International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)
Volume 7 Issue 1, January-February 2023 Available Online: www.ijtsrd.com e-ISSN: 2456 – 6470

न्यू मीडिया की भूमिका और उसकी विशेषताएं

सोनिया कुमारी[1], डॉ मनोज कुमार[2]

[1]शोधार्थी, नीलम यूनिवर्सिटी, कैथल, हरियाणा

[2]सहायक प्रोफेसर, मीडिया एंड मास कमुनिकेसन विभाग,नीलम यूनिवर्सिटी, कैथल, हरियाणा

ABSTRACT

'न्यू मीडिया' संचार का वह संवादात्मक (Interactive) स्वरूप है जिसमें इंटरनेट का उपयोग करते हुए हम पॉडकास्ट, आर एस एस फीड, सोशल नेटवर्क (फेसबुक, माई स्पेस, ट्वीट्र), ब्लाग्स, विक्किस, टैक्सट मैसेजिंग इत्यादि का उपयोग करते हुए पारस्परिक संवाद स्थापित करते हैं। यह संवाद माध्यम बहु-संचार संवाद का रूप धारण कर लेता है जिसमें पाठक/दर्शक/श्रोता तुरंत अपनी टिप्पणी न केवल लेखक/प्रकाशक से साझा कर सकते हैं, बल्कि अन्य लोग भी प्रकाशित/प्रसारित/संचारित विषय-वस्तु पर अपनी टिप्पणी दे सकते हैं। यह टिप्पणियां एक से अधिक भी हो सकती है अर्थात बहुधा सशक्त टिप्पणियां परिचर्चा में परिवर्तित हो जाती हैं। उदाहरणत: आप फेसबुक को ही लें - यदि आप कोई संदेश प्रकाशित करते हैं और बहुत से लोग आपकी विषय-वस्तु पर टिप्पणी देते हैं तो कई बार पाठक-वर्ग परस्पर परिचर्चा आरम्भ कर देते हैं और लेखक एक से अधिक टिप्पणियों का उत्तर देता है।

न्यू मीडिया वास्तव में परम्परागत मीडिया का संशोधित रूप है जिसमें तकनीकी क्रांतिकारी परिवर्तन व इसका नया रूप सम्मलित है।

How to cite this paper: Sonia Kumari | Dr. Manoj Kumar "Role and Characteristics of New Media" Published in International Journal of Trend in Scientific Research and Development (ijtsrd), ISSN: 2456-6470, Volume-7 | Issue-1, February 2023, pp.127-132, URL: www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd52643.pdf

IJTSRD52643

Copyright © 2023 by author (s) and International Journal of Trend in Scientific Research and Development Journal. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY 4.0) (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0)

न्यू मीडिया की मुख्य विशेषताएं

नई मीडिया प्रौद्योगिकियां मूल रूप से डिजिटल, नेटवर्क योग्य, संपीड़ित और इंटरैक्टिव हैं। मोटे तौर पर कहें तो इंटरनेट, वेबसाइट, कंप्यूटर मल्टीमीडिया, वीडियो गेम, ऑगमेंटेड रियलिटी, सीडी-रोम और डीवीडी न्यू मीडिया के सरगम हैं। व्यावहारिक रूप से, न्यू मीडिया शब्द का अर्थ किसी भी समय, कहीं भी, किसी भी डिजिटल डिवाइस पर सामग्री की मांग पर पहुंच के साथ-साथ इंटरैक्टिव उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया और रचनात्मक भागीदारी है। न्यू मीडिया नई और अनियंत्रित सामग्री के वास्तविक समय के निर्माण के लिए भी जाना जाता है। 20वीं शताब्दी के अंत में न्यू मीडिया ने दुनिया में प्रवेश किया। दुनिया ने सामाजिक परिवर्तन और कंप्यूटर डिजाइन के बीच एक अलग तरह का समानांतर संबंध भी देखा। एंड्रयू एल. शापिरो (1990) का तर्क है कि नई, डिजिटल प्रौद्योगिकियों का उदय सूचना, अनुभव और संसाधनों के नियंत्रण में एक संभावित क्रांतिकारी बदलाव का संकेत देता है। W.k. Russell Neuman (1991) का सुझाव है कि जहां श्न्यू मीडियाश् में एक दिशा में खींचने की तकनीकी क्षमताएं हैं, वहीं आर्थिक और सामाजिक ताकतें विपरीत दिशा में वापस खींचती हैं। लोगों ने ऑडियो, वीडियो और इलेक्ट्रॉनिक टेक्स्ट संचार के एक सार्वभौमिक इंटरकनेक्टेड नेटवर्क के विकास को देखा है जिसने पारस्परिक और जन संचार और सार्वजनिक और निजी संचार के बीच भेद को धुंधला कर दिया है।

न्यूमैन (2003) न्यू मीडिया की विशेषताओं की पहचान इस प्रकार करता है:-

- भौगोलिक दूरी का अर्थ बदलें।
- संचार की मात्रा में भारी वृद्धि की अनुमति दें।
- संचार की गति बढ़ाने की संभावना प्रदान करें।
- संवादात्मक संचार के अवसर प्रदान करें।

- संचार के उन रूपों को अनुमति दें जो पहले ओवरलैप और इंटरकनेक्ट करने के लिए अलग थे।

लेव मनोविच ने न्यू मीडिया के आठ प्रस्तावों की पहचान की जैसेः- नए मीडिया के साथ साइबर संस्कृति का जुड़ाव। कंप्यूटर प्रौद्योगिकी उन्मुख नए मीडिया का वितरण मंच, सॉफ्टवेयर द्वारा नियंत्रित डिजिटल डेटा के रूप में नया मीडिया, सांस्कृतिक सम्मेलनों और सॉफ्टवेयर के सम्मेलनों के बीच नया मीडिया मिश्रण, आधुनिक संचार प्रौद्योगिकियों को ले जाने वाले सौंदर्यशास्त्र के रूप में नया मीडिया, नए मीडिया द्वारा सूचना सेवाओं का तेजी से निष्पादन, नए मीडिया के रूप में समान विचारों के समानांतर अभिव्यक्ति के रूप में मेटामीडिया और न्यू मीडिया। इन विशेषताओं ने उल्लेखनीय रूप से समान छवियों और स्थानिक संरचनाओं का निर्माण किया है।

फ्रैंक बायोका (2000) ने कहा कि कोई भी नया मीडिया उपकरण नहीं है, लेकिन बुद्धिमान सूचना प्रौद्योगिकियों का एक परिवार है। कंप्यूटर की विशेषताओं में शामिल हैं:-

ए) पारंपरिक मीडिया की तुलना में कंप्यूटर माध्यम अधिक तेजी से विकसित हो रहा है,

बी) कंप्यूटर में बुद्धिमान सूचना प्रौद्योगिकियों का एक परिवार शामिल है,

सी) कंप्यूटर में इनपुट और आउटपुट उपकरणों के विभिन्न विन्यास शामिल हैं,

डी) कंप्यूटर में नए इंटरैक्शन एल्गोरिदम और तकनीक शामिल हैं।

ई) कंप्यूटर सूचना सेवाओं को वितरित करने के लिए मल्टीसेंसरी सामग्री, विभिन्न प्रकार के इंटरफेस और विभिन्न ट्रांसमिशन सिस्टम को जोड़ता है,

एफ) कंप्यूटर इंटरफेस, सामग्री और ट्रांसमिशन सिस्टम लगातार विकसित होते हैं, और

जी) साइबरस्पेस तेजी से फैलता है। यह विशेषताएं कंप्यूटर को संचार का एक शक्तिशाली माध्यम बनाती हैं।

डगलस केलनर और जेम्स बोहमैन जैसे विद्वानों ने कहा है कि नया मीडिया विशेष रूप से इंटरनेट, एक लोकतांत्रिक उत्तर आधुनिक सार्वजनिक क्षेत्र की क्षमता प्रदान करता है, जिसमें नागरिक अपनी सामाजिक संरचनाओं से संबंधित अच्छी तरह से सूचित, गैर-श्रेणीबद्ध बहस में भाग ले सकते हैं।

लिस्टर एट अल. (2003) ने लोगों पर नई मीडिया प्रौद्योगिकियों के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव को देखा है और कहा है कि मीडिया के प्रभाव जटिल सामाजिक नेटवर्क के बजाय स्वयं प्रौद्योगिकी द्वारा निर्धारित किए गए थे। ऐसा प्रतीत होता है कि इंटरनेट पीढ़ी सूचना बहुतायत की दुनिया में पैदा होगी। इंटरनेट मानव जाति के लिए एक अनौपचारिक विश्वविद्यालय बन गया है। 1984-2013 के दौरान वेब उपयोग में अविश्वसनीय वृद्धि हुई है। दुनिया भर के परिवार घर में और चलते-फिरते इंटरनेट से तेजी से जुड़ गए हैं। विद्वानों ने यह भी बताया है कि तकनीकी विकास और मोबाइल ऐप पर केंद्रित स्टार्टअप्स की बढ़ती संख्या के साथ, इंटरनेट और मोबाइल डिवाइस का उपयोग आसमान छू रहा है।

नए मीडिया के उदय ने लोगों को ब्लॉग, वेबसाइट, वीडियो, चित्र और अन्य उपयोगकर्ता-जनित मीडिया के माध्यम से खुद को व्यक्त करने की अनुमति दी है। फ्लेव(2002) के अनुसार न्यू मीडिया ने सभी प्रकार के लेन-देन का वैश्वीकरण लाया है। वैश्वीकरण को विशेष राष्ट्र की सीमाओं से परे गतिविधियों के विस्तार से अधिक कहा जाता है। इलेक्ट्रॉनिक संचार ने भी दूरियों को खत्म कर दिया है और दुनिया भर में सामाजिक संबंधों को बढ़ाया है। वोल्कमर (1999) ने उल्लेख किया है कि न्यू मीडिया ने वैश्वीकृत सार्वजनिक क्षेत्र की एक नई प्रवृत्ति को एक भौगोलिक विस्तार के रूप में दुनिया भर में एक राष्ट्र के रूप में लाया है और जनता, मीडिया और राज्य के बीच संबंधों को बदल दिया है।

न्यू मीडिया द्वारा बनाई गई भौगोलिक सीमाओं को पार करने वाले आभासी समुदायों ने ऑनलाइन संचार के माध्यम से सामाजिक प्रतिबंधों को समाप्त कर दिया है। हावर्ड रिंगोल्ड (2000) कहते हैं:- आभासी समुदायों में लोग स्क्रीन पर शब्दों का इस्तेमाल खुशियों का आदान-प्रदान करने और बहस करने, बौद्धिक प्रवचनों में संलग्न होने, वाणिज्य करने, योजना बनाने, विचार-मंथन, गपशप, झगड़ा, प्यार में पड़ने, थोड़ी उच्च कला बनाने और एक बहुत सारी बेकार की बातें जैसी बहु-सेवाएं न्यू मीडिया प्रदान करता है और समान विचारधारा वाले व्यक्ति की दुनिया को जोड़ता है।

मैनोविच (2001) का कहना है कि मास मीडिया औद्योगिक जन समाज के तर्क के अनुरूप है, जो

व्यक्तित्व पर अनुरूपता को महत्व देता है जबकि नया मीडिया उत्तर-औद्योगिक या वैश्वीकृत समाज के तर्क का अनुसरण करता है जिससे प्रत्येक नागरिक अपनी स्वयं की कस्टम जीवन शैली का निर्माण कर सकता है और अपनी विचारधारा का चयन कर सकता है। बड़ी संख्या में विकल्पों से। नए मीडिया हस्तक्षेप के कारण अन्तरक्रियाशीलता जीवन का एक नया तरीका बन गया है। मीडिया के डिजिटलीकरण ने मीडिया अभिसरण लाया है जो उपयोगकर्ता-से-उपयोगकर्ता अंतःक्रियाशीलता और उपयोगकर्ता और सूचना के बीच अंतःक्रियाशीलता की सुविधा प्रदान करता है। नई प्रौद्योगिकियों के साथ संचार के नए तरीकों का अभिसरण जन संचार के मॉडल को ष्कई से कईष् संचार में बदल देता है। इंटरएक्टिव न्यू मीडिया के माध्यम से मानव जाति को लाभ हुआ है क्योंकि लोग प्रौद्योगिकियों की मदद से अपने विचारों और गतिविधियों को एक से अधिक तरीकों से व्यक्त कर सकते हैं।

न्यू मीडिया द्वारा प्रेरित आभासी वास्तविकता की अवधारणा अन्तरक्रियाशीलता और समझ को अधिक सार्थक रूप से मदद करती है। नए मीडिया उद्योग ने इंटरनेट माध्यम वाले उपभोक्ताओं के साथ एक-से-एक और एक-से-अनेक संवाद का विस्तार किया है। आधुनिक समय में इंटरएक्टिव वेबसाइट और कियोस्क लोकप्रिय हो गए हैं। विद्वानों ने नए मीडिया उद्योग को रसोइया, रचनात्मक और समतावादी के रूप में परिभाषित किया है। नए मीडिया उद्योग पर युवा पीढ़ी का कब्जा है। अध्ययनों से पता चला है कि नए मीडिया के साथ युवा लोगों द्वारा बिताए जाने वाले समय में नाटकीय रूप से वृद्धि हुई है। 3-18 साल के बच्चे दुनिया भर में इंफोटेनमेंट और शिक्षा सेवाओं पर लगभग 8 घंटे का समय समर्पित करें। दुनिया भर में न्यू मीडिया के माध्यम से सक्रिय सामाजिक और राजनीतिक लामबंदी गति पकड़ रही है। ओवेन (2011) के अनुसार मतदाता जुड़ाव और मतदान की मात्रा और डिग्री के बीच एक अच्छी तरह से स्थापित संबंध है।

स्कूलों, कॉलेजों और विश्वविद्यालयों में छात्रों की युवा पीढ़ी ऑनलाइन स्रोतों से आकर्षित होती है जो सक्रिय भागीदारी, संचार और लामबंदी की सुविधा प्रदान करते हैं। विशेष रूप से, सोशल मीडिया ने प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से राजनीतिक भागीदारी पर चर्चा करने और प्रोत्साहित करने के लिए एक विचारशील स्थान प्रदान किया है, नोट हेल्पर और गिब्स (2013)। नए मीडिया नेटवर्क की जानकारी भविष्य में तीव्र गति से बढ़ती रहेगी। इंटरनेट में पहुंच बिंदुओं की संख्या संख्या, विविधता और गतिशीलता में बढ़ रही है। यह अनुमान लगाया गया है कि इंटरनेट पीढ़ी के सदस्य सामान्य रूप से अपने जीवन के 20 वर्ष तक इंटरनेट के सामने व्यतीत करते हैं।

न्यू मीडिया ने पूरी दुनिया में व्यवहार, व्यवहार और लेन-देन में उल्लेखनीय बदलाव लाए हैं। वास्तव में, वैश्वीकरण प्रक्रियाओं और तकनीकी विकास ने समय और स्थान के बारे में लोगों के अनुभव और संवेदनशीलता को बदल दिया है। व्यक्तिगत और सामूहिक धारणाओं को राष्ट्रीय और वैश्विक ढांचे के भीतर तेजी से संरचित किया गया है और नई मीडिया प्रौद्योगिकियों द्वारा आकार दिया गया है। लिप्सकॉम्ब ने उल्लेख किया कि नई मीडिया प्रौद्योगिकियों ने लोगों को न केवल घटनाओं को अधिक प्रत्यक्ष और व्यक्तिगत तरीके से देखने और साझा करने की अनुमति दी, बल्कि विभिन्न उपकरणों के माध्यम से स्वयं स्मृति उत्पन्न करने की भी अनुमति दी। सोशल मीडिया असल दुनिया में आ गया है। न्यू मीडिया ने एक नए सूचना युग का निर्माण किया है जिसने शिक्षा सहित जीवन के सभी क्षेत्रों में अपना प्रभाव फैलाया है।

न्यू मीडिया ने सामाजिक परिवेश को आश्चर्यजनक रूप से बदल दिया है। न्यू मीडिया की मदद से आम लोग भी जीवन, पर्यावरण और व्यवसाय के अन्य पहलुओं की गहरी समझ रखते हैं। भविष्य में यह प्रवृत्ति बढ़ेगी क्योंकि न्यू मीडिया ने एक श्सूचना समाजश् बनाया है जो विषय विशेषज्ञों और आम लोगों के बीच के अंतर को मिटा देता है। ज्ञान का वैश्वीकरण एक अपरिहार्य ऐतिहासिक प्रक्रिया बन गया है और विश्व प्रणालियों के पुनर्व्यवस्था के रूप में कार्य करता है।

न्यू मीडिया की भूमिका

इंटरनेट द्वारा प्रेरित नए मीडिया के प्रसार ने भारत में मीडिया के मामलों की स्थिति को पूरी तरह से बदल दिया है। नई मीडिया प्रौद्योगिकियों के एक स्प्रिंट ने बच्चों और अन्य युवा पीढ़ी की मीडिया आदतों को फिर से उन्मुख किया है। अनुभवजन्य अध्ययनों का जायजा लेते हुए न्यू मीडिया के तेजी से विकास के आशाजनक और चैंकाने वाले दोनों परिणाम हैं। नई मीडिया क्रांति ने बच्चों को दुनिया को अपनी मुट्ठी में कर लिया है। इंटरनेट, कंप्यूटर और मोबाइल प्रौद्योगिकियों ने पूरी दुनिया में युवा पीढ़ी

के लिए सीखने के नए आयाम सृजित किए हैं। न्यू मीडिया द्वारा आनंदित विलासिता की स्थिति बदल रही है और जल्द ही सबसे कम आम भाजक के लिए सुलभ हो जाएगी। न्यू मीडिया का उपयोग उन छात्रों के लिए एक बुनियादी आवश्यकता बन गया है जिन्होंने शारीरिक परिपक्वता से बहुत पहले ही मानसिक परिपक्वता प्राप्त कर ली है। स्कूल जाने वाले छात्र नई मीडिया प्रौद्योगिकियों की दुनिया का पता लगाने के लिए उत्सुक हैं। नई मीडिया प्रौद्योगिकियों के आगमन ने बच्चों और किशोरों के जीवन को बदल दिया है।

वर्तमान में न्यू मीडिया वास्तव में युवा लोगों के जीवन का एक सर्वव्यापी पहलू है। आधुनिक समाज में किशोर बहुउद्देश्यीय जरूरतों को न्यू मीडिया सेवाओं द्वारा काफी हद तक पूरा किया जाता है। अधिकांश किशोर दिन के अधिक समय घर और बाहर, टीवी देखने, वीडियो गेम खेलने, नेट पर सर्फिंग या मोबाइल और नए मीडिया गैजेट्स के अन्य रूपों का उपयोग करने में बिताते हैं। दुनिया भर के समकालीन शोधकर्ताओं ने किशोरों पर न्यू मीडिया के प्रभाव पर बहुत चिंता व्यक्त की है। वास्तव में, तकनीकी सफलताओं में नई सहस्राब्दी ने नए मीडिया परिदृश्य को पूरी तरह से बदल दिया है, चिंता मोन्तिएनविचियनचाई (2009) लिखते हैं।

लिवौव और लिविंगस्टोन (2006) ने कहा है कि जिन खातों में तकनीकी नवाचार कारण है और समाज प्रभाव है। तकनीकी विकास और सामाजिक प्रथाएं आपस में जुड़ी हुई हैं। माइक्रोसॉफ्ट (2007) के बिल गेट्स के अनुसार नए मीडिया ने एक नया डिजिटल युग लाया है। न्यू मीडिया की विशिष्ट विशेषता अन्तरक्रियाशीलता है। मीडिया प्रौद्योगिकियों के चल रहे विकास और नए आविष्कार भी बच्चों और किशोरों के लिए संचार के रोमांचक तरीके प्रदान करते हैं। युवा लोग कंप्यूटर नेटवर्क और सूचना प्रौद्योगिकी की दुनिया में घिरे या डूबे हुए बड़े हुए।

वर्ल्ड वाइड वेब पर लाखों वेबसाइटें बनाई गई हैं। वे किशोरों सहित विभिन्न उद्देश्यों और दर्शकों के लिए डिजाइन किए गए हैं। चैट रूम और इंस्टेंट मैसेजिंग के जरिए बच्चे और किशोर अपने समकक्षों के साथ रीयल टाइम में संवाद कर सकते हैं। वे दुनिया के दूसरी तरफ अपने समकक्षों के साथ खेल खेलते हैं। बिगिन्स (2007) के अनुसार उन्होंने नए दोस्त हासिल किए हैं और सॉफ्ट स्किल्स में सुधार किया है। कंप्यूटर, इंटरनेट, मोबाइल और अन्य गैजेट्स ने ज्ञान और गतिविधियों की दुनिया में एक नया रास्ता खोल दिया है। विद्वानों ने यह भी चेतावनी दी है कि बच्चों और किशोरों को न्यू मीडिया के नकारात्मक प्रभावों से मुक्त किया जाना चाहिए। माता-पिता को कुछ नियंत्रण और संतुलन रखने और युवा दर्शकों की रक्षा करने के लिए नए मीडिया साक्षर बनना चाहिए।

नई मीडिया प्रौद्योगिकियां युवा दर्शकों को इलेक्ट्रॉनिक नेटवर्क बनाने के कई अवसर प्रदान करती हैं जो लोगों और सूचनाओं को कंप्यूटर के माध्यम से जोड़ती हैं। फ्लेर (2003) के अनुसार न्यू मीडिया ने वैश्वीकरण लाया है। राइस (1984) ने नए मीडिया को संचार प्रौद्योगिकियों के रूप में परिभाषित किया है जो उपयोगकर्ता-से-उपयोगकर्ता अंतःक्रियाशीलता और उपयोगकर्ता और सूचना के बीच अंतःक्रियाशीलता को सक्षम या सुविधा प्रदान करते हैं। इंटरनेट ने श्एक-से-अनेक संचार के वेबश् का स्थान ले लिया है। नए मीडिया ने लोगों को अपनी पसंद के चित्र, पाठ और ध्वनि सहित व्यक्तिगत ऑनलाइन मीडिया बनाने में सक्षम बनाया है। बच्चों और किशोरों ने कंप्यूटर उपयोग के बुनियादी कौशल भी सीखे हैं जो उनके पाठ्यक्रम का हिस्सा बन गए हैं। इंटरनेट ने बच्चों, किशोरों और अन्य लोगों के लिए पर्याप्त सामाजिक स्थान प्रदान किया है। इंटरनेट अंतर-व्यक्तिगत संबंधों के लिए नए अवसर प्रदान करता है। बेम (2006) ने सुझाव दिया है कि गुमनामी और इससे जुड़े सामाजिक जोखिम को कम करने से लोगों को होने की अनुमति मिल सकती है

अधिक ईमानदार और ऑफलाइन होने की तुलना में स्वयं प्रकटीकरण में अधिक जोखिम लेते हैं। इंटरनेट उपयोगकर्ताओं को गुमनामी प्रदान करता है और उन्हें उनके बारे में और अधिक प्रकट करने में सक्षम बनाता है इसके अलावा इंटरनेट व्यक्ति को कई पहचान रखने की गुंजाइश भी प्रदान करता है।

अध्ययनों से पता चला है कि नई मीडिया प्रौद्योगिकियों ने बच्चों और किशोरों को कंप्यूटर, इंटरनेट, वीडियोगेम, आईपोड, सेल फोन और अन्य इलेक्ट्रॉनिक गैजेट्स जैसी डिजिटल मीडिया प्रौद्योगिकियों के साथ विकसित होने में सक्षम बनाया है। अनुभव से पता चलता है कि युवा पीढ़ी बहुत ही तकनीकी जानकार है, बहुत ही कुशल और निजी और शैक्षणिक उद्देश्यों के लिए नए मीडिया का उपयोग करने के लिए उत्साहित है। आज इंटरनेट सहित नए मीडिया का उपयोग सूचना प्राप्त करने, विचारों का

आदान-प्रदान करने और निर्णय लेने के लिए किया जाता है। न्यू मीडिया स्कूलों, किताबों और टेलीविजन के रूप में युवा पीढ़ी के जीवन का हिस्सा बन गया है। न्यू मीडिया ने एक नई आभासी दुनिया बनाई है जहां दर्शकों को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का आनंद मिलता है।

मोबाइल फोन एक ऐसी तकनीक के रूप में अच्छी तरह से स्थापित हो गया है जिसने आधुनिक समाज में सामाजिक विभाजन को पाट दिया है। अगली पीढ़ी के मोबाइलों के प्रत्येक नए विकास और मॉडल के साथ और छोटा, अभिसरण और इंटरैक्टिव बनने की उम्मीद है। बच्चों और किशोरों द्वारा मोबाइल का उपयोग विद्वानों द्वारा देखा गया है। पूरी दुनिया में मोबाइल फोन की पहुंच उल्लेखनीय गति से बढ़ रही है। भले ही बच्चों और किशोरों के लिए मोबाइल फोन के फायदे कई और स्पष्ट हैं, फिर भी उनके नुकसान, नुकसान और संभावित और वास्तविक दुरुपयोग के रूप में कई अलग-अलग और अक्सर मान्य दृष्टिकोण या प्रवचन व्यक्त किए जाते हैं। मोबाइल फोन से संबंधित सभी मुद्दों की जांच की जरूरत है। यह उपयोगकर्ताओं, बड़े पैमाने पर समाज और इसके संस्थानों को लाभों को अनुकूलित करने के उपायों की जांच करने और इस उपयोगी और सर्वव्यापी तकनीक के नुकसान को कम करने में मदद करेगा, जैसा कि वीराक्कोडी (2009) ने देखा।

आधुनिक समय में बच्चों और किशोरों की वीडियो गेमिंग की आदतें बढ़ रही हैं। लेकिन भारत में सेल फोन और पीसी की तुलना में वीडियो गेम कंसोल बाजार अभी भी बहुत कम है, युवा दर्शक वीडियो गेम खेलने के लिए कंप्यूटर का उपयोग करते हैं। गुस्टिन एट अल (2002) ने बताया कि वीडियो गेम कंप्यूटर का प्राथमिक उपयोग (91) था और इंटरनेट के उपयोग का प्राथमिक उद्देश्य मजेदार और गेम (75) था। उपयोगकर्ता गेम खेलते हैं और गेम कंसोल और हैंड-हेल्ड गैजेट्स का भी उपयोग करते हैं। अध्ययनों से पता चला है कि औसतन बच्चों ने खेल खेलने में औसतन दो घंटे प्रति सप्ताह से लेकर आठ घंटे प्रति सप्ताह तक बिताया।

हाल के एक अध्ययन के अनुसार, लड़कियों की तुलना में लड़के वीडियो गेम खेलने में काफी अधिक समय लगता है। विद्वानों ने वीडियो गेम की प्रमुख चिंताओं की पहचान की है जैसे शारीरिक स्वास्थ्य, गतिविधि का विस्थापन, वीडियो गेम की लत, शैक्षिक प्रभाव, सामाजिक भागीदारी, सामाजिक-समर्थक व्यवहार, लिंग रूढ़िवादिता और वीडियो गेम में हिंसा। वॉल्श एट अल का सुझाव है कि माता-पिता को अपने बच्चों की सुरक्षा के लिए नए तकनीकी उपकरणों का लाभ उठाने की आवश्यकता है। (2006)

डिजिटल युग में किशोर बड़े हुए हैं। न्यू मीडिया एप्लीकेशन के मामले में भारत सबसे आगे है। सुंदराज (2009) के अनुसार, बच्चों को उनकी कम उम्र में ही नए मीडिया से परिचित कराया जाता है क्योंकि वे डिजिटल मीडिया से बच नहीं सकते। किशोरों को नए मीडिया से भी अवगत कराया जाता है जो आधुनिक समय में सीखने के अनौपचारिक केंद्र हैं। वेब दुनिया के लिए सबसे बड़ी संभव सीमा तक पहुंच योग्य है। नए मीडिया के हानिकारक प्रभावों से बचने के लिए युवा छात्रों को अपने माता-पिता और शिक्षकों के मार्गदर्शन और पर्यवेक्षण की आवश्यकता होती है। साहित्य की समीक्षा के अनुसार न्यू मीडिया के उपयोग में शहरी-ग्रामीण अंतर और पुरुष-महिला अंतर भी मौजूद है। न्यू मीडिया सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों के लिए जाना जाता है। माता-पिता, शिक्षकों और निर्माताओं को इन मुद्दों के प्रति संवेदनशील होना चाहिए।

अध्ययनों से पता चला है कि इंटरनेट एक शक्तिशाली संचार उपकरण है जो किशोरों को दूसरों से जोड़ता है। वे अन्य लोगों से जुड़ने के लिए ई-मेल, चैट रूम और इंस्टेंट मैसेजिंग का उपयोग करते हैं। अनुभवजन्य साक्ष्य के अनुसार लड़कियां शिक्षा के लिए इंटरनेट का उपयोग करती हैं और लड़के मनोरंजन और खेलों के लिए इंटरनेट का उपयोग करते हैं। न्यू मीडिया का सहभागी गुण किशोरों को ज्ञान और मनोरंजन सुविधाओं का सक्रिय लाभार्थी बनाता है। वास्तव में, किशोर और अन्य युवा अपने उपभोग और डिजिटल सामग्री के उत्पादन के माध्यम से सीखने के विभिन्न तरीकों का अनुभव करते हैं। न्यू मीडिया युवा पीढ़ी को सॉफ्ट स्किल्स, टीम वर्क स्किल्स और सीखने के रचनात्मक तरीकों को सीखने में सक्षम बनाता है। वे व्यक्तिगत पहचान की भावना भी विकसित करते हैं और दुनिया भर में सामाजिक संबंध स्थापित करते हैं।

न्यू मीडिया ने एक नई इलेक्ट्रॉनिक पीढ़ी बनाई है जो स्वभाव से अधिक लोकतांत्रिक, कल्पनाशील, जिम्मेदार और कुशल है। उन्होंने ज्ञान और शक्ति के पारंपरिक पदानुक्रमों को उखाड़ फेंका है। न्यू मीडिया ने भी किया आकर्षित संचार के अन्य पारंपरिक माध्यमों की तुलना में

किशोर बेहतर हैं। छात्रों की युवा पीढ़ी की नई मीडिया आदतों के दृष्टिकोण से परिवार के सदस्यों की आर्थिक स्थिति और शैक्षिक प्रगति सबसे अधिक मायने रखती है। नई मीडिया की आदतों ने युवा पीढ़ी की अन्य गतिविधियों को भी प्रभावित किया है। बच्चे और किशोर बहुउद्देश्यीय न्यू मीडिया का उपयोग करते हैं।

न्यू मीडिया ने नेटवर्क वाले समाज बनाए हैं जो युवा पीढ़ी सहित मानव जाति को लाभ पहुंचाने वाले संबंध प्रदान करते हैं। नए डिजिटल मीडिया ने युवाओं के जीवन में क्रांति ला दी है। अन्य गतिविधियों को भी कंप्यूटर आधारित गतिविधियों द्वारा प्रतिस्थापित किया जाता है। पीसी मालिकों के लिए इंटरनेट की सर्फिंग टेलीविजन से ज्यादा दिलचस्प है। युवा आम तौर पर लंबे समय तक टुंगेट (1999) राज्यों के लिए मीडिया की एक विस्तृत विविधता का उपभोग करते हैं। विशेष रूप से, किशोर सूचना, शिक्षा, मनोरंजन और विज्ञापन के प्रमुख स्रोत के रूप में नई मीडिया शक्ति से आकर्षित होते हैं। नया मीडिया मल्टीटास्किंग की और भी अधिक संभावनाएं प्रदान करता है। बच्चों, किशोरों, माता-पिता, शिक्षकों और मानव संसाधन विकास के अन्य हितधारकों को न्यू मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव से संबंधित मुद्दों पर संवेदनशील बनाने की आवश्यकता है। उपयुक्त नियंत्रण और संतुलन बनाने और युवा पीढ़ी के हितों की रक्षा के लिए पर्याप्त अध्ययन की आवश्यकता है।

न्यू मीडिया का भविष्य

यह सत्य है कि समय के अंतराल के साथ न्यू मीडिया की परिभाषा और रूप दोनो बदल जाएं। जो आज नया है संभवत भविष्य में नया न रह जाएगा यथा इसे और संज्ञा दे दी जाए। भविष्य में इसके अभिलक्षणों में बदलाव, विकास या अन्य मीडिया में विलीन होने की संभावना से भी इनकार नहीं किया जा सकता।

न्यू मीडिया ने बड़े सशक्त रूप से प्रचलित पत्रकारिता को प्रभावित किया है। ज्यों-ज्यों नई तकनीक, आधुनिक सूचना-प्रणाली विकसित हो रही है त्यों-त्यों संचार माध्यमों व पत्रकारिता में बदलाव अवश्यंभावी है।

संदर्भ

[1] कुमार सुनील(2004), इंटरनेट पत्रकारिता, नई दिल्ली, तक्षशिला प्रकाशन

[2] गुप्ता, य.(2009), इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एवं सूचना प्रौद्योगिकी, नई दिल्ली, अर्जुन पब्लिशिंग हाउस

[3] शर्मा, वि.(2011), आधुनिक पत्रकारिता प्रभाव एवं कार्य, जयपुर, इशिका पब्लिशिंग हाउस

[4] शुक्ला, र.(2012), सूचना प्रौद्योगिकी एवं समाचार पत्र, नई दिल्ली, राधा कृष्ण प्रकाशन

[5] चतुर्वेदी, ज.(2013), मीडिया समग्र, भाग 3, ज्ञान-क्रांति और साइबर संस्कृति, दिल्ली, स्वराज प्रकाशन