International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 13 Issue 01 January- 2023
ISSN: 2249-7382 | Impact Factor: 8.018|
(An open access scholarly, peer-reviewed, interdisciplinary, monthly, and fully refereed journal.)

वेब पत्रकारिता: वर्तमान एवं भावी परिदृष्य

डा.दिवाकर अवस्थी, ' सहायक आचार्य, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,
छत्रपति शाहू जी महाराज विश्वविद्यालय,कानपुर
ई–मेल :drdiwakarawasthi@gmail.com

संक्षिप्तांश

प्राचीनकाल से ही मानव जिज्ञासु प्रवृत्ति का रहा है । वह अपने आस–पास के वातावरण के प्रति जागरूक रहना चाहता है तथा वह अपने परिवेश में दिन–प्रतिदिन घटने वाली घटनाओं से अपडेट रहना चाहता है। सूचना एवं संचार तकनीकी की विकास यात्रा के साथ पत्रकारिता जगत में तदानुरूप शनैः–शनैः परिवर्तन आते गये। उसने अपने पहले के प्राचीन कालीन आमने–सामने के प्रत्यक्ष वार्तालाप से आगे बढ़कर, आज के अत्याधुनिक वेब पत्रकारिता के युग में प्रवेश किया है। आज मीडिया के परंपरागत माध्यम आधुनिक पाठकों की तेजी से बदलती हुयी समाचारात्मक आवश्यकताओं को पूरा करने में असक्षम है। वे इन्टरनेट के माध्यम से विभिन्न प्रकार के स्थानीय, राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों से 24X7 अपडेट रहना चाहते हैं। जिससे वेब पत्रकारिता के क्षेत्र में नित्य नवीन प्रवृत्तियां उभार ले रही हैं। आज मोबाइल पत्रकारिता, नागरिक पत्रकारिता, रियल टाइम अपडेशन, ड्रोन पत्रकारिता, लाइव स्ट्रीमिंग इत्यादि नवीन प्रवृत्तियां पत्रकारिता जगत की मुख्यधारा में निरंतर मजबूती के साथ अपना स्थान बनाती जा रही है।

प्रयुक्त तकनीकी शब्द: वेब पत्रकारिता, न्यूज पोर्टल, मोबाइल पत्रकारिता, नागरिक पत्रकारिता, रियल टाइम अपडेशन, सजीव प्रसारण (लाइव स्ट्रीमिंग) इत्यादि।

मानव जीवन में सूचना एवं संचार का बहुत ही अहम रोल होता है, इसके बिना हम आधुनिक मानव जीवन की कल्पना भी नहीं कर सकते हैं। एक व्यक्ति अपने विचारों को किसी दूसरे व्यक्ति या समुदाय तक मौलिक रूप से पहुंचाने के लिये संवाद करता है। संवाद के समय उसके प्रस्तुतीकरण की अहम भूमिका होती है। संवादकर्ता अपने विचारों का प्रस्तुतीकरण जिस रूप में करता है, सामने वाला व्यक्ति उसे उसी रूप में समझता है, एवं तद्नुसार उस पर अपनी प्रतिक्रिया देता है। ठीक यही बात पत्रकारिता जगत में अक्षरशः लागू होती है।

समाज में दिन–प्रतिदिन घटित विविध प्रकार की घटनाओं एवं समसमायिक मुद्दों से जुड़े समाचार, विचार व अन्य सामग्रीका प्रस्तुतीकरण संवाददाता जिस स्वरूप में करते हैं, पाठक उसे उसी स्वरूप में देख, सुन व पढ़कर अपन दृष्टिकोण का निर्माण करते हैं,तथा वे उसी प्रकार की प्रतिक्रिया भी समाज में व्यक्त करते हैं। यहां पर यह स्पष्ट करना अत्यधिक समीचीन होगा कि सामाजिक घटनाओं एवं परिघटनाओं से संबंधित समाचार, विचार एवं विज्ञापनों का प्रस्तुतीकरण ही पर्याप्त नहीं होता है, क्योंकि इनसे संबंधित सामग्री की विश्वसनीयता, तथ्यपरकता,प्रमाणिकता, भाषाशैली आदि भी उतने ही महत्वपूर्ण होते हैं। क्योंकि पाठकगण इन विशेषताओं को ध्यान में रखकर संबंधित घटनाओं के संबंध में अपने अभिमतों का निर्माण करते हैं। यदि समाचार, विचार एवं विज्ञापन सामग्री में अधिकांश तत्व मौजूद हैं, तो पाठक उनके प्रति अपना सकारात्मक दृष्टिकोण रखते हैं, तथा उन्हीं को पढ़ने, देखने व सुनने में वरीयता देते हैं।

आज की भागदौड़ वाली जिंदगी में प्रायः हर व्यक्ति के पास समय का अभाव है तथा वह समाज में घटित विविध प्रकार की घटनाओं आदि के बारे में त्वरित सुनना, देखना व पढ़ना चाहता है। फिर उस पर अपने दृष्टिकोण से प्रतिक्रिया देता है। पाठकों की इन नवीन उभरती आवश्यकताओं एवं रूझानों को दृष्टिगत करके पत्रकारिता जगत में भी नवीन प्रवृत्तियां विकसित होती जा रही हैं। इन्हीं नवीन प्रवृत्तियो में से न्यूज पोर्टल, मोबाइल पत्रकारिता, ई–पेपर, न्यूज एग्रीगेटर ऐप्प एवं ड्रोन पत्रकारिता आदि दिन–प्रतिदिन समाज में लोकप्रिय होते जा रहे हैं।

आज के भूमण्डलीकरण के दौर में व्यक्ति एक साथ कई प्रकार के कार्यों को करना चाहता है। उसके पास प्रायः समाचार पत्रों को पढने व न्यूज चौनलों को देखने के लिए समय नहीं होता है, अतः वह

ऐसे माध्यम को वरीयता देता है, जिसमें उसे एक ही स्थान पर सभी प्रकार के समाचार व उनसे संबंधित फोटो, वीडियो, विचार आदि आसानी से प्राप्त हो जायें। पाठकों के समाचार पढ़ने की इन नवीन प्रवृत्तियों को देखते हुये अधिकतर समाचार पत्रों व समाचार चौनलों एवं पत्रकारिता जगत से जुड़े अन्य लोगों के अपने न्यूज पोर्टल हैं। इन न्यूज पोर्टल पर प्रायः सभी भाषाओं में समाचार, विचार व विज्ञापन से जुड़ी सामग्री सरल एवं सहज भाषा में उपलब्ध रहती है। अधिकतर सभी प्रकार के न्यूज पोर्टल में यह सामग्री मुख्यतः दो स्वरूपों में पाई जाती है–

1.साहित्यिक स्वरूप 2.पत्रकारिता स्वरूप

साहित्यिक स्वरूप –न्यूज पोर्टल में कुछ समाचारात्मक एवं विचारात्मक सामग्री साहित्य स्वरूप में भी उपलब्ध रहती है। इसके अंतर्गत समाचारों एवं विचारों को सामाजिक एवं सांस्कृतिक संदर्भ से जोड़ते हुए आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है, इसमें भाव पक्ष की प्रधानता होती है एवं इसकी भाषा शैली साहित्यिक होती है। साहित्यिक स्वरूप में मुख्यतः तीन प्रकार के तत्व होते हैं–भाषा, भाव व तथ्य।

पत्रकारिता स्वरूप –न्यूज पोर्टल पर अधिकांश सामग्री पत्रकारिता स्वरूप में प्रस्तुत की जाती है। इसके अंतर्गत समाचार, विचार व विज्ञापनों को सरल, सहज भाषा में आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। साथ ही इसमें संबंधित समाचार, विचार व विज्ञापन सामग्री के लिंक भी प्रायः दिए रहते हैं। इसमें स्थान का अभाव न होने के कारण समाचार एवं विचार विस्तार से दिये होते हैं, तथा इसमें आवश्यकतानुसार कुछ महत्वपूर्ण सामाजिक घटनाओं का फॉलो–अप भी दिया रहता है। पत्रकारिता स्वरूप के अंतर्गत सामग्री को मुख्यतः तीन स्वरूपों में प्रस्तुत किया जाता है–

1. समाचारात्मक 2.विचारात्मक 3.विज्ञापन

समाचारात्मक स्वरूप– न्यूज पोर्टल में विविध प्रकार की सामाजिक घटनाओं एवं परिघटनाओं से जुड़े समाचार सीधे, सरल व स्पष्ट भाषा में दिए रहते हैं, तथा समाचारों से संबंधित फोटो, वीडियो व ऑडियो भी दिए रहते हैं। समाचारात्मक स्वरूप के अंतर्गत निम्नलिखित प्रकार की सामग्री प्रस्तुत की जाती है–

समाचार– इसमें समाज में घटित विविध प्रकार की घटनाओं एवं परिघटनाओं से संबंधित सूचनाओं व तथ्यों को छोटे एवं सरल वाक्यों में प्रस्तुत किया जाता है। इसमें घटनाओं से संबंधित फोटो, वीडियो, ऑडियो को भी दिया जाता है, तथा घटना से जुड़े व्यक्तियों एवं प्रशासनिक अधिकारियों का पक्ष भी दिया जाता है। जो समाचारों को विष्वसनीय एवं प्रमाणिक बनाता है। समाचार लिखते समय उसमें डेटलाइन का दिया जाना आवश्यक होता है, जिससे समाचार कहां से लिखा जा रहा है यह पाठकों को स्पष्ट हो जाता है।

समाचार विश्लेषण– समाचार विश्लेषण के अंतर्गत किसी भी घटना एवं परिघटना से संबंधित समाचारों, अन्य सूचनाओं व तथ्यों का संबंधित विशेषज्ञों द्वारा भिन्न–भिन्न दृष्टिकोण से किसी बिंदु विशेष पर सूक्ष्म विश्लेषण कर एक निश्चित निष्कर्ष निकाला जाता है। इसमें उस घटना विशेष के घटित होने के कारणों की गहन पड़ताल होती है।

समाचार रिपोर्ट– इसके अंतर्गत संवाददाता द्वारा किसी घटना एवं आयोजन इत्यादि को दृष्टिगत करते हुए उस घटना से संबंधित व्यक्तियों, तथ्यों एवं उसके सभी पहलुओं के आधार पर विस्तृत एवं व्यापक रिपोर्ट तैयार की जाती है। इसमें समाचारों की पूर्ण जानकारी उपलब्ध होती है।

ग्राउंड रिपोर्ट– इसमें संवाददाता किसी विषय पर ग्राउंड रिपोर्ट तैयार करने के लिए घटनास्थल पर जाकर उसके विविध पहलुओं की तह तक जाकर उनसे संबंधित विभिन्न स्रोतों से विस्तृत एवं व्यापक जानकारियों का संकलन एवं विष्लेषण कर समाचार तैयार करता है। कभी–कभी संवाददाता घटनास्थल पर जाकर विभिन्न दृष्टिकोण से उनसे जुड़े कई समाचार लिखता है।

साक्षात्कार– इसमें संवाददाता द्वारा किसी पूर्व निर्धारित विषयपर संबंधित व्यक्ति से संपर्क कर एवं उसके संबंध में गहन वार्तालाप कर जानकारी जुटाता है। साक्षात्कार के तीन सोपान– पूर्व तैयारी,गहन वार्तालाप व एकत्र की गई सूचनाओं का विश्लेषण व प्रस्तुतीकरण।

प्रेसवार्ता– किसी व्यक्ति या संस्था द्वारा किसी विषय पर पत्रकारों को जानकारी देने के लिए इस प्रकार

की वार्ता का आयोजन किया जाता है, संबंधित संवाददाता उस विषय पर अपनी तैयारी करके प्रेस वार्ता में जाता है। बातचीत करने वाला व्यक्ति अपनी जानकारी देता सभी संवाददाताओं को देता है। उसके उपरान्त संवाददाता उस विषय पर उस व्यक्ति से प्रश्न करके अपने समाचार के लिए जानकारी जुटाते हैं।

विचारात्मक सामग्री– विचारात्मक सामग्री को प्रायः जानकारों के द्वारा किसी विषय विशेष पर गहन चिंतन करते हुए, तर्कपूर्ण एवं आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। इसकी भाषा सहज, सरल व अलंकारिक एवं साहित्यिक होती है। इसमें कुछ आलेख तथ्यपरक एवं गंभीर प्रकृति के जबकि कुछ आलेखों में मानवीय संवेदना की प्रधानता होती है। यह प्रायः समाचारों से कुछ अधिक विस्तृत होते हैं। इसके अंतर्गत संपादकीय, फीचर, ब्लॉग,आदि प्रकार की सामग्री आती है।

फीचर– फीचर किसी विषय विशेष पर जानकार संवाददाताओं के द्वारा मानवीय संवेदनाओं एवं मनोभावों से परिपूर्ण एक भावात्मक आलेख होता है। जिसकी भाषाशैली सरल, सहज एवं अलंकारिक होती है। इसका प्रस्तुतीकरण बहुत ही आकर्षक एवं रुचिकर ढंग से किया जाता है। जिससे ये पाठकों का ध्यान शुरू से अंत तक आकृष्ट किये रहते हैं।

लेख– यह समसामयिक मुद्दों पर विशेषज्ञों द्वारा गंभीर, चिंतनपरक, विष्लेषणात्मक, तर्कपूर्ण एवं तथ्यपरक आलेख होता है। इसमें मानवीय संवेदनाओं एवं भावों का अभाव होता है, तथा ये अनुसंधानपरक, शिक्षाप्रद एवं सूचना देने वाले होते हैं।

संपादकीय– यह संपादक या संपादक मंडल द्वारा तत्कालिक घटनाओं पर एक सारगर्भित एवं सक्षिप्त आलेख होता है, तथा यह गंभीर शैली में तर्कपूर्ण व तथ्यपरक सूचना प्रदायी होता है। यह न्यूज पोर्टल की वैचारिक दिशा एवं उसकी गुणवत्ता को प्रतिबिंबित करता है।

ब्लॉग– यह न्यूज पोर्टल पर जनसामान्य के द्वारा तत्कालिक घटना पर लिखा गया एक ऐसा आलेख होता है जा उसके प्रति उसके नजरिए को व्यक्त करता है।

परिचर्चा– यह किसी विषय पर आयोजित विशेषज्ञों एवं पाठकों के मध्य ऐसा संवाद होता है। जिसमें उस विषय से संबंधित विभिन्न प्रकार की नयी जानकारी व तथ्य प्राप्त होते हैं। जिनके निष्कर्षों का व्यवस्थित प्रस्तुतीकरण परिचर्चा कहलाता है।

जनमत– इसमें न्यूज पोर्टल या एजेंसी के द्वारा किसी समसामयिक मुद्दे पर आम जनमानस से कुछ निश्चित बिंदुओं पर राय ली जाती है, जिससे प्राप्त सूचनाओं का संग्रह एवं विश्लेषण कर संबंधित मुद्दे के संदर्भ में निश्चित निष्कर्ष निकाले जाते हैं। इन्हीं निष्कर्षों का व्यवस्थित प्रस्तुतीकरण ही जनमत कहलाता है।

प्रतिवेदन– किसी आयोजन के संदर्भ में निर्धारित अवलोकनकर्ता या उसके समूह द्वारा आयोजन के विविध पक्षों का एक विस्तृत एवं विशद् विवरण तैयार किया जाता है, जिसके निष्कर्षों का व्यवस्थित प्रस्तुतीकरण ही प्रतिवेदन कहलाता है।

विज्ञापन स्वरूप– यह किसी उत्पाद, सेवा या विचार के प्रचार की एक कला है, जिसमें उसके विविध पहलुओं व विशेषताओं को बहुत ही आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। जिससे जनसामान्य के लोग उससे प्रभावित हो सके तथा उन्हें खरीद कर अपना सकें। न्यूज पोर्टल पर विविध प्रकार की विज्ञापन सामग्री उपलब्ध होती है जिसे निम्नांकित आधारों पर वर्गीकृत किया जा सकता है–

विज्ञापन सामग्री की प्रकृति के आधार पर वर्गीकरण– न्यूज पोर्टल पर उपलब्ध विज्ञापन सामग्री का उसकी प्रकृति के आधार पर निम्नांकित बिंदुओं में वर्गीकृत किया जा सकता है–

उत्पाद– न्यूज पोर्टल पर किसी विज्ञापन संस्था के द्वारा विविध प्रकार के उत्पादों के विक्रय बढ़ाने के उद्देश्य से उनके विविध पहलुओं की विशेषताओं एवं गुणवत्ता को लोकलुभावन ढंग से ऑडियो, वीडियो व पोस्टर आदि के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। जिससे जनसामान्य के लोग प्रभावित होकर उन्हे बहुतायत में खरीदें और अपना सकें।

सेवा– जब किसी विज्ञापन संस्था द्वारा किसी सेवा प्रदाता अभिकरण के बारे में जनसामान्य को आकर्षक ढंग से उनकी विविध प्रकार की सेवायें एवं उनसे जुड़े विभिन्न पहलुओं की जानकारी लोकलुभावन ढंग से जन सामान्य को दी जाती है, जिसस ज्यादातर लोग उसके बारे में जान सकें, तथा उनसे प्रभावित होकर

उनका लाभ उठा सकें। इस प्रकार के विज्ञापन सेवा वर्ग के अंतर्गत आते हैं ।

विचार– किसी विज्ञापन संस्था द्वारा सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक व सांस्कृतिक इत्यादि अभिकरण या संस्था की विचारधारा एवं उसके विविध सकारात्मक पहलुओं को आकर्षक ढंग से जनसामान्य के बीच प्रसारित किया जाता है। जिससे अधिसंख्य लोग उसके बारे में विस्तार से जान सकें, तथा उससे प्रभावित होकर उसके बारे में अपने सकारात्मक दृष्टिकोण का निर्माण कर सकें।

विज्ञापन सामग्री के उपयोग के आधार पर वर्गीकरण– न्यूज पोर्टल पर उपलब्ध विज्ञापन सामग्री को जन सामान्य द्वारा उपयोग किए जाने के आधार पर निम्नांकित बिंदुओं में वर्गीकृत किया जा सकता है–

1.अनिवार्यता 2.आवश्यकता 3.विलासिता

अनिवार्यता– जब विज्ञापन संस्था द्वारा हमारे सामान्य जीवन की अनिवार्य वस्तुओं की लोकलुभावन ढंग से जानकारी दी जाती है, जिससे बहुतायत लोग उसके बारे में जान सकें, तथा प्रभावित होकर उनकी खरीदारी कर सकें।

आवश्यकता– इसके अंतर्गत जनसामान्य में दिन–प्रतिदिन उपयोग की जाने वाली आवश्यक वस्तुओं का आकर्षक ढंग से प्रचार–प्रसार किया जाता है, जिससे ज्यादा से ज्यादा लोगों को उनके बारे में जानकारी हो सके, तथा उनकी बिक्री बढ़ सके।

विलासिता– इसके अंतर्गत समाज के समृद्ध वर्ग के द्वारा उपयोग किए जाने वाले महंगे एवं गुणवत्तापूर्ण उत्पादों के विभिन्न पहलुओं को लोकलुभावन ढंग से प्रस्तुत किया जाता है, जिससे उस वर्ग के लोग उनस प्रभावित होकर खरीदारी कर सकें।

विज्ञापन सामग्री के प्रस्तुतीकरण के स्थान के आधार पर वर्गीकरण– विज्ञापन सामग्री की प्रस्तुति में स्थान का बहुत महत्व होता है। न्यूज पोर्टल पर विज्ञापन सामग्री, समाचार व विचार से किधर एवं किस स्थान पर है, यह बहुत महत्वपूर्ण होता है। विज्ञापन सामग्री को उसके प्रस्तुतीकरण के स्थान के आधार पर निम्नांकित बिंदुओं के अंतर्गत वर्गीकृत किया जा सकता है–

डिस्पले– इस प्रकार के विज्ञापन आकर्षक पोस्टर के रूप में समाचार एवं विचार सामग्री के पासय जिस स्थान पर पाठकों की नजर सर्वाधिक पड़ती है, प्रायः वहां पर दिये रहते हैं। न्यूज पोर्टल में इस प्रकार के डिस्पले विज्ञापनों को क्लिक करने से उनका मुख्य पेज खुल जाता है, जिसमें विज्ञापन सामग्री की विस्तृत जानकारी दी रहती है।

साइडर– इस प्रकार के विज्ञापन न्यूज पोर्टल पर समाचारों एवं विचारों के किनारे दिए रहते हैं। ऐसे विज्ञापन कभी–कभी वीडियो के रूप में भी दिए रहते हैं। न्यूज पोर्टल पर इस प्रकार के विज्ञापन बहुतायत रूप में दिये रहते हैं।

ब्लिंकर्स– इस प्रकार के विज्ञापन न्यूज पोर्टल पर समाचार एवं विचार सामग्री के आसपास ब्लिंक करते रहते हैं। ये पाठकों का ध्यान समाचार व विचार पढ़ते वक्त अपनी ओर आकर्षित कर लेते हैं, ऐसे विज्ञापन अन्य विज्ञापनों की अपेक्षा अधिक प्रभावीषाली होते हैं।

आधुनिक प्रवृत्तियाँ

आधुनिक सूचना एवं संचार तकनीकी की प्रगति के साथ–साथ पत्रकारिता जगत में भी विभिन्न प्रकार की नवीन प्रवृत्तियां जन्म ले रहीं है, जिनमें से कुछ प्रमुख प्रवृत्तियां निम्नांकित हैं–

मोबाइल पत्रकारिता (मोजो)– मोबाइल पत्रकारिता के अंतर्गत संवाददाता मोबाइल व अन्य संसाधनों के माध्यम से सूचना एवं समाचारों का संग्रहण, संपादन एवं प्रसारण करते हैं। इसके द्वारा पत्रकारिता जगत में तत्कालिक अपडेशन संभव हुआ है, जिसके कारण यह जनमानस में बहुत ही तीव्र गति से लोकप्रिय होती जा रही है। इसकी बढ़ती लोकप्रियता के प्रमुख कारण निम्नांकित हैं–

आसानी से पत्रकारिता– मोबाइल पत्रकारिता के जरिए मोबाइल प्रयोगकर्ता आसानी से सूचनाओं का प्रेषण वीडियो, ऑडियो, फोटो, टेक्स्ट आदि के माध्यम से न्यूज पोर्टल एव सोशल मीडिया में कर सकते हैं। इसके लिए पत्रकारिता के विशेष ज्ञान एवं प्रशिक्षण की जरूरत नहीं होती है।

सार्वभौमिक पहुँच– सूचना एवं संचार क्रांति के इस युग में आज प्रायः हर व्यक्ति मोबाइल का प्रयोग करता

है। मोबाइल में वीडियो, ऑडियो, फोटो एवं इण्टरनेट आदि की सुविधा ने हर व्यक्ति को एक पत्रकार बना दिया है। वह अपने आसपास की घटित घटना एवं अपने विचारों को आसानी से न्यूज पोर्टल व सोशल मीडिया के जरिए विश्वव्यापी बना सकता है। इसके जरिए दुर्गम एवं दुर्लभ स्थानों की कवरेज करना संभव हो पाया है।

जन सामान्य की सहभागिता– मोबाइल पत्रकारिता इसलिए तेजी से लोकप्रिय होती जा रही है, क्योंकि यह आम आदमी के बहुत ही नजदीक है। इसके माध्यम से उन समाचारों का भी प्रेषण संभव हुआ है जिनके लिए परंपरागत माध्यमों में जगह नहीं रहती थी।

सस्ता बजट– मोबाइल पत्रकारिता सीमित मानवीय एवं तकनोकी संसाधनों पर कम लागत के लिये जानी जाती है। इसे कोई भी व्यक्ति अथवा संस्था अपने पास उपलब्ध सीमित संसाधनों से शुरू कर सकता है, तथा इण्टरनेट सेवा प्रदाता कंपनियों के द्वारा सस्ते पैक उपलब्ध कराने से मोबाइल पत्रकारिता का बहुत तेजी के साथ प्रसार हो रहा है।

2. नागरिक पत्रकारिता– यह पत्रकारिता की एक ऐसी विधा है, जिसमें सूचनाओं के संग्रहण, विश्लेषण, संपादन और प्रसारण की समूची प्रक्रिया आम नागरिकों की सक्रिय सहभागिता पर आधारित होती है। इसके अंतर्गत मुख्यधारा के पत्रकारों की जगह आम नागरिक पत्रकार की भूमिका को निभाते हैं। सूचना एवं संचार तकनीकी के विकास से आम नागरिकों के पास आज वह उपकरण आसानी से उपलब्ध हो गए हैं, जो पहले कभी मुख्यधारा की मीडिया संस्थानों में हुआ करते थे। जनमानस की पत्रकारिता में प्रायःसामान्य उपकरणों का प्रयोग होता है जिससे आम नागरिक रोजमर्रा की जिंदगी में प्रयोग करते रहते हैं। उनके आसपास घटित होने वाली किसी भी घटना के समय वहां दर्शक के रूप में उपस्थित कुछ लोग उसकी फोटो व वीडियो बना लेते हैं। अधिकतर ऐसी घटनाओं के समय मुख्यधारा के पत्रकार व उनकी रिकॉर्डिंग टीम वहां मौजूद नहीं होतो है, ऐसी स्थिति में दर्षकों के द्वारा लिये गये फोटो, वीडियो आदि मुख्यधारा की मीडिया के लिए आवश्यक एवं मौलिक सामग्री उपलब्ध करा देते हैं। प्रायः कई बार घटित घटनाओं के संबंध में आम नागरिकों के द्वारा दी गई सामग्री के आधार पर संबंधित घटना पर व्यापक स्तर पर त्वरित कार्यवाही होती है, एवं घटना की गंभीरता के आधार पर मुख्यधारा की पत्रकारिता में बड़ी खबर भी बनती है।

3.रियल टाइम अपडेशन– आज के डिजिटल युग में हर व्यक्ति प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से इंटरनेट से जुड़ा हुआ है, तथा वह विश्व के किसी भी कोने में घटित घटनाओं एवं आयोजनों के बारे में खुद को अपडेट रखना चाहता है। इसके लिए वह तत्काल संबंधित समाचार,फोटो एवं वीडियो को वह तुरंत देखना, सुनना एवं पढ़ना चाहता है, जबकि परंपरागत माध्यमों में पर्याप्त संसाधनों की आवश्यकता के कारण अपडेशन के लिए कुछ समय इंतजार करना पड़ता है। कई बार समुचित संसाधनों की तुरंत उपलब्धता न हो पाने के कारण अपडेट करना मुश्किल होता है, जिसके लिए पाठक इंतजार करना नहीं चाहते हैं। पाठकों की इन जरूरतों के मद्देनजर रियल टाइम अपडेशन एक नवीन प्रवृत्ति के रूप में उभर रही है। इसके अंतर्गत घटित घटनाओं को सीमित संसाधनों के द्वारा इंटरनेट के माध्यम से त्वरित वर्ल्ड वाइड किया जाता है। इस प्रकार का अपडेशन वेब मीडिया में ही आसानी से किया जा सकता है। इसके जरिये न्यूज पोर्टल से जुड़ा कोई भी व्यक्तिय कहीं से भी अपडेट कर सकता है तथा सोशल मीडिया में इसे साझा भी कर सकता है।

4.सजीव प्रसारण (लाइव स्ट्रीमिंग)– सजीव प्रसारण, सूचना एवं संचार जगत में उभरती हुई एक नवीन विधा है, जिसमें किसी आयोजन एवं घटना का सजीव प्रसारण इंटरनेट की सहायता से किया जाता है। पत्रकारिता जगत के संदर्भ में सजीव प्रसारण से तात्पर्य किसी संवाददाता द्वारा, किसी घटना व आयोजन से संबंधित जानकारी व समाचारों को उसके साथ–साथ इण्टरनेट के माध्यम से पूरे विष्व में प्रसारित किया जाता है। प्रायः ऐसे आयोजनोंध्घटनाओं का सजीव प्रसारण सोशल मीडिया के विभिन्न प्लेटफार्मो जेसै–फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब आदि पर किया जाता है।

निष्कर्षः निरन्तर विकासमान सूचना एवं संचार तकनीकी ने आज मानव जीवन के हर पहलू को बहुत अधिक प्रभावित किया है जिससे पत्रकारिता जगत भी अछूता नहीं है। पत्रकारिता के परंपरागत माध्यमों के

द्वारा पाठकों की बदलती हुयी आवष्यकताओं के पूरा न हो पाने के कारण, उनका रूझान उभरती हुयी नवीन प्रवृत्तियों की ओर लगातार बढ़ रहा है। आज पाठक किसी भी घटना का 24X7 रियल टाइम अपडेट देखना चाहता है और वह अपनी आवश्यकतानुसार अपने आस–पास घटित किसी भी घटना को स्मार्टफोन के द्वारा सोशल मीडिया के विभिन्न प्लेटफार्मों पर खुद भी उसका सजीव प्रसारण कर सकता है तथा उसे रिकार्ड कर मीडिया संस्थानों को प्रसारित करने के लिये भी भेज सकता है।

सन्दभर्

- •Himelboim, I., & McCreery, S. (2012). New Technology, Old Practices: Examining News Websites from a Professional Perspective. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 18*(4), 427-444.
- Tewari, P. (2015). The Habits of Online Newspaper Readers in India. *Journal of Socialomics, 4* (2).DOI: 10.4172/2167-0358.1000124
- Jaidi, S. (2017). *Editor On* **वेब पत्रकारिता: वर्तमान एवं भावी परिदृष्य** *line : BBC UK. Retrieved, June 23, 2019 from* **WWW.BBChindi.ORG**
- Kenney, K., Gorelik, A., &Mwangi, S. (2000). *Interactive Features of Online Newspapers.* Retrieved, September 1, 2019, from http://firstmonday.org/ojs/ index.php/fm/article/view/720/629
- Kim, Minchul (2013). *The Effects of Online Advertisements and News Images on News Reception*. M.A. Thesis in Media Studies : The University of Wisconsin-Milwaukee, P.9.
- Liu, K. et al. (2007). *All in One News: Development and Evaluation of a Large-Scale News Meta-search Engine.* In Proceedings of the 2007 ACM SIGMOD International Conference on Management of Data, ACM SIGMOD'07, p. 1017 – 1028.
- Opgenhaffen, M. (2011). Multimedia, Interactive and Hyper Textual Features in Divergent Online News Platforms: An Exploratory Study of Flemish Online News. *First Monday, 16*(3). DOI: 10.5210/fm.v16i3.2826
- Reich, Z. (2011). User Comments: The Transformation of Participatory Space. In Singer, J.B. (Eds.), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. London: Wiley-Blackwell, p. 96-117.