

वर्तमान सदी की मीडिया : कुछ अक्स, कुछ अन्देशे

प्रो० वीरेन्द्र सिंह यादव,

प्रोफेसर—हिन्दी एवं अन्य भारतीय भाषा विभाग, डॉ० शकुन्तला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वास
विश्वविद्यालय, लखनऊ, उ.प्र.
एसोसिएट,
भारतीय उच्च अध्ययन संस्थान राष्ट्रपति निवास, शिमला (हिमाचल प्रदेश)

मानव की जिज्ञासा और उत्सुकता की मूलभूत वृद्धि ही पत्रकारिता के जन्म और विकास का महत्वपूर्ण कारण होती है। इसे मनुष्य की इस जिज्ञासा प्रवृत्ति का परिणाम ही कहा जायेगा कि है कि सम्पूर्ण सृष्टि धीरे-धीरे एक मानव परिवार के रूप में परिणित होती जा रही है। समय के स्पन्दनों को महसूस करने की चाहत ने ही पत्रकारिता के फलक को विस्तृत एवं जीवन्त और चेतना युक्त बना दिया है। पत्रकारिता के प्रारम्भिक स्वरूप को भारत में पौराणिक काल से देखा जा सकता है। अनादि सृष्टि से महर्षि नारद को 'आदि पत्रकार' माना जा सकता है जो एक 'बात' को दूसरी जगह पहुँचाने की कला में पारंगत थे। समाचार लेखन तथा समाचारों के प्रति उत्सुकता की सुदृढ़ दीर्घ परम्परा भारत के प्राचीन इतिहास में आसानी से देखी जा सकती है। पशु-पक्षियों तथा अन्य विविध माध्यमों द्वारा संदेशों व समाचारों के प्रेषण से प्राचीन तौर-तरीके भारतीय साहित्य में पर्याप्त उपलब्ध हैं। उदाहरण के लिए दयमन्ति का सन्देश ले जाने वाला सुनहरा हंस और मैनाएँ थीं। सूचनाओं लिए प्रकृति को भी माध्यम बनाया जाता था। यक्ष ने अपनी प्रिया को मेघदूतों द्वारा संदेश भेजा था। कमल और भोजपत्रों पर शकुन्तला अपने हृदय के उद्गार प्रकट करती थीं। जंग और अमन के दौरान सैकड़ों हरकारे पैदल तथा ऊँट-घोड़ों पर चिट्ठियाँ पहुँचाते थे।

मानव मन की यह सहज प्रवृत्ति होती है कि वह प्रत्येक वस्तु, दृश्य और खबर के विषय में

अधिक से अधिक जान लेना चाहता है। पौराणिक आख्यानों से स्पष्ट है कि युद्ध भूमि में लक्ष्मण का रावण के पास जाकर उससे राण कौशल तथा अन्य अनेक तरह की विद्याओं को सीखने की जिज्ञासा व्यक्त करना तथा इसी तरह महाभारत के दिव्यांग राजा धृतराष्ट्र अपने साथी संजय से यह जानने की जिज्ञासा व्यक्त करते हैं कि संप्रति युद्ध भूमि में क्या हो रहा है? उक्त तथ्य के कई पुख्ता प्रमाण भी हैं। कुल मिलाकर जानने और जनवाने की जिज्ञासा ही पत्रकारिता के जन्मने का मूल उत्स होती है। इस तरह समाचारों को जानने की भूख का दायरा किसी एक देश या कुछ देशों तक सीमित न रहकर अखिल विश्व तक फैल गया और आज तो बेहद छिप्र गति से इसका विस्तार हो रहा है। विश्व के कुछ देशों ने यह स्वीकार भी किया था कि किसी स्वस्थ लोकतांत्रिक राष्ट्र के लिए समाचार-पत्र का होना बेहद जरूरी है।

आर्थिक और व्यापारिक आधार पर ध्रुवीकरण तथा पुनर्संघटन की प्रक्रिया से वर्तमान विश्व व्यवस्था गुजर रही है। और यही अवधारणा सामाजिक परिवर्तन में अत्याधिक सहायक है। निश्चित रूप से वैश्वीकरण की प्रक्रिया व्यक्ति को अपनी आदतें, रहन-सहन, जीवन शैली, खान-पान, वेशभूषा आदि को बदलने की प्रेरणा देती है। इस कार्य में पत्र-पत्रिकाओं की अति महत्वपूर्ण भूमिका रही है।

सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि पत्रकारिता ने अपने कार्य करने के विविध आयामों

के माध्यमों के द्वारा विशिष्ट स्पान केन्द्रति कर लिया है आज पत्रकारिता के अनेक आयाम हैं जैसे कि— ग्रामीण पत्रकारिता, कृषि पत्रकारिता, नगरीय पत्रकारिता, साहित्यिक पत्रकारिता, सांस्कृतिक पत्रकारिता, वैज्ञानिक पत्रकारिता, खेलकूद पत्रकारिता, फिल्म पत्रकारिता, सर्वोदय पत्रकारिता, बाल पत्रकारिता, वाणिज्य एवं व्यावसायिक पत्रकारिता, हास्य—व्यंग्य पत्रकारिता, रेडियो एवं दूरदर्शन पत्रकारिता, हास्य—व्यंग्य पत्रकारिता, रेडियो एवं दूरदर्शन पत्रकारिता, विविध चैनल की पत्रकारिता, स्वास्थ्य एवं परिवार की पत्रकारिता आदि। हिन्दी पत्रकारिता का व्यक्ति चेतन्य हेतु पारिवारिक एवं सामाजिक चेतना हेतु प्रशंसनीय कार्य कर रहा है।

अपने इन प्रकारों और कार्यशैली के कारण विशिष्ट गुणों के कारण यह पत्रकारिता आज विश्वव्यापी चरित्र की हो गई है। इस पत्रकारिता पर कहीं कुछ बंदिशें हैं, तो कहीं वह मुक्त—उन्मुक्त भी है, कुछ देशों में वह क्रूर और जटिल कानूनों की शिकार है, तो कहीं—कहीं वह अपनी स्वतंत्रता के लिए संघर्षरत इसकी उपस्थित विश्व के अधिकांश हिस्सों में हो गई है। वस्तुतः जानने की जिज्ञासा व्यक्ति के भीतर जन्मना होती है।

आज की पत्रकारिता और पत्रकार बड़े घरानों के व्यावसायिक हितों के लिए समाचार, मनोरंजन, शिक्षा के लक्ष्यों, नैतिक मूल्यों और अपने वृहदत्तर दायित्वों की बलि दे रहा है। अब समय की माँग है कि आज पत्रकार अपने दायित्वों का ईमानदारी से जीवंत जनतंत्र के अभिन्न अंग की तरह काम कर लोकहित के लक्ष्यों को पूरा करने में सहयोगी बने। दूसरी तरफ व्यवसायिक हितों को भी पूरा कर सके, इसके लिए कुछ तात्कालिक जरूरत के हिसाब से एक संतुलन स्थापित करने की शिद्वत के साथ आवश्यकता है, क्योंकि वैश्वीकरण के इस प्रभाव से पत्रकारिता को पूरी तरह मुक्त कर पाना संभव

नहीं है। अतः दोनों के बीच एक संतुलन स्थापित हो सके इसके लिए निम्न उपाय अपनाए जाने चाहिए— सबसे पहले पत्रकारिता क्षेत्र के लिए राष्ट्रीय पत्रकारिता उद्देश्य एवं दूरदर्शिता पूर्ण सुनियोजित निश्चित पत्रकारिता नीति का निर्माण किया जाना चाहिए। भारत में काफी लम्बे समय से तदर्थ फैसलों, प्रतिक्रियात्मक और अस्थायी दृष्टिकोण के चलते मुद्दे बेहद जटिल हो गए हैं। इनसे सम्बन्धित फैसले शीघ्र लिए जाने की आवश्यकता है।

इसमें कोई दो राय नहीं कि आज की मीडिया का क्षण एवं नैतिक रूप से पतन इसकी बुनियादी वजह बड़ी कारपोरेट पूँजी के स्वामित्व वाले न्यूज़ मीडिया की संरचना में ही निहित है। इस संदर्भ में वरिष्ठ पत्रकार पी.साईनाथ का इस दिशा में सोचना कि कारपोरेट न्यूज़ मीडिया की संरचना की यह अनिवार्यता है कि वह झूठ बोले। इसके साथ ही कारपोरेट न्यूज़ मीडिया का सामाजिक ढाँचा अब भी बुनियादी तौर पर सवर्ण पुरुष शहरी अभिजात्य तबके से आने वाले गेटकीपरों (संपादकों/पत्रकारों) तक सीमित है और आंतरिक ढाँचे में लोकतंत्र के लिए कोई खास जगह नहीं है। कारपोरेट न्यूज़ मीडिया के ज्यादातर समाचार कक्षों में माहोल न सिर्फ दमघोटू है बल्कि सामाजिक रूप में प्रतिगामी और उत्पीड़क है। समकालीन पत्रकारिता पर टिप्पणी नहीं हो सकती है।

आज कारपोरेट न्यूज़ मीडिया की इन कुछ सच्चाइयों और उसकी सीमाओं को लोग धीरे—धीरे समझने लगे हैं। इन सब कारणों से कारपोरेट स्वामित्व वाली न्यूज़ मीडिया और उसमें से हो रही कथित पत्रकारिता पर गंभीर सवाल उठ रहे हैं। यही नहीं उसका बड़ा हिस्सा ना सिर्फ अपनी साख खो चुका है बल्कि नागरिकों के एक छोटे हिस्से में ही सही लेकिन उसके खिलाफ गुस्सा बढ़ता जा रहा है। यह गुस्सा कई रूपों में अभिव्यक्त भी हो रहा है। लोग विकल्प

खोज रहे हैं। इसमें कोई दो राय नहीं कि बिना स्वतंत्र, मुखर और सच्ची पत्रकारिता के लोकतंत्र का चलना मुश्किल ही नहीं वरन असम्भव भी है। और उसके कारण नागरिकों की आजादी और अधिकार भी खतरे में होते जा रहे हैं। कहने की जरूरत नहीं कि आम लोगों के सरोकारों से जुड़ी और गैर लाभकारी मीडिया उपक्रमों से संचालित वैकल्पिक पत्रकारिता की जरूरत आज पहले से कहीं ज्यादा महसूस की जा रही है।

इसमें कोई शक नहीं कि मौजूदा दौर में जब दुनिया के कई देशों की तरह भारत में भी पत्रकारिता पर एक वग इसके लिए नियमन की माँग कर रहा है। और सच्चाई भी है क्योंकि एक वैकल्पिक मीडिया के तौर पर पाँचवें स्तम्भ (फिथ स्टेट) की माँग उठने लगी है। और हाल-फिलहाल इसके अलावा कोई विकल्प नहीं दिख रहा है। इस वैकल्पिक मीडिया को मजबूत और प्रभावी बनाने की जिम्मेदारी हर उस आम नागरिक की है जो लोकतंत्र में सच्ची, स्वतंत्र, तथ्यपूर्ण, वस्तुनिष्ठ और संतुलित सूचनाओं/समाचारों के आवाह प्रवाह को बुनियादी जरूरत समझता है और जो खोजी, आलोचनात्मक, प्रतिपक्षी न्यूज़ मीडिया को अपनी आजादी और अधिकारों की गारंटी और पहरेदार मानता है।

वक्त का तकाजा है कि आज वैकल्पिक न्यूज़ मीडिया को मजबूत बनाने के लिए यह जरूरी है कि ऐसे सभी स्वतंत्र आलोचनात्मक मीडिया उपक्रमों की आर्थिक मदद की जाए जिन्होंने समाजोपयोगी सरोकारी पत्रकारिता की है। सत्ता व कारपोरेट से सवाल पूछने का अपनी व्यक्तिगत दम पर साहस दिखाया और सार्वजनिक विमर्श में आम लोगों के मुद्दे को उठाने की कोशिश की है। सभी सचेत नागरिकों को जो कारपोरेट न्यूज़ मीडिया के अखबारों/न्यूज़ चैनलों के लिए हर महीने अपने कुछ रुपए खर्च करते हैं, उन्हें इन वैकल्पिक न्यूज़ मीडिया उपकरणों पर

भी हर महीने कुछ पैसे खर्च करने पर जरूर विचार करना चाहिए। आम आदमी के पैसे पर चलने वाला न्यूज़ मीडिया ही आम हितों की रखवाली कर सकता है, जाकि सत्ता और कारपोरेट के दबाव को झेल कर अपनी स्वतंत्रता सुरक्षित रख सके।

वर्तमान समय में पत्रकारिता के समक्ष एक दूसरी नई चुनौती यह उठ खड़ी हुई है कि आज पत्रकारिता को एक उद्योग की तरह देखा जाने लगा है, अब आम आदमी के इस तरह के हस्तक्षेप का विरोध करना चाहिए क्योंकि इस पेशे में दूसरे उद्योगों से जुड़े छल छद्म या दुष्प्रवृत्तियों को प्रवेश न करने दें। कहीं पूँजीपतियों की मानसिकता पत्रकारिता पर इतनी अधिक ना हावी हो जाए कि आम जनता के सरोकार हाशिए पर चले जाएं। एक सीमा तक ऐसे दुष्परिणाम दिखने भी लगे हैं। उदाहरण के लिए, पूछा जा सकता है कि गाँव में निवास करने वाली बहुसंख्यक आबादी के कितने सरोकार आज मुख्यधारा की पत्रकारिता में दिखते हैं? उनकी समस्याएँ या उनका दुख-दर्द केवल तभी चर्चा का विषय बन पाता है, जब कोई नरसंहार या अपहरण जैसी नकारात्मक घटना घट जाए। क्या ग्रामीण अंचल में केवल नकारात्मक घटनाएँ ही घटती हैं? अच्छे और विकास परक समाचारों को उचित कवरेज क्यों नहीं मिल पाता?

वर्तमान समय में जब पाठकीय हितों को दरकिनार करके अनेक अखबारी कलमकार किसी न किसी प्रभावशाली शख्सियत के गुण गा रहे हैं, तब इस बात पर सोचना और भी अधिक आवश्यक हो जाता है कि क्या पत्रकारिता विज्ञापन और मनोरंजन का पर्याय बनती जा रही है ! आए दिन मीडिया द्वारा किए जाने वाले भयदोहन की खबरें देखने और सुनने को मिल रही हैं। आज भ्रष्टाचार में लिप्त पत्रकारों का एक ऐसा वर्ग भी पैदा हो गया है जो खबर छापने की ताकत का दुरुपयोग करता है। यह पत्रकारिता

की शक्ति ही है कि पत्रकारों के विरुद्ध आवाज उठाने की हिम्मत विरले लोग ही कर पाते हैं। इसलिए मर्यादा से रहित पत्रकारिता अपने आपमें स्वयं एक चुनौती बनकर खड़ी हो गई है।

एक बड़ी चुनौती पत्रकारिता के समक्ष आज यह भी है कि उसका एक अंग मीडिया खुद को क्यों नहीं कवर करता? जैसे विकसित देश में भी जहाँ करीब डेढ़ हजार दैनिक अखबार प्रकाशित होते हैं केवल एक दर्जन अखबार ही हैं जिनके पास प्रेस नाम की एक अलग बीट है और जिसके लिए अलग से एक फुल टाइम रिपोर्टर है। सौभाग्यवश 'प्रेस' को एक स्वतंत्र बीट की तरह स्वीकार करने वाले अखबारों में वाशिंगटन पोस्ट का नाम भी शामिल है। द न्यूयॉर्क टाइम्स के लिए पचीस से भी अधिक वर्षों तक रिपोर्टर का काम कर चुके और पुलित्जर समेत अनेक पुरस्कारों को प्राप्त कर चुके वरिष्ठ पत्रकार श्री सिडनी शैनवर्ग का कहना है कि "खुद को समाज का वाचडॉग बनने वाले मीडिया के सामने जब यह सवाल आता है कि वह स्वयं अपनी कितनी जाँच पड़ताल करता है, तब वह अपाहिज और निरुत्तर हो जाता है क्योंकि पत्रकारों को यह आश्वासन मिला रहता है कि उनके सहकर्मी उनसे जुड़े मामलों को जल्दी जनता के सामने नहीं लाएंगे; इसलिए भ्रष्टाचार और अनैतिक गतिविधियों को बढ़ावा मिलता रहता है।"

वास्तविकता यह है कि आज पत्रकारिता जिस गहरे संकट में है, उसमें एक बड़ा कारण उससे जुड़े मामलों में नागरिकों की आम तौर पर निष्क्रिय भूमिका भी कम मायने नहीं रखती है। आश्चर्य नहीं की न्यूज़ मीडिया के जनतांत्रिकीकरण और उसमें सुधार और बदलाव के मुद्दे न तो राजनीतिक दलों के एजेंडे पर हैं और न ही नागरिक समाज के एजेंडे पर। ऐसा लगता है जैसे यह कोई मुद्दा ही नहीं हो। इस तथ्य के बावजूद की राष्ट्रीय मसलों और सार्वजनिक जीवन को प्रभावित करने, जनमत बनाने और

लोकतांत्रिक प्रक्रिया को निर्देशित करने और लोगों की आजादी और अधिकारों को फ़ैलाने या संकुचित करने में मीडिया की ताकत लगातार बढ़ती जा रही है। सार्वजनिक बहस और चर्चा से बाहर और कुछ अखबारों को छोड़ दें तो कारपोरेट नियंत्रित न्यूज़ मीडिया के जवाब देही या उसके कामकाज में पारदर्शिता या उसके नियमन जैसे जरूरी मुद्दे पर कोई सार्वजनिक पहल, कार्रवाई और आंदोलन भी नहीं दिखाई देता है।

आज की पत्रकारिता के समक्ष सब कुछ स्याह ही नहीं है बल्कि इसमें कुछ उजले पक्ष भी हैं। ऐसी बात नहीं कि समाचार-पत्रों को केवल चुनौतियों का ही सामना कर पड़ रहा है अपितु आज उसके समक्ष विकास और विस्तार की श्रेष्ठ संभावनाएँ भी विद्यमान हैं। केवल आवश्यकता है उन संभावनाओं को पहचानने और उन्हें सुअवसरों में ढालने की। संचार क्रांति ने आज विविध जनसंचार माध्यमों के द्वारा विश्व स्तर की जानकारियों और समाचारों का जानना अत्यंत सरल बना दिया है। समाचार-पत्र भी इंटरनेट, मोबाइल और सैटेलाइट की सहायता से अद्यतन सूचनाओं को बेहतर तरीके से पाठकों को उपलब्ध करा सकते हैं। समाचार-पत्र जितनी तेजी से नवीन जानकारियों का संग्रह एवं प्रकाशन करते हैं, उतनी ही तेजी से पाठकों की संख्या में भी विस्तार होता जाता है। इसके साथ ही अब ई-समाचार पत्र और न्यू मीडिया भी अपने अस्तित्व में आ चुके हैं। इनके माध्यम से महानगरीय जीवन की आपाधापी से जूझते पाठकों को आसानी से उनकी सुविधानुसार खबरें प्रस्तुत की जा सकती हैं। वर्तमान युवा वर्ग जो इंटरनेट का एक बड़ा उपभोक्ता माना जाता है, वह भी ई-समाचारों के द्वारा अपने को इससे जुड़कर खुश और सन्तुष्ट होता है।

ऐसे में यहाँ कारपोरेट नियंत्रित न्यूज़ मीडिया में सुधार और उसके जन तांत्रिकीकरण

के साथ वैकल्पिक न्यूज मीडिया को प्रभावी बनाने के मद्देनजर चर्चा के लिए जो कुछ प्रस्ताव आए हैं। ये प्रस्ताव न तो पर्याप्त हैं और न ही इनका मकसद इकतरफा प्रस्तावना कार्रवाई को प्रोत्साहित करना है। इन प्रस्तावों का उद्देश्य कारपोरेट न्यूज मीडिया में सुधार/बदलाव के साथ पत्रकारिता की साख को बहाल करने,उसे जवाबदेह और पारदर्शी बनाने और नागरिकों की अपने दायित्व के बाबत जागरूक बनाने के लिए सार्वजनिक चर्चा/बहस को प्रोत्साहित करना है।

सहायक सन्दर्भ ग्रन्थ

1. मीडिया-मीमांसा,जुलाई-सितंबर 2017
2. मीडिया-विमर्श, जुलाई-दिसम्बर 2008, सितम्बर 2011,सं0 श्रीकान्त सिंह मीडिया विमर्श, द्विवेदी संजय
3. संचार माध्यम, दिसम्बर 1981, भारतीय जनसंचार संस्थान,
4. उत्तर प्रदेश ,हिन्दी पत्रकारिता विशेषांक ,मार्च-अप्रैल,1976
5. लाल डॉ0 गुरचरण,पत्रकारिता के सिद्धांत-भारत बुक सेंटर ,लखनऊ, 2000
6. चतुर्वेदी जगदीश्वर-मीडिया समग्र(11 भागों में) ,स्वराज प्रकाशन,नई दिल्ली, संस्करण 2013
7. चतुर्वेदी जगदीश्वर-आधुनिकतावाद,साहित्य और मीडिया-अनामिका पब्लिकेशंस डिस्ट्रीब्यूटर लिमिटेड, नई दिल्ली, प्रथम संस्करण 2019
8. बुधवार जयनारायण,प्रमिला भूमंडलीकरण ,बाजार और मीडिया-स्वराज प्रकाशन, नई दिल्ली-प्रथम संस्करण 2008
9. भारद्वाज राजकुमार,मीडिया रिपोर्टिंग : वर्तमान और भविष्य,अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली-संस्करण 2020
10. धर प्रांजल,समकालीन वैश्विक पत्रिका में अखबार-वाणी प्रकाशन दरियागंज ,नई दिल्ली-प्रथम संस्करण 2013
11. बारी राकेश,पत्रकारिता की खुरदरी जमीन की,वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली-संस्करण 2015
12. खान जाहिद,आधी आबादी-अधूरा सफर-अनामिका पब्लिकेशन एंड डिस्ट्रीब्यूटर प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली,संस्करण 2019
13. पांडे कैलाशनाथ-हिंदी पत्रकारिता-संवाद और विमर्श, लोकभारती प्रकाशन महात्मा गांधी मार्ग, इलाहाबाद, संस्करण 2017
14. तिवारी डॉ0 अर्जुन,हिंदी पत्रकारिता का वृहद इतिहास-वाणी प्रकाशन संस्थान,वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली ,संस्करण 1995
15. चौबे कृपाशंकर,पत्रकारिता के उत्तर आधुनिक चरण,वाणी प्रकाशन,नई दिल्ली-2005
16. भानावत संजीव-पत्रकारिता का इतिहास एवं जन संचार माध्यम,यूनिवर्सिटी पब्लिकेशंस, जयपुर-2008
17. सिंह डॉ0 अजय कुमार, सिर्फ पत्रकारिता-लोकभारती प्रकाशन,इलाहाबाद-2013,पृ0-16
18. यादव डॉ0 वीरेन्द्र सिंह, शुक्ल डॉ0 अमित, भारत में हिन्दी पत्रकारिता के उभरते परिदृश्य और आधी दुनिया की भागीदारी-अल्फा पब्लिकेशन्स,नई दिल्ली-2013

19. कुलश्रेष्ठ संदीप ,भारत में प्रिन्ट,इलेक्टॉनिक और न्यू मीडिया–प्रतिभा प्रकाशन,नई दिल्ली,2018
20. मंडल दिलीप,मीडिया का अंडरवर्ल्ड पेड न्यूज़ कारपोरेट और लोकतंत्र,राधाकृष्ण प्रकाशन,नई दिल्ली, संस्करण 2018
21. प्रवीर, राकेश,भारत में प्रिन्ट, इलेक्टॉनिक और न्यू मीडिया– प्रतिभा प्रकाशन,नई दिल्ली–2019
22. बाजपेयी अंबिका प्रसाद–समाचार पत्रों का इतिहास–ज्ञान मंडल लिमिटेड, वाराणसी–संस्करण 1986
23. सिंह डॉ. धीरेन्द्र, हिन्दी पत्रकारिता–विश्वविद्यालय प्रकाशन, बनारस–2001.
24. परमार डॉक्टर तारा, महिला सर्जन के विविध आयाम–भारतीय दलित साहित्य,अकादमी ,उज्जैन–2010
25. भारती जयप्रकाश,हिन्दी पत्रकारिता दशा एवं दिशा,प्रवीण प्रकाशन ,नई दिल्ली–1994