

## “न्यू मीडिया टूल के बारे में हरियाणा के सरकारी स्कूल शिक्षकों का मत”

Vinod Kumar

Phd Research Scholar, Dept. of JMC, MDU, Rohtak

### परिचय

न्यू मीडिया, मीडिया के क्षेत्र में एक ऐसा शब्द है जो आज सबसे अधिक प्रयोग में है परंतु इसे परिभाषित करना उतना ही जटिल है। विद्वानों ने न्यू मीडिया के संदर्भ में विभिन्न सिद्धांत दिये हैं, परंतु ये सभी वाद-विवाद का विषय बने हुए हैं। कुछ प्रश्नों पर गौर करें , जैसे- रेडियो, टीवी भी कभी एक समय नया मीडिया था तो यह किस प्रकार का न्यू मीडिया है ? क्या न्यू मीडिया पूरी तरह नया है? वह क्या है जो न्यू मीडिया को न्यू बनाता है ? पुराना मीडिया जब न्यू मीडिया की तकनीक अपनाता है तो उसे क्या कहा जाएगा? वस्तुतः जब हम न्यू मीडिया शब्द का प्रयोग करते हैं तो हमें 'न्यू' पर ध्यान केन्द्रित करने की जरूरत है। न्यू मीडिया एक व्यापक शब्द है। इसके अन्तर्गत अनेक प्रोद्योगिकियाँ आ जाती हैं। विभिन्न मीडिया और संचार तकनीकों का मिलन इसमें हो गया है अर्थात् यह एक 'मेटा मीडिया' बन गया है। कम्प्यूटर , इंटरनेट, सोशल मीडिया , मोबाइल, स्मार्टफोन इत्यादि ऐसी ही कुछ प्रोद्योगिकियाँ हैं , जो न्यू मीडिया के साथ संबंध है। अतः न्यू मीडिया की अवधारणा को एक व्यापक संदर्भ में समझने की आवश्यकता है।

न्यू मीडिया में कुछ खास विशेषताएं हैं, जो कि पारस्परिक संचार और जनसंचार दोनों के लिए कुछ मामलों में समान हैं। पारस्परिक संपर्क में दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच विचारों का आदान-प्रदान होता है। एक से कुछ व्यक्तियों में संदेश का प्रवाह और प्रतिक्रिया तत्काल है। इसके विपरीत, मास मीडिया संचार में रेडियो, टेलीविज़न, न्यूज पेपर्स और फिल्मस जैसे संदेश प्रेषित करने के सभी माध्यम भी शामिल हैं जो सूचनाओं को लोगों की बड़ी संख्या तक पहुंचने में सक्षम बनाता है। कुछ प्रकार के हार्डवेयर उपकरण हमेशा बड़े पैमाने के जन संचार में शामिल होते हैं। लेकिन इंटरनेट पर ई-मेल जैसे न्यू मीडिया के माध्यम से संवादात्मक संचार कुछ हद तक बड़े पैमाने पर जन संचार की तरह है, जिसमें पारस्परिक संचार की तरह प्रतिक्रिया भी संभव है।

कंप्यूटर और उसके विभिन्न अनुप्रयोग सॉफ्टवेयर, मोबाइल फोन, सीडी भारत में सामाजिक परिवर्तन ला रहे हैं। इन प्रौद्योगिकियों के प्रयोग ने डेटा, आवाज और वीडियो प्राप्त करने के मामले में हमें विशिष्ट बना दिया है, जिसके बारे में हम पहले सिर्फ अपने सपनों में सोच सकते थे। स्वचालन, उच्च गति, संपर्क, पहुंच, कनेक्टिविटी, गहन और व्यापक सेवाएं , न्यू मीडिया टूल की कुछ विशिष्ट पहचान हैं।

### लक्ष्य:

इस अध्ययन का उद्देश्य न्यू मीडिया टूल के बारे में हरियाणा के सरकारी स्कूल शिक्षकों का मत (राय) जानना है

### उद्देश्य:

- शिक्षकों के बीच नए मीडिया टूल के बारे में जागरूकता का अध्ययन करना
- नए मीडिया टूल के माध्यम से शिक्षकों द्वारा उपयोग की जाने वाली जानकारी को जानने के लिए
- नए मीडिया टूल के प्रभाव के बारे में जानकारी जानने के लिए

### अनुसंधान प्रक्रिया

अध्ययन करने में सर्वेक्षण पद्धति का प्रयोग किया गया है क्योंकि यह चर के बीच संबंधों का वर्णन, रिकॉर्डिंग, विश्लेषण और व्याख्या के साथ जुड़ा हुआ है। इस अध्ययन का नमूने प्राथमिक, माध्यमिक और वरिष्ठ माध्यमिक शिक्षकों के बीच से लिए गए हैं। इस अध्ययन के लिए हरियाणा के सभी 21 जिलों का चयन किया गया जिसमें ब्लॉक भी शामिल हैं। इस उद्देश्य के लिए विशेष रूप से तैयार किए गए स्वयं-प्रशासित प्रश्नावली का उपयोग करके डेटा इकट्ठा किया गया। सभी स्थानों से 420 से अधिक प्रश्नावली एकत्रित की गई थी। अधूरे प्रतिक्रियाओं के औसत के आधार पर, शोधकर्ता ने अंतिम विश्लेषण के लिए सभी स्थानों से 400 उत्तरदाताओं को विश्लेषण के लिए शामिल किया है।

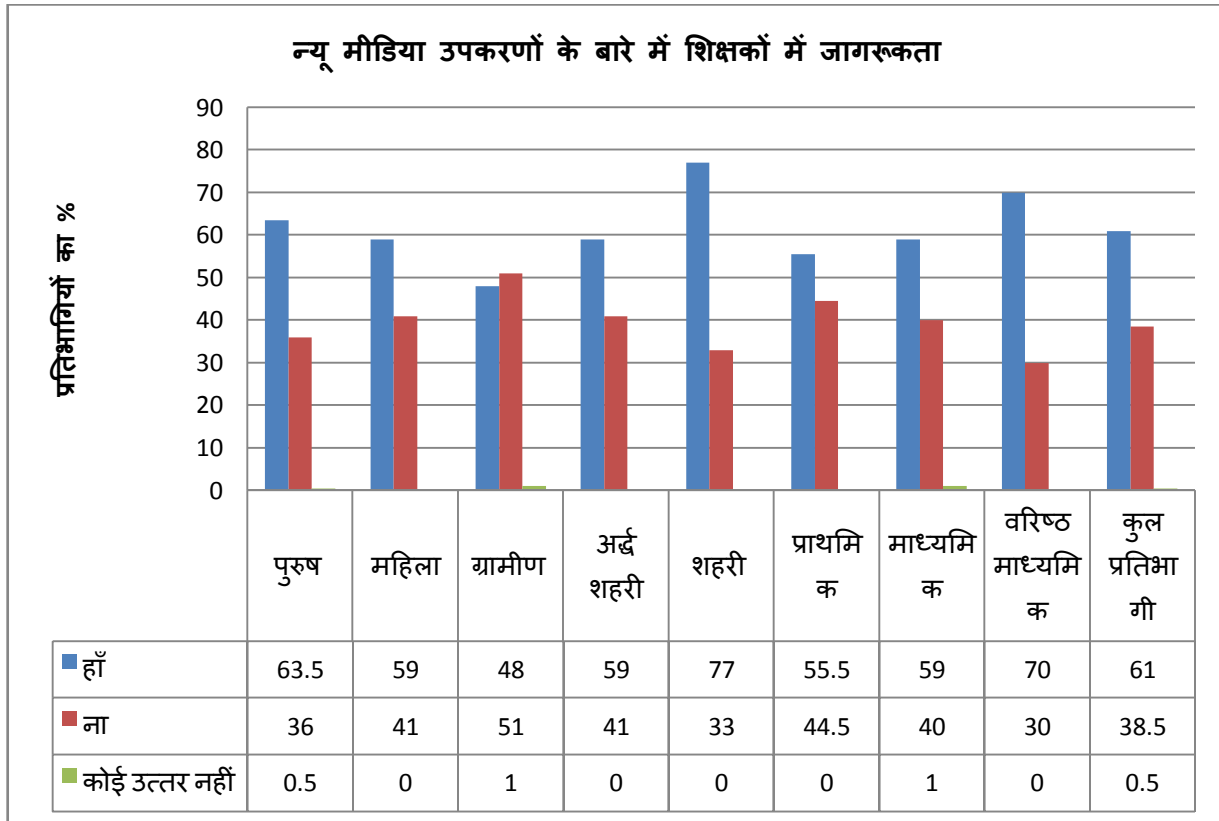
### आंकड़ों का विश्लेषण

#### न्यू मीडिया टूल के बारे में जागरूकता और उपयोग निर्धारण

शिक्षकों में न्यू मीडिया उपकरणों के बारे में जागरूकता को निर्धारित करने के लिए और उन द्वारा न्यू मीडिया का उपयोग करने के माध्यम का पता करने के लिए चार अलग-अलग मापदंडों पर उनकी प्रतिक्रियाएं दर्ज की गई हैं। इन मापदंडों में लैपटॉप, डेस्कटॉप, मोबाइल फोन और अन्य शामिल हैं। यह प्रयोगात्मक रूप से पाया गया है कि 61% शिक्षक न्यू मीडिया टूल के बारे में जानते हैं। 62% शिक्षक माध्यम के रूप में मोबाइल फोन को प्राथमिकता देते हैं। 29% शिक्षक डेस्कटॉप व 23% शिक्षक लैपटॉप को प्राथमिकता देते हैं। पुरुष शिक्षक, महिला शिक्षकों के मुकाबले न्यू मीडिया टूल के बारे में ज्यादा जागरूक हैं, लेकिन मोबाइल को न्यू मीडिया टूल के रूप में प्रयोग करने के मामले में वो पुरुष शिक्षकों से आगे हैं। न्यू मीडिया टूल के बारे में जागरूकता के मामले में शहरी स्कूल शिक्षक, ग्रामीण स्कूल शिक्षकों से आगे हैं और न्यू मीडिया टूल के रूप में मोबाइल का प्रयोग करने के मामले में भी वो ग्रामीण स्कूल शिक्षकों से कहीं आगे हैं। वरिष्ठ माध्यमिक स्कूल शिक्षक, प्राथमिक स्कूल शिक्षकों से जागरूकता के मामले में आगे हैं जबकि मोबाइल को न्यू मीडिया टूल के रूप में प्रयोग करने के मामले में प्राथमिक स्कूल शिक्षक, वरिष्ठ माध्यमिक स्कूल शिक्षकों से आगे हैं। इनका विवरण रेखाचित्र 1 में दिया गया है।

तालिका 1: न्यू मीडिया उपकरणों के बारे में शिक्षकों में जागरूकता

उत्तर	पुरुष	महिला	ग्रामीण	अर्द्ध शहरी	शहरी	प्राथमिक	माध्यमिक	वरि. माध्यमिक	प्रतिभागियों का कुल %
हाँ	63.5	59	48	59	77	55.5	58.6	70	61
नहीं	36	41	51	41	33	44.5	40.6	30	38.5
कोई उत्तर नहीं	0.5	0	1	0	0	0	1.5	0	0.5



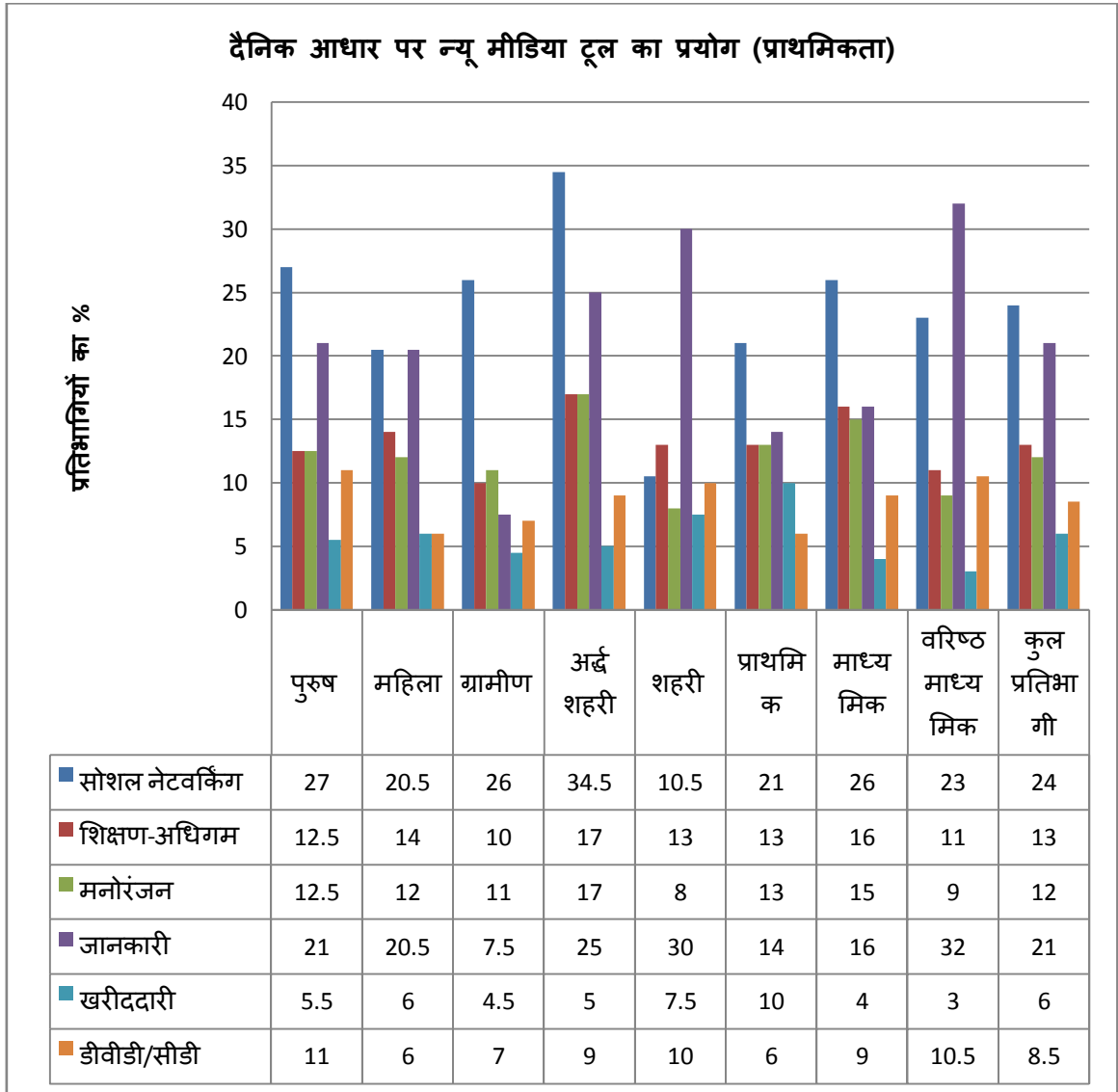
रेखाचित्र 1: न्यू मीडिया उपकरणों के बारे में शिक्षकों में जागरूकता %

## दैनिक आधार पर विभिन्न प्रक्रियाओं के लिए न्यू मीडिया टूल का निर्धारण

शिक्षक न्यू मीडिया टूल का उपयोग दैनिक आधार पर विभिन्न प्रक्रियाओं जैसे , सामाजिक नेटवर्किंग, शिक्षण-अधिगम, मनोरंजन, सूचना साझाकरण, खरीदारी और डीवीडी/सीडी लेखन आदि में किसे प्राथमिकता देते हैं, इस बात को दर्ज किया गया है। प्रयोगात्मक रूप से यह पाया गया है कि 24% शिक्षक न्यू मीडिया टूल का उपयोग सामाजिक नेटवर्किंग के लिए , 13% शिक्षण-अधिगम अभ्यास के लिए, 12% शिक्षक मनोरंजन के उद्देश्य के लिए, 21% शिक्षक सूचना साझाकरण के लिए, 6% ऑनलाइन खरीददारी के लिए, और 8.5% शिक्षक डीवीडी/सीडी लेखन उपयोग के लिए कर रहे हैं। पुरुष शिक्षक न्यू मीडिया टूल का प्रयोग सोशल नेटवर्किंग के लिए, महिला शिक्षकों से ज्यादा करते हैं, जबकि महिला शिक्षक, शिक्षण-अधिगम हेतु न्यू मीडिया टूल का प्रयोग करने में पुरुष शिक्षकों से आगे हैं। इसके अलावा जानकारी साझा करने में पुरुष और महिला शिक्षक लगभग समान रूप से न्यू मीडिया टूल का प्रयोग करते हैं। जानकारी साझा करने में वरिष्ठ माध्यमिक स्कूल शिक्षक, अन्य स्कूल शिक्षकों से कहीं आगे हैं, जबकि माध्यमिक स्कूल शिक्षक सोशल नेटवर्किंग, शिक्षण-अधिगम, और मनोरंजन में आगे हैं। प्राथमिक स्कूल शिक्षक खरीददारी करने में अन्य स्कूल शिक्षकों से आगे हैं। इनका विवरण रेखाचित्र 2 में दिखाया गया है।

तालिका: 2: दैनिक आधार पर न्यू मीडिया टूल का प्रयोग (प्राथमिकता)

उत्तर	पुरुष	महिला	ग्रामीण	अर्द्ध शहरी	शहरी	प्राथमिक	माध्यमिक	वरि. माध्यमिक	प्रतिभागियों का कुल %
सोशल नेटवर्किंग	27	20.5	26	34.5	10.5	21	26	23	24
शिक्षण-अधिगम	12.5	14	10	17	13	12.6	15.7	11	13
मनोरंजन	12.5	12	11	17	8	12.6	15	9	12
जानकारी	21	20.5	7.5	25	30	14	15.7	32	21
खरीददारी	5.5	6	4.4	5	7.5	10	3.7	3	6
डीवीडी/सीडी	11	6	6.7	9	9.7	5.9	9	10.5	8.5



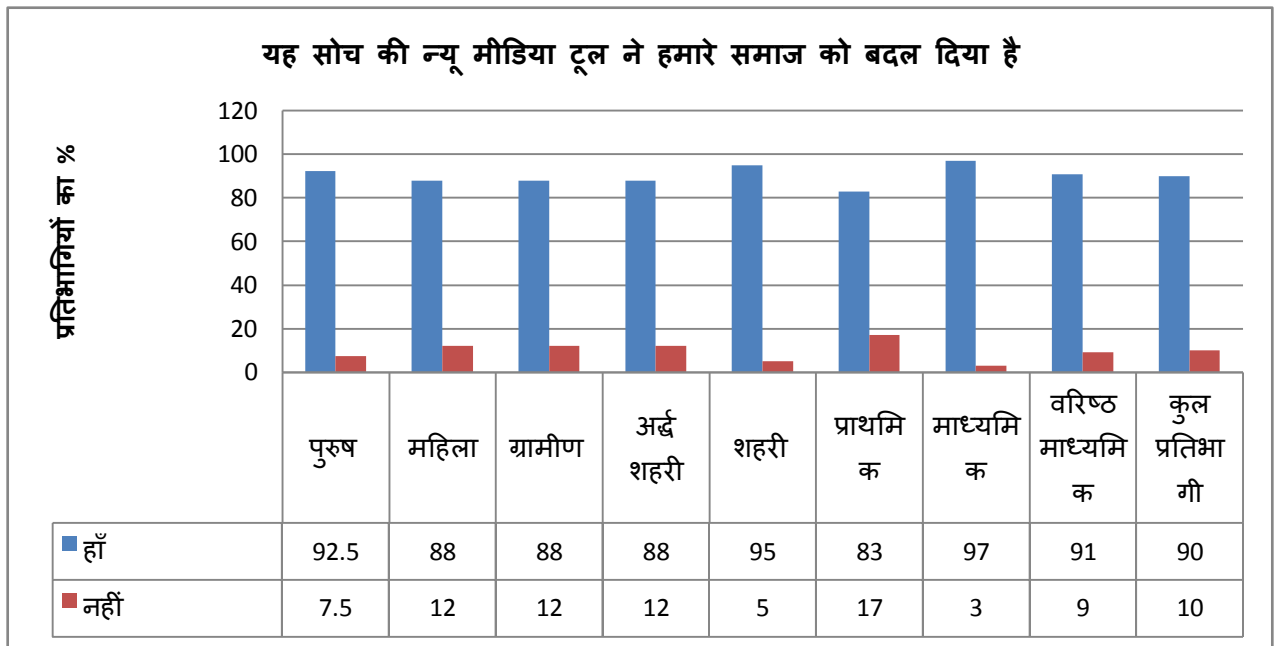
रेखाचित्र 2: दैनिक आधार पर न्यू मीडिया टूल का प्रयोग (प्राथमिकता)

### शिक्षकों के माध्यम से समाज में न्यू मीडिया के प्रभाव को समझना

90% शिक्षक सोचते हैं कि न्यू मीडिया टूल के इस्तेमाल से हमारे समाज में बदलाव आया है। 92.5% पुरुष शिक्षक, 95% शहरी शिक्षक और 97% माध्यमिक शिक्षक मानते हैं कि न्यू मीडिया टूल ने हमारे समाज को बदल दिया है। 34% शिक्षक सोचते हैं कि ये परिवर्तन सकारात्मक हैं और 44% शिक्षक सोचते हैं कि ये परिवर्तन समय की आवश्यकता हैं। 37.5% पुरुष शिक्षक, 34.5% शहरी शिक्षक और 36% वरिष्ठ माध्यमिक शिक्षक सोचते हैं कि ये बदलाव सकारात्मक हैं। 90% शिक्षकों का मानना है कि निकट भविष्य में न्यू मीडिया टूल हमारे समाज को बदल देंगे। 41% शिक्षक सोचते हैं कि ये परिवर्तन सकारात्मक होंगे। 33% शिक्षक सोचते हैं कि ये परिवर्तन समय की आवश्यकता होगी। उपरोक्त के बारे में जानकारी रेखाचित्र 3 और 4 में दी गयी है।

तालिका 3: यह सोच की न्यू मीडिया टूल ने हमारे समाज को बदल दिया है

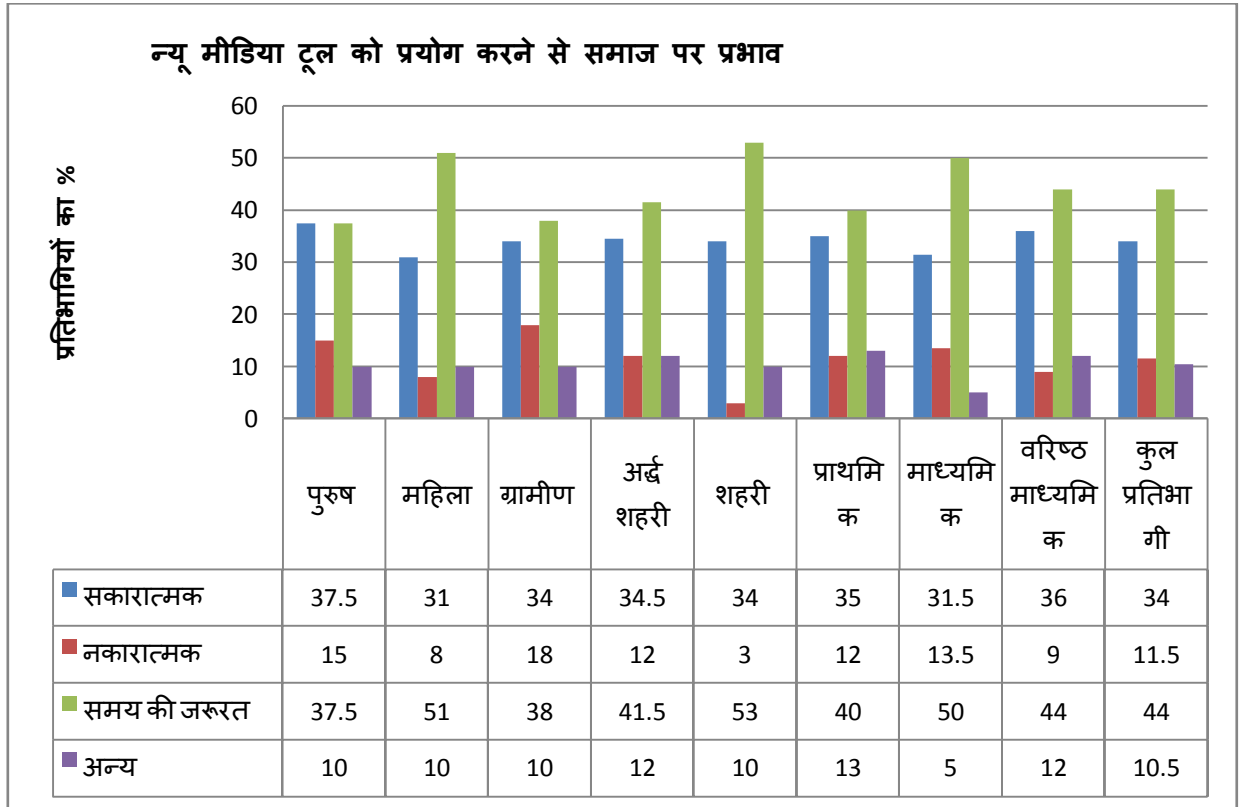
उत्तर	पुरुष	महिला	ग्रामीण	अर्द्ध शहरी	शहरी	प्राथमिक	माध्यमिक	वरि. माध्यमिक	प्रतिभागियों का कुल %
हाँ	92.5	88	88	88	95	83	97	91	90
नहीं	7.5	12	12	12	5	17	3	9	10



रेखाचित्र 3: यह सोच की न्यू मीडिया टूल ने हमारे समाज को बदल दिया है

तालिका 4: न्यू मीडिया टूल को प्रयोग करने से समाज पर प्रभाव

उत्तर	पुरुष	महिला	ग्रामीण	अर्द्ध शहरी	शहरी	प्राथमिक	माध्यमिक	वरि. माध्यमिक	प्रतिभागियों का कुल %
सकारात्मक	37.5	31	34	34.5	34	35	31.5	36	34
नकारात्मक	15	8	18	12	3	12	13.5	9	11.5
समय की जरूरत	37.5	51	38	41.5	53	40	50	43.6	44
अन्य	10	10	10	12	10	13	5	12	10.5



रेखाचित्र: 4: न्यू मीडिया टूल को प्रयोग करने से समाज पर प्रभाव

### प्रमुख निष्कर्ष

- पुरुष शिक्षक, महिला शिक्षकों के मुकाबले न्यू मीडिया टूल के बारे में ज्यादा जागरूक हैं , लेकिन मोबाइल को न्यू मीडिया टूल के रूप में प्रयोग करने के मामले में वो पुरुष शिक्षकों से आगे हैं। न्यू मीडिया टूल के बारे में जागरूकता के मामले में शहरी स्कूल शिक्षक , ग्रामीण स्कूल शिक्षकों से आगे हैं और न्यू मीडिया टूल के रूप में मोबाइल का प्रयोग करने के मामले में भी वो ग्रामीण स्कूल शिक्षकों से कहीं आगे हैं। वरिष्ठ माध्यमिक स्कूल शिक्षक, प्राथमिक स्कूल शिक्षकों से जागरूकता के मामले में आगे हैं जबकि मोबाइल को न्यू मीडिया टूल के रूप में प्रयोग करने के मामले में प्राथमिक स्कूल शिक्षक , वरिष्ठ माध्यमिक स्कूल शिक्षकों से आगे हैं।
- पुरुष शिक्षक न्यू मीडिया टूल का प्रयोग सोशल नेटवर्किंग के लिए , महिला शिक्षकों से ज्यादा करते हैं , जबकि महिला शिक्षक , शिक्षण-अधिगम हेतु न्यू मीडिया टूल का प्रयोग करने में पुरुष शिक्षकों से आगे हैं। इसके अलावा जानकारी साझा करने में पुरुष और महिला शिक्षक लगभग समान रूप से न्यू मीडिया टूल का प्रयोग करते हैं। जानकारी साझा करने में वरिष्ठ माध्यमिक स्कूल शिक्षक , अन्य स्कूल शिक्षकों से कहीं आगे हैं , जबकि माध्यमिक

स्कूल शिक्षक सोशल नेटवर्किंग, शिक्षण-अधिगम, और मनोरंजन में आगे हैं। प्राथमिक स्कूल शिक्षक खरीददारी करने में अन्य स्कूल शिक्षकों से आगे हैं।

- 90% शिक्षक सोचते हैं कि न्यू मीडिया टूल के इस्तेमाल से हमारे समाज में बदलाव आया है। 92.5% पुरुष शिक्षक, 95% शहरी शिक्षक और 97% माध्यमिक शिक्षक मानते हैं कि न्यू मीडिया टूल ने हमारे समाज को बदल दिया है। 34% शिक्षक सोचते हैं कि ये परिवर्तन सकारात्मक हैं और 44% शिक्षक सोचते हैं कि ये परिवर्तन समय की आवश्यकता हैं।

### निष्कर्ष:

सूचना और संचार प्रौद्योगिकियों ने हरियाणा में सरकारी स्कूल शिक्षकों के जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। सूचना और संचार प्रौद्योगिकियों ने शिक्षा में उनकी रुचि बढ़ा दी है और उनके पाठ्यक्रम के बारे में जानकारी खोजने के समय को भी बचाया है। हालांकि नये मीडिया टूल ने शिक्षकों की बाहरी गतिविधियां कम कर दी हैं और इस से व्यक्तिगत रिश्तों में भी कमी आई है, लेकिन इस से उन्हें शिक्षण-अधिगम के क्षेत्र में नए आयाम खुलते नजर आए हैं।

### REFERENCES

- [1]. Advisory Council on the Impact of New Media on Society 2008. Engaging New Media- Challenging Old Assumptions, Singapore pp. 27-49.
- [2]. An A.G.M. van Dijk Utrecht University The Reality of Virtual Communities.
- [3]. Allen, Susan M. (2007) Information literacy, ICT, high school, and college expectations: a quantitative study, Knowledge Quest, 35(5):18-24.
- [4]. Balasubramanian, S (2004). "Information Needs and Information Seeking Behaviour of Persons in High Schools and Pre-University Colleges in Tamil Nadu", National Convention on Information and Knowledge Management in Health Sciences: Newer Perspectives, December 9-11, Chennai, India.
- [5]. Bhat, Shivanand K. (2001) Use of information Resources and Services by Teachers and Students: A Comparative Study of Manipal City, Indian Journal of Information Library and Society, 15(4): 171-183.
- [6]. Bowden, Charles L and Virginia M. Bowden (2001) A Survey of Information Sources Used by Students, Bull Med Libr Assoc, 71 (4): 603-608.
- [7]. Bryant, S.L. (2004) The Information Needs and Information Seeking Behavior of School and College Students, Health Info Libr. J, 21 (2) : 84-93.
- [8]. Gross, E. F., Juvonen, J., and Gable, S.L. (2002) Internet use and well-being in adolescence. Journal of Social Issues, 58, 75-90.
- [9]. Haridakis, P. and Hanson, G (2009) Social Interaction and Co-Viewing with YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection, Journal of Broadcasting and Electronic Media, 53(2):317-335.
- [10]. Ahren, R. Kirkland, Stromer-Galley, Jennifer, and Neuman, W. Russell. (2000, June 1-5). Interactivity and Structured Issue Comparisons on the Political Web: An Experimental Study of the 2000 New Hampshire Presidential Primary. Paper presented at the International Communication Association, Acapulco, MX.
- [11]. Aldersey-Williams, Hugh. (1996). 'Interactivity with a Human Face', Technology Review, 99: 34-9.
- [12]. Allen, David. (1988). 'New Telecommunications Services: Network Externalities and Critical Mass', Telecommunication Policy: 257-71.
- [13]. Alter, Steven. (1977). 'Why Is Man-Computer Interaction Important for Decision Support Systems?', Interfaces, 7 (2): 109-15.
- [14]. Argyle, Michael. (1969). Social Interaction. New York: Atherton Press.



- [15]. Baecker, Ronald. (1980). Towards an Effective Characterization of Graphical Interaction. In R. A. Guedj & P. J. W. tenHagen & F. R. Hopgood & H. A. Tucker & D. A. Duce (Eds.), Methodology of Interaction (pp. 127-47). Amsterdam: North Holland Publishing Company.
- [16]. Bales, R.F. (1950). 'A Set of Categories for the Analysis of Small Group Interaction', American Sociological Review, 15: 257-63.
- [17]. Ball-Rokeach, Sandra J., and Reardon, Kathleen. (1988). Monologue, Dialogue, and Telelog: Comparing an Emergent Form of Communication with Traditional Forms. In R. P. Hawkins & J. M. Wiemann & S. Pingree (Eds.), Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Process (pp. 135-61). Newbury Park, CA: Sage.
- [18]. Ball-Rokeach, Sandra J., Rokeach, M., and Grube, J.W. (1984). The Great American Values Test: Influencing Behavior and Belief through Television. New York: Free Press.
- [19]. Barak, Azy, and Fisher, William A. (1997). 'Effects of Interactive Computer Erotica on Men's Attitudes and Behavior toward Women: An Experimental Study', Computers in Human Behavior, 13 (3): 353-69.
- [20]. Barker, John, and Tucker, Richard N. (1990). The Interactive Learning Revolution: Multimedia in Education and Training. London: Kogan Page.
- [21]. सेसेलिया फ्रेंड एंड जेन बी सिंगर , ऑनलाइन जर्नलिज़्म एथिक्स , इंडियन रिप्रिंट , 2007, पीएचआई लर्निंग प्रा.लि .
- [22]. द डायनेमिक्स ऑफ़ मास कम्यूनिकेशन , जोसेफ़ आर डोमिनिक , इंटरनेशनल एडीशन मैकग्रॉ हिल, 2011
- [23]. न्यू मीडिया एंड द लैंग्वेज, आनंदिता पैन, मीडिया वॉच 23-28, वॉल्यूम 3, जुलाई दिसंबर-2012
- [24]. द न्यू मीडिया हैंडबुक, एंड्रयु ड्युडने एंड पीटर राइड, रूटलेज, 2006