिता की विशेषताएँ—जैसे संवादात्मकता, बहुपदता, अतिपाठ्यता, और तात्कालिकता—इसे प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से अलग बनाती हैं। वेब पत्रकार के लिए आवश्यक गुणों में संपूर्ण ज्ञान, खोजी कौशल, प्रभावी संचार कौशल, व्यावसायिकता, आत्मविश्वास, दृढ़ता, अनुशासन, और नैतिकता शामिल हैं। इसके अलावा, लेखन की उत्कृष्टता और तकनीकी दक्षता भी इस क्षेत्र में सफलता के लिए महत्वपूर्ण हैं। आलोचनात्मक सोच और निष्पक्षता, पत्रकारिता की सटीकता को बनाए रखने में मदद

Scanned with OKEN Scanner

करती हैं। भारत में वेब पत्रकारिता का इतिहास 1990 के दशक से प्रारंभ हुआ, जब इंटरनेट ने अपने पंख फैलाने शुरू किए। धीरे-धीरे, यह पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण अंग बन गया, और बड़े-बड़े मीडिया समूहों ने ऑनलाइन संस्करणों के माध्यम से इसमें प्रवेश किया। आज, वेब पत्रकारिता में करियर की अपार संभावनाएँ हैं, जहाँ फ्रीलांसिंग, कंटेंट राइटिंग, और मल्टीमीडिया पत्रकारिता जैसे विकल्प उपलब्ध हैं। वेब पत्रकारिता का भविष्य तकनीकी प्रगति के साथ और भी उज्ज्वल दिखता है। हालाँकि, इसे गलत सूचना, फर्जी खबरों और एल्गोरिदम संबंधी चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। फिर भी, यह वैश्विक स्तर पर सूचना के आदान-प्रदान और समाज से जुड़े मुद्दों को उजागर करने का एक सशक्त माध्यम बना रहेगा। इस प्रकार, वेब पत्रकारिता ने न केवल पत्रकारिता के स्वरूप को बदला है, बल्कि इसे अधिक व्यापक, प्रभावी और समाजोन्मुख बनाया है।

3.11 अभ्यास के प्रश्न

1 वेब पत्रकारिता के लिए आवश्यक गुण क्या हैं? इन्हें विस्तार से समझाइए।

2 एक प्रभावी वेब पत्रकार को कौन-कौन से कौशल विकसित करने चाहिए?

3 वेब पत्रकारिता में नैतिकता का महत्व क्यों है? उदाहरण सहित वर्णन करें।

4 वेब पत्रकार के उत्तरदायित्व क्या हैं, और वे समाज पर कैसे प्रभाव डालते हैं?

5 भारत में वेब पत्रकारिता के क्षेत्र में करियर की संभावनाएँ और चुनौतियाँ क्या हैं?

3.12 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1 माथुर श्याम, वेब पत्रकारिता, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, प्रथम संस्करण, 2010।

2 चौधरी, रितेश एवं शोभा चौधरी (2024), *डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया विज्ञापन*, पार्थ प्रकाशन।

3 जोशी, डॉ. सुशीला, हिन्दी पत्रकारिता: विकास और विविध आयाम, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, पंचम संस्करण, 2006।

4 भारती, स. (2019). चेंजिंग नेचर ऑफ जर्नलिज्म इन इंडिया इन डिजिटल एरा. जर्नल ऑफ दी गुजरात रिसर्च सोसाइटी, 133-138।

5 गोदरे, विनोद, हिन्दी पत्रकारिता: स्वरूप एवं संदर्भ, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, द्वितीय संस्करण, 2008।

Scanned with OKEN Scanner

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-4

समाचार और डाटा संग्रहण, लेखन और संपादन

इकाई की रूपरेखा

4.1 उद्देश्य

4.2 प्रस्तावना

4.3 वेब पत्रकारिता में समाचार

4.3.1 वेब पत्रकारिता और पारंपरिक पत्रकारिता के समाचारों के बीच मुख्य अंतर

4.4 समाचार और डाटा के बीच संबंध

4.5 ऑनलाइन पत्रकारिता और समाचार संकलन

4.6 समाचार और डाटा संग्रहण के स्रोत

4.7 वेब पत्रकारिता में लेखन

4.7.1 स्कैन-योग्य और एसईओ अनुकूल लेखन:

4.7.2 हेडलाइन और टैगलाइन का महत्व:

4.8 वेब पर समाचार संपादन

4.8.1 डिजिटल संपादन के तकनीकी पहलू

4.8.2 समाचार सामग्री के अद्यतन (अपडेट) की प्रक्रिया

4.8.3 मल्टीमीडिया का समावेश और वेब पत्रकारिता में इसका महत्व

4.9 सारांश

4.10 सम्बन्धित प्रश्न

4.11 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

4.1 उद्देश्य

इस अध्याय के अध्ययन के उपरांत आप:

- समाचार और डाटा संग्रहण के महत्व को समझ सकेंगे।
- वेब पत्रकारिता में लेखन और संपादन की प्रक्रिया को जान सकेंगे।
- समाचार और डाटा संग्रहण के विभिन्न स्रोतों को पहचान सकेंगे।
- वेब पत्रकारिता में संपादन की तकनीकों और चुनौतियों को समझ सकेंगे।

4.2 प्रस्तावना

पत्रकारिता सामाजिक संचार का एक आधारभूत तत्व है, जो सूचना और जनता के बीच एक सेतु के रूप में कार्य करती है। समय के साथ, पत्रकारिता ने कई रूपों में विकास किया है पारंपरिक प्रिंट मीडिया से प्रसारण मीडिया तक, और अब डिजिटल युग में वेब पत्रकारिता तक। वेब पत्रकारिता, जिसे ऑनलाइन या डिजिटल पत्रकारिता भी कहा जाता है, आधुनिक पत्रकारिता का एक नया स्वरूप है, जो इंटरनेट के आगमन और डिजिटल तकनीकों के प्रसार से प्रेरित है।

आज के युग में, ऑनलाइन पत्रकारिता ने समाज के हर क्षेत्र में अपनी उपस्थिति दर्ज कराई है। चाहे वह राजनीति हो, समाज हो, या फिर अध्यात्म का क्षेत्र, हर मुद्दे को वेब पत्रकारिता में स्थान मिलता है। यही कारण है कि विभिन्न राजनीतिक, सामाजिक, और धार्मिक संगठन, सरकारें, नेता, और आम जनमानस सोशल मीडिया और वेब प्लेटफॉर्म्स पर अपनी उपस्थिति दर्ज कराने के लिए उत्सुक रहते हैं।

वेब पत्रकारिता में समाचारों के स्रोत, लेखन, और संपादन के विशेष मानदंड और तकनीकी आवश्यकताएँ होती हैं। यह पत्रकारिता पारंपरिक मीडिया से भिन्न है, क्योंकि इसमें खबरों की प्रस्तुति, गति, और तात्कालिकता को अधिक महत्व दिया जाता है। इसके साथ ही, यह पाठकों को उनकी रुचि के अनुसार सामग्री उपलब्ध कराने में सक्षम बनाती है।

डिजिटल युग में, पत्रकारिता ने न केवल सूचना के आदान-प्रदान को तेज और सुलभ बनाया है, बल्कि यह जनता और उनके अधिकारों के प्रति उत्तरदायित्व निभाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इस इकाई में, आप वेब पत्रकारिता के इन विभिन्न पहलुओं का अध्ययन करेंगे, जिससे आप इस आधुनिक पत्रकारिता माध्यम के महत्व और उसकी प्रक्रिया को बेहतर ढंग से समझ सकें।

Scanned with OKEN Scanner

4.3 वेब पत्रकारिता में समाचार

वेब पत्रकारिता में समाचार पारंपरिक पत्रकारिता से कई मायनों में भिन्न है। ऑनलाइन पत्रकारिता, जिसे सायबर पत्रकारिता या इंटरनेट पत्रकारिता के नाम से भी जाना जाता है, ने समाचार की प्रस्तुति और प्रसारण को एक नई दिशा दी है। इंटरनेट के आविष्कार से पहले पत्रकारिता मुख्य रूप से समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, रेडियो और टेलीविजन तक सीमित थी। लेकिन इंटरनेट के आने के बाद न्यू मीडिया का प्रादुर्भाव हुआ, जिसने पत्रकारिता के स्वरूप को बदल दिया। न्यू मीडिया के अंतर्गत सोशल मीडिया भी आता है, जिसमें फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, माई स्पेस और ब्लॉग जैसे सोशल नेटवर्किंग साइट्स शामिल हैं। वेब पत्रकारिता की एक प्रमुख विशेषता इसकी अन्तरक्रियाशीलता, मल्टीमीडिया क्षमताएँ और रीयल-टाइम अपडेट हैं। ऑनलाइन पत्रकारिता में समाचार प्रस्तुत करने की प्रक्रिया तात्कालिकता और सटीकता की मांग करती है। पारंपरिक पत्रकारिता के विपरीत, जहाँ समाचारों को निश्चित समय-सीमा में प्रकाशित किया जाता है, वेब प्लेटफॉर्म 24 घंटे सक्रिय रहते हैं। इस निरंतर सक्रियता और घटनाओं की तेज गति के बीच, पत्रकारों पर अपनी रिपोर्टिंग की विश्वसनीयता बनाए रखने और सटीक समाचार देने का दबाव रहता है।

वेब पत्रकारिता में समाचार की प्रकृति गतिशील और संवादात्मक होती है, जो इसे पारंपरिक पत्रकारिता से अलग बनाती है। इस अंतर को तीन प्रमुख बिंदुओं पर समझा जा सकता है। पहला, हाइपरलिंक का उपयोग, जो पाठकों को संबंधित सामग्री के मूल स्रोत तक पहुँचने की सुविधा प्रदान करता है। यह कहानी कहने की प्रक्रिया को समृद्ध बनाता है और पाठकों को विषय की गहराई और संदर्भ को समझने में मदद करता है। दूसरा, अन्तरक्रियाशीलता, जो पाठकों और पत्रकारों के बीच वास्तविक समय में संवाद स्थापित करने की अनुमति देती है। लाइव चैट, सोशल मीडिया और टिप्पणी अनुभाग पाठकों को अपनी राय व्यक्त करने और चर्चाओं में भाग लेने का अवसर प्रदान करते हैं, जिससे समुदाय की भावना विकसित होती है। तीसरा, मल्टीमीडिया, जो समाचार प्रस्तुति को अधिक प्रभावशाली और रोचक बनाता है। टेक्स्ट के साथ छवियाँ, ऑडियो क्लिप, वीडियो और इंटरैक्टिव ग्राफिक्स जोड़कर समाचार को विभिन्न शिक्षण शैलियों और रुचियों के अनुरूप बनाया जाता है।

उदाहरण के लिए, जलवायु परिवर्तन पर एक वेब समाचार में इन्फोग्राफिक्स, विशेषज्ञ साक्षात्कार और पर्यावरणीय परिवर्तनों के टाइम-लैप्स वीडियो शामिल हो सकते हैं, जो पाठकों को विषय को गहराई से

Scanned with OKEN Scanner

समझने में मदद करते हैं। इस प्रकार, वेब पत्रकारिता ने समाचार प्रस्तुति को अधिक समृद्ध और संवादात्मक बना दिया है, जो आधुनिक समय की आवश्यकताओं को पूरा करता है।

4.3.1 वेब पत्रकारिता और पारंपरिक पत्रकारिता के समाचारों के बीच मुख्य अंतर

- प्रस्तुति का माध्यम:: पारंपरिक पत्रकारिता मुख्यतः भौतिक माध्यमों पर निर्भर करती है, जैसे समाचार पत्र और पत्रिकाएँ, जो दैनिक या साप्ताहिक समयसारिणी के अनुसार प्रकाशित होती हैं। रेडियो और टेलीविजन भी तय समय पर कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। इसके विपरीत, वेब पत्रकारिता पूरी तरह से डिजिटल प्लेटफॉर्म पर आधारित होती है। इसमें समाचार इंटरनेट के माध्यम से साझा किए जाते हैं और ये 24/7 सुलभ होते हैं। उदाहरण के लिए, एक प्रिंट अखबार दिन में केवल एक बार प्रकाशित होता है, जबकि ऑनलाइन पोर्टल दिन भर में कई बार अपडेट होता है, जिससे यह वैश्विक दर्शकों के लिए तुरंत उपलब्ध हो जाता है।
- अंतरक्रियाशीलता: पारंपरिक पत्रकारिता मुख्य रूप से एकतरफा संचार पर आधारित होती है, जहाँ पाठक केवल सामग्री का उपभोग करते हैं, लेकिन अपनी राय व्यक्त नहीं कर सकते। इसके विपरीत, वेब पत्रकारिता पाठकों को सामग्री के साथ सक्रिय रूप से जुड़ने का अवसर देती है। पाठक न केवल टिप्पणी कर सकते हैं, बल्कि कहानियों को साझा और संशोधित कर सकते हैं। यह संवादात्मक विशेषता वेब पत्रकारिता को पारंपरिक मीडिया से अलग बनाती है।
- अनुकूलन और वैयक्तिकरण: वेब पत्रकारिता में व्यक्तिगत प्राथमिकताओं को ध्यान में रखते हुए सामग्री तैयार की जाती है। डिजिटल प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ता के ब्राउज़िंग इतिहास और पसंद के आधार पर समाचारों को कस्टमाइज़ करते हैं। उदाहरण के लिए, गूगल समाचार जैसे एग्रीगेटर उपयोगकर्ता की प्राथमिकताओं के अनुसार सामग्री दिखाते हैं, जो पारंपरिक पत्रकारिता में संभव नहीं है।
- गति और पहुँच: वेब पत्रकारिता की एक प्रमुख विशेषता इसकी तात्कालिकता है। यह ब्रेकिंग न्यूज घटनाओं को वास्तविक समय में अपडेट कर सकती है। जबकि पारंपरिक पत्रकारिता दैनिक या साप्ताहिक समयसीमा का पालन करती है, वेब पत्रकारिता 24 घंटे सक्रिय रहती है। उदाहरण के लिए,

Scanned with OKEN Scanner

ट्विटर जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर संकट या प्रमुख घटनाओं के दौरान तात्कालिक और वास्तविक समय की जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

वेब पत्रकारिता और पारंपरिक पत्रकारिता के बीच सबसे बड़ा अंतर उनके माध्यम, पहुँच, संवादात्मकता और गति में है। जहाँ पारंपरिक पत्रकारिता अपनी स्थिरता और विस्तृत विश्लेषण के लिए जानी जाती है, वहीं वेब पत्रकारिता की ताकत उसकी तात्कालिकता, अनुकूलन और वैश्विक पहुँच में है। दोनों के अपने-अपने फायदे और सीमाएँ हैं, लेकिन आधुनिक युग में वेब पत्रकारिता ने मीडिया जगत को पूरी तरह से बदल दिया है।

4.4 समाचार और डाटा के बीच संबंध

समाचार और डाटा के बीच का संबंध गहरा और अभिन्न है। डाटा पत्रकारिता ने पारंपरिक पत्रकारिता को एक नई दिशा दी है, जहाँ तथ्यों और आँकड़ों के आधार पर खबरों को अधिक प्रभावी और प्रामाणिक बनाया जाता है। डाटा न केवल खबरों को संदर्भ प्रदान करता है, बल्कि उन्हें अधिक गहन और दृष्टिकोणपूर्ण भी बनाता है। उदाहरण के लिए, चुनावी कवरेज के दौरान मतदाता रुझानों और सांख्यिकीय आँकड़ों का विश्लेषण दर्शकों को एक व्यापक और तथ्यात्मक दृष्टिकोण प्रदान करता है। डाटा की सहायता से पत्रकारिता में सच्चाई और पारदर्शिता का स्तर बढ़ता है। यह खबरों की प्रामाणिकता की पुष्टि करता है और समाज में पारदर्शिता को बढ़ावा देता है। उदाहरण के लिए, जब किसी आर्थिक नीति के प्रभाव की बात की जाती है, तो डाटा पत्रकारों को यह सुनिश्चित करने में मदद करता है कि दी गई जानकारी तथ्यों पर आधारित हो और समाज को सही दिशा में सूचित करे।

इसके अतिरिक्त, डाटा विवादित मुद्दों को संतुलित और तथ्यात्मक रूप से प्रस्तुत करने में भी मदद करता है। जलवायु परिवर्तन, अर्थव्यवस्था, या सामाजिक असमानता जैसे जटिल और संवेदनशील विषयों पर चर्चा करते समय डाटा आधारित विश्लेषण मुद्दों को संतुलित दृष्टिकोण से प्रस्तुत करता है। डाटा के माध्यम से इन विषयों के विभिन्न पहलुओं को उजागर करना और सटीक जानकारी प्रदान करना संभव हो पाता है। संक्षेप में, समाचार और डाटा का संबंध पत्रकारिता की विश्वसनीयता और प्रभावशीलता को बढ़ाने में सहायक है। डाटा न केवल खबरों को सटीक और संदर्भित बनाता है, बल्कि पत्रकारिता को एक ऐसे स्तर पर पहुँचाता है, जहाँ पारदर्शिता, सच्चाई और संतुलित दृष्टिकोण प्राथमिकता बन जाते हैं।

Scanned with OKEN Scanner

4.5 ऑनलाइन पत्रकारिता और समाचार संकलन

ऑनलाइन पत्रकारिता में हर समय समाचार को समय पर प्रस्तुत करने का दबाव होता है। यह दबाव तथ्य और घटनाओं की त्वरित गति और सूचना की उपलब्धता के कारण बढ़ जाता है। ऑनलाइन पत्रकारिता की प्राथमिक चुनौती यह है कि हर खबर को समय पर मोबाइल, वेबसाइट और अन्य डिजिटल माध्यमों तक पहुँचाया जाए, ताकि पाठक इसे वास्तविक समय में प्राप्त कर सकें। इस प्रकार की पत्रकारिता में, मुख्यधारा के समाचारों के पारंपरिक स्रोतों के साथ-साथ कुछ स्थानीय और आमजनमानस से जुड़े स्रोत भी समाचार संकलन के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। उदाहरण के लिए, स्थानीय घटनाओं या मुद्दों को रिपोर्ट करने के लिए क्षेत्रीय संवाददाता, स्वतंत्र पत्रकार, और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म महत्वपूर्ण साधन बन जाते हैं। समाचार संकलन के दौरान यह सुनिश्चित करना होता है कि जानकारी विश्वसनीय और प्रामाणिक हो। इसके लिए पत्रकार विभिन्न स्रोतों से जानकारी प्राप्त करते हैं और उसकी पुष्टि करते हैं। मुख्यधारा के समाचारों के साथ, स्थानीय घटनाओं और नागरिक पत्रकारिता से प्राप्त समाचार भी ऑनलाइन पत्रकारिता के लिए एक महत्वपूर्ण स्रोत बनते हैं।

ऑनलाइन पत्रकारिता में समाचारों का संकलन एक व्यापक प्रक्रिया है, जो विभिन्न प्रकार के स्रोतों से जुड़ती है। इनमें आधिकारिक घोषणाएँ, सरकारी रिपोर्ट्स, सार्वजनिक बैठकें, सोशल मीडिया अपडेट, और लाइव इवेंट शामिल होते हैं। यह प्रक्रिया पत्रकारों के लिए न केवल एक चुनौती है, बल्कि एक ऐसा मंच भी प्रदान करती है, जहाँ वे तात्कालिकता और प्रामाणिकता के साथ अपनी खबरें प्रस्तुत कर सकते हैं।

इस प्रकार, ऑनलाइन पत्रकारिता में समाचार संकलन की प्रक्रिया गतिशील और बहुआयामी होती है, जो न केवल त्वरित सूचना प्रदान करती है, बल्कि विभिन्न स्रोतों को एकीकृत कर एक व्यापक और प्रामाणिक दृष्टिकोण भी प्रस्तुत करती है।

4.6 समाचार और डाटा संग्रहण के स्रोत

ऑनलाइन पत्रकारिता में समाचार और डाटा संग्रहण के स्रोतों का अत्यधिक महत्व है। यह न केवल जानकारी को सही और प्रामाणिक बनाता है, बल्कि इसे समय पर पाठकों तक पहुँचाने में भी मदद करता है। डिजिटल प्लेटफॉर्म जैसे वेबसाइट, मोबाइल ऐप और सोशल मीडिया के माध्यम से पत्रकार विभिन्न दर्शकों को सटीक और त्वरित जानकारी देने का दायित्व निभाते हैं। इसके लिए, पत्रकारों को मुख्यधारा

Scanned with OKEN Scanner

के मीडिया आउटलेट्स से लेकर स्थानीय और जमीनी स्तर के सूचना केंद्रों तक विभिन्न स्रोतों का उपयोग करना पड़ता है।

समाचार संग्रहण के स्रोतों को दो प्रमुख श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है: प्रत्याशित स्रोत और अप्रत्याशित स्रोत। प्रत्याशित स्रोत वे होते हैं जो निश्चित और पूर्वानुमेय होते हैं। जैसे कि न्यायालय कानून के समाचारों के लिए, थाने और पुलिस अपराध रिपोर्टिंग के लिए, या नगरपालिका और अस्पताल जैसे स्थान। इसके अलावा, सार्वजनिक कार्यक्रम स्थल, श्मशान और पत्रकार सम्मेलन भी प्रत्याशित स्रोतों के अंतर्गत आते हैं।

दूसरी ओर, अप्रत्याशित स्रोत वे होते हैं जिनसे समाचार की अपेक्षा नहीं की जाती, लेकिन विशेष परिस्थितियों में यह महत्वपूर्ण बन जाते हैं। पत्रकार के अनुभव, तर्कशक्ति और स्वविवेक पर आधारित ये स्रोत अप्रत्याशित समाचारों का आधार बन सकते हैं। इसके अलावा, पूर्वनुमानित स्रोत जैसे गंदी बस्ती, शिक्षा संस्थान, और कारखाने भी समाचार संग्रहण में उपयोगी हो सकते हैं।

पारंपरिक लोक माध्यम, जैसे शास्त्रीय और लोक संगीत, नाटक, कठपुतली आदि भी सूचनाओं का प्रमुख स्रोत बन सकते हैं। रेडियो और टेलीविजन जैसे प्रसारण माध्यमों से भी समाचार और जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

समाचार समितियाँ सूचना का एक महत्वपूर्ण स्रोत होती हैं। ये समितियाँ स्थानीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर कार्य करती हैं और समाचारों को प्रकाशित करने के लिए विभिन्न मीडिया संगठनों को प्रदान करती हैं। भारत में प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (PTI), यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (UNI), और हिंदुस्तान समाचार जैसी समाचार समितियाँ प्रमुख हैं।

प्रेस रिलीज़ भी समाचार संग्रहण का एक महत्वपूर्ण साधन हैं। प्रेस कम्यूनिक्स, प्रेस नोट्स, हैंडआउट्स, और गैर-समाचार रिलीज जैसे दस्तावेज़ सरकारी और निजी संगठनों द्वारा जारी किए जाते हैं, जो सटीक और प्रामाणिक जानकारी प्रदान करते हैं।

सोशल मीडिया और ब्लॉगिंग प्लेटफ़ॉर्म्स भी पत्रकारों के लिए एक महत्वपूर्ण स्रोत हैं। ये न केवल त्वरित जानकारी प्रदान करते हैं, बल्कि विभिन्न विचारों और दृष्टिकोणों को भी सामने लाते हैं।

इसके अतिरिक्त, नए सूचना तकनीक साधन, जैसे ईमेल, ई-चैट, और इंटरनेट आधारित संचार प्रणाली, समाचार संग्रहण के लिए महत्वपूर्ण हैं। शैक्षणिक संस्थान और सरकारी मीडिया संगठन भी इस प्रक्रिया में

Scanned with OKEN Scanner

योगदान करते हैं। संवाददाता सम्मेलन और साक्षात्कार पत्रकारों के लिए प्रत्यक्ष और गहन जानकारी के स्रोत होते हैं।

हालांकि, इन सभी स्रोतों का उपयोग करते समय समाचार की प्रामाणिकता और विश्वसनीयता सुनिश्चित करना आवश्यक है। फेक न्यूज और अफवाहें एक बड़ी चुनौती बनी हुई हैं। इसके समाधान के लिए समाचारों की गहन जाँच और सत्यापन की प्रक्रिया अपनाई जानी चाहिए।

इस प्रकार, ऑनलाइन पत्रकारिता में समाचार और डाटा संग्रहण के लिए विविध स्रोतों का प्रभावी उपयोग आवश्यक है। ये स्रोत न केवल पत्रकारों को अद्यतन और प्रासंगिक जानकारी प्रदान करते हैं, बल्कि पत्रकारिता की गुणवत्ता और विश्वसनीयता को भी बनाए रखते हैं।

4.7 वेब पत्रकारिता में लेखन

वेब पत्रकारिता आधुनिक संचार माध्यमों में से एक है, जो डिजिटल प्रौद्योगिकी और इंटरनेट का उपयोग करके पाठकों को तेज, सटीक, और प्रभावशाली जानकारी प्रदान करती है। इसकी लेखन शैली, संरचना, और प्रस्तुति पारंपरिक पत्रकारिता से अलग होती है। वेब लेखन की प्राथमिकता पाठकों को न केवल जानकारी देना है, बल्कि उन्हें सामग्री में सम्मिलित और आकर्षित करना भी है।

वेब समाचार लेखन की शैली और संरचना

वेब पत्रकारिता में लेखन की शैली और संरचना को 5W1H मॉडल के आधार पर व्यवस्थित किया जाता है, जिसे किपलिंग मॉडल भी कहते हैं। यह मॉडल निम्नलिखित तत्वों पर आधारित है:

- कौन (Who): खबर से संबंधित व्यक्ति या संस्थान का वर्णन।
- क्या (What): घटना या मुद्दे का मुख्य उद्देश्य।
- कहाँ (Where): घटना का स्थान।
- कब (When): घटना के घटित होने का समय।
- क्यों (Why): घटना के पीछे के कारणों की व्याख्या।
- कैसे (How): घटना के निष्पादन या प्रक्रिया का विवरण।

यह शैली पाठकों को स्पष्ट और संरचित सूचना प्रदान करती है, जिससे उनकी समझ बेहतर होती है। वेब लेखन में सामग्री को संक्षिप्त और सरल भाषा में प्रस्तुत किया जाता है ताकि हर वर्ग का पाठक इसे

Scanned with OKEN Scanner

आसानी से समझ सके। लेखन में प्राथमिकता इस बात पर दी जाती है कि सबसे महत्वपूर्ण तथ्य शुरुआत में प्रस्तुत किए जाएं।

4.7.1 स्कैन-योग्य और एसईओ अनुकूल लेखन: वेब लेखन की एक प्रमुख विशेषता यह है कि अधिकांश पाठक सामग्री को स्कैन करते हैं, न कि विस्तार से पढ़ते हैं। इसीलिए, सामग्री को स्कैन-योग्य बनाना अनिवार्य है। छोटे वाक्य, पैराग्राफ, बुलेट पॉइंट, और उपशीर्षकों का उपयोग पाठकों के लिए सामग्री को सरल और आकर्षक बनाता है। एसईओ (सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन) अनुकूल सामग्री सर्च इंजन में लेख की दृश्यता बढ़ाने में मदद करती है। इसके लिए कीवर्ड्स, मेटा डिस्क्रिप्शन, और टैग का सही तरीके से उपयोग किया जाता है। साथ ही, प्रासंगिक चित्र, ग्राफिक्स और वीडियो का समावेश सामग्री को और भी आकर्षक बनाता है।

4.7.2 हेडलाइन और टैगलाइन का महत्व: वेब लेखन में हेडलाइन और टैगलाइन का अत्यधिक महत्व है। हेडलाइन (शीर्षक) पाठकों का ध्यान आकर्षित करने का पहला माध्यम होती है। इसे संक्षेप, स्पष्ट, और प्रभावशाली होना चाहिए ताकि यह सीधे पाठक की रुचि को जोड़ सके।

टैगलाइन (उपशीर्षक) लेख के मुख्य उद्देश्य और बिंदुओं का सार प्रस्तुत करती है। यह पाठकों को यह संकेत देती है कि लेख किस बारे में है और उन्हें इसे क्यों पढ़ना चाहिए।

4.8 वेब पर समाचार संपादन

वेब पत्रकारिता में संपादन का विशेष महत्व है। यह प्रक्रिया पत्रकारिता की गुणवत्ता और प्रभावशीलता सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक है। चाहे कितने भी अच्छे समाचारों का संकलन या लेखन किया गया हो, बिना संपादन के उनमें त्रुटियां रह सकती हैं। यह कहा जाता है कि एक अच्छा लेखक या पत्रकार वही होता है जो अपने लेखन को बार-बार पढ़कर उसमें सुधार कर सके। संपादन न केवल त्रुटियों को दूर करता है, बल्कि लेखन को और अधिक प्रभावशाली और पठनीय बनाता है।

मल्टीमीडिया युग में, वेब पत्रकारिता में संपादन की प्रक्रिया एक ओर सरल हो गई है, तो दूसरी ओर अधिक जटिल भी हो गई है। वर्तमान में कई ऐसे सॉफ्टवेयर और एप्लिकेशन उपलब्ध हैं, जो व्याकरण, वाक्य विन्यास और अन्य त्रुटियों को तुरंत पहचानने और सुधारने में मदद करते हैं। हालांकि, यह भी आवश्यक है कि संपादन केवल तकनीकी टूल्स पर निर्भर न हो। पत्रकार और संपादक को यह समझना

Scanned with OKEN Scanner

चाहिए कि वेब पत्रकारिता में न केवल भाषा और व्याकरण का ध्यान रखा जाए, बल्कि तकनीकी और मल्टीमीडिया पहलुओं को भी समझा जाए।

- प्रिंट मीडिया बनाम वेब मीडिया संपादन: जहां प्रिंट मीडिया में संपादन के लिए अधिक समय और संसाधन उपलब्ध होते हैं, वहीं वेब पत्रकारिता में त्वरित संपादन की आवश्यकता होती है। प्रिंट मीडिया में संपादन के दौरान व्याकरण, भाव, अनुवाद, और संरचना पर विशेष ध्यान दिया जाता है। दूसरी ओर, वेब पत्रकारिता में लाइव अपडेट्स और ब्रेकिंग न्यूज के दबाव में त्रुटियों की संभावना अधिक होती है।
- मल्टीमीडिया संपादन के पहलू: रेडियो और टेलीविजन जैसे माध्यमों में संपादन की प्रक्रिया अधिक जटिल होती है। रेडियो में आवाज और संगीत के संयोजन पर ध्यान दिया जाता है, जबकि टेलीविजन में दृश्य और ऑडियो दोनों के तालमेल को संपादन के दौरान सुनिश्चित करना होता है।
- डिजिटल युग में संपादन का महत्व: डिजिटल तकनीक ने पत्रकारिता को "मल्टी-टास्किंग" की दिशा में प्रेरित किया है। आजकल अधिकांश पत्रकार न केवल लेखन और रिपोर्टिंग करते हैं, बल्कि वे संपादन, ग्राफिक्स और अन्य तकनीकी कार्यों में भी माहिर होते हैं। यह एक तरफ पत्रकारों के लिए अवसर प्रदान करता है, तो दूसरी ओर उन्हें अधिक कुशल बनने की चुनौती देता है।
- गेटकीपिंग सिद्धांत और वेब पत्रकारिता: वेब पत्रकारिता में गेटकीपिंग सिद्धांत का अभाव एक बड़ी चुनौती है। जहां पारंपरिक मीडिया में कई स्तरों पर संपादन और सत्यापन किया जाता है, वहीं वेब पत्रकारिता में हर व्यक्ति अपनी सामग्री प्रकाशित कर सकता है। हालांकि, यह स्वतंत्रता कई बार गलत जानकारी और फेक न्यूज के प्रसार का कारण बन सकती है।
- नागरिक पत्रकारिता और संपादन की आवश्यकता: नागरिक पत्रकारिता ने आम नागरिकों को अपनी आवाज़ उठाने और खबरें साझा करने का मंच दिया है। हालांकि, यह भी आवश्यक है कि नागरिक पत्रकारिता में भी संपादन और सत्यापन की प्रक्रिया को महत्व दिया जाए। यह न केवल सामग्री की गुणवत्ता सुनिश्चित करता है, बल्कि उसकी विश्वसनीयता भी बढ़ाता है।

वेब पत्रकारिता में संपादन की प्रक्रिया न केवल भाषा और व्याकरण की त्रुटियों को सुधारने के लिए महत्वपूर्ण है, बल्कि यह तकनीकी और मल्टीमीडिया तत्वों को भी संभालने में सहायक होती है। पत्रकारिता के बदलते

Scanned with OKEN Scanner

परिदृश्य में, संपादन एक ऐसा कौशल है, जो पत्रकारों को अधिक प्रभावी और प्रासंगिक बनाने में मदद करता है। तकनीकी प्रगति और डिजिटल उपकरणों के उपयोग के बावजूद, संपादन की मूलभूत आवश्यकताएं और उसकी उपयोगिता कभी भी कम नहीं होगी।

4.8.1 डिजिटल संपादन के तकनीकी पहलू: डिजिटल संपादन वेब पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण भाग है, जो आधुनिक तकनीकों और उपकरणों के उपयोग से न केवल समाचार सामग्री की गुणवत्ता को बढ़ाता है, बल्कि उसे अधिक सटीक, प्रभावी और आकर्षक बनाता है। इन तकनीकी पहलुओं के माध्यम से पत्रकारिता के कार्यों को अधिक सुव्यवस्थित और व्यावसायिक रूप प्रदान किया जा सकता है।

- **कंटेंट मैनेजमेंट सिस्टम (CMS):** कंटेंट मैनेजमेंट सिस्टम, जिसे संक्षेप में CMS कहते हैं, डिजिटल संपादन का एक आधारभूत उपकरण है। वर्डप्रेस, ड्रुपल और जूमला जैसे प्लेटफॉर्म व्यापक रूप से उपयोग किए जाते हैं। इनका सबसे बड़ा लाभ यह है कि इन्हें उपयोग करने के लिए तकनीकी या कोडिंग का ज्ञान होना आवश्यक नहीं है। ये प्लेटफॉर्म संपादकों को सामग्री तैयार करने, प्रबंधन करने और उसे प्रकाशित करने की सुविधा प्रदान करते हैं। इसके अतिरिक्त, CMS प्लेटफॉर्म टेम्पलेट्स, प्लगइन्स और विजेट्स का उपयोग करके वेबसाइटों के डिजाइन और कार्यक्षमता को अनुकूलित करते हैं। यह संपादकों को सामग्री को सुलभ और उपयोगकर्ता-अनुकूल बनाने में मदद करता है, जिससे डिजिटल संपादन अधिक प्रभावी हो जाता है।
- **डेटा विश्लेषण और विज़ुअलाइज़ेशन उपकरण:** डेटा आधारित पत्रकारिता में, सूचनाओं को प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने के लिए डेटा विश्लेषण और विज़ुअलाइज़ेशन उपकरण का उपयोग किया जाता है। टेबल्यू, पावर बीआई, और डी3.जेएस जैसे टूल्स संपादकों को जटिल आंकड़ों को सरल और आकर्षक तरीके से पेश करने की सुविधा देते हैं। ये उपकरण ग्राफ, चार्ट और इन्फोग्राफिक्स के माध्यम से सूचनाओं को प्रस्तुत करते हैं, जिससे पाठक डेटा को अधिक स्पष्ट और गहराई से समझ सकते हैं। उदाहरण के लिए, चुनावी आंकड़ों को बार चार्ट, पाई चार्ट या टाइम-सीरीज़ ग्राफ के माध्यम से दिखाया जा सकता है।

Scanned with OKEN Scanner

- **क्लाउड-आधारित प्लेटफॉर्म और एपीआई इंटीग्रेशन:** क्लाउड-आधारित प्लेटफॉर्म जैसे गूगल ड्राइव और अमेज़न वेब सर्विसेज (AWS) का उपयोग सामग्री को सुरक्षित रूप से संग्रहीत और साझा करने के लिए किया जाता है। क्लाउड तकनीक न केवल सामग्री के भंडारण को सरल बनाती है, बल्कि इसे कई उपयोगकर्ताओं के बीच तुरंत साझा करना भी संभव बनाती है। इसके अतिरिक्त, एपीआई (एप्लिकेशन प्रोग्रामिंग इंटरफेस) इंटीग्रेशन का उपयोग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से लाइव डेटा फीड प्राप्त करने या अन्य डेटा स्रोतों को सीधे वेबसाइट पर एकीकृत करने के लिए किया जाता है। यह प्रक्रिया न केवल डिजिटल समाचारों को अधिक गतिशील और अद्यतन बनाती है, बल्कि समाचार सामग्री को समयानुसार प्रासंगिक भी बनाती है।

डिजिटल संपादन के ये तकनीकी पहलू वेब पत्रकारिता को नई ऊंचाइयों तक ले जाते हैं। ये न केवल पत्रकारिता को तेज और कुशल बनाते हैं, बल्कि इसे अधिक सटीक, आकर्षक और पाठकों के लिए प्रासंगिक भी बनाते हैं। इन तकनीकों का प्रभावी उपयोग वेब पत्रकारिता के भविष्य को और अधिक उज्ज्वल और सशक्त बनाएगा।

4.8.2 ऑनलाइन पत्रकारिता में समाचार अद्यतन की प्रक्रिया: ऑनलाइन पत्रकारिता की सफलता का एक प्रमुख कारण इसकी रियल-टाइम अपडेटिंग क्षमता है, जो इसे पारंपरिक पत्रकारिता से अलग बनाती है। इस प्रक्रिया में समाचारों को लगातार अद्यतन करने और उपयोगकर्ताओं को नवीनतम जानकारी प्रदान करने पर विशेष जोर दिया जाता है। इसे सुनिश्चित करने के लिए डिजिटल संपादन में कई तकनीकों और तरीकों का उपयोग किया जाता है, जो समाचार सामग्री को अधिक सटीक, प्रासंगिक और पाठकों के लिए उपयोगी बनाते हैं।

- **रियल-टाइम अपडेटिंग:** रियल-टाइम अपडेटिंग ऑनलाइन पत्रकारिता की सबसे विशिष्ट विशेषता है। यह तकनीक समाचार सामग्री को लाइव बनाए रखती है, जिससे उपयोगकर्ता किसी भी घटना की तत्काल जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। लाइव ब्लॉगिंग और ब्रेकिंग न्यूज हेडलाइंस के माध्यम से अद्यतन जानकारी तुरंत प्रदान की जाती है। यह प्रक्रिया पाठकों की रुचि बनाए रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है और उनकी आवश्यकताओं

Scanned with OKEN Scanner

को तुरंत पूरा करती है। उदाहरण के लिए, खेल पत्रकारिता में लाइव स्कोर अपडेट्स और राजनीति में चुनावी परिणामों की तत्काल जानकारी रियल-टाइम अपडेटिंग का ही परिणाम है।

- **स्वचालित स्क्रिप्टिंग और एल्गोरिदम:** आधुनिक डिजिटल संपादन में स्वचालित स्क्रिप्टिंग और एल्गोरिदम का उपयोग महत्वपूर्ण है। जब कोई नई घटना घटित होती है, तो प्री-सेट स्क्रिप्ट्स और एल्गोरिदम सामग्री को बिना किसी मैनुअल हस्तक्षेप के तुरंत अपडेट कर सकते हैं। यह प्रक्रिया न केवल समय और श्रम की बचत करती है, बल्कि समाचार सामग्री की सटीकता और तात्कालिकता को भी सुनिश्चित करती है। उदाहरण के लिए, मौसम संबंधी अपडेट या वित्तीय क्षेत्र में स्टॉक मार्केट के उतार-चढ़ाव की जानकारी एल्गोरिदम आधारित स्वचालित अपडेट्स का उपयोग करती है।
- **संपादकीय सत्यापन:** हर अद्यतन के बाद, सामग्री की प्रामाणिकता और गुणवत्ता बनाए रखने के लिए संपादकीय सत्यापन अनिवार्य होता है। संपादक सामग्री की समीक्षा करते हैं और किसी भी प्रकार की तथ्यात्मक त्रुटियों को दूर करते हैं। यह प्रक्रिया यह सुनिश्चित करती है कि पाठकों को जो जानकारी प्रदान की जा रही है, वह सत्यापित, प्रासंगिक और विश्वसनीय हो। यह न केवल सामग्री की गुणवत्ता को बढ़ाता है, बल्कि पाठकों के बीच विश्वास भी कायम करता है।
- पाठक-केंद्रित प्रस्तुति: डिजिटल प्लेटफॉर्म पर पाठकों की रुचि और आवश्यकताओं को समझने के लिए एनालिटिक्स टूल का उपयोग किया जाता है। गूगल एनालिटिक्स या हॉटजर जैसे टूल पाठकों के व्यवहार और उनकी प्राथमिकताओं का विश्लेषण करके संपादकों को यह तय करने में मदद करते हैं कि कौन-सी सामग्री को प्राथमिकता दी जाए और उसे कैसे प्रस्तुत किया जाए। पाठक-केंद्रित प्रस्तुति न केवल सामग्री को अधिक आकर्षक बनाती है, बल्कि यह सुनिश्चित करती है कि पाठकों की रुचि लंबे समय तक बनी रहे।

Scanned with OKEN Scanner

समाचार अद्यतन की यह प्रक्रिया ऑनलाइन पत्रकारिता को तेज, सटीक और प्रासंगिक बनाती है। रियल-टाइम अपडेटिंग, स्वचालित एल्गोरिदम, संपादकीय सत्यापन और पाठक-केंद्रित प्रस्तुति के समावेश से ऑनलाइन पत्रकारिता ने समाचार वितरण के स्वरूप को पूरी तरह से बदल दिया है। ये तकनीकें न केवल पाठकों के अनुभव को बेहतर बनाती हैं, बल्कि पत्रकारिता के मानकों को भी उन्नत करती हैं।

4.8.3 मल्टीमीडिया का समावेश और वेब पत्रकारिता में इसका महत्व

वेब पत्रकारिता ने पारंपरिक पत्रकारिता से अलग एक नया और समृद्ध स्वरूप अपनाया है, जिसमें मल्टीमीडिया का गहन उपयोग होता है। मल्टीमीडिया का समावेश न केवल समाचार प्रस्तुत करने के तरीके को बेहतर बनाता है, बल्कि इसे अधिक प्रभावशाली, संवादात्मक और आकर्षक भी बनाता है। यह वेब पत्रकारिता को नए आयाम प्रदान करता है, जहां पाठक न केवल जानकारी प्राप्त करते हैं, बल्कि इसे अनुभव भी कर सकते हैं।

- वीडियो और ऑडियो सामग्री: मल्टीमीडिया का एक प्रमुख हिस्सा वीडियो और ऑडियो सामग्री है। वेब पत्रकारिता में लाइव वीडियो स्ट्रीमिंग, वीडियो रिपोर्टिंग और पॉडकास्ट का उपयोग दर्शकों को घटनाओं के करीब लाने के लिए किया जाता है। लाइव वीडियो स्ट्रीमिंग दर्शकों को वास्तविक समय में घटनाओं को देखने का अवसर प्रदान करती है। उदाहरण के लिए, एक राजनीतिक रैली या खेल प्रतियोगिता की लाइव स्ट्रीमिंग दर्शकों को घटनास्थल पर होने का अनुभव देती है। वहीं, ऑडियो इंटरव्यू और पॉडकास्ट विशेषज्ञों के विचार और गहन विश्लेषण प्रस्तुत करने में सहायक होते हैं।
- इन्फोग्राफिक्स और विजुअल डेटा: मल्टीमीडिया का दूसरा महत्वपूर्ण पहलू इन्फोग्राफिक्स और विजुअल डेटा है। जटिल डेटा को सरल और आकर्षक तरीके से प्रस्तुत करने के लिए ग्राफिक्स और इन्फोग्राफिक्स का उपयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, चुनावी आंकड़ों को पाई चार्ट, बार चार्ट और लाइन ग्राफ के माध्यम से प्रस्तुत किया जा सकता है। यह न केवल पाठकों को डेटा को बेहतर ढंग से समझने में मदद करता है, बल्कि उनके अनुभव को भी समृद्ध करता है।

Scanned with OKEN Scanner

- इंटरएक्टिव हाइपरलिंक्स: ऑनलाइन पत्रकारिता में इंटरएक्टिव हाइपरलिंक्स एक अन्य महत्वपूर्ण पहलू है। हाइपरलिंक्स का उपयोग पाठकों को सामग्री के विभिन्न भागों के बीच नेविगेट करने की सुविधा देता है। उदाहरण के लिए, यदि एक लेख में जलवायु परिवर्तन पर चर्चा की जा रही है, तो पाठकों को गहराई से जानकारी देने के लिए संबंधित वैज्ञानिक रिपोर्ट या अध्ययन के लिए हाइपरलिंक जोड़ा जा सकता है। यह सुविधा पाठकों को विषय का व्यापक दृष्टिकोण प्राप्त करने में मदद करती है।
- उपयोगकर्ता सहभागिता: मल्टीमीडिया के माध्यम से उपयोगकर्ता सहभागिता को बढ़ावा दिया जाता है। कमेंट सेक्शन, पोल्स, और सर्वे जैसी सुविधाओं के माध्यम से पाठकों को सामग्री के साथ सीधे जुड़ने का मौका मिलता है। यह न केवल पाठकों की राय जानने में मदद करता है, बल्कि उन्हें सामग्री में सक्रिय भागीदार भी बनाता है। उपयोगकर्ता सहभागिता वेब समाचार को अधिक संवादात्मक और प्रभावी बनाती है।
- मल्टीमीडिया का प्रभाव: मल्टीमीडिया का समावेश समाचार वितरण को तेज, सटीक और अधिक आकर्षक बनाता है। यह पाठकों को विषय को अधिक व्यापक और गहराई से समझने का अवसर देता है। उदाहरण के लिए, खेल पत्रकारिता में लाइव स्कोर अपडेट्स या वित्तीय क्षेत्र में स्टॉक मार्केट के उतार-चढ़ाव को ट्रैक करना रियल-टाइम डेटा और मल्टीमीडिया के उपयोग के बिना संभव नहीं है।

मल्टीमीडिया का उपयोग वेब पत्रकारिता को पारंपरिक पत्रकारिता से अलग और अधिक समृद्ध बनाता है। यह पाठकों को न केवल जानकारी प्रदान करता है, बल्कि उनके अनुभव को भी बेहतर बनाता है। डिजिटल युग में, मल्टीमीडिया वेब पत्रकारिता का अभिन्न हिस्सा बन चुका है, जो इसे एक इंटरएक्टिव और भविष्योन्मुखी स्वरूप प्रदान करता है।

4.9 सारांश

वेब पत्रकारिता डिजिटल युग का एक प्रभावशाली माध्यम है, जो संक्षिप्तता, प्रभावशीलता और पाठकों की जरूरतों पर केंद्रित लेखन शैली के साथ विकसित हुआ है। इसका आधार 5W1H मॉडल, स्कैन-

Scanned with OKEN Scanner

योग्य और एसईओ-फ्रेंडली सामग्री, और आकर्षक हेडलाइन व टैगलाइन का उपयोग है। यह न केवल पाठकों को बेहतर अनुभव प्रदान करता है, बल्कि पत्रकारिता को नए आयाम भी देता है।

डिजिटल युग में समाचार संग्रहण, लेखन, और संपादन के तरीकों में क्रांतिकारी बदलाव आया है। डाटा और सूचना का सटीक और प्रभावी उपयोग, डाटा विजुअलाइजेशन, इंटरएक्टिव टूल्स, और रियल-टाइम अपडेट्स जैसे उपकरण पत्रकारिता को अधिक समृद्ध और पाठकों के लिए आकर्षक बनाते हैं। कंटेंट मैनेजमेंट सिस्टम और डिजिटल संपादन टूल्स ने संपादन प्रक्रिया को सरल और कुशल बना दिया है।

वेब पत्रकारिता ने संवाद और सूचना के आदान-प्रदान को तेज और प्रभावशाली बनाया है, जिससे पाठकों को सशक्त किया जा रहा है। हालांकि, इसमें फेक न्यूज, गलत सूचना, और नैतिक चिंताओं जैसी चुनौतियाँ भी हैं, जो इसे और बेहतर बनाने के लिए सुधार और नवाचार की आवश्यकता पर बल देती हैं। समग्र रूप से, वेब पत्रकारिता आधुनिक पत्रकारिता का भविष्य है, जो संवाद और सूचना के प्रसार के नए रास्ते खोल रही है।

4.10 सम्बन्धित प्रश्न

1 वेब पत्रकारिता में 5W1H मॉडल का महत्व क्या है? इसे उदाहरण सहित स्पष्ट करें।

2 स्कैन-योग्य और एसईओ-फ्रेंडली सामग्री तैयार करने के लिए कौन-कौन सी तकनीकें अपनाई जाती हैं?

3 समाचार लेखन में हेडलाइन और टैगलाइन का क्या महत्व है?

4 डिजिटल संपादन के प्रमुख तकनीकी पहलू कौन-कौन से हैं?

5 वेब पत्रकारिता में रियल-टाइम अपडेट्स और मल्टीमीडिया का उपयोग कैसे किया जाता है?

4.11 संदर्भ ग्रंथ सूची

1 माथुर, श्याम। वेब पत्रकारिता, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, 2010।

2 उपाध्याय, ज्ञानेश। पत्रकारिता: आधार, प्रकार और व्यवहार, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, 2011।

3 जोशी, सुशीला। हिन्दी पत्रकारिता: विकास और विविध आयाम, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, 2006।

4 चौधरी, रितेश (2024), डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया विज्ञापन, पार्थ प्रकाशन।

Scanned with OKEN Scanner

5 गोदरे, विनोद। हिन्दी पत्रकारिता: स्वरूप एवं संदर्भ, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2008।

खण्ड- 2 समाचार पोर्टल और समाचार पत्र वेबसाइट

किसी निश्चित उद्देश्य, प्रसंग या विषय से संबंधित सभी प्रकार की खबरों (दृश्य, श्रव्य एवं पाठ्य सामग्री आदि) का इंटरनेट पर संग्रहण ही वेबसाइट (Website) कहलाता है। वस्तुतः एक वेबसाइट कई वेबपेज का संग्रह होती है। वेबपेज को बनाने और उन्हें व्यवस्थित करने की प्रक्रिया को वेबसाइट निर्माण कहते हैं। वेबसाइट एक पाठ्यपुस्तिका की तरह होती है, जिसका प्रत्येक वेबपेज, पुस्तिका के पृष्ठ की तरह कार्य करता है। जब वेब ब्राउजर की सहायता से इंटरनेट उपयोगकर्ता वेबपेज खोलता है, तो वेबसाइट पर उपलब्ध सूचनाओं को देखने, सुनने एवं संग्रह करने की सुविधा भी उसे मिल जाती है। वेब पोर्टल, जिसे ऑनलाइन पोर्टल या इंटरनेट पोर्टल के रूप में भी जाना जाता है, वास्तव में एक विशेष रूप से डिजाइन की गई वेबसाइट है, जो अन्य वेबसाइटों, सेवाओं, और संसाधनों के लिए एक संग्रह बनाती है। यह एक द्वार (गेटवे) होता है, जिसके माध्यम से आप इंटरनेट पर विभिन्न सामग्री को आसानी से खोज सकते हैं, जैसे न्यूज, मेल, खेल, मौसम, सोशल मीडिया आदि। वर्तमान में अनेक प्रकार के संस्थान अपनी-अपनी आवश्यकताओं और उद्देश्यों से वेब पोर्टल चलाते हैं। उपरोक्त खण्ड के अध्ययन के आप निम्नलिखित इकाई को समझ पायेगे –

इकाई-5 अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय समाचार पोर्टल

इकाई-6 प्रमुख इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की समाचार वेबसाइटें

इकाई-7 प्रमुख प्रिंट मीडिया की समाचार वेबसाइटें

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-5

अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय समाचार पोर्टल

इकाई की रूपरेखा

5.1 उद्देश्य

5.2 प्रस्तावना

5.3 वेबसाइट

5.3.1 वेबसाइट के प्रकार

5.3.1.1 प्रणाली के आधार पर

5.3.1.2 कार्य के आधार पर

5.3.1.3 विषय के आधार पर

5.3.2 वेबसाइट के तत्व

5.3.2.1 वेब सर्वर

5.3.2.2 वेब पेज

5.3.2.3 होम पेज

5.3.2.4 एचटीटीपी

Scanned with OKEN Scanner

5.3.2.5 वर्ल्ड वाइड वेब

5.3.2.6 वेब ब्राउजर

5.3.2.7 यू.आर.एल.

5.4 पोर्टल

5.4.1 पोर्टल के प्रकार

5.4.2 वेबसाइट एवं वेब पोर्टल में अंतर

5.5 अंतर्राष्ट्रीय समाचार पोर्टल

5.5.1 समाचार पोर्टल का महत्व

5.5.2 अंतर्राष्ट्रीय वेब समाचार पोर्टल्स

5.6 राष्ट्रीय समाचार पोर्टल

5.6.1 राष्ट्रीय समाचार पोर्टल के मुख्य तत्व

5.6.2 राष्ट्रीय समाचार पोर्टल के लाभ

5.6.3 प्रमुख राष्ट्रीय समाचार पोर्टल

5.8 सारांश

5.8 अभ्यास के प्रश्न

5.9 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

5.1उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत आप निम्नलिखित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे:

1. वेबसाइट की संरचना और उपयोगिता से परिचित होंगे।
2. पोर्टल के स्वरूप और उसके कार्यों को समझ सकेंगे।
3. अंतर्राष्ट्रीय समाचार पोर्टल के नाम और उनके कार्य से परिचित होंगे।
4. राष्ट्रीय समाचार पोर्टल के नाम और उनकी उपयोगिता के बारे में जान सकेंगे।
5. वर्तमान परिवेश में साइबर पत्रकारिता की संभावनाओं और उपयोगिता को समझ सकेंगे।

5.2प्रस्तावना

पत्रकारिता के क्षेत्र में वेब पत्रकारिता एक क्रांतिकारी परिवर्तन के रूप में उभरी है। यह वर्तमान समय में तकनीकी बदलाव के साथ तालमेल बनाते हुए, सूचना और संचार के नए आयाम प्रस्तुत कर रही है। पोर्टल वास्तव में ऐसी वेबसाइट है, जो इंटरनेट पर सूचनाओं तक पहुंचने के लिए मार्गदर्शक का कार्य करता है।

आज के युग में वेब पोर्टल का कार्य सातों दिन, चौबीसों घंटे (24x7) संचालित होता है। यह समाचार के संकलन, लेखन और संपादन की प्रक्रिया को लगातार अपडेट करने की क्षमता प्रदान करता है। इन पोर्टलों पर पल-पल की खबरें भाषाई विविधता के साथ दृश्य (वीडियो), श्रव्य (ऑडियो) और पाठ्य (टेक्स्ट) रूपों में प्रस्तुत की जाती हैं।

वेब पोर्टल न केवल सूचना के प्रसार का एक सशक्त माध्यम बन चुके हैं, बल्कि यह इंटरनेट समाचार या ई-जर्नलिज्म का भी महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। ये पोर्टल अपने उपयोगकर्ताओं को त्वरित और प्रभावी जानकारी प्रदान करने के लिए चौबीसों घंटे सक्रिय रहते हैं, जो पत्रकारिता के परंपरागत स्वरूप को एक नई दिशा प्रदान करते हैं।Top of Form

5.3वेबसाइट

किसी निश्चित उद्देश्य, प्रसंग या विषय से संबंधित सभी प्रकार की खबरों (दृश्य, श्रव्य एवं पाठ्य सामग्री आदि) का इंटरनेट पर संग्रहण ही वेबसाइट (Website) कहलाता है। वस्तुतः एक वेबसाइट कई वेबपेज का संग्रह होती है। वेबपेज को बनाने और उन्हें व्यवस्थित करने की प्रक्रिया को वेबसाइट निर्माण कहते हैं। वेबसाइट एक पाठ्यपुस्तिका की तरह होती है, जिसका प्रत्येक वेबपेज, पुस्तिका के पृष्ठ की तरह कार्य करता है। जब

Scanned with OKEN Scanner

वेब ब्राउजर की सहायता से इंटरनेट उपयोगकर्ता वेबपेज खोलता है, तो वेबसाइट पर उपलब्ध सूचनाओं को देखने, सुनने एवं संग्रह करने की सुविधा भी उसे मिल जाती है। अब हम जानेंगे कि कंप्यूटर भाषा में वेबसाइट किसे कहते हैं। इस प्रश्न का उत्तर इस प्रकार दिया जा सकता है- वेबसाइट एक डाक्यूमेंट है, जिसे एचटीएमएल (HTML) भाषा में लिखा जाता है। इसे एक्सेस किया जा सकता है। एचटीटीपी प्रोटोकॉल (HTTP Protocol) द्वारा यूजर के वेब ब्राउजर (Web Browser) पर डिस्प्ले होता है। वेबसाइट एक कंपनी या संस्थान को ऑनलाइन (Online) प्रदर्शित करती है। वेबसाइट वर्ल्ड वाइड वेब (WWW) फाइल्स का संचयन होती है, जिसका पहला पेज अथवा टॉप पेज होमपेज (Homepage) कहलाता है। एक साइट एक पृष्ठ से लेकर सैकड़ों पृष्ठों (Pages) की संख्या में हो सकती है।

वेबसाइट (Website) को भी दो भाग में विभाजित कर सकते हैं।

- फ्रंट-इंड (Front-End): यह भाग उपयोगकर्ता को दिखाई देता है।
- बैक-इंड (Back-End): यह प्रोग्रामिंग या डेटाबेस का भाग होता है। यह आमतौर पर दिखाई नहीं देता, लेकिन उपयोगकर्ता इसे एक्सेस कर सकता है।

Scanned with OKEN Scanner

5.3.1 वेबसाइट के प्रकार: वेबसाइट को मुख्यतः तीन आधारों पर वर्गीकृत किया गया है। वे निम्न प्रकार हैं:

- प्रणाली के आधार पर
- कार्य के आधार पर
- विषय के आधार पर

5.3.1.1 प्रणाली के आधार पर: प्रणाली के आधार पर वेबसाइटें दो प्रकार की होती हैं:

- स्थिर वेबसाइट (Static Website): स्थिर वेबसाइट एक ऐसी वेबसाइट होती है, जिसमें सूचना बार-बार बदली नहीं जाती। इस प्रकार की वेबसाइटों में टेक्स्ट और चित्र साइट के वेबपेज पर हार्ड कोडेड (Hard Coded) होते हैं। इसे *ऑनलाइन ब्रोशर (Online Brochure)* वेबसाइट भी कहा जाता है। इनका मुख्य उद्देश्य व्यापार को बढ़ाना और लक्ष्य की प्राप्ति करना होता है। उदाहरण के लिए, किसी नए उत्पाद के विज्ञापन के लिए जहां सूचनाएं स्थायी रहती हैं और बार-बार अपडेट करने की आवश्यकता नहीं होती, वहां स्थिर वेबसाइट का उपयोग किया जाता है।
- **गतिमान वेबसाइट (Dynamic Website):** गतिमान वेबसाइट ऐसी वेबसाइट होती है, जो डाटाबेस (Database) इंजन की तरह व्यवहार करती है। इस कारण इसे *डाटाबेस ड्रिवन (Database Driven)* वेबसाइट भी कहा जाता है। यह प्रोग्रामिंग पर आधारित होती है और कई विशिष्ट सुविधाएं प्रदान करती है। गतिमान वेबसाइट सामग्री उत्पन्न करती है और उपयोगकर्ताओं के कार्यों, वरीयताओं, या अन्य चर (Variables) के आधार पर रियल टाइम में सहभागिता करती है। इसके अलावा, यह उपयोगकर्ता लॉगिन, लाइव अपडेट, और अन्य इंटरैक्टिव सुविधाएं प्रदान करती है। डायनेमिक वेबसाइट पर ई-मेल की सुविधा भी उपलब्ध होती है, जो उपयोगकर्ता द्वारा साइट पर प्रदान की गई जानकारी के आधार पर भिन्न-भिन्न ई-मेल पते प्रदान करती है।

Scanned with OKEN Scanner

5.3.1.2 कार्य के आधार पर: गतिमान वेबसाइट ऐसी वेबसाइट होती है, जो डाटाबेस (Database) इंजन की तरह व्यवहार करती है। इस कारण इसे *डाटाबेस ड्रिवन (Database Driven)* वेबसाइट भी कहा जाता है। यह प्रोग्रामिंग पर आधारित होती है और कई विशिष्ट सुविधाएं प्रदान करती है। गतिमान वेबसाइट सामग्री उत्पन्न करती है और उपयोगकर्ताओं के कार्यों, वरीयताओं, या अन्य चर (Variables) के आधार पर रियल टाइम में सहभागिता करती है। इसके अलावा, यह उपयोगकर्ता लॉगिन, लाइव अपडेट, और अन्य इंटरैक्टिव सुविधाएं प्रदान करती है। डायनेमिक वेबसाइट पर ई-मेल की सुविधा भी उपलब्ध होती है, जो उपयोगकर्ता द्वारा साइट पर प्रदान की गई जानकारी के आधार पर भिन्न-भिन्न ई-मेल पते प्रदान करती है।

5.3.1.3 विषय के आधार पर वेबसाइटों के प्रकार: सर्च इंजन वेबसाइटें (Search Engine Websites) उपयोगकर्ताओं को सभी प्रकार की जानकारी प्रदान करती हैं, जैसे Google (www.google.com)। रोजगार साइट्स (Job Websites) जैसे Naukri.com (www.naukri.com) पर रोजगार और नौकरियों से संबंधित जानकारी उपलब्ध होती है। शैक्षिक वेबसाइटें (Educational Websites) जैसे Coursera (www.coursera.org) और Khan Academy, शिक्षा, अध्ययन सामग्री और कोर्स प्रदान करती हैं। डाउनलोड वेबसाइटें (Download Websites) जैसे Softonic (www.softonic.com) उपयोगकर्ताओं को सॉफ्टवेयर, गाने, और गेम डाउनलोड करने की सुविधा देती हैं। जिओ डोमेन वेबसाइटें (Geo Domain Websites) जैसे Google Earth (www.google.com/earth) भौगोलिक क्षेत्रों से संबंधित जानकारी उपलब्ध कराती हैं।

Scanned with OKEN Scanner

गेम वेबसाइटें (Gaming Websites) जैसे Miniclip (www.miniclip.com) उपयोगकर्ताओं को ऑनलाइन गेम खेलने का प्लेटफॉर्म प्रदान करती हैं। न्यूज वेबसाइटें (News Websites) जैसे BBC News (www.bbc.com/news) दुनिया भर की खबरें उपलब्ध कराती हैं। रेटिंग वेबसाइटें (Rating Websites) जैसे IMDb (www.imdb.com) महान हस्तियों, उत्पादों, और सेवाओं की रेटिंग प्रदान करती हैं। डायरेक्ट्री साइट्स (Directory Websites) जैसे Yahoo Directory, विभिन्न जानकारियों को वर्गीकृत और उपवर्गीकृत रूप में प्रस्तुत करती हैं। ह्यूमर साइट्स (Humor Websites) जैसे 9GAG (www.9gag.com) शायरी, हास्य व्यंग्य, और चुटकुले प्रदान करती हैं। मिरर कंप्यूटिंग साइट्स (Mirror Computing Websites) वेबसाइट निर्माण और संबंधित कार्यों की जानकारी प्रदान करती हैं। पॉलिटिकल साइट्स (Political Websites) जैसे Politico (www.politico.com) राजनीतिक जानकारी और समाचार प्रदान करती हैं। ग्रिप साइट्स (Review Websites) जैसे TripAdvisor (www.tripadvisor.com) उत्पादों, सेवाओं, और स्थानों की समीक्षाएं और विशेषज्ञों के विचार उपलब्ध कराती हैं। इन सभी वेबसाइटों के प्रकार उपयोगकर्ताओं की विविध आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। इन वेबसाइटों के प्रकार विभिन्न उपयोगकर्ताओं की जरूरतों के अनुसार विकसित किए गए हैं और प्रत्येक प्रकार की वेबसाइट का अपना महत्व और उपयोगिता है।

UPRTOU

Scanned with OKEN Scanner

5.3.2 वेबसाइट के तत्व वेबसाइट के निर्माण और संचालन के लिए विभिन्न तत्व आवश्यक होते हैं। इनमें से मुख्य तत्व निम्नलिखित हैं: वेब सर्वर (Web Server): वेब सर्वर एक प्रोग्राम है, जो वेबसाइट को रन करता है और वेब ब्राउज़र के अनुरोध पर फाइलों को प्रस्तुत करने के लिए जिम्मेदार होता है। वेब पर किसी डॉक्यूमेंट को प्रकाशित करने के लिए वेब सर्वर की आवश्यकता होती है। यह सर्वर कई प्रकार के हो सकते हैं, जैसे- डाटाबेस सर्वर और नेटवर्क सर्वर। वेब सर्वर के मुख्य कार्य: वेब सर्वर का प्रमुख कार्य एप्लिकेशन स्क्रिप्ट को रन कराने के लिए सी.जी.आई. का उपयोग करना है। यह स्क्रिप्ट्स बाहरी मिनी प्रोग्राम जैसे डाटाबेस लुकअप और इंटरएक्टिव फॉर्म प्रोसेसिंग को प्रभावी ढंग से रन कराते हैं। इसके अलावा, वेब सर्वर सुरक्षा और संरचना बनाए रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह सर्वर सॉफ्टवेयर संरचना फाइल्स और यूटिलिटीज उपलब्ध कराता है, जो वेबसाइट को सुरक्षित और व्यवस्थित बनाए रखने में सहायक होते हैं। इसके साथ ही, वेब सर्वर का एक अन्य मुख्य कार्य क्लाइंट अनुरोध का प्रबंधन करना है। जब क्लाइंट सॉफ्टवेयर होस्ट से डाटा के लिए अनुरोध करता है, तो वेब सर्वर इस अनुरोध को प्रोसेस करता है और ब्राउज़र को वांछित जानकारी या फाइल फॉर्मेट उपलब्ध कराता है। इस प्रकार, वेब सर्वर वेबसाइट के सुचारु संचालन और उपयोगकर्ता अनुभव को बेहतर बनाने में अहम भूमिका निभाता है।वेब सर्वर वेबसाइट की संरचना और उपयोगकर्ता अनुभव को सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह वेबसाइट को तेज, सुरक्षित और प्रभावी रूप से संचालित करने में सहायता करता है।वेब पेज (Web Page): वेब पेज किसी वेबसाइट का एक उपसमूह होता है, जिसे एच.टी.एम.एल. (हाइपरटैक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज) का उपयोग करके बनाया जाता है। यह वेब ब्राउज़र के अनुरोध पर सर्वर द्वारा भेजा जाता है और उपयोगकर्ताओं को सूचनाएं प्रदान करता है। वेब पेज मुख्यतः दो प्रकार के होते हैं: स्टैटिक वेब पेज और डायनेमिक वेब पेज। स्टैटिक वेब पेज सर्वर पर उस फाइल के रूप में संग्रहित रहते हैं, जैसे उन्हें उपयोगकर्ताओं को दिखाना है। ये पेज स्थिर होते हैं और इनका एक्सटेंशन सामान्यतः .htm या .html होता है। दूसरी ओर, डायनेमिक वेब पेज अधिक इंटरएक्टिव होते हैं और उपयोगकर्ताओं की आवश्यकताओं, प्राथमिकताओं या अनुरोधों के आधार पर रियल-टाइम में सामग्री उत्पन्न करते हैं। इनमें स्क्रिप्ट्स, एक्टिवएक्स कंपोनेंट्स, जावा एप्लेट्स और अन्य एक्टिव कंटेंट शामिल होते हैं। डायनेमिक वेब पेज एक्टिव सर्वर पेज (ASP), जावा सर्वर पेज (JSP) या अन्य सर्वर-साइड टेक्नोलॉजी का उपयोग करके बनाए जाते हैं। इनकी विशेषता यह है कि वे उपयोगकर्ता की

Scanned with OKEN Scanner

आवश्यकताओं के अनुसार सामग्री उत्पन्न कर सकते हैं, जिससे ये अधिक उपयोगकर्ता-अनुकूल और प्रभावशाली होते हैं।

5.3.2.1 वेब पेज (Web Page):: वेब पेज किसी वेबसाइट का एक उपसमूह होता है, जिसे एच.टी.एम.एल. (हाइपरटैक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज) का उपयोग करके बनाया जाता है। यह वेब ब्राउज़र के अनुरोध पर सर्वर द्वारा भेजा जाता है और उपयोगकर्ताओं को सूचनाएं प्रदान करता है। वेब पेज मुख्यतः दो प्रकार के होते हैं: स्टैटिक वेब पेज और डायनेमिक वेब पेज। स्टैटिक वेब पेज सर्वर पर उस फाइल के रूप में संग्रहित रहते हैं, जैसे उन्हें उपयोगकर्ताओं को दिखाना है। ये पेज स्थिर होते हैं और इनका एक्सटेंशन सामान्यतः .htm या .html होता है। दूसरी ओर, डायनेमिक वेब पेज अधिक इंटरएक्टिव होते हैं और उपयोगकर्ताओं की आवश्यकताओं, प्राथमिकताओं या अनुरोधों के आधार पर रियल-टाइम में सामग्री उत्पन्न करते हैं। इनमें स्क्रिप्ट्स, एक्टिवएक्स कंपोनेंट्स, जावा एप्लेट्स और अन्य एक्टिव कंटेंट शामिल होते हैं। डायनेमिक वेब पेज एक्टिव सर्वर पेज (ASP), जावा सर्वर पेज (JSP) या अन्य सर्वर-साइड टेक्नोलॉजी का उपयोग करके बनाए जाते हैं। इनकी विशेषता यह है कि वे उपयोगकर्ता की आवश्यकताओं के अनुसार सामग्री उत्पन्न कर सकते हैं, जिससे ये अधिक उपयोगकर्ता-अनुकूल और प्रभावशाली होते हैं।

5.3.2.2 होम पेज (Home Page): वेबसाइट का परिचय देने वाला प्रथम पेज होम पेज कहलाता है। यह वेबसाइट का मुख्य पृष्ठ होता है, जहां से वेबसाइट की सभी महत्वपूर्ण जानकारियों तक पहुंचा जा सकता है। किसी भी वेबसाइट को एक्सेस करने के लिए उसका यूआरएल पता होना चाहिए, और इसे खोलने पर सबसे पहले जो पृष्ठ दिखता है, वह होम पेज होता है। होम पेज में वेबसाइट से जुड़ी सभी मुख्य सामग्री (Content) और हाइपरलिंक (Hyperlink) होते हैं। इन हाइपरलिंक्स पर क्लिक करके उपयोगकर्ता अन्य संबंधित जानकारी तक पहुंच सकता है। होम पेज का उद्देश्य वेबसाइट की संरचना और उपलब्ध सेवाओं को समझाना और उपयोगकर्ताओं को सरल नेविगेशन प्रदान करना है। यह वेबसाइट का वह केंद्र बिंदु है, जहां से सभी अन्य पृष्ठ जुड़े होते हैं।

Scanned with OKEN Scanner

5.3.2.3 एचटीटीपी (HTTP): हाइपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल (HTTP) एक एप्लिकेशन प्रोटोकॉल है, जो वर्ल्ड वाइड वेब पर डेटा संचार का आधार है। यह वेब ब्राउज़र और वेब सर्वर के बीच डेटा ट्रांसफर को सुगम बनाता है। HTTP का उपयोग हाइपरटेक्स्ट डॉक्यूमेंट और उनके बीच लिंक स्थापित करने के लिए किया जाता है। जब उपयोगकर्ता किसी हाइपरलिंक का चयन करता है, तो HTTP प्रोटोकॉल के माध्यम से संबंधित डॉक्यूमेंट को सर्वर से प्राप्त किया जाता है। यह वेब ब्राउज़र को निर्देश देता है कि वह संबंधित फाइल या डेटा कैसे प्राप्त करे और प्रस्तुत करे।

5.3.2.4 वर्ल्ड वाइड वेब (World Wide Web): वर्ल्ड वाइड वेब (WWW) टेक्स्ट पृष्ठों, मल्टीमीडिया फाइलों और अन्य सामग्री का एक विशाल संग्रह है, जिसे इंटरनेट पर साझा किया जाता है। यह एक ऐसी सूचना प्रणाली है, जो उपयोगकर्ताओं को इंटरनेट पर आसानी से सामग्री तक पहुंचने और साझा करने की अनुमति देती है। वर्ल्ड वाइड वेब की अवधारणा 1989 में टिम बर्नर्स-ली द्वारा प्रस्तुत की गई थी। उन्होंने 1990 में पहला वेब सर्वर और ब्राउज़र विकसित किया। वेब का उद्देश्य कंप्यूटर, डेटा नेटवर्क और हाइपरटेक्स्ट तकनीकों को एकीकृत करके उपयोग में आसान वैश्विक सूचना प्रणाली बनाना था। आज, वर्ल्ड वाइड वेब सूचना साझा करने और इंटरनेट पर उपयोगकर्ताओं के साथ संवाद स्थापित करने का प्रमुख माध्यम है।

Scanned with OKEN Scanner

5.3.2.5 वेब ब्राउज़र: वेब ब्राउज़र एक सॉफ्टवेयर प्रोग्राम है, जिसका उपयोग वेब पेजों को देखने और नेविगेट करने के लिए किया जाता है। यह टेक्स्ट और ग्राफिक्स आधारित हो सकता है। पहला टेक्स्ट-आधारित ब्राउज़र "लिंक्स" था, जिसे 1992 में विकसित किया गया। वर्तमान में प्रचलित ब्राउज़र जैसे नेटस्केप नेविगेटर और इंटरनेट एक्सप्लोरर, क्रमशः नेटस्केप कम्युनिकेशन कॉर्पोरेशन और माइक्रोसॉफ्ट कॉर्पोरेशन द्वारा विकसित किए गए हैं। वेब ब्राउज़र मुख्य रूप से दो सेवाएं प्रदान करता है: पहला, दिए गए यूआरएल (Uniform Resource Locator) के माध्यम से संबंधित सूचना तक पहुंच, और दूसरा, वेब एफटीपी और गोफर सर्वरों पर सूचनाओं को व्यवस्थित करना। यूआरएल, यानी यूनिफॉर्म रिसोर्स लोकेटर, वेब पेज का पता है, जो वेब ब्राउज़र को किसी विशेष दस्तावेज़ या संसाधन से संपर्क स्थापित करने में मदद करता है। यह मुख्यतः दो भागों में विभाजित होता है—प्रोटोकॉल और सर्वर व पथ। प्रोटोकॉल कॉलन (:) से पहले लिखा जाता है, जैसे HTTP या FTP, जो एक्सेस प्रणाली को सूचित करता है। वहीं, दो स्लैश (//) के बाद सर्वर का नाम और पथ होता है, जो डायरेक्टरी या फाइल की लोकेशन को दर्शाता है। यूआरएल केस-सेंसिटिव होता है, इसलिए अपर-केस और लोअर-केस के बीच अंतर का ध्यान रखना जरूरी है। यह इंटरनेट पर डेटा की सटीक और तेज़ पहुंच सुनिश्चित करता है।

5.3.2.6 यूआरएल (URL): यूआरएल (Uniform Resource Locator) एक वेब पेज का पता है, जो वेब ब्राउज़र को किसी विशेष दस्तावेज़ या संसाधन से संपर्क स्थापित करने में मदद करता है। इसका मुख्य उद्देश्य इंटरनेट पर डेटा की सटीक और तेज़ पहुंच सुनिश्चित करना है। यूआरएल के दो मुख्य भाग होते हैं। पहला, प्रोटोकॉल, जो कॉलन (:) से पहले लिखा जाता है, जैसे HTTP या FTP, और एक्सेस प्रणाली को सूचित करता है। दूसरा, सर्वर और पथ, जो दो स्लैश (//) के बाद लिखा जाता है और सर्वर का नाम व डायरेक्टरी या फाइल की लोकेशन को दर्शाता है। यूआरएल केस-सेंसिटिव होता है, इसलिए अपर-केस और लोअर-केस के बीच अंतर का ध्यान रखना आवश्यक है।

Scanned with OKEN Scanner

5.4पोर्टल - पोर्टल जिसे ऑनलाइन पोर्टल या इंटरनेट पोर्टल के रूप में भी जाना जाता है, वास्तव में एक विशेष रूप से डिजाइन की गई वेबसाइट है, जो अन्य वेबसाइटों, सेवाओं, और संसाधनों के लिए एक संग्रह बनाती है। यह एक द्वार (गेटवे) होता है, जिसके माध्यम से आप इंटरनेट पर विभिन्न सामग्री को आसानी से खोज सकते हैं, जैसे न्यूज, मेल, खेल, मौसम, सोशल मीडिया आदि। वर्तमान में अनेक प्रकार के संस्थान अपनी-अपनी आवश्यकताओं और उद्देश्यों से वेब पोर्टल चलाते हैं। याहू (Yahoo), माइक्रोसॉफ्ट नेटवर्क (MSN), गूगल (Google), वेब दुनिया (Web Duniya), रेडिफमेल (Rediffmail) जैसे अनेक वेब पोर्टल हैं। कोई सर्च इंजन के लिए वेब पोर्टल चला रहा है तो कोई मेल सर्वर को व्यावसायिक तौर पर सफल बनाने के लिए पोर्टल चला रहा है। आज वेब पोर्टल साइबर मीडिया का वह सशक्त रूप है, जो एक ही जगह पर लोगों की अनेक आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं, ठीक उसी प्रकार जैसे शॉपिंग मॉल में सब्जी से लेकर परिधानों और किताबों तक की खरीद लोग एक ही छत के नीचे कर लेते हैं। उदाहरण के लिए, किसी हॉस्पिटल के लिए एक *इंट्रानेट पोर्टल* बनाया गया है, जिस पर वहां के डॉक्टर्स लॉग इन करके उस हॉस्पिटल के सारे मरीजों की जानकारी एक ही स्थान पर देख सकते हैं। यह एक प्रकार का प्राइवेट पोर्टल होगा, जो सिर्फ उस हॉस्पिटल के स्टाफ के लिए उपयोगी होगा। इसके अलावा कई पब्लिक पोर्टल्स भी होते हैं, जहाँ कोई भी अपना अकाउंट बनाकर पोर्टल की सुविधाओं का लाभ उठा सकता है। ज्यादातर पोर्टल्स किसी विशेष श्रेणी पर बनाए जाते हैं और यूजर को वैयक्तिक सूचना (पर्सनलाइज़्ड डेटा) दी जाती है, यानी यूजर को उनकी जरूरत के अनुसार अलग-अलग जानकारियां दी जाती हैं। जैसे, जॉब पोर्टल (Job Portal), जहाँ सिर्फ नौकरी और रोजगार जैसी सूचनाएं यूजर तक पहुंचाई जाती हैं। लेकिन हर नौकरी की सूचना हर यूजर को नहीं भेजी जाती। यह निर्भर करता है यूजर की योग्यता पर। जब नौकरी डॉट कॉम जैसे पोर्टल पर आप पंजीकरण (रजिस्ट्रेशन) करते हैं, तो वहां आप अपना संक्षिप्त परिचय (प्रोफाइल) डाल सकते हैं और अपनी शिक्षा, अनुभव और योग्यता की जानकारी दे सकते हैं। इसके बाद आपके द्वारा दी गई सारी जानकारियों के अनुसार आपके योग्य नौकरी की सूचनाएं आपको दी जाती हैं। इन वेब पोर्टल्स को डेस्कटॉप, मोबाइल फोन जैसे किसी भी डिवाइस के द्वारा इंटरनेट के जरिए कहीं से भी एक्सेस किया जा सकता है। वेब पोर्टल विभिन्न देशों की सरकारें भी चलाती हैं, ताकि नागरिकों को एकीकृत सुविधाएं दी जा सकें, जिन्हें आजकल *सिंगल विंडो व्यवस्था* के नाम से जाना जाता है। भारत में भी भारत सरकार का सूचना प्रौद्योगिकी विभाग 'इंडिया पोर्टल'

Scanned with OKEN Scanner

के नाम से सुविधाएं प्रदान कर रहा है। इसी प्रकार, भारत की राज्य सरकारें भी अपने समस्त विभागों की सूचनाएं एवं सेवाएं पोर्टल के माध्यम से नागरिकों को उपलब्ध करा रही हैं।

5.4.1 पोर्टल के प्रकार: वेब पोर्टल विभिन्न प्रकार के होते हैं, जिन्हें उनकी संरचना, उद्देश्य और उपयोगकर्ता जरूरतों के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। इनमें से मुख्य प्रकार हैं: **थीम आधारित पोर्टल** जो किसी एक विशिष्ट विषय, उद्योग, या क्षेत्र की जानकारी प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए, बिजनेस पोर्टल केवल व्यावसायिक जानकारी देता है। **मेगा पोर्टल** कई विषयों की सामग्री एक ही स्थान पर उपलब्ध कराता है, इसलिए इसे "मेगा पोर्टल" भी कहा जाता है। **इंट्रानेट पोर्टल** किसी संस्थान के कर्मचारियों के लिए डिज़ाइन किया जाता है, जिसमें सुविधाएं और सहायता संबंधी सेवाएं उपलब्ध होती हैं। **सूचना केंद्रित पोर्टल** का उद्देश्य उपयोगकर्ताओं तक जानकारी सही और सरल तरीके से पहुंचाना होता है। इसके अलावा, **ई-कॉमर्स पोर्टल** जैसे बिजनेस टू बिजनेस (B2B) और बिजनेस टू कस्टमर (B2C) पोर्टल्स, ग्राहकों को उत्पादों और सेवाओं की खोज में मदद करते हैं।

5.4.2 वेब पोर्टल की कुछ प्रमुख विशेषताओं - वेब पोर्टल की कुछ प्रमुख विशेषताओं में लॉग इन की आवश्यकता, केवल पंजीकृत उपयोगकर्ताओं को एक्सेस की सुविधा, उपयोगकर्ताओं को उनकी भूमिका और श्रेणी के अनुसार जानकारी प्रदान करना, किसी विशेष समुदाय के लिए पोर्टल का निर्माण, लगातार अपडेट होने वाली सामग्री, और उपयोगकर्ताओं के बीच संवाद और संपर्क की सुविधा शामिल हैं।

कुछ लोकप्रिय वेब पोर्टल्स के उदाहरण हैं: गूगल, याहू, रेडिफ, एमएसएन, अमेज़न, ईबे, और फ्लिपकार्ट। ये पोर्टल्स उपयोगकर्ताओं को व्यक्तिगत प्राथमिकताओं और जरूरतों के आधार पर सेवाएं और जानकारी प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए, गूगल उपयोगकर्ताओं को उनकी खोज प्राथमिकताओं और स्थान के आधार पर अनुकूलित जानकारी देता है। ऐसे पोर्टल्स उपयोगकर्ताओं की जिंदगी को आसान और अधिक व्यवस्थित बनाने में अहम भूमिका निभाते हैं।

Scanned with OKEN Scanner

5.5अंतर्राष्ट्रीय समाचार पोर्टल: आधुनिक युग में पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण और प्रभावशाली माध्यम बन गए हैं। डिजिटलीकरण के इस दौर में पत्रकारिता के स्वरूप में व्यापक बदलाव आया है, जो समय और आवश्यकता के अनुसार अपरिहार्य था। आज के व्यस्त जीवन में पारंपरिक मुद्रित समाचार पत्र या पत्रिकाओं को पढ़ने का समय लोगों के पास नहीं होता, इसलिए वे नवीनतम खबरों और सूचनाओं के लिए न्यूज पोर्टल्स और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का उपयोग करते हैं। हालांकि, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के साथ एक समस्या यह है कि इसकी ऑन-एयर लागत अधिक होती है और हर व्यक्ति हमेशा टेलीविजन सेट के सामने उपलब्ध नहीं होता। इसके विपरीत, लोग अपने मोबाइल, सोशल साइट्स, व्हाट्सएप और फेसबुक जैसे डिजिटल माध्यमों का उपयोग करके आसानी से समाचार और जानकारी तक पहुंच सकते हैं। यह उन्हें कहीं भी और किसी भी समय खुद को अपडेट रखने का साधन प्रदान करता है। न्यूज पोर्टल्स और सोशल मीडिया पर उपलब्ध जानकारी का जनसमूह पर गहरा प्रभाव पड़ता है। ये माध्यम न केवल सूचना तक आसान पहुंच प्रदान करते हैं बल्कि समाचार स्रोतों को प्रमाणित करने और उन्हें टीका-टिप्पणी के लिए उपलब्ध कराने का विकल्प भी देते हैं। इन पोर्टल्स के माध्यम से लोग दुनिया भर के विभिन्न मुद्दों पर अपडेट रहते हैं, अपने विचार व्यक्त कर सकते हैं और मुद्दों पर समर्थन या विरोध कर सकते हैं। इस प्रकार, अंतर्राष्ट्रीय समाचार पोर्टल्स ने सूचना के आदान-प्रदान को सरल, सुलभ और प्रभावशाली बना दिया है, जिससे वैश्विक संवाद और सहभागिता को नई ऊंचाइयों पर ले जाया जा रहा है।

5.5.1 समाचार पोर्टल का महत्व: समाचार पोर्टल आधुनिक युग में सूचना के सबसे तेज़ और प्रभावी माध्यम बन गए हैं। ये पोर्टल मात्र एक माउस क्लिक या उंगली के स्पर्श से पूरी दुनिया तक पहुंचने की सुविधा प्रदान करते हैं। इनकी मदद से उपयोगकर्ता राजनीति, व्यापार, खेल, स्वास्थ्य, तकनीकी जानकारी, गैजेट तुलना, वित्तीय सेवाओं आदि पर एक ही स्थान पर जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। ऑनलाइन मीडिया को आज लोगों ने प्रमुख सूचना चैनल के रूप में अपनाया है क्योंकि यह विश्वसनीयता और त्वरित सेवा प्रदान करता है।

न्यूज पोर्टल्स का महत्व इस बात से समझा जा सकता है कि ये हर पल की ताज़ा और तुरंत खबरें प्रदान करते हैं। ये पोर्टल लाइव इवेंट्स, क्रिकेट मैच, और अन्य खेलों का सीधा प्रसारण भी करते हैं। इन पर ब्रेकिंग न्यूज और विशेष घटनाओं के मिनट-दर-मिनट अपडेट उपलब्ध होते हैं। उपयोगकर्ता रुचि के अनुसार नवीनतम खबरों को प्राप्त कर सकते हैं और किसी भी मुद्दे पर टिप्पणी देकर अपने विचार साझा

Scanned with OKEN Scanner

कर सकते हैं। समाचार पोर्टल मोबाइल रिस्पॉन्सिव होते हैं, जिससे इन्हें किसी भी डिवाइस पर आसानी से एक्सेस किया जा सकता है। इसके अलावा, ये विज्ञापनदाताओं को सटीक डेटा प्रदान करके उनके लिए लागत प्रभावी विज्ञापन समाधान भी प्रस्तुत करते हैं।

5.5.2 अंतर्राष्ट्रीय वेब समाचार पोर्टल्स: अंतर्राष्ट्रीय समाचार पोर्टल ऐसे ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म हैं जो विश्वभर की प्रमुख घटनाओं और समाचारों को साझा करते हैं। ये पोर्टल राजनीति, व्यापार, खेल, मनोरंजन, विज्ञान और अन्य क्षेत्रों पर रिपोर्टिंग करते हुए बहुभाषीय सेवाएं प्रदान करते हैं। इनका उद्देश्य लोगों को वैश्विक स्तर पर हो रही गतिविधियों से अपडेट रखना है।

कुछ प्रमुख अंतर्राष्ट्रीय समाचार पोर्टल्स इस प्रकार हैं:

1. बीबीसी न्यूज (www.bbc.com/news): ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन द्वारा संचालित, यह पोर्टल अंतर्राष्ट्रीय समाचार कवरेज के लिए जाना जाता है।
2. सीएनएन (www.cnn.com): अमेरिकी पोर्टल जो विश्व भर की राजनीति, व्यापार, और खेल की खबरों के लिए प्रसिद्ध है।
3. अल-जज़ीरा (www.aljazeera.com): कतर आधारित यह पोर्टल मध्य-पूर्व और अफ्रीकी क्षेत्रों की खबरों के लिए जाना जाता है।
4. द न्यूयॉर्क टाइम्स (www.nytimes.com): यह अमेरिकी पोर्टल वैश्विक राजनीति, कला और विज्ञान से संबंधित खबरें प्रदान करता है।
5. द गार्जियन (www.theguardian.com): ब्रिटिश पोर्टल जो व्यापक समाचार कवरेज और विश्लेषण प्रदान करता है।
6. डॉयचे वेले (www.dw.com): जर्मन पोर्टल जो यूरोप और अन्य महाद्वीपों की खबरें प्रदान करता है।
7. रॉयटर्स (www.reuters.com): ब्रिटेन स्थित यह पोर्टल व्यापार और राजनीति पर फोकस करता है।
8. निक्केई एशिया (asia.nikkei.com): एशिया के व्यापार और तकनीकी विषयों पर केंद्रित जापानी पोर्टल।

Scanned with OKEN Scanner

9. अल-अहराम (www.ahram.org.eg): मिस्र आधारित यह पोर्टल कला, संस्कृति और ताजा खबरों पर ध्यान केंद्रित करता है।

ये पोर्टल दुनिया भर की राजनीति, संस्कृति, व्यापार और अन्य क्षेत्रों की ताजा और विस्तृत जानकारी प्रदान करते हैं, जिससे लोगों को वैश्विक परिप्रेक्ष्य में जागरूक और अपडेटेड रहने का अवसर मिलता है।

5.6राष्ट्रीय समाचार पोर्टल

राष्ट्रीय समाचार पोर्टल एक डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म है, जो मुख्य रूप से राष्ट्रीय स्तर की ताज़ा खबरों और महत्वपूर्ण घटनाओं को पाठकों और दर्शकों तक पहुंचाने का काम करता है। इन पोर्टलों पर देशभर के राजनीतिक घटनाक्रम, आर्थिक समाचार, खेल, संस्कृति, मनोरंजन, और अन्य विषयों से जुड़ी अद्यतन जानकारी उपलब्ध कराई जाती है। ये पोर्टल न केवल समाचारों को प्रकाशित और संकलित करते हैं, बल्कि उन्हें प्रवाहित भी करते हैं। राष्ट्रीय समाचार पोर्टल्स को आमतौर पर मीडिया कंपनियों, समाचार एजेंसियों, या किसी विशेष संगठन द्वारा संचालित किया जाता है। इनके माध्यम से पाठकों को त्वरित, विश्वसनीय, और प्रासंगिक जानकारी मिलती है। इसके अलावा, ये पोर्टल्स विभिन्न भाषाओं और क्षेत्रों के पाठकों की जरूरतों को ध्यान में रखते हुए सामग्री तैयार करते हैं, जिससे वे हर वर्ग के लोगों तक पहुंचने में सक्षम होते हैं। राष्ट्रीय समाचार पोर्टल्स ने पारंपरिक मीडिया से अलग एक सशक्त विकल्प प्रदान किया है, जहां पाठक और दर्शक अपनी रुचि और आवश्यकता के अनुसार जानकारी तक पहुंच सकते हैं। इन पोर्टलों ने सूचना के प्रवाह को तेज और सरल बनाते हुए राष्ट्रीय पत्रकारिता को नए आयाम दिए हैं।

5.6.1 राष्ट्रीय समाचार पोर्टल के मुख्य तत्व:

राष्ट्रीय समाचार पोर्टल सूचना के प्रसार का एक प्रभावी माध्यम हैं, जो देश के विभिन्न हिस्सों से समाचारों को संकलित, प्रकाशित और अद्यतन करते हैं। ये पोर्टल राजनीति, समाज, अर्थव्यवस्था, विज्ञान, तकनीक, खेल और मनोरंजन जैसे विषयों पर विस्तृत कवरेज प्रदान करते हैं। ताजगी और अद्यतनता इन पोर्टल्स का मुख्य आकर्षण है, जो 24x7 नवीनतम जानकारी उपलब्ध कराते हैं। इसके चलते लोग पारंपरिक मीडिया के बजाय डिजिटल पोर्टल्स की ओर अधिक आकर्षित हो रहे हैं। इन पोर्टल्स पर पाठ्य सामग्री के अलावा वीडियो, इन्फोग्राफिक्स और सजीव प्रसारण जैसी विशेषताएं भी होती हैं, जो जानकारी को अधिक प्रभावी और आकर्षक बनाती हैं। साथ ही, इन पोर्टल्स पर लेख, संपादकीय राय और विशेष रिपोर्ट्स भी प्रकाशित की जाती हैं, जो पाठकों को गहराई से विषय को

Scanned with OKEN Scanner

समझने में मदद करती हैं। भाषाई वैविध्यता भी इन पोर्टल्स का एक प्रमुख तत्व है, जो हिंदी, अंग्रेजी और अन्य भारतीय भाषाओं में उपलब्ध होकर विभिन्न भाषाई समूहों के लोगों को अपनी भाषा में समाचार पढ़ने की सुविधा प्रदान करती है। इन सभी विशेषताओं के कारण राष्ट्रीय समाचार पोर्टल डिजिटल युग में सूचना के प्रसार का एक अनिवार्य अंग बन गए हैं।

5.6.2 राष्ट्रीय समाचार पोर्टल्स के लाभ: राष्ट्रीय समाचार पोर्टल्स के अनेक लाभ हैं, जो इन्हें आधुनिक समय में सूचना के प्रसार का प्रमुख माध्यम बनाते हैं। ये पोर्टल देशभर की खबरों को विस्तृत और समग्र रूप से प्रस्तुत करते हैं, जिससे पाठकों को हर क्षेत्र की जानकारी एक ही स्थान पर मिलती है। इनका सबसे बड़ा लाभ यह है कि ये मोबाइल एप्स और वेब पर आसानी से सुलभ हैं, जिससे उपयोगकर्ता कहीं भी और कभी भी समाचार पढ़ सकते हैं। पल-पल की जानकारी देने वाले ये पोर्टल वास्तविक समय में अपडेट होते रहते हैं, जिससे लोग हर घटनाक्रम से तुरंत अवगत हो सकते हैं। इसके अतिरिक्त, कई पोर्टल उपयोगकर्ता की रुचि और पसंद के अनुसार सामग्री को प्राथमिकता देकर पंसदीदा समाचार प्रस्तुत करते हैं, जिससे सूचना अधिक प्रासंगिक और उपयोगी हो जाती है। इन सभी विशेषताओं के कारण राष्ट्रीय समाचार पोर्टल्स आधुनिक युग में एक अत्यंत महत्वपूर्ण सूचना स्रोत बन गए हैं।

5.7प्रमुख राष्ट्रीय समाचार पोर्टल: राष्ट्रीय समाचार पोर्टल देशभर की नवीनतम और विस्तृत जानकारी को डिजिटल रूप में प्रस्तुत करने का एक प्रमुख माध्यम बन गए हैं। इन पोर्टलों के माध्यम से पाठकों को राजनीति, व्यापार, खेल, मनोरंजन और सामाजिक मुद्दों पर अद्यतन समाचार प्राप्त होता है। टाइम्स ऑफ इंडिया, एनडीटीवी, लाइव हिंदुस्तान, और जनसत्ता जैसे पोर्टल्स प्रमुख समाचार स्रोत हैं जो ताजा खबरों के साथ-साथ ब्रेकिंग न्यूज और गहन रिपोर्टिंग के लिए जाने जाते हैं। हिंदुस्तान टाइम्स और द हिंदू जैसे पुराने और प्रतिष्ठित पोर्टल्स अपने गहन कवरेज और विशेष रिपोर्टिंग के लिए प्रसिद्ध हैं। नवभारत टाइम्स और अमर उजाला जैसे हिंदी समाचार पोर्टल्स क्षेत्रीय पाठकों के लिए आकर्षक विकल्प प्रदान करते हैं। वेब दुनिया और आज तक जैसे पोर्टल्स भारत और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर हर विषय पर खबरों की व्यापक कवरेज उपलब्ध कराते हैं। व्यावसायिक दृष्टिकोण से बिजनेस स्टैंडर्ड और इंडियन एक्सप्रेस जैसे पोर्टल आर्थिक और व्यापारिक मामलों पर विशेषज्ञता प्रदान करते हैं। वहीं, स्क्रॉल.इन और आईबीएन 7 जैसे आधुनिक पोर्टल्स युवाओं और नए जमाने की जरूरतों के अनुरूप डिजिटल सामग्री प्रस्तुत करते हैं। ये सभी पोर्टल्स समाचार

Scanned with OKEN Scanner

प्राप्त करने के लिए एक कुशल, सुलभ और प्रभावी माध्यम हैं, जो समय और स्थान की सीमाओं को समाप्त कर लोगों को दुनिया से जोड़ते हैं।

5.8 सारांश

वेब पत्रकारिता आधुनिक युग की पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण रूप है, जो उसकी नवीनता, दक्षता और प्रभावशीलता को दर्शाता है। इस अध्याय में हमने वेबसाइट और पोर्टल के महत्व और उपयोगिता के बारे में जाना। इंटरनेट पर न्यूज वेबसाइट्स और पोर्टल्स तेजी से लोकप्रिय हो रहे हैं। आज लगभग हर प्रमुख समाचार पत्र, पत्रिका, टेलीविजन और रेडियो चैनल की अपनी वेबसाइट है। न्यूज वेबसाइट और पोर्टल सूचनाओं का सबसे तेज और प्रभावी माध्यम बन गए हैं। इनका मुख्य उद्देश्य लोगों तक ताजा और सटीक खबरें पहुंचाना है। ये प्लेटफॉर्म राजनीति, खेल, मनोरंजन, स्वास्थ्य, विज्ञान, प्रौद्योगिकी जैसे अनेक विषयों पर समाचार प्रदान करते हैं। वेब पत्रकारिता ने पारंपरिक मीडिया को डिजिटल स्वरूप में बदलते हुए सूचनाओं को व्यापक और आसान पहुंच बना दिया है।

अभ्यास के प्रश्न

वेबसाइट क्या है? इसके प्रमुख तत्वों का वर्णन कीजिए।

वेब पोर्टल से आप क्या समझते हैं? इसके प्रकारों पर चर्चा कीजिए।

समाचार पोर्टल क्या है? राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय समाचार पोर्टल पर प्रकाश डालिए।

संदर्भ ग्रंथ सूची

शर्मा, महेश। (2020). "इंडियन मीडिया इन डिजिटल एज," इंटरनेशनल जर्नल ऑफ कम्युनिकेशन रिसर्च, खंड 8, पृष्ठ 45-52।

तिवारी, अर्जुन। ई-जर्नलिज्म, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली, 2012।

कुमार, सुरेश। इंटरनेट पत्रकारिता: सिद्धांत और व्यवहार, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, 2014।चौधरी, रितेश एवं शोभा चौधरी (2024), डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया विज्ञापन, पार्थ प्रकाशन।

Scanned with OKEN Scanner

1. पाण्डेय, निशा। हिन्दी मीडिया का डिजिटल युग, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली, 2019।

Scanned with OKEN Scanner

इकाई- 6

प्रमुख टेलीविजन चैनलों की वेबसाइट्स

इकाई की रूपरेखा

6.1 उद्देश्य

6.2 प्रस्तावना

6.3 टेलीविजन चैनलों की वेबसाइट की विशेषताएं

6.3.1 लाइव स्ट्रीमिंग

6.3.2 ताजा लेकपत्र और अपडेट्स

6.3.3 वीडियो और मल्टीमीडिया कॉंटेंट

6.3.4 खास रिपोर्ट और विश्लेषण

6.3.5 ऑनलाइन इंटरएक्टिव फीचर्स

6.3.6 खोज और शेयर फीचर्स

6.3.7 सोशल मीडिया इंटीग्रेशन

6.3.8 विज्ञापन की स्रोत

6.3.9 उपकरण के आधार उपलब्धता

6.4 प्रमुख खबरी चैनलों की वेबसाइट

6.4.1 इंडिया टुडे ग्रुप

6.4.2 एनडीटीवी

6.4.3 जी मीडिया कॉर्पोरेशन लिमिटेड

6.4.4 दूरदर्शन

6.4.5 इंडिया टीवी

6.4.6 नेटवर्क 18 ग्रुप

6.5 सारांश

6.6 अभ्यास के प्रश्न

Scanned with OKEN Scanner

6.8 संदर्भ ग्रंथ सूची

उद्देश्य

इस खंड का अध्ययन करने के बाद, आप निम्नलिखित बातों से परिचित हो सकेंगे:

- वर्ल्ड वाइड वेब के माध्यम से सूचना संप्रेषण की प्रक्रियाओं का परिचय।
- देश के प्रमुख वर्ल्ड वाइड वेब प्लेटफॉर्म और उनकी विशेषताओं का ज्ञान।
- प्रमुख वर्ल्ड वाइड वेब चैनलों का संक्षिप्त इतिहास।
- वर्ल्ड वाइड वेब के तहत डिजिटल मीडिया की क्षमता और रोजगार के अवसरों को समझना।

6.1 प्रस्तावना

टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट एक डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म है, जहां चैनल पर दिखाए जाने वाले समाचारों के अतिरिक्त कई अन्य सामग्री, जैसे वीडियो, लेख और अन्य ऑनलाइन संसाधन उपलब्ध होते हैं। देश-विदेश के सभी प्रमुख टेलीविज़न न्यूज़ चैनलों ने अपनी समाचार वेबसाइटें विकसित की हैं। इन माध्यमों से बड़ी संख्या में नए दर्शकों को जोड़ा जा रहा है। न्यूज़ चैनल अपनी वेबसाइट के माध्यम से टीवी और ऐप से परे इंटरनेट पर अपनी उपस्थिति बनाए रख रहे हैं, और दर्शकों का एक बड़ा वर्ग उन्हें पसंद कर रहा है। टीवी पर समाचार चैनलों द्वारा जो खबरें प्रसारित की जाती हैं, उनका लाइव प्रसारण भी वेबसाइट के माध्यम से दर्शकों तक पहुंचता है।

6.2 टेलीविज़न चैनल की वेबसाइट की विशेषताएँ

6.2.1 लाइव स्ट्रीमिंग: टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट पर जाकर चैनल की लाइव स्ट्रीमिंग देखी जा सकती है। इसके लिए टेलीविज़न सेट के सामने बैठने की जरूरत नहीं पड़ती। न्यूज़ चैनल की वेबसाइट आजकल मोबाइल फ्रेंडली हो रही हैं, जिससे मोबाइल स्क्रीन पर आसानी से वेबसाइट को एक्सेस किया जा सकता है।

6.2.2 ताजा समाचार और अपडेट्स: टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट दिनभर अपडेट रहती है। न्यूज़ चैनलों ने इसके लिए पूरी डिजिटल टीम बनाई हुई है। कई बार टेलीविज़न पर समाचार प्रसारित होने से पहले ही वेबसाइट पर खबरें आ जाती हैं। सोशल मीडिया के माध्यम से ये खबरें पोस्ट

Scanned with OKEN Scanner

भी की जाती हैं। दर्शक वेबसाइट पर जाकर तुरंत ताजे समाचार और घटनाओं की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं, जो टीवी पर उपलब्ध नहीं होती।

6.2.3 वीडियो और मल्टीमीडिया कंटेंट: टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट पर न्यूज़ कंटेंट विभिन्न प्रकार के होते हैं, जो दर्शकों को अपनी ओर आकर्षित करते हैं। वेबसाइट पर वीडियो के अलावा, समाचारों से संबंधित इन्फोग्राफिक्स, चित्र, ऑडियो फॉर्मेट और अन्य मल्टीमीडिया सामग्री उपलब्ध होती है। आजकल शॉर्ट्स का भी तेजी से उपयोग बढ़ रहा है।

6.2.4 विस्तृत रिपोर्ट्स और विश्लेषण: चैनलों की वेबसाइट पर विस्तृत रिपोर्ट्स और विशेष विश्लेषण होते हैं, जो गंभीर दर्शकों के लिए बहुत महत्वपूर्ण होते हैं। दर्शक इनके माध्यम से घटना के विभिन्न पहलुओं से परिचित हो सकते हैं। राष्ट्रीय न्यूज़ चैनलों की वेबसाइट पर विस्तृत रिपोर्ट्स और कहानियां पढ़ने को मिलती हैं, जो किसी बड़ी घटना के समय टीवी पर प्रसारित नहीं हो पातीं।

6.2.5 ऑनलाइन इंटरएक्टिव फीचर्स: टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट केवल खबरें और लेख ही प्रदान नहीं करतीं, बल्कि लोगों की राय जानने के लिए भी बहुत सी गतिविधियाँ चलती रहती हैं। वेबसाइट पर दर्शक खबरों के बारे में अपनी प्रतिक्रिया भी दे सकते हैं। इसके लिए कमेंट सेक्शन या ईमेल आईडी प्रदान की जाती है।

6.2.6 आर्काइव और सर्च फीचर: टेलीविज़न न्यूज़ चैनल पर पुरानी खबरें देखना मुश्किल हो सकता है, लेकिन वेबसाइट पर इनके पिछले एपिसोड्स को देखा जा सकता है। इसके साथ ही पुरानी अन्य खबरें भी सर्च की जा सकती हैं। यह ऐसे दर्शकों के लिए बहुत उपयोगी है, जो पुराने समाचार देखना चाहते हैं।

6.2.7 सोशल मीडिया इंटेग्रेशन: आज सोशल मीडिया संवाद का बहुत बड़ा माध्यम बन गया है। टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट पर सोशल मीडिया के लिंक होते हैं, जिनसे लोग फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम आदि पर चैनल के कंटेंट को आसानी से साझा कर सकते हैं। इससे चैनल के साथ दर्शकों की सहभागिता और बढ़ती है।

6.2.8 आय का स्रोत - विज्ञापन: टेलीविज़न न्यूज़ चैनल टीवी पर विज्ञापन प्रसारित करने से जहां आय अर्जित करते हैं, वहीं वेबसाइट पर भी विज्ञापन प्रदर्शित होते हैं, जिससे अलग से आय होती

Scanned with OKEN Scanner

है। टीवी पर विज्ञापन समय के कारण महंगे होते हैं, जबकि वेबसाइट के विज्ञापन दरें कम होती हैं। आजकल वीडियो फॉर्मेट में भी वेबसाइट पर विज्ञापन प्रदर्शित होने लगे हैं।

6.2.9 **सभी उपकरणों पर उपलब्धता:** टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट मोबाइल फोन, टैबलेट और डेस्कटॉप पर भी उपलब्ध होती है, जिससे दर्शक किसी भी डिवाइस से वेबसाइट को एक्सेस कर सकते हैं। यह उपयोगकर्ताओं के लिए आसानी से उपलब्धता प्रदान करती है।

वर्तमान समय में टेलीविज़न न्यूज़ चैनल की वेबसाइट केवल एक सूचना का स्रोत नहीं है, बल्कि यह चैनल के डिजिटल विस्तार का महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुकी है। यही कारण है कि सभी मीडिया संस्थान अपनी वेबसाइट पर विशेष ध्यान दे रहे हैं। इनकी वैश्विक उपलब्धता इनके विस्तार और लोकप्रियता का बड़ा कारण बन गई है। यह वेबसाइट ऑनलाइन दर्शकों के साथ संवाद स्थापित करने, राजस्व उत्पन्न करने और चैनल के ब्रांड को बढ़ाने में मदद कर रही हैं।

6.3 प्रमुख समाचार चैनल की वेबसाइट

6.3.1 **इंडिया टुडे ग्रुप**: इंडिया टुडे ग्रुप का आज तक हिंदी समाचार चैनल भारत का सबसे अधिक लोकप्रिय हिंदी समाचार चैनल है। इसका मुख्यालय नई दिल्ली में है। इंडिया टुडे नेटवर्क लिमिटेड द्वारा संचालित यह चैनल अपनी खबरों को लेकर जनमानस में लंबे समय से लोकप्रिय रहा है। इसकी शुरुआत 1995 में डीडी मेट्रो पर एक बुलेटिन के रूप में हुई थी। आज तक के प्रसिद्ध पत्रकार सुरेश त्रिपाठी खबरों को लेकर आते और रातभर उन्हें प्रसारित करते थे। इसके बाद, 31 दिसंबर 2000 को 24 घंटे न्यूज़ चैनल के रूप में इसकी शुरुआत हुई।

इसके सीएमडी अरुण पुरी हैं, जिनके निरंतर प्रयास से इस चैनल को नई पहचान मिली है। यह हिंदी का पहला HD न्यूज़ चैनल बन गया है। इसकी वेबसाइट **www.aajtak.in** है, जिसकी शुरुआत 2005 में हुई थी। आज तक की वेबसाइट पर चुनाव, भारत, मनोरंजन, धर्म, लाइफस्टाइल, वेब स्टोरी, खेल, और अन्य क्षेत्रों की स्टोरी क्लिक करके पढ़ सकते हैं। ब्रॉडकास्ट न्यूज़ भी होम पेज पर सबसे ऊपर उपलब्ध होती हैं। आज तक की वेबसाइट पर लाइव देखा जा सकता है। आज तक, आज तक टीवी, आज तक HD, GNT, और इंडिया टुडे न्यूज़ चैनल का लाइव प्रसारण इस पर उपलब्ध है।

Scanned with OKEN Scanner

इंडिया टुडे ग्रुप ने मार्च 2023 में देश की पहली ऑफिशियल इंटेलिजेंस यूनिट "आईए" लॉन्च की थी। इसकी लॉन्चिंग इंडिया टुडे कॉन्क्लेव में हुई थी। आधुनिक तकनीक का उपयोग करके आईए प्रस्तुत की गई, जिससे खबरों को प्रस्तुत करने में एडवांस्ड तकनीकी को अपनाया गया।

इंडिया टुडे ग्रुप की वेबसाइटें:

- www.IndiaToday.in
- www.aajtak.in
- www.businesstoday.in
- www.cosmopolitan.in
- www.dailyo.in
- www.ichowk.in
- www.thelallantop.com
- www.oddnaari.in
- www.pakwangali.in
- www.woworry.in
- www.bangla.aajtak.in

6.3.2 एनडीटीवी: अपनी खबरों को लेकर देश-दुनिया में हमेशा चर्चा में रहने वाला टेलीविज़न न्यूज़ चैनल, एनडीटीवी भारत का एक प्रमुख समाचार चैनल है। इस चैनल का पूरा नाम "न्यू दिल्ली टेलीविज़न" है। वर्तमान समय में अदानी ग्रुप की कंपनी एएमजी मीडिया नेटवर्क्स लिमिटेड द्वारा संचालित हो रहा है।

एनडीटीवी की प्रारंभिक शुरुआत एक प्रोडक्शन हाउस के रूप में 1988 में प्रमुख पत्रकार प्रणय रॉय और राधिका रॉय ने की थी। 2003 में एनडीटीवी इंडिया और एनडीटीवी 24x7 नाम से हिंदी और अंग्रेजी भाषाओं के दो समाचार चैनलों की शुरुआत हुई।

एनडीटीवी की वेबसाइटें:

- https://ndtv.in/
- https://www.ndtv.com/

Scanned with OKEN Scanner

- https://hindi.ndtvprofit.com/
- https://www.ndtvprofit.com/
- https://marathi.ndtv.com/
- https://rajasthan.ndtv.in/
- https://mpcg.ndtv.in/

6.3.3 ज़ी मीडिया कॉरपोरेशन लिमिटेड: ज़ी मीडिया कॉरपोरेशन लिमिटेड भारत के सबसे बड़े समाचार नेटवर्क में से एक है, जिसमें 7 अलग-अलग भाषाओं में 14 समाचार चैनल हैं।

ज़ी मीडिया के प्रमुख समाचार चैनल और वेबसाइटें:

- https://www.wionews.com/
- https://zeenews.india.com/
- https://www.zeebiz.com
- https://zeenews.india.com/hindi/zee-hindustan
- https://zeenews.india.com/hindi/zee-salaam

6.3.4 दूरदर्शन

दूरदर्शन भारत सरकार द्वारा स्थापित एक स्वायत्त सार्वजनिक सेवा प्रदाता है, जिसकी स्थापना 15 सितंबर 1959 को हुई थी। दूरदर्शन के इस समय कुल 35 सेटेलाइट चैनल हैं, जिनमें 6 राष्ट्रीय चैनल हैं।

दूरदर्शन की वेबसाइटें:

- https://prasarbharati.gov.in
- https://ddnews.gov.in

6.3.5 इंडिया टीवी: इंडिया टीवी की शुरुआत जाने-माने पत्रकार रजत शर्मा और उनकी पत्नी रितु धवन ने वर्ष 2004 में की थी। इसका मुख्यालय नोएडा में स्थित है।

इंडिया टीवी की वेबसाइटें:

- https://www.indiatv.in/
- https://www.indiatvnews.com

Scanned with OKEN Scanner

6.4सारांश

इंटरनेट के विस्तार के साथ न्यूज़ चैनलों की वेबसाइट का महत्व तेजी से बढ़ा है। क्षेत्रीय स्तर से लेकर अंतरराष्ट्रीय स्तर तक की खबरें अब वेबसाइट्स पर लगातार प्रकाशित की जा रही हैं। वेबसाइट पर पाठकों की संख्या में हो रही वृद्धि के कारण मीडिया संस्थानों ने इसे एक अलग डिजिटल टीम के साथ संचालित करना शुरू कर दिया है।

ये टीमें खबरों का संग्रह, संपादन और प्रकाशन का कार्य करती हैं। खबरों के प्रस्तुतिकरण के लिए वेबसाइट पर विशेष तकनीक और डिज़ाइन का इस्तेमाल किया जाता है, जो खबरों को अधिक आकर्षक और सुलभ बनाता है।

- **खबरों की पहुँच और विश्वसनीयता में वृद्धि:** वेबसाइट्स ने खबरों की पहुँच को आसान बना दिया है। पाठक अब किसी भी समय और स्थान पर खबरें पढ़ सकते हैं। इसके अलावा, वेबसाइट्स ने लाइव न्यूज़ देखने की सुविधा भी प्रदान की है, जिससे टेलीविजन पर देखने की बाध्यता समाप्त हो गई है।
- **डिजिटल मीडिया की भूमिका:** वेबसाइट्स पर डिजिटल मीडिया ने खबरों को तेजी से पहुँचाने और व्यापक स्तर पर साझा करने की क्षमता बढ़ाई है। न्यूज़ चैनलों की वेबसाइट्स अब खबरों को विश्वसनीय तरीके से प्रस्तुत करने का एक सशक्त माध्यम बन चुकी हैं।
- **वेबसाइट्स का प्रभाव:** वेबसाइट्स ने न्यूज़ चैनलों के लिए राजस्व उत्पन्न करने का एक नया माध्यम भी प्रदान किया है। विज्ञापन और प्रमोशनल सामग्री के माध्यम से चैनल अब अतिरिक्त आय अर्जित कर रहे हैं।

इस प्रकार, इंटरनेट के युग में न्यूज़ चैनलों की वेबसाइट्स ने मीडिया के कार्यक्षेत्र को न केवल व्यापक किया है, बल्कि खबरों की प्रस्तुति में क्रांति भी लाई है।

6.5अभ्यास के प्रश्न

1. वेब-न्यूज़ चैनल की वेबसाइट्स की मुख्य विशेषताएँ क्या हैं?
2. इंडिया टुडे ग्रुप का परिचय दीजिए।
3. न्यूज़ चैनल्स की वेबसाइट्स पर लाइव स्ट्रीमिंग का क्या महत्व है?

Scanned with OKEN Scanner

4. एनडीटीवी की वेबसाइट पर उपलब्ध सामग्री का वर्णन कीजिए।

5. न्यूज चैनल की वेबसाइट्स पर रियल-टाइम अपडेट्स का क्या महत्व है?

6.9संदर्भ ग्रंथ सूची

1. गोयल, देशराज (सं.) (2018) – लोकतंत्र और मीडिया, नई दिल्ली: राष्ट्रीय पुस्तक न्यास।
2. जैसवाल, ललितेश (संपा.) (2017) – सोशल मीडिया में सामाजिक सरोकार, इलाहाबाद: फ्रांसिसन पब्लिशर्स।
3. कुमार, नीलाभ (2024) – भारतीय मीडिया का लोकतंत्र, नई दिल्ली: राइटमेय पब्लिशिंग।
4. चौधरी, रितेश एवं शोभा चौधरी (2024), डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया विज्ञापन, पार्थ प्रकाशन।
5. जोशी, हेमंत (2009, मई) – नवमीडिया और वेब पत्रकारिता: एक दृष्टिकोण, योजना।

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-7 प्रमुख मुद्रण माध्यम की समाचार वेबसाइट्स

7.1 उद्देश्य

7.2 प्रस्तावना

7.3 प्रमुख प्रकाशन समूहों के समाचार वेबसाइट्स

7.3.1 जागरण प्रकाशन लिमिटेड के समाचार पत्र

7.3.2 एचटी मीडिया समूह के समाचार पत्र

7.3.3 दैनिक भास्कर समूह के समाचार पत्र

7.3.4 टाइम्स समूह के समाचार पत्र

7.3.5 इंडियन एक्सप्रेस ग्रुप के समाचार पत्र

7.4 प्रमुख समाचार पत्रों के समाचार वेबसाइट्स

7.4.1 जनसंदेश टाइम्स

7.4.2 आज

7.4.3 अमर उजाला

7.4.4 राष्ट्रीय सहारा

7.5 सारांश

7.6 अभ्यास के प्रश्न

7.7 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

7.1 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने से आप निम्नलिखित बिंदुओं को समझ पाएंगे:

- मुद्रण माध्यम के वेब संस्करण का परिचय।
- देश के प्रमुख समाचार पत्रों की वेबसाइट्स का ज्ञान।
- डिजिटल क्रांति से जुड़ी जानकारी।
- मीडिया में डिजिटल माध्यमों की क्षमता और रोजगार की संभावनाओं को समझना।

7.2 प्रस्तावना

इंटरनेट पर समाचार वेबसाइटों की उपलब्धता से अब समाचार पत्रों की खबरें पूरे विश्व में कहीं भी आसानी से पढ़ी जा सकती हैं। शुरुआती समय में, जब समाचार पत्र का प्रकाशन प्रारंभ हुआ था, तब किसी ने सोचा भी नहीं था कि ई-पेपर और पोर्टल पर समाचारों का इस तरीके से प्रकाशन होगा। आज, समाचार पत्रों की वेबसाइट के साथ ही साथ बहुत सारी न्यूज़ वेबसाइटें इंटरनेट पर मौजूद हैं, जिन पर विविध प्रकार की खबरें लोग पढ़ते हैं। समाचार पत्र दैनिक और साप्ताहिक हुआ करते थे। दैनिक समाचार पत्र प्रातःकालीन या सांध्यकालीन संस्करणों में प्रकाशित होते थे।

तब तक पाठकों को जो खबरें मिलती थीं, वह रेडियो के माध्यम से मिलती थीं। उसकी भी एक सीमा थी, लेकिन न्यूज़ वेबसाइटों के बढ़ते प्रचलन और खबरों के तीव्र गति से अद्यतन होने के कारण कार्यक्रम स्थल से ही संवाददाताओं द्वारा खबरों को वेबसाइट पर अपलोड किया जाने लगा। समाचार पत्रों की वेबसाइटें लोकप्रिय होने के पीछे कई कारण हैं। यदि देश-विदेश में कोई बड़ी घटना घटती है, तो टेलीविजन के साथ ही साथ उसकी विश्लेषणात्मक रिपोर्ट पढ़ने के लिए लोग प्रतिष्ठित समाचार पत्रों की वेबसाइटों पर जाते हैं।

राष्ट्रीय स्तर के समाचार पत्रों के साथ ही साथ क्षेत्रीय स्तर पर प्रकाशित होने वाले समाचार पत्रों के अतिरिक्त, क्षेत्रीय स्तर पर निकलने वाले छोटे समाचार पत्रों की भी वेबसाइटों ने खबरों के प्रसार में क्रांति लाई है। यहां तक कि समाचार पत्रों के पृष्ठ भी वेबसाइटों पर उपलब्ध होते हैं। समाचार पत्रों की वेबसाइट को पढ़ने के लिए पाठकों को अलग से कोई भुगतान नहीं करना होता, लेकिन बहुत सारे समाचार पत्रों के ई-पेपर निःशुल्क उपलब्ध नहीं हैं। मासिक या वार्षिक भुगतान करके आपको ई-पेपर पढ़ने की सुविधा प्राप्त हो जाती है। ई-पेपर का सबसे बड़ा लाभ यह है कि यह मुद्रित अखबार की ही तरह होता है, जो आपको जेपीईजी या पीडीएफ फॉर्मेट में मोबाइल या कंप्यूटर की स्क्रीन पर उपलब्ध हो जाता है। शुरुआती समय में समाचार पत्रों की

Scanned with OKEN Scanner

वेबसाइट के लिए अलग से कोई टीम नहीं थी। जो खबरें मुद्रित अखबारों के लिए आती थीं, उन्हें ही रात में अपडेट कर दिया जाता था। लेकिन जैसे-जैसे समय बीतता गया, अधिकांश समाचार पत्रों ने अपनी एक बड़ी डिजिटल टीम बना ली, जिनका काम वेबसाइट को दिनभर अपडेट करना होता है। समाचार पत्रों में स्थान की सीमा होने के कारण बहुत सारे कंटेंट पाठकों तक नहीं पहुंच पाते थे। इस कमी को वेबसाइटों ने पूरा किया है। किसी कार्यक्रम की एक से अधिक फोटोग्राफ, उसके हाइलाइट्स और वीडियो भी इन वेबसाइटों पर उपलब्ध हैं। समाचार पत्रों ने अपनी वेबसाइट के साथ-साथ मोबाइल ऐप भी बना रखा है। आप प्ले स्टोर पर जाकर समाचार पत्रों के ऐप आसानी से डाउनलोड कर सकते हैं और उसकी सुविधाओं का लाभ उठा सकते हैं।

7.2.1 **जागरण प्रकाशन लिमिटेड के समाचार पत्र:** जागरण प्रकाशन लिमिटेड ने 13 प्रदेशों में प्रिंट मीडिया के माध्यम से अपनी मौजूदगी दर्ज कराई है। इसमें 400 से अधिक संस्करण और उप संस्करण हैं। जागरण पांच भाषाओं में समाचार पत्र एवं पत्रिकाएं उपलब्ध करा रहा है। हिंदी का प्रमुख समाचार पत्र दैनिक जागरण, युवाओं के लिए आई नेक्स्ट, नई दुनिया (समाचार पत्र), अंग्रेजी में मिड डे (समाचार पत्र), गुजराती में गुजराती मिड डे (समाचार पत्र), उर्दू में इंकलाब, पंजाबी में पंजाबी जागरण, हिंदी मैगजीन सखी, और किसानों की लोकप्रिय पत्रिका क्षेत्र-खिलिहान का प्रकाशन कर रहा है। यह उत्तर प्रदेश और उत्तराखंड में प्रकाशित होती है।

जागरण लिमिटेड द्वारा प्रकाशित समाचार पत्रों की वेबसाइटें

Scanned with OKEN Scanner

समाचार पत्र	वेबसाइट
दैनिक जागरण	http://www.jagran.com
आई नेक्स्ट	http://inetepaper-jagran-com/
मिड डे	http://www.mid-day.com/
नई दुनिया	http://naidunia-jagran-com/
गुजराती मिड डे	http://www.gujaratimidday.com/
इंकलाब	http://www.inquilab.com
पंजाबी जागरण	http://epaper.punjabijagran.com/

दैनिक **जागरण का इतिहास**: दैनिक जागरण भारत का हिंदी भाषा का एक प्रमुख समाचार पत्र है। इसकी शुरुआत वर्ष 1942 में हुई थी। उत्तर प्रदेश के झांसी से पूर्णचंद्र जी ने राष्ट्रीयता की भावना से ओत-प्रोत होकर एक समाचार **जागरण** नाम से शुरू किया था। वर्ष 1947 में इसका नाम **दैनिक जागरण** हुआ। दैनिक जागरण समाचार पत्र अपनी पत्रकारिता के माध्यम से हिंदी भाषी क्षेत्रों के बीच लोकप्रिय बना। यह भारत के 13 प्रदेशों में प्रकाशित हो रहा है। दिल्ली, उत्तर प्रदेश, हरियाणा, उत्तराखंड, बिहार, झारखंड, पंजाब, जम्मू और कश्मीर, हिमाचल प्रदेश, मध्य प्रदेश, और पश्चिम बंगाल से इसके संस्करण निकल रहे हैं। इसके साथ ही राष्ट्रीय संस्करण भी प्रकाशित किया जा रहा है।

जागरण.कॉम: जागरण.कॉम की शुरुआत 17 जनवरी 1997 को हुई। यह एक प्रमुख भारतीय समाचार वेबसाइट है, जो जागरण प्रकाशन समूह का हिस्सा है। यह विभिन्न प्रकार की सामग्री प्रदान करता है, जिसमें समाचार, लाइफस्टाइल लेख, मनोरंजन, और बहुत कुछ शामिल है। पाठक अपनी रुचि के अनुसार इस पर मौजूद सामग्रियों को पढ़ सकते हैं। यह वेबसाइट राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय समाचार, राजनीति, खेल, और सामयिक विषयों को कवर करती है, जिससे यह समय पर जानकारी चाहने वाले पाठकों के लिए एक लोकप्रिय विकल्प बनती है। इसके अलावा, इसमें विभिन्न भाषाओं में क्षेत्रीय सामग्री शामिल है, जो भारत की भाषायी विविधता को दर्शाती है। जागरण.कॉम पर ई-पेपर भी उपलब्ध है, जिसमें इन प्रदेशों के विभिन्न संस्करणों को आसानी से पढ़ा जा सकता है।

Scanned with OKEN Scanner

7.2.2 **एचटी मीडिया समूह के समाचार पत्र:** एचटी मीडिया समूह हिंदी में **हिंदुस्तान**, अंग्रेजी में **हिंदुस्तान टाइम्स** और **मिंट** समाचार पत्रों का प्रकाशन करता है। साथ ही डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर www.hindustantimes.com, www.livehindustan.com, और www.mint.com से खबरों को वैश्विक स्तर पर पढ़ने की सुविधा प्रदान करता है। इन वेबसाइट्स पर अखबारों के ई-पेपर भी उपलब्ध हैं। इस समूह द्वारा **फीवर एफएम**, **रेडियो नशा**, और **रेडियो वन एफएम** का भी संचालन किया जाता है। इसके अलावा, **हेल्थ शॉट्स** और **नेक्स्ट मनी डिजिटल** का भी संचालन होता है। रोजगार प्रदान करने वाली वेबसाइट **शाइन.कॉम** भी इसी समूह द्वारा चलाई जाती है।

हिंदुस्तान टाइम्स का इतिहास:

हिंदुस्तान टाइम्स इस समूह का सबसे पुराना अखबार है। इसकी शुरुआत 22 सितंबर 1924 को हुई थी। हिंदुस्तान टाइम्स की वेबसाइट वर्ष 1996 में शुरू हुई। हिंदुस्तान समाचार पत्र भारत के प्रमुख हिंदी समाचार पत्रों में से एक है। हिंदुस्तान मीडिया वेंचर्स लिमिटेड द्वारा इसका प्रकाशन किया जाता है। इस समाचार पत्र की शुरुआत 12 अप्रैल 1936 को दिल्ली से हुई थी। इस समाचार पत्र का उद्घाटन राष्ट्रपिता महात्मा गांधी ने किया था। हिंदुस्तान समाचार पत्र ने देश की स्वतंत्रता और नव निर्माण में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसकी शुरुआत प्रमुख पत्रकार और स्वतंत्रता सेनानी गणेश शंकर विद्यार्थी ने की थी। उन्होंने ब्रिटिश काल में कभी भी समझौता नहीं किया। भारत छोड़ो आंदोलन के दौरान इस समाचार पत्र का प्रकाशन छह महीने तक नहीं हो सका, लेकिन जमानत राशि जमा करने के बाद प्रकाशन की अनुमति मिली। हिंदुस्तान समाचार पत्र वर्तमान समय में दिल्ली, एनसीआर, उत्तर प्रदेश, बिहार, झारखंड और उत्तराखंड के 24 संस्करणों में प्रकाशित हो रहा है।

हिंदुस्तान की वेबसाइट

समाचार पत्र	वेबसाइट लिंक
हिंदुस्तान	www.livehindustan.com
हिंदुस्तान टाइम्स	www.hindustantimes.com

Scanned with OKEN Scanner

विज्ञापन और प्रसार: समाचार पत्रों में प्रकाशित होने वाले विज्ञापनों के अतिरिक्त वेबसाइटों को भी सरकारी और गैर-सरकारी विज्ञापन मिलते हैं। इनकी बढ़ती लोकप्रियता और प्रसार संख्या के कारण ये आसानी से उपलब्ध हो रहे हैं। हिंदुस्तान समाचार की ऑनलाइन टीम प्रतिदिन विशेष और विस्तृत सामग्री पाठकों को उपलब्ध कराती है।

7.2.3 **दैनिक भास्कर समूह के समाचार पत्र:** दैनिक भास्कर समूह हिंदी में **दैनिक भास्कर**, गुजराती में **दिव्य भास्कर**, मराठी में **दैनिक दिव्य मराठी**, अंग्रेजी में **डीबी पोस्ट** और **डीबी स्टार** जैसे समाचार पत्रों का प्रकाशन करता है। इसके साथ ही यह समूह मासिक पत्रिका **अहा जिंदगी**, बच्चों के लिए हिंदी में **बाल भास्कर** और अंग्रेजी में **यंग भास्कर** का भी प्रकाशन करता है। यह समूह देश के विभिन्न राज्यों में 67 संस्करण प्रकाशित करता है। इसके अतिरिक्त, यह समूह **माय एफएम** रेडियो का भी संचालन करता है, जिसकी आवाज भारत के सात राज्यों के 30 जिलों में सुनी जा सकती है।

दैनिक भास्कर का इतिहास: दैनिक भास्कर अखबार की शुरुआत वर्ष 1958 में मध्य प्रदेश की राजधानी भोपाल से रमेश चंद्र अग्रवाल द्वारा की गई थी। शुरुआत में इस अखबार का नाम **भास्कर समाचार** था, जिसे वर्ष 2010 में बदलकर **दैनिक भास्कर** कर दिया गया। 1977 में, इस समूह ने भोपाल में पहली बार वेब ऑफसेट मशीन लगाई थी।

दैनिक भास्कर का डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म:

डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म	वेबसाइट लिंक
दैनिक भास्कर	www.dainikbhaskar.com
दिव्य भास्कर	www.divyabhaskar.com
दिव्य मराठी	www.divyamarathi.com
मनी भास्कर	www.moneybhaskar.com

दैनिक भास्कर के डिजिटल उपयोगकर्ता: प्ले स्टोर पर जाकर दैनिक भास्कर के ऐप डाउनलोड कर सकते हैं, जिससे आप अपने शहर से जुड़ी खबरों को बिना खोजे आसानी से पढ़ सकते हैं। दैनिक

Scanned with OKEN Scanner

भास्कर ऐप की लोकप्रियता का अनुमान इस बात से लगाया जा सकता है कि इसे 5 करोड़ से अधिक बार डाउनलोड किया गया है।

दैनिक भास्कर का डिजिटल विज्ञापन प्रभाव: दैनिक भास्कर पाठकों के लिए खबरों के साथ-साथ डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर विज्ञापन की खबरें भी बेहद पसंद की जाती हैं। दैनिक भास्कर हिंदी की सबसे बड़ी समाचार वेबसाइट है, जबकि दिव्य भास्कर गुजराती की सबसे बड़ी समाचार वेबसाइट है।

7.2.4 **टाइम्स समूह के समाचार पत्र**: **बनेट कोलमैन एंड कंपनी लिमिटेड** द्वारा 1838 में अंग्रेजी में **बॉम्बे टाइम्स** की शुरुआत की गई थी। बाद में इसका नाम बदलकर **टाइम्स ऑफ इंडिया** रखा गया। यह भारत का सबसे पुराना अंग्रेजी अखबार है। इसकी शुरुआत ब्रिटिश संपादक थॉमस ज्वेल बेनेट ने की थी। बाद में, उद्योगपति रामकृष्ण डालमिया ने 1946 में इस अखबार को खरीद लिया। **टाइम्स ऑफ इंडिया** अंग्रेजी का प्रमुख समाचार पत्र है। हिंदी में **नवभारत टाइम्स**, मराठी में **महाराष्ट्र टाइम्स**, और गुजराती में **विजय कर्नाटका** इसका हिस्सा हैं।

टाइम्स समूह की डिजिटल उपस्थिति: इस समूह ने वर्ष 1999 में **टाइम्स ऑफ इंडिया** की वेबसाइट लॉन्च की। इसके बाद 2004 में **टाइम्सजॉब**, 2006 में **मैजिकब्रिक्स**, 2009 में **इंडियामार्ट**, 2013 में **स्पीकिंगट्री**, और 2018 में **ईटी प्राइम** की शुरुआत की। टाइम्स ऑफ इंडिया की वेबसाइट समाचार, लेख और फीचर के माध्यम से अंग्रेजी पाठकों के बीच बेहद लोकप्रिय है। इसके होम पेज पर गैजेट्स, वीडियोज, सिटी, इंडिया, वर्ल्ड, बिजनेस, टेक्नोलॉजी, और अन्य विषयों की खबरें शामिल हैं।

टाइम्स समूह के डिजिटल पोर्टल्स

समाचार पत्र	वेबसाइट का पता
टाइम्स ऑफ इंडिया	https://timesofindia.indiatimes.com
इकनॉमिक टाइम्स	https://economictimes.indiatimes.com
नवभारत टाइम्स	https://navbharattimes.indiatimes.com
ई-पेपर नवभारत टाइम्स	https://epaper.navbharattimes.com
महाराष्ट्र टाइम्स	https://marathi.indiatimes.com

Scanned with OKEN Scanner

7.3 समाचार पत्रों की समाचार वेबसाइटें

7.3.1 **जनसंदेश टाइम्स**: जनसंदेश टाइम्स न्यूज़ नेटवर्क द्वारा **जनसंदेश टाइम्स** नामक दैनिक समाचार पत्र का प्रकाशन गोरखपुर, आगरा, कानपुर, लखनऊ, अलीगढ़ और वाराणसी संस्करणों से किया जाता है। वाराणसी और लखनऊ से सिटी और पोस्ट नाम के दो अलग-अलग संस्करण निकलते हैं। इसकी वेबसाइट www.jansandeshtimes.net है, जो 2015 में शुरू की गई थी। इस पर सभी संस्करणों के ई-पेपर मुफ्त में पढ़ने के लिए उपलब्ध हैं। लखनऊ और कानपुर में इसकी स्थापना मई 2010 में हुई थी, जबकि वाराणसी और अलीगढ़ से यह फरवरी 2012 से प्रकाशित हो रहा है।

7.3.2 **वर्तमान (वक्त)**: वक्त समाचार पत्र की शुरुआत 5 सितंबर 1920 को **शिव शंकर गुप्त** ने वाराणसी से की थी। शिव शंकर गुप्त स्वतंत्रता सेनानी थे। इस समाचार पत्र के पहले संपादक **बाबू जगदीश चंद्र पांडेय** थे। यह समाचार पत्र वाराणसी, कानपुर, गोरखपुर, पटना, अलीगढ़ और जहानाबाद से प्रकाशित होता है। वक्त अखबार 105 वर्षों से लगातार प्रकाशित हो रहा है। स्वतंत्रता आंदोलन के समय इस अखबार ने अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। इसकी वेबसाइट www.ajhindidaily.com है, जिसे 2012 में शुरू किया गया था। इस पर राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय, स्वास्थ्य, करियर, बिजनेस, खेल और साहित्य से जुड़ी खबरें पढ़ने के लिए उपलब्ध हैं। वेबसाइट पर 11 संस्करणों के ई-पेपर मुफ्त में उपलब्ध हैं। पाठक इसे डाउनलोड भी कर सकते हैं।

Scanned with OKEN Scanner

7.3.3 **अमर उजाला**: अमर उजाला अखबार की शुरुआत 18 अप्रैल 1948 को धर्मयुग अग्रवाल और मुरारीलाल माहेश्वरी ने आगरा से की थी। शुरुआत में यह अखबार केवल 4 पृष्ठों का था। यह अखबार आम आदमी, किसान और मजदूरों की आवाज़ को मंच प्रदान करता था। वर्तमान समय में यह समाचार पत्र 6 राज्यों और 2 केंद्र शासित प्रदेशों (उत्तराखंड, हिमाचल प्रदेश, जम्मू-कश्मीर, हरियाणा, पंजाब, चंडीगढ़, और दिल्ली-एनसीआर) में प्रकाशित हो रहा है। इन राज्यों के 179 जिलों में इसके 22 संस्करण हैं। इसकी वेबसाइट www.amarujala.com है, जो 1998 में शुरू हुई थी। अमर उजाला के डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर हर दिन खेल, मनोरंजन, करियर, टेक्नोलॉजी, जीवनशैली, चुनाव, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय खबरें उपलब्ध रहती हैं। पाठक मोबाइल ऐप के माध्यम से भी इसे पढ़ सकते हैं।

7.3.4 **राष्ट्रीय सहारा**: राष्ट्रीय सहारा समाचार पत्र की शुरुआत उत्तर प्रदेश की राजधानी लखनऊ से 16 फरवरी 1992 को हुई थी। वर्तमान में इसके 7 संस्करण प्रकाशित हो रहे हैं। यह समाचार पत्र दिल्ली, लखनऊ, पटना, वाराणसी, गोरखपुर, कानपुर और सहारनपुर से प्रकाशित हो रहा है। इसका मुख्यालय दिल्ली में स्थित है। राष्ट्रीय सहारा का प्रबंधन सहारा इंडिया मास कम्युनिकेशन द्वारा किया जाता है। इसके अंतर्गत **सहारा समय** नामक एक मासिक पत्रिका भी प्रकाशित होती थी, लेकिन बाद में इसे बंद कर दिया गया। इसकी वेबसाइट www.rashtriyasahara.com है, जिसे 1999 में शुरू किया गया था। इस पर सभी संस्करणों के ई-पेपर मुफ्त में पढ़े जा सकते हैं।

7.4सारांश

मीडिया को व्यापक रूप से जनसमूह तक पहुंचाने में समाचार माध्यमों के डिजिटल संस्करणों ने एक अभूतपूर्व क्रांति ला दी है। समाचार पत्र देश के उन हिस्सों तक भी पहुंच पा रहे हैं, जहां पहले इनका प्रसार संभव नहीं था। यह सूचना के समय पर आदान-प्रदान और संसाधनों की बचत में सहायक सिद्ध हो रहा है। समाचार पत्रों के डिजिटल संस्करणों और वेबसाइटों के संचालन से रोजगार के नए आयाम भी खुल गए हैं।

Scanned with OKEN Scanner

प्रारंभ में, जहां केवल समाचारों का मुद्रण होता था, वहीं अब डिजिटल स्वरूप में काम करने के लिए भी पत्रकारों की आवश्यकता होती है। पहले के वर्षों में पाठकों को खबरें पढ़ने के लिए 24 घंटे का इंतजार करना पड़ता था, लेकिन आज तत्काल सूचना पाठकों तक पहुंच रही है। सूचना प्रसार के डिजिटल माध्यमों ने एक नया आयाम दिया है।

डिजिटल माध्यम में समाचार पत्रों की उपलब्धता ने अधिकतम पाठकों तक पहुंच सुनिश्चित की है। सोशल मीडिया को भले ही आज भी लोकप्रिय माध्यम न माना जा रहा हो, लेकिन समाचार पत्र आज भी प्रासंगिक बने हुए हैं। व्यापक पाठक वर्ग तक समाचार पत्रों की पहुंच लोगों के मीडिया के प्रति विश्वास को बढ़ाएगी और उन्हें सही और प्रमाणिक जानकारी उपलब्ध कराएगी।

7.5अभ्यास के प्रश्न

1. समाचार पत्रों के डिजिटल संस्करणों ने मीडिया उद्योग में किस प्रकार की क्रांति लाई है? उदाहरण देकर समझाइए।
2. डिजिटल समाचार पत्र और प्रिंट संस्करण के बीच मुख्य अंतर क्या हैं?
3. डिजिटल मीडिया ने रोजगार के नए अवसर कैसे उत्पन्न किए हैं?
4. समाचार पत्रों की डिजिटल उपलब्धता ने सूचना के प्रसार में किस प्रकार मदद की है?
5. "सोशल मीडिया और डिजिटल समाचार पत्र के बीच प्रतिस्पर्धा के प्रभाव" पर अपने विचार व्यक्त करें।

7.6संदर्भ ग्रंथ सूची

1. गुप्ता, रचना। सोशल मीडिया और पत्रकारिता। मुंबई: संवाद प्रकाशन, 2022।
2. तिवारी, एस.पी. जनसंचार के साधन। कानपुर: विद्या मंदिर प्रकाशन, 2017।
3. सिंह, संजय। सूचना क्रांति और मीडिया। दिल्ली: भारती साहित्य भवन, 2020।
4. पांडे, नीरज। भारत में समाचार पत्रों का विकास। इलाहाबाद: विशाल पब्लिकेशन, 2019।
5. चौधरी, रितेश। डिजिटल पत्रकारिता की नई दिशा। नई दिल्ली: पार्थ पब्लिकेशन, 2024।

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-8 समाचार एजेंसियां और उनके वेब पोर्टल

इकाई की रूपरेखा:

8.1 उद्देश्य

8.2 प्रस्तावना

8.3 समाचार एजेंसियाँ

8.3.1 समाचार एजेंसियों के कार्य

8.3.2 समाचार एजेंसियों का उद्भव और विकास

8.3.2.1 भारत में समाचार एजेंसियों का उद्भव

8.3.2.2 अंतरराष्ट्रीय स्तर पर समाचार एजेंसियों का उद्भव और विकास

8.4 भारत की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ और उनके वेब पोर्टल

8.4.1 प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया

8.4.2 यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया

8.4.3 हिंदुस्तान समाचार

8.4.4 वार्ता

8.4.5 समाचार भारती

8.4.6 समाचार एजेंसी

8.4.7 भाषा

8.4.8 एशियन न्यूज इंटरनेशनल

8.4.9 इंडो एशियन न्यूज सर्विस

8.4.10 नेशनल न्यूज सर्विस

8.4.11 इंडियन न्यूज एंड फीचर्स अलायंस

8.5 विश्व की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ और उनके वेब पोर्टल

Scanned with OKEN Scanner

8.5.1 एसोसिएटेड प्रेस

8.5.2 रायटर

8.5.3 एजेंस फ्रांस प्रेस

8.5.4 सिन्हुआ समाचार एजेंसी

8.5.5 क्योदो समाचार एजेंसी

8.5.6 यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल

8.5.7 अल-जज़ीरा

8.5.8 डॉज प्रेस-सेन्टर (डी.पी.ए.)

8.6 सारांश

8.7 संबंधित प्रश्न

8.8 संदर्भ ग्रंथ

Scanned with OKEN Scanner

8.1 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप निम्नलिखित बिंदुओं से परिचित हो सकेंगे:

1. समाचार एजेंसियों के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।
2. समाचार एजेंसियों की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि से अवगत होंगे।
3. समाचार एजेंसियों के कार्यों को समझ सकेंगे।
4. राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय समाचार एजेंसियों के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।
5. वर्तमान परिदृश्य में समाचार एजेंसियों की प्रासंगिकता और उपयोगिता को समझ सकेंगे।

8.2 प्रस्तावना

समाचार एजेंसियाँ आधुनिक पत्रकारिता का आधार हैं, जो वैश्विक स्तर पर मीडिया संगठनों के लिए समाचार सामग्री के संग्रह, उत्पादन, और वितरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। भारत और विश्व में, समाचार एजेंसियाँ मीडिया उद्योग और समाज की बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिए अपनी सेवाओं को आधुनिक तकनीक, बाजार की मांगों, और सामाजिक आवश्यकताओं के अनुरूप विकसित कर रही हैं।

8.3 समाचार एजेंसियाँ (News Agencies)

समाचार एजेंसी का अर्थ है - मीडिया संगठनों का एक ऐसा नेटवर्क, जो विभिन्न प्रकार के समाचार पत्र, रेडियो, टीवी चैनल और ऑनलाइन प्लेटफार्मों को समाचार उपलब्ध कराता है। समाचार एजेंसियाँ समाचारों का संग्रहण, प्रसारण, और वितरण करके सूचना के आदान-प्रदान को सुनिश्चित करती हैं। ये स्वयं समाचार प्रकाशित नहीं करतीं, बल्कि समाचार प्रकाशित करने वाले अन्य संगठनों को जानकारी और सामग्री प्रदान करती हैं।

समाचार एजेंसियों की परिभाषा: "समाचार एजेंसी वह संगठन है, जो समाचार पत्र, पत्रिकाओं, विभिन्न संस्थानों, निजी व्यक्तियों को टेलीग्राम, पंफलेट्स, प्रूफ, टेप मशीन, प्रतिलिपियों, टेलीप्रिंटर और कभी-कभी टेलीफोन के माध्यम से समाचार भेजती है।"

यूनेस्को (UNESCO) ने 1952 में समाचार एजेंसियों को परिभाषित करते हुए कहा: "समाचार एजेंसी एक ऐसा उद्यम है, जिसका मुख्य उद्देश्य, चाहे उसका विधिक स्वरूप कुछ भी हो, समाचार और समाचार से संबंधित सामग्री एकत्र करना और उसे समाचार संगठनों तथा विशेष परिस्थितियों में निजी व्यक्तियों को इस प्रकार भेजना है कि वह संपूर्ण और निष्पक्ष समाचार सेवाएँ प्राप्त कर सकें।"

Scanned with OKEN Scanner

8.3.1 समाचार एजेंसियों के कार्य: समाचार एजेंसियाँ देश और विदेश में घटित सभी घटनाओं का संकलन करती हैं, जिसमें रिपोर्टर, फोटोग्राफर और संपादकों की टीम के माध्यम से वास्तविक समय में समाचार एकत्र किया जाता है। वे प्राप्त समाचारों को संपादित करने, तथ्यों की जांच करने, और प्रस्तुत करने के लिए तैयार करने का कार्य करती हैं, जिससे समाचार की निष्पक्षता, स्पष्टता और गुणवत्ता बनी रहती है। समाचार वितरण के अंतर्गत एजेंसियाँ विभिन्न मीडिया संगठनों जैसे समाचार पत्र, टीवी चैनल, रेडियो स्टेशनों और डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म्स को त्वरित और व्यापक समाचार सामग्री उपलब्ध कराती हैं, साथ ही डिजिटल माध्यमों और वायर सेवाओं के जरिए समाचार का प्रसार करती हैं। गहन रिपोर्टिंग और फीचर तैयार करना, राजनीति, विज्ञान, कला और आर्थिक क्षेत्रों जैसे विशिष्ट विषयों पर ध्यान केंद्रित करना इनकी विशेषज्ञता है। समाचार एजेंसियाँ निष्पक्ष रहती हैं और किसी विशेष राजनीतिक या व्यावसायिक एजेंडा से प्रभावित हुए बिना समाचार की विश्वसनीयता और प्रामाणिकता बनाए रखने का मुख्य उद्देश्य रखती हैं। उनका अंतरराष्ट्रीय नेटवर्क विभिन्न देशों और क्षेत्रों की महत्वपूर्ण खबरों को साझा करता है, जैसे रायटर, एएफपी (AFP), एसोसिएटेड प्रेस (AP) और पीटीआई (PTI) आदि। आपातकालीन स्थितियों में, जैसे प्राकृतिक आपदाएँ, युद्ध या अन्य संकट, समाचार एजेंसियाँ त्वरित और सटीक जानकारी प्रदान करके महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। समाचार एजेंसियाँ पत्रकारिता की रीढ़ हैं और वे समय पर और प्रामाणिक समाचारों की उपलब्धता सुनिश्चित करती हैं।

8.3.2 लेख समाचार एजेंसियों का उद्भव और विकास: समाचार एजेंसियाँ विभिन्न क्षेत्रों में संवाद, संकलन, संपादन और प्रकाशन की सटीक, प्रभावी और तेज़ प्रक्रिया के लिए जानी जाती हैं। इन एजेंसियों का मुख्य उद्देश्य निष्पक्षता, विश्वसनीयता और सत्यता के साथ समाचार प्रदान करना है। ये एजेंसियाँ प्रिंट मीडिया और अन्य संचार माध्यमों के लिए एक विस्तृत नेटवर्क तैयार करती हैं और वैश्विक एजेंसियों से भी तालमेल रखती हैं। समाचार एजेंसियाँ कम लागत में देश-विदेश की खबरें एकत्र करती हैं और विभिन्न मीडिया संगठनों को अपनी सेवाएँ प्रदान करती हैं।

Scanned with OKEN Scanner

समाचार एजेंसियों का आरंभ 1820 ईस्वी में "एसोसिएशन ऑफ मॉर्निंग न्यूज पेपर्स" की स्थापना के साथ हुआ। आधुनिक समाचार एजेंसियों की नींव फ्रांस में पड़ी, जब 1835 में "हावास" नामक एजेंसी की स्थापना हुई। यह एजेंसी शुरुआत में व्यापारियों को बाज़ार से संबंधित जानकारी प्रदान करती थी। हावास के एक कर्मचारी जूलियस रॉयटर ने 1850 में लंदन में "रॉयटर्स" की स्थापना की, जो समाचार एजेंसी के क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण कदम था।

अंतरराष्ट्रीय स्तर पर, 1848 में अमेरिका में "एपी" (एसोसिएटेड प्रेस) की स्थापना हुई, जो प्रमुख समाचार एजेंसियों में से एक है। द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान, फ्रांस में "हावास" एजेंसी पर नाजी जर्मनी का नियंत्रण हो गया, लेकिन युद्ध के बाद "एएफपी" (अजेंस फ्रांस प्रेस) के रूप में इसका पुनर्गठन हुआ।

भारत में समाचार एजेंसियों का इतिहास 1866 में शुरू हुआ, जब कोलकाता में "रॉयटर्स" का कार्यालय स्थापित हुआ। इसके बाद, 20वीं सदी के आरंभ में "पायनियर," "स्टेट्समैन," और "इंडियन मेल" जैसे अंग्रेजी अखबार प्रकाशित हुए। 1905 में के.सी. रॉय ने "एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इंडिया" (API) की स्थापना की, जिसने भारतीय पत्रकारिता में एक नई दिशा दी। हालांकि, 1915 में इसे रॉयटर्स द्वारा अधिग्रहित कर लिया गया।

1927 में एस. सत्यनारायण ने "फ्री प्रेस ऑफ इंडिया" की स्थापना की, जिसने स्वतंत्रता आंदोलन को प्रोत्साहित किया। 1933 में बी. सरन गुप्ता ने "यूनाइटेड प्रेस ऑफ इंडिया" (UPI) की स्थापना की। आज, भारतीय समाचार एजेंसियाँ, जैसे "पीटीआई" (प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया) और "यूएनआई" (यूनाइटेड न्यूज़ ऑफ इंडिया), सूचना प्रसारण में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही हैं।

समाचार एजेंसियों का यह विकास दर्शाता है कि उन्होंने कैसे पत्रकारिता के क्षेत्र में नवाचार और विश्वसनीयता की नई ऊंचाइयों को छुआ है।

8.3.2.1 भारत में समाचार एजेंसियों का उद्भव और विकास: भारत में समाचार एजेंसियों का इतिहास 1866 में कोलकाता में "रॉयटर्स" के कार्यालय की स्थापना के साथ आरंभ हुआ। शुरुआत में, इस एजेंसी के सदस्य "सीलोन ऑब्जर्वर" जैसे अखबार थे। इसके बाद "बॉम्बे टाइम्स" (जो आगे चलकर "टाइम्स ऑफ इंडिया" बना) इस नेटवर्क का हिस्सा

Scanned with OKEN Scanner

बना। 20वीं शताब्दी के प्रारंभ में, भारत में "पायनियर," "स्टेट्समैन," "इंग्लिशमैन," और "इंडियन मेल" जैसे प्रमुख अंग्रेजी अखबार प्रकाशित होते थे, जो ब्रिटिश सरकार के समर्थक थे। इन अखबारों के बीच प्रतिस्पर्धा का माहौल था।

प्रतिस्पर्धा में "पायनियर" समाचार पत्र अपनी प्रभावी संपादकीय नीतियों और बेहतरीन नेटवर्किंग के कारण अधिक प्रभावशाली था। इसके संपादक के.सी. रॉय ने "स्टेट्समैन" के कार्टेल, "इंग्लिशमैन" के समर्थन और "इंडियन मेल" के दबाव से जूझते हुए 1905 में "एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इंडिया" (API) की स्थापना की। इस कदम के कारण के.सी. रॉय को "भारत में समाचार एजेंसियों का जनक" कहा जाता है।

एपीआई ने समाचारों के संग्रहण और प्रसारण में नए मानक स्थापित किए। हालांकि, आर्थिक कठिनाइयों और अन्य चुनौतियों के कारण, 1915 में रॉयटर्स ने API का अधिग्रहण कर लिया। इसके बाद, यह एजेंसी ब्रिटिश सरकार की समर्थक बन गई। स्वतंत्रता संग्राम के दौरान, 1927 में एस. सत्यनारायण ने "फ्री प्रेस ऑफ इंडिया" नामक एजेंसी की स्थापना की, जिसने स्वतंत्रता संग्राम को प्रोत्साहित किया।

1930 में ब्रिटिश सरकार के प्रेस अधिनियम के तहत, जो भी समाचार फ्री प्रेस ऑफ इंडिया से लेते थे, उन्हें दंडित किया जाता था। इस कारण एजेंसी को भारी विरोध का सामना करना पड़ा। सत्यनारायण ने 1930 में कई कठिनाइयों के बाद 1927 से 1935 तक सक्रिय इस एजेंसी को बंद कर दिया।

1 सितंबर 1933 में बी. सरन गुप्ता ने "यूनाइटेड प्रेस ऑफ इंडिया" (UPI) की स्थापना की। प्रारंभिक दिनों में यह एजेंसी भी आर्थिक कठिनाइयों से जूझती रही। लेकिन स्वतंत्रता के बाद, इसकी स्थिति धीरे-धीरे सुदृढ़ हुई। 1948 में डॉ. राजेंद्र प्रसाद ने इसकी टेलीप्रिंटर लाइन का उद्घाटन किया, जिससे यह एजेंसी और प्रभावशाली बन गई।

समाचार एजेंसियों का यह विकास भारत में पत्रकारिता के क्षेत्र में न केवल बदलाव लाया बल्कि इसे एक नए आयाम पर स्थापित किया। आज, प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (PTI) और यूनाइटेड न्यूज़ ऑफ इंडिया (UNI) जैसे संस्थान सूचना प्रसारण के महत्वपूर्ण स्तंभ बन चुके हैं।

Scanned with OKEN Scanner

8.3.2.2 अंतरराष्ट्रीय स्तर पर समाचार एजेंसियों का उद्भव और विकास:

अंतरराष्ट्रीय स्तर पर समाचार एजेंसियों का उद्भव 19वीं शताब्दी में टेलीग्राफ तकनीक के विकास के साथ हुआ, जिसका मुख्य उद्देश्य समाचारों का त्वरित प्रसार और लागत में कमी करना था। 1835 में फ्रांस में चार्ल्स हवास ने दुनिया की पहली समाचार एजेंसी "हवास" की स्थापना की, जिसे बाद में "एजेंस फ्रांस-प्रेस" (AFP) का नाम दिया गया। इसके बाद 1851 में जूलियस रॉयटर ने इंग्लैंड में "रॉयटर्स" की स्थापना की, जो व्यापारिक सूचनाएं और शेयर बाजार के समाचार प्रदान करने में अग्रणी बनी। 1846 में अमेरिका में एसोसिएटेड प्रेस (AP) और 1849 में जर्मनी में वोल्फ एजेंसी की स्थापना हुई, जिन्होंने समाचारों के आदान-प्रदान का वैश्विक नेटवर्क स्थापित किया।

20वीं शताब्दी में इन एजेंसियों ने आधुनिक तकनीकों को अपनाया और वैश्विक समाचार कवरेज को विस्तार दिया। द्वितीय विश्व युद्ध के बाद, हवास एजेंसी का पुनर्गठन हुआ और इसे "एजेंस फ्रांस-प्रेस" का नाम दिया गया। इसी दौरान "यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल" (UPI) और सोवियत संघ की "आईटीएआर-टास" जैसी एजेंसियों का भी उदय हुआ। 21वीं शताब्दी में डिजिटल युग ने इन एजेंसियों को ऑनलाइन प्लेटफॉर्म और सोशल मीडिया के माध्यम से त्वरित और सटीक समाचार पहुंचाने की क्षमता प्रदान की।

आज रॉयटर्स, एसोसिएटेड प्रेस और एएफपी जैसी एजेंसियां सटीकता, निष्पक्षता और विश्वसनीयता के प्रतीक मानी जाती हैं। इनका योगदान राजनीतिक, आर्थिक और सांस्कृतिक घटनाओं को व्यापक रूप से कवर करने में अहम रहा है। वैश्विक संवाद और सूचनाओं के आदान-प्रदान में इन एजेंसियों ने पत्रकारिता के मूल्यों को स्थापित करते हुए महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

8.4 भारत की प्रमुख समाचार एजेंसियाँ और उनके वेब पोर्टल

भारत की समाचार समितियाँ देश और विश्व स्तर पर समाचार प्रसार की रीढ़ मानी जाती हैं। ये समितियाँ समाचार एकत्रित करने, संपादित करने और प्रसारित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। उनके प्रयासों ने पत्रकारिता को पारंपरिक मीडिया से डिजिटल युग में परिवर्तन के साथ तालमेल बैठाने में मदद की है।

Scanned with OKEN Scanner

प्रत्येक समाचार समिति की अपनी विशिष्टता, इतिहास और कार्य प्रणाली है। निम्नलिखित विवरण इन समाचार समितियों को अधिक विस्तार से समझने में सहायक होगा:

8.4.1 प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (P.T.I.): सन् 1947 में स्थापित प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पी.टी.आई.) भारत की सबसे पुरानी और सबसे बड़ी समाचार एजेंसी है। पहले इसे 'एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इंडिया' के नाम से जाना जाता था, जिस पर ब्रिटिश समाचार एजेंसी 'रायटर' का स्वामित्व था। 01 फरवरी 1949 को सरदार वल्लभभाई पटेल की सहायता से इसका भारतीयकरण हुआ। यह एजेंसी अंग्रेजी और हिंदी दोनों में समाचार सामग्री और सेवाएं प्रदान करती है। इसके पास पूरे देश में संवाददाताओं और कार्यालयों का विस्तृत नेटवर्क है।

पी.टी.आई. ने 1980 में आम चुनावों के समाचार कवरेज के लिए पहली बार कंप्यूटर तकनीक का उपयोग किया। उसी वर्ष से इसने फीचर सेवाएं भी शुरू कीं। वर्तमान में इसका टेलीप्रिंटर नेटवर्क पूरे भारत में विस्तारित है। दूरदर्शन और सरकारी संगठनों सहित लगभग 200 से अधिक भारतीय समाचार पत्रों ने पी.टी.आई. की सदस्यता ली है। यह संयुक्त राज्य अमेरिका, रूस, श्रीलंका और अफ्रीका जैसी विभिन्न देशों की राजधानियों का भी कवरेज प्रदान करता है।

पी.टी.आई. दुनिया भर में विभिन्न समाचार एजेंसियों जैसे रायटर (ब्रिटेन), ए.एफ.पी. (फ्रांस), एसोसिएटेड प्रेस (अमेरिका), बी.टी.ए. (बुल्गारिया), एम.टी.आई. (हंगरी), पी.ए.पी. (पोलैंड) और तास (सोवियत रूस) से जुड़ी हुई है। एजेंसी ने न्यूयॉर्क, लंदन, मास्को, बीजिंग, कुआलालंपुर, नैरोबी, इस्लामाबाद, कोलंबो, काठमांडू, ढाका और बहरीन जैसे विश्व के प्रमुख शहरों में अपने विदेशी कार्यालय स्थापित किए हैं।

वर्तमान में पी.टी.आई. भारत के समाचार एजेंसी बाजार में 90 प्रतिशत हिस्सा नियंत्रित करती है। इसकी सेवाएं आकाशवाणी, दूरदर्शन और निजी चैनलों के अतिरिक्त ऑनलाइन पोर्टलों के माध्यम से भी ली जाती हैं। यह एजेंसी न केवल भारतीय मीडिया में बल्कि अंतरराष्ट्रीय मीडिया में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। पी.टी.आई. का मुख्यालय नई दिल्ली में स्थित है, और इसका आधिकारिक वेब पोर्टल https://www.ptinews.com है।

8.4.2 यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (U.N.I.): यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यू.एन.आई.) की स्थापना 1959 में एक अंग्रेजी समाचार एजेंसी के रूप में की गई थी। यह भारत की दूसरी सबसे

Scanned with OKEN Scanner

बड़ी समाचार एजेंसी है, जिसे यू.एन.आई. के नाम से भी जाना जाता है। भारत के प्रथम प्रेस आयोग के सुझाव के आधार पर, इस एजेंसी का गठन डॉ. बिधान चंद्र राय द्वारा 1961 में किया गया। यू.एन.आई. ने पूर्व में कार्यरत यू.पी.आई. (यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल) की टेलीप्रिंटर मशीनों पर 12 मार्च 1961 से विधिवत कार्य प्रारंभ किया।

यू.एन.आई. ने अपनी हिंदी समाचार सेवा "यूनीवार्ता" की शुरुआत के साथ बहुभाषीय समाचार सेवाओं में अपनी जगह बनाई। 1992 में इसने उर्दू समाचार सेवा शुरू की और इस तरह उर्दू समाचार प्रदान करने वाली पहली समाचार एजेंसी बन गई। वर्तमान में, यू.एन.आई. अंग्रेजी, हिंदी, उर्दू और कन्नड़ भाषाओं में समाचार सामग्री प्रदान करती है। इसके समाचार ब्यूरो भारत के सभी राज्यों की राजधानियों और प्रमुख शहरों में स्थित हैं।

यू.एन.आई. ने अपने ग्राहकों की विशेष आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए कृषि और आर्थिक सेवाओं जैसी नई पहल शुरू की हैं। यह समाचार एजेंसी अंतरराष्ट्रीय स्तर पर भी कई प्रमुख संवाद समितियों जैसे जर्मनी की डी.पी.ए., नेपाल की रा.स.स., इटली की ए.एन.एस.ए., अमेरिका की ए.पी., रूमानिया की एगर प्रेस, जापान की जीजी प्रेस आदि से समाचारों का आदान-प्रदान करती है।

यू.एन.आई. ऊर्जा, आर्थिक विकास, खेल और समसामयिक विषयों पर गहन रिपोर्टिंग करती है। यह उपग्रह संचार व्यवस्था के माध्यम से खाड़ी देशों के साथ भी अपनी समाचार सेवा साझा करती है। इस एजेंसी की सेवाएं विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक, प्रिंट और डिजिटल मीडिया प्लेटफार्मों को प्रदान की जाती हैं।

यू.एन.आई. अपनी निष्पक्ष और सटीक रिपोर्टिंग के लिए जानी जाती है, और इसकी समाचार सामग्री पर पाठकों और मीडिया आउटलेट्स का भरोसा है। इसका मुख्यालय नई दिल्ली के रफी मार्ग पर स्थित है। इसका आधिकारिक वेब पोर्टल https://www.uniindia.com है।

8.4.3 हिन्दुस्तान समाचार (हि.सं.): हिन्दुस्तान समाचार भारत की पहली समाचार एजेंसी है, जो भारतीय भाषाओं में समाचार और लेख पत्र-पत्रिकाओं को प्रदान करती है। जबकि पी.टी.आई. और यू.एन.आई. अंग्रेजी भाषा में काम करती हैं, हिन्दुस्तान समाचार भारतीय भाषाओं में सेवा प्रदान करने वाली सबसे पुरानी एजेंसी है। इसकी स्थापना दिसम्बर 1948 में श्री एस.एस. आप्टे

Scanned with OKEN Scanner

की प्रेरणा और प्रयासों से हुई थी। उस समय हिंदी टेलीप्रिंटर मशीनें उपलब्ध नहीं थीं, और समाचारों को हाथ से लिखकर प्रेषित किया जाता था।

राजर्षि पुरुषोत्तम दास टंडन की सलाह पर और तत्कालीन संचार मंत्री रफी अहमद किदवई के प्रयासों से इस एजेंसी को रियायती दरों पर टेलीप्रिंटर प्राप्त करने की व्यवस्था की गई। इसके लिए अंग्रेजी की चार "क्रीड" मशीनों को जबलपुर वर्कशॉप में देवनागरी में परिवर्तित किया गया। इस प्रकार देवनागरी टेलीप्रिंटरों का उपयोग करने वाली यह पहली समाचार एजेंसी बनी।

सन् 1954 में दिल्ली-पटना के बीच देवनागरी टेलीप्रिंटर का पहली बार प्रयोग समाचार प्रेषण के लिए किया गया। हिन्दुस्तान समाचार की शुरुआत एक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी के रूप में हुई थी, लेकिन जून 1957 में इसे सहकारी समिति के रूप में परिवर्तित कर दिया गया। हिन्दुस्तान समाचार एक बहुभाषीय समाचार एजेंसी है जो हिन्दी, मराठी, बंगाली, उर्दू, पंजाबी, तेलुगू, कन्नड़, मलयालम, गुजराती, नेपाली, असमिया, उड़िया और अंग्रेजी जैसी भाषाओं में समाचार प्रदान करती है। यह एक क्षेत्रीय एजेंसी होने के कारण उन घटनाओं और मुद्दों का कवरेज करती है, जिन पर राष्ट्रीय समाचार आउटलेट्स का उतना ध्यान नहीं जाता। हिन्दुस्तान समाचार खेल, राजनीति, व्यापार, मनोरंजन और सामाजिक मुद्दों पर विशेष ध्यान देते हुए भारत और दुनिया भर के समाचारों को कवर करती है। इसकी डिजिटल उपस्थिति मजबूत है, और इसकी समाचार सामग्री स्वयं के वेबसाइट के साथ-साथ एक्स (पूर्व में ट्विटर) और फेसबुक जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स पर भी उपलब्ध है। सटीक, निष्पक्ष और तटस्थ समाचार प्रदान करने के लिए यह एजेंसी अपनी गुणवत्ता और विश्वसनीयता के लिए जानी जाती है। इसका मुख्यालय कनॉट प्लेस, नई दिल्ली में स्थित है, और इसका आधिकारिक वेब पोर्टल https://www.hindustantimes.com है।

8.4.4 यूनिवार्ता: यूनिवार्ता, 01 मई 1982 से भारतीय भाषाओं में समाचार प्रसारण में सक्रिय, यूएनआई (यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया) संगठन के अधीन संचालित होती है। विशेष रूप से हिन्दी भाषी पाठकों के लिए तैयार की जाने वाली यह सेवा सटीक और व्यापक कवरेज के लिए प्रसिद्ध है। यह हिन्दी में राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय, खेल, राजनीति, व्यापार और सांस्कृतिक समाचार प्रदान करती है। यूनिवार्ता समाचार पत्रों, रेडियो और डिजिटल मीडिया को सामग्री उपलब्ध

Scanned with OKEN Scanner

कराती है, और इतनी विविधता से समाचार प्रस्तुत करती है कि इसकी सहायता से संपूर्ण समाचार पत्र तैयार किया जा सकता है। इसके साथ ही, यह अंग्रेजी संवाद समितियों के साथ प्रतिस्पर्धा करने की क्षमता रखती है। यूनिवार्ता का आधिकारिक वेब पोर्टल https://www.univarta.com है।

8.4.5 समाचार भारती: समाचार भारती की स्थापना 02 अक्टूबर 1966 को हुई थी और यह भारतीय भाषाओं में समाचार प्रदान करने वाली दूसरी सबसे बड़ी समिति है। यह समाचार एजेंसी देश के विभिन्न समाचार पत्रों, रेडियो और टेलीविजन चैनलों के लिए सामग्री उपलब्ध कराती है। इसकी स्थापना का उद्देश्य हिन्दी समाचार प्रसारण में प्रतिस्पर्धा लाना और विभिन्न भाषाई पाठकों तक सटीक, निष्पक्ष और व्यापक समाचार पहुँचाना था। समाचार भारती अपनी विशेष फीचर सेवा और 'देश और दुनिया' नामक वार्षिक प्रकाशन के माध्यम से पाठकों की आवश्यकताओं को पूरा करती है। इसका मुख्यालय नई दिल्ली में स्थित है।

8.4.6 समाचार समिति (News Agency): समाचार समिति का गठन आपातकाल के समय, 24 जनवरी 1976 को हुआ। उस समय भारत की चार प्रमुख समाचार समितियों (पीटीआई, यूएनआई, हिन्दुस्तान समाचार, और समाचार भारती) को विलय करके एकमात्र समाचार समिति "समाचार" नाम से स्थापित किया गया। यह समिति आपातकाल के दौरान भारत में इकलौती समाचार समिति थी और इसे सरकार से अधिक आर्थिक लाभ प्राप्त हुआ। फरवरी 1976 में इसका "क्रेडिट लाइन" प्रकाशित होना प्रारंभ हुआ और 01 अप्रैल 1976 से इसकी प्रबंध समिति ने काम करना शुरू किया। हालांकि, सत्ता परिवर्तन के बाद 14 अप्रैल 1978 को इसे पुनः विघटित कर दिया गया।

8.4.7 भाषा (Bhasha): भाषा, प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (PTI) का एक भाग है। इस समिति की स्थापना 1985 में हुई और यह हिन्दी और अन्य भारतीय भाषाओं में समाचार प्रदान करने के लिए जानी जाती है। इसका मुख्यालय नई दिल्ली के संसद मार्ग में स्थित है। यह प्रतिदिन 400 से अधिक कहानियाँ बनाने का दावा करती है और राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय, व्यापार, खेल, मनोरंजन, और कानूनी जैसे विभिन्न क्षेत्रों को कवर करती है। यह समाचार एजेंसी अपनी सटीक

Scanned with OKEN Scanner

और व्यापक कवरेज के लिए प्रसिद्ध है। इसका आधिकारिक वेब पोर्टल https://bhasha.ptinews.com है।

8.4.8 एशियन न्यूज इंटरनेशनल (ANI): 1971 में स्थापित एशियन न्यूज इंटरनेशनल (ANI) भारत की एक प्रमुख और बहुभाषी समाचार एजेन्सी है, जिसका नेटवर्क पूरे भारत में फैला हुआ है। यह भारत में सिंडिकेटेड वीडियो न्यूज सेवा प्रदान करती है और विभिन्न भाषाओं जैसे अंग्रेजी, उर्दू, पंजाबी, हिन्दी, तमिल, तेलुगू, बंगाली, और मराठी में समाचार प्रसारित करती है। एएनआई में राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय समाचार, व्यापार, राजनीति, खेल, मनोरंजन, और प्रौद्योगिकी जैसे विषयों की विस्तृत श्रृंखला शामिल है। यह एजेन्सी अपने सरकारी प्रचार, फर्जी समाचार नेटवर्क और गलत रिपोर्टिंग के ऐतिहासिक विवादों के बावजूद, अपनी खबरों की गुणवत्ता के लिए जानी जाती है। एएनआई अंतरराष्ट्रीय समाचार सेवाओं का सदस्य है और कई महत्वपूर्ण वैश्विक समाचार एजेन्सियों के साथ मिलकर काम करती है। इसने अपने उत्कृष्ट समाचार कवरेज के लिए कई पुरस्कार और सम्मान प्राप्त किए हैं, जिनमें भारतीय टेलीविजन अकादमी का पुरस्कार भी शामिल है। इसका मुख्यालय नई दिल्ली में स्थित है, और इसका आधिकारिक वेब पोर्टल https://www.aninews.in है।

8.4.9 इंडो एशियन न्यूज सर्विस (IANS): 1986 में स्थापित इंडो एशियन न्यूज सर्विस (IANS) भारत की एक निजी समाचार एजेन्सी है। यह हिन्दी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में समाचार प्रदान करती है और भारत के कई शहरों में इसकी उपस्थिति है। यह एजेन्सी वैश्विक संवाददाताओं के नेटवर्क के माध्यम से अंतरराष्ट्रीय समाचारों को भी कवर करती है। IANS टेलीविजन चैनलों, समाचार पत्रों और डिजिटल मीडिया प्लेटफार्मों को समाचार सामग्री प्रदान करती है। यह रीयल-टाइम समाचार अपडेट, फोटो, वीडियो सामग्री और विश्लेषण भी उपलब्ध कराती है। राजनीति, मनोरंजन, व्यापार, खेल, और प्रौद्योगिकी जैसे क्षेत्रों से जुड़ी खबरों को प्रमुखता से कवरेज प्रदान करती है। IANS ने पत्रकारिता में उत्कृष्टता के लिए प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया द्वारा राष्ट्रीय पुरस्कार सहित कई प्रतिष्ठित पुरस्कार जीते हैं। इसका मुख्यालय दिल्ली-एनसीआर (नोएडा) में स्थित है, और इसका आधिकारिक वेब पोर्टल https://www.ians.in है।

Scanned with OKEN Scanner

8.4.10 नेशनल एशियन न्यूज सर्विस (NANS): नेशनल एशियन न्यूज सर्विस (NANS) की स्थापना 1992 में दिल्ली में की गई, जिसका मुख्य उद्देश्य उद्योग और व्यापार से संबंधित समाचारों का वितरण करना था। यह एजेंसी उस समय की आर्थिक और औद्योगिक आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए बनाई गई थी, जब भारत में उदारीकरण और आर्थिक सुधार तेजी से हो रहे थे। NANS उद्योग और व्यापार से जुड़े विषयों पर व्यापक और सटीक जानकारी प्रदान करती है, जिससे निवेशकों, व्यापारिक संस्थानों और विशेषज्ञों को सही निर्णय लेने में मदद मिलती है। इसके अतिरिक्त, यह एजेंसी खेल, फिल्म, शिक्षा, और महिलाओं से संबंधित विषयों पर भी सामग्री उपलब्ध कराती है। खेल के क्षेत्र में यह प्रमुख आयोजनों और खिलाड़ियों की उपलब्धियों को कवर करती है, जबकि फिल्म और मनोरंजन में यह सिनेमा, कलाकारों, और नई फिल्मों से संबंधित जानकारी साझा करती है। शिक्षा के क्षेत्र में यह एजेंसी नीतियों, शैक्षिक पहल और संस्थानों से जुड़ी खबरों को उजागर करती है। महिलाओं के मुद्दों पर NANS उनके अधिकारों, उपलब्धियों और सामाजिक-आर्थिक स्थिति को दर्शाने वाले समाचार प्रदान करती है। आधुनिक मीडिया प्लेटफॉर्म्स का उपयोग करते हुए, यह एजेंसी प्रिंट, टेलीविजन, और डिजिटल मीडिया आउटलेट्स के लिए सामग्री प्रदान करती है, जिससे इसे व्यापक पाठक वर्ग तक पहुंचने में मदद मिलती है। NANS अपनी समर्पित सामग्री वितरण और विस्तृत कवरेज के लिए जानी जाती है।

8.4.11 इंडियन न्यूज एंड फीचर्स अलायंस (INFA): इंडियन न्यूज एंड फीचर्स अलायंस (INFA) भारत की एक प्रमुख समाचार और फीचर एजेंसी है। यह एक स्वतंत्र सिंडिकेट है, जिसकी स्थापना 14 नवंबर 1959 को दुर्गा दास ने की थी। दुर्गा दास ने हिंदुस्तान टाइम्स के प्रधान संपादक के पद से सेवानिवृत्ति के बाद इस एजेंसी की शुरुआत की। INFA की स्थापना का उद्देश्य समसामयिक मुद्दों पर विशेषज्ञ लेख और गहन विश्लेषण प्रदान करना था। यह एजेंसी प्रमुख विषयों पर पृष्ठभूमि, तथ्यात्मक जानकारी और गहन विश्लेषण प्रदान करने वाले लेखों की दैनिक सेवा प्रदान करती है।

INFA की सेवाओं में दैनिक कॉलम, ऑफ-बीट समाचार, पृष्ठभूमि और विशेष फीचर शामिल हैं। इसके अलावा, यह विभिन्न रुचियों के लिए समाचार आइटम, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय,

Scanned with OKEN Scanner

संसदीय सेवा और डोजियर भी प्रदान करती है। इसका एक प्रकाशन विभाग भी है, जो हर वर्ष

महत्वपूर्ण पुस्तकों का प्रकाशन करता है। INFA का मुख्यालय जीवनदीप

Scanned with OKEN Scanner

8.5.4 शिन्हुआ (Xinhua): शिन्हुआ (Xinhua) चीन की सरकारी समाचार एजेंसी है, जिसकी स्थापना 1931 में हुई और इसका मुख्यालय बीजिंग में स्थित है। यह एजेंसी मुख्य रूप से चीनी सरकार की नीतियों और दृष्टिकोण को दुनिया भर में प्रसारित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। शिन्हुआ अपनी सेवाएँ कई भाषाओं में प्रदान करती है, जिससे यह वैश्विक स्तर पर प्रभावशाली बनती है। इसका नेटवर्क दुनिया भर में फैला हुआ है, और यह आर्थिक व राजनीतिक मुद्दों पर व्यापक कवरेज के लिए जानी जाती है।

8.5.5 क्योदो समाचार एजेंसी (Kyodo News Agency): क्योदो समाचार एजेंसी जापान की एक प्रमुख और प्रतिष्ठित समाचार एजेंसी है, जिसकी स्थापना 1945 में द्वितीय विश्व युद्ध के तुरंत बाद हुई। इस एजेंसी की स्थापना का उद्देश्य जापान और विश्वभर के प्रमुख समाचारों को सटीक और निष्पक्ष तरीके से प्रसारित करना था। क्योदो समाचार एजेंसी का मुख्यालय टोक्यो में स्थित है और यह जापान की सबसे बड़ी और विश्वसनीय समाचार एजेंसियों में से एक मानी जाती है। क्योदो समाचार एजेंसी प्रिंट, ऑनलाइन और प्रसारण मीडिया के लिए समाचार सामग्री प्रदान करती है। यह एजेंसी न केवल जापानी भाषा में बल्कि अंग्रेजी में भी समाचार उपलब्ध कराती है, जिससे यह जापान के बाहर के दर्शकों और पाठकों के लिए भी उपयोगी बनती है। क्योदो की ख़ासियत इसकी व्यापक रिपोर्टिंग और वैश्विक दृष्टिकोण में है, जो इसे विश्व स्तर पर एक प्रभावशाली समाचार एजेंसी बनाती है।

8.5.6 यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल (UPI): यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल (UPI) एक वैश्विक समाचार एजेंसी है, जो दुनिया भर के लाखों पाठकों को समाचार, लेख, और जानकारी प्रदान करती है। इसकी स्थापना 1907 में एडवर्ड मूज़ द्वारा की गई थी, जिनका मानना था कि समाचार सेवा को समाचार खरीदने वालों पर किसी भी प्रकार का प्रतिबंध नहीं लगाना चाहिए। UPI अपने समय की सबसे प्रभावशाली वायर सेवाओं में से एक थी, जो 20वीं सदी के मध्य में हजारों समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, रेडियो और टेलीविजन स्टेशनों को समाचार सामग्री उपलब्ध कराती थी।

8.5.7 अल जज़ीरा (Al Jazeera): अल जज़ीरा एक स्वतंत्र समाचार एजेंसी है, जिसका मुख्यालय दोहा, कतर में स्थित है। इसकी स्थापना 1996 में हुई थी। यह कतर सरकार द्वारा वित्त

Scanned with OKEN Scanner

पोषित है और मध्य पूर्व में सबसे प्रमुख और प्रभावशाली समाचार संगठनों में से एक है। अल जज़ीरा अपनी स्वतंत्र और निष्पक्ष रिपोर्टिंग के लिए जानी जाती है। इसने अरब स्प्रिंग और मध्य पूर्व में अन्य प्रमुख घटनाओं की रिपोर्टिंग के लिए व्यापक प्रशंसा प्राप्त की।

8.5.8 डॉयचे प्रेस-एजेंटूर (DPA): सन् 1949 में स्थापित डॉयचे प्रेस-एजेंटूर (DPA) जर्मनी की एक प्रमुख समाचार एजेंसी है और यह जर्मनी की सबसे बड़ी स्वतंत्र समाचार एजेंसी मानी जाती है। इसका मुख्यालय हैम्बर्ग में स्थित है और संपादकीय कार्यालय बर्लिन में है। DPA दुनिया की प्रमुख स्वतंत्र समाचार एजेंसियों में से एक है। यह मीडिया आउटलेट्स, व्यवसायों और अन्य संगठनों को समाचार सामग्री प्रदान करती है, जिसमें टेक्स्ट, फोटो, वीडियो, ग्राफिक्स और ऑडियो जैसे विभिन्न प्रारूप शामिल हैं। यह समाचार सात भाषाओं में उपलब्ध है, जिनमें जर्मन, अंग्रेजी, स्पेनिश और अरबी प्रमुख हैं। अरबी भाषा में DPA की अंतरराष्ट्रीय सेवा अफ्रीका और मध्य पूर्व में 31 समाचार ब्यूरो के माध्यम से क्षेत्रीय कवरेज प्रदान करती है। इनमें डकार में एक केंद्रीय संपादकीय डेस्क भी शामिल है।

8.6 सारांश

समाचार एजेंसियाँ आधुनिक सूचना युग की रीढ़ हैं। ये एजेंसियाँ खबरों का संग्रह, सत्यापन और वितरण करती हैं, ताकि मीडिया हाउस, पाठक और दर्शक प्रामाणिक और त्वरित जानकारी प्राप्त कर सकें। समाचार एजेंसियाँ अपने-अपने क्षेत्रों में प्रभावशाली हैं और सटीक, त्वरित और विश्वसनीय खबरें प्रदान करने के लिए जानी जाती हैं। इनके पोर्टल पर लोग कभी भी जाकर नवीनतम खबरें देख सकते हैं, जिससे सूचना के प्रसार में पारदर्शिता और गति सुनिश्चित होती है।

8.7 संबंधित प्रश्न

1. भाषा समाचार एजेंसी पर एक संक्षिप्त लेख लिखें।
2. एसोसिएटेड प्रेस (एपी) किस देश की समाचार एजेंसी है? इसके कार्यों की चर्चा करें।
3. यूनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल (UPI) समाचार एजेंसी के कार्यों का वर्णन करें।
4. न्यूज एजेंसी के क्षेत्र में रॉयटर्स का योगदान क्या है? इसका वर्णन करें।
5. एशियन न्यूज इंटरनेशनल (एएनआई) क्या है? इस पर चर्चा करें।

8.8 संदर्भ ग्रंथ

Scanned with OKEN Scanner

1. प्रभात प्रकाशन. भारत में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और नई मीडिया. प्रभात प्रकाशन, 2018.
2. चतुर्वेदी, बी. के. न्यू मीडिया टेक्नोलॉजी एंड कम्युनिकेशन. ग्लोबलविज़न पब्लिशिंग हाउस, 2010.
3. जूडिजार्ड, विल्सन पी. ओल्ड मीडिया न्यू मीडिया: मास कम्युनिकेशन इन द इनफार्मेशन ऐज. एलेन बाकुन, 1999.
4. रिचर्ड, कोलिन्स, और क्रिस्टीना मुरौनि. न्यू मीडिया, न्यू पॉलिसीज़: मीडिया एंड कम्युनिकेशन स्ट्रैटेजी फॉर द फ्यूचर. पॉलिटी प्रेस, 1996.
5. चौधरी, ऋतेश, और गरिमा सिंह. आस्पेक्ट्स ऑफ न्यू मीडिया इन इंडिया. पार्थ पब्लिकेशन्स, 2025.

Scanned with OKEN Scanner

खण्ड- 3 वेब लॉग पत्रकारिता

ब्लॉग विभिन्न विषयों पर लिखे जाते है, ब्लॉग के विषय के आधार पर भी उसको विभाजित किया जा सकता है. इसमें जिस विषय पर ब्लॉग निर्मित किये जाते है उसकी सामग्री भी उसकी क्षेत्र की रहती है, जिस तरह अलग-अलग विषय पर केन्द्रित समाचार चैनल और पत्रिकाएं है उसी तरह कई ब्लॉग एक विषय पर केन्द्रित बनाएं जाते है. उद्धरण के लिए शिक्षा ब्लॉग, मनोरंजन ब्लॉग, स्पोर्ट ब्लॉग, तकनीकी ब्लॉग, फैशन ब्लॉग, फ़ूड ब्लॉग, यात्रा ब्लॉग, गेमिंग ब्लॉग, स्वास्थ्य ब्लॉग, संगीत ब्लॉग, कला ब्लॉग आदि. ब्लॉग की दुनिया में विविध विषयों पर केन्द्रित विषय के आधार पर ब्लॉग लिखे जाते है ।उपरोक्त खण्ड के अध्ययन के आप निम्नलिखित इकाई को समझ पायेगे -

इकाई-9 ब्लॉग के प्रकार

इकाई-10 ब्लॉग सर्च इंजन, ब्लॉग एग्रीगेटर

इकाई-11 ब्लॉग में नए रुझान

इकाई-12 वेबलॉग और लोकतंत्र

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-9 ब्लॉग का परिचय एवं प्रकार

इकाई की रूपरेखा

9.1 उद्देश्य

9.2 प्रस्तावना

9.3 ब्लॉग का परिचय

9.3.1 ब्लॉग का संक्षिप्त इतिहास

9.3.2 ब्लॉग: परिभाषा

9.4 ब्लॉग के प्रकार

9.4.1 व्यक्तिगत ब्लॉग

9.4.2 समूह ब्लॉग

9.4.3 कॉर्पोरेट या संगठनात्मक ब्लॉग

9.4.4 विषय आधारित ब्लॉग

9.4.5 माध्यम के आधार पर ब्लॉग

9.5 ब्लॉग कैसे बनाएं

9.6 सारांश

9.7 अभ्यास के प्रश्न

9.8 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

9.1 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप:

1. ब्लॉग के बारे में जान सकेंगे।
2. ब्लॉग के विविध प्रकारों से परिचित हो सकेंगे।
3. ब्लॉग के महत्व को समझ पाएंगे।
4. ब्लॉग का वास्तविक उपयोग कर सकेंगे।

9.2 प्रस्तावना

संचार हमारे जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा है। इसका विकास मानव सभ्यता के साथ-साथ हुआ है। संचार समाज के आरंभ से ही सामाजिक प्राणियों से किसी न किसी रूप में जुड़ा रहा है। कोई भी मानव परिवार, समाज या समूह परस्पर संवाद, मेलजोल या बातचीत के बिना सामान्य रूप से जीवित नहीं रह सकता। मनुष्य पृथ्वी का सबसे बुद्धिमान और गुणसम्पन्न प्राणी है। उसमें विचार करने और उन्हें व्यक्त करने की अद्वितीय क्षमताएं हैं। इन क्षमताओं को स्थायी बनाने के लिए उसने कई माध्यम विकसित किए हैं। संचार प्रक्रिया मनुष्य के जीवन का अभिन्न अंग है और इसके माध्यम से वह विकास की सीढ़ियां चढ़ते हुए आज पूरी दुनिया को अपनी मुट्ठी में कर चुका है।

संचार के अभाव में मानव समाज का अस्तित्व ही संभव नहीं है। मानव सभ्यता की उत्पत्ति से लेकर आज तक संचार माध्यमों ने अपार विकास किया है। इन माध्यमों ने मानव जीवन को दिशा और प्रगति प्रदान की है। भारत में इंटरनेट की शुरुआत 1990 के दशक में हुई, जिसे "ERNET" (एजुकेशनल रिसर्च नेटवर्क) के नाम से जाना गया। इसका उद्देश्य शिक्षा और अनुसंधान के क्षेत्र में जानकारी साझा करना था। 1995 में वीएसएनएल (विदेश संचार निगम लिमिटेड) ने भारत में इंटरनेट सेवाएं शुरू कीं, जिससे आम जनता को भी इंटरनेट का उपयोग करने का अवसर मिला।

सूचना प्रौद्योगिकी ने मानव जीवन के हर क्षेत्र में क्रांति ला दी है। डिजिटल साधनों, इंटरनेट और स्मार्ट तकनीकों के साथ लोग तेजी से सूचना प्राप्त कर रहे हैं और इससे जुड़ रहे हैं। स्मार्टफोन, कंप्यूटर और अन्य उपकरणों ने समय प्रबंधन को सरल बना दिया है। यह तकनीक संवाद के क्षेत्र में क्रांतिकारी बदलाव लेकर आई है। इंटरनेट, स्मार्टफोन और सोशल मीडिया ने विश्वभर के लोगों को जोड़ दिया है।

Scanned with OKEN Scanner

आज वीडियो कॉल, ईमेल और चैट सेवाओं के माध्यम से संवाद का अनुभव बेहद सुगम हो गया है। स्थान और समय की सीमाएं समाप्त हो चुकी हैं, जिससे कार्यक्षमता में निरंतर वृद्धि हो रही है। इंटरनेट ने कृषि से लेकर हवाई जहाज तक के क्षेत्रों में क्रांतिकारी परिवर्तन लाए हैं।

संचार केवल विचार व्यक्त करने का साधन नहीं है, बल्कि यह समाज को जोड़ने, जागरूक करने और साझा करने का भी माध्यम है। डिजिटल युग में सोशल मीडिया ने लोगों को विश्वभर के समाज से जोड़ने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। ब्लॉग भी संचार का एक प्रभावशाली माध्यम है, जो इंटरनेट की ही उपज है। इसके माध्यम से कोई भी व्यक्ति अपनी भावनाओं, संवेदनाओं, विचारों और सृजनात्मकता को वैश्विक मंच पर प्रस्तुत कर सकता है।

ब्लॉग को हिंदी में 'चिट्ठाकारी' कहा जाता है। डायरी लेखन हमारे समाज की पुरानी परंपरा रही है। पढ़े-लिखे लोग निजी डायरी में अपनी दिनचर्या और अनुभव लिखते थे, जो इतिहास और शोध के लिए महत्वपूर्ण मानी जाती थीं। इंटरनेट ने लेखन के कई मंच उपलब्ध कराए हैं, जिनमें ब्लॉग एक प्रमुख माध्यम है। जो लोग पहले डायरी लिखा करते थे, आज की पीढ़ी अपने विचार ब्लॉग के माध्यम से व्यक्त कर रही है।

सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट भी एक प्रकार के ब्लॉग हैं। भारत में फेसबुक, ट्विटर और इंस्टाग्राम जैसी सोशल नेटवर्किंग साइट्स से करोड़ों लोग जुड़े हुए हैं। इन प्लेटफॉर्म्स पर लेखन और संदेश पोस्ट करने को 'माइक्रो ब्लॉगिंग' कहा जाता है। ब्लॉग और सोशल मीडिया ने संचार के क्षेत्र में एक नई क्रांति लाई है, जो लोगों को अपने विचारों को वैश्विक स्तर पर व्यक्त करने का सशक्त मंच प्रदान करती है।

9.3ब्लॉग का परिचय

ब्लॉग, इंटरनेट युग की एक महत्वपूर्ण अभिव्यक्ति है, जिसने संचार और संवाद की प्रक्रिया को वैश्विक स्तर पर नया रूप दिया है। यह एक डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म है, जहाँ व्यक्ति अपनी भावनाओं, विचारों, अनुभवों, और सृजनात्मकता को साझा कर सकता है। ब्लॉग का उद्देश्य केवल संवाद तक सीमित नहीं है, बल्कि यह सांस्कृतिक, सामाजिक, और व्यावसायिक आदान-प्रदान का भी एक प्रभावी माध्यम बन चुका है। हिंदी सहित विभिन्न भाषाओं में ब्लॉगिंग ने एक नई पहचान बनाई है, जो भाषा और क्षेत्र की सीमाओं को पार करते हुए लोगों को जोड़ती है। ब्लॉगिंग के माध्यम से व्यक्तिगत और सामूहिक विचारों का आदान-प्रदान संभव हुआ है, जिससे समाज में जागरूकता और नवाचार को प्रोत्साहन मिला है।

Scanned with OKEN Scanner

9.3.1 **ब्लॉग का संक्षिप्त इतिहास:** ब्लॉग शब्द की उत्पत्ति वेब-लॉग शब्द से हुई है। प्रारंभिक दौर में, इंटरनेट पर कुछ ऑनलाइन जर्नल के लॉग प्रकाशित किए जाते थे, जिनमें विभिन्न क्षेत्रों में प्रकाशित खबरों और अन्य सामग्री के लिंक शामिल होते थे। वेब-लॉग शब्द का पहली बार उपयोग 17 दिसंबर 1997 को जॉन बार्गर ने किया। बाद में, 1999 में पीटर मल्होज ने वेब-लॉग को संक्षेप में ब्लॉग का नाम दिया, जो आज व्यापक रूप से प्रचलित है। बार्गर ने रोबोटविजडम डॉट कॉम नामक वेबसाइट की शुरुआत की और वहाँ इस शब्द का उपयोग किया।

आज ब्लॉगिंग का दायरा बहुत विस्तृत हो चुका है। 2024 में किए गए एक अनुमान के अनुसार, विश्व की 1.9 बिलियन वेबसाइटों में से 600 मिलियन ब्लॉग्स हैं। इन ब्लॉग्स पर प्रतिदिन लगभग 7.5 मिलियन ब्लॉग पोस्ट तैयार किए जाते हैं, जिससे यह स्पष्ट होता है कि ब्लॉग एक ऐसा मंच बन चुका है जहाँ लोग अपनी सृजनात्मकता और विचारों को व्यक्त कर रहे हैं। टम्बलर 518 मिलियन ब्लॉग्स के साथ सबसे बड़ा ब्लॉग होस्टिंग प्लेटफ़ॉर्म है, जबकि वर्डप्रेस पर लगभग 60 मिलियन ब्लॉग्स हैं। अमेरिका ब्लॉगिंग के क्षेत्र में सबसे आगे है, जहाँ टम्बलर पर 43.29% ट्रैफ़िक है और वर्डप्रेस पर 9.3 मिलियन ब्लॉग्स हैं। अंग्रेजी ब्लॉगिंग की सबसे प्रचलित भाषा है।

9.3.2 **ब्लॉग : परिभाषा**: ब्लॉग एक ऐसा वेबसाइट प्लेटफ़ॉर्म है, जहाँ व्यक्ति नियमित रूप से टिप्पणियों, घटनाओं के विवरण, और अन्य सामग्री जैसे ग्राफिक्स या वीडियो साझा कर सकता है। यह सामग्री आमतौर पर उल्टे कालानुक्रम में (सबसे नवीनतम सामग्री सबसे ऊपर) प्रदर्शित की जाती है। वीकिपीडिया के अनुसार, "ब्लॉग वह वेबसाइट होती है जो किसी व्यक्ति विशेष द्वारा निरंतर सामग्री साझा कर बनाई जाती है।"

कवि और कथाकार उदय प्रकाश ब्लॉग को "विचारों, स्मृतियों, सुख-दुख और निजी अनुभवों की डायरी" के रूप में परिभाषित करते हैं। ब्लॉग एक ऐसा ऑनलाइन मंच है जहाँ व्यक्ति अपने मन की बात कह सकता है। हिंदी में ब्लॉग को 'चिट्ठा' कहा जाता है। ब्लॉग का लेखक, संपादक और प्रकाशक एक ही व्यक्ति होता है, जिसे ब्लॉगर कहा जाता है।

ब्लॉग बनाने के लिए पंजीकरण के बाद व्यक्ति को एक यूआरएल प्राप्त होता है, जिसे इंटरनेट के माध्यम से पढ़ा जा सकता है। हिंदी में ब्लॉगिंग की शुरुआत 21 अप्रैल 2003 को आलोक

Scanned with OKEN Scanner

कुमार ने की थी। उन्होंने 'नौ दो ग्यारह' नामक पहला हिंदी ब्लॉग शुरू किया और पहली बार ब्लॉग के लिए 'चिट्ठा' शब्द का उपयोग किया।

हिंदी ब्लॉगिंग के क्षेत्र में एक बड़ी क्रांति 2007 में आई, जब यूनिकोड टूल उपलब्ध हुआ। यूनिकोड ने हिंदी टाइपिंग को सरल बना दिया और वेब डेवेलपमेंट में भाषाई सामग्री को व्यापक रूप से उपयोगी बनाया। इसके माध्यम से विभिन्न भाषाओं के वेब पेज विश्वभर में सही ढंग से प्रदर्शित होने लगे।

ब्लॉग ने वैश्विक संवाद और सांस्कृतिक आदान-प्रदान को नई दिशा दी है। यह मंच लोगों को उनके विचारों और अनुभवों को साझा करने का अवसर प्रदान करता है। राजनीतिक, सांस्कृतिक और आर्थिक मामलों पर चर्चा करने के लिए यह मंच बेहद महत्त्वपूर्ण है। ब्लॉग के माध्यम से वैश्विक संवाद की आवश्यकता को बल मिला है, जिससे सहयोग और सृजनात्मकता को बढ़ावा मिला है।

9.4 ब्लॉग के प्रकार

ब्लॉग विभिन्न प्रकार के होते हैं, जिन्हें उनके उद्देश्य, सामग्री और लेखन शैली के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। ब्लॉग की ये श्रेणियां लेखकों और पाठकों को उनकी रुचियों और आवश्यकताओं के अनुसार सामग्री का आदान-प्रदान करने का अवसर प्रदान करती हैं। नीचे ब्लॉग के मुख्य प्रकारों का वर्णन किया गया है:

9.4.1 **व्यक्तिगत ब्लॉग:** व्यक्तिगत ब्लॉग किसी एक व्यक्ति द्वारा संचालित होते हैं, और इनका उद्देश्य अपनी व्यक्तिगत जानकारियों, अनुभवों, और रचनात्मकता को साझा करना होता है। यह ब्लॉग किसी विशेष विषय पर केंद्रित नहीं होते और इन्हें व्यक्तिगत डायरी का डिजिटल संस्करण कहा जा सकता है। व्यक्तिगत ब्लॉग लेखन से व्यक्ति अपनी बात को वैश्विक स्तर पर प्रस्तुत कर सकता है और पाठकों के साथ सीधे संवाद कर सकता है। इसमें दो-तरफ़ा संवाद की सुविधा होती है, जिससे लेखकों को उनके लेखन की सराहना और आलोचना दोनों मिलती है। व्यक्तिगत ब्लॉगों पर साझा की गई सामग्री का व्यापक रूप से प्रसार सोशल मीडिया और अन्य प्लेटफॉर्म्स के माध्यम से किया जाता है, जिससे लेखक को पहचान और प्रेरणा मिलती है।

Scanned with OKEN Scanner

9.4.2 **समूह ब्लॉग:** समूह ब्लॉग कई व्यक्तियों के सहयोग से संचालित होते हैं और इसका उद्देश्य विभिन्न विशेषज्ञताओं और दृष्टिकोणों को एकत्र करना होता है। समूह ब्लॉग में अलग-अलग क्षेत्रों के लोग मिलकर काम करते हैं और विषयों की विविधता को प्रस्तुत करते हैं। इसमें लेखकों के योगदान को संपादक या व्यवस्थापक द्वारा प्रबंधित किया जाता है, जिससे सामग्री की गुणवत्ता और स्थिरता सुनिश्चित की जाती है। समूह ब्लॉगों में नियमित रूप से नई सामग्री प्रकाशित होती है, जिससे पाठकों की रुचि बनी रहती है। इसके अतिरिक्त, समूह ब्लॉग में विभिन्न लेखन शैलियों और दृष्टिकोणों को शामिल किया जाता है, जो पाठकों को एक व्यापक दृष्टिकोण प्रदान करता है। इन ब्लॉगों का प्रचार और विपणन भी आसान होता है, क्योंकि इसमें शामिल लेखक अपने-अपने नेटवर्क का उपयोग कर सकते हैं। इन प्रकारों के आधार पर, ब्लॉग लेखन न केवल व्यक्तिगत अभिव्यक्ति का माध्यम बन गया है, बल्कि यह टीम वर्क, विचारों के आदान-प्रदान और पाठकों के साथ संवाद का एक प्रभावी उपकरण भी बन गया है।

9.4.3 **कॉर्पोरेट या संगठनात्मक ब्लॉग:** कॉर्पोरेट या संगठनात्मक ब्लॉग उन ब्लॉगों का प्रकार है, जो किसी कंपनी या संगठन द्वारा उनके उत्पादों, सेवाओं, उपलब्धियों, और इवेंट्स के प्रचार और ग्राहकों से संवाद के लिए बनाए जाते हैं। यह ब्लॉग कंपनी के व्यक्तियों या समूह द्वारा संचालित होते हैं और इनका मुख्य उद्देश्य ग्राहकों और पाठकों के बीच कंपनी की प्रतिष्ठा को मजबूत करना होता है। इस प्रकार के ब्लॉग में सामग्री कंपनी द्वारा जारी दिशा-निर्देशों के अनुरूप तैयार की जाती है।

कॉर्पोरेट ब्लॉग न केवल प्रचार का माध्यम होते हैं, बल्कि यह ग्राहकों से प्रतिक्रिया प्राप्त करने, उनके साथ संवाद स्थापित करने, और उनके विश्वास को बनाए रखने में मददगार होते हैं। अध्ययनों से पता चला है कि ब्लॉगिंग करने वाले व्यवसायों की वेबसाइट्स पर ट्रैफिक उन व्यवसायों की तुलना में 55% अधिक होता है, जो ब्लॉगिंग नहीं करते। इससे कंपनियों को अपने उत्पादों और सेवाओं को अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचाने और प्रतिस्पर्धियों पर बढ़त हासिल करने में मदद मिलती है।

कॉर्पोरेट ब्लॉग से जुड़ी सामग्री को रुचिकर और उपयोगी बनाना अत्यंत आवश्यक है, ताकि यह केवल विज्ञापन न लगे। इसके माध्यम से उपभोक्ताओं को प्रोडक्ट और ब्रांड से जुड़ी

Scanned with OKEN Scanner

अधिकतम जानकारी दी जा सकती है, जो हमेशा उनके लिए उपलब्ध रहती है। ग्राहक इन ब्लॉगों के माध्यम से उत्पादों और सेवाओं की प्रामाणिकता और गुणवत्ता पर अधिक विश्वास करते हैं।

9.4.4 **विषय आधारित ब्लॉग:** ब्लॉग को उनके विषय के आधार पर भी विभाजित किया जा सकता है। इसमें किसी विशिष्ट विषय पर केंद्रित सामग्री साझा की जाती है, जैसे शिक्षा ब्लॉग, मनोरंजन ब्लॉग, स्वास्थ्य ब्लॉग, तकनीकी ब्लॉग, यात्रा ब्लॉग, फैशन ब्लॉग, और खेल ब्लॉग आदि। विषय आधारित ब्लॉग पाठकों को गहराई से जानकारी प्रदान करते हैं क्योंकि इनका संचालन संबंधित क्षेत्र के विशेषज्ञों द्वारा किया जाता है।

उदाहरण के लिए, भारत में दासाना द्वारा संचालित "Veg Recipes of India" एक प्रख्यात फ़ूड ब्लॉग है, जिसका मासिक ट्रैफिक 4.2 मिलियन है। इसी तरह, डॉ. कायनात काज़ी का ट्रैवल ब्लॉग "राहगिरी" हिंदी में एक प्रमुख यात्रा और फोटोग्राफी ब्लॉग है, जिसमें भारत की अनदेखी संस्कृति और स्थानों की जानकारी बेहतरीन तस्वीरों और लेखनी के माध्यम से दी जाती है।

विषय आधारित ब्लॉग, ब्लॉग जगत में एक मजबूत पहचान बनाते हैं और पाठकों के साथ गहरे संबंध स्थापित करने में सफल होते हैं। यह ब्लॉग अपने उत्कृष्ट कंटेंट के माध्यम से न केवल जानकारी प्रदान करते हैं, बल्कि पाठकों के अनुभव को भी समृद्ध बनाते हैं।

9.4.5 माध्यम के आधार पर ब्लॉग: ब्लॉग को उनके सामग्री प्रस्तुत करने के माध्यम के आधार पर भी वर्गीकृत किया जा सकता है। अलग-अलग माध्यमों के उपयोग से ब्लॉगिंग की शैली और उद्देश्य में विविधता आती है।

- **वीडियो ब्लॉग (वी-लॉग):** यदि ब्लॉग का कंटेंट मुख्य रूप से वीडियो पर आधारित है, तो इसे वीडियो ब्लॉग या वी-लॉग कहा जाता है। इस प्रकार के ब्लॉग में वीडियो के साथ टेक्स्ट, इमेज, और आवश्यकतानुसार लिंक भी साझा किए जाते हैं। विश्व में यूट्यूब सबसे लोकप्रिय वीडियो ब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म है। इसकी शुरुआत पे-पाल के तीन पूर्व कर्मचारियों—स्टीव चेन, चाड हर्ले, और जावेद करीम ने 2005 में की थी। यूट्यूब पर पहला वीडियो, "मी एट द ज़ू," जावेद करीम ने 24 अप्रैल 2005 को पोस्ट

Scanned with OKEN Scanner

किया। आज यूट्यूब के 462 मिलियन भारतीय उपयोगकर्ता हैं, जो इसे भारत का सबसे बड़ा डिजिटल मंच बनाते हैं। यह न केवल सृजनात्मकता का वैश्विक प्रदर्शन करने का माध्यम है बल्कि कई ब्लॉगर के लिए जीविका का साधन भी बन चुका है।

- **लिंक ब्लॉग:** यदि किसी ब्लॉग पोस्ट में मुख्यतः अन्य वेबसाइटों के लिंक होते हैं, तो इसे लिंक ब्लॉग कहा जाता है। इसका उद्देश्य पाठकों को उपयोगी और रोचक सामग्री के स्रोत प्रदान करना है। लिंक ब्लॉग उन विषयों के लिए विशेष रूप से उपयोगी माने जाते हैं, जिनमें अद्यतन और नई सामग्री की आवश्यकता होती है। यह पाठकों को सत्यापित और प्रामाणिक जानकारी उपलब्ध कराता है और अन्य ब्लॉग या वेबसाइटों के साथ संबंध स्थापित करने में मदद करता है।
- **फोटो ब्लॉग:** फोटो ब्लॉग मुख्य रूप से तस्वीरों पर आधारित होते हैं। इन ब्लॉगों में फोटोग्राफी को प्राथमिकता दी जाती है। उदाहरण के लिए, नैना द्वारा संचालित www.naina.co लक्जरी, फैशन और लाइफस्टाइल फोटोग्राफी के क्षेत्र में बेहद प्रसिद्ध है। फोटो ब्लॉग का संचालन फोटो पत्रकार, फैशन फोटोग्राफर, ट्रैवलर आदि बड़े स्तर पर करते हैं। तस्वीरों के साथ-साथ छोटे फीचर और लेख भी जोड़ने से यह ब्लॉग अधिक जानकारीपूर्ण बनते हैं।
- **माइक्रो ब्लॉग:** सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट्स ने ब्लॉगिंग को एक नया आयाम दिया है, जिसे माइक्रो ब्लॉगिंग कहा जाता है। परंपरागत ब्लॉगिंग की तुलना में माइक्रो ब्लॉगिंग करने वालों की संख्या कई गुना अधिक है। फेसबुक, ट्विटर, और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म्स पर टेक्स्ट, फोटो, वीडियो, और हैशटैग का उपयोग करके वैश्विक स्तर पर संवाद किया जा सकता है। माइक्रो ब्लॉगिंग का मुख्य उद्देश्य त्वरित संवाद और सूचना का प्रवाह है। भारत में फेसबुक सबसे लोकप्रिय माइक्रो ब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म है, जहां उपयोगकर्ता अपने संदेश पोस्ट कर दूसरों के साथ साझा करते हैं। हैशटैग्स के माध्यम से विशेष विषयों या चर्चाओं में शामिल होना और सामुदायिक भावना को बढ़ावा देना इसका एक प्रमुख आकर्षण है।

Scanned with OKEN Scanner

इन विभिन्न माध्यमों ने ब्लॉगिंग को सृजनात्मकता और संवाद का एक सशक्त उपकरण बना दिया है, जिससे वैश्विक स्तर पर सूचना, विचार और अनुभव साझा किए जा सकते हैं।

9.5ब्लॉग कैसे बनाएं

ब्लॉग बनाना एक सरल और रोचक प्रक्रिया है, जिसमें कई वेबसाइटें मुफ्त में ब्लॉग निर्माण की सुविधा प्रदान करती हैं। ब्लॉगिंग शुरू करने से पहले, यह तय करना जरूरी है कि आप ब्लॉग क्यों बनाना चाहते हैं और आपका उद्देश्य क्या है। आपके उद्देश्य के आधार पर ब्लॉग निर्माण की सुविधाएं उपलब्ध कराने वाली वेबसाइटों का चयन करना चाहिए। ब्लॉग निर्माण की सुविधा देने वाली प्रमुख वेबसाइटें

- www.wix.com
- www.wordpress.org
- www.substack.com
- www.linkedin.com
- www.medium.com
- www.weebly.com
- www.ghost.org
- www.notion.so
- www.blogger.com
- www.Tumblr.com

हर वेबसाइट अपनी खासियत और टेम्प्लेट प्रदान करती है। ब्लॉग निर्माण के लिए किसी विशेष तकनीकी ज्ञान की आवश्यकता नहीं है, लेकिन कुछ बुनियादी जानकारी होना आवश्यक है।

ब्लॉगर डॉट कॉम 1999 में इवान विलियम्स द्वारा "पाइरा लैब्स" के नाम से शुरू किया गया था। 2003 में गूगल ने इसका अधिग्रहण किया और इसे निःशुल्क होस्टिंग और अनुकूलन योग्य टेम्प्लेट के साथ और भी सुलभ बना दिया। यदि आपके पास एक जीमेल अकाउंट है, तो आप आसानी से https://www.blogger.com पर जाकर ब्लॉग बना सकते हैं। ब्लॉग निर्माण के चरण (ब्लॉगर डॉट कॉम पर)

Scanned with OKEN Scanner

1. ब्लॉगर डॉट कॉम पर जाएं: सबसे पहले, https://www.blogger.com पर जाएं।
2. जीमेल लॉगिन करें: अपने जीमेल अकाउंट से लॉगिन करें।
3. ब्लॉग टाइटल चुनें: आपके सामने "ब्लॉग का नाम" चुनने का विकल्प आएगा। यहां आप अपने ब्लॉग का नाम दर्ज कर सकते हैं।
4. यूआरएल बनाएं: ब्लॉग के लिए एक अनूठा यूआरएल चुनें। यदि यह उपलब्ध है, तो यह आपको आवंटित कर दिया जाएगा।
5. ब्लॉग का नाम और टेम्प्लेट चुनें: अपने ब्लॉग के लिए उपयुक्त नाम और टेम्प्लेट का चयन करें।
6. न्यू पोस्ट पर क्लिक करें: अब "न्यू पोस्ट" पर क्लिक करके ब्लॉगिंग शुरू करें।

ब्लॉग निर्माण न केवल आपकी अभिव्यक्ति का एक मंच है बल्कि यह आपको वैश्विक स्तर पर पहचान दिलाने का एक माध्यम भी है। इसे रुचिकर और नियमित रूप से बनाए रखें।

9.6 सारांश

इस इकाई में ब्लॉग की परिभाषा, इतिहास, प्रकार और महत्व पर चर्चा की गई है। ब्लॉग आज के डिजिटल युग का एक प्रभावी संचार माध्यम है, जो व्यक्तियों और संगठनों को अपने विचारों, अनुभवों और जानकारियों को साझा करने का मंच प्रदान करता है। ब्लॉग के विभिन्न प्रकार जैसे व्यक्तिगत, समूह, कॉर्पोरेट, विषय-आधारित और माध्यम-आधारित ब्लॉग पर विस्तार से चर्चा की गई है। इसके अतिरिक्त, ब्लॉग निर्माण की प्रक्रिया और ब्लॉगिंग प्लेटफार्मों की जानकारी दी गई है। ब्लॉगिंग न केवल आत्म-अभिव्यक्ति का माध्यम है, बल्कि यह डिजिटल युग में सूचना आदान-प्रदान का महत्वपूर्ण उपकरण भी है।

9.7अभ्यास के प्रश्न

1. ब्लॉग की परिभाषा और इसकी विशेषताओं को समझाइए।
2. ब्लॉग का इतिहास और इसकी उत्पत्ति के बारे में विस्तार से लिखें।
3. व्यक्तिगत ब्लॉग और समूह ब्लॉग के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए।
4. कॉर्पोरेट ब्लॉगिंग के लाभ और उसकी रणनीतियों पर चर्चा करें।
5. ब्लॉग को वर्गीकृत करने के लिए किन-किन आधारों का प्रयोग किया जाता है?

9.8 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

1. गुनेलियस, सुसान। ब्लॉगिंग ऑल-इन-वन फॉर डमीज़। वाइली, 2024।
2. हैंडली, ऐन, और सी.सी. चैपमैन। कंटेंट रूल्स: कैसे बनाएं प्रभावी ब्लॉग, पॉडकास्ट, वीडियो, ईबुक, वेबिनार (और अन्य सामग्री) जो ग्राहकों को जोड़े और आपके व्यवसाय को बढ़ावा दे। वाइली, 2010।
3. विलियम्स, एंडी। वर्डप्रेस फॉर बिगिनर्स 2024: आपका पहला ब्लॉग बनाने के लिए एक विजुअल गाइड। क्रिएटस्पेस, 2024।
4. कुमार, आलोक। चिट्ठाकारी का इतिहास और भविष्य। प्रभात प्रकाशन, 2015।
5. मिश्रा, शैलेंद्र। डिजिटल लेखन और ब्लॉगिंग। वाणी प्रकाशन, 2019।

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-10 ब्लॉग सर्च इंजन और ब्लॉग एग्रीगेटर

इकाई की रूपरेखा

10.1 उद्देश्य

10.2 प्रस्तावना

10.3 ब्लॉग सर्च इंजन

10.3.1 सर्च इंजन का संक्षिप्त इतिहास

10.3.2 ब्लॉग सर्च इंजन के चरण

10.3.3 सर्च इंजन के प्रकार

10.3.4 विश्व के प्रमुख सर्च इंजन

10.3.5 प्रमुख वेबसाइट्स

10.4 प्रमुख ब्लॉग सर्च इंजन

10.5 एग्रीगेटर

10.5.1 एग्रीगेटर के प्रकार

10.6 ब्लॉग एग्रीगेटर

10.6.1ब्लॉग एग्रीगेटर के महत्व

10.5.2 ब्लॉग एग्रीगेटर के समक्ष चुनौतियां

10.5.3 प्रमुख न्यूज एग्रीगेटर वेबसाइट्स

10.5.4 भारत के प्रमुख न्यूज एग्रीगेटर

10.7 हिंदी ब्लॉग एग्रीगेटर

10.8 हिंदी ब्लॉग एग्रीगेटर वेबसाइट्स

10.9 सारांश

10.10 अभ्यास के प्रश्न

10.11 संदर्भ सूची

10.1 उद्देश्य

Scanned with OKEN Scanner

इस इकाई का अध्ययन करने से आप-

1. ब्लॉग सर्च इंजन को जान सकेंगे
2. सर्च इंजन के प्रकार से परिचित हो सकेंगे
3. प्रमुख ब्लॉग सर्च इंजन को जान सकेंगे
4. ब्लॉग एग्रीगेटर के महत्व को समझ सकेंगे
5. भारत में प्रमुख न्यूज़ एग्रीगेटर से अवगत हो सकेंगे

10.2 प्रस्तावना

ब्लॉग सर्च इंजन और ब्लॉग एग्रीगेटर दोनों ही ब्लॉग कंटेंट (विषयवस्तु) को खोजने और व्यवस्थित करने के लिए उपयोगी उपकरण (टूल्स) है, लेकिन दोनों की भूमिका अलग-अलग है। सर्च इंजन एक सॉफ्टवेयर प्रोग्राम या सिस्टम है, जिसे उपयोगकर्ताओं को इंटरनेट पर या किसी विशिष्ट डेटाबेस से संग्रहित जानकारी खोजने में मदद करने के लिए डिजाइन किया जाता है। सर्च इंजन विभिन्न स्रोतों से सामग्री को अनुक्रमित एवं सूचीबद्ध करने का काम करते हैं और फिर उपयोगकर्ता को उनकी खोज के आधार पर प्रासंगिक परिणाम की सूची प्रदान करते हैं। ब्लॉग एग्रीगेटर एक ऐसा उपकरण या सेवा है जो विभिन्न ब्लॉग्स और उनकी पोस्टस् को एक ही स्थान पर एकत्रित करता है। ब्लॉग एग्रीगेटर विभिन्न ब्लॉग्स को एक ही जगह पर देखने और पढ़ने की सुविधा प्रदान करना होता है और उनके पसंदीदा ब्लॉग्स को ट्रैक करने में मदद करते हैं। इस तरह आप दोनों उपकरण का उपयोग करके अपनी पसंद की सामग्री तक पहुंच सकते हैं।

10.3 ब्लॉग सर्च इंजन

इंटरनेट से सूचनाओं प्राप्त करने के कई तरीकें हैं। सबसे लोकप्रिय तरीका सर्च इंजन है। सर्च इंजन सूचनाओं को एकत्र तथा अद्यतन बनाने के लिए इस प्रक्रिया को अपनाते हैं और वेबसाइट तथा वेब पेज का संदर्भ लिखते हैं। सूचना की खोज के लिए उपयोग किए जाने वाले सर्वर को सर्च इंजन कहा जाता है। यानी सर्च इंजन ऐसा उपकरण है जो निर्देश पाकर विभिन्न साइट पर जाकर वंचित सामग्री उपलब्ध कराता है। सर्च इंजन 1998 में अस्तित्व में आया।

ब्लॉग सर्च इंजन एक ऐसा उपकरण या सेवा है जो उपयोगकर्ताओं को ब्लॉग पोस्ट, लेख और अन्य ब्लॉग सामग्री को खोजने में मदद करती है। यह सर्च इंजन ब्लॉग्स के लिए विशेष रूप से डिजाइन किया

Scanned with OKEN Scanner

गया होता है। इसमें उपयोगकर्ताओं को विभिन्न ब्लॉग विषयों, लेखन या पोस्ट की तलाश करने की सुविधा देता है।

10.3.1 सर्च इंजन का संक्षिप्त इतिहास

सर्च इंजन की अवधारणा इंटरनेट से कई दशक पुरानी है। अटलांटिक 1 मई 1945 में वन्नेवर बुश के प्रसिद्ध निबंध में, वैज्ञानिक अनुसंधान और विकास कार्यालय के निर्देशक ने प्रस्ताव दिया कि संयुक्त राज्य अमेरिका को "मेमेक्स" परियोजना शुरू करनी चाहिए। यह प्रस्तावित स्वचालित व्यक्तिगत फाइलिंग प्रणाली "मशीनीकृत होगी ताकि इसे अत्यधिक गति और लचीलेपन के साथ परामर्श किया जा सके।"

1950 के दशक में, पहली स्वचालित सूचना पुनर्प्राप्ति प्रणाली शुरू की गई थी। 1950 के दशक के उत्तरार्ध में, जेरार्ड साल्टन जैसे शोधकर्ताओं ने पाठ के लिए स्वचालित सूचना पुनर्पादित प्रणाली के लिए आधार तैयार करना शुरू किया। साल्टन ने 1960 के दशक की शुरुआत में SMART (सिस्टम फॉर द मैकेनिकल एनालिसिस एंड रिट्रीवल ऑफ टेक्स्ट) सूचना पुनर्राप्ति प्रणाली विकसित की। इस मील के पत्थर ने प्रासनिक पाठ्य सूचना का विश्लेषण और पुनर्प्राप्ति के लिए गणितीय और सांख्यिकीय तरीकों का उपयोग किया। इसने प्रासंगिकता रैंकिंग की अवधारणा भी पेश की।

1960 और 1970 के दशक के दौरान, विभिन्न सूचना पुनर्प्राप्ति प्रणालियों विकसित होती रही, जिसने बूलियन खोज और वेक्टर स्पेस मॉडल (एक गणितीय मॉडल जो टेक्स्ट जैसी वस्तुओं को वेक्टर के रूप में दर्शाता है) जैसी नई तकनीके शामिल की गई। 1980 के दशक में सूचना पुनर्प्राप्ति प्रणालियों में प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण तकनीकों का एकीकरण हुआ, जिसने उपयोगकर्ता प्रश्नों और दस्तावेज़ सामग्री के अधिक परिष्कृत विश्लेषण की अनुमति दी। 1996 में वेबकॉलर की शुरुआत के साथ एक बड़ा मोड़ आया, जो पहला स्वचालित वेब सर्च इंजन था। 1998 में Google के प्रवेश ने अपने पेजरैंक एल्गोरिदम के साथ इंटरनेट खोज में क्रांति ला दी, जिसने खोज प्रासंगिकता को महत्वपूर्ण रूप से बढ़ा दिया।

1990 के दशक के अंत और 2000 के दशक की शुरुआत में सर्च इंजन में विविधता देखी गई। व्यावसायिक डेटा के बढ़ते डिजिटलीकरण की प्रतिक्रिया के रूप में एंटरप्राइज सर्च इंजन सामने आए। 2010 के दशक में ओपन-सोर्स एंटरप्राइज़ विकल्पों का उदय हुआ, जिसने व्यवसायों को अपनी स्वयं

Scanned with OKEN Scanner

की खोज कार्यक्षमता बनाने के लिए लचीलापन और मापनीयता प्रदान की। अन्य नए सर्च इंजनों में वर्टिकल सर्च इंजन (जो किसी विशिष्ट विषय पर ध्यान केंद्रित करते हैं) और सोशल मीडिया सर्च शामिल हैं। आज, AI की मदद से, सर्च इंजन में सुधार और विविधता जारी है।

10.3.2 ब्लॉग सर्च इंजन के चरण

सर्च इंजन की प्रक्रिया में निम्नलिखित प्रमुख चरण होते हैं

- क्रॉलिंग - सर्च इंजन ब्लॉग कंटेंट को वेब पेज का स्कैन कर उसकी सामग्री को एकत्रित करता है। इसके लिए वेब क्रॉलर्स या बॉट्स का उपयोग किया जाता है।
- इंडोक्सिंग/वर्गीकरण - इसमें प्राप्त की गई जानकारी को व्यवस्थित किया जाता है और एक डेटाबेस में संग्रहित किया जाता है, जिसे इंडेक्स कहा जाता है।
- सर्च क्वेरी/खोज - जब आप सर्च इंजन में को टाइप करते हैं तो सर्च इंजन आपके द्वारा की गई क्वेरी के आधार पर अपने इंडेक्स को स्कैन करता है।
- रैंकिंग - सर्च इंजन खोज परिणामों को आपके सवाल के अनुसार प्रासंगिकता के आधार पर रैंक करता है। यह रैंकिंग विभिन्न एल्गोरिथम और संकेत पर आधारित होती है। जैसे कीवर्ड
- प्रस्तुति- अंतिम चरण में सर्च इंजन आपके सामने खोज परिणाम प्रदर्शित करता है। इस प्रस्तुति में वेबसाइटों चित्रों वीडियो या अन्य प्रकार की जानकारी हो सकती है।

10.3.3 सर्च इंजन के प्रकार -

सर्च इंजन के मुख्यत: सात प्रकार के होते है –

- सामान्य खोज इंजन- एक सामान्य प्रयोजन खोज इंजन है जो विषयों को एक विस्तृत श्रृंखला के लिए उनकी सामग्री के आधार पर वेब पेज को अनुक्रमित और रैंक करता है। सबसे लोकप्रिय सामान्य खोज इंजन Google, Yahoo और Bing है।
- वर्टिकल सर्च इंजन- वर्टिकल सर्च इंजन का प्रयोग अक्सर विशेष तरह की जानकारी खोजने के लिए किया जाता है जैसे Google images, YouTube और Amazon
- हाइब्रिड सर्च इंजन- हाइब्रिड सर्च इंजन एक ऐसा इंजन है जो परिणाम खोजने के लिए एक से अधिक सर्च एल्गोरिदम का उपयोग करता है। यदि एक सर्च इंजन केवल वेबसाइट देखता है

Scanned with OKEN Scanner

और दूसरा केवल इमेज तो हाईब्रिड सर्च इंजन दोनों तकनीक का उपयोग कर सर्वोत्तम परिणाम खोज सकता है। हाइब्रिड सर्च इंजन के दो भाग होते हैं एक ग्रिलर और इंडेक्सर। क्रॉलर नई सामग्री खोजता है, जबकि इंडेक्सर पाई गई सामग्री का ट्रैक रखता है।

- मेटा सर्च इंजन- मेटा सर्च इंजन एक ऐसा सर्च इंजन है जो कई अन्य सर्च इंजनों से प्राप्त परिणामों को एकत्रित करता है और उन्हें एक सूची में उपयोगकर्ता के सामने प्रस्तुत करता है।
  जैसे – डॉगपाइल और मेटाक्रॉलर
- वेब सर्च इंजन- यह सर्च इंजन उपयोगकर्ताओं को की वर्ल्ड या वाक्यांश द्वारा वेबसाइट खोजने की अनुमति देता है।
- इमेज सर्च इंजन- इमेज सर्च उपयोगकर्ताओं को कीवर्ड या वाक्यांश द्वारा छवियों को खोजने की अनुमति देता है।
- वीडियो सर्च इंजन- वीडियो सर्च इंजन उपयोगकर्ताओं को कीवर्ड या वाक्यांश द्वारा वीडियो खोजने की अनुमति देता है।

10.3.4 विश्व के प्रमुख सर्च इंजन

- गूगल(Google) - यह दुनिया की सबसे लोकप्रिय सर्च इंजन है। जुलाई 2024 में इसकी बाजार में हिस्सेदारी 91% थी। फरवरी 2023 में गूगल ने अपना AI पेश किया जिसे जेमिनी नाम दिया गया।
- बिंग (Bing) - 2009 में माइक्रोसॉफ्ट द्वारा बनाया गया बिंग दुनिया का दूसरा सबसे लोकप्रिय सर्च इंजन है। जुलाई 2024 में इसकी बाजार हिस्सेदारी 3.74% थी, 2023 में बिंग ने AI खोज इंजन बनाया। जिसे को कोपायलट कहा जाता है।
- डकडकगो- डकडकगो एक लोकप्रिय सर्च इंजन है जो उपयोगकर्ता की गोपनीयता को प्राथमिकता देता है।
- इकोसिया (ECOSIA)- इकोसिया एक सर्च इंजन है जो अपने विज्ञापन का एक हिस्सा दुनिया भर के वृक्षारोपण के लिए दान करता है।
- याहू (Yahoo)- 1995 में लॉन्च किया गया याहू इंटरनेट पर सबसे पुराने सर्च इंजन में से एक है।

Scanned with OKEN Scanner

- यूट्यूब (You Tube)- वीडियो के लिए सर्वोत्तम खोज इंजन बनाया गया है। यूट्यूब वेब पर सबसे लोकप्रिय वीडियो शेयरिंग प्लेटफार्म है।
- टिकटॉक (Tik Tok)- टिकटॉक एक लोकप्रिय सोशल मीडिया और वीडियो होस्टिंग प्लेटफार्म है जो शॉर्ट फॉर्म वीडियो कंटेंट पर केंद्रित है। यह 40 भाषाओं में उपलब्ध है।
- स्टार्टपेज (Start page)- स्टार्टपेज एक सर्च इंजन है जो उपयोगकर्ता की गोपनीयता और सुरक्षा पर ध्यान केंद्रित करता है।
- वायडू(Baidu)- वायडू चीन का सबसे बड़ा सर्च इंजन है। गूगल की तरह वायडू भी कई तरह की सेवाएं प्रदान करता है।
- यांडेक्स (Yandex) - यांडेक्स रूस का सबसे बड़ा सर्च इंजन है। इसका उपयोग बेलारूस, तुर्की और कजाकिस्तान सहित अन्य देशों में किया जाता है।

10.3.5 प्रमुख वेबसाइट्स

- http://www.google.com
- http://www.yahoo.com
- http://www.msn.com
- http://www.nbci.com
- http://www.go.com
- http://www.goto.com
- http://www.fastsearch.com
- http://www.ask.com
- http://www.aol.com
- http://www.altavista.com
- http://www.excite.com

Scanned with OKEN Scanner

- http://www.directhit.com
- http://www.hotbot.com
- http://www.looksmart.com
- http://www.iwon.com
- http://www.lycos.com
- http://www.netscape.com
- http://dmoz.org/
- http://www.webtop.com
- http://www.northernlight.com
- http://www.webcrawler.com

आजकल http://www.google.com पर हिंदी में भी वेबसाइट्स के विषय में सामग्री या संबंधित विषयों से जुड़े तथ्य उपलब्ध कराए जा रहे हैं। इधर भारत की सबसे पहली हिंदी वेबसाइट वेब दुनिया ने भी सर्च इंजन बनाया है जो संबंधित विषयों पर हिंदी में सामग्री उपलब्ध करवा रहा है।

10.4 प्रमुख ब्लॉग सर्च इंजन

कुछ प्रमुख ब्लॉग सर्च इंजन निम्नलिखित है।

- Google blog search - गूगल ने 2011 में अपना ब्लॉग सर्च को बंद कर दिया है। लेकिन ब्लॉग खोजने के लिए आप गूगल के सामान्य सर्च इंजन का उपयोग कर सकते हैं site.com या intitle जैसे सर्च ऑपरेटर का उपयोग कर सकते हैं।
- Technorati- यह एक प्रमुख ब्लॉग सर्च इंजन था। जो ब्लॉग की सामग्री को सर्च करने की सुविधा प्रदान करता था। लेकिन अब यह सर्च इंजन बंद हो गया है।
- Blogsearchenglish.com- यह एक विशेष ब्लॉग सर्च इंजन है जो विभिन्न ब्लॉगर्स और उनकी सामग्री को खोजने की सुविधा प्रदान करता है।

Scanned with OKEN Scanner

- Reddit- या एक सामान्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म है। विभिन्न सब-रेडिट्स पर ब्लॉग पोस्ट और संबंधित सामग्री मिल सकती है।
- Feedly- यह एक RSS रीडर है जो आपको विभिन्न ब्लॉक्स की सामग्री को एक ही जगह पर पढ़ने की सुविधा प्रदान करता है। जिससे आप अपने पसंदीदा ब्लॉग्स की नवीनतम पोस्ट को आसानी से ट्रैक कर सकते हैं।

इन टूल्स और सेवाओं का उपयोग करके आप विभिन्न विषयों पर ब्लॉग पोस्ट खोज सकते हैं।

10.5 एग्रीगेटर

इस शब्द की उत्पत्ति एग्रीगेट शब्द से हुई जिसका अर्थ है संयोजित करना, समाहित करना या एक साथ बंडल करना। इसलिए एग्रीगेटर एक वेबसाइट या एप्लीकेशन है जो इंटरनेट से समरूप जानकारी या सामग्री को समाहित करता है। इससे अंतिम उपयोगकर्ता के लिए नेविगेट करना और वेब से आवश्यक जानकारी ढूंढना आसान हो जाता है।

एग्रीगेटर की वजह से ही इंटरनेट यूजर कुछ ही सेकंड में वह जानकारी पा सकते हैं जिसकी उन्हें तलाश है। यहां पर एग्रीगेटर किसी खास विषय पर सभी समरूप या सामान सामग्री को खोजने का काम करता है और फिर यूजर को प्रासंगिक परिणाम प्रदान करने के लिए उसे एक साथ जोड़ता है।

10.5.1 एग्रीगेटर्स के प्रकार

एग्रीगेटर्स के निम्न प्रकार है जो आपको प्रासंगिक जानकारी खोजने में सहायता करते हैं।

- **सेवा एग्रीगेटर-** सर्विस एग्रीगेटर वे होते हैं जो समरूप या समान सेवाएँ प्रदान करते हैं। यह उन पर भी लागू होता है जो किसी एप्लिकेशन के माध्यम से काम करते हैं। सर्विस एग्रीगेटर अपनी वेबसाइट पर व्यवसायों या संस्थाओं तक पहुँचते हैं और ग्राहकों को अपने एप्लिकेशन/वेबसाइट से सुविधाएँ प्राप्त करने में सक्षम बनाते हैं। ऑनलाइन कैब एप्लीकेशन को ऐसे एग्रीगेटर्स के उदाहरण के रूप में देखा जा सकता है। ये एप्लीकेशन टैक्सी चालकों और सवारियों को जोड़ने में मदद करते हैं।
- **समाचार एग्रीगेटर -** कंप्यूटिंग के संदर्भ में न्यूज़ एग्रीगेटर को फ़ीड एग्रीगेटर भी कहा जा सकता है। यह एक वेब एप्लीकेशन, सॉफ़्टवेयर या वेबसाइट हो सकती है जो समाचार पत्रों,

Scanned with OKEN Scanner

ब्लॉगों, समाचार चैनलों, ई-पेपर, वीडियो, साइटों आदि से जानकारी एकत्र करती है। यह सभी प्रासंगिक या समान जानकारी को एक पेज पर संकलित करता है ताकि उपयोगकर्ता इसे आसानी से पढ़ सके। समाचार एग्रीगेटर की अनुपस्थिति समाचार पढ़ने के कार्य को काफी परेशानी भरा बना सकती है। ऐसा इसलिए है क्योंकि तब व्यक्ति को अपनी ज़रूरत की जानकारी पाने के लिए कई वेबसाइट पर जाना पड़ता है। इस तरह के एग्रीगेटर आमतौर पर RSS (RDF साइट सारांश का संक्षिप्त नाम) तकनीकी का उपयोग करते हैं।स्क्रिब्ड, हफिंगटन,पोस्ट, गूगल न्यूज़ आदि को समाचार एग्रीगेटर के उदाहरण के रूप में उध्दृत किया जा सकता है।

- **सोशल मीडिया एग्रीगेटर्स** - सोशल एग्रीगेटर वे एप्लीकेशन या वेबसाइट हैं जो फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर आदि जैसी सोशल मीडिया साइट्स से जानकारी एकत्र करते हैं। एकत्रित डेटा या जानकारी को फिर उनके ऐप या वेबसाइट पर लाइव प्रदर्शित किया जाता है। सोशल मीडिया एग्रीगेटर ब्रांड पहचान बनाने, किसी नई कंपनी या उत्पाद को बढ़ावा देने और इसे इंटरनेट पर एक ट्रेंड बनाने का एक शानदार तरीका प्रदान करते हैं। ट्विन सोशल, क्यूरेटर आदि जाने- माने सोशल एग्रीगेटर हैं।
- **वीडियो एग्रीगेटर** - YouTube को वीडियो देखने और एक्सेस करने के लिए सबसे लोकप्रिय प्लेटफ़ॉर्म के रूप में पहचाना जा सकता है। लेकिन इस पर हर दिन प्रकाशित होने वाले वीडियो की संख्या बहुत ज़्यादा है। यहीं पर वीडियो एग्रीगेटर अच्छी भूमिका निभाते हैं। वे किसी प्लेटफ़ॉर्म पर उपलब्ध विभिन्न प्रकार के वीडियो को संकलित करते हैं ताकि उपयोगकर्ताओं को वह मिल सके जो वे ढूँढ़ रहे हैं। डेली ट्यूब एक वीडियो एग्रीगेटर का एक और उदाहरण है।
- **ऑनलाइन शॉपिंग एग्रीगेटर्स** - कई शॉपिंग वेबसाइट और एप्लीकेशन अब इंटरनेट पर काम करते हैं, जो कई तरह के उत्पाद बेचते हैं। हाल के दिनों में ऑनलाइन शॉपिंग करने वाले ग्राहकों की संख्या में भी तेज़ी से वृद्धि हुई है। शॉपिंग एग्रीगेटर ग्राहकों को आसान और सुविधाजनक ऑनलाइन शॉपिंग अनुभव सुनिश्चित करने के लिए आते हैं। यह सभी समान

Scanned with OKEN Scanner

उत्पादों को एक ही स्थान पर प्रदर्शित करता है ताकि ग्राहकों को कई वेबसाइटों पर जाने की ज़रूरत न पड़े।

10.6 ब्लॉग एग्रीगेटर

ब्लाग एग्रीगेटर इंटरनेट पर ऐसी साइटें होती है जहाँ पर आप एक साथ कई ब्लाग और वेबसाइटों की जानकारी और उनकी लिंक्स प्राप्त कर सकते हैं। ब्लाग एग्रीगेटर पर ब्लाग और वेबसाइट की लिंक्स से सीधे आप उस ब्लाग या वेबसाइट तक सीधे पहुँच सकते हैं। सरल शब्दों में कहे तो ब्लॉग एग्रीगेटर विभिन्न ब्लॉग या वेबसाइटों का सम्मलेन स्थल होता है जहाँ पर विभिन्न प्रकार के ब्लॉगों की भरमार होती है। एक ब्लॉग एग्रीगेटर साइट ब्लॉग वेबसाइटों पर केंद्रित होती है जिन्हें उनके विषय अनुसार वर्गीकृत किया जाता है। ब्लॉग एग्रीगेटर में सामान्य ब्लॉग पोस्ट या अधिक विशिष्ट केंद्रित एग्रीगेटर शामिल हो सकते हैं, जैसे शिक्षा ब्लॉग एग्रीगेटर जो शिक्षा ब्लॉगिंग पर केंद्रित है।

10.6.1 ब्लॉग एग्रीगेटर के महत्व

ब्लॉग एग्रीगेटर के निम्नलिखित महत्व है

- समय की बचत- ब्लॉग एग्रीगेटर के तहत आप विभिन्न ब्लॉग्स पर जाने की बजाय एक ही प्लेटफार्म पर सभी नई पोस्ट देख सकते हैं।
- आसान दिशानिर्देश- ब्लॉग एग्रीगेटर के द्वारा सभी ब्लॉग्स को एक जगह पर देखना आपको बेहतर तरीके से खोजने और पढ़ने में मदद करता है।
- केंद्रीयकृत विषयवस्तु- ब्लॉग एग्रीगेटर के द्वारा कई ब्लॉग्स के अपडेट एक ही स्थान पर मिलते हैं, जिससे विषयवस्तु (कंटेंट) के ट्रैकिंग में आसानी होती है।

10.6.2 ब्लॉग एग्रीगेटर के समक्ष चुनौतियां

ब्लॉग एग्रीगेटर के समक्ष कई तरह की चुनौतियों का सामना करना पड़ता है -

- ब्लॉग के सामग्री की गुणवत्ता और विश्वसनीयता की जांच करना।
- उपयोगकर्ताओं की टिप्पणी एवं प्रतिक्रियाओं का प्रबंधन करना।
- डेटा संरक्षण की समस्या।
- नवीनतम सामग्री प्रदर्शित करने का दबाव

Scanned with OKEN Scanner

- तकनीकी बाधाओं की समस्या
- तकनीक नवाचार की समस्या
- सामग्री की अधिकता की समस्या
- ब्लॉगर से संबंध बनाए रखने की समस्या
- विज्ञापन की समस्या
- निरंतरता और सामग्री अद्यतन की समस्या

10.6.3 प्रमुख न्यूज एग्रीगेटर वेबसाइट

- गूगल न्यूज़ (Google News): गूगल न्यूज़, गूगल द्वारा विकसित एक प्रसिद्ध न्यूज एग्रीगेटर है, जो दुनिया भर के विभिन्न समाचार स्रोतों से खबरों को एकत्र करता है। यह उपयोगकर्ताओं को उनकी पसंद के अनुसार समाचार कस्टमाइज़ करने और विभिन्न भाषाओं में पढ़ने की सुविधा देता है।
- फीडली (Feedly): फीडली एक प्रमुख आरएसएस फीड रीडर है, जो उपयोगकर्ताओं को ब्लॉग, समाचार, और वेबसाइट्स से जुड़े अपडेट को व्यवस्थित और पढ़ने की सुविधा प्रदान करता है। इसका उपयोगकर्ता-अनुकूल इंटरफेस इसे तेज़ और प्रभावी बनाता है।
- पॉकेट (Pocket): पॉकेट एक उपयोगी एग्रीगेटर है, जो उपयोगकर्ताओं को पसंदीदा लेख, वीडियो और वेब पेज को सेव करने का विकल्प देता है। इसका ऑफ़लाइन पढ़ने का फीचर और क्रॉस-प्लेटफ़ॉर्म सपोर्ट इसे बेहद लोकप्रिय बनाता है।
- **फ्लिपबोर्ड (Flipboard):** फ्लिपबोर्ड एक डिजिटल पत्रिका की तरह कार्य करता है, जहां उपयोगकर्ता अपनी रुचियों के आधार पर सामग्री को ब्राउज़ और पढ़ सकते हैं। इसका इंटरफ़ेस आकर्षक और इंटरएक्टिव है, जो सामग्री का आनंद लेने का अनुभव बढ़ाता है।
- **ऑलटॉप (Alltop):** ऑलटॉप विभिन्न क्षेत्रों और विषयों के समाचार स्रोतों को एक स्थान पर प्रदान करता है। यह उपयोगकर्ताओं को सबसे हालिया और प्रासंगिक जानकारी तक आसान पहुंच देता है।

Scanned with OKEN Scanner

- **न्यूज 360 (News360):** न्यूज 360 एक स्मार्ट न्यूज एग्रीगेटर है, जो आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का उपयोग करके उपयोगकर्ताओं को उनकी रुचियों के अनुसार समाचार प्रस्तुत करता है। यह समाचारों के 360-डिग्री दृष्टिकोण के लिए प्रसिद्ध है।
- **एप्पल न्यूज़ (Apple News):** एप्पल न्यूज़ एक विशेष रूप से एप्पल डिवाइस के लिए डिज़ाइन किया गया एग्रीगेटर है, जो उपयोगकर्ताओं को विभिन्न समाचार स्रोतों से व्यक्तिगत और क्यूरेटेड सामग्री प्रदान करता है।
- **टेकमेमे (Techmeme):** टेकमेमे एक टेक्नोलॉजी-केंद्रित एग्रीगेटर है, जो तकनीकी क्षेत्र से जुड़ी ताजा खबरें और लेख प्रस्तुत करता है। यह टेक इंडस्ट्री के पेशेवरों और उत्साही लोगों के बीच लोकप्रिय है।
- **फार्क (Fark):** फार्क एक मनोरंजक और व्यंग्यात्मक समाचार एग्रीगेटर है, जो समाचारों को हास्यपूर्ण ढंग से प्रस्तुत करता है। यह अनोखे और मजेदार कंटेंट के लिए जाना जाता है।
- **ग्राउंड न्यूज़ (Ground News):** ग्राउंड न्यूज़ उपयोगकर्ताओं को विभिन्न स्रोतों से एक ही खबर की तुलना करने की सुविधा देता है। यह समाचारों की विविधता और निष्पक्षता को समझने में मदद करता है।
- **इनोरीडर (Inoreader):** इनोरीडर एक आरएसएस एग्रीगेटर है, जो पेशेवर उपयोगकर्ताओं को कंटेंट क्यूरेशन और संगठन के लिए उन्नत सुविधाएं प्रदान करता है। यह लंबे समय तक सामग्री प्रबंधन के लिए उपयुक्त है।
- **पांडा (Panda):** पांडा एक एग्रीगेटर है, जो डिज़ाइन और डेवलपमेंट से जुड़ी सामग्री को एक स्थान पर लाता है। यह क्रिएटिव पेशेवरों के बीच लोकप्रिय है।
- **रेडिट (Reddit):** रेडिट एक समुदाय-केंद्रित प्लेटफ़ॉर्म है, जो समाचार, विचारों और चर्चाओं को साझा करने के लिए उपयोग किया जाता है। यह विभिन्न "सबरेडिट्स" में विभाजित है, जो विशिष्ट विषयों पर केंद्रित हैं।

Scanned with OKEN Scanner

- **फ्लॉकर (Flockler):** फ्लॉकर एक सोशल मीडिया एग्रीगेटर है, जो विभिन्न सोशल मीडिया स्रोतों से सामग्री को एकत्र करके प्रस्तुत करता है। यह ब्रांडों और मार्केटिंग पेशेवरों के लिए फायदेमंद है।
- **मेटाक्रिटिक (Metacritic):** मेटाक्रिटिक फिल्मों, टीवी शो, वीडियो गेम और संगीत की समीक्षाओं को संकलित करता है। यह उपयोगकर्ताओं को समीक्षाओं की औसत रेटिंग के माध्यम से सामग्री की गुणवत्ता का आकलन करने में मदद करता है।

यह सभी एग्रीगेटर उपयोगकर्ताओं को उनकी रुचियों और आवश्यकताओं के अनुसार संगठित और क्यूरेटेड सामग्री प्रदान करते हैं।

10.6.4 भारत के प्रमुख न्यूज एग्रीगेटर

- **न्यूज डॉग (News Dog):** न्यूज डॉग एक लोकप्रिय मोबाइल-आधारित न्यूज एग्रीगेटर है, जो उपयोगकर्ताओं को क्षेत्रीय भाषाओं में समाचार पढ़ने की सुविधा प्रदान करता है। यह भारत में स्थानीय समाचारों के लिए अत्यधिक उपयोगी है।
- **यूसी न्यूज (UC News):** यूसी न्यूज़, यूसी ब्राउज़र का एक भाग है, जो भारत और अन्य देशों में ट्रेंडिंग और स्थानीय समाचारों को क्यूरेट करता है। यह विभिन्न भाषाओं में उपलब्ध है।
- **फ्लिपबोर्ड (Flipboard):** फ्लिपबोर्ड एक डिजिटल पत्रिका की तरह कार्य करता है, जहां उपयोगकर्ता अपनी रुचियों के अनुसार सामग्री का चयन कर सकते हैं। यह एक आकर्षक और इंटरएक्टिव अनुभव प्रदान करता है।
- **इनशॉर्ट्स (Inshorts):** इनशॉर्ट्स उपयोगकर्ताओं को 60 शब्दों में संक्षिप्त समाचार प्रस्तुत करता है। यह तेज और समय बचाने वाला एग्रीगेटर है, जो मोबाइल उपयोगकर्ताओं के लिए उपयुक्त है।
- **एनडीटीवी (NDTV):** एनडीटीवी एक प्रमुख भारतीय न्यूज नेटवर्क है, जो अपनी वेबसाइट और मोबाइल ऐप के माध्यम से राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय समाचार प्रदान करता है। यह भरोसेमंद और विस्तृत समाचार कवरेज के लिए जाना जाता है।

Scanned with OKEN Scanner

- **टाइम्स ऑफ इंडिया (Times of India):** टाइम्स ऑफ इंडिया भारत का प्रमुख समाचार पोर्टल है, जो राजनीति, खेल, मनोरंजन और तकनीकी क्षेत्र से जुड़ी खबरें प्रदान करता है। यह अंग्रेजी समाचार के लिए लोकप्रिय स्रोत है।
- **गूगल न्यूज (Google News):** गूगल न्यूज विभिन्न समाचार स्रोतों से खबरों को एकत्र करता है और उपयोगकर्ताओं को उनकी रुचि के अनुसार क्यूरेटेड सामग्री प्रदान करता है। यह अपनी व्यापकता और विविधता के लिए जाना जाता है।
- **डेलीहंट (Dailyhunt**): डेलीहंट एक क्षेत्रीय भाषाओं पर केंद्रित एग्रीगेटर है, जो उपयोगकर्ताओं को भारत की 14 से अधिक भाषाओं में समाचार पढ़ने की सुविधा देता है। यह क्षेत्रीय समाचारों के लिए अत्यधिक लोकप्रिय है।
- मनी कंट्रोल (Moneycontrol): मनी कंट्रोल वित्तीय समाचार और बाजार संबंधी जानकारी का एक प्रमुख स्रोत है। यह शेयर बाजार, निवेश और व्यापारिक अपडेट के लिए अत्यधिक उपयोगी है।
- **न्यूज 18 (News18):** न्यूज 18 नेटवर्क एक प्रमुख भारतीय समाचार मंच है, जो राजनीति, खेल, मनोरंजन और सामयिक घटनाओं पर गहन कवरेज प्रदान करता है।
- **इंडिया टुडे (India Today):** इंडिया टुडे एक प्रमुख भारतीय समाचार पोर्टल और पत्रिका है, जो राजनीति, समाज और व्यापार से संबंधित खबरें और विश्लेषण प्रस्तुत करता है।
- न्यूज रिपब्लिक (News Republic): न्यूज रिपब्लिक एक वैश्विक समाचार एग्रीगेटर है, जो विभिन्न स्रोतों से ताजा खबरें प्रस्तुत करता है। यह मोबाइल उपयोगकर्ताओं के बीच लोकप्रिय है।
- **याहू न्यूज (Yahoo News):** याहू न्यूज विभिन्न स्रोतों से समाचार संकलित करता है और राजनीति, व्यापार, मनोरंजन और खेल की खबरों के लिए एक व्यापक मंच प्रदान करता है।
- **हिंदुस्तान टाइम्स (Hindustan Times):** हिंदुस्तान टाइम्स एक प्रमुख अंग्रेजी समाचार पोर्टल है, जो राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय मुद्दों पर गहन कवरेज प्रदान करता है।

Scanned with OKEN Scanner

- **न्यूज़बाइट्स (NewsBytes):** न्यूज़बाइट्स एक संक्षिप्त और आकर्षक समाचार प्लेटफॉर्म है, जो उपयोगकर्ताओं को तथ्यात्मक और सरल ढंग से जानकारी प्रदान करता है।

ये सभी एग्रीगेटर उपयोगकर्ताओं की रुचियों और भाषायी जरूरतों के अनुसार समाचार प्रदान करने के लिए महत्वपूर्ण हैं।

10.7 हिंदी ब्लॉग एग्रीगेटर

हिंदी के प्रमुख ब्लॉग एग्रीगेटर निम्न हैं-

- ब्लॉगोदय: ब्लॉगोदय एक हिंदी ब्लॉग एग्रीगेटर है, जो विभिन्न विषयों और लेखकों के ब्लॉग को एक मंच पर प्रस्तुत करता है। यह हिंदी ब्लॉगिंग समुदाय को बढ़ावा देने के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
- ब्लॉगालय: ब्लॉगालय हिंदी ब्लॉग्स का एक विशाल संग्रह है, जहां पाठक आसानी से अपने पसंदीदा विषयों पर ब्लॉग पढ़ सकते हैं। यह हिंदी ब्लॉगिंग के प्रचार-प्रसार के लिए लोकप्रिय मंच है।
- ब्लॉगवाली: ब्लॉगवाली हिंदी ब्लॉग्स के लिए एक समर्पित मंच है, जो विविध विषयों के लेखकों और पाठकों को जोड़ने का काम करता है। इसका उद्देश्य ब्लॉगिंग को सरल और सुलभ बनाना है।
- ब्लॉग परिवार: ब्लॉग परिवार हिंदी ब्लॉगर समुदाय का एक समूह है, जो ब्लॉगरों के बीच संवाद और सहयोग को बढ़ावा देता है। यह नए लेखकों के लिए प्रेरणादायक मंच है।
- ब्लॉग दीप: ब्लॉग दीप एक एग्रीगेटर है, जो हिंदी ब्लॉग्स को पाठकों के सामने रोचक और आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करता है। यह ब्लॉगिंग को नई दिशा देने का प्रयास करता है।
- चिट्ठा संकलन: चिट्ठा संकलन हिंदी ब्लॉग्स का एक व्यवस्थित संग्रह है, जहां पाठक विविध रुचियों के ब्लॉग्स को आसानी से ढूंढ सकते हैं। यह हिंदी ब्लॉगिंग की समृद्ध परंपरा को संरक्षित करता है।

Scanned with OKEN Scanner

- ब्लॉग कलश: ब्लॉग कलश हिंदी ब्लॉग्स का एक अनूठा संग्रह है, जो पाठकों को ज्ञानवर्धक और मनोरंजक सामग्री प्रदान करता है। इसका उद्देश्य हिंदी ब्लॉगिंग की विविधता को प्रोत्साहित करना है।

ये सभी हिंदी ब्लॉग एग्रीगेटर हिंदी ब्लॉगिंग को प्रोत्साहित करने और इसके पाठकों और लेखकों को एक मंच प्रदान करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

10.8 हिंदी ब्लॉग एग्रीगेटर वेबसाइट

हिंदी के प्रमुख ब्लॉग एग्रीगेट वेबसाइट निम्न है। जिनके माध्यम से आप अपने विचार साझा कर सकते हैं

-

- हिंदी ब्लॉग्स - यह वेबसाइट विभिन्न हिंदी ब्लॉग के लिए लिंक प्रदान करती है।
- ब्लॉग स्पॉट - यह एक ऐसा प्लेटफॉर्म है जहां पर आप हिंदी में ब्लॉग बना सकते हैं इसके साथ ही अपने विचार को साझा कर सकते हैं।
- वर्डप्रेस- यह भी एक प्लेटफार्म है जहां आप हिंदी में ब्लॉग बना सकते हैं और अपने विचार को साझा कर सकते हैं।
- हिंदी ब्लॉगर - यह एक वेबसाइट है जो हिंदी के लिए एक मंच प्रदान करती है।
- ब्लॉग जंगल- यह भी एक वेबसाइट है जो हिंदी ब्लॉग्स के लिए लिंक प्रदान करती है।

10.9 सारांश

ब्लॉग सर्च इंजन उन उपयोगकर्ताओं के लिए उपयोगी उपकरण है जो विशिष्ट जानकारी को तुरंत और कुशलता से खोजना चाहते हैं। सर्च इंजन एक बहुचरणीय प्रकिया का पालन करने का काम करते हैं जिसे उपयोगकर्ता के सबसे अधिक प्रासंगिक परिणाम को खोजने के लिए डिजाइन किया गया हो। इस तरह सर्च इंजन एक ऐसा उपकरण है जो निर्देश प्रकार विभिन्न साइट पर जाकर संबंधित सामग्री उपलब्ध कराता है। आज सर्च इंजन इसलिए महत्वपूर्ण है क्योंकि वह विभिन्न डिजिटल प्लेटफॉर्म पर विशाल मात्रा में जानकारी के लिए प्रवेश द्वार के रूप में काम करते हैं। इसी तरह ब्लॉग एग्रीगेटर की बात करें तो यदि आप ब्लॉगिंग करते हैं तो ब्लॉग एग्रीगेटर की जानकारी होना जरूरी है। ब्लॉग पर कंटेंट (विषयवस्तु) लिखने के साथ-साथ उसे अच्छे ढंग से संकलक (एग्रीगेटर) में शेयर करना भी जरूरी होता है। हिंदी में

Scanned with OKEN Scanner

फीटजी और ब्लॉग सेट जैसे कुछ विशेष ब्लॉग एग्रीगेटर हैं जो उपयोगकर्ता के लिए सरल है। ब्लॉग एग्रीगेट एक ऐसा ही ऑनलाइन टूल्स है जो एक ही विषय का ढेर सारे ब्लॉग को सर्च करने में आपकी सहायता करता है। इस तरह ब्लॉग एग्रीगेट विभिन्न ब्लागों का सम्मेलन स्थल होता है, जहां पर विभिन्न प्रकार के ब्लॉगों की मौजूदगी होती है।

10.10 अभ्यास के प्रश्न

1. ब्लॉग एग्रीगेटर का क्या महत्व है?
2. ब्लॉग एग्रीगेटर की प्रमुख चुनौतियों को बताइए?
3. प्रमुख ब्लॉग सर्च इंजन के नाम बताइए?
4. ब्लॉग सर्च इंजन से आप क्या समझते हैं? विस्तार से वर्णन करें।
5. हिंदी के प्रमुख ब्लॉग एग्रीगेटरों पर प्रकाश डालिए।

10.11 सन्दर्भ सूची

1. कुलश्रेष्ठ, विजय, (2015). इंटरनेट जर्नलिज्म, जयपुर: इंडियन पब्लिशिंग हाउस
2. कुमार, सुरेश. (2004). इंटरनेट पत्रकारिता, नई दिल्ली: तक्षशिला प्रकाशन
3. कुलश्रेष्ठ, विजय. (2012). साइबर पत्रकारिता, जयपुर: राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी
4. ओझा, विनय. (2011-12). कंप्यूटर एक परिचय, इलाहाबाद: मंथन प्रकाशन
5. शमी, रविंद्र (2013). इंटरनेट टेक्नोलॉजी और वेब डिजाइन, जयपुर: राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-11

ब्लॉग में नए रुझान

इकाई की रूपरेखा

11.1 उद्देश्य

11.2 प्रस्तावना

11.3 ब्लॉग

11.4 ब्लॉग के द्वारा किए जाने वाले कार्य

11.5 ब्लॉग की भूमिका

11.6 ब्लॉग का महत्व

11.7 ब्लॉग प्रकार

11.8 स्वतंत्र ब्लॉगर

11.9 ब्लॉग शुरू करने के लिए आपको क्या चाहिए

11.10 ब्लॉग के नए दृष्टिकोण

11.11 उच्च शिक्षा के लिए सर्वोत्तम ब्लॉग

11.12 ब्लॉग टूल

11.13 सारांश

11.14 अभ्यास के प्रश्न संदर्भ ग्रंथ सूची

11.15 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

11.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत आप:

1. ब्लॉग की परिभाषा और उसके महत्व को समझ पाएंगे।
2. ब्लॉग के विभिन्न प्रकारों और उनकी विशेषताओं की जानकारी प्राप्त करेंगे।
3. स्वतंत्र ब्लॉगर बनने के लिए आवश्यक कौशल और उपकरणों को पहचानेंगे।
4. ब्लॉगिंग के माध्यम से की जाने वाली गतिविधियों और उनकी भूमिका का आकलन करेंगे।
5. उच्च शिक्षा और विभिन्न क्षेत्रों के लिए ब्लॉग के उपयोग को समझेंगे।

11.2 प्रस्तावना

ब्लॉग, एक नियमित रूप से अपडेट की जाने वाली वेबसाइट या वेब पेज है, जिसे आमतौर पर किसी व्यक्ति या समूह द्वारा चलाया जाता है। यह विभिन्न विषयों पर जानकारी, विचार, या अनुभव साझा करता है। सामान्यतः, ब्लॉग में लिखित सामग्री, चित्र और कभी-कभी वीडियो शामिल होते हैं, जो विशिष्ट दर्शकों का ध्यान आकर्षित करते हैं और विविध विषयों पर मार्गदर्शन, प्रेरणा, भावना या समाचार प्रस्तुत करते हैं। सरल शब्दों में, ब्लॉग एक ऐसा वेब प्लेटफ़ॉर्म है जिसे "वेबलॉग" या "वेब लॉग" शब्द से लिया गया है। शुरुआती समय में लोग डायरी लिखते थे, जिसे डिजिटल रूप में परिवर्तित कर इंटरनेट पर लिखा गया, तो इसे ब्लॉग कहा गया। ब्लॉग लिखना पुस्तक लिखने जैसा है, परंतु इसमें एक बड़ा अंतर है। किताबें ऑफलाइन पृष्ठों पर लिखी जाती हैं, जबकि ब्लॉग ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म जैसे Tumblr, WordPress, Blogspot/Blogger आदि पर लिखे जाते हैं। उदाहरण के लिए, फेसबुक पर हम अपना अकाउंट बनाते हैं और अपनी फोटो, वीडियो और विचार साझा करते हैं। इसी प्रकार ब्लॉग पर हम अपना कंटेंट साझा कर सकते हैं। ब्लॉग शुरू करना बेहद आसान है। केवल थोड़ी सी ब्लॉगिंग की जानकारी से इसे शुरू किया जा सकता है। ब्लॉग कैसे बनाएं और इस प्लेटफ़ॉर्म को कैसे उपयोग में लाएं, इसके पीछे यही लक्ष्य है कि हर व्यक्ति अपना टैलेंट पूरी दुनिया के साथ साझा कर सके। ब्लॉगर वह व्यक्ति होता है, जो ब्लॉग बनाता और प्रबंधित करता है। वह सामग्री का चयन करता है, लेख लिखता है, विचार व्यक्त करता है और अपने ब्लॉग पोस्ट के माध्यम से अपने दर्शकों से जुड़ता है।

Scanned with OKEN Scanner

आमतौर पर, ब्लॉगर किसी विशिष्ट विषय में विशेषज्ञ होता है और अपने पाठकों को सूचित करने, प्रेरित करने या प्रभावित करने के लिए अपनी विशेषज्ञता, अनुभव या दृष्टिकोण साझा करता है। सक्रिय और नियमित रूप से ब्लॉग लिखने वाले को ब्लॉगर कहा जाता है। उदाहरण: यदि कोई व्यक्ति किसी ब्लॉगिंग प्लेटफ़ॉर्म पर अपने खानपान के अनुभव साझा करता है और किसी टॉपिक पर ब्लॉग पोस्ट लिखता है, तो उसे ब्लॉगर कहा जाएगा। 1999 में ब्लॉगिंग की शुरुआत हुई थी, और तब से लेकर अब तक इसमें कई बदलाव हुए हैं। इन बदलावों ने ब्लॉगिंग को व्यापक और प्रभावशाली बना दिया है, जिससे यह एक निश्चित स्वरूप से परे जाकर अधिक लचीला और विविध बन गया है।

11.3 **ब्लॉग (Blog)**

ब्लॉग (जिसे "वेब्लॉग" के नाम से भी जाना जाता है) एक ऑनलाइन जर्नल या सूचनात्मक वेबसाइट है, जिसे एक व्यक्ति, समूह, या कंपनी द्वारा संचालित किया जाता है। यह किसी विशेष विषय पर व्यवस्थित रूप से अपडेट की गई सामग्री (ब्लॉग पोस्ट) प्रदान करता है। ब्लॉग जानकारी को अद्यतन और कालानुक्रमिक रूप में प्रस्तुत करता है और इसे अनौपचारिक या संवादात्मक शैली में लिखा जाता है।

आपके ब्लॉग की लंबाई के संदर्भ में, वर्तमान में यह माना जाता है कि जितना अधिक गहराई वाला ब्लॉग होगा, उतना ही बेहतर होगा। आमतौर पर, न्यूनतम 300-400 शब्दों से लेकर 1,000 शब्दों या उससे अधिक का ब्लॉग प्रभावी माना जाता है। लंबे ब्लॉग खोज इंजनों के लिए इंडेक्सिंग में मदद करते हैं और पाठकों को यह समझने में सहायता करते हैं कि पोस्ट वास्तव में किस बारे में है।

मूल रूप से, ब्लॉग में लेख लिखना, मीडिया साझा करना, पाठकों के साथ जुड़ना और ऑनलाइन उपस्थिति बनाए रखना शामिल है। इसका मुख्य उद्देश्य विशिष्ट दर्शकों को सूचित करना, प्रेरित करना, या प्रोत्साहित करना है।

उदाहरण:

1. जो लिखने का कार्य करता है, उसे "राइटर" कहा जाता है।
2. इसी प्रकार, यदि आप किसी विषय पर ऑनलाइन वेब पेज (ब्लॉग) लिखते हैं, तो आपको "ब्लॉगर" कहा जाएगा, और आपका वेब पेज "ब्लॉग" कहलाएगा।

11.4 **ब्लॉग के द्वारा किए जाने वाले कार्य**

Scanned with OKEN Scanner

ब्लॉग के माध्यम से विभिन्न प्रकार के कार्य किए जाते हैं, जो सूचनाओं के आदान-प्रदान, विचारों की अभिव्यक्ति, और दर्शकों के साथ जुड़ाव को आसान बनाते हैं। ब्लॉग के द्वारा किए जाने वाले प्रमुख कार्य निम्नलिखित हैं:

1. सूचना का प्रसार: ब्लॉग का सबसे महत्वपूर्ण कार्य विभिन्न विषयों पर जानकारी प्रदान करना है। यह लेख, समाचार, ट्यूटोरियल, और गाइड के माध्यम से ज्ञान साझा करता है।
2. विचारों की अभिव्यक्ति: ब्लॉग एक ऐसा मंच है जहां व्यक्ति अपने विचार, अनुभव, और दृष्टिकोण स्वतंत्र रूप से व्यक्त कर सकता है।
3. शिक्षा और मार्गदर्शन: ब्लॉग का उपयोग शिक्षा और कौशल विकास के लिए किया जाता है। उदाहरण के लिए, छात्रों के लिए अध्ययन सामग्री, ऑनलाइन कोर्स, और शिक्षकों द्वारा गाइडेंस।
4. व्यवसायिक प्रचार: ब्लॉग का उपयोग व्यवसायों और उत्पादों की ब्रांडिंग और मार्केटिंग के लिए किया जाता है। यह ग्राहकों तक पहुंचने और उनकी समस्याओं का समाधान प्रदान करने में मदद करता है।
5. समुदाय निर्माण: ब्लॉग विभिन्न समुदायों को एक मंच पर लाने का कार्य करता है। यह विशेष रुचि वाले लोगों को जोड़कर चर्चा और सहयोग को बढ़ावा देता है।
6. आय का स्रोत: ब्लॉगिंग एक ऐसा माध्यम है, जो विज्ञापनों, एफिलिएट मार्केटिंग, और प्रायोजित पोस्ट के जरिए आय उत्पन्न करने का अवसर प्रदान करता है।
7. मनोरंजन: कई ब्लॉग मनोरंजन के लिए लिखे जाते हैं, जैसे हास्य, कहानियां, कविताएं, और यात्रा वृतांत।
8. सोशल मीडिया इंटीग्रेशन: ब्लॉग का उपयोग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स से जुड़ने और बड़े दर्शकों तक पहुंचने के लिए किया जाता है।
9. समाचार और सामयिकी: ब्लॉग का उपयोग सामयिक घटनाओं, राजनीति, और सामाजिक मुद्दों पर चर्चा करने के लिए किया जाता है।
10. डिजिटल पहचान का निर्माण: ब्लॉग व्यक्ति या ब्रांड की डिजिटल पहचान बनाने में सहायक है। यह उनके विचारों और विशेषज्ञता को ऑनलाइन प्रस्तुत करता है।

Scanned with OKEN Scanner

ब्लॉगिंग के इन विभिन्न कार्यों ने इसे व्यक्तिगत और पेशेवर विकास का एक प्रभावी साधन बना दिया है।

11.5ब्लॉग की भूमिका

ब्लॉग डिजिटल युग में सूचना के प्रसार, संवाद और जुड़ाव का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है। इसकी भूमिका विभिन्न क्षेत्रों में व्यापक है, जो इसे व्यक्तियों, संगठनों और व्यवसायों के लिए एक शक्तिशाली उपकरण बनाती है।

1. सूचना का प्रसार: ब्लॉग विभिन्न विषयों पर जानकारी उपलब्ध कराकर ज्ञानवर्धन का माध्यम बनता है। यह जटिल विषयों को सरल भाषा में समझाने का कार्य करता है।
2. विचारों और अनुभवों की अभिव्यक्ति: ब्लॉग एक ऐसा मंच प्रदान करता है, जहां व्यक्ति अपने विचारों, अनुभवों और दृष्टिकोण को स्वतंत्र रूप से व्यक्त कर सकता है।
3. शिक्षा और सीखने का साधन: ब्लॉग छात्रों, शिक्षकों और शोधकर्ताओं के लिए एक उपयोगी संसाधन है। यह शैक्षणिक सामग्री, ट्यूटोरियल, और अध्ययन सामग्री प्रदान करता है।
4. सामाजिक जागरूकता: ब्लॉग सामाजिक मुद्दों पर चर्चा करने, जागरूकता फैलाने और सकारात्मक बदलाव लाने का प्रभावी माध्यम है।
5. व्यवसायिक प्रचार और ब्रांडिंग: व्यवसाय ब्लॉग का उपयोग अपने उत्पादों और सेवाओं को प्रचारित करने, ग्राहकों के साथ संबंध बनाने और ब्रांड की उपस्थिति मजबूत करने के लिए करते हैं।
6. समुदाय निर्माण: ब्लॉग समान रुचियों और विचारों वाले लोगों को जोड़ने का कार्य करता है, जिससे एक मजबूत ऑनलाइन समुदाय बनता है।
7. मनोरंजन का माध्यम: ब्लॉग का उपयोग कहानियों, कविताओं, यात्रा वृतांत, और अन्य मनोरंजक सामग्री के माध्यम से पाठकों का मनोरंजन करने के लिए किया जाता है।
8. डिजिटल पहचान का निर्माण: ब्लॉग व्यक्ति या संगठन को अपनी विशेषज्ञता और विचारों को दुनिया के सामने प्रस्तुत करने का अवसर देता है, जिससे उनकी डिजिटल पहचान बनती है।
9. आय का स्रोत: ब्लॉग विज्ञापन, एफिलिएट मार्केटिंग, और प्रायोजित सामग्री के जरिए आय अर्जित करने का एक साधन भी है।

Scanned with OKEN Scanner

10. नए विचारों और रुझानों का प्रेरक: ब्लॉग नए विचारों को जन्म देने और नवीन रुझानों को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

ब्लॉग की भूमिका न केवल जानकारी साझा करने तक सीमित है, बल्कि यह समाज, शिक्षा, व्यवसाय, और मनोरंजन के क्षेत्रों में क्रांति लाने का एक साधन भी है।

11.6 ब्लॉग का महत्व

ब्लॉग लोगों को अपने विचारों को व्यक्त करने और साझा करने का एक महत्वपूर्ण माध्यम प्रदान करता है। इसके माध्यम से, लोग दुनिया भर के अन्य व्यक्तियों से अपने विचार साझा कर सकते हैं और विचारों के आदान-प्रदान को बढ़ावा दे सकते हैं। यह समाज में एक प्रकार से संवाद और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को प्रोत्साहित करता है।

ब्लॉग की मदद से नई प्रतिभाओं को विकसित करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई जाती है। यह रचनात्मक लेखन, कहानी कहने, और डिजिटल कंटेंट निर्माण के लिए एक मंच प्रदान करता है। ब्लॉगिंग के जरिए व्यक्तियों को अपने क्षेत्र में विशेषज्ञता स्थापित करने और समाज में अपनी पहचान बनाने का अवसर मिलता है। इसके अतिरिक्त, ब्लॉगिंग नई डिजिटल अर्थव्यवस्था का हिस्सा बनकर न केवल व्यक्तिगत बल्कि व्यावसायिक विकास में भी सहायक होता है। ब्लॉगिंग के माध्यम से व्यक्ति और संगठन अपनी सेवाओं और उत्पादों को प्रचारित कर सकते हैं, जिससे उन्हें आर्थिक लाभ भी होता है।

ब्लॉग न केवल अभिव्यक्ति का साधन है, बल्कि यह सामाजिक जागरूकता, रचनात्मकता और व्यावसायिक विकास को बढ़ावा देने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

11.7 ब्लॉग के प्रकार

ब्लॉग 1990 के दशक के अंत में शुरू हुए, जब विभिन्न प्रकार के ऑनलाइन जर्नल्स और प्लेटफॉर्म ने लोगों को अपने अनुभव, भावनाएं, और विचार साझा करने का अवसर दिया। आज के डिजिटल युग में, ब्लॉगिंग ने कई प्रकारों में विस्तार किया है, जो विभिन्न उद्देश्यों और दर्शकों की जरूरतों को पूरा करते हैं। ब्लॉग के मुख्य प्रकार निम्नलिखित हैं:

1. व्यक्तिगत ब्लॉग (Personal Blog): यह सबसे सामान्य प्रकार का ब्लॉग है, जिसमें व्यक्ति अपने निजी अनुभव, विचार, और दैनिक जीवन की घटनाएं साझा करता है।

Scanned with OKEN Scanner

2. व्यावसायिक ब्लॉग (Business Blog): यह ब्लॉग किसी कंपनी या व्यवसाय द्वारा ब्रांडिंग, उत्पादों और सेवाओं को प्रचारित करने और ग्राहकों के साथ संवाद करने के लिए उपयोग किया जाता है।
3. शैक्षणिक ब्लॉग (Educational Blog): यह ब्लॉग छात्रों, शिक्षकों और शोधकर्ताओं के लिए ज्ञानवर्धक सामग्री, ट्यूटोरियल, और मार्गदर्शन प्रदान करता है।
4. यात्रा ब्लॉग (Travel Blog): यात्रा से जुड़े अनुभव, गाइड, और ट्रिप सुझाव साझा करने के लिए यह ब्लॉग बनाया जाता है। यह यात्रियों और पर्यटकों के बीच लोकप्रिय है।
5. खानपान ब्लॉग (Food Blog): इस प्रकार के ब्लॉग में रेसिपी, खाने के सुझाव, और भोजन संबंधी अनुभव साझा किए जाते हैं।
6. तकनीकी ब्लॉग (Tech Blog): तकनीकी विशेषज्ञता, गैजेट्स, सॉफ़्टवेयर, और तकनीकी समीक्षा पर आधारित सामग्री इस प्रकार के ब्लॉग में शामिल होती है।
7. फैशन और लाइफस्टाइल ब्लॉग (Fashion and Lifestyle Blog): यह ब्लॉग फैशन, स्टाइलिंग टिप्स, और जीवनशैली से संबंधित सामग्री पर केंद्रित होता है।
8. स्वास्थ्य और फिटनेस ब्लॉग (Health and Fitness Blog): स्वास्थ्य, योग, व्यायाम, और फिटनेस से संबंधित जानकारी और सुझाव इस ब्लॉग में साझा किए जाते हैं।
9. राजनीतिक ब्लॉग (Political Blog): यह ब्लॉग राजनीति, सामाजिक मुद्दों, और सामयिक घटनाओं पर चर्चा और विश्लेषण प्रदान करता है।
10. आर्ट और क्राफ्ट ब्लॉग (Art and Craft Blog): इस प्रकार के ब्लॉग में कला, हस्तशिल्प, और डिज़ाइन से जुड़ी सामग्री प्रस्तुत की जाती है।
11. न्यूज ब्लॉग (News Blog): समाचार और सामयिक घटनाओं को कवर करने के लिए यह ब्लॉग बनाया जाता है।

ब्लॉग के प्रकारों की यह विविधता इस बात का प्रमाण है कि ब्लॉगिंग किसी भी विषय पर लोगों को जोड़ने और संवाद स्थापित करने का एक प्रभावी माध्यम बन चुका है। आपके उद्देश्यों और रुचियों के आधार पर सही ब्लॉग प्रारूप का चयन करना आवश्यक है।

11.8 स्वतंत्र ब्लॉगर (Freelance Blogger)

Scanned with OKEN Scanner

स्वतंत्र ब्लॉगर वे होते हैं जो सेवाओं की पेशकश के बदले भुगतान प्राप्त करते हैं, जैसे कि अन्य कंपनियों, संगठनों, या व्यक्तियों के लिए सामग्री लिखना। उदाहरण के लिए, सामग्री लेखन, उत्पाद समीक्षा, या किसी विशिष्ट विषय पर ब्लॉग पोस्ट तैयार करना। यदि आप लेखन सेवाओं के बदले आय अर्जित करने का तरीका तलाश रहे हैं और ब्लॉगिंग में अनुभव रखते हैं, तो स्वतंत्र ब्लॉगर बनना एक उत्कृष्ट विकल्प हो सकता है।

स्वतंत्र ब्लॉगर अपने ग्राहकों द्वारा प्रस्तुत विषयों को कवर करते हैं। कुछ ब्लॉगर विशिष्ट उद्योग या क्षेत्र के विशेषज्ञ के रूप में अपने आप को प्रस्तुत करते हैं, जबकि अन्य सामान्य लेखक के रूप में कार्य करते हैं और थोड़े शोध के साथ विभिन्न विषयों पर सामग्री तैयार करते हैं।

विशेषज्ञता वाले ब्लॉगर, सामान्य लेखकों की तुलना में, अपने काम के लिए अधिक शुल्क प्राप्त करते हैं। उदाहरण के लिए, स्वास्थ्य, तकनीक, वित्त, या कानूनी मामलों जैसे विशिष्ट क्षेत्रों में विशेषज्ञ ब्लॉगर की मांग अधिक होती है।

स्वतंत्र ब्लॉगर बनने के लिए मुख्यतः निम्नलिखित आवश्यकताएं होती हैं:

1. लेखन कौशल: विषय को समझने और स्पष्ट, प्रभावशाली तरीके से प्रस्तुत करने की क्षमता।
2. अनुसंधान क्षमता: सामग्री तैयार करने से पहले प्रामाणिक और सटीक जानकारी एकत्र करना।
3. समय प्रबंधन: ग्राहकों की समय सीमा के अनुसार काम पूरा करना।
4. डिजिटल मार्केटिंग ज्ञान: अपनी सेवाओं को बढ़ावा देने और सही ग्राहकों तक पहुंचने के लिए।

ब्लॉगर उन लोगों के लिए एक आदर्श विकल्प है, जो अपनी लेखन क्षमता का उपयोग करते हुए स्वतंत्र रूप से काम करना चाहते हैं और विभिन्न क्षेत्रों में योगदान देना चाहते हैं। यह न केवल आय का एक स्रोत है, बल्कि लेखन कौशल को बेहतर बनाने और विभिन्न विषयों में विशेषज्ञता विकसित करने का अवसर भी प्रदान करता है।

11.9 ब्लॉग शुरू करने के लिए आपको क्या चाहिए?

अब जब हमने ब्लॉग की मूल अवधारणा, इसके प्रकार और उपयोगिता को समझ लिया है, तो अब समय है अपने पहले ब्लॉग को बनाने के लिए आवश्यक तत्वों पर चर्चा करने का। ब्लॉग शुरू करने से पहले तैयारी के लिए निम्नलिखित मुख्य बिंदुओं पर ध्यान देना आवश्यक है:

Scanned with OKEN Scanner

1. डोमेन नाम: डोमेन नाम आपके ब्लॉग की पहचान होता है, जैसे कि "yourblog.com"। यह आपके व्यवसाय या ब्लॉग के सामान्य विषय का प्रतिनिधित्व करता है। डोमेन नाम चुनते समय इसे छोटा, यादगार, और विषय से संबंधित रखना चाहिए। यदि आपका मनपसंद डोमेन नाम उपलब्ध नहीं है, तो इसे थोड़ा बदलकर या दूसरे विकल्पों पर विचार कर सकते हैं।
2. होस्टिंग सेवा: ब्लॉग को इंटरनेट पर लाइव करने के लिए होस्टिंग सेवा की आवश्यकता होती है। होस्टिंग सेवाएं ब्लॉग की सभी फाइलों और सामग्री को इंटरनेट उपयोगकर्ताओं के लिए उपलब्ध कराती हैं। छोटे व्यक्तिगत ब्लॉग्स के लिए shared hosting उपयुक्त हो सकता है, जबकि बड़े और पेशेवर ब्लॉग्स के लिए cloud hosting या dedicated hosting बेहतर है।
3. ब्लॉगिंग प्लेटफ़ॉर्म: ब्लॉग बनाने के लिए WordPress, Squarespace, Wix, और अन्य CMS (Content Management Systems) प्लेटफ़ॉर्म का उपयोग कर सकते हैं। WordPress.org उपयोगकर्ताओं को पूरी तरह से नियंत्रण और कस्टमाइज़ेशन विकल्प प्रदान करता है, जबकि Wix और Squarespace शुरुआती लोगों के लिए आसान विकल्प हैं।
4. सामग्री लेखन कौशल: ब्लॉग लिखने के लिए स्पष्ट और प्रभावशाली लेखन शैली आवश्यक है। आपकी सामग्री को SEO (Search Engine Optimization) के अनुसार संरचित होना चाहिए ताकि वह अधिक पाठकों तक पहुंच सके।
5. थीम या टेम्पलेट: ब्लॉग की डिज़ाइन और लेआउट आपके पाठकों पर पहली छाप छोड़ती है। ब्लॉगिंग प्लेटफ़ॉर्म्स आमतौर पर कई प्रीमियम और मुफ्त थीम प्रदान करते हैं, जिन्हें आपकी ज़रूरतों के अनुसार कस्टमाइज़ किया जा सकता है।
6. ब्लॉगिंग टूल्स: कई टूल्स ब्लॉग पोस्ट को प्रभावी और पेशेवर बनाने में मदद करते हैं। उदाहरण के लिए, Canva डिज़ाइन करने के लिए और Yoast SEO सामग्री को ऑप्टिमाइज़ करने के लिए उपयोगी हो सकते हैं।
7. आत्मविश्वास और धैर्य: ब्लॉगिंग शुरू करने के लिए सबसे महत्वपूर्ण तत्व आत्मविश्वास और धैर्य है। शुरुआत में कई लोग सोचते हैं कि वे इस क्षेत्र में विशेषज्ञ नहीं हैं, लेकिन अनुभव और निरंतरता के साथ कौशल में सुधार होता है।

Scanned with OKEN Scanner

ब्लॉग शुरू करने से पहले एक अच्छी योजना बनाएं। डोमेन नाम, होस्टिंग सेवा और प्लेटफ़ॉर्म का चयन सोच-समझकर करें। एक बार ब्लॉग सेटअप हो जाए, तो सामग्री पर ध्यान केंद्रित करें और SEO तकनीकों का उपयोग करके इसे ऑप्टिमाइज़ करें। धैर्य रखें, क्योंकि सफल ब्लॉगिंग समय और निरंतर प्रयास की मांग करती है।

यदि आप अपना पहला ब्लॉग बनाना चाहते हैं, तो सुनिश्चित करें कि आप सभी आवश्यक तत्वों पर ध्यान दें और सही संसाधनों और रणनीतियों का उपयोग करें। शुरुआत में छोटे कदम उठाएं और धीरे-धीरे अपने कौशल और ब्लॉग की पहुंच को बढ़ाएं।

11.10 ब्लॉग के नए दृष्टिकोण

ब्लॉगिंग ने अपनी शुरुआत से ही विचारों और अनुभवों को साझा करने के एक छोटे, डायरी-शैली के मंच से एक विशाल और प्रभावशाली माध्यम का रूप ले लिया है। हाल के वर्षों में, ब्लॉगिंग व्यक्तियों और व्यवसायों के लिए एक शक्तिशाली डिजिटल मार्केटिंग टूल के रूप में उभरा है। इसने वैश्विक स्तर पर लाखों सक्रिय ब्लॉगर्स को जोड़ते हुए, तकनीकी प्रगति और बदलते रुझानों के माध्यम से अपने भविष्य को आकार दिया है।

1. **तकनीकी प्रगति और ब्लॉगिंग का भविष्य:** आज तकनीकी प्रगति, विशेष रूप से आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI), ने ब्लॉगिंग को नए और क्रांतिकारी दृष्टिकोण प्रदान किए हैं। AI के उपयोग ने ब्लॉगिंग को सामग्री निर्माण, संपादन, और ऑडियंस एनालिटिक्स में अधिक सटीक और कुशल बना दिया है। वीडियो और माइक्रो-ब्लॉगिंग के बढ़ते चलन ने ब्लॉगिंग के प्रारूप और प्रस्तुतिकरण को पूरी तरह से बदल दिया है, जिससे इसे और अधिक इंटरएक्टिव और आकर्षक बनाया गया है।
2. **AI और ब्लॉगिंग पर इसका प्रभाव:** AI ब्लॉगिंग के भविष्य में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। सामग्री निर्माण के लिए AI-संचालित टूल्स, जैसे ऑटोमेटेड टेक्स्ट जनरेशन, डेटा एनालिसिस, और वास्तविक समय में जानकारी प्रदान करने वाले उपकरण, ब्लॉगर्स के लिए लेखन को अधिक सरल और उत्पादक बना रहे हैं। इसके अलावा, AI ब्लॉग पोस्ट के SEO अनुकूलन में भी मदद करता है, जिससे वेबसाइट ट्रैफिक बढ़ाने और सामग्री को अधिक दर्शकों तक पहुंचाने में सहायता मिलती है।

Scanned with OKEN Scanner

3. नए दृष्टिकोण:

- व्यक्तिगत सुझाव और विज्ञापन: AI अब डेटा एनालिसिस के माध्यम से ब्लॉग पाठकों के व्यवहार और रुचियों को समझकर व्यक्तिगत सुझाव और विज्ञापन प्रदान करने में सक्षम है।
- इंटरएक्टिव सामग्री: ब्लॉग में इन्फोग्राफिक्स, एनीमेशन और इंटरेक्टिव टूल्स के उपयोग ने पाठकों के अनुभव को बेहतर और अधिक रोचक बनाया है।
- डेटा विश्लेषण और रणनीति: AI डेटा का विश्लेषण करके ब्लॉगर्स को उनकी सामग्री की प्रभावशीलता, पाठकों की प्रतिक्रिया, और सुधार के अवसरों के बारे में सूचित करता है।

4. ब्लॉगिंग का व्यापक प्रभाव: ब्लॉगिंग के नए दृष्टिकोणों ने इसे केवल विचार साझा करने के मंच से एक पूर्ण व्यावसायिक उपकरण में परिवर्तित कर दिया है। ब्लॉगिंग अब व्यक्तिगत ब्रांडिंग, उत्पाद प्रचार, और वैश्विक संवाद को बढ़ावा देने के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

ब्लॉगिंग का भविष्य AI और तकनीकी नवाचारों से प्रेरित होकर नए आयामों को छूने की क्षमता रखता है। यह न केवल व्यक्तियों के लिए अपनी आवाज़ उठाने का मंच है, बल्कि यह व्यवसायों के लिए भी एक अनिवार्य साधन बन चुका है। बदलते रुझानों और नई तकनीकों को अपनाकर ब्लॉगिंग के प्रभाव को और अधिक बढ़ाया जा सकता है।

11.11 उच्च शिक्षा के लिए सर्वोत्तम ब्लॉग

उच्च शिक्षा में छात्रों, शिक्षकों, और शोधकर्ताओं के लिए ब्लॉग एक महत्वपूर्ण संसाधन के रूप में उभरा है। यह ज्ञानवर्धन, नवीन विचारों को साझा करने और जटिल विषयों को सरल भाषा में समझाने का एक प्रभावी माध्यम है। यहां उच्च शिक्षा के लिए कुछ प्रमुख और सर्वोत्तम ब्लॉगों और उनकी विशेषताओं का वर्णन है:

1. शिक्षण और सीखने के संसाधन (Teaching and Learning Blogs):

ये ब्लॉग शिक्षकों को शिक्षण विधियों में सुधार के लिए नवीनतम दृष्टिकोण, तकनीक, और उपकरण प्रदान करते हैं। उदाहरण:

Scanned with OKEN Scanner

- Edutopia: यह ब्लॉग शिक्षण और कक्षा प्रबंधन में नवाचारों पर केंद्रित है।
- TeachThought: शिक्षकों को अपने पाठों को अधिक प्रभावी बनाने के लिए व्यावहारिक सुझाव देता है।

2. शैक्षिक प्रौद्योगिकी (Educational Technology):

शैक्षणिक प्रौद्योगिकी पर आधारित ब्लॉग उच्च शिक्षा में डिजिटल उपकरणों और प्लेटफार्मों का उपयोग कैसे किया जाए, इस पर गहन जानकारी प्रदान करते हैं। उदाहरण:

- EdTech Magazine: तकनीकी उपकरणों और संसाधनों पर जानकारी देता है।
- Cool Cat Teacher: शिक्षकों के लिए प्रौद्योगिकी-संबंधित सुझाव और रणनीतियां साझा करता है।

3. उच्च शिक्षा समाचार और विश्लेषण (Higher Education News and Analysis):

ये ब्लॉग उच्च शिक्षा से संबंधित वैश्विक घटनाओं, नीतियों और रुझानों पर जानकारी प्रदान करते हैं। उदाहरण:

- Inside Higher Ed: विश्वविद्यालयों और कॉलेजों के नीतिगत परिवर्तनों पर ध्यान केंद्रित करता है।
- The Chronicle of Higher Education: उच्च शिक्षा के क्षेत्र में गहराई से विश्लेषण और समाचार प्रदान करता है।

4. शोध और लेखन कौशल (Research and Writing Skills):

शोध और अकादमिक लेखन पर केंद्रित ब्लॉग छात्रों और शोधकर्ताओं को बेहतर लेखन और शोध तकनीक विकसित करने में मदद करते हैं। उदाहरण:

- PhD Comics: शोध और डॉक्टरेट छात्रों के जीवन से संबंधित हास्यपूर्ण और प्रेरक सामग्री।
- Get a Life, PhD: शोधकर्ताओं को उत्पादकता और करियर प्लानिंग पर सुझाव देता है।

Scanned with OKEN Scanner

UPRTOU

5. विविधता और समावेश (Diversity and Inclusion):

ये ब्लॉग शिक्षण और शोध में समावेशिता को बढ़ावा देने पर केंद्रित हैं। उदाहरण:

- The Inclusive Class: छात्रों को उनके विविध पृष्ठभूमि के आधार पर शिक्षा प्रदान करने के सुझाव देता है।

6. करियर मार्गदर्शन (Career Guidance):

Scanned with OKEN Scanner

ब्लॉग इंटरनेट पर एक ऐसा मंच है, जो व्यक्तिगत, व्यावसायिक और रचनात्मक विचारों को साझा करने का प्रभावी माध्यम प्रदान करता है। यह एक प्रकार की वेबसाइट है, जिसे सरल और आसानी से प्रबंधित किया जा सकता है। ब्लॉग के माध्यम से लोग अपने विचार, अनुभव, और जानकारी पूरी दुनिया के साथ साझा कर सकते हैं।

ब्लॉग की विशेषता यह है कि इसे इंटरनेट पर किसी भी स्थान और समय से अपडेट किया जा सकता है। इसकी सामग्री (पोस्ट) को विशेष दर्शकों तक पहुंचाया जा सकता है, जो इसे पढ़ने और प्रतिक्रिया देने में रुचि रखते हैं।

जब हम फेसबुक जैसे सोशल मीडिया पर कोई पोस्ट करते हैं, तो वह पोस्ट सीमित दर्शकों तक ही पहुंचती है। इसके विपरीत, ब्लॉग पर लिखी गई सामग्री विशेष रूप से उन लोगों तक पहुंचती है, जो उस विषय में रुचि रखते हैं।

ब्लॉग एक ऐसी वेबसाइट है, जिसे पूरी तरह से नि:शुल्क शुरू किया जा सकता है और जिसे इंटरनेट पर किसी भी उपयोगकर्ता द्वारा आसानी से उपयोग किया जा सकता है। यह न केवल विचार साझा करने का माध्यम है, बल्कि इसे व्यवसायिक और शैक्षिक उद्देश्यों के लिए भी उपयोग में लाया जा सकता है। ब्लॉगिंग, व्यक्तिगत अभिव्यक्ति और डिजिटल दुनिया में अपनी उपस्थिति स्थापित करने का एक सशक्त माध्यम है।

11.13 अभ्यास के प्रश्न

1. ब्लॉग क्या है? इसके महत्व और उपयोग का वर्णन कीजिए।
2. ब्लॉग कितने प्रकार के होते हैं? प्रत्येक प्रकार को उदाहरण सहित समझाइए।
3. ब्लॉग शुरू करने के लिए किन मुख्य चरणों की आवश्यकता होती है?
4. आधुनिक तकनीकी प्रगति और AI ने ब्लॉगिंग को कैसे प्रभावित किया है?
5. ब्लॉगिंग के नए दृष्टिकोण और भविष्य के संभावित बदलावों पर चर्चा कीजिए।

11.14 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. शर्मा, आर. के. "डिजिटल युग में ब्लॉगिंग", प्रकाशन वर्ष: 2019, नई दिल्ली: नेशनल बुक ट्रस्ट।
2. कुमार, अजय। "सोशल मीडिया और ब्लॉगिंग", प्रकाशन वर्ष: 2020, मुंबई: प्रभात प्रकाशन।

Scanned with OKEN Scanner

3. सिंह, वी. "इंटरनेट और नई मीडिया", प्रकाशन वर्ष: 2018, लखनऊ: भारती प्रकाशन।
4. पटेल, एम. (2021), "ब्लॉगिंग का विकास और इसका सामाजिक प्रभाव", मीडिया स्टडीज जर्नल, खंड 8, अंक 3, पृष्ठ 45-60।
5. गुप्ता, एस. (2020), "भारतीय संदर्भ में ब्लॉगिंग की प्रासंगिकता", न्यू एज मीडिया रिसर्च।

इकाई – 12

इकाई-12 वेबलॉग और लोकतंत्र

इकाई की रूपरेखा –

12.0 उद्देश्य
12.1 प्रस्तावना
12.2 लोकतंत्र
12.2.1 लोकतंत्र की परिभाषा
12.2.2 लोकतंत्र की अवधारणा
12.2.3 लोकतंत्र की विशेषताएं
12.3 लोकतंत्र के प्रकार
12.4 लोकतंत्र के मूल सिद्धांत
12.5 ब्लॉग
12.5.1 ब्लॉग का ऐतिहासिक संदर्भ
12.5.2 भारत में सफल ब्लॉगर
12.6 विश्व के महत्वपूर्ण राजनीतिक संदर्भ
12.6.1 विश्व के महत्वपूर्ण राजनीतिक ब्लॉगर

Scanned with OKEN Scanner

12.6.2 भारत के प्रमुख राजनीतिक दल एवं ब्लॉग

12.7 भारत के लोकतंत्रीकरण में ब्लॉग का योगदान

12.7.1 वेबलॉग का लोकतंत्र पर प्रभाव

12.7.2 वेबलॉग और चुनाव

12.7.3 भारत में लोकतंत्र पर आधारित मीडिया के ब्लॉग

12.7.4 मीडिया शिक्षकों एवं पत्रकारों के ब्लॉग

12.8 सारांश

12.9 शब्दावली

12.10 सन्दर्भ ग्रंथ

12.11 प्रश्नावली

12.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने से आप निम्नलिखित तथ्यों से परिचित हो सकेंगे -

- इस पाठ का अध्ययन करने के बाद आप लोकतंत्र की अवधारणा को समझ सकेंगे
- लोकतंत्र के विकास की प्रक्रिया को जान सकेंगे
- लोकतंत्र के मूल सिद्धांतों से अवगत हो सकेंगे
- ब्लॉग के ऐतिहासिक संदर्भ को समझ सकेंगे
- विश्व एवं भारत के प्रमुख ब्लॉगर से अवगत हो सकेंगे
- सूचना के लोकतंत्रीकरण में ब्लॉग की योगदान को जान सकेंगे
- वेब ब्लॉग और चुनाव के संबंधों से परिचित हो सकेंगे

12.1 प्रस्तावना

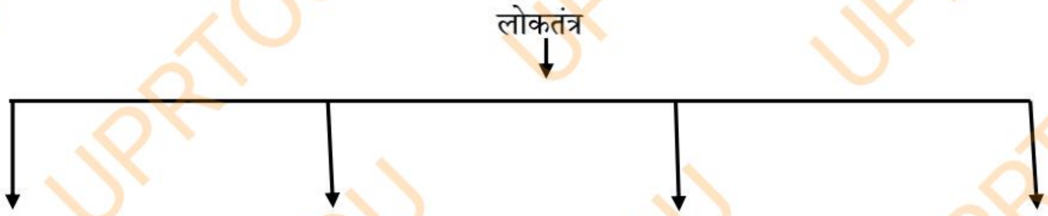
समाज निर्माण में मीडिया की अहम भूमिका होने के कारण इसे लोकतंत्र का चौथा स्तंभ माना जाता है। लोकतंत्र के चतुर्थ स्तंभ के रूप में मीडिया की उपयोगिता जहां एक तरफ लोकतंत्र को मजबूती प्रदान करने की रही है वहीं दूसरी तरफ एक जन जागरूकता में भी इसने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। सूचना प्रौद्योगिकी में आई क्रांति में मीडिया के क्षेत्र को बहुआयामी बना दिया है। आज मीडिया के क्षेत्र विस्तृत हैं। मीडिया को सिर्फ समाचार पत्र-

Scanned with OKEN Scanner

पत्रिकाओं या न्यूज़ चैनलों तक सीमित नहीं कर सकते हैं। आज न्यू मीडिया ने आम जनता को एक विकल्प प्रदान किया है। जहां से वे अपनी अभिव्यक्ति खुलकर लोगों के सामने रख सकते हैं सोशल साइट्स और ब्लॉग इसके सशक्त माध्यम है। ब्लॉग ने साहित्यिक, सामाजिक एवं राजनीतिक विमर्श के लिए मंच प्रदान किया है। ब्लॉगिंग संचार का इंटरएक्टिव माध्यम बन गया है। ब्लागिंग में पाठक और ब्लॉगर के बीच किसी बिचौलिए का काम नहीं होता। ब्लागिंग में ना तो किसी संपादक की कैंची चलती है और ना ही किसी मलिक का दबाव होता है। ब्लॉग भारत जैसे लोकतांत्रिक देश में एक हथियार के रूप में सामने आया है। देश में लोकतंत्र की जड़ों को गहरा करने और लोकतंत्र रूपी वृक्ष को पल्लवित करने में मीडिया का महत्वपूर्ण स्थान रहा है। लोकतंत्र में मीडिया का आम नागरिकों के अधिकारों का प्रहरी बताया जाता है। संप्रेषण की स्वतंत्रता एवं निष्पक्षता किसी भी लोकतांत्रिक देश के लिए आवश्यक है। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता लोकतंत्र की आधारशिला है। इस अधिकार के बिना लोकतंत्र की कल्पना नहीं की जा सकती है।

12.2 लोकतंत्र

लोकतंत्र यानी डेमॉक्रसी यूनानी भाषा के दो शब्दों डेमोस (जनता) और क्रेटिया (तंत्र) से मिल कर बना है। इसका सीधा मतलब निकलता है जनता का तंत्र। प्रत्येक राजनीतिक समुदाय को यह तय करना पड़ता है कि उस पर कौन शासन करेगा, सरकार किन उसूलों के आधार पर बनाई जाएगी और इस मक़सद के लिए किस तरह के संस्थागत विन्यास की आवश्यकता होगी। लोकतंत्र का विचार इस तरह के सामूहिक फ़ैसले लेने का आधार मुहैया कराता है। इस लिहाज से लोकतंत्र न केवल एक निर्णय लेने संबंधी विधि है, बल्कि वह कुछ विशेष मूल्यों और आचरणों की संहिता भी है जिसके जरिये लोग फ़ैसलों पर पहुँचते हैं। राजनीतिक समानता के केंद्रीय मूल्य के तहत लोकतंत्र इस मानक पर चलता है कि मत, हित और नैतिकता के लिहाज से प्रत्येक व्यक्ति का मूल्य समान है इसलिए राजनीतिक प्रक्रिया से किसी को बाहर नहीं किया जा सकता। इसी आग्रह से 'एक व्यक्ति-एक वोट' के सिद्धांत का जन्म हुआ है जो किसी पदानुक्रम या विरासत में मिली हैसियत या उस पर आधारित भेदभाव को खारिज करता है। इस लोकतांत्रिक मानक को स्वीकार करने के पीछे बहुत लम्बे संघर्ष की कहानी है। शुरू में मतदान का अधिकार केवल युरोप और अमेरिका के सम्पदाधारियों और श्वेतांगों को ही प्राप्त था। फिर क्रमशः यह अधिकार सभी तरह के शिक्षितों, मज़दूरवर्गीय श्वेत नागरिकों, अश्वेतों और स्त्रियों को मिला। एशिया और अफ्रीका में हुए उपनिवेशवाद विरोधी संघर्षों की जीत ने भारत जैसे देशों की जनता के लिए स्वशासन का रास्ता खोला। भारत में 'एक वोट-एक व्यक्ति' का अधिकार बिना किसी भेदभाव के प्रत्येक नागरिक को एक साथ दिया गया। भारत में लोकतांत्रिक व्यवस्था का प्रारंभ तब हुआ जब 26 जनवरी 1950 को भारत का संविधान लागू हुआ। भारत में लोकतांत्रिक सरकार सबसे बड़ी मानी जाती है। लोकतांत्रिक भारत में चुनाव के माध्यम से प्रतिनिधियों को चुनाव के लिए भारत के प्रत्येक नागरिकों को बिना किसी पंथ, जाति, धर्म, क्षेत्र और लिंग भेदभाव के बिना वोट देने का अधिकार है।



Scanned with OKEN Scanner

विधायिका कार्यपालिका न्यायपलिका मीडिया/खबर पालिका

मीडिया को लोकतंत्र का चौथा खंभा माना जाता है, लेकिन इसे संवैधानिक दर्जा प्राप्त नहीं है। पहले खंभा विधायिका का है जिसमे संसद एवं विधानसभा होती हैं जो कानून बनाती हैं, दूसरा कार्यपालिका जो कानून को लागू करती है, तीसरा न्यायपालिका जो कानून को तोड़ने वालों को दंडित करती है, चौथा मीडिया जो गड़बड़ियां को उजागर एवं लोगों को जागरूक करती है।

12.2.1 लोकतंत्र की परिभाषा

विभिन्न विद्वानों ने लोकतंत्र की परिभाषा निम्न प्रकार से दी है-

- यूनानी दार्शनिक बलीयान के अनुसार "लोकतंत्र वह होगा जो जनता का, जनता के द्वारा हो, जनता के लिए हो।"
- अमेरिकी राष्ट्रपति अब्राहम लिंकन के अनुसार "लोकतंत्र जनता का, जनता के लिए तथा जनता के द्वारा शासन है।"
- लॉई वाइस के अनुसार "प्रजातंत्र का शासन प्रणाली है, जिसमें शासन शक्ति का एक विशेष वर्ग या वर्गों में निहित न रहकर समाज के सदस्य में निहित होती है।"
- जानसन के अनुसार "प्रजातंत्र शासन का वह रूप है जिसमें प्रभुसत्ता जनता में सामूहिक रूप से निहित हो।"
- प्रो. सिले के अनुसार "प्रजातंत्र व शासन है जिसमें प्रत्येक व्यक्ति का भाग होता है।"
- डायसी के अनुसार "प्रजातंत्र वह शासन है जिसमें जनता का अपेक्षाकृत बड़ा भाग शासन में भाग लेता है।"
- ब्रायसी के अनुसार "प्रजातंत्र सरकार का वह रूप है जिसमें किसी राज्य की शासक शक्ति कानूनी रूप से किसी विशेष वर्ग में नहीं बल्कि पूरे समुदाय के सदस्यों में निहित होती है।"
- मज्जिनी के अनुसार "प्रजातंत्र का आशय सबकी सरकार से है।"

उक्त परिभाषाओं के विश्लेषण करने पर हम पाते हैं कि लोकतंत्र में सत्ता की शक्ति कानून के द्वारा प्रतिपादित की जाती है।

12.2.2 लोकतंत्र की अवधारणा

भारत में लोकतंत्र एक सदियों पुरानी अवधारणा है। भारतीय लोकाचार के अनुसार, लोकतंत्र में समाज में स्वतंत्रता, स्वीकार्यता, समानता और समावेशिता के मूल्य शामिल होते हैं और यह अपने आम नागरिकों को

Scanned with OKEN Scanner

गुणवत्तापूर्ण और सम्मानजनक जीवन जीने का अवसर देता है। सबसे पहले उपलब्ध पवित्र ग्रंथ ऋग्वेद और अथर्ववेद की पंक्तियों में सभा, समिति और संसद जैसी सहभागी संस्थाओं का उल्लेख किया गया है। अंतिम शब्द 'संसद' हमारे देश की संसद को दर्शाते हुए प्रचलित है। इस भूमि के महान महाकाव्य रामायण और महाभारत भी निर्णय प्रक्रिया में लोगों को समावेशित करने की बात करते हैं। भारतीय लिखित उदाहरणों में यह भी पाया जाता है कि शासन करने का अधिकार योग्यता या आम सहमति के माध्यम से अर्जित किया जाता है और यह वंशानुगत नहीं है। परिषद और समिति जैसी विभिन्न लोकतांत्रिक संस्थाओं में मतदाता की वैधता पर लगातार चर्चा होती रही है। भारतीय लोकतंत्र वास्तव में लोगों की सत्यता, सहयोग, शांति, सहानुभूति और सामूहिक शक्ति का समन्वय है।

लोकतंत्र के उदाहरण - समाचार पात्र 'द इकोनॉमिस्ट' प्रत्येक वर्ष लोकतंत्र सूचकांक प्रकाशित करता है, जो दुनिया में मौजूद लोकतंत्र के विभिन्न मूल्यों का संकेतक है, उसकी प्रभावशीलता को ध्यान में रखते हुए और इसके विभिन्न संकेतकों का उपयोग किया जाता है।

12.2.3 भारत में लोकतंत्र की विशेषताएं

भारत में लोकतांत्रिक सरकार की निम्नलिखित विशेषताएं हैं -

- बहुमत का नियम
- वयस्क मताधिकार
- जनता की इच्छा सर्वोच्च
- अधिकारों का प्रावधान
- अल्पसंख्यकों की राय का सम्मान
- विभिन्न राजनीतिक दलों तथा दबाव समूह की उपस्थिति
- स्वतंत्र न्यायपालिका
- राजनीतिक समानता
- निष्पक्ष तथा समयबद्ध चुनाव
- उत्तरदायी सरकार

12.3 लोकतंत्र के प्रकार

लोकतंत्र का शाब्दिक अर्थ है लोगों द्वारा शासन। लोकतंत्र एक प्रकार की सरकार है जिसमें देश के नागरिकों की सरकार द्वारा किए गए निर्णय में भूमिका होती है। लोकतंत्र के दो प्रकार होते हैं-

प्रत्यक्ष लोकतंत्र - हम प्रत्यक्ष लोकतंत्र में नागरिक सरकार द्वारा किए गए हर निर्णय पर मतदान करते हैं। वर्तमान में स्विट्जरलैंड में प्रत्यक्ष लोकतंत्र चलता है। इस प्रकार का लोकतंत्र प्राचीन यूनान के नगर राज्यों में पाया जाता

Scanned with OKEN Scanner

था। प्रसिद्ध दार्शनिक रूसो ने ऐसे लोकतंत्र को आदर्श व्यवस्था माना है। प्राचीन यूनानी विचारक प्लेटो एवं अरस्तु की सुप्रसिद्ध पुस्तक **द रिपब्लिकन** एवं **द पॉलिटिक्स** में प्रत्यक्ष लोकतंत्र के साक्ष्य मिलते हैं। इसका एक उदाहरण 2016 में ब्रिटेन का ब्रेक्सिट जनमत संग्रह है।

प्रतिनिधिक लोकतंत्र/अप्रत्यक्ष लोकतंत्र - प्रतिनिधि लोकतंत्र में नागरिक सरकार द्वारा लिए गए अधिकांश बिलों एवं निर्णयों पर मतदान करने के लिए लोगों का चुनाव करते हैं। उदारवादी लोकतंत्र इसी विधि से चलता है। दुनिया के कई देशों में अप्रत्यक्ष लोकतंत्र है। जैसे - अमेरिकी कांग्रेस और यूके सांसद

लोकतंत्र के अन्य प्रकार

- सत्तावादी लोकतंत्र
- राष्ट्रपति लोकतंत्र
- संसदीय लोकतंत्र
- भागीदारी लोकतंत्र
- सामाजिक लोकतंत्र
- इस्लामी लोकतंत्र

12.4 लोकतंत्र के मूल सिद्धांत

लोकतंत्र लोगों की, लोगों के द्वारा, लोगों के लिए सरकार है। सामान्य अर्थों में लोकतंत्र एक ऐसी व्यवस्था को संदर्भित करता है जिससे लोग अपने नेता चुनते हैं। लोकतंत्र का एक मूलभूत सिद्धांत राजनीतिक समानता है। लोकतंत्र के मूल सिद्धांत इस प्रकार है -

- **नागरिक भागीदारी** - राजनीति में जनता की भागीदारी लोकतंत्र के सबसे बुनियादी संकेतकों में से एक है लोकतंत्र में नागरिकों की भागीदारी होना जरूरी है।
- **सामानता** - लोकतंत्र में सभी को समानता के विचार पर जोर देती है। लोकतंत्र में प्रत्येक व्यक्ति के साथ समान व्यवहार किया जाना चाहिए। इसमें धर्म, जाति, रंग, लिंग, क्षेत्र के आधार पर पूर्वाग्रह से मुक्त होना चाहिए।
- **राजनीतिक सहिष्णुता** - राजनीतिक सहिष्णुता एक लोकतांत्रिक समाज की विशेषता है। इसमें भले ही लोकतंत्र बहुमत के शासन का एक रूप है, लेकिन अल्पसंख्यकों के अधिकारों की रक्षा करना होता है।
- **जवाबदेही** - लोकतंत्र में निर्वाचित और मनोनित दोनों के प्रति जवाबदेही होनी चाहिए।
- **पारदर्शिता** - सरकार को जवाबदेह बनाए रखने के लिए जनता को सजक रहना चाहिए। एक पारदर्शी सरकारें नागरिकों को कई बैठकों में भाग लेने के लिए आमंत्रित भी करती हैं।

Scanned with OKEN Scanner

12.5 ब्लॉग

ब्लॉग सृजनात्मक साहित्य और सूचनात्मक विचार को संप्रेषित करने का सशक्त माध्यम है। ब्लॉग लिखने वालों को ब्लॉगर और ब्लॉग लिखने की प्रक्रिया को ब्लॉगिंग कहते हैं। ब्लॉगिंग एक प्रकार से ऑनलाइन पत्रकरिता है। **बर्गोयाइन के अनुसार** "ब्लॉगर के प्रभावी होने के लिए किसी संगठन का लीडर होने की जरूरत नहीं है काम करने वाला कोई भी व्यक्ति जिसके पास कहने के लिए कुछ है वह ब्लॉगिंग कर सकता है।" ब्लॉग एक तरह से सेंसर रहित अखबार है। ब्लॉग में किसी संपादक एवं मलिक की कैंची नहीं चलती है और ना ही किसी तरह का दबाव होता है। यहां आपके लेख पर पाठक कमेंट या प्रतिक्रिया दे सकते हैं। ब्लॉगर्स राजनीतिक एवं सामाजिक जैसे मुद्दों को न सिर्फ उठाते हैं बल्कि अच्छे एवं बुरे पहलुओं पर अपना दृष्टिकोण भी रखते हैं।

12.5.1 ब्लॉग का ऐतिहासिक संदर्भ

वेब-ब्लॉग का संक्षिप्त रूप है ब्लॉग। वेब- ब्लॉग शब्द का नाम जोर्न बार्गर(Jorn barger) के द्वारा 17 दिसंबर 1997 को दिया गया। मई 1999 में पीटर मॉल्होर्ज ने वेब-ब्लॉग शब्द के स्थान पर ब्लॉग शब्द का उपयोग किया, जो आज भी इसी नाम से प्रचलन में है। 1998 में पहली बार 23 पेज का ब्लॉग रीनेका ब्लड के द्वारा बनाया गया। इसमें उन्होंने अपने इतिहास के बारे में लिखा था।

ब्लॉगिंग संख्यिकी 2024 के अनुसार दुनिया भर में इंटरनेट पर 1.9 बिलियन वेबसाइट हैं। इसमें से 600 मिलियन ब्लॉग हैं। एक दिन इंटरनेट पर 6 मिलियन से ज्यादा नए पोस्ट प्रकाशित होते हैं।

12.5.2 भारत में सफल ब्लॉगर

भारत में ब्लॉगिंग की लोकप्रियता 2005 से हो गई हैं। भारत में बहुत से ब्लॉगर पूर्णकालिक करियर के रूप में ब्लॉग लिख रहे हैं इसमें वह अच्छा पैसा भी कमा रहे हैं। हिंदी भाषा का प्रथम "ब्लॉग नौ दो ग्यारह" है, बेंगलुरु निवासी आलोक कुमार ने अपना ब्लॉग 2 फरवरी 1999 को प्रारंभ किया। अपने ब्लॉग का नाम 'चिट्ठा' दिया। हिंदी के प्रारंभिक ब्लॉग में रवि रतलामी, देवाशीष, जितेंद्र चौधरी, अतुल अरोरा, अनुज शुक्ला इत्यादि प्रमुख है।

विभिन्न क्षेत्रों में उत्कृष्ट प्रदर्शन कर रहे कुछ सफल ब्लॉगर निम्नलिखित है-

- **अमित अग्रवाल** - ये पेशेवर तकनीकी ब्लॉगर है। इन्हें हिंदुस्तान टाइम्स द्वारा भारतीय ब्लॉगिंग के संस्थापक के रूप में मान्यता दी गई है।
- **हर्ष अग्रवाल** - ये पेशे से एक इंजीनियर है। इन्होंने ब्लॉगिंग के महत्व को बताने के लिए देशभर में शिविर लगाकर जन जागरूकता फैला रहे हैं।
- **प्रदीप गोयल** - ये ब्लॉगिंग के द्वारा बैंकिंग एवं निवेश के क्षेत्र में जन जागरूकता फैला है
- **श्रद्धा शर्मा** - ये अपने ब्लॉग में कहानियो से संबंधित वीडियो डालती है।
- **मानसी चौधरी** - ये अपने ब्लॉग में शिशु, स्तनपान, गर्भावस्था कौशल जैसे विषय पर लिखती है

Scanned with OKEN Scanner

- **उत्कर्ष लोकेश** - ये अपने ब्लॉग से डिजिटल मीडिया से संबंधित समाचार व जानकारी उपलब्ध कराते हैं
- **अनुराधा गोयल** - ये ट्रैवल ब्लॉगर है। यह ब्लॉग के माध्यम से भारतीय संस्कृति एवं इतिहास के बारे में जानकारी देती है।
- **अर्चना जोशी** - ये फूड ब्लॉगर है। ये ब्लॉग के माध्यम से खाना बनाने एवं स्वस्थ जीवन जीने मदद करती है।
- **दीपक कनकराजू** - ये इलेक्ट्रॉनिक एवं डिजिटल विज्ञापन पर ब्लॉग बनाते हैं।
- **प्रदीप कुमार** - इनके ब्लॉग में मार्केटिंग, संसाधन, सोशल नेटवर्किंग, विज्ञापन, छोटे ऑनलाइन व्यवसायों से संबंधित विषय होते हैं।

12.6 विश्व के महत्वपूर्ण राजनीतिक ब्लॉग

➢ **पोलिटिक्स यू.एस.ए** - यह ब्लॉग निष्पक्ष दृष्टिकोण से समाचार, राजनीतिक टिप्पणी और विश्लेषण प्रदान करता है। सारा जोन्स और जेसन इस्ले द्वारा स्थापित यह ब्लॉग किसी भी राजनीतिक दल से सम्बद्ध नहीं है।
ब्लॉग- Politicususa.com

➢ **गेटवे पंडित** - 2004 में स्थापित यह ब्लॉग ब्रोकिंग न्यूज़, कमेंट्री और विश्लेषण को कवर करता है। यह दिन भर के महत्वपूर्ण मुद्दों पर राय प्रदान करता है।
ब्लॉग- thegatewaypundit.com

➢ **द पॉलिटिकल इंसाइडर** - यह गहन विश्लेषण करने के उपरांत राजनीति, संस्कृति एवं टिप्पणियों पर विचार व्यक्त करता है।
ब्लॉग- Thepoliticalinsider.com

➢ **पोलिटिको** - शिक्षा, कृषि, स्वास्थ्य, पर्यावरण, परिवहन, व्यापार जैसे विषयों पर समाचार और विश्लेषण प्रदान करता है। यह ब्लॉग हर महाद्वीप में सत्ता केंद्रों में राजनीति और नीति पर समाचारों का प्रमुख स्रोत बनने का प्रयास करता है।
ब्लॉग- Politico.com

➢ **रीजन मैगजीन** - रीजन मैगजीन नागरिक स्वतंत्रता, राजनीति, तकनीक, संस्कृति और वाणिज्य विषय पर कठोर स्वतंत्र पत्रकारिता को कवरेज करती है।
ब्लॉग- reason.com

➢ **टैगन गोर्डाड का पॉलिटिकल वायर** - यह ब्लॉग सरकार के गलियारों से दिलचस्प खबरें, चर्चा और टिप्पणी प्रदान करता है। टेगन गोर्डाड पॉलिटिकल वायर के संस्थापक हैं। यह प्रभावशाली राजनीतिक वेबसाइट है।

Scanned with OKEN Scanner

ब्लॉग-politicalwire.com

- **मदर जोन्स-** यह ब्लॉग खोजी पत्रकारिता एवं अभिनव रिपोर्टिंग पर विश्लेषण प्रदान करता है।

  ब्लॉग- motherjones.com
- **रेडस्टेट** - रेडस्टेट दक्षिणपंथी कार्यकर्ताओं के लिए अग्रणी रूढ़िवादी राजनीतिक समाचार ब्लॉग है।

  ब्लॉग- redstate.com
- **हॉटएयर** - हॉटएयर ब्रिटेन प्रशासन, राजनीति, मीडिया, संस्कृति और चुनाव को कवर करने वाली ब्रोकिंग न्यूज़ और कमेंट्री के लिए अग्रणी रूढ़िवादी ब्लॉग है

  ब्लॉग- hotair.com
- **ट्रुथ आउट -** यह ब्लॉग सामाजिक न्याय के मुद्दों पर स्वतंत्र रिपोर्टिंग करता है। यह ब्लॉग खोजी रिपोर्टिंग पर विशेष बल देता है।

  ब्लॉग- truthout.org
- **क्रिकी** - क्रिकी एक ऑस्ट्रेलियाई समाचार, टिप्पणी वेबसाइट और न्यूज लेटर है। यह राजनीति पर अपना दृष्टिकोण प्रस्तुत करता है।

  ब्लॉग- crikey.com
- **राजनीतिक सट्टेबाजी** - ब्रिटेन का सबसे ज्यादा पढ़ा जाने वाला राजनीतिक ब्लॉग है।

  ब्लॉग- www.politicalbetting.com
- **राजनीति Co.UK** - यह एक निष्पक्ष राजनीतिक वेबसाइट है, जो स्वतंत्र रूप से अपने विचारों को रखती है।

  ब्लॉग- politics.co.Uk
- **बोईंग बोईंग -** बोइंग बोइंग लिंक ब्लॉगिंग, मूल फीचर लेख, पॉडकास्ट, मूल वीडियो और वेब से चुने गए चुनिंदा लिखो का मिश्रण है।

  ब्लॉग- boingboing.net
- **बाया पैर आगे-** बाया पैर आगे यानी लेफ्ट फुट फॉरवार्ड प्रगतिशील लोगों का एक राजनीतिक ब्लॉग है। यह ब्रिटिश राजनीति पर अपना विश्लेषण प्रदान करता है।

  ब्लॉग- leftfootforward.org

12.6.1 विश्व के प्रमुख राजनीतिक ब्लॉगर

क्र.	**ब्लॉगर का नाम**	**पद का नाम**	**ब्लॉग लिंक**
1.	कैथरीन मंगू वार्ड	मुख्य संपादक	Reason.com

Scanned with OKEN Scanner

2.	क्लारा जेफरी	मुख्य संपादक	**Motherjones.com**
3.	कैटरीन ट्रिंको	मुख्य संपादक	**Dailysingnal.com**
4.	सोफी ब्लैक	मुख्य संपादक	**Crikey.com.au**
5.	पॉल ग्लास्ट्रिस	मुख्य संपादक	**Washingtonmonthly.com**
6.	बोनी क्रिस्टियन	पत्रकार	**Reason.com**
7.	डेविस लॉटर	वरिष्ठ संपादक	**Motherjones.com**
8.	पीटर मास	वरिष्ठ संपादक	**Theintercept.com**
9.	रयान मिल्स	पत्रकार	**National.com**
10.	इयोन हिगिंस	योगदानकर्ता	**Theintercept.com**

12.6.2 भारत के प्रमुख राजनीतिक दल एवं ब्लॉग

भारत में विभिन्न राजनीतिक दलों के अपने ब्लॉग होते हैं। जिसमें वह अपने पार्टी के विचारों, नीतियों एवं गतिविधियों के बारे में जानकारी देते हैं। उनके ब्लॉग में दलों के प्रमुख नेताओं, कार्यकर्ताओं एवं समर्थकों के विचार को प्रकाशित किया जाता है। राजनीतिक दलों के ब्लॉग का संचालन ज्यादातर पार्टी के मीडिया प्रवक्ता या मीडिया/आईटी सेल के द्वारा किया जाता है। इन ब्लॉग से चुनाव के समय मतदाताओं को अपने-अपने नेताओं या दाल की नीतियों के बारे में जानकारी प्राप्त करने में मदद मिलती है।

भारत निर्वाचन आयोग द्वारा 15 मई 2023 को जारी अधिसूचना के अनुसार वर्तमान में 6 राजनीतिक दलों को राष्ट्रीय मान्यता प्राप्त हैं -

क्र.	**राष्ट्रीय दल**	**स्थापना वर्ष**	**संस्थापक**
1.	भारतीय जनता पार्टी	1980	अटल बिहारी वाजपेई, लाल कृष्ण आडवाणी
2.	भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस	1885	ए.ओ.ह्यूम, दादा भाई नौरोजी
3.	आम आदमी पार्टी	2012	अरविंद केजरीवाल

Scanned with OKEN Scanner

4.	बहुजन समाज पार्टी	1984	काशीराम
5.	भारतीय कम्युनिस्ट पार्टी (मार्क्सवादी)	1964	ई.एम.एस.नम्बूदरीपाद, ज्योति बसु, हरकिशन सिंह
6.	नेशनल पीपल्स पार्टी	2013	पी.ए. सगंया

इसके अलावा भारतीय कम्युनिस्ट पार्टी (1950 – 2003), राष्ट्रवादी कांग्रेस पार्टी (2004 – 2023), सर्वभारतीय तृणमूल कांग्रेस (2016 – 2023) एवं राष्ट्रीय जनता दल (2008 – 2010) भी राष्ट्रीय पार्टियां रह चुकी हैं।

भारत के प्रमुख क्षेत्रीय राजनीतिक दल –

- समाजवादी पार्टी (SP) - उत्तर प्रदेश
- राष्ट्रीय लोक दल (RLD) - उत्तर प्रदेश
- शिवसेना (SS) - महाराष्ट्र
- राष्ट्रवादी कांग्रेस पार्टी (NCP) - महाराष्ट्र
- महाराष्ट्र नवनिर्माण सेना (MNS) - महाराष्ट्र
- बीजू जनता दल (BJD) - ओडिशा
- झारखंड मुक्ति मोर्चा (JMM) - झारखण्ड
- तृणमूल कांग्रेस (TMC) - पश्चिम बंगाल
- तेलुगू देशम पार्टी (TDP) - आन्ध्र प्रदेश और तेंलगाना
- तेलंगाना राष्ट्र समिति (TRS) - तेंलगाना
- द्रविड़ मुन्नेत्र कड़गम (DMK) - तमिलनाडु

12.7 सूचना के लोकतंत्रीकरण में ब्लॉग का योगदान

लोकतंत्र में जनसंचार संगठनों के महत्वपूर्ण कार्यों में समाचारों की विषय वस्तु का चयन, सृजन और प्रसार शामिल है। समाचार सामग्री का चयन और प्रस्तुति दो ऐसे तत्व हैं जिनके द्वारा मीडिया लोगों को समाज की सच्चाई से अवगत कराते हैं। सूचना की यही प्रक्रिया आगे चलकर लोगों के दृष्टिकोण और व्यवहार को प्रभावित करती है। मीडिया के द्वारा समाज की सच्चाई का पता लगाने के लिए संचार के दो सिद्धांत प्रमुख है ।एक गेटकीपिंग सिद्धांत (द्वारपाल) और दूसरा एजेंडा सेटिंग सिद्धांत

Scanned with OKEN Scanner

- **गेटकीपिंग सिद्धांत** - यह सिद्धांत शू मेकर द्वारा प्रतिपादित है। गेटकीपिंग सिद्धांत में उन सूचनाओं को चुनने और फिर फिल्टर करने की प्रक्रिया है, जिसे किसी व्यक्ति के पास उपलब्ध समय या स्थान के भीतर देखा जा सकता है। गेटकीपिंग सिद्धांत सूचना/डेटा की निगरानी की भूमिका में आती है। इसमें गेटकीपर यह तय करता है कि कौन सी जानकारी उनके पास पहुंचनी चाहिए और कौन सी जानकारी नहीं होनी चाहिए। यह सूचना के प्रवाह को नियंत्रित करती है। उदाहरण के रूप में समाचार पत्रों में संपादक यह महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
- **एजेंडा सेटिंग सिद्धांत** - इस सिद्धांत को सन् 1972 में मैकॉम्प्स एवं शॉ ने विकसित किया था। इस सिद्धांत का उपयोग राजनीतिक संचार, विज्ञापन, जनसंपर्क, उपभोक्ता व्यवहार में प्रमुखता से किया जाता है। इस सिद्धांत में मीडिया चुनिंदा घटनाओं को ही प्रमुखता देता है। इसमें मीडिया संपादक की विचारधारा और स्वार्थों पर ही निर्भर करता है कि सूचना के चयन का मापदंड क्या है, इसमे मीडिया कुछ समाचारों को अधिक महत्वपूर्ण तरीके से प्रस्तुत कर एक खास एजेंडा तय करने का काम करते हैं। उदाहरण के तौर पर ब्रॉडकास्ट मीडिया किसी समाचार बुलेटिन के दौरान किसी खास समाचार को लंबे समय तक एवं बार-बार प्रसारित कर उनके महत्व को बढ़ा सकते हैं। इसी तरह प्रिंट मीडिया में भी कुछ समाचारों को प्रमुख स्थान या लीड खबर बनाकर उसे खास समाचार बनाया जा सकता है। इस तरह मीडिया द्वारा तय किया जाने वाला यह एजेंडा आम लोगों को प्रभावित कर सकता है।

वर्तमान न्यू मीडिया के युग में सोशल मीडिया के उद्योग एवं विकास के कारण गेटकीपिंग एवं एजेंडा सेटिंग सिद्धांत की प्रक्रिया पर पारस्परिक मीडिया के एकाधिकार को चुनौती दी जा सकती है। डी वूडली (2008) के शब्दों में स्वतंत्र ब्लॉग व्यवस्था वैकल्पिक आवाजों को अभिव्यक्ति तो देती ही है साथ-साथ ही मुख्य धारा के मीडिया में मालिकों के हस्तक्षेप और अमीरों के प्रभाव से पैदा हुए पूर्वाग्रहों को बेअसर भी करती है। चूंकि ब्लॉग पारस्परिक मीडिया के प्रभाव से पूरी तरह स्वतंत्र हैं। ऐसे में इनकी विश्वासनीयता बढ़ जाती है। उपभोक्ता की भागीदारी और निष्ठा ब्लॉग को तर्क संगत बनाते हैं। वास्तव में यह ब्लॉग वैकल्पिक आवाज की अभिव्यक्ति है जिससे पारस्परिक मीडिया के गेटकीपिंग और एजेंडा सेटिंग वाली अवधारणा को चुनौती दी है। इस तरह ब्लॉगर के पास यह क्षमता है कि वह जनसंचार के विषय वस्तु को अधिक लोकतांत्रिक बन सकता है।

12.7.1 वेबलॉग का लोकतंत्र पर प्रभाव

लोकतंत्र में हर व्यक्ति को अपनी राय व्यक्त करने का अधिकार होता है। वेबलॉग इस अधिकार को और अधिक विस्तार देता है। ब्लॉगिंग के माध्यम से लोग बिना किसी बड़े मीडिया हाउस के हस्तक्षेप के सीधे अपने विचार और जानकारी जनता तक पहुंचा सकते हैं। यह मीडिया के लोकतंत्रीकरण की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है। ब्लॉगिंग के जरिए लोग सरकारी नीतियों पर सवाल उठा सकते हैं। सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता फैला सकते हैं और अपनी स्थानीय समस्याओं को राष्ट्रीय स्तर पर उठा सकते हैं। यह आम जनता को सत्ता में बैठे लोगों की जवाबदेही तय करने का एक सशक्त माध्यम प्रदान करता है।

Scanned with OKEN Scanner

1. अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता: वेबलॉग्स ने आम जनता को अपने विचार व्यक्त करने का एक मंच दिया है। जहां पारंपरिक मीडिया पर कुछ गिने-चुने लोगों का नियंत्रण होता है, वहीं वेबलॉग्स किसी भी व्यक्ति को अपनी राय साझा करने की आजादी देते हैं।

2. विविधता: वेबलॉग्स के माध्यम से विभिन्न सामाजिक, सांस्कृतिक, और राजनीतिक विषयों पर विचार व्यक्त किए जाते है। जो लोकतंत्र के लिए महत्वपूर्ण है। ये विचारधाराओं की विविधता को बढावा देते हैं।

3. सूचना का लोकतंत्रीकरण: वेबलॉग्स ने सूचना के आदान-प्रदान को आसान और सुलभ बना दिया है। लोग आसानी से जानकारी प्राप्त कर सकते हैं और अपनी राय बना सकते हैं। जो एक स्वस्थ लोकतंत्र के लिए आवश्यक है।

4. समाज में भागीदारी: वेबलॉग्स के माध्यम से लोग समाज में सक्रिय भागीदारी कर सकते हैं। वे अपने विचारों को साझा कर सकते हैं और विभिन्न मुद्दों पर सार्वजनिक चर्चा में भाग ले सकते हैं।

5. पारदर्शिता और उत्तरदायित्व- ब्लॉग्स ने सरकार और अन्य संगठनों की नीतियों और कार्यों के प्रति पारदर्शिता और उत्तरदायित्व को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। लोग ब्लॉग्स के माध्यम से अपनी आवाज उठाकर अधिकारियों और नेताओं की जवाबदेह बना सकते हैं।

इस तरह वेबलॉग ने लोकतंत्र को सशक्त बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। वेबलॉग से लोगों को विचार व्यक्त करने, चर्चा में भाग लेने और अपनी बात रखने के अधिकार से लोकतांत्रिक मूल्यों को बढ़ावा मिला है।

12.7.2 वेबलॉग और चुनाव

चुनावों के दौरान वेबलॉग कई महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वहन करता है।

- **सूचना साझा करना**- ब्लॉग चुनावी मुद्दों, उम्मीदवारों, और नीतियों पर विस्तृत जानकारी और विश्लेषण प्रदान करते हैं।
- **जनमत निर्माण-** ब्लॉग पर बहस और चर्चा चुनावी मतदाताओं को प्रभावित कर सकती है और चुनावी मतदाताओं की राय बनाने में मदद कर सकती है।
- **निगरानी और पारदर्शिता-** चुनावी प्रक्रिया पर ब्लॉगिंग से उम्मीदवारों और राजनीतिक पार्टियों की गतिविधियों की निगरानी की जा सकती है, जिससे पारदर्शिता बढ़ती है।
- **मंच उपलब्ध कराना-** ब्लॉग नागरिकों और विचारशील व्यक्तियों को चुनावी मुद्दों पर अपने विचार और चिंताएँ व्यक्त करने का मंच प्रदान करते हैं।
- **सार्वजनिक छवि-** नेता अपने ब्लॉग के माध्यम से अपनी नीतियों, विचारों, और दृष्टिकोणों को साझा कर सकते हैं, जिससे उनकी सार्वजनिक छवि को आकार दिया जा सकता है।

Scanned with OKEN Scanner

- **सीधे संवाद-** ब्लॉग नेताओं को सीधे अपने समर्थकों और जनता से संवाद करने का अवसर प्रदान करते हैं, जिससे वे प्रतिक्रिया और सुझाव प्राप्त कर सकते है।

इस तरह के ब्लॉग चुनाव के दौरान मतदान प्रक्रिया को सक्रिय बनाने एवं नेताओं को अपनी विचारधारा और कार्यों को प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने में एक प्रभावशाली मंच प्रदान करता है।

12.7.3 भारत में लोकतंत्र पर आधारित मीडिया के ब्लॉग

भारत में लोकतंत्र पर आधारित कई ब्लॉग और वेबसाइट हैं। जहां इससे संबंधित लेख और जानकारियां प्राप्त कर सकते हैं।

- **प्रेस सूचना ब्यूरो (PIB) ब्लॉग**: यह भारत सरकार का आधिकारिक ब्लॉग है, जहाँ सरकार की नीतियों, योजनाओं और अन्य महत्वपूर्ण विषयों पर लेख पा सकते हैं।
- **हिन्दी समय-** इस ब्लॉग में हिंदी में विभिन्न विषयों पर लेख मिलते हैं, जिनमें लोकतंत्र पर भी सामग्री उपारब्ध है।
- **आधुनिक भारत ब्लॉग-** इस ब्लॉग में भारतीय राजनीति, समाज और लोकतंत्र से संबंधित लेख होते हैं।
- **दैनिक जागरण ब्लॉग-** दैनिक जागरण समाचार पत्र का ब्लॉग सेक्शन है. जहाँ लोकतंत्र और राजनीति पर विचार-विमर्श और लेख मिलते हैं।
- **प्रभासाक्षी ब्लॉग-** प्रभासाक्षी एक प्रमुख हिंदी न्यूज पोर्टल है, जिसमें लोकतंत्र और राजनीतिक मुद्दों पर ब्लॉग्स और लेख मिलते हैं।
- **समाज और राजनीति ब्लॉग-** यह ब्लॉग राजनीति, समाज और लोकतंत्र पर केंद्रित है. जिसमें आपको भारत के लोकतंत्र पर विश्लेषण और विचार मिल सकते हैं।
- **नई दुनिया-** नई दुनिया समाचार पत्र का अपना ब्लॉग है, इसमें राजनीति एवं लोकतंत्र पर सामग्री रहती है, इसके ब्लॉग का नाम ब्लॉग फॉर यू है।
- **हिंदुस्तान-** हिंदुस्तान समाचार पत्र का ब्लॉग वार्ता नाम से ब्लॉग है।
- **अमर उजाला-** अमर उजाला अखबार का ब्लॉग कोना नाम से ब्लॉग है।
- **हरिभूमि -** हरिभूमि अखबार का ब्लॉग की दुनिया नाम से ब्लॉग है।
- **आज समाज-** आज समाज अखबार का ब्लॉग समाज नाम से ब्लॉग है।
- **आई नेक्स्ट-** आई नेक्स्ट अखबार का ब्लॉग श्लाग नाम से ब्लॉग है।

इसके अलावा कुछ ब्लॉग के साइट्स है जिनमें लोकतंत्र से संबंधित जानकारियां मिलती हैं-

- www.bhadas.blogspot.com
- www.alokuranik.com

Scanned with OKEN Scanner

- www.wahamedia.blogspot.com
- www.prasunbaj.itzmyblog.com
- www.mohazza.blogspot.com
- www.naisadak.blogspot.com

12.7.4 प्रमुख मीडिया शिक्षकों एवं पत्रकारों के ब्लॉग

वेब-ब्लॉग और लोकतंत्र पर कई मीडिया शिक्षकों एवं पत्रकारों ने काम किया है, इनमें से कुछ प्रमुख नाम है -

- **डॉ. संजय द्विवेदी** - वे एक प्रमुख मीडिया विश्लेषक और शिक्षाविद हैं। उन्होंने ब्लॉगिंग और पुस्तक लिखी हैं, जिसमें वेब ब्लॉगिंग के माध्यम से लोकतंत्र में नागरिक भागीदारी पर जोर दिया गया है।
- **प्रो. पुष्पेश कुमार-** जेएनयू में प्रोफेसर पुष्पेश कुमार ने भी डिजिटल मीडिया, वेब ब्लॉग और लोकतंत्र के विषय पर कई शोध पत्र प्रस्तुत किए हैं।
- **डॉ. सुरेश कुमार शर्मा** - उन्होंने भी वेब ब्लॉगिंग और सोशल मीडिया के माध्यम से लोकतांत्रिक विचारधारा के प्रसार पर शोध कार्य किया है।
- **रवीश कुमार-** एक प्रसिद्ध पत्रकार और लेखक, रवीश कुमार ने भी वेब ब्लॉग और सोशल मीडिया के लोकतांत्रिक भूमिका पर अपने लेखों और ब्लॉग्स में विचार व्यक्त किए हैं।
- **डॉ. अनुजा अग्रवाल** - डिजिटल मीडिया और लोकतंत्र पर शोध कार्य के लिए डॉ. अनुजा अग्रवाल का नाम भी प्रमुखता से लिया जाता है। उन्होंने ब्लॉगिंग के माध्यम से राजनीतिक जागरुकता पर अध्ययन किया है। इन लेखकों और विद्वानों ने भारतीय संदर्भ में वेब ब्लॉगिंग और लोकतंत्र के बीच के संबंधों का अध्ययन किया है और इस पर कई महत्वपूर्ण लेख और शोध पत्र प्रकाशित किए हैं।
- **डॉ मुकुल श्रीवास्तव** - यह लखनऊ विश्वविद्यालय में मीडिया के प्रोफेसर हैं। इनके डिजिटल मीडिया को संदर्भित कई पुस्तक एवं लेख हैं, ब्लॉग पर लिखते भी रहते हैं।
- **स्वाति चतुर्वेदी** - स्वाति एक पत्रकार एवं लेखिका है, जो लोकतंत्र, राजनीति और मीडिया पर लिखती हैं।
- **निधि राजदान** - निधि राजदान एक पत्रकार और लेखिका हैं, यह ब्लॉग के माध्यम से भारत की राजनीतिक हालात पर लिखती हैं।
- **सागरिका घोष** - सागरिका घोष पत्रकार एवं लेखिका है, जो लोकतंत्र एवं राजनीति पर लिखती हैं।
- **राना अय्यूब** - राना अय्यूब एक खोजी पत्रकार है, जो ब्लॉग के माध्यम से लोकतंत्र और न्याय पर लिखते हैं।

12.8 सारांश

Scanned with OKEN Scanner

वेब-ब्लागिंग ने लोकतंत्र को सशक्त बनाने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। भारत जैसे देश में जहां विभिन्न आवाजों और विचारों का संगम है ब्लॉगिंग ने लोगों को एक ऐसा मंच दिया है। जहां वे खुलकर अपनी राय व्यक्त कर सकते हैं। यदि इसका सही तरीके से उपयोग किया जाए तो ब्लॉगिंग लोकतंत्र को और मजबूत बनाने का एक प्रभावी माध्यम हो सकता है। भारत जैसे विविधता से भरे देश में विभिन्न भाषाओं में ब्लॉगिंग के जरिए लोग अपने विचार साझा कर रहे हैं। राजनीतिक ब्लॉगिंग भी काफी प्रभावशाली रही है, जहां लोग सरकार की नीतियों पर खुलकर चर्चा करते हैं, हालांकि ब्लॉगिंग के साथ-साथ कुछ चुनौतियां भी हैं, जैसे फेक-न्यूज़ इसलिए ब्लॉगर्स के लिए यह महत्वपूर्ण है कि वह जिम्मेदारी के साथ अपने विचार साझा करें।

12.9 शब्दावली

- **ब्लॉग -** ब्लॉग एक ऑनलाइन डायरी है, जहां एक अंतराल के पश्चात कुछ ना कुछ पाठ सामग्री प्रकाश में लाई जाती है।
- **लोकतंत्र -** लोकतंत्र लोगों की, लोगों के द्वारा, लोगों के लिए सरकार है।
- **ब्लॉगर -** ब्लॉगर वह व्यक्ति या व्यवसाय है, जो ब्लॉग लिखता है यानी ब्लॉग के लेखक को ब्लॉगर कहते हैं। इस तरह जो ब्लॉग चलता है और उसे नियंत्रित करता है वही ब्लॉगर कहलाता है।
- **फेक न्यूज़ -** फेक न्यूज़ का अभिप्राय ऐसी खतरों एवं सूचनाओं से है, जिनका उपयोग जान-बूझकर पाठकों को गलत सूचना देने या धोखा देने के लिए किया जाता है, आमतौर पर ऐसी खबरें राजनीतिक एजेंट को बढ़ावा देने के लिए प्रचारित की जाती है।
- **संचार माध्यम -** लोगों के विचारों, भावों और सूचनाओं को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचाना ही संचार माध्यम है।

12.10 सन्दर्भ ग्रन्थ -

- गोयल, देशराज(अनु.).(2018).लोकतंत्र, नई दिल्ली:राष्ट्रीय पुस्तक न्यास
- जैसल,सतीश. श्रीवास्तव, साधना (2017)सोशल मीडिया में सामाजिक सरोकार.अलीगढ:रिफ्लेकेशन पब्लिशर्स
- कुमार,दिलीप.(2024).भारतीय मीडिया का लोकतंत्र.नई दिल्ली:राजकमल प्रकाशन
- सिंह, सुषमा(2009).न्यू मीडिया और ब्लागिंग,लघु शोध प्रवेध
- जोशी, हेमंत(मई 2009). नवमाध्यम और वेब पत्रकारिता, योजना
- झॉ, मिथिलेश(मार्च 2008).मोबाइल ब्लागिंग,माय मोबाइल पत्रिका
- दुबे, अभय कुमार (2013).समाज विज्ञान विश्वकोश, नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन
- Pib.gov.in(11 sep 2023, pib delhi)

Scanned with OKEN Scanner

- Study.com (11/12/2023)
- https://politics.teedspot.com
- Satyahind.com
- Indiablog.in
- https://masscommtheory.com
- Wood.N.D.(2008). New Competencies in Democratic Communication. Blog, agenda setting and political participation. Public Coice

12.11 प्रश्नावली

लघु उत्तरीय प्रश्न

क. लोकतंत्र से आप क्या समझते है

ख. प्रत्यक्ष लोकतंत्र और अप्रत्यक्ष लोकतंत्र में अंतर स्पष्ट कीजिए

ग. भारत के पांच राजनीतिक ब्लॉगरों के नाम बताइए

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

क. सूचना के लोकतंत्रीकरण में ब्लॉग का क्या योगदान है?

ख. लोकतंत्र के मूल सिद्धांतों की चर्चा करें?

ग. चुनावों के दौरान ब्लॉग की क्या भूमिका होनी चाहिए?

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

क. लोकतंत्र का चौथा खंभा कहा जाता है -

(i) . विधायिका (ii). कार्यपालिका

(iii). न्यायपालिका (iv). खबर पालिका

ख. लोकतंत्र का सर्वमान्य परिभाषा किसने दी -

(i). प्लेटो (ii). रूसो

(iii). अब्राहम लिंकन (iv). जॉन लॉक

Scanned with OKEN Scanner

ग. हिंदी भाषा के प्रथम ब्लॉगर हैं –

(i). आलोक कुमार (ii). प्रदीप कुमार

(iii). रवीश कुमार (iv). हर्ष अग्रवाल

वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर

(क). iv **(ख).** iii **(ग).** I

खण्ड- 4 नागरिक पत्रकारिता

सोशल मीडिया जनसंचार का एक अपरंपरागत माध्यम है। यह इंटरनेट युक्त आभासी (वर्चुअल) माध्यम है जो प्रिंट, इलेक्ट्रानिक और समानांतर माध्यम से अलग है। सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, यू-ट्यूब आदि के उपयोग करके सूचना, शिक्षा और मनोरंजन जैसे महत्वपूर्ण कार्यों का सम्प्रेषण या प्राप्ति की जा सकती है। यह एक ऐसा नेटवर्क या अंतर्जालीय माध्यम है जो संसार में एक दूसरे को जोड़ने में सक्षम बनाता है। द्रुत गति से सूचनाओं के आदान-प्रदान करने में भी यह पूर्णतया सक्षम है। सोशल मीडिया का उपयोग सामाजिक संबंध बनाने के अलावा मोबाइल, लैपटॉप, डेस्कटॉप आदि प्रौद्योगिकियों के सहारे सूचना सम्प्रेषण जैसे प्रमुख कार्य किए जाते हैं। सोशल मीडिया के अनेक स्वरूप हैं जिसमें इन्टरनेट फोरम, वेबलॉग, सामाजिक, ब्लॉग, माइक्रो ब्लागिंग, विकिज, सोशल नेटवर्क, पॉडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र, चलचित्र आदि प्रमुख हैं। वेब पत्रकार के लिए उक्त तकनीकी ज्ञान जो उपकरण के रूप में सहायक होती है। साथ ही सोशल मीडिया पर प्रकाशित सामग्री के बारे में जानकारी से वेव पत्रकार को अपडेट रहना होता है, जिससे उसे विषय के चुनाव से लेकर सूचनाओं एवं विचारों की प्रस्तुति में संदर्भ के रूप में इस्तेमाल किया जा सके। वेब पत्रकार यदि यूट्यूब चैनल से जुड़ा है तो यूट्यूब की पूर्ण संरचना के साथ सोशल मीडिया के अन्य प्लेटफॉर्म को भी अपनी जानकारी में वृद्धि के लिए एक उपकरण के रूप में इस्तेमाल कर सकता है। इसी तरह किसी प्लेटफॉर्म से जुड़ा वेब पत्रकार हो उसे सोशल मीडिया का उपयोग एक यूजर और पत्रकार की दृष्टि से अत्यंत आवश्यक हो जाता है। विज्ञापन की मदद से दर्शकों को किसी भी उत्पाद या सेवा के बारें में जानकारी प्रदान कर उन्हें उस उत्पाद या सेवा को क्रय करने के लिए प्रेरित किया जाता है। वर्तमान समय में मार्केटिग के क्षेत्र में विज्ञापन का विशेष महत्व है। बड़े कॉर्पोरेट घराने से लेकर छोटे व्यवसायी तक विज्ञापन के मदद से अपने व्यवसाय, उत्पाद या सेवा का प्रचार प्रसार कर ज्यादा से ज्यादा अपनी व्यवसायिक मुनाफा कमाना चाहते है। विज्ञापन एक कला है जिसे अलग अलग माध्यमों के अनुरूप

Scanned with OKEN Scanner

तैयार किये जाते है जैसे प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रानिक मीडिया ,आउटडोर,ऑनलाइन विज्ञापन इत्यादि होते है। उपरोक्त खण्ड के अध्ययन के आप निम्नलिखित इकाई को समझ पायेगे -

इकाई-13 सोशल मीडिया वेब पत्रकारों के लिए एक उपकरण के रूप में

इकाई-14 वेब पत्रकारों के लिए लाइव रिपोर्टिंग

इकाई-15 ऑनलाइन विज्ञापन और राजस्व सृजन

इकाई-16 वेब पत्रकारिता की समसामयिक चुनौतियाँ

इकाई-13 सोशल मीडिया वेब पत्रकारों के लिए एक उपकरण के रूप में

सोशल मीडिया: वेब पत्रकारों के लिए एक उपकरण के रूप में

इकाई का परिचय

13.1 उद्देश्य

13.2 प्रस्तावना

13.3 सोशल मीडिया का परिचय

13.4 सोशल मीडिया के प्रकार

13.5 नागरिक पत्रकारिता के रूप में सोशल मीडिया

13.6 वेब पत्रकार का परिचय

13.7 वेब पत्रकार के कार्य एवं महत्व

13.8 सोशल मीडिया पर प्रकाशित सामग्री का स्वरूप

13.9 सोशल मीडिया, वेब पत्रकारों के लिए एक उपकरण

13.10 सारांश

13.11 अभ्यास के प्रश्न

13.12 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

13.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत, आपको निम्नलिखित के बारे में जानकारी प्राप्त होगी:

1. सोशल मीडिया का परिचय।
2. सोशल मीडिया के प्रकार।
3. नागरिक पत्रकारिता के रूप में सोशल मीडिया की स्थिति।
4. वेब पत्रकार और उनके कार्य एवं महत्व।
5. वेब पत्रकारों के लिए सोशल मीडिया कैसे एक उपकरण के रूप में महत्वपूर्ण है।

13.2 प्रस्तावना

सूचना तकनीकी के परिणामस्वरूप एक ऐसा माध्यम (मीडिया) अस्तित्व में आया, जिसने मीडिया प्रोफेशनल्स या मुख्यधारा में कार्यरत लोगों के समाचार प्रेषण के एकाधिकार को तोड़ने का कार्य किया है। अब सूचना, विचार, या मनोरंजन के संप्रेषण पर मीडिया संस्थानों की ही केवल पहुँच नहीं है, बल्कि आम आदमी भी इससे जुड़ गया है। सोशल मीडिया के अनेक प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम, लिंक्डइन, यूट्यूब, ब्लॉग आदि से आम नागरिक भी सूचना उत्पादक, प्रेषक और प्राप्तकर्ता के रूप में सहजता से शामिल हो गया है। बहुत कम संसाधनों में पोर्टल के माध्यम से भी आम आदमी पत्रकारिता से जुड़ गया है। कहने का तात्पर्य यह है कि सोशल मीडिया नागरिक पत्रकारिता का एक रूप है, जिसने आम लोगों को अपनी और समाज की बात लोगों के बीच रखने और सूचना प्रेषण का एक महत्वपूर्ण मंच सर्वसुलभ कराया है।

सोशल मीडिया से करोड़ों लोग जुड़े हुए हैं। बहुत सारे लोग केवल संबंधों के विस्तार और कुछ सूचनाओं की प्राप्ति के रूप में इसका उपयोग करते हैं। अर्थात मित्र और सगे-संबंधियों से जुड़ने एवं सूचना व जानकारी प्राप्त करने के रूप में इसे देखते हैं। कुछ ऐसे लोग भी हैं, जो सोशल मीडिया को पत्रकारिता का सक्रिय जरिया बनाए हुए हैं। इन्हें वेब पत्रकार के रूप में जाना जाता है।

वेब पत्रकार इसलिए कि सोशल मीडिया का आधार ही वेब, अर्थात अंतर्जालीय है। पोर्टल और यूट्यूब चैनल से सूचना, विचार और मनोरंजन (मीडिया के प्रमुख कार्य) का संप्रेषण कर पत्रकारिता की नई धारा विकसित हुई है, जिसे वेब पत्रकारिता के रूप में जाना जाता है। वेब पत्रकार का कार्य अत्यंत महत्वपूर्ण और गतिशील

Scanned with OKEN Scanner

है। सोशल मीडिया एक उपकरण के रूप में वेब पत्रकारों के लिए है, जिसे इस इकाई में गहरे अर्थों में जानने का प्रयास किया गया है।

13.3 सोशल मीडिया का परिचय

सोशल मीडिया जनसंचार का एक अपरंपरागत माध्यम है। यह इंटरनेट-आधारित आभासी (वर्चुअल) माध्यम है, जो प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और समानांतर माध्यमों से अलग है। सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, यूट्यूब आदि का उपयोग करके सूचना, शिक्षा और मनोरंजन जैसे महत्वपूर्ण कार्यों का संप्रेषण या प्राप्ति की जा सकती है। यह एक ऐसा नेटवर्क या अंतर्जालीय माध्यम है, जो दुनिया के लोगों को आपस में जोड़ने में सक्षम बनाता है। द्रुत गति से सूचनाओं के आदान-प्रदान में भी यह पूर्णतया सक्षम है। सोशल मीडिया का उपयोग सामाजिक संबंध बनाने के अलावा, मोबाइल, लैपटॉप और डेस्कटॉप जैसी प्रौद्योगिकियों के सहारे सूचना संप्रेषण जैसे प्रमुख कार्यों के लिए किया जाता है। सोशल मीडिया के कई स्वरूप हैं, जिनमें इंटरनेट फोरम, वेबलॉग, सामाजिक ब्लॉग, माइक्रो ब्लॉगिंग, विकि, सोशल नेटवर्क, पॉडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र और चलचित्र आदि प्रमुख हैं। दुनिया में सोशल मीडिया का आगमन 1997 में हुआ था। इस प्लेटफॉर्म का नाम सिक्सडिग्री था, जिसे एंड्रयू वेनरिच (यूएसए) ने शुरू किया था। विश्व में इसकी जरूरत और वैश्विक संचार में इसकी भूमिका को पहचान देने के लिए हर साल 30 जून को 'वर्ल्ड सोशल मीडिया डे' मनाया जाता है। इसे 30 जून, 2010 से शुरू किया गया था।

13.4 सोशल मीडिया के प्रकार

सोशल मीडिया डिजिटल संचार का एक व्यापक माध्यम है, जो लोगों को विचारों और सूचनाओं को साझा करने, संवाद स्थापित करने और नेटवर्क बनाने की सुविधा देता है। इसे विभिन्न प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है, जिनमें प्रत्येक का अपना उपयोग और महत्व है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स, विकिपीडिया, ब्लॉग्स, पॉडकास्ट, और अन्य फॉर्मेट जैसे प्लेटफॉर्म सोशल मीडिया के विभिन्न रूप हैं।

सोशल नेटवर्किंग साइट्स, जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, और लिंक्डइन, लोगों को जोड़ने और संवाद स्थापित करने के लिए सबसे प्रमुख माध्यम हैं। इन प्लेटफॉर्म्स पर उपयोगकर्ता टेक्स्ट, फोटो, और वीडियो साझा कर सकते हैं, साथ ही समूह या समुदाय बनाकर विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं। फेसबुक और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्म्स भारत में सबसे लोकप्रिय हैं, जहां लाखों लोग इनका उपयोग

Scanned with OKEN Scanner

व्यक्तिगत और व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए करते हैं। लिंक्डइन पेशेवर नेटवर्किंग के लिए एक अद्वितीय मंच है, जो करियर संबंधी कनेक्शन और अवसरों को बढ़ावा देता है।

विकिपीडिया एक ऑनलाइन प्लेटफॉर्म है, जो उपयोगकर्ताओं द्वारा निर्मित और अद्यतन किया जाने वाला मुफ्त एनसाइक्लोपीडिया है। इसकी शुरुआत जनवरी 2001 में जिम्मी वेल्स और लैरी सेंगर ने की थी। यह टेक्स्ट और फोटो दोनों रूपों में विश्व के अधिकांश विषयों पर जानकारी प्रदान करता है। हालांकि, इसकी प्रमाणिकता पर समय-समय पर सवाल उठाए जाते हैं, फिर भी यह शिक्षा और संदर्भ के लिए एक महत्वपूर्ण स्रोत बना हुआ है।

ब्लॉग्स डिजिटल डायरी या जर्नल की तरह होते हैं, जहां उपयोगकर्ता विभिन्न विषयों पर टेक्स्ट, ऑडियो, और वीडियो के माध्यम से सामग्री साझा कर सकते हैं। ब्लॉग न केवल व्यक्तिगत अभिव्यक्ति का माध्यम हैं, बल्कि अब ये आय का एक प्रमुख स्रोत भी बन गए हैं। गूगल और अन्य कंपनियां ब्लॉग्स पर विज्ञापन प्रकाशित करने की सुविधा देती हैं, जिससे उपयोगकर्ता पाठकों की संख्या के आधार पर आय अर्जित करते हैं।

पॉडकास्ट एक अन्य डिजिटल फॉर्मेट है, जिसमें ऑडियो और वीडियो सामग्री ऑनलाइन उपलब्ध होती है। यह उपयोगकर्ताओं को सब्सक्रिप्शन के माध्यम से डिजिटल मीडिया फाइलें डाउनलोड करने और सुनने की सुविधा प्रदान करता है। पॉडकास्ट की प्रमुख विशेषता यह है कि यह आरएसएस (Really Simple Syndication) या एटम फीड का उपयोग करके सामग्री को स्वत: डाउनलोड करने में सक्षम है।

अन्य प्रकार के सोशल मीडिया में फोरम, कम्युनिटी ब्लॉग्स, डिस्कशन साइट्स, इमेज शेयरिंग साइट्स, और वीडियो होस्टिंग साइट्स शामिल हैं। इन प्लेटफॉर्म्स ने सूचना और संवाद के नए आयाम स्थापित किए हैं। तकनीकी विकास और आवश्यकता के अनुसार सोशल मीडिया के इन स्वरूपों ने डिजिटल युग में सूचना के प्रसार को सशक्त बनाया है। सोशल मीडिया का यह विस्तार लोगों को जोड़ने और विचारों को साझा करने का सशक्त माध्यम बन गया है।

दैनिक भास्कर के 30 जून, 2022 को नई दिल्ली से डिजिटल प्लेटफॉर्म पर प्रकाशित लेख के अनुसार, दुनिया के 58.4 प्रतिशत लोग (462 करोड़) सोशल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। एक शोध के अनुसार, 2020 से 2022 तक सोशल मीडिया से 42 करोड़ 40 लाख नए उपयोगकर्ता जुड़े। एक साल में 10.1 प्रतिशत उपयोगकर्ताओं की वृद्धि हुई है। सबसे पसंदीदा सोशल नेटवर्किंग साइट फेसबुक है, जिसे 290 करोड़ लोग

Scanned with OKEN Scanner

उपयोग करते हैं। 250 करोड़ उपयोगकर्ताओं के साथ यूट्यूब दूसरे स्थान पर है। भारत के 47 प्रतिशत से अधिक लोग सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं। भारत का सबसे लोकप्रिय सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म व्हाट्सएप है, जिसका इस्तेमाल 48 करोड़ से अधिक लोग करते हैं। आज सोशल मीडिया सूचना और संचार का एक सशक्त माध्यम बन गया है, जिसके द्वारा लोग अपनी अभिव्यक्ति बिना किसी रोक-टोक या हस्तक्षेप के कर सकते हैं। सोशल मीडिया के स्वरूप का विकास भी इसी स्वतंत्रता और पहुंच के कारण संभव हो पाया है।

13.5 नागरिक पत्रकारिता के रूप में सोशल मीडिया

सोशल मीडिया का स्वरूप नागरिकों पर आधारित है। यह मुख्यधारा की मीडिया और वैकल्पिक मीडिया से अलग तकनीकी प्रगति का एक ऐसा नायाब उपहार है, जिसने आम आदमी को संवाद और सूचना के संसाधन प्रदान किए हैं। पहले नागरिक समाज अपने आसपास होने वाली घटनाओं और देश-दुनिया में हो रहे बदलावों की जानकारी केवल पारंपरिक मीडिया के माध्यम से प्राप्त कर पाता था। लेकिन सोशल मीडिया ने एक नया आकाश प्रदान किया है, जहां कोई भी व्यक्ति अपनी राय और विचार वर्चुअल संसार में साझा कर सकता है।

सोशल मीडिया की लोकप्रियता ने नागरिक पत्रकारिता को बढ़ावा दिया है। नागरिक पत्रकारिता का मूल उद्देश्य प्रत्येक व्यक्ति के विचार और मुद्दों को समाज के सामने लाना है। एक जागरूक नागरिक लोकतंत्र की रीढ़ है, जो अपने और समाज के अधिकारों के लिए मुखर हो। यह तब संभव है, जब उसके पास विचार और सूचना आदान-प्रदान के साधन हों। सोशल मीडिया ने इस कमी को दूर किया है। अब आम नागरिक भी फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम और लिंक्डइन जैसे प्लेटफॉर्म्स का उपयोग करके जनता से जुड़े मुद्दों को समाज के समक्ष रख सकता है।

सोशल मीडिया अब केवल रिश्तों को जोड़ने या मनोरंजन तक सीमित नहीं है। यह सामाजिक मुद्दों को उठाने और सूचना प्रसार के लिए एक सशक्त उपकरण बन गया है। 'सूचना के अधिकार' ने भी नागरिक पत्रकारिता को मजबूत किया है। नागरिक पत्रकारिता ऐसे लोगों द्वारा की जाती है, जो पेशेवर पत्रकार नहीं होते। वे वेबसाइट्स, ब्लॉग्स और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स का उपयोग करके अपनी पत्रकारिता करते हैं।

हालांकि, नागरिक पत्रकारिता की प्रमाणिकता और विश्वसनीयता पर सवाल उठाए जाते हैं। यह चर्चा का विषय है कि क्या नागरिक पत्रकार प्रशिक्षित पेशेवर पत्रकारों की तरह भरोसेमंद होते हैं। इसके बावजूद,

Scanned with OKEN Scanner

नागरिक पत्रकारिता ने दुनिया भर में अपना प्रभाव तेजी से बढ़ाया है। 'नागरिक पत्रकारिता' शब्द का अस्तित्व वर्ष 2000 में दक्षिण कोरिया के ऑनलाइन उद्यमी ओह योओन हो की पहल के साथ सामने आया। उन्होंने 'ओहमी न्यूज' नामक एक वेबसाइट शुरू की, जिसमें सामग्री तैयार करने में स्वयंसेवकों का सहयोग लिया गया।

ओहमी न्यूज ने नागरिक पत्रकारिता को एक नई दिशा दी। 2007 तक यह पहल 100 देशों के 50,000 से अधिक नागरिक पत्रकारों तक फैल गई। आज इंटरनेट ने लाखों समाचार साइटों और ब्लॉगर्स को जन्म दिया है। इसे कभी-कभी सहभागी पत्रकारिता भी कहा जाता है।

सोशल मीडिया के सहारे नागरिक पत्रकारिता को न केवल पंख मिले हैं, बल्कि पूरा आसमान उपलब्ध हुआ है। इसका उपयोग समाचार और सूचनाएं एकत्र करने, रिपोर्ट करने, विश्लेषण करने और प्रसारित करने में किया जा रहा है। यह नागरिक पत्रकारिता का एक विशिष्ट स्वरूप है, जिसे सहयोगी, सहभागी या सामुदायिक पत्रकारिता से अलग रूप में देखा जा सकता है। स्मार्टफोन और डिजिटल तकनीक के बढ़ते प्रचलन ने इसे और भी सशक्त और सर्वसुलभ बना दिया है।

नागरिक पत्रकारिता ने आम लोगों को अपने विचार, मुद्दे और सामाजिक अधिकारों के लिए मुखर होकर अपनी आवाज उठाने का मंच प्रदान किया है। यह सोशल मीडिया और नागरिकों के आपसी सहयोग का एक सशक्त उदाहरण है, जिसने संवाद और सूचना की दुनिया में एक क्रांति ला दी है।

13.6 वेब पत्रकार का परिचय

वेब पत्रकारिता को ऑनलाइन पत्रकारिता, डिजिटल पत्रकारिता, साइबर पत्रकारिता और इंटरनेट पत्रकारिता के नाम से जाना जाता है। इस पत्रकारिता को कार्यरूप में अंजाम देने वाले व्यक्ति को वेब पत्रकार कहा जाता है। वेब पत्रकार वह होता है, जो सूचना तकनीक की समझ रखता है, समाचारों की परख करता है, भाषाओं का ज्ञान और सोशल मीडिया का अनुभव रखता है। पत्रकारिता का बुनियादी ज्ञान, मोबाइल जर्नलिज्म की समझ, और सर्च इंजन जैसे गूगल और विकिपीडिया का उपयोग करने की क्षमता वेब पत्रकार को दक्ष बनाती है।

वेब पत्रकारिता एक उभरता हुआ क्षेत्र है, जिसने पत्रकारिता के क्षेत्र में नई संभावनाओं के द्वार खोले हैं। वेब पत्रकार को अपने कार्य के लिए निम्नलिखित दक्षताओं की आवश्यकता होती है:

Scanned with OKEN Scanner

- फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब, और लिंक्डइन जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स पर सक्रियता और उनका गहन ज्ञान।
- ऑडियो और वीडियो संपादन की समझ।
- ग्राफिक डिज़ाइन की बुनियादी जानकारी, जैसे फोटोशॉप पर फोटो को रिसाइज़ करना, क्रॉपिंग करना और फोटो पर टेक्स्ट लिखना।
- कंटेंट मैनेजमेंट सिस्टम (CMS) का ज्ञान।
- सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO) और मेटा टैग्स का ज्ञान, जिससे खबर को अधिक लोकप्रिय बनाया जा सके।
- HTML (हाइपर टेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज) की जानकारी।
- ब्लॉगिंग, वर्डप्रेस और गूगल ब्लॉग का ज्ञान।

13.7 वेब पत्रकार के कार्य एवं महत्व

वेब पत्रकार भी मुख्यधारा के पत्रकार की तरह समाचार संकलन, लेखन, संपादन और प्रस्तुतिकरण का कार्य करता है। उसका कार्य मुख्य रूप से ऑनलाइन तकनीक पर आधारित होता है। वेब पत्रकारिता को दो प्रमुख रूपों में देखा जा सकता है:

- **संस्थान आधारित वेब पत्रकार**: ये वेब पत्रकार मुख्यधारा के मीडिया संस्थानों से जुड़े होते हैं, जैसे समाचार पत्र, पत्रिकाएं, और टीवी चैनल। इन संस्थानों के डिजिटल प्लेटफॉर्म, पोर्टल और यूट्यूब संस्करण होते हैं, जिनके लिए वेब पत्रकार कार्य करते हैं। डिजिटल प्लेटफॉर्म पर कार्यरत पत्रकार संस्थान के निर्देशन में खबरें तैयार करते हैं।
- **स्वतंत्र वेब पत्रकार**: ये पत्रकार अपने पोर्टल और यूट्यूब चैनल संचालित करते हैं। छोटे सेटअप के माध्यम से वे स्वतंत्र रूप से खबरों का संकलन, लेखन और प्रस्तुतिकरण करते हैं। कई बार ऐसे पत्रकार मुख्यधारा की पत्रकारिता को चुनौती भी देते हैं।

वेब पत्रकारिता का महत्व इस बात से समझा जा सकता है कि यह पाठकों और दर्शकों के सामने संवादात्मक (इंटरैक्टिव) और खोजपरक (इन्वेस्टिगेटिव) सामग्री प्रस्तुत करती है। वरिष्ठ पत्रकार रमेश मेनन के अनुसार, वेब पत्रकारिता एक ताजा हवा के झोंके की तरह है, जो पाठकों को टेलीविजन की सतही और भ्रामक खबरों से बचाकर सटीक और संतोषजनक जानकारी प्रदान करती है।

Scanned with OKEN Scanner

वेब पत्रकारिता न केवल सूचना का प्रसार करती है, बल्कि सामाजिक समस्याओं, महंगाई, बेरोजगारी, अपराध, राजनीति, भ्रष्टाचार, स्वास्थ्य, शिक्षा, और पर्यावरण जैसे मुद्दों को प्राथमिकता देती है। वेब पत्रकार स्थानीयता और विषय विशेष से जुड़ी खबरों को अनोखे अंदाज में प्रस्तुत करते हैं। वे नई तकनीक का उपयोग कर दर्शकों के लिए ज्ञानवर्धक और मनोरंजक सामग्री तैयार करते हैं।

वेब पत्रकारिता ने पाठकों और पत्रकारों के बीच एक जुड़ाव विकसित किया है। इसने पत्रकारिता को न केवल तेज़, बल्कि पारदर्शी और प्रभावी बनाया है। वेब पत्रकारिता का यह स्वरूप डिजिटल युग में पत्रकारिता के क्षेत्र में एक सकारात्मक परिवर्तन की दिशा में मील का पत्थर साबित हुआ है।

13.8 सोशल मीडिया पर प्रकाशित सामग्री का स्वरूप

सोशल मीडिया पर प्रकाशित सामग्री का निर्माता उसका उपयोगकर्ता होता है। अर्थात, सोशल मीडिया में उपयोगकर्ता स्वयं सामग्री (कंटेंट) का निर्माण करता है। इसे "कम्युनिटी क्रिएटर" के रूप में देखा जा सकता है। इस माध्यम में उपयोगकर्ताओं का समूह आभासी (वर्चुअल) होता है, जो पारंपरिक मीडिया (जैसे समाचार पत्र और टीवी चैनल) के संपादकीय और रिपोर्टिंग टीम के भौतिक स्वरूप से अलग है। सोशल मीडिया में तीन प्रकार के प्लेटफॉर्म देखे जा सकते हैं:

- **सामान्य वेबसाइट्स**: ये प्लेटफॉर्म एकतरफा संवाद (एकपक्षीय संप्रेषण) के लिए होते हैं। इनका उपयोग मुख्यतः विश्वविद्यालयों, व्यावसायिक संस्थानों, सरकारी और गैर-सरकारी संगठनों द्वारा किया जाता है।
- **समुन्नत (एडवांस) वेबसाइट्स**: ये वेबसाइट मल्टीमीडिया सुविधाओं से लैस होती हैं और यहां द्विपक्षीय (दुतरफा) संवाद संभव है।
- **सोशल साइट्स**: इन प्लेटफॉर्म्स पर उपयोगकर्ता-निर्मित सामग्री होती है। यहां द्विपक्षीय संवाद और संप्रेषण संभव है। उदाहरण के लिए, फेसबुक, यूट्यूब, लिंक्डइन, व्हाट्सएप, और इंस्टाग्राम।

सोशल मीडिया पर सामग्री टेक्स्ट, ऑडियो, वीडियो और चित्र जैसे विभिन्न स्वरूपों में होती है। अलग-अलग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर सामग्री का स्वरूप और प्रस्तुति भिन्न होती है।

ब्लॉग्स पर प्रकाशित सामग्री: ब्लॉग्स ऑनलाइन डायरी की तरह होते हैं। ब्लॉग पर प्रकाशित सामग्री में समाचार, लेख और फीचर अधिक देखे जाते हैं। ब्लॉग की प्रस्तुति वेबसाइट डिज़ाइन के अनुसार होती है।

Scanned with OKEN Scanner

यहाँ सामग्री टेक्स्ट, चित्र, और ऑडियो फॉर्मेट में हो सकती है। इसके अतिरिक्त, ब्लॉगर द्वारा लिखी गई सामग्री पर पाठकों की प्रतिक्रियाएं (फीडबैक) भी शामिल होती हैं।

फेसबुक पर प्रकाशित सामग्री: फेसबुक पर प्रकाशित सामग्री टेक्स्ट, चित्र, ऑडियो और वीडियो के रूप में होती है। फेसबुक का उपयोग मुख्यतः रिश्तों और संबंधों को जोड़ने के लिए किया जाता है। इसके अलावा, यह कविता, कहानी, समाचार और मनोरंजन से जुड़ी सामग्री के लिए भी लोकप्रिय है। फेसबुक पर हर वर्ग, समाज, भाषा, लिंग, और आयु के लोगों के विचार और अभिव्यक्ति को पढ़ा और साझा किया जा सकता है। सामग्री को संपादित करने और हटाने की सुविधा भी उपयोगकर्ता को मिलती है।

ट्विटर पर प्रकाशित सामग्री: ट्विटर पर सामग्री मुख्यतः टेक्स्ट, फोटो, GIF (ग्राफिक्स इंटरचेंज फॉर्मेट), और वीडियो के रूप में होती है। ट्विटर उपयोगकर्ताओं को अपनी अद्यतन जानकारी साझा करने और दूसरों से जानकारी प्राप्त करने की सुविधा देता है। ट्वीट्स 140 अक्षरों (अब 280) तक के टेक्स्ट-आधारित पोस्ट होते हैं।

व्हाट्सएप पर प्रकाशित सामग्री: व्हाट्सएप एक त्वरित संदेश प्रेषण और प्राप्त करने वाला मोबाइल ऐप है। इसके माध्यम से टेक्स्ट, चित्र, ऑडियो, वीडियो, और लोकेशन साझा की जा सकती है। वॉयस और वीडियो कॉलिंग की सुविधा के साथ, व्हाट्सएप का उपयोग व्यापार में भी किया जा रहा है। फेसबुक के सहयोग से, जनवरी 2018 में 'व्हाट्सएप बिजनेस' एप लॉन्च किया गया, जो व्यवसायों को ग्राहकों से सीधे संवाद करने की सुविधा देता है।

इंस्टाग्राम पर प्रकाशित सामग्री: इंस्टाग्राम एक फोटो और वीडियो साझा करने वाला एप है। यह उपयोगकर्ताओं को सार्वजनिक या निजी रूप से तस्वीरें और वीडियो साझा करने की अनुमति देता है। इंस्टाग्राम पर उपयोगकर्ता तस्वीरों को फिल्टर कर सकते हैं, उनके साथ लोकेशन जोड़ सकते हैं, और उन्हें अन्य प्लेटफॉर्म्स पर साझा कर सकते हैं।

सोशल मीडिया के अलग-अलग प्लेटफॉर्म्स ने सामग्री को प्रस्तुत करने और साझा करने के तरीके में क्रांति ला दी है। टेक्स्ट, ऑडियो, वीडियो, और चित्र जैसे बहुआयामी स्वरूपों में सामग्री के निर्माण और प्रसार ने सोशल मीडिया को संवाद और संप्रेषण का सबसे प्रभावी माध्यम बना दिया है।

13.9 सोशल मीडिया: वेब पत्रकारों के लिए एक उपकरण के रूप में

Scanned with OKEN Scanner

वेब पत्रकारिता मुख्यधारा की प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता से अलग है। एक वेब पत्रकार को समाचार लेखन और समझ के साथ-साथ कंप्यूटर और इंटरनेट का बुनियादी ज्ञान होना आवश्यक है। वेब पत्रकारों के लिए सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण उपकरण के रूप में कार्य करता है, जो उन्हें सामग्री तैयार करने, संपादित करने और प्रसारित करने में मदद करता है। यदि कोई वेब पत्रकार पोर्टल से जुड़ा है, तो उसे कलम, कैमरा और संबंधित सॉफ़्टवेयर का संचालन करना आना चाहिए। इसी प्रकार, यूट्यूब से जुड़े पत्रकार को वीडियो निर्माण और संपादन में दक्ष होना चाहिए।

वेब पत्रकारिता के लिए कुछ महत्वपूर्ण सॉफ्टवेयर और तकनीकी ज्ञान आवश्यक हैं, जो पत्रकार के लिए उपयोगी उपकरण के रूप में कार्य करते हैं। इनमें प्रमुख हैं:

- **प्रिंटिंग और पब्लिशिंग टूल्स**: पेजमेकर, क्वार्क एक्सप्रेस, एमएस ऑफिस आदि।
- **ग्राफिक टूल्स**: कोरल ड्रा, एडोब फोटोशॉप, एनिमेशन और फ्लैश जैसे सॉफ़्टवेयर।
- **सामग्री प्रबंधन टूल्स (CMS)**: एचटीएमएल, ड्रीमविवर, जूमला, द्रुपल, वर्डप्रेस, पॉडकास्ट और यूट्यूब।
- **मल्टीमीडिया टूल्स**: विंडो मीडिया प्लेयर और रियल प्लेयर।
- **अन्य उपकरण**: ई-मेलिंग, सर्च इंजन, आरएसएस फीड्स, विकी तकनीक, मैसेंजर, वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग और चैटिंग।

सोशल मीडिया पर प्रकाशित सामग्री के स्वरूप को समझना और उससे जुड़े रहना वेब पत्रकार के लिए अत्यंत आवश्यक है। इससे न केवल सामग्री के चुनाव में सहायता मिलती है, बल्कि उसे संदर्भित कर प्रस्तुतिकरण को बेहतर बनाया जा सकता है। यूट्यूब चैनल से जुड़े पत्रकार को यूट्यूब की संरचना के साथ-साथ अन्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स की जानकारी रखना जरूरी है।

वेब पत्रकारों के लिए विशेष उपकरण जैसे सोशल मीडिया टूल्स (ट्विटर, पिनटेरेस्ट, रेडिट, बजफीड, गूगल ट्रेंड्स आदि) का उपयोग स्टोरी बनाने, वैश्विक संवाद संकलन और ऑनलाइन सामग्री तैयार करने में मदद करता है। ब्लॉगिंग टूल्स जैसे वर्डप्रेस और कवर इट लाइव सजीव ब्लॉगिंग के लिए उपयोगी होते हैं।

Scanned with OKEN Scanner

इसके अतिरिक्त, वेब पत्रकार डाटा विजुअलाइजेशन टूल्स (जैसे गूगल चार्ट टूल्स, इन्फोग्राम) और चित्र व ध्वनि संपादन उपकरण (जैसे इंस्टाग्राम, ऑडेसिटी, यूट्यूब, फोटोशॉप) का उपयोग करके अपने कौशल को बेहतर बना सकते हैं।

सोशल मीडिया और अन्य डिजिटल उपकरण वेब पत्रकारों को व्यापक दृष्टिकोण प्रदान करते हैं। इनकी मदद से पत्रकार नवीनतम तकनीकों का उपयोग कर सामग्री को सजीव, आकर्षक और प्रभावशाली बना सकते हैं। डिजिटल युग में वेब पत्रकारिता के लिए ये उपकरण न केवल सहायक हैं, बल्कि सफलता की कुंजी भी हैं।

13.10 सारांश

इस इकाई में सोशल मीडिया से संबंधित समग्र जानकारी प्रदान की गई है। सोशल मीडिया के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख करते हुए, इसे नागरिक पत्रकारिता के रूप में देखने की स्थिति और उसकी प्रासंगिकता पर विस्तार से चर्चा की गई है। साथ ही, वेब पत्रकारिता का परिचय देते हुए, वेब पत्रकारों के कार्यों और उनके महत्व को भी समझाया गया है।

इस इकाई में सोशल मीडिया पर प्रकाशित सामग्री के स्वरूप और संरचना पर विशेष ध्यान दिया गया है। सामग्री के प्रस्तुति माध्यमों के आधार पर सामान्य वेबसाइट्स, समुन्नत वेबसाइट्स और सोशल साइट्स जैसे प्लेटफॉर्म्स का वर्गीकरण किया गया है। इन प्लेटफॉर्म्स पर प्रकाशित सामग्री के विभिन्न रूपों को भी विस्तार से समझाया गया है।

सबसे महत्वपूर्ण रूप से, इस इकाई में "सोशल मीडिया: वेब पत्रकारों के लिए एक उपकरण के रूप में" विषय को गहराई से विश्लेषित किया गया है। इसमें उन डिजिटल उपकरणों और तकनीकी ज्ञान को रेखांकित किया गया है, जो वेब पत्रकारों के लिए आवश्यक और उपयोगी हैं।

इस इकाई का समग्र अध्ययन पाठकों को सोशल मीडिया, वेब पत्रकारिता और डिजिटल पत्रकारिता के उपकरणों के बारे में न केवल व्यापक जानकारी प्रदान करता है, बल्कि यह भी स्पष्ट करता है कि सोशल मीडिया वेब पत्रकारों के लिए एक सशक्त और अनिवार्य उपकरण के रूप में क्यों और कैसे महत्वपूर्ण है।

13.11 अभ्यास के प्रश्न

1. नागरिक पत्रकारिता के रूप में सोशल मीडिया पर प्रकाश डालिए।
2. वेब पत्रकार के कार्यों की चर्चा कीजिए।

Scanned with OKEN Scanner

3. वेब पत्रकारिता में उपयोग किए जाने वाले प्रमुख उपकरणों का वर्णन कीजिए।

4. सोशल मीडिया पर प्रकाशित सामग्री के स्वरूप की चर्चा कीजिए।

13.12 संदर्भ ग्रंथ सूची

1. बाजवा, डॉ. सेवा सिंह (2022), सोशल मीडिया के विविध आयाम (ई-बुक)।

2. कुमार, राकेश (2015), सोशल नेटवर्किंग- कल और आज, रिगि पब्लिकेशन।

3. माथुर, श्याम (2010), वेब पत्रकारिता, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर।

4. सुमन, हंसराज, विक्रम एस. (संपादक) (2010), वेब पत्रकारिता, श्री नटराज प्रकाशन, दिल्ली।

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-14 वेब पत्रकारों के लिए लाइव रिपोर्टिंग

वेब पत्रकारों के लिए लाइव रिपोर्टिंग

इकाई का परिचय

14.0 उद्देश्य

14.1 प्रस्तावना

14. 2 वेब पत्रकारिता: परिचय

14.3 वेब पत्रकार और तकनीकी उपयोग

14.4 वेब पत्रकारों द्वारा समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन / प्रसारण

14.5 वेब पत्रकारिता में रिपोर्टिंग की प्रक्रिया

14.6 लाइव रिपोर्टिंग के सिद्धांत

14.7 लाइव रिपोर्टिंग में उपयोग किए जाने वाले उपकरण

14.8. वेब पत्रकारों द्वारा लाइव रिपोर्टिंग

14.9 वेब पत्रकारिता में लाइव रिपोर्टिंग: चुनौतियां और संभावनाएं

14.10 सारांश

14.12 संबन्धित प्रश्न

14.13 सदर्भ ग्रन्थ सूची

Scanned with OKEN Scanner

14.1 उद्देश्य

1. इस इकाई के अध्ययन के उपरांत आपको निम्नलिखित विषयों की जानकारी प्राप्त होगी:
2. वेब पत्रकारों द्वारा समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन।
3. वेब पत्रकारिता में रिपोर्टिंग की प्रक्रिया।
4. वेब पत्रकारिता में लाइव रिपोर्टिंग के लिए उपयोग किए जाने वाले उपकरण।
5. वेब पत्रकारों द्वारा लाइव रिपोर्टिंग की सम्पूर्ण प्रक्रिया।

14.2 प्रस्तावना

सूचना एवं संचार तकनीकी में हुए अभूतपूर्व विकास के परिणामस्वरूप वेब पत्रकारिता का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। वेब पत्रकारिता का आधार ही तकनीकी है। आज, जब सूचना प्रौद्योगिकी के कारण संचार की गति और संपूर्ण प्रक्रिया में आमूलचूल परिवर्तन आए हैं, ऐसे समय में वेब पत्रकारिता का अस्तित्व में आना एक सुखद घटना है। दरअसल, वेब पत्रकारिता का अस्तित्व सूचना प्रौद्योगिकी की उच्चता का द्योतक है।

मुख्यधारा के पत्रकारों से इतर, अब वेब पत्रकारों का समाज में अपना गहरा अस्तित्व बनता जा रहा है। वेब पत्रकारों द्वारा समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। वेब पत्रकारिता में रिपोर्टिंग की संपूर्ण प्रक्रिया को समझना दिलचस्प है, क्योंकि यहां लाइव रिपोर्टिंग की अवधारणा भी फलीभूत है।

वेब पत्रकारों द्वारा लाइव रिपोर्टिंग और प्रसारण की प्रक्रिया अपनाई जाती है। लाइव रिपोर्टिंग के लिए विभिन्न प्रकार के उपकरणों का उपयोग किया जाता है, जिन्हें इस इकाई में विस्तार से बताया गया है। साथ ही, वेब पत्रकारिता में रिपोर्टिंग की चुनौतियों और भविष्य में इसके संभावित विस्तार पर भी चर्चा की गई है।

14.3 वेब पत्रकारिता: एक परिचय

इंटरनेट पत्रकारिता को ही ऑनलाइन पत्रकारिता, साइबर पत्रकारिता, वेब पत्रकारिता, डिजिटल पत्रकारिता आदि नामों से जाना जाता है। जिस तरह से समाचार पत्र और पत्रिकाओं में समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन होता है, उसी तरह वेब पत्रकारिता में इंटरनेट और कंप्यूटर की

Scanned with OKEN Scanner

सहायता से समाचार वेबसाइट पर समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन का कार्य होता है। भारत में वेब पत्रकारिता की शुरुआत 1995 से मानी जाती है, क्योंकि भारत में इंटरनेट का प्रारंभ इसी वर्ष हुआ। वेब पत्रकारिता दो प्रकार से की जाती है। पहला, जब इंटरनेट और उससे संचालित ईमेल, मैसेंजर या अन्य का उपयोग एक उपकरण के रूप में किया जाए। जैसे समाचारों को भेजने या प्राप्त करने के लिए ई-मेल या अन्य सोशल साइट का उपयोग करना। दूसरा प्रकार, जब इंटरनेट और उससे संचालित ब्लॉग, यूट्यूब चैनल, पोर्टल, सोशल साइट्स आदि का उपयोग एक प्लेटफॉर्म के रूप में किया जाए। आज देश-विदेश में लाखों पोर्टल, ब्लॉग, यूट्यूब चैनल के द्वारा बेहतर पत्रकारिता की जा रही है।

वेब पत्रकारिता में परंपरागत माध्यम, मुद्रित माध्यम, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से लेकर ऑडियो, वीडियो, ग्राफिक्स, एनीमेशन आदि सभी के गुण और विशेषताएं शामिल हैं। इस पत्रकारिता की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि उपभोक्ता किसी समय सीमा से बंधा नहीं है। इसमें पाठक वर्ग भी खबरों के चयन और प्रकाशन में अपना महत्वपूर्ण योगदान देता है। भारत में वेब पत्रकारिता की स्थिति को लेकर बात की जाए तो इंटरनेट आगमन के प्रारंभ में यहाँ रफ्तार बहुत धीमी थी। लेकिन पिछले दशक में सस्ते स्मार्टफोन और संचार में सहयोगी डिजिटल उपकरणों की सुलभता से वेब पत्रकारिता को तेजी से विस्तार मिला है। जिस तरह से डिजिटल मीडिया में वृद्धि हो रही है, उससे यही संभावना व्यक्त की जा सकती है कि भारत में डिजिटल मीडिया का भविष्य स्वर्णिम है।

14.4 वेब पत्रकारिता में तकनीकी उपयोग

वेब पत्रकारिता अपने साथ प्रिंट, रेडियो, टीवी और सिनेमा को समेटे हुए है। कहने का तात्पर्य है कि ब्लॉग और पोर्टल जैसे साइट्स पर मुद्रित माध्यम की तरह खबरें देखी जा सकती हैं, तो पॉडकास्ट, यूट्यूब चैनल और ओटीटी प्लेटफॉर्म पर रेडियो, टीवी और सिनेमा की तरह सामग्री प्रसारित होती है। वेब पत्रकार को परंपरागत पत्रकार से योग्यता के मामले में अधिक तकनीकी समझ वाला होना चाहिए, क्योंकि वेब पत्रकारिता का आधार ही तकनीकी है। बेहतर तकनीकी ज्ञान वेब पत्रकार के लिए अत्यंत आवश्यक है।

वेब पत्रकारिता के लिए जिन उपकरणों की आवश्यकता होती है, वे तकनीकी से युक्त होते हैं। इंटरनेट, कंप्यूटर, लैपटॉप या मोबाइल की समझ वेब पत्रकार के लिए आवश्यक है। हालांकि वेब पत्रकारिता को

Scanned with OKEN Scanner

मोबाइल (स्मार्टफोन) के जरिए भी खूब किया जा रहा है। इसलिए इसे मोबाइल पत्रकारिता (Mobile Journalism) 'मोजो' का नाम भी दिया जाने लगा है। हालांकि मोबाइल पत्रकारिता की अपनी सीमाएं हैं।

यहां वेब पत्रकार के उपकरण पर चर्चा करना जरूरी है, जो vgmcu.blogspot.com पर प्रकाशित लेख के अनुसार निम्नलिखित हैं:

1. **प्रिंटिंग एवं पब्लिशिंग टूल्स**: पेजमेकर, क्वार्क एक्सप्रेस, एमएस ऑफिस आदि।
2. **ग्राफिक टूल्स**: कोरल ड्रा, एनिमेशन, फ्लैश, एडोब फोटोशॉप आदि।
3. **सामग्री प्रबंधन टूल्स**: एचटीएमएल, फ्रंटपेज, पॉडकास्ट, यूट्यूब आदि।
4. **मल्टीमीडिया टूल्स**: विंडो मीडिया प्लेयर, रियल प्लेयर आदि।
5. **अन्य टूल्स**: ई-मेलिंग, सर्च इंजन, और वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग।

उक्त टूल्स या उपकरणों की समझ एक वेब पत्रकार को समाचार संकलन, लेखन, संपादन और प्रकाशन के लिए आवश्यक है। कैमरे का ज्ञान और दृश्य-श्रव्य सामग्री की समझ भी वेब पत्रकार के लिए जरूरी है। कहने का तात्पर्य है कि वेब पत्रकारिता पूरी तरह से तकनीकी ज्ञान पर आधारित है, जिसकी जानकारी वेब पत्रकार को अवश्य होनी चाहिए।

14.5 वेब पत्रकारों द्वारा समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन/प्रसारण

सामान्य पत्रकारिता की तरह वेब पत्रकारिता में भी समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन या प्रसारण का कार्य किया जाता है। वेब पत्रकार विभिन्न स्रोतों से समाचार संकलन के बाद लेखन का कार्य करते हैं। ब्लॉग, पोर्टल या दृश्य-श्रव्य (यूट्यूब चैनल) रूप के लिए भी लेखन कार्य भलीभाँति किया जाता है। वेब पत्रकारिता में तत्कालिकता का विशेष महत्व है। वेब पत्रकारिता की सभी सामग्री जैसे समाचार, लेख, चित्र, वीडियो या अन्य पूर्णत: इंटरनेट पर मौजूद होती है। इसकी कोई भौतिक उपस्थिति नहीं है। ऑनलाइन संसाधन एक नेटवर्क ऑब्जेक्ट हैं, जिनमें ऑनलाइन प्रकाशन, व्यक्ति, लेखक परियोजनाएं और सामग्री, ब्लॉग, इंटरनेट रेडियो और इंटरनेट टीवी आदि इंटरनेट मीडिया के अन्य तत्व शामिल हैं।

Scanned with OKEN Scanner

समाचार लेखन एक कला है। इसके लिखने की प्रमुख शैली में इनवर्टेड पिरामिड है। इंट्रो, बॉडी और टेल में समाचार को विभाजित करके लेखन को उत्तम माना जाता है। इंट्रो (समाचार का प्रथम भाग), जिसे आमुख कहते हैं, को लिखने के लिए 5W +1 H (कब, कहाँ, क्यों, कौन, क्या और कैसे) सूत्र का प्रयोग किया जाता है। वेब पत्रकार भी समाचार लेखन में अधिकांशत: इस शैली का उपयोग करता है। इस शैली में किसी घटना का ब्यौरा कालानुक्रम की बजाय सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना से शुरू होता है। समाचार लेखन पत्रकार के कौशल पर निर्भर करता है। यह देखा गया है कि एक ही माध्यम के विभिन्न प्रकार के समाचारों के लेखन में शीर्षक, आमुख, आकार और भाषा संबंधी परिवर्तन दिखाई देते हैं।

समाचार लेखन के प्रमुख तत्व:

1. नवीनता
2. सत्यता
3. स्पष्टता
4. संक्षिप्तता
5. सुरुचि
6. वेब पत्रकारिता में भी समाचारों का चयन महत्वपूर्ण विषय है। "क्या, कब, क्यों और कितना प्रकाशित या प्रसारित होना चाहिए?" यह वेब पत्रकार की पत्रकारीय दृष्टि को प्रतिबिंबित करता है। वेब पत्रकारिता की समृद्धि में सबसे बड़ा कार्य समाचार या सामग्री चयन को लेकर है। परंपरागत पत्रकारिता में समाचार के चयन को लेकर अनेक चरण विकसित हैं, जिससे समाचारों की विश्वसनीयता अधिक होती है।
7. वेब पत्रकारिता में कार्यपद्धति सामूहिक रूप से कम और एकल रूप से अधिक होने के कारण और उद्देश्य की स्पष्टता की कमी के कारण समाचारों के चयन को लेकर प्रश्न खड़े होते हैं। भाषा की अशुद्धियाँ भी देखी जाती हैं, जो संपादन पर प्रश्नचिह्न लगाती हैं। वेब पत्रकारिता में संपादन की कार्यावधि को व्यवस्थित रूप में किए जाने की आवश्यकता है। वेब पत्रकार को भाषाई संपादन के साथ श्रव्य-दृश्य संपादन की जानकारी भी आवश्यक होती है।
8. संपादन के निम्नलिखित सिद्धांतों का पालन वेब पत्रकार के लिए आवश्यक है:

Scanned with OKEN Scanner

9. तथ्यात्मकता

10. वस्तुपरकता

11. निष्पक्षता

12. संतुलन

13. स्रोत

14. सत्यता

15. समसामयिकता

16. सौंदर्यपरकता

वेब पत्रकार को समाचार, लेख या अन्य सामग्री का प्रकाशन और प्रसारण कार्य भी करना होता है। प्रकाशन और प्रसारण संबंधी तकनीकी कौशल वेब पत्रकार को विशेष बनाते हैं। समाचार या प्रकाशित और प्रसारित की जाने वाली सामग्री की प्रस्तुति अच्छी होगी तो लोगों तक उसकी पहुँच भी विस्तृत और प्रभावी होगी। वेब पत्रकारिता में यह सबसे महत्वपूर्ण है कि प्रकाशित या प्रसारित सामग्री के पाठकों और दर्शकों की संख्या और उनकी सहभागिता के स्वरूप की सटीक जानकारी मिल जाती है।

14.6 वेब पत्रकारिता में रिपोर्टिंग की प्रक्रिया

वेब पत्रकारिता में रिपोर्टिंग मुख्य रूप से जानकारी एकत्र करने, संसाधित करने (Processed), संग्रहीत करने और प्रस्तुत करने का साधन और उपाय है। अर्थात अनुसंधान, डेटा संग्रह और तथ्य एकत्र करने का वर्णन करने के लिए रिपोर्टिंग की जाती है। किसी समाचार को लेकर प्रस्तुत रिपोर्टिंग तब तक की जानी चाहिए, जब तक उसकी सत्यता का पता न चल जाए। रिपोर्टिंग का सिद्धांत है कि वेब पत्रकार को रिपोर्टिंग के समय तटस्थ और निष्पक्ष रहना चाहिए, जिससे लोगों को सही जानकारी मिले।

ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी ऑफ़ जर्नलिज्म के अनुसार: "वेब पत्रकारिता में वे विभिन्न प्रकार के समाचार शामिल हैं, जो विभिन्न वेबसाइटों, सोशल मीडिया, चैनलों, ईमेल, न्यूज़लेटर्स और ऑनलाइन पत्रकारिता के अन्य माध्यम से प्रसारित होते हैं।"

Scanned with OKEN Scanner

यूनिवर्सिटी ऑफ साउथर्न कैलिफोर्निया के अनुसार: "वह न्यूज़ विषयवस्तु जो इंटरनेट के माध्यम से निर्मित अथवा प्रसारित की जाती है, विशेषतौर पर वह विषयवस्तु जो मुख्यधारा में कार्य कर रहे पत्रकारों द्वारा निर्मित की गई हो, ऑनलाइन या वेब पत्रकारिता कहलाती है।"

वेब पत्रकारिता की उक्त परिभाषाओं से वेब पत्रकार द्वारा की जाने वाली रिपोर्टिंग सामग्री की प्रकृति का पता चलता है। रिपोर्ट का प्रमुख उद्देश्य किसी विस्तृत विषय सामग्री को संक्षिप्त रूप में इस तरह संगठित करना है कि विषय से संबंधित सही जानकारी तत्काल प्राप्त की जा सके।

वेब पत्रकार पोर्टल, ब्लॉग या यूट्यूब चैनल के लिए रिपोर्टिंग करने के लिए तैयार होने पर उसके पास कलम, कागज, कैमरा, माइक, और मोबाइल जैसे उपकरण और सामग्री होनी चाहिए। घटना के बारे में प्राथमिक जानकारी होनी चाहिए। रिपोर्टिंग में पत्रकार की दृष्टि सूक्ष्म और संपर्क व संबंध विकसित करने की कौशल बेहतर होनी चाहिए। सूचना या समाचार की समझ (न्यूज सेंस) रिपोर्टिंग को उच्चता प्रदान करने में मददगार साबित होती है।

वेब पत्रकार को यह भली-भाँति समझना चाहिए कि रिपोर्टिंग शोध का एक हिस्सा भी होती है। इसलिए आँकड़ों या सूचना संकलन में अनुशासन और नियमबद्धता बहुत जरूरी है। तथ्यों की जाँच-पड़ताल बहुत सलीके से की जानी चाहिए, जिससे मूल या सही सूचना की प्राप्ति हो सके।

14.7 लाइव रिपोर्टिंग के सिद्धांत

सजीवता सदैव सत्यता, सटीकता और निष्पक्षता का प्रमाण होती है। तकनीकी के परिणामस्वरूप इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का आगमन और उसमें भी दृश्य-श्रव्य (टेलीविजन और यूट्यूब चैनल) रूप में सजीव प्रसारण पत्रकारिता के लिए एक वरदान है। टेलीविजन और रेडियो में सजीव प्रसारण का विशेष महत्व है। सजीव प्रसारण अर्थात प्रसारण के लिए सटीक लाइव रिपोर्टिंग की जरूरत होती है। हालांकि पत्रकारिता की प्रत्येक विधा में कला और कौशल महत्वपूर्ण हैं, लेकिन लाइव रिपोर्टिंग में कला और कौशल के रूप में अतिरिक्त प्रयत्न की मांग होती है। यहाँ संपादन की कम गुंजाइश होती है, इसलिए लाइव रिपोर्टर पूर्णतया सतर्क और अपने कार्य के प्रति पूरी जानकारी लिए हुए हो। प्रसारण पत्रकारिता में कैमरे या माइक्रोफोन के सामने समाचार प्रस्तुत करना होता है।

Scanned with OKEN Scanner

लाइव रिपोर्टर को निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिए:

1. लाइव समाचार की प्रकृति से परिचित होना
2. समाचार का विश्लेषण और व्याख्या करने में निपुणता
3. समाचार से संबंधित कानूनी पहलुओं का ज्ञान
4. पीटीसी (पीस टू कैमरा) की प्रभावपूर्ण प्रस्तुति
5. दृश्य-श्रव्य माध्यमों की तकनीकी का सामान्य ज्ञान (कैमरा एंगल, वॉयस गुणवत्ता, प्रकाश संयोजन आदि)
6. दृश्य तत्वों और साक्षात्कार आदि का बेहतर संयोजन
7. कैमरा मैन से बेहतर तालमेल
8. समाचार प्रस्तुति में उचित टोन, वॉयस मॉड्यूलेशन और बॉडी लैंग्वेज का उपयोग करके आत्मविश्वास बनाए रखना
9. समाचार उत्पादन और न्यूज़रूम की गतिशीलता को समझना

सिद्धांततः लाइव रिपोर्टिंग में रिपोर्टर को इन तथ्यों की जानकारी आवश्यक है। लाइव रिपोर्टर को समाचार कवरेज करते समय वहाँ की परिस्थितियों के अनुसार अपने को अनुकूल बनाना चाहिए। रिपोर्टर को सदैव इस बात पर गौर करना चाहिए कि उसे री-टेक का अवसर नहीं मिलेगा। इसलिए बहुत सतर्कता के साथ लाइव रिपोर्टिंग के कार्य को अंजाम देना चाहिए। सजीव प्रसारण दर्शक को तुरंत जानकारी देने का उपक्रम है। इससे जहाँ एक तरफ दर्शक को अद्यतन जानकारी मिलती है, वहीं दूसरी तरफ टीवी चैनलों या रेडियो को व्यावसायिक गतिविधियों की दृष्टि से लाभ होता है।

14.8 लाइव रिपोर्टिंग (कवरेज) में उपयोग किए जाने वाले उपकरण

लाइव रिपोर्टिंग में निम्नलिखित उपकरणों का उपयोग किया जाता है:

1. **कैमरा:** लाइव रिपोर्टिंग में प्रयुक्त महत्वपूर्ण उपकरणों में कैमरा है। कीमत और कार्य उपयोग की दृष्टि से अनेक प्रकार के होते हैं। कैमरा वीडियो किट, जिसमें कैमरे में प्रयोग किए जाने वाले लेंस, कनेक्टिंग वायर आदि शामिल हैं। आज अनेक यूट्यूबर मोबाइल का इस्तेमाल वीडियो रिकॉर्डिंग के रूप में करते हैं। कैमरा एक ऑप्टिकल उपकरण है, जिसका उपयोग छवियों या वीडियो को डिजिटल

Scanned with OKEN Scanner

रूप से कैप्चर और संग्रहीत करने के लिए किया जाता है। आज बाजार में बड़े और मध्यम प्रारूप वाले कैमरे के साथ सिंगल रिफ्लेक्स (एसएलआर), मोशन पिक्चर कैमरे, डिजिटल कैमरे, स्मार्टफोन कैमरा और इमेजिंग सिस्टम वाले रेंजफाइंडर कैमरे उपलब्ध हैं।

2. **माइक्रोफोन:** यह ध्वनिक ऊर्जा (Acoustic Energy) को विद्युत ऊर्जा (Electric Energy) में परिवर्तित करने का एक महत्वपूर्ण साधन है। लाइव रिपोर्टिंग में कॉलर माइक, हैंडहेल्ड माइक, वायरलेस आदि माइक्रोफोन की आवश्यकता होती है। अब ब्लूटूथ डिवाइस के साथ वायरलेस माइक्रोफोन ने पत्रकार का काम आसान बना दिया है। लाइव रिपोर्टिंग अधिकतर फील्ड में की जाती है, इसलिए बाहरी शोर और वातावरण का प्रभाव न पड़े, ऐसे माइक्रोफोन का चुनाव करना उचित रहेगा।

3. **ओबी वैन:** लाइव रिपोर्टिंग में ओबी वैन का इस्तेमाल किया जाता है। लाइव प्रसारण के साथ वीडियो रिकॉर्डिंग और संपादन कार्य भी ओबी वैन से संपन्न किए जाते हैं। इसे टेलीविजन प्रोडक्शन ट्रक के नाम से भी जाना जाता है, जो चलता-फिरता प्रोडक्शन कंट्रोल रूम है। इसका उपयोग दूरस्थ प्रसारण, बाह्य प्रसारण (Outdoor Broadcasting) और ईएफपी (Electronic Field Production) के लिए किया जाता है। ओबी वैन के ऊपरी भाग पर उपग्रह डिश या डिश एंटीना होता है, जो संचार उपग्रह (Communication Satellite) के माध्यम से वीडियो को स्टूडियो में वापस भेजता है।

4. **प्रकाश (Light):** वीडियो शूट में प्रकाशीय उपकरणों की भी आवश्यकता होती है। लाइव रिपोर्टिंग में कई ऐसे अवसर होते हैं, जिनमें कैमरे के अनुकूल प्रकाश जरूरी होता है। बिजली या सोलर व्यवस्था से प्रकाश की आपूर्ति की जाती है। रिपोर्टिंग में एलईडी लाइट का अधिकतर उपयोग किया जाने लगा है क्योंकि इसमें बिजली की खपत कम होती है।

5. **स्मार्टफोन (Smartphone):** आज स्मार्टफोन का उपयोग लाइव रिपोर्टिंग में खूब किया जाने लगा है। मल्टीमीडिया समाचार एकत्रीकरण में मोबाइल पत्रकारिता की जा रही है। रेडियो के लिए लाइव रिपोर्टिंग में आज अधिकांशत: स्मार्टफोन का उपयोग होता है। यूट्यूबर या मोबाइल पत्रकार का आधार ही स्मार्टफोन है। स्मार्टफोन से रिपोर्टिंग में पत्रकार को अनेक सहूलियत मिलती है।

Scanned with OKEN Scanner

मोबाइल पत्रकार जब लाइव रिपोर्टिंग करता है, तो वह अपने पोर्टेबल उपकरण पर एप्स की सहायता से वीडियो, ऑडियो, फोटोग्राफी और ग्राफिक्स का इस्तेमाल भी करता है।

6. **ट्राइपॉड (Tripod):** सजीव कवरेज या लाइव रिपोर्टिंग में कैमरे को ट्राइपॉड पर माउंट किया जाता है। कई ऐसे अवसर होते हैं, जिनमें घंटों रिकॉर्डिंग करनी होती है। इसके लिए कैमरे को ट्राइपॉड (कैमरा स्टैंड) की सहायता से एक नियत स्थान पर लोकेट किया जाता है। ट्राइपॉड में यह सुविधा होती है कि कैमरामैन बाएं-दाएं और ऊपर-नीचे कैमरे को चलायमान कर सकता है।

14.9 वेब पत्रकारों द्वारा लाइव रिपोर्टिंग

रेडियो और टेलीविजन चैनलों के पत्रकारों की तरह ही वेब पत्रकारों द्वारा लाइव रिपोर्टिंग या लाइव समाचार कवरेज की प्रक्रिया संपन्न की जाती है। हालांकि रिपोर्टिंग के साधनों एवं उपकरणों में भिन्नता हो सकती है। वेब पत्रकार स्ट्रीम यार्ड (StreamYard) तकनीक से यूट्यूब लाइव प्रसारण करता है। अनेक बार तो वेब पत्रकार लाइव प्रसारण के पूर्व उसकी सूचना भी साझा करता है, जिससे अधिक से अधिक दर्शक या श्रोता लाइव प्रसारण को देख सकें। वेब पत्रकार अपने सीमित साधनों के साथ भी लाइव रिपोर्टिंग की प्रक्रिया को अंजाम दे सकता है। वेब पत्रकार को लाइव ब्लॉग पर ट्वीट्स को ऑटोफीड करते देखा जा सकता है। अर्थात, ब्लॉग पर वह लाइव है तो ट्विटर अकाउंट पर उसे श्रोता या दर्शक देख सकें और रीच संख्या बढ़े। हैशटैग भी एक उपाय है, जिससे पाठक ट्वीट्स की स्ट्रीम देख सकें।

वेब पत्रकार बड़े आयोजन को लाइव कवर करता है। इसमें लाइव स्ट्रीम करने के लिए वीडियो शूट, तथ्यात्मक कवरेज, जनता की राय, तथ्य की जांच और ऑनलाइन संपादन केवल अकेले संभव नहीं रह गया है। वेब पत्रकार भी लाइव रिपोर्टिंग और प्रसारण के लिए टीम में कार्य करना जरूरी समझता है। वेब पत्रकारिता में लाइव रिपोर्टिंग का स्थान विस्तृत हो चला है। अब जिस तरह से मुख्यधारा की मीडिया लाइव कवरेज और प्रसारण को सबसे अधिक अहमियत देती है, उसी तरह वेब पत्रकारिता में इसे खूब पसंद किया जाने लगा है। स्मार्टफोन, माइक और कुछ जरूरी एप्लिकेशन की मदद से वेब पत्रकार लाइव रिपोर्टिंग और प्रसारण को अंजाम देने में सफल रहता है। सूचना की समझ और रिपोर्टिंग कला वेब पत्रकार को लाइव रिपोर्टिंग में दक्ष बनाती है।

14.10 वेब पत्रकारिता में लाइव रिपोर्टिंग: चुनौतियां और संभावनाएं

Scanned with OKEN Scanner

जैसा कि हम सभी को ज्ञात हो चुका है कि लाइव रिपोर्टिंग दर्शकों या श्रोताओं द्वारा खूब पसंद की जाती है। वेब पत्रकारिता के दर्शक भी सूचनाओं को तुरंत देखना और सुनना पसंद करते हैं। वह चाहते हैं कि टेलीविजन चैनलों की तरह उनके पास भी ब्रेकिंग न्यूज जैसी खबरें मिलें। वेब पत्रकारिता के दर्शक के पास खबरों को

Scanned with OKEN Scanner

ही इस इकाई में वेब पत्रकारिता में तकनीकी उपयोग का क्या स्थान है? तथा वेब पत्रकारों द्वारा समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन या प्रसारण में अपनाई जाने वाली विविध प्रक्रिया पर प्रकाश डाला गया है।

वेब पत्रकारिता में रिपोर्टिंग की प्रक्रिया, लाइव रिपोर्टिंग के सिद्धांत, लाइव रिपोर्टिंग में उपयोग किए जाने वाले उपकरण, वेब पत्रकारों द्वारा लाइव रिपोर्टिंग और अंत में वेब पत्रकारिता में लाइव रिपोर्टिंग: चुनौतियां और संभावनाएं पर भी विषय के अनुरूप जानकारी दी गई है।

अतः इस इकाई में वेब पत्रकारिता, वेब पत्रकार और लाइव रिपोर्टिंग के तकनीकी, सैद्धांतिक और व्यावहारिक पक्ष से रूबरू कराते हुए अनेक आयामों में समग्रता से जानकारी प्रदान करने का प्रयास किया गया है।

14.12 संबन्धित प्रश्न

1. वेब पत्रकारिता का परिचय दीजिए।
2. वेब पत्रकारिता में तकनीकी उपयोग के महत्व को समझाइए।
3. वेब पत्रकारों द्वारा समाचारों का लेखन, चयन, संपादन और प्रकाशन की प्रक्रिया पर प्रकाश डालिए।
4. लाइव रिपोर्टिंग के सिद्धांतों का वर्णन कीजिए।
5. वेब पत्रकारिता में लाइव रिपोर्टिंग के लिए आवश्यक उपकरणों का उल्लेख कीजिए।

14.13 सदर्भ ग्रन्थ सूची

1. माथुर, श्याम (2010), वेब पत्रकारिता, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर।
2. सुमन, हंसराज, विक्रम एस. (संपादक) (2010), वेब पत्रकारिता, श्री नटराज प्रकाशन, दिल्ली।
3. सिंह, रत्नेश्वर (2014), मीडिया लाइव, राष्ट्रीय पुस्तक न्यास, भारत।
4. त्रिवेदी, मोहित आर. (2013), न्यूजरूम से लाइव, तक्षशीला प्रकाशन।
5. झा, सुशांत (2016), ऑनलाइन मीडिया, पियरसन प्रकाशन।

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-15 ऑनलाइन विज्ञापन और राजस्व सृजन

ऑनलाइन विज्ञापन और राजस्व सृजन

इकाई की रूपरेखा

15.1 उद्देश्य

15.2 प्रस्तावना

15.3 ऑनलाइन विज्ञापन का अर्थ और महत्व

15.4 ऑनलाइन विज्ञापन के प्रकार

- 15.4.1 सोशल मीडिया विज्ञापन
- 15.4.2 ईमेल विज्ञापन
- 15.4.3.डिस्प्ले विज्ञापन
- 15.4.4.सर्च इंचन मार्केटिग विज्ञापन
- 15.4.5. मोबाइल विज्ञापन

15.4 वेबसाइट विज्ञापन राजस्व सृजन

15.5 ऑनलाइन विज्ञापन राजस्व मापने के तरीके :

15.6 सारांश

15.7 अभ्यास के प्रश्न

15.8 संदर्भ ग्रंथ सूची

Scanned with OKEN Scanner

15.1 उद्देश्य:

इस इकाई का अध्ययन उपरांत आप निम्नलिखित तथ्यों को आसानी से समझ सकते हैं:

1. ऑनलाइन विज्ञापन का अर्थ और महत्व।
2. ऑनलाइन विज्ञापन के प्रकार।
3. ऑनलाइन विज्ञापन के लाभ।
4. ऑनलाइन विज्ञापन से राजस्व सृजन।

15.2 प्रस्तावना:

विज्ञापन की मदद से दर्शकों को किसी भी उत्पाद या सेवा के बारे में जानकारी प्रदान कर उन्हें उस उत्पाद या सेवा को क्रय करने के लिए प्रेरित किया जाता है। वर्तमान समय में मार्केटिंग के क्षेत्र में विज्ञापन का विशेष महत्व है। बड़े कॉर्पोरेट घराने से लेकर छोटे व्यवसायी तक विज्ञापन की मदद से अपने व्यवसाय, उत्पाद या सेवा का प्रचार-प्रसार कर ज्यादा से ज्यादा व्यावसायिक मुनाफा कमाना चाहते हैं। विज्ञापन एक कला है जिसे अलग-अलग माध्यमों के अनुरूप तैयार किया जाता है जैसे प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, आउटडोर, ऑनलाइन विज्ञापन इत्यादि।

15.3 ऑनलाइन विज्ञापन का अर्थ और महत्व:

इंटरनेट माध्यम की मदद से किसी भी उत्पाद या सेवा का प्रचार-प्रसार करना ही ऑनलाइन विज्ञापन कहलाता है। ऑनलाइन विज्ञापन एक कला है जिसमें ऑडियो-वीडियो, टेक्स्ट और ग्राफिक की मदद से कंटेंट तैयार किया जाता है। डिजिटल प्लेटफॉर्म पर विभिन्न प्रारूपों में उपलब्ध विज्ञापनों का मुख्य उद्देश्य मार्केटिंग हेतु एक बाजार तैयार करना है।

ऑनलाइन माध्यम, विशेषकर सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे यूट्यूब, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप सहित असंख्य ऐप, ऑनलाइन विज्ञापन के बड़े माध्यम बन चुके हैं। परंपरागत विज्ञापनों के मुकाबले ऑनलाइन विज्ञापन ज्यादा किफायती और टारगेट ऑडियंस के ज्यादा करीब रहता है। डिजिटल विज्ञापन की मदद से टारगेट ऑडियंस को आसानी से चुना जा सकता है। ऑनलाइन विज्ञापन अन्य माध्यमों की तुलना में बेहद आकर्षक एवं प्रभावशाली माना जाता है। वर्तमान समय में लगातार इंटरनेट और मोबाइल फोन के बढ़ते उपयोग से ऑनलाइन विज्ञापन का प्रचलन भी तेजी से बढ़ गया है।

Scanned with OKEN Scanner

इस तरह कहा जा सकता है कि विज्ञापन का अर्थ, अवधारणा और उद्देश्य एक ही होता है, लेकिन उसे प्रस्तुत करने और प्रस्तुत करने के माध्यम अलग-अलग हो सकते हैं। अन्य विज्ञापन माध्यमों की तरह, ऑनलाइन विज्ञापन में अक्सर एक प्रकाशक शामिल होता है, जो विज्ञापनों को अपनी ऑनलाइन सामग्री में एकीकृत करता है, और एक विज्ञापनदाता, जो प्रकाशक की सामग्री पर प्रदर्शित किए जाने वाले विज्ञापन प्रदान करता है।

अन्य संभावित प्रतिभागियों में विज्ञापन एजेंसियाँ शामिल हैं जो विज्ञापन कॉपी बनाने और लगाने में मदद करती हैं, एक विज्ञापन सर्वर जो तकनीकी रूप से विज्ञापन वितरित करता है और आँकड़ों को ट्रैक करता है, और विज्ञापन सहयोगी जो विज्ञापनदाता के लिए स्वतंत्र प्रचार कार्य करते हैं।

वर्तमान दौर डिजिटल संचार का दौर है। ऐसे में ऑनलाइन विज्ञापनों का चलन व प्रभाव अधिक है। इसलिए ऑनलाइन विज्ञापनों को समझना, उन्हें तैयार करना और उपयुक्त एवं प्रभावी डिजिटल माध्यमों के द्वारा अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाना भी एक कला है। इसके लिए कुशल डिजाइनर, उपयुक्त सॉफ्टवेयर ऐप्लिकेशन का चयन, और उन्हें अधिक से अधिक उपभोक्ताओं व लोगों तक पहुँचाने के लिए प्रभावी डिजिटल व सोशल प्लेटफॉर्म का चयन करना भी जरूरी है।

15.4 ऑनलाइन विज्ञापन के प्रकार

वर्तमान दौर में डिजिटल प्लेटफॉर्म पर विज्ञापन की भरमार देखने को मिलती है। अलग-अलग माध्यमों के अनुरूप विज्ञापन तैयार किए जाते हैं। विषयवस्तु, कंटेंट, ऑडियो-विजुअल, ग्राफिक्स और टेक्स्ट का उचित समायोजन के द्वारा ऑनलाइन विज्ञापन तैयार किया जाता है। ऑनलाइन विज्ञापन को हम इस प्रकार बाँट सकते हैं:

15.4.1 **सोशल मीडिया विज्ञापन:** आज के दौर में विश्व भर के लोगों के हाथों में स्मार्टफोन देखने को मिल जाता है। स्मार्टफोन के कारण लोगों को इंटरनेट एक्सेस करना बेहद आसान हो चुका है। स्मार्टफोन के फीचर में सोशल मीडिया की भरमार है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर, व्हाट्सएप, यूट्यूब जैसे सोशल मीडिया साइट पर विज्ञापन दिए जाते हैं। सभी सोशल साइट कंपनियां इसके एवज में अच्छी कमाई भी कर रही हैं। सोशल साइट चलाने वाली कंपनियों को अपने टारगेट ऑडियंस के बारे में अच्छी जानकारी यानी डेटा उपलब्ध रहता है, जिससे वे अपना टाइम और स्पेस आसानी से बेच देती हैं।

Scanned with OKEN Scanner

15.4.2 ईमेल विज्ञापन: आजकल ईमेल विज्ञापनों का प्रचलन कम हो गया है, फिर भी ऑनलाइन शॉपिंग कंपनियां अपने पंजीकृत ग्राहकों को मेल पर उत्पाद, सेवा से संबंधित जानकारी, विशेषकर बम्पर सेल इत्यादि की जानकारी प्रदान करती हैं। हेवी विज्ञापन होने के कारण ऐसे मेल को प्राय: ऑडियंस देखने से बचती है। फिर भी अनेक कॉर्पोरेट घराने और व्यावसायिक कंपनियां मेल के द्वारा विज्ञापनों का प्रयोग करती हैं। वर्तमान समय में ईमेल संचार का एक महत्वपूर्ण साधन है और व्यावसायिक निवेश के लिए इसका खूब इस्तेमाल किया जाता है।

15.4.3 डिस्प्ले विज्ञापन: ऑनलाइन माध्यम में लाखों वेबसाइट हैं। न्यूज़, स्पोर्ट्स, मनोरंजन जैसे अनेक विषयों पर आधारित वेबसाइट्स की रीच काफी होती है। इन वेबसाइट्स के मुख्य पेज पर विज्ञापनदाता कंपनी अपनी विज्ञापन को डिस्प्ले करती है। डिस्प्ले पर क्लिक करने पर विज्ञापन ओपन हो जाता है। विज्ञापन का यह प्रारूप भी काफी लोकप्रिय और प्रचलन में है। ऐसे विज्ञापनों के निर्माण में ऑडियो-विजुअल और ग्राफिक्स का खूब प्रयोग किया जाता है। चयनित साइट होने के कारण विज्ञापनदाता कंपनी को अपने ऑडियंस पहचानने में बेहद आसानी होती है। इससे ब्रांड पोजीशन बनाने में भी काफी मदद मिलती है।

15.4.4 सर्च इंजन मार्केटिंग विज्ञापन (SEM): मुख्यतः सर्च इंजन का प्रयोग कंटेंट तलाशने के लिए होता है, परंतु आजकल सर्च इंजन का प्रयोग विज्ञापनों में भी किया जाने लगा है। सर्च इंजन कंपनियां जैसे कि गूगल, याहू, माइक्रोसॉफ्ट, यांडेक्स कंपनियां सर्च को शीर्ष पर रखने के लिए विज्ञापनदाता से उचित कीमत लेती हैं। सर्च इंजन अपने ट्रैफिक के आधार पर विज्ञापनों को स्थान प्रदान करता है। इस प्रकार के विज्ञापनों की दर प्रति क्लिक लागत (CPC) अथवा प्रति इंप्रेशन लागत (CPI) द्वारा मापी जाती है।

15.4.5 मोबाइल विज्ञापन: आज के दौर में ऑनलाइन विज्ञापन का एक महत्वपूर्ण माध्यम स्मार्टफोन है। मोबाइल के बेहतर फीचर के कारण इसमें डिजिटल विज्ञापन देना बेहद आसान है। विभिन्न प्रकार के असंख्य मोबाइल ऐप सहित पुश नोटिफिकेशन, MMS/SMS, टेक्स्ट के मैसेज के माध्यम से ग्राहकों को आकर्षित किया जाता है। इंटरनेट के माध्यम से अधिक संख्या में MMS/SMS, टेक्स्ट भेजना काफी किफायती भी होता है। सरकारी सूचना, संदेश सहित चुनावी अभियान में इसका प्रयोग अधिक देखने को मिलता है। मोबाइल ऐप विशेषकर गेम्स ऐप, सर्विसेज ऐप, नौकरी से जुड़े ऐप, रेलवे एवं हवाई टिकट बुकिंग ऐप सहित तमाम ऐप के इस्तेमाल के दौरान विभिन्न विज्ञापन डिस्प्ले किए जाते हैं।

Scanned with OKEN Scanner

16.1.1 ऑनलाइन विज्ञापन स्क्रिप्ट: ऑनलाइन ऑडियो, वीडियो और डिस्प्ले तीन प्रकार से ऑनलाइन विज्ञापन इंटरनेट पर देखने को मिलते हैं। अलग-अलग प्रकार के होने के कारण ऑनलाइन विज्ञापन लेखन भी विज्ञापनदाता के अनुरूप करना पड़ता है। ऑनलाइन ऑडियो का प्रचलन बेहद कम देखने को मिलता है। इसके लेखन में रेडियो लेखन के सिद्धांतों का ध्यान रखना चाहिए। जैसे शब्द प्रचलन में हों, वाक्य छोटे और आकर्षक हों, जिंगल्स का प्रयोग किया जा सकता है। वीडियो विज्ञापन लेखन के दौरान स्टोरी बोर्ड, ग्राफिक्स, विजुअल और स्क्रिप्ट के सही तालमेल से वीडियो विज्ञापन तैयार किया जा सकता है। डिस्प्ले या बैनर विज्ञापन के समय तस्वीर का चयन और सीमित शब्दों में उत्पाद या सेवा की सूचना का प्रयोग करना चाहिए।

15.4.6 ऑनलाइन विज्ञापन के लिए सॉफ्टवेयर: ऑनलाइन विज्ञापन तैयार करने के लिए बाजार में अनेक सॉफ्टवेयर उपलब्ध हैं। इनमें से कुछ सॉफ्टवेयर ऑनलाइन भी उपलब्ध हैं। हम निम्नलिखित ऑडियो या वीडियो सॉफ्टवेयर का प्रयोग कर सकते हैं:

1. Adobe Premiere Pro: एडोब के अनेक वर्जन बाजार में उपलब्ध हैं। यह एक टाइमलाइन आधारित नॉन-लीनियर वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर है।
2. PowerDirector: पावर डायरेक्टर एक अन्य वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर है जिसे साइबरलिंक ने विकसित किया है। इसे macOS, Windows, iOS और Android में आसानी से चलाया जा सकता है।
3. iMovie: यह एक फ्री वीडियो एडिटिंग ऐप्लिकेशन है जिसे Apple ने विशेष रूप से Mac, iPhone, और iPad के लिए तैयार किया है। इसमें अनेक वीडियो इफेक्ट और टूल्स के प्रयोग से विज्ञापन तैयार किया जा सकता है।

इसी प्रकार KineMaster, Filmora, CapCut, Corel VideoStudio जैसे अनेक सॉफ्टवेयर बाजार में उपलब्ध हैं, जिनकी सहायता से कुछ दिनों के अभ्यास के बाद ऑनलाइन विज्ञापन तैयार किया जा सकता है।

15.5 वेबसाइट विज्ञापन राजस्व सृजन:

वर्तमान दौर में वेबसाइट आय का एक महत्वपूर्ण साधन के रूप में विकसित हो चुकी है। वेबसाइट राजस्व का मुख्य साधन विज्ञापन है। आज लगभग **1.9** बिलियन वेबसाइट इंटरनेट पर उपलब्ध हैं।

Scanned with OKEN Scanner

वेबसाइट विज्ञापन राजस्व के कई स्रोत एवं कारक हैं। ऑनलाइन ट्रैफिक स्तर, मूल्य निर्धारण मॉडल और विज्ञापनदाता इनमें शामिल हैं। ऑनलाइन विज्ञापन की दर की गणना विजिटर आधारित होती है। विजिटर से तात्पर्य साइट पर आने वाले ऑडियंस/रीडर से है। यदि किसी भी वेबसाइट पर 1000 विजिटर यानी पाठक उस पेज पर आते हैं तो एक डॉलर यानी आज के दर के अनुसार लगभग 83 भारतीय रुपये की कमाई की जा सकती है। आजकल वेबसाइट को विभिन्न सोशल साइट पर लिंक शेयर करके राजस्व यानी कमाई और भी बढ़ाई जा सकती है। सोशल मीडिया के सहारे विजिटर की संख्या बढ़ाकर 1000 डॉलर या 83 हजार भारतीय रुपये कमाए जा सकते हैं। किसी भी साइट की रीच बढ़ाने में ट्विटर, इंस्टाग्राम और फेसबुक जैसी साइटें काफी उपयोगी सिद्ध होती हैं।

अनेक कंपनियां अपने टारगेट ऑडियंस के लिए अपने उत्पाद का विज्ञापन करना चाहती हैं। विज्ञापन एजेंसी के पास तमाम वेबसाइट की सूची (क्लाइंट) होती है। उन स्लॉट को खरीदकर विज्ञापन को डिस्प्ले किया जाता है। बदले में विज्ञापन एजेंसी विज्ञापनदाता ब्रांड से पैसे लेती है। विज्ञापन एजेंसी एक वेबसाइट या आवश्यकतानुसार नेटवर्क के माध्यम से अनेक वेबसाइट पर विज्ञापन को प्रदर्शित करती है।

ऑनलाइन मार्केटिंग: वर्तमान समय में दुनिया भर में ऑनलाइन मार्केटिंग, विशेषकर सोशल नेटवर्किंग सबसे अधिक लोकप्रिय बन चुकी है। सोशल नेटवर्किंग साइट पर उपभोक्ताओं को आसानी से चिन्हित कर उनके आदतों और आवश्यकता के अनुरूप मार्केटिंग रणनीति तैयार की जा रही है। आजकल डेटाबेस आधारित कंपनियां आसानी से उपभोक्ताओं की जानकारी जैसे आयु, लिंग, शिक्षा, आय, वैवाहिक स्थिति, भौगोलिक निवास, पसंद-नापसंद की जानकारी रखती हैं। गूगल और फेसबुक जैसी अनेक कंपनियां सोशल मीडिया के माध्यम से डेटा रखती हैं। व्यवसायिक गतिविधियों को बढ़ावा देने में ऑनलाइन मार्केटिंग एक कारगर टूल साबित हो रहा है। इसमें विज्ञापनदाता को अपने लक्षित उपभोक्ता को ढूंढना बेहद आसान होता है। इसी कड़ी में ईमेल मार्केटिंग भी अधिक प्रभावशाली साबित हो रही है। समय-समय पर इसका भी विज्ञापनदाता द्वारा प्रयोग किया जाता है। इसी प्रकार रीमार्केटिंग का भी प्रयोग किया जाता है।

15.6 ऑनलाइन विज्ञापन राजस्व मापने के तरीके

किसी भी वेबसाइट पर विज्ञापन की दर को निम्न प्रकार से गणना की जाती है:

Scanned with OKEN Scanner

- **CPM दरें:** लागत–प्रति–मिल यानी सीपीएम को प्रति हजार इंप्रेशन के रूप में जाना जाता है। जैसे पहले ही यह बताया जा चुका है कि एक हजार इंप्रेशन के मूल्य के आधार पर विज्ञापनदाता से विज्ञापन की कीमत तय होती है, चाहे इंप्रेशन कितने भी क्लिक से उत्पन्न हों। इसकी गणना करना थोड़ा जटिल है, इसलिए **eCPM** के माध्यम से गणना ज्यादा सटीक होती है।
- **CPC दरें:** सीपीसी मॉडल में विज्ञापन से होने वाली कमाई विज्ञापन पर क्लिक करने वाले विजिटर या दर्शकों की संख्या पर निर्भर करती है। यानी विज्ञापन पर प्रति क्लिक के आधार पर मूल्य निर्धारण होता है। इसलिए विज्ञापन एजेंसी अपनी आय का निर्धारण **CTR (Click-Through Rate)** पर करती है। **CTR** का अर्थ है विज्ञापन पर क्लिक करने वाले दर्शकों का अनुपात बनाम उसे देखने वाले विजिटर की कुल संख्या।
- **पेज व्यू आधारित दर:** अनेक वेबसाइट आमतौर पर अपने मासिक पेज व्यू के आधार पर अपनी कमाई करती हैं। पांच लाख महीने के पेज व्यू से एक हजार डॉलर यानी तिरासी हजार भारतीय रुपये से पांच हजार डॉलर तक यानी चार लाख भारतीय रुपये तक कमाई की जा सकती है।

  विज्ञापन की कीमत मुख्य रूप से ट्रैफिक पर निर्भर करती है।

  1. मूल्य को प्रति मिल लागत से मापा जाता है।
  2. वॉल्यूम को इंप्रेशन की संख्या से मापा जाता है।
  3. eCPM = (विज्ञापन/ इंप्रेशन से आय) × **1000**

15.7 सारांश

ऑनलाइन विज्ञापन से दर्शकों को किसी भी उत्पाद या सेवा की जानकारी होती है। मार्केटिंग के क्षेत्र में विज्ञापन का विशेष महत्व है। बड़े कॉर्पोरेट घराने से लेकर छोटे व्यवसायी तक ऑनलाइन विज्ञापन की मदद से अपने व्यवसाय को तेजी से बढ़ा रहे हैं। ऑनलाइन माध्यम, विशेषकर सोशल मीडिया के प्लेटफार्म जैसे यूट्यूब, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप सहित असंख्य ऐप्स, ऑनलाइन विज्ञापन के बड़े माध्यम बन चुके हैं। ग्राहकों या दर्शकों तक आसानी से पहुंचने का एक बेहतर जरिया ऑनलाइन विज्ञापन है। अतः हमने इस इकाई से न केवल ऑनलाइन विज्ञापन को समझने का प्रयास किया, बल्कि इसकी उपयोगिता के साथ-साथ रोजगार की दृष्टि से भी इसका अध्ययन उपयोगी है। ऑनलाइन विज्ञापन से ऑनलाइन जॉब की संभावना बनने के साथ ही अनेक प्रकार से कमाई के अवसर प्रदान करता है।

Scanned with OKEN Scanner

15.8 सम्बन्धित प्रश्न

1. ऑनलाइन विज्ञापन का अर्थ और महत्व पर चर्चा कीजिए।
2. ऑनलाइन विज्ञापन कितने प्रकार के होते हैं? विस्तार से उल्लेख कीजिए।
3. ऑनलाइन विज्ञापन के लाभ क्या हैं?
4. ऑनलाइन विज्ञापन से राजस्व सृजन कैसे किया जाता है?
5. विज्ञापन की कीमत किन कारकों पर निर्भर करती है?

15.9 सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. सिंह, रत्नेश्वर के (2014), मीडिया लाइव, राष्ट्रीय पुस्तक न्यास, भारत।
2. त्रिवेदी, मोहित आर. (2013), न्यूजरूम से लाइव, तक्षशिला प्रकाशन।
3. झा, सुशांत (2016), ऑनलाइन मीडिया, पियरसन प्रकाशन।
4. चौधरी, रितेश (2024), डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया विज्ञापन, पार्थ प्रकाशन।
5. शर्मा, मनोज (2020), डिजिटल विज्ञापन के आयाम, भारतीय ज्ञानपीठ।

Scanned with OKEN Scanner

इकाई-16 वेब पत्रकारिता की समसामयिक चुनौतियाँ

वेब पत्रकारिता की समसामयिक चुनौतियाँ

इकाई की रूपरेखा

16.1 उद्देश्य

16.2 प्रस्तावना

16.3 वेब पत्रकारिता का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

16.4 वेब पत्रकारिता

16.4.1 रेडियो

16.4.2 टेलीविजन

16.4.3 फेसबुक

16.4.4 व्हाट्सएप्प

16.4.5 ट्विटर

16.5 वेब पत्रकारिता मे इंटरनेट की भूमिका

16.6 वेब पत्रकारिता की चुनौतियां

16.8 सारांश

16.**8** अभ्यास के प्रश्न

16.9 सन्दर्भ सूची

Scanned with OKEN Scanner

16.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन उपरान्त आप जान सकेगे -

1. वेब पत्रकारिता का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य को आप जान सकेगे।
2. वेब पत्रकारिता मे डिजिटल मीडिया की भूमिका को आप जान सकेगे।
3. वेब पत्रकारिता मे इंटरनेट की भूमिका को आप समझ सकेगे।
4. वेब पत्रकारिता की चुनौतियां को आप जान सकेगे।

16.2 प्रस्तावना

पत्रकारिता, ऑनलाइन पत्रकारिता, सायबर पत्रकारिता आदि नाम से जानते हैं . जैसा कि वेब पत्रकारिता नाम से स्पष्ट है यह कंप्यूटर और इंटरनेट के सहारे संचालित ऐसी पत्रकारिता है जिसकी पहुँच किसी एक पाठक, एक गाँव, एक प्रखंड, एक प्रदेश, एक देश तक नहीं बल्कि समूचा विश्व है और जो डिजिटल तरंगों के माध्यम से प्रदर्शित होती है . प्रिंट मीडिया से यह इस रूप में भी भिन्न है क्योंकि इसके पाठकों की संख्या को परिसीमित नहीं किया जा सकता . इसकी उपलब्धता भी सार्वत्रिक है . इसके लिए मात्र इंटरनेट और कंप्यूटर, लैपटॉप, पॉमटॉप या अब मोबाईल की ही जरूरत होती है . इंटरनेट के ऐसा माध्यम से वेब-मीडिया सर्वव्यापकता को भी चरितार्थ करती है जिसमें ख़बरें दिन के चौबीसों घंटे और हफ़्ते के सातों दिन उपलब्ध रहती हैं . वेब पत्रकारिता की सबसे खासियत है उसका वेब यानी तंरगों पर घर होना. अर्थात् इसमें उपलब्ध किसी दैनिक, साप्ताहिक, मासिक पत्र-पत्रिका को सुरक्षित रखने के लिए किसी किसी आलमीरा या लायब्रेरी की जरूरत नहीं होती. समाचार पत्रों और टेलिविज़न की तुलना में इंटरनेट पत्रकारिता की उम्र बहुत कम है लेकिन उसका विस्तार तेज़ी से हुआ है. आनेवाले दिनों में इसका विस्तार तेजी से पत्रकारिता यानी वायरलेस पत्रकारिता में होगा जिसकी पहल कुछ मोबाइल कंपनियों द्वारा शुरू भी की जा चुकी है।

16.3 वेब पत्रकारिता का ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

वेब मीडिया या ऑनलाइन जर्नलिज्म परंपरागत पत्रकारिता से इन अर्थों में भिन्न है उसका सारा कारोबार ऑनलाइन यानी रियल टाइम होता है. ऑनलाइन पत्रकारिता में समय की भारी बचत होती है क्योंकि इसमें समाचार या पाठ्य सामग्री निरंतर अपडेट होती रहती है. इसमें एक साथ टेलिग्राफ़, टेलिविजन, टेलिटाइप और रेडियो आदि की तकनीकी दक्षता का उपयोग सम्भव होता है. आर्काइव में पुरानी चीजें

Scanned with OKEN Scanner

यथा मुद्रण सामग्री, फिल्म, आडियो जमा होती रहती हैं जिसे जब कभी सुविधानुसार पढ़ा जा सकता है. ऑनलाइन पत्रकारिता में मल्टीमीडिया का प्रयोग होता है जिसमें, टैक्स्ट, ग्राफिक्स, ध्वनि, संगीत, गतिमान वीडियो, थ्री-डी एनीमेशन, रेडियो ब्रोडकास्टिंग, टेलीकास्टिंग प्रमुख हैं. और यह सब ऑनलाइन होता है, यहाँ तक कि पाठकीय प्रतिक्रिया भी. कहने का वेब मीडिया में मतलब प्रस्तुतिकरण और प्रतिक्रियात्मक गतिविधि एवं सब कुछ ऑनलाइन होता है. परंपरागत प्रिंट मीडिया संपूर्ण संदर्भ पाठकों को उपलब्ध नहीं करा सकता किन्तु ऑनलाइन पत्रकारिता में वह भी संभव मात्र एक हाइपरलिंक के द्वारा. इंटरनेट पत्रकारिता के टूल्स वेब पत्रकारिता प्रिंट और इलेक्ट्रानिक माध्यम की पत्रकारिता से भिन्न है. वेब पत्रकारिता के लिए लेखन की समस्त दक्षता के साथ-साथ कंप्यूटर और इंटरनेट की बुनियादी ज्ञान के अलावा कुछ आवश्यक सॉफ्टवेयरों के संचालन में प्रवीणता भी आवश्यक होता है।

भारत के ऑनलाइन समाचार पत्रों का ले आउट मुद्रित संस्करणों की तरह नहीं होता है जबकि मुद्रित संस्करणों की सामग्री 8 कॉलमों में होती हैं. ऑनलाइन पत्र की सामग्री कई रूपो में होती हैं . इसमें एक मुख्य पृष्ठ होता है जो कंप्यूटर के मॉनीटर में प्रदर्शित होता है जहाँ विविध खंडों में सामग्री के मुख्य शीर्षक हुआ करते हैं . इसके अलावा खास समाचारों और मुख्य विज्ञापनों को भी मुख्य पृष्ठ में रखा जाता है जिन्हें क्लिक करने पर उस समाचार, फोटो, फीचर, ध्वनि या दृश्य का लिंक किया हुआ पृष्ठ खुलता है और तब पाठक उसे विस्तृत रूप में पढ़, देख या सुन सकता है . समाचार सामग्री को वर्गीकृत करने वाले मुख्य शीर्षकों का समूह अधिकांशत हर पृष्ठों में हुआ करते हैं. ये शीर्षक समाचारों की स्थानिकता, प्रकृति आदि के आधार पर हुआ करते हैं जैसे विश्व, देश, क्षेत्रीय, शहर. या फिर राजनीति, समाज, खेल, स्वास्थ्य, मनोरंजन, लोकरूचि, प्रौद्योगिकी आदि. ये सभी अन्य पृष्ठ या वेबसाइट से लिंक्ड रहते हैं. इस तरह से एक पाठक केवल अपनी इच्छानुसार ही संबंधित सामग्री का उपयोग कर सकता है. पाठक एक ई-मेल या संबंधित साइट में ही उपलब्ध प्रतिक्रिया देने की तकनीकी सुविधा का उपयोग कर सकता है. वांछित विज्ञापन के बारे में विस्तृत जानकारी भी पाठक उसी समय जान सकता है जबकि एक मुद्रित संस्करण में यह असंभव होता है . इस तरह से ऑनलाइन संस्करणों में ऑनलाइन शापिंग का भी रास्ता है . मुद्रित संस्करणों में पृष्ठों की संख्या नियत और सीमित हुआ करती है जबकि ऑनलाइन संस्करणों में लेखन सामग्री और ग्राफिक्स की सीमा नहीं हुआ करती . ऑनलाइन पत्रों की एक विशेषता है कि वहाँ

Scanned with OKEN Scanner

उसके पाठकों की सख्या यानी रीड़रशीप उसी क्षण जानी जा सकती है. वेब-पत्रकारिता का सामान्य वर्गीकरण इंटरनेट अब दूरस्थ पाठकों के लिए समाचार प्राप्ति का सबसे खास माध्यम बन चुका है।

16.4 वेब पत्रकारिता

इंटरनेट की एक सबसे बडी खासियत यह है कि इसमें परंपरागत मीडिया की सभी विशिष्टतायें बरकरार रहती हैं, साथ ही यह इसके उपयागे कर्ताओं को घर बैठे, जल्दी, आरै अधिकांशतया बिना अतिरिक्त खर्च किये प्राप्त हो जाती हैं। यहां उपयोगकर्ता सूचनाओं तथा समाचारों को पढ, देख आरै सुन भी सकते हैं, साथ ही तुरंत अपनी प्रतिक्रिया भी दे सकते है। यहां समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन निजी कम्प्यूटर (पीसी), लेपटॉप या कहीं भी चलते-फिरते टेबलेट-मोबाइल, स्मार्ट फोन आदि पर उपलब्ध हो जाते हैं, तथा इनका प्रयोग न केवल कभी भी कर सकते हैं, वरन उन्हें भविष्य के उपयागे के लिये हमेशा अपने पास भी रख सकते हैं।

वेब पत्रकारिता का अर्थ वेब यानी वर्ल्ड वाइब वेब अर्थात इंटरनेट के माध्यम से विश्व के विभिन्न देशों में पाठको से वेब यानी तरगों के जरिये संपर्क करना है। यह पत्रकारिता इंटरनेट पर ऑनलाइन यानी लाइन अर्थात तरंगों पर हमेशा ऑन यानी उपलब्ध होने की वजह से ऑनलाइन पत्रकारिता, तथा साइबर पत्रकारिता भी कही जाती है। इंटरनेट पर ऑनलाइन तरीके से विश्व भर में सूचनाऐं देने की क्रिया करने वाले को वेब पत्रकार और इस क्रिया को वेब पत्रकारिता कहते हैं। यह इंटरनेट और कम्प्यूटर के सहारे संचालित ऐसी पत्रकारिता है, जिसकी पहुंच किसी एक पाठक, गांव, एक प्रखंड, एक प्रदेश या एक देश तक सीमित नहीं रहती, वरन डिजिटल तरंगों के माध्यम से पूरी दुनिया में प्रदर्शित होती है। इसका सारा कार्य ऑनलाइन यानी 'रियल टाइम' में होता है।

वबे पत्रकारिता ने समाचार और सूचना संसार में बडा परिवर्तन किया है। नई तकनीक के आने से वेब पत्रकारिता ने तुरंत-तत्काल समाचार प्राप्त करने की नयी संस्कृति को जन्म दिया है। सोशल मीडिया के फेसबुक, ट्विटर और ह्वाट्स एप जैसे माध्यम भी वेब पत्रकारिता के सहयोगी और अंग बन गये हैं। इन माध्यमों से लोगों की खबर पलक झपकते ही सारी दुनिया मे पहुँच जाती है, जो कि अन्य समाचार माध्यमे मे संभव नहीं है। तकनीक में हो रहे परिवर्तन ने वेब पत्रकारिता को जोरदार गति दी है। एक वेब पत्रकार जब चाहे सोशल मीडिया के इन माध्यमों से अपने संस्थान के खबरें दे सकता है, आरै उसे अनुमति हो तो संस्थान की वबे साइट या न्यज पोर्टल को अपडेट भी कर सकता है। यहां एक व्यक्ति भी

Scanned with OKEN Scanner

चाहे तो सारा काम कर सकता है। प्रिंट में अखबार 24 घंटे में एक बार प्रकाशित होगा और टीवी में न्यज का सामान्यतया रिकॉर्डेट एक रोल चलता है, और कभी-कभार ही 'लाइव' प्रसारण होता है, जबकि वेब के माध्यम से हर सेकेंड नई और ताजा खबर दी जा सकती हैं। दूसरे किसी भी माध्यम में यह संभव नहीं है। वेब पत्रकारिता में दूर-पास की दूरी, भूत, भविष्य व वर्तमान के समय तथा दुनिया की सैकड़ों अधिकृत भाषाओ के साथ समाचार विस्तार से या संक्षिप्त रूप में मिलने जैसे प्रतिरोधेाक भी नहीं होते हैं। यहां पर ताजी व पुरानी सूचनाएं एक साथ ढढ़ूी जा सकती है। यहां दूर और पास यानी अपने गावं -शहर से लेकर विश्व के किसी भी काने और किसी भी काने की खबरें वबे पत्रकारिता के सोशल मीडिया प्लेटफार्म के जरिये 'गूगल ट्रांसलेटर' जैसे माध्यमों की मदद से किसी भी भाषा की मदद से कहीं की भी खबरें कहीं से भी पढ़ी, देखी और सुनी जा सकती हैं। संक्षिप्त समाचारों के भी थोड़ा और 'सर्च' कर अन्य माध्यम पर विस्तार से जाना जा सकता है। समाचार संस्थान के लिये भी किसी समाचार को कम स्थान में सिमटाने की अखबार की तरह स्थान की बाध्यता नहीं होती। यहां पुरानी खबरें भी 'आर्ची' या एतिहासिक प्रमाण या 'रिफरेसं ' के लिये हमेशा उपलब्ध होती हैं। उन्हें समाचार पत्रों की तरह ढढू ने के लिये ढेरों समाचार पत्रो को धूल झाड़ते हुये नहीं टटाले ना पड़ता। टीवी-रेडयो मे तो पुरानी खबरों के देखने का विकल्प ही नहीं होता, किंतु टीवी-रेडिये संस्थानों के वबे संस्करणे ने पुरानी खबरो को फिर से और भविष्य में कभी भी देखने की सुविधा भी दे दी है।

16.4.1 **रेडियो:** माना जाता है कि दुनिया में इंटरनेट टॉक रेडियो नामक पहला इंटरनेट रेडियो अमेरिका में सन् 1993 में आरंभ हुआ था। इसके साथ ही अनेक लोगों ने पहले से रिकोर्ड किये गये साक्षात्कार व अन्य ऑडियो सामग्री इंटरनेट पर छोड़ना आंरभ कर दिया था। लेकिन अमेरिका में WXYC नामक रेडियो स्टेशन ने सन् 1994 में विधिवत रुप से इंटरनेट पर प्रसारण की घोषणा की । इस दौरान इंटरनेट भी आरंभिक विकास के दौर से गुजर रहा था इसलिए रेडियो प्रसारण की कोई मुकम्मल तकनीक विकसित नहीं हो पायी थी। शुरुआत में हर हफ्ते पाँच घंटे का प्रायोगिक लाइव प्रसारण किया गया । लगभग चार साल तक प्रयोगों का' दौर चलता रहा। इस दौरान इंटरनेट रेडियो के लिए विशेष रेडियो स्टुडियों बनाया गया । भारत में आकाशवाणी ने अपनी इंटरनेट सेवा 25 फरवरी, 1998 को आरंभ की। नयी सदी में जैसे जैसे इंटरनेट की तकनीक सस्ती और सुलभ होती गयी अधिकाधिक लोग दुनियाभर मे छोटे स्तर पर

Scanned with OKEN Scanner

रेडियो प्रसारण करने लगे । सन् 2006 में कुछ मलयाली उत्साही युवाओं ने मिलकर दुनियाभर के मलयाली संगीत प्रेमियों के लिए रेडियो दमदम शुरु किया ।

16.4.2 टेलीविजन: 1950 के दशक में रेडियो को सबसे लोकप्रिय जन माध्यम के रूप में प्रतिस्थापित करने के बाद से, टेलीविजन ने आधुनिक जीवन में ऐसी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है कि कुछ लोगों के लिए इसके बिना कल्पना करना मुश्किल है। टेलीविजन ने मूल्यों को प्रतिबिंबित करने और आकार देने के साथ-साथ, टेलीविजन की कभी-कभी बच्चों और युवाओं पर इसके कथित नकारात्मक प्रभावों के लिए आलोचना की जाती है और कभी-कभी अपने सभी दर्शकों के लिए एक सामान्य अनुभव बनाने की इसकी क्षमता के लिए इसकी प्रशंसा भी की जाती है।

16.4.3 फेसबुक: फेसबुक एक सोशल नेटवर्किंग साइट है, जिसका आरंभ हार्वर्ड यूनिवर्सिटी की एक डोरमेट्री में चार फरवरी 2004 को एक छात्र मार्क जुकेरबर्ग ने किया था। तब इसका प्रारंभिक नाम 'द फसे बुक' था। कालेज नेटवर्किंग जालस्थल के रूप में आरंभ के बाद शीघ्र ही यह कालेज परिसर मे लाके प्रिय होती चली गयी। कुछ ही महीनों मे यह नेटवर्क पूरे यूरोप मे पहचाना जाने लगा। अगस्त 2005 में इसका नाम फेसबुक कर दिया गया। धीरे-धीरे उत्तर अमरीका की अन्य सबसे नामचीन स्टेनफर्ड तथा बासे टन विश्व विद्यालये के छात्रों के लिए भी इसकी सदस्यता के खोल दिया गया। बाद में 13 वर्ष की आयु से ऊपर के व्यक्ति के लिए फेसबुक की सदस्यता स्वीकृत हुयी।

16.4.4 व्हाट्सएप्प: जनवरी 2009 (कहीं फरवरी 2010 का भी उल्लेख) में उक्रेन के 37 साल के जैन कॉम द्वारा अमेरिका के 44 साल के ब्रायन एक्टन के साथ मिलकर शुरू किये गये व्हाट्सएप्प के जनवरी 2016 तक दुनियां मे एक अरब उपयागे कर्ता हो गये हैं, जबकि सितंबर 2015 में इसके उपयागे कर्ताओं की संख्या 90 करोड़ बतायी गयी थी। इधर जनवरी 15 मे जनै कूम ने व्हाट्सएप्प के प्रयोग के लिये उपयागे कर्ताओ से दूसरे वर्ष में लिये जाने वाले 99 सेट्स के शुल्क के समाप्त करने का इरादा जाहिर किया है। उल्लेखनीय है कि 2014 मे फेसबुक ने व्हाट्सएप्प के 21.8 अरब डॉलर में खरीद लिया था।

16.4.5 ट्विटर: ट्विटर की शुरुआत इंटरनेट पर 21 मार्च 2006 में हुयी। ट्विटर मूलत एक मुफ्त लघु संदेश सेवा व माइक्रा- ब्लगिगं तरह की सोशल मीडिया सेवा है जो अपने उपयागे कर्ताओं के अपनी अद्यतन जानकारिया, जिन्हे ट्वीट्स कहते हैं, एक दूसरे के भेजे ने और पढ़ने की सुविधा देता है। इस कारण यह टेक-सेवी यानी आधुनिक संचार माध्यमों का प्रयोग करने वाले उपभाक्तेाओ, विशेषाकर युवाओ मे

Scanned with OKEN Scanner

खासी लोकप्रिय हो चुकी है। ट्वीट्स अधिकतम 140 अक्षरों तक के हो सकते है जो उपयागे कर्ता प्रेषाक के द्वारा भेजे जाते हैं। इन्हे उपयागे कर्ता के फलाओर देख और दुबारा प्रेषित कर सकते हैं। चूंकि केवल फालोअर ही किसी के ट्वीट्स को देख सकते हैं,इसलिए ट्विटर पर उपयोगकर्ताओ को फालों करने की होड़ रहती है और लोग की प्रसिद्धि उनके फोलोवर्स की संख्या के रूप में दिखाई देती है।

16.5 वेब पत्रकारिता मे इंटरनेट की भूमिका

भारत में इंटरनेट 1980 के दशक मे आया, जब एर्नेट (Educational & Research Network) को भारत सरकार के इलेक्ट्रानिक्स विभाग और संयुक्त राष्ट्र उन्नति कार्यक्रम (UNDP) की ओर से प्रोत्साहन मिला। सामान्य उपयोग के लिये इंटरनेट 15 अगस्त 1995 से उपलब्ध हुआ,जब विदेश सचांर निगम लिमिटेड (VSNL) ने गेटवे सर्विस शुरू की। भारत मे इंटरनेट प्रयोग करने वालों की संख्या में तेजी से वृद्धि हुयी है।

भारत में इंटरनेट की सुविधा 1990 के दशक के मध्य से मिलने लगी। पर बवे पत्रकारिता की शुरूआत वर्ष 1995 में सबसे पहले चेन्नई से निकलने वाले 'हिंदू' समाचार पत्र ने अपना इंटरनेट संस्करण जारी कर की, जिसके बाद इंदौर के 'नई दुनिया' अखबार ने 'वेब दुनिया' के नाम से हिंदी का पहला समाचार पोर्टल शुरू कर हिंदी पत्रकारिता में एक नये युग की शुरुआत की। इसके बाद दिल्ली से पत्रकार हरिशंकर व्यास ने हिंदी पोर्टल 'नेट जाल' शुरू किया। आगे 'रेडिफ डॉट कॉम', 'सत्यम ऑन लाइन डॉट कॉम' व 'विमने इंफाले इन डॉट कॉम' जैसे कुछ बड़े वेब पोर्टलों ने भी हिंदी के 'सेक्शन' खोले। और इसके बाद ही अन्य राष्ट्रीय समाचार पत्रों ने भी ई-पेपर एवं इंटरनेट संस्करण-समाचार पोर्टल जारी किये। यह गति इतनी तेज रही कि 1998 तक 48 समाचार पत्रों ने अपने इंटरनेट संस्करण शुरू कर दिये थे। जबकि वर्तमान मे तो मझले व छोटे शहरों से निकलने वाले टेब्लॉइल सरीखे पत्र, सांध्य दैनिक तथा पत्र-पत्रिकायें भी इंटरनेट पर ई-पेपर व समाचार पार्टेलों के अलावा मोबाइल फोंने के उपयागे कर्ताओं के लिये अलग से मोबाइल एप तथा 'एम पेपर' भी जारी कर रहे हैं। और इस तरह बेव पत्रकारिता अपने बाल्यावस्था से निकल कर तरुणाई की ओर अग्रसर हो रही है।

इंटरनेट से पहले भी अनेक माध्यम जैसे समाचार पत्र, सिनेमा, रेडियो और टेलीविजन जनसंचार के लिए उपयोग में है लेकिन जनसंचार माध्यम के रूप में इंटरनेट के बाद एक नए युग का सूत्रपात हुआ इंटरनेट किसी भी अन्य माध्यम का स्थान नहीं ले रहा बल्कि उन्हें नये आयाम और विस्तार दे रहा है। इंटरनेट की

Scanned with OKEN Scanner

मदद से कम्प्यूटर स्क्रीन पर लंबा लेख, पत्रिका ओर पुस्तकें पढ़ना संभव नहीं है। लेकिन निःसंदेह काफी मात्रा में टैक्स्ट के आदान-प्रदान का प्लेटफार्म इंटरनेट बन चुका है। इसी प्रकार रेडियो की तरह ये सस्ता, सहज, सुलभ और हल्का नही है। लेकिन इसके माध्यम से फ़्रीक्वेंसी की सीमाओं को लांघकर आप दुनिया भर के रेडियो चैनल सुन सकते हैं। यही बात इंटरनेट टेलीविजन पर भी लागू होती है। इंटरनेट ने रेडियो और टेलीविजन की रेखयी (लीनियर) प्रकृति को भी बदल दिया है। इसका अर्थ है कि सामान्यतः हम रेडियो और टेलीविजन पर वही सब सुनते और देखते हैं जो कि एक क्रम से प्रसारित किया जाता है। ये क्रम हम नहीं बल्कि चैनल तय करते हैं। अनेक बार किसी कार्यक्रम का समय और क्रम हमारे अनुरुप नहीं होता। परिणामस्वरुप या तो हम उस कार्यक्रम को देख या सुन नहीं पाते या फिर उसे अधूरा छोड़ना पड़ता है। लेकिन इंटरनेट अपने श्रोता एव दर्शक को ये सुविधा देता है कि वो स्वयं ये तय करे कि उसे क्या, कब और कितना देखना है।

16.6 वेब पत्रकारिता की चुनौतियां

जब हमारे देश में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का आगमन हुआ तो मीडिया-विशेषज्ञों के मध्य बहस का सबसे चर्चित विषय यही होता था कि क्या इससे प्रिंट मीडिया की प्रासंगिकता पर प्रश्नचिन्ह लग जाएगा। इस विषय पर समाचार-पत्रों, विश्वविद्यालयों, गोष्ठियों में बहुतेरा विचार-विमर्श हुआ, जिसमें से यह भी निकल कर आया कि जब सूचनाएं तत्काल और एक बटन दबाने पर ही उपलब्ध होगीं, तो बासी खबरों के लिए समाचार-पत्रा पढ़ने की जहमत कौन उठाएगा? पक्ष-विपक्ष में इसी से मिलते-जुलते प्रश्न निकलते थे। कुछ समय पश्चात् ही इस प्रश्न का जवाब सभी लोगों को मिल गया और वर्तमान में तो यह प्रश्न ही विलोपित हो गया, क्योंकि इसकी प्रासंगिकता ही नहीं रही। प्रासंगिकता क्यों नहीं रही यह प्रश्न जरूर विचारणीय हो सकता है, मगर प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया जरूर प्रासंगिक बने हुए हैं और अपनी-अपनी भूमिका का निर्वहन कर रहे हैं।

मीडिया का जब भी कोई नया माध्यम सामने आता है, पुराने माध्यमों को अपने अस्तित्व की चिंता सताने लगती है। जाहिर है वेब माध्यम की खोज और तेजी से बढ़ते प्रचलन के बाद भी पुराने माध्यमों मसलन प्रिंट, रेडियो और टेलीविजन को अपने भविष्य की चिंता सताने लगी थी। बीसवीं सदी के शुरू में जब रेडियो माध्यम आया था तो निश्चित तौर पर वह प्रिंट माध्यम से चरित्रा और तकनीकी दोनों स्तर पर अलग था। इसी तरह 1930 के दशक में आया टेलीविजन भी रेडियो के ऑडियो गुणों से थोड़ा युक्त होने

Scanned with OKEN Scanner

के बावजूद अपने पहले के दोनों माध्यमों से अलग था। लेकिन वेब माध्यम पहले से प्रचलित दूसरे माध्यमों के लिए सबसे बड़ा सहारा बनकर उभरा।

वेब पत्राकारिता की चुनौतियों को समझने के लिए सबसे पहले हमें आज के दौर में मौजूद माध्यमों, उनके चरित्रा और उनकी खासियतों-कमियों पर ध्यान देना होगा। इंटरनेट के आने से पहले तक सभी माध्यमों की अपनी स्वतंत्रा पहचान और स्पेस था। लेकिन इंटरनेट ने इसे पूरी तरह बदल डाला है। इंटरनेट पर स्वतंत्रा समाचार साइटें भी हैं तो अखबारों के अपने ई संस्करण भी मौजूद हैं। स्वतंत्रा पत्रिकाएं भी हैं तो उनके ई संस्करण भी आज कंप्यूटर से महज एक क्लिक की दूरी पर मौजूद हैं। इसी तरह टेलीविजन और रेडियो के चैनल भी कंप्यूटर पर मौजूद हैं। कंप्यूटर का यह पैफलाव सिर्पफ डेस्क टॉप या पिफर लैपटॉप तक ही सीमित नहीं रहा। बल्कि यह आम-ओ-खास सबके हाथों में मौजूद पंडोरा बॉक्स तक में पहुंच गया है।

फिलहाल भारतीय भाषाओं की वेब पत्राकारिता की सबसे बड़ी परेशानी कमाई के स्रोतों की कमी है। भाषाई प्रिंट माध्यमों में विज्ञापनों की बाढ़ आई है। भारत में इस वक्त करीब चालीस करोड़ लोगों का ऐसा उपभोक्ता समूह है, जिसकी जिंदगी के सपने बढ़े हैं और उसकी खरीद क्षमता का विकास हुआ है। उपभोक्ताओं के इस नए वर्ग के चलते टेलीविजन की ओर भी विज्ञापनों का प्रवाह बढ़ा है। लेकिन अभी इंटरनेट की दुनिया में विज्ञापनों का यह प्रवाह नहीं

दिख रहा है।

नई दुनिया समाचार पत्रा के इंटरनेट संस्करण 'वेब दुनिया' को प्रथम औपचारिक प्रकाशन माना जा सकता है वेब पत्राकारिता का। लगभग 15 वर्ष पहले जब यह प्रारंभ किया था, तब इसे कोई खास तव्वजों नहीं दी गई थी और 'एक विशेष वर्ग' को लक्षित करके ही इसे निकाला जा रहा है, ऐसा भी बोला गया। बोलने के कारण भी सापफ थे, कंप्यूटर और इंटरनेट गिने-चुने थे।

16.7 सारांश

वेब-पत्राकारिता या ऑनलाइन पत्राकारिता प्रिंट पत्राकारिता से बिल्कुल अलग है। वेब-पत्राकारिता या ऑनलाइन पत्राकारिता पर कुछ खास लेखकों का कब्जा या यू कहें कि कुछ लेखकों की खानदानी विरासत नहीं है। वेब-पत्राकारिता या ऑनलाइन पत्राकारिता में हर किसी के लिए रास्ते खुले हैं, अच्छे

Scanned with OKEN Scanner

लेखक को एक ही रात और एक ही लेख से अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पहचान मिल सकती है और उसे अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पढ़ा जाता है।

भारत में डिजिटल मीडिया बहुत तेजी से बढ़ रहा है। डिजिटल इंडिया के तहत विभिन्न पहलों को ध्यान में रखते हुए जो डिजिटल बुनियादी ढांचे को मजबूत करेगी, यह प्रवृत्ति जारी रहेगी। भारतीय मीडिया उद्योग ने डिजिटल को अपनाया है और प्रिंट, टीवी और रेडियो सहित सभी प्लेटफॉर्म डिजिटल युग में प्रासंगिक बने रहने के लिए खुद को ढाल रहे हैं। डिजिटल मीडिया कहानी कहने, विपणन और अनुसंधान के नए तरीकों जैसे बहुत सारे अबसर प्रदान करता है, लेकिन साथ ही साथ झूठी जानकारी फैलाकर बहुत सारी अराजकता पैदा करने के लिए इसकी आलोचना की जा रही है और ट्रोलिंग जैसे मुद्दे ने हाल के वर्षों में कई लोगों का ध्यान खींचा है। डिजिटल माध्यम बहुत सारी सुविधाएँ प्रदान करता है, यह लोगों पर निर्भर करता है कि इन सुविधाओं का रचनात्मक रूप से कैसे उपयोग किया जा सकता है। डिजिटल इंडिया का विजन देश के प्रत्येक नागरिक के लिए डिजिटल बुनियादी ढांचे उपलब्ध कराना है, इसके जरिए भारत को डिजिटल रूप से सशक्त समाज और ज्ञान आधारित अर्थव्यवस्था बनाने के लिए नागरिकों का डिजिटल सशक्तिकरण बहुत आवश्यक है ।

वेब-पत्राकारिता आज दूरस्थ पाठकों के लिए समाचार प्राप्ति का सबसे खास माध्यम बन चुका है। इधर इंटरनेट आधारित पत्रा-पत्रिकाओं की संख्या निरंतर बढ़ती जा रही है। इसमें दैनिक, साप्ताहिक, मासिक, त्रौमासिक सभी तरह की आवृत्तियों वाले समाचार पत्रा और पत्रिकायें शामिल हैं। विषय वस्तु की दृष्टि से इन्हें हम समाचार प्रधान, शैक्षिक, राजनैतिक, आर्थिक आदि केंद्रित मान सकते हैं।

16.8 अभ्यास के प्रश्न

1. ऑनलाइन विज्ञापन का अर्थ और महत्व को स्पष्ट कीजिए।
2. ऑनलाइन विज्ञापन के मुख्य प्रकारों का विवरण दीजिए।
3. ऑनलाइन विज्ञापन राजस्व सृजन के तरीके पर प्रकाश डालिए।
4. डिजिटल प्लेटफॉर्म पर विज्ञापन के लिए उपयोग किए जाने वाले सॉफ़्टवेयर के नाम और उपयोग लिखिए।
5. ऑनलाइन विज्ञापन की प्रभावशीलता किन कारकों पर निर्भर करती है?

16.9 सन्दर्भ सूची

Scanned with OKEN Scanner

1. माथुर, श्याम (2010), वेब पत्रकारिता, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर।
2. सुमन, हंसराज, विक्रम एस. (संपादक) (2010), वेब पत्रकारिता, नटराज प्रकाशन, दिल्ली।
3. सिंह, रत्नेश्वर के (2014), मीडिया लाइव, राष्ट्रीय पुस्तक न्यास, भारत।
4. चौधरी, रितेश (2024), डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया विज्ञापन, पार्थ प्रकाशन।
5. त्रिवेदी, मोहित आर. (2013), न्यूजरूम से लाइव, तक्षशिला प्रकाशन।

Scanned with OKEN Scanner