
इकाई 1 मीडिया और सोशल मीडिया*

संरचना

- 1.0 प्रस्तावना
- 1.1 मीडिया की परिभाषा और अवधारणा
 - 1.1.1 मीडिया का इतिहास: यह सब कैसे शुरू हुआ?
 - 1.1.2 मीडिया के कार्य और महत्व
- 1.2 मीडिया के प्रकार
- 1.3 सोशल मीडिया की परिभाषा और अवधारणा
- 1.4 मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया का प्रभाव
- 1.5 मीडिया शोध की शुरुआत और मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर इसका प्रभाव
- 1.6 मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर मीडिया प्रभाव की व्याख्या करने वाले सिद्धांत
- 1.7 मीडिया और सोशल मीडिया का मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर प्रभाव
- 1.8 सारांश
- 1.9 मुख्य शब्द
- 1.10 पुनरावलोकन प्रश्न
- 1.11 संदर्भ एवं पढ़ने के सुझाव
- 1.12 अतिरिक्त ऑनलाइन संसाधन

सीखने के उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद, आप निम्न कर सकेंगे:

- मीडिया की अवधारणा को परिभाषित कर सकेंगे;
- सोशल मीडिया के उद्भव और अवधारणा को समझ सकेंगे;
- इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और प्रौद्योगिकी के नए रूपों का वर्णन कर सकेंगे; और
- मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया के प्रभावों का आकलन कर सकेंगे।

1.0 प्रस्तावना

मीडिया के बारे में सोचते समय हम में से बहुत लोगों के दिमाग में सबसे पहले जो ख्याल आता है, वह टेलीविजन समाचार चैनलों का मनोभाव हो सकता है। हालांकि तकनीकी रूप से यह सही है, वास्तव में, मीडिया केवल टेलीविजन तक ही सीमित नहीं है। सरलतम शब्दों में, इसे ऐसे साधन और माध्यम के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसके माध्यम से बड़े दर्शकों तक पहुंचा जा सकता है। इसमें टेलीविजन के साथ किताबें, पत्रिकाएं, रेडियो, समाचार पत्र और इंटरनेट आदि शामिल हो जाते हैं। हालांकि, आज की दुनिया में, मीडिया का सबसे प्रभावशाली और प्रमुख रूप इंटरनेट है। इसका प्रयोग कुछ ही वर्षों में काफी बढ़ गया है, और इसकी पहुंच के साथ-साथ इंटरनेट पर लोगों की निर्भरता लगातार बढ़ती जा रही है।

*डॉ शिवांतिका शरद, अनुप्रयुक्त मनोविज्ञान विभाग, विवेकानंद कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, नई दिल्ली।

इस निर्भरता में होने वाली वृद्धि के पीछे के प्रमुख कारण का पता सोशल मीडिया की मूल उत्पत्ति से लगाया जा सकता है। ये इंटरनेट प्लेटफॉर्म होते हैं, जिसके माध्यम से व्यक्ति आपस में जानकारी साझा करते हैं, बातचीत करते हैं और एक दूसरे के साथ सहयोग करके काम करते हैं। वर्ष 1990 में इंटरनेट के जन्म के बाद से, इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़कर 4.1 बिलियन (दिसंबर 2018 तक) हो गई है। पूरी दुनिया के लगभग 49 प्रतिशत लोग इंटरनेट के माध्यम से जानकारी साझा करने और इसका उपभोग करने में संलग्न रहते हैं और भारत भी इसके प्रयोग करने में बहुत पीछे नहीं है। कोविड-19 महामारी में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की लहर को देखा गया। 2021 तक, 45 प्रतिशत भारतीय आबादी इंटरनेट का उपयोग कर रही है (साइमन केम्प, डाटा रिपोर्टल, 2021)। इस तरह का एक्सपोजर व्यक्ति के व्यवहार और संज्ञान को प्रभावित करता है। मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया का प्रभाव अब हाल की अवधारणा नहीं रह गयी है, लेकिन यह इतनी प्राचीन भी नहीं है। 1950 के दशक के दौरान टेलीविजन की लोकप्रियता बढ़ने के साथ ही इस क्षेत्र का विकास कार्य भी शुरू हो गया था। शोधकर्ताओं ने बच्चों पर टेलीविजन के प्रभाव का अध्ययन शुरू किया। वर्ष 1986 में आखिरकार, अमेरिकन साइकोलॉजिकल एसोसिएशन में मीडिया मनोविज्ञान के लिए अलग से एक नए विभाजन की शुरुआत की गयी। मीडिया और मनुष्यों पर पड़ने वाले इसके प्रभाव पर मीडिया मनोवैज्ञानिक अपना ध्यान केंद्रित करते हैं। इस इकाई में हम मीडिया और सोशल मीडिया के अर्थ और अवधारणा, इसके विभिन्न रूपों में वृद्धि और विकास के विस्तार से समझेंगे, और अंत में, हम उन सिद्धांतों और शोधकार्यों के बारे में जानेंगे जो इस बात पर प्रकाश डालते हैं कि यह मानव व्यवहार और संज्ञान को कैसे प्रभावित करता है।

1.1 मीडिया की परिभाषा और अवधारणा

ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार, मीडिया को "जनसंचार (प्रसारण, प्रकाशन और इंटरनेट) के मुख्य साधन के रूप में परिभाषित किया गया है, जिसे सामूहिक रूप से माना जाता है।" "मीडिया" शब्द "माध्यम" का बहुवचन रूप है, जिसे उन साधनों और स्रोतों के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसके माध्यम से कुछ साझा किया जा सकता है। लेकिन क्या आप कल्पना कर सकते हैं और यह सोच सकते हैं कि यह सब कैसे शुरू हुआ होगा? इसको कुछ बेहतर समझने के लिए अतीत में जाना होगा।

यह एक सर्वविदित तथ्य है कि मनुष्य में ज्ञान बांटने की इच्छा बनी रहती है, जिस पर वे दृढ़ विश्वास करते हैं। हम सभी अपने आस-पास के लोगों के साथ अपने ज्ञान को साझा करने का हर संभव प्रयास करते रहते हैं। ऐसा करने से कुछ लोगों को फायदा हो सकता है, जबकि अन्य लोग शायद नहीं कर पाते हैं। हालाँकि, जब किसी व्यक्ति के पास शक्ति होती है और वह कुछ ऐसा साझा करना चाहता है जिसमें वह धार्मिक रूप से विश्वास करता है, तो वे इसे सभी के साथ बातचीत करने, संवाद करने और साझा करने के साधन ढूँढते रहते हैं। मूर्तियों और किलों को खड़ा करने से लेकर किताबें और पेंटिंग प्रकाशित करने तक, इस प्रकार की इच्छा के प्रमाण पूरे इतिहास में मिल सकते हैं।

बॉक्स 1.0 मीडिया की शुरुआत

दूसरी शताब्दी ईसा पूर्व में, ओनोआंडा शहर से डायोजनीज नामक एक यूनानी दार्शनिक ऐपिक्यूरस के अनुयायी, ने यह सुनिश्चित किया कि एपिकुरस के सिद्धांत को पोर्टिको की दीवारों पर खोदा और तराशा जाये। यह शिलालेख लगभग 25,000 शब्दों का था और इसमें भौतिकी, ज्ञान-मीमांसा और नैतिकता पर एपिकुरस की शिक्षाएँ शामिल थीं, जिसमें डायोजनीज का विश्वास था। उनका विचार था कि इसे एक सार्वजनिक चौक में रखा जाए ताकि शहर में रहने वाले और आने वाले लोग उनके दर्शन के महत्व को समझना शुरू कर दें और परिणामस्वरूप, इसका पालन करना शुरू कर दें। इस तरह, चौराहे की वह दीवार एक साधन बन गई जिसके माध्यम से वे कुछ खास सूचनाओं और जानकारियों को जन-जन तक फैलाते हुए पहुँचाते थे।

प्राचीन मीडिया का एक रूप, क्या आप सहमत नहीं होंगे?

1.1.1 मीडिया का इतिहास: यह सब कैसे शुरू हुआ?

दशकों से मीडिया का विकास जारी रहा और कागज के आविष्कार के साथ-साथ और चीजें तेजी के साथ बढ़ने लगीं। मूलप्रतियां अभी भी हस्तलिखित थीं और इस प्रकार, इन तक सभी की पहुंच अभी भी सीमित थी। कागज के आविष्कार के 1500 साल बाद, जैसे-जैसे समय बीतता गया, जोहान्स गुटेनबर्ग ने पहली प्रिंटिंग प्रेस का आविष्कार किया। बड़े पैमाने पर प्रिंटिंग का उत्पादन करना अब बहुत बड़ा मुद्दा नहीं था। बहरहाल, बड़े पैमाने पर क्या यह माध्यम काफी हद तक पाठकों तक पहुंचने में सफल रहा? एक सीमा तक, इसे 'हाँ' कहा जा सकता है। 17वीं शताब्दी ईसापूर्व तक समाचार पत्रों में तस्वीरोंका आना शुरू हो गया था। हालांकि, सभी लोग साक्षर नहीं थे; इसलिए, समाचार पत्रों की पहुंच उन लोगों तक ही सीमित रही जो साक्षर थे। 1800 के दशक की शुरुआत तक, समाचार पत्रों ने अंततः एक बड़े पैमाने पर पाठकों के बीच अपनी पकड़ बना ली थी। इसके अलावा, रेलवे के विकास ने व्यापक पहुंच का मार्ग प्रशस्त करने में मदद की, और इस प्रकार, इस वृद्धि ने उस अवधि के लिए एक अभूतपूर्व गति पकड़ी।

फिर सचमुच, फ्रेम में तस्वीरें आईं। फोटोग्राफी के आगमन ने मीडिया का चेहरा ही बदल दिया। नई प्रौद्योगिकियां, यानी 1900 तक, समाचार पत्रों और चित्रों को एक साथ एकीकृत करने में सक्षम थीं। फिर भी, लोगों ने एक-दूसरे के साथ सूचना साझा करने का सबसे तेज़ तरीका टेलीग्राम के माध्यम से किया, उसकी उच्चतम गति 55 किमी/घंटा थी। यह 1876 में टेलीफोन तकनीक के आगमन के साथ बदल गया। अब लोग तुरंत एक दूसरे के साथ जानकारी साझा कर सकते थे। विभिन्न मीडिया प्रौद्योगिकियों का यह तेजी से विकास जारी रहा और जल्द ही रेडियो अस्तित्व में आया। रेडियो के माध्यम से संचार, तारों की अनुपस्थिति के साथ, अब एक संभावना थी। टेलीविजन जल्द ही अस्तित्व में आया; उसी का उपयोग व्यापक रूप से वर्ष 1950 के दशक से शुरू हुआ। टेलीविजन का विकास दुनिया भर में अपनी पहुंच के साथ-साथ जारी रहा।

फिर 1960 के दशक के दौरान, इंटरनेट आया जिसने दुनिया को हमेशा के लिए बदल दिया। यह मैसाचुसेट्स इंस्टीट्यूट ऑफ टेक्नोलॉजी के अंदर एक प्रयोगशाला में शुरू हुआ, क्योंकि दो कंप्यूटर एक दूसरे को सूचना प्रसारित करने में सक्षम थे। इस तकनीक का शोधन जारी रहा और 1990 में वर्ल्ड वाइड वेब की शुरुआत हुई। 3 वर्षों के भीतर लगभग 600 वेबसाइटें तैयार हो गयी थीं और चल रही थीं। जरा सोचिए,

महज तीन साल के भीतर ही इंसानों ने इतने बड़े पैमाने पर सूचनाओं का आदान-प्रदान शुरू कर दिया था। इसकी तुलना वर्तमान समय से नहीं की जा सकती है, यह देखते हुए कि कैसे लोग हमेशा तकनीक से घिरे रहते हैं और यह कितना आसान हो गया है। यह एक क्रांतिकारी परिवर्तन बन गया और यह देखने के लिए कि यह कैसे बढ़ता है, यह दिखाता है कि लोगों को कितनी जानकारी और सूचनाएं साझा करना था। 1998 में, गूगल का आविष्कार हुआ जिसने लोगों के इंटरनेट पर 'सर्फ' करने के तरीके को बदल दिया। यह पहला झटका माना जा सकता है कि लोग इस तकनीक से कैसे जुड़े। दूसरा झटका सोशल मीडिया से परिचय के साथ आया।

1.1.2 मीडिया के कार्य और महत्व

अब जबकि मीडिया के इतिहास के बारे में हम पूरी तरह से जागरूक हो गये हैं, इस बात से इनकार नहीं किया जा सकता है कि मीडिया ने लोगों के जीवन में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसने कई चीजों को संभव बनाया, संचार को आसान बनाया, अधिक ज्ञान का प्रसार किया जा सकता था, और भौगोलिक सीमाएं अब एक-दूसरे की दुनिया के बारे में जानने से नहीं रुकेंगी। मीडिया और जनसंचार जो इसके कारण संभव है, उसके कुछ कार्य ऐसे हैं जो वह निभाता है। अमेरिकी समाजशास्त्री **रॉबर्ट के. मेर्टन** के अनुसार, जनसंचार के कार्य दो प्रकार के हो सकते हैं, वे या तो प्रकट या गुप्त हो सकते हैं। पूर्व को देखा जा सकता है, जबकि बाद वाले के प्रभावों को देखना आसान नहीं है, यह देखते हुए कि वे अनपेक्षित हो सकते हैं। **हेरोल्ड लासवेल** (1948) और **चार्ल्स राइट** (1960) ने मास मीडिया के कार्यों को निम्नलिखित भागों में विभाजित किया है:

- **पर्यावरण की निगरानी:** हमारे आसपास क्या हो रहा है, इसके बारे में जागरूकता और ज्ञान फैलाना मीडिया का कार्य है। यह उन मुद्दों के बारे में जानकारी साझा करता है जिनका सामना दुनिया/देश/क्षेत्र कर सकता है, कहानियों के विभिन्न पक्षों को प्रदान करता है जिससे अंततः लोगों को होने वाले भ्रम को कम करने में मदद मिलती है। इसके अलावा, आम जनता के हित में घोषणाएं और सूचनाएं मीडिया के माध्यम से उठाई जाती हैं।

उदाहरण: जब कोई प्राकृतिक आपदा आने वाली होती है, तो समाचार चैनल, रेडियो, इंटरनेट, वे सभी प्रसारित करते हैं कि क्या हो सकता है और लोग कैसे सावधानी बरत सकते हैं। फेसबुक, एक प्रमुख सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, ने 2011 के तोहोकू भूकंप और सुनामी के बाद एक फीचर विकसित किया जो लोगों को यह साझा करने में मदद करेगा कि वे सुरक्षित हैं।

- **सहसंबंध कार्य:** प्रारंभ में, यानी इंटरनेट और सोशल मीडिया की उपस्थिति से पहले, केवल मीडिया चैनल ही मौजूद थे जिन्होंने यह चुना कि किस समाचार या सूचना को प्रसारित किया जाए और पत्रकारों और विशेषज्ञों ने इसकी व्याख्या कैसे की। यह मीडिया कार्य इस बात पर प्रकाश डालता है कि कैसे कुछ समाचारों को प्रसारित करने के लिए चुना जाता है और यह कैसे सामान्य रूप से लोगों को प्रभावित कर सकते हैं।

उदाहरण: हिटलर ने द्वितीय विश्व युद्ध में जनसाधारण को प्रभावित करने के लिए अपने प्रचार प्रसार के साधन के रूप में मीडिया का उपयोग किया था।

- **सांस्कृतिक प्रसारण एवं सामाजिक मानदंडों को प्रभावित करना:** जबकि पहले दो कार्य इस बात पर ध्यान केंद्रित करते हैं कि जानकारी कैसे साझा की

जाती है और माना जाता है, की यह कार्य चर्चा करता है कि मीडिया सांस्कृतिक और सामाजिक मूल्यों को दोहराने में कैसे भूमिका निभाता है। जैसे-जैसे मानदंड विकसित होते हैं, वैसे ही मीडिया और कुछ सूचनाओं का चित्रण भी होता है।

उदाहरण: बच्चों के कार्टून कार्यक्रम आमतौर पर मुख्य पात्रों को उन मूल्यों के साथ दिखाते हैं जिन्हें समाज अच्छा और मूल्यवान मानता है। डिज्नी की हालिया फिल्में जैसे क्रोजन ने प्यार के एक अलग दृष्टिकोण को चित्रित करना शुरू कर दिया है। यह रोमांटिक प्रेम के इर्द-गिर्द केंद्रित नहीं है, बल्कि परिवार के लिए प्यार को उच्च मूल्य देता है।

- **शिक्षा और मनोरंजन:** इस कार्य को बाद में राइट ने जोड़ा। इस कार्य में यह शामिल है कि कैसे मीडिया लोगों को किसी ऐसी चीज़ का हिस्सा बनने के लिए शिक्षित और मनोरंजन करता है जिसे वे सामान्य रूप से अनुभव नहीं कर सकते हैं या मनोरंजन के अन्य साधन प्रदान कर सकते हैं।

उदाहरण: अपने घरों में आराम से बैठे लोग खेल, मनोरंजन आदि से संबंधित एक प्रमुख कार्यक्रम को लाइव देख सकते हैं।

अपनी प्रगति की जाँच कीजिए 1

- 1) मीडिया और सोशल मीडिया के बीच अंतर कीजिए।

.....

.....

.....

.....

- 2) जनसंचार माध्यमों के कुछ प्रमुख कार्यों की सूची बनाइए।

.....

.....

.....

.....

1.2 मीडिया के प्रकार

परिभाषा के अनुसार संचार के साधन के रूप में उपयोग की जाने वाली कोई भी चीज़ मीडिया है। मोटे तौर पर, मीडिया को तीन श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है, पहला प्रिंट मीडिया, जिसमें समाचार पत्र और पत्रिकाएँ शामिल हैं। दूसरा प्रकार इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है, जिसमें टेलीविजन, रेडियो और फिल्म शामिल हैं। तीसरे प्रकार का मीडिया, न्यू एज मीडिया है, जिसमें मोबाइल फोन, कंप्यूटर और इंटरनेट शामिल हैं।

- 1) **प्रिंट मीडिया:** समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तिकाएँ और ब्रोशर, हाउस पत्रिकाएँ, पत्रिकाएँ या न्यूजलेटर, डायरेक्ट मेलर्स, हैंडबिल या फ्लायर, बिलबोर्ड, प्रेस विज्ञापित और किताबें प्रिंट मीडिया का हिस्सा हैं।

2) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया/प्रसारण मीडिया (टीवी/रेडियो/फिल्म): जैसा कि नाम पर प्रकाश डाला गया है, विषय-वस्तु तक पहुंचने के लिए श्रोतागणों द्वारा इलेक्ट्रॉनिक्स या इलेक्ट्रोमैकेनिकल का उपयोग करने वाले किसी भी और सभी प्रकार के मीडिया इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और प्रौद्योगिकी की श्रेणी में आते हैं। सरल शब्दों में, यदि आपका मीडिया का स्रोत बिजली से काम करता है, तो यह इस श्रेणी में आएगा। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के तीन बुनियादी प्रकार हैं: रेडियो, इंटरनेट और टेलीविजन।

- **रेडियो:** रेडियो सेवा विद्युत चुम्बकीय तरंगों की खोज से उत्पन्न हुई जिसमें संगीत, भाषण, चित्र आदि को प्रसारित करने की क्षमता थी, वस्तुतः पतली हवा के माध्यम से। *फोनोग्राफ* के तुरंत बाद प्रकाशित एक लेख की छवि निम्नलिखित है – एक उपकरण जो ध्वनि रिकॉर्ड करने और इसे पहली बार वापस चलाने में सक्षम था – जनता के लिए प्रस्तुत किया गया था। अब उनके उत्साह की कल्पना कीजिए जब रेडियो निकला!

THE PHONOGRAPH AT THE CAPITOL.—A large company of ladies and Senators gathered in the Senate committee-room of patents this morning to hear Edison, the inventor, explain and illustrate the principles of the phonograph. He went through a number of illustrations, and the phonograph mimicked sounds with wonderful accuracy, not only the singing and talking, but even the whispering. He frequently changed the tone of his voice very decidedly in one sentence, the phonograph repeating the precise changes each time. Senator Ransom asked the professor whether he could invent a machine that would automatically pick cotton. He replied he believed he could. He says he has 158 patents and 86 caveats.

Mr. Edison also exhibited the curiosities of his phonograph in the room of the committee on patents of the House, many members of Congress being spectators, and subsequently he occupied a seat in the reporters' gallery.

चित्र 1.1 फोनोग्राफ पेश किए जाने के बाद लेख प्रकाशित किया गया था।

स्रोत: Image Provided by Library of Congress, Washington, DC⁴

सूचना अब तेजी से प्रसारित की जा सकती है। यह धीरे-धीरे जहाजों, हवाई जहाजों, आपातकालीन सेवाओं में इस्तेमाल होने लगा और अंततः यह लोगों के जीवन का एक सामान्य हिस्सा बन गया। 1922 तक अमेरिका में लगभग 600 स्टेशन सक्रिय थे। लोग अपने आदेश प्राप्त करने के लिए लाइनों में प्रतीक्षा करेंगे और 1923 से 1930 के बीच 60 प्रतिशत अमेरिकियों को रेडियो तक पहुंच प्राप्त हुई।

RADIO OPERATORS! ATTENTION!

Here is the necessary data by use of which you may listen in tonight and get the election returns and hear a concert sent out by The Detroit News Radiophone:

FOR LISTENING: Use wave length of 200 metres.

FOR CALLING THE NEWS TO REPORT RESULTS: Use call "8 M K."

TRANSMITTING BEGINS 8 O'CLOCK TONIGHT.

MISCELLANEOUS NEWS and music will be transmitted from 8 until 9 o'clock that operators may adjust instruments. Election bulletins begin at 9 o'clock and continue on the hour and half-hour until midnight.

WRITE LETTERS to Radiophone Department, The Detroit News, telling if you received messages and music and give all details that will tend to improve the service. All time mentioned is Detroit time.

चित्र 1.2 1920 में रेडियो प्रसारण की घोषणा करने वाले पोस्टर।

स्रोत: Front Page Announcement on August 31, 1920 in Detroit News

- **टेलीविजन:** टेलीविजन को 21 वर्षीय आविष्कारक, फिलो टेलेर फ़ार्नस्वर्थ, द्वारा डिजाइन किया गया था, जो स्वयं बचपन में कुछ समय बिना बिजली के रहते थे। इसका प्रदर्शन 7 सितंबर, 1927 को पहली बार सैन फ्रांसिस्को में किया गया था। हालांकि, टेलीविजन तेजी के साथ दुनिया भर में फैलने लगा, 1959 में इसने भारत में अपना रास्ता खोज लिया, और तब से, यह हमारे जीवन का एक अहम हिस्सा बना हुआ है।

बॉक्स 1.2 मजेदार तथ्य

पहली इमेज जिसे फ़ार्नस्वर्थ ने स्क्रीन पर प्रदर्शित किया था वह एक सीधी रेखा थी। बाद में उसने सुविधित रूप से डॉलर के हस्ताक्षर प्रदर्शित किये, इसके बाद एक निवेशक ने उनसे पूछा था कि "हम इस अंदाज में कुछ डॉलर कब देख पाएंगे?"

यूएसए टुडे और नीलसन मीडिया रिसर्च के अनुसार, औसत अमेरिकी घर में 2.86 टेलीविजन सेट और 2.5 लोग हैं। दूसरे शब्दों में, प्रति घर में रहने वाले लोगों की संख्या से अधिक टेलीविजन सेट हैं। भारत में, आधी से अधिक आबादी के पास एक टेलीविजन है, जिसमें 800 से अधिक विभिन्न चैनलों के विकल्प हैं। एक इंसान की व्यक्तिगत स्पर्श की आवश्यकता कहीं न कहीं इस आविष्कार से तृप्त थी। हर दिन के साथ इसकी पहुंच बढ़ती जा रही थी, और टेलीविजन तब तक एक बड़ी सफलता बन गया जब तक कि इंटरनेट नहीं आ गया, जिसने अन्य सभी मीडिया को बदल दिया और प्रभावित किया। इसके अलावा, यह कहीं अधिक विकल्पों के उभरने का अवसर बन गया।

यदि हम भारत के परिप्रेक्ष्य में कहें तो इससे पहले कि 800 से अधिक चैनल चल रहे थे, दूरदर्शन द्वारा कार्यक्रम चलाए जाते थे। इसकी शुरुआत 1959 में हुई थी, लेकिन 1965 में ही नियमित दैनिक प्रसारण शुरू हुआ। प्रसारण दिन में दो बार होता था और इसमें कृषि, स्वास्थ्य और परिवार नियोजन जैसे विषयों को शामिल किया जाता था। संगीत, नाटक, लोक के रूप में मनोरंजन भी शामिल था। 1980 के दशक के दौरान निर्मित होने वाली पहली प्रमुख श्रृंखला *हमलोग*, *बुनियाद*, *रामायण* और *महाभारत* थे, जिसका दर्शकों पर स्थायी प्रभाव पड़ा। 1980 के दशक के अंत तक, भारत में बड़ी संख्या में लोगों के पास टेलीविजन सेट होने लगे। वर्ष 1991 में, जब नई नीतियां लागू हुईं, तो निजी और विदेशी प्रसारकों ने भारतीय टेलीविजन में अपनी जगह बना ली।

फिल्में: क्या आप जानते हैं कि फिल्मों का आविष्कार वास्तव में, दुर्घटनावश हुआ था? लेकिन हम इस विषय में थोड़ी देर बाद पहुंचेंगे, आइए पहले समझते हैं कि "फिल्म" से हमारा क्या मतलब है। **क्रेग बेंजीन**, एक अमेरिकी वीडियो निर्माता, वीडियोग्राफर, और ब्लॉगर के अनुसार: "यह एक सार्वभौमिक भाषा है जो हमें अपनी सामूहिक उम्मीदों, आशाओं, भय और आशंकाओं के बारे में कहानियां बताने की सुविधा प्रदान करती है, ताकि हमारे आसपास की दुनिया और हमारे आसपास के लोगों की भावना को समझा जा सके।" फिल्मों की शुरुआत चित्रों को एक के बाद एक रखकर और उन्हें इतनी तेजी से चलाने से हुई ताकि उनमें गति में उनका भ्रम पैदा हो सके। कुछ नयी खोज निरंतर होती रहती थीं। हालांकि, एक फिल्म का पहला चित्र प्रदर्शन, द लुमियर ब्रदर्स, फ्रांसीसी आविष्कारकों, द्वारा संभव बनाया गया था ताकि एक ही समय में कई लोग देख सकें। इन वीडियो में दैनिक जीवन की गतिविधियाँ शामिल थीं, जैसे ट्रेन का अपने स्टेशन पर आना, दो बच्चों की लड़ाई आदि। अफवाह यह है, कि लुमियर भाइयों ने पहली बार स्टेशन पर आने वाली ट्रेन की क्लिप दिखाई, लोग चिल्लाते हुए बाहर भागे। ऐसा इसलिए हुआ था क्योंकि लोगों को लगा कि ट्रेन दीवार से निकलकर उन्हें कुचल देगी। इस बात की बहुत अधिक संभावना है कि इस कहानी को बहुत बढ़ा-चढ़ा कर पेश किया गया हो। हालांकि, यह कहना ठीक होगा कि यह एक त्वरित सफलता थी। अधिक से अधिक लोग चलचित्र का अनुभव करना चाहते थे। आज फिल्में, अरबों डॉलर की इंडस्ट्री बन चुकी हैं जो न केवल मनोरंजन करती हैं बल्कि हमें अकल्पनीय चीजों के बारे में सोचने के लिए प्रेरित करती हैं। यह अक्सर हमें इस दुनिया में कुछ सकारात्मक करने और खुद को कुछ बनाने के लिए प्रेरित करता है। साथ ही, यह हिंसा और अन्य अभद्र व्यवहार को प्रभावित करने एवं व्यवहारों पर भ्रमण करने के लिए भी जाना जाता है।

जब भारत की बात आती है, तो इसमें कोई आश्चर्य नहीं होना चाहिए कि विशाल आकार की फिल्में भारतीयों के जीवन में कितनी बड़ी भूमिका निभाती हैं। इतना अधिक, कि कई फिल्मी सितारों की व्यापक रूप से पूजा की जाती है। इसके अलावा, जनता राजनीतिक दलों के नेताओं के रूप में भी उनका स्वागत कर रही है। भारत की विविधता एक कारण है कि उद्योग इतना विशाल है और यह धीमा होने का कोई संकेत नहीं दिखाता है।

- 3) **इंटरनेट/डिजिटल मीडिया:** इंटरनेट को आमतौर पर एक ऐसे माध्यम के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसके माध्यम से लोग एक-दूसरे के संपर्क में रहने में सक्षम होते हैं, जिसके माध्यम से कोई भी खरीदारी कर सकता है और यहां तक कि भोजन भी खरीद सकता है। हालांकि, यह स्पष्ट रूप से इससे कहीं अधिक है। यह एक तुलनात्मक रूप से नई खोज है, लेकिन यह भी एक है जो तेजी से बढ़ी है। यह ऐसी गति से अवधारणाओं का आविष्कार करना जारी

रखता है जिसे सभी मनुष्य इतनी जल्दी समझ नहीं पाते हैं। इसका पता 1962 में लगाया जा सकता है जब एक वैज्ञानिक, **जे.सी.आर लिविलडर** ने एक दूसरे के साथ संचार करने में सक्षम होने वाले कंप्यूटरों के नेटवर्क के विचार का प्रस्ताव रखा था। 1969 में, ARPANET (द एडवांस्ड रिसर्च प्रोजेक्ट्स एजेंसी नेटवर्क) का उपयोग करके पहला संदेश एक कंप्यूटर से दूसरे कंप्यूटर पर भेजा गया था, जो उस समय सरकार का कंप्यूटर नेटवर्क था। भेजा गया संदेश 'लॉगिन' शब्द था, लेकिन केवल पहले दो अक्षर पहुँच पाए। इसके बाद, आविष्कार जारी रहे, लेकिन 1990 के दशक के दौरान चीजों ने गति पकड़नी शुरू कर दी। 1991 में, **टिम बर्नर्स-ली** ने वर्ल्ड वाइड वेब का आविष्कार किया।

वर्ल्ड वाइड वेब अलग था क्योंकि यह केवल गिने-चुने वैज्ञानिकों के लिए आंकड़े साझा करने की जगह तक ही सीमित नहीं था। इसने दुनिया में किसी को भी इंटरनेट कनेक्शन के साथ उपलब्ध सूचना के पूरे नेटवर्क तक पहुंचने की अनुमति दी। एक समय था जब आप अपने इंटरनेट और फोन तक नहीं पहुंच पाते थे, जिसके माध्यम से आपका इंटरनेट मॉडेम जुड़ा हुआ था, उसी समय अगर वर्ल्ड वाइड वेब के लिए नहीं, तो लोग सेकंड में जानकारी तक नहीं पहुंच पाएंगे, वे ऐसे लोगों से जुड़े नहीं रह पाएंगे जो निकटता में नहीं थे। सरल शब्दों में, दुनिया एक छोटी जगह बन गई, बहुत छोटी जगह।

World Wide Web

The WorldWideWeb (W3) is a wide-area [hypermedia](#) information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.

Everything there is online about W3 is linked directly or indirectly to this document, including an [executive summary](#) of the project, [Mailing lists](#), [Policy](#), November's [W3 news](#), [Frequently Asked Questions](#).

[What's out there?](#)

Pointers to the world's online information, [subjects](#), [W3 servers](#), etc.

[Help](#)

on the browser you are using

[Software Products](#)

A list of W3 project components and their current state. (e.g. [Line Mode](#), [X11 Viola](#), [NeXTStep](#), [Servers](#), [Tools](#), [Mail robot](#), [Library](#))

[Technical](#)

Details of protocols, formats, program internals etc

[Bibliography](#)

Paper documentation on W3 and references.

[People](#)

A list of some people involved in the project.

[History](#)

A summary of the history of the project.

[How can I help ?](#)

If you would like to support the web..

[Getting code](#)

Getting the code by [anonymous FTP](#), etc.

चित्र 1.3 पहली बार वेबसाइट कैसे दिखती थी

स्रोत: Business Insider

तकनीक के विकास के साथ, वस्तुतः, अब स्वचालित कारों के अस्तित्व को देखते हुए, यह स्पष्ट है कि इंटरनेट हर किसी के जीवन का एक बड़ा हिस्सा बन गया है। यह एक ऐसा तथ्य है जिससे लगभग सभी व्यक्ति विभिन्न कारणों से जुड़े हुए हैं। अगर निजी कारणों से नहीं तो काम से जुड़े कार्यों के लिए, इंटरनेट आज एक जरूरत बन गया है।

जब हम मीडिया द्वारा निभाई जाने वाली महत्वपूर्ण भूमिका को देखते हैं, तो इस सुविधा के साथ आने वाले असंख्य लाभ हैं, लेकिन साथ ही हमारे पास इसका स्याह पक्ष भी है। इसमें कोई संदेह नहीं है कि मीडिया का स्थान काफी अपूरणीय है, यह

सभी के जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यदि मीडिया के लिए नहीं, तो दुनिया अभी भी एक-दूसरे की संस्कृतियों, उनकी समानताओं से अनजान होगी। हम एक दूसरे से कम जुड़ेंगे। हालाँकि, यह केवल जुड़े रहने के बारे में नहीं है, मीडिया के कारण, आपातकालीन स्थितियों से अधिक कुशल तरीके से निपटा गया है, लोग अन्य मनुष्यों की मदद करने और उन तक अधिक पहुंचने में सक्षम हुए हैं। सबसे प्रमुख उदाहरण यह हो सकता है कि कैसे पूरी दुनिया में लोग जलवायु परिवर्तन का विरोध करने के लिए एक साथ आ रहे हैं। यह मुख्य रूप से मीडिया और इसकी पहुंच के कारण संभव है।

फिर भी, यह सिक्के का केवल एक पहलू है। जहां कुछ लोग मीडिया को सकारात्मकता को जोड़ने, साझा करने और फैलाने के साधन के रूप में उपयोग करते जो इसका उपयोग द्वेषपूर्ण उद्देश्यों के लिए करते हैं। मीडिया को प्रचार, हेरफेर और फर्जी खबरों के साधन के रूप में इस्तेमाल किया जाता रहा है। दुर्भाग्य से आज के समय में ये सब चीजें भी बढ़ रही हैं। इस प्रकार, अंत में, चर्चा इस प्रश्न तक पहुँचती है: मीडिया मानव मनोविज्ञान और उनके कार्यों को कितना प्रभावित कर सकता है?

तकनीकी नियतिवाद के सिद्धांत के अनुसार, जो प्रौद्योगिकी और मानव पर इसके प्रभाव के बीच की कड़ी का अध्ययन करता है, प्रस्ताव करता है कि प्रौद्योगिकी एक समाज की प्रकृति और स्थिति को परिभाषित करती है। यह दिए गए समय में लोगों के व्यवहार या सोचने के तरीके को बदल देता है। उदाहरण के लिए, कंप्यूटर को अस्तित्व में लाने वाली तकनीकी प्रगति के साथ, सूचना के युग का जन्म हुआ। कुल मिलाकर, यह सिद्धांत और कई विद्वानों का मानना है कि प्रौद्योगिकी एक मौलिक कारण है, यदि एकमात्र कारण नहीं, कि लोग सामान्य रूप से कैसे व्यवहार करते हैं। हम आने वाली इकाइयों में आम जनता पर मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव को और अधिक विस्तार से संबोधित करेंगे।

अपनी प्रगति की जाँच कीजिए 2

1) विभिन्न प्रकार के मीडिया क्या हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

2) तकनीकी नियतिवाद से आप क्या समझते हैं ?

.....

.....

.....

.....

.....

1.3 सोशल मीडिया की परिभाषा और अवधारणा

शैक्षणिक दृष्टिकोण से सोशल मीडिया को समझने से पहले, आइए हम निम्नलिखित प्रश्न का उत्तर दें:

बॉक्स 1.3 मनन कीजिए!

क्या आपने कभी सक्रिय रूप से सोशल मीडिया का उपयोग किया है? यदि हाँ, तो इसका उपयोग करने का आपका कारण क्या था? यदि नहीं, तो इसका उपयोग न करने का आपका क्या कारण था?

जब आप अत्यधिक खुशी का अनुभव करते हैं, तो आप क्या करते हैं? क्या आप उत्साह में कूदते हैं? शायद हाँ। फिर भी, जैसे ही आप अपने साथ खुशी मनाते हैं, आप अपने दोस्तों और परिवार के साथ समाचार साझा करना चाहते हैं, जिससे आपकी खुशी बढ़ जाती है।

सोशल मीडिया के उद्भव के साथ जो हुआ वह यह था कि व्यक्तियों को एक ऐसा मंच दिया गया जहां वे न केवल अपने प्रियजनों के साथ, बल्कि पूरी दुनिया के साथ इन भावनाओं को साझा कर सकते थे। शायद यही वजह है कि ग्लोबल डिजिटल 2019 रिपोर्ट के अनुसार, दुनिया में 7.67 अरब में से लगभग 3.48 अरब लोग सोशल मीडिया के सक्रिय सदस्य थे। यह सब कैसे हुआ? इसे समझने के लिए आइए अब हम आगे बढ़ते हैं और एक व्यवस्थित तरीके से सोशल मीडिया की परिभाषा और अवधारणा को समझते हैं।

बॉक्स 1.4 अभ्यास

क्या आप निम्नलिखित सोशल मीडिया साइटों को उन वर्षों से मिला सकते हैं जब वे इंटरनेट पर आयी थीं?

सिक्स्थ सेंस	2002
माईस्पेस	2010
फेसबुक	1997
लिनकडइन	2006
ट्विटर	2003
इंस्टाग्राम	2004

Websites and other **online means** of communication that are used by large groups of people to **share information** and to develop social and professional contacts.

- Dictionary.com

Websites and **computer programs** that allow people to communicate and **share information** on the internet using a computer or mobile phone

- Cambridge Dictionary

Forms of **electronic communication** (such as websites for social networking and microblogging) through which users create online communities to **share information**, ideas, personal messages, and other content (such as videos)

- Merriam-Webster

Websites and **applications** that enable users to create and **share** content or to participate in social networking.

- Oxford Dictionary

चित्र 1.4 सोशल मीडिया की विभिन्न परिभाषाएं

चित्र 1.4 कई प्रसिद्ध शब्दकोशों द्वारा सोशल मीडिया की विभिन्न परिभाषाएँ प्रदान करता है। हो सकता है कि उन सभी ने अलग-अलग शब्दावली का इस्तेमाल किया हो, लेकिन इसे कुछ बार पढ़ने के बाद, आप महसूस करेंगे कि वे सभी अवधारणात्मक रूप से एक ही बात कह रहे हैं। सोशल मीडिया एक ऑनलाइन प्लेटफॉर्म है जो व्यक्तियों को सामग्री साझा करने में मदद करता है।

सोशल मीडिया शुरू में इंटरनेट की वजह से एक संभावना बन गया था, लेकिन जल्द ही इसकी उपस्थिति एक प्रमुख कारण बन गई, जिसके कारण लोग इंटरनेट पर सर्फ करना चाहते थे। सतह पर आने वाला पहला सोशल मीडिया "सिक्स डिग्री" के रूप में जाना जाता था, जिसे वर्ष 1997 में लॉन्च किया गया था। इसने लोगों को अपनी प्रोफाइल बनाने और दूसरों को भी अपने में जोड़ने की अनुमति दी। कुछ साल बाद, 2002 में 'फ्रेंडस्टर' उभरा, जिसने उपयोगकर्ताओं को चित्र, वीडियो अपलोड करने और यहां तक कि अपने निजी नेटवर्क के प्रोफाइल पर टिप्पणी करने की अनुमति दी। फेसबुक के समान लगता है, है ना? अंतिम सोशल मीडिया वेबसाइट, फेसबुक के उभरने से पहले कई साइटें (उदाहरण के लिए ऑर्कुट) शुरू हुईं। एक बार जब यह बाजार में आया, तो चीजें बड़े पैमाने पर बदल गईं।

फेसबुक एक सोशल मीडिया साइट के रूप में शुरू हुआ जो हार्वर्ड के छात्रों के लिए उपलब्ध था, लेकिन जल्द ही लोकप्रियता हासिल कर ली, और 2006 तक इसका उपयोग 13 वर्ष से अधिक उम्र के किसी भी व्यक्ति द्वारा किया जा सकता था। ट्विटर, इंस्टाग्राम और स्नैपचैट, अन्य लोकप्रिय सोशल मीडिया ऐप 2006, 2010, 2011 वर्षों में क्रमशः शुरू हुए हैं। अधिक से अधिक लोग इसमें शामिल हुए और लोगों को साझा करने के लिए प्रोत्साहित करने वाले और भी अधिक एप्लिकेशन और वेबसाइटें आने लगीं।

सोशल मीडिया सिर्फ इन सोशल नेटवर्किंग साइट्स तक ही सीमित नहीं है। इसमें ब्लॉग, फोरम, व्यावसायिक नेटवर्क, फोटो-साझाकरण प्लेटफॉर्म, सामाजिक गेमिंग, माइक्रोब्लॉग और चैट ऐप्स भी शामिल हैं। यह इंटरनेट का एक हिस्सा है जो अभूतपूर्व गति से बढ़ रहा है। इसका उपयोग न केवल व्यक्तिगत आनंद के लिए किया जाता है, बल्कि यह एक ऐसा साधन है जिसमें व्यवसाय अत्यधिक निवेश भी करते हैं।

2017 में इंटरनेट की 71 प्रतिशत जनसंख्या, सोशल नेटवर्क का उपयोग कर रही थी, और यह संख्या केवल बढ़ रही है। जहां इसके कुछ बड़े फायदे हैं, वहीं इस पहलू के भी नुकसान हैं। यहां हमारा उद्देश्य यह समझना है कि यह प्रभाव किसी व्यक्ति की सोच और व्यवहार के पैटर्न को किस हद तक प्रभावित करता है। यह पूरे इतिहास में कैसे आगे बढ़ा है, सकारात्मक और नकारात्मक क्या हैं, और भविष्य में क्या उम्मीद की जा सकती है? आइए हम यह समझने से शुरू करें कि मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया के प्रभाव का अध्ययन कैसे और कब शुरू हुआ।

1.4 मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया का प्रभाव

जैसा कि हम तकनीकी नियतिवाद पर उपरोक्त चर्चा को देखते हैं, मीडिया अपने विविध रूपों में मानव व्यवहार पर बहुत अधिक प्रभाव डालता है। दार्शनिक रूप से, मीडिया वास्तविकता की मध्यस्थता है और वास्तविकता की हमारी धारणा मीडिया द्वारा महत्वपूर्ण रूप से आकार लेती है। सामाजिक मनोवैज्ञानिक **बंडुरा** द्वारा बोबो गुडिया पर सामाजिक शिक्षा पर क्लासिक शोध एक उदाहरण है। कई शोधों ने यह स्थापित किया है कि टेलीविजन पर आक्रामक कृत्यों को देखने से बच्चों के आक्रामक व्यवहार और संवेगात्मक जीवन पर गहरा प्रभाव पड़ता है।

मीडिया भी संस्कृति और प्रभाव का एक साधन है। क्या आपने अपने बड़ों को यह कहते नहीं सुना है कि कैसे नई मीडिया प्रौद्योगिकियों के अचानक आने से वर्तमान युवा पीढ़ी पश्चिमी संस्कृति के प्रभाव में आ रही है?

अब आइए चर्चा करें कि मीडिया हमारे सोचने के तरीके को कैसे प्रभावित करता है और समस्याओं को हल करता है, और किस तरह से हम दुनिया को देखते हैं। सोशल मीडिया पर आपके द्वारा पढ़े जाने वाले आँकड़ों पर आप कितनी बार शोध करते हैं? जब आप कोई अखबार उठाते हैं, या एक टेलीविजन चैनल खोलते हैं, तो क्या आप बिना किसी सवाल के हर बात पर विश्वास करते हैं? इन सवालों का जवाब इस बात पर निर्भर करेगा कि आप सूचना के स्रोत पर कितना भरोसा करते हैं। हालाँकि, आज की दुनिया में जब सूचनाओं की मात्रा बहुत अधिक है, तो क्या आप निश्चित रूप से कह सकते हैं कि आप मीडिया से प्रभावित नहीं होते हैं? क्या होगा यदि कुछ गलत जानकारी लगातार सार्वजनिक डोमेन में डाली जा रही है? क्या आप इस पर विश्वास करने से बच पाएंगे या आप इस घटना पर विश्वास करेंगे मनोवैज्ञानिक इसे *"सत्य का भ्रम"* कहते हैं। इसे एक ऐसी घटना के रूप में परिभाषित किया जाता है जहाँ झूठ को लगातार दोहराया जाता है, जब तक कि लोग इसे सच मानने लगते हैं। यह अक्सर विज्ञापनदाताओं, राजनेताओं, टीवी एपिसोड और यहां तक कि समाचारों में मानव मनोविज्ञान को प्रभावित करने के लिए उपयोग की जाने वाली तकनीक है। कोविड-19 महामारी के दौरान जनता में दहशत और चिंता पैदा करने में मीडिया की भूमिका व्यापक रूप से देखी गई। बहरहाल, हम इस बात से भी इनकार नहीं कर सकते हैं कि कैसे सोशल मीडिया ने लोगों को उनकी बोरियत, सामाजिक अलगाव से बाहर निकालने में मदद की और लॉकडाउन की असाधारण परिस्थितियों में सामाजिक सम्बन्ध बनाने की सुविधा प्रदान की।

मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया के कई सकारात्मक प्रभाव भी मौजूद हैं। यह कहने के लिए पर्याप्त है कि मीडिया की पहुंच के कारण पर्यावरणीय मुद्दों, मानसिक स्वास्थ्य के मुद्दों, राजनीति, शिक्षा, एलजीबीटीक्यूआईए+ (LGBTQIA+) समुदायों, आर्थिक और गरीबी से संबंधित मुद्दों, आदि के बारे में जागरूकता में भी वृद्धि हुई है। अधिक से अधिक लोग विभिन्न कारणों के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए विभिन्न प्लेटफार्मों पर अपने अनुभव, नकारात्मक या सकारात्मक, के बारे में बात करने और साझा करने के लिए तैयार हैं। नतीजतन, वे दूसरों को अधिक आरामदायक जीवन जीने में मदद कर रहे हैं। बिना किसी संदेह के, मीडिया प्रत्येक व्यक्ति के जीवन में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यहीं से हमें किसी भी चीज और हर चीज के बारे में जानकारी मिलती है। यह सभी के लिए उपलब्ध है, लगभग बिना किसी भी नियम और शर्तों के साथ।

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

जैसे-जैसे मीडिया और तकनीक उन्नत हुई, यह विचार भी बढ़ने लगा कि लोग किसी भी बात पर विश्वास कर लेंगे और मीडिया से निकलने वाला हर तथ्य भी बढ़ने लगा है। इसने अंततः मीडिया अध्ययनों के **प्रत्यक्ष प्रभाव मॉडल**, जिसे **हाइपोडर्मिक निडिल सिद्धांत** या **मैजिक बुलेट थ्योरी** के रूप में भी जाना जाता है, का नेतृत्व किया। 1920 और 1930 के दशक के दौरान प्रचलित इस मॉडल ने कहा कि लोग मीडिया के माध्यम से उन्हें जो कुछ भी प्रस्तुत किया जाता है उसे स्वीकार करते हैं। इस मॉडल के अनुसार *"उनके जैविक रूप से आधारित 'प्रवृत्ति' द्वारा समान रूप से नियंत्रित किया जाता है और जो कुछ भी 'उद्दीपक' के साथ आता है, वे कमोबेश*

समान रूप से प्रतिक्रिया करते हैं। इस प्रकार, मॉडल इस धारणा पर आधारित था कि मनुष्य आमतौर पर कैसे व्यवहार करता है और इसलिए इसका समर्थन करने के लिए आँकड़ों की कमी होती है। यह बाद में अस्वीकृत हो गया जब इस क्षेत्र में अनुसंधान ने निष्कर्ष निकाला कि लोगों की प्रतिक्रियाओं को विभिन्न पहलुओं द्वारा निर्धारित किया गया था और इस प्रकार, मॉडल की परिकल्पना को सामान्यीकृत नहीं किया जा सकता था। एक प्रमुख तरीका जिससे मीडिया अध्ययनों में मदद मिली, वह था लोगों को अनुभवजन्य शोध के महत्व का एहसास कराना। मीडिया अनुसंधान के लिए संज्ञानात्मक दृष्टिकोण ने गति प्राप्त की और अध्ययन किया कि मीडिया ने विचार प्रक्रियाओं, विशेष रूप से स्मृति और समझ को कैसे प्रभावित किया।

फिल्में और आचरण: पायने फंड अध्ययन को मीडिया पर किया गया पहला व्यापक अध्ययन और अमेरिकी युवाओं पर इसके प्रभाव के रूप में माना जाता है। यह 1929-1932 के वर्षों के दौरान आयोजित किया गया था और इसका नेतृत्व निम्नलिखित उद्देश्यों के साथ **हर्बर्ट ब्लूमर** ने किया था:

- बच्चों को फिल्मों से किस तरह के विचार मिलते हैं?
- वे संवेगात्मक रूप से कितनी गहराई से प्रभावित होते हैं?
- कितने बच्चे मूवी देखने जाते हैं, और कितनी बार?
- क्या फिल्में आपराधिक और अपराधी प्रवृत्तियों को प्रेरित करती हैं?
- क्या वे बच्चों की नींद या तंत्रिकाओं को प्रभावित करते हैं?

अध्ययनों से पता चला है कि सिनेमा का प्रभाव सूचना प्राप्ति, दृष्टिकोण में बदलाव, भावनाओं की उत्तेजना, स्वास्थ्य और बच्चों के व्यवहार पर पड़ता है। अध्ययन ने जनता में दहशत पैदा कर दी, भले ही सैद्धांतिक दृष्टिकोण से, इसे विभिन्न आलोचनाओं का सामना करना पड़ा। यद्यपि, प्रारंभिक अध्ययनों में कहा गया है कि जनता के व्यवहार और संज्ञान को प्रभावित करने में मीडिया की बड़ी भूमिका थी, इस स्थिति की गंभीरता को समझने के लिए पर्याप्त आँकड़े नहीं थे। मीडिया के प्रभाव का दायारा अभी भी एक पहली बना हुआ है, जब तक कि इस क्षेत्र में शोध में सुधार नहीं हुआ और इसके प्रभाव का ज्ञान नहीं हो गया।

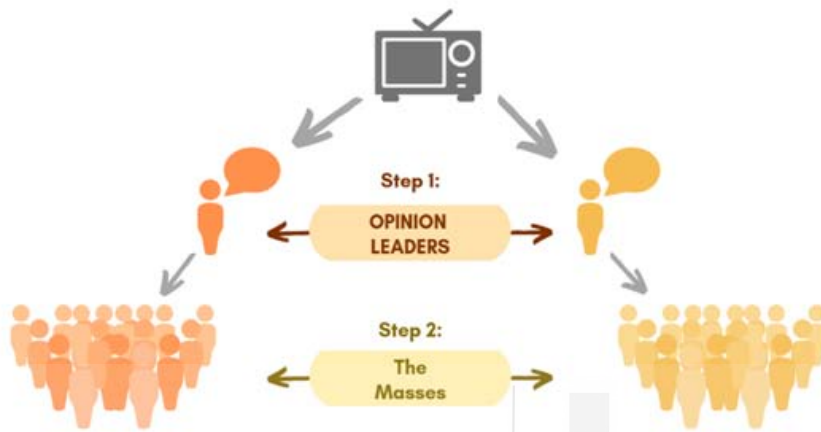
1.6 मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर मीडिया प्रभाव की व्याख्या करने वाले सिद्धांत

1941 से 1945 के बीच, द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान, मनोवैज्ञानिक **कार्ल इवर होवर्लैंड** अमेरिकी सेना के साथ काम कर रहे थे और उन शोधकर्ताओं की देखरेख कर रहे थे, जिनका उद्देश्य **"व्हाई वी फाइट"** नामक फिल्म युद्ध के साथ सैनिकों के रवैये में बदलाव की निगरानी करना था। इसकी सफलता को **"सूचना प्रदान करना, (...) प्रस्तुत व्याख्याओं की दिशा में राय बदलना, और (...) सेवा करने के लिए पुरुषों की प्रेरणा बढ़ाना"** के रूप में परिभाषित किया जाएगा। आखिरकार, शोध ने दृष्टिकोण परिवर्तन के प्रतिरोध का अध्ययन किया और अनुनय प्रभावी तरीके से कैसे काम कर सकता है।

हॉवर्लैंड के अनुसार, अनुनय के तीन कारक हैं: संचारक, संचार और दर्शक। जिस मूल प्रश्न का उत्तर दिया जा रहा है, वह यह है कि 'कौन क्या कहता है कि किस प्रभाव से?' ये सभी कारक प्रभाव पैदा करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। शोध आगे इस बात पर प्रकाश डालते हैं कि कैसे मीडिया के साथ-साथ विभिन्न कारक प्रभावित करने में भूमिका निभाते हैं। ये जनसांख्यिकीय विशेषताएं, सामाजिक मनोवैज्ञानिक

कारक और विभिन्न मीडिया उपयोग व्यवहार हैं। इस प्रकार, मीडिया का प्रभाव अन्य कारकों के साथ सहसंबद्ध है, न कि केवल एक पर आधारित।

इस समय के दौरान, **पॉल फेलिक्स लेजरफेल्ड** (1944), **बर्नार्ड बेरेलसन**, और **हेजल गौडेट्सो** (1949) ने **टू-स्टेप फ्लो ऑफ़ कम्युनिकेशन मॉडल** दिया था, जो इस बात की पड़ताल करता है कि मीडिया मतसाधक नेताओं के पारस्परिक प्रभाव के माध्यम से सामान्य आबादी को कैसे प्रभावित करता है।



चित्र 1.5 टू-स्टेप फ्लो ऑफ़ कम्युनिकेशन मॉडल

यह मॉडल साझा करता है कि लोगों पर पारस्परिक संपर्क का अधिक प्रभाव कैसे पड़ता है। इस मॉडल के लिए शोध 1940 के दशक के राष्ट्रपति चुनावों के दौरान अमेरिकी मतदाताओं के फैसलों पर किया गया था। इस सिद्धांत ने प्रतिमान को स्थानांतरित कर दिया और निष्कर्ष निकाला कि व्यवहार और संज्ञानात्मक प्रभाव के दो चरण हैं। सक्रिय सदस्य, या 'मतसाधक नेता' मीडिया के सक्रिय सदस्य हैं। वे वही हैं जो मीडिया की जानकारी में लिप्त होते हैं और फिर अपने ज्ञान को उन लोगों तक फैलाते हैं जो मीडिया के साथ कम बातचीत करते हैं। इसके माध्यम से, लेजरफेल्ड, बेरेलसन और गौडेट ने कहा कि बोलने के माध्यम से प्रेषित जानकारी केवल मीडिया की तुलना में संचार प्रक्रिया में अधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इस सिद्धांत के सामने आने से पहले, यह लगभग दृढ़ता से माना जाता था कि दर्शकों पर मीडिया का व्यापक प्रभाव था। इस सिद्धांत ने इस विचार प्रक्रिया पर सवाल खड़ा कर दिया। इसके बारे में सोचें, व्यवसायों के पास ब्रांड एंबेसडर के रूप में प्रसिद्ध लोग क्यों हैं? लोगों के लिए यह विचार है कि वे अपने उत्पाद को एक निश्चित प्रशंसित व्यक्तित्व के साथ जोड़ दें, जो अंततः व्यवसाय को अपने उत्पादों को बेचने में मदद करता है।

एक अन्य सिद्धांत, जिसे **चयनात्मक अनावृत्ति सिद्धांत** के रूप में जाना जाता है, ने एक अलग कारक को सामने लाएं जो प्रभावित होने की क्षमता को प्रभावित करता है। इस सिद्धांत के अनुसार, जिसे अन्यथा **'पुष्टिकरण पूर्वाग्रह'** के रूप में जाना जाता है, व्यक्ति स्वयं को उन सूचनाओं की ओर झुकाते हैं जो उनके पहले से मौजूद विश्वासों का समर्थन करती हैं, जबकि वे उन सूचनाओं की उपेक्षा करते हैं जो उन मान्यताओं के विपरीत हैं। उदाहरण के लिए, यदि आप मानते हैं कि **हॉगवर्ट्स वास्तविक** हैं (जे के राउलिंग द्वारा लिखित, हैरी पॉटर फंतासी श्रृंखला में हॉगवर्ट्स स्कूल जादू टोना और जादूगरी से सम्बंधित है), तो आप केवल उन्हीं व्यक्तियों की बात सुनेंगे जो समान सिद्धांत का दावा करते हैं और इस प्रकार, आपकी राय और भी मजबूत हो जाएगी। ये प्रारंभिक सिद्धांत स्पष्ट रूप से दिखाते हैं कि मीडिया ने मानव

मनोविज्ञान को प्रभावित करने में एक प्रमुख भूमिका निभाई, लेकिन उन्होंने मुख्य रूप से अल्पकालिक प्रभावों की जांच की।

पहले के शोध मनोवैज्ञानिक मॉडल और मीडिया के अल्पकालिक प्रभावों पर अधिक केंद्रित थे। जैसे-जैसे मीडिया की पहुंच और लोकप्रियता बढ़ी, इस विचार प्रक्रिया ने अपना ध्यान दीर्घकालिक प्रभावों पर स्थानांतरित कर दिया जो इसके कारण हो सकते हैं। मैकक्वेल के मास कम्युनिकेशन सिद्धांत में, "जिस तरह से मीडिया अपने उद्देश्यों के लिए सामग्री का चयन, प्रक्रिया और आकार देता है, उसका इस बात पर एक मजबूत प्रभाव हो सकता है कि इसे कैसे प्राप्त किया जाता है और इसकी व्याख्या की जाती है और इस प्रकार दीर्घकालिक परिणाम होते हैं"। डेनिस मैकक्वेल (2002) इसे चार चरणों में विभाजित करके मीडिया प्रभावों की व्याख्या करते हैं:



चित्र 1.6 चार चरणों में मीडिया प्रभाव

चरण-1 सभी शक्तिशाली मीडिया

लोगों का मानना था कि मीडिया अत्यधिक शक्तिशाली हो सकता है हालांकि व्यवस्थित शोध संयुक्त राज्य अमेरिका से प्रारंभ हुआ तथा वहीं तक सीमित रहा।

चरण-2 शक्तिशाली मीडिया सिद्धांत का परीक्षण

अनुभवजन्य शोध की गति ने मीडिया प्रभाव के दूसरे चरण को प्रेरित किया।

चरण-3 शक्तिशाली मीडिया की पुनः खोज

यह दीर्घकालिक परिवर्तन की तरफ परिवर्तन द्वारा चिन्हित किया गया था।

चरण-4 परक्रमित मीडिया प्रभाव

यह सृजन के माध्यम से प्राप्त किए जा रहे मीडिया के सबसे महत्वपूर्ण प्रभावों पर जोर देता है। मीडिया में सामाजिक वास्तविकता की अधिमान्य छवि प्रस्तुत करने की प्रवृत्ति होती है जिसे व्यापक रूप से स्वीकृत तथा विश्वसनीय माना जाता है।

इंटरनेट के क्रियान्वित होने से पहले ये प्रमुख रूप से सिद्धांत और शोध थे। इंटरनेट आने के बाद और सोशल मीडिया के आने के बाद, चीजें एक अद्वितीय तरीके से बदल गईं। यह देखते हुए कि मीडिया का उपयोग पहले कभी नहीं देखा गया है, मानव संज्ञान और व्यवहार पर इसका प्रभाव भी विकसित हुआ है। आइए हम इस

1.7 मीडिया और सोशल मीडिया का मानव संज्ञान एवं व्यवहार पर प्रभाव

दिसंबर 2018 तक लगभग 4.1 अरब लोग इंटरनेट के सक्रिय उपयोगकर्ता हैं, प्रत्येक दिन लगभग 40 लाख ब्लॉग पोस्ट प्रकाशित होते हैं, और एक ही दिन में 5 अरब गूगल खोजें की जाती हैं। अगर एक बात स्पष्ट है, तो वह यह है कि इंटरनेट एक आवश्यकता बन गया है। छोटी-छोटी शंकाओं का समाधान उसी की सहायता से किया जाता है। लोग अपनी पढ़ाई से लेकर शारीरिक/मानसिक स्वास्थ्य, रिश्ते, दोस्ती, काम से लेकर कई तरह की शंकाओं की खोज करते हैं। इसके अलावा, सूची का अंत नहीं है। क्या आपने कभी गौर किया है कि आप *अमेज़ॉन* में जो खोज कर रहे थे, वह आपके फेसबुक फीड में दिखना शुरू हो जाती है?

ऐसा इसलिए है क्योंकि सोशल मीडिया में कई कलन विधि (एल्गोरिदम) इस तरह से सेट किए गए हैं जो पुष्टिकरण पूर्वाग्रह को जन्म देंगे, जिसमें व्यक्ति अपने विश्वासों से मेल खाने वाले पर अधिक ध्यान केंद्रित करते हैं और जानबूझकर दूसरों की उपेक्षा करते हैं। एल्गोरिदम लोगों को वह सामग्री दिखाते हैं जिससे वे जुड़ते हैं और पसंद करते हैं, जिससे उन मामलों पर उनके विचार मजबूत होते हैं। जब मनोवैज्ञानिक प्रभावों की बात आती है, तो कुछ सकारात्मक पर ध्यान केंद्रित करते हैं, जबकि अन्य नकारात्मक पर। लेकिन एक बात स्पष्ट है कि बच्चों, किशोरों और युवाओं के संज्ञानात्मक कामकाज पर इंटरनेट के उपयोग और स्क्रीन टाइम के प्रभाव का अध्ययन करने के लिए और अधिक शोध किए जाने की आवश्यकता है। न्यूरोप्लास्टिक प्रभाव (मस्तिष्क पर इंटरनेट मीडिया के प्रभाव) का पता लगाया गया है। इंटरनेट एक्सपोजर नए कौशल के अधिग्रहण को बढ़ावा देता है, जो तंत्रिका परिवर्तन भी ला सकता है। स्मार्टफोन के माध्यम से इंटरनेट के साथ सरल बातचीत, हाथ और अंगूठे के संवेदी और पेशीय प्रक्रमण से जुड़े मस्तिष्क के कॉर्टिकल क्षेत्रों में तंत्रिका परिवर्तनों के कारण तंत्रिका-संज्ञानात्मक संशोधन लाती है (गिंद्रत एवं अन्य, 2015)। इंटरनेट कैसे मानव संज्ञान और व्यवहार को प्रभावित कर रहा है, इस पर विभिन्न शोधों के दृष्टिकोण निम्नलिखित हैं:

- कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय, सांताक्रूज और इलिनोइस विश्वविद्यालय, अर्बाना शैंपेन के शोधकर्ताओं ने एक अध्ययन किया जहां उन्होंने पाया कि जो लोग कुछ हल करने के लिए इंटरनेट पर भरोसा करते हैं, उनके विकल्प को अधिक बार चुनने की संभावना अधिक होती है। वे कार्य करने के लिए अपनी स्मृति का उपयोग करने के लिए किसी भी क्षण को नहीं लेने की अधिक संभावना रखते हैं। प्रमुख लेखक के अनुसार डॉ. बेंजामिन स्टॉर्म ने टिप्पणी की, *"स्मृति बदल रही है। हमारे शोध से पता चलता है कि जैसे-जैसे हम इंटरनेट का उपयोग अपनी स्मृति का समर्थन और विस्तार करने के लिए करते हैं, हम इस पर अधिक निर्भर हो जाते हैं। जबकि पहले हम अपने दम पर कुछ याद करने की कोशिश कर सकते थे। अब हम परेशान नहीं हैं। जैसे-जैसे स्मार्टफोन और अन्य उपकरणों के माध्यम से अधिक जानकारी उपलब्ध होती है, हम अपने दैनिक जीवन में उत्तरोत्तर इस पर अधिक निर्भर होते जाते हैं।"*
- ऊर्ध्वगामी सामाजिक तुलना की अंतर्निहित संज्ञानात्मक प्रक्रिया सामाजिक रूप से निर्मित सोशल मीडिया से भी प्रभावित होती है, जहां हर कोई दूसरों को देखने के लिए अपनी एक सफल और खुशहाल छवि पेश करता है। इससे खराब

आत्म-अवधारणा, नकारात्मक शरीर की छवि और कुछ में आत्म-सम्मान कम हो सकता है।

- कुछ अध्ययन बच्चों में टीवी या वीडियो देखने के प्रभाव को भाषा में देरी के साथ इंगित करते हैं। बाद के वर्षों में, शैक्षिक टेलीविजन का सकारात्मक प्रभाव, संज्ञानात्मक विकास देखने को मिलता है। दूसरी ओर, मनोरंजन टेलीविजन और कंप्यूटर गेम का नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है, खासकर जब बच्चे पढ़ना सीख रहे हों। कुछ कंप्यूटर गेम विशिष्ट संज्ञानात्मक कौशल को बढ़ा सकते हैं, बशर्ते कंप्यूटर गेम उन कौशलों का प्रयोग करने की अनुमति देता है। कुल मिलाकर, स्क्रीन मीडिया का बच्चों की उम्र और उपभोग की गई सामग्री के प्रकार के आधार पर संज्ञानात्मक विकास पर लाभकारी और प्रतिकूल प्रभाव डालता है (एंडरसन, सुब्रह्मण्यम एवं अन्य 2017)।
- यूनिवर्सिटी के इंटरनेशनल सेंटर फॉर मीडिया एंड द पब्लिक एजेंडा एवं सालज़बर्ग एकेडमी ऑन मीडिया एंड ग्लोबल चेंज द्वारा प्रकाशित शोध में, जो 12 परिसरों और 10 देशों में आयोजित किया गया था, ने निष्कर्ष निकाला कि "अधिकांश छात्र... मीडिया के बिना पूरे 24 घंटे बिताने में असफल रहे"। उन्होंने खुद स्वीकार किया कि वे स्वेच्छा से खुद को मीडिया से दूर नहीं रख सकते। मैरीलैंड विश्वविद्यालय ने बताया कि कैसे मीडिया का उपयोग करने से दूर रहने के लिए मजबूर होने पर छात्रों ने तृष्णा, चिंता के हमलों और यहां तक कि अवसाद होने की बात स्वीकार की।
- कुछ जर्मन वैज्ञानिकों द्वारा किए गए शोध के बाद, यह पाया गया कि जो लोग लगातार दूसरे लोगों की छवियों को देखने के लिए उजागर होते हैं, वे ईर्ष्या, ईर्ष्या, निराशा या क्रोध की मात्रा में वृद्धि महसूस कर सकते हैं। इस शब्द को 'फेसबुक डिप्रेशन' नाम दिया गया है। यह निष्कर्ष निकालता है कि कैसे फेसबुक के उपयोग और कम होने की भावना के बीच नकारात्मक संबंध है।
- इंग्लैंड में ऑक्सफोर्ड विश्वविद्यालय के शोधकर्ताओं द्वारा प्रकाशित शोधपत्र के अनुसार, किशोरों में आत्महत्या का जोखिम और स्वयं को नुकसान पहुंचाने वाला व्यवहार उनके द्वारा ऑनलाइन व्यतीत किए जाने वाले समय से जुड़ा हुआ पाया। शोधकर्ताओं में से एक और मनोसामाजिक हस्तक्षेप के प्रोफेसर डॉ पॉल मॉंटगोमरी कहते हैं, "हम कमजोर युवाओं के बारे में बात कर रहे हैं जो विशेष रूप से खुद को नुकसान पहुंचाने के बारे में अधिक जानने के लिए ऑनलाइन जा रहे हैं या क्योंकि वे पहले से ही आत्महत्या पर विचार कर रहे हैं। सवाल यह है कि क्या ऑनलाइन सामग्री एक प्रतिक्रिया को ट्रिगर करता है ताकि वे खुद को नुकसान पहुंचा सकें या अपनी जान ले सकें और हमने पाया है कि एक लिंक है।"

इंटरनेट और उसके प्रभाव पर केंद्रित शोध अपेक्षाकृत नया है; और आने वाली पीढ़ियों के लिए इसके एक प्रमुख प्रभावक होने की संभावना को केवल समाप्त नहीं किया जा सकता है। जब इंटरनेट की बात आती है तो मानव ज्ञान और व्यवहार को प्रभावित करने वाले नकारात्मक पक्ष पर बहुत ध्यान केंद्रित किया गया है, हालांकि, सभी प्रभाव बुरे प्रभाव नहीं हैं। 2008 में किए गए शोध के अनुसार, सर्च इंजन का उपयोग वास्तव में वृद्ध वयस्कों के दिमाग के कार्यों को बढ़ावा दे सकता है। यूसीएलए में न्यूरोसाइंस और मानव व्यवहार के प्रोफेसर डॉ गैरी स्मॉल (2008) ने कहा, "इंटरनेट खोज जटिल मस्तिष्क गतिविधि को संलग्न करती है, जो व्यायाम में मदद कर सकती है और मस्तिष्क कार्य में सुधार कर सकती है।" इस प्रकार, यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि सोशल मीडिया के उपयोग के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभाव हैं।

अपनी प्रगति की जाँच कीजिए 3

1) संज्ञान पर मीडिया के एक सकारात्मक और एक नकारात्मक प्रभाव की सूची बनाएं।

.....
.....
.....

2) संचार मॉडल के द्वि-चरणीय प्रवाह की व्याख्या कीजिए।

.....
.....
.....

1.8 सारांश

आइए इस इकाई में हमने जो सीखा है, उसे सारांशित करें।

- मीडिया के प्रत्येक रूप, लोगों के लिए क्रांतिकारी परिवर्तन लाए, और कैसे हर कोई छोटे से छोटे तकनीकी परिवर्तनों पर मोहित हो गया। हाल के दिनों में कागज के आविष्कार से लेकर इंटरनेट तक के दशकों में मीडिया विकसित हुआ। मीडिया मनोविज्ञान मीडिया और मनुष्यों पर इसके प्रभावों पर केंद्रित है। अमेरिकन साइकोलॉजिकल एसोसिएशन ने वर्ष 1986 में मीडिया मनोविज्ञान के एक नए प्रभाग की स्थापना की।
- लासवेल और राइट के अनुसार, मीडिया के कुछ महत्वपूर्ण कार्य घटना की निगरानी, सहसंबंध समारोह, सांस्कृतिक प्रसारण और सामाजिक मानदंडों को प्रभावित करना, और शिक्षा और मनोरंजन हैं।
- विभिन्न प्रकार के मीडिया हैं, जैसे प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया/प्रसारण मीडिया (टीवी/रेडियो/फिल्में), और इंटरनेट/डिजिटल मीडिया।
- सोशल मीडिया एक ऑनलाइन प्लेटफॉर्म है जो व्यक्ति को ब्लॉग, फोटो-शेयरिंग प्लेटफॉर्म, सोशल गेमिंग, माइक्रोब्लॉग, बिजनेस नेटवर्क और चैट ऐप्स के माध्यम से सामग्री साझा करने में मदद करता है।
- तकनीकी नियतत्ववाद का सिद्धांत यह मानता है कि प्रौद्योगिकी समाज की प्रकृति और स्थिति को परिभाषित करती है और प्रौद्योगिकी और मनुष्यों पर इसके प्रभाव के बीच संबंधों का अध्ययन करती है।
- मानव संज्ञान और व्यवहार पर मीडिया का अत्यधिक प्रभाव पड़ता है और विभिन्न पहलुओं की खोज करते हुए कई सिद्धांत सामने रखे गए हैं। हाइपोडर्मिक निडिल सिद्धांत के अनुसार, लोगों को जो कुछ भी प्रस्तुत किया जाता है उसे स्वीकार करते हैं। संचार माध्यमों का दो-चरणीय, प्रवाह इस बात की पड़ताल करता है कि मीडिया आम जनता को मतसाधक नेताओं के पारस्परिक प्रभाव के माध्यम से कैसे प्रभावित करता है।
- संचार पर मैक्वेल्स का सिद्धांत मीडिया के दीर्घकालिक प्रभाव पर जोर देता है। प्रभाव चार चरणों में विभाजित है सभी सशक्त चरण सशक्त मीडिया के सिद्धांत

का परीक्षण किया गया सशक्त मीडिया फिर से खोजा गया और अंत में मीडिया प्रभाव पर चर्चा की गई है।

- होव्लैंड ने अनुनय के तीन कारक प्रस्तुत किए संचारक, संचार और श्रोता।
- मानव अनुभूति और व्यवहार को प्रभावित करने वाले मीडिया में अनुसंधान ने सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभावों पर निर्णायक परिणाम दिए हैं।

1.9 मुख्य शब्द

पुष्टिकरण पूर्वाग्रह : व्यक्ति स्वं को उन सूचनाओं की ओर झुकाता है जो उनके पूर्व-मौजूदा विश्वासों का समर्थन करती हैं, जबकि वे उन सूचनाओं की उपेक्षा करते हैं जो उन मान्यताओं के विपरीत हैं।

मीडिया : "माध्यम" का बहुवचन रूप है, जिसे उस माध्यम के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसके माध्यम से कुछ साझा किया जा सकता है।

सोशल मीडिया : ऑनलाइन प्लेटफॉर्म जो व्यक्तियों को सामग्री साझा करने में मदद करता है।

तकनीकी नियतिवाद : प्रौद्योगिकी और मनुष्य पर इसके प्रभाव के बीच की कड़ी का अध्ययन करता है। यह प्रस्ताव करता है कि प्रौद्योगिकी एक समाज की प्रकृति और स्थिति को परिभाषित करती है।

1.10 पुनरावलोकन प्रश्न

- 1) आप मीडिया को महत्वपूर्ण और प्रासंगिक क्यों मानते हैं?
- 2) क्या सोशल मीडिया हमें कम सामाजिक बना रहा है? टिप्पणी कीजिए।
- 3) मीडिया मानव संज्ञान और व्यवहार को कैसे प्रभावित कर सकता है?
- 4) स्मार्ट फोन के अविर्भाव ने आम तौर पर जीवन को कैसे बदल दिया है?

1.11 संदर्भ एवं पढ़ने के सुझाव

<https://hostingfacts.com/internet-facts-stats/> (4.1 Billion People population)

<https://www.downtoearth.org.in/blog/how-people-turn-to-social-media-during-0natural-disasters-49587> (Facebook Safety Feature and Hitler using media for propagandas)

<https://aeon.co/essays/how-disney-took-to-subverting-its-own-romantic-ideals> (Disney changing idea of love)

<https://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn83045462/1878-04-19/ed-1/seq-1/> (Edison first phonograph article)

[https://www.wikiwand.com/en/WWJ_\(AM\)](https://www.wikiwand.com/en/WWJ_(AM)) (Detroit News, Front page Announcement)

<https://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2009/more-than-half-the-homes-in-us-have-three-or-more-tvs.html> (No. of television sets more than people in the US)

https://www.youtube.com/watch?v=vsnB4iBb78o&list=PL8dPuuaLjXtN-Bd-H_TGq72CN50Fpv_JX&index=2 (Craig's Definition of Film)

<https://www.businessinsider.com/flashback-this-is-what-the-first-website-ever-looked-like-2011-6?IR=T> (Business Insider, First Webpage)

<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> (Active Social Media Users, Global Digital 2019 reports)

<https://searchengineland.com/google-now-handles-2-999-trillion-searches-per-year-250247> (Number of google Searches per day)

<https://www.sciencedaily.com/releases/2016/08/160816085029.htm>
(Memory is changing.. quote)

Anderson, D.R., Subrahmanyam, K. on behalf of the Cognitive Impacts of Digital Media Workgroup. (2017). Digital Screen Media and Cognitive Development, *Pediatrics*, 140 (Supplement 2), S57-S61.

Gindrat A-D, Chytiris M, Balerna M, Rouiller, E.M.& Ghosh, A. (2015). Use-dependent cortical processing from fingertips in touchscreen phone users. *Current Biology*.25, 109-16.

McQuail, Denis (ed.) (2002), *McQuail's reader in mass communication theory*. Sage: London.

Kemp, S. (2021). Digital 2021: India. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-india> on 30th June 2021

Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas*. New York: Harper & Brothers.

Wright, C. R.(1960). Functional analysis and mass communication. *Public Opinion Quarterly*, 24, 605-620

1.12 अतिरिक्त ऑनलाइन संसाधन

- [2018-new_media_society-seesaw.pdf](#) (harvard.edu)
- [The Psychology of Social Media | King University Online](#)
- [6 Ways Social Media Affects Our Mental Health](#) (forbes.com)