

## पत्रकारिता का नया चेहरा ई-पत्रकारिता

डॉ रचना बिमल,

सत्यवती महाविद्यालय

खींचों न तीरों को, ना तलवार निकालो।

जब तोप मुकाबिल हो, अखबार निकालो।।

समाज परिवर्तन की लड़ाई को जन-जन तक पहुँचाने के लिए किसी जमाने में अकबर इलाहाबादी ने 'अखबार' के माध्यम से प्रिंट पत्रकारिता के महत्व को वर्णित किया था, लेकिन उन्हें इल्म भी नहीं था कि आने वाले समय में अखबार की जगह कोई यंत्र ले लेगा। सोलहवीं सदी के बाद कई सदियों तक प्रिंट मीडिया ने जनसंचार और जनसूचना माध्यम के रूप में अपना एकाधिकार बनाए रखा। दुनिया भर में प्रिंट मीडिया स्थिर, अपरिवर्तित और निश्चित भाव से अपना विस्तार करता रहा लेकिन बीसवीं सदी के उत्तरार्द्ध में इलैक्ट्रॉनिक मीडिया ने प्रिंट मीडिया को पटखनी देना शुरू ही नहीं किया बल्कि आज इलैक्ट्रॉनिक मीडिया उससे कोसों आगे निकल गया है। इसी के साथ बदल गया है पत्रकारिता का स्वरूप। ऐसा नहीं है कि इंटरनेट पत्रकारिता के उदय होने से मुद्रित पत्रकारिता समाप्त हो गयी है, पर उसका दायरा सिकुड़ रहा है। दिन-प्रतिदिन समाचार पत्र-पत्रिकाओं के पाठकों की संख्या में कमी आ रही है। हिन्दी समाचार पत्रों के पाठक ही नहीं घटे बल्कि न्यूयार्क टाइम्स, वाशिंगटन पोस्ट जैसे विश्व प्रसिद्ध न्यूज पेपर के रीडर्स भी बहुत तेजी से कम हुए हैं। विश्व के अनेक सुप्रसिद्ध समाचार पत्रों के संस्करणों एवं पृष्ठ संख्याओं में आय कम होने के कारण कटौती हो रही है। दूसरी ओर रेडियो, टेलीविजन पर भी दर्शक अब समाचारों पर वैसे निर्भर नहीं रहे जैसे कि बीसवीं सदी के अंतिम दशक से पूर्व होते थे। भारत जैसे देश में जहाँ

आज भी 65 प्रतिशत से अधिक जनता रोटी, कपड़ा और मकान की मूलभूत समस्याओं में उलझी हो, इसमें भी 25 प्रतिशत जनता को दो वक्त का भरपूर भोजन उपलब्ध नहीं होता, वहाँ ई-पत्रकारिता पर आम आदमी की जागरूकता को लेकर बहस करना फिलहाल उचित नहीं लगता पर जिस तेजी से भारत में इंटरनेट का प्रयोग बढ़ रहा है और युवाओं और किशोरों में इंटरनेट के विभिन्न माध्यमों की लोकप्रियता दिन दुगुनी, रात चौगुनी बढ़ रही है उसे देख कर इसके भावी खतरों से समय रहते सचेत होना आवश्यक है।

ई-पत्रकारिता समाचारों, लेखों, सृजनात्मक लेखन की पत्रकारिता, समाचार पत्र-पत्रिकाओं के इलैक्ट्रॉनिक संस्करण तक ही सिमटी हुई नहीं है न ही उसकी परिभाषा पारंपरिक मीडिया की तर्ज पर अभिव्यक्त की जा सकती है। इसके दायरे में समाचार पत्र-पत्रिकाओं की वेबसाइटों, पोर्टल के साथ-साथ ब्लॉग्स, स्ट्रीमिंग, ईमेल, चैटिंग इंटरनेट पर की जाने वाली चर्चाओं के मंच, रिश्ते तलाशने वाले पोर्टल, विज्ञापन, दोस्त बनाने वाली साइटें आदि भी आती हैं। इन अनुपयोगों की सूची में भी हर रोज इजाफा हो रहा है इसलिए पत्रकार श्री अवधेश पुरी ने इस मीडिया को 'विशालकाय दैत्य' बताते हुए पूरी दुनिया के लिए खतरा बताया है तो श्री सिरिल गुप्त इसे 'वायरल'<sup>1</sup> मानते हैं जो तेजी से फैलता जा रहा है। ई-पत्रकारिता सीमातीत भी इसी कारण है क्योंकि इसकी अभिव्यक्ति देश-काल की सीमाओं से परे 'इंटरएक्टिव' होती है। पुराने मीडिया विशेष रूप से प्रिंट मीडिया में ऐसा संभव नहीं था। प्रिंट

मीडिया की अपनी भौगोलिक सीमाएँ है। उसका अंतरराष्ट्रीय प्रसारण महँगा तथा धीमी गति का था। परदेश में रह कर भी अपनी भाषा और समाज से जुड़े रहने के मोह में जकड़े पाठकों को समाचार पत्र-पत्रिकाओं के लिए कई दिनों का इंतजार करना पड़ता था, लेकिन इसके ई संस्करण ने वह दूरी पाट दी है।

भारत में ई-पत्रकारिता का आरंभ मात्र दो दशक पुराना ही है। सन् 1995 में बी.एस.एन.एल (भारत संचार निगम लिमिटेड) ने इंटरनेट की सेवा आरंभ की थी और सन् 1998 में सरकार द्वारा प्राइवेट कंपनियों के लिए भी इस सेवा के द्वार खोल दिए गए। इसके बाद इंटरनेट बड़ी तेजी से जनमानस में लोकप्रिय होता गया। कंप्यूटर और मोबाइल जैसे उपकरण जैसे-जैसे आम आदमी की पहुँच में आ रहे हैं, ई-पत्रकारिता का दायरा भी फैल रहा है। यह तकनीक का क्रांतिकारी स्वरूप है जिसे हमारे देश में सर्वप्रथम सन् 1995 में अंग्रेजी समाचार पत्र 'हिंदू' ने अपनाया, लेकिन हिन्दी वेब पत्रकारिता के उद्भव का श्रेय न्यूजीलैण्ड से प्रकाशित हिन्दी साहित्यिक पत्रिका 'भारत दर्शन' को दिया जा सकता है, जिसे विश्व की प्रथम हिन्दी ई-पत्रिका होने का गौरव मिला है। भारत में हिन्दी ई-पत्रकारिता का उदय सन् 1997 में दैनिक जागरण समाचार पत्र से हुआ। सन् 1998 में अमर उजाला और दैनिक भास्कर ने इंटरनेट पर अपनी उपस्थिति दर्ज कराई। इसके बाद तो धीरे-धीरे सभी प्रतिष्ठित हिन्दी समाचार पत्र-पत्रिकाओं ने इस माध्यम को अपना आरंभ कर दिया। यहाँ तक कि सन् 2001 में बी.बी.सी. हिन्दी ने भी अपना वेब संस्करण आरंभ कर दिया।

प्रारंभ में ई-पत्रकारिता भले ही प्रिंट मीडिया का इलैक्ट्रॉनिक स्वरूप मात्र थी लेकिन धीरे-धीरे इसने अपना रूप गढ़ लिया है। इंटरनेट का पाठक अधिकतर जल्दी में होता है और उसे

बाँधकर रखने के लिए सबसे जरूरी है कि सामग्री पठनीय, रुचिकर और आकर्षक हो। प्रिंट मीडिया में अधिकांशतः पाठक अपनी रुचि के समाचार पत्र और पत्रिका के नियमित पाठक होते थे और न्यूजपेपर के हॉकर्स घर पर उन्हें पहुँचाते थे, तो पाठकवृंद के पास जल्दी-जल्दी पत्र-पत्रिका बदलने का विकल्प नहीं था। ई-पत्रकारिता के पाठक के पास ढेरों विकल्प होते हैं, इसलिए ऑनलाइन समाचार पत्र-पत्रिका को जहाँ पाठकों की बदलती रुचि पर नज़र रखनी पड़ती है वहीं भाषा भी सरल, संक्षिप्त वाक्यों और छोटे-छोटे अनुच्छेदों की रखनी पड़ती है। इंटरनेट के पाठक अंग्रेजी या उर्दू के शब्दों से भी गुरेज नहीं करते बशर्ते वे प्रचलित हो। उन्हें किसी भी शब्द का अर्थ डिक्शनरी में ढूँढ़ना सख्त नापसंद है क्योंकि उन्हें समाचार पत्र में गांभीर्य नहीं सूचना मात्र चाहिए। जटिल और साहित्यिक भाषा से यदि वे उकता गए तो एक आध मिनट तक साइट पर रुक कर वे साइट से बाहर चले जाते हैं। हालाँकि विशुद्ध साहित्यिक रुचि वाले वेब पाठकों का भी एक वर्ग तैयार हो चुका है और वे वेब पर लंबी कहानियों को भी पढ़ लेते हैं लेकिन आम पाठक लघुकथाओं या छोटी कहानियों का अधिक पसंद करते हैं।

ई-पत्रकारिता दरअसल पुराने मीडिया से भिन्न है। पुरानी प्रिंट पत्रकारिता में संपादक की महत्वपूर्ण भूमिका थी जो पूरी समाचार प्रणाली पर अपना नियंत्रण रखते थे। संपादक का पद इतना महत्वपूर्ण था कि एक अच्छे संपादक में सत्यता, तटस्थता, बहुज्ञता, दूरदर्शिता, ईमानदारी, मानवतावादी जैसे गुणों की अपेक्षा रखी जाती थी क्योंकि तब पत्रकारिता धन कमाने का उद्योग नहीं, समाज परिवर्तन का अभियान थी। राजा राम मोहन राय, भारतेंदु हरिश्चंद्र, प्रतापनारायण मिश्र, बाल गंगाधर तिलक, श्री अरविंद, गणेशशंकर विद्यार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी, महात्मा गाँधी, प्रेमचंद आदि आज भी साहित्यिक, राजनैतिक, आध्यात्मिक भूमिकाओं के साथ-साथ पत्रकार के

रूप में भी स्मरण किए जाते हैं। इन्हें राष्ट्रव्यापी लोकप्रिय नेता बनाने में इनके संपादक कर्म की भी महत्वपूर्ण भूमिका थी। लोक की समस्याओं को पहचानकर उसके निदान का मार्ग ढूँढ़ना अतीत में मानो संपादक का कर्म था। इसी भावना ने पत्रकारिता को लोकतंत्र का पहलूआ बताते हुए विधायिका, न्यायपालिका, कार्यपालिका के साथ-साथ लोकतंत्र का चौथा स्तंभ भी घोषित कराया। धीरे-धीरे दुनिया में पूंजीवाद ने सिर उठाना आरंभ किया और हर क्षेत्र के मूल्यों में गिरावट आने लगी और पत्रकारिता भी इससे अछूती नहीं रही। भूमंडलीकरण के नाम पर दुनिया का जो भूमंडलीकरण हुआ उसने पत्रकारिता को भी व्यवसाय में बदल दिया। नतीजा पत्रकारिता की समाज के सकारात्मक बदलाव की मिशनरी भूमिका, हानि-लाभ की जाँच परख में बदल गयी क्योंकि व्यवसाय लाभ की दृष्टि से किया जाता है हानि के लिए नहीं। ई-पत्रकारिता तो अपने जन्म से ही विशुद्ध लाभ की दृष्टि से कार्य कर रही है। अभिव्यक्ति की आज़ादी उसके केंद्र में है और यह आज़ादी किसी प्रतिबंध को स्वीकार नहीं करना चाहती। आज़ादी की इस माँग को कोई संपादक कैद नहीं कर सकता। इंटरनेट पर जो समाचार पत्र-पत्रिकाएँ प्रसारित होती हैं उसमें संपादक का हस्तक्षेप हर खबर लेख आदि पर मिल जाता है जिससे पत्रकारिता के मूल्य सुरक्षित रहते हैं पर ब्लॉग, फेसबुक और निजी विमर्श के मंचों पर ये मूल्य धूल-धूसरित मिलते हैं। इस मीडिया में खालिस पत्रकार ही नहीं, अनुभव बाँटने वाले लोग भी जुड़े हैं जो अलग-अलग पेशों से होते हैं पर अपने अनुभव साँझा करना चाहते हैं। उनके लिए कंटेंट या विषयवस्तु और प्रस्तुतिकरण अलग-अलग नहीं होता। यहाँ हर तरह की आवाज़ गूँज रही है, नाना दृश्य आ रहे हैं। एक विराट वर्चुअल कोलाहल है। विलासिता और महत्वाकांक्षा तथा मालामाल होने के ख्याबों का बोलबाला है। साथ ही यह भी मानना होगा कि इसमें आम आदमी के

लिए आवाज़ें और जगहें भी बनी हैं जो खुद उसे अपडेट करने की स्थिति में नहीं आया है।<sup>2</sup>

ई-पत्रकारिता का कंटेंट में ही नहीं, वरन पत्रकारिय तकनीक के बदलाव में भी महत्वपूर्ण योगदान है जिससे समाचार पत्र-पत्रिकाओं के कार्यों तथा कार्यालयों के रंग रूप और शैली-व्यवहार में काफी फर्क दिखाई देने लगा है। कंप्यूटर ने न्यूजरूप का नज़ारा बदल कर रख दिया है। अब वहाँ कंप्यूटर पर कार्य होने के कारण कागज़-पेन का प्रयोग लगभग बंद हो चला है। तकनीकी विकास ने न्यूजरूम को ग्लोबल बना दिया है। दूरियों का कोई अर्थ नहीं। दुनिया के किसी भी कोने में घटने वाली किसी भी घटना की फुटेज मिलते ही उसकी न्यूज रूम में बैठे-बैठे ही एडिटिंग और प्लानिंग की जा सकती है। आम आदमी भी आसानी से समाचार भेजकर संवाददाता बन सकता है। ई-पत्रकारिता से सबसे बड़ा खतरा किसी भी राष्ट्र की संप्रभुता, मूल्यों और संस्कारों पर मंडरा रहा है क्योंकि यह दोधारी तलवार है। एक ओर ई-पत्रकारिता पर ब्लॉग्स, फेसबुक, टिविटर के जरिए आम आदमी को जागरूक कर बड़ी से बड़ी क्रांति भी आसानी से कराई जा सकती है। ईरान और मिस्र तथा अरब की क्रांतियों में इसकी भूमिका को समझ सकते हैं। वहाँ तत्कालीन सरकारों के खिलाफ आंदोलनकारियों द्वारा वीडियोग्राफी के जरिए यू-ट्यूब, टिविटर, फेसबुक आदि पर घटनाओं को साझा किया गया और उन्होंने विद्रोह में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। मिस्र के राष्ट्रपति हुस्नी मुबारक के तख्तापलट में भी इसकी भूमिका से इंकार नहीं किया जा सकता। हमारे देश में भी भ्रष्टाचार के विरुद्ध अन्ना हजारे की भूख हड़ताल और उससे उपजे जन आन्दोलन में ई-पत्रकारिता की महत्वपूर्ण भूमिका थी। तहलका डॉटकॉम जैसी ई-पत्रिका ने मैच फिक्सिंग और रक्षा सौदों की दलाली का सनसनी खेज खुलासा कर करोड़ों लोगों का दिल जीत लिया था। वहीं अंतरराष्ट्रीय स्तर पर अमरीका की ई-पत्रिका 'विकीलीक्स' के

द्वारा किए गए जन-जागरण को यदि स्थान नहीं दिया गया तो यह अन्याय होगा। जनवरी 2007 में लांच इस खोजी पत्रकारिता ने मात्र तीन साल के भीतर ना केवल कई देशों की सरकारों की पोल खोली बल्कि दुनिया के घोषित 'स्वयंभू' अमरीका से संबंधित 12 लाख दस्तावेजों को उजागर कर उसके द्वारा दुनिया भर में किए जा रहे षडयंत्रों का भी पर्दाफाश किया। स्वतंत्र अभिव्यक्ति की इन ऊँची लपटों ने यूरोप से लेकर रूस की सरकारों तक को झुलसा दिया। गोपनीय सूचनाओं और भ्रष्टाचारों को जनता के सम्मुख उजागर कर विकीलीक्स ने जो दुर्लभ साहसिक मिसाल पैदा की है उसने कॉरपोरेट जगत से लेकर मुख्यधारा की पत्रकारिता के विविध गठजोड़ों को भी उजागर किया है। कुछ आलोचकों को यह पत्रकारिय प्रवृत्ति अराजक खतरनाक और राष्ट्रीय हितों को दांव पर लगाने वाली लगती है, जिसमें सच्चाई भी है पर गहराई से देखें तो उसने पहली बार राष्ट्रीय सीमाओं और राष्ट्रीय संकीर्णताओं की अलोकतांत्रिक प्रवृत्तियों को भी स्पष्ट रूप से उजागर किया है। सबसे बड़ी बात यह है कि विकीलीक्स के संस्थापक अंसाजे ने अपने सूत्रात्मक संवाददाताओं के नाम आज तक उजागर नहीं किए, भले ही उसे स्वयं अपनी जान बचाने के लिए अमरीका के बाहर शरण माँगनी पड़ रही है और दुनिया का कोई देश उसे शरण देने को तैयार नहीं। इस तथ्य से दो बिंदुओं पर रोशनी पड़ती है कि यदि ठान लें तो ई-पत्रकारिता का पत्रकार भी झुकाया नहीं जा सकता। दूसरे यदि कोई चाहे तो आसानी से इसका स्वार्थवश दुरुपयोग कर सकता है क्योंकि इस माध्यम से जुड़कर आमजन भी स्वयं को खास समझने का गुमान पाल बैठता है। इस स्थिति का विश्लेषण पत्रकारिता विशेषज्ञ मार्शल मैक्सलूहान ने गत शताब्दी के पूर्वार्द्ध में ही कर दिया था।

मार्शल मैक्सलूहान ने सन् 1944 में प्रकाशित अपनी पुस्तक 'अंडरस्टेडिंग मीडिया: द

एक्सेंपशन ऑफ मैन' में लिखा था— अखबार, रेडियो, टेलीविजन सिनेमा आदि ही नहीं वरन हम स्वयं मीडियम है। हमारा शरीर, हमारा मस्तिष्क, हमारा मन और चेतना हमेशा अपने को संप्रेषित करने में लगी रहती है। स्वयं को संप्रेषित करने का प्रयास ही बाहरी उपकरणों के द्वारा टेक्नोलॉजिकल विस्तार के रूप में व्यक्त होता है जैसे वस्त्र हमारी त्वचा का, साइकिल पैरों का विस्तार है। मुद्रित सामग्री और टेलीग्राम हमें दूर-दराज के लोगों से जोड़ते हैं। यहाँ मीडिया एक युग्म का रूप लेता है जो एक में हूँ और दूसरा अंदर के रूप में अभिव्यक्त होता है। सरल शब्दों में कहें तो 'आइ' को अंदर से जोड़ कर यही मैसेज का रूप ग्रहण कर लेता है। यही ई-पत्रकारिता का व्यक्तिगत न्यू मीडिया है जिसने भूमंडलीय रूप धर लिया है। सैटेलाइट और कंप्यूटर के बढ़ते ज्ञान क्षेत्र ने आम-जन को पत्रकारिता के इस रूप के साथ निकटता से जोड़ दिया है।

नव्यता मानव को सदैव से आकर्षित करती है। यदि नई वस्तु के उपयोग से जीवन में आनंद का आगमन हो तो उसके प्रचार-प्रसार में भी कोई कसर नहीं छोड़ी जाती। यहाँ परंपरागत जनसंचार के माध्यम सिनेमा पर गौर करें तो भारतीय परिप्रेक्ष्य में पहली बोलती फिल्म का प्रचार-प्रसार भी उस समय के अनुसार बहुत भव्य ढंग से हुआ था— पुरानी घोड़ा गाड़ी पर ढिंढोरची टीन के भोपू पर चिल्ला-चिल्लाकर प्रचार करते थे "मुर्दा जिंदा हो गया। नया अजूबा देखा, चलती-फिरती, नाचती-गाती तस्वीरें चार आने में।"<sup>3</sup> ई-पत्रकारिता अर्थात् न्यू मीडिया ऐसी चौपाल है जो 24 घंटे सक्रिय रहती है। इसके कारण 'ग्लोबल विलेज' का सपना पूरी तरह साकार हो चुका है। आज इंटरनेट के माध्यम से कहीं पर भी क्षण-भर में, कम लागत में सामग्री संप्रेषित की जा सकती है। फोटो, वीडियो अपलोड, डाउनलोड किए जा सकते हैं। एक समय में असंख्य लोगों से जुड़ा जा सकता है।

यह जुड़ाव और तंत्र भले ही किसी को राजनेता नहीं बना सकता पर फॉलोअर्स बढ़ा सकता है। सोशल वेबसाइट का प्रयोग गाँवों से शहरों की ओर उन्मुख होते लोगों के संस्कारों की कड़ियों को खोल रहा है। इंटरनेट जुड़ाव का मंच बन रहा है जहाँ अध्ययन की सामग्री से लेकर टाइम पास दोस्ती तक को ढूँढ़ा जा सकता है क्योंकि “ हम एक ऐसे समय में जी रहे हैं जब एक ओर आदमी के भीतर का अकेलापन बढ़ता जा रहा है तब दूसरी ओर उसके भीतर नए-नए संबंधों को खोजने और पाने की ललक भी है। एक अधिक व्यापक सूचना से भरी हुई अधिक ऊष्मा और अधिक मानवीय संबंधों वाली दुनिया की तलाश मनुष्य के भीतर सदा से रही है।”<sup>4</sup> इस निजी तत्व का सही परिप्रेक्ष्य में ही प्रयोग होना चाहिए अन्यथा यह निजी जीवन में भूचाल ला देता है। इसके गलत प्रयोग से किसी के अंतरंग क्षण भी पल भर में दुनिया के हर एक कोने में पहुँच जाते हैं। ऐसे में सोशल वेबसाइटों पर लिखें गए संदेशों के बारे में कोई यह नहीं कह सकता कि मेरी बात को तरोड़-मरोड़ कर पेश किया गया। आपने अपना बयान किसी समाचार पत्र या टेलीविजन चैनल पर दिया होता तो शायद वे उसे तोड़-मरोड़ कर छपवाने या प्रसारित करने की बात कह भी सकते थे, लेकिन टिवटर पर आपका खाता सिर्फ आप का ही है। इसे संचालित करने की जिम्मेदारी आपकी है, अगर टिवटर या फेसबुक का खाता आपका है तो आप इस पर लिखें शब्दों से मुकर नहीं सकते।<sup>5</sup>

ई-पत्रकारिता आज जीवन के हर पहलू को छू रही है चाहे फिर यह रीयल लाइफ हो या रील लाइफ, ज्ञान-विज्ञान हो या विज्ञापन। तेजी से बदलती दुनिया में यही तेज कदम ताल मिलाने में सक्षम है क्योंकि इसके कारण दुनिया छोटी होकर हमारी हथेली में समा गयी है। यही दुनिया की पल-पल की खबर देती है। “पारंपरिक मीडिया कितनी भी तेज से अधिक तेज होने का दावा करता हो और चाहे खबर किसी

भी कीमत पर लाता हो, नए मीडिया साधनों जैसे ब्लॉग, फेसबुक, टिवटर, यू-ट्यूब के जरिए पल-पल की खबर दुनिया देखती रही। नौबत यह आ गई कि गद्दाफी सरकार ने पूरे देश में इंटरनेट की सुविधा बंद कर दी। फिर भी सैटेलाइट कनेक्शन के जरिए लोगों को खबर मिलती रही।”<sup>6</sup>

इन सब से घबरा कर चीन जैसी सरकारें अपने यहाँ न्यू मीडिया को पूरी तरह से बैन करके बैठी हैं ताकि वहाँ की जनता विश्व की और शेष विश्व को चीन की सच्चाई पता न चले। ई-पत्रकारिता का सबसे बड़ा लाभ यह है कि पत्रकार पूरा सत्य जनता के सामने उद्घाटित करने में समर्थ हो गया है। उसकी खबर पर संपादक की कैंची नहीं चलती, ना ही उस पर प्रिंट मीडिया जैसा दबाव होता है। पाठक भी खबरों पर त्वरित प्रतिक्रिया दे सकते हैं और दूसरों की प्रतिक्रिया पढ़ सकते हैं, जो पारंपरिक पत्रकारिता में स्थानाभाव या मीडिया घराने की सोच के कारण नहीं मिल पाती थी। इस कारण भी ई-पत्रकारिता लोकप्रिय हो रही है, पर इसकी अपनी कुछ समस्याएं भी हैं। बेरोकटोक वाली ई-पत्रकारिता (न्यू मीडिया) के लिए किसी शैक्षणिक डिग्री की आवश्यकता नहीं है। जिस किसी के पास भी विचार हैं, खबर है वह पत्रकार बन सकता है, विश्व के किसी भी कोने के लोगों तक अपनी बात पहुँचा सकता है। एक ही वीडियो को यू-ट्यूब पर अपलोड कर उसे ब्लॉग, फेसबुक और टिवटर के माध्यम से जुड़े लोगों तक पहुँचा सकता है।

ई-पत्रकारिता के क्षेत्र में सब कुछ सकारात्मक और अच्छा ही अच्छा है ऐसा भी नहीं है। विश्वसनीयता का संकट यहाँ एक बड़ी चुनौती के रूप में उभरा है। सूचना के इतने स्रोत हैं कि किस पर विश्वास करें यह तय कर पाना मुश्किल है। परंपरागत पत्रकारिता में खबर के साथ उसके रिपोर्टर का नाम दिखता है, लेख

और फीचर्स पर भी लेखको के नाम होते हैं। रेडियो, टेलिविजन पर कार्यक्रम प्रोस्तोता का स्वर सुना और चेहरा देखा जा सकता है लेकिन ई-पत्रकारिता में यदि समाचार के साथ संवाददाता का नाम नहीं है तो विश्वसनीयता पर प्रश्नचिह्न खड़ा हो सकता है। कभी-कभी तो किसी प्रसिद्ध व्यक्ति की मृत्यु की खबर भी झूठी पोस्ट कर दी जाती है। यहाँ सूचनाओं का अतिरेक महासागर सा लहरा रहा है नतीजा एक ही सामग्री को कई लोग अपने नाम से प्रेषित कर वास्तविक लेखक, कवि, पत्रकार के हितों पर प्रहार करने से भी नहीं चूकते क्योंकि यहाँ पत्रकार किसी परीक्षा की प्रक्रिया से गुजरे बिना पत्रकारिता के क्षेत्र में कूद पड़ते हैं, इसलिए पत्रकारिता के नियम, कायदा-कानून, आदर्शों और मूल्यों की उपेक्षा के साथ-साथ भाषा प्रयोग में फूहड़ता के दर्शन होते हैं। आम पाठक या दर्शक को वास्तविक स्रोत की भी पहचान नहीं हो पाती। आभासी वास्तविकता को देखकर लगता है कि यह वास्तविक है लेकिन यह वास्तविकता होती नहीं है। पोस्ट मॉडर्न मास मीडिया विशेषज्ञ जीन ब्रौद्रीलार्द के अनुसार “जब मिथ्याभास का जन्म होता है तो वास्तविकता; हाइपर वास्तविकता में बदल जाती है। न्यू मीडिया का आभासी संसार इसी तरह का मिथ्याभास है। साइबर स्पेस मिथ्याभास है, यह सब कुछ अवास्तविक और काल्पनिक है।”<sup>7</sup> इसी अवास्तविकता के कारण आज हम आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक

संकट का सामना कर रहे हैं और इनसे निबटना ई-पत्रकारिता के लिए सबसे बड़ी चुनौती है।

## संदर्भ

1. कथादेश (मीडिया वार्षिकी) संपादक: हरिनारायण, अप्रैल 2011, पृष्ठ 124-125
2. समयांतर- संपादक: पंकज विष्ट, फरवरी 2011, पृष्ठ 69-70
3. वसुधा- शिवानंद कामड़े, वर्ष 6, 1981 पृष्ठ 27
4. नवनीत हिंदी डाइजेस्ट - संपादक: विजय कुमार (कहाँ पहुँच रहें हैं अंतरंगता के नए पुल) फरवरी 2011, पृष्ठ 18
5. दैनिक जागरण - पीयूष पाण्डेय (टिवट्टर पर अमरवाणी) राष्ट्रीय संस्करण, नई दिल्ली, 4 सितंबर 2011
6. कथादेश - सिरिल गुप्त, (पुराने मीडिया की विदाई के दिन) अप्रैल 2011, पृष्ठ 52
7. कादम्बिनी - पीयूष पाण्डेय (समस्याओं का निदान: सोशल मीडिया ) सितंबर 2011, पृष्ठ 77

Copyright © 2014, Dr. Rachna Bimal. This is an open access refereed article distributed under the creative common attribution license which permits unrestricted use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.