

પ્રસ્તાવના

વિદ્યાર્થીમિત્રો, આગળના એકમમાં આપણે જોયું કે વૈશ્વિકરણ માટે સંચારક્રાંતિ આવશ્યક છે. સંચાર ક્રાંતિ સંચારનાં માધ્યમો દ્વારા આવે છે. આ સમૂહ-સંચારનાં માધ્યમો વિશેની માહિતી આ એકમમાં મેળવીશું.

વિદ્યાર્થીમિત્રો, શાળાનો બેલ વાગે ને તમે કલાસમાં જાવ છો, તમે શિક્ષકને નમસ્કાર કહો તો શિક્ષક નમસ્કાર કહે છે. તમે સમાચાર પત્ર વાંચો છો, તમે ફોન ઉપર વાતો કરો છો કે તમે ટેલિવિઝન જુઓ છો - આ બધું સંચારથી શક્ય બને છે. સંચારને અંગ્રેજી ભાષામાં Communication (કોમ્યુનિકેશન) કહેવામાં આવે છે. કોમ્યુનિકેશન શબ્દ લેટિન Commun થી નિર્મિત છે. હિન્દી ભાષામાં સંચાર, સૂચના, સંચારવ્યવસ્થા, સંસર્ગ વગેરે જેવા શબ્દો પ્રયોજાય છે. ગુજરાતીમાં સંદેશાવ્યવહાર, સંચાર, પ્રત્યાયન વગેરે શબ્દો પ્રયોજવામાં આવે છે. માનવ સમાજની આવશ્યક જરૂરિયાત પૈકીની એક પાયાની જરૂરિયાત હોય તો તે સંચાર છે. સંચાર બે કે તેથી વધુ પક્ષો વચ્ચેની એવી આંતરક્રિયા છે, જેમાં સંવેદનાવાહક અને ભૌતિક માધ્યમો દ્વારા એકબીજા પક્ષ ઉપર આંતરિક કે બાહ્ય અસર ઉપજાવે છે. સંચારની પ્રક્રિયાનો પ્રારંભ બાળકના જન્મથી થાય છે અને તેનો અંત માનવ જીવનના અંતથી થાય છે. આ રીતે પ્રત્યાયન કે સંચાર માનવજીવનનું અભિન્ન અંગ છે. આવા સંચારનો અર્થ, પ્રક્રિયા, સમૂહ, લોક માધ્યમ, સમૂહ માધ્યમો તેની અસરો વગેરેનો પ્રાથમિક ખ્યાલ અહીં મેળવીશું.

સંચારની વ્યાખ્યાઓ

સંચારની વ્યાખ્યાઓ નીચે મુજબ છે :

એડવર્ડ એમરી - “સંચાર એ માહિતી, વિચારો અને વલણોને એક વ્યક્તિથી બીજી વ્યક્તિ સુધી પરિવર્તિત કરવાની કલા છે.”

વિદ્યુત જોષી - “વ્યક્તિ પોતાનાં વિચારો, લાગણીઓ, ઊર્મિઓ, ઈચ્છાઓ કે ઈન્દ્રિયગત અનુભવો જેવી આત્મલક્ષી માનસિક અમૂર્ત બાબતોને ભાષા કે અન્ય કોઈ અર્થપૂર્ણ માધ્યમ દ્વારા બીજી વ્યક્તિમાં પ્રત્યાયિત, પસાર કરે તે પ્રક્રિયાને પ્રત્યાયન તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.”

કીથ ડેવિડ - “સંચાર-પ્રત્યાયન એટલે એક વ્યક્તિ કે સમૂહથી બીજી વ્યક્તિ કે સમૂહમાં કોઈ સૂચના અથવા ભાવ પહોંચાડવાની પ્રક્રિયા.”

ટૂંકમાં, આપણે એમ કહી શકીએ કે સંચાર એક એવું માધ્યમ છે, જેના દ્વારા બે વ્યક્તિઓ કે સમૂહોની વચ્ચે પરસ્પર ભાવનાઓ અને આકાંક્ષાઓનું આદાન-પ્રદાન થાય છે. સંચારના બે પ્રવાહ છે. જેમાં એક બાજુ સંદેશા મોકલનાર સંદેશ મોકલે છે જ્યારે બીજી બાજુ સંદેશા મેળવનાર તેની પ્રતિક્રિયા આપે છે.

સંચારની લાક્ષણિકતાઓ**(1) સંચાર એક અવિરત પ્રક્રિયા છે :**

સંચાર વગર માનવજીવન શક્ય નથી. એટલે એ માનવજીવનનું અભિન્ન અંગ છે. પ્રત્યાયન વિના એક વ્યક્તિ બીજી વ્યક્તિની ભાવનાઓથી જાત થતો નથી. સંચાર કે પ્રત્યાયનમાં સૂચના, આદેશ, નિર્દેશ, સલાહ, મંતવ્ય, શિક્ષણ, પ્રેરણા, પ્રેમ, ભાવનાઓ વગેરે સંદેશાના આદાન-પ્રદાનની પ્રક્રિયા સતત ચાલતી રહે છે.

(2) સંચાર દ્વિમાર્ગી પ્રક્રિયા છે :

સંચારમાં બે વ્યક્તિઓ અથવા સમૂહોની વચ્ચે સંદેશાનું આદાન-પ્રદાન થતું હોય છે. આ અવિરત પ્રક્રિયા દ્વિમાર્ગી છે. આમ, સંદેશો આપનાર પ્રેષક સંદેશ આપે છે. સંદેશો પ્રાપ્ત કરનાર તેની પ્રતિક્રિયા આપે છે.

(3) સંચાર માટે માધ્યમ આવશ્યક છે :

સંચારમાં બે વ્યક્તિ કે સમૂહ વચ્ચે માનવીની વાચા, હાસ્ય, રુદન, ઈશારા, હાવભાવ જેવું સંવેદનવાહક માધ્યમ કે વર્તમાનપત્ર, રેડિયો, ટી.વી. ટેલિફોન, મોબાઇલ જેવાં ભૌતિક માધ્યમો અનિવાર્ય છે.

(4) સંચાર એક પ્રાકૃતિક ગુણ છે :

સંચાર એ જન્મજાત ગુણ છે. સંચારનો પ્રારંભ જન્મથી થાય છે. દા.ત., નવજાત બાળકને ભૂખ લાગે અને તે રડવાનું શરૂ કરે. માનવીનું બોલવા, સાંભળવાનું કૌશલ્ય પ્રાણી કરતાં જુદા પ્રકારનું છે. તો લેખનકલાનું કૌશલ્ય માનવીને અજોડ બનાવે છે. આમ, સંચાર એ માનવીનો પ્રાકૃતિક ગુણ છે.

(5) સંચાર એક સામાજિક પ્રક્રિયા છે :

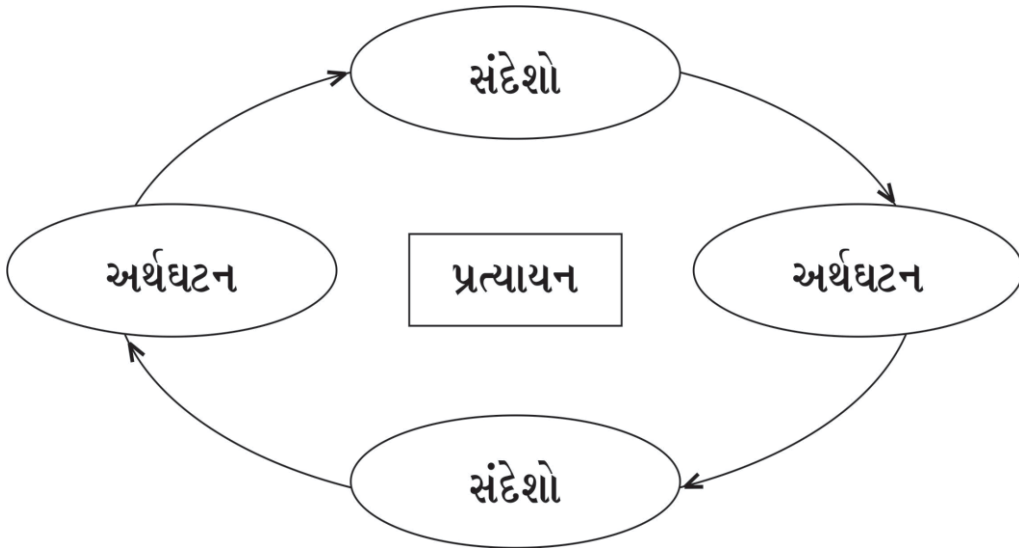
સંચાર એ બે વ્યક્તિ કે સમૂહ વચ્ચે થતી પ્રક્રિયા છે. આ પ્રક્રિયામાં સંચાર માટેના સંદેશા કે સંજ્ઞાના અર્થો સમાજ દ્વારા પરિભાષિત થયેલા હોય છે. જેમ કે વ્યક્તિ હાથ ઊંચો કરીને હલાવે ત્યારે સામેની વ્યક્તિ સમજી જાય કે મને આવજો કહે છે.

(6) સંચાર વિજ્ઞાન અને કળા છે :

વૈજ્ઞાનિક પદ્ધતિથી સંચારની ટેકનિક વિકસાવીને પ્રેક્ષકોને વધુ અર્થપૂર્ણ સંદેશા આપી શકાય છે. આ માટે વિવિધ પ્રકારનાં સાધનો, ભાષા, નૃત્ય અને ટેકનોલોજીનાં સાધનોનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. દા. ત. પાવરપોઇન્ટ પ્રેઝન્ટેશન. સંચાર પ્રક્રિયા

સંચાર પ્રત્યેક માનવ સમાજની અનિવાર્ય જરૂરિયાત છે. સંચાર વગર માનવ સમાજની કલ્પના પણ ન કરી શકાય. સંચારની પ્રક્રિયા અનેક સોપાનોમાંથી પસાર થાય છે. આ સોપાનો નીચે મુજબ છે.

(1) ઓસગુડ અને વિલ્બર શ્રેમનું મોડેલ :



ઓસગુડ અને વિલ્બરના મતે લોકો જે સંદેશો મેળવે છે, તેને સમજે છે. જેવું સમજાય તેવા સંદેશાનું અર્થઘટન કરી જેની પાસેથી સંદેશો પ્રાપ્ત કર્યો હોય તેને સંદેશાનો જવાબ પરત કરે છે. આમ, સંદેશાનું અર્થઘટન કરીને સંદેશા આપ-લેની પ્રક્રિયા સતત ચાલતી રહે છે.

(2) ડેવિડ બર્ગોનું S.M.C.R પ્રત્યાયન મોડેલ :

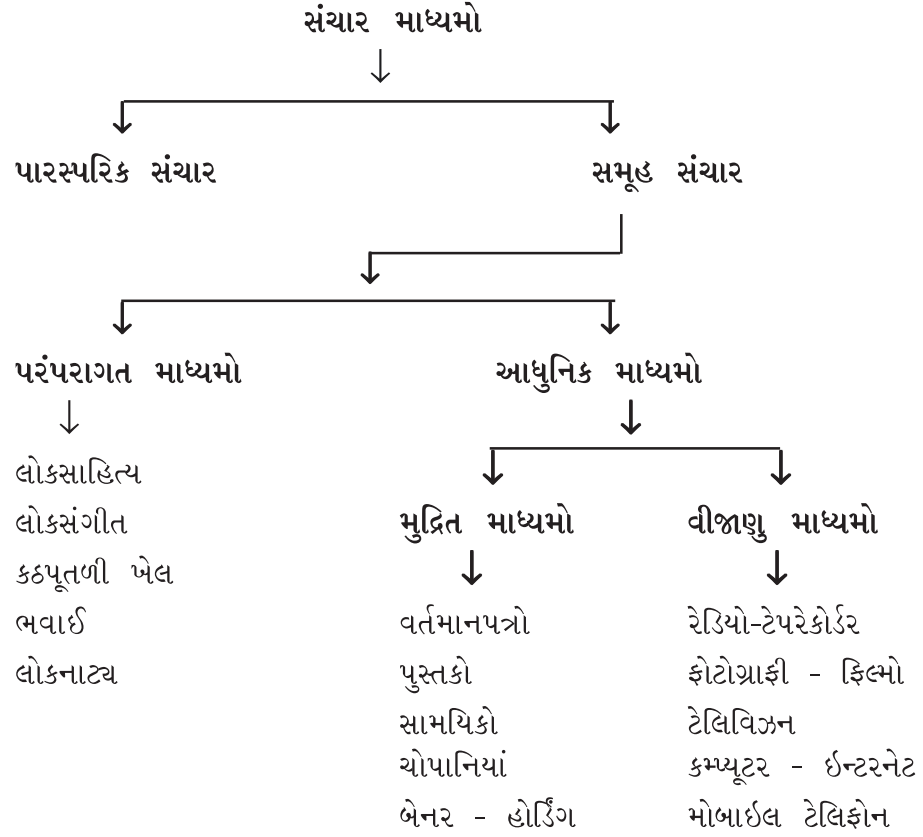
Source - પ્રેષક (સંદેશો મોકલનાર)

Message - સંદેશો

Channel - ચેનલ

Receiver - પ્રાપ્તકર્તા (સંદેશો મેળવનાર)

સંચાર માધ્યમોના પ્રકાર



સંચારના માધ્યમોને ધ્યાનમાં રાખીને બે પ્રકાર પાડી શકાય :

પારસ્પરિક સંચાર : બે કે તેથી વધુ વ્યક્તિ કે સમૂહ વચ્ચે એકબીજાની પ્રત્યક્ષ હાજરીમાં વાતચીત, પ્રેમ, હાસ્ય, રુદન, કે કોઈપણ અભિવ્યક્તિ, કોઈ સંકેત કરે કે કોઈ હાવભાવ વ્યક્ત કરે અને એકબીજા ઉપર અસર ઉપજાવે તેને પારસ્પરિક સંચાર કહેવામાં આવે છે.

સમૂહ સંચાર : વિશાળ માનવ સમુદાયોને વિવિધ યંત્રવિજ્ઞાન - ટેકનોલોજી દ્વારા વિવિધ વિષય ઉપર સંદેશો પહોંચાડવાનું કાર્ય આ સમૂહ માધ્યમો દ્વારા થાય છે. વિશાળ અને જટિલ સમુદાયમાં ઝડપી સંદેશા પહોંચાડવા માટે વર્તમાનપત્ર, રેડિયો, ટેલિવિઝન, કમ્પ્યુટર, મોબાઈલ, ઇન્ટરનેટ વગેરે દ્વારા સમૂહ સંચાર શક્ય બને છે.

સમૂહ-સંચાર માધ્યમના પણ બે પ્રકાર પાડી શકાય :

- પરંપરાગત સમૂહ સંચાર માધ્યમો
- આધુનિક સમૂહ સંચાર માધ્યમો

(1) પરંપરાગત સમૂહ સંચાર માધ્યમો : પ્રાચીનકાળથી ભારતમાં પરંપરાગત સમૂહ માધ્યમોની બોલબાલા વત્તે-ઓછે અંશે જોવા મળે છે. લોકસાહિત્ય, લોકસંગીત અને લોકનૃત્ય આ ત્રણેય ભારતના વિવિધ પ્રદેશોમાં પોતાની આગવી ઓળખ ધરાવે છે. દા.ત., ગુજરાત, સૌરાષ્ટ્ર, કચ્છ વિસ્તારની લોકકથા, લોકવાર્તાઓ, લોકગીત, આખ્યાનો, છંદ, દુહા વગેરે. સામાન્ય રીતે કોઈ વીરકથા, સતીકથા, ધાર્મિક કથા રજૂ થતી. એવી જ રીતે રાજસ્થાન, ગુજરાતમાં ભવાઈ ઉત્તરપ્રદેશમાં નૌટંકી, બંગાળમાં બાઉલ, મહારાષ્ટ્રમાં ભારંડ, મધ્યપ્રદેશમાં પંડવા જેવાં લોકનાટકોનું ખૂબજ આકર્ષણ ગ્રામ સમુદાયમાં રહેતું. કઠપૂતળીનો ખેલ, મલ્લનો ખેલ અને મદારીના ખેલ વગેરે મનોરંજન મેળવવાનાં પરંપરાગત સમૂહ માધ્યમો છે. આ માધ્યમ દ્વારા લોકોને મનોરંજન ઉપરાંત નૈતિક મૂલ્યો અને જ્ઞાન મળતું. વર્તમાન સમયમાં આધુનિક સંચાર માધ્યમોના વિકાસને લીધે તેમાં ઓટ આવી છે.

આ પરંપરાગત માધ્યમો આમ તો પારસ્પરિક પ્રત્યક્ષ માધ્યમ હતાં, તેમાં યંત્રવિજ્ઞાન કે ટેકનોલોજીનો અભાવ હતો. ગ્રામજનો સામાજિક, ઐતિહાસિક, ધાર્મિક પ્રસંગોને લઈને મનોરંજન સાથે ભાવાત્મક અને નૈતિક

મૂલ્યો પોતાની લોકકલા દ્વારા રજૂ કરતા. ટેલિવિઝનના કારણે ગ્રામ સમુદાયમાં પરંપરાગત માધ્યમ મોટે ભાગે અસ્ત પામી રહ્યાં છે.

(2) આધુનિક સમૂહ સંચાર માધ્યમો : આ સમૂહ માધ્યમોને બે ભાગમાં વહેંચી શકાય :

(અ) મુદ્રિત માધ્યમો : વર્તમાનપત્ર, પુસ્તકો, સામયિકો, પોસ્ટર, હોર્ડિંગ, ચોપાનિયાં

(બ) વીજાણુ માધ્યમો : રેડિયો, ફોટોગ્રાફી, ફિલ્મો, ટેલિવિઝન, કમ્પ્યુટર, મોબાઇલ, ઇન્ટરનેટ
હવે આપણે આ બંને પ્રકારના સંચાર માધ્યમોની વિસ્તૃત સમજ મેળવીએ.

(અ) મુદ્રિત માધ્યમો :

જર્મનીમાં 1440માં ગુટેન બર્ગે છાપકામની ટેકનોલોજી એટલે કે પ્રિન્ટિંગ પ્રેસનો વિકાસ કર્યો. ત્યારથી એક સાથે હજારો આવૃત્તિઓમાં છાપકામની શરૂઆત થઈ. પ્રારંભમાં નાના ચોપાનિયાં સ્વરૂપમાં સમાચાર છાપીને વર્તમાનપત્ર શરૂ કરવામાં આવ્યા. ધીમે ધીમે આ વર્તમાનપત્રો દૈનિક વર્તમાનપત્ર સ્વરૂપમાં રજૂ થયા તેમજ તે સમયે હસ્તલિખિત પુસ્તકો પણ છપાવા લાગ્યા. માટે એમ કહી શકાય

કે યંત્રવિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીની સાથે આધુનિક યુગની શરૂઆત થઈ. ભારતમાં વર્તમાનપત્રની શરૂઆત 18મી સદીના ઉત્તરાર્ધમાં જાન્યુઆરી 1780માં જેમ્સ અગસ્ટ હાકીને અંગ્રેજી ભાષામાં બંગાળ ગેઝેટને સાપ્તાહિક સ્વરૂપે પ્રકાશિત કર્યું ત્યારથી થઈ હતી. ભારતનું સૌપ્રથમ દૈનિક વર્તમાનપત્ર કલકત્તા ગેઝેટ હતું. સ્વતંત્ર ભારતમાં યુનાઈટેડ ન્યૂઝ ઓફ ઇન્ડિયા નામની એક કંપની સ્થાપવામાં આવી. તેનું કાર્ય સમાચાર આપવાનું છે. 27 ઓગસ્ટ, 1947માં પ્રેસ ટ્રસ્ટ ઓફ ઇન્ડિયા (પી. ટી. આઈ.)ની સ્થાપના કરવામાં આવી. આ સમાચારપત્રો આંતરરાષ્ટ્રીય, રાષ્ટ્રીય, પ્રાદેશિક અને સ્થાનિક એમ ચાર કક્ષાએ રજૂ થયા. જેમાં સ્થાનિક કક્ષાથી શરૂ કરી આંતરરાષ્ટ્રીય કક્ષા સુધીની તમામ ઘટનાઓ અને વિગતો પ્રકાશિત કરવામાં આવતી; પરંતુ નિરક્ષરતા છે ત્યાં આ મુદ્રિત માધ્યમો ઓછાં અસરકારક બની શકે છે.

વળી, મુદ્રિત માધ્યમોમાં પાઠ્યપુસ્તકો, ધાર્મિક ગ્રંથો, નવલકથાઓ, કાવ્યો, નાટકો વગેરે મહત્વની ભૂમિકા ભજવે છે. હાલ કમ્પ્યુટર સાથે જોડાયેલ ડિજિટલ ટેકનોલોજીને કારણે બીબાપ્રિન્ટિંગ ટેકનોલોજીનો અંત આવી ગયો છે. ડિજિટલ ટેકનોલોજીને કારણે વિવિધ પ્રકારનાં પ્રિન્ટર, ફોટોકોપી મશીન વગેરે દ્વારા પ્રિન્ટિંગ ઘણું સરળ અને ઝડપી થવા લાગ્યું છે. ટેલિવિઝન, કમ્પ્યુટર, ઇન્ટરનેટ, સ્માર્ટફોન વગેરેને કારણે વર્તમાનપત્રો, પુસ્તકો, સામયિકોના વાંચનના પ્રમાણમાં ઘણો ઘટાડો જોવા મળે છે.

(બ) વીજાણુ માધ્યમો : વીજાણુ સમૂહ સંચાર માધ્યમો ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમોથી ઓળખાય છે. જેમાં રેડિયો, ફોટોગ્રાફી, ફિલ્મો, ટેલિવિઝન, કમ્પ્યુટર, મોબાઇલ, સ્માર્ટફોન વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.

(1) રેડિયો : રેડિયોનો આવિષ્કાર 1921માં ઇટાલીના વૈજ્ઞાનિક માર્કોનીએ કર્યો હતો. આકાશવાણીનું સૌપ્રથમ કેન્દ્ર ઇંગ્લેન્ડમાં સ્થપાયું. ભારતમાં રેડિયો પ્રસારણનો પ્રારંભ 1923માં ખાનગી સ્વરૂપે મુંબઈમાં કલબ રેડિયો સ્વરૂપે થયો. ત્યાર બાદ 1927માં રેડિયોનો પ્રારંભ મુંબઈ અને કોલકાતામાં બે સરકારી ટ્રાન્સમીટરની સ્થાપના દ્વારા થયો. 1930માં આ રેડિયો સ્ટેશનનું સંચાલન અને નિયંત્રણ સરકાર દ્વારા કરવામાં આવ્યું અને તેનું ભારતીય પ્રસાર સેવા નામ આપવામાં આવ્યું. 1936માં આ નામ બદલીને ઓલ ઇન્ડિયા રેડિયો કરવામાં આવ્યું. ત્યાર બાદ 1957થી ભારતમાં તે આકાશવાણી તરીકે જાણીતું છે. તેનું ભારતના સૂચના અને પ્રસારણ મંત્રાલય દ્વારા સંચાલન કરવામાં આવે છે. વર્તમાન ભારતમાં કુલ 187 રેડિયો સ્ટેશન અને 180 રેડિયો ટ્રાન્સમીટર દેશનો કુલ 83 % વિસ્તાર અને 96 % જનસંખ્યાને આવરી લે છે.



સામાજિક માધ્યમો

ભારતના દુર્ગમ અને અંતરિયાળ ભાગમાં રેડિયો અસરકારક માધ્યમ છે. રેડિયો દ્વારા પ્રસારિત કાર્યક્રમને લીધે કૃષિ, પશુપાલન, મત્સ્ય ઉદ્યોગો, મરઘાઉદ્યોગોને લગતી માહિતીએ વિકાસ અને પરિવર્તન લાવવામાં ભાગ ભજવ્યો છે. વળી, યુવાનો, મહિલાઓ, બાળકો, આદિવાસીઓ વગેરેને લગતા કાર્યક્રમોનું પ્રસારણ કરવામાં આવે છે. વિવિધ ભાષામાં સમાચારો, કોમેન્ટ્રી સહિત મનોરંજક કાર્યક્રમો પ્રસારિત કરવામાં આવે છે. પહેલાંના સમયમાં રેડિયો રાખવા માટે લાયસન્સ રાખવું પડતું, હાલ ટેક્નોલોજીની ક્રાંતિને લીધે એફ. એમ. રેડિયો આવતા પ્રસારણ પ્રક્રિયા અને કાર્યક્રમોનું સ્વરૂપ બદલાયું છે.

(2) ફોટોગ્રાફી : અમેરિકાના જ્યોર્જ ઈસ્ટમેને 1888માં કોડેક બોક્સ કેમેરાની શોધ કરી. શરૂઆતમાં કેમેરા રોલના ઉપયોગથી બ્લેક એન્ડ વ્હાઈટ અને ત્યાર બાદ કલર ફોટોગ્રાફી કરવામાં આવતી. હવે સ્માર્ટ ફોન અને ડિજિટલ કેમેરાથી ફોટોગ્રાફી થાય છે. સમાજના પ્રત્યેક તબક્કે ફોટોગ્રાફી મહત્વની બની છે.

(3) ચલચિત્રો કે સિનેમા : ચિત્રોને ગતિ આપીને દૃશ્યો દર્શાવવાની પ્રક્રિયાને ચલચિત્ર કહે છે. આ ચલચિત્રની ટેક્નોલોજી શોધવાનું શ્રેય થોમસ આલ્વા એડિસનને જાય છે. ભારતમાં સૌપ્રથમ 7 જુલાઈ, 1896માં પ્રથમ ફિલ્મ પ્રદર્શિત થઈ. ભારતીય ચલચિત્રોમાં દાદાસાહેબ ફાળકેનું પ્રદાન નોંધપાત્ર હોવાથી તેમના નામે આજે પણ ભારતીય ફિલ્મજગતનો પ્રસિદ્ધ એવોર્ડ એનાયત કરવામાં આવે છે. ભારતીય ફિલ્મ ડિવિઝનની સ્થાપના 1948માં મુંબઈમાં થઈ. 1952માં ફિલ્મ સેન્સર બોર્ડનું ગઠન કરવામાં આવ્યું. ભારતની કોઈ ફિલ્મને સાર્વજનિક કરતાં પહેલાં આ સેન્સરબોર્ડનું પ્રમાણપત્ર આપવામાં આવે છે. સમાજજીવનનાં વિવિધ પાસાંનું નિરૂપણ ફિલ્મોમાં કરવામાં આવે છે. આથી આજે પણ ભારતીય ફિલ્મજગત સમાજમાં આકર્ષણનું કેન્દ્ર રહ્યું છે. હાલ સિનેમાના નવા સ્વરૂપે મલ્ટિપ્લેક્સ સિનેમાગૃહનો ઉદય થયો છે; પરંતુ ટેલિવિઝન, કમ્પ્યુટર, ઈન્ટરનેટ, કોમ્પેક્ટ ડિસ્ક (સી.ડી), ડિજિટલ વર્સટાઈલ ડિસ્ક (ડી.વી.ડી) અને પેનડ્રાઈવનું પ્રચલન વધતાં સિનેમાગૃહમાં ફિલ્મ જોવાનું પ્રમાણ ઘટી રહ્યું છે.

(4) ટેલિવિઝન : ટેલિવિઝન એ આધુનિક યુગનો અદ્ભુત અને અકલ્પનીય આવિષ્કાર છે. આ દૃશ્ય-શ્રાવ્ય માધ્યમનો આવિષ્કાર ઈ.સ. 1926માં ઈંગ્લેન્ડના વૈજ્ઞાનિક જોન એલ. બેયર્ડે કર્યો હતો. ભારતમાં દૂરદર્શનનો પ્રારંભ 15 સપ્ટેમ્બર, 1959માં દિલ્હીમાં પ્રાયોગિક ધોરણે થયો હતો. 1972માં ટી.વી. કેન્દ્રની શરૂઆત થઈ. 1982માં ભારતના યજમાન પટે યોજાયેલ એશિયાડ રમતમહોત્સવનું રંગીન ટેલિવિઝન પ્રસારણ શરૂ થયું. દૂરદર્શનનો મુખ્ય ઉદ્દેશ ગ્રામવિકાસ, કૃષિવિકાસ, શિક્ષણ, જનજાગૃતિ માટે માહિતી આપી રાષ્ટ્રીય વિકાસ કરવાનો હતો; પરંતુ 1985 પછી ખાનગી ચેનલોનો પ્રવેશ થતાં તેના મનોરંજન કાર્યક્રમોની અસર સમગ્ર ભારતમાં છવાઈ ગઈ. હાલમાં 800થી વધુ ચેનલો દ્વારા કાર્યક્રમો પ્રસારિત કરવામાં આવે છે. હાલ ટેલિવિઝન દરેક પરિવારનું અભિન્ન અંગ બની ગયું છે.

(5) કમ્પ્યુટર : આજનો યુગ કમ્પ્યુટર યુગ છે. જહોન મોચેલ અને જે. પી. એકર્ટ દ્વારા 1946માં ડિજિટલ કમ્પ્યુટર શોધવામાં આવ્યું કમ્પ્યુટર એવું સાધન છે, કે જે માહિતી સ્વીકારે છે, સંગ્રહ કરે છે, પૃથક્કરણ કરે છે અને વિવિધ સ્વરૂપે માહિતી પાછી મોકલી શકે છે. આજે ભારતમાં તમામ ક્ષેત્રમાં કમ્પ્યુટરનો ઉપયોગ અનિવાર્ય બન્યો છે. તેથી કમ્પ્યુટર શિક્ષણ અનિવાર્ય બન્યું છે.

(6) ઈન્ટરનેટ : ઈન્ટરનેટ એટલે વિશ્વનું સૌથી મોટું જાળું જે સંખ્યાબંધ કમ્પ્યુટર અને મોબાઈલને એકબીજાથી જોડે છે. જેને ઈન્ટરનેટ નેટવર્ક પણ કહેવામાં આવે છે. આ નેટવર્કથી દ્વિતરફી માહિતીની આપ-લે થાય છે. ભારતમાં ઈન્ટરનેટની શરૂઆત 15 ઓગસ્ટ 1995ના રોજ થઈ હતી. વ્યક્તિ આંગળીના ટેરવાથી આખી દુનિયાનાં તમામ પાસાંનું જ્ઞાન મેળવી શકે છે, અને દુનિયાના કોઈ પણ ખૂણે કોઈ પણ માહિતી મોકલવી હોય તો મોકલી શકાય છે. વર્લ્ડ વાઈડ વેબ(WWW - World Wide Web) ઈન્ટરનેટ કમ્પ્યુટર અને સ્માર્ટફોન સાથે જોડાતા અકલ્પનીય ઉપયોગ થવા લાગ્યો છે. ઈન્ટરનેટ પર માહિતી કે સેવા આપતા કમ્પ્યુટરને ઈન્ટરનેટ સર્વર કહે છે. ઈન્ટરનેટ પર દુનિયાભરના હજારો સર્વર એક વિશાળ જાળથી જોડાયેલ છે. આ રચનાને વર્લ્ડ વાઈડ વેબ કહે છે. જુદી જુદી વેબસાઈટ દ્વારા વિવિધ પ્રકારની માહિતી ક્ષણભરમાં ઉપલબ્ધ થાય છે. ઈ-ગવર્નન્સ, ઈ-બૅંકિંગ, ઈ. શોપિંગ, ઈ. કોમર્સ વગેરેનો ઉપયોગ વધવા લાગ્યો છે. આ ઉપરાંત શિક્ષણ, આરોગ્ય, રેલવે, હવાઈમુસાફરી, મનોરંજન વગેરેમાં ઈન્ટરનેટનું પ્રાધાન્ય વધતું જાય છે.

(7) મોબાઈલ : ભારતમાં 15 ઓગસ્ટ, 1995ના રોજ મોબાઈલ સેવાનો પ્રારંભ થયો. હાલ સ્માર્ટફોન યુવા જગતનું આકર્ષણ બન્યો છે. મોબાઈલમાં વિવિધ પ્રકારની એપ્લિકેશનના માધ્યમથી માહિતી અને મનોરંજન સરળ અને તે જ ક્ષણે તે ઉપલબ્ધ બન્યા છે.

સમૂહ માધ્યમોની અસરો :

સમૂહમાધ્યમોએ સમાજજીવન, શિક્ષણ, આરોગ્ય, આર્થિક, કલા અને રમતગમત ક્ષેત્ર, મનોવૈજ્ઞાનિક અને રાષ્ટ્રીય એકતાનાં ક્ષેત્રે અસરો ઉપજાવી છે, જે નીચે મુજબ જોઈ શકાય :

(1) સામાજિક જીવન પર અસરો :

કુટુંબ, લગ્ન, જ્ઞાતિ અને સાંસ્કૃતિક પાસાંના સંદર્ભમાં સમૂહ માધ્યમોની અસરો નીચે મુજબ જોવા મળે છે :

• **કુટુંબજીવન પર અસરો :** સમૂહ માધ્યમોને લીધે કુટુંબવાદને બદલે વ્યક્તિવાદ ઊભો થયો છે. પુરુષો કે વડીલોની સત્તામાં પરિવર્તન આવ્યું છે. સમૂહ માધ્યમોમાં દર્શાવાતા કાર્યક્રમો અને ધારાવાહિકોની અસર કૌટુંબિક સંબંધો ઉપર પડતી જોવા મળે છે. પતિ-પત્નીના સંબંધોમાં સત્તા અને તાબેદારીને બદલે સમાનતા અને ઉદારતા તથા સ્વતંત્રતાના ખ્યાલો વિકસતા જાય છે. કૌટુંબિક સંબંધોમાં લોકશાહીપૂર્ણ વાતાવરણ વધતું જાય છે. વિવિધ માધ્યમોની અસરને લીધે પ્રાપ્ત માહિતીને કારણે શિક્ષણની અનેક તકો વધતી જાય છે, જેને લીધે બાળકો સ્વતંત્ર રીતે પોતાની શૈક્ષણિક કારકિર્દી બનાવી શકવા સમર્થ બને છે. દીકરી અને દીકરાના જન્મ, ભેદભાવ કે ઉછેરમાં સમૂહ માધ્યમોએ નવી જાગૃતિ ઊભી કરી છે. સમૂહ માધ્યમોમાં આવતી જાહેરાતોને લીધે કુટુંબમાં વિવિધ સભ્યોને આજીવિકાની તક મળતાં સ્થળાંતર વધ્યું છે; પરંતુ માધ્યમોને લીધે રોજબરોજનો સંપર્ક પણ ચાલુ રહે છે. સમૂહ માધ્યમોએ કૌટુંબિક જીવન પ્રણાલી ઉપર હકારાત્મક અને નકારાત્મક અસરો નીપજાવી છે.

• **લગ્ન વ્યવસ્થા :** સમૂહ માધ્યમોએ લગ્ન માટે જીવનસાથીની પસંદગીમાં કુટુંબના વડીલોને ગૌણ અને લગ્ન કરનારાં યુવક-યુવતીને પાયાનું સ્થાન અપાવ્યું છે. તેથી લગ્ન પહેલાં એકબીજાની મુલાકાત દ્વારા યુવક-યુવતીની ઉંમર, દેખાવ, શિક્ષણ, વ્યવસાય, સ્વભાવ અને કુટુંબ વગેરે બાબતોને મહત્વ આપી જીવનસાથીની પસંદગી કરે છે. આમ, સ્વપસંદગી પુખ્તવયે લગ્ન, બાળલગ્ન વિરોધ, લગ્નમાં દહેજ ના લેવું જોઈએ વગેરે વલણો સમૂહ માધ્યમો ધડી રહ્યાં છે. સાથે લગ્નમાં યુવક-યુવતીના ગુણ કરતા મંડપ કે ભોજનના ઠાઠમાઠના ખર્ચમાં વધારો કરવા આ માધ્યમો પ્રેરી રહ્યાં છે. પતિ-પત્નીએ સહજીવન બંધબેસતું ન હોય તો પકડું પાનું નિભાવી લેવું એ ખ્યાલ દૂર થઈ રહ્યો છે. એટલે છૂટાછેડાથી લગ્નજીવનનો અંત લાવીને નવા જીવન માટે માર્ગ મોકળો કરવામાં સમૂહ માધ્યમોની ભૂમિકા મહત્વપૂર્ણ રહી છે.

• **જ્ઞાતિ વ્યવસ્થા :** જ્ઞાતિના કોટિકમ, ખાનપાન, વ્યવસ્થા અને નાગરિક તથા ધાર્મિક અસમર્થતાની બાબતમાં ગાંધીજી કે ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકરની અસ્પૃશ્યતા સામેની લડતમાં મુદ્રિત માધ્યમોએ ઘણો ફાળો આપ્યો હતો. ત્યાર બાદ ભારતના બંધારણ અને કાયદાથી ભેદભાવ દૂર કરવામાં આ માધ્યમો મદદરૂપ થયા. આધુનિક માધ્યમોએ ખાનપાન, વ્યવસાય તથા નાગરિક હકોની ભેદભાવવાળી પ્રણાલીને ઉખેડીને ફેંકી દીધી છે. આંતરજાતીય લગ્નોને પ્રોત્સાહન આપી રહ્યાં છે. વ્યક્તિ કે કુટુંબ ઉપર જ્ઞાતિની મજબૂત પકડ ઢીલી પાડવામાં સમૂહ માધ્યમોની ભૂમિકા મહત્વની બની રહી છે.

• **સંસ્કૃતિ :** ભારતીય સમાજ અનેક ધાર્મિક સંપ્રદાયો ધરાવતો દેશ છે. આ સંપ્રદાયોમાં અનેક વિધિ-વિધાનો, માન્યતાઓ, શ્રદ્ધાઓ, વહેમ અને અંધશ્રદ્ધાઓ જોવા મળે છે. જેમાં સમૂહ માધ્યમો ઘણાં વિધિ-વિધાન, માન્યતાઓ કે અંધશ્રદ્ધાઓ વિશે વૈજ્ઞાનિક જ્ઞાન આપીને લોકોને જાગૃત કરે છે. સાથે આ માધ્યમો શ્રદ્ધાઓ, માનવધર્મ અને યોગનો પ્રચાર પણ કરે છે. વળી, જન્મદિનની ઉજવણી, મેરેજ એનિવર્સરી, વિવિધ તહેવારો કે ઉત્સવોની ઉજવણી સમૂહ માધ્યમો ખૂબ ઠાઠમાઠથી ઊજવવા પ્રેરે છે. દીકરીના જન્મને આવકારવા સમૂહ માધ્યમો પ્રોત્સાહન આપી રહ્યાં છે. મૃત્યુના પ્રસંગોમાં પણ લાંબા અને ઊંડા શોક અને વિચિત્ર રિવાજોને માત્ર બેસણામાં ફેરવવાનું કાર્ય આ સમૂહ માધ્યમો દ્વારા થાય છે.

(2) ભૌતિક વસ્તુઓના ઉત્પાદન અને સેવાઓનો પ્રચાર :

મુદ્રિત માધ્યમ અને વીજાણુ માધ્યમોમાં વિવિધ ચીજવસ્તુની ખરીદી કરવા પ્રેરતા વારંવારના વિજ્ઞાપનોને કારણે લોકોને આ ચીજવસ્તુઓ તરફ આકર્ષવા અને તેની ખરીદી કરવા કે ઉપભોગ કરવા પ્રેરે છે. ગૃહ ઉપયોગી એવાં ઇલેક્ટ્રિક ફ્રિજ, વોશિંગ મશીન, મિક્સર, કુલર, વેક્યુમક્લિનર, વોટર પ્યુરિફાયર અને ઇલેક્ટ્રોનિક કમ્પ્યૂટર, ટેલિવિઝન, મોબાઇલ, ઘર-વપરાશની ચીજવસ્તુ જેવી કે હેરઑઇલ, સાબુ, પાવડર, ટૂથપેસ્ટ, મરીમસાલા, કાપડ, ફર્નિચર, વાહનો ઉપરાંત વીમા, બેન્કની સેવાઓ વગેરે વિજ્ઞાપનોને કારણે લોકો વિવિધ ચીજવસ્તુઓથી પરિચિત બને છે, અને પસંદગીની તક મળે છે. આમ, સમૂહ માધ્યમોમાં આવતી વિજ્ઞાપનોએ લોકોમાં નવી જરૂરિયાતો પેદા કરી છે. વિવિધ કંપનીઓ પોતાના ઉત્પાદન સંબંધી વિજ્ઞાપનો દ્વારા લોકોને પોતાના ઉત્પાદનોનો ઉપભોગ કરવા તરફ દોરી જાય છે. ગ્રાહક તે વસ્તુ ખરીદવા તરફ આકર્ષાય તે માટે એક વસ્તુ સાથે વસ્તુ કે ભેટ, આકર્ષક ઑફર,

હપ્તા પદ્ધતિ, શૂન્ય ડાઉનપેમેન્ટ, શૂન્ય ટકા વ્યાજ જેના જાહેર વિજ્ઞાપનથી ગ્રાહકોને આકર્ષે છે. હાલ સમાજમાં યુઝ એન્ડ થ્રોનો ખ્યાલ પ્રચલિત બની રહ્યો છે. એટલે એમ કહી શકાય કે સમૂહ માધ્યમોએ ઉપયોગિતાવાદ કે ગ્રાહકવાદ ઊભો કર્યો છે. વ્યક્તિ પાસે દેવું કરાવીને પણ વસ્તુ ખરીદવા સમૂહ માધ્યમો પ્રેરે છે.

(3) શિક્ષણ ક્ષેત્રે પ્રભાવ :

સમૂહ-સંચાર માધ્યમો સામાજિક વિકાસ માટે અગત્યનાં સાધનો છે. શિક્ષણનું મહત્ત્વ સમજાવતાં પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ વિવિધ કાર્યક્રમો કે વિજ્ઞાપન નિરક્ષરતા નિવારવામાં ફાળો આપે છે. ટેલિવિઝને શિક્ષણ, કૃષિ, વિજ્ઞાન, ટેકનોલોજી માટે વિશેષ ચેનલો અને વિશેષ કાર્યક્રમો ચાલુ કરેલ છે. દૃશ્ય અને શ્રાવ્ય દ્વારા પ્રાયોગિક પદ્ધતિથી વર્ગમાં અસરકારક રીતે તમામ વિષયમાં ખૂબ જ ઊંડાણમાં જ્ઞાન આપી શકે છે. આ માટે ડિસ્કવરી, નેશનલ જોગ્રોફીક, હિસ્ટ્રી, ગુજરાત સરકારની બાયસેગ-16 ચેનલો, દૂરદર્શન યુ.જી.સી.ના કાર્યક્રમો વગેરે ઉત્તમ ઉદાહરણો છે. તેવી જ રીતે વિવિધ જ્ઞાનવર્ધક ટી.વી. શો, ક્વીઝ વગેરેથી જ્ઞાનમાં વધારો કરે છે. કમ્પ્યૂટર અને મોબાઇલમાં વિવિધ વેબસાઇટ કે ઈ-બુકથી શિક્ષણના પાઠ વિદ્યાર્થી અને શિક્ષકો ભણે છે. હવે કોઈ પણ શૈક્ષણિક સંસ્થામાં ઈન્ફર્મેશન-કોમ્યુનિકેશન ટેકનોલોજી અનિવાર્ય બની છે. સ્માર્ટબોર્ડ અને પાવરપોઇન્ટ પ્રેઝન્ટેશન શિક્ષણ માટે અનિવાર્ય માધ્યમ બન્યું જેના દ્વારા શિક્ષકને ભણાવવામાં અને વિદ્યાર્થીને સમજાવવામાં ખૂબ સરળતા રહે છે. સમૂહ માધ્યમો ટ્રાફિકના નિયમો, મતદાર જાગૃતિ, વૃક્ષારોપણ, પ્રદૂષણ, વ્યસનો, રક્તદાન, ચક્ષુદાન, ઊર્જા બચાવો, પાણી બચાવો વગેરે નાગરિક જાગૃતિનું શિક્ષણ આપે છે.

(4) આરોગ્યના સ્તરમાં પ્રભાવ :

સમૂહ-સંચાર માધ્યમો આરોગ્ય અંગેની કાળજી લેવામાં વૈજ્ઞાનિક દૃષ્ટિકોણ અપનાવવામાં મદદ કરે છે. આહાર, પોષણ, વ્યસનો, વિવિધ રોગો અંગે જાગૃતિ અને તેની વૈજ્ઞાનિક જાણકારી આપે છે. તેનાથી લોકોના આરોગ્યમાં સુધારો થાય છે. તેવી રીતે કુટુંબકલ્યાણ, બાળકલ્યાણ, માતૃકલ્યાણ અને બાળઉછેર અંગે સમૂહ માધ્યમો સીધી કે આડકતરી રીતે વૈજ્ઞાનિક માહિતી આપે છે. તેનાથી વસ્તીની ગુણવત્તામાં સુધારો થાય છે. વસ્તી નિયંત્રણ કરવામાં મદદરૂપ થાય છે. વિવિધ માધ્યમો ટેલિવિઝન ચેનલો અને ઇન્ટરનેટ દ્વારા વિવિધ પ્રકારના રોગો અને તેના ઉપચારો અંગેની માહિતી મળે છે. વળી એચ.આઈ.વી.-એઇડ્સ, સ્વાઈન ફ્લ્યુ, મેલેરિયા, ટી.બી., કેન્સર, પોલિયો વગેરે રોગો અંગેની માહિતી અને તેના ઉપચારનો પ્રસાર વધ્યો છે. આજકાલ ‘સ્વચ્છ ભારત સ્વસ્થ ભારત’ નું સૂત્ર સમૂહ માધ્યમો દ્વારા અસરકારક બન્યું છે.

(5) આર્થિક ક્ષેત્રે પ્રભાવ :

ભારત જેવા વિકસિત સમાજમાં ખેતીની આધુનિક પદ્ધતિઓ, રાસાયણિક ખાતર, સુધારેલ બિયારણ, પાક સંરક્ષણ વગેરેને લગતા કાર્યક્રમો દ્વારા ખેડૂતોને ખેતીને લગતું વૈજ્ઞાનિક જ્ઞાન મળી શકે છે. તેનાથી ખેડૂત ગુણવત્તાવાળો પાક મેળવી શકે છે. પાકવીમો, બજારભાવ, વેચાણ, હવામાન વગેરેની માહિતી મેળવી શકે છે. મોબાઇલમાં મેસેજ દ્વારા ખેડૂતોને પાકમાં થતા રોગો, જંતુનાશક દવાનો છંટકાવ, નીંદામણની દવા વગેરે ખેતીવિષયક માહિતી મળી રહે છે. તેનાથી ખેડૂત પોતાનો પાક સારી રીતે પકવીને સારી કમાણી કરી શકે છે.

મોટા ઉદ્યોગો, લઘુઉદ્યોગો, કુટિરઉદ્યોગો, ગૃહઉદ્યોગ માટે ક્યા સ્થળે, કેટલી લોન, સબસીડી વગેરે તથા શેરબજાર, અન્ય વેપાર, રોકાણ, બેન્કિંગ, શાકભાજી, સોના-ચાંદી, અનાજ-કરિયાણા જેવા બજારભાવની માહિતી સમૂહ માધ્યમો આપે છે. તેથી વ્યક્તિઓને રોજગારી અને કમાણી કરવામાં મદદ મળે છે. અગાઉ જણાવ્યા મુજબ વ્યવસાયિક વિજ્ઞાપનો પણ ધંધા અને રોજગારીમાં પ્રોત્સાહન આપે છે. સાથે એ પણ નોંધવું જોઈએ કે આર્થિક છેતરપિંડી, ક્રિકેટ સટ્ટો, અનૈતિક-વ્યવસાયો વગેરેને પણ સમૂહ માધ્યમો વેગ આપે છે.

(6) કલા અને રમતગમત ક્ષેત્રમાં પ્રભાવ :

વર્તમાનપત્ર અને સામયિકોમાં વિવિધ કલા જગતના લેખ આવતા હોય છે. આથી લોકોને હસ્તકલા અને લોકકલા જેવી કે લોકગીત, લોકસંગીત, ચિત્રકલા, ભરતગૂંથણની કલા વગેરેમાં રસ જાગૃત થાય છે. રેડિયો-ટેલિવિઝન ઉપર આવતા વિવિધ લોકસંગીત, શાસ્ત્રીય નૃત્ય, સંગીતના કાર્યક્રમો, વિવિધ સંગીત, નૃત્ય, કોમેડી અભિવ્યક્તિની સ્પર્ધાઓ પણ લોકોનાં કૌશલ્યો વિકસાવવા અને કારકિર્દી ઘડવામાં મદદ કરે છે. ફિલ્મ ટેલિવિઝનની વિજ્ઞાપનો, સિરિઅલ, ફિલ્મોમાં અભિનય કલા અને નાટ્યકલા વિકસાવવા માટે પ્રોત્સાહિત કરે છે.

ટેલિવિઝન જેવા સમૂહ માધ્યમમાં રમતગમતની વિશેષ ચેનલો દ્વારા ઓલિમ્પિક, એશિયાડ, કોમનવેલ્થ કે રાષ્ટ્રીય

રમતોનું અને ક્રિકેટ, કબડ્ડી જેવી રમતોના જીવંત પ્રસારણથી લોકોનો રમતગમતમાં રસ વધી રહ્યો છે.

(7) મનોવૈજ્ઞાનિક અને અંગત અસરો :

વ્યક્તિના વિચારો, માન્યતાઓ, ટેવો, આવડત, પદ્ધતિઓ કે વર્તન બદલીને વ્યક્તિનો વ્યક્તિત્વ વિકાસ કરવામાં સમૂહ માધ્યમોનો ફાળો અગ્રગણ્ય છે. આ માધ્યમો પ્રેરક વ્યક્તિઓના ઈન્ટરવ્યૂ કે જીવન પ્રસંગો દ્વારા સામાન્ય માનવીને પણ જીવન જીવવામાં આગળ વધવાની પ્રેરણા પૂરી પાડે છે. વ્યક્તિને સમૂહ માધ્યમો પ્રેરણા, પ્રોત્સાહન, સંઘર્ષ, સાહસનાં ઉદાહરણ પૂરાં પાડીને વ્યક્તિની કારકિર્દી ઘડતરમાં મદદરૂપ થાય છે. વ્યક્તિને ખાનપાન, બેસવા-ઊઠવાની, રહેણીકરણી, ખોરાક બનાવવાની, સાચવવાની, પીરસવાની વગેરે રીતો શીખવે છે.

સમૂહ માધ્યમોએ માનવ જીવન પર હકારાત્મક અને નકારાત્મક અસરો ઉપજાવી છે. વળી ટીવી સિરિઅલોમાં દર્શાવાતું વૈભવી અને વિલાસી જીવન વાસ્તવિક જિંદગીમાં આભાસી ચિત્ર રજૂ કરે છે. ઘણી વખત વ્યક્તિ મહત્વાકાંક્ષી, ઈર્ષાળુ, અધીરો, તનાવપૂર્ણ, વિચારશૂન્ય, વિવેકશૂન્ય, ગણતરીબાજ બની જાય છે. તેનું પરિણામ નિષ્ફળતામાં આવે તો, તે હતાશા, નિરાશા, વ્યગ્રતાનાં પરિણામે ઘણી વખત આત્મહત્યા કે સામૂહિક આત્મહત્યાના બનાવો બને છે. પ્રેમની અભિવ્યક્તિ કરતાં દશ્યો અને કેટલીક ઈન્ટરનેટની અશ્લીલ વેબસાઈટમાં વાસ્તવિકતા કરતાં વિકૃત દશ્યો યુવામાનસ પર ગંભીર અસરો ઉપજાવે છે.

(8) રાષ્ટ્રીય એકતા અને લોકશાહી મૂલ્યોનો પ્રચાર :

મુદ્રિત માધ્યમોએ લોકોમાં જાગૃતિ પેદા કરી સ્વતંત્રતા મેળવવામાં અમૂલ્ય ફાળો આપ્યો છે. વર્તમાનપત્રો, સામયિકોમાં આવતા વિવિધ લેખોએ લોકોમાં રાષ્ટ્ર પ્રત્યે ફરજની ભાવના જગાડી છે. રેડિયો કે ટેલિવિઝનમાં આવતી કેટલીક શ્રેણીઓ એકતાસર્જક હોય છે. ક્યારેક વિભિન્ન ચલચિત્રો કે ટી.વી. શ્રેણીઓ જુદાજુદા પ્રદેશ, જાતિના લોકો સંબંધી હોય છે. જેમાં તેઓની વિભિન્ન જીવનશૈલી, વિચાર, માન્યતાઓ વ્યક્ત થતાં હોય છે. જેની અસર નીચે લોકો પોતાનાં સમાજ અને લોકોની જીવનરીતિથી ભિન્ન જીવનરીતિનો સ્વાભાવિક સ્વીકાર કરતાં થાય છે. ટેલિવિઝનની ઐતિહાસિક શ્રેણી જેવી કે રામાયણ, મહાભારત, યાજ્ઞક્ય, ચક્રવર્તી અશોક વગેરે દેશાભિમાન અને રાષ્ટ્રીય એકતા વિકસાવવામાં ફાળો આપે છે.

સમૂહ માધ્યમો લોકશાહીના પાયા સમાન મતદાતાઓને મતદાન માટે જાગૃત કરવાનું અને વિવિધ રાષ્ટ્રીય પક્ષોના ચૂંટણી હંદેરાથી પરિચિત કરાવીને કોને મત આપવો એ નિર્ણય કરવાનું કાર્ય કરે છે. સમગ્ર ભારતની લોકસભા, વિધાનસભા કે સ્થાનિક સ્વરાજ્યની ચૂંટણીઓના સુચારુ આયોજનમાં અને ગેરરીતિ અટકાવવામાં આ માધ્યમો મદદરૂપ થાય છે. ચૂંટણીઓનાં સંભવિત પરિણામ અને વાસ્તવિક પરિણામોને ખૂબ તલસ્પર્શી વિશ્લેષણથી રજૂ કરી લોકોને તેની કાર્યવાહીથી અવગત કરાવે છે. આમ, સમૂહ માધ્યમો રાષ્ટ્રીય એકતા અને લોકશાહીના પાયા મજબૂત કરવામાં આશીર્વાદરૂપ બન્યા છે.

વિદ્યાર્થીમિત્રો, આપણે સંચાર માધ્યમોની સમજ મેળવી. સમૂહ માધ્યમોએ સમાજમાં વિવિધ આંદોલનોને પણ નવી દિશા આપી છે, જેનો અભ્યાસ હવે પછીના એકમમાં કરીશું.

સ્વાધ્યાય

1. નીચેના પ્રશ્નોના સવિસ્તાર જવાબ લખો :

- (1) સંચારનો અર્થ સમજાવી તેની લાક્ષણિકતાઓ સમજાવો.
- (2) સંચાર માધ્યમોના પ્રકારોની છણાવટ કરો.
- (3) આધુનિક સંચાર માધ્યમોનાં વીજાણુ સાધનોનો ટૂંકો પરિચય આપો.
- (4) સમૂહ માધ્યમોની સામાજિક અસરોની વિગતે ચર્ચા કરો.

2. નીચેના પ્રશ્નોના મુદ્દાસર જવાબ લખો :

- (1) આધુનિક સંચાર માધ્યમના પ્રકારો સમજાવો.
- (2) પરંપરાગત સંચાર માધ્યમોનો ટૂંકો પરિચય આપો.
- (3) કમ્પ્યુટર વિશે ટૂંકમાં પરિચય આપો.
- (4) ઈન્ટરનેટ વિશે ટૂંકમાં પરિચય આપો.
- (5) સંચાર માધ્યમોની સમાજજીવન પર અસરો સમજાવો.

3. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો :

- (1) સંચારની વ્યાખ્યા આપો.
- (2) ડેવિડ બર્ગોનું સંચાર મોડલ સમજાવો.
- (3) વર્લ્ડ વાઈડ વેબ (WWW)નો અર્થ સમજાવો.
- (4) ભારતની રેડિયો પ્રસારણ સેવાને કયા નામે ઓળખવામાં આવે છે ?
- (5) ભારતના રેડિયો અને ટેલિવિઝન પ્રસારણ કયા મંત્રાલય દ્વારા સંચાલિત થાય છે ?
- (6) ઓસગુડ અને વિલ્બર શ્રેમનું સંચાર પ્રક્રિયાનું મોડલ સમજાવો.

4. નીચેના પ્રશ્નોના એક વાક્યમાં જવાબ આપો :

- (1) ગુજરાતીમાં સંચાર માટે અન્ય કયો શબ્દ પ્રયોજવામાં આવે છે ?
- (2) વિશ્વમાં સૌપ્રથમ પ્રિન્ટિંગ પ્રેસનો પ્રારંભ ક્યાં, કોણે અને ક્યારે કર્યો ?
- (3) પી.ટી.આઈ.નું પૂરું નામ જણાવો.
- (4) યુ.એન.આઈ.નું પૂરું નામ જણાવો.
- (5) રેડિયો પ્રસારણથી દેશનો કેટલો ભાગ આવરી લેવામાં આવ્યો છે ?
- (6) ભારતમાં ખાનગી રેડિયો પ્રસારણ સેવા ક્યારથી શરૂ કરવામાં આવી ?
- (7) WWWનું પૂરું નામ જણાવો.

5. આપેલ વિકલ્પોમાંથી સાચો વિકલ્પ શોધી લખો :

- (1) ફિલ્મજગતનો પ્રતિષ્ઠિત એવોર્ડ કોના નામે આપવામાં આવે છે ? ☐
(અ) દાદા સાહેબ ફાળકે (બ) રાજ કપૂર (ક) પૃથ્વીરાજ કપૂર (ડ) લતા મંગેશકર
- (2) ભારતમાં ટેલિવિઝનનો પ્રારંભ ક્યારે થયો ? ☐
(અ) 1959 (બ) 1982 (ક) 1969 (ડ) 1979
- (3) ભારતમાં રંગીન ટેલિવિઝનનો પ્રારંભ ક્યારે થયો ? ☐
(અ) 1959 (બ) 1982 (ક) 1969 (ડ) 1979
- (4) ડિજિટલ કમ્પ્યુટરની શોધ ક્યારે થઈ ? ☐
(અ) 1959 (બ) 1946 (ક) 1956 (ડ) 1976
- (5) ભારતમાં ઈન્ટરનેટ સેવાનો પ્રારંભ ક્યારે કરવામાં આવ્યો ? ☐
(અ) 15 ઓગસ્ટ, 1995 (બ) 15 ઓગસ્ટ, 1985
(ક) 15 ઓગસ્ટ, 1975 (ડ) 15 ઓગસ્ટ, 2005
- (6) ભારતમાં મોબાઈલ સેવાનો પ્રારંભ ક્યારે થયો ? ☐
(અ) 15 ઓગસ્ટ, 1995 (બ) 15 ઓગસ્ટ, 1985
(ક) 15 ઓગસ્ટ, 1975 (ડ) 15 ઓગસ્ટ, 2005

પ્રવૃત્તિ

- તમારું ઈ-મેઈલ આઈ.ડી બનાવીને તમારા મિત્રને સંદેશો મોકલો.
- તમારી શાળામાં ક્યાં ક્યાં વીજાણુ સાધનોથી શિક્ષણકાર્ય થાય છે તેની નોંધ બનાવી વધારાનાં ક્યાં સાધનોનો શિક્ષણમાં ઉપયોગ થઈ શકે એની યાદી તૈયાર કરો.
- સ્માર્ટફોન અને ટેલિવિઝનનો દિવસમાં કેટલો સમય ઉપયોગ કરો છો અને આના ઉપયોગથી તમારા શિક્ષણ અને દૈનિકજીવનમાં કઈ કઈ અસરો થાય છે તેની નોંધ કરો.