

## नई प्रौद्योगिकी का पत्रकारिता में अनुशीलन: हिमाचल प्रदेश के पत्रकारों पर आधारित सर्वेक्षणात्मक अध्ययन

पवन कुमार<sup>1</sup>, शिवम<sup>2</sup>

<sup>1</sup>शोधार्थी, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, हिमाचल प्रदेश केंद्रीय विश्वविद्यालय, धर्मशाला, हि.प्र.

Email- [pawanvashishtha1@gmail.com](mailto:pawanvashishtha1@gmail.com)

<sup>2</sup>शोधार्थी, न्यू मीडिया विभाग, हिमाचल प्रदेश केंद्रीय विश्वविद्यालय, धर्मशाला, हि.प्र.

Corresponding Author Email- [shivam995sharma@gmail.com](mailto:shivam995sharma@gmail.com)

### सारांश

नई प्रौद्योगिकी की बात करें तो इसका प्रभाव प्रत्येक सामाजिक ताने बाने में पड़ता दिख रहा है। जाने अनजाने लगभग सभी लोग इस नई तकनीक का प्रयोग किसी ना किसी रूप में कर रहे हैं और सोशल मीडिया तथा स्मार्टफोन का प्रयोग तो अब एक सामान्य बात है जो न्यू मीडिया के उपयोग की सबसे सरल और सुलभ माध्यम/टूल है। सोशल मीडिया, ब्लॉग, व्हाट्सएप, एआर/वीआर, एआई, ब्लॉकचेन और फ्लिहाल मेटावर्स और रोबोटिक्स का मीडिया में प्रयोग एक तीव्र गति के परिवर्तन का द्योतक है। इन सभी तकनीकों में एआई का प्रयोग तेज़ी से बढ़ रहा है और आने वाले समय में एआई, मेटावर्स और रोबोटिक्स का प्रयोग समाज के हर क्षेत्र में बढ़ता हुआ दिख रहा है। पत्रकारिता में भी इस न्यू मीडिया का प्रयोग काफी तेज़ी से बढ़ा है। विकसित देशों और भारत के मेट्रो सिटीज़ के पत्रकार न्यू मीडिया का प्रयोग बड़े पैमाने पर कर रहे हैं किंतु छोटे शहरों के पत्रकारों में न्यू मीडिया के प्रयोग को लेकर क्या रुख है और न्यू मीडिया युग में पत्रकारिता के भविष्य को लेकर क्या विचार हैं यह जानने का प्रयास इस शोध आलेख में किया गया है। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य यह जानने का प्रयास है कि हिमाचल प्रदेश के धर्मशाला शहर के पत्रकारों में न्यू मीडिया को लेकर किस प्रकार का अनुशीलन, विचार और व्यवहार है। यह अध्ययन पूर्ण रूप से अकादमिक है जिसके लिए 15 प्रश्नों की एक सर्वेक्षण प्रश्नावली गूगल फॉर्म पर तैयार कर धर्मशाला शहर में कार्यरत अलग अलग मीडिया हाउसेस के पत्रकारों से प्राप्त उत्तरों का विश्लेषण प्रस्तुत किया गया है।

**की वर्ड्स:** न्यू मीडिया, नई प्रौद्योगिकी, पत्रकारिता, एआई, सोशल मीडिया, वेब 2.0

### प्रस्तावना:

तकनीक और पत्रकारिता का सदैव ही चोली दामन का साथ रहा है। किसी भी काल खंड में जो भी नई तकनीक आई है (मुख्यतः संचार तकनीक) उसका सीधा प्रभाव पत्रकारिता पर पड़ा है। जॉन गुटनबर्ग द्वारा प्रिंटिंग मशीन की शुरुआत करने पर पत्रकारिता की पहुँच लोगों तक तेज़ी से बढ़ी या दूसरे शब्दों में कहें तो पत्रकारिता की शुरुआत ही सही मायनो में प्रिंटिंग मशीन के बाद से ही मानी जा सकती है। जिस अखबार को हम जानते और समझते हैं, जो एक सामान्य परिवार में सुबह की चाय का साथी है वह सही मायनो में छापाखाना विकसित होने के बाद ही छपकर लोगों के सामने पहुंचा है और समाज में अखबार पढ़ने की संस्कृति तभी विकसित हुई। शहरों में तो अखबार लोगों के दैनिक जीवन का अहम हिस्सा बन गया था और लोगों का अपने समाज को जानने और मुद्दों पर चर्चा के लिए अखबार के रूप में एक सटीक माध्यम मिल गया था। ज्ञातव्य है कि भारत में जेम्स आगस्टस हिक्की ने पत्रकारिता की शुरुआत 'द बंगाल गज़ट' नामक अखबार निकाल कर सन् 1780 में की। यह शुरुआती पत्रकारिता भ्रष्टाचार से लड़ने के लिए शुरू हुई किन्तु कालांतर में अनेक लोगों ने पत्रकारिता की पहल अनेक सामाजिक मुद्दों से लड़ने और लोगों को जागरूक करने के लिए की, जिसमें पंडित जुगल किशोर सुकुल, राजा राम मोहन राय, राजा हरिश्चन्द्र आदि के नाम प्रमुख रूप से लिए जा सकते हैं।

पत्रकारिता में एक और बड़ा परिवर्तन तब आया जब रेडिओ का प्रादुर्भाव हुआ, अब पत्रकारिता प्रिंट के साथ-साथ बोलने वाली भी हो गई थी और यह संभव हुआ उस समय की नयी संचार तकनीक रेडिओ के आने से। अब पत्रकारिता का स्वरूप और पहुँच दोनों बदलने लगी थी। पत्रकारिता के स्वरूप की बात करें तो जिस प्रकार की खबर अखबार में छपती थी वह सीधे रेडिओ पर नहीं पढ़ी जाती थी बल्कि इसके लिए एक

व्यवस्थित न्यूज़ स्क्रिप्ट की रचना की जाती थी/है। पत्रकारिता की शैली में यह परिवर्तन संचार तकनीक में आये इस नवीन परिवर्तन की वजह से ही हुई। रेडियो में सिर्फ पत्रकारिता की शैली ही नहीं बदली बल्कि लोगों तक इसकी पहुँच भी व्यापक हो गई। यदि भारत की बात करें तो उस समय एक बड़ा तबका ऐसा था जो पढ़ नहीं सकता था अतः समाचारों से वंचित था या संचार सिद्धांत के अनुसार देखें तो सेकंड हैंड इनफार्मेशन या किसी ओपिनियन लीडर पर निर्भर था किंतु रेडियो आने के बाद इस तबके की पहुँच सीधे समाचारों तक हो गई। अतः पत्रकारिता का एक बड़ा विस्तार यहाँ देखने को मिलता है।

रेडियो विस्तार गाँव-गाँव तक होने के बाद भी संचार तकनीक का विकास निरंतर जारी रहा फलस्वरूप टेलीविज़न का आविष्कार और विस्तार हुआ। अब जनसंचार की एक और नई तकनीक हमारे सामने थी अतः पत्रकारिता के लिए एक और नया माहौल सामने मिल गया और टीवी पत्रकारिता की शुरुआत हो गई। टीवी में अब लोग न सिर्फ समाचार सुन सकते थे बल्कि अमुक समाचार से जुड़ी तस्वीर और वीडियो भी देख सकते थे। अब एक बार फिर पत्रकारिता के स्वरूप और पहुँच में परिवर्तन हुआ। टीवी समाचार तैयार करने के लिए न्यूज़ स्क्रिप्ट का स्वरूप अपनाया गया जिसमें टेक्स्ट के साथ मैचिंग वीडियो भी रखा जाने लगा। टीवी पत्रकारिता दृश्य-श्रव्य स्वरूप की पत्रकारिता बनकर उभरी।

90 के दशक में इंटरनेट के आगमन से एक और बड़ा परिवर्तन दृष्टिगोचर होता है। इंटरनेट का आगमन संचार में सिर्फ परिवर्तन ही नहीं बल्कि सूचना क्रांति के रूप में देखा जाता है। इंटरनेट पर आधारित क्रमिक तकनीकी विकास ने न्यू मीडिया की अवधारणा को जन्म दिया। न्यू मीडिया के आने के बाद जो सबसे बड़ी चीज़ सामने आई वह है संचार के स्वरूप और तकनीक में परिवर्तन की गति। इससे पूर्व संचार तकनीक में जो भी परिवर्तन आया चाहे वह प्रिंटिंग का हो, रेडियो का हो या टीवी का हो इन सभी तकनीकों को आत्मसात् करने और प्रयोग करने में तथा प्रयुक्त होते रहने में एक लंबा समय बीता है। इन मीडिया तकनीकों के प्रयोग और इसके अद्यतन होने में कभी भी इतनी गति नहीं रही जितनी की न्यू मीडिया के प्रयोग में है। न्यू मीडिया सदैव एक नये ऑप्शन और नयी तकनीक के साथ उपलब्ध होता रहता है। जैसे सामान्य वेबसाइट आने के बाद वेब 2.0 का आना जिसने सामान्य जन की अपनी भागीदारी के लिए एक प्लेटफॉर्म मुहैया कराया जोकि एक एक बड़े क्रांतिकारी चरण के रूप में जाना जाता है क्योंकि पहली बार अब जनसंचार माध्यम सीधे जानता के हाथ में आ गया था। सोशल मीडिया, ब्लॉग, यूट्यूब, मेटावर्स, एआई आदि के रूप में इसको समझा जा सकता है।

यदि नई प्रौद्योगिकी की बात करें तो न्यू मीडिया ने पूरे सामाजिक संचार के ताने-बाने में परिवर्तन ला दिया है। सही मायनों में न्यू मीडिया की अवधारणा तब विकसित हुई जब वेब टू पॉइंट ज़ीरो का आगमन हुआ। वेब टू पॉइंट ज़ीरो इंटरैक्टिव वेब के रूप में जाना जाता है और इस तकनीक ने ही जनसामान्य या यूज़र को अपना कॉन्टेंट साझा करने का मार्ग सुलभ कराया है। न्यू मीडिया की अवधारणा है कि वो मीडिया जो मल्टीमीडिया हो यानी एक प्रकार से श्रव्य, दृश्य, टेक्स्ट, ग्राफिक, हाइपरलिंक आदि का मिश्रित स्वरूप हो, डिजिटल हो, हाइपरटेक्स्ट फेसिलिटी हो, इंटरैक्टिव हो, नेटवर्क से जुड़ी हो और साथ ही अपने को अपडेट होने की क्षमता भी रखती हो। इस अवधारणा के आधार पर देखें तो अनेक वेब आधारित सेवाएं दिखाई देती हैं, जैसे ट्विटर, फेसबुक, ब्लॉग, फ़ॉक्सोनामी, आर एस एस, ईमेल, सर्च इंजन, वर्चुअल एवं ऑगमेंटेड रियलिटी, विडिओ स्ट्रीमिंग, ओटीटी प्लैटफ़ॉर्म आदि। इस अवधारणा में स्मार्टफोन की भूमिका काफी अहम है। एक सामान्य यूज़र को अपना कॉन्टेंट जैसे फोटो, वीडियो या शब्द शेयर करना अब स्मार्ट फोन से सुलभ है।

न्यू मीडिया पर आधारित सोशल मीडिया का आगमन, ब्लॉग का आगमन, ह्याइपेप का आगमन, एआर/वीआर का आगमन, फिर एआई का आगमन, ब्लॉकचेन का आगमन और फ़िलहाल मेटावर्स और रोबोटिक्स का आगमन संचार में एक तीव्र गति के परिवर्तन का द्योतक है और यह परिवर्तन मुसलसल जारी है। इन सभी तकनीकों में एआई का प्रयोग तेज़ी से बढ़ रहा है आने वाले समय में एआई, मेटावर्स और रोबोटिक्स का प्रयोग समाज के हर क्षेत्र में बढ़ता हुआ दिख रहा है। पत्रकारिता में भी इस न्यू मीडिया का प्रयोग काफी तेज़ी से बढ़ रहा है। विकसित देशों और भारत के मेट्रो सिटीज़ के पत्रकार न्यू मीडिया प्रयोग बड़े पैमाने पर कर रहे हैं किंतु छोटे शहरों के पत्रकारों में न्यू मीडिया के प्रयोग को लेकर क्या रुख है और न्यू मीडिया युग में पत्रकारिता के भविष्य को लेकर क्या विचार हैं यह जानने का प्रयास इस शोध आलेख में किया गया है। यह शोध आलेख निम्नलिखित उद्देश्यों की पूर्ति को ध्यान में रख कर किया गया है:

- धर्मशाला शहर के पत्रकारों में न्यू मीडिया संबंधित व्यवहारों का अध्ययन करना।
- पत्रकारिता में न्यू मीडिया प्रयोग की वरीयता को समझना।
- न्यू मीडिया के युग में भविष्य की पत्रकारिता को लेकर धर्मशाला शहर के पत्रकारों के विचार को जानना।

## शोध विधि

प्रस्तुत अध्ययन के लिए सर्वेक्षण विधि का प्रयोग किया गया है। सर्वेक्षण के लिए स्थान का चयन सोदेश्य निदर्शन के द्वारा हिमाचल प्रदेश की शीतकालीन राजधानी और स्मार्ट शहरों की सूची में शामिल 'धर्मशाला' शहर का किया गया है। हिमाचल प्रदेश के DPRO (District Public Relation Office) की वेबसाइट से प्राप्त जानकारी के अनुसार धर्मशाला में सूचीबद्ध पत्रकारों की संख्या 17 है किंतु विभिन्न प्रेस सम्मेलनों में मिलने जुलने वाले पत्रकारों से बात-चीत के अनुसार यह ज्ञात हुआ कि अलग-अलग मीडिया हाउसेस (प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक, ऑनलाइन आदि) मिलाकर लगभग 50 पत्रकार धर्मशाला में कार्यरत हैं। इस 50 की संख्या की गणना एक मीडिया संस्थान से एक पत्रकार के आधार पर की गई है। इस गणना के आधार पर प्राप्त कुल जनसंख्या 50 को सैंपल साइज के लिए चयन किया गया है। धर्मशाला में कार्यरत

केंद्रीय विश्वविद्यालय के पत्रकारिता स्कूल के 9 शिक्षकों और 1 पीआरओ में से 3 शिक्षक और 1 पीआरओ का चयन इस आधार पर किया गया है कि पूर्व में उन्होंने पत्रकारिता के क्षेत्र में कार्य किया है। इस आधार पर संपूर्ण सैपल साइज 54 (50+4) उत्तरदाताओं को प्रश्नावली प्रेषित की गई जिसमें से कुल 22 उत्तरदाताओं से उत्तर प्राप्त हुए हैं। सर्वेक्षण के लिए तीन भागों में विभाजित कुल 15 प्रश्नों की प्रश्नावली का निर्माण किया गया है जिसके तीन भाग हैं। प्रथम भाग में अध्ययन का उद्देश्य और उत्तरदाताओं की सहमति शामिल है, द्वितीय भाग में उत्तरदाताओं की डेमोग्राफिक जानकारी माँगी गई है और इसके तीसरे भाग में 15 मूल प्रश्न रखे गये हैं। इन 15 प्रश्नों में से 14 प्रश्न बहुविकल्पी तथा अंतिम एक प्रश्न ओपन एंडेड प्रकृति का है। बहुविकल्पी प्रश्नों की विविधता और प्रस्तुत विकल्पों की अनेकता को ध्यान में रखते हुए किसी स्केल को नहीं अपनाया गया है। प्रश्नावली का निर्माण गूगल फॉर्म पर किया गया है। प्रश्नावली में दिए गये विकल्पों का चयन साहित्य पुनरावलोकन के आधार पर और इनकी पॉपुलैरिटी के आधार पर किया गया है।

## सीमाएं

किसी भी सामाजिक शोध की सीमा होना एक सामान्य बात है और उसका उल्लेख करना भी एक ज़रूरी कार्य है जिससे अध्ययन का परिसीमन तय हो जाता है। प्रस्तुत अध्ययन की प्रमुख सीमाएँ हैं- प्रस्तुत अध्ययन के लिए प्राप्त निदर्शन का आकर सीमित है जबकि संपूर्ण जनसंख्या को सैपल के रूप में चयन किया गया है। मेट्रो सिटीज़ और पहाड़ी छोटे शहरों में पत्रकारिता के स्वरूप में काफ़ी अंतर है अतः हिमाचल प्रदेश के शहर धर्मशाला पर आधारित इस अध्ययन को बड़े शहरों के लिए सामान्यकृत नहीं किया जा सकता है। नई प्रौद्योगिकी या न्यू मीडिया का पत्रकारिता में प्रयोग अपने आप में एक वृहद् विषय है इसको किसी एक अध्ययन से संपूर्ण रूप में समझ पाना स्वयं ही इसकी सीमा निर्धारित करता है। साथ ही न्यू मीडिया का स्वरूप इतनी तीव्र गति से परिवर्तित हो रहा कि इस क्षेत्र में किसी भी अध्ययन की समय रेखा स्वयं ही सीमित हो जाती है। सर्वेक्षण के लिए तैयार की गई प्रश्नावली में कई प्रश्न इस प्रकृति के थे जिनके एक से अधिक विकल्पों को चुना जा सकता था और उत्तरदाताओं ने भी कई प्रश्नों में एक से अधिक विकल्पों या 'सभी' वाले विकल्प को चुना है किंतु कुछ उत्तरदाताओं ने एक से अधिक विकल्पों पर टिक करने के बाद सभी वाले विकल्प पर भी टिक कर दिया है जिससे सटीक प्रतिशत निकालना थोड़ा सीमित हो जाता है। यहाँ यह उल्लेख करना उचित होगा कि किसी भी सर्वेक्षण में 10% की त्रुटि सर्वमान्य होती है।

## धर्मशाला की पत्रकारिता का ऐतिहासिक स्वरूप

हिमाचल प्रदेश की शीतकालीन राजधानी के रूप में धर्मशाला, धौलाधार पहाड़ियों की आभा में बसा हुआ एक छोटा सा शहर है जो स्मार्टसिटी की सूची में भी शामिल है। पर्यटन और शीतल आबोहवा के लिए प्रसिद्ध यह शहर निर्वासित तिब्बती सरकार एवं तिब्बती समुदायों का केंद्र होने के साथ अंतर्राष्ट्रीय क्रिकेट स्टेडियम होने के नाते भी विश्व विख्यात है। पत्रकारिता के संदर्भ में देखा जाए तो 'सामुदायिक' तथा 'पर्यटन' पत्रकारिता के रूप में धर्मशाला की पत्रकारिता विशिष्ट रही है। यहाँ की पत्रकारिता 'स्थानीय', 'राष्ट्रीय', 'अंतर्राष्ट्रीय समुदाय', 'तिब्बती समुदाय/शरणार्थी', 'गद्दी समुदाय' 'पर्यटन तथा स्थानीय 'राजनीति' आदि बीज शब्दों के बीच घूमती दृष्टिगोचर होती है। पूर्व में हिमाचल प्रदेश की पत्रकारिता का केंद्र बिंदु शिमला हुआ करता था किंतु अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रसिद्ध होने, दलाईलामा का निवास होने, हिमाचल की दूसरी राजधानी होने, फ्लाइट, बस और ट्रेन से वर्षपर्यन्त कनेक्ट होने (हिमाचल के अनेक पहाड़ी क्षेत्रों में बारिश और बर्फबारी के चलते फ्लाइट, रोड आदि से आवागमन बाधित रहता है), राजनीति का यहाँ रुझान होने और स्मार्ट सिटी की सूची में आने आदि के कारण पत्रकारिता का फोकस शिमला के बाद द्वितीय वरीयता के रूप में धर्मशाला हो रहा है।

धर्मशाला में वैसे तो भारत के स्वतंत्र होने से पूर्व पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन आरम्भ हो गया था किन्तु 60 के दशक में धर्मशाला में समाचार पत्रों का प्रकाशन प्रमुख रूप से होने लगा था। सन् 1930 में मासिक पत्र के रूप में 'वेली समाचार' तथा 1932 में 'काँगड़ा समाचार' का प्रकाशन हुआ। 1934 में काँगड़ा से 'क्षत्रिय तेज' का प्रकाशन आरम्भ हुआ। पाक्षिक पत्र के रूप में सन 1945 में धर्मशाला से ही 'काँगड़ा देहात सुधार' का प्रकाशन आरम्भ हुआ। देश की आजादी के साल 'काँगड़ा सन्देश' का प्रकाशन धर्मशाला से हुआ (अवस्थी, 2015, पृष्ठ-51)। सन् 1986 में मासिक पत्रिका 'हिमाचल टुडे' का प्रकाशन धर्मशाला से आरम्भ हुआ (अवस्थी, 2015, पृष्ठ-51)। 1987 में धर्मशाला से 'हिमाचल दिस वीक' प्रकाशित होने लगा। इस पत्र ने हिमाचल के आर्थिक एवं राजनीतिक चेतना के विस्तार में कार्य किया (अवस्थी, 2015, पृष्ठ-50)। वर्ष 1966 में 'हिमाचल सुप्रभात' का प्रकाशन धर्मशाला के नजदीक शाहपुर से आरम्भ हुआ (अवस्थी, 2015, पृष्ठ-5)। कांग्रेस की नीतियों का खुलकर समर्थन करने वाले समाचार पत्र 'ललकार' का प्रकाशन 60 के दशक में धर्मशाला से सिविल लाइन्स से आरम्भ हुआ था (अवस्थी, 2015, पृष्ठ-60)। 'हिमाचल ध्वनि' नामक पाक्षिक पत्रिका का प्रकाशन धर्मशाला से 1979 में हुआ था। 1983 में 'हिमाचल केसरी' नामक पत्रिका का प्रकाशन यहाँ से प्रारम्भ हुआ जिसका सम्पादन प्रवीण राय ने किया (अवस्थी, 2015, पृष्ठ-69)। धर्मशाला के मैक्लोडगंज जो कि तिब्बत धर्मगुरु दलाईलामा का अस्थाई निवास अस्थल है (सिंह, 2022), से तिब्बती साहित्य एवं संस्कृति को समर्पित पत्रिका 'तिब्बत बुलेटिन' (त्रैमासिक) का प्राकाशन 1985 में हुआ। 90 के दशक के उपरांत धर्मशाला की हिंदी पत्रकारिता में महत्वपूर्ण बदलाव दिखाई देने लगा। कंपोजिंग, कंप्यूटर के माध्यम से पेज सेटअप आदि जैसी नई एवं उन्नत तकनीकी के आने के पश्चात धर्मशाला की पत्रकारिता आधुनिक होने लगी। सन् 1997 में 'दिव्य हिमाचल' का प्रकाशन धर्मशाला (मटौर) से शुरू हुआ। 1997 से वर्तमान तक समाचार पत्रों के आगमन के बाद से धर्मशाला में पत्रिकाओं का प्रभाव विशेष रूप से घटता गया किंतु 'हिमप्रस्थ' तथा 'गिरिराज' जैसी कुछ महत्वपूर्ण पत्रिकाएँ आज भी आमजन में

लोकप्रिय है। 1997 से 2005 के बीच धर्मशाला में 'अमर उजाला' तथा 'दैनिक जागरण' ने राष्ट्रीय समाचार पत्र के रूप में अपना प्रकाशन आरम्भ किया। सन् 2012 से 'हिमाचल दस्तक' ने धर्मशाला से अपना प्रकाशन प्रारंभ किया (अवस्थी, 2015, पृष्ठ-76)।

धर्मशाला में वर्तमान में दो रेडियो स्टेशन कार्य कर रहे हैं- पहला 'आकाशवाणी धर्मशाला', '103.4' एफएम की आवृत्ति पर कार्यरत इस रेडियो स्टेशन की स्थापना 23 फरवरी 1994 को हुई थी। यह रेडियो स्टेशन हिंदी के अतिरिक्त स्थानीय भाषा में भी कार्यक्रमों का प्रसारण करता है (शर्मा, 2024)। दूसरा प्रमुख रेडियो स्टेशन 'रेडियो गुंजन' '91.2' की आवृत्ति पर कार्य करता है। यह विधानसभा भवन के पास तपोवन में स्थित सामुदायिक रेडियो के रूप में कार्य करता है। इसकी स्थापना 2017 में हुई थी। धौलाधार की तलहटी में स्थित यह रेडियो हिंदी, पहाड़ी, गढ़वाली तथा पंजाबी भाषाओं में प्रसारण करता है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की बात करें तो धर्मशाला में विशेष केंद्रित टीवी चैनल तो नहीं हैं परन्तु राष्ट्रीय तथा पंजाबी टीवी चैनल के ब्यूरो जैसे न्यूज़ 18, दूरदर्शन, पीटीआई, एएनआई, एसोसिएटेड प्रेस आदि तथा ऑनलाइन/ वेब न्यूज़ चैनल अपनी सेवा दे रहे हैं।

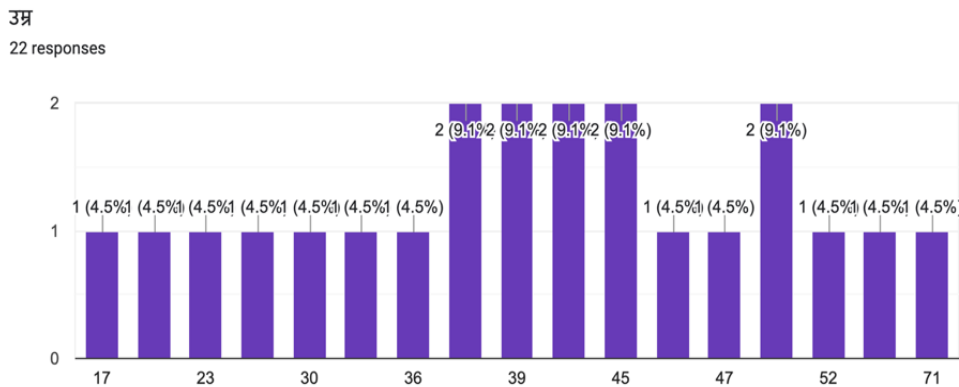
पत्रकारिता के शुरुआती दौर में कुछ गिने चुने समाचार पत्र ही धर्मशाला में आते थे। यहाँ काम करने वाले रिपोर्टर की संख्या भी सीमित हुआ करती थी। यहाँ ऐसे पत्रकार कार्य करते थे जिनकी दूसरी कोई नौकरी हुआ करती थी (उस समय पार्ट टाइम रिपोर्टर हुआ करते थे)। धर्मशाला में रेडियो के माध्यम से खबरे प्राप्त होती थी। पहले यहाँ की खबरे फैक्स आदि के माध्यम से भेजी जाती थी। वर्तमान समय में धर्मशाला में फुल टाइम रिपोर्टर कार्य करते हैं। धर्मशाला की पत्रकारिता में साहित्य, महिला एवं बच्चों के विकास, पर्यावरण एवं पर्यटन, धर्म एवं राजनीति, प्रशासनिक एवं राजनैतिक, मंदिर तथा विभिन्न इवेंट की खबरों की अधिकता होती है। दलाई लामा तथा तिब्बती सरकार के विभिन्न कार्यक्रम, मिस हिमाचल, वनडे, वर्ल्ड कप, बड़े राजनीतिक कार्यक्रम आदि के अतिरिक्त यहाँ की स्थानीय खबरों की प्रमुखता होती है।

### ऑकड़ों का विश्लेषण

गूगल फॉर्म के माध्यम से 22 उत्तरदाताओं से प्राप्त ऑकड़ों का विश्लेषण किया गया है और इस विश्लेषण के आधार पर निष्कर्ष का निरूपण किया गया है।

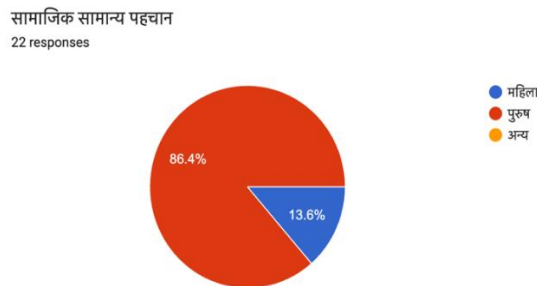
उत्तरदाताओं की सामान्य जानकारी से संबंधित प्राप्त ऑकड़ों के आधार पर उत्तरदाताओं की उम्र 17 वर्ष से लेकर 71 वर्ष तक रही है जिसमें 17 से 47 वर्ष तक के उत्तरदाताओं की संख्या सर्वाधिक रही है। (तालिका-1)

तालिका-1



तालिका-2 के अनुसार इस सर्वेक्षण में 86% पुरुष और 14% प्रतिशत महिलाओं ने अपनी भागीदारी प्रदान की है।

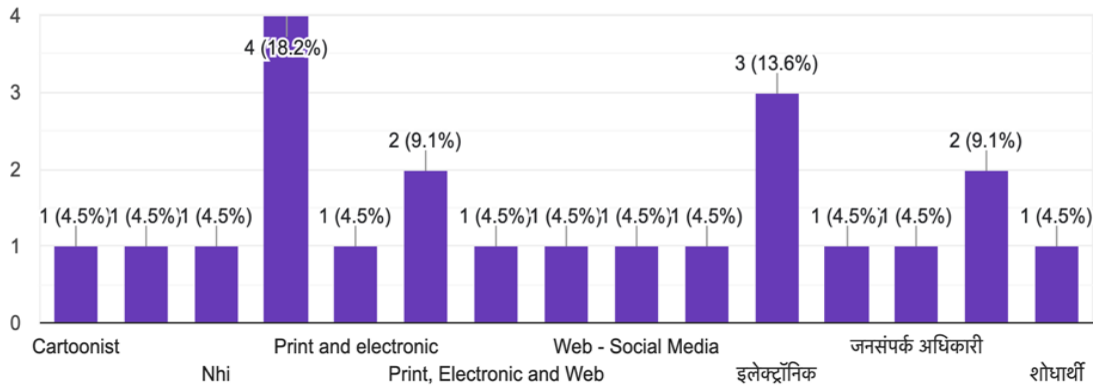
तालिका-2



कार्य की प्रकृति के आधार पर प्राप्त ऑकड़ों से यह पता चलता है कि अधिकतर उत्तरदाता प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और वेब मीडिया में सक्रिय हैं जबकि एक न्यूज़ कार्टूनिस्ट ने भी प्रतिभाग किया है (तालिका-3)

तालिका -3

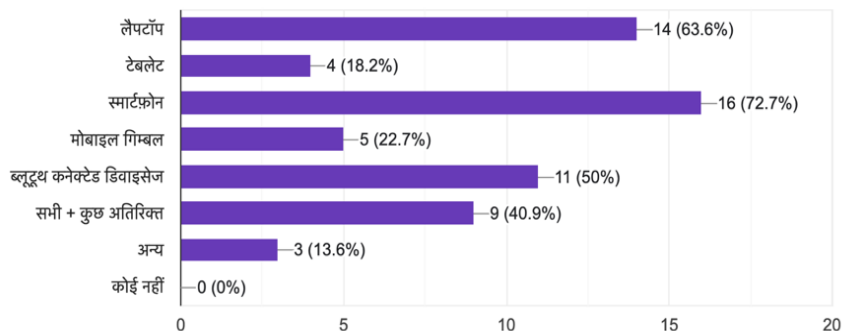
वर्तमान कार्य की प्रकृति (जैसे इलेक्ट्रॉनिक, प्रिंट, वेब, सोशल मीडिया आदि से संबंधित)-  
22 responses



पत्रकारिता के लिए नई तकनीक आधारित उपकरणों के प्रयोग से संबंधित प्राप्त उत्तरों से पता चलता है कि सबसे अधिक 72 प्रतिशत पत्रकार स्मार्टफोन का प्रयोग करते हैं, 63 प्रतिशत लैपटॉप, 40 प्रतिशत प्रदत्त विकल्पों के अलावा कुछ अन्य उपकरणों का प्रयोग भी करते हैं जबकि कोई भी पत्रकार ऐसा नहीं है जो आधुनिक उपकरणों का प्रयोग ना करता हो।(तालिका-4)

तालिका-4

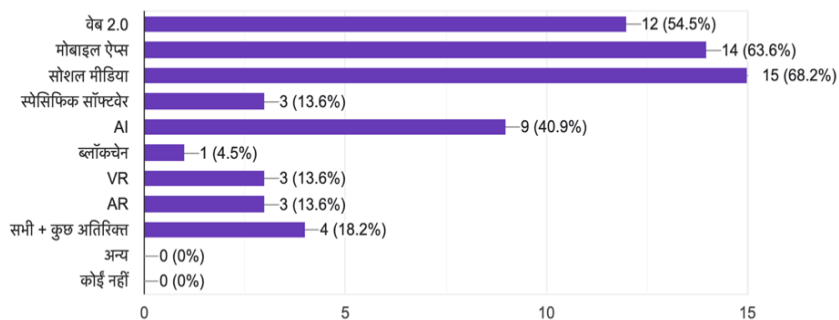
1-आप पत्रकारिता के लिए किन नई तकनीक आधारित उपकरणों का प्रयोग करते हैं  
22 responses



न्यू मीडिया के प्रयोग से संबंधित प्रश्न से यह पता चलता है कि 68% पत्रकार सोशल मीडिया का प्रयोग करते हैं, एआई का प्रयोग 40% और AR/VR का 13% पत्रकार प्रयोग करते हैं वहीं किसी भी नव मीडिया का प्रयोग ना करने वालों का प्रतिशत 0% है। (तालिका-5)

तालिका-5

2-आप किन न्यू मीडिया की वर्तमान तकनीकों का प्रयोग करते हैं  
22 responses

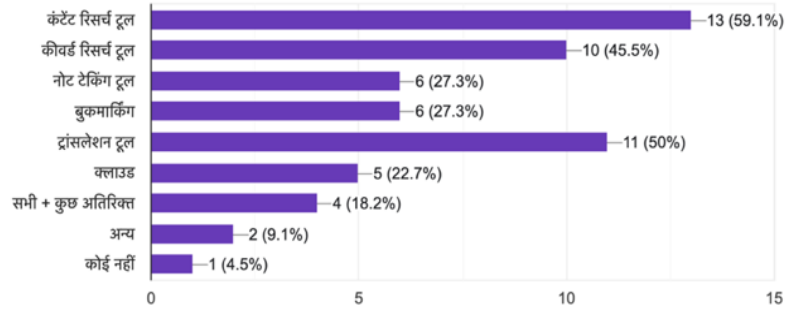


न्यू तकनीकी सहायक टूल के रूप में 59% कंटेंट रिसर्च टूल और 50% ट्रांसलेशन टूल का प्रयोग किया जाता है वहीं ऐसे किसी भी टूल का प्रयोग ना करने वालों के संख्या 4% है। (तालिका-6)

तालिका-6

3-पत्रकारिता के दैनिक कार्यकलापों जैसे न्यूज गैदरिंग, न्यूज प्रोडक्शन, न्यूज डिस्ट्रीब्यूशन आदि के लिए किन न्यू तकनीकी असिस्टेंट का प्रयोग करते हैं

22 responses

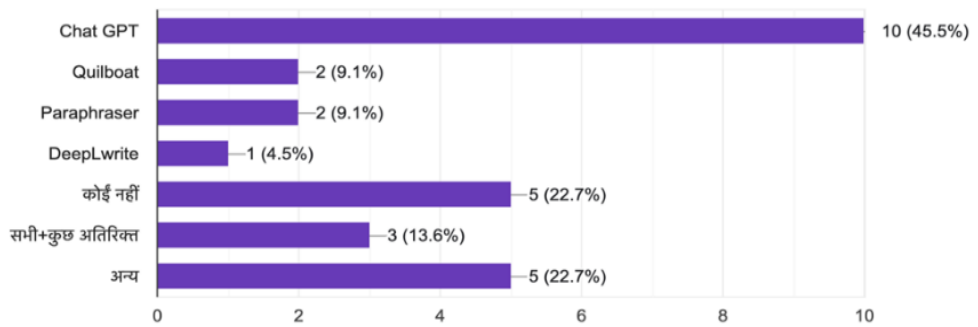


भाषा संबंधित AI टूल का प्रयोग करने वालों में 45% चैट जीपीटी का और 22% किसी अन्य टूल का टूल प्रयोग करते हैं वहीं 22% ऐसे भी पत्रकार हैं जो किसी भी AI टूल का प्रयोग नहीं करते हैं। (तालिका-7)

तालिका-7

4-आप लेखन, संपादन और भाषा संबंधित किस AI टूल का प्रयोग करते हैं

22 responses

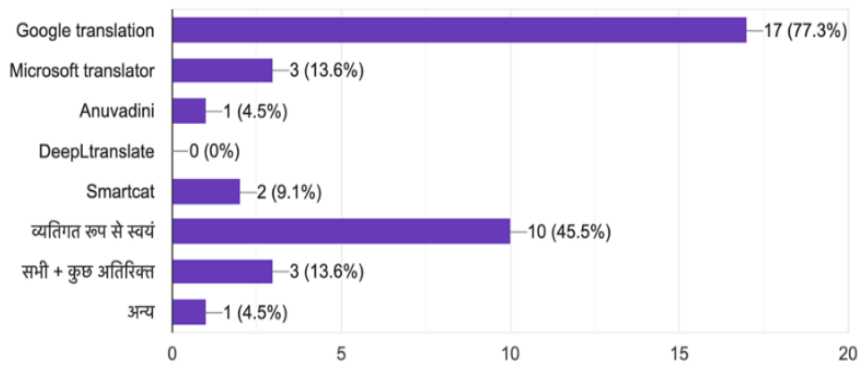


टेक्स्ट अनुवाद के लिये 77% पत्रकार गूगल ट्रांसलेटर पर निर्भर है जबकि 45% पत्रकार गूगल और स्वयं दोनों तरीकों से अनुवाद करते हैं। (तालिका -8)

तालिका-8

5-आप text अनुवाद के लिए किस ट्रांसलेशन टूल का प्रयोग करते हैं

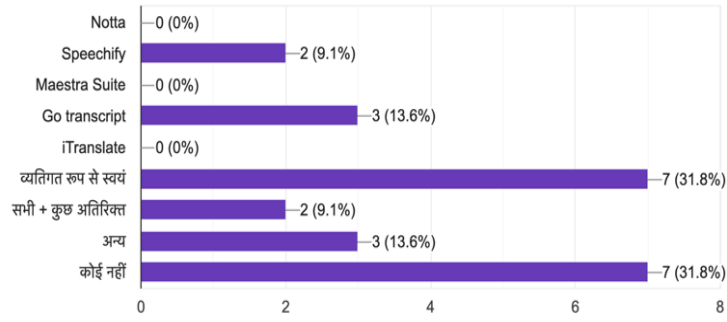
22 responses



ऑडियो अनुवाद के लिये अधिकतर पत्रकार (31%) स्वयं पर निर्भर हैं वहीं 31% पत्रकार किसी प्रकार का ऑडियो अनुवाद नहीं करते हैं। (तालिका-9)

तालिका-9

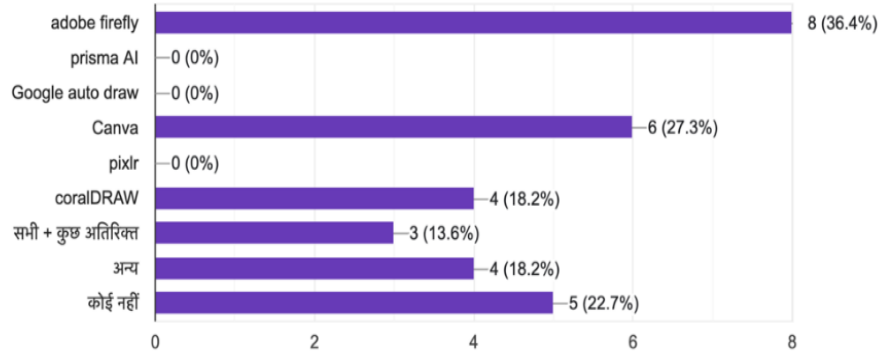
6- आप audio अनुवाद के लिए किस ट्रांसलेशन टूल का प्रयोग करते हैं  
22 responses



डिजाइनिंग के लिए AI टूल के प्रयोग में सर्वाधिक पत्रकार (36%) अडोब फ़ायरफ़्लाय और 22% कैनवा का प्रयोग करते हैं जबकि 22% किसी भी टूल का प्रयोग नहीं करते हैं। (तालिका-10)

तालिका-10

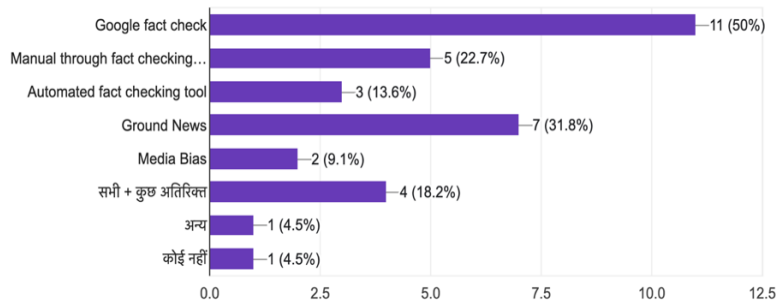
7-आप डिजाइनिंग के लिए किस AI टूल का प्रयोग करते हैं  
22 responses



तालिका 11 के अनुसार फेक न्यूज़ चेक करने के लिए सर्वाधिक 50% पत्रकार गूगल फैक्ट चेक का जबकि 18% प्रदत्त सभी विकल्पों का प्रयोग करते हैं।

तालिका 11

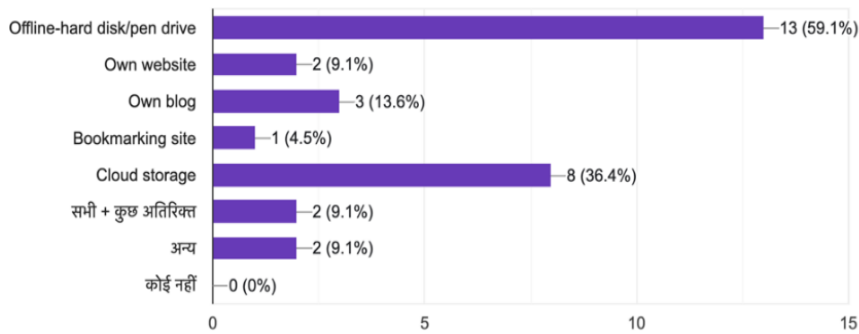
8-आप फेक न्यूज़ या फैक्ट चेक के लिए किस टूल का प्रयोग करते हैं  
22 responses



तालिका 12 के अनुसार अपनी स्टोरीज़ को सहेजने के लिए सर्वाधिक 59% पत्रकार पेन ड्राइव या हार्ड डिस्क का प्रयोग करते हैं वहीं 36% क्लाउड स्टोरेज का जबकि सिर्फ 5% अपने ब्लॉग और वेबसाइट का प्रयोग करते हैं। (तालिका-12)

तालिका-12

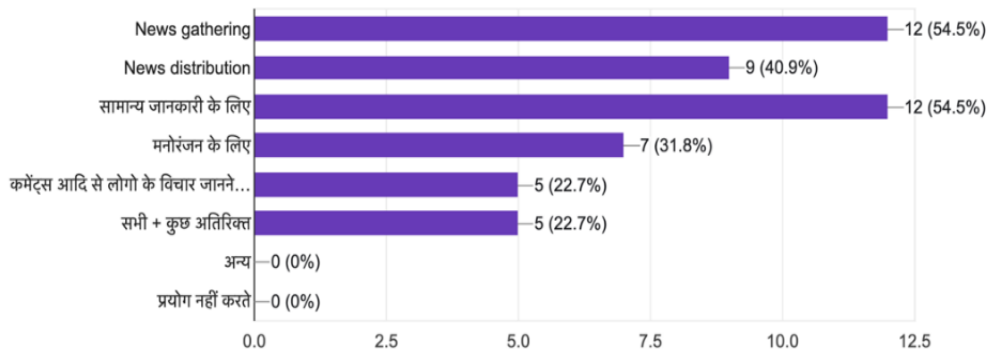
9-अपनी स्टोरीज को सहेजने के लिए किस रिपॉजिटरी टूल का प्रयोग करते हैं  
22 responses



तालिका 13 के अनुसार पत्रकारों द्वारा सोशल मीडिया का सर्वाधिक प्रयोग न्यूज़ और जानकारी प्राप्त करने में किया जाता है जबकि दूसरा सर्वाधिक प्रयोग न्यूज़ को प्रसारित करने के लिए किया जाता है। सिर्फ 31% पत्रकार ही मनोरंजन के लिए भी सोशल मीडिया का प्रयोग करते हैं।(तालिका 13)

तालिका 13

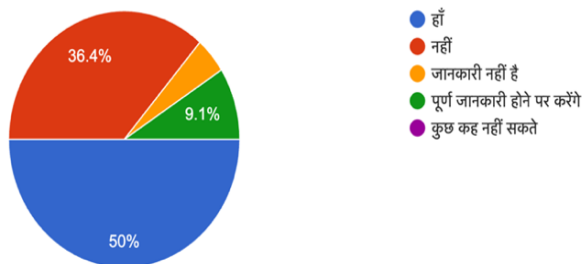
10-सोशल मीडिया का प्रयोग किस उद्देश्य के लिए अधिक करते हैं?  
22 responses



फोटोग्राफी में AI फीचर के प्रयोग को लेकर पूछे गए सवाल के जवाब में प्राप्त आँकड़ों के अनुसार 50% पत्रकार मोबाइल फोटोग्राफी में AI फीचर का प्रयोग करते हैं जबकि 9% पत्रकारों का मानना है कि पूर्ण जानकारी होने पर इसका प्रयोग करने के इच्छुक हैं।(तालिका 14)

तालिका 14

11-मोबाइल कैमरे से फोटोग्राफी या वीडियोग्राफी करते समय या एडिटिंग करते समय AI फीचर का प्रयोग करते हैं?  
22 responses

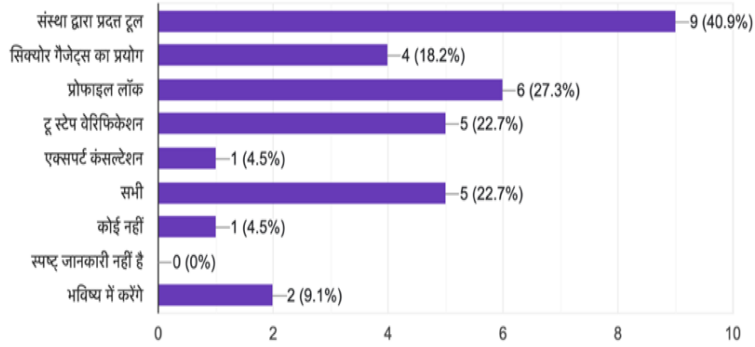


डिजिटल सेफ्टी के संबंध में प्राप्त आँकड़ों के अनुसार 40% पत्रकार अपनी कार्यरत संस्था द्वारा प्रदत्त सेफ्टी टूल/सॉफ्टवेर का प्रयोग करते हैं जबकि सिर्फ 4% पत्रकार एक्सपर्ट की राय का सहारा लेते हैं। (तालिका 15)

तालिका 15

12-अपनी डिजिटल सेफ्टी के लिए किस तकनीक का प्रयोग करते हैं?

22 responses

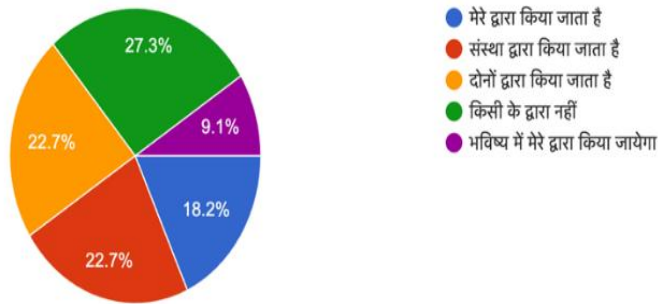


पॉडकास्ट के प्रयोग को लेकर प्राप्त आँकड़े चौकने वाले हैं क्योंकि 73% पत्रकार पॉडकास्ट से या तो जुड़े हैं या किसी ना किसी रूप में जुड़ना चाहते हैं। (तालिका 16)

तालिका 16

13-क्या आप या आपकी संस्था पत्रकारिता के लिए पॉडकास्ट का उपयोग करते हैं?

22 responses

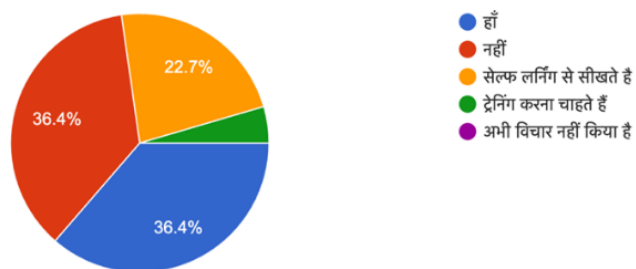


पत्रकारिता में स्किल उपनयन प्रशिक्षण को लेकर प्राप्त जवाबों से ये ज्ञात होता है कि नई प्रौद्योगिकी को सीखने में पत्रकारों की काफी रुचि है क्योंकि 36% लोगो ने इस बाबत प्रशिक्षण लिया है जबकि 22% ने सेल्फ लर्निंग से नई तकनीक को सीखा है और भविष्य में भी इसको सिखने में लोगो की रुचि दृष्टिगोचर होती है। (तालिका-17)

तालिका-17

14- क्या आपने नई तकनीकी जैसे Data journalism, metaverse, AI, social media analytics, digital safety, MOJO आदि से संबंधित कोई Skill enhancement training की है?

22 responses



ओपन एंडेड प्रश्न न्यू तकनीक का पत्रकारिता में प्रयोग के संबंध में वर्तमान और भविष्य को लेकर पूछे गए व्यक्तिगत विचारों के जवाब में 4 उत्तरदाताओं ने कोई विचार व्यक्त नहीं किया है जबकि 18 उत्तरदाताओं ने अपने विचार व्यक्त किए हैं जो इस प्रकार हैं:

## विस्तारित प्रश्न से प्राप्त गुणात्मक आँकड़ों का विश्लेषण

सर्वेक्षण प्रश्नावली में प्रश्न संख्या 15 गुणात्मक प्रकृति का है जिसमें उत्तरदाताओं को विस्तृत रूप में अपने विचार प्रकट करने थे। उत्तरदाताओं से प्राप्त सभी विस्तृत उत्तरों का विश्लेषण इस प्रकार है:

**प्रश्न -15 तकनीक का पत्रकारिता में प्रयोग के संबंध में वर्तमान और भविष्य को लेकर आपके कोई विचार हो तो कृपया बतायें** (22 responses) इस प्रश्न के जवाब में स्पष्ट रूप से 22 में से 18 उत्तर प्राप्त हुए हैं जो इस प्रकार हैं:

-yes (इसे शून्य प्रतिक्रिया के रूप में माना गया है)

-तकनीक के कारण बढ़ते डेटा फ्लो के चलते यानि जानकारियों के बढ़ते प्रवाह की वजह से हमे मानसिक तौर पर ठीक तथ्य अथवा गलत तथ्यों को परखने की समझ को भी विकसित करना होगा

-The emerging technologies helps the profession of news gathering and distribution --to provide information at a lightning speed with more accuracy and transparency.

-आगे आने वाले समय मे तकनीक का प्रयोग बढ़ जाएगा।

-Technology is always a boon for journalism. Every new invention in this realm --helping to disseminate message to larger public; which is the sole motive of journalism.

-Technology is important to keep pace with the growing trends, but complete dependence of technology is harmful

-वर्तमान में तकनीक, पत्रकारिता जगत में अहम भूमिका अदा कर रही है। न्यूज रूम से लेकर फील्ड रिपोर्टिंग तक सब जगह विभिन्न तकनीक का इस्तेमाल हो रहा है और भविष्य में यह इस्तेमाल अधिक हो जाएगा।

-The future of journalism is great with fast developing technology

-The new age journalism has increased the scope, responsibilities and impact of journalists

-तकनीक के कारण पत्रकारिता के मायने ही बदल गए हैं। तकनीक की वजह से पत्रकारिता काफी आसान हो गई। भविष्य में बदलती तकनीक से पत्रकारिता के क्षेत्र में और भी कई बदलाव देखने को मिलने वाले हैं।

तकनीक ने हिमाचल प्रदेश जैसे दुर्गम स्थानों के लिए पत्रकारिता को आसान कर दिया है।

-Check the fake news

-पत्रकारिता के क्षेत्र में तकनीक की बहुत महत्वपूर्ण भूमिका है। बदलते दौर की पत्रकारिता में तकनीक बहुत महत्वपूर्ण रोल अदा कर रही है और भविष्य में काफी कारगर साबित होगी।

-Avoid the fake news

-आने वाला समय AI तकनीक का है

-आज के युग की बात की जाए तो पत्रकारिता भी काफी हद तक आगे भी है

-No (इसे शून्य प्रतिक्रिया के रूप में माना गया है)

-पत्रकारिता के क्षेत्र मे तकनीक का प्रयोग एक नया बदलाव है लेकिन चिंता की बात है कि अब पत्रकारिता तथ्यों पर आधारित नहीं रही है। टेबल रिपोर्टिंग का प्रयोग ज्यादा हो रहा है। सही तस्वीर लोगों के समक्ष रखने के बजाए एक होड़ सी मची है पहले किसी घटना या समाचार के प्रस्तुतिकरण की।

-Journalism always be truthful.

-No views (इसे शून्य प्रतिक्रिया के रूप में माना गया है)

-To provide training for updation of knowledge and best use for newspaper

-धन्यवाद (इसे शून्य प्रतिक्रिया के रूप में माना गया है)

इन 18 विचारों के गुणात्मक विश्लेषण के आधार पर यह दृष्टिगोचर होता है कि नई तकनीक के लगातार प्रयोग से पत्रकारिता में काफी बदलाव देखने को मिल रहे हैं, यह मानना है कि नई तकनीक से पत्रकारिता आसान हो रही है किन्तु दुर्गम क्षेत्रों में समाचारों की पहुँच तकनीक के वजह से बढ़ रही है। भविष्य की पत्रकारिता में AI का भरपूर प्रयोग देखने को मिलेगा और AI पत्रकारिता के स्वरूप में आमूलचूल परिवर्तन ला सकता है। तकनीक के प्रभाव में फेक न्यूज़ और फैक्ट चेक को लेकर उत्तरदाताओं की चिंता काफी बड़ी है।

## निष्कर्ष

तकनीक में बदलाव के साथ-साथ पत्रकारिता में बदलाव तो सदैव होते रहे हैं किंतु पूर्व में हुए इन बदलावों की गति इतनी सामान्य रही है कि पत्रकार और समाज धीरे-धीरे उस बदलाव के साथ अपने को ढाल सकें। न्यू मीडिया के आगमन से पत्रकारिता और समाज दोनों में काफी तीव्र गति का परिवर्तित दृष्टिगोचर होता है। इतनी तीव्र गति का परिवर्तन पूर्व में कभी नहीं रहा है। इस त्वरित और नवीन परिवर्तन में एक खास बात है,

इस नई तकनीक या न्यू मीडिया का समावेशी प्रकृति का होना जो वेब 2.0 और नई प्रौद्योगिकी के आगमन से बन सका है। न्यू मीडिया के दौर में अब पत्रकारिता कुछ हाथों तक या कुछ मीडिया हाउसेस या पत्रकारों तक सीमित नहीं है बल्कि एक बड़ा पाठक वर्ग/श्रोतावर्ग अपने विचार किसी ना किसी रूप में मीडिया में दे रहा है और पत्रकारिता को सीधे तौर पर प्रभावित कर रहा है। यह कहना गलत ना होगा कि न्यू मीडिया में रियल टाइम फीडबैक होने और प्रोस्यूर की अवधारणा ने अब पत्रकारिता को तकनीकी रूप से अग्रणी लोगों के लिये पूर्ण रूप से समावेशी बना दिया है। नई प्रौद्योगिकी को लेकर पत्रकारिता में किस प्रकार का अनुशीलन दृष्टिगोचर हो रहा है इसको समझने के लिए पूर्व उल्लिखित उद्देश्यों के आधार पर प्रभावली तैयार की गई और इस प्रभावली के आधार पर प्राप्त आँकड़ों के विश्लेषण के पश्चात निष्कर्ष का निरूपण किया गया है।

धर्मशाला शहर के पत्रकारों में न्यू मीडिया संबंधित व्यवहारों के अध्ययन से यह ज्ञात हुआ है कि अध्ययन में शामिल लगभग सभी पत्रकार किसी ना किसी रूप में न्यू मीडिया का प्रयोग पत्रकारिता संबंधी कार्यों में कर रहे हैं। लगभग आधे से अधिक उत्तरदाता पत्रकार अपनी डिजिटल सेफ्टी के लिए सचेत हैं किंतु इस संबंध में एक्सपर्ट की राय सिर्फ 4 प्रतिशत पत्रकार ही लेना उचित समझते हैं। न्यू मीडिया के प्रयोग को लेकर सभी पत्रकारों का व्यवहार सकारात्मक आया है। यहाँ ये उल्लेख करना उचित होगा कि हर उम्र के पत्रकार नई प्रौद्योगिकी का प्रयोग या तो कर रहे हैं या करना चाहते हैं। इस बावत 36 प्रतिशत पत्रकारों ने कोई ना कोई ट्रेनिंग भी ली है जबकि लगभग 6 प्रतिशत पत्रकार ट्रेनिंग कि लिये उत्सुक हैं और करीब 36 प्रतिशत स्वयं से सीख रहे हैं।

पत्रकारिता में न्यू मीडिया प्रयोग की वरीयता को समझने हेतु प्राप्त आँकड़ों से यह पता चलता है कि पत्रकारिता में AI का प्रयोग सर्वोपरि है वहीं दूसरी वरीयता फैक्ट चेक के लिए न्यू मीडिया का प्रयोग है। वरीयता के क्रम में अनुवाद संबंधी कार्य तीसरे नंबर पर दिखता है। यहाँ एक चौंकाने वाला तथ्य ये भी प्राप्त हुआ है कि अधिकतर पत्रकार रेडियो/पॉडकास्ट को तवज्जो दे रहे हैं और या तो वे पॉडकास्ट कर रहे हैं या भविष्य में करना चाहते हैं।

न्यू मीडिया के प्रयोग में भविष्य की पत्रकारिता को लेकर धर्मशाला शहर के पत्रकारों के विचार से संबंधित प्राप्त गुणात्मक आँकड़ों से यह ज्ञात होता है कि वे नई प्रौद्योगिकी को लेकर उनका रुख काफी हद तक सकारात्मक है उनका मानना है कि नई तकनीक के लगातार प्रयोग से पत्रकारिता में काफी बदलाव देखने को मिल रहे हैं, नई तकनीक से पत्रकारिता आसान हो रही है किन्तु दुर्गम क्षेत्रों में समाचारों की पहुँच तकनीक के वजह से ही बढ़ रही है। भविष्य की पत्रकारिता में AI का भरपूर प्रयोग देखने को मिलेगा और AI पत्रकारिता के स्वरूप में आमूलचूल परिवर्तन ला सकता है। यहाँ तकनीक के प्रभाव में फ्रेक न्यूज़ और फैक्ट चेक को लेकर उत्तरदाताओं की चिंता काफी बड़ी है।

न्यू मीडिया के प्रयोग को लेकर महिला और पुरुष पत्रकारों में कोई भिन्न अनुशीलन दृष्टिगोचर नहीं होता है। समग्र दृष्टि से देखें तो पत्रकारिता के लगभग सभी कार्यों में AI का प्रयोग काफी तेज़ी से हो रहा है तथा आने वाले समय में इसका प्रयोग और तेज़ी से बढ़ेगा। पॉडकास्ट को लेकर पत्रकारों का रुझान काफी सकारात्मक रहा है। पॉडकास्ट के प्रयोग को सभी पत्रकारों ने काफी अहमियत दी है, ऐसा किसलिए है यह एक अलग शोध का विषय है।

## संदर्भ

- [1]. admin. (27 अप्रैल 2022). *हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास*. सामान्यज्ञान : [https://www.mpgkpdf.com/2022/04/history-of-hindi-journalism\\_27.html](https://www.mpgkpdf.com/2022/04/history-of-hindi-journalism_27.html) से पुनर्प्राप्त
- [2]. Bernd Debusmann. (8 March 2021). *Deepfake is the future of content creation*. bbc: <https://www.bbc.com/news/business-56278411> से पुनर्प्राप्त
- [3]. Journalism in the Age of Digital Technology. (2013). *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 125-43.
- [4]. ICFJ Survey, The State of Technology in Global Newsrooms, 2017
- [5]. Efthimis, and Andreas Veglis Kotenidis. (2021). Algorithmic Journalism—Current Applications and Future Perspectives. *Journalism and Media*, 244-257.
- [6]. Home. (n.d.). Gunjan India. Retrieved May 13, 2024, from <https://www.gunjanindia.org/>
- [7]. Pitabas Pradhan and Niky Kumari. (2018). A study on Journalistic use of Social Media. *Amity Journal of Media & Communication Studies*, 49-59.
- [8]. S. Misra. New Media New Technologies and Print Journalism: Challenging Journalistic Practices in Convergent Era, *International Journal of Transformation of Media, Journalism & Mass Communication*, Vol 4, issue 3, 18-26.
- [9]. R. Mathew, Technology Advances in Journalism, *National Seminar on Emerging Trends in Science and Technology*, University of Kerala, 1998.

- [10]. World Economic Forum. (23 April 2019). *AI is going to change journalism – here's how*. weforum: <https://www.weforum.org/agenda/2019/04/will-ai-save-journalism> से पुनर्प्राप्त
- [11]. अवस्थी, मनोहर लाल (2015). हिंदी पत्रकारिता स्वरूप एवं संभावनाएं. क्लासिक पब्लिशिंग कंपनी. नई दिल्ली
- [12]. सिंह सपना. (2022, September 28). *महाभारत से अस्तित्व में है हिमाचल का धर्मशाला, अंग्रेजों के समय में भी होता था इसका खुफिया इस्तेमाल*. NavbharatTimes. <https://navbharattimes.indiatimes.com/travel/destinations/dharmshala-interesting-facts-which-you-rarely-know-about/articleshow/94499953.cms?story=6>
- [13]. शर्मा सुमित. (2024, February 13). *विश्व रेडियो दिवस : पहले चिट्ठियां भेज सुनते थे फरमाइश के गाने, अब लोग लाइव कार्यक्रम के हैं दीवाने*. Amar Ujala. <https://www.amarujala.com/himachal-pradesh/kangra/world-radio-day-earlier-they-used-to-listen-to-farmaishs-songs-by-sending-letters-now-people-are-crazy-about-live-programs-kangra-news-c-95-1-ssml1008-125471-2024-02-13>

### ***Cite this Article:***

पवन कुमार, शिवम. (2026). नई प्रौद्योगिकी का पत्रकारिता में अनुशीलन: हिमाचल प्रदेश के पत्रकारों पर आधारित सर्वेक्षणत्मक अध्ययन. *International Journal of Multidisciplinary Research in Arts, Science and Technology (IJMRAST)*, 4(4), 21–32.

**Journal URL:** <https://ijmrast.com/> **DOI:** <https://doi.org/10.61778/ijmrast.v4i4.258>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

© The Author(s) 2026. IJMRAST Published by Surya Multidisciplinary Publication.