

## सारांश

वर्चुअल रियलिटी और टेलीविजन आपस में मिलकर अतिरिक्त यथार्थ का सृजन करने लगे हैं। इसने नये संभावनाओं के द्वार खोले हैं। यह अभी अपने शुरूआती दौर में है। वर्चुअल रियलिटी में संदेश कोड में होता है। इसमें सबकुछ प्रतिकात्मक है। जब इसे पेश किया जाता है तो व्यक्ति का निजी यथार्थ गायब हो जाता है। मीडिया जनित यथार्थ, यथार्थ लगने लगता है। यह यथार्थ हमारे विवेक को कमजोर, चकित, मौन और पंगु बनाता है। यह अपनी शर्तें थोपती है और गायब हो जाती है। इन प्रस्तुतियों का प्रभाव टेलीविजन प्रस्तुतियों के बाहर होता है।

टेलीविजन का यथार्थ निर्मित होता है। टेलीविजन पर दिखाये जाने वाले प्रोग्रामों में प्रभाव और स्वाभाविकता पैदा करने के लिए यथार्थ से अलग तत्वों का बेहतर तरीके से निर्माता प्रयोग करता है। जिसके कारण टेलीविजन पर दिखाया जाने वाला यथार्थ जाना-पहचाना लगता है। इसमें भाषा स्वाभाविकता पैदा करती है। तकनीक यथार्थ को संपादित कर स्वाभाविक बनाता है। इस तरह कृत्रिम यथार्थ का निर्माण होता है। न्यूज में यथार्थ की प्रस्तुति के लिए परम्परागत पद्धति का प्रयोग किया जाता है। 'घटना' को क्रमबद्ध तरीके से दिखाया जाता है। प्रारंभ-मध्य और अंत के फार्मेट में इसे प्रस्तुत किया जाता है। जिससे यह वास्तविक लगने लगता है। जबकि यह वास्तव में एक्शन रिप्ले होता है। यह एक्शन रिप्ले दर्शक को यथार्थ सदृश लगता है।

टेलीविजन और वर्चुअल रियलिटी आपस में मिलकर इमेज का निर्माण करते हैं। इमेज प्रोपेगेंडा पर भी आधारित हो सकता है। यह प्रिवेंटिव हो सकता है। यह प्लॉट खबर या अघटित घटना भी हो सकता है।

कंप्यूटर हमारी संवेदना के अंतिम स्तर पर पहुंच चुका है। यह यथार्थ का निर्माण करने में मदद करता है। इसके द्वारा निर्मित यथार्थ तकनीक जनित यथार्थ होता है मगर यह यथार्थ दर्शक को यथार्थ जैसा ही लगता है।

एयर इंडिया आईसी-814 विमान अपहरण मामला, मुंबई हमला, नंदीग्राम, इराक युद्ध, फिलिस्तीन युद्ध जैसे मामलों में मीडिया का प्रोएक्टिव, प्रिवेंटिव, इंबेडेड जर्नलिज्म रूप देखते रहे हैं। मीडिया यहां तकनीक और विचारधारा को साथ साथ लेकर चली और वर्चुअल रियलिटी को बल दिया। कई मामलों में हाइपर रियल से वर्चुअल रियलिटी का निर्माण किया।

न्यूज चैनलों में टीआरपी के लिए मनोरंजन चैनलों की टैरेटरी में घुसने का चलन शुरू हुआ है। यह चलन पत्रकारिता के लिए ठीक नहीं है। खबरों में 'वर्चुअल रियलिटी' को जोड़कर दिखाया जा रहा है। जैसे किसी खबर में गाने लगाना, स्पेशल इफेक्ट का प्रयोग और बिना वजह ग्राफिक्स का प्रयोग वर्चुअल यथार्थ की रचना करने में किया जा रहा है। "पाकिस्तान से भारत आयी गीता" इस प्रोग्राम में वर्चुअल रियलिटी का इस्तेमाल किया गया। इस पूरे मामले में मीडिया ने दर्शकों को भावनात्मक रूप से जोड़ा, वीडियो में गाने, विजुअल में आफ्टर इफेक्ट, मोशन आदि का इस्तेमाल किया गया। जबकि 'कथ्य' में हाइपर रियल का प्रयोग हुआ। अब न्यूज से 'गीता' कहां है नहीं मालूम। इसकी चिंता न्यूज चैनलों को अब नहीं है। वर्चुअल रियलिटी का यही गुण है। आपको आनंद देना, दुख देना, सुंदर दिखाना, कुरूप दिखाना, आपमें उन्माद पैदा करना आदि यही गुण है। इसका असर टेलीविजन प्रस्तुति के बाहर दिखता है। तभी तो हम गीता की बात कर रहे हैं। न्यूज चैनलों ने अलग अलग तरीके से गीता को दिखाया और दर्शक ने अपनी भावनाएं उसके साथ जोड़ लीं। दर्शक को तकनीक से निर्मित सुख-दुख, सुंदर-कुरूप सब अपना लगने लगा। वर्चुअल रियलिटी और टेलीविजन का यही अंतःसंबंध है। कोड और प्रतिक यथार्थ लगने लगता है।