

'नागरिक पत्रकारिता' के कारण टेलीविजन पत्रकारिता में विविधीकरण के बारे में लखनऊ विश्वविद्यालयों के छात्रों की राय: एक अध्ययन

शलभ मणि त्रिपाठी * (पी.एच.डी रिसर्च स्कॉलर)

हिंदी और अन्य भारतीय भाषा विभाग

डॉ. शकुंतला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वास विश्वविद्यालय, लखनऊ, उत्तर प्रदेश

सारांश

'नागरिक पत्रकारिता' पत्रकारिता का तेजी से उभरता हुआ रूप है, जिसने आम लोगों को अपने आस-पास की नई स्थितियों की रिपोर्ट करने में सक्षम बनाया है। आजकल मुख्यधारा का मीडिया समाचारों के एकमात्र स्रोत के रूप में काम नहीं करता है। इंटरनेट पर वैकल्पिक समाचार स्रोत, जैसे ब्लॉग, वेब पोर्टल और सोशल नेटवर्किंग साइट्स मुख्य धारा की मीडिया को एक अच्छी प्रतिस्पर्धा देती हैं। मीडिया में आज सिटिजन जर्नलिस्ट के योगदान को बड़े स्तर तक पहुँचाने के लिए निजी चैनलों ने मुहिम भी चलाई है। यहाँ कई ऐसे मुद्दों को उठाया गया, जिनसे देशभर के कई हिस्सों में जनता जूझ रही है। इन मुद्दों में सरकारी स्कूलों की बदहाली, विकलांगों की समस्याओं, गरीबों के राशन के साथ घपलेबाजी के मुद्दे भी कई नागरिक पत्रकारों ने सबके सामने रखे। इस तरह आज दर्शक पत्रकार की खबरों को न सिर्फ दिखाता है, बल्कि उसका विश्लेषण भी करके बताता है। वर्तमान समय में, भारत में टेलीविजन की पत्रकारिता में आए इस तकनीकी बदलाव के कारण नई पत्रकारिता के प्रयोग की जो शुरुआत हुई है, उससे टीवी पत्रकारिता में व्यापक बदलाव की संभावना से इनकार नहीं किया जा सकता और इसलिए वर्तमान शोध अध्ययन, भारत में नागरिक पत्रकारिता के कारण टेलीविजन पत्रकारिता में विविधीकरण का विश्लेषण करने के उद्देश्य से किया गया है। वर्तमान अध्ययन के लिए अपनाई गई शोध विधि प्रकृति में वर्णनात्मक है। शोधकर्ता द्वारा निर्धारित चयन मानदंडों के आधार पर लखनऊ के पाँच विश्वविद्यालयों में से ५०० छात्र चुने गए थे। **सैपलिंग की प्रक्रिया** : अध्ययन में गैर-संभाव्यता नमूनाकरण (Non probability) की प्रविधि के विभिन्न प्रकारों में से न्यायिक नमूनाकरण प्रविधि अपनाई गई है। **शोध उपकरण** :-अध्ययन में शोध के उपकरण के तौर पर प्रश्नावली का उपयोग किया गया था। **प्रमुख निष्कर्ष** : वर्तमान समय में टीवी पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण समाचार चैनल, शैलियों और दर्शकों की तत्कालिक जरूरतों के विषयों के संदर्भ पर केंद्रित करने लगे हैं, महत्वपूर्ण सवाल उठाते हैं, सरकार द्वारा की गई कार्यवाही जनता के सामने अधिक पारदर्शी रूप से प्रगट होती है, निष्पक्षतावाद का निष्पण देखने को मिलता है और आम जनता को आवाज मिलती है व समाचार सामग्री में संतुलित रिपोर्टिंग होती है। हालाँकि कि अधिकतम उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि टेलीविजन पत्रकारिता के क्षेत्र में नागरिकों की भागीदारी के कारण नागरिक पत्रकार द्वारा दिए गए समाचार तथा आँकड़े संदिग्ध होते हैं और सामग्री अविश्वसनीय होती है तथा समाचार प्रक्रिया में नागरिक पत्रकार के व्यक्तिगत विचार समाचार कवरेज का हिस्सा बन जाते हैं, जिससे सामग्री की सटीकता की कमी होती है। इसके अतिरिक्त उत्तरदाता इस बात का भी समर्थन करते हैं कि टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों द्वारा दिए गए समाचार में उद्धरण व संक्षिप्तता की कमी होती है और समाचार सामग्री में अभिव्यक्ति की स्पष्टता का अभाव होता है।

Keywords: नागरिक पत्रकारिता, टेलीविजन पत्रकारिता, सहभागी पत्रकारिता

प्रस्तावना

सूचना क्रांति के इस युग में - मिशन से प्रोफेशन बनने के दौर में - पत्रकारिता के आयाम तो बदले ही हैं, हथियार और औजार में भी परिवर्तन हुआ है। आज का पत्रकार इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों की मदद से सत्ता की सतर्क निगाहों को धता बताकर उससे काजल निकालने जैसे स्टिंग ऑपरेशन करने में समर्थ है। आज ऑनलाइन अखबार में

या टीवी चैनल पर लाइव डिबेट्स ने "हर नागरिक रिपोर्टर है" की संकल्पना को प्रथम स्थान दिया है। इंटरनेट पर अब आम नागरिक भी पत्रकार की भूमिका निभा सकता है और संपादक के अनुशासन, अखबार या टीवी चैनल की नीति से परे जाकर, किसी घटना को जैसे देखा है और अर्थ समझता है, उसे विभिन्न साइटों पर व ब्लॉग पर पोस्ट कर सकता है। पत्रकारिता का यह स्वरूप इंटरनेट जानने वालों के बीच काफी लोकप्रिय है। इक्कीसवीं सदी में उदित इस पत्रकारिता का नाम ही 'नागरिक पत्रकारिता' है। नागरिक पत्रकारिता पत्रकारिता की नवीनतम अवधारणाओं में से एक है, जिसके तहत आम जनता उनके सामने आने वाले मुद्दों पर अपनी आवाज उठा सकती है। सामान्य नागरिक या शौकिया पत्रकार मूल रूप से दर्शक या पाठक होते हैं, जो अपनी कहानियों और चिंताओं को उस समाज में साझा करना चाहते हैं, जिसमें वे रहते हैं। दुनिया भर के मीडिया में इन दिनों नागरिक पत्रकारिता यानी 'सिटिजन जर्नलिज्म' को लेकर गरमागरम बहस छिड़ी हुई है। हालाँकि भारतीय मीडिया के लिए यह शब्द अपेक्षाकृत नया है; लेकिन उसे लेकर अब मुख्य धारा के मीडिया में भी हलचल शुरू हो गई है। डिजिटल युग में तकनीक की ताकत की वजह से मुख्य धारा के मीडिया से ज्यादा तेज और ताकतवर साबित हो रही है 'नागरिक पत्रकारिता'।

नागरिक पत्रकारिता की अवधारणा को "सार्वजनिक", "भाग लेने", "लोकतांत्रिक" के रूप में भी जाना जाता है। नागरिक पत्रकारिता अभिप्राय साझेदारी पर आधारित एक ऐसी पत्रकारिता से है जिसमें आम नागरिक स्वयं सूचनाओं के संकलन, विश्लेषण, रिपोर्टिंग और उनके प्रकाशन-प्रसारण की प्रक्रिया में सक्रिय भूमिका निभाते हैं (गुयेन, 2006)। कई शोधकर्ताओं ने सिटिजन जर्नलिज्म की व्याख्या की है, जिसमें से कुछ महत्वपूर्ण व्याख्याएँ यहाँ प्रस्तुत की गई हैं

विद्वान मिश्रा, के.डी. और कृष्णास्वामी, एस. (2015), के अनुसार -

"नागरिक पत्रकारिता" एक विकल्प के रूप में समाचार एकत्रण और रिपोर्टिंग का कार्य है, जो मुख्य धारा के मीडिया संस्थान से बाहर किया जाता है।"

विद्वान जय रोसेन (2008) के अनुसार -

"नागरिक पत्रकारिता" एक ऐसी पत्रकारिता है, जहाँ दर्शक और श्रोता के रूप में पहचाने जाने वाले लोग, प्रेस टूल्स का उपयोग करके उनके पास की सूचनाओं को दूसरे तक पहुँचाते हैं।"

आज मीडिया ने नागरिक पत्रकारों या सिटिजन जर्नलिस्ट को एक बड़ा मंच दिया है। भारत के संदर्भ में बात की जाए तो, न्यू मीडिया में सिटिजन जर्नलिस्ट की परिकल्पना को अभी ज्यादा समय भी नहीं हुआ है, बावजूद इसके यह आमजन के बीच पूरी तरह से फैल गया है। इसकी ताकत को अब सभी अच्छी तरह जान चुके हैं। मुख्य धारा के समाचार संगठनों और पत्रकारों की ओर से व्यक्त किए जा रहे संदेह और उपेक्षा के भाव के बावजूद उसे रोकना संभव नहीं रह गया। मीडिया की पारदर्शिता के लिए सिटिजन जर्नलिज्म बहुत महत्वपूर्ण बन गया है।

आज का दर्शक अपनी भूमिका को बेहतर समझने लगा है। "लैटर-टू-एडिटर" या "हां" या "ना" के संदेश भेजने से आगे निकलकर वह किसी भी मुद्दे पर अपनी राय देने के लिए सक्रिय हो गया है। अब एक आम आदमी सूचनाओं को हथियार के तौर पर प्रयोग करने में सक्षम है। वर्तमान समय में देखा जाए तो कई बार किसी बड़ी घटना की पहली

तस्वीर, ऑडियो या वीडियो नागरिक पत्रकारों के माध्यम से सबसे पहले सोशल मीडिया पर नजर आ रहे हैं। मोबाइल फोन और डिजिटल कैमरे ने आम लोगों के हाथों में पत्रकारिता के औजार पहुँचा दिए हैं। इसके अतिरिक्त, इंटरनेट ने भी संवाद का मंच उपलब्ध करा दिया है। तकनीकी तौर पर देखें तो आज भारत में कोई व्यक्ति फेसबुक पर अपनी बात ढाई करोड़ से ज्यादा लोगों तक पहुँचाने में सक्षम है। इतना ही नहीं, नागरिक पत्रकारिता में सूचना का अधिकार यानी आर.टी.आई भी आम जनता के लिए एक बड़ा हथियार बन चुका है। इस अधिकार से आम लोग या ऐसी संस्थाएँ जो लोकहित के लिए काम करती हैं, अपनी आवश्यकतानुसार संबंधित विषय की जानकारी लेकर संबंधित विभाग की खामियों को आम जन से रूबरू करा देती हैं। इसके अनेक ऐसे उदाहरण हैं जिनमें नागरिक पत्रकारिता ने कई संगठनों और विभागों के काले कारनामों से पर्दे उठाए हैं। अब पत्रकारिता परंपरागत पत्रकारों की मोहताज नहीं है।

आज देखा जाए तो वेब पत्रकारिता ने भी नागरिक पत्रकारिता को एक अच्छी दिशा प्रदान की है। ब्लॉग, वेबसाइट्स या सोशल नेटवर्किंग के माध्यम से लोग अपनी स्टोरी कवरेज को दूसरों तक पहुँचाने में कामयाब हैं। ऐसे हजारों लोगों ने कुछ खास मुद्दों को लेकर व्यक्तिगत वेबसाइट बना रखी हैं और खुद के साथ अन्यो को भी जोड़ रखा है। सिटिजन जर्नलिस्ट आज बिना किसी प्रोफेशनल ट्रेनिंग के ही अपनी बात एक बड़े स्तर पर प्रेषित कर सकते हैं, जिससे सूचना बिना किसी व्यय के और बिना समय लगाए तुरंत लोगों के बीच पहुँच जाती है। आज समाचार पत्र, खबरिया चैनल और वेबसाइट्स आदि सभी अपने साथ सिटिजन जर्नलिस्ट को भी आवश्यक स्थान देने लगे हैं। आम लोगों द्वारा अपने ब्लॉग पर किसी विशेष विषय पर किये गए लेखन को ब्लॉग से समाचार पत्रों में भी विशिष्ट कॉलम दिया जाने लगा है।

मीडिया में आज सिटिजन जर्नलिस्ट के योगदान को बड़े स्तर तक पहुँचाने के लिए निजी चैनलों ने मुहिम भी है। यहाँ कई ऐसे मुद्दों को उठाया गया जिनसे देशभर के कई हिस्सों में जनता जूझ रही है। उन मुद्दों में सरकारी स्कूलों की बदहाली, विकलांगों की समस्याओं, गरीबों के राशन के साथ घपलेबाजी के मुद्दे भी कई नागरिक पत्रकारों ने सबके सामने रखे। इस तरह आज दर्शक पत्रकार की खबरों को न सिर्फ दिखाता है, बल्कि उसका विश्लेषण भी करके बताता है। वर्तमान समय में, भारत में टेलीविजन की पत्रकारिता में आए इस तकनीकी बदलाव के कारण नई पत्रकारिता के प्रयोग की जो शुरुआत हुई है, उससे टीवी पत्रकारिता में व्यापक बदलाव की संभावना से इनकार नहीं किया जा सकता; और इसलिए वर्तमान शोध अध्ययन, भारत में नागरिक पत्रकारिता के कारण टेलीविजन पत्रकारिता में विविधीकरण का विश्लेषण करने के उद्देश्य प्रस्तावित है।

समस्या का बयान

“नागरिक पत्रकारिता” वह पत्रकारिता है जहाँ कोई भी पत्रकार हो सकता है। नागरिक पत्रकारिता का अर्थ है कि हर नागरिक एक पत्रकार है और उसे पेशेवर होने की आवश्यकता नहीं है। वह सिर्फ कहानी इकट्ठी करता है, रिपोर्ट करता है, उसे ऑनलाइन बनाता है और उसे ऑनलाइन भेज देता है। वह किसी भी मुद्दे पर अपने विचार लिखने या व्यक्त करने के लिए स्वतंत्र है और भौगोलिक सीमाएँ नहीं हैं। नागरिक पत्रकार किसी भी संगठन या कर्मचारियों के लिए काम नहीं करता। इंटरनेट पर वैकल्पिक समाचार स्रोत, जैसे कि ब्लॉग, वेब पोर्टल और सोशल नेटवर्किंग साइट

मुख्यधारा के मीडिया को अच्छी प्रतिस्पर्धा दे रहे हैं। वर्तमान अध्ययन का लक्ष्य यह अनुसंधान करना है कि किस प्रकार मुख्य धारा टेलीविजन पत्रकारिता पर नागरिक पत्रकारिता का प्रभाव पड़ रहा है और उसमें विविधीकरण हुआ है।

अध्ययन का उद्देश्य

1. नागरिक पत्रकार द्वारा सोशल मीडिया पर की गई गतिविधियों के बारे में जानकारी प्राप्त करना।
2. टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण सार्वजनिक हित के विषयों के कवरेज के बारे में उत्तरदाताओं की राय के जानना।
3. सिटीजन पत्रकारिता का मुख्यधारा की टेलीविजन पत्रकारिता में आए विविधीकरण का विश्लेषण विशेषतः निम्नलिखित विषयों के बारे में -
 - a. समाचार सामग्री में विविधता
 - b. समाचार सामग्री में उद्घरण और सटीकता
 - c. समाचार में संतुलित रिपोर्टिंग
 - d. समाचार सामग्री में अभिव्यक्ति की स्पष्टता
 - e. समाचार सामग्री में निष्पक्षतावाद
 - f. समाचार सामग्री में संक्षिप्तता

अनुसंधान की प्रणाली

वर्तमान अध्ययन के लिए जाँच के लिए अपनाई गई शोध-विधि प्रकृति में वर्णनात्मक है। वर्तमान अध्ययन उत्तर प्रदेश के लखनऊ में आयोजित किया गया था। शोधकर्ता द्वारा निर्धारित चयन मानदंडों के आधार पर, लखनऊ के पाँच विश्वविद्यालयों में से 500 छात्र चुने गए थे। गोपनीयता बनाए रखने के लिए विश्वविद्यालयों के नाम यहाँ उल्लेख नहीं किया गया है। **सैंपलिंग की प्रक्रिया** : वर्तमान अध्ययन के लिए, उन 500 छात्रों को सैंपल के रूप में चुना गया था, जिन्होंने सोशल मीडिया या टीवी का उपयोग नागरिक पत्रकारिता के लिए साधन के रूप में किया हो। जो समाचार पत्र पढ़ते हो और जो वर्तमान शोध अध्ययन में भाग लेने के इच्छुक हो। प्रस्तुत अध्ययन में, गैर-संभाव्यता नमूनाकरण (Non probability) की प्रविधि के विभिन्न प्रकारों में से न्यायिक नमूनाकरण प्रविधि अपनाई गई है, जो आमतौर पर "सोद्देश्य नमूना चयन प्रविधि" के नाम से प्रचलित है। वर्तमान अध्ययन नागरिक पत्रकारिता के प्रभाव पर केंद्रित है। अतः वर्तमान अध्ययन के लिए, उन छात्रों को जानबूझकर सैंपल के रूप में चुना गया है, जिन्होंने सोशल मीडिया या टीवी का उपयोग नागरिक पत्रकारिता के लिए साधन के रूप में किया हो।

शोध उपकरण : प्रस्तुत अध्ययन में शोध के उपकरण के तौर पर प्रश्नावली का उपयोग किया गया था।

प्रमुख निष्कर्ष

उत्तरदाताओं का आयु के आधार पर वर्गीकरण -

तालिका १ : इस तालिका में वर्तमान अध्ययन के लिए चयन किए गए विश्वविद्यालयों के विद्यार्थी उत्तरदाताओं का विवरण उनके आयु के अनुसार दिया गया है, जिसमें ९० प्रतिशत उत्तरदाता १८ से लेकर २८ वर्ष की आयु वर्ग के थे, ८.६ प्रतिशत उत्तरदाता २९ से लेकर ३८ वर्ष की आयु वर्ग के थे और १.४ प्रतिशत उत्तर दाता ३१ से लेकर ४८ वर्ष की आयु वर्ग के थे। अतः उक्त तालिका में दर्शाए गए विवरण के अनुसार यह स्पष्ट होता है कि चयन किए गए उत्तरदाताओं में अधिकतम विद्यार्थी उत्तरदाता १८-२८ वर्ष की आयु वर्ग के थे, जो यह चरितार्थ करता के सिटिजन जर्नलिज्म की गतिविधि में युवा पीढ़ी का बोल बाला है। इसके साथ ही २९-३८ वर्ष की आयु वर्ग के उत्तरदाताओं की संख्या दूसरे स्थान पर थी।

उत्तरदाताओं का लिंग के अनुसार वर्गीकरण -

तालिका २ : इस तालिका में चयन किए गए विश्वविद्यालयों में से चयन किए हुए उत्तरदाताओं का लिंग के अनुसार विवरण दिया गया है, जिसमें ८२ प्रतिशत उत्तरदाता पुरुष वर्ग से तथा १८ प्रतिशत महिला वर्ग से संबंधित थे। अतः तालिका दो में निहित तथ्यों से यह स्पष्ट होता है कि सिटिजन जर्नलिज्म की गतिविधि में महिला वर्ग से ज्यादा पुरुष वर्ग के लोग जुड़े हैं।

उत्तरदाताओं का शैक्षिक योग्यता के अनुसार वर्गीकरण -

तालिका ३ : इस तालिका में चयन किए गए विश्वविद्यालयों में से चयन किए गए विद्यार्थी उत्तरदाताओं का विवरण उनकी शैक्षणिक योग्यता के अनुसार दिया गया है। तालिका तीन में निहित तथ्यों से यह स्पष्ट होता है कि ८८.२ प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता स्नातक कक्षा में अध्ययन कर रहे थे, ७.२ प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता स्नातकोत्तर कक्षा में अध्ययन कर रहे थे और ४ प्रतिशत विद्यार्थी एम. फिल एवं ०.६ प्रतिशत विद्यार्थी पीएच.डी स्तर पर अध्ययन कर रहे थे। अतः तालिका तीन में निहित ब्योरे से यह स्पष्ट होता है की सिटिजन जर्नलिज्म की गतिविधि में स्नातक कक्षा में अध्ययन कर रहे विद्यार्थी अधिकतम थे, जिससे यह स्पष्ट होता है कि युवा पीढ़ी काफी सक्रिय है।

उत्तरदाताओं का उनके परिवार की आय के अनुसार वर्गीकरण -

तालिका ४ : इस तालिका में चयन किए गए विश्वविद्यालयों में से चयन किए गए विद्यार्थी उत्तरदाताओं का विवरण उनकी पारिवारिक मासिक आय के अनुसार दिया गया है। तालिका में दिए गए विवरण से ये स्पष्ट होता है अधिकतम उत्तरदाताओं का विवरण उनकी पारिवारिक मासिक आय ३१.६ है। तालिका चार में दिए गए आँकड़ों के अनुसार चयन किए गए उत्तरदाताओं की औसत पारिवारिक मासिक आय रू. ६७,८०८.३३ है।

उत्तरदाताओं का वर्गीकरण उनके उनकी सोशल मीडिया पर की गई गतिविधियों के आधार पर -

तालिका ५ : इस तालिका के उत्तरदाताओं का विभाजन सोशल मीडिया पर उनकी गतिविधियों के अनुसार किया गया है। तालिका में दिए गए विवरण के अनुसार शत प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता सोशल मीडिया का उपयोग “लोगों के साथ

लाइव घटनाओं या कार्यक्रम के फोटो, वीडियो या संगीत पोस्ट साझा करने के लिए”, “लाइव घटनाओं या दूसरों द्वारा साझा कार्यक्रमों के फोटो, वीडियो या संगीत को देखने के लिए”, “त्वरित संदेश का उपयोग करने के लिए” तथा “आभासी दुनिया में समय बिताने के लिए” प्रतिदिन करते हैं। ९८ प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता सोशल मीडिया का उपयोग “तथ्यों की पुष्टि करने के लिए” तथा “सोशल मीडिया पर राजनीतिज्ञों या हस्तियों की टिप्पणियों की निगरानी करने के लिए” प्रतिदिन करते हैं। ९३ प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता सोशल मीडिया का उपयोग “फेसबुक पर अपना राजनीतिक संदेश पोस्ट करने के लिए” प्रति साप्ताह करते हैं। ९२ प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता सोशल मीडिया का उपयोग “दूसरों के फेसबुक पर दूसरों के राजनीतिक दृष्टिकोण पर अपनी प्रतिक्रिया पोस्ट करने के लिए” तथा “अपने ट्विटर फ्रीड पर अपनी राजनीतिक राय पोस्ट करने के लिए” प्रति साप्ताह करते हैं। ९० प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता सोशल मीडिया का उपयोग “पाठकों के साथ बातचीत करने के लिए”, “अन्य समाचार आउटलेट के अभिलेखागार खोजने के लिए”, “दूसरों की ट्विट्स के लिए अपनी राजनीतिक राय के साथ जवाब देने के लिए” प्रति साप्ताह करते हैं; तथा “समाचार साझा करने के लिए वीडियो संचार के लिए कैमरे का उपयोग करने के लिए (स्काइप, स्नैप चैट)” जैसी गतिविधियां करने के लिए प्रतिदिन करते हैं।

टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, सार्वजनिक हित के मुद्दे के कवरेज के बारे में उत्तरदाताओं की राय -

तालिका ६ : इस तालिका में उत्तरदाताओं का विभाजन “टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण सार्वजनिक रुचि के निम्नलिखित मुद्दों में से कौन-सा नियमित समाचार समाचारों के साथ आजकल समाचारों पर अधिक जोर दिया जाता है” के बारे में उनकी राय के अनुसार किया गया है। तालिका दस में दिए गए विवरण के अनुसार अधिकतम उत्तरदाताओं का मत है कि शिक्षा संबंधी समाचार (९०%), अधिकारिता संबंधी समाचार (९५%), सामाजिक न्याय संबंधी समाचार (९५%), रोजगार संबंधी समाचार (९५%), अपराध से संबंधी समाचार (९५%), दुर्घटना से संबंधी समाचार (९५%), प्राकृतिक आपदा से संबंधी समाचार (९५%) एवं चुनाव और मतदान संबंधी समाचार (९५%) का बहुत अधिक मात्रा में कवरेज किया जाता है। क्षेत्रीय समाचार (९५%), महिला केंद्रित मुद्दे (९५%), धार्मिक मुद्दे (९०%), आतंकवाद (९०%), जैसे समाचारों के लिए महत्तम उत्तरदाता यह मानते हैं कि इनका कवरेज बहुत ज्यादा किया जाता है। वहीं फैशन में नवीनतम रुझान (९२%), व्यापार कॉर्पोरेट समाचार (९५%), मनोरंजन मूवी समाचार (९०%), स्वास्थ्य और पोषण संबंधित समाचार (९०%), पर्यावरण समाचार (९२%), ऑटोमोबाइल समाचार ९५, क्षेत्र के विभिन्न समुदाय की सांस्कृतिक गतिविधियों (९०%) के बारे में समाचार ऐसे तमाम समाचारों का औसत कवरेज किया जाता है।

टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, टेलीविजन समाचार में विविधीकरण के बारे में उत्तरदाताओं की राय के अनुसार आंकड़ों की प्रस्तुति -

Sub Aspect 1: समाचार सामग्री में विविधता

टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविजन समाचार में विविधीकरण - विनिर्दिष्टतः समाचार सामग्री में विविधता के बारे में उत्तरदाताओं की राय के अनुसार ९५ प्रतिशत उत्तरदाता समर्थन करते हैं कि टीवी पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी न केवल सूचना प्रदान करती है; बल्कि महत्वपूर्ण सवाल भी उठाती है और ऐसा करने से सरकारी कार्रवाई आम जनता के लिए अधिक पारदर्शी होती है। ९३ प्रतिशत उत्तरदाता की राय है कि "सोशल मीडिया ने नागरिक पत्रकारिता को एक शक्तिशाली रूप प्रदान किया है; क्योंकि वे तूफान, सुनामी जैसी घटनाओं का लाइव कवरेज ले सकते हैं" एवं ९२ प्रतिशत उत्तरदाता इस पक्ष में हैं कि "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण उन सभी समाचारों को कवर किया जाता है, जो ज्यादातर मुख्यधारा के मीडिया द्वारा छूट जाते हैं" तथा "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी अब दर्शकों के अनुभवों को स्वीकार कर रही है, अपनी कहानियों को साझा कर रही है, अपने ज्ञान का उपयोग करके और उनकी राय होस्ट कर रही है। ७२ प्रतिशत एवं ७० प्रतिशत क्रमशः उत्तरदाता इस बात से सहमत नहीं हैं कि "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, राजनीतिक समाचारों की व्यापकता कम हो गई है और अपराध तथा "बॉलीवुड गपशप" बढ़ रहा है" एवं "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिक भागीदारी को पत्रकारिता के लिए सहायता के रूप में नहीं देखा जा सकता है; क्योंकि यह प्रवृत्ति विषयों के माध्यम से समाचार को तोड़ती है और एक आदर्श स्थान में सभी समाचारों को जोड़ती है"। जबकि ८५ प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि "टीवी पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, समाचार चैनल, शैलियों और विषयों के संदर्भ में दर्शकों की तत्काल जरूरतों पर केंद्रित करने लगे हैं" और केवल ५० प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं की "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, 'स्टूडियो-लॉक न्यूज बुलेटिन' 'सनसनीखेज समाचार' में परिवर्तित हो गए हैं।"

Sub Aspect 2: समाचार सामग्री में उद्धरण और सटीकता

सटीकता किसी भी समाचार कहानी के लिए बुनियादी शर्त है। यह सुनिश्चित करने की आवश्यकता है कि किसी भी कहानी में प्रस्तुत विवरण तथ्यात्मक रूप से सही हैं। सटीकता सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण तत्वों में से एक उद्धरण है। टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविजन समाचार में विविधीकरण-विशेष रूप से समाचार सामग्री में उद्धरण और सटीकता के बारे में उत्तरदाताओं की राय के अनुसार ९० प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि "आम तौर पर, नागरिक पत्रकार एक घटना रिकॉर्ड करते हैं और अक्सर घटना से संबंधित सभी तथ्यों की जाँच किए बिना इसे जनता के सामने प्रस्तुत करते हैं। इस प्रकार अधिकृत डेटा के नाम पर प्रस्तुत तथ्य और आँकड़े संदिग्ध होते हैं, जो सामग्री को अविश्वसनीय बनाते हैं।" ८० प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि "टेलीविजन पत्रकारिता के क्षेत्र में नागरिकों की भागीदारी ने नागरिकों द्वारा प्रदान की गई खबर के अतिप्रवाह के बीच प्रासंगिक जानकारी छानने की टीवी पत्रकार के लिए एक चुनौती पैदा कर दी है" तथा "समाचार प्रक्रिया में नागरिकों की भागीदारी के कारण नागरिक पत्रकार के व्यक्तिगत विचार समाचार कवरेज का हिस्सा बन जाते हैं, जिसमें सामग्री में सटीकता की कमी होती है। ७८ प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की

भागीदारी के कारण यह निर्णय लेने में समस्या होती है कि जानकारी सत्यापित करने योग्य तथ्य है या केवल राय। जबकि ७५ प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से असहमत हैं कि "टेलीविजन पत्रकारिता के क्षेत्र में नागरिकों की भागीदारी के कारण यह जरूरी नहीं है कि पत्रकार उन सभी लोगों को उद्धृत करें, जो उन्हें बनाते हैं और अन्य जानकारी के सभी स्रोतों को श्रेय देते वर्ग हैं" तथा इस बात को स्वीकार करते हैं "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण दुर्घटना के मामले में, घायल या मारे गए लोगों की सही संख्या बिल्कुल सही नहीं जानी जा सकती है।" इसके अतिरिक्त केवल पचास प्रतिशत उत्तरदाता यह विचार रखते हैं कि "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी जैसे से चुकाया हुआ समाचार प्रदान करती है।"

Sub Aspect 3: संतुलित रिपोर्टिंग

टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविज़न समाचार में विविधीकरण - विशेषतः संतुलित रिपोर्टिंग के बारे में उत्तरदाताओं की राय के अनुसार ९३ प्रतिशत उत्तरदाताओं की अवधारणा है कि टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी ने टीवी चैनलों पर स्टीरियो टाइप खबरों की ओर अग्रसर नहीं किया है। ८९ फ्रीसदी उत्तरदाताओं का मत है की टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण "शिक्षा और संस्कृति, साहित्य, खेल, वित्त, विज्ञान, फैशन, अदालतों, सरकारी कार्यालयों, पुलिस, और अपराध आदि के क्षेत्र में समाचार प्राप्त करने के लिए नागरिक भागीदारी अनिवार्य हो गई है" तथा "समाचार प्रक्रिया में नागरिकों की भागीदारी, सरकार को समाज की समस्याओं के बारे में सूचना देने में सकारात्मक भूमिका निभा रही है, जैसे आतंकवाद, भ्रष्टाचार, गरीबी, प्रदूषण, बुनियादी जरूरतें आदि"। जबकि ८८ उत्तरदाता इस बात से सहमत नहीं हैं कि "टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण एकतरफा राय बनाती है" और ८५ प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि "टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण अधिकारियों के खिलाफ अधिकतर समाचार कहानियों में, आधिकारिक संस्करण हमेशा गायब होता है।" अतः निम्नलिखित सारिणी में अंकित विवरण के अनुसार अधिकतम उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण समाचार सामग्री में संतुलित रिपोर्टिंग होती है।

Sub Aspect 4: समाचार सामग्री में अभिव्यक्ति की स्पष्टता

टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविज़न समाचार में विविधीकरण - विशेषतः समाचार सामग्री में अभिव्यक्ति की स्पष्टता के बारे में उत्तरदाताओं की राय के अनुसार ८७ प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि "नागरिक पत्रकारों द्वारा आवृत्त समाचार, कहानी और विचार में स्पष्ट अभिव्यक्ति की कमी होती है" और ८४ उत्तरदाताओं का विचार है कि "नागरिक पत्रकार एक वाक्य में कई विवरण जोड़ते हुए मैदान पर समाचार को कवर करते हैं, जो दर्शकों में भ्रम पैदा करता है"।

Sub Aspect 5: निष्पक्षतावाद

टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविज़न समाचार में विविधीकरण - विशेषतः निष्पक्षतावाद के बारे में उत्तरदाताओं की राय के अनुसार ९५ प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि समाचार प्रक्रिया में नागरिकों की भागीदारी ने वंचित सामाजिक समूह को खुद को व्यक्त करने और राजनीति, विकास जैसे देश के मुद्दों में भाग लेने का अवसर दिया है। ९३ प्रतिशत यह मानते हैं कि टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी ने पारंपरिक समाचार मीडिया के समग्र दृष्टिकोण को बदल दिया है, जिसे सूचना के द्वारपाल के रूप में माना जाता था। ९० प्रतिशत इस बात का निरूपण करते हैं कि टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी टीवी समाचार संवाददाताओं पर निगरानी रखने की भूमिका निभाती है, जिन्हें जानकारी के द्वारपाल के रूप में जाना जाता है। ८९ फ़ीसदी मानते हैं कि "बिना किसी दबाव के समाचार प्रक्रिया में नागरिकों की भागीदारी समाचार के द्वारपाल पर निगरानी रखने की भूमिका निभाती है" और ८८ प्रतिशत इस बात का समर्थन करते हैं कि "टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, समाज के उत्पीड़ित और उपेक्षित लोगों को आवाज मिलती है, जो सुशासन की समस्याओं की रोकथाम पर एक राय बना सकती है और उनकी आवाज़ सरकार तक पहुँच सकती है।"

Sub Aspect 6: संक्षिप्तता

टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविज़न समाचार में विविधीकरण - विशेषतः संक्षिप्तता के बारे में उत्तरदाताओं की राय के अनुसार ७६ फ़ीसदी इस बात का समर्थन करते हैं कि "टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण वीडियो और छवियों की सहायता से महत्वपूर्ण तथ्यों को खोए बिना कहानियों को कवर करने की कला आसानी से प्राप्त की जा सकती है।" ५८ प्रतिशत मानते हैं कि "टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण समाचार एक अद्वितीय तरीके से प्रस्तुत किया जाता है, जिसमें ऑडियो और विजुअल का संयोजन होता है, जिसने इसके प्रभाव को बढ़ा दिया है।" हालाँकि ६८ प्रतिशत यह भी मानते हैं कि "समाचार के लिए मल्टीमीडिया सामग्री का उत्पादन करते समय संक्षिप्तता समान रूप से महत्वपूर्ण है। टेलीविज़न पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, लंबे वीडियो न्यूज़रूम को भेजते हैं, जो दर्शकों के लिए उबाऊ हो जाता है।"

उपकल्पना का परीक्षण

उपकल्पना: "टीवी पत्रकारिता में जन सहभागिता के कारण खबरों में विविधता आई है।"

उपरोक्त उपकल्पना के आधार पर पारंपरिक टेलीविज़न पत्रकारिता पर नागरिक पत्रकारिता के प्रभाव के विभिन्न पहलुओं पर उत्तरदाताओं की राय जानने के उद्देश्य से सर्वे प्रश्नावली अनुभाग 3 में, नागरिक पत्रकारिता के विभिन्न पहलुओं को 6 Sub Aspect में वर्गीकृत किया गया था। प्रत्येक Sub Aspect के अंतर्गत, टीवी पत्रकारिता में जन सहभागिता के कारण खबरों में विविधीकरण के अनुसंधान में कथनों को तैयार किया गया था। प्रत्येक Sub Aspect के अंतर्गत तैयार किए गए कथनों के लिए उत्तरदाताओं की प्रतिक्रिया के आधार पर प्रत्येक कथन का Item Mean प्राप्त

किया गया। तत्पश्चात सारे कथनों के Item Mean के आधार पर प्रत्येक Sub Aspect का कुल भारित औसत अंक प्राप्त किया गया, जो उपरोक्त सारणी (तालिका २२) में प्रस्तुत है। सारिणी में प्रस्तुत प्राप्तांक के अनुसार, अधिकतम उत्तरदाता इस बात का समर्थन करते हैं तथा दृढ़ता से सहमत हैं कि टीवी पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण खबरों में विविधता आई है। जिसमें प्रथम स्थान पर है Sub Aspect 1 : समाचार सामग्री में विविधता (2.96), दूसरे स्थान पर है Sub Aspect 3 : समाचार सामग्री संतुलित रिपोर्टिंग (2.81), तीसरा स्थान प्राप्त किया है Sub Aspect 5 : समाचार सामग्री में निष्पक्षतावाद ने (2.66), चौथे स्थान पर है Sub Aspect 2 : समाचार सामग्री में उद्घरण और सटीकता ने (2.25) , पाँचवे स्थान पर है Sub Aspect 4 : समाचार सामग्री में अभिव्यक्ति की स्पष्टता (2.02) और छठे स्थान पर है Sub Aspect 6 : समाचार सामग्री में संक्षिप्तता (1.95) जिसके लिए उत्तरदाता मध्यम रूप से सहमत हैं।

उपसंहार :

वर्तमान अध्ययन समकालीन समय में बहुत प्रासंगिकता रखता है, क्योंकि नागरिक पत्रकारिता मीडिया में एक प्रवृत्ति बन गई है। नागरिक पत्रकारिता मीडिया में एक अवधारणा है, जो आम लोगों की पत्रकारिता की गतिविधियों को संदर्भित करती है। इसका अर्थ है कि नागरिक स्वयं उन मुद्दों की रिपोर्ट करते हैं, जो जिनका वे सामना करते हैं। नागरिक पत्रकारिता ने लोगों को उन विषयों पर अपनी आवाज उठाने में सक्षम बनाया है, जो उन्हें लगता है कि महत्वपूर्ण हैं। आजकल कोई भी नागरिक पत्रकार हो सकता है, क्योंकि इंटरनेट और नई मीडिया प्रौद्योगिकी सार्वजनिक उपभोग के लिए सामग्री अपलोड करने और साझा करने के असीमित अवसर प्रदान करती हैं। ऐसे विषय जो पहले पारंपरिक मीडिया पर प्रकाशित नहीं किए जा सकते थे, आजकल नागरिक पत्रकारिता स्रोतों, विशेष रूप से समाचार पोर्टल और ब्लॉग पर प्रकाशन के लिए असीमित स्थान प्राप्त करते हैं। प्रस्तुत अध्ययन के दौरान एकत्र किए गए आँकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि अधिकतम विद्यार्थी उत्तरदाता सोशल मीडिया का उपयोग" तथ्यों की पुष्टि करने के लिए" तथा "सोशल मीडिया पर राजनीतिज्ञों या हस्तियों की टिप्पणियों की निगरानी करने के लिए" प्रतिदिन करते हैं। टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविजन समाचार में विविधीकरण के बारे में अधिकतम उत्तरदाताओं की राय है कि शिक्षा संबंधी, अधिकारिता संबंधी, सामाजिक न्याय संबंध, रोजगार संबंधी, अपराध से संबंधी, दुर्घटना से संबंधी, प्राकृतिक आपदा से संबंधी एवं चुनाव और मतदान संबंधी समाचारों का बहुत बड़े पैमाने पर कवरेज किया जाता है। वर्तमान समय में टीवी पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, समाचार चैनल अपनी शैलि और दर्शकों की तत्कालिक जरूरतों अपना ध्यान पर केंद्रित करने लगे हैं, इस विषय में की वे महत्वपूर्ण सवाल उठाते हैं। इससे सरकार द्वारा की गई कारवाई जनता के सामने अधिक पारदर्शी रूप से प्रगट होती है, निष्पक्षतावाद का निष्पण देखने को मिलता है और आम जनता को आवाज मिलती है व समाचार सामग्री में संतुलित रिपोर्टिंग होती है। हालाँकि अधिकतम उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि टेलीविजन पत्रकारिता के क्षेत्र में नागरिकों की भागीदारी के कारण नागरिक पत्रकार द्वारा दिए गए समाचार तथा आँकड़े संदिग्ध होते हैं और सामग्री अविश्वसनीय होती है तथा समाचार प्रक्रिया में नागरिक पत्रकार के व्यक्तिगत विचार समाचार कवरेज का हिस्सा बन जाते हैं, जिससे सामग्री की

सटीकता में कमी आ जाती है। इसके अतिरिक्त उत्तरदाता इस बात का भी समर्थन करते हैं कि टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों द्वारा दिए गए समाचार में उद्धरण तथा संक्षिप्तता की कमी होती है और समाचार सामग्री में अभिव्यक्ति की स्पष्टता का अभाव होता है।

सुझाव

इस अध्ययन के आधार पर कुछ सुझाव प्रस्तुत है -

- नागरिक पत्रकारिता साइटों को नागरिक पत्रकारिता सामग्री के लिए गेट-कीपिंग को लागू करने की आवश्यकता है। इससे यह सुनिश्चित करने में मदद मिलेगी कि नागरिक पत्रकारों द्वारा दिए गए समाचार अपडेट्स पत्रकारिता की नैतिकता के अनुरूप हों।
- नागरिक पत्रकारों को, अपने व्यक्तिगत हित में, खुद को पत्रकारिता की कला से परिचित कराना चाहिए तथा अपने कौशल में सुधार करने का निरंतर प्रयास करते रहना चाहिए। आजकल ऑनलाइन पाठ्यक्रम और ट्यूटोरियल नागरिक पत्रकारों के लिए उपलब्ध हैं, जिनका वे अपने लाभ के लिए उपयोग कर सकते हैं।
- नागरिक पत्रकार जब कोई भी समाचार कवर करें तब संबंधित सभी पक्षों के बयान लेकर उनको ठीक अनुपात में प्रकाशित करना चाहिए तथा समाचार में अपनी टिपणी देकर स्वयं पक्षधर नहीं बनना चाहिए।
- समाचार की प्रामाणिकता के लिए यह आवश्यक है कि प्रत्येक समाचार का स्रोत अवश्य ही बताया जाए। स्रोत घोषित कर देने से निराधार समाचार स्वतः नियंत्रित हो जाते हैं। नागरिक पत्रकार द्वारा प्रस्तुत किए गए प्रत्येक समाचार का स्रोत अवश्य ही बताया जाना चाहिए।
- नागरिक पत्रकार द्वारा प्रस्तुत किए गए समाचार में अभिव्यक्ति की स्पष्टता होनी चाहिए एवं समाचार संक्षिप्त होने चाहिए ताकि वह अपनी वस्तुनिष्ठता न खो दे।

संदर्भ सूची :

- गुयेन (2006), पत्रकारिता प्रकाशन में पत्रकारिता, क्वींसलैंड विश्वविद्यालय, ऑस्ट्रेलिया।
- मिश्रा, के.डी. और कृष्णास्वामी, एस. (2015) : एथिक्स इन सिटीजन जर्नलिज़्म, इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ ह्यूमैनिटीज़ एंड सोशल साइंसेज (IJHSS) ISSN (P): 2319-393X : वॉल्यूम 3, अंक 5, सितंबर 2014, पृष्ठ.101-106
- रोसेन, जे. (2008), द पीपल पूर्व नाम से जाना जाता है। PressThink। Goo.gl/6tOI8z से लिया गया। [एक्सेस किया गया: १२ नवंबर २०१३]।

तालिका १ : आयु वर्ग के आधार पर उत्तरदाताओं का वर्गीकरण						N= ५००
विश्वविद्यालय→	१	२	३	४	५	कुल
आयु वर्ग (वर्षों में) ↓	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत
१४-२८ वर्ष	९४	९५	८०	९१	९०	९०
२९-३८ वर्ष	०६	०५	१८	०७	०७	८.६
३९-४८ वर्ष	००	००	०२	०२	०३	१.४
कुल	१००	१००	१००	१००	१००	१००

तालिका २ : उत्तरदाताओं का लिंग के अनुसार वर्गीकरण						N= ५००
विश्वविद्यालय→	१	२	३	४	५	कुल
लिंग ↓	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत
पुरुष	७७	८९	७५	८३	८६	८२
स्त्री	२३	११	२५	१७	१४	१८
कुल	१००	१००	१००	१००	१००	१००

तालिका ३ : शैक्षिक योग्यता के अनुसार उत्तरदाता का वर्गीकरण							N= ५००
विश्वविद्यालय→	१	२	३	४	५	कुल	
शैक्षिक योग्यता ↓	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	आवृत्ति	प्रतिशत
स्नातक	८७	९०	८८	९०	८६	४४१	८८.२
स्नातकोत्तर	०७	०५	१०	०७	०७	३६	७.२
एम. फिल	०६	०५	०२	०२	०५	२०	४
पीएच.डी	-	-	-	०१	०२	०३	०.६
कुल	१००	१००	१००	१००	१००	५००	१००

तालिका ४ : उत्तरदाताओं का विभाजन उनके परिवार की आय के अनुसार		N=५००
पारिवारिक मासिक आय (INR)	कुल (INR)	
	प्रतिशत में	
१५,०००/- से ३५,०००/-	१६.७	
३५,०००१/- से ५५,०००/-	३१.६	
५५,००१/- से ७५,०००/-	२०.०	
७५,००१/- से ९५,०००/-	१८.३	
९५,००१/- से १,१५,०००/-	०५.०	
=>१,१५,००१/-	८.३	
कुल प्रतिशत	१००	
औसत	रु. ६७,८०८.३३	

तालिका ५ : उत्तरदाताओं का विभाजन उनकी सोशल मीडिया पर की गई गतिविधियों के अनुसार						N= ५००
सोशल मीडिया पर की गई गतिविधियों	नेमी	रोज	प्रति साप्ताह	प्रतिमास	शायद ही कभी	कुल

	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत
1. समाचार प्रकाशित करने के लिए	१३	८०	७	-	१००
2. चर्चा समूहों में शामिल होने के लिए	५	८५	१०	-	१००
3. समाचार कहानियाँ पोस्ट करने के लिए	६	८७	७	-	१००
4. पाठकों के साथ बातचीत करने के लिए	७	९०	३	-	१००
5. सूचना या उद्धरण के लिए	८	८९	३	-	१००
6. अपने समाचार आउटलेट को अभिलेखागार में खोजने के लिए	७	८७	६	-	१००
7. अन्य समाचार आउटलेट का अभिलेखागार में खोजने के लिए	९०	८५	५	-	१००
8. तथ्यों की पुष्टि करने के लिए	९८	३	-	-	१००
9. सोशल मीडिया पर राजनीतिज्ञों या हस्तियों की टिप्पणियों की निगरानी करने के लिए	९८	२	-	-	१००
10. अपने ट्विटर फ़ीड पर अपनी राजनीतिक राय पोस्ट करने के लिए	४	९२	२	-	१००
11. दूसरों की ट्विटर के लिए अपनी राजनीतिक राय के साथ जवाब देने के लिए	६	९०	४	-	१००
12. दूसरों की ट्विटर पर दूसरों को राजनीतिक राय पढ़ने के लिए	९८	५	-	-	१००
13. दूसरों के राजनीतिक संदेश पर राय देने के लिए	६	८६	८	-	१००
14. अपने फेसबुक पर अपना राजनीतिक संदेश पोस्ट करने के लिए	३	९३	-	-	१००
15. फेसबुक संदेश का उपयोग कर दूसरों को राजनीतिक राय भेजने के लिए	२	५	-	-	१००
16. दूसरों के फेसबुक पर दूसरों के राजनीतिक दृष्टिकोण पर अपनी प्रतिक्रिया पोस्ट करने के लिए	८	९२	-	-	१००
17. दूसरों के फेसबुक पर दूसरों की राजनीतिक राय को दोहराने के लिए	६	८६	८	-	१००
18. एक ब्लॉग या डायरी प्रविष्टि लिखने के लिए	-	१५	८५	-	१००
19. लोगों के साथ लाइव घटनाओं या कार्यक्रमों के फोटो, वीडियो या संगीत पोस्ट साझा करने के लिए	१००	-	-	-	१००
20. त्वरित संदेश का उपयोग करने के लिए	१००	-	-	-	१००
21. आभासी दुनिया में समय बिताने के लिए	१००	-	-	-	१००
22. समाचार साझा करने के लिए वीडियो संचार के लिए कैमरे का उपयोग करने के लिए (स्काइप, स्नैप चैट)	९०	७	३	-	१००

तालिका ६ : उत्तरदाताओं का विभाजन "टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण, सार्वजनिक हित के निम्नलिखित मुद्दे में से कौन से मुद्दों नियमित समाचारों के साथ अधिक कवर किए जाते हैं" के बारे में उनकी राय के अनुसार

N= ५००

सार्वजनिक हित के मुद्दे	बहुत बड़े पैमाने पर कवर किया जाता	बड़े पैमाने पर किया जाता	औसत कवर किया जाता	बहुत कम	नहीं कवर किया जाता

	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत
1. शिक्षा संबंधी समाचार	९०	५	५	-	-
2. अधिकारिता संबंधी समाचार	९५	३	२	-	-
3. सामाजिक न्याय संबंधी समाचार	९५	३	२	-	-
4. क्षेत्रीय स्थानीय समाचार	३	९५	-	२	-
5. रोजगार संबंधी समाचार	९५	५	-	-	-
6. फैशन में नवीनतम रुझान	-	१	९२	७	-
7. व्यापार कॉर्पोरेट समाचार	-	-	९५	-	-
8. मनोरंजन मूवी समाचार	५	५	९०	-	-
9. स्वास्थ्य और पोषण संबंधी समाचार	५	५	९०	-	-
10. पर्यावरण से संबंधित समाचार	७	१	९२	-	-
11. ऑटोमोबाइल क्षेत्र पर अपडेट			९५	-	-
12. महिला केंद्रित मुद्दे	३	९५	२	-	-
13. धार्मिक मुद्दे	७	९०	३	-	-
14. आतंकवाद	४	९०	६	-	-
15. विभिन्न समुदायों की सांस्कृतिक गतिविधियाँ	-	४	९०	-	-
16. अपराध से संबंधित समाचार	९५	-	५	-	-
17. दुर्घटना संबंधित समाचार	९५	३	२	-	-
18. प्राकृतिक आपदा से संबंधित समाचार	९५	५	-	-	-
19. चुनाव मतदान से संबंधित समाचार	९५	३	२	-	-

तालिका 7 : पारंपरिक टेलीविजन पत्रकारिता पर नागरिक पत्रकारिता के प्रभाव के विभिन्न पहलुओं पर उत्तरदाताओं की राय जानने के लिए तैयार किए गए कथनों के लिए उत्तरदाताओं की सहमति के अनुसार कुल भारत औसत प्राप्तांक

टेलीविजन पत्रकारिता में नागरिकों की भागीदारी के कारण टेलीविजन समाचार में विविधीकरण के विविध पहलू	Total Wt. Mean Score (1-3)	विवरण
• Sub Aspect 1 : समाचार सामग्री में विविधता	2.96	दृढ़ता से सहमत हैं
• Sub Aspect 2 : समाचार सामग्री में उद्घरण और सटीकता	2.17	दृढ़ता से सहमत हैं
• Sub Aspect 3 : समाचार सामग्री की संतुलित रिपोर्टिंग	2.81	दृढ़ता से सहमत हैं
• Sub Aspect 4 : समाचार सामग्री में अभिव्यक्ति की स्पष्टता	2.02	दृढ़ता से सहमत हैं
• Sub Aspect 5 : समाचार सामग्री में निष्पक्षतावाद	2.66	दृढ़ता से सहमत हैं
• Sub Aspect 6 : समाचार सामग्री में संक्षिप्तता	1.95	मध्यम रूप से सहमत हैं