

संचार शोध (Communication Research)



UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY

SCHOOL OF TOURISM, HOSPITALITY AND HOTEL MANAGEMENT

Behind Transport Nagar, Vishwavidyalaya Marg, Haldwani (Nainital) 263139 Uttarakhand

Phone No.: (05946) - 286002, 286022, 286001, 286000

Toll Free No.: 1800 180 4025

Fax No.: (05946)-264232, e-mail: <info@uou.ac.in>

<http://www.uou.ac.in>

अध्ययन परिषद

प्रो० गोविन्द सिंह

निदेशक,

पत्रकारिता एवं जनसंचार विद्याशाखा

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी,

नैनीताल

प्रो० आशा राम डंगवाल

निदेशक,

पत्रकारिता एवं जनसंचार केन्द्र

हे० न० ब० गढ़वाल (केन्द्रीय) विश्वविद्यालय,

श्रीनगर

प्रो० हेमंत जोशी

भारतीय जनसंचार संस्थान, दिल्ली

डॉ० गोविन्द पंत राजू

वरिष्ठ पत्रकार

लखनऊ, 30 प्र०

डॉ० चण्डी प्रसाद पैन्थूली

विभागाध्यक्ष,

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग

बुन्देलखण्ड विश्वविद्यालय झांसी

पाठ्यक्रम संयोजन

डॉ० राकेश रयाल

वरिष्ठ अकादमिक ऐसोसिएट

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल

इकाई लेखन

प्रो० बी० आर० गुप्ता

सेवानिवृत्त आचार्य एवं विभागाध्यक्ष

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग

बनारस हिन्दू विश्वविद्यालय, वाराणसी, 30 प्र०

पाठ्यक्रम सम्पादन

श्री कलोल चक्रवर्ती

समाचार सम्पादक

अमरउजाला, दिल्ली

प्रकाशन वर्ष : सितम्बर 2011

पुनः प्रकाशन 2018

कापीराइट : @ उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय

संस्करण : सीमित वितरण हेतु पूर्व प्रकाशन प्रति

प्रकाशक : कुलसचिव, उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी- 263139 (नैनीताल)

इस सामग्री के किसी भी अंश को उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी की लिखित अनुमति के बिना किसी भी रूप में अथवा मिमियोग्राफी चक्रमुद्रण द्वारा या अन्यत्र पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

प्रतियाँ : 100

मुद्रक : पी. स्ववायर सॉल्यूशन्स, मथुरा



उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग

खण्ड - 01

अनुसंधान एवं संचार शोध

इकाई नं०	इकाई का नाम	पृष्ठ संख्या
इकाई 01	अनुसंधान : अर्थ, परिभाषा, तत्व, वैज्ञानिक दृष्टिकोण एवं मीडिया शोध	5-16
इकाई 02	अनुसंधान और संचार सिद्धांत	17-27
इकाई 03	संचार शोध : कार्य, शोध क्षेत्र, महत्ता, प्राथमिक एवं व्यावहारिक शोध	28-42

खण्ड- 02

शोध विधियां एवं मीडिया अनुसंधान

इकाई नं०	इकाई का नाम	पृष्ठ संख्या
इकाई 04	रिसर्च डिजाइन अवयव : प्रायोगिक, अर्द्धप्रायोगिक, फलक चिह्न	44-53
इकाई 05	अनुलंब अध्ययन पैनल, केस अध्ययन एवं सहसंबंध डिजाइन	54-67
इकाई 06	संचार शोध विधियां	68-84
इकाई 07	मीडिया अनुसंधान	85-96

खण्ड – एक
अनुसंधान एवं संचार शोध

इकाई-01

अनुसंधान: अर्थ, परिभाषा, तत्व, वैज्ञानिक दृष्टिकोण एवं मीडिया शोध

इकाई की रूपरेखा :

- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 उद्देश्य
- 1.3 अनुसंधान: अर्थ एवं परिभाषा
- 1.4 वैज्ञानिक दृष्टिकोण
 - 1.4.1 वैज्ञानिक विधि
- 1.5 शोध के तत्व
- 1.6 मीडिया शोध
- 1.7 अभ्यास प्रश्न
- 1.8 सारांश
- 1.9 शब्दावली
- 1.10 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 1.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 1.12 निबंधात्मक प्रश्न

1.1 प्रस्तावना :

आज मीडिया में शोध का महत्व पहले से कहीं अधिक बढ़ गया है। लेकिन वही मीडिया शोध महत्वपूर्ण होता है, जो वैज्ञानिक तथ्यों पर आधारित होता है। इस इकाई में अनुसंधान का अर्थ, परिभाषा, वैज्ञानिक दृष्टिकोण, वैज्ञानिक विधि, शोध के तत्व एवं मीडिया शोध के बारे में विद्यार्थियों को जानकारी दी गयी है।

1.2 उद्देश्य :

वैज्ञानिक तरीके से तथ्यों को खोजना ही शोध है। जनसंचार शोध एक जटिल प्रक्रिया है, जिसकी जानकारी छात्रों को होना आवश्यक है। इस इकाई के जरिये हम जान सकेंगे कि-

- शोध क्या है ?
- शोध में मीडिया का क्या महत्व है ?
- विभिन्न विद्वानों की शोध परिभाषाएं क्या हैं ?
- शोध में किन तत्वों का होना आवश्यक है ?
- शोध मनुष्य में वैज्ञानिक दृष्टिकोण को कैसे विकसित करता है ?

1.3 अनुसंधान : अर्थ एवं परिभाषा :

मीडिया के क्षेत्र में तथ्यात्मकता एवं व्यावहारिकता ने अनुसंधान की तुलना में अधिक प्रभाव डाला है और नागरिक शोध या रिसर्च गति क्रिया शुरुआती दौर में न के बराबर रही। आज परंपरावादी पत्रकारिता के सम्मुख भारी चुनौतियां उत्पन्न हो गयी हैं और मानवीय भागीदारी का सिलसिला जोर पकड़ने लगा है। स्वयं पत्रकारिता के माध्यम समाचार पत्र और टेलीविजन चैनल भारी प्रतियोगिता एवं औद्योगीकरण के नये उपकरणों के प्रभाव तले आ चुके हैं। मात्र समाचार की तीव्रता ही लक्ष्य नहीं है, लोगों का जुड़ाव और स्थायित्व का साथ भी चाहिए। मीडिया मात्र दर्शक एवं रिपोर्टर नहीं रहा, अतः शोध एवं रिसर्च का पूरा लक्ष्य ही जनसंचार में बदल जाएगा। सामाजिक बौद्धिकता संचार-अनुसंधान में जोर से फैलेगी, इसकी अपार संभावनाएं हैं। लोकतांत्रिक व्यवस्था में तो इसकी प्रबल संभावना से इनकार नहीं किया जा सकता।

20 वीं शताब्दी को मीडिया की सदी कहें तो अनुचित न होगा। प्रिंट माध्यम के बाद-फिल्म, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट ने हमारी दुनिया को एक ग्लोबल विलेज का स्वरूप दे दिया है। भौगोलिक दूरियों को हमने मोबाइल के जरिये मुट्ठी में कैद कर लिया है। इक्कीसवीं सदी की पीढ़ी की जीवन शैली ही बदल गई है। मीडिया ने हमारी सभ्यता, संस्कृति, समाज, रीति-रिवाज और रिश्तों पर असर डाला है। कुछ समुदायों में प्रेमालाप ही नहीं, विवाह एवं तलाक तक मोबाइल पर होने की कभी-कभी घटनाएं होती रही हैं।

हमारा कारोबार, राजनीति, शासन-व्यवस्था, प्रबंध सब पर मीडिया की छाप दिखाई देती है। आज का मानव जन माध्यमों के कार्यों, विषयवस्तु एवं उनके प्रभावों को और

अधिक गहराई एवं वैज्ञानिक व तार्किक ढंग से जानना- समझना चाहता है। मीडिया के विद्वान, जिज्ञासु, छात्र, सरकारी एवं गैर सरकारी सस्थाओं के कर्मचारी अपने कार्य, महत्व को और प्रभावी बनाकर वैज्ञानिक ढंग से परिणाम हासिल करना चाहते हैं। मीडिया में बढ़ते शोध का महत्व सिद्ध करता है कि जनसंचार का सकारात्मक उपयोग हमें जाग्रत ही नहीं करेगा, वरन हमारी कार्यप्रणाली और सोच को भी बदल देगा और समाज विकास की राह पर अग्रसर होता हुआ लक्ष्य को हासिल कर लेगा।

अनुसंधान में वैज्ञानिक पद्धति में तटस्थता (Objectivity) और व्यवस्था (System) के प्रभाव से इनकार नहीं किया जा सकता।

मरियम वेबस्टर कोष के अनुसार, अनुसंधान शोध या Research एक ऐसी अध्ययनपूर्ण पड़ताल, परीक्षण विशेषता या प्रयोग है, जो किसी तथ्य की खोज या उसके विश्लेषण या स्वीकार्य सिद्धांतों को नये तथ्यों के संदर्भ में पुनः संशोधित करता या उसके व्यवहार पक्ष को नये तथ्यों के संदर्भ में उन नियमों व सिद्धांतों को पुनः स्थापित करता है।

आरंभिक काल में मीडिया अनुसंधान बाजार शक्तियों द्वारा संचालित होता था अर्थात् बाजार की आवश्यकताएं तथा बाजार की जरूरत ही मीडिया शोध का अंतिम लक्ष्य होती थी।

पी. वी. यंग अपने अनुभव और ज्ञान के आधार पर Scientific social survey and research में कहते हैं, वैज्ञानिक ढंग से नये तथ्यों का पता लगाना और पुराने तथ्यों की उचित पड़ताल करना और तत्संबंधी परिभाषाओं एवं नियमों का पता लगाना जो उन तथ्यों को नियंत्रित और संचालित करते हैं, अनुसंधान शोध या रिसर्च कहलाता है।

विसकोन्सिन विश्वविद्यालय के प्रोफेसर राल्फ ओ. नेफजिग का विचार है कि जनसंचार सदैव क्रियाशील और विकसित होता क्षेत्र है। इसमें प्रेस, रेडियो, टीवी, फिल्म (अब इंटरनेट) कैसे कार्य करता है, ऐतिहासिक संदर्भों में बाजार मूल्य और सेवा में उसका व्यवहार व प्रभाव क्या रहा है, आदि के साथ अन्य क्षेत्रों से उसके संबंधों की पड़ताल करता है और सामाजिक संदर्भ में लोक जीवन में उसके प्रभाव और विषय वस्तु में हो रहे परिवर्तनों का पता लगाता है।

जनसंचार के क्षेत्र में संपूर्ण शिक्षा बिना शोध के संभव नहीं हो सकती है। शोध द्वारा प्राप्त परिणामों से पत्रकारिता एवं जनसंचार के छात्रों को अवगत कराना तथा तदनुसृत कार्य प्रणाली को तकनीकी रूप देना आज की आवश्यकता है। जनसंचार का अध्ययन-अध्यापन अब स्कूली स्तर पर भी शुरू हो चुका है। आने वाले समय में मीडिया अध्यापकों की मांग में तेजी के आसार नजर आ रहे हैं।

अतः भारत में भी अमेरिकी तर्ज पर शोध के अपने मॉडल तैयार करने की भविष्य में भारी आवश्यकता पड़ सकती है। मीडिया क्षेत्र में अब अपार संभावनाओं का दौर शुरू हो चुका है, जिससे शिक्षा के क्षेत्र में मीडिया शोध का महत्व निरंतर बढ़ रहा है। सर्वेक्षण और अकादमिक स्तर गहराई से अपनी छाप छोड़ रहे हैं।

अतः मीडिया के हर क्षेत्र में, चाहे वह प्रिंट मीडिया हो, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, जनसंपर्क, विज्ञापन अथवा इंटरनेट और मोबाइल, नये-नये हार्डवेयर एवं सॉफ्टवेयर प्रयोग हो रहे हैं। बदलती भाषा, संचार के नियम, विषय वस्तु, विश्लेषण, प्रभाव और प्राप्त क्रियाएं, मानवाधिकार, लोकतंत्र, शिक्षा, जानकारी और भोजन के अधिकार के साथ-साथ आज रोजगार की गारंटी की बात होने लगी है। वैधानिक बोध ने हमें जागरूक और जिम्मेदार बनाने का प्रयास शुरू कर दिया है। नये बाजारों की तलाश ने आर्थिक पत्रकारिता में क्रांतिकारी, वैश्विक परिवर्तन ला दिया है। मीडिया को मानव के संदर्भ में इन मुद्दों से जुड़कर काम करने की बहुत ही आवश्यकता महसूस की जा रही है। शोध के द्वारा ही इस ज्ञान की मिसाल का हल ढूंढ सकते हैं। विभिन्न विद्वानों ने मीडिया के प्रयोग को अपने संदर्भ में परिभाषित किया है, पर उसका अंतिम लक्ष्य मानव ही रहा है।

1.4 वैज्ञानिक दृष्टिकोण :

कार्ल पियरसन कहते हैं, 'सत्य तक पहुंचने का कोई त्वरित छोटा मार्ग नहीं है। वैज्ञानिक विधि से विश्व ज्ञान को हासिल करने के जैसा कोई अन्य मार्ग नहीं है।'

'There is no shortcut to truth, no way to gain knowledge of the universe except through the gateway of Scientific Method'.- karl Pearson

मीडिया में विज्ञान अनुसंधान का आधारभूत सहायक प्रतीत होता है। बिना वैज्ञानिक सहयोग और दृष्टिकोण के अनुसंधान एवं शोध सही परिपेक्ष्य में नहीं बढ़ सकता है। विद्वान एल. एल. बर्नाड कहते हैं कि अगर हम विज्ञान को परिभाषित करें तो उसमें छह क्रियाएं घटती हैं, जैसे जांच (Testing), पुनर्जांच (Verification), परिभाषा (Definition), वर्गीकरण (Classification), गठन (Organisation), अनुस्थापना (Orientation)। इसमें अन्य दो चीजें शामिल होती हैं- प्राकथन (Prediction) तथा उपादेयता (Application)।

वैज्ञानिक विधि के दो महत्वपूर्ण आधार हैं। एक विधि जिस पर लागू की जाए और दूसरा परिणाम जो प्राप्त हो, वह समसामान्य यानी Generality वाला हो।

अगर हम मीडिया के आधुनिक स्वरूप के ऐतिहासिक पक्ष पर नजर डालें तो बीसवीं शताब्दी के मध्य में जनसंचार के क्षेत्र में सिद्धांत एवं शोध Theory and

Research की शुरुआत हुई। प्रथम विश्वयुद्ध (1914-1918) के बाद सरकार को जनमत प्रभावित करने की आवश्यकता महसूस हुई। मीडिया के चलन एवं प्रभाव की वैज्ञानिक खोज-पड़ताल भी सामने आई। डेवी (Dewey) एवं लिपमैन (Lippman) साथ-साथ और भिन्न-भिन्न विचारों के साथ जनसंचार के क्षेत्र में आए। लिप्पमैन एक पत्रकार थे, जिन्होंने जनमत को काफी महत्व दिया और मर्यादित लोकतंत्र की वकालत की। जबकि डेवी ने शोध के महत्व को प्रतिपादित किया। ई.एम. रोजर्स के अनुसार संचार शोध साहित्य के क्षेत्र में नव डेवीवाद का मार्ग आज काफी प्रशस्त हो गया है। औद्योगीकरण एवं नगरीकरण के उदय ने परंपरागत जीवन शैली को लगभग खत्म कर दिया है। इतना ही नहीं, इधर के वर्षों में इस सोच ने प्रगतिशील आंदोलनों को जन्म भी दिया है। परिणाम स्वरूप इससे हमें वैज्ञानिक तरीकों और प्रौद्योगिक उपकरणों को इस्तेमाल करने की अपने-अपने समुदायों में आदत-सी पड़ने लगी है। नतीजनन एक नये प्रकार की सोच-समझ की शैली शुरू हो गयी है। नये मीडिया की आमद को डेवी (1927-1946) आम जन के लिए शुभ मानते हैं।

कहावत भी है कि विज्ञान विधि (Method) से चलता है, विषयवस्तु से नहीं। अतः कार्ल पियरसन के अनुसार वैज्ञानिक विधि के द्वारा किसी विषय के अनुसंधान या शोध उसे निरंतर आगे ही नहीं बढ़ाते, उसे उपयोगी व लोकहित में महत्वपूर्ण स्थान भी दिलाते हैं। वैज्ञानिक दृष्टिकोण को इन अनुसंधानों से बल मिलता है और नये-सोच विचार से हम विकास की ओर बढ़ते हुए अपनी बाधाओं पर विजय हासिल करते हैं। फिर चाहे मानव जीवन व्यवहार का हो या खाद्यान का या संचार व परिवहन का अथवा स्वास्थ्य व ज्ञान का-मानव संबंध बेहतर होने लगते हैं। मनुष्य में एक वैज्ञानिक दृष्टिकोण Scientific Temper विकसित होने लगता है।

1.4.1 वैज्ञानिक विधि :

वैज्ञानिक विधि में कार्य करने की कुछ आधारभूत वैज्ञानिक विशेषताएं होनी चाहिए। जैसे तथ्यों एवं अवलोकन की सही समबद्धता एवं अनुक्रम का शुद्ध वर्गीकरण, सृजनात्मक कल्पना का वैज्ञानिक अन्वेषण विधि में योगदान, साथ ही, आलोचना की अंतिम तर्कसंगत वैधता जो सामान्यतः सभी को स्वीकार्य हो।

वैज्ञानिक विधि की तीन चारित्रिक विशेषताओं को हम इस प्रकार विश्लेषित कर सकते हैं :

1. पुनर्जांच (Verifiability)

वैज्ञानिक पद्धति के लिए प्राप्त आंकड़े या इस पद्धति से प्राप्त किए गए परिणामों अथवा निर्णयों की किसी भी समय पुनर्जांच (Verifiability) की जा सके-वैज्ञानिक विषयों

तथा सामाजिक एवं संचार के विषयों में भी यह संभव है, पर इसके निर्णयों पर देशकाल, वातावरण और समुदाय विशेष का प्रभाव भिन्न हो सकता है।

2. सम सामान्यता (Generality)

वैज्ञानिक विषय प्रायः व्यवहार में विश्वव्यापी (Universal) होते हैं और सब स्थानों पर एक-सा ही परिणाम देते हैं। सामाजिक विषयों की सम सामान्यता कारण और प्रभाव के चलते सीमित हो सकती है। पर सम सामान्यता (Generality) का परिणाम उसमें बना रहता है।

3. प्राकथन (Predictability)

वैज्ञानिक पद्धति की तीसरी सबसे बड़ी विशेषता होती है कि शोधकर्ता इसमें संभावित परिणाम अर्थात् नतीजे की भविष्यवाणी (प्राकथन) कर सकता है। वैज्ञानिक विषयों में यह प्राकथन प्रायः सही रहता है। भविष्य प्राकथन ज्ञान और विभिन्न प्रकार के कारण और प्रभाव पर निर्भर करता है। लेकिन सामाजिक विषयों में इसकी सटीकता व परिशुद्धता की वैज्ञानिकता संदेहास्पद होती है।

समस्त विशेषताओं के परिपेक्ष्य में देखें तो वैज्ञानिक विधि में तटस्थता (Objectivity) और व्यवस्था (System)के प्रभाव से इनकार नहीं कर सकते हैं। इनका महत्व इस विधि को शोध में विज्ञान सम्मत बनाने में अपनी अग्रणी भूमिका निभाता है।

अतः रिसर्च को परिभाषित करते हुए मरियम वेबस्टर कोष में कहा गया है, 'शोध (Research) एक ऐसी अध्ययनपूर्ण पड़ताल या परीक्षण अथवा अन्वेषण या एक ऐसा प्रयोग है, जो किसी तथ्य की खोज या उसके विश्लेषण या स्वीकार्य सिद्धांतों या उन नियमों को नये तथ्यों के संदर्भ में पुनः संशोधित करता या उसके व्यवहार को नये तथ्यों के संदर्भ में उन नियमों व सिद्धांतों को पुनः स्थापित करता है।'

1.5 शोध के तत्व :

शोध के प्रचलित चार ऐसे तत्व हैं जो प्रायः वैज्ञानिक पद्धति (Scientific Method) अपनाते समय शोधकर्ता अपने अनुसंधान के लिए उपयोग करता है।

1. सिद्धांत (Theories)

यह एक प्रस्तावित नैसर्गिक वर्णन है, जिसके चलते किसी घटना या तथ्य (Fact) का प्राकथन भविष्य के संदर्भ में वैज्ञानिक ढंग से किया जा सके। वेस्ट एंड टर्नर (2006) के अनुसार हम सिद्धांतों को खंडों में बाटकर समझने का प्रयास करते हैं।

सबसे पहले सिद्धांत का उपयोग होना चाहिए, ताकि हम नैसर्गिक घटना (Natural Phenomenon) का सही विश्लेषण और वर्णन करें, जिससे हमारी जिज्ञासा शांत हो।

2. प्राक्कथन/परिकल्पना (Predictions/Hypothesis)

वैज्ञानिक विधि को अपनाते समय दूसरा महत्वपूर्ण तत्व हमारे सामने आता है, परिकल्पना के रूप में। इसमें हम किसी घटना/तथ्य को या तो स्वीकारते हैं या उसको पूर्णतया नकार देते हैं। इसकी सबसे बड़ी पहचान कारण और कार्य हैं। अर्थात् यह है तो यह होगा अर्थात् हुआ है। अगर यह महीना 'जून' है तो अगला 'जुलाई' होगा।

3. प्रेक्षण (Observation)

वैज्ञानिक विधि जब शोध में अपनाई जाती है तो इसमें प्रेक्षण तत्व का भारी योगदान होता है। इसे संचार शोध का तीसरा सोपान भी कह सकते हैं। इसमें शोधकर्ता परिकल्पना की जांच करता है। अगर इस जांच में विभिन्न चर (Variable) की जांच सिद्धांतानुसार पाई जाती है या उनका प्रभाव कैसा पड़ता है, इसका पता लगता है तो भौतिक विज्ञान में शोधकर्ता 'चर' पर सरलता से नियंत्रण कर लेता है। वह उन पर कई प्रयोग एवं परीक्षण कर सत्य एवं तथ्य का पता लगाता है। यह प्रेक्षण: अनुभवसिद्ध (Empirical), वस्तुनिष्ठ (Objective) एवं नियंत्रित (Controlled) हो, तो प्रेक्षण तत्व का उपयोग अनुसंधान में सर्वाधिक महत्वपूर्ण बन जाता है।

4. सम सामान्यता (Generalization)

यह वैज्ञानिक अनुसंधान व शोध पद्धति का अंतिम सोपान भी होता है, और शोध का महत्वपूर्ण तत्व भी। इसमें शोधकर्ता को कुछ बातों को स्पष्ट करना पड़ता है कि हम जिस घटना का जनसंचार में अध्ययन कर रहे हैं, उस घटना को हम पूर्व में कैसा और कितना जानते थे और अब शोध के पश्चात उस घटना के बारे में कितना जानने लगे हैं और उसकी सम सामान्यता क्यों और कैसी है। बाद में इस सम सामान्यता के आधार पर सिद्धांत का निर्माण होता है।

1.6 मीडिया शोध :

जनसंचार शोध में हर मीडिया के मिजाज को ध्यान में रखकर शोध के सोपान तय करने होंगे। उपरोक्त तत्वों को ध्यान में रखते हुए मीडिया की जरूरत और स्वरूप, अर्थात् वह क्या है, कैसे काम करता है, इसमें कौन-सी तकनीक का इस्तेमाल होता है, वर्तमान कार्य प्रणाली से यह कैसे भिन्न है या कैसे मेल खाती है, यह कौन-सी सुविधा या सेवा उपलब्ध कराती है, कैसे कार्य करती है, इस नये माध्यम से कौन-कौन जुड़

सकता है, इस पर कितना व्यय आएगा या कितनी धनराशि इसमें लगेगी, इसमें कितना समय लगेगा-आदि का भी ध्यान रखा जाता है।

जब मीडिया तय हो जाये तो इसके उपयोग और उपयोगकर्ता पर काम शुरू किया जाता है। यानी उनकी आवश्यकताओं और प्रतिक्रियाओं का पता करना, अन्य माध्यमों से तुलना करना, इस मीडिया के प्रभाव का पता लगाना यानी इसके सामाजिक, मनोवैज्ञानिक, शारीरिक एवं भौतिक प्रभाव क्या हो सकते हैं, क्या यह लोगों की अवधारणा बदलने में सक्षम है, उपभोक्ता मीडिया से क्या अपेक्षा रखते हैं, वर्तमान तकनीक से कोई हानि तो नहीं है और जीवन में इसका क्या महत्व है, इन सबका पता लगाया जाता है।

मीडिया के सुधार, विषयवस्तु के परिवर्तन, नयी तकनीक का बेहतर उपयोग, उसे और अधिक बेहतर व उपयोगी बनाना अथवा पहले की तुलना में वर्तमान संदर्भ, रिवाज के अनुसार नये चलन के अनुसार और उपयोगी या समयानुकूल बनाना (जैसे: दिलीप कुमार की फिल्म 'मुगल-ए-आजम' या देव आनंद की फिल्म 'हम दोनों' की रंगीन आवृत्ति बनाकर कुछ तकनीकी बदलावों से बेहतर बनाकर पुनः प्रदर्शित करना, इससे क्लासिक फिल्म का नये संदर्भ और काल में मूल्यांकन करना आदि। डिजिटल ऑडियो, वीडियो के प्रयोग मीडिया में लाभकारी हैं। वस्तुतः शोध कभी न समाप्त होने वाली ज्ञान और विज्ञान की सतत प्रक्रिया है।

वैज्ञानिक शोध के तीन प्रतिमानों (Paradigm) को न्युमेन (1997) एवं ब्लैकी (1993) ने इस प्रकार बताया है- एक स्वीकार्य शोध मॉडल, जिसमें सिद्धांत, प्रक्रिया एवं पूर्वानुमान स्वीकृति होती है। इस प्रतिमान का आज भी जनसंचार के शोध कार्यों के लिए सवार्धिक उपयोग किया जाता है। इसके अलावा कॉमटे एवं मिल (Comate and Mill) ने दो सकारात्मक प्रतिमान की बात कही है। इस प्रतिमान में शोध के परिमाणात्मक अवधारणा के साथ-साथ परिकल्पना एवं प्रेक्षण को भी महत्व दिया गया है। तीन गुणात्मक प्रतिमान-शोध की चूंकि आज भी महती आवश्यकता है, अतः शोध करते समय हमें यह ध्यान रखना चाहिए कि हमारा दृष्टिकोण वैज्ञानिक हो और शोध के परिणाम विश्वसनीय, तर्कपूर्ण और पक्के हों।

1.7 अभ्यास प्रश्न :

प्रश्न 1. ग्लोबल विलेज अवधारणा क्या है?

प्रश्न 2. अनुसंधान किसे कहते हैं?

प्रश्न 3. आरंभिक काल में मीडिया शोध का क्या लक्ष्य था?

प्रश्न 4. शोध की वेबस्टर परिभाषा क्या है?

प्रश्न 5. प्राकथन से क्या तात्पर्य है?

प्रश्न 6. कार्ल पियरसन ने शोध की वैज्ञानिक विधि के बारे में क्या कहा?

प्रश्न 7. शोध के तत्व से क्या तात्पर्य है?

प्रश्न 8. सम सामान्यता से क्या तात्पर्य है?

प्रश्न 9. मीडिया शोध क्या है?

प्रश्न 10. शोध करते समय हमें किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

प्रश्न 11. मीडिया शोध में मीडिया चयन पर क्यों ध्यान देना चाहिए?

प्रश्न 12. शोध ने जनसंचार के क्षेत्र को किस तरह बदला है?

1.8 सारांश :

20वीं सदी में मीडिया शोध का महत्व मीडिया के विकास और तकनीकी उपयोग के साथ-साथ समाज पर प्रभाव डालने लगा। लोकतंत्र के विकास में जनमत का प्रभाव बढ़ता चला गया। प्रिंट मीडिया ने ज्ञान को फैलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। फिल्म, रेडियो, टेलीविजन और अब इंटरनेट ने मनोरंजन और सूचना क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन कर दिखाया और देखते-देखते दुनिया के देश आपस में सूचना तंत्र से इस तरह जुड़े कि विश्व एक 'ग्लोबल विलेज' का रूप धारण कर बैठा।

समाज की विभिन्न गतिविधियों पर मानव का प्रभाव साफ दिखाई देने लगा है। आज मीडिया हमारी जीवन शैली को कैसे प्रभावित करता है, यह किसी से छिपा नहीं है। मीडिया के विभिन्न आयामों पर वैज्ञानिक ढंग से अनुसंधानों का सिलसिला जारी है। विश्व में अनेक मीडिया शोध केंद्रों पर अनुसंधान हो रहा है। शोध वैज्ञानिक ढंग से हो, इसके लिए प्रिंट, रेडियो, फिल्म, टेलीविजन या इंटरनेट के माध्यम का चयन, उसका विवेचन-विक्षेपण वैज्ञानिक विधि से कैसे किया जाए, इस पर विस्तार से चर्चा की गई। वैज्ञानिक विधि के विभिन्न सोपानों, तत्वों का शोध करने में कैसे, कब कितना उपयोग किया जाए, वैज्ञानिक दृष्टिकोण क्या है, इस पर अध्ययनों में चर्चा की गई।

1.9 शब्दावली :

Media Research Centres : मीडिया रिसर्च सेंटर- इंग्लैंड के बर्मिंघम, ग्लासगो, लीड्स, लंदन एवं शेफील्ड विश्वविद्यालयों में मीडिया के शोध केंद्र हैं। अमेरिका में भी अनेक विश्वविद्यालयों में शोध कार्य हो रहा है। अनेक सर्वेक्षण एवं मोनोग्राम भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली ने भी शोध करके प्रस्तुत किए हैं। पीएच.डी. स्तर के शोध भारत के कई विश्वविद्यालयों में भी हो रहे हैं।

प्राकथन/परिकल्पना : वैज्ञानिक विधि को अपनाते समय दूसरा महत्वपूर्ण तत्व हमारे सामने आता है परिकल्पना के रूप में। इसमें हम किसी घटना/तथ्य को या तो स्वीकारते हैं या उसको पूर्णतया नकार देते हैं। इसकी सबसे बड़ी पहचान कारण और कार्य हैं। अर्थात् यह है तो यह होगा अर्थात् हुआ है। अगर यह माह 'जून' है तो अगला महीना 'जुलाई' होगा।

प्रेक्षण : वैज्ञानिक विधि जब शोध में अपनाई जाती है तो इसमें प्रेक्षण तत्व का भारी योगदान होता है। इसे संचार शोध का तीसरा सोपान भी कह सकते हैं, इसमें शोधकर्ता परिकल्पना की जांच करता है। अगर इस जांच में विभिन्न चर (Variables) की जांच सिद्धांतानुसार पाई जाती है या उनका प्रभाव कैसा पड़ता है, इसका पता लगता है तो भौतिक विज्ञान में शोधकर्ता 'चर' पर सरलता से नियंत्रण कर लेता है। उन पर कई प्रयोग एवं परीक्षण कर सत्य एवं तथ्य का पता लगाता है। यह प्रेक्षण: अनुभवसिद्ध (Emperical), वस्तुनिष्ठ (Objective) एवं नियंत्रित (Controlled) हो तो प्रेक्षण तत्व का उपयोग अनुसंधान में सर्वाधिक महत्वपूर्ण बन जाता है।

सम सामान्यता : यह वैज्ञानिक अनुसंधान व शोध पद्धति का अंतिम सोपान होता है और शोध का महत्वपूर्ण तत्व भी। इसमें शोधकर्ता को कुछ बातों को स्पष्ट करना पड़ता है कि हम जिस घटना का जनसंचार में अध्ययन कर रहे हैं, उस घटना को पूर्व में कैसा और कितना जानते थे और अब शोध के पश्चात उस घटना के बारे में कितना जानने लगे हैं और उसकी सम सामान्यता क्यों और कैसी है। बाद में इस सम सामान्यता के आधार पर सिद्धांत का निर्माण होता है।

पुनर्जांच : वैज्ञानिक पद्धति के लिए प्राप्त आंकड़े या इस पद्धति से प्राप्त किए गए परिणामों अथवा निर्णयों की पुनर्जांच (Verifiability) की जा सके-विशेषकर वैज्ञानिक विषयों में सामाजिक एवं संचार के विषयों में भी यह संभव है, पर इसके निर्णयों पर देशकाल, वातावरण और समुदाय विशेष का प्रभाव भिन्न हो सकता है।

1.10 संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. राय पारस नाथ एवं राय सी.पी. : अनुसंधान परिचय, लक्ष्मी नारायण अग्रवाल, प्रकाशन, आगरा।

2 Bajpai, Dr. S.R : Social Survey & Research, Kitabghar, Kanpur-3, U.P

3 Gupta, Dr. B.R : Mass Communication & Development, Vishwavidyalay, prdc Colony, Varanasi (U.P.)

4 Nafziger, Pro. R.O. : Journalism Research, Greenwood Press, New York (USA)

1.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

1. राय पारस नाथ एवं राय सी.पी. : अनुसंधान परिचय, लक्ष्मी नारायण अग्रवाल, प्रकाशन, आगरा।

2. M. Mckcon : Case Study & Project in Communication, Methuen, U.K. 1959

3. Goode & Hatt : Case Study Method of Social Research

1.12 निबंधात्मक प्रश्न :

1. मीडिया के उद्देश्य एवं महत्व पर लेख लिखिए।

2. शोध की वैज्ञानिक विधि की आवश्यकता अकादमिक और व्यावहारिक क्षेत्र में उपयोगी होती है, व्याख्या कीजिए।

3. शोध की परिभाषा और उपयोगिता पर एक निबंध लिखें। ।

4. 20 वीं सदी को मीडिया की सदी क्यों कहते हैं?

अनुसंधान और संचार सिद्धांत

इकाई की रूपरेखा :

- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 उद्देश्य
- 2.3 अनुसंधान परिचय एवं सामाजिक विषयों में अनुसंधान
- 2.4 अनुसंधान और संचार विधियां
- 2.4.1 नागरिक पत्रकारिता एवं संचार शोध
- 2.5 जनसंचार शोध का इतिहास
- 2.6 अभ्यास प्रश्न
- 2.7 सारांश
- 2.8 शब्दावली
- 2.9 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 2.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 2.11 निबंधात्मक प्रश्न

2.1 प्रस्तावना :

प्रथम विश्वयुद्ध के आस-पास जन संचार माध्यमों के प्रभाव का अवसर देखने को मिला। अमेरिका एवं यूरोप में सरकारों को जनमत को प्रभावित करने की आवश्यकता महसूस हुई। जन संचार के क्षेत्र में सिद्धांतों एवं अनुसंधान (Theory and Research) का श्रीगणेश हुआ। जब वाल्टर लिपमैन जैसे पत्रकार ने जनमत के मुद्दे का भारी समर्थन किया और उसके प्रभाव की लोकतंत्र में आवश्यकता को बल प्रदान किया और जॉन डेवी ने मीडिया के चलन पर भी वैज्ञानिक जांच-पड़ताल एवं प्रभाव का पता लगाना शुरू किया तो सबका ध्यान इस ओर गया।

2.2 उद्देश्य :

विज्ञान के वर्तमान युग में मीडिया के प्रभाव को नकारना असंभव है, विशेषकर बदलते परिवेश में नयी-नयी टेक्नोलॉजी के आगमन ने पूरी दुनिया को ग्लोबल विलेज का स्वरूप दे

दिया है। मोबाइल और इंटरनेट ने दीवारें गिरा दी हैं और सीमाओं को समाप्त कर दिया है। अब बंद कमरे में रहकर भी पूरी दुनिया से संपर्क साधा जा सकता है। मीडिया के क्षेत्र में नित्य नये-नये शोध और अनुसंधान हो रहे हैं, जो मीडिया की गति, प्रभाव, महत्व और उपयोगिता को नये प्रतिमान प्रदान करते हैं।

इस इकाई के जरिये हम जान सकेंगे कि-

- अनुसंधान ने मीडिया के प्रयोग को कितना उपयोगी बनाया है?
- मीडिया में शोध का महत्व क्या है?
- अन्य सामाजिक विषयों में मीडिया कैसे उपयोगी है? या एक दूसरे से विषय कैसे प्रभावित होते हैं?
- अनुसंधान संचार की विधियां व सिद्धांत क्या हैं? किसी परिवेश या समस्या के लिए संचार शोध का कौन-सा सिद्धांत उपयोगी है?
- संचार विधियों का वैज्ञानिक उपयोग कर हम मीडिया की और शक्तिशाली कैसे बना सकते हैं?

2.3 अनुसंधान परिचय एवं सामाजिक विषयों में अनुसंधान :

बीसवीं सदी की शुरुआत में ही विज्ञान में अनेक आविष्कार व शोध हो रहे थे। रेडियो जैसे नये मीडिया का आगमन हो रहा था। डेवी (1927-1946) नये मीडिया को आम जनता के लिए शुभ मानते थे।

आज भी अनेक ऐसे प्रश्न हैं, जो आम जन से सीधे जुड़े हैं। रेडियो या टेलीविजन क्या आज भी सामाजिक आवश्यकता को पूरा करता है। आज मीडिया की विषयवस्तु क्या है? मीडिया का स्वामित्व, सत्ता या समाज किसके हाथ में है? मीडिया का नियंत्रण वास्तव में किसके हाथ में है? मीडिया का संचालन कौन करता है? आम जन की मीडिया की विषय वस्तु के बारे में क्या 'राय' व 'प्रतिक्रिया' है? आम जन का मीडिया पर क्या प्रभाव पड़ता है? या मीडिया जन पर क्या प्रभाव डालता है? ऐसे अनेक उत्तर तलाशने के लिए हमें जन संचार के क्षेत्र में शोध (रिसर्च) की जरूरत पड़ती है।

मीडिया के कार्य, विषय वस्तु एवं प्रभाव को जांचने की आज बहुत आवश्यकता है। मीडिया का निरंतर विस्तार हो रहा है। नए मीडिया, जैसे मोबाइल एवं इंटरनेट, ने मानवीय संबंधों को प्रभावित करना शुरू कर दिया है। इसने कारोबारी और व्यापार संबंध में तीव्रता ला दी है और मीडिया कर्मियों को अपना व्यवसाय बेहतर चलाने के लिए नये आयाम दिए हैं। प्रतियोगिता ने मीडिया में घमासान ला दिया है। कभी मीडिया एक दूसरे का प्रतिरोधी लगता है

तो कभी एक दूसरे का पूरक एवं मददगार। मीडिया ने जहां दुनिया को बहुत कुछ दिया है, वहीं 'साइबर क्राइम' जैसी घटनाएं भी हो रही हैं, और आतंकवादी भी मीडिया का इस्तेमाल कर रहे हैं। मुंबई की 26/11 की घटना इसका सबसे बड़ा उदाहरण है। मीडिया समाज को किस दृष्टि से देखता है? अन्ना हजारे का भ्रष्टाचार विरोधी आंदोलन जन सहयोग और मीडिया की मदद से परवान चढ़ता है। मीडिया की सहायता से ही अनेक अपराधियों को सामाजिक प्रताड़ना (राठौड़-रुचिका केस) सहनी पड़ती है। मीडिया सामाजिक संदर्भों में अपने उत्तरदायित्व का बेहतर आकलन करता है। प्रेस, रेडियो, टेलीविजन एवं फिल्म के मालिकों एवं मैनेजरों को अपने कार्य का हिसाब देना होता है। उनकी प्रसार संख्या, टी.आर.पी. या श्रोता तथा दर्शक संख्या उनकी स्थिति की सही तस्वीर पेश करते हैं।

मीडिया में तकनीकी बदलाव एवं सुधार भी महत्वपूर्ण बिंदु हैं जो मीडिया की गति एवं गुणवत्ता, दोनों को बढ़ाने में मददगार सिद्ध होता है। आम जन को भी सुविधायुक्त टेकनालॉजी से भारी मदद मिलती है। उन्हें इससे सरलता भी होती है। जन संचार जनमत के निर्माण के साथ-साथ जन कौशल बढ़ाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। अतः मीडिया का विस्तार हो रहा है, शोध का महत्व भी बढ़ता जा रहा है।

संचार में प्रेस (प्रिंट मीडिया) के अतिरिक्त अन्य मीडिया, रेडियो, टीवी चैनल, फिल्म और मोबाइल पर भी समाचार-विज्ञापन शुरू हो चुके हैं। इंटरनेट या कंप्यूटर पर नये मीडिया की शुरुआत मीडिया में शोध की नई गहराई को जन्म देती है।

प्रेस के कार्य के बारे में, उसके स्वरूप के संबंध में नये बदलाव के साथ प्रोपेगंडा, सेंसरशिप, प्रेस की स्वतंत्रता, प्रेस विधि, जनमत, समाचार के स्रोत एवं समाचार चयन प्रक्रिया अंतरराष्ट्रीय समाचार एवं अन्य प्रकार शोध कार्य एवं तत्व ये बताते हैं कि मीडिया कैसे कार्य करता है, किस प्रकार मीडिया अपने उत्तरदायित्व एवं सरोकारों का पालन करता है, कैसी बाधाएं वह सहता है, क्या-क्या खतरे वह उठाता है। काउंसिल ऑन रिसर्च ऑफ द एसोसिएशन ऑफ एक्रिडिटेड स्कूल्स एंड डिपार्टमेंट्स ऑफ जर्नलिज्म ने मीडिया अध्ययन एवं शोध के इंडेक्स बनाने शुरू किए हैं और वह हर वर्ष शोध करके एक विज्ञप्ति भी जारी करता है। इधर जो सबसे महत्वपूर्ण बातें सामने आई हैं, वे मीडिया शोध में नई अनुसंधान विधियां एवं रिसर्च टूल्स (उपकरण) आदि हैं। जन संचार अन्य अनेक विषयों (Disciplines) का भी सहयोगी बनता जा रहा है और स्वयं भी इनसे सहयोग लेता है। मीडिया की विषयवस्तु (Contents) हम राजनीति, अर्थशास्त्र, समाजशास्त्र, मनोविज्ञान, विज्ञान, शरीर विज्ञान, व्यापार, उद्योग, साहित्य एवं आर्ट्स आदि अनेक विषयों से लेते हैं। मानव व्यवस्था की पूरी संरचना हमें समाज में व्याप्त अनेक विषयों से हासिल होती है। मीडिया का जन प्रभाव हमें इन विषयों को साथ लेकर ही मालूम होता है। लोकतंत्र में शोध का चुनाव संदर्भ में गहरा महत्व है। चुनाव व अभिमत सर्वेक्षण मीडिया अनुसंधान की विधि द्वारा ही पता लगता है।

अनुसंधान (Research) अर्थात् शोध कार्य में हम मीडिया के किसी अध्ययन को लेते हैं और वैज्ञानिक तकनीक को अनुसंधान हेतु अपनाते हैं। यह पूरी क्रिया इन सोपानों से होकर घटित है। अनुसंधान की ये प्रक्रियाएं इस प्रकार हैं। पहले शोध की जांच (Testing) की जाती है फिर उस जांच से प्राप्त तथ्यों को पुनः जांच (Verification) द्वारा प्रमाणित किया जाता है। तब उस परिणाम को हम परिभाषित (Definition) करते हैं। उन्हें अधिक उपयोगी और कारगर बनाने के लिए उनका वर्गीकरण (Classification) किया जाता है। आवश्यकता पड़ने पर समस्त उपलब्ध सामाग्री को वैज्ञानिक ढंग से हम उनका गठन (Organization) करते हैं। उन्हें फिर अनुस्थापित (Orientation) किया जाता है जिससे हम उनका प्राक्थन (Prediction) करके उसे उपादेयी (Application) बना सकें, अर्थात् उसके सामान्यीकरण (Centralization) की भविष्यवाणी करके उसे उपयोगी बना सकें।

अगर उपरोक्त परिभाषा को सामाजिक विषयों के संदर्भ में देखें तो हम पाते हैं कि सामाजिक शोध या अनुसंधान सामाजिक घटनाक्रम अथवा मानवीय व्यवहार और उनकी प्रतिक्रिया एवं भावनाओं में घटता है। विभिन्न परिस्थितियों में लोगों का भिन्न व्यवहार और रवैया कैसा है इसकी जानकारी हासिल की जाती है।

इस परिभाषा में नये तथ्यों की खोज करना तो महत्वपूर्ण है ही, साथ ही पुराने तथ्यों की पुनर्जांच (Verification) भी की जाती है। घटना को प्रभावित, नियंत्रित एवं परिवर्तित करने वाले नये संबंधों का पता लगाना ही सामाजिक शोध का उद्देश्य होता है। समाजशास्त्र में इस तरह के अनेक अध्ययन पाए जाते हैं। मानवशास्त्र और मनोविज्ञान के क्षेत्र में भी इनका उपयोग होता है। अस्पतालों, रोजगार और कैरियर के क्षेत्र में यह बेहतर दिशा निर्देशन देती है। मानव संसाधन के क्षेत्र में अर्थशास्त्र, प्रबंध एवं विज्ञापन जगत में प्रभाव, प्रतिक्रिया, बिक्री, वृद्धि, ग्राहक सेवा जैसे अनेक विषयों पर सर्वेक्षण और अनुसंधान जारी है। मीडिया के क्षेत्र में ऐतिहासिक संदर्भों के अलावा विषय वस्तु विश्लेषण संप्रति लोकप्रिय-शोधप्रिय विषय हैं।

सामाजिक अनुसंधान का उद्देश्य अकादमिक (Academic Objects) एवं उपयोगिता (Utilitarian) वादी दोनों ही हैं। इसका लक्ष्य मानव समाज और सामाजिक क्रियाओं के सत्य का पता लगाना, साथ ही सामाजिक जीवन को बेहतर ढंग से समझना एवं मानव व्यवहार को नियंत्रण करना है। समाज में विघटन (Disorganization) का पता लगाने और रोकने में सामाजिक शोध का बड़ा महत्व है। इसलिए कहा गया है- The main force of social research is to discover the laws or that they may be used in the guided growth of human society.

2.4 अनुसंधान और संचार विधियां :

असामाजिक तत्व, आपराधिक गतिविधियां, हिंसा, सेक्स अपराध की बढ़ती घटनाएं, असामान्य व्यवहार, टूटते रिश्ते और परिवार, गिरता नैतिक लोकाचार तथा बढ़ता भ्रष्टाचार

आज के मीडिया की विषयवस्तु हैं। रेडियो, टीवी, फिल्म तथा अखबारों के ब्योरे (Contents) इन घटनाओं से भरे पड़े हैं। आज सब इनकी परिभाषा लिखते हैं। वे कहते हैं कि सत्य (Truth) की परिभाषा पिछले 200-250 वर्षों से नये ढंग से नहीं आयी। आधुनिक साहित्य का इतिहास लिखने वाले Kuhn (1970) और दार्शनिक H.L.Brown (1977) कहते हैं, 'सत्य' वर्तमान शताब्दी का उत्पादन नहीं है। 19वीं सदी के महान दार्शनिक Charles Peirce (1878) ने सत्य की परिभाषा यों की थी, 'Opinion which is fated to be ultimately agreed to by all who investigate.' अर्थात् वैज्ञानिक समस्त विरोधाभासों के बावजूद सही पूछताछ के जरिये अगर सभी मस्तिष्क उसे मिलकर ढूँढ़ेंगे तो वह 'सत्य' होगा। Truth is a product of many mind. यानी शोध हमें सत्य के निकट पहुंचाने की वैज्ञानिक प्रक्रिया है। सत्य प्रकृति और समाज में समाहित है। यह समस्याओं का निदान करते हुए मानव को पर्यावरण और वातावरण के साथ समायोजन करने में सहायक होता है। समाज द्वारा स्वीकृत समझे जाने वाले संकेत (Symbols) मस्तिष्क की उपस्थिति सिद्ध करते हैं। जन संचार का समूह एक जीवंत संगठित समूह (Lively organize group) कहलाता है। यह विभिन्न प्रकार के लोगों का अपरिचित समूह होता है। अतः ऐसे लोगों पर अनुसंधान और कार्य करते समय हमें जनसंचार माध्यम के दर्शकों पर वैज्ञानिक और मानवीय अध्ययन करना होगा। इस प्रकार के संचार माध्यमों में पत्रिकाएं, चलचित्र, समाचारपत्र, रेडियो, टेलीविजन, मोबाइल और इंटरनेट आदि एवं आने वाले अन्य नये अध्ययन हो सकते हैं।

आज भी संचार में Interpersonal Communication ज्यादा असरदार है। इसमें Face to face संचार होता है। लघु समूह में इस संचार प्रक्रिया का अच्छा प्रभाव पड़ता है। बाद में अन्य माध्यमों द्वारा इस संचार का विकास और विस्तार होता है। आने वाले समय में कम दाम पर या निःशुल्क हमें अनेक संचार साधन उपलब्ध हो सकेंगे। इस प्रकार स्वरूप को लेकर जन संचार में नये सिद्धांत जन्म ले सकते हैं। संचार क्रांति में अनेक माध्यमों का स्वरूप बदल सकता है। जैसे, हो सकता है कि भविष्य में समाचारपत्रों का वितरण आज की भांति न हो। परंतु मीडिया में शोध करते समय हमें हेरॉल्ड लॉसवेल के मॉडल (1948) का आज भी उपयोग करना पड़ रहा है-

Who कौन?

Say what क्या कहता है?

In which Channel किस चैनल से?

To whom किसे?

With what effect कितने प्रभाव से?

शोध में Who से हमारा तात्पर्य यह है कि संवाद कौन कर रहा है? अर्थात् मीडिया कौन-सा है, टेलीविजन चैनल, रेडियो या समाचार पत्र? Say what का अर्थ है कि संदेश क्या है? यानी

खबर में निहित विषय वस्तु क्या है? In which channel का मतलब है कि मीडिया की टेक्नोलॉजी क्या है? उसके प्रसारण-वितरण की व्यवस्था (Delivery System) क्या है? किसे का मतलब यह है कि पाठक या श्रोता (Audience) कौन है? With what effect का आशय यह है कि संदेश पर श्रोता या दर्शकों ने क्या प्रतिक्रिया की यानी उन पर क्या प्रभाव पड़ा? इन्हीं मुद्दों और बिंदुओं को ध्यान में रखकर शोधकर्ता अनुसंधान की समस्त प्रक्रिया को अंजाम देता है। उसे बाद में Generalize करके प्राकथन करता है।

जनसंचार माध्यम में शोध का कोई प्रतिमान (Paradigm) प्रभावी ढंग से प्रचलित नहीं है, वरन उसके पूर्व प्रतिमान ही शोध इतिहास में दर्ज हैं। अधिकतर शोध मीडिया के प्रभाव का समाज और उसके विभिन्न वर्गों पर असर की जांच-पड़ताल मात्र है या फिर इनमें मीडिया की कार्य प्रणाली दर्शायी गयी है। शोधकर्ता मीडिया जगत में Random Approaches अपनाता दिखाई देता है। मीडिया में शोध की स्थिति निजता लिए नहीं है। जो हैं वे भी अमेरिकी सोच पर आधारित हैं। मौलिक (Basic) व उपयोगी व्यवहार्य (Applied) शोध मात्र विषमीगत (Contextual) वर्णन लिए है। मीडिया के शुद्ध स्वरूप और सिद्धांत की बजाय मीडिया की शक्ति, जन जुड़ाव, व्यापारिक हित, उत्पादन, बिक्री और जनमत प्रभावित करने के हथकंडों पर ही ज्यादा काम शोध क्षेत्र में हुआ है और उसी पर भारी शोध तय किया जाता है।

2.4.1 नागरिक पत्रकारिता एवं संचार शोध :

संचार के क्षेत्र में व्यवहारिकता ने मौलिकता की तुलना में शोध के संदर्भ में ज्यादा प्रभाव डाला है। अनुसंधान क्रियाएं शोध के क्षेत्र में, विशेषकर पत्रकारिता में, जन आंदोलन से जुड़ी रही हैं। या फिर नागरिक पत्रकारिता अथवा NGO के कार्यों के संदर्भ में हुई हैं। परंपरागत पत्रकारिता में, उसके प्रभाव क्षेत्र में काफी परिवर्तन आ गया है-इसमें नागरिक भागीदारी ने जोर पकड़ा है। मुख्य समाचार पत्र प्रतियोगिता एवं नये तकनीकी बदलावों का दंश झेल रहे हैं। अतः पत्रकार उस समुदाय का हिस्सा बन गये हैं जिसकी वे खबरें लाते थे। टू-एजुकेट अब उसका एक लक्ष्य बन गया है। ज्ञान का वितरण, विस्तार और जागरूकता का फैलाव आज की पत्रकारिता के लक्ष्य बनते जा रहे हैं।

2.5 जनसंचार शोध का इतिहास :

प्रोफेसर डेविड के. पैरी (अलबामा यूनिवर्सिटी, अमेरिका) का मत है कि 20वीं सदी के मध्य में अमेरिका में जन माध्यम के सिद्धांतों और शोध कार्यों में काफी काम हुआ। विरोधात्मक शक्तियों ने भी इसे प्रभावित किया। प्रोपेगण्डा के अलावा राजनीतिक एवं व्यापारिक लक्ष्यों को हासिल करने के लिए मीडिया का जमकर उपयोग किया गया। युद्ध में जनमत को सत्ता के पक्ष में लाने के लिए हथकंडे अपनाए गए। यूरोप में अनेक बौद्धिक-चार्ल्स डारविन, सिगमंड फ्रायड तथा

कार्ल मार्क्स ने मीडिया शोध को अपने-अपने काम से प्रभावित किया। डार्विन की परंपरागत वैज्ञानिक विधि संचार शोध में इस्तेमाल की जाने लगी तो सामाजिक परिवर्तन व्यवहार के लिए फ्रायड तथा सामाजिक एवं श्रम शक्ति को लेकर कार्ल मार्क्स के विचारों को शोध का आधार बनाया गया। इस दौरान कृषिनिर्भर देश औद्योगिक क्रांति के दौर में पहुंच रहे थे। प्रिंट मीडिया ने बहुत बड़ी जनसंख्या को साक्षर बना दिया था। सिनेमा लोकप्रिय बन गया था तथा रेडियो जन संचार का रूप ले बैठा था। शोध में नये मीडिया के आने के संकेत मिलने लगे थे। टेलीविजन और कंप्यूटर दरवाजा खटखटा रहे थे। 20वीं सदी के अंतिम दशकों में इंटरनेट और मोबाइल ने लोगों के दिल-ओ-दिमाग पर जगह बनाना शुरू कर दिया था। औद्योगीकरण ने समाज में दूरियां बढ़ा दी। नियंत्रण मशीनों के पास चला गया। समुदाय टूटने लगे। औद्योगिक प्रगति ने समस्याएं उत्पन्न कर दीं। शिल्पकार और दस्तकार घबरा गये। मानवी संबंधों में दरार आने लगी। जन संचार के क्षेत्र में जनमत व प्रभाव को लेकर चिंता होने लगी। शोध में डेवी (Dewey) के प्रभाव को हम सभी जानते हैं। पत्रकार लिपमैन के Public Opinion (1922) का मीडिया शोध पर गहरा प्रभाव पड़ा।

टूटती परंपराओं और औद्योगीकरण के बढ़ते प्रभाव ने दुनिया में प्रगतिवाद को जन्म दिया। नतीजतन वैज्ञानिक सिद्धांतों और नये उपकरणों का इस्तेमाल करके पुरानी परंपराओं को वर्तमान से जोड़ने के प्रयास किये जाने लगे। मीडिया के जरिये डेवी जैसे दार्शनिक समाज को उन मूल्यों की ओर ले जाने की बात सोचने लगे। आज के विद्वान डेवी को संचार सिद्धांत के शुरुआती अमेरिकी सिद्धांतकारों में मानते हैं। डेवी मूलतः न्यू इंग्लैंड के परंपरागत समुदाय के ग्रामीण क्षेत्र से संबंधित थे। उन पर वहां के मूल्यों का भारी प्रभाव था। कार्यकारी लोकतंत्र के लिए उन्होंने जनसंचार माध्यमों के जरिये चिंतन और व्यवहार की एक जमीन तैयार की थी। यथार्थ में उन्होंने आम आदमी के हित चिंतन की राह सुझायी थी। वह विस्तृत आर्थिक हितों की बात करते थे और शिक्षा को भावी आशा और भविष्य का आधार मानते थे। समुदायों की बेहतरी के लिए डेवी Face to face संचार को सवार्धिक महत्व देते थे। वह मानते थे कि यही मनुष्य की प्रसन्नता और खुशी को बढ़ाता है। जबकि लिपमैन न्यू मीडिया और अमेरिकी सरकार के Persuasion तकनीक से भयभीत थे, क्योंकि प्रोपेगण्डा का लाभ सत्ता का मिला, आम जन को नहीं। इसका अध्ययन बाद में Harold Lasswell ने राजनीति और संचार में किया।

मीडिया की शक्ति (Power of the Media) पर 1920-30 के बीच कुछ शोध हुए। जैसे, हरबर्ट ब्लमर ने रेडियो और टेलीविजन के प्रभाव का अध्ययन करने के लिए चलचित्रों का बच्चों पर पड़ने वाले असर पर शोध किया। इसमें उन्होंने गुणात्मक एवं संख्यात्मक (Qualitative and Quantitative) तकनीक को शोधकार्य में अपनाया। केस स्टडी में भी उन्होंने इसका इस्तेमाल किया। वर्ष 1938 में पहला मास प्रसारण 60 लाख लोगों ने सुना। इनमें से 10 लाख लोग रेडियो सुनकर घबरा गये थे। वस्तुतः उस साल प्रसारण के जरिये रेडियो हमला हुआ था। दरअसल यह कार्यक्रम रेडियो ने एक अन्य रेडियो के प्रतियोगी कार्यक्रम को मत देने के लिए प्रसारित किया

था। मीडिया शोध में रेडियो के प्रभाव का यह एक जीवंत अध्ययन था। पर आजकल मीडिया शोध के क्षेत्र में मीडिया प्रभाव को लेकर वैज्ञानिक ढंग से सर्वेक्षण और शोध होने लगे हैं।

उदाहरण के लिए, तंबाकू के निरंतर प्रयोग से कैंसर का तथा यौन संबंधों में एड्स के खतरे से बचने के लिए निरोध के उपयोग का विज्ञापन-शिक्षा स्तर और उम्र के अनुसार अपनी प्रभावशीलता को बढ़ाता है। लेजर्सफील्ड ने संचार शोध में आधुनिक बौद्धिकता का समावेश कर उसे अधिक प्रभावी एवं विश्वसनीय बना दिया है। गणित में डॉक्टर की डिग्री लेने वाले इस शख्स ने मार्केट और बिक्री शोध को प्रबंध एवं मीडिया में महत्वपूर्ण स्थान दिलाने में योगदान किया। इन्होंने अनेक महत्वपूर्ण कारकों का पता लगाया और मीडिया के प्रभाव के सटीक प्रतिमान स्थापित किये। परंपरागत शोधकर्ता के हाथों में मीडिया का पूरा अनुसंधान तंत्र एवं सिद्धांत देने का श्रेय भी उन्हें दिया जाता था। उस समय समाज शास्त्री एवं मनोविज्ञानवादी संचार शोध में अपना सर्वस्व बनाए हुए थे। उसी दौरान मीडिया और संचार के क्षेत्र में एक ऐसे व्यक्ति का पदार्पण हुआ जिसने मीडिया को नयी दशा और दिशा दी। इन्होंने बच्चों, टेलीविजन और विकास जैसे मुद्दों को मीडिया में स्थापित किया।

इन्होंने नव मानवतावादी विचारों को मीडिया में स्थापित किया, साथ ही, शिक्षित और संस्कारी 'इलीट' पैदा करने का मीडिया में काम किया। 1930-40 के दौरान नाजी-विरोधी वामपंथियों के साथ मीडिया के क्षेत्र में फ्रैंकफुर्ट-स्कूल का श्रीगणेश होता है। कार्ल मार्क्स एवं सिगमंड फ्रायड से प्रभावित वामपंथी-समाजवादी विचारधारा वाले ये शोधकर्ता मीडिया शोध पर हावी हो गये थे। कला एवं Humanities के क्षेत्र में इन्होंने आलोचनात्मक शोध को महत्व दिया। मानव के बेहतर भविष्य और गुणात्मक शोध को महत्व देते मीडिया व्यवस्था पर अधिक जोर देते मीडिया संदेश की अनदेखी करने वाले T.W.Adorno इस संस्थान के एक ख्यातिप्राप्त मीडिया शोधकर्ता थे। आलोचनात्मक शोध एजेंडा वर्षों तक यूरोप व अमेरिका के मीडिया शोधकर्ताओं का ध्येय रहा, जबकि व्यवहारिक (Emperical) शोध अमेरिका में अपना महत्वपूर्ण स्थान बरकरार रखे हुए था।

1950-60 के दशक में विज्ञान और वैज्ञानिक शोध विधियां शोध की भागीदारी का नीतिगत हिस्सा बन गयी थीं। इसके दो उद्देश्य थे। एक यह कि नीति तर्कपूर्ण हो। दूसरा, सूचना एवं संदेश की विषयवस्तु का विश्लेषण नीति निर्धारकों को उपलब्ध हो।

शोध में प्राप्तकर्ता समूह की परंपराओं, मूल्यों को ध्यान में रखकर संदेश तैयार करना पड़ता है, इस पर जोर डाला गया। पुराने शोधकर्ता लार्जर्सफील्ड मनोविज्ञान और समाजशास्त्र को तरजीह देते थे, पर धीरे-धीरे विज्ञान और तकनीक महत्वपूर्ण भूमिका विभाग 1960 के बाद शुरू कर दिया था।

बीसवीं सदी के सातवें दशक में Empirical Social Science ने जन संचार पर, विशेषकर शोध के क्षेत्र में प्रभाव डालना शुरू कर दिया था। टेलीविजन माध्यम ने खासकर बच्चों पर अमेरिका में प्रभाव दिखाना शुरू कर दिया था। भारत में सामुदायिक स्तर पर 15 सितंबर, 1959 को दूरदर्शन की आंशिक शुरुआत हुई थी।

1980 के दशक में संचार तकनीक में भारी बदलाव हुए। इस दौरान कई अविष्कार व अनुसंधान हुए। माइक्रो कंप्यूटर ने शोध की एक नई प्रविधि Contextuality (पूर्वापर संबंध) संचार क्षेत्र को दी। इससे शोध का केंद्र ज्यादा परंपरागत होने के साथ यह अन्य आयामों को भी अपने में समेटने लगा। 1990-2000 के दशक में और 21वीं सदी के प्रथम दशक में भारत में भी जनसंचार के क्षेत्र में सौ से ऊपर अच्छे किस्म के शोध विश्वविद्यालयों में संपन्न हुए हैं। पर इनमें से अधिकतर मीडिया के प्रभाव को लेकर है। उनका विषय चयन बड़े क्षेत्र का है, जिसमें शोध की खानापूर्ति की गई है। मात्र कुछ ही मीडिया शोध उच्च स्तर के और व्यावहारिक हैं।

इधर आधुनिक शोध विद्वान J.M.Melead और Beeker ने शक्तिशाली प्रभाव सिद्धांत के साथ-साथ कम महत्व वाले प्रभाव सिद्धांत को भी शोध में महत्व देकर शोध संख्या को मान्यता देने का प्रयास किया। प्रोफेसर David Perru ने इस पर शंका जताते हुए प्रश्न किया है कि शोध में कम प्रभाव वाले विचारों को इतना महत्व आखिर क्यों दिया जा रहा है। खुद ही इसका उत्तर तलाशते हुए वह कहते हैं कि शायद शोधकर्ता मीडिया के मौलिक प्रभाव को अपने सीमित योगदान से जोड़कर शोध की दिशा में समुद्र में बूंदों का काम कर सकें। जैसे बाद के शोधों में यह स्पष्ट हो गया कि टेलीविजन कार्यक्रमों का सीमित प्रभाव होता है, परंतु इसका सामान्यीकरण कितना सही, उचित और सार्वकालिक होता है, यह आज भी विवाद का विषय है।

संचार सिद्धांत की विशेषता है कि विज्ञान द्वारा निर्धारित लक्ष्य को प्राप्त करने में यह सहायक होता है। इससे हम गलत या अशुद्ध को बदल सकते हैं या हटा सकते हैं, अस्थायी तौर पर ही सही उनका वर्णन कर सकते हैं। प्राकथन भविष्य बता सकते हैं, विश्लेषित कर सकते हैं, घटकों पर नियंत्रण रख सकते हैं। संचार सिद्धांत द्वारा ही हम विज्ञान के लक्ष्य को हासिल कर सकते हैं।

शोध का ध्येय- जन संचार वैज्ञानिक शोध तकनीक तीन प्रकार की होती है: (क) प्रयोगवादी (ख) सहसंबंध शोध तथा (ग) वर्णनात्मक

(क) प्रयोगवादी शोध :

इसमें सामान्यतः एक या अधिक घटनाओं का अवलोकन किया जाता है। इसमें शोधकर्ता कई कारणों से रिसर्च डिजाइन का अवलोकन करता है, कई प्रकार के यंत्रों और तरीकों से जांच, माप करता है, उपकरणों का प्रयोग करता है और परिकल्पना की जांच (Test) भी करता है।

(ख) सहसंबंध शोध :

इसमें विभिन्न चरों को नियंत्रित करके शोध के परिणाम प्राप्त किए जाते हैं और उनके संबंधों को आपस में जोड़ा जाता है। टेलीविजन हिंसा से बच्चों में आक्रामक प्रवृत्ति का होना- यह बिना शोधकर्ता के जुगाड़ (Manipulation) अथवा रैंडम नमूने के हों-इसमें चर के कार्यों और प्रभावों को नैसर्गिक यथार्थ स्थिति में घटने देना होता है। इसमें दो चरों का पता किया जाता है और कारण व उसके नतीजे का आकलन यथार्थ में किया जाता है।

(ग) वर्णनात्मक शोध अध्ययन :

इसमें स्वतंत्र या निर्भर चरों का बेबाक वर्णन बिना किसी भेदभाव के किया जाता है। इसमें घटना का वर्णन ज्यों का त्यों किया जाता है।

शोध के इन लक्ष्यों और प्रकारों को मीडिया के संदर्भ में जांचा-परखा और विश्लेषित किया जाता है।

2.6 अभ्यास प्रश्न :

प्रश्न 1. अनुसंधान की मीडिया में क्या आवश्यकता है? अन्य सामाजिक विषयों के शोध मीडिया में कितने प्रचलित हैं?

प्रश्न 2. अनुसंधान परिचय पर लघु टिप्पणी करें।

प्रश्न 3. अनुसंधान (शोध) की वैज्ञानिक प्रक्रिया पर प्रकाश डालें।

प्रश्न 4. मीडिया शोध में डेवी और लिप्पमैन के प्रभाव के बारे में बताइए।

प्रश्न 5. वैज्ञानिक शोध विधियों का उद्देश्य क्या है?

2.7 सारांश :

20वीं सदी में मीडिया पनपा और विकसित हुआ है। अब 21 वीं शताब्दी में मीडिया ने समाज को, पूरी दुनिया को Global Village का रूप दे दिया है। मोबाइल और इंटरनेट जैसे नये मीडिया ने समस्त सीमाओं को तोड़कर हमें इतना निकट ला दिया है कि हमारी मुट्ठी में पूरा संसार आ गया है। आचार-विचार, मन की बात, कारोबार और मनोरंजन-सब हमारी मुट्ठी में रखे मोबाइल से संभव हो जाते हैं।

मीडिया भी तकनीक, उपकरणों और विषय वस्तु (Contents) में भारी बदलाव आ रहा है। उसका प्रभाव हम पर पड़ता है। हमारी आवश्यकताएं, इच्छाएं, संदेश, भावनाएं हम व्यक्त कर

सकते हैं, सुन सकते हैं, कह सकते हैं, देख सकते हैं, लिख और बोल सकते हैं। पुलिस, कानून एवं अन्य प्रकार की सहायता भी ले सकते हैं।

समाज में इस विषय पर अनुसंधान हो रहे हैं। इसे और उपयोगी व लाभकारी बनाया जा रहा है। अखबार, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, मोबाइल या इंटरनेट जैसे माध्यमों के लिए हम कैसे बेहतर उपयोग कर सकते हैं, कैसे-कैसे उनका भरपूर लाभ ले सकते हैं, उनके दुरुपयोग की आशंका से कैसे बचा जा सकता है, उसके दुष्परिणाम क्या हैं, यह समूचा कार्य शोध के जरिये किया जा सकता है। Social Influence Theory या सामाजिक प्रभाव सिद्धांत आज भी बेहद कारगर है और विस्तृत सामाजिक शोध का अपना महत्वपूर्ण स्थान है, जिससे भौतिक व व्यवहारिक शोध अकादमिक एवं व्यवसायिक स्तर पर किये जा रहे हैं।

2.8 शब्दावली :

ग्लोबल विलेज Global Village- परिवहन के इस तीव्र मॉडल का वर्णन मार्शल मैक्लुहान ने संचार के क्षेत्र में प्रकाशित एक ग्रंथ में किया है। उन्होंने कहा कि रेडियो या अन्य इलेक्ट्रॉनिक माध्यम इस तीव्रता से संदेश फैला देंगे कि पूरी दुनिया एक गांव, देहात की तरह लगेगी। कथा और संस्कृति एक कोने से दूसरे कोने में शीघ्रता से पल भर में पहुंच जाएगी और पूरी दुनिया Global Village जैसा लगने लगेगा।

Social Influence Theory-जब कोई किसी दूसरे व्यक्ति या समूह के व्यवहार से प्रभावित होकर उसे प्रसन्नता पूर्वक ग्रहण करता है या उस तकनीक या कार्यप्रणाली को अपनाता है, जो उसकी समस्या का निदान करती है या उसे अपनाने से उसे लाभ होता है। इसे Identification भी कहते हैं। कुछ लोग स्वयं को टीवी या फिल्म के किसी पात्र के साथ अपना जुड़ाव करके वैसा व्यवहार करने लगते हैं। जन संचार का प्रभाव इसमें साफ झलकता है।

2.9 संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. David K. Perry : Theory and Research in Mass Communication, Lawrence Erlbaum Associates, (2008)
2. Annual Review of Broadcasting Research Finding (BBC Publication, London).
3. Biocca, F : New Media Technology and Youth

2.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

1. राय, पारस नाथ एवं राय, सी.पी. : अनुसंधान परिचय, लक्ष्मी नारायण अग्रवाल, प्रकाशन, आगरा।
2. M. Mckeen : Case Study & Project in Communication, Methuen, U.K. 1959
3. Goode & Hatt : Case Study Method of Social Research.

2.11 निबंधात्मक प्रश्न :

1. संचार शोध की विभिन्न विधियों का ऐतिहासिक विवेचना करके व्याख्या करें।
2. वैज्ञानिक शोध पर एक निबंध लिखिए।
3. सामाजिक अनुसंधान किसे कहते हैं? इसकी व्याख्या कीजिए।
4. संचार शोध में नागरिक पत्रकारिता की भूमिका का वर्णन कीजिए।

संचार शोध : कार्य, शोध क्षेत्र, महत्ता, प्राथमिक एवं व्यावहारिक शोध

इकाई की रूपरेखा :

- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 उद्देश्य
- 3.3 संचार शोध कार्य
- 3.4 शोध क्षेत्र
- 3.5 शोध की महत्ता
- 3.6 प्राथमिक शोध अथवा पूर्व शोध
- 3.7 व्यावहारिक शोध
- 3.8 अभ्यास प्रश्न
- 3.9 सारांश
- 3.10 शब्दावली
- 3.11 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 3.12 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 3.13 निबंधात्मक प्रश्न

3.1 प्रस्तावना :

विद्वान मेक्युएल (Dr. Mcquail) ने जनसंचार के कार्यों की सात विशेषताओं का वर्णन किया है- 1. सामान्यतः इसे वरिष्ठ औपचारिक संगठन चाहिए। 2. ये एक बड़ी दर्शक संख्या चाहते हैं। 3. ये आम जन हैं। 4 श्रोता और दर्शक विभिन्नता लिए होते हैं। यह विभिन्नता शिक्षा, उम्र, लिंग, पृष्ठभूमि एवं संस्कृति की होती है। 5. जन संचार स्रोत से दूर अपने श्रोताओं से, जो एक दूसरे को नहीं जानते, भिन्न होते हैं, सीधे संपर्क बनाता है। 6. संचारक एवं श्रोताओं के बीच अपनी जन भूमिका संदेश द्वारा संबंध बनाता है। 7. ये श्रोता आधुनिक समाज में एक विशिष्ट रुचि के साथ जुटते हैं, एक दूसरे को नहीं जानते, बहुत कम अंतवार्ता करते हैं और ढीले तरीके से संगठित होते हैं।

इस इकाई में संचार शोध के अंतर्गत संचार शोध के कार्य, शोध क्षेत्र, शोध की महत्ता, प्राथमिक शोध अथवा पूर्व शोध एवं व्यावहारिक शोध का अध्ययन किया गया है।

3.2 उद्देश्य :

मीडिया की महत्ता को आज सभी स्वीकारते हैं। संचार प्रक्रिया परंपरागत क्रियाओं का संगम है, जिसे मीडिया स्टडी कहा जाता है। Source System स्रोत व्यवस्था, Message System संदेश व्यवस्था, Receiver System ग्रहणकर्ता व्यवस्था, ये सब मिलकर संरचना, प्रक्रिया एवं परिवर्तन के कार्य करते हैं। संचार में संदेश संरचना का बड़ा महत्व है। Sign System अर्थात् चिह्न व्यवस्था, जिसे ग्रीक भाषा में Serology भी कहते हैं, से हमें meaning अर्थात् अर्थ मिलता है। हमारे समाज की हर गतिविधि भाषा और उसकी चिह्न व्यवस्था से होती है। सामाजिक संदर्भों में इन चिन्हों Sign के अर्थ निकाले जाते हैं। सामाजिक क्रिया Social Action तथा भागीदारी Participation द्वारा यह कार्य सम्पन्न होता है। शोध के गेम प्लान Game Plan को हमें स्वरूप प्रदान करना होता है। जन संचार के कार्यों और उस पर हुए शोध का प्रभाव समाज पर पड़ता है, क्योंकि संचार द्विपक्षीय सामाजिक प्रक्रिया है। संचार शोध की प्रक्रिया और उसके परिणामों (Generality) का हम सब पर प्रत्यक्ष, परोक्ष प्रभाव पड़ता है। हमारी दिनचर्या, हमारा कारोबार और हमारी पूरी व्यवस्था संचार से ही तो संचालित होती है।

इस इकाई से हम जान सकेंगे-

- संचार शोध का विस्तृत होता क्षेत्र।
- शोध का महत्व
- शोध का रोडमैप कैसे तैयार करें?
- शोध के प्राथमिक महत्व व प्रकार
- शोध की उपयोगिता एवं स्रोत और उसके व्यावहारिक पक्ष को।

3.3 संचार शोध कार्य :

मीडिया शोध जनसंचार का व्यवस्थित अध्ययन है, जिसमें निरंतर विस्तार, प्रगति और तेज गतिविधियां घट रही हैं। नतीजतन शोध संचार अनुसंधान को अधिक व्यावहारिक,

उपयोगी और अकादमिक बनाने में सहयोग कर रहा है। पहले यह जानकारी कौतुहल भरी होती थी कि अखबार कैसे बनते हैं और तैयार किये जाते हैं या रेडियो का प्रसारण कैसे होता है अथवा फिल्में कैसे बनती हैं? पर अब इतना काफी नहीं है। अब ऐतिहासिक संदर्भों में संचार सेवाओं और व्यवहार की आलोचनात्मक विधि से हम जनसंचार का परीक्षण व अध्ययन करना चाहते हैं कि उससे लोगों एवं अन्य संबंधित विषयों पर क्या प्रभाव पड़ता है, बाजार मूल्यों को वे कैसे प्रभावित करते हैं, प्रेस एवं रेडियो आमजन की सामाजिक आवश्यकताओं की पूर्ति कैसे करते हैं, मीडिया की विषय वस्तु अर्थात् संदेश की रचना और उसमें निहित Contents का चयन व निर्माण कैसे करते हैं? शोध उसमें कैसे सहायता करता है?

शोध द्वारा हम मीडिया नियंत्रकों और स्वामित्व का भी पता लगाते हैं। इसमें चैनल के मालिक की रीति-नीति का भी पता लगाया जाता है। मीडिया की प्रवीणता और प्रभाव का भी आकलन शोध कार्य का महत्वपूर्ण लक्ष्य होता है। श्रोताओं और आम जन की प्रतिक्रिया और response तथा effects of media contents का भी पता लगाना शोध कार्य द्वारा संभव होता है।

अमेरिकी विद्वान राल्फ ओ. नेफजिगर ने अपने प्रसिद्ध संपादित ग्रंथ : पत्रकारिता शोध : विषय प्रवेश में पहले अध्याय में शोध के कार्यों को रेखांकित किया है, जिसे अब संचार माध्यमों के अनुसंधान कार्यों पर सरलतापूर्वक लागू कर सकते हैं।

संचार शोध एक महंगी प्रक्रिया है। इसे करने की आवश्यकता और उपयोगिता क्या है? संचार की अनेक प्रक्रिया लाभ और धन से जुड़ी नहीं होती है। मनुष्य की जिज्ञासा, नया जानने, सुनने, देखने की चाह और मनोरंजन के लिए भी संचार का महत्व है। केवल पैसा और लाभ कमाना ही जनसंचार शोध का काम नहीं है। तब तो एवरेस्ट पर चढ़ने या प्रशांत महासागर को तैरकर पार करने का भी क्या लाभ है? यह सब तो हम अपनी जिज्ञासा को, स्वयं को, अपने व्यक्तित्व को, और अपनी स्वांत सुखाय प्रवृत्ति के लिए करते हैं। ऐसा करने से हमें आनंद मिलता है। संतुष्टि की प्राप्ति होती है। बेशक इससे तात्कालिक कोई भौतिक लाभ नहीं होता है। ठीक ऐसा ही शोध के संदर्भ में भी कहा जा सकता है।

संचार के माध्यम (मीडिया) के गठन और कार्यप्रणाली जानने के बाद अगर हमें उसके स्वामित्व और नियंत्रक का पता लगे तो हम मीडिया से वह प्राप्त कर सकते हैं, जो हम चाहते हैं। इससे समाज पर हम बेहतर नियंत्रण कर सकते हैं। इससे समाज में, परिवार और समुदाय में दो मित्रों और पति पत्नी में बेहद समझ पैदा की जा सकती है। जनकल्याण के बारे में सोचा जा सकता है। एनजीओ (NGO) के प्रबंधक अपने कार्यक्षेत्र एवं लक्ष्यों का अध्ययन करके मानव उपयोगी कार्यों को तरजीह देकर अनेक समस्याओं का निदान कर सकते हैं। शोध कार्य इसमें सहायक हो सकते हैं। हम बेहतर समाज की कल्पना ही नहीं, भविष्यवाणी कर सकते हैं। शोध

द्वारा मानवीय संसार से यह संभव हो सकता है, कारण और निवारण हम शोध द्वारा सरलतापूर्वक हासिल कर सकते हैं।

केवल उपरोक्त कार्यो को नहीं, वरन् हम सामाजिक विकास Social Growth & Development को नई दिशा दे सकते हैं, साथ ही इससे शोध के नये उपकरण Perfection of tools of research for media studies संभव हो सकते हैं।

3.4 शोध-क्षेत्र :

आज मीडिया के बढ़ते प्रभाव ने शोध के क्षेत्र को काफी विस्तृत और व्यावहारिक स्तर पर उपयोगी बना दिया है। पहले इसका उपयोग मात्र लोगों को सूचना, जानकारी देने के लिए था। बाद में शिक्षा, जागरूकता तथा कारोबार को इसमें शामिल कर लिया गया। अब तो बाजार की शक्ति के रूप में, बिक्री के क्षेत्र में, राजनीति और व्यापार के क्षेत्र में, प्रबंधन तथा पर्यावरण के क्षेत्र में मीडिया शोध का असर नजर आने लगा है।

आमजन या श्रोता जानना चाहता है कि मीडिया के कार्यो, उसके विषयवस्तु (Contents) और उसके संदेश (Message) में क्या निहित है, उसका कितना प्रभाव पड़ता है, किस क्षेत्र में ऐसे प्रभाव से परिवर्तन हुआ है।

शासन व्यवस्था एवं मीडिया के विद्वान तथा मीडिया में कार्यरत विभिन्न एजेंसियां अपनी अवलोकन (Observation) क्षमता को विस्तृत कर मीडिया में अपनी प्रवीणता और खोज का लक्ष्य व सफलता को परखना चाहते हैं। वे मीडिया के कार्यो को इन क्षेत्रों में रखकर पता करना चाहते हैं। आदर्श और बेहतर स्थिति की आवश्यकता तथा महत्व और बुरी, गलत एवं गैरकानूनी बातों की पराजय दिखाना ही मीडिया का काम है। इससे जागरूकता के साथ-साथ ज्ञान, सूचना और मनोरंजन के क्षेत्र में सत्य, यथार्थ और अच्छाई की बुराई पर विजय दिखाई जाती है। मीडिया के स्वामी एवं प्रबंधक भी मीडिया का कार्य सफलता का आकलन करना चाहते हैं। इन सभी क्षेत्रों में मीडिया शोध महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

3.5 शोध-महत्ता :

शोध के महत्त्व को एक सफल एवं परिश्रमी शोधकर्ता ही स्थापित कर सकते हैं। अच्छा शोधकर्ता एक सफल शोध की महत्ता के आधार स्तंभ होते हैं। एक शोधकर्ता में सामान्यतः निम्नलिखित गुण होने चाहिए।

1. वैज्ञानिक दृष्टिकोण :

1. उसे Scientific frame of mind होना चाहिए। वह सही, सत्य आंकड़े जुटाए, अपने पूर्वाग्रहों और भावनाओं का गुलाम न हो, न ही ऐसे आंकड़ों को भावना में बहकर शोध में सत्य माने, जो पूरे परिणाम को गलत दिशा में ले जाने वाले हों।
2. वह ज्ञान को ही सफलता का आधार माने।
3. वह काल्पनिक एवं दिव्यदृष्टि वाला हो।
4. वह धैर्यवान और गंभीर हो। मीडिया शोध में धैर्यपूर्वक, गंभीरता से आकलन करने की आवश्यकता होती है, जिससे वह सही लक्ष्य तक पहुंच सकते हैं।
5. त्वरित समझने व निर्णय लेने की शोधकर्ता में समझ होनी चाहिए। वह श्रोताओं से उनके स्तर और स्थिति के अनुसार वार्तालाप करने में सक्षम हो।
6. उसमें विचारों की स्पष्टता हो। शोध कार्य, प्रक्रिया और वैज्ञानिक विधियों के बारे में उसकी अवधारणा स्पष्ट और सटीक हो।

समाज में शोध का महत्त्व तब और बढ़ जाता है, जब शोधकर्ता में शोध से संबंधित विशिष्ट विशेषज्ञता हो, जैसे विषय का संपूर्ण ज्ञान (Knowledge of the subject)। वह उन सब बातों की जानकारी कर ले, संबंधित साहित्य का अध्ययन कर ले, जिस पर शोध कार्य किया जाना है। इस ज्ञान से वह बेहतर प्रश्नावली का निर्माण कर उचित Sschedule तैयार कर सकता है, सही सूचनाओं को एकत्रित कर सकता है।

2. शोध तकनीक :

वह समस्या को उसकी संपूर्णता में तथा सीमाओं को जानता हो। वह उन सभी शोध तकनीकों से वाकिफ हो, जिसका उसे समय-समय पर शोध कार्य को आगे बढ़ाने में उपयोग करना होता है।

उसे व्यक्तिगत रूप से शोध समस्या में जिज्ञासा और रुचि हो तथा सूचनाओं की जानकारी हो। अध्ययन के बल पर स्रोतों से उसका संपर्क हो। इस सबके बावजूद तटस्थता, अपूर्वाग्रह और व्यक्तित्व उसकी सफलता का राज होता है, जिसके बल पर वह शोध की महत्ता को अकादमिक एवं व्यावहारिक क्षेत्र में स्थापित करने में सक्षम होता है।

खुले समाज, लोकतांत्रिक व्यवस्था, प्रतियोगी बाजार में तथा विकासशील देश में मीडिया शोध का जीवन के हर क्षेत्र में महत्व बन जाता है। समाज की विभिन्न समस्याओं, घटनाओं, गतिविधियों का संकलन, चयन, संपादन एवं प्रस्तुतिकरण मीडिया की पहली आवश्यकता है। अखबार, रेडियो या टीवी सूचना व समाचार देकर अपने पाठकों, श्रोताओं एवं दर्शकों को सूचित, शिक्षित व जागरूक करता है। उनका मनोरंजन करना भी उसका ध्येय होता है।

लोकतंत्र में चुनाव पंचायत से लेकर नगरपालिका, विधानसभा एवं लोकसभा (संसद) तक के होते हैं। कॉलेज, विश्वविद्यालय, सोसायटी व मोहल्ला तक के चुनाव होते हैं। लोकतंत्र में चुनाव एक सतत प्रक्रिया है। मीडिया इसमें बढ़-चढ़कर भूमिका निभाता है और आकलन, सर्वेक्षण व बाद में परिणाम देता है। वह विधानसभा और लोकसभा की कार्यवाही भी दर्शाता है।

बाजार की प्रतियोगिता, विज्ञापन का जोर और बिक्री वृद्धि जैसे प्रबंधक क्षेत्र के विषयों में भी मीडिया शोध का भारी महत्व है। शोधकर्ता समस्या के अनुसार शोध की अनेक तकनीकें अपनाते हैं और लोगों पर मीडिया के प्रभाव की जांच-पड़ताल करते हैं, कारण और प्रभाव का पता लगाते हैं।

मनोरंजन का बाजार तो आज के टेलीविजन की दर्शक संख्या (TRP) में प्रतियोगिता और घमासान उत्पन्न करने का दोषी है। अनेक सनसनीखेज एवं लोक लुभावन कार्यक्रम देकर दर्शकों को आकर्षित करने के हथकंडे मीडिया वाले रच रहे हैं। पेड न्यूज (Paid News) यानी पैसे लेकर किसी बात को समाचार का रूप दे देना, खबर में विज्ञापन और विज्ञापन में झूठ-फरेब का समावेश करना कुछ ऐसी ही खामियां हैं, जिससे मीडिया शोध के काम को बढ़ा दिया है। मीडिया की जन विश्वसनीयता (Credibility) पर आंच आ गई है। इन सभी शोध कार्यों द्वारा मीडिया के क्षेत्र में मीडिया के महत्व को प्रतिपादित करने की आज महती आवश्यकता है, जिससे मीडिया अपनी भूमिका को सही ढंग से पूरा करते हुए अपनी साफ-सुथरी छवि का निर्माण करते हुए अपनी भरोसे की स्थिति को अपने दर्शकों में बरकरार रख सके।

3.6 प्राथमिक शोध अथवा पूर्व शोध :

शोध का प्राथमिक लक्ष्य है नये ज्ञान का उदय (Production of new knowledge), जो यह बताए कि संचार कैसे और क्यों होता है। विषय विशेष (Topic) पर पहले से उपलब्ध सूचनाएं हैं। उन्हें बार-बार विश्लेषित करने पर उन रिक्तताओं (Gaps) का पता चलता जाता है, जिसे हम प्रथम दृष्टया नहीं समझ पाते। बार-बार विश्लेषण से मौलिक शोध और चमकदार व धारदार बन जाता है।

किसी ने सही कहा है, Mass Communication is a field of interest, not a discipline. अनेक विषयों का समुच्चय इसमें होता है। अतः इसके सिद्धांत निर्माण प्रक्रिया में समस्याएं आती हैं। इसके शोध में भी यही स्थिति है। Quantitative संख्यात्मक एवं Qualitative गुणात्मक शोध, दोनों का ही प्रयोग इसमें होता है। Hand of soft data इसमें स्वीकार्य है। Reliability एवं Validity की गुंजाइश भी इसमें बनी रहती है। विश्वसनीयता या भरोसे के लिए एक विषय पर दो या दो से अधिक परिणाम इसकी विश्वसनीयता को सिद्ध करते हैं। इसमें एक ही विषय पर एक ही पद्धति से लगभग वही या मिलता-जुलता परिणाम मिले तो इसकी Reliability सिद्ध होती है।

Validity अर्थात् प्रमाणिकता परिणाम की प्रकृति पर निर्भर करता है। पहले से ज्ञात तथ्य और परिणाम की मात्रा कितनी सही और उचित है, शोध में सत्य कितना प्रतिबिंबित होता है, क्या पहले से जो लक्ष्य व उद्देश्य स्थापित किये गए, परिणाम उनकी पूर्ति करता है? अगर ऐसा है तो उसकी Validity पर, शोध पर हम भरोसा करते हैं। परंतु यह प्रमाणिकता और भरोसा मानवीय संबंधों और सामाजिक क्रियाओं में सदैव समान परिणाम नहीं देता। अतः इस वजह से कठिनाइयों का आना स्वाभाविक है। इसलिए शोध में Holistic Approach की जन संचार में महती आवश्यकता है। कहा गया है कि मीडिया की क्रिया-प्रतिक्रिया को एक विशद सामाजिक परिवेश में देखने की जरूरत है। मीडिया का संदेश लोगों से क्या कहता है, यह बात है। इसमें बड़ी बात यह है कि लोग मीडिया से जो संदेश लेते हैं वे विभिन्न स्थानों, स्थितियों, अनुभवों, उपलब्धियों, हुनरों (कौशलों) प्रवीणता एवं आवश्यकताओं के साथ होते हैं। अतः उनकी प्रतिक्रियाओं की भिन्नता शोध के परिणामों को प्रभावित करती है।

शोध के पगः

जनसंचार में अन्य अनुसंधान कार्यों की तरह ही शोधकर्ता को विषय की Mystery को सुलझाना होता है। इस समस्या के निदान के लिए शोधकर्ता का ज्ञान, अध्ययन तथा शोध उपकरण (Tools) उसकी सहायता करते हैं। समस्या की पृष्ठभूमि को समझना शोधकर्ता के लिए अत्यंत आवश्यक है। सबूत के तौर पर उसके पास सूचनाएं एवं स्रोत होते हैं और तर्क द्वारा वह इस Mystery का निदान ढूंढता है।

कोई भी शोध परियोजना शुरू करने से पहले जन संचार के शोधकर्ता को इन पगों को तय करना होता है। 1. वह प्रश्न व समस्या अर्थात टॉपिक Topic जिस पर अनुसंधान कार्य करना है, नियत करना होता है। 2. शोध प्रश्नों को भी उसे तय कर लेना चाहिए, तथा जिन Term या शब्दावली का वह प्रयोग करने जा रहा है, उसे भी निर्धारित कर लेना चाहिए, जिससे कि उसकी अवधारणा Concept स्पष्ट हो जाए। 3. टॉपिक की पृष्ठभूमि से संबंधित सूचनाएं एवं सही स्रोतों की पड़ताल कर लेना जरूरी है। 4. तब सूचनाओं का गठन और मूल्यांकन करना होता है। 5. तत्पश्चात स्रोतों के उपयोग के मानक स्वरूप तैयार किए जाते हैं। पूरे शोध का दारोमदार इस सोपान पर निर्भर करता है।

1. टॉपिक का चयन :

शोध परियोजना बनाते समय यह प्रश्न उठना स्वाभाविक है कि क्या पहले किसी ने इस विषय पर कार्य किया है। अगर हां तो क्या? मैं क्या करना चाहूंगा? शोधकर्ता टॉपिक का चयन करते समय पूरा ध्यान इस संचार क्रिया Specific Communication Context या Phenomenon पर दे, और Variable तय करे कि इस कार्य के लिए कौन से स्रोत उपयोगी होंगे। इसके लिए शोध के जर्नल पढ़े और जमकर लाइब्रेरी का इस्तेमाल करे। इसमें समाचार पत्रों, पत्रिकाओं और वेबसाइट का भी प्रयोग किया जा सकता है। पुनः स्रोत Resource का भी पता करे। शोध के स्वरूप Format की भी कल्पना करे तथा उसे अगर APA*, MLA**, CSIJS*** शैली का भी प्रयोग करना है, इसे तय करे। ऐसा करने से शोधकर्ता को अपने शोध को सही दिशा में बढ़ाने और श्रीगणेश करने में सुविधा होगी।

शोध आप स्वयं के लिए या किसी संगठन के लिए कर रहे हैं, यह स्पष्ट हो तो कोई और भी सहयोग करेगा या साथ देगा। शोधकर्ता को संबंधित साहित्य एवं स्रोत का अध्ययन करना चाहिए। इससे टॉपिक तय करने में मदद मिलेगी।

2. शोध प्रश्न की स्पष्टता :

जब जनरल टॉपिक तय हो जाए तो तदनुसार उपलब्ध सूचनाओं की खोज शुरू कर दी जाए। अपने टॉपिक को एक प्रश्न के रूप में देखा जाए। सूचनाओं के संदर्भ में Key terms तय करके Concept (अवधारणा) को स्पष्ट किया जाए और उन्हें सूचीबद्ध करके परिभाषित कर लिया जाए।

अगर आपको यह ज्ञान अथवा अनुभव होने लगे कि टॉपिक काफी बड़ा ओर विस्तृत है तो हम इसे Narrow या Micro शकल देंगे। Macro शोध काफी विस्तृत, महंगे और अधिक समय

लेने वाले होते हैं। शोध की रणनीति तैयार की जाए, पूरा ध्यान उस पर केंद्रित (Focus) किया जाए, Key Terms परिभाषित एवं स्पष्ट कर लिए जाएं। समस्या की समूची अवधारणा शोधकर्ता के सामने स्पष्ट और लिखित में हो। अवधारणा का एक शोध वृक्ष (जैसे भारतीय परिवार का 'वंश-वृक्ष' तैयार करते हैं) बना लिया जाए। विषय विशेषज्ञों के लेखों, पुस्तकों एवं शोध कार्यों का निरंतर अध्ययन करते रहना चाहिए। अपने प्रोजेक्ट में Communication, नए संदेश, Messages तथा Meaning को शोध का केंद्र बिंदु बना लेना चाहिए।

3. सूचना स्रोत :

शोध का Key Concept जब स्पष्ट हो जाए तब उन सूचनाओं का पता किया जाए। शोध का लक्ष्य ही नये ज्ञान (New Knowledge) का पता लगाना है जो हमें संचार के कैसे, क्यों का उत्तर दे सके। इसके लिए हमें स्रोतों की स्थिति का पता लगाना होता है जिनसे हमारी समस्या का निदान मिल सके।

शोध में कंप्यूटर की महत्वपूर्ण सहायक की भूमिका है। आप शोध के स्रोत की एक लंबी सूची गूगल (Google) या याहू (Yahoo) के सर्च इंजन से सरलतापूर्वक तैयार कर सकते हैं, साथ ही, अन्य माध्यमों का उपयोग कर सकते हैं। पुस्तकालय हमारे सबसे विश्वसनीय मित्र होते हैं। वे हमारी भरपूर सहायता करते हैं। उनका शोध में सूचना स्रोत ढूंढने में उपयोग करना चाहिए। ज्ञान देने वाले स्रोत की कोडिंग कर लेने से हमें काफी लाभ होगा।

प्रसिद्ध विद्वान Ericson R.V. (1919) ने विषय वस्तु विश्लेषण जैसे शोध में Knowledge Providers and Sources of Coding की सविस्तार व्याख्या की थी, जिसका मीडिया शोध में प्रयोग किया जा सकता है:-

1. प्रोजेक्टर में समस्त स्रोतों की संख्या अध्यायानुसार।
2. स्रोत के प्रकार-स्वयं पत्रकार, सरकार, प्राइवेट सेक्टर, प्रतिनिधि संस्थान, विश्लेषक, रपटें, प्राधिकरण, विशेषज्ञ, गुप्त स्रोत, पर्यवेक्षक आदि।
3. स्रोत विषयवस्तु (Source Contexts), जैसे इंटरव्यू, आधिकारिक मीटिंग्स और उसकी कार्यवाही (मिनेटस), प्रेस विज्ञप्तियां, यथार्थ घटना एवं ऐसे अन्य बयान आदि।
4. ज्ञान का प्रकार जो स्रोत से मिला हो (Types of knowledge provided by sources)। जैसे Primary-प्राथमिक (तथ्यात्मक घटना), Secondary (जवाबदेही) या घटना का होना, Why did it happen? वर्णनात्मक प्रश्न/ पूछताछ/मूल्यांकन/ राय (सहमति) अच्छी, बुरी, संस्तुति, हां, ना, या खारिज करना, समर्थन करना आदि।

5. कई स्रोत काफी महंगे होते हैं। कुछ Primary Details होते हैं। उनका उपयोग शोध की परिशुद्धता को बल प्रदान करता है। स्रोत की Coding भी एक महत्वपूर्ण अनुसंधान कार्य है जो परिणाम तक ले जाने में मददगार सिद्ध होता है। Database का अध्ययन व स्रोत की जानकारी Subject Title अथवा Author Search द्वारा की जा सकती है। शोध में संप्रति The World Wide Web का उपयोग शोधकर्ता करने लगे हैं। जैसे :

Search Engine	URL
All The Web	www.alltheweb.com
Alta Vista	www.allavista.com
First Gov	www.firstgov.com
Google	www.google.com
Hot Bot	www.hotbot.com
Yahoo	www.yahoo.com

Site पर जो सूचनाएं होती हैं उनकी परिशुद्धता की गारंटी नहीं होती है। अतः शोध समीक्षकों को उनका मूल्यांकन करने में कठिनाई आती है। इसलिए कई विद्वान Web के उपयोग को पसंद करते हैं। इसमें लोग अपने व्यक्तिगत विचारों को भी मिला देते हैं जो परिणाम की परिशुद्धता पर प्रश्नचिह्न खड़ा कर देते हैं। अनेक ऐसी पुस्तकों, लेखों, संदर्भों की चोरी शोध में की जा रही है। इससे शोध की विश्वसनीयता, मौलिकता तथा परिणाम संदेह के घेरे में आ सकते हैं।

4. सूचनाओं का गठन एवं मूल्यांकन :

शोधकर्ता को संदर्भ सूची (Working bibliography) बना लेनी चाहिए। इसका एक game plan तैयार कर लेना लाभदायक होगा जिसमें आप सूचना का सही गठन करके उनका उचित मूल्यांकन कर सकें। शोध साहित्य का अवलोकन, संदर्भों की सूची, ईस्वी सन या वर्ष, पृष्ठ, प्रकाशन, लेखक, विषय लेख, जर्नल और पुस्तक या कार्यक्रम का नाम, अखबार का नाम आदि दें।

Source book, Journal, Text journal, Webpage, Magazine, Newspaper के बारे में संदर्भ स्पष्ट करें। अंत में अंग्रेजी की वर्णमाला के अनुसार Index का भी उपयोग करें तो बेहतर रहेगा।

3.7 व्यवहारवादी शोध Empirical Research :

व्यवहारवादी शोध वैज्ञानिक ढंग से ज्ञान प्राप्त करने का एक जरिया है। ग्रीस और मिस्र के विद्वान इस मत के कायल थे। सिद्धांत एक प्राकृतिक घटना के होने की स्थापित प्रस्तावना होती है। इसमें हम भविष्य के बारे में भी टिप्पणी कर सकते हैं और वैज्ञानिक अवलोकन द्वारा (वेस्ट एंड टर्नर) इसकी पड़ताल भी। जैसे सिद्धांत का हम परीक्षण कर सकते हैं जो हमारे सामने घटना (Phenomena) से, परिकल्पना (Hypothesis) के रूप में सामने आया है। प्रयोग से या तो हम किसी तथ्य को सही पाते हैं या फिर उसे नकारात्मक पाते हैं। वैज्ञानिक शोध पर अलग से विस्तार पूर्वक अध्ययन की आवश्यकता है।

शोध का लक्ष्य ज्ञान प्राप्ति और जिज्ञासा की पूर्ति मात्र नहीं है, उसका एक लक्ष्य यह भी है कि हम उसे कैसे व्यवहार में लाते हैं। उसके उपयोग से कैसे मानवीय समस्याओं, मत, सोच, चिंतन और प्रभाव को आंका, मापा जा सकता है। व्यवहारवादी या उपयोगितावादी शोध (Applied Research) इस लिए समाज के लिए सर्वाधिक उपयोगी होता है। प्रबंधन, विपणन, बिक्री और वित्त के क्षेत्र में व्यवहारिक शोध पर निर्भरता निरंतर बढ़ती जा रही है। विज्ञापनों के प्रभाव की जांच और उससे बिक्री वृद्धि अब आम बात हो गई है। विज्ञापन मीडिया वाले इस ओर वैज्ञानिक शोध विधियों को Applied Research में बिक्री लाभ के लिए इस्तेमाल कर रहे हैं।

चुनाव लोकतंत्र की रीढ़ होता है। चुनाव पूर्व सर्वेक्षण (Exit Poll) या पार्टी विशेष की प्रभावशीलता का भी हम शोध द्वारा पता लगाकर अपने लक्ष्य को प्राप्त कर सकते हैं। चिकित्सा के क्षेत्र में मीडिया के Applied Research समाज उपयोगी होते हैं। वे समाज की अनेक समस्याओं का निदान प्रस्तुत करते हैं। हिंसक फिल्मों बच्चों को आक्रामक बना देती हैं। अतः हिंसा का टेलीविजन पर किस हद तक प्रदर्शन जायज है, वीभत्स, डरावने, मनुष्य की विवशता वाले और घिनौने चित्र समाचार पत्रों में छापे जाए, मृत शरीरों को टेलीविजन में दिखाया जाए, ये ऐसे सवाल हैं, जिन पर समाज को ऐतराज है। अतः 9/11 के अमेरिकी ट्रेड टावर के विध्वंस में मारे गए लोगों की तस्वीरें टीवी पर नहीं दिखाई गईं। ठीक इसी तरह जापान में सुनामी से हुई तबाही में मनुष्यों की चीख-पुकार और घिनौनी, दर्दनाक हालत को जापान टीवी ने पूरी दुनिया को नहीं दिखाया। अतः शोध हमें यह बताता है कि मीडिया अपने सामाजिक उत्तरदायित्वों का कैसे बेहतर निर्वाह कर सकता है।

समाज के ज्वलंत मुद्दों की समस्याएं मीडिया शोध द्वारा कैसे हल की जा सकती हैं? उनके समाधान हमें भविष्य में कैसे नया मार्ग दिखा सकते हैं?

भूचाल ने जापान में भारी तबाही ला दी। अखबारों में जो चित्र छपा, वह था जापान के एक स्कूल का, जब भूचाल आने पर स्कूली छात्र एक बड़ी मजबूत टेबिल के नीचे अपनी रक्षा में

हिम्मत व धीरज से बैठ जाते हैं और अपनी जान बचा लेते हैं। भूचाल आने पर वे बदहवास नहीं होते, बल्कि बचाव के उपाय को धैर्यपूर्वक अपनाते हैं। यह है सीख जो मीडिया पूरी दुनिया को दिखाना और देना चाहता है।

व्यवहारिक शोध या उपयोगितावादी शोध का मुख्य ध्येय समाजिक सरोकारों से जुड़ा होता है। प्रभाव, परिवर्तन और विकास के मुद्दे पर व्यवहारवादी मीडिया का कैसे इस्तेमाल करें, यह सब इस शोध द्वारा संभव हो सकता है।

मीडिया के प्रभाव एवं प्रक्रिया की जांच करते समय मीडिया के उत्तरदायित्व का पता लगाया जा सकता है। मनोविज्ञान और समाजशास्त्र के साथ थोड़ा-सा राजनीति शास्त्र का पुट मिला दिया जाए तो मीडिया अनुसंधान को व्यवहारवादी बनाया जा सकता है, उसका जनहित में बेहतर इस्तेमाल किया जा सकता है, और अनेक मानवीय समस्याओं का निदान भी ढूंढा जा सकता है। Applied Research तकनीकी क्षेत्र में मीडिया के लिए वरदान सिद्ध हुई है। Disc, F.M. Radio, मोबाइल के अनेक फीचर और 3G, 3D वाली नयी विशेषताओं ने मीडिया के क्षेत्र में नयी क्रांति ला दी है। मजेदार बात यह है कि समाज भी निरंतर बदल रहा है और मीडिया भी। इससे समाज में संचार द्वारा विकास हो रहा है। दिल्ली के CBSE पाठ्यक्रम में वर्ष 2012 से मास कम्युनिकेशन (मीडिया) एक विषय के रूप में पढ़ाया जा रहा है, जो यह सिद्ध करता है कि जन संचार की व्यवहारिक उपयोगिता कितनी बढ़ गई है।

एक जमाना था जब मनोविज्ञानी तथा समाजशास्त्री मीडिया शोध को मात्र सेक्स और हिंसा तक सीमित किए हुए थे। अब स्वास्थ्य, सामाजिक व्यवहार, वैयक्तिक व्यवहार, चुनौतियों और आपदाओं में मनुष्य का साहस व धैर्य न खोना ऐसे विषय मीडिया शोध में शामिल हुए हैं, जो समाज के गठन और विकास में उपयोगी हैं।

टेलीविजन में मनोरंजन के लिए ऐसे धारावाहिक प्रस्तुत किये जा रहे हैं जो हमारे समाज में व्याप्त बुराइयों से हमें निजात दिलाते हैं। कम से कम ऐसे कार्यक्रम हमारी सोच और व्यवहार पर गहन प्रभाव जरूर डालते हैं।

3.8 अभ्यास प्रश्न :

प्रश्न 1. शोध के उद्देश्य पर टिप्पणी करें।

प्रश्न 2. मीडिया अनुसंधान को व्यवहारवादी कैसे बनाया जा सकता है?

प्रश्न 3. जनसंचार की विशेषताओं के बारे में बताएं।

प्रश्न 4. मीडिया शोध का महत्व आने वाले समय में और बढ़ेगा, कैसे?

प्रश्न 5. शोध विषय का चयन करते समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

प्रश्न 6. शोध के स्रोत कौन-कौन हैं? किसी एक का वर्णन करें।

3.9 सारांश :

जनसंचार शोध का प्रत्यक्ष-परोक्ष प्रभाव उसके पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों पर पड़ता है। संचार शोध के कार्यों की एक विस्तृत सूची तैयार करें तो हमारे जीवन की हर गतिविधि पर इसका असर परिलक्षित होता है। मानवीय संबंधों का आधार ही तो संचार है। बिना संचार के हमारी कोई भी सामाजिक गति विधि पूरी नहीं होती है।

लक्ष्य और संकेत, अर्थ और क्रियार्यें संचार द्वारा ही पूरी होती हैं। ज्ञान, बुद्धि, समझ, जागरूकता, मनोरंजन, शिक्षा, स्वास्थ्य यहां तक के बाजार, कारोबार, व्यापार और सामाजिक संबंध सब पर संचार का कोई न कोई रूप दिखाई देता है। हमारी संवेदनाओं का प्रकटीकरण भी संचार द्वारा ही होता है।

शोध में पाया गया है कि हम संचार के बिना रह ही नहीं सकते हम क्रिया-प्रतिक्रिया करते हैं, जिससे समाज का संचालन होता है। हम संचार के प्रभाव में हमेशा रहते हैं।

संचार के शोध कार्य समाज की समस्याओं के निदान और प्रभाव के संदर्भ में नित्य बढ़ते जा रहे हैं। शिक्षा एवं स्वास्थ्य ही नहीं, बाजार बिक्री और प्रबंधन वाले भी मीडिया के महत्व को जान गये हैं और अपना कार्य बढ़ाने में इसका उपयोग करते हैं।

सत्ता, सरकार और शासन व्यवस्था भी समाज पर नियंत्रण स्थापित करने के लिए मीडिया शोध और उसके कार्यक्षेत्र में दिलचस्पी लेती है। लोकतंत्र में विकास और जन भागीदारी मीडिया की मदद से ही संभव हो सकी है।

अतः आज एक सर्वगुणसंपन्न, सफल शोधकर्ता मीडिया के महत्व को स्थापित करने में आशातीत भूमिका निभाता है। मीडिया की विश्वसनीयता की बढ़ोतरी उसके प्रभाव में श्रीवृद्धि करती है। मीडिया की सफलता और जागरूकता का सबसे बड़ा उदाहरण अभी हमें अन्ना हजारे के भ्रष्टाचार विरोधी जन आंदोलन में देखने को मिला। अहिंसक आंदोलन और मीडिया कवरेज ने सरकार को आमजन की बात मानने के लिए विवश कर दिया था।

मीडिया शोध का महत्व आने वाले समय में और बढ़ेगा और उसकी सामाजिक पुष्टि इसकी विश्वसनीयता को और बढ़ाएगी।

3.10 शब्दावली :

Semilogy : यह शब्द ग्रीक भाषा से लिया गया है, जिसे Simenon Sign कहते हैं। यह चिह्न व्यवस्था का सामान्य विज्ञान है। इसका काम संरचना और पुनर्संरचना करना है, जिससे कि Meaning (अर्थ) प्राप्त हो सके। बाद में सामाजिक क्रियाओं-प्रतिक्रियाओं द्वारा किसी भाषा (Language) का निर्माण होता है।

Mass Communication : Seven Characteristics : (जन संचार की सात विशिष्टताएं)-विश्व प्रसिद्ध समाजशास्त्री तथा संचार सिद्धांतों पर महान पुस्तक देने वाले विद्वान Dr. Mequail ने 1969 में अपने ग्रंथ Towards a sociology of mass communication में जनसंचार की सात कार्य संबंधी ऐसी विशिष्टताओं का वर्णन किया है। Mass Communication : 1. Formal Complex organisation, 2. Large Audiences, 3. Informal Public, 4. Audiences Heterogenous, 5. Mass Media Contact, 6. Communication Message is the Base of Relationship, 7. Unique Collection of mankind-Unknown is Each Other, But with a common interest. जैसे मैराथन दौड़ में भागीदार एकत्रित हो जाते हैं। वे लिंग, आयु, शिक्षा, परिवार, पृष्ठभूमि, जाति, संस्कृति से भिन्न होते हैं, मात्र उनकी रुचि (Interest) एक होती है।

3.11 संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. Dr. Mequail : Towards a sociology of Mass Communication, Collier Macmillan, London, U.K. 1969
2. V. N. Valosinov: Marxism and the Philosophy of Language (In U.S. Seminar Paper Semilogy Shows us the Universe of Ideologies Arranged in Codes Sub. Codes), 1973
3. J.D. Halloran : Mass Communication Research Obstacles is Progress (1991), intermedia (1945), New York

3.12 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

1. Lowery De Flour : Miles in Mass Communication Research Longman, New York, London.

2. Jason S. Wrench & Others : Qualitative Research Method for Communication, Pub-Oxford University Press, London, P.P-28-29.

3. राय, पारस नाथ एवं राय, सी.पी. : अनुसंधान परिचय, लक्ष्मी नारायण अग्रवाल, प्रकाशन, आगरा।

3.13 निबंधात्मक प्रश्न

1. मीडिया शोध जनसंचार का व्यवस्थित अध्ययन है, कैसे?
2. संचार शोध के कार्य एवं क्षेत्र संभावनाओं पर अपने विचार उदाहरण सहित विस्तृत रूप से प्रस्तुत करें।
3. एक शोधकर्ता में क्या-क्या गुण होने चाहिए, बताइए।
4. व्यवहारिक शोध से आप क्या समझते? यह समाज के लिए ज्यादा उपयोगी क्यों है?

खण्ड - दो
शोध विधियां एवं मीडिया अनुसंधान

रिसर्च डिजाइन अवयव : प्रायोगिक, अर्द्धप्रायोगिक, फलक चिह्न

इकाई की रूपरेखा :

- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 उद्देश्य
- 4.3 रिसर्च डिजाइन के अवयव
- 4.4 प्रायोगिक शोध के संदर्भ में रिसर्च डिजाइन
- 4.5 प्रयोगवादी डिजाइन
- 4.6 अर्द्ध प्रायोगिक डिजाइन
- 4.7 फलक चिह्न
- 4.8 अभ्यास प्रश्न
- 4.9 सारांश
- 4.10 शब्दावली
- 4.11 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 4.12 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 4.13 निबंधात्मक प्रश्न

4.1 प्रस्तावना :

प्रयोग शोध में आकस्मिक संबंधों का प्रदर्शन संभव है। अनेक कारणों से हम इस शोध प्रक्रिया को अपनाते हैं। इसमें यह जाना जाता है कि क्या स्वतंत्र चर (Independent Variable) अपने आश्रित चर (Dependent Variable) को प्रभावित और परिवर्तित करते हैं। उन दोनों पर शोध पूर्ण होने के पहले से स्थित पूर्ववर्ती चर इन दोनों पर असर डालते हुए शोध के नतीजों को प्रभावित करते हैं या नहीं, अगर ऐसा नैसर्गिक या किन्हीं कारणों से होता है तो वे कारण क्या हैं।

इस इकाई में हम रिसर्च डिजाइन की रूपरेखा जानेंगे, साथ ही इस बात का पता करेंगे कि क्या प्रायोगिक शोध में यह डिजाइन उपयोगी है। डिजाइन से शोध कार्य में कितनी और कैसी सहायता मिलती है? चरों पर कैसे नियंत्रण किया जा सकता है?

मानदंड प्रक्रिया क्या है? रैंडम विधि द्वारा नमूने या सैंपल कैसे लिए जाते हैं, कैसे नापे जाते हैं और कैसे उन्हें विश्लेषित करके प्रस्तुत किया जाता है, परिणाम तक कैसे पहुंचा जाता है? साथ ही Query Experiment पद्धति के अलावा शोध के फलक चिह्नों पर भी अध्याय में चर्चा की जाएगी।

इकाई में रिसर्च डिजाइन (स्वरूप) का खाका प्रस्तुत करने का प्रयास किया जाएगा। यह खाका हम प्रायोगिक शोध के संदर्भ में तैयार करेंगे।

4.2 उद्देश्य :

इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को प्रायोगिक शोध के संदर्भ में रिसर्च डिजाइन, रिसर्च डिजाइन के अवयव, प्रयोगवादी डिजाइन, अर्द्ध प्रायोगिक डिजाइन एवं फलक चिह्नों की जानकारी देना है।

इसके बाद आप जान पायेंगे -

- प्रायोगिक शोध क्या होता है?
- प्रायोगिक शोध में रिसर्च डिजाइन की क्या उपयोगिता है?
- अर्द्ध प्रायोगिक डिजाइन क्या है?
- फलक चिह्न क्या हैं?

4.3 रिसर्च डिजाइन के अवयव :

यह लक्ष्य की ओर बढ़ने का प्रथम सोपान या पहला कदम है। इसमें हम शोध विचार का सृजन करते हैं और उस स्थान को पहचान कर गंतव्य की ओर बढ़ते हैं। गलतियां होती हैं तो रास्ते बदलते हैं और अंततः सही मार्ग पर चलकर लक्ष्य की ओर बढ़ते हैं। हमें न मार्गों का पता होता है, न उसमें आने वाली कठिनाइयों और अनुभवों का। हम नये अनुमान जुटाते हैं। हम नई खोज करते हैं। लक्ष्य सही है या उसमें परिवर्तन की संभावना अथवा गुंजाइश है या उसमें कुछ जोड़ा या घटाया जा सकता है, यही प्राथमिक विचार हमारा दिशा निर्देश करते हैं। इसे ही परिकल्पना कहते हैं।

कोई सिद्धांत ही पहले परिकल्पना होती है। William H. George के अनुसार, 'Theory is cabala Hypothesis. The Hypothesis actually emerges from the Theory.' दोनों ही एक दूसरे पर निर्भर होते हैं। अगर परिकल्पना, जो सिद्धांत का पहला रूप है, सही पायी जाती है, तो वह सिद्धांत बन जाती है। परिकल्पना सूचना व आंकड़ा एकत्रित करते समय बदली भी जाती है।

परिकल्पना निर्माण में सामान्य संस्कृति, सोच और जीवन शैली सहायक सिद्ध होती है। सिद्धांतों का ज्ञान हमारी परिकल्पना की क्रिया को आगे बढ़ाता है और सदृशता या अनुरूपता उसे आगे बढ़ने में सहायता करते दो घटनाओं की समानता बताती है, जिसकी हम जांच और वैज्ञानिक पड़ताल कर सकते हैं। Hypothetic या Emperical Test ही शोध का मौलिक आधार बनता है। Objectivity के साथ-साथ हम Facts (तथ्यों) का वैज्ञानिक विधि से पता करते हैं। आंकड़ों का सत्यापन (Verification) किया जा सकता है और उनका विश्लेषण द्वारा सामान्यीकरण (Generalization) किया जाता है।

परिकल्पना का गठन ऐसा हो कि हमें पूछताछ के बिंदुओं को पता करने में सहायता मिले। अर्थात् Help us to give points to enquiry. हमें दशा-दिशा का सही ज्ञान हो, सही तथ्यों का हम चयन कर सकें और परिकल्पना हमें विशेष निर्णय तक पहुंचाने में सहायक सिद्ध हो सके।

हम प्रयोगवादी शोध में रैंडम निर्धार्य (Random Assignment) द्वारा रैंडम संख्या की स्थिति और स्थान निर्धारित करते हैं, और तब स्वतंत्र चर में बदलाव की बात सोचते हैं।

4.4 प्रायोगिक शोध के संदर्भ में रिसर्च डिजाइन :

शोध डिजाइन में हम यहां अनेक सोपानों और कार्यों के अनुसार उसका स्वरूप तय करते हैं। शोध करते समय रैंडम निर्धार्य (Random Assignment), स्वतंत्र चर में बदलाव, आश्रित चर के मानदंड और नियंत्रण जैसे बिंदुओं पर विशेष जोर देते हैं।

प्रयोगवादी डिजाइन में हम Validity (प्रामाणिकता) को महत्व देते हैं। वैधता यानी प्रामाणिकता को किन बातों से खतरे हैं, इस पर भी ध्यान देने की आवश्यकता को महत्व दिया जाता है।

जहां तक शोध डिजाइन की बात है, प्रयोगवादी शोध के संदर्भ में यह स्वरूप तीन प्रकार का हो सकता है।

1. पूर्व प्रयोगवादी डिजाइन
2. अर्द्ध प्रयोगवादी डिजाइन
3. यथार्थवादी (सत्य) डिजाइन

इन पर हम विस्तार से चर्चा करेंगे। डिजाइन के विभिन्न स्तरों पर वर्णन करते हुए शोध डिजाइन के प्रकार एवं अवयवों का वर्णन करेंगे और उसकी उपयोगिता की भी छानबीन की जाएगी।

प्रायोगिक शोध सभी विज्ञानों की तरह मीडिया में आकस्मिक महत्व रखता है और आने वाले समय में इसका महत्व और आवश्यकता बढ़ती चली जाएगी। इसमें आकस्मिक संबद्धता का प्रदर्शन बेहतर होता है। इसमें शोधकर्ता के पास गुंजाइश होती है कि वह 'स्वतंत्र चर' (Independent Variable) के प्रभाव को देख सके कि क्या एक 'स्वतंत्र चर' एक आश्रित चर (Dependent Variable) में परिवर्तन लाने में सक्षम होता है। सर्वेक्षण द्वारा शोधकर्ता इसका परीक्षण कर सकता है। इसे 'Time Order' कहते हैं। कब यह बदलाव आश्रित चर में होता है, उसके व्यवहार में परिवर्तन आता है, क्या पूर्ववर्ती चर (Antecedent Variable) हमारे परिणाम को प्रभावित करते हैं, पूर्ववर्ती चर, स्वतंत्र चर और आश्रित चर में पहले से ही विद्यमान होता है, शोध के दौरान क्या वह स्वतंत्र और आश्रित चर को किसी तरह से प्रभावित करता है, उसके रास्ते में आता है, ये महत्वपूर्ण बातें हैं। शोध डिजाइन में इन बिंदुओं का ध्यान रखा जाता है।

जब हम मीडिया शोध में प्रयोगवादी डिजाइन की बात करते हैं तो हमारे सामने कई बातें आती हैं, जो उसमें होनी चाहिए। जैसे शोध में रैंडम निर्धार्य, परिवर्तन चर में बदलाव, आश्रित चर पर प्रभाव एवं नियंत्रण तथा मानदंड। इसके बाद आता है शोध का विश्लेषण तथा सामान्यीकरण।

रिसर्च डिजाइन शोध का ऐसा खाका है, जिसमें आंकड़ों, गणित संख्या और सांख्यिकी का व्यवस्थित उपयोग और प्रस्तुतिकरण शोध के नतीजों को प्राप्त करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। अधिकतर लोग प्रयोगवादी परिस्थितियों और विधियों के जानकार नहीं होते। उनके लिए आंकड़े और सांख्यिकी की अवधारणा समझना दुरुह प्रतीत होता है। परंतु डिजाइन द्वारा हम 'समय' (Time) और घटना के होने और सही तालमेल बैठाने में सफल हो जाते हैं।

वैज्ञानिक अध्ययन के लिए शोधकर्ता को सीढ़ी दर सीढ़ी उस दिशा की ओर बढ़ने वाले डिजाइन का सहारा लेना होता है जो लक्ष्य की ओर अग्रसरित होता चला जाए। उसे कुछ मौलिक नियमों का पालन करना होता है।

4.5 प्रयोगवादी डिजाइन :

प्रयोगवादी डिजाइन तीन तरह के हो सकते हैं

1. पूर्व प्रयोगवादी डिजाइन (Pre-Experimental Design)

विशेषकर केस स्टडी विधि में इसका उपयोग होता है। इसमें शोधकर्ता रैंडम सैंपल का प्रयोग करता है तथा स्वतंत्र चर में बदलाव करके लोगों द्वारा आश्रित चर में की गई प्रतिक्रिया का मानदंड तैयार करता है। इस डिजाइन में विश्वास के साथ शोधकर्ता यह नहीं कह सकता कि उसके द्वारा किए गए स्वतंत्र चर में परिवर्तन के

चलते ही आश्रित चर में ऐसी प्रतिक्रिया हुई। इसमें प्रीटेस्ट, पोस्टटेस्ट समूहों पर चर में बदलाव लाकर आंकड़ा हासिल किया जा सकता है।

2. अर्द्ध प्रयोगवादी डिजाइन (Quasi Experimental Design)

इसमें (Cook and Campbell, 1979 के अनुसार) रैंडम रहित सैंपल का उपयोग किया जाता है। इसमें शोधकर्ता पहले से दो समूहों में मिलकर और समान पड़ताल करता है।

3. यथार्थ प्रयोगवादी डिजाइन (True Experimental Design)

कभी-कभी चर समूह का भी शोधकर्ता उपयोग करते हैं। यह शोध की आवश्यकता, क्षेत्र व समय को ध्यान में रखकर किया जाता है। इसे यथार्थ प्रयोगवादी या True Experimental Design भी कहते हैं। इसमें शोधकर्ता भागीदारों (उत्तरदाताओं) को रैंडम पद्धति से एकत्रित करके प्रयोग करता है। स्वतंत्र चर को पूर्णतः परिचालित (Manipulate) करता है, चार प्रकार से इस टेस्ट को संपन्न करता है। प्रीटेस्ट तथा पोस्टटेस्ट रैंडम (Randomized Replication Design) तथा उपरोक्त सोलोमन डिजाइन से निर्णायक समूह पर निर्णय निकाला जाता है। इसमें समय और चर (Variables) के सही आकलन का शोधकर्ता को ज्ञान हो जाता है।

4.6 अर्द्ध प्रयोगवादी डिजाइन Quasi Experimental Design :

प्रयोगवादी शोध में शोधकर्ता को शोध योजना का प्रारूप तैयार कर लेना चाहिए क्योंकि शोधकर्ता मात्र निष्क्रिय दर्शक नहीं होता। उसे अग्रिम योजना और उसका डिजाइन (प्रारूप खाका) बना लेना चाहिए क्योंकि स्थितियों में परिवर्तन लाना उसका काम है। शोध की सभी समस्याएं प्रयोगवादी विधि द्वारा हल नहीं की जा सकती हैं। जैसे विज्ञापन की विभिन्न तकनीकों, प्रशिक्षण, प्रोपेगंडा और कुछ प्रदर्शन प्रयोगवादी पद्धति से जांचे जा सकते हैं। चुनाव के बाद उसे लिपिबद्ध करके भाषाई स्वरूप देना होता है। स्वतंत्र चर तय करने होते हैं, उनमें निहित संभव परिवर्तनों का आकलन किया जाता है, फिर इसे व्यवहार में कैसे लाया जाए, उन पर कैसे काम किया जाए आदि स्थिति, घटना समस्या और चरों पर नियंत्रण आंकड़ों की उपलब्धता आदि के लिए सफल योजना का डिजाइन पाइलट स्टडी (Pilot Study) द्वारा बेहतर बनाया जा सकता है। पाइलट स्टडी में शोधकर्ता नये विचार, व्यवस्था और संभावना का पता लगाता है, कि क्या इस समस्या पर शोध किया जा सकता है। संभावनाओं में सुधार तथा मानदंड के पैमानों में आवश्यकतानुसार बदलाव किया जाता है।

स्थिति व चर में परिवर्तन करना, समस्या, अध्ययन के प्रभाव का पता लगाना, चरों पर अन्य प्रभावों का पता लगाना- यह सब नैसर्गिक नियंत्रण स्थिति में किया जाता है, जिससे कि अन्य बाध्य कारणों (प्रभावों) का असर चर पर भारी न पड़े।

लाभ : इस पद्धति और प्रयोग का सबसे बड़ा लाभ यह है कि इसमें कारण और प्रभाव (Cause and effect relationship) के संबंधों का पता चलता है।

प्रयोगवादी पद्धति अधिक सटीक और परिशुद्ध (Accurate) है। इससे हम चर में मन मुताबिक परिवर्तन कर सकते हैं। इसमें हम अपनी परिकल्पना की भी जांच कर सकते हैं। परिकल्पना की जांच मात्र प्रयोगवादी शोध द्वारा संभव है। अन्य विधि के शोध में ऐसा करना कठिन होता है।

पूरी दुनिया में समान तथा मीडिया जगत में प्रयोगवादी सिद्धांत एवं विधि की स्वीकार्यता सर्वमान्य है, सामाजिक विषयों में बेशक इसकी सीमाएं हैं। ठीक ऐसी ही स्थिति मीडिया शोध में भी है।

वस्तुतः अर्द्ध प्रयोगवादी डिजाइन भी सूचना, आंकड़ों व तथ्यों को चुनने, एकत्रित करने, उनका स्थानीकरण करने और विश्लेषित करने का वैसा ही तरीका है, जो प्रयोगवादी डिजाइन में है। यह उसकी प्रतिच्छाया मात्र है। अलग एवं विशेष बात यह है कि इसमें रैंडम प्रणाली का उपयोग नहीं किया जाता। इसके प्रमुख चार प्रकार हैं -

1. पूर्व एवं उत्तर जांच डिजाइन (Pretest Posttest Design)

प्रीटेस्ट तथा पोस्टटेस्ट का तात्पर्य व्यक्ति द्वारा अर्जित अंक (Score) की सही स्थिति का पता लगाना है। इस जांच के लिए प्रतिभागियों को शोधकर्ता दो समूहों में बांटता है। परिचालन समूह (Manipulation Group)- अर्थात् एक समूह में शोधकर्ता आश्रित चर (Dependent Variable) क-2 और परिचालन चर स्वतंत्र चर के प्रभाव के बाद पुनः आश्रित चर क-2 का पता लगाता है। इसी प्रकार आश्रित चर का प्रभाव सहित (स्वतंत्र चर) क-1 और फिर बिना प्रभाव क-2 के स्कोर की जांच कर चर द्वारा परिवर्तन के प्रभाव को जांचता है।

2. समय धारा (Time Series)

यह डिजाइन शोधकर्ता आधार रेखा अंक के लिए तैयार करता है और इस बात की जांच करता है कि आश्रित चर पर स्वतंत्र चर का प्रभाव कितना और कब तक (कितने समय तक) रहता है। समय धारा डिजाइन में एक समूह गैर रैंडम विधि से जांचा जाता है। इसमें आश्रित चर की जांच क-1 फिर क-2 और अंततः क-3 में की जाती है। फिर स्वतंत्र चर में Manipulation करके उसके असर की आश्रित चर पर चौथी बार क-4 में जांच की जाती है। पुनः आश्रित चर क-5 तथा अंत में क-6 में जांचा-परखा जाता है। समय धारा डिजाइन में आश्रित चर को छह बार मापा जाता है। छह

से अधिक बार (8-10 बार) भी आश्रित चर को मापा जा सकता है, जिससे सांख्यिकी (औसत) सत्यता के निकट यथार्थ परिणाम दे सके।

3. बहुसमय धारा (Multiple Time Series)

समूहों में बंटे प्रतिभागियों के दूसरे समूह की जांच (आश्रित चर) छह बार की जाती है। इसमें स्वतंत्र चर में मैनिपूलेशन नहीं किया जाता है।

4. प्रतिकृति डिजाइन (Replication Design)

इस डिजाइन के जरिये हम एक सबसे बड़ी समस्या का शोध में निदान कर सकते हैं। इसमें प्रतिभागियों को दो हिस्से में बांटते हैं। एक समूह के आश्रित चर और फिर मैनिपूलेशन स्वतंत्र चर, दोनों की जांच की जाती है, जबकि दूसरे समूह के साथ कुछ नहीं किया जाता। फिर समूह के स्वतंत्र चर में परिवर्तन करता है, पहले समूह को शांत रखता है। अब पुनः दोनों समूहों में प्रतिकृति डिजाइन अपनाते हुए दोनों समूहों में आश्रित चर की जांच की जाती है कि दोनों समूह प्रतिकृति से कैसे प्रभावित होते हैं।

4.7 फलक चिह्न Bench Mark :

1. रिसर्च Research शब्द की अवधारणा एवं परिभाषा को स्पष्ट कर लिया जाए।
2. डिजाइन एक ऐसा खाका एवं योजना है जिसमें शोध की प्रक्रिया और विधि का विस्तार से वर्णन हो।
3. समस्त चर और उनकी प्रभावशीलता, गुणवत्ता एवं उपयोगिता तय कर ली जाए।
4. रैंडम निर्धार्य शोध की आवश्यकता पूरी करने वाले हों।
5. प्रयोगवादी शोध में समय व्यवस्था (Time Order) का विशेष महत्व है, अतः सभी चरों का इस संदर्भ में मानदंड कर लेना चाहिए।
6. Manipulation of the Independent Variable- स्वतंत्र चर परिवर्तन के साथ-साथ आश्रित चर की जांच और नियंत्रण महत्वपूर्ण होता है।
7. परिचालन के विभिन्न प्रकारों का उपयोग करना चाहिए।
8. आश्रित चर के मानदंडों को परिभाषित कर लेना चाहिए।
9. प्रयोगवादी शोध में प्रयोग को नियंत्रित करने के लिए।
10. चरों (Variables) की भिन्नता।
11. ऐतिहासिक अभाव (Historical Flaw) 2. परिपक्वता (Maturation) 3. टेस्ट अभाव 4. औसत प्रतिगमन (Regression to the mean) 5. चयन दोष (Selection threat) 6. अपूर्ण पश्चाताप Attrition.
12. प्रयोगवादी शोध में डिजाइन के समस्त प्रकारों का चयन, मानदंड एवं विश्लेषण शोध के लक्ष्य को प्राप्त करने में मीडिया रिसर्च में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

4.8 अभ्यास प्रश्न :

प्रश्न 1. रिसर्च डिजाइन की उपयोगिता पर टिप्पणी करें।

प्रश्न 2. परिकल्पना पर एक नोट लिखें।

प्रश्न 3. सामान्य प्रयोगवादी डिजाइन पर विस्तार से प्रकाश डालें।

प्रश्न 4. बेंचमार्क सावधानियां शोध में कैसे सहायक होती हैं?

प्रश्न 5. अर्द्ध प्रायोगिक डिजाइन क्या है?

4.9 सारांश :

रिसर्च डिजाइन शोध की एक महत्वपूर्ण और सर्वाधिक उपयोगी योजना है। इसके माध्यम से शोध का कार्य जटिल होते हुए भी सरल हो जाता है। रिसर्च डिजाइन हमारे लिए फ्रैंड, फिलॉसफर और गाइड का काम करता है। जब इसके अनुसार रिसर्च के काम को आगे बढ़ाते हैं तो हमें रास्ता मिलता जाता है और अगर कहीं भूलते, भटकते हैं तो यह डिजाइन हमें चरों में बदलने की आज्ञा देता है और हमें लक्ष्य की ओर अग्रसर होने में बेहतर मार्ग दर्शन कराता है। अतः रिसर्च डिजाइन शोध का ऐसा खाका है जिस पर शोध का प्रासाद निर्मित किया जाता है। किसी भी शोध में चरों (Variables) का बड़ा महत्व है और पूरा ध्यान शोधकर्ता इन पर लगाता है। ये वे कारक हैं जिनके जरिये हम समस्याओं की गुत्थियां खोलते हैं कि किस प्रकार स्वतंत्र चर आश्रित चरों को प्रभावित करते हैं। इसका पता लगाते हैं कि पहले से विद्यमान पूर्व प्रायोगिक चर स्वतंत्र तथा आश्रित चरों को कैसे प्रभावित करते हैं।

प्रयोगवादी शोध डिजाइन में सत्यापन एक महत्वपूर्ण क्रिया है। इन चरों को ऐसे कौन-से खतरे हैं जो इसके मार्ग में बाधक बन सकते हैं? सबसे महत्वपूर्ण बात है कि जो आंकड़े, तथ्य व घटना हमें प्राप्त हुई है, उनकी विश्वसनीयता (Reliability) पुख्ता व संशय रहित है। विश्वसनीयता की जांच एक के बजाय दो व तीन स्रोतों से परखी जा सकती है। किसी की विश्वसनीयता उसकी सत्यता पर ही निर्भर होती है। अतः Reliability बिना Validity के प्राणहीन पुतली होती है। Validity is the degree to which the instrument measures what it is extended to measure. सत्यापन का विषय श्रेणी, तथ्य, घटना, वक्तव्य या लिखित/मौखिक वक्तव्य हो सकता है। अतः इसे सत्यापित करने के लिए विरोधाभास, अर्द्धसत्य, दोहरा आंकड़ा या नाकाफी प्रमाण बाधक बन सकते हैं। इससे मानदंड में कठिनाइयां आ सकती हैं।

अगर हमारी परिकल्पना (Hypothesis) गहन अध्ययन से तैयार है तो हमें दिशाहीनता का डर नहीं रहेगा। Emperical Test हमारा साध्य बन जाता है और उसकी प्रक्रियाएं साधन। प्रयोगवादी शोध में Random Assignment (रैंडम निर्धार्य) को हम समय और स्थिति के अनुसार स्वतंत्र चरों (Independent Variables) में बदलाव करते हैं और उसके प्रभाव को शोध के संदर्भ में Dependent Variables का अध्ययन करते हैं।

आंकड़ा संग्रह के लिए हम शोध में इंटरव्यू प्रश्नावली अनुसूची (Schedule) का निर्माण करते हैं और प्रतिक्रियाओं का पता लगाते हैं। समूह और प्रतिभागियों का चयन भी एक शोध की एक महत्वपूर्ण कड़ी है। इसे चुनते समय हमें कौन-से सैंपल का तरीका अपनाना है, यह भी डिजाइन में तय कर लेना चाहिए। शोधकर्ता को Field Observation के समय चौकन्ना और जागरूक रहना चाहिए। तटस्थता के साथ पूर्वाग्रहों से दूर रहकर ही हम तथ्य एवं घटनाओं का मीडिया शोध में पता लगा सकते हैं। शोध डिजाइन में आंकड़ों और तथ्यों का चयन, वर्गीकरण प्रस्तुतिकरण, टेबिल एवं ग्राफ विश्लेषण करने में सहायक होते हैं। इनके जरिये कठिन बातों को सरलता से समझा जा सकता है। विश्लेषण एवं संश्लेषण मीडिया रिसर्च का महत्वपूर्ण पड़ाव है, जहां से सामान्यीकरण (Generalization) करके शोध के निर्णयों की और बढ़ते हैं। भाषा तार्किक दृष्टि से सहज-सरल व सटीक होनी चाहिए, जो समस्या का निदान बताते हुए भविष्य की और संकेत करे।

4.10 शब्दावली :

चर Variables : स्वतंत्र चर (Independent Variables), आश्रित चर (Dependent Variables) जो पहले से विद्यमान हो।

Antecedent Variables : प्रयोग से पूर्व होने वाले चर, जो स्वतंत्र चर या आश्रित चरों को प्रभावित करते हैं।

Control : ऐसी प्रक्रिया जिसमें किसी व्यक्ति के पूर्वाग्रहों के चलते शोध में बाधा न आए, ऐसी स्थिति पर नियंत्रण किया जा सकता है।

Data : संग्रहित आंकड़ा जो स्वतंत्र अथवा आश्रित चर से प्राप्त हुआ हो और बाद में जिसका उपयोग सांख्यिकी के लिए किया जा सके।

Experimental Group : शोध में प्रतिभागियों का ऐसा समूह जिन पर स्पष्ट रूप से शोधकर्ता परिवर्तन हेतु Manipulation करता है।

Hypothesis : स्वतंत्र चर एवं आश्रित चरों के आपसी संबंधों की संभावित स्थिति को व्यक्त करना।

Independent Variables : ऐसा स्वतंत्र चर जिसका संख्या (गणितीय) मूल्य अन्य चरों के मूल्यांकन का मानदंड करने का आधार बने।

Pilot Test (Study) : एक लघु अध्ययन टेस्ट जिसमें शोधकर्ता सर्वे व शोध के द्वारा प्रभाव प्रक्रिया का पता लगाता है।

Replication : किसी विशिष्ट विषय पर और गहन शोध।

Sample : इकाई जिसका शोध में प्रयोग करते हैं।

Validity : जो मानदंड तैयार करना है या जिसके इरादे से मानदंड करना है।

4.11 संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. Jason S. Wrench & Others : Quality Research methods for Communication, Pub-Oxford University Press, London, P.P. 259
 2. Dr. S. R. Bajpai : Social Survey & Research, Kitab Ghar, Kanpur-3, U.P.
-

4.12 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. राय, पारस नाथ एवं राय सी.पी. : अनुसंधान परिचय, लक्ष्मी नारायण अग्रवाल, प्रकाशन, आगरा।
 - 2 M. Mckeon : Case Study & Project in Communication, Methuen, U.K, 1959.
 - 3 Goode & Hatt : Case Study Method of Social Research.
-

4.13 निबंधात्मक प्रश्न :

1. प्रायोगिक शोध के बारे में विस्तार से बताइए।
2. रिसर्च डिजाइन शोध में महत्वपूर्ण भूमिका कैसे निभाता है?
3. शोध पूर्व योजना पर विचार लिखें और एक रिसर्च डिजाइन का काल्पनिक खाका प्रस्तुत करें।
4. परिकल्पना से आप क्या समझते हैं? किसी शोध विषय के लिए परिकल्पना कर एक शोध डिजाइन तैयार कीजिए।

अनुलंब अध्ययन पैनल, केस अध्ययन एवं सहसंबंध डिजाइन

इकाई की रूपरेखा :

- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 उद्देश्य
- 5.3 मीडिया शोध का इतिहास
- 5.4 5.4.1 अनुलंब अध्ययन
 - 5.4.2 पैनल डिजाइन
- 5.5 केस स्टडी (अध्ययन)
- 5.6 सह संबंध (अन्योन्य संबंध)
- 5.7 अभ्यास प्रश्न
- 5.8 सारांश
- 5.9 शब्दावली
- 5.10 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 5.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 5.12 निबंधात्मक प्रश्न

5.1 प्रस्तावना :

पत्रकारिता के इतिहास का भी विशेष महत्व है। छपे हुए शब्दों ने आधुनिक सभ्यता की संरचना को नया स्वरूप प्रदान किया था। छापाखाने ने यूरोप में पहले और बाद में पूरी दुनिया में जागृति ला दी। प्रेस राजनीतिक और सामाजिक परिवर्तनों का वाहक बन गया। समाचारपत्र-लोकतांत्रिक व्यवस्था के वाहक और पोषक बने-अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की पूरी लड़ाई में प्रेस की भूमिका लोकतंत्र के महल की नींव साबित हुई।

शोधकर्ताओं का कर्तव्य है कि वे प्रिंट मीडिया के महत्व, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की पहुंच और नए मीडिया की उपयोगिता को शोध द्वारा ऐतिहासिक संदर्भों में स्थापित करें और बेहतर

भविष्य का अनुमान करें। इस यूनिट में ऐतिहासिक विधि के अलावा केस स्टडी और सह संबंध डिजाइन (Co-relation Design) पर भी चर्चा की जाएगी।

5.2 उद्देश्य :

किस तरह शोध के काम में अनुलंब, अनुरूप, एवं पैनल अध्ययन कैसे सहायक हो सकते हैं। इस अध्याय में केस स्टडी को भी समझाया जाएगा और शोध में उसके महत्व को स्थापित करने का प्रयास किया जाएगा। Co-relation Design द्वारा हम कैसे शोध कार्यो की विवेचना बेहतर ढंग से कर सकते है, यह भी इस इकाई में खोजने का प्रयास किया जाएगा। साथ ही कुछ तकनीकी शब्दावली द्वारा विषय को समझने की कोशिश भी इस इकाई का उद्देश्य है।

इस इकाई से आप-

- मीडिया शोध का इतिहास जान सकेंगे।
- अनुलंब अध्ययन के बारे में जान सकेंगे।
- पैनल डिजाइन क्या है?
- केस स्टडी (अध्ययन) कैसी होती है?
- सह संबंध (अन्योन्य संबंध) क्या है?

5.3 मीडिया शोध का इतिहास :

जन संचार शोध को अपना वर्तमान समझने और भविष्य संवारने के लिए बीते कल को खंगालना होगा। मास कम्युनिकेशन के शुरुआती 5-6 दशक तक समाज विज्ञान के भीतर मीडिया के प्रभाव पर ही काम होते रहे। जो भी चर्चा हुई मीडिया के प्रभाव की समाज पर, बच्चों पर, महिलाओं पर, सैनिकों या आम लोगों पर, मीडिया का असर सेक्स व हिंसा के संदर्भ में। जनमत बनाने या विज्ञापन का असर जांचने के लिए शोध किए गए। इस मामले में एक पक्षीय संचार प्रभावी रहा। वस्तुतः इसके मौलिक प्रणेता थे क्लाउड शेनन, जिन्होंने संचार का गणितीय सिद्धांत प्रतिपादित किया। उनका यह सिद्धांत बौद्धिक जगत में ऊंचे सिंहासन पर विराजमान होता नजर आया। मीडिया का प्रभाव बीसवीं सदी में सबके सिर पर चढ़कर बोल रहा और आज भी इसका प्रभाव क्षेत्र बढ़ता ही जा रहा है।

मीडिया के कई क्षेत्रों में सिद्धांत की सचाई को दरकिनार कर मीडिया के प्रभाव को महत्व देते हुए इस मॉडल की विवेचना अपनी सुविधा से कर डाली और उसे मीडिया प्रभाव के साथ जोड़ दिया ः

1. स्रोत पर
2. चैनल पर
3. संदेश
4. प्राप्तकर्ता

इन चारों पर ही अलग-अलग शोध किया गया। शैन्न के प्रतिपुष्टि (Feedback) जैसे महत्वपूर्ण चर की अनदेखी की गई थी, क्योंकि 'प्रभाव' (Effect) को प्रभावी बनाने के लिए प्रतिपुष्टि (Feedback) शोधकर्ता के लक्ष्य में बाधक बन सकती थी। 1980 में यह माना गया कि मानव संचार का तात्पर्य ही है सूचना का अर्थ बोध, वरना उसका कोई महत्व नहीं है अतः शोध को भी ऐतिहासिक संदर्भों में समझाने की जरूरत है। ऐतिहासिक मीडिया अध्ययन बीते काल के मीडिया महत्व और प्रभाव को समझाता है और ऐतिहासिक उपादेयता को प्रतिपादित करता है। जनसंचार के इतिहास का भी उसके विकास और प्रभाव में उतना महत्व है जितना आज उसके लिए नई तकनीक का। मानव संचार इतिहास का उत्पाद भारत के पूर्व राष्ट्रपति तथा बनारस हिंदू यूनिवर्सिटी के वाइस चांसलर डॉ. राधाकृष्णन ने प्रतिपादित किया है।

मीडिया इतिहास-किसी भी मीडिया (प्रिंट, फिल्म, रेडियो, टीवी, मोबाइल, इंटरनेट) की औपचारिक शिक्षा के लिए महत्वपूर्ण होता है उसका इतिहास, जो हमें उस विषय की उत्पत्ति, विकास एवं परिवर्तनों, प्रभावों और उपयोगिता से अवगत कराता है। जॉन डेवी (Johan Dewey) मानव को ऐतिहासिक संदर्भ में आंकते हैं अतः मीडिया इतिहास का अध्ययन शोध विषय को जानने, समझने के लिए महत्वपूर्ण है जो उसके विकास के साथ उसके कार्य और प्रभाव पर भी प्रकाश डालता है कि कैसे प्रिंट मीडिया सामाजिक एवं राजनीतिक परिवर्तन और चेतना का कारक बनता है, कैसे ज्ञान और शिक्षा के विस्तार और सामाजिक परिवर्तन में प्रिंट मीडिया की भूमिका शोध का विषय हो सकती है।

प्रिंट मीडिया के वाहक एवं प्रणेता पहले उच्च स्तर थे। साहित्यकार, लेखक, या अच्छे विश्लेषक प्रोफेसर जो जीवन के बारे में लिखते थे। तब के विज्ञापन समाज के कार्य, विचार, पहनावा और उपयोग के बारे में बताते थे। उसका अपना दर्शन था- सांस्कृतिक मूल्य, मीडिया ज्ञान और उसके व्यवहारिक लाभ। किसी अखबार (समाचार पत्र) की सफलता तथा दूसरे की नाकामयाबी भी शोध का विषय हो सकती है। वर्ष 1996 के बाद दैनिक भास्कर पत्र समूह में निरंतर विकास और वृद्धि हुई। एक प्रदेश (भोपाल, मध्य प्रदेश) से शुरू होकर इस समाचार पत्र ने कई प्रदेशों की सीमाओं को लांघा और आज हिंदी राज्यों में उसके 40 से अधिक समाचार पत्र प्रकाशन केंद्र हैं- हिंदी, गुजराती और अंग्रेजी के अतिरिक्त एक दशक के अल्पकाल में इस पत्र समूह ने एफ.एम. रेडियो और टेलीविजन मीडिया में भी अपनी धाक जमा ली।

इतिहास शोध का लक्ष्य भूतकाल की व्याख्या करना है। सांस्कृतिक अर्थों की व्याख्या दुरुह कार्य है। परिभाषा में प्रयुक्त शब्दों की शक्ति और छवि का चयन भी सरल कार्य नहीं है। समय के साथ शब्दों के अर्थ और भाव में अंतर आता है किसी भी विषय का इतिहास-विज्ञान नहीं होता, परंतु हाल के वर्षों में इतिहास लेखन में भी कुछ वैज्ञानिक तकनीकों के अच्छे परिणाम आए हैं। इतिहास शोध महत्वपूर्ण बनते जा रहे हैं। ऐतिहासिक स्रोतों का पूर्वाग्रह रहित प्रयोग विषय को नए आयाम देता है।

इतिहास शोध में रिकार्ड, पत्र, छपी-लिखी चिट्ठियां, दस्तावेजों के पट्टे और कानूनी फैसलों, फतवों, निर्णयों और लिखित आख्यानों का स्रोत के रूप में तटस्थ महत्व होता है। नई सामग्री की खोज व परिभाषा पूर्व के इतिहास को बदल सकती है और पहले से व्याप्त धारणाओं और विश्वासों की नये तरीके से व्याख्या कर सकती है।

भारत में 1948 के आसपास डॉ. रामरतन भटनागर ने इलाहाबाद विश्वविद्यालय से एक ऐतिहासिक मीडिया शोध किया था, जिसमें हमें हिंदी पत्रकारिता के पूर्व और आरंभिक समाचार पत्रों की स्थिति, कार्य प्रणाली, भाषा, प्रस्तुति और प्रभाव का चित्रण मिलता है।

हिंदी का पहला और भारत में अंग्रेजी का पहला साप्ताहिक समाचार पत्र हिव्की गजट या कोलकाता जनरल एडवरटाइजर कोलकाता की नेशनल लाइब्रेरी में उपलब्ध है। आजकल सभी समाचारपत्रों, पत्रिकाओं और मैगजीनों की माइक्रो फिल्म सरलतापूर्वक बन जाती है, जिन पर अब शोध करना सरल हो गया है।

1. स्रोत सामग्री (Source Material) : उचित पुस्तकालय सुविधा- पुस्तकालयों में माइक्रो फिल्मों द्वारा मैगजीन, समाचार पत्र, परिशिष्टों का संकलन तथा ऐसी सामग्री जो मीडिया रिसर्च में लाभकारी है, उसकी सुविधा हो। अनेक समाचार पत्रों के अपने पुस्तकालयों में विषयानुसार, जैसे: क्रिकेट, बाढ़, दुर्भिक्ष, दहेज मृत्यु/प्रताड़ना आदि की खबरों की कतरनों की फाइलें भी होती हैं, जिनका उपयोग किया जा सकता है। ई-न्यूजपेपर्स-शोध सुविधा में वर्तमान की ताजा सूचनाएं उपलब्ध होने लगी हैं। भौतिक सामग्री तो पुस्तकालयों में ही उपलब्ध है। शोधकर्ता को ऐतिहासिक मीडिया सामग्री के स्रोतों की भी जानकारी और सूची हो।

सामग्री की व्याख्या और मूल्यांकन शोध की महत्वपूर्ण कड़ी है। मीडिया इतिहास लेखन अन्य विषयों के इतिहास लेखन की तुलना में ज्यादा पेचीदा काम है। शोधकर्ता की मजबूत पृष्ठभूमि, अध्ययनशीलता और अनुभव ही उसे सफलता के द्वार तक ले जा सकते हैं। कहा गया है कि यह जंजालों से भरा कठिन काम है। मीडिया इतिहास-शोधकर्ता अगर व्यावहारिक पत्रकारिता से जुड़ा हुआ व्यक्ति रहा हो तो मूल्यांकन की परिशुद्धता रखने में आसानी होगी। समाचार में निहित संबंधित सामग्री का विश्लेषण भी वह बुद्धिमत्तापूर्वक कर सकेगा। उसमें ये गुण निहित होना आवश्यक हैं-

1- समाचार संकलन की पूरी जानकारी और समाचार संचार प्रक्रियाओं का अनुभव 2- समाचार पत्र और मैगजीन द्वारा खबरों और लेखों का समुचित प्रयोग पद्धति का ज्ञान 3-समाचार पत्र की भाषा, पढ़ने और समझाने की क्षमता आवश्यक 4-पत्रकारिता (मीडिया) के इतिहास के अतिरिक्त शोधकर्ता का सामान्य इतिहास और नगर (शहर) क्षेत्र विशेष की पूरी ऐतिहासिक जानकारी हो, जहां से पत्र/पत्रिका का प्रकाशन हुआ हो जिससे कि स्थानीय योगदान के साथ सही ऐतिहासिक योगदान हो सके। 5-अगर पत्रकार उस समाचार पत्र संगठन में कार्य करता है और उसकी नीतियों का वह विरोधी रहा है, तो वह मीडिया इतिहास के साथ सही न्याय नहीं कर पाते। समाचार पत्रों के इतिहास शोध नये शोधकर्ताओं के लिए मील का पत्थर साबित हो सकते हैं- शोधार्थियों को इनका अध्ययन जरूर करना चाहिए।

भारत में संपादकों का बड़ा महत्वपूर्ण योगदान रहा है। उन पर शोध कार्य इस कड़ी में किया जा सकता है। यह कार्य काफी उपयोगी और रुचिकर होगा। हिंदी में प्रसिद्ध पत्र 'आज' (वाराणसी) पर दो शोध हो चुके हैं। इस पत्र के संपादक बाबूराव विष्णु पराडकर पर भी शोध कार्य हुआ है। समाचार संकलन करने वाली समाचार समितियों (न्यूज एजेंसियों) पर भी शोध कार्य किया जा सकता है। संपादकों की जीवनी, तहलका जैसा खोजपूर्ण कांड और बाद में 2 जी स्पेक्ट्रम या कॉमनवेल्थ खेलों के घोटाले मीडिया में शोध के विषय हैं। विकिलीक्स ने अनेक घटनाओं को उजागर किया है। मीडिया ने उन्हें छापा है। एक ही विषय पर विभिन्न समाचार पत्रों द्वारा प्रकाशित खबरों पर कार्य किया जा सकता है। मीडिया इतिहास शोध का उच्च स्तरीय अकादमिक मूल्यांकन होना चाहिए।

2. मीडिया शोध का भविष्य : समय आ गया है जब हमें विशेषीकृत समाचार पत्रों जैसे-आर्थिक पत्र, बच्चों की पत्रिकाएं, फिल्म, विज्ञान, कृषि, उद्योग की पत्रिकाओं आदि का ऐतिहासिक शोध करना चाहिए। रेडियो का एफएम चैनल, क्षेत्रीय चैनल, केवल टी.वी., खेल के चैनल ऐसे क्षेत्र हैं जिन पर ऐतिहासिक विधि द्वारा मीडिया के उद्भव पर शोध कार्य किया जा सकता है। कम्युनिटी अखबारों पर शोध का खाली क्षेत्र हमारे सामने पड़ा है। समाचारों के नये विषय और स्रोत और उनकी गतिविधियों की लेखन शैली, नये आयाम और समाचार पत्रों का बदलता स्वरूप ऐसे महत्वपूर्ण ऐतिहासिक बिंदु हैं, जिन पर शोध की भविष्य में भारी गुंजाइश नजर आने लगी है। मीडिया में मौलिक शोध की महती आवश्यकता है। क्षेत्रीय और सामुदायिक पत्रों का इतिहास लेखन क्षेत्रीय साहित्य की श्रीवृद्धि करेगा।

5.4.1 अनुलंब अध्ययन (Longitude Study) :

जब हम सर्वे शोध के डिजाइनों का अध्ययन करते हैं तो दो प्रकार के डिजाइन अध्ययन हमारे सामने आते हैं।

1-त्रियक अनुभागीय अध्ययन (Cross Sectional)

2-अनुलंबीय अध्ययन (Longitudinal)

त्रियक अनुभागीय अध्ययन में शोधकर्ता प्रतिभागी समूह से एक नियत समय पर जानकारियां एकत्रित करता है। शोधकर्ता अनेक बातों पर प्रतिभागियों की प्रतिक्रिया का पता लगता है, पर इसमें समय की प्रतिबद्धता रहती हैं। प्रतिभागी में परिवर्तन समय-समय पर होते रहते हैं। इसका अध्ययन हम अनुलंबीय डिजाइन द्वारा सरलतापूर्वक कर सकते हैं। हम परिवर्तन और संबंधों का अध्ययन आकस्मिक ढंग से नहीं करते, बल्कि विभिन्न कालों में करते हैं और इसमें कई प्रक्रियाएं अपनाते हैं, जैसे-

आयाम डिजाइन (Trend Design) : इसमें परिवर्तन के लिए अलग-अलग लोगों का विभिन्न समय कालों में अध्ययन किया जाता है। जैसे 26/11 हमले पर तत्काल फिर एक सप्ताह या एक माह बाद परिवर्तन का अध्ययन करना। दो अलग समूहों पर अध्ययन ट्रेंड डिजाइन में हो सकता है। एक ही घटना के बारे में तत्काल लिए गए समूह सैंपल के विचार और फिर उसी घटना के बारे में कुछ समय के अंतराल के बाद लोगों के सैंपल की प्रतिक्रिया को जाना जाता है और परिवर्तन का पता लगाया जाता है।

5.4.2 पैनल डिजाइन (Panel Design) :

अनुलंब अध्ययन विधि के तहत आयाम-डिजाइन की तरह ही यह एक दूसरा डिजाइन है, जिसे पैनल डिजाइन कहते हैं। एक मत के अनुसार इसमें उन्हीं प्रतिभागियों को लिया जाता है, जो समय-समय पर एक अंतराल के बाद परीक्षण के लिए सहमत हो जाते हैं। एक उदाहरण में कुछ शोधकर्ता-वैवाहिक विवादों का अध्ययन करने के लिए कुछ युवाओं को तैयार करते हैं (यह काम पैसा देकर किया जाता है) कि विवाह के बाद हर तीन महीने/छह महीने बाद वे उन बातों को बताएं कि विवाह के बाद वैवाहिक तनाव से उन्हें गुजरना पड़ता है। ऐसे वैवाहिक जोड़े किन-किन तनावों से गुजरते हैं, वे तनाव क्या हैं और वे उन तनावों से कैसे निजात पाते हैं या उनका हल कैसे करते हैं, ऐसा शोध अध्ययन चलता रहता है। शोधकर्ता के अध्ययन के आधार पर वैवाहिक तनाव बदलते समय के अनुसार उसके हल, रणनीति और जीवन में आये बदलाव का पता चलता है। जब यह प्रक्रिया बार-बार दोहराई जाती है, तो वैवाहिक तनावों में वक्त के साथ कैसे परिवर्तन आया, यह हम जान पाते हैं।

मीडिया में, रेडियो-टी.वी. में एक समस्या पर विभिन्न विचारों वाले जाने-माने लोगों को बुलाकर, विभिन्न विचारों, नीतियों और प्रतिक्रियाओं से श्रोताओं और दर्शकों को रूबरू कराया जाता है। इससे मीडिया में पैनल डिजाइन द्वारा विषय विशेष पर राजनीतिक लोगों, पत्रकारों या साहित्यकारों की प्रतिक्रियाओं की, जिसमें उस विषय के विशेषज्ञ भी होते हैं, जानकारी प्राप्त की जाती है।

दीर्घ और लघु समयावधि में परिवर्तनों का पता लगाने के लिए ट्रेंड डिजाइन और पैनल डिजाइन के बीच का रास्ता अनुलंब अध्ययन में निकाला गया है, जिसे Accelerated Longitudinal Design की संज्ञा दी गई है। अनुलंब अध्ययन 5-10-20-25 वर्षों तक जारी रहता है। इसमें 20 साठ-पैंसठ वर्ष के प्रतिभागियों से उन सवाल्यों पर प्रतिक्रिया ली जाती है, जो उनसे कभी बीस वर्ष की उम्र में पूछे गये थे। इससे समय और परिवर्तन का मानदंड हमारे सामने आता है कि किस प्रकार समय का व्यक्ति के आयु समूह तथा विभिन्न आयु के लोगों पर परिवर्तन का प्रभाव पड़ता है।

5.5 केस स्टडी :

वैज्ञानिक शोध विधियों को हम प्रायः दो भागों में बांट सकते हैं। पहली है सांख्यिकीय विधि तथा दूसरी है केस स्टडी विधि। सांख्यिकीय विधि में बड़े पैमाने पर आंकड़े व तथ्य एकत्रित किये जाते हैं। जबकि 'केस स्टडी' का गहन अध्ययन करने के लिए कम लोगों, तथ्यों और आंकड़ों को एकत्रित किया जाता है। कभी-कभी तो यह मात्र एक समस्या और केस तक ही सीमित रहता है। केस स्टडी गहन अध्ययन की प्रकृति वाला शोध कार्य है। इसका अध्ययन क्षेत्र सीमित परंतु गहराई वाला होता है। इसमें किसी भी समस्या के समस्त पहलुओं और कोणों का हर प्रकार से अध्ययन किया जाता है।

परिभाषा : प्रसिद्ध विद्वानों ने केस स्टडी की परिभाषा अपने विचारों के अनुकूल कई प्रकार से की है-प्रायः यह समस्या सुलझाव की ऐसी प्रक्रिया है, जिसमें छात्र, सुपरवाइजर, मैनेजर आदि मिलकर एक केस विशेष की समस्या के हल के लिए परिणाम के समस्त पहलुओं को एकत्रित करते हैं और उसे अपने कार्यों या निर्णय से सफल बनाते हैं। जैसे, उद्योग जगत में औद्योगिक केस स्टडी लें, जिसमें कर्मचारियों ने कामकाज का बहिष्कार किया है। लोगों में तनाव है, प्रबंधन और कर्मचारियों में संवादे टूट गया है। इसे पुनः पटरी पर लाने का समस्त शोधकर्ता समूह का प्रयास ही केस स्टडी कहलाता है। शोध समस्या को ध्यान में रखकर उससे संबंधित समस्त आंकड़े उस इकाई के हल के लिए इकट्ठा कर विश्लेषित किए जाते हैं।

मीडिया शोध में एक खबर या घोटाले (कॉमनवेलथ गेम) की मीडिया (समाचार पत्रों, रेडियो, टी.वी. एवं अन्य) में कैसी कवरेज हुई है, उसकी स्टडी समस्त कोणों से करना केस स्टडी की श्रेणी में आएगा। इसमें सच तक पहुंचने के लिए संपूर्णता में जांच कर इसका पता लगाना मीडिया शोध में केस स्टडी कहलाएगा।

मीडिया शोध में समस्या को एक इकाई मानकर उसके समस्त पहलुओं की संपूर्णता में जांच-पड़ताल की जाती है। हट के अनुसार, Case Study is a way to organizing (mrdia) data so as to pressure the unitary character of the object being studied. जैसे कॉमनवेलथ खेल

घोटाला मात्र उस काल में नहीं बल्कि उसके बाद भी जांच के दौरान, न्याय प्रक्रिया के दौरान या अपराधियों को मिले दंड के बाद भी मीडिया स्टडी में खबर का स्रोत बना रह सकता है। इसके मानदंड को चार तरह से किया जा सकता है। गुडे एवं हाट के अनुसार -

1. समस्या (यूनिट) से जुड़े समस्त पहलुओं से आंकड़ा एकत्रित किया जाता है। 2. आंकड़ा मात्र मीडिया से संबंधित न हो, आर्थिक, राजनीतिक, राजनयिक, यहां तक कि धन, शरीर से संबंधित क्यों न हो, लिया जाए। 3. कॉमनवेलथ खेल घोटालों को एक यूनिट मात्र न मानकर एक Index मानकर अध्ययन करें। 4. समय (जल्दबाजी में रपट न दें, जैसे खेलों पर शिंगलू कमेटी की रपट है, जिसमें एकतरफा बातें और आरोप हैं; जिनके नाम हैं, उनसे एक बार भी पूछा तक नहीं गया। समय का बंधन इस अध्ययन में बाधक न बने। कहने का तात्पर्य यह है कि समय की हड़बड़ाहट के बजाय मिले डाटा की विश्वसनीयता महत्वपूर्ण हो। आंकड़ों की गुणात्मकता ही तो केस स्टडी का आधार होती है। केस स्टडी पर व्यक्तिगत दस्तावेजों का काफी महत्व होता है। कुल मिलाकर केस स्टडी का अध्ययन संशय रहित हो।

मौलिक मान्यता : केस स्टडी का पूर्वानुमान या मौलिक मान्यता है कि इसकी परख, हल और निदान संपूर्णता में किया जाता है, टुकड़ों में नहीं। ऐतिहासिक स्थिति और पृष्ठभूमि को इसमें तहजीह दी जाती है। अनेक कारणों के बावजूद मूल इकाई (समस्या) की एकजुटता बनाए रखी जाती है। अन्य जुड़ी हुई इकाइयों को भी मूल समस्या से जोड़कर देखा जाता है। बेशक इसमें जटिलता होती है, पर यह इसकी विशेषता भी है। ऐतिहासिक संदर्भों में समय का महत्व है, उसे केस स्टडी के संदर्भ में एकदम नकारा नहीं जा सकता है।

आंकड़ा स्रोत : व्यक्तिगत दस्तावेज (Personal Source) बहुत महत्वपूर्ण होते हैं। व्यक्ति कुछ संदेश भेजता है तो इसकी मदद से भी जांच में बड़े महत्वपूर्ण बिंदुओं तक पहुंचने और परिणाम हासिल करने में सहायता मिलती है। अन्य दस्तावेज, पत्र व्यवहार, गठन, कार्य प्रणाली, सदस्य, अधिकार, कर्तव्य, नियम प्रक्रिया से जुड़े मुद्दे भी मीडिया शोध में जुटाने होते हैं।

केस स्टडी में जो लिखित सामग्री प्रकाशित हुई है या रेडियो, टीवी पर सुनाई-दिखाई गई है उसकी रिकॉर्डिंग महत्वपूर्ण होती है। इसके आंकड़ों का सत्यापन भी इस विधि में किया जाता है। केस स्टडी की कुछ हानियां व सीमाएं भी हैं। इसमें सांख्यिकीय विधि नहीं अपनाई जाती और यही इसकी सबसे बड़ी कमजोरी कहलाती है। केस पर ही सब कुछ केंद्रित होता है। अतः उसका अन्य उदाहरण संभव नहीं हो पाता है। इसमें एक कठोर गणितीय पद्धति का अभाव रहता है। अतः सत्यता की गणितीय जांच नहीं हो पाती। इसमें प्रतिक्रियाएं भिन्न हो सकती हैं।

केस स्टडी एक प्रकार का Qualitative Research है, जिसमें इंटरव्यू भी फ्री स्टाइल ढंग से संपन्न किये जाते हैं। अतः असंभव की गुंजाइश बनी रहती है। इंटरव्यू भरोसे का सबसे बड़ा स्रोत माना जाता है। अवलोकन तथा विकल्पीय जांच भी की जाती है। कुल मिलाकर, Case

Study is a more comprehensive form of investigation and interview is only a part of its unit.

केस स्टडी में शोधकर्ता के मन में एक झूठा विश्वास जन्म ले लेता है कि वह समस्या विशेष के हर पहलू को जानता है। अतः उसका निष्कर्ष कम केसों का अध्ययन करके निकाल लिया जाता है। बेशक यह विधि काफी लचर (ढीली) और अव्यवस्थित होती है। इसमें शोधकर्ता पर किसी प्रकार नियंत्रण संभव नहीं होता है। एकत्रित आंकड़ा इतना काफी होता है कि उसका सत्यापन टेढ़ी खीर बन जाता है। अवलोकन में भी कुछ कमियां आना स्वाभाविक हैं, जैसे-केस स्टडी का गलत चयन, निर्णयों पर पहुंचना, स्मृति का एहसास, वैज्ञानिक तर्कों और तथ्यों का अभाव। केस स्टडी खर्चीली विधि है। इसमें समय भी अधिक लगता है।

केस स्टडी का महत्व (प्रोजेक्टिव तकनीक) : सामाजिक शोध की तरह मीडिया शोध में भी प्रोजेक्टर तकनीक का प्रयोग आजकल आम बात है। विषय के आधार पर उनकी प्रतिक्रिया जानी जाती है। अधूरे वाक्यों की पूर्ति कराई जाती है। टेस्ट स्टोरी द्वारा तर्क शक्ति को विकसित किया जाता है। इस मनोवैज्ञानिक तकनीक का मीडिया में संप्रति वैज्ञानिक ढंग से प्रयोग करने की आवश्यकता है।

केस स्टडी में परिकल्पना का औचित्य महत्वपूर्ण चरण है। प्रश्नावली और शेड्यूल का निर्धारण इसमें सरलता से किया जा सकता है। आंकड़ा वर्गीकरण शोधकर्ता के व्यक्तिगत अनुभव को विकसित करता है। अतः केस स्टडी को लेकर मीडिया शोध में प्राथमिक स्तर पर कार्य तो अच्छा किया जा सकता है, पर सत्यापन की समस्या इसमें बनी रहती है।

केस स्टडी विधि का प्राथमिक लक्ष्य है-अमौखिक का तात्कालिक मानदंड करना, जिसे अवलोकन रपट भी कह सकते हैं। इसमें संचार के कई तथ्य सामग्री होते हैं, जैसे : निर्देश, संगठन, तथ्यपरक सामग्री, जिसकी विश्वसनीयता का पता सत्यापन कर लगाया जाता है।

5.6 अन्योन्य संबंध (Corelation Design) :

वैज्ञानिक अवलोकन की सांख्यिकी विधि कारण और प्रभाव के संबंधों का अध्ययन करती है। इसके लिए जिन सांख्यिकी उपकरणों का वैज्ञानिक शोध में उपयोग किया जाता है, उसमें एक अन्योन्य संबंध डिजाइन वाला उपकरण भी है।

चरों द्वारा शोध विधि का उपयोग हम करते हैं। इसमें अनेक प्रकार के गणितीय सांख्यिकी टेस्टों का इस्तेमाल किया जाता है, जैसे- चाई स्क्वायर टेस्ट, टी टेस्ट, एनोवा आदि। ये समस्त टेस्ट हमें आंकड़ों के अध्ययन-विश्लेषण में मदद करते हैं।

चाई स्क्वॉयर टेस्ट (Chi Square Test X) : यह स्वतंत्र चर का पहले गणितीय विभाजन करता है। फिर

2

उनका सांख्यिकी टेस्ट करता है, जिसे X कहते हैं। इसमें एक समूह द्वारा प्राप्त स्कोर की जांच उसी समूह से मिलने वाले स्कोर के अनुमान के अनुसार की जाती है, क्योंकि उस समूह का हमने गणितीय विभाजन किया होता है। इसमें Observed तथा Expelled स्कोर का महत्व पता किया जाता है।

टी टेस्ट (T-Test) : इस टेस्ट द्वारा नामिक और श्रेणी कारक चरों का स्कोर पता किया जाता है। एक नामिक चर की तुलना दो श्रेणी कारक चरों से की जाती है। टी-टेस्ट द्वारा नामिक चर स्वतंत्र चर होता है तथा दूसरे को हम आश्रित चर कहते हैं। इसमें दो स्वतंत्र चर समूह तथा एक आश्रित चर समूह होता है। स्वतंत्र चर का समूह किसी प्रकार समूह की स्थिति को प्रभावित नहीं करता है।

एनोवा (ANOVA) One way analysis of variables : एनोवा टेस्ट में एक नामिक चर के साथ दो या दो से अधिक स्वतंत्र समूह होते हैं। उनके स्कोर को एक आश्रित चर के स्कोर के साथ परखते हैं। वस्तुतः इन सांख्यिकी फॉर्मूलों का प्रयोग चरों के प्रभाव को जानने के लिए सांख्यिकी विशेषज्ञ की मदद से निकाले जा सकते हैं। दो स्वतंत्र चरों के संबंधों की परख की जाती है। कहा गया है, Basic Purpose of a Co-relation is to determine the relationship between two independent variables. इसमें सैद्धांतिक सह संबंधता संभव है। इसमें एक चर का प्रभाव दूसरे पर कितना है, इसमें स्कोर ऊपर जाता है या नीचे, इसका अध्ययन किया जाता है। इसमें रैंड सैंपलिंग का उपयोग किया जाता है। स्वतंत्र तथा आश्रित चर में अंतराल होना चाहिए। प्रत्येक प्रतिभागी का स्कोर लिया जाए तथा उसकी सकारात्मकता का पता लगाया जाए। इसमें प्रतिभागी संख्या 20-25 तक रखी जाए।

सह संबंध विधि को हम मांग-पूर्ति के उदाहरण से भी सरलतापूर्वक समझ सकते हैं। किसी वस्तु की मांग जब बढ़ जाती है तो उसकी कीमत, दाम, मूल्य भी बढ़ जाता है, क्योंकि उसकी पूर्ति मांग के अनुसार नहीं हो पाती। तब मूल्य की मात्रा बढ़ाकर उसे रोका जाता है। अतः किसी की मांग बढ़ना उसकी मूल्य वृद्धि से जुड़ जाता है। जब एक पर असर पड़ता है तो दूसरा उससे प्रभावित होता है। यह प्रभाव सकारात्मक-नकारात्मक, दोनों हो सकता है। यह परिवर्तन आकस्मिक न होकर कारण और प्रभाव वाला होता है।

सह संबंधता के प्रकार : अगर दोनों चरों में एक-सा परिवर्तन हो, तो इसे सीधा सकारात्मक परिवर्तन कहते हैं। जब नकारात्मक परिवर्तन दिखे तो इसे हम नकारात्मक मानते हैं। अन्य सह संबंधता- जब औसत परिवर्तन या उसकी मात्रा दोनों चरों में समान हो, ग्राफ पर सरल रेखा बने तो उसे Liner कहते हैं। अगर इसमें उतार-चढ़ाव हो तो उसे Curvilinear कहा जाता है।

मानदंड :

सहसंबंधता विधि का मानदंड :

गणितीय ढंग

1. कार्ल पिर्यसन विधि
2. विलगता विधि
3. रैंक विधि

1. कार्ल पिर्यसन विधि : इसमें दो चरों (उत्पाद) की स्थिति पता करते हैं और विचलन का गणितीय पता लगाया जाता है। यह काफी दुरूह प्रक्रिया है। संभावित गलतियों को समझने और उन्हें दूर करने की या गिनने की व्यवस्था भी इस सह-संबंधता विधि में की गई है।

2. विलगता विधि : दो श्रेणी समान हैं और एक में बढ़ाव, दूसरे में वृद्धि, एक में घटाव तो दूसरे में कमी साथ-साथ है तो इन्हें हम सह संबंधता का सीधा सबूत मानते हैं। Concurrent Deviation Method का उपयोग- इसमें हम मात्रा के बजाय इस परिवर्तन की दिशा को महत्व देते हैं।

3. रैंक विधि : इसके प्रचलन का प्रयोग स्पियरमैन ने किया था। इसमें प्रतिभागी का रैंक निर्धारित समूहों में किया जाता है। अगर हम दो समूहों पर प्रयोग कर रहे हैं, तो हर प्रतिभागी का दोनों समूह में रैंक एक-सा होगा और उसका स्थान (Place) भी वही होगा। इसमें अगर एक समूह के मूल्य का पता लग जाए तो दूसरे समूह या इकाई का मूल्य भी सह संबंधता के आधार पर जाना जा सकता है।

5.7 अभ्यास प्रश्न :

प्रश्न 1. मीडिया इतिहास का अध्ययन शोध विषय को जानने-समझने के लिए महत्वपूर्ण क्यों है?

प्रश्न 2. सह-संबंध विधि को समझाइए।

प्रश्न 3. अनुलंब अध्ययन खर्चीला और दीर्घ समय लेने वाली विधि है। निर्धन व विकासशील देशों के मीडिया अध्ययन के लिए इसकी संभावनाओं का चित्रण करें।

प्रश्न 4. पैनल डिजाइन पर टिपणी करें।

5.8 सारांश :

मीडिया शोध अध्ययन में प्रायः प्रभाव का सामाजिक अध्ययन, हिंसा व विकास के अध्ययन अथवा अपराध व चुनाव को लेकर अध्ययन, शोध एवं सर्वेक्षण हुए हैं।

शिक्षा का प्रसार मीडिया की बढ़त का कारण है। नई तकनीक ने इसकी पहुंच तथा उपलब्धता को आम आदमी की आवश्यकता से जोड़ दिया है। शहर और गांव, नव मीडिया तथा मोबाइल की जद में आ चुके हैं। इंटरनेट ने तो देश की सीमाओं को भी समाप्त कर दिया है और दुनिया ग्लोबल विलेज बन गई है।

मीडिया के इतिहास विकास का अध्ययन उसकी विधि और समाज का विकास मीडिया के विकास से कैसे जुड़ा है? प्रिंट मीडिया ने कैसे, सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक एवं आर्थिक परिवर्तन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई? मीडिया इतिहास शोध ने यूरोप और अमेरिका के एक बड़े हिस्से की गतिविधियों को जीवंत कर डाला। इंग्लैंड के राजकुमार प्रिंस विलियम की कैट से शाही शादी को टेलीविजन पर दो अरब लोगों ने देखा। एक चैनल ने तो प्रिंस फिलिप और डायना के विवाह के तुलनात्मक रिकॉर्ड के अंश भी टेलीकास्ट कर तीन दशक पूर्व के इतिहास को जीवंत कर दिया।

प्रिंट मीडिया गुजरे वक्त का चश्मदीद गवाह होता है जिसमें तत्कालीन सोच, विचार और भाषा, भावों का अंदाज भी लगाया जा सकता है।

ऐतिहासिक शोध विधि का आज भी महत्व विद्यमान है। स्रोत सामग्री, परिकल्पना शोध विधि और मूल्यांकन और समस्याओं का निदान ऐतिहासिक संदर्भों में आंकना अपने आप में अद्भुत होता है।

सर्वेक्षण एवं शोध डिजाइन की अपनी उपयोगिता है। अनुलंबन अध्ययन समय और परिवर्तन को उजागर करता है। मीडिया शोध में 20 वीं सदी का उत्तरार्द्ध और इक्कीसवीं सदी के पहले दो दशक नई तकनीक और नये मीडिया के प्रभाव का संकेत देने लगे हैं।

केस स्टडी विधि घटना या समस्या विशेष की महत्वपूर्ण वैज्ञानिक शोध विधि है। इस विधि को मिलाकर सामूहिक रूप से कार्यरत रहते हुए शोधकर्ता गहन अध्ययन करते हैं और निर्णयों को समाज में प्रस्तुत करते हैं। कॉमनवेल्थ खेल घोटाला और मीडिया मुहिम एक अच्छी केस स्टडी का नमूना हो सकता है। इस विधि में समस्या को एक इकाई मानकर उसके समस्त पहलुओं की संपूर्णता में जांच-पड़ताल और हल दिया जाता है। इसी प्रकार सह संबंध या अन्योन्य संबंध कारण और प्रभाव की शानदार शोध विधि है। इसमें सांख्यिकी का वैज्ञानिक महत्व बढ़ जाता है। इसमें अनेक तरह के टेस्ट व स्केल हैं जो मानदंड में उपयोगी होते हैं।

वस्तुतः मीडिया रिसर्च में गणितीय और सांख्यिकी विधियों का उपयोग, आंकड़ा, तथ्य संग्रह, सत्यापन तथा विश्लेषण ऐसे चरण हैं जो अंततः शोध के परिणामों को वैज्ञानिक ही नहीं, भरोसेमंद, तार्किक और विश्वसनीय बनाते हैं। ये शोध की विधियां हमारे साधन हैं। मीडिया शोध परिणाम के साध्य को प्राप्त करने में हमारी मदद करते हैं।

5.9 शब्दावली :

Feed Back : मीडिया के संदेश की क्रिया की वापस क्रिया (प्रतिक्रिया) वह हिस्सा है, जिसे Output कह सकते हैं। वास्तव में संदेश के प्रभाव पर प्राप्तकर्ता की प्रतिक्रिया ही फीडबैक है।

अन्योन्य संबंध : दो स्वतंत्र चरों के आपसी संबंधों को निर्धारित करना ही अन्योन्य संबंध कहलाता है।

Linear : जब औसत परिवर्तन या उसकी मात्रा दोनों चरों में समान हो और ग्राफ पर बदलाव की एक सरल रेखा बने तो इसे Linear प्रभाव कहते हैं।

5.10 संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. Sharon A. Lowery & Melvin De Fleur : Milestones in Mass Communication Research, Longman, New York, 1988
2. Marcus M. Wilkerson : History and Journalism Research, Louisiana State Uni, USA, 1968
3. Gerald W. Johnson Kent & Other : The Sandpapers of Baltimore, New York.
4. Anon : History of the Times, New York, 1935-1997.
5. Mass Media Research An Introduction : Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick, Cengage Learning, 2011

5.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

1. M. Mckeeon : Case Study & Project in Communication, Methuen, UK, 1959.
2. Goode & Hatt : Case Study Method of Social Research.

3. राय, पारस नाथ एवं राय, सी.पी. : अनुसंधान परिचय, लक्ष्मी नारायण अग्रवाल, प्रकाशन, आगरा।

5.12 निबंधात्मक प्रश्न :

1. केस स्टडी विधि की कॉमनवेल्थ खेलों के संदर्भ में मीडिया उपयोगिता बताएं। क्या आप इस पर शोध/प्रोजेक्ट करना चाहेंगे?
2. अन्योन्य संबंध डिजाइन की प्रक्रिया और उपयोगिता का वर्णन करें।
3. मीडिया शोध के इतिहास को समझाइये।
4. केस स्टडी को उदाहरण सहित समझाइये।

संचार शोध विधियां

इकाई की रूपरेखा :

- 6.1 प्रस्तावना
- 6.2 उद्देश्य
- 6.3 संचार शोध विधियां-परिचय
- 6.4 सर्वेक्षण विधि
- 6.5 अवलोकन विधि
- 6.6 अंतर्वस्तु विश्लेषण
- 6.7 वैयक्तिक अध्ययन विधि
- 6.8 जनगणना विधि
- 6.9 अभ्यास प्रश्न
- 6.10 सारांश
- 6.11 शब्दावली
- 6.12 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 6.13 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 6.14 निबंधात्मक प्रश्न संदर्भ

6.1 प्रस्तावना :

संचार विषयों का अध्ययन आज सिर चढ़कर बोल रहा है। विज्ञापन प्रबंधन और बिक्री के क्षेत्र में तो पहले से ही मीडिया के प्रभाव का उपयोग हो रहा था। अब जनमत, चुनाव प्रचार और प्रतियोगी मीडिया में पाठक सर्वेक्षण, टीआरपी बढ़ाने की होड़ तथा सरकार की अनेक योजनाओं के लाभ, बैंक, व्यवसाय, शिक्षा एवं स्वास्थ्य के क्षेत्र में मीडिया के महत्व को समाज ने स्वीकार लिया है। आज अन्ना हजारे का भ्रष्टाचार विरोधी आंदोलन मीडिया की मदद से लोकपाल बिल का कानून बनवाने के लिए आगे बढ़ा है।

आज मीडिया संचार विधियां शोध के क्षेत्र में प्रभावी हैं और उनका अनेक विश्वविद्यालयों में शोध सर्वेक्षण के कार्यों में शोधार्थी उपयोग कर रहे हैं। जैसे, सर्वेक्षण विधि का उपयोग मीडिया में चुनाव अथवा जनगणना के पूर्व अध्ययन के लिए किया जाता है। अंतर्वस्तु विश्लेषण-मीडिया सामग्री की अर्थात् संदेश के प्रभाव एवं की गई तुलना को बताता है। अवलोकन विधि का उपयोग हम आंकड़ा या घटना के तथ्यों को जुटाने और समाचार संकलन में करते हैं और लघु रूप में इस विधि का उपयोग प्रायः हर पत्रकार अपने व्यवसायिक जीवन में हर रोज करता है। परंतु जब इसे वैज्ञानिक ढंग से शोध में इस्तेमाल करते हैं तो इसका दोहरा रूप हमारे सामने प्रकट होता है। एक-वे विधियां जिसका हम शोध प्रक्रिया में प्रयोग करते हैं और दूसरा जिसका उपयोग हम परिणाम प्राप्ति के लिए करते हैं। संचार तकनीक में भारी परिवर्तन हो रहे हैं, साथ ही, नये आविष्कार भी। मोबाइल पर मीडिया की गतिविधियों का अंबार लग रहा है। मोबाइल टीवी का श्रीगणेश हो चुका है। इंटरनेट क्रांति से पूरी दुनिया को इनसान ने मुट्ठी में कैद कर दिया है। मीडिया के प्रकार, उसके प्रभाव तथा पहुंच को केंद्र में रखकर शोधकर्ता द्वारा शोध किए जाने चाहिए। आवश्यकतानुसार उन विधियों को अपनाना चाहिए जिनके उपयोग से हम शोध प्रक्रिया को पूरा करते हुए लक्ष्य को प्राप्त कर परिणाम प्राप्त कर सकते हैं। यहां हम उन अनेक विधियों को समझाने का प्रयास करेंगे, जिन्हें जन संचार की प्रकृति तथा प्रभाव को समझाने में सफलता मिल सकती है।

6.2 उद्देश्य :

आधुनिक युग में किसी भी विषय का अध्ययन और उसका उच्च शिक्षा के क्षेत्र में व्यवसाय की तरह उपयोग तब तक संभव नहीं हो सकता जब तक उस विषय पर शोध को महत्व न दिया जाए। अनुसंधान विषय की गंभीरता, विकास और विषय के साहित्य में तीव्र आधुनिकीकरण को लाने का काम करता है। अतः शोध विधियों को जानना, उनका आवश्यकतानुसार उपयोग करना और उनके परिणामों को अकादमिक तथा व्यावहारिक क्षेत्र में प्रयोग में लाना एक सफल मीडियाकर्मी का धर्म है। अतः इस अध्याय में हम संचार शोध की कुछ प्रचलित विधियों को समझने का प्रयास करेंगे।

संचार शोध की वही विधियां हैं, जिन्हें हम सामाजिक विज्ञान के क्षेत्र में अपनाते हैं। इन्हें वैज्ञानिक शोध विधियां अर्थात् Scientific Research Method के नाम से भी जाना जाता है। वैज्ञानिक संचार पद्धति की व्यवस्थित प्रक्रियाएं हैं, अवलोकन करना, वर्गीकरण करना, आंकड़ों, तथ्यों की व्याख्या करना और परिणामों तक पहुंचना। हम इस अध्याय में उन कई विधियों को- अवलोकन विधि, सर्वेक्षण विधि, अंतर्वस्तु विधि तथा वैयक्तिक अध्ययन विधि, समझाने का प्रयास करेंगे।

6.3 संचार शोध विधियां :

इस इकाई में अंतर्विषयी विधियों को मीडिया एवं संचार शोध के संदर्भ में उनकी उपयोगिता को ध्यान में रखकर उनका वर्णन किया गया है। कैसे और क्यों इन विधियों को जनसंचार की तकनीकों के संदर्भ में ऐतिहासिक और व्यक्तिगत तौर पर उसका अध्ययन किया जाएगा। उन पर विचार-विमर्श उपयोगिता को ध्यान में रखकर किया जाएगा। उन विधियों के मिश्रित उपयोग पर भी मीडिया की समस्या के संदर्भ में शोध किया जा सकता है, जिससे कि बेहतर एवं गहन परिणाम प्राप्त किए जा सकें। इसमें श्रोता-सर्वेक्षण, प्रतिभागी अवलोकन व विषय वस्तु विश्लेषण शामिल है। शोध विधि के विभिन्न चरण शोधकर्ता और शोध प्रक्रिया, दोनों के लिए महत्वपूर्ण हैं-

- शोध का क्षेत्र एवं समस्या की परिकल्पना प्रश्नों-वक्तव्यों में बना लेनी चाहिए।
- शोध के टॉपिक के अनुसार संबंधित साहित्य का रिव्यू तैयार कर लेना चाहिए।
- शोध समस्या टॉपिक के अनुसार शोधविधि का या मिश्रित शोध विधियों का प्रयोग तथ्य संकलन के लिए कर लेना चाहिए।
- सैंपल की पहचान एवं चयन शोध सामग्री विषय, शोध उपकरणों और औचित्य के अनुसार कर लेनी चाहिए।
- लघु सर्वेक्षण एवं अनुसंधान आवश्यकतानुसार कर लेने चाहिए।
- आंकड़ों का चयन-विश्लेषण, टॉपिक की समस्या का बेहतर समय और लक्ष्य प्राप्ति के लिए करना चाहिए।
- शोध रपट लिखते समय भाषा और प्रस्तुतिकरण की तार्किकता का ध्यान रखना चाहिए।

6.4 सर्वेक्षण विधि (Survey Method) :

सर्वेक्षण अर्थात् शब्द SUR या SOR तथा Veeir या Veoir जिनका अर्थ है, Over एवं See। इस प्रकार Servey का शाब्दिक अर्थ है किसी चीज को ऊंची जगह या ऊपर से देखना। परंतु शोध में सर्वेक्षण को एक ऐसी तकनीक माना गया है, जिसके द्वारा इंटरव्यू करके प्रश्नावली द्वारा सूचनाएं एकत्रित की जाती हैं। इसके सीधा संपर्क प्रतिभागी के साथ किया जाता है। सूचनाओं, आंकड़ों एवं तथ्यों को लिया जाता है। इसमें पुस्तकों, लाइब्रेरियों या संग्रहालयों का सहारा नहीं लिया जाता है। सर्वेक्षण एक तथ्यान्वेषण अध्ययन है। प्रायः सर्वेक्षण का उपयोग समुदाय-समाज तथा जनसंख्या की समस्याओं का अध्ययन करने के लिए किया जाता है। सर्वेक्षण का

उद्देश्य मीडिया शोध के लिए किया जाता है, जिससे हम सृजनात्मक शोध कार्यक्रम तैयार कर सकते हैं या उसमें आई बुराइयों को कम कर सकते हैं।

सर्वेक्षण एक सामूहिक प्रयास है जिसे वैज्ञानिक ढंग से संपन्न किया जाता है। इसमें शोधकर्ता-क्या जानना चाहता है, वह क्या पूछ रहा है, इसके लिए वह प्रश्नावली तैयार करता है या फिर इंटरव्यू प्रणाली द्वारा पूछताछ करता है। इसके लिए प्रश्नों का चयन महत्वपूर्ण कार्य है। कभी-कभी कुछ विषय ऐसे होते हैं, जिन पर प्रतिभागी उत्तर नहीं देना चाहते हैं। अतः ऐसे मामलों में शोध और उसका सामान्यीकरण या साधारणीकरण जनसंख्या तथा सैंपल पर निर्भर करता है।

प्रश्नों का चयन : प्रश्नावली के लिए-प्रश्नों की संख्या का चुनाव या इंटरव्यू करते समय प्रश्न कैसे हों? कम से कम वे उत्तर की पूर्ति अवश्य करते हों। प्रश्नों के उत्तर हां/नहीं वाले हों या फिर सरल-सीधे। नहीं जानता उत्तर वाले प्रश्नों से बचने का प्रयास किया जाए। प्रायः स्तर का ध्यान रखा जाए। उबाऊ व थकान वाले प्रश्न न हों। प्रश्न क्रमसूचक स्तर में हों। उनका वर्गीय स्तर ठीक हो। इसी तरह से औसत स्तर का भी प्रश्न बनाते समय पालन किया जाए।

सर्वेक्षण में प्रायः Open Ended प्रश्न पूछे जाते हैं जिससे समस्या की अवधारणा में वृद्धि हो, संभावित चुनाव के अवसर अधिक हों और Number of Choices बढ़ जाएं-उसे अपनी ओर से कहने का कुछ अवसर मिले।

स्पष्ट निर्देश : प्रश्नावली या प्रश्नों का उत्तर देने में नियमों एवं विधि का स्पष्ट उल्लेख हो, जिन्हें प्रतिभागी सरलतापूर्वक समझ सके। उसके लिए कहीं भी असमंजस की स्थिति उत्पन्न न करें।

डिजाइन अध्ययन : सर्वेक्षण के दो डिजाइन प्रचलित हैं, जो अध्ययन के काम आते हैं। क्रॉस सेक्शन (Cross Section) तथा Longitudinal (Fowler,1993)। क्रॉस सेक्शन डिजाइन के शोधकर्ता निर्धारित समय में ही एक समूह विशेष से सूचनाएं चाहता है। यह तत्काल एवं बताए वक्त के समय और संबंधों को बताती है पर समय के बाद वह अवधारणा या संबंध कैसे होंगे, यह इससे ज्ञात नहीं होता। उसके लिए तब हमें Longitudinal Survey Design का सहारा लेना होगा, क्योंकि इस विधि से हम संबंधों के बारे में कोई आकस्मिक निर्णय नहीं ले सकते हैं। इस विधि का उसमें उपयोग करते हैं जिसमें कुछ लोगों पर समय-समय के अंतराल पर अध्ययन किया जाता है। जैसे, विवाहित जोड़ों के आपसी तनाव, उनके प्रकार, कारण, निवारण आदि छह माह या उसके अधिक समय के लिए किये जा सकते हैं- हर परिधि का मासिक अंतराल ध्यान में रखना होगा। समझदारी इसमें है कि बड़ी संख्या को प्रश्नावली देने से पहले हम उसका अध्ययन और प्रतिक्रिया प्रभाव पूर्व टेस्ट (Pilot Test) द्वारा जांच लें। तब Actual Survey करें। सर्वेक्षण पहले जनसंख्या के कुछ हिस्से पर कर लिया जाए। कहने का तात्पर्य यह है सैंपल टेस्ट या पूर्व

सर्वेक्षण कर लें। इससे हमें पूरी संख्या पर बाद में सर्वेक्षण करने में सुविधा होगी। विशेषकर प्रश्नों और प्रश्नावली को लेकर।

इंटरव्यू : Face To Face अर्थात आमने-सामने प्रश्न पूछना। इसके लाभ और हानि, दोनों हैं। यह सर्वेक्षण उपयोगी, लाभदायक और प्रभावी होता है। इसमें Open-ended प्रश्न पूछे जाएं तो उनकी बातों का पता लगता है।

इसमें धनराशि, समय और शारीरिक श्रम बहुत लगता है। शोधकर्ता में अगर व्यवहार पटुता का अभाव होगा तो प्रतिभागी सहयोग नहीं देंगे। कुछ शोधकर्ता सीधे इंटरव्यू को प्राथमिक आंकड़ों के लिए उपयोग करते हैं-बाद में टेलीफोनिक पद्धति अपना लेते हैं। टेलीफोन पर लंबा इंटरव्यू संभव नहीं होता है। एक बड़े समूह को इंटरव्यू फार्म देकर उनसे भरवा लिया जाता है। इसे Mass Administration प्रणाली कहते हैं।

डाक से सर्वे : यह सर्वेक्षण डाक द्वारा व्यक्ति के पास जाता है और वह व्यक्ति सर्वेक्षण करके पुनः शोधकर्ता को लौटा देता है। यह महंगी प्रक्रिया है। इसमें प्रश्नों को सर्वे की शकल में इंटरनेट द्वारा प्रतिभागियों को भेजकर उनसे प्रतिक्रिया ले ली जाती है। आधुनिक तकनीकी प्रभाव ने इसे प्रभावी, कम खर्चीली और समय की बचत वाली विधि बना दी है। पर यह सब भारत जैसे देश में सामान्य जन तक संभव नहीं है। युवा व इंटरनेट प्रयोगकर्ता ही इस सर्वे का हिस्सा बन सकते हैं।

Response Rate या सर्वे प्रत्योत्तर में कभी प्रश्नों को छोड़ देना या किसी इकाई या आइटम का उत्तर न देना आम बात है। इससे हमें मिलने वाले उत्तर कम हो जाते हैं। ऐसा न हो, इसके लिए प्रत्योत्तर में बढ़ोत्तरी के प्रयास किये जाते हैं। इसके लिए सर्वे को सरल, स्पष्ट, पठनीय, दर्शनीय और आकर्षक बनाया जाता है। टाइप का आकार सरल-सुबोध हो, कवर लेटर प्रभावी हो और सर्वे का उद्देश्य लाभ और सहयोग करने के कारणों पर प्रकाश डालता हो, वर्कशीट प्रश्न, डिजाइन, सेटिंग, प्रतिभागी, विशेष बात, सहमति, चर, प्रश्न, अध्ययन शीर्षक तथा अंत में मुख्य शोधार्थी आदि शामिल हों।

सर्वेक्षण विधि का उपयोग करते समय हमें कुछ अन्य बातों को भी ध्यान रखना चाहिए। इसमें लक्ष्य, उद्देश्य, समस्या का उल्लेख करना हो तो प्रतिभागी खुलकर साथ देंगे। मीडिया के ऐसे सर्वेक्षण वस्तुतः किस समस्या के निदान के लिए क्या जानना चाहते हैं? घर, परिवार, व्यक्ति, पसंद, नापसंद, भोजन, पहनावा, जीवनोपयोगी वस्तुओं का प्रयोग, रुचि, टाइम, कार्य-व्यवसाय, उपलब्धता, वाहन, आय, मनोरंजन, इस्तेमाल की चीजें, संस्कार एवं अन्य बातें उनकी वरीयता में शामिल होती हैं। सर्वेक्षण की योजना, चयन, प्रश्नावली, सैंपल, क्षेत्र, धन तथा समय के संदर्भ में शोधकर्ता को सारे ब्योरे तैयार कर लेने चाहिए। हर सर्वे की कुछ सीमाएं, लाभ और हानियां होती हैं, शोधार्थी सर्वे करने से पूर्व इन सब बातों को जान लें तो कार्य लेने में सुविधा होगी। सर्वे की सबसे अच्छी बात यह है कि इसमें शोधार्थी प्रतिभागियों (जनता) के सीधे संपर्क

में आता है और एक दृष्टिकोण विकसित होता है। उसे अन्य बातों का ज्ञान हो जाता है, जो उसे अन्य विधियों से पता न चल पाता।

6.5 अवलोकन विधि :

जनसंचार में प्रतिभागी अवलोकन विधि चुनौतीपूर्ण और अद्भुत उपयोगी है। Breed (1955) के अनुसार Observation can be one of the most exciting, challenging, potentially rewarding of all mass communication research method. मीडिया के संदर्भ में अगर हम देखें तो वास्तव में यह विधि अद्भुत है। समाज शास्त्रों में यही शोध का प्राचीन तरीका था। अब जनसंचार माध्यमों में विशेषकर समाचारों के संदर्भ में हम इस विधि का प्रयोग करते हैं।

अगर मीडिया उत्पाद की दृष्टि से देखें तो हम पाते हैं कि पर्दे के पीछे का शोध बड़ा दिलचस्प होता है। न्यूज रूम तथा स्टूडियो की कार्य प्रणाली में विभिन्न प्रकार के दबाव, अनेक ऐसे करके होते हैं, जिनसे समाचार या स्टूडियो का प्रोडक्शन प्रभावित होता है। इनका चयन करना और स्वरूप देना महत्वपूर्ण है। इनका Observation तथा उनमें कमी लाना या उसे हल्का करना शोध का विषय है। अतः मीडिया प्रोडक्शन की बारीकियों को समझना, उस पर होने वाले दबावों में कमी लाना, उस तकनीक में सुधार करना मीडिया शोध के विषय हैं। विशेषकर News Production के संदर्भ में जिसमें सबसे अधिक दबाव समय का होता है।

कैसे पत्रकार वॉचडॉग की भूमिका निभाते हुए सरकार या शक्तिशाली लोगों के लिए चुनौती बन जाता है, कैसे पत्रकार की पहुंच निर्णयकर्ताओं तक संभव होती है? वह सत्ता और शक्ति के इर्द-गिर्द घूमता है तथा सामाजिक व राजनीतिक घटनाओं का चश्मदीद बन जाता है। यह चुनौती भरा काम है, जिसमें पूरा जोखिम होता है। इसमें मात्र अवलोकन विधि से काम नहीं चलता। शोध में कई और विधियों को भी सम्मिलित कर लिया जाता है। अतः आंकड़ा चयन के लिए अन्य तरीके भी इसमें अपनाये जाते हैं। अतः मीडिया का शोधकर्ता एक अच्छा सर्वेक्षक तो हो ही, साथ ही उसे वार्ताकार और व्यावहारिक इंटरव्यू लेने में भी पारंगत होना चाहिए। तीसरी सबसे बड़ी बात है कि वह इसके लिए दस्तावेज जुटाने में भी सिद्धहस्त हो और बाद में इनकी गुणात्मक व्याख्या कर सके।

अन्य विषय के शोध में संदर्भ के अनुसार कार्य किया जाता है। जैसे विषयवस्तु विश्लेषण में, सर्वेक्षण शेड्यूल में हम शोध के इन उपकरणों का प्रयोग करते हैं। परंतु अवलोकन विधि में शोधकर्ता के अपने 'स्व' का उपकरण बन जाता है, जिसमें उसका अनुभव और योग्यता का बहुत बड़ा योगदान होता है। इसमें प्रतिबद्ध तथा तटस्थ होना बहुत जरूरी है। इससे शोधार्थी की जहां बेहतर समझ बनती है, वहां स्थितियों का विश्लेषण करने में भी सुविधा होती है। इससे मीडिया

प्रोडक्शन के विभिन्न स्तरों को समझने में तथा बाद में सुधार करने की दिशा में मदद मिल सकती है।

खबरों का चयन- समाचार संपादक (News Editor) पहला Gatekeeper होता है। पत्रकार समाचार नीति को ध्यान में रखते हुए अपना कार्य (प्रिंट या टेलीविजन चैनल के लिए) करता है। अगर शोधकर्ता दोनों अध्ययनों की तुलना करे (Warner, 1971) तो पत्रकारों के सामूहिक इरादों का रिपोर्टिंग व्यवहार पर क्या असर पड़ता है, जाना जा सकता है। इससे पत्रकारों की रणनीति तथा तटस्थता ज्ञात की जा सकती है कि नीतिगत संघर्ष कहां हैं, रिपोर्टों और उनके वरिष्ठों (संपादकों) में संबंधों तथा समाचारों के लेकर कैसे नीतिगत, व्यक्तिगत तनाव हैं।

भागीदार अवलोकन (Participation Observation) :

बेशक यह अद्भुत और चुनौतीपूर्ण अनुभव है। समाचार कक्ष या समाचार स्टूडियो का अवलोकन: (1) समाचार प्रक्रिया के निर्माण की स्थिति (2) यथार्थ पूर्व के इन समाचार प्रोडक्शन स्टूडियो का अवलोकन महत्वपूर्ण बिंदु है। पूर्व के ये समाचार प्रोडक्शन स्टूडियो अध्ययन का विषय हैं। 1970-80 के दशक में यथार्थ मानव जाति प्रभाव के तहत संगठन, प्रोफेशनल तथा ब्यूरोक्रेटिक (वरिष्ठता-कनिष्ठता) व्यवस्था के अनुसार समाचार स्टूडियो का विकास किया गया।

प्रोडक्शन आधारित/ केंद्रित अध्ययन:

समाचार/कार्यक्रम पर आधारित अध्ययन को केंद्र में रखकर अवलोकन विधि अपनाई जाए तो इससे न केवल जनसंचार सिद्धांतों में परिवर्तन आ जाएगा वरन मीडिया उद्योग को भी आशातीत सफलता मिलेगी। मीडिया पर प्रतियोगिता का भूत बाजार और समय के अनुसार होते हुए भी यह जनहित में उपयोगी सिद्ध हो सकता है। मानव जातीय विज्ञान मीडिया स्रोत पर केंद्रित होकर जब पत्रकारिता की कार्य प्रणाली से मिलता है तो प्रतिभागी अवलोकन और प्रभावी व अर्थ प्रधान बन जाता है। और यह पद्धति इंटरव्यू के ठीक विपरीत लगती है। क्योंकि अगर समाचारों के सारे स्रोत एक से हों तो व्यावसायिक प्रतियोगिता का महत्व नगण्य हो जाएगा। न्यूज कर्मियों तथा न्यूज प्रक्रिया में रुचिकर संबंध बने रहें, काम सामान्य-सतही तरह से न किया जाए, प्रतिभागी अवलोकन-अध्ययन को विशेष, लोकप्रिय बनाने की दिशा में काम करें, समाचार के स्वरूप और जन प्रभाव पर इस विधि से प्रभाव को स्थापित किया जा सकता है।

भागीदारी अवलोकन विधि के सकारात्मक-नकारात्मक बिंदु :

उद्देश्य/दृश्य रिकॉर्ड प्रक्रिया को रिकॉर्ड करके उसे लोगों को दिखाया जा सकता है और बाद में प्रतिभागियों का इंटरव्यू लेकर प्रतिक्रिया का अध्ययन किया जाता है। इस कार्य की रिकॉर्डिंग इस बात पर निर्भर करती है कि आपका व्यावसायिक दृष्टिकोण और नीति क्या है।

समस्या निष्कर्ष :

मीडिया में पर्दे के पीछे मीडिया के आउटपुट से उन प्रभाव एवं शक्तियों का पता लगाते हैं जिनसे मीडिया के मैसेज को वर्तमान स्वरूप मिला। यह प्रतिभागी अवलोकन विधि द्वारा ही संभव हो सकता है। प्रायः मीडिया आलोचना और प्रतिभागियों की प्रतिक्रिया के बिना स्वयं ही परिणाम और निष्कर्ष निकाल लेते हैं, जो प्रतिभागी यथार्थ तथा उनकी प्रक्रियाओं से भिन्न होता है। विशेषकर कई फिल्मों में ऐसा पाया गया है। 'पाकीजा' तथा 'नदिया के पार' फिल्में लोकप्रिय हुईं और लोगों का भरपूर मनोरंजन हुआ। अतः सीधे प्रतिभागी के संबंध, अध्ययन और प्रक्रियाओं, खबरों, टीवी प्रोग्राम अथवा फिल्म के बारे में जानना अधिक सटीक होता है।

अवलोकन की त्रिकोणीय प्रक्रिया:

प्रतिभागी अवलोकन में कई प्रक्रियाएं अपनाई जा सकती हैं जिसमें तीन प्रमुख हैं-सीधा अवलोकन, वार्ता-इंटरव्यू तथा दस्तावेजों, स्रोतों की पड़ताल। हर प्रक्रिया में कुछ गुण-दोष हैं, परंतु कुल मिलाकर अगर तीनों प्रक्रियाओं का उपयोग किया जाए तो अवलोकन विधि की उपादेयता बढ़ जाती है।

मीडिया सिद्धांत विचारों की परिपक्वता में सुधार लाता है। वह दिशा निर्देशन का काम भी करता है। इसलिए मात्र अंदाज के स्तर तक ही इसे सीमित नहीं रखना चाहिए। प्रतिभागी अवलोकन विधि में किसी भी समाचार संगठन के अधिकाधिक स्रोतों का उपयोग सैद्धांतिक निर्णयों में सहायक सिद्ध हो सकते हैं। विशेषकर सामाजिक गठन प्रक्रियाओं, राजनैतिक अर्थप्रणाली और सांस्कृतिक अध्ययन के लिए समस्त मीडिया उत्पाद परिवर्तन की प्रक्रिया से सदैव प्रभावित होते हैं। परिवर्तन की शक्तियां चाहें वे राजनीतिक, व्यावसायिक, प्रौद्योगिकी या सामाजिक एवं सांस्कृतिक क्यों न हो-मीडिया उत्पाद पर प्रभाव डालती हैं और फिर यह शोध का विषय बन जाता है कि यह मीडिया उत्पाद-इन पर कैसा और कितना प्रभाव डालता है।

नकारात्मक बिंदु : अवलोकन विधि की कुछ कमियां एवं नकारात्मक बिंदु भी हैं। जैसे समाचार संगठन के अवलोकन को ही लें। गैर संगठन की बाहरी ताकतें जो सीधे न्यूज रूम से भी जुड़ी हैं, न्यूज के उत्पादन पर असर डालती हैं। जैसे व्यावसायिक हित, प्रबंधकीय दबाव, सांस्कृतिक परिस्थितियां उत्पादकों को प्रभावित करती हैं। पत्रकार पर भारत में मीडिया मालिक और मैनेजर का दबाव प्रत्यक्ष-परोक्ष आता ही है। लोकतांत्रिक व्यवस्था में राजनेता और कभी-कभी नकारात्मक ताकतें, गुंडे, अपराधी और माफिया भी छोटे मीडिया संगठनों पर दबाव डालते हैं। आतंकवादियों का दबाव भी पिछले दिनों चर्चा में रहा है। अंडर्स हंसेन तथा कोटल, नेगरीन तथा न्युबोल्ड ने अवलोकन विधि में शोध के छह चरणों का वर्णन किया है।

डिजाइन:

अकादमिक शोध में किस बारे में, क्यों और कैसे करेंगे, क्या चाहते हैं, जो चाहते हैं, अगर वह मिल गया तो क्या होगा- इन बातों को ध्यान में रखकर जब शोध का कोई खाका बनाया जाता है तो उसे रिसर्च डिजाइन कहते हैं। समय एवं स्रोत के अनुसार इसे बनाया जाता है। शोध संबंधी समस्या के संदर्भ में पूर्व साहित्य देखा जाता है। जितना हम गहरे जाते हैं उतना ही समस्या का नया निदान हमारे सामने स्पष्ट होने लगता है। सैद्धांतिक खोज की स्थितियां भी स्पष्ट होने लगती हैं।

रिसर्च डिजाइन में प्रतिभागी अवलोकन विधि के लिए समय का बंधन या कोई दिशा निर्देश नहीं है न ही किसी मीडिया विशेष के अध्ययन के लिए यह विधि अपनाई जा सकती है। इसमें हम मीडिया के किसी भी पक्ष का अवलोकन कर सकते हैं और तदनुसार रिसर्च डिजाइन भी तैयार किया जा सकता है। लंबे समय तक और गुणात्मक उत्पाद आधारित मीडिया में हमें इस विधि का बेहतर उपयोग कर सकते हैं।

उपागमन पैठ :

अवलोकन विधि में सबसे जरूरी यह है कि शोधकर्ता की पैठ प्रतिभागी समूह तक अवश्य हो। अधिकतर मीडिया संगठनों में शोधकर्ताओं की पहुंच या पैठ संभव नहीं हो पाती। मैं जब 1976-77 में पत्रकारिता में महानगरों के समाचार पत्रों पर शोध कर रहा था तो देश में इमरजेंसी थी। इसके बावजूद मैं अनेक समाचार संगठनों के आफिसों में खुलकर पहुंच न बना पाया जिससे मीडिया कार्यविधि और प्रतिभागी अवलोकन विधि का भरपूर उपयोग नहीं हो सका था। टॉमबर्न की बीबीसी के शोध में भी यही पैठ आड़े आई थी। संस्था नहीं चाहती है कि शोध की बातें प्रकाशित हो जाएं। उसके कुछ व्यवसायिक भेद होते हैं, जिन्हें कंपनी उजागर नहीं करना चाहती है।

कार्य संबंध :

इस विधि में प्रतिभागियों के साथ अच्छे कार्य संबंध बनाना सबसे कठिन कार्य होता है। संगठन में पैठ के बावजूद शोधकर्ता स्वयं को प्रतिभागियों की दृष्टि में, उनके कौशल, प्रतिष्ठा तथा प्रोफेशन को हानि पहुंचाने वाली कोई बात नहीं करेगा। न्यूज रूम में शोधकर्ता की पैठ अगर वरिष्ठ पत्रकार या संपादक की इच्छा के बिना हो तो शोध की सफलता संदेहास्पद हो जाती है। उनका सहयोग शोध और यथार्थ के लिए जरूरी है। अतः न्यूज रूम में पहले हल्की-फुल्की बातों से अवलोकन कार्य शुरू किया जाए और लोगों में रुचि लेकर जिज्ञासा में उत्तरोत्तरे बढ़ोतरी की जाए। उनके कार्य को धैर्यपूर्वक देखा-समझा जाए। तब उपयोग और सूचनात्मक संबंधों को धीरे-धीरे विकसित किया जाए और प्रतिभागियों को स्वतःसफूर्त तरीके से उनके व्यावसायिक कार्य स्तर और तरीकों का बखान करने देना चाहिए। इसमें कहीं भी गलत भावना न आने दें।

आंकड़ा संग्रह एवं रिकॉर्ड :

प्रतिभागी अवलोकन विधि में डाटा संग्रह के लिए तीन तकनीकों का प्रयोग किया जाता है। ऑब्जर्वेशन, वार्ता व इंटरव्यू तथा दस्तावेजों की पड़ताल में इन सभी से हमें ढेर सारी सूचनाएं तथा सामान्य जानकारियां उपलब्ध होती हैं, जिन्हें शोधकर्ता एकत्रित करके रिकॉर्ड करता है। इन तीनों तकनीकों से हम उनके तथ्यों, सूचनाओं एवं आंकड़ों का पता करते हैं, उन्हें रिकॉर्ड करते हैं, उनका संग्रह करते हैं, उन्हें क्रमबद्ध करते हैं और उनकी सूची बनाते हैं। अंततः शोध में इन तथ्यों एवं आंकड़ों के विश्लेषण से हमें निर्णयों तक तर्कसंगत तरीकों से पहुंचने में सुविधा होती है।

आंकड़ा विश्लेषण (Analyzing Data):

डाटा/तथ्य/दस्तावेज/उद्धरण एकत्रित करते समय उनका महत्व स्पष्ट होने लगता है। जब हम उन्हें प्रॉसेस करते हैं एवं रिकॉर्ड करते हैं तो उनका वर्गीकरण और उपयोगिता की तस्वीर शोधकर्ता के मस्तिष्क में गहराने लगती है। उनकी कोडिंग से शोध सामग्री में उपयुक्त स्थान का भाने भी हमें होने लगता है। हम इन्हें पढ़ते हैं, पुनः जांचते हैं, संबंधित सामग्री में उनके लिए उपयुक्त स्थान खोजते हैं, उन्हें तार्किक ढंग से व्यवस्थित करके उनकी व्याख्या करते हैं, फिर उनका डिजाइन के अनुसार विश्लेषण किया जाता है, और शोध की मुख्य समस्या के हल निदान में उस विश्लेषण को प्रस्तुत किया जाता है।

लेखन :

वस्तुतः विश्लेषण प्रक्रिया के साथ-साथ लेखन की प्रक्रिया की भी शुरुआत हो जाती है। हमने समस्त शोध सामग्री को डिजाइन के अनुसार तार्किक ढंग से सैद्धांतिक प्रक्रिया को पूरा करते हुए रखा है। साधारण, वर्णनात्मक विश्लेषण का प्रस्तुतिकरण से बराबर मेल होना चाहिए। प्रतिभागी अवलोकन वास्तविक लगे। क्षेत्रीय अनुभव, लक्ष्य और प्रक्रिया साधन होता है अपने आप साध्य नहीं होता। विश्लेषण हमारी समस्या के संदर्भ में दिये गये निदान में नयापन और तेजी लाए तो हमारे चिंतन के विकास में सहायक हो सकेगा।

6.6 अंतर्वस्तु विश्लेषण :

संचार माध्यम के किसी भी माध्यम के संदेश-विषय वस्तु का प्रभाव उसके पाठक, श्रोता एवं दर्शक पर कब, कितना और कैसे पड़ता है, इसका मूल्यांकन ही इस विधि द्वारा किया जाता है। मीडिया के कंटेंट (विषय वस्तु) का अध्ययन जब शोध की इस प्रक्रिया द्वारा किया जाता है तो इसे Communication Research Content Analysis विधि के नाम से जाना जाता है। 1952 में इस विधि को वैज्ञानिक ढंग से परिभाषित किया गया था।

इस विधि में विषय वस्तु विश्लेषण करते समय जन संचार में चार प्रकार का तरीका अपनाया जाता है। (1) नियंत्रित विश्लेषण- इसमें यह विश्लेषित किया जाता है कि मीडिया पर

नियंत्रण किसका है अर्थात उसका स्वामित्व एवं प्रबंधकीय व्यवस्था, (2) विषयवस्तु विश्लेषण (Content)-अर्थात मीडिया क्या परोस रहा है, (3) दर्शक विश्लेषण (Audience Analysis)- अर्थात जो परोसा जा रहा है अर्थात जो कार्यक्रम या खबर लेख, चित्र में दिखाया जा रहा है अर्थात पाठक, श्रोता, अथवा दर्शक जो उसे प्राप्त कर रहे हैं, उनका विश्लेषण, (4) विषय वस्तु का प्राप्तकर्ता दर्शकों पर प्रभाव या उनकी प्रतिक्रिया का विश्लेषण।

लोकतंत्र में, चुनाव में या किसी कार्यक्रम के प्रभाव को जानने के लिए इस विधि का प्रयोग किया जाता है। जनमत का पता केंद्र व राज्य सरकार-समय समय पर करती रहती हैं। विदेश में भी अपने प्रभाव को जांचने-परखने के लिए अमेरिका का Voice of America ऐसे शोध कराता रहता है। सन 1942 में Dr. Ralph ने युद्ध कार्यक्रम के लिए इस विधि का अमेरिका के लिए उपयोग किया था। अनेक ऐतिहासिक पुस्तकों का इस पद्धति द्वारा अध्ययन किया जा सकता है। Dr. Harold D. Lasswell एवं उनके साथियों ने मीडिया में एक तकनीक विकसित की थी, जो हर प्रकार से सत्यापित की जा सकती थी। शोध में उसका महत्वपूर्ण उपयोग किया जा सकता था।

विषयवस्तु विश्लेषण की तीन प्रसिद्ध मौलिक एवं वैज्ञानिक विधियां हैं, जिनका उपयोग करके हम शोध की विषयवस्तु का विश्लेषण कर सकते हैं। कुछ विद्वानों ने यह भी माना है कि मीडिया में अगर विषयवस्तु का विश्लेषण करना है तो हमें कुछ इन चरणों पर चलना होगा।

(1) सबसे पहले शोधकर्ता शोध समस्या को भलीभांति परिभाषित कर उसकी अवधारणा को स्पष्ट कर ले। (2) समस्या के अनुसार मीडिया का चयन तथा तत्त्व संबंधी सैंपल (Sample) का चयन किया जाए। (3) आंकड़ों का वर्गीकरण करके उनका विश्लेषण-परिभाषित कर लिया जाए। (4) तब इनका कोडिंग Coding Schedule) बनाना होगा। (5) कोडिंग का सही सर्वे करके इस पूरे शेड्यूल की जांच-परख तथा विश्वसनीयता को पक्का कर लेना होगा। (6) तब हम उन आंकड़ों को तैयार करके उन सबका विश्लेषण करेंगे। डॉ. के.डे. (Kay Day) के अनुसार जो तीन तरीके हैं-वे इस प्रकार हैं :

(1) विषय सामग्री :

विश्लेषण: यह प्रचलित तरीका है। इसके संपादकीय लेख या खबरों (वर्गीकरण) का, जिनका शोध समस्या से संबंध है-विश्लेषण किया जाएगा। विषय की मौलिक सामग्री, इसका अध्ययन, वर्गीकरण और विश्लेषण की संख्यात्मक सारणियां तैयार की जाएंगी।

(2) कूट संकेत :

विषय सामग्री को और सरल ढंग से संकेत प्रक्रिया द्वारा कोडिंग किया जाता है। जैसे दक्षिण भारत शब्द संपादकीय में कई बार आया हो तो अगर सकारात्मक विश्लेषण है तो (+),

नकारात्मक है तो (-), तटस्थ है तो (0) या (N) कर सकते हैं। इससे विषय सामग्री के विश्लेषण में सुविधा होती है जैसे- ध्यानाकर्षण विषय, थीम निर्देशन, विषय वर्गीकरण आदि।

(3) स्केल मानदंड :

प्रश्नावली अथवा सारांश की एक विशेष तकनीक द्वारा उन प्रश्नों के उत्तरों की व्याख्या करके विश्लेषण किया जाता है। परंतु जनसंचार में बड़े पैमाने पर इस स्केल मानदंड का उपयोग संभव नहीं हो पाता। अतः शोध अध्ययन के एक भाग विशेष पर यह तरीका अपनाया जा सकता है।

समाचारों के कंटेंट, संपादकीय लेखों का विश्लेषण, न्यूज प्रसारण की रिकार्डिंग का सत्यापन आदि किया जाता है- विश्लेषित टिप्पणियों का सारांश तैयार करके उनकी व्याख्या की जाती है। मैगजीन के संपादकीय एवं अन्य लेखों का जिनका संबंध समसामयिक घटनाओं से जुड़ा होता है, शोध भी संपादकीय तरीके से किया जाता है।

रेडियो न्यूज का प्रसारण बुलेटिन से होता है जिसका लिखित रूप श्रोता या शोधकर्ता को उपलब्ध नहीं होता है। अतः रिकॉर्डिंग ही विश्लेषण का आधार हो सकती है। विषय सामग्री विश्लेषण विधि हमें मीडिया सामग्री को व्यवस्थित और विश्वसनीय ढंग से शोध परिणाम तक पहुंचने का दिशा-निर्देशन प्रदान करती है।

6.7 वैयक्तिक अध्ययन विधि:

Two-step flow of Communication

मीडिया का विस्तार निरंतर जारी है। प्रिंट, फिर फिल्म, फिर प्रसारण-रेडियो, टेलीविजन अब नया मीडिया-मोबाइल और इंटरनेट आदि जिसके जरिये आम जन के विचारों को स्वरूप देकर नियंत्रित किया जाता है। आम जन के जीवन और उसकी संचार प्रक्रिया को सहज बना दिया गया है। नगरीकरण और औद्योगिकीकरण का विकासक्रम निरंतर जारी है। आधुनिक युग में बुलेट सिद्धांत और मीडिया का व्यक्ति पर प्रभाव सामने आने लगा है, कि दर्शक पर मीडिया अच्छे या बुरे प्रभाव से लगातार हावी होता जा रहा है, अतः शोध का डिजाइन बनाते समय नियंत्रण (Control) और मानदंड (Measurement) को प्रभाव के संदर्भ में और वैज्ञानिक ढंग से समझने की जरूरत है। मीडिया के चलते लोगों के विश्वास, धारणाओं और व्यवहार में बदलाव आए हैं। अनेक लघु शोधपत्रों से यह सिद्ध हो चुका है- जन संचार के स्तर पर इस विधि की सत्यता बाकी है। व्यक्ति के संदर्भ में भी मीडिया संदेश का प्रभाव उसके (ध्यान) की मात्रा के अनुसार कम दिखाई (लघु) पड़ती है। इस विधि के तीन तथ्य जो हमारे सामने हैं-

(1) मीडिया की शक्ति एक साधारण नागरिक की तुलना में भी कम है। कारण और प्रभाव के संबंधों का कोई सामान्य निदान नहीं बताया जा सकता- जन संचार द्वारा दिए संदेश पर अगर व्यक्ति ध्यान देता है, तो जरूरी नहीं कि उसके विश्वास, अवधारणा का व्यवहार बदले।

(2) अनेक शोध अध्ययन में पाया गया है कि मीडिया के संदेश का प्रभाव श्रोता पर पड़ता है, पर वह काफी कम होता है।

(3) परिस्थितियां, जिस कारण संदेश का श्रोता पर प्रभाव पड़ता है-वे सामाजिक शोधकर्ता द्वारा सरलता से नहीं समझी जा सकती हैं। वे ज्यादा जटिल होती हैं।

मैजिक बुलेट थ्योरी का प्रभाव एक मीडिया द्वारा शक्तिशाली होता है, जो व्यक्ति के विचारों को प्रभावित करता है-परंतु जन संचार के विस्तृत धरातल पर इसके प्रयोग होने शेष हैं-मुद्दा प्रभाव की जटिलता का है, न कि जन संचार का। अतः ऐसी परिकल्पना, जिसमें कम से कम प्रभाव को आंका गया हो, यथार्थ के काफी निकट होती है। मीडिया प्रभाव के संदर्भ में Bernard Berenson ने तो यहां तक कह दिया था कि मीडिया अध्ययन अनुपयोगी है और यह क्षेत्र शोध की दृष्टि से बेजान है। इसके बावजूद मीडिया में शोधकर्ताओं ने निराशा को दरकिनार करते हुए शोधक्रिया जारी रखी और जनसंचार के प्रभाव पर वे अध्ययन करते रहे।

छोटे-छोटे समूह पर प्रभाव का अध्ययन किया गया जिसके परिणाम उत्साहवर्द्धक थे। व्यक्तित्व तत्व, संदेश संरचना, व्यक्ति भिन्नता रवैया, संवेदनशीलता, अवधारणा आदि पर विभिन्न चरों का असर, स्मृति और प्रेरणा अनेक ऐसे कारक सामने आए जो व्यक्ति के प्रभाव और जन संचार संदेश के संदर्भ में महत्वपूर्ण थे। प्राथमिक समूह का इस शोध में भारी योगदान होता है। शोधकर्ता काटज का जनता-नेता शोध इस कड़ी में कई परतें खोलता है। लघु समूह पर संदेश मीडिया प्रभाव का मानदंड प्रभावी ढंग से किया जा सकता है। अगर इस शोध में डी फ्लोर के सिद्धांत को भी जोड़ दें तो सोने पर सुहागा हो जाता है। जन संचार प्रभाव के सामाजिक क्षेत्र में चुनाव में (व्यक्ति विशेष राय) प्रत्याशियों की पसंद पर राय दी जाती है। प्राथमिक समूह का उपयोग हम शोध में संदर्भ-समूह के तौर पर कर सकते हैं।

शोध प्रक्रिया:

इस विधि में शोध स्थान का चुनाव किया जाता है। शोध वित्त-समूह के आकार-प्रकार को तय करने में सहायक होता है। इसमें प्रतिभागियों की संख्या तय की जा सकती है। सैंपल इस मौलिक रूप में सीधे व्यक्ति को ही लिया जाता है। व्यक्ति पर प्रभाव का अध्ययन किया जाता है।

6.8 जनगणना विधि :

यह विधि जनसंख्या गणना का मूलाधार होती है और मीडिया शोध में हम इसका प्रयोग करते हैं। जनसंख्या आकार तथा उसकी स्थिति, दो महत्वपूर्ण बिंदु होते हैं। शोध पर वित्तीय व्यय इस विधि को अपनाने से बढ़ जाता है और समय की अवधि में भी बढ़ोत्तरी हो पाती है अतः खर्च बढ़ना स्वाभाविक है। Demographic, Social या Economic विश्लेषण के लिए शोध में हम इस विधि का इस्तेमाल करते हैं।

मुख्य सूचनाएं जो हम इस विधि से हासिल करते हैं, वे हैं 1. Population Composition (जनसंख्या गठन), 2. Economic Status (आर्थिक स्थिति), 3. Commercial Activities, (व्यावसायिक गतिविधियां), 4. Mass Communication on Usage Pattern (जनसंचार का उपयोगी उपभोग), 4. General Quality of Life (समुदाय की सामान्य जीवन शैली की गुणवत्ता)।

उपरोक्त सूचनाओं के आधार पर हम बड़ी जनसंख्या या नगरों और समुदायों के नमूने पर शोध करते हैं। उनकी केंद्रीय एकरूपता को आधार मानकर यह तय कर लेते हैं, जिनका शोध लक्ष्य को प्राप्त करने में प्रयोग किया जा सके।

जनसंख्या चर :

नस्ल, सेक्स व्यवहार, केश, रंग, सामाजिक, आर्थिक स्थिति, स्कूल वर्गीकरण, राजनीतिक जुड़ाव भी इस अध्ययन में सहायता करते हैं। इस अध्ययन में बातचीत करते समय प्रतिभागियों को सर्वे पत्र दिया जाता है। लोगों को शोध का ध्येय भी बताया जाता है और तब वे इस अध्ययन में प्रतिभागी के रूप में भाग लेने को सहमत हो जाते हैं तथा प्रश्नों के उत्तर देते हैं। जब ये सूचनाएं पूरी हो जाती हैं तो उन सूचनाओं का मापदंड किया जाता है। इसमें 8-9 तरह के मानदंड अपनाए जाते हैं। स्केल का विस्तृत वर्णन प्रतिभागियों को बताना हितकर होता है। सांख्यिकी स्केल 1,5,7,10 चरण हो सकते हैं। इन स्तरों को प्रतिभागियों को स्पष्ट कर देना चाहिए।

Demographic Nominal Scale: शरीर संबंधी प्रश्नों जैसे सेक्स, नस्ल, धार्मिक मत, राजनीतिक जुड़ाव आदि प्रश्नावली में Demographic प्रकृति के हैं। इन प्रश्नों की सहायता से शोधकर्ता लक्ष्य की ओर बढ़ना चाहता है। पहले सरल-सहमत/असहमत वाले, दूसरे स्तर पर विवादस्पद प्रश्न, तीसरे स्तर पर लक्ष्य की ओर बढ़ते प्रश्न, रणनीति की ओर ले जाने वाले प्रश्न। संवेदनशील प्रश्न अंत में किए जाएं। जब प्रतिभागी सहजता महसूस करे तभी उससे निजी, व्यक्तिगत प्रश्न पूछे जाएं। इस विधि में Open Ended (विकल्प न देना) प्रश्न पूछे जा सकते हैं, जिसमें प्रतिभागी की अपनी राय हो सकती है।

Demographic Method : जहां सामाजिक सर्वे और शोध महत्वपूर्ण विधि हैं, वहां व्यक्तिगत अनुमान विधि अच्छाइयों और बुराइयों का सबसे बड़ा कारक मीडिया का मान लेता है।

वास्तविकता यह है कि मीडिया व्यक्ति पर थोड़ा-बहुत प्रभाव डालता है। प्रायः वह Democratic Values के लिए खतरा नहीं है।

Message Effect : छोटे समूहों और समुदायों पर विशेष अध्ययन करने के लिए मीडिया शोध में यह एक अच्छी और कारगर विधि है। अतः इसे नकारा नहीं जा सकता। जनसंख्या की गणना विधि जनसंचार में उपयोगी है और हम उसका इस्तेमाल मीडिया शोध में कर सकते हैं।

6.9 अभ्यास प्रश्न :

प्रश्न 1. संचार शोध का महत्व प्रतिपादित करें और उसकी विस्तृत भूमिका बताएं।

प्रश्न 2. शोध विधि के विभिन्न चरणों पर लघु टिप्पणी करें।

प्रश्न 3. सर्वेक्षण विधि मीडिया शोध में कितनी उपयोगी है-उदाहरण दीजिए।

प्रश्न 4. इन पर लघु टिप्पणी करें :

1. नकारात्मक बिंदु
2. उपागमन
3. वैयक्तिक प्रभाव अध्ययन
4. जनगणना एवं उसकी विधि

6.10 सारांश :

संचार शोध में शोधकर्ता समस्या का नया निदान ढूँढने में शोध की कई विधियों का इस्तेमाल करता है। मीडिया की मांग और प्रकार तथा समस्या की नयी खोज उस विषय की मौलिक एवं व्यवहारिक आवश्यकता के लिए कितनी उपयोगी है, इस काम में उसका योगदान महत्वपूर्ण होता है। भारत के कई विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभागों में जनसंचार पर शोध एम.फिल, पीएच.डी. स्तर पर जारी हैं। अनेक मीडिया संगठन अपने व्यावसायिक लाभ के लिए भी शोध कराते हैं। कुल मिलाकर शोध का क्षेत्र पूरी दुनिया में निरंतर बढ़ रहा है। तदनुसार शोध विधियां भी नई तकनीकों को अपनाते हुए नया रूप धारण कर रही हैं।

सर्वेक्षण विधि : यह वैज्ञानिक विषयों-समाज और मीडिया के विषयों में सर्वाधिक स्वीकार्य विधि है। बढ़ते हुए संचार उपकरण और नये इलेक्ट्रॉनिक गजट में आने से शोध के क्षेत्र में नए रास्ते खुल गए हैं। जनसंख्या सर्वेक्षण भारत में किये जाने वाले 2011 का दुनिया का सबसे बड़ा सर्वेक्षण था जो घर-घर जाकर किया गया था। इसमें शायद ही कोई शहर, कॉलोनी, नगर, मोहल्ला, गली या घर बचा हो जो जनसंख्या सर्वेक्षण में न आया हो। सर्वेक्षण विधि द्वारा ही Demography के क्षेत्र में इतना बड़ा कार्य संपन्न हो सका।

अवलोकन विधि : प्रतिभागी अवलोकन विधि-शोध के लिए सीधे संपर्क की महत्वपूर्ण विश्वसनीय विधि है जो मीडिया के क्षेत्र में विशेषकर टेलीविजन, फिल्म, खबरों के संदर्भ में बहुत उपयोगी है। मीडिया में इस विधि का प्रयोग मीडिया संगठन तथा प्रोडक्शन के क्षेत्र में किया जाता है। इसमें प्रतिभागी के साथ शोधकर्ता को कार्य क्षेत्र के अनुभवों से दो-चार होना पड़ता है, जिससे विषय की गहन सोच के बारे में सुधरी हुई छवि बनती है। मीडिया का व्यावहारिक पक्ष भी

हमारे सामने उजागर होता है। अवलोकन विधि की कई अच्छाइयां एवं बुराइयां भी हैं। इस विधि में आंकड़ा चयन एवं रिकॉर्ड की पूरी संभावना होती है।

6.11 शब्दावली :

कंटेंट एनालिसिस: जनसंचार शोध में इस विधि का उपयोग किया जाता है। इसमें कंटेंट की पहचान करके उसका वर्गीकरण किया जाता है, उसको वर्णित करके उसकी लघु एवं दीर्घ आयामों को रेखांकित किया जाता है और तात्कालिक उपादेयता समझकर उस विधि को अपनाया जाता है। विषयवस्तु विश्लेषण को अगर हम सार रूप से समझें तो वह इस प्रकार है, विषय वस्तु विश्लेषण का अर्थ है कि एक ही विषय की सामग्री को भिन्न-भिन्न मीडिया-प्रिंट, रेडियो, टीवी कैसे प्रस्तुत करता है, उसकी तुलना की जाती है। यह विश्लेषण एक राष्ट्र में भी हो सकता है और एक विषय पर भी। एक विषय पर विभिन्न राष्ट्रों में प्रस्तुति कैसे की गई, इसका भी विश्लेषण किया जाता है। जैसे मुंबई में हुए 26/11 के आतंकवादी हमले की घटना को भारत, श्रीलंका, पाकिस्तान अथवा फ्रांस ने कैसे कवर किया, यह कंटेंट एनालिसिस की श्रेणी में आएगा।

नियंत्रण समूह : यह तुलनात्मक शोध पद्धति का एक ऐसा तटस्थ समूह है, जिस पर टेस्ट का मापदंड किया जाए-जैसे उन्हें टीवी का एक प्रोग्राम दिखाकर उनकी प्रतिक्रियाओं का विश्लेषण किया जाए और फिर एक ऐसा ही समूह जो ठीक उसी तरह का हो, परंतु उन्हें कार्यक्रम न दिखाया जाए और पूछा जाए तो यही हमारा Control Group होगा।

जनगणना : इससे हमें अनेक सूचनाएं मिलती हैं जो हमारे नीति निर्धारकों, योजनाकारों और शोधार्थियों के लिए विभिन्न प्रकार के आंकड़े उपलब्ध कराती है जिनका उपयोग करके वे आगे बढ़ते हैं। जनगणना के ये विभिन्न प्रकार के आंकड़े जनसंख्या के अनेक आयामों की परतें खोलते हैं। जनगणना एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसमें जनसंख्या के आर्थिक, सामाजिक आंकड़े एकत्रित संपादित और विश्लेषित करते हैं। इस जनगणना का हिस्सा वे सभी लोग होते हैं जो किसी विशेष समय में राष्ट्र में रहते हैं। हर व्यक्ति अलग ढंग से एक बार अवश्य अपनी विशेषताओं के साथ उस गणना का हिस्सा बन जाता है। हर व्यक्ति अलग ढंग से गणनाकार द्वारा उसमें रिकॉर्ड कर लिया जाए तो इसे राष्ट्रीय जनगणना का प्राथमिक स्रोत कहते हैं। इसमें जनसंख्या वृद्धि दर, आयु परिवर्तन, सेक्स संरचना, मृत्यु एवं जन्मदर एवं शहरीकरण, शिक्षा, आय, परिवार, स्थिति आदि का वर्णन मिलता है। भारत में पहली जनगणना 1865-1872 के बीच हुई थी। 1881 से हर दशक बाद तब से लेकर आज तक यह जनगणना होती आ रही है। आजादी के बाद 1951 में पहली बार स्वतंत्र भारत में जनगणना हुई। तब से हर दस वर्ष बाद यह क्रम जारी है। 2011 की जनगणना देश की 15वीं जनगणना थी।

क्षेत्रीय संबंध : Field Relationship may also be informed, of course, by consideration of Class, Gender, Ethnicity and various other dimensions of social identity as well as age of status.

6.12 संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. F. J. Foeler : Survey Research Method (1993), Sage, Newberry, Paris
 2. A. C. Kunsey Dithers : Sexual Behaviours in Human Female (1948), Par Sounders, Philadelphia.
 3. W. Breed : Social Control in the Newsroom (1955), Social Forces.
 4. Anders Hansen, Simon cottle, Ralph Negrine, Chris Newbold : Mass Communication Research Methods, Macmilian Press Ltd. London (PP-35-65)
 5. Burn Tom : Study of BBC (1977)
-

6.13 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. Harold D. Lasswell : The Politically Significant Content of the Press : Coding Procedures, Journalism Quarterly (1942) P 12-13, America
 2. Joseph T. Klapper : The Effect of Mass Media (111), The Free Press of Glencoe, 1960
 3. Bernad Berel Son : The Slate of Communication Research, May : Public Opinion Quarterly 1, 23 Specnoj 1959, P-1-17
 4. Kiriti Gour of Kunal Kesari : Population of Environment Bulletin, Vol 17 Aol, April/July, 2010
-

6.14 निबंधात्मक प्रश्न :

- 1- अवलोकन विधि का प्रयोग शोधकर्ता के अनुभवों पर निर्भर करता है। अपने विचार लिखें।
- 2- अंतर्वस्तु विश्लेषण मीडिया में शोध की महत्वपूर्ण विधि है। उदाहरणों से स्पष्ट करें।

मीडिया अनुसंधान

इकाई की रूपरेखा :

- 7.1 प्रस्तावना
- 7.2 उद्देश्य
- 7.3 शोध तकनीक संबंधी कुछ महत्वपूर्ण बिंदु
- 7.4 शोध प्रबंध प्रस्तुति
- 7.5 शोध रपट
- 7.6 अभ्यास प्रश्न
- 7.7 सारांश
- 7.8 शब्दावली
- 7.9 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 7.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 7.11 निबंधात्मक प्रश्न

7.1 प्रस्तावना :

जनसंचार में मौलिक शोध का अभाव प्रायः खटकता है। पत्रकारिता एवं मीडिया के अधिकतर अध्यापक मीडिया के प्रभाव क्षेत्र की ओर आकर्षित होते हैं या फिर Applied शोध को व्यावसायिकता की दृष्टि से उपयोगी पाया जाता है तो उस ओर बढ़ जाते हैं।

ऐसा करते समय शोध के कुछ शब्दों और क्रियाओं को भी हम जान लें तो शोधकार्य में सुविधा होगी। सरल-सुबोध शोध लिखना दुरूह कार्य है। शोध पर धन व्यय होता है। इसे जुटाना अलग और कठिन काम है। शोध की विश्वसनीयता और स्तर तभी ऊंचा रह सकता है जब वित्तीय अभाव न हो और शोध तकनीकों का सही प्रयोग करते हुए घटनाओं और आंकड़ों का मूल्यांकन किया गया हो। शोध प्रबंध की प्रस्तुति सरल, सुबोध और सटीक हो। यहां इन सब बातों पर चर्चा करने का प्रयास किया गया है।

इस इकाई में शोध तकनीकी संबंधी कुछ महत्वपूर्ण बिंदुओं की जानकारी विद्यार्थियों को दी जा रही है। इकाई के अंतर्गत-सैंपल किन-किन विधियों द्वारा एकत्रित किए जाते हैं, शोध प्रबंध

कैसे प्रस्तुत किए जाते हैं तथा शोध रपट कैसे तैयार की जाती है- आदि का अध्ययन किया गया है।

7.2 उद्देश्य :

इस इकाई से आप जान सकेंगे -

- शोध की कुछ बातों की तकनीकी आवश्यकता और जानकारी।
- शोध प्रस्तुति कैसे करें।
- रपट कैसे तैयार की जाती है।
- अंत में शोध प्रबंध तैयार करना और
- उसे संपन्न करने की विधि व्यवस्था।

7.3 शोध तकनीक संबंधी कुछ महत्वपूर्ण बिंदु :

विज्ञान और कला पर हम अनेक वर्षों से बहस करते आ रहे हैं, पर शोध के बारे में कोई संदेह नहीं है। यह एक विज्ञान सम्मत प्रक्रिया है जो अन्य विषयों की तरह जनसंचार ने भी अपने क्षेत्र को अधिक सुचारु, वैज्ञानिक, विश्वसनीय और भविष्य की ओर मजबूती से बढ़ने के लिए अपनाया है। जनसंचार शोध ने सामाजिक विषयों के शोध की तकनीक शुरुआती दौर में अपनाई, फिर संचार के नए उपकरणों के आने से वैज्ञानिक पक्ष प्रबल हुआ और हमने शोध की वैज्ञानिक एवं सांख्यिकी विधा को अपनाना शुरू कर दिया। चरों को तय करना, उन्हें जांचना, परखना उनका प्रयोग करना, तुलना करना, विश्लेषण और मूल्यांकन करना और अंत में उनकी प्रस्तुति व समस्या के निदान तक पहुंचने के लिए उपयोग करना होता है। आरंभिक शोध अमेरिका ने मीडिया के प्रभाव को कानून, राजनीति, शिक्षा व्यापार तथा उद्योग के संदर्भ में किए।

1949 के आसपास प्रेस और मीडिया की आवश्यकताओं की ओर शोधकर्ताओं का ध्यान गया। बाद में इसे मीडिया प्रवेश अर्थात Practice of Journalism से जोड़ दिया गया। तटस्थ अवलोकन (Objective Study), विश्लेषण (Analysis) तथा मूल्यांकन (Evaluation) प्रेस के इन दैनिक कार्यों पर अब काम हो रहा था। समाचारपत्रों की कमियां और उपलब्धियां सामने आने लगीं। पत्रकारिता के शिक्षण संस्थानों में व्यावसायिक स्तर तथा पत्रकारिता के मूल्यों पर चर्चा शुरू हो गई। समाज के प्रति सेवा का मुद्दा उभरकर सामने आया। पत्रकारिता के मौलिक मुद्दों पर प्रशिक्षित पत्रकार सही खोजबीन करने में समर्थ होने लगा है।

पांच-छह दशक पहले दो तरह के मीडिया शोध होते थे। शोध की एक जर्मन व्यवस्था शैली थी। इसमें पत्रकारिता के शोधकर्ता समस्या से संबंधित सूचनाएं एकत्रित करते थे। उन्हें विश्लेषित करते और पत्रकारिता विज्ञान का प्रबंध तैयार करते थे। ये विद्वान अच्छे अवलोकनकर्ता (Observer) एवं विश्लेषक (Analyst) होते थे। जर्मन व्यवस्था पत्रकारिता शोध में छाई हुई थी। पूरा यूरोप वैसा ही करता है जैसे जर्मन वाले बताते या करते हैं। जापान तो पूरी जर्मन पद्धति का ही कायल हो गया था। अमेरिका में भी उसका असर मीडिया शोधों पर पड़ रहा था।

इस बीच अमेरिकी विश्वविद्यालयों में मीडिया के अध्ययन एवं शिक्षण व्यवस्था शुरू की गई। कई तरह की बातें होतीं, लोग आते, लेक्चर देते, अनुभव बताते, पर कुछ नियत नहीं था। पत्रकारिता की जानकारियां पेचीदा बनती गईं। प्रशासन ने तय किया कि इन नौजवान लड़के-लड़कियों को प्रोफेशन (Active Journalism) में जाना है, तो उन्हें डिग्री-डिप्लोमा दिया जाए। पर ऐसा तभी हो सकता था जब एक पाठ्यक्रम होता। अकादमिक और व्यवसायिक लोग आपस में मिले, वर्किंग प्रेस और मीडिया स्कूलों के बीच एक संबंध बना। पूरे अमेरिका में यह चलन शुरू हुआ। फिर लैटिन अमेरिका व चीन पहुंचा। आज पूरी दुनिया में मीडिया का अध्ययन-अध्यापन शोध उसके प्रभाव के साथ विकसित होता जा रहा है। इस इकाई का उद्देश्य मीडिया के इतिहास को बताना नहीं है, बल्कि मीडिया शोध के विभिन्न सोपानों का, विधियों का, विश्लेषण का और सिद्धांतों का हमने जो वर्णन किया, उसे समेटने का और अन्य जो तकनीकी बातें रह गई हैं, उन्हें समेटते हुए मीडिया की शोध रपट अर्थात् शोध प्रबंध लिखने और तैयार करने की अंतिम कड़ी को संपूर्णता की ओर ले जाने का एक प्रयास है।

शोध के लिए लाइब्रेरी, अखबारों की फाइल, माइक्रोफिल्म रिकॉर्ड, कंप्यूटर व्यवस्था, इंटरनेट सर्फिंग मशीन, एजेंसी कॉपी, व्यक्तिगत उपकरण, मोबाइल, कैमरा हो, साथ ही शोधकर्ता के पास सामान्य ज्ञान Common Sense, Judgement, Patience, जिज्ञासा, शोध विधि एवं तकनीक हो।

(क) सैंपल (Sample) : मीडिया शोध में जो सबसे बड़ी समस्या आती है वह है शोध का नमूना। इसे कहां से लिया जाए, इसकी दो विधियां हैं।

1. Census Method-जनगणना विधि
2. Sampling Method-सैंपल विधि

1. जनगणना विधि :

इस विधि का प्रयोग अधिकतर सामाजिक विज्ञान में किया जाता है। मीडिया में इसका उपयोग कम किया जाता है। यह काफी दुरूह और महंगी प्रक्रिया है। सर्वेक्षण में इसका उपयोग जनसंख्या की गणना के लिए एक अंतराल के बाद किया जाता है। भारत में आजादी के बाद

पहली जनगणना 1951 में की गई थी। फिर हर दस वर्ष बाद होती रही और हाल ही में वर्ष 2011 में जनगणना की गई। पुनः 2021 में जनगणना की जाएगी। इस पर कई करोड़ रुपये की धनराशि व्यय होती है। इसमें समय, धन, व्यक्तियों की आवश्यकता होती है। अगर इस पद्धति को मीडिया में अपनाएं तो समाचार पत्र-कौन-से पाठक कहां पढ़ते हैं, उनके नाम, शिक्षा, लिंग, आय, स्थिति और पृष्ठभूमि का पता किया जाता है। पर समय और धन की वजह से इस विधि का मीडिया में कम उपयोग किया जाता है। Door to door रिसर्च, प्रश्नावली, इंटरव्यू करना इस विधि की आवश्यकता और प्रक्रिया है।

2. सैंपलिंग विधि (Sampling Method) :

यह एक समूह विशेष का प्रतिनिधि नमूना होता है। Sample is a representative of the whole Group is based upon assumptions. इसमें एकरूपता हो, रैंडम ढंग से बड़े समूह से कुछ ले लिया जाए, हर समूह से दो-दो लोग को लेना इसमें जरूरी नहीं होता, इसमें पूर्णतया वस्तुपरकता हो।

सैंपलिंगे विधि का सबसे बड़ा लाभ है कि शोध में इकाई का छोटा नमूना लेकर उस पर काम करने से समय की बचत होती है और धन भी बचता है। छोटी इकाई के नमूने का अधिक समय तक अवलोकन द्वारा गहन अध्ययन करने में सरलता और सुविधा होती है। प्रशासनिक तौर पर इस प्रकार की विधि में भौगोलिक दूरियां नहीं होती तो नियंत्रण एवं प्रशासन में सुविधा होती है। जैसे एक क्षेत्र की दस गलियों को चुना और हर गली में अगर 50-60 घर हैं तो हर पांचवां या दसवां घर लिया या रैंडम विधि द्वारा हर गली से पांच घर लेकर Universe अध्ययन का नमूना बना लिया गया। इस विधि में शोधकर्ता का कम ज्ञान जरूर बाधक बनता है। सैंपल विधि के सात प्रकार हो सकते हैं-

1. रैंडम सैंपल :

इसमें एक समूह के हर व्यक्ति के चुने जाने के समान अवसर होते हैं। जैसे 500 के समूह से 50 नमूने चुनना। इसमें समूह बड़ा हो तो बेहतर रहता है। बिना पूर्वाग्रह के सामान्य ढंग से लोग ले लिए जाते हैं।

2. ध्येयी सैंपल :

इसमें शोधकर्ता जान-बूझकर ऐसे चुनाव करता है कि औसत पर इसका प्रभाव नहीं पड़ता, जैसे बच्चों के स्कूल में आठवीं कक्षा के पांच सेक्शन में 40 से 50 छात्र प्रति सेक्शन हैं। हम आठवीं के छात्रों का सैंपल लेना चाहते हैं तो हर कक्षा में रोल नंबर 5, 7, 10 जो भी तय हो, कर लिया जाए, फिर तदनुसार पहले 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40 या 10, 20, 30, 40, 50 रोल नंबर वाले लड़कों का प्रतिनिधि ध्येयी सैंपल तैयार किया जा सकता है।

3. स्ट्रेटिफाइड सैंपल :

यह रैंडम तथा ध्येयी सैंपल का मिश्रित रूप है। इसमें अध्ययन के लिए चयनित यूनिवर्स को समूह में बांटकर हर समूह से प्रतिनिधि नमूना ले लेते हैं-जैसे अखबार के वे पाठक जो स्नातक या उससे ऊपर तक शिक्षित हैं, मैट्रिक, स्नातक या फिर मैट्रिक से कम शिक्षित हैं। आय तथा आयु समूह के आधार पर भी सैंपल बनाए जा सकते हैं। शोध की आवश्यकता और चरों को ध्यान में रखकर इसमें रैंडम तथा ध्येयी, दोनों विधियों को अपनाकर यूनिवर्स का प्रतिनिधि नमूना लिया जाता है।

4. कोटा सैंपल :

यह स्ट्रेटिफाइड सैंपल (नमूना) की विशेष कड़ी है। इसमें यूनिवर्स को विभिन्न भागों में बांट लेते हैं, उन्हें नंबर दे दिया जाता है और स्ट्राटा से उसी नंबर वाले लोग ले लिए जाते हैं। इसी नंबर को कोटा कहते हैं।

5. बहुस्तरीय सैंपल :

इसे Multi Stage Sample कहते हैं। इस नमूने को एक बहुत बड़े समूह से चुना जाता है। यह चुनाव अनेक स्तरों पर किया जाता है। बड़े समूह को Homogenous (अनुरूप) समूह में बांटकर लगभग समान आकर में समान क्षेत्रीय विशेषताओं वाले लोग हर क्षेत्रीय समूह से दो प्राथमिक सैंपल लिए जाते हैं। इन्हें रैंडम विधि द्वारा चुना जाता है। प्राथमिक नमूनों से फिर एक सैंपल लिया जाता है। अंततः अनेक स्तरों के बाद फाइनल सैंपल चुना जाता है।

6. सुविधाजनक सैंपल :-

इसे बिना प्रयास किए मिला नमूना कहते हैं-जैसे बिना प्रयास के अचानक अवसरानुकूल मिला सैंपल। स्रोत की उपलब्धता पर नमूना ले लिया जाता है। यह एक अवैज्ञानिक तरीका है। अगर शोध का यूनिवर्स परिभाषित न हो तो इसका उपयोग करने में कोई हानि नहीं है।

7. स्वयं चयनित नमूना :-

इसमें जब सैंपल हमारे पास नहीं होता तो स्वयं कुछ लोग उस शोध का हिस्सा बनते को तैयार हो जाते हैं। अगर बजट पर प्रतिक्रिया लेनी होती तो बाजार में ही कुछ लोग स्वेच्छा से अपनी प्रतिक्रिया एवं विचार देने के लिए प्रस्तुत हो जाते हैं। इसमें सैंपल तय नहीं होता, लोग स्वतः ही सैंपल का हिस्सा बन जाते हैं। सैंपल यूनिट इकाई तैयार करके उसकी उपलब्धता परिवार समूह या वर्ग विशेष के लोगों से टेस्ट सैंपल लेकर शोध में उसका उपयोग किया जाता है।

(ख) अनुसूची :

मीडिया सर्वेक्षण करते समय दो तकनीकों का प्रयोग किया जाता है। एक है अनुसूचित तथा दूसरी है प्रश्नावली। वस्तुतः दोनों तकनीकों की प्रकृति एक-सी है। मात्र बनावट में थोड़ा

अंतर जरूर है। अनुसूचित का उपयोग सीधे Interview के लिए किया जाता है, सीधे अवलोकन। इसमें आमने-सामने बैठकर शोधकर्मी या फील्ड वर्कर उसे अपने हाथ से भरता है। वह प्रश्न को पढ़कर रिक्त स्थान में पूछ-पूछकर उत्तर भरता जाता है। प्रश्नावली प्रतिभागी को मेल या इंटरनेट द्वारा ई-मेल के जरिये भेजी जाती है। इसे भरकर उत्तरदाता पुनः प्रेषक को लौटा देता है।

इसी कड़ी में इंटरव्यू भी एक माध्यम है। इसमें भी प्रतिभागी की राय विभिन्न प्रश्नों द्वारा पूछ-पूछकर लिखित या मौखिक रिकॉर्ड की जाती है।

अनुसूची के अवलोकन के बाद उसका Rating और Documentation किया जाता है, अतः प्रश्नावली का निर्माण, संरचना और स्वरूप मीडिया समस्या को प्रकट करते हुए उसके निदान की ओर अग्रसर होता प्रतीत हो। भाषा, शब्द, प्रश्नों का क्रम, सूची व प्रश्नावली का आकार, स्वरूप, छपाई, विषय सामग्री, विषय प्रवेश, मध्य भाग, मुख्य प्रश्न, स्पष्ट, सरल और एक अर्थी हो। ऐसे प्रश्न न पूछे जाएं जो किसी प्रकार की उलझन पैदा करते हों या दोहरे उत्तर वाले हों। प्रश्न छोटे, सीधे, सरल और स्पष्ट हो। संदेहास्पद प्रश्नों को न रखा जाए।

प्रश्नावली स्वरूपयुक्त है तो उसमें पूर्ण सही और सीधे सवाल होते हैं। प्रश्नावली में प्रश्नों के क्रम को ध्यान में रखना चाहिए। आकार और प्रस्तुति स्पष्ट, रुचिकर जरूर होनी चाहिए। परंतु इसकी अपनी सीमाएं होती हैं।

एक विशिष्ट लक्ष्य के साथ इंटरव्यू विधा का प्रयोग किया जाता है। इसमें कुछ विशेष जानकारियां हासिल की जाती हैं, जो केवल उस व्यक्ति को ही मालूम हैं और कोई नहीं जानता। शोधकर्ता प्रतिभागी की भावना, स्थिति और शारीरिक संकेत का भी अध्ययन कर सकता है। यह पहले से रेखांकित करके संभव होता है। यह नियंत्रित, सीधा और मार्गदर्शक होता है। गैर रेखांकित इंटरव्यू में क्षेत्रीय कार्यकर्ता को पहले से बताई गई मोटी बातें जो लक्ष्य प्राप्ति में सहायक हो सकती हैं, उसके बारे वह प्रतिभागी से समय, स्थान, स्थिति तथा व्यक्ति के अनुसार अपने विवेक से प्रश्न पूछता है।

शोध समस्या को पूर्णतया समझने के पश्चात शोधकर्ता और उसकी टीम को इंटरव्यू विधि को अपनाने की तैयारी करनी चाहिए। केषों का चयन, उसकी एक निर्देशिका, मार्गदर्शन, पैनल का चुनाव कर लेना चाहिए। इंटरव्यू का समय व्यक्ति से तय करके इस विधि की तकनीक को अपनाना चाहिए। इंटरव्यू का आरंभ और अंत मानवीय ढंग से करना अच्छा रहता है। इन सबके बावजूद हमें यह नहीं भूलना चाहिए कि शेड्यूल या इंटरव्यू के लिए सबकी कुछ सीमाएं होती हैं। उन्हें कुछ हद तक Observation द्वारा पूरा करने का प्रयास करते हैं। पर अवलोकन विधि की भी तो अपनी सीमाएं हैं।

अतः आंकड़ों और तथ्यों का सत्यापन हम दस्तावेजी स्रोतों द्वारा लिखित रिकॉर्ड में करते हैं। वाणी या चित्र द्वारा जो Personal Document या Public Record में उपलब्ध होते हैं, इनका शोध संदर्भ में महत्वपूर्ण स्थान होता है।

मूल्यांकन :

आंकड़ों और तथ्यों के संग्रह के बाद सांख्यिकी मानदंड एक बहुत बड़ी समस्या है। इसकी उचित व्याख्या एवं विश्लेषण के लिए जरूरी है वर्गीकरण, आंकड़ों का प्रकार, श्रेणीबद्धता, सारिणीकरण, सारांश, सारिणी विधि। उसके लाभ एवं उसकी सीमाओं की व्याख्या के बाद औसत एक महत्वपूर्ण कड़ी है जो हमें परिणाम तक ले जाने में सहायक होती है। औसत निकालने की विधि का सांख्यिकी ज्ञान शोधकर्ता के लिए आज के युग में आवश्यक है। विभिन्न मानदंड प्रक्रियाओं के माध्यम से हम मूल्यांकन का काम बेहतर ढंग से संपन्न कर सकते हैं। अतः मानदंड की विभिन्न विधियों की जानकारी शोधकर्ता के लिए जरूरी है। व्यवहार और रवैये का मानदंड सांख्यिकी के ढंग की तरह नहीं बल्कि सामाजिक संदर्भों की पृष्ठभूमि में करेंगे।

मूल्यांकन प्रक्रिया को तार्किक एवं रुचिकर बनाने के लिए Data (आंकड़ों) का प्रयोग विभिन्न प्रकार के डिजाइन में करना चाहिए और अगर उन्हें कंप्यूटर की मदद से विभिन्न प्रकार के आकर्षक ग्राफ में किया जाता है तो गणित और सांख्यिकी के आंकड़े और भी सुंदर, सरल व सुबोध लगते हैं। मूल्यांकन प्रभावी बनता है, विशेषकर गुणात्मक शोध में।

गुणात्मक शोध Qualitative Research :

गुणात्मक शोध में जनसंचार शोधकर्ता शोध के लिए तीन विधियों का इस्तेमाल करता है।

1. Quantitative Research संख्यात्मक शोध
2. Critical Research आलोचनात्मक शोध
3. Qualitative Research गुणात्मक शोध

गुणात्मक शोध में छह स्तरीय शोध की अवधारणा का प्रचलन है। पहला विश्लेषणपरक, दूसरे स्वरूप में तथ्यात्मक शोध, तीसरा जातीय शोध, चौथा क्षेत्रीय शोध, पांचवां भागीदारी क्षेत्रीय शोध और छठा गैर भागीदारी वाला क्षेत्रीय शोध शामिल है। इसमें मीडिया की समस्या को स्पष्ट करके उसे हल करने के प्रयास किए जाते हैं।

7.4 शोध प्रबंध प्रस्तुति Presenting Research :

शोध प्रबंध प्रस्तुति अपने आप में शोध संपादन का महत्वपूर्ण पड़ाव है। हमने अभी तक जाना है कि किस प्रकार मीडिया शोधकर्ता Qualitative, Critical तथा Quantitative शोध को प्रबंध के रूप में प्रस्तुत करता है।

भौतिक परिकल्पना : यह मीडिया शोध का प्रथम पड़ाव है, जहां से शोध का बीज प्रस्फुटित होता है। फिर इस शोध को कैसे साकार रूप दिया जाएगा, उस समस्या पर उपलब्ध साहित्य कहां, कितना और कैसा है, उसे कैसे खोजा जाए, पूरी उपलब्ध सामग्री का अध्ययन कर कैसे शोध की परिकल्पना की जाए अर्थात् Hypothesis का निर्माण किया जाए, उसके संबंध में समस्त तर्क-वितर्क शोधकर्ता को करने चाहिए। फिर उन चरों की तलाश करनी चाहिए जिनका शोधकर्ता शोधकार्य में उपयोग करेगा।

अब अगला पड़ाव है गणित एवं सांख्यिकी का। इसमें हमें विभिन्न चरों की उपादेयता, फिर उनका संग्रह तथा विश्लेषण और विभिन्न सैंपलों का चयन और उनकी परिभाषा, परिचय आदि तथा उनके महत्व को प्रतिपादित किया जाता है। इस तरह शोध विधि की प्रक्रिया शुरू की जाती है। सांख्यिकी टेस्टों के बाद आंकड़ा विश्लेषण और उनकी प्रस्तुति की जाती है।

परिणाम प्रस्तुति की शोध विधि का अलग से एक अध्याय रखा जाता है, जिससे शोध प्रबंध का लेखक जिन विधियों को परिणाम प्राप्त करने के लिए करता है उनका वर्णन किया जाता है। यह शोध का एक महत्वपूर्ण बिंदु है।

परिकल्पना और शोध प्रश्नावली को भी शोध प्रबंध में रखा जाता है। विभिन्न शब्दावली या नोट लिखा जाना अच्छे शोध प्रबंध की सकारात्मक स्थिति को वर्णित करता है। संदर्भ और इंडेक्स अंत में देना शोध की गरिमा और विश्वसनीयता में वृद्धि करता है।

चुनाव सर्वेक्षण :-

चुनाव सर्वेक्षणों की रपट पर भारतीय निर्वाचन आयोग ने प्रतिबंध लगा रखा है, परंतु अनेक एजेंसियां चुनावों के पूर्व आकलन करती रहती हैं।

चुनाव अगर राज्य स्तर के हैं तो प्रदेश चुनाव आयुक्त और केंद्र में मुख्य चुनाव आयुक्त के कार्यालयों से राजनीतिक पार्टियों की स्थिति, मान्यता, स्तर, मतदान सूची, चुनाव क्षेत्रों की संख्या, पिछले चुनाव के आंकड़े, पार्टी और व्यक्ति के अनुसार वर्गीकृत और विश्लेषित कर छोटे समूह पर विभिन्न मीडिया शोध विधियों को अपनाते हुए राजनीतिक और सामाजिक परिपेक्ष्य में उनका आकलन किया जाता है।

चुनाव पश्चात तो चुनाव आयोग द्वारा प्राप्त नतीजे, आंकड़े, प्रतिशत सभी कुछ उपलब्ध होता है। अतः इनका उपयोग मीडिया शोधकर्ता कर सकते हैं।

7.5 शोध रपट :

आंकड़ा संग्रह के बाद विश्लेषण की तथ्यपरक प्रस्तुति, जिसमें उपलब्ध तथ्यों की पुष्टि व सत्यापन हो सके, सर्वेक्षण में क्या, कैसे हुआ, इन सबका चित्रण विवरण होता है।

शोध का उद्देश्य स्पष्ट हो। शोधकर्ता इसके लिए तर्क दें तथा परिकल्पना के समस्त तर्क इस अध्ययन में दिए जाएं। शोध की समस्या और उसे करने का उद्देश्य अवश्य लिखा जाए। क्यों और किसके निर्देशन और संस्था में शोध हो रहा है, इसका उल्लेख होना चाहिए। रपट की विषय सामग्री में अध्याय इस प्रकार हों।

1. शोध का उद्देश्य

2. शोध की विधि

3. शोध प्रक्रिया-सर्वेक्षण :

डाटा संग्रह, इंटरव्यू, प्रश्नावली, विश्लेषण, वर्गीकरण, निरीक्षण, परीक्षण आदि का सविस्तार वर्णन इस अध्याय में किया जाता है। आंकड़ों की सारिणी-ग्राफ आदि दिए जाएं।

4. विश्लेषण :

यह अध्याय शोध का प्रमुख हिस्सा है। इसमें हम उन नतीजों पर पहुंचते हैं जो समस्या का निदान प्रस्तुत करते हैं। इस अध्याय की विशालता इसी से सिद्ध होती है कि इसमें पूरे शोध कार्य का तार्किक मूल्यांकन किया जाता है। इसमें भाषा और शैली का बड़ा महत्व माना जाता है, विशेषकर मीडिया शोध में।

5. संदर्भ :

इसमें भौतिक दस्तावेजों का मूल रूप में हवाला दिया जाता है। इसमें प्रश्नावली, शेड्यूल, इंटरव्यू की प्रति संलग्न की जाती है। उन वक्तव्यों, संदर्भों को कोट किया जाता है। मूल रिपोर्ट से इन्हें अलग रखना चाहिए, क्योंकि शोध लेखन के प्रवाह में इससे बाधा पड़ती है।

6. फुटनोट:

यह इंडेक्स का ही दूसरा रूप है, जिसे 1, 2, 3 संख्या देकर हर अध्याय के आखिर में दिया जाता है। लेकिन अब इसे वहां से हटा दिया गया है और अध्यायों के अंत में 1,2,3 संख्या देकर फुटनोट के स्थान पर इसका वर्णन किया जाता है।

7. संस्तुतियां :

निर्णय के पश्चात शोधकर्ता शोध की उपयोगिता, भविष्य और सुझाव के रूप में अपने विचार और अनुभव शोध परिणामों के अनुसार लिख सकते हैं।

तकनीकी, गणितीय, सांख्यिकी, मीडिया संबंधी बातों, समस्याओं को सरल, सुबोध, दूरगामी और भविष्य की दृष्टि से निदान देना मीडिया के लिए नहीं पूरे समाज के लिए हितकर और श्रेयस्कर हो सकता है। अतः मीडिया रपट या मीडिया शोध प्रबंध की सफलता इसी में है कि शोध रपट दुरूह समस्या को समझकर उसका कितना निदान तार्किक ढंग से बता सकती है, जो भविष्य में हमारा दिशा निर्देशन कर सके।

7.6 अभ्यास प्रश्न :

प्रश्न 1. शोध विकास प्रक्रिया का संचार संदर्भ में वर्णन करें।

प्रश्न 2. तटस्थ अवलोकन पर टिप्पणी लिखें।

प्रश्न 3. सैंपल की परिभाषा, विधि एवं प्रकारों का वर्णन मीडिया शोध के संदर्भ में करें।

प्रश्न 4. शेड्यूल और प्रश्नावली में अंतर स्पष्ट करें, उदाहरण देकर समझाएं।

प्रश्न 5. अच्छी शोध रपट कैसे लिखें?

7.7 सारांश :

तकनीकी शब्दावली का शोध प्रबंध लेखन में महत्वपूर्ण स्थान है। सैंपल, शेड्यूल, प्रश्नावली, इंटरव्यू, शोध की प्रचलित आंकड़ा संग्रह की तकनीक है, जिनका उपयोग शोधकर्ता अपने शोधकार्य में कर सकता है। शोध प्रस्तुति एक कला है। उदाहरण के तौर पर, लोकतांत्रिक देश में चुनाव आयोग के नये नियमों के अनुसार शोधकर्ता नियमों का पता करके चुनाव सर्वेक्षण व आकलन कर सकते हैं। शोधकार्य का अंतिम लक्ष्य शोध रपट लेखन है जिसके बारे में सात सावधानियां बरतने का वर्णन इस इकाई में किया गया है।

7.8 शब्दावली :

फुटनोट: फुटनोट इंडेक्स का ही दूसरा रूप है जो संख्या 1, 2, 3, हर अध्याय को लेकर उसी पृष्ठ पर नीचे दिया जाता था, लेकिन अब इसे वहां से हटा दिया गया है और अध्याय के अंत में 1-2-3-संख्या देकर फुटनोट के स्थान पर इसका वर्णन किया जाता है।

सैंपलिंग विधि (Sampling Method): यह एक समूह विशेष का प्रतिनिधि नमूना होता है।
Sample is a representative of the whole Group is based upon assumptions.

रैंडम सैंपल : इसमें एक समूह के हर व्यक्ति के चुने जाने के समान अवसर होते हैं। जैसे 500 के समूह से 50 नमूने चुनना। इसमें समूह बड़ा हो तो बेहतर रहता है। इसमें बिना पूर्वाग्रह के सामान्य ढंग से लोग ले लिए जाते हैं।

स्ट्रेटिफाइड सैंपल : इसमें अध्ययन के लिए चयनित यूनिवर्स को समूह में बांटकर हर समूह से प्रतिनिधि नमूना ले लेते हैं-जैसे अखबार के वे पाठक जो स्नातक या उससे ऊपर तक शिक्षित हैं, मैट्रिक, स्नातक या फिर मैट्रिक से कम शिक्षित हैं। इसमें आय तथा आयु समूह के आधार पर भी सैंपल बनाए जा सकते हैं। शोध की आवश्यकता और चरों को ध्यान में रखकर इसमें रैंडम तथा ध्येयी, दोनों विधियों को अपनाकर यूनिवर्स का प्रतिनिधि नमूना लिया जाता है।

अनुसूचि : अनुसूचित का उपयोग सीधे Interview के लिए किया जाता है। इसमें सीधे अवलोकन यानी आमने-सामने बैठकर शोधकर्मी या फील्ड वर्कर उसे अपने हाथ से भरता है। वह प्रश्न को पढ़कर रिक्त स्थान में पूछ-पूछकर उत्तर भरता जाता है।

प्रश्नावली : प्रश्नावली प्रतिभागी को साधारण डाक या इंटरनेट द्वारा ई-मेल के जरिये भेजी जाती है। इसे भरकर उत्तरदाता पुनः प्रेषक को लौटा देता है।

7.9 संदर्भ ग्रंथ सूची :

- 1 Jason Wrench & Others : Research Methods for Communication, Oxford University Press, London, P. 454
2. Dr. S.R. Bajpai : Methods of Social Survey & Research, Kitab Ghar, Kanpur.
3. Alexander A & Poller : How to Publish your Communication Research
- 4.A. M. Nicol : Displaying your Findings, American Psychological Association Discussion, 2003

7.10 सहायक/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

1. राय, पारसनाथ एवं राय सी.पी.: अनुसंधान परिचय, लक्ष्मी नारायण अग्रवाल, प्रकाशन, आगरा।
2. M. Mckeen : Case Study & Project in Communication, Methen, U.K. 1959

3. Dr. S. R. Bajpai : Methods of Social Survey & Research, Kitab Ghar, Kanpur

4. Alexander A. & Poller : How to Publish your Communication Research

7.11 निबंधात्मक प्रश्न :

1. गुणात्मक शोध पर एक निबंध लिखिए।
2. शोध प्रबंध प्रक्रिया और उसके विभिन्न चरणों तथा स्वरूप का वर्णन करें तथा एक शोध प्रस्ताव तैयार कीजिए।
3. सैंपलिंग विधि से आप क्या समझते हैं, उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।
4. जनगणना विधि के क्या लाभ हैं? शोध में यह विधि कितनी कारगर है, विस्तार से समझाइए।