NEERAJ®

Serving Education for Last 40 Years

मनोविज्ञान और मीडिया

(Psychology and Media)

B.P.C.G.-174

Chapter Wise Reference Book
Including Many Solved Sample Papers

Based on

C.B.C.S. (Choice Based Credit System) Syllabus of

I.G.N.O.U.

& Various Central, State & Other Open Universities

By: *Dr. Rajesh Kumar*

NEERAJ PUBLICATIONS
(Publishers of Educational Books)

Retail Sales Office:

1507, First Floor, Nai Sarak, Delhi - 6 | Mob.: 8510009872, 8510009878
E-mail : info@neerajbooks.com Website : www.neerajbooks.com

MRP ₹ 280/-

Published by:

NEERAJ PUBLICATIONS

(Publishers of Educational Books)

Retail Sales Office: 1507, First Floor, Nai Sarak, Delhi - 6 | Mob.: 8510009872, 8510009878

E-mail : info@neerajbooks.com Website : www.neerajbooks.com

© Copyright Reserved with the Publishers only.

Reprint Edition with Updation of Sample Question Paper Only

Typesetting by: Competent Computers, Printed at: Novelty Printing Press

Disclaimer/T&C

1. *For the best & up-to-date study & results, please prefer the recommended textbooks/study material only.*
2. *This book is just a Guide Book/Reference Book published by NEERAJ PUBLICATIONS based on the suggested syllabus by a particular Board/University.*
3. *These books are prepared by the author for the help, guidance and reference of the student to get an idea of how he/she can study easily in a short time duration. Content matter & Sample answers given in this Book may be Seen as the Guide/Reference Material only. Neither the publisher nor the author or seller will be responsible for any damage or loss due to any mistake, error or discrepancy as we do not claim the Accuracy of these Solutions/Answers. Any Omission or Error is highly regretted though every care has been taken while preparing, printing, composing and proofreading of these Books. As all the Composing, Printing, Publishing and Proof Reading, etc., are done by Human only and chances of Human Error could not be denied. Any mistake, error or discrepancy noted may be brought to the publishers notice which shall be taken care of in the next edition and thereafter as a good gesture by our company he/she would be provided the rectified Book free of cost. Please consult your Teacher/Tutor or refer to the prescribed & recommended study material of the university/board/institute/ Govt. of India Publication or notification if you have any doubts or confusions regarding any information, data, concept, results, etc. before you appear in the exam or Prepare your Assignments before submitting to the University/Board/Institute.*
4. *In case of any dispute whatsoever the maximum anybody can claim against NEERAJ PUBLICATIONS is just for the price of the Book.*
5. *The number of questions in NEERAJ study materials are indicative of general scope and design of the question paper.*
6. *Any type of ONLINE Sale/Resale of "NEERAJ BOOKS" published by "NEERAJ PUBLICATIONS" in Printed Book format (Hard Copy), Soft Copy, E-book on any Website, Web Portals, any Social Media Platforms – Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, LinkedIn etc. and also on any Online Shopping Sites, like – Amazon, Flipkart, eBay, Snapdeal, Meesho, Kindle, etc., is strictly not permitted without prior written permission from NEERAJ PUBLICATIONS. Any such online sale activity of any NEERAJ BOOK in Printed Book format (Hard Copy), Soft Copy, E-book format by an Individual, Company, Dealer, Bookseller, Book Trader or Distributor will be termed as ILLEGAL SALE of NEERAJ BOOKS and will invite legal action against the offenders.*
7. *The User agrees Not to reproduce, duplicate, copy, sell, resell or exploit for any commercial purposes, any portion of these Books without the written permission of the publisher. This book or part thereof cannot be translated or reproduced in any form (except for review or criticism) without the written permission of the publishers.*
8. *All material prewritten or custom written is intended for the sole purpose of research and exemplary purposes only. We encourage you to use our material as a research and study aid only. Plagiarism is a crime, and we condone such behaviour. Please use our material responsibly.*
9. *All matters, terms & disputes are subject to Delhi Jurisdiction only.*

Get books by Post & Pay Cash on Delivery :

If you want to Buy NEERAJ BOOKS by post then please order your complete requirement at our Website www.neerajbooks.com where you can select your Required NEERAJ BOOKS after seeing the Details of the Course, Subject, Printed Price & the Cover-pages (Title) of NEERAJ BOOKS.

While placing your Order at our Website www.neerajbooks.com You may also avail the "Special Discount Schemes" being offered at our Official website www.neerajbooks.com.

No need to pay in advance as you may pay "Cash on Delivery" (All The Payment including the Price of the Book & the Postal Charges, etc.) are to be Paid to the Delivery Person at the time when You take the Delivery of the Books & they shall Pass the Value of the Goods to us. We usually dispatch the books Nearly within 2-3 days after we receive your order and it takes Nearly 3-4 days in the postal service to reach your Destination (In total it take nearly 6-7 days).

Content

मनोविज्ञान और मीडिया
(Psychology and Media)

Question Bank – (Previous Year Solved Question Papers)

Question Paper—June-2023 (Solved) 1

Question Paper Exam Held in July 2022 (Solved) 1

Sample Question Paper–1 (Solved) 1

Sample Question Paper–2 (Solved) 1

Sample Question Paper–3 (Solved) 1

S.No.	*Chapterwise Reference Book*	*Page*

मनोविज्ञान और मीडिया का परिचय
(An Introduction of Psychology and Media)

1. मीडिया और सोशल मीडिया 1
(Media and Social Media)

2. मीडिया और मनोविज्ञान 16
(Media and Psychology)

मानव पर आभासी संसार का परस्पर प्रभाव
(Virtual World and Human Interaction)

3. परासामाजिक संबंध तथा गेमिंग व्यवहार 29
(Parasocial Relationships and Gaming Behaviour)

4. संचार मनोविज्ञान में मुद्दे 44
(Issues in Media Psychology)

मीडिया का प्रोत्साहन एवं प्रभाव
(Persuasion and Influence of Media)

5. मीडिया का सकारात्मक प्रभाव 57
(Positive Influence of Media)

6. मीडिया का नकारात्मक प्रभाव 72
(Negative Influence of Media)

7. संचार के माध्यम और विज्ञापन 83
(Media and Advertising)

मीडिया प्रतिनिधित्व एवं सामाजिक व्यवहार
(Media Representation and Social Behaviour)

8. व्यवहार में रूढ़िवादिता : लिंग, राजनीति और जातीयता 97
(Stereotyping in Behaviour: Gender, Politics and Ethnicity)

9. अपराध का मीडिया में निरूपण 109
(Media Representation of Crime)

10. मीडिया और मानव विज्ञान 121
(Media and Human Development)

शिक्षा और मीडिया
(Education and Media)

11. मीडिया और शिक्षा 140
(Media and Education)

■■

Sample Preview
of the
Solved
Sample Question
Papers

Published by:

NEERAJ
PUBLICATIONS
www.neerajbooks.com

QUESTION PAPER

June – 2023

(Solved)

मनोविज्ञान और मीडिया

(Psychology and Media)

B.P.C.G.-174

समय : 3 घण्टे] *[अधिकतम अंक : 100*

***नोट:** प्रत्येक भाग में से कम-से-कम दो प्रश्न चुनते हुए किन्हीं **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।*

भाग-I

प्रश्न 1. संचार के दो चरणीय प्रवाह की व्याख्या कीजिए। मानव संज्ञान और व्यवहार पर सोशल मीडिया के प्रभाव पर चर्चा कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-1, पृष्ठ-9, प्रश्न-6 तथा पृष्ठ-4, 'मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया का प्रभाव'

प्रश्न 2. मीडिया मनोवैज्ञानिक की भूमिका पर चर्चा कीजिए। मीडिया शोध के लिए विशिष्ट जटिलताओं को स्पष्ट कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-2, पृष्ठ-23, प्रश्न-3 तथा पृष्ठ-17, 'मीडिया मनोविज्ञान में शोध जटिल क्यो है?'

प्रश्न 3. परासामाजिक संबंधों की विशेषता एवं प्रभावों की व्याख्या कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-3, पृष्ठ-33, प्रश्न-1, पृष्ठ-40, प्रश्न-5

प्रश्न 4. वास्तविकता के सामाजिक निर्माण के प्रति विभिन्न सैद्धांतिक दृष्टिकोणों का वर्णन कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-4, पृष्ठ-44, 'वास्तविकता की सामाजिक संरचना' तथा पृष्ठ-47, प्रश्न-2

भाग-II

प्रश्न 5. स्वास्थ्य संचार क्यों आवश्यक है? स्वास्थ्य संचार के प्रसार के दृष्टिकोण और विभिन्न चैनलों को स्पष्ट कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-5, पृष्ठ-57, 'स्वास्थ्य संचार क्यों महत्त्वपूर्ण है?', पृष्ठ-58, 'स्वास्थ्य संचार का दृष्टिकोण'

प्रश्न 6. मीडिया हिंसा और मानव मनोविज्ञान पर इसके प्रभाव की सैद्धान्तिक व्याख्या कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-6, पृष्ठ-81, प्रश्न-5

प्रश्न 7. प्रभावी विज्ञापन कार्यक्रम डिजाइन करने के चरणों पर चर्चा कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-7, पृष्ठ-85, 'एक प्रभावी विज्ञापन कार्यक्रम को तैयार करने के चरण'

प्रश्न 8. शिक्षण सहायक सामग्री में मीडिया के उपयोग को स्पष्ट कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-11, पृष्ठ-141, 'शिक्षण सहायक सामग्री में मीडिया का उपयोग'

■■

NEERAJ PUBLICATIONS www.neerajbooks.com

QUESTION PAPER

Exam Held In

July – 2022

(Solved)

मनोविज्ञान और मीडिया

(Psychology and Media)

B.P.C.G.-174

समय : 3 घण्टे] *[अधिकतम अंक : 100*

नोट: *निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लिखिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।*

भाग-क

प्रश्न 1. सोशल मीडिया शब्द का वर्णन कीजिए। मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया एवं सोशल मीडिया के प्रभाव पर प्रकाश डालिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-1, पृष्ठ-5, प्रश्न-1 'मीडिया और सोशल मीडिया और मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर इसका प्रभाव'

प्रश्न 2. मीडिया प्रतिनिधित्व में राजनीति का वर्णन कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-8, पृष्ठ-99, 'मीडिया प्रतिनिधित्व में राजनीति'

प्रश्न 3. मास मीडिया में परिवर्तन के कारण विज्ञापन के बदलते परिदृश्य की जाँच कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-7, पृष्ठ-84, 'मास मीडिया में परिवर्तन के कारण विज्ञापनों का बदलता परिदृश्य'

प्रश्न 4. परासामाजिक संबंधों की विशेषताओं तथा प्रभावित करने वाले घटकों का वर्णन कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-3, पृष्ठ-29, 'परासामाजिक संबंधों की विशेषताओं का वर्णन', पृष्ठ-31, 'परासामाजिक संबंधों को प्रभावित करने वाले घटक'

भाग-ख

प्रश्न 5. मीडिया मनोविज्ञान में शोध जटिल क्यों है? मीडिया मनोविज्ञान शोध में नैतिक मुद्दों की चर्चा कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-2, पृष्ठ-17, 'मनोविज्ञान में शोध जटिल क्यो हैं?', पृष्ठ-18, 'मीडिया मनोविज्ञान और शोध में नैतिक मुद्दे'

प्रश्न 6. संस्कृति पर मीडिया के प्रभाव की चर्चा कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-5, पृष्ठ-45, 'मीडिया एवं संस्कृति'

प्रश्न 7. स्वास्थ्य शिक्षा और स्वास्थ्य संचार में अंतर स्पष्ट कीजिए। स्वास्थ्य संचार के प्रसार के विभिन्न चैनलों की चर्चा कीजिए।

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-5, पृष्ठ-61, प्रश्न-2, पृष्ठ-58, 'स्वास्थ्य संचार का दृष्टिकोण'

प्रश्न 8. निम्नलिखित में से प्रत्येक पर टिप्पणी लिखिए–

(क) मीडिया में अपराधों का निरूपण

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-9, पृष्ठ-109, 'मीडिया में अपराधों का निरूपण'

(ख) साइबर अपराध एवं इसका वर्गीकरण

उत्तर–संदर्भ–देखें अध्याय-9, पृष्ठ-110, 'साइबर अपराध' 'साइबर अपराध का वर्गीकरण'

■■

NEERAJ PUBLICATIONS www.neerajbooks.com

Sample Preview
of
The Chapter

Published by:

NEERAJ
PUBLICATIONS
www.neerajbooks.com

मनोविज्ञान और मीडिया
(Psychology and Media)

मनोविज्ञान और मीडिया का परिचय
(An Introduction of Psychology and Media)

मीडिया और सोशल मीडिया
(Media and Social Media)

1

परिचय

मीडिया के संदर्भ में विचार करते समय हम में से अनेक लोगों के दिमाग में सबसे पहले जो ख्याल उभरकर सामने आता है कि टेलीविजन द्वारा ही समाचार चैनलों का मनोभाव ही मान सकते हैं। जबकि तकनीकी रूप से यह उचित नहीं है। वास्तविक रूप में मीडिया मात्र टेलीविजन तक ही सीमित न होकर, इसमें किताबें, पत्रिकाएं, रेडियो, समाचार पत्र, इंटरनेट आदि भी सम्मिलित हो जाते हैं। आज की दुनिया में मीडिया का सबसे प्रभावशाली एवं सशक्त माध्यम इंटरनेट है। दुनिया के लगभग 49 प्रतिशत लोग इंटरनेट के द्वारा सुचना एवं ज्ञान को साझा करने एवं इसका उपभोग करने में एक-दूसरे से जुड़े रहते हैं। इस इकाई के अंतर्गत मीडिया की परिभाषा एवं अवधारणा, मीडिया का इतिहास, मीडिया के कार्य और महत्व, मीडिया के प्रकार, सोशल मीडिया की भाषा और अवधारणा, मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर मीडिया का प्रभाव, मीडिया शोध की शुरुआत एवं इसका प्रभाव, मीडिया की व्याख्या करने वाले सिद्धांत, मीडिया और सोशल मीडिया एवं उसके प्रभाव आदि से अवगत होंगे।

अध्याय का विहंगावलोकन

मीडिया की परिभाषा और अवधारणा

मीडिया को आक्सफोर्ड डिक्सनरी ने ''जनसंचार (प्रसारण, प्रकाशन और इंटरनेट) के मुख्य साधन के रूप में परिभाषित किया है।'' इसे सामूहिक दृष्टि से स्वीकार किया गया है। मीडिया को अधिकांतशतः उन साधनों एवं स्रोतों के रूप में परिभाषित करते हैं, जिसके द्वारा कुछ संप्रेषित किया जा सके। मीडिया की शुरुआत करने के पीछे की अवधारणा यह मानी जा सकती है कि मानव को खुद के ज्ञान, जिसमें उसे दृढ़ विश्वास होता है, संप्रेषित करने की इच्छा उसके अंदर हमेशा बनी रहती है। सभी व्यक्ति अपने आस-पास के लोगों के साथ अपने ज्ञान को बांटने की कोशिश करते रहते हैं। इस प्रकार के व्यवहार से कुछ लोग तो फायदा उठा सकते हैं, परंतु अन्य लोग उस ज्ञान से वंचित रह जाते है। शायद वे उसे ग्रहण नहीं कर पाते हैं, जबकि किसी मानव के पास महत्त्वपूर्ण ज्ञान की क्षमता होती है और वह इस प्रकार के क्षमतापूर्ण विषय को साझा करना चाहता है, जिसमें वह धार्मिक दृष्टि से विश्वास रखता है। इसके द्वारा वह वार्तालाप करने एवं संवाद स्थापित करने के साधन की खोज करता रहता है। इस प्रकार किताबें और पेंटिंग को प्रकाशित करने से लेकर मूर्तियों एवं किलों के निर्माण तक को अन्य व्यक्तियों के साथ साझा करने की इच्छा के प्रमाण समस्त इतिहास में पाये जाते हैं। मानव की इस इच्छा की पूर्ति मीडिया के माध्यम से हो सकती है।

मीडिया की शुरुआत दूसरी शताब्दी ईसा पूर्व में ओनोआंडा शहर के डायोजनीज नाम के एक ग्रीक यूनानी दार्शनिक ऐपीक्यूरस के अनुयायी के द्वारा की गई, उसने यह निश्चय किया कि एपिक्यूरस के सिद्धांत को पोर्टिको की दीवारों पर खोदकर एवं तराश कर लोगों को संदेश संप्रेषित किया जाए। डायोजनीज का मानना था कि एक शिलालेख, जिस पर लगभग 25,000 शब्दों को तराशा गया, उसे चौराहे पर खड़ा किया जाए और इसके अंतर्गत भौतिकी, ज्ञान-मीमांसा एवं नैतिकता को आधार बनाकर एपिक्यूरस की शिक्षाओं को प्रदर्शित किया जाए, ताकि लोग उनके दर्शन के महत्त्व को समझ सकें।

NEERAJ PUBLICATIONS www.neerajbooks.com

मीडिया का इतिहास : यह सब कैसे शुरू हुआ?

मीडिया का विकास दशकों से निरंतर जारी रहा है। कागज का आविष्कार हो जाने के उपरांत चीजें तेजी के साथ प्रगति की ओर अग्रसर हुईं, लेकिन मूलप्रतियां अभी भी हस्तलिखित थीं, जिसके कारण सभी लोगों तक पहुंच बहुत कम थी। समय बीतने के साथ-साथ पहली प्रिंटिंग प्रेस का आविष्कार, कागज के आविष्कार के लगभग 1500 वर्ष के उपरांत हुआ। 17वीं शताब्दी ईसापूर्व तक समाचार पत्रों का तस्वीरों में प्रकाशित होना आरंभ हो चुका था। साक्षरता का अभाव होने के कारण समाचार पत्रों की पहुंच उन लोगों तक ही बन पाई, जो शिक्षित थे। समाचार पत्रों द्वारा 1800 के दशक के आरंभ तक एक बड़े स्तर पर पाठकों के बीच अपनी पकड़ को मजबूत बना लिया था। फोटोग्राफी की तकनीक ने मीडिया की तस्वीर ही बदल डाली। सन 1900 तक नयी प्रौद्योगिकियां, समाचार पत्रों एवं चित्रों का एक साथ सामंजस्य करने में समर्थ हो गई थीं। उसके उपरांत एक-दूसरे के साथ सूचना को संप्रेषित करने का तेज माध्यम टेलीग्राम के द्वारा संभव हो सका। सन् 1876 में टेलीफोन तकनीक के आने से यह बदल गया। इसके आविष्कार से लोग शीघ्र एक-दूसरे के साथ सूचना को संप्रेषित कर सकते थे।

मीडिया की विविध प्रौद्योगिकियों का तेजी से विकास होने के कारण रेडियो तकनीक का विकास हुआ। इसके उपरांत टेलीविजन शीघ्र ही अस्तित्व में आया, जिसका विकसित रूप सन् 1950 के दशक से आरंभ होता है। सन् 1960 के दशक में इंटरनेट का आविष्कार हुआ, जिसने विश्व को हमेशा के लिए परिवर्तित कर डाला। इस तकनीक का प्रयोग मैसाचुसेट्स इंस्टीट्यूट ऑफ टेक्नोलॉजी के भीतर एक प्रयोगशाला में आरंभ किया गया था। जहां पर दो कंप्यूटर एक दूसरे को सूचना भेजने में समर्थ थे। इस तकनीक में निरंतर शोध होते रहे एवं 1990 में वर्ल्ड वाइड वेब का आगमन हुआ। इस प्रकार गूगल का आविष्कार सन 1998 में हुआ, जिसने लोगों के इंटरनेट पर 'सर्फ' करने के तरीके को परिवर्तित कर दिया है।

मीडिया के कार्य और महत्व

मीडिया के मुख्य कार्य हैं—वास्तविकता के मुद्दों पर समाज को शिक्षित और सूचित करना और मनोरंजन करना। यह मीडिया को समाज के व्यक्तियों के लिए सांस्कृतिक विकास में योगदान देता है। मीडिया ने लोगों के जीवन को बदलने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसके द्वारा अनेक असंभव चीजों को संभव बना दिया है, जिसके द्वारा संचार की व्यवस्था आसान हो गई। इसके माध्यम से ज्ञान का प्रसार अधिक मात्रा में किया जा सकता है एवं भौगोलिक सीमाएं अब एक-दूसरे के बारे में जानकारी जुटाने में रोक नहीं पाएंगी। मीडिया एवं जनसंचार के माध्यम से यह संभव हुआ है।

हेरोल्ड लासवेल और चार्ल्स राइट ने मास मीडिया के कार्यों को निम्न आधार पर विभाजित किया है—

1. पर्यावरण की निगरानी—निगरानी अवलोकन को निरूपित करती है। यहां अवलोकन का आशय है समाज को करीब से देखना। जनसंचार माध्यमों का कार्य समाज को बारीकी से और निरंतर निरीक्षण करना है और संभावित नुकसान को कम करने के लिए भविष्य में होने वाले संभावित खतरों की चेतावनी देना है। इसी तरह मास मीडिया भी समाज में हो रहे दुराचार के बारे में संबंधित प्राधिकरण को सूचित करता है और समाज में बड़े पैमाने पर दर्शकों के बीच दुर्भावना को हतोत्साहित करता है। चेतावनी या खबरदार निगरानी तब होती है, जब मीडिया हमें तूफान से होने वाले खतरों के बारे में सूचित करें, ज्वालामुखियों का उन्मूलन, आर्थिक स्थिति में गिरावट या सैन्य हमले आदि से अवगत करवाती है। ये चेतावनी तात्कालिक खतरों या पुरानी धमकियों के बारे में हो सकती हैं। इसी तरह वनों की बढ़ती कटाई, नशीली दवाओं के दुरुपयोग, लकड़ियों की तस्करी, अपराधों आदि की खबरें भी प्रसारित की जाती हैं, जो समाज की शांति और सुरक्षा को नुकसान पहुंचा सकती हैं।

2. सहसंबंध कार्य—इंटरनेट एवं सोशल मीडिया से पूर्व, केवल मीडिया चौनल ही उपलब्ध होते थे, वहीं सूचना के स्रोत माने जाते थे। समाचारों को चयन करने का कार्य भी वहीं करते थे। किस समाचार को चुनना या सूचना का प्रसारण किस प्रकार किया गया एवं विशेषज्ञों द्वारा उसकी व्याख्या कैसे प्रस्तुत की गई है और जनता को वह किस प्रकार प्रभावित कर सकता है।

3. सांस्कृतिक प्रसारण एवं पर्यावरण मापदंडों को प्रभावित करना—उपर्युक्त पहले दो कार्य में मीडिया द्वारा जानकारी को कैसे प्रसारित किया जाए इस पर चर्चा की गई है। सांस्कृतिक प्रसारण और पर्यावरण के मापदंडों पर चर्चा की गई है कि मीडिया सांस्कृतिक एवं सामाजिक मूल्यों को दोहराने में किस प्रकार अपनी भूमिका निभाता है। उदाहरण के रूप में, बच्चों के कार्टून कार्यक्रम का प्रसारण करना है। ऐसे कार्यक्रमों में सामान्यत: मुख्य पात्रों को उन मूल्यों के साथ प्रस्तुत किया जाता है, जिन्हें समाज अच्छा एवं मूल्यवान मानता है।

4. शिक्षा और मनोरंजन—मीडिया शिक्षा और जानकारी प्रदान करता है। यह सभी स्तरों के लोगों को विभिन्न विषयों में शिक्षा प्रदान करता है। वे विभिन्न प्रकार की सामग्री का उपयोग करके प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से लोगों को शिक्षित करने का प्रयास करते हैं। उदाहरण के लिए, एक दूरस्थ शिक्षा कार्यक्रम एक प्रत्यक्ष दृष्टिकोण है। मीडिया का अन्य महत्त्वपूर्ण कार्य मनोरंजन करना होता है। इसे मीडिया के सबसे महत्वपूर्ण और अक्सर उपयोग किए जाने वाले कार्यक्रम के रूप में भी देखा जाता है। मनोरंजन एक तरह का प्रदर्शन है, जो लोगों को आनंद प्रदान करता है। समाचार पत्र और पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन और ऑनलाइन माध्यम अपने दर्शकों का मनोरंजन करने के लिए कहानियों, फिल्मों, धारावाहिकों आदि की पेशकश करते हैं।

NEERAJ PUBLICATIONS www.neerajbooks.com

www.neerajbooks.com

मीडिया के प्रकार

मीडिया इस प्रकार की तकनीक है, जिसका एकमात्र उद्देश्य है कि बड़े पैमाने पर दर्शकों तक संदेश पहुंचाया जाए। मीडिया आम जनता तक समाचार पहुंचाने के लिए एक प्राथमिक साधन होता है। जनसंचार के साधन के रूप में इस्तेमाल की जाने वाली कोई भी चीज मीडिया की श्रेणी के अंतर्गत आती हैं। मीडिया को तीन श्रेणियों में बांटा जा सकता है, जो निम्न हैं–

1. प्रिंट मीडिया–प्रिंट मीडिया में लिखित रूप से खबरों को लोगों तक पहुंचाया जाता है। प्रिंट मीडिया जनसंचार का बहुत ही अच्छा माध्यम माना गया है। काफी समय पहले से प्रिंट मीडिया को जनसंचार के रूप में प्रयोग किया जा रहा है। प्रिंट मीडिया के अंतर्गत समाचार पत्र, पत्रिकाएं, बुकलेट, त्रयमासिक, अर्धवार्षिक, वार्षिक पत्रिकाएं आदि शामिल हैं।

2. इलैक्ट्रॉनिक मीडिया/प्रसारण मीडिया (टीवी/रेडियो फिल्में)–इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रचार व सामाजिक संवाद का एक बहुत ही लोकप्रिय माध्यम बन चुका है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी प्रिंट मीडिया के साथ ही उभरकर आया। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की शुरुआत तब हुई, जब रेडियो का आविष्कार हुआ। उसके बाद इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भिन्न-भिन्न प्रकारों में बंट गया। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के तीन प्रकार माने जाते हैं–रेडियो, इंटरनेट एवं टेलीविजन।

रेडियो–रेडियो का आविष्कार विद्युत चुम्बकीय तरंगों की खोज से संभव हुआ है। हल्की हवा के वेग के द्वारा चुम्बकीय तरंगें संगीत, भाषण, चित्र आदि का प्रसारण करने में समर्थ थीं। फोनोग्राफ के उपरांत शीघ्र प्रकाशित एक लेख चित्र निम्न हो सकता है (एक तकनीकी उपकरण जो ध्वनि रिकॉर्ड करने एवं इसे प्रथम बार वापिस चलाने में समर्थ हो चुका था), जिसे लोगों के लिए प्रसारित किया गया था। इसके बाद उनके उत्साह की कल्पना करें जब रेडियो बना होगा। फार्नस्वर्थ ने प्रसारण की पहली प्रस्तुति को स्क्रीन पर दर्शाया था। वह एक प्रकार से सीधी रेखा के समान दिखाई देती थी। उसके उपरांत डॉलर के हस्ताक्षर को प्रदर्शित किया गया। उसके बाद निवेशकों ने कहा कि हम इस अंदाज में कुछ डॉलर कब तक देख पाएंगे?

टेलीविजन–रेडियो के आविष्कार के बाद से ही वैज्ञानिकों एवं विद्वानों ने टेलीविजन की कल्पना करना शुरू कर दी थी। विद्वानों के मस्तिष्क में यह बात पहले से मौजूद थी कि अगर एक कोड में तस्वीरों को एक साथ बनाया जाए और उन्हें तेजी से बदला जाए तो वह चलचित्र बनेंगी। पहले मेकेनिकल टेलीविजन का अविष्कार जे.एल. बेयर्ड ने किया था। जे.एल. बेयर्ड ने 25 मार्च 1925 को अपने यंत्र से तस्वीरों को गति में लाकर लन्दन के एक डिपार्टमेंट स्टोर में टेलीविजन को लोगों के सामने प्रस्तुत किया था। यह एक मेकेनिकल टेलीविजन था। इसके बाद फार्नवर्थ ने 7 सितम्बर 1927 को इलेक्ट्रॉनिक टेलीविजन का आविष्कार किया। टेलीविजन को एक मनुष्य द्वारा बनाए गए सबसे महत्वपूर्ण आविष्कारों में से एक माना जाता है। टेलीविजन एक तकनीकी आविष्कार के रूप में देखा जाता है। इससे हम कहीं भी बैठकर कहीं भी हो रही घटना को देख सकते हैं। भारत में इसका आरंभ सन् 1959 में हुआ था, परंतु सन् 1965 में टेलिविजन के द्वारा नियमित रूप से दैनिक प्रसारण शुरू किया गया था।

फिल्में–सिनेमा ने समाज को सुधारने के लिए बहुत बड़ा योगदान दिया है और साथ में आने वाले समय के लिए भी अपनी भूमिका निभा रहा है। फिल्मों के माध्यम से समाज सुधारक के कार्य काफी हुए हैं और इस प्रकार की फिल्में बनाई गईं, जिनसे समाज में काफी सुधार देखने को मिला है। इस प्रकार इन फिल्मों के जरिए और हमारे सिनेमा के जरिए काफी सुधार वाले कार्य देखने को मिले हैं। फिल्म के पहले चित्र की प्रस्तुति द लुमियर ब्रदर्स, फ्रांसीसी आविष्कारकों द्वारा की गई है। इन्होंने सिनेमा को सबसे पहले सन् 1895 में सबके सामने प्रस्तुत किया और सबसे पहले सिनेमा को पेरिस के Society for the Development of the National Industry में दिखाया गया था। अमेरिका के बाद सिनेमा की दुनिया में भारत का दूसरा स्थान है और भारत में सबसे पहला सिनेमा दादा साहेब फाल्के के द्वारा सन् 1913 बनाया गया, जिसे लोगों द्वारा बहुत ही ज्यादा पसंद किया गया और उसके बाद आज तक काफी फिल्मों का निर्माण भारत द्वारा किया गया।

3. इंटरनेट/डिजिटल मीडिया–इंटरनेट को सामान्यत: एक ऐसे माध्यम के रूप में परिभाषित किया जाता है, जिसके द्वारा लोग एक-दूसरे के संपर्क में बने रहते हैं। इंटरनेट प्रौद्योगिकी की नवीनतम खोज है, जिसमें तीव्र गति से वृद्धि देखने को मिली है। इसकी गति इतनी तेज है कि यह नवीन अवधारणाओं का आविष्कार करना जारी रखता है, जिसे समस्त व्यक्ति जल्दी समझ पाने में असमर्थ होते हैं। इसकी जानकारी हेतु सन् 1962 में एक वैज्ञानिक, जेसीआर लिक्लिडर ने एक-दूसरे के साथ संचार को संप्रेषित करने में समर्थ होने वाले कंप्यूटरों के नेटवर्क के विचार का प्रस्ताव प्रस्तुत किया था। सरकार के कंप्यूटर नेटवर्क ARPANET (द एडवांस्ड रिसर्च प्रोजेक्ट्स एजेंसी नेटवर्क) ने सन् 1969 में प्रयोग करके प्रथम संदेश एक कंप्यूटर के द्वारा दूसरे कंप्यूटर को संप्रेषित किया था। इसके उपरांत कंप्यूटर की तकनीकी में आविष्कार निरंतर जारी रहे। इस क्षेत्र में सन् 1990 के दशक के दौरान चीजों ने गति पकड़ने शुरू कर दी, जिसके कारण टिम बर्नर्स-ली ने सन 1991 में वर्ल्ड वाइड वेब का आविष्कार किया। अगर मीडिया में इंटरनेट नही होता, तो विश्व आज भी एक-दूसरे की संस्कृतियों, उनकी समानताओं से अनभिज्ञ होते। सूचना प्रौद्योगिकी एक समाज की प्रकृति एवं उसकी स्थिति को परिभाषित करती हैं। कंप्यूटर

NEERAJ PUBLICATIONS www.neerajbooks.com

www.neerajbooks.com

www.neerajbooks.com

लोगों के व्यवहार अथवा सोचने-विचारने के ढंग को परिवर्तित कर देता है। कंप्यूटर एव इंटरनेट के आविष्कार के द्वारा तकनीकी विकास के साथ सूचना युग की शुरुआत हुई है।

वर्ल्ड वाइड बेव–यह हाइपरटेक्स्ट मार्क-अप भाषा या HTML का उपयोग करके हाइपरमीडिया को संदर्भित करता है। इसे WWW अर्थात worldwide web के नाम से भी जाना जाता हैं। यह इंटरनेट पर सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाली सर्विस है। इसके जरिये कई सारे वेब server और क्लाइंट्स एक साथ जुड़ते हैं। वेब सर्वर के HTML डाक्यूमेंट्स में इमेज और वीडियो और अलग-अलग प्रकार के ऑनलाइन कंटेंट्स स्टोर रहते हैं, जिन्हें वेब की मदद से एक्सेस किया जा सकता है। हाइपरटेक्स्ट डॉक्यूमेंट में कोई भी शब्द एक पॉइंटर के रूप में एक अलग हाइपरटेक्स्ट डॉक्यूमेंट में निर्दिष्ट किया जा सकता है, जहाँ उस शब्द से संबंधित अधिक जानकारी मिल सकती है।

वैश्विक समाज में मीडिया का स्थान महत्वपूर्ण एवं काफी अपूरणीय माना जाता है, यह सभी के जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाहन करता है। यदि मीडिया नहीं होता, तो दुनिया अभी भी एक-दूसरे की संस्कृतियों, उनकी समानताओं से अनजान होती। आपातकालीन स्थितियों में भी मीडिया की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है।

मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया का प्रभाव

मीडिया अपने विभिन्न रूपों में व्यक्ति के व्यवहार को ज्यादा प्रभावित करता है। मीडिया दार्शनिक दृष्टि से यथार्थ की मध्यस्थता एवं वास्तविकता की धारणा उसके माध्यम से आकार ग्रहण करता है। सामाजिक मनोवैज्ञानिक बंडुरा के माध्यम से बोबो गुड़िया पर सामाजिक शिक्षा को लेकर किया गया क्लासिक अन्वेषण इसका उदाहरण है। सोशल मीडिया को मनोवैज्ञानिक सत्य का भ्रम कहा जाता है। इसके द्वारा प्रेषित डेटा को पढ़ने पर उसका कितनी बार अन्वेषण किया जाता है। जैसे किसी अखबार पढ़ते समय अथवा टेलीविजन चैनल देखते हुए दर्शक क्या बिना किसी प्रश्न के हर बात को प्रामाणिक मानते हैं? मीडिया में किसी घटना को किस प्रकार परिभाषित किया जाता है? जहां झूठ को निरंतर दोहराया जाता है, जब तक व्यक्ति उसे वास्तविक न मान ले। इस प्रकार विज्ञापनदाताओं, राजनेताओं, टीवी एपिसोड एवं समाचारों में मानव मनोविज्ञान को प्रभाव डालने के लिए उपयोग की जाने वाली तकनीक मानी जाती है। मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर मीडिया के अनेक सकारात्मक प्रभाव पाये जाते हैं। मीडिया की पहुंच के कारण पर्यावरणीय मुद्दों, मानसिक स्वास्थ्य के मुद्दों, राजनीति, शिक्षा, LGBTQIA समुदायों, आर्थिक एवं गरीबी से जुड़े मुद्दों आदि के विषय में जागरूकता बढ़ी है। मीडिया प्रत्येक मानव के जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करता है।

मीडिया शोध की शुरुआत और मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर इसका प्रभाव

समाज में जिस प्रकार सोशल मीडिया एवं तकनीक का विकास हुआ, उसी प्रकार कि इस बात को भी बल मिलने लगा की लोग किसी भी बात पर आंख बंद करके विश्वास कर सकते हैं। सोशल मीडिया के सन् 1920 एवं 1930 के दशक के दौरान प्रसारित मॉडल से पता चलता है कि सोशल मीडिया के द्वारा जो कुछ भी संप्रेषित होता है, उसे लोग सच मान लेते हैं। सोशल मीडिया का यह मॉडल इस अवधारणा पर आधारित था कि मानव सामान्यत: किस प्रकार का व्यवहार करता है। सोशल मीडिया ने मानव के व्यहार एवं विचार प्रक्रिया का अध्ययन किया कि मीडिया ने विचार प्रक्रिया, मुख्यत: स्मरण शक्ति और समझ को किस प्रकार प्रभावित किया है–

'मूवीज एंड कंडक्ट: ए पायने फंड स्टडी' को मीडिया पर किया गया पहला विस्तृत अध्ययन माना जाता है एवं अमेरिकी युवाओं पर इसके प्रभाव के रूप में देखा जाता है। यह 1929-1932 के वर्षों के दौरान अमेरिकी युवाओं पर इसके गहन प्रभाव का उल्लेख हर्बट ब्लूमर ने किया गया था, जो निम्न है–

- फिल्म देखने से बच्चों में किस प्रकार के विचार ग्रहण करते हैं?
- बच्चे संवेगात्मक आधार पर कितने प्रभावित हुए हैं?
- सिनेमा देखने में कितने बच्चे रुचि लेते हैं एवं कितनी बार लेते हैं?
- फिल्में आपराधिक एवं अपराधी प्रवृत्तियों को बढ़ाने में क्या महत्त्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करती हैं?

मीडिया की व्याख्या करने वाले सिद्धांत मानव संज्ञान और व्यवहार को प्रभावित करते हैं

द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान सन् 1941 से 1945 तक मनोवैज्ञानिक कार्ल इवर हौवलैंड ने अमेरिकी सेना के साथ मिलकर कार्य किया था। इसके साथ वे इस कार्य को उन अन्वेषणकर्ताओं की देख-रेख भी कर रहे थे, जिनका प्रमुख उद्देश्य 'व्हाई वी फाइट' नामक फिल्म द्वारा युद्ध के सैनिकों के व्यवहार में होने वाले परिवर्तन को भी परखना था। हॉवलैंड के मत के आधार पर अनुनय के तीन कारक माने जाते हैं–संचारक, संचार एवं दर्शक। पॉल फेलिक्स लेजरशेल्ड, बर्नार्ड बेरेलसन एवं हेजल 'गौडेट् सो टू स्टेप फलो ऑफ कम्युनिकेशन' मॉडल ने इसका उतर दिया था, जो यह पुष्टि करता है कि सोशल मीडिया की राय नेताओं के पारस्परिक प्रभाव के द्वारा सामान्य लोगों को कैसे प्रभावित करती है। यह मॉडल इस बात को अभिव्यक्त करता है कि लोगों पर पारस्परिक मेलजोल की भावना का किस तरह अधिक प्रभाव होता है। इस सिद्धांत ने पूर्व प्रतिमान को बदल डाला एवं इस निष्कर्ष पर पहुंचे कि व्यवहार एवं संज्ञानात्मक प्रभाव के दो चरण पाये जाते हैं। सक्रिय सदस्य अथवा 'राय नेता' मीडिया के सक्रिय

www.neerajbooks.com