International Journal of Engineering Research & Management Technology
ISSN: 2348-4039
May-June-2018 Volume 5, Issue-3
IJERMT Email: editor@ijermt.org www.ijermt.org

भारत में न्यू मीडिया के युग में पत्रकारिता

Anurag Dubey,
Research Scholar, Dept. of Mass Communication, Himalayan University

Dr. Sobhna Tiwari,
Research Guide, Dept. of Mass Communication, Himalayan University

सार

न्यू मीडिया ने मानव जीवन के बहु क्षेत्रों में व्यक्तिगत और सामूहिक रूप से बहुत सारे अवसरों और विकास के द्वार खोल दिए हैं। पत्रकारिता का क्षेत्र भी उन क्षेत्रों में शामिल है जो नए मीडिया द्वारा काफी हद तक बदल दिए गए हैं। इसने समाचार माध्यमों के वाहन को किसी भी समाचार या सूचना को पत्रकारों और दर्शकों तक तुरंत पहुँचाने की तीव्र गति प्रदान की है। पत्रकार अपने पेशेवर काम में बड़े पैमाने पर न्यू मीडिया का उपयोग कर रहे हैं। न्यू मीडिया के आविष्कार ने पूरे विश्व में पत्रकारिता के पेशे को गहराई से प्रभावित किया। इसने पत्रकारिता उद्योग में सूक्ष्म स्तर से वृहद स्तर तक परिवर्तन लाया है। सर्वेक्षण पद्धति के बाद किए गए इस अध्ययन से पता चलता है कि न्यू मीडिया के आने के बाद भारत में पत्रकारिता कैसे बदल गई है। यह अध्ययन इस बात पर गौर करेगा कि न्यू मीडिया का मेन स्ट्रीम न्यूज मीडिया पर क्या प्रभाव पड़ता है और न्यू मीडिया भारत में मेन स्ट्रीम न्यूज मीडिया के लिए फायदेमंद है या चुनौती?

कीवर्ड: न्यू मीडिया, न्यूज मीडिया, पत्रकारिता, सोशल मीडिया, मीडिया उद्योग, ई-पेपर

1. परिचय

आधुनिक युग प्रौद्योगिकी का युग है और मानव जीवन के सभी पहलुओं जैसे सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक और संचार प्रौद्योगिकी से बहुत गहराई से प्रभावित हैं। आज संचार के बहुत सारे आधुनिक साधन और प्लेटफार्म तकनीक के कारण ही उपलब्ध हैं। इन माध्यमों और मंच ने विशेष रूप से पत्रकारिता के क्षेत्र में बहुत से बदलाव लाए हैं। न्यू मीडिया के जन्म से लेकर आज तक जैसे-जैसे तकनीक में सुधार हुआ है, वैसे-वैसे न्यूज मीडिया में बदलाव आने लगे हैं। नए मीडिया के जन्म के बाद एक पाठक या दर्शक को अपने क्षेत्र या किसी भी अंतरराष्ट्रीय मामले से संबंधित समाचार जानने के लिए अगले दिन के समाचार पत्र की प्रतीक्षा करने की आवश्यकता नहीं होती है, लेकिन वह कंप्यूटर पर या अपने कंप्यूटर पर केवल एक क्लिक पर सब कुछ जान सकता है। उसका स्मार्ट फोन इंटरनेट और दर्शकों की मदद से दुनिया के किसी भी कोने में कोई भी घटना घटित होने के चंद मिनटों में ही जान जाती है।

दर्शकों को न केवल घटना के बारे में जानकारी मिलती है बल्कि ट्विटर, फेसबुक, व्हाट्स ऐप और यू ट्यूब आदि के माध्यम से घटना के दृश्य भी देख सकते हैं। आज प्रौद्योगिकी की उन्नति ने एक विशिष्ट भाषा की बाधा को दूर कर दिया है। अब

आप अपनी भाषा में कोई भी जानकारी जान सकते हैं। इंटरनेट विभिन्न विभिन्न भाषाओं में सूचना, ज्ञान और मनोरंजन का केंद्र है। आज न्यू मीडिया न केवल एक क्लिक पर सूचना और ज्ञान प्रदान करता है बल्कि उम्र, लिंग, रंग, धर्म, सामाजिक स्थिति या राष्ट्रीयता के बिना अपनी आवाज उठाने के लिए सभी को अवसर प्रदान करता है। दुनिया भर में न्यू मीडिया की लोकप्रियता अपने चरम पर है। 2018 में भारत में इंटरनेट के 483 मिलियन उपयोगकर्ता थे और 2023 में इस संख्या के 666.4 मिलियन तक पहुंचने की उम्मीद है। 2019 में 4.388 बिलियन लोग इंटरनेट का उपयोग करते हैं और 3.484 बिलियन लोग सोशल मीडिया के सक्रिय उपयोगकर्ता हैं। भारत की बात करें तो हम पाते हैं कि 2019 में भारत में लोगों ने प्रतिदिन 2.32 घंटे सोशल मीडिया पर बिताए। आज दुनिया की 28% आबादी सोशल मीडिया पर है। न्यू मीडिया हर किसी को एक पत्रकार होने का अवसर प्रदान करता है ताकि वह अपने स्वयं के समाचार, विचार, विचार और चिंताओं को पोस्ट कर सके या वैश्विक स्तर के मंच पर अपनी सामग्री का उत्पादन कर सके। पत्रकारिता के उद्भव के बाद पत्रकारिता का क्षेत्र और उसका स्वरूप पूरी तरह से बदल गया है। न्यू मीडिया ने समाचार एकत्र करने की प्रक्रिया में तेज गति लाई है और पत्रकारों को क्षेत्र की तुलना में कार्यालय में अधिक काम करने की अनुमति दी है। हम दुनिया भर के हजारों समाचार वेबसाइटों, समाचार पोर्टलों, समाचार पत्रों के ई-संस्करणों और न्यू मीडिया के विभिन्न प्लेटफार्मों पर समाचार सामग्री से संबंधित बड़ी संख्या में वीडियो देख सकते हैं। दुनिया भर के नए मीडिया उपयोगकर्ताओं द्वारा पाठ्य, श्रव्य और दृश्य रूप में प्रतिदिन लाखों पोस्ट न्यू मीडिया पर पोस्ट किए जाते हैं। आज न्यू मीडिया ने पत्रकारों के लिए ही नहीं बल्कि दर्शकों और मीडिया घरानों के लिए भी बहुत सस्ती कीमत पर और कम समय में सामग्री का निर्माण, भंडारण और वितरण करना पत्रकारिता को बहुत आसान बना दिया है।

2. समाचार के स्रोत के रूप में न्यू मीडिया:

एक पत्रकार का कर्तव्य निभाने के लिए और अपने मीडिया आउटलेट की ओर से दर्शकों या पाठकों को नवीनतम समाचार परोसने के लिए, एक पत्रकार को अपने बीट क्षेत्र में नवीनतम घटनाओं के बारे में जानकारी की आवश्यकता होती है। न्यू मीडिया उनकी इस आवश्यकता को पूरा करने में बहुत अच्छा योगदान देता है क्योंकि यह सभी को संचार का एक बड़ा मंच प्रदान करता है और दुनिया भर में एक-दूसरे से जुड़ने और अपने विचारों, सूचनाओं, विचारों या प्रतिक्रिया को अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर साझा करने की सुविधा प्रदान करता है। न्यू मीडिया पर एक पत्रकार का संबंध क्षेत्र विशेष के कुछ मित्रों, रिश्तेदारों और अन्य ज्ञात व्यक्तियों, अधिकारियों, राजनेताओं और खिलाड़ियों, सामाजिक और सांस्कृतिक कार्यकर्ताओं और बुद्धिजीवियों से जुड़ा हुआ है। इन लोगों द्वारा किसी भी आयोजित कार्यक्रम या आयोजित किए जाने वाले कार्यक्रम के बारे में या अपने निजी जीवन के बारे में जानकारी, विचार, सुझाव, टिप्पणियाँ और प्रतिक्रियाएँ और राय समय-समय पर विभिन्न नए मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप और इंस्टाग्राम आदि पर साझा की जाती हैं। , उपलब्धि या हार या किसी विशेष क्षेत्र, राज्य, देश या दुनिया में नवीनतम घटनाओं के बारे में और समाचार के लिए नाक की क्षमता रखने वाला पत्रकार सुराग लेकर अपने दर्शकों के लिए अपनी अधिक रोचक विस्तृत समाचार कहानी

तैयार कर सकता है, उसके साथ जुड़े लोगों द्वारा न्यू मीडिया पर साझा की गई इन पोस्टों की जानकारी या कोई विचार। इस प्रकार ये लोग पत्रकार के लिए मुखबिर की अच्छी भूमिका निभा सकते हैं।

3. क्या न्यू मीडिया पुराने मीडिया के लिए खतरा है?

न्यू मीडिया के आने के बाद यह कहा जा रहा था कि न्यू मीडिया पुराने मीडिया के लिए खतरा है। यह कुछ हद तक सही है लेकिन सौ वर्तमान सही नहीं है। न्यू मीडिया, जिसमें डिजिटल मीडिया और सोशल मीडिया शामिल हैं, ने पुराने मीडिया के पारंपरिक परिदृश्य को निश्चित रूप से बाधित कर दिया है, जिसमें समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो और टेलीविजन शामिल हैं। न्यू मीडिया ने लोगों के उपभोग और जानकारी साझा करने के तरीके को बदल दिया है, और सूचना के अधिक विविध स्रोतों और अधिक अन्तरक्रियाशीलता के लिए अनुमति दी है।

जबकि न्यू मीडिया ने निश्चित रूप से पुराने मीडिया के लिए एक चुनौती पेश की है, यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि मीडिया के दो रूप परस्पर अनन्य नहीं हैं। कई पुराने मीडिया आउटलेट्स ने नए मीडिया प्लेटफॉर्मों को अपनाकर और उन्हें अपने बिजनेस मॉडल में शामिल करके बदलते परिदृश्य को अपना लिया है।

हालाँकि, इसमें कोई संदेह नहीं है कि न्यू मीडिया का मीडिया उद्योग पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ा है। उदाहरण के लिए, समाचार पत्रों और पत्रिकाओं ने पाठकों और विज्ञापन राजस्व में गिरावट देखी है, जबकि डिजिटल मीडिया आउटलेट्स में महत्वपूर्ण वृद्धि देखी गई है।

स्वरूप में परिवर्तन:

न्यू मीडिया ने न्यूज मीडिया का स्वरूप भी बदल दिया। मीडिया के पुराने रूपों में प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक दोनों एनालॉग मीडिया हैं और उनके भौतिक गुण नए मीडिया गुणों से भिन्न हैं। न्यू मीडिया पूरी तरह से सामग्री के डिजिटलीकरण पर आधारित है। न्यू मीडिया के आगमन के बाद, न्यू मीडिया पर आधारित समाचार मीडिया पुराने मीडिया प्रारूप से निम्न प्रारूप प्राप्त करता है।

Change in News Media Format		
Sr. No	Old Version of News Media	New Version of News Media
1.	Newspaper	e-paper
2.	Magazine	e-zine
3.	Radio	Podcast
4.	Television	Web Television
5.	Journalism	Blog

6.	Book	e-Book
7.	Photography	Flicker, Picasa
8.	SMM	Whats App
9.	Telephone	VOIP (Voice Over Internet Protocol)
10.	Letter	e-mail

4. भारत में न्यू मीडिया में समाचार मीडिया का दृश्य: एक नज़र

दुनिया भर में पत्रकारिता में न्यू मीडिया की भूमिका अधिक महत्वपूर्ण है। न्यूज मीडिया ने अपनी वेबसाइट और न्यूज पोर्टल लॉन्च किए हैं। इन वेबसाइटों के माध्यम से वे दर्शकों तक अपनी पहुंच बनाए रखते हैं और राजस्व दोनों एक साथ उत्पन्न करते हैं। 31 मार्च 2018 को रजिस्ट्रार ऑफ इंडिया की वेबसाइट के अनुसार, भारत में कुल 1,18,239 पंजीकृत प्रकाशन थे और इनमें से 17,553 समाचार पत्र श्रेणी में आते हैं और 1,00,666 अन्य पत्रिकाएं हैं। भारतीय समाचार माध्यमों में समाचार पत्रों के अलावा पत्रिकाएँ, टेलीविजन समाचार चैनल भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। जून 2016 में भारत में विभिन्न भाषाओं के 403 न्यूज चैनल थे। मुख्य धारा के समाचार मीडिया अपने दर्शकों तक पहुंचने और अपने दर्शकों की संख्या बढ़ाने के लिए नए मीडिया टूल और एप्लिकेशन का उपयोग कर रहे हैं। इस पत्र में सभी समाचार पत्रों और समाचार चैनलों का उल्लेख नहीं किया जा सकता है, इसलिए कुछ प्रमुख समाचार पत्रों और टेलीविजन समाचार चैनलों, समाचार वेबसाइटों और पोर्टलों का उल्लेख यहां किया गया है।

5. अध्ययन के उद्देश्य:

1. भारत में मुख्यधारा की पत्रकारिता पर न्यू मीडिया के प्रभाव को जानना।

2. नए मीडिया के आने के बाद समाचार माध्यमों में क्या बदलाव आए हैं?

3. क्या न्यू मीडिया भारत में समाचार माध्यमों के लिए लाभदायक है?

6. परिकल्पना:

H1: भारत में पत्रकार अपने पेशेवर कर्तव्य को निभाने के लिए नए मीडिया टूल्स और एप्लिकेशन का उपयोग करते हैं।

H0: भारत में मुख्यधारा की पत्रकारिता पर न्यू मीडिया का कोई प्रभाव नहीं।

7. अनुसंधान पद्धति:

शोध पद्धति किसी भी अध्ययन का ब्लू प्रिंट होती है। वर्तमान अध्ययन में उद्देश्यों की पूर्ति के लिए सर्वेक्षण पद्धति को अपनाया गया है। इस सर्वेक्षण में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और वेब मीडिया के पत्रकारों की प्रतिक्रिया लेने के लिए एक संरचित प्रश्नावली कार्यरत है। सर्वेक्षण से डेटा एकत्र करने के बाद परिणामों का सरल प्रतिशत पद्धति के माध्यम से विश्लेषण किया जाता है।

7.1 नमूनाकरण:

प्रतिचयन किसी भी शोध का आधार होता है। इस अध्ययन में उत्तरदाताओं की संख्या एक सौ है। शोध की आवश्यकता के अनुसार मुख्य पेशे के रूप में पत्रकारिता में लगे लोगों से सोद्देश्य नमूनाकरण के आधार पर ये एक सौ नमूने लिए जाते हैं। ये नमूने 12 राज्यों और 2 केंद्र शासित प्रदेशों के दोनों लिंगों के पत्रकारों की उपलब्धता और सहयोग के आधार पर चुने गए हैं। सभी उत्तरदाता बीस से सत्तर वर्ष के बीच के हैं।

8. विश्लेषण

प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक, न्यू मीडिया के पत्रकारों पर पूरे देश में चलाए गए एक सर्वेक्षण से प्राप्त परिणामों का सरल प्रतिशत पद्धति के माध्यम से विश्लेषण किया जाता है।

समाचार लेखन के स्रोत के रूप में फेसबुक का उपयोग।

	आवृत्ति	प्रतिशत	वैध प्रतिशत	संचयी प्रतिशत
Valid Agreed	31	31	31	31
A Little Agreed	32	32	32	63
Strongly Agreed	3	3	3	66
Disagreed	27	27	27	93
Very Much Disagreed	7	7	7	100
Total	100	100	100	

पत्रकार समाचार लेखन के स्रोत के रूप में फेसबुक का उपयोग करते हैं। सर्वे से प्राप्त परिणामों के अनुसार बता दें कि 20 से 70 वर्ष की उम्र के 31% लोग सहमत हैं, 3% दृढ़ता से सहमत हैं और 32% थोड़ा सहमत हैं कि वे समाचार लेखन के स्रोत के रूप में फेसबुक का उपयोग करते हैं। इस मामले में 27% असहमत, 7% समाचार लेखन के लिए फेसबुक के इस्तेमाल से पूरी तरह असहमत थे। कुल मिलाकर परिणाम देखें तो 66% पत्रकार अपनी पत्रकारिता गतिविधियों के लिए फेसबुक का इस्तेमाल करते हैं। क्योंकि आज तकनीक का जमाना है और कोई भी तकनीक किसी भी काम को आसान बना देती है। इसलिए विभिन्न उम्र और मीडिया के पत्रकार अपने पेशे के लिए फेसबुक का इस्तेमाल करते हैं।

समाचार लेखन के लिए व्हाट्सएप सूचना का उपयोग।

	आवृत्ति	प्रतिशत	वैध प्रतिशत	संचयी प्रतिशत
Valid Agreed	55	55	55	55
A Little Agreed	19	19	19	74
Strongly Agreed	13	13	13	87
Disagreed	10	10	10	97
Very Much Disagreed	3	3	3	100
Total	100	100	100	

भारत में पत्रकार समाचार लिखने के लिए व्हाट्सएप जानकारी का उपयोग करते हैं। सर्वेक्षण के परिणाम बताते हैं कि 55% लोग सहमत हैं, 13% पूरी तरह से सहमत हैं और सभी ली गई आयु समूहों के 19% लोग समाचार लेखन के लिए व्हाट्सएप जानकारी का उपयोग करने पर थोड़ा सहमत हैं लेकिन 10 पत्रकार असहमत हैं और 3% इस कथन से पूरी तरह असहमत हैं। कुल मिलाकर 87% लोग व्हाट्सएप का इस्तेमाल करते हैं। समाचार लिखने की जानकारी। व्हाट्सएप नए मीडिया उपयोगकर्ताओं के बीच दूसरा सबसे लोकप्रिय ऐप है और पत्रकार अपने व्यक्तिगत और व्यावसायिक उद्देश्य के लिए इसका अक्सर उपयोग करते हैं।

समाचार लेखन के स्रोत के रूप में ट्विटर का उपयोग।

	आवृत्ति	प्रतिशत	वैध प्रतिशत	संचयी प्रतिशत
Valid Agreed	42	42	42	42
A Little Agreed	21	21	21	63
Strongly Agreed	4	4	4	67
Disagreed	28	28	28	95
Very Much Disagreed	5	5	5	100
Total	100	100	100	

20 से 70 साल के 42% पत्रकार सहमत हैं, 4 पूरी तरह से सहमत हैं और 21% थोड़ा सहमत हैं कि ट्विटर उनके लिए समाचार लिखने का स्रोत है। लेकिन सर्वे में 28% पत्रकार इनकार करते हैं और 5% दृढ़ता से इनकार करते हैं कि उनके द्वारा पत्रकारिता के कामों के लिए ट्विटर का इस्तेमाल किया जाता है। कुल मिलाकर 67% पत्रकार समाचार लिखने के लिए सूचना के स्रोत के रूप में ट्विटर का उपयोग करते हैं। ट्विटर दुनिया भर के राजनेताओं, पत्रकारों, मशहूर हस्तियों,

उद्योगपतियों और अन्य पेशेवरों के बीच सबसे लोकप्रिय मंच है। इसलिए, पत्रकारों द्वारा अपने पेशेवर कार्यों के लिए ट्विटर का उपयोग न करने का कोई कारण नहीं है। उन्हें राजनेताओं, मशहूर हस्तियों, उद्योगपतियों और अन्य पेशेवर और संगठनों की गतिविधियों के बारे में बहुत सारी जानकारी और सुराग मिलते हैं। बाद में ये गतिविधियां समाचार बन जाती हैं।

किसी भी घटना को समझने के लिए यू-ट्यूब वीडियो देखना ।

	आवृत्ति	प्रतिशत	वैध प्रतिशत	संचयी प्रतिशत
Agreed	47	47	47	47
A Little Agreed	31	31	31	78
Strongly Agreed	5	5	5	83
Disagreed	17	17	17	100
Total	100	100	100	

किसी भी विषय को बेहतर ढंग से समझने के लिए आमतौर पर लोग यू-ट्यूब पर जाते हैं और किसी विषय को विभिन्न कोणों से जानते हैं। अन्य आम लोगों की तरह पत्रकार भी किसी भी चीज़ के बारे में कुछ आवश्यक जानकारी और ज्ञान लेने के लिए यू-ट्यूब पर जाते हैं। जब पत्रकारों से इसके बारे में पूछा गया तो सभी आयु वर्ग के 47% जहां सहमत थे, 5% मजबूत सहमत थे और 31% थोड़े सहमत थे लेकिन केवल 17% पत्रकार हमारी बात से असहमत थे। कुल मिलाकर 83 पत्रकार न्यूज मीडिया से जुड़े किसी भी मामले को समझने के लिए यू-ट्यूब देखते हैं, अगर उन्हें अपनी क्वेरी का समाधान नहीं मिलता है।

न्यू मीडिया ने मुख्यधारा की पत्रकारिता का चेहरा बदल दिया

		आवृत्ति	प्रतिशत	वैध प्रतिशत	संचयी प्रतिशत
Valid	Agreed	51	51	51	51
	A Little Agreed	28	28	28	79
	Strongly Agreed	20	20	20	99
	Disagreed	1	1	1	100

न्यू मीडिया के अस्तित्व में आने के बाद मुख्यधारा की पत्रकारिता का चेहरा या स्वरूप काफी हद तक बदल गया है। सर्वे में सभी उम्र के कुल उत्तरदाताओं में से 51% पत्रकार इस बात पर सहमत थे, 20% जोरदार सहमत थे और 28% थोड़ा

सहमत थे और 1% पत्रकार इस बात से असहमत थे। सभी आयु वर्ग के कुल 99% पत्रकार इस बात से सहमत हैं कि न्यू मीडिया ने पत्रकारिता का चेहरा बदल दिया है। दरअसल न्यू मीडिया सिर्फ सूचना प्रदाता नहीं है बल्कि पत्रकार पत्रकारिता करने के लिए पत्रकारिता का इस्तेमाल कर रहे हैं। उदाहरण के लिए विभिन्न समाचार पोर्टल, यूट्यूब चैनल और फेसबुक पेज, और ई-पेपर, ई-ज़ीन, पॉडकास्ट, वेबसाइट और पोर्टल का उपयोग भारत सहित पूरे विश्व में सूचना और समाचार वितरण के लिए किया जाता है।

मेन स्ट्रीम मीडिया पत्रकारिता के सामने न्यू मीडिया पत्रकारिता एक चुनौती है

	आवृत्ति	प्रतिशत	वैध प्रतिशत	संचयी प्रतिशत
Agreed	47	47	47	47
A Little Agreed	34	34	34	81
Strongly Agreed	9	9	9	90
Disagreed	9	9	9	99
Very Much Disagreed	1	1	1	100
Total	100	100	100	

उभरने के बाद यह महसूस किया गया कि मुख्यधारा की पत्रकारिता के सामने न्यू मीडिया एक चुनौती है। जब यह प्रश्न पत्रकारों के सर्वेक्षण में भाग लेने से पहले रखा गया तो कुल 47% सहमत थे, 9% दृढ़ता से सहमत थे और 34% थोड़ा सहमत थे केवल 9% असहमत थे और 1% अत्यधिक असहमत थे। कुल मिलाकर 90% मीडियाकर्मी इस बात को स्वीकार करते हैं कि आज न्यू मीडिया पत्रकारिता मेन स्ट्रीम पत्रकारिता के सामने एक चुनौती है। दर्शकों या पाठकों तक पहुंचने का यह आसान और तेज़ तरीका है। इतना ही नहीं, बल्कि न्यू मीडिया ने दुनिया भर के समाचार मीडिया के विज्ञापन और राजस्व पैटर्न को प्रभावित किया। इस प्रकार न्यू मीडिया पत्रकारिता मुख्य धारा के समाचार माध्यमों के सामने एक बड़ी चुनौती है।

वेब/ऐप/यूट्यूब पर मीडिया हाउस की उपस्थिति

	आवृत्ति	प्रतिशत	वैध प्रतिशत	संचयी प्रतिशत
हाँ	93	93	93	93
नहीं	3	3	3	96
पता नहीं	4	4	4	100
कुल	100	100	100	

इंटरनेट पर मीडिया आउटलेट्स की व्यापक उपस्थिति इस बात का प्रमाण है कि पत्रकार और मीडिया घराने अपनी पेशेवर जिम्मेदारियों को निभाने के लिए नए मीडिया का लाभ उठा रहे हैं। एक सर्वेक्षण के अनुसार, 93% उत्तरदाताओं ने नए मीडिया प्लेटफॉर्म पर अपने मीडिया आउटलेट की उपस्थिति को स्वीकार किया, जबकि केवल 3% ने वेब पर होने से इनकार किया और 4% अनिश्चित थे। यह इंगित करता है कि अधिकांश पत्रकार इंटरनेट पर उपस्थिति के महत्व को पहचानते हैं, चाहे वह ई-पेपर, वेब पोर्टल, वेब टीवी, यूट्यूब चैनल, ऐप या न्यू मीडिया के किसी अन्य रूप के माध्यम से हो। न्यू मीडिया ने न केवल पारंपरिक मीडिया के लिए एक चुनौती पेश की है बल्कि मीडिया आउटलेट्स को वैश्विक स्तर पर अपनी पहुंच बढ़ाने का अवसर भी प्रदान किया है। प्रतिस्पर्धी बने रहने और अपने दर्शकों को बनाए रखने के साथ-साथ अपनी मौजूदा सीमाओं से परे नए दर्शकों तक पहुंचने के लिए, मुख्यधारा के समाचार मीडिया को नए मीडिया को अपनाना पड़ा है, और भारतीय मीडिया आउटलेट्स ने ऐसा सफलतापूर्वक किया है। नतीजतन, नए मीडिया के उदय के कारण भारत में किसी भी मीडिया हाउस को बंद नहीं होना पड़ा है।

9. निष्कर्ष

राष्ट्रव्यापी पत्रकारों के सर्वेक्षण के परिणामों के आधार पर, यह स्पष्ट है कि न्यू मीडिया ने मुख्यधारा के समाचार मीडिया को कार्यशैली, फेसबुक, व्हाट्सएप, ट्विटर और यूट्यूब जैसे सोशल मीडिया प्लेटफार्मों के उपयोग के रूप में समाचारों के लिए सूचना के महत्वपूर्ण स्रोतों के रूप में महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया है। समाचारों का तेजी से प्रसार, दर्शकों की अभिव्यक्ति, सामग्री निर्माण, प्रसार, पाठक संख्या, दर्शकों की संख्या, विज्ञापन, राजस्व सृजन और वैश्विक पहुंच के अवसरों में वृद्धि। न्यू मीडिया ने नागरिक पत्रकारिता को भी जन्म दिया है, पारंपरिक गेटकीपिंग सीमाओं को तोड़कर और दर्शकों को कंटेंट प्रोड्यूसर्स में बदल दिया है। न्यू मीडिया टेक्नोलॉजी के वर्तमान युग में, समाचार मीडिया को अत्यधिक प्रतिस्पर्धी माहौल में जीवित रहने और अपनी पहुंच का विस्तार करने के लिए इन नई तकनीकों को अपनाना चाहिए।

10. प्रतिक्रिया दें संदर्भ

1. Tang, Nianqiao (2019), News and Journalism in the Age of Social Media, Millennials' Voice, Issue-5, https://carleton.ca/align/?p=1650
2. Retrieved September 25, 2019 from https://wearesocial.com/global-digital-report- 2019
3. Retrieved September 25, 2019 from https://www.statista.com/statistics/255146/number-of-internet-users-in-india/
4. Retrieved September 25, 2019 from https://datareportal.com/reports/digital-2019- global-digital-overview
5. Retrieved September 25, 2019 from https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide/
6. Retrieved September 25, 2019 from https://www.soravjain.com/youtube-users-stats- facts-2019-infographic
7. Retrieved October9, 2019 from https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019- global-internet-use-accelerates
8. Retrieved October10, 2019 from http://newspaperownership.com/additional- material/closed-merged-newspapers-map/
9. Abernathy, Penelope Muse (2016), The Rise of New Media Baron and The Emerging Threat of News Deserts, University of North Carolina, Carolina
10. Retrieved October10, 2019 fromhttps://www.indiantelevision.com/regulators/ib- ministry/total-of-television-channels-in-india-rises-to-892-with-three-cleared-in-june- 160709