RNI No. UPHIN/2000/3766 ● ISSN No. 2581-3528 ₹:20

केशव संवाद

बैशाख-जेष्ठ, विक्रम सम्वत् 2079 (मई-2022)

पत्रकारिता

कल, आज और कल

MADHUSUDAN SMC

NIRALA ESTATE PHASE II

NIRALA WORLD

NIRALA INFRATECH PRIVATE LIMITED

Corp. Office : H-61, 1st Floor, Sec-63, Noida (U.P.) 201301 | Site Office : GH-04 Techzone-IV, Gr. Noida (West), U.P.

For Sales enquiries : 9212131476

Tel.: 0120-4823000, Fax : 0120 4823001, Email : sales@niralaworld.com, Web.: www.niralaworld.com

केशव संवाद

RNI No. UPHIN/2000/3766

ISSN No. 2581-3528

मई, 2022

वर्ष : 22 अंक : 05

अणंज कुमार त्यागी
अध्यक्ष
प्रे. शो. सं. न्यास

संपादक
कृपाशंकर

कार्यकारी संपादक
डॉ. प्रियंका सिंह

अंक संपादक
प्रो. अनिल कुमार निगम

संपादक मंडल
डॉ. प्रदीप कुमार, डॉ. अखिलेश मिश्र,
डॉ. नीलम कुमारी, रामकुमार शर्मा
डॉ. मनमोहन सिंह, अनीता चौधरी
अनुपमा अग्रवाल

पृष्ठ संयोजन
वीरेंद्र पोखरियाल

संपादकीय कार्यालय
प्रेरणा शोध संस्थान न्यास
सी-56/20 सेक्टर-62, नोएडा -201301
फोन न. 0120 4565851, 2400335
ईमेल : keshavsamvad@gmail.com
वेबसाइट : www.prernanews.in

स्वामी पंकज कुमार की ओर से मुद्रक/प्रकाशक सुखवीर प्रकाश द्वारा चंद्र प्रभु ऑफसेट प्रिंटिंग वर्क प्रा. लि. नोएडा से मुद्रित तथा केशव भवन 105, आर्यनगर सूरजकुंड रोड मेरठ से प्रकाशित

इस पत्रिका में प्रकाशित लेखों में व्यक्त विचार लेखकों के अपने हैं। संपादक का उनसे सहमत होना आवश्यक नहीं है। सभी विवादों का निपटारा मेरठ की सीमा में आने वाली सक्षम अदालतों/फोरम में मान्य होगा। संपादक

विषय सूची

भारतीय पत्रकारिता में साहित्यिक एवं सांस्कृतिक... - डॉ. आनन्द पहाड़िया........05

स्वतंत्रता संग्राम और भारतीय पत्रकारिता - डॉ. वेद प्रकाश भारद्वाज...06

स्वतंत्रता के बाद की भारतीय पत्रकारिता - विजय शर्मा....................08

आपातकाल की पत्रकारिता - प्रो. अरुण कुमार भगत.....10

आंदोलनों में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका - प्रो. अनिल कुमार निगम....12

भारतीय पत्रकारिता और उसका बदलता स्वरूप - प्रतीक खरे.....................13

समाचार-पत्रों में भारतीय चिंतन एवं दृष्टि - डॉ. रामशंकर..................14

समाचार-पत्रों और पत्रिकाओं का भविष्य - शशि कुमार श्रीवास्तव......16

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने के बाद पत्रकारिता - अनुराग सिंह..................18

टीआरपी के जाल में फंसा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया - अमित शर्मा...................20

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की संभावनाएं और चुनौतियां - डॉ. ओम शंकर...............22

कैसा होगा डिजीटल मीडिया का स्वरूप - डॉ. धीरज कुमार.............23

नागरिक पत्रकारिता : सवाल और चुनौतियां - डॉ. विनीत उत्पल............24

सूचना से मीडिया ट्रायल तक और मीडिया ट्रायल... -डॉ. नीरज करण..............26

पत्रकारिता एवं बाजारवाद - डॉ. भवानी शंकर...........28

एजेंडा सेटिंग की पत्रकारिता - डॉ. मुक्ता मर्तोलिया.........30

न्यूज बनाम फेक न्यूज : विश्वसनीयता पर उठता... - डॉ. श्रद्धा पुरोहित............32

महिला नेतृत्व एवं भारतीय पत्रकारिता - मोहित कुमार..................34

मोबाइल पत्रकारिता के बढ़ते कदम - प्रो. राज मिश्र..................35

भविष्य की पत्रकारिता में नैतिकता - डॉ. योगेन्द्र कुमार पांडेय...36

वन मैन आर्मी बनता नए दौर का पत्रकार - डॉ. अरविंद कुमार पाल....38

समाचार सुर्खियां - डेस्क...........................40

पत्रिका के अप्रैल अंक की समीक्षा - डॉ. प्रियंका सिंह.............42

पाठकगण पत्रिका के बारे में अपने सुझाव एवं प्रतिक्रिया,'संपादक के नाम पत्र' शीर्षक से ई-मेल (keshavsamvad@gmail-com) के माध्यम से भेज सकते हैं। चुने हुए पत्रों को पत्रिका के अगले अंक में प्रकाशित किया जायेगा।

संपादकीय..

पत्रकारिता का प्रमाणिक एवं ऐतिहासिक दस्तावेज

भारत में पत्रकारिता का अत्यंत समृद्ध इतिहास रहा है। देश में पत्रकारिता का उद्‌भव अठारहवीं शताब्दी (1780) में हुआ। लेकिन हिंदी पत्रकारिता का आगाज वर्ष 1826 में उदंत मार्तण्ड के साथ हुआ। तब से लेकर आज तक पत्रकारिता विभिन्न चरणों से गुजरी है। इसका स्वरूप मिशन से प्रोफेसन और प्रोफेसन से कमीशन में बदलता रहा और पत्रकारिता पेपर से इलेक्ट्रॉनिक और अब पेपरलेस यानी डिजीटल हो गई। इसी बात को ध्यान में रखकर केशव संवाद पत्रिका के मई, 2022 के अंक में पत्रकारिता की इस स्वर्णिम यात्रा और गाथा को देश के मूर्धन्य एवं ख्यातनाम पत्रकारों और मीडिया शिक्षकों की लेखनी के माध्यम से संकलित करने का विचार आया।

संपूर्ण पत्रिका को तीन कालखंडों-कल, आज और कल में विभाजित कर विभिन्न आयामों पर केंद्रित करते हुए इसमें व्याख्यात्मक, विश्लेषणात्मक एवं शोधपरक लेख प्रस्तुत किए गए हैं। आजादी के पूर्व की पत्रकारिता में यह बताया गया है कि वह किस तरीके से मिशनरी और खुद में भारतीय मूल्यों और संस्कृति को संजोय हुए थी। अंग्रेजों की गुलामी से मुक्त होने के बाद समाचार-पत्रों में व्यावसायिकता हावी होने लगी। हालांकि ऐसा होना स्वभाविक था क्योंकि किसी भी समाचार-पत्र को चलाने के लिए राजस्व अत्यंत आवश्यक होता है। आज मीडिया संस्थानों पर बाजारवाद का जादू सिर चढ़कर बोल रहा है। हालांकि पत्रकारिता के लिए बाजारवाद आवश्यक तत्व है। बिना राजस्व के किसी भी मीडिया संस्थान की कल्पना भी नहीं की जा सकती। लेकिन मीडिया संगठन टीआरपी की होड़ में जिस तरीके से बाजारू हुए हैं, वह बेहद दुर्भाग्यपूर्ण एवं चिंतनीय है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने के बाद पत्रकारिता खासतौर से प्रिंट मीडिया के तेवर और कलेवर में जबर्दस्त तरीके से बदलाव आया। आजादी के बाद और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आने के बाद पत्रकारिता में जहां एक ओर सकारात्मक बदलाव आए, वहीं इसमें एजेंडा सेटिंग, पीत पत्रकारिता, पेड न्यूज और पार्टी बनकर वकालत करने जैसी अनेक बुराइयां भी आ गईं।

वर्ष 2020 में कोरोना महामारी आने के बाद प्रिंट मीडिया को जबर्दस्त संकट के दौर से गुजरना पड़ा। यह अफवाह फैली कि कागज से भी कोरोना वायरस फैल रहा है। इसका व्यापक असर हुआ और समाचार-पत्रों को लोगों ने पढ़ना कम कर दिया। समाचार-पत्रों ने धड़ाम से नीचे आई प्रसार संख्या के कारण अपने कर्मचारियों की छंटनी कर दी और हजारों पत्रकार बेरोजगार हो गए। आर्थिक संकट के चलते समाचार-पत्रों को मिलने वाले विज्ञापनों में भी कटौती हो गई।

दूसरी ओर कोविड 19 महामारी फैलने के कारण देश भर में संपूर्ण लॉकडाउन लगाए जाने से लोग अपने घरों में रहने को मजबूर हो गए। समाचार-पत्रों से बढ़ती दूरी के बाद उनके पास सूचना के माध्यम इलेक्ट्रॉनिक एवं डिजीटल मीडिया ही रह गए। इंटरनेट मीडिया उनके स्मार्ट फोन में ही उपलब्ध हो गया। ऐसे में डिजीटल मीडिया पल्लवित, पुष्पित और पोषित हुआ। डिजीटल मीडिया खासतौर से सोशल मीडिया के माध्यम से लोगों को सूचनाएं तो खूब मिलीं, लेकिन इस माध्यम में फेक कंटेंट की बाढ़ सी आ गई। फेक सूचनाओं को बिना सोचे-विचारे आगे बढ़ाने से समाज में भ्रम की स्थिति पैदा हुई। इनकी वजह से कई निर्दोष लोगों की जानें चली गईं, समाज में हिंसा फैल गई अथवा समाजिक समरसता को क्षति पहुंची।

समाचार और विचार पत्रकारिता के दो प्रमुख पहलू होते हैं। समाचारों के लेखन और उनकी प्रस्तुति का अपना संस्कार भी होता है। आज समाचारों में संस्कारों का अभाव प्राय: देखने को मिलता है। वहीं समाचारों में विचार अथवा पक्षपात का कोई स्थान नहीं होता है, लेकिन वर्तमान में समाचारों और विचारों के बीच विभाजन रेखा अत्यंत कमजोर हो गई है। कई बार समाचार और विचार को अलग-अलग करना बेहद दुरुह लगता है।

मीडिया का भावी स्वरूप, तेवर और कलेवर क्या होगा, इन विभिन्न मुद्दों का प्रबुद्ध लेखकों ने अपने समृद्ध अनुभव और सशक्त लेखनी के माध्यम से चित्रण किया है। लेखकों ने जहां प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के वैभव और उसके भविष्य को रेखांकित किया है, वहीं उन्होंने यह भी बताया है कि इंटरनेट मीडिया आने के बाद प्रिंट का स्वरूप क्या होगा। आशा है कि केशव संवाद का मई, 2022 का यह अंक न केवल पठनीय एवं संग्रहणीय होगा बल्कि यह अनेक वर्षों पश्चात भारतीय पत्रकारिता पर शोध करने वाले शोधार्थियों के लिए एक ऐतिहासिक एवं प्रमाणिक दस्तावेज साबित होगा।

संपादक

ISSN No. 2581-3528

भारतीय पत्रकारिता में साहित्यिक एवं सांस्कृतिक दृष्टि

डॉ. आनन्द पहाड़िया

हम भारतीय नागरिक पूरे विश्व के हर कोने में अपनी संस्कृति के लिए जाने जाते हैं। यही दृष्टि हमारे पत्रकार लेखकों की लेखनी में भी साफ़ दिखती है जो अपने लेख व रिपोर्ट के माध्यम से साहित्य को गतिमान रखते हैं। साहित्य–संस्कृति और पत्रकारिता में एक प्रकार की समानता हर जगह होती है। पत्रकारिता का आरम्भ उदन्त मार्तंड से माना जाता है। यहीं से भारतीयता की छाप पत्रकारिता में दिखने लगती है।

इसी प्रकार पत्रकारों ने साहित्य को कुछ इस तरह संभाला कि उनकी भाषा और उनका साहित्य शहद सा मीठा हो जाता है। असल में हिंदुस्तान में पाठकों या दर्शकों ने वो समय भी देखा है जब लोगों के मन में सवाल आते थे कि लिखने वाला पत्रकार है या साहित्यकार? साहित्य हमेशा पत्रकारिता को समाज के प्रति हितकारी और संवेदनशील बनाता है। लोगों के मन की बात को समझकर अपने शब्दों को कलम में पिरोकर, साफ़ शब्दों में अपने वैचारिक भावों को प्रकट करने को हम साहित्य मानते हैं। इसी तरह पत्रकारिता के भीतर वह शक्ति होती है, जो जनमानस को सहज भाव से, आत्मीय होकर, मन से जुड़कर प्रभावित करती है।

भारतीय स्वतंत्रता संग्राम के काल को पत्रकारिता और संस्कृति के उत्थान का काल कहें तो कोई अतिश्योक्ति नहीं होगी, क्योंकि उसी काल में सांस्कृतिकता की मशाल लिए सशक्त पत्रकारिता का मार्ग महात्मा गांधी, पं. माखनलाल चतुर्वेदी, गणेश शंकर विद्यार्थी, प्रेमचंद, पं. दीनदयाल उपाध्याय, श्यामा प्रसाद मुखर्जी, अटल बिहारी वाजपेयी आदि ने प्रशस्त किया है।

ये सभी राजनेता और लेखक होने के साथ ही शुद्ध कलम के सिपाही थे, जिनके एक लेख से ही ब्रिटिश सरकार की चूलें हिल जाती थीं। अपने समय में सब एक से बढ़कर एक कुशल पत्रकार, लेखक, सम्पादक आदि रहे।

उन्होंने तात्कालिक पीढ़ी को सिखाया कि वह गुलामी की जंजीरों को तोड़ कर बाहर आएं। यह महज एक उदाहरण है, ऐसे महान लोगों की सूची बहुत लंबी है। इन श्रेष्ठ कलमकारों में महात्मा गांधी ने अपने लेख एवं 'हरिजन' समाचार–पत्र के साथ ही 'अंग्रेजी यंग इंडिया' का सम्पादन कर अंग्रेजों की नींद हराम कर दी थी।

पहले राजनेता और साहित्यकार पत्रकारिता के माध्यम से राजनीति की लड़ाई लड़ते थे। उनका लक्ष्य देश की आजादी और

स्वतंत्र राष्ट्र का निर्माण था। पं. दीनदयाल उपाध्याय स्वयं बहुत बड़े पत्रकार और संचारक थे। अपनी विचारधारा को पुष्ट करने के लिए पत्रों का संपादन, प्रकाशन, स्तंभ लेखन, पुस्तक लेखन उनकी रुचि का विषय था। इसी बदौलत उन्होंने इक्कीसवीं सदी के दूसरे दशक में भारतीय राजसत्ता में अपनी गहरी पैठ बना ली। इसी तरह पत्रकारिता में अटल बिहारी वाजपेयी ने पत्रकारिता से इतिहास की धारा बदली। पूर्व प्रधानमंत्री वाजपेयी ने एक इंटरव्यू में बताया था कि 1953 में वे दिल्ली में पत्रकार के रूप में काम कर रहे थे। इस दौरान भारतीय जनसंघ के नेता डॉ. श्यामा प्रसाद मुखर्जी जम्मू–कश्मीर को विशेष दर्जा दिए जाने के खिलाफ थे। श्यामा प्रसाद जी के विपक्ष में अपनी राय रखने वाले अटल जी ने पत्रकार होने के साथ–साथ यह भी दर्शाया कि पत्रकार और पत्रकारिता किसी की गुलाम नहीं रही। ऐसे में कुल मिलाकर यह कहा जा सकता है कि पत्रकारिता और साहित्य एक दूसरे को ताकत देते थे और संस्कारित भी करते थे। लेकिन आज स्थितियां बदल चुकी हैं और समाज बदल गया है, इसलिए पत्रकारिता भी बदली है।

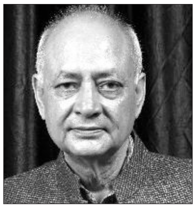
आजादी के कई दशकों बाद भी हमने कई जमीनी पत्रकार देखे, जिनकी पत्रकारिता ने हमें अपनी संस्कृति की सुगंध दी। अब दौर भी बदल रहा है और पत्रकारिता का तरीक़ा भी। भारतेन्दु हरिश्चन्द्र को साहित्यिक पत्रकारिता का प्रवर्तक माना जाता है। उन्होंने वर्ष 1868 में साहित्यिक पत्रिका कवि वचन सुधा का प्रकाशन किया। लेकिन आज हमारे बीच कितने भारतेन्दु हरिश्चन्द्र हैं? अटल जी के विचार भी खोजे नहीं मिलते। आजकल के अख़बारों से साहित्य को दरकिनार किया जा रहा है। कारण हम सब जानते हैं। इस दौर में साहित्य पत्रकारिता के नए मानक तैयार हो रहे हैं, जिसे अपनाते हुए नए मानक गढ़ना आवश्यक है। इस कार्य में विश्वविद्यालयों की भूमिका महत्त्वपूर्ण हो सकती है। नई शिक्षा नीति में आमूलचूल परिवर्तन जरूर हुए हैं, पर राष्ट्रवाद की भावना का पाठ्यक्रम में कहीं–कहीं अभाव दिखाई देता है।

बहरहाल, चिन्ताओं के बीच इस बात को भी स्वीकार किया जा सकता है कि मुख्य धारा की पत्रकारिता ने तो साहित्य पत्रकारिता को हाशिए पर रखने में कोई कसर नहीं छोड़ी, किन्तु नए दौर के नए मीडिया (डिजिटल) ने आज भी साहित्य, पत्रकार और पत्रकारिता को ऑक्सीज़न दे रखी है। वर्तमान में मनोज मुन्तशिर, कुमार विश्वास, आलोक श्रीवास्तव आदि का लगातार समयानुकुल साहित्य जगत की ख़बरें, लेखन, काव्य इत्यादि प्रकाशित हो रहा है। जिसे पाठकों की संसद में सराहा भी जा रहा है। ऐसे समय में नए मीडिया पर भरोसा भी किया जा सकता है और इस मीडिया को साहित्य की मुख्य धारा बनाया जा सकता है। वैश्विक पटल पर भी भारतीय पत्रकारिता और संस्कृति का बखान होता रहता है। नई सदी के अरुणोदय में नई कोपलें (पीढ़ी) निःसंदेह पत्रकारिता का स्वर्णिम युग लाएगी।

(लेखक स्कूल आफ मीडिया एंड जर्नलिज्म गुलशन कुमार फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीट्यूट ऑफ इण्डिया, नोएडा में विभागाध्यक्ष हैं)

ISSN No. 2581-3528

स्वतंत्रता संग्राम और भारतीय पत्रकारिता



डॉ. वेद प्रकाश भारद्वाज

भारत में पत्रकारिता का उदय उस समय हुआ जब देश अंग्रेजों की गुलामी में था। देशवासियों में स्वतंत्रता की भावना उफान पर थी। ऐसे समय में पत्रकारिता की शुरुआत हुई इसलिए यह स्वाभाविक था कि पत्रकारों के मन में सबसे पहला विचार पत्रकारिता के माध्यम से जनता में स्वतंत्रता की चेतना को प्रबल करना ही रहा। भारत में पत्रकारिता की शुरूआत बंगाल से हुई और इसका श्रेय राजा राममोहन राय को दिया जाता है। राजा राममोहन राय ने ही सबसे पहले प्रेस को सामाजिक उद्देश्य से जोड़ा। भारतीयों के सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक, आर्थिक हितों का समर्थन किया। समाज में व्याप्त अंधविश्वास और कुरीतियों पर प्रहार किए और अपने पत्रों के जरिए जनता में जागरूकता पैदा की।

राजा राममोहन राय ने कई पत्र शुरू किए। जिसमें अहम हैं 1816 में प्रकाशित 'बंगाल गजट'। बंगाल गजट भारतीय भाषा का पहला समाचार पत्र है। इस समाचार–पत्र के संपादक गंगाधर भट्टाचार्य थे। इसके अलावा राजा राममोहन राय ने मिरातुल, संवाद कौमुदी, बंगाल हैराल्ड पत्र भी निकाले और लोगों में चेतना फैलाई।

30 मई 1826 को कलकत्ता से पंडित जुगल किशोर शुक्ल के संपादन में निकलने वाला 'उदंत मार्तण्ड' हिंदी का पहला समाचार पत्र था। अपने समय का यह खास समाचार पत्र था, मगर आर्थिक परेशानियों के कारण यह जल्दी ही बंद हो गया। परंतु 'उदंत मार्तण्ड' ने जिस पत्रकारिता की शुरुआत की, वह बंद नहीं हुई। इसके बाद समाचार सुधा वर्षण, अभ्युदय, शंखनाद, हलधर, सत्याग्रह समाचार, युद्धवीर, क्रांतिवीर, स्वदेश, नया हिन्दुस्तान, कल्याण, हिंदी प्रदीप, ब्राह्मण, बुन्देलखण्ड केसरी, मतवाला जैसे दैनिक और सरस्वती, विप्लव, अलंकार, चांद, हंस, प्रताप, सैनिक, क्रांति, बलिदान, वालिंट्यर आदि साप्ताहिक, पाक्षिक पत्र–पत्रिकाओं ने लोगों में स्वतंत्रता की भावना को जगाया और क्रांति का आह्वान किया। नतीजतन उन्हें सत्ता का कोपभाजन बनना पड़ा। दमन, नियंत्रण के दुष्चक्र से गुजरते हुए उन्हें कई प्रेस अधिनियमों का सामना करना पड़ा। शुरुआत से ही ज्यादातर हिंदी व अन्य भारतीय भाषाओं के पत्र–पत्रिकाओं को अंग्रेज शासन के दमन का शिकार होना पड़ा। यही कारण रहा कि अधिसंख्य पत्र व पत्रिकाएं ज्यादा समय तक प्रकाशित नहीं हो सके।

भारतीय नवजागरण के अग्रदूत भारतेंदु बाबू हरिश्चंद्र ने हिंदी पत्रकारिता के माध्यम से राष्ट्रीय चेतना का अंकुरण किया। भारतेंदु युग पत्रकारों ने अपनी समर्पित सेवा–भावना के बल पर जन–चेतना को प्रस्फुटित किया। कविवचन सुधा (1867), अल्मोड़ा अखबार (1871), हिंदी दीप्ति प्रकाश (1872), बिहार बंधु (1872), सदादर्श (1874), हिंदी प्रदीप (1877), भारत मिश्र (1878), सारसुधानिधि (1879), उचितवक्ता (1880), ब्राह्मण (1883) इस काल के प्रमुख पत्र हैं।

माखनलाल जी आम लोगों के बीच से उपजे पत्रकार थे। उनका कहना था कि पत्र संपादक की दृष्टि परिणाम पर सतत् लगी रहनी चाहिए। क्योंकि वह समस्त देश के समक्ष उत्तरदायी है। वे समाचार-पत्रों में उत्तरदायित्व की भावना भरना चाहते थे।

'अभ्युदय' का भगत सिंह विशेषांक, किसान विशेषांक, 'नया हिन्दुस्तान' के साम्राज्यवाद, पूंजीवाद और फासीवादी विरोधी लेख, 'स्वदेश' का विजय अंक, 'चांद' का अछूत अंक, फांसी अंक, 'बलिदान' का नववर्षांक, 'क्रांति' के 1939 के सितम्बर, अक्टूबर अंक, 'विप्लव' का चंद्रशेखर अंक को अपने क्रांतिकारी तेवर और राजनीतिक चेतना के कारण अंग्रेजी सरकार के दमन का सामना करना पड़ा। संपादकों को कारावास भुगतना पड़ा।

उस समय अनेक समाचार–पत्र व पत्रिकाओं का प्रकाशन राजनीतिक व्यक्तित्वों के साथ ही साहित्यकारों द्वारा किया गया। एक तरफ महात्मा गांधी द्वारा प्रकाशित यंग इंडिया, हरिजन जैसे पत्र थे तो दूसरी तरफ बाल गंगाधर तिलक के मराठा और केसरी पत्र थे। स्वतंत्रता आंदोलन में एक पत्रकार के रूप में तिलक का योगदान विशेष रहा। यह उनका ही प्रभाव था कि उस समय देश भर में विभिन्न भाषाओं में प्रकाशित होने वाले पत्र–पत्रिकाओं ने निर्भय होकर अंग्रेज शासन का विरोध किया और लोगों को स्वतंत्रता के लिए आगे आने का आह्वान किया।

लोकमान्य तिलक की पत्रकारिता ने ही स्वतंत्रता आन्दोलन को व्यापक बनाया। तिलक ने विष्णु शास्त्री चिपलूणकर के साथ मिलकर सन 1881 में मराठी भाषा में 'केसरी' और अंग्रेजी में 'मराठा' नामक साप्ताहिक अख़बार की शुरुवात की। बाद में सन 1891 में उन्होंने केसरी और मराठा दोनों पत्रों का पूरा भार स्वयं पर ले लिया और स्वतंत्र रूप से उसका प्रकाशन करना शुरू कर दिया। 'केसरी' के सम्बन्ध में उन्होंने पत्रकारिता के अपने उद्देश्य को स्पष्ट करते हुए लिखा था–"केसरी निर्भयता एवं निष्पक्षता से सभी प्रश्नों की चर्चा करेगा। ब्रिटिश शासन की चापलूसी करने की जो प्रवृत्ति आज दिखाई देती है, वह राष्ट्रहित में नहीं है। 'केसरी' के लेख इसके नाम को सार्थक करने वाले होंगे।" तिलक ने अपने पत्र के माध्यम से चार सूत्री कार्यक्रम बहिष्कार, स्वदेशी, राष्ट्रीय शिक्षा और स्वराज आंदोलन को प्रसारित कर देश में जनजागरण किया।

कानपुर से 1920 में प्रकाशित 'वर्तमान' ने असहयोग आन्दोलन को अपना व्यापक समर्थन दिया था। पंडित मदनमोहन मालवीय द्वारा शुरू किया गया साप्ताहिक पत्र 'अभ्युदय' उग्र विचारधारा का हामी था। अभ्युदय के भगत सिंह विशेषांक में सरदार पटेल, मदनमोहन मालवीय आदि के लेख प्रकाशित हुए। गणेश शंकर विद्यार्थी का 'प्रताप', सज्जाद जहीर एवं शिवदान सिंह चौहान के संपादन में इलाहाबाद से निकलने वाला 'नया हिन्दुस्तान' राजाराम शास्त्री का 'क्रांति' यशपाल का 'विप्लव' अपने नाम के मुताबिक ही क्रांतिकारी तेवर वाले पत्र थे। 'नया हिन्दुस्तान' और 'विप्लव' के जब्तशुदा प्रतिबंधित अंकों को देखने से इनकी वैश्विक दृष्टि का पता चलता है। फासीवाद के उदय और बढ़ते साम्राज्यवाद, पूंजीवाद पर चिंता इन पत्रों में साफ देखी जा सकती है।

गोरखपुर से निकलने वाले साप्ताहिक पत्र 'स्वदेश' को अपने उग्र विचारों और

ISSN No. 2581-3528

स्वतंत्रता के प्रति समर्पण की भावना के कारण अंग्रेजी सरकार की कोप दृष्टि का शिकार होना पड़ा। प्रजाहितैषी, बुद्धिप्रकाश, मजहरुल, सरुर, ग्वालियर गजट, धर्मप्रकाश, भारतखंडामृत, ज्ञान प्रदायिनी पत्रिका, वृत्तांत विलास आदि पत्रों ने उत्तर भारत में राष्ट्रीयता का बीज बो दिया। राष्ट्रीय जागरण, स्वदेश–प्रेम, मुद्रण कला का विकास तथा अंग्रेजी साहित्य के संपर्क से स्वतंत्रता–आंदोलन का अंकुरण हुआ।

'सरस्वती' मासिक पत्रिका के महान संपादक आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी ने बाबूराव विष्णु पराड़कर और गणेश शंकर विद्यार्थी जैसे पत्रकार तैयार किए जिन्हें देश की सामाजिक, सास्कृतिक एवं राजनीतिक परिस्थितियों का सम्पूर्ण ज्ञान था।

4 अप्रैल, 1925 को खंडवा से 'कर्मवीर' का प्रकाशन प्रारंभ हुआ। माखन लाल चतुर्वेदी का 'कर्मवीर' अपने समय का एक ऐसा पत्र बना, जिसने समकालीन रचनाशीलता को बहुत प्रोत्साहित किया। तमाम उदीयमान लेखक इसके माध्यम से लेखन की दुनिया में आए। इसके साथ ही अनेक बड़े लेखक जैसे बालकृष्ण शर्मा नवीन, सुभद्रा कुमारी चौहान, रमाशंकर शुक्ल, भवानी प्रसाद तिवारी, भवानी प्रसाद मिश्र, प्रभाकर माचवे, गजानन माधव मुक्तिबोध, वीरेंद्र जैन, शिवमंगल सिंह सुमन, धर्मवीर भारती ही नहीं दिनकर, रामबृक्ष बेनीपुरी, सोहनलाल द्विवेदी तक इसमें छपते रहे।

माखनलाल जी आम लोगों के बीच से उपजे पत्रकार थे। उनका कहना था कि पत्र संपादक की दृष्टि परिणाम पर सतत लगी रहनी चाहिए। क्योंकि वह समस्त देश के समक्ष उत्तरदायी है। वे समाचार–पत्रों में उत्तरदायित्व की भावना भरना चाहते थे। वहीं उनके मन में समाचार–पत्र की पूर्णता को लेकर भी विचार थे। उनकी सोच थी कि हमें अपने पत्रों को ऐसा बनाना चाहिए कि हम पर ज्ञान की कमी का लांछन न लगे। वे पत्रकारिता जगत में फैल सकने वाले प्रदूषण के प्रति भी आशंकित थे। इसी के चलते उन्होंने अपने लिए आचार संहिता भी बनाई। आज जब पत्रकारिता और पत्रकारों के चरित्र पर सवालिया निशान लग रहे हैं, तो यह सहज ही पता लग जाता है कि दादा वस्तुतः कितनी अग्रगामी सोच के वाहक थे। हिंदी पत्र साहित्य को उनकी एक बड़ी देन यह है कि उन्होंने कई तरह से हिंदी को मोड़ा और लचीला बनाया। भाषा को समृद्ध एवं जनप्रिय बनाने में उनका योगदान सदा स्मरणीय रहेगा।

गणेश शंकर 'विद्यार्थी' का जन्म आश्विन शुक्ल 14, रविवार सं. 1947 (1890 ई.) को इलाहाबाद में हुआ। इलाहाबाद में कॉलेज में पढ़ाई के दौरान ही उनका पत्रकारिता की ओर झुकाव हुआ और भारत में अंग्रेज़ी राज के यशस्वी लेखक पंडित सुन्दर लाल कायस्थ इलाहाबाद के साथ उनके हिंदी साप्ताहिक कर्मयोगी के संपादन में सहयोग देने लगे। नवम्बर 1913 को कानपुर से स्वयं अपना हिंदी साप्ताहिक प्रताप के नाम से निकाला। इसी समय से 'विद्यार्थी' जी का राजनीतिक, सामाजिक और प्रौढ़ साहित्यिक जीवन प्रारंभ हुआ। लोकमान्य तिलक पत्रकारिता और राजनीति में उनके पहले आदर्श थे।

स्वतंत्रता पूर्व की पत्रकारिता के कुछ ही व्यक्तित्वों को हम इस आलेख में शामिल कर पाए हैं। स्थान की सीमा के कारण यहां अनेक ऐसे पत्रकारों और पत्र–पत्रिकाओं का जिक्र नहीं हो पाया है जिन्होंने स्वतंत्रता संग्राम के दौरान राष्ट्रीयता की अलख जगाने का काम किया था। उस दौर में अनेक ऐसे पत्र व पत्रिकाएं प्रकाशित होते रहे जिनकी बहुत चर्चा नहीं हुई। कई पत्रों में संपादकों के नाम नहीं होते थे। लेख के साथ लेखक का नाम नहीं होता था। भारत की आजादी में ऐसे पत्रकारों के योगदान को भुलाया नहीं जा सकता।

(लेखक पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग आईआईएमटी कॉलेज ऑफ मैनेजमेंट, ग्रेटर नोएडा में सहायक प्राध्यापक हैं)

ISSN No. 2581-3528

स्वतंत्रता के बाद की भारतीय पत्रकारिता

विजय शर्मा

पत्रकारिता का लक्ष्य क्या है? वस्तुतः यह ऐसा प्रश्न है जो पत्रकारिता के हर कालखंड में मुखर रहा है। जनसरोकारों से सीधे जुड़े होने के नाते जनमानस को पत्रकारिता से बहुत आशाएं–अपेक्षाएं रही हैं लेकिन अक्सर बदलते परिवेश और प्राथमिकताओं की अनदेखी अथवा उससे तारतम्यता न बैठा पाने के कारण इसे आलोचना का भी शिकार होना पड़ा है। इस राह में एक बड़ी बाधा रही पत्रकारिता का एक व्यापार या पक्षकार के रूप में बढ़ता प्रयोग, विशेषतः स्वतंत्रता के बाद। आखिर यह स्थितियां आईं क्यों और क्या हो सकती है आगे की राह? आइये क्रमशः विचार करते हैं।

जब मिशन पर था पत्रकार : स्वतंत्रता संघर्ष के समय पत्रकारिता के दो ही लक्ष्य हुआ करते थे– पहला, स्वाधीनता के प्रति लोगों को जागरुक और एकजुट करना और दूसरा अंग्रेज सरकार की दमनकारी नीतियों का विरोध करके उस पर दबाव बनाना। चूंकि प्रेस उस समय व्यापक अभिव्यक्ति का एक मात्र मंच था इसलिये समाजसेवी, साहित्यकार और राजनीतिक धाराओं से जुड़े लोग भी इसके माध्यम से ही अपनी बात रखते थे। यही वजह रही कि भविष्य के भारत की चर्चा करने में भी तत्कालीन प्रिंट मीडिया की विशेष भूमिका रही।

आगे चलकर हमें राजनीतिक रूप से स्वतंत्रता तो मिल गई लेकिन जिन विचारों, लक्ष्यों और व्यवहारों को साथ लेकर हम यहां तक पहुंचे थे, कालान्तर में पत्रकारिता से उसी का लोप होने लगा। नई–नई तकनीकों और आर्थिक निवेश से हमारे समाचार–पत्र और पत्रिकाएं तो चमकदार हो गये लेकिन उनमें शामिल कंटेंट धीरे–धीरे पटरी से उतरने लगे। पूंजीपति मालिकों, विज्ञापन दाताओं और कई मामलों में सरकारी तंत्र की दखल बढ़ती चली गई और राष्ट्रीय लक्ष्य पीछे छूटने लगे।

मिशन, प्रोफेशन, कमीशन : दरअसल, मिशन को सिर्फ स्वतंत्रता प्राप्ति तक सीमित मान लिया गया और देश के पुनर्निमाण से जुड़ा लक्ष्य स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात पीछे छूटता रहा। आज की अनेक समस्याओं की जड़ में तब की अनदेखी ही है। सामाजिक कुरीतियां, शिक्षा, मानवाधिकार, जन–स्वास्थ्य, जनसंख्या इत्यादि से जुड़े कई मुद्दे आज तक हल नहीं हो पाये हैं। प्रेस जन–माध्यम तो बना रहा लेकिन देश के पुनरूत्थान के अभियान को आगे बढ़ाने की अपेक्षा अपने–अपने संस्थानों–प्रतिष्ठानों के विकास पर केंद्रित हो गया। फलस्वरूप समाचार पत्र–पत्रिकाओं के पन्ने नकारात्मक सूचनाओं–समाचारों और उपदेशात्मक आलेखों से तो भरे रहे लेकिन राष्ट्र निर्माण का कोई बड़ा विमर्श नहीं स्थापित किया जा सका। हम लोकतांत्रिक व्यवस्था के तो अंग बन गये लेकिन पत्रकारिता के धरातल से लोकतंत्र का 'लोक' पलायन करने लगा। जिस पत्रकारिता का कार्य सत्ता और जनता के बीच सेतु का था, वही पत्रकारिता आम आदमी से ज्यादा सत्ता, पूंजी और बाहुबल को पूजती सी नजर आने लगी। आज तो बात कमीशन तक आ पहुंची है और संपादक नाम की संस्था का पहले ही अवसान हो चुका है।

बिजनेस मॉडल का खेल : इस रूझान के पीछे पत्रकारिता का पश्चिम आधारित बिजनेस मॉडल में तब्दील होता जाना रहा।

चूंकि व्यापार में 'सब कुछ जायज' मानने की प्रकृति और प्रवृत्ति रही है, इसलिये यहां भी पत्र–पत्रकार सिर्फ आवरण बन गये और अंदरखाने हितसाधन का कार्य होता रहा। इन सबका प्रतिकूल प्रस्फुटन आपातकाल के दौर में दिखा जब अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अभूतपूर्व अंकुश लगा दिया गया और सत्ता की स्वस्थ आलोचना वाले बचे–खुचे स्वर भी दबा दिये गए। इस मामले में ब्रिटिश सरकार के दमन को भी पीछे छोड़ दिया गया। इसी के बाद से पूंजीपतियों, राजनेताओं, विज्ञापनदाताओं और नौकरशाहों की छत्रछाया में कुछ पत्र और पत्रकार भी खूब फले–फूले। जनता तो महज 'पाठक' बन कर रह गई। आगे चलकर पीत पत्रकारिता, फेक न्यूज और पेड न्यूज जैसे शब्द चर्चा में आये जो आज भी पत्रकारिता पर एक दाग हैं। वह पत्रकारिता जिसे एक नया मिशन लेकर आगे बढ़ना था, भटक सी गई।

रेडियो से जुड़ न सके समाचार : अब रेडियो की बारी आई लेकिन जनसंचार का एक सशक्त माध्यम होते हुए भी हमारे यहां रेडियो को समाचार अथवा समाचारों को रेडियो कभी रास नहीं आया। जबकि रेडियो–टीवी में निजी कार्यक्रम निर्माताओं ने लगभग एक साथ प्रवेश किया था। चूंकि टीवी के साथ ऑडियो भी जुड़ा था और रेडियो की अपनी सीमाएं थीं इसलिये यहां समाचार नहीं टिक सके और सारे निजी एफएम स्टेशन मनोरंजन आधारित बने रहे। आज सिर्फ आकाशवाणी ही समाचार प्रसारित कर रहा है और गैर–सरकारी रेडियो प्लेटफॉर्म्स पर समाचार ही नहीं सम–सामयिक विषयों पर भी चर्चा बंद है। निजी एफएम चैनल आरजे आधारित विभिन्न कार्यक्रमों में श्रोताओं के लिए कुछ आवश्यक सूचनाएं अवश्य प्रसारित करते रहते हैं, जिन्हें पत्रकारिता के तहत नहीं रखा जा सकता।

टीवी ने बदली तस्वीर : जाहिर है व्यापारीकरण से पत्रकारिता के स्वरूप, सिद्धांत और लक्ष्यों में परिवर्तन दिखाई देने लगा और टेलिविजन पत्रकारिता के आने के बाद तो तस्वीर बिल्कुल बदल गई, क्योंकि इसका रेवेन्यू मॉडल पूरी तरह बाजार आधारित था। खबरों पर अखबारों की पकड़ ढीली पड़ गई और इस क्षेत्र को उद्योग बनाने वाले भी टीवी की चमक–दमक की ओर रुख करने लगे। अर्थात टेलिविजन समाचार धीरे–धीरे पूरी तरह प्राइवेट कंपनियों के हवाले हो गये जहां प्रोडक्ट, ब्रांड, कॉरपोरेट, प्रॉफिट और कस्टमर जैसे शब्द आम हैं। एक तरफ टीवी जैसा तात्कालिक और अपेक्षाकृत विश्वसनीय (वीडियो की वजह से) माध्यम तो दूसरा उसे चलाने वाले पूरी तरह व्यापारी। वहीं विज्ञापनदाताओं पर केंद्रित टीआरपी नामक रेटिंग तंत्र की उपादेयता और व्यवहार पर प्रश्नचिन्ह लगते रहते हैं।

बेलगाम डिजिटल उबाल : नब्बे के दशक की कथित सूचना क्रांति और आर्थिक उदारीकरण ने विदेशी मीडिया कंपनियों के लिए दरवाजे खोल दिये जिससे तकनीक और नौकरियां तो खूब पनपीं लेकिन भारत और भारतीयता से जुड़े सरोकार ठंडे बस्ते में जाने लगे। अब भी सूचना और समाचार बहुत हैं लेकिन उनमें जन–सरोकार कम। आगे चलकर मोबाइल ने पूरा मीडिया तंत्र ही बदल दिया और अब सामान्य नागरिक भी जब चाहे कोई टेक्स्ट, फोटो, ऑडियो या वीडियो पोस्ट कर सकता है। आखिर पत्रकार भी तो यही काम करता है? लेकिन माना जाता है कि उसके पास सही–गलत की समझ होगी, वह प्रशिक्षित होगा, अनुभवी होगा, किसी संस्थान का प्रतिनिधि होगा, जिम्मेदारी जानता होगा और जो भी बात करेगा तथ्यों के साथ करेगा। लेकिन सिटिजन जर्नलिज्म का मुलम्मा चढ़ाकर सामने आई इस कथित पत्रकारिता के कई खतरे भी देखने को मिले। आये दिन सोशल मीडिया पर प्रसारित हुईं पोस्ट्स की सच्चाई और मंशा सामने आती रहती है जिसे कत्तई पत्रकारिता से जोड़कर नहीं देखा जा सकता।

स्वतंत्रता संघर्ष के समय पत्रकारिता के दो ही लक्ष्य हुआ करते थे- पहला, स्वाधीनता के प्रति लोगों को जागरुक और एकजुट करना और दूसरा अंग्रेज सरकार की दमनकारी नीतियों का विरोध करके उस पर दबाव बनाना। चूंकि प्रेस उस समय व्यापक अभिव्यक्ति का एक मात्र मंच था इसलिये समाजसेवी, साहित्यकार और राजनीतिक धाराओं से जुड़े लोग भी इसके माध्यम से ही अपनी बात रखते थे।

यही वजह रही कि हाल ही में भारत सरकार को देश–दुनिया के कई ऐसी वेबसाइट, ऐप और यू–ट्यूब चैनलों पर रोक लगानी पड़ी जो भारत, भारतीय और भारतीयता के लिए संकट बन गये थे। इस दिशा में अब भी काफी कुछ किया जाना बाकी है क्योंकि प्रतिदिन सैकड़ों के हिसाब से ऐसे प्लेटफॉर्म्स और खड़े हो जाते हैं जिनकी राष्ट्रविरोधी मंशा बाद में उजागर होती है।

विश्वसनीयता का संकट : इस व्यतिक्रम ने विश्वसनीयता के संकट को जस का तस बनाकर रखा है। एक ऐसे समय में जब चारों तरफ से सूचनाओं की बमबारी हो रही हो, सही–गलत की पहचान और मुस्किल हो जाती है। यहां सवाल घूम–फिरकर वहीं पहुंच जाता है कि पत्रकारिता जिस व्यापक मिशन को लेकर चली थी क्या वह कभी पूरा हो भी पायेगा? प्रेस ने देश की स्वतंत्रता के लिए जिस भावना और समर्पण से कार्य किया, क्या उस स्वतंत्रता को अक्षुण्य रखने और उसे पुष्पित–पल्लवित करने का कार्य नहीं कर पा रहा है? जबकि प्रेस के उस मिशन में एक स्वतंत्र ही नहीं एक सुंदर, स्वावलंबी और शांतिपूर्ण राष्ट्र की परिकल्पना भी शामिल थी जिसका अभाव समाज में द्वेष, अनाचार, अलगाववाद और दूसरे षडयंत्रों के रूप में सामने आ रहा है।

क्या हो भविष्य की राह ? – ऐसे में मीडिया साक्षरता (मीडिया शिक्षा भी) के साथ–साथ राष्ट्रीय चेतना से ओतप्रोत पत्रकारिता आशा की किरण की तरह है। यदि पत्र और पत्रकार में 'राष्ट्र सर्वोपरि' का भाव है तो भटकाव होगा ही नहीं। फिर चाहे कितनी भी व्यावसायिक विवशताएं हों या अवांछनीय दबाव। पत्रकारिता का पहला और आखिरी सरोकार सच को सामने लाना है और यही उसकी विश्वसनीयता की बुनियाद है। विदेशी मॉडल पर आधारित मीडिया, प्रोफेशन की जगह लेता कमीशन और फेक–पेड न्यूज के बोलबाले के बीच भी राष्ट्रीय चेतना और समर्पण एक ऐसा रामबाण है जो पत्रकारिता को पुनः मिशनरी रूप दिला सकता है। बस, जरूरत देश के प्रति समर्पण और इस क्षेत्र में बाजारवाद की सीमा तय करने की है।

(लेखक वरिष्ठ पत्रकार एवं मीडिया शिक्षक हैं)

ISSN No. 2581-3528

प्रो. अरुण कुमार भगत

आपातकाल की पत्रकारिता

सन् 1975 के आपातकाल में प्रेस की आजादी पर लगाए गए प्रतिबंधों को भारतीय पत्रकारिता के इतिहास में एक काला अध्याय माना जाता है। इस दौरान सरकार ने पत्रकारिता की आवाज पूरी तरह दबाने की कोशिश की। लेकिन आपातकाल के दौरान भी निष्पक्ष और निर्भीक पत्रकारिता जिन्दा रही और लोकतंत्र के प्रहरी की अपनी भूमिका निभाने में सफल रही। लोकतंत्र में प्रेस की स्वतंत्रता छीनने की कोशिशों को जनता ने देखा, समझा और इसका जवाब भी दिया। इसकी कीमत इंदिरा गांधी को अपनी सत्ता खोकर चुकानी पड़ी। आपातकाल के बाद हुए चुनावों में कांग्रेस बुरी तरह पराजित हुई और इंदिरा गांधी सत्ता से बाहर हो गयीं।

वर्ष 1974 तक पत्रकारिता के माध्यम से सत्ता और सरकार की सर्वत्र आलोचना हो रही थी। देश में भ्रष्टाचार, शैक्षणिक अराजकता, महंगाई और कुव्यवस्था के विरोध में समाचार–पत्रों में बढ़–चढ़ कर लिखा जा रहा था। गुजरात और बिहार में छात्र–आंदोलन ने जन–आंदोलन का रूप ले लिया था जिसके नेतृत्व का भार लोकनायक जयप्रकाश नारायण ने अपने कंधों पर ले लिया। उन्होंने पूरे देश में संपूर्ण क्रांति आंदोलन का आह्वान कर दिया था। यूं तो सन् 1975 से पहले भी देश में आपातकाल लगा था। सन् 1962 में साम्यवादी चीन के आक्रमण के समय और फिर उसके नौ साल बाद सन् 1971 में भारत–पाकिस्तान युद्ध के समय भी देश में आपातकाल की घोषणा करनी पड़ी थी। मगर उस वक्त प्रेस की आवाज दबाने की कोशिश नहीं की गयी थी। लेकिन वर्ष 1975 में जो हुआ, लोकतंत्र में उसकी कल्पना भी नहीं की जा सकती थी।

प्रधानमंत्री इंदिरा गांधी उस वक्त सत्ता के सिंहासन पर विराजमान थी। देश नीतियों पर नहीं, उनकी मर्जी पर ज्यादा चलता था। सत्ता की हनक उनके दिमाग पर सवार थी। ऐसे में राजनारायण बनाम इंदिरा गांधी मामले में इलाहाबाद हाई कोर्ट ने इंदिरा गांधी के चुनाव को रद्द घोषित कर दिया। 12 जून 1975 का दिन ऐतिहासिक रहा। उस दिन एक प्रधानमंत्री के खिलाफ हाईकोर्ट का फैसला आया। कोर्ट ने इंदिरा गांधी को चुनावों में धांधली का दोषी पाया। अदालत ने उनके खिलाफ फैसला सुनाते हुए उनका चुनाव रद्द कर दिया। जस्टिस जगमोहन लाल सिन्हा ने इंदिरा गांधी को अगले छह सालों तक लोकसभा या विधानसभा का चुनाव लड़ने पर भी रोक लगा थी। इससे इंदिरा गांधी की संसद की सदस्यता खतरे में पड़ गयी। साथ ही उनके चुनाव लड़ने पर भी रोक लग गयी थी। फैसले से तिलमिलायी इंदिरा गांधी इसके खिलाफ सुप्रीम कोर्ट गयीं। 24 जून को सुप्रीम कोर्ट ने इलाहाबाद हाई कोर्ट के फैसले पर स्थगन आदेश तो दे दिया, लेकिन ये पूर्ण नहीं आंशिक स्थगन आदेश था। सुप्रीम कोर्ट ने फैसला दिया था कि इंदिरा गांधी संसद की कार्यवाही में तो हिस्सा ले सकती हैं, लेकिन वोट नहीं डाल सकती। इसके बाद विपक्ष इंदिरा गांधी पर और ज्यादा हमलावर हो गया। इंदिरा गांधी के खिलाफ पूरे देश में माहौल बन रहा था। प्रेस भी प्रधानमंत्री पर लगातार प्रहार कर रहा था। ऐसे में इंदिरा गांधी को अपने पद से इस्तीफा दे देना चाहिए था। लेकिन सत्ता के मद में चूर इंदिरा गांधी ने अपनी कुर्सी बचाने के लिए एक ऐसा कदम उठाया, जो भारतीय लोकतंत्र के इतिहास में कलंक माना जाता है। 25–26 जून की आधी रात को देश में आपातकाल की घोषणा कर दी गयी। पूरा लोकतंत्र जंजीरों में जकड़ दिया गया।

इस आपातकाल में सबसे ज्यादा प्रहार प्रेस की आजादी पर ही हुआ। 26 जून को प्रेस सेंसरशिप लागू कर दी गयी। इस प्री–सेंसरशिप के बहाने पत्रकारिता की आवाज घोंट देने का कुत्सित प्रयास किया गया। अखबारों के दफ्तरों में अधिकारी नियुक्त कर दिए गए। बिना सेंसर अधिकारी की अनुमति के अखबारों में राजनीतिक खबरों को छापने पर

रोक लगा दी गयी। सेंसरशिप का विरोध जताने के लिए कुछ अखबारों ने संपादकीय की जगह खाली छोड़ दी। ये अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता छीनने का प्रतीकात्मक विरोध था। कुछ अखबारों ने अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के पक्ष में महापुरुषों की उक्तियां छापकर अपना विरोध जताया। एक अखबार ने तो शोक संदेश के कॉलम में छापा – "लोकतंत्र की 26 जून, 1975 को मृत्यु हो गयी।"

प्रेस की स्वतंत्रता को पूरी तरह दबाने की कोशिश आपातकाल के दौरान की गयी। 8 दिसंबर, 1975 को राष्ट्रपति ने संविधान के अनुच्छेद 123 के तहत अपनी शक्ति का प्रयोग करते हुए तीन अध्यादेश जारी किए। इनमें आक्षेपणीय प्रकाशन निवारण अध्यादेश, संसदीय कार्यवाही (प्रकाशन संरक्षण) अधिनियम निरस्त अध्यादेश और प्रेस परिषद अधिनियम अध्यादेश शामिल था। प्रेस सेंसरशिप और इन तीनों अध्यादेशों के माध्यम से सरकार ने प्रेस की आजादी को खत्म करने की ही कोशिश की थी। दरअसल, सरकार के मन में ये भय था कि प्रेस उसकी छवि जनता के बीच खराब कर सकता था। इसलिए प्रेस पर लगाम लगाने की हर संभव कोशिश की गयी थी। हाल यहां तक बुरा हुआ कि तत्कालीन सूचना और प्रसारण मंत्री विद्याचरण शुक्ल ने 28 जून, 1975 को संपादकों की एक बैठक बुलाकर उन्हें चेतावनी दी थी कि वे संपादकीय का स्थान रिक्त न छोड़े और उनमें कुछ ऐसा न लिखें जो सरकार विरोधी हो। यहां तक की आपातकाल के विरोध में लिखने की भी मनाही कर दी गयी।

प्रसिद्ध पत्रकार कुलदीप नैयर सहित लगभग 250 पत्रकारों को पूरे आपातकाल के दौरान गिरफ्तार कर लिया गया। 50 से ज्यादा पत्रकारों, कैमरामैन की सरकारी मान्यता रद कर दी गई। प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया भंग कर दिया गया। इतना ही नहीं आयकर, बिजली, नगरपालिका के बकाये की आड़ में अखबारों पर छापे डाले गए। बैंकों को कर्ज देने से रोका गया।

भारत में दूरदर्शन और रेडियो तो पहले से ही सरकारी नियंत्रण में थे। प्रेस सेंसरशिप और तीनों अध्यादेशों के बाद देशभर की पत्र–पत्रिकाओं पर अंकुश लगाने के तरीके जनविरोधी सरकार ने ढूंढ लिए थे। ऐसे में सरकार के पक्ष की खबरें तो लोगों तक पहुंच जाती थी। लेकिन सरकार विरोधी खबरें लोगों तक नहीं पहुंच पा रही थीं। ज्यादातर अखबारों में सरकारी विज्ञप्तियों को सहारे ही खबरों को छापने का विकल्प रह गया था। एक पक्षीय खबरों के ही छपने के कारण पत्रकारिता की विश्वसनीयता पर भी सवाल खड़े होने लगे थे। लेकिन एकतरफा संचार का खामियाजा सरकार को भी भुगतना पड़ा। सरकार के विरोध की खबरें न छपने के कारण सरकार फील–गुड फैक्टर की गलतफहमी में रह गयी और चुनाव होते ही जनता ने उसे जमीन पर औंधे मुंह गिरा दिया।

आपातकाल में सेंसरशिप के खौफ के कारण अनेक पत्र–पत्रिकाओं का असामयिक निधन हो गया। 'इंडियन एक्सप्रेस' और 'स्टेटसमैन' को परेशान करने के अनेक मामले सामने आए। आपातकाल के दौरान 3801 समाचार पत्रों के डिक्लेरेशन जब्त कर लिए गए। 290 अखबारों के विज्ञापन बंद कर दिए गए। जे.पी. आंदोलन में राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ की व्यापक भागीदारी थी। इसलिए संघ से जुड़ी और उसकी विचारधारा का अनुसरण और अनुपालन करने वाली पत्र–पत्रिकाओं पर सबसे ज्यादा असर हुआ। पांचजन्य, आर्गेनाइजर, मदरलैंड (दैनिक), तरुण भारत, विवेक विक्रम, राष्ट्रधर्म, युगधर्म इत्यादि को सील कर दिया गया था। इसके विपरीत संघ परिवार की ओर से बिहार में लोकवाणी, छात्रशक्ति, भारती इत्यादि पत्र भूमिगत तौर पर छप रहे थे तो हरियाणा में 'दर्पण' ने धूम मचा रखी थी।'सरकार के इस दमन–चक्र के बीच भी पत्रकारों ने अपनी हिम्मत नहीं हारी। उन्होंने आपातकाल के खिलाफ संघर्ष किया। 3 जुलाई, 1975 को दिल्ली के प्रेस क्लब में लगभग 100 पत्रकारों ने सरकार के खिलाफ मोर्चा खोलते हुए प्रेस पर सेंसर की निन्दा की और इसे हटाए जाने की मांग की।

आपातकाल के दौरान एक ओर जहां सत्ता और सरकार की चापलूसी करने वाले पत्रकार थे, वहीं दूसरी ओर प्रेस की आजादी के लिए संघर्ष करने वाले पत्रकारों की भी कमी नहीं थी। वरिष्ठ पत्रकार कुलदीप नैयर, देवेंद्र स्वरूप, श्याम खोसला, सूर्यकांत बाली, के. आर. मलकानी जैसे पत्रकारों ने तो जेल की यातनाएं भी भोगीं। इसके विपरीत ऐसे पत्रकारों की भी कमी नहीं थी, जिन्होंने सेंसरशिप को स्वीकार किया। यही स्थिति साहित्यकारों के साथ भी थी।

पत्र–पत्रिकाओं पर सेंसरशिप लगी तो पत्रकारिता के वास्तविक नायकों ने दूसरा रास्ता अपनाया। भूमिगत बुलेटिनों ने स्वतंत्र पत्रकारिता की कमी पूरी करने की कोशिश की। सरकार की नजरों से दूर, चोरी–छिपे ये पत्र छापे जाते और लोगों तक पहुंचाए जाते। इस कारण लोगों तक सही खबरें पहुंच पाती।

आपातकाल के दौरान भूमिगत रुप से दर्जनों समाचार–बुलेटिनों का प्रकाशन शुरु हो गया था। प्रत्यक्ष रुप से प्रकाशित और वितरित होने वाले पत्र–पत्रिकाओं पर सेंसरशिप की लगाम कसने के कारण भूमिगत संचार–व्यवस्था समानांतर रुप से खड़ी हो गयी थी। जनता के बीच सरकार ने सूचना–संप्रेषण प्रक्रिया को छिन्न–भिन्न कर दिया था। एकतरफा संवाद ही संप्रेषित हो रहे थे। ऐसे में जनसरोकारों से जुड़े राष्ट्र के प्रति समर्पित और हिम्मती पत्रकारों ने गुप्त रुप से नियमित समाचार–बुलेटिनों का प्रकाशन किया। इसके साथ ही पूरे देश में अलग–अलग स्थानों से विभिन्न प्रकार के हैंडबिल, पर्चे, बुकलेट, पैंफलेट इत्यादि निकालकर पुलिसिया दमन का कच्चा चिट्ठा खोल दिया गया। भूमिगत प्रचार तंत्र की उपलब्धि के संबंध में श्री अटल बिहारी वाजपेयी ने लिखा है कि सेंसर और प्रचार–तंत्र के एकाधिकार से श्रीमती गांधी जनता को विपक्ष से पूरी तरह काट देना चाहती थीं। लेकिन हुआ इसका ठीक उलटा। सरकार के प्रचार तंत्र की विश्वसनीयता खत्म हो गयी। वहीं भूमिगत साहित्य ने विपक्ष को जनता से जोड़े रखा। भूमिगत प्रचारतंत्र का एक विस्तार विदेशों में था। इसी कारण सरकार का तानाशाही चरित्र विदेशों में छिप नहीं सका। विदेशों में रहने वाले लाखों भारतीयों, बुद्धिजीवियों और नेताओं ने तानाशाही के विरुद्ध भारतीय जनता के संघर्ष का समर्थन किया।

इस प्रकार आपातकाल में यदि प्रत्यक्ष तौर से निकलने वाली पत्र–पत्रिकाओं पर सरकार ने अंकुश लगा दिया तो राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ तथा समाजवादी पृष्ठभूमि से जुड़े कुछ पत्रकारों ने गुप्त रूप से पत्रिकाओं का प्रकाशन शुरू कर दिया था। इसके अतिरिक्त आपातकाल विरोधी साहित्य के रूप में सरकार के अत्याचारों से अवगत कराने के लिए कुछ बुकलेट, पैंफलेट, हैंडबिल, पर्चे इत्यादि बड़ी संख्या में निकलने लगे थे। भय और आतंक के उस माहौल में अंधेरे के विरुद्ध लड़ाई में ऐसी गुप्त पत्र–पत्रिकाएं प्रकाश स्तंभ का काम करती थीं। लोकनायक जयप्रकाश नारायण, अटल बिहारी वाजपेयी और लालकृष्ण आडवाणी जैसे नेताओं के संदेश भी इन पत्रकों में छपते थे, जो त्रासदी के उस कालखंड में कार्यकर्ताओं का उत्साहवर्धन करते थे और आंदोलनकारी परिवारों के लिए संबल का कार्य करते थे। कुल मिलाकर आपातकाल की भूमिगत पत्रकारिता ने एक समानांतर संचार व्यवस्था खड़ी कर दी थी।

(लेखक, बिहार लोक सेवा आयोग के सदस्य हैं) ■

आंदोलनों में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका

प्रो. (डॉ.) अनिल कुमार निगम

मीडिया से यह अपेक्षा की जाती है कि वह समाज में एक दिशा निर्देशक की भूमिका निभाएगा। भारत के स्वतंत्र होने के पूर्व से प्रेस यानि मीडिया पर लोगों का अटूट विश्वास रहा है। इसी विश्वसनीयता के चलते ही मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तम्भ कहा जाता है। यद्यपि भारतीय संविधान में मीडिया को चौथे स्तम्भ का दर्जा नहीं दिया गया है लेकिन समाज में अपनी भूमिका और मीडिया पर लोगों की विश्वसनीयता के चलते उसने यह स्थान हासिल किया है। वस्तुतः भारत की स्वाधीनता के आंदोलनों से लेकर विभिन्न आंदोलनों में मीडिया की अहम भूमिका रही है। लेकिन हिंदी भाषा के खिलाफ आंदोलन, आपातकाल विरोधी आंदोलन और हाल ही में संपन्न हुए किसान आंदोलन में उसकी भूमिका सवालों के घेरे में भी रही है।

निःसंदेह, स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान मीडिया की प्रखर भूमिका रही है। विभिन्न समाचार–पत्र और पत्रिकाओं ने जनता को आंदोलन के लिए तैयार किया। इसीलिए स्वतंत्रता आंदोलन जन आंदोलन बन सका। भारत के स्वतंत्रता आंदोलन का प्रारंभ वर्ष1857 की क्रांति से माना जाता है। इसी राष्ट्रीय क्रांति ने इस आंदोलन को संबल प्रदान किया और यह आंदोलन देश के स्वतंत्र होने यानि वर्ष 1947 तक अनवरत चलता रहा।

आंदोलनकारी अजीमुल्ला खान ने 8 फरवरी 1857 को दिल्ली से 'पयामे आजादी' नामक समाचार–पत्र प्रकाशित किया। इस समाचार–पत्र ने अपनी प्रखर वाणी से आंदोलनकारियों में उत्साह और उमंग भरकर राष्ट्रीय चेतना का संचार कर दिया। इस समाचार–पत्र के आक्रामक तेवर से ब्रिटिश सरकार घबरा गई और इस पत्र को बंद कराने में अपनी पूरी ताकत झोंक दी।

भारत की महान विभूतियों भारतेंदु बाबू हरिश्चंद्र, बालकृष्ण भट्ट, प्रताप नारायण मिश्र, महात्मा गांधी, बाल गंगाधर तिलक, लाला लाजपत राय, डॉ.बी.आर.आंबेडकर समेत अनेक स्वतंत्र–सेनानियों ने अखबार निकालकर न केवल जन–मानस को जागृत किया बल्कि ब्रिटिश शासकों के दांत खट्टे कर दिए। स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान पत्रकारिता पूरी तरह से मिशनरी थी। समाचार–पत्र और पत्रिकाओं के संचालकों के साध्य और साधन दोनों ही पवित्र थे।

देश के स्वतंत्र होने के बाद वर्ष 18 मार्च 1974 में जयप्रकाश नारायण ने देश में एक बड़ा जन–आंदोलन चलाया था। उनको पूर्व प्रधानमंत्री इंदिरा गांधी के विरुद्ध विपक्ष का नेतृत्व करने के लिए जाना जाता है। इस आंदोलन की शुरुआत एक छात्र आंदोलन के रूप में हुई थी, जिसे बाद में संपूर्ण क्रांति के

आंदोलन के रूप में जाना गया। यह इंदिरा गांधी की भ्रष्ट एवं निरंकुश सरकार को पद्च्युत करने का आंदोलन था। हालांकि बाद में इसके प्रतिकार स्वरूप देश को आपातकाल का सामना भी करना पड़ा। जेपी स्वतंत्रता आंदोलन के एक बड़े नेता थे और उन्हें आंदोलनकर सत्तासीन होने का कोई लालच नहीं था। संभवत : इसीलिए उस समय मीडिया के एक बड़े हिस्से का सहयोग उनके आंदोलन के कवरेज में सकारात्मक रहा था। लेकिन 25 जून 1975 को देश में आपातकाल लागू होने के बाद मीडिया पर पूर्ण प्रतिबंध लगा दिया गया। इसलिए मीडिया की भूमिका बहुत सीमित हो गई और आवाज उठाने वाले मीडिया घरानों का गला घोंट दिया गया।

देश में भ्रष्टाचार के खिलाफ और लोकपाल कानून की मांग को वर्ष 2011 में शुरू किए गए अन्ना हजारे आंदोलन में मीडिया की काफी सक्रिय एवं सकारात्मक भूमिका रही। हालांकि 1974 और 2011 के बीच दो मामलों में स्थिति काफी भिन्न रही। तब भ्रष्टाचार ने इतना भीषण रूप ग्रहण नहीं किया था। दूसरा, उस समय मीडिया न इतना ज्यादा सशक्त था और न ही उसका अधिक विस्तार था। मोबाइल और इंटरनेट की क्रांति नहीं हुई थी और न ही निजी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का नामो–निशान था। यही कारण है कि मीडिया में जेपी की तुलना में टीम अन्ना को ज्यादा तवज्जो मिली।

उल्लेखनीय है कि तमिलनाडु में हिंदी भाषा के विरोध में वर्ष 1937 से ही है, जब चक्रवर्ती राजगोपालाचारी की सरकार ने मद्रास प्रांत में हिंदी को लाने का समर्थन किया था पर द्रविड़ कड़गम (डीके) ने इसका विरोध किया। इस विरोध ने हिंसक झड़पों का स्वरूप ले लिया था और इसमें दो मौतें हुई थीं। वर्ष 1965 में दूसरी बार जब हिंदी को राष्ट्र भाषा बनाने का प्रयास किया तो एक बार फिर से ग़ैर हिंदी भाषी राज्यों ने इसके खिलाफ विरोध आंदोलन किया। इस आंदोलन में भी मीडिया की भूमिका नकारात्मक रही थी।

तीन कृषि कानूनों के खिलाफ किए गए किसान आंदोलन में सोशल मीडिया और विदेशी मीडिया की भूमिका सवालों के घेरे पर रही। सोशल मीडिया ने जहां कई बार अफवाह फैलाने का काम किया, वहीं विदेशी मीडिया ने भारत की छवि को दागदार बनाने की कोशिश की। हालांकि भारतीय मीडिया के प्रिंट और कुछ इलेक्ट्रॉनिक चैनलों ने एक जिम्मेदार स्तंभ की भूमिका निभाने की कोशिश तो की लेकिन चुनिंदा टीवी न्यूज चैनलों ने एक पक्षीय खबरों का प्रसारण कर भारतीय लोकतंत्र को बदनाम करने का कुत्सित प्रयास भी किया।

अंततः मैं यह कहना चाहूंगा कि लोगों की विश्वसनीयता के चलते ही मीडिया को लोकतंत्र का रक्षक माना जाता है। लोकतंत्र का चौथा स्तम्भ होने के चलते उसकी समाज और राष्ट्र निर्माण में अत्यंत अहम भूमिका है। मीडिया से यह अपेक्षा की जाती है कि वह समाज में घटित होने वाले अन्याय, आंदोलन अथवा किसी भी प्रकार के शोषण के खिलाफ निष्पक्षता के साथ अपनी आवाज बुलंद करे ताकि उसकी विश्वसनीयता और शुचिता पर सवालिया निशान न लगे।

(लेखक आईएमएस, गाजियाबाद में पत्रकारिता एवं जनसंचार संकाय के चेयरपर्सन हैं)

भारतीय पत्रकारिता और उसका बदलता स्वरूप

प्रतीक खरे

मेरी नजर में पत्रकारिता की शुरूआत तब से हुई जब मानव ने ढोल बजाकर अपने सन्देश भेजने शुरू किए। यह व्यवस्था हमें राजतंत्र और लोकतंत्र दोनों समय में देखने को मिली। तब से लेकर आज तक अनगिनत सोपानों को पार कर अपने परिष्कृत रूप में पत्रकारिता का हर माध्यम अपने–अपने नगाड़े बजा कर डंके की चोट पर अपने सन्देश, दृश्य और श्रव्य रूप में प्रसारित कर रहा है। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और सोशल मीडिया के युग में जहाँ पत्रकारिता का स्वरूप अपने आप में पूर्णता लिए हुए है वहीं पर उस पर कई आरोप भी लग रहे हैं, जिससे अंततः आम आदमी ही प्रभावित होता दिखाई पड़ता है। फिर चाहे वह माध्यम दृश्य हो या श्रव्य।

पत्रकारिता के उद्‌भव एवं विकास में हिंदी पत्रकारिता के 30 मई 2022 को 196 साल हो जाएंगे। 1826 में पहला हिंदी साप्ताहिक समाचार पत्र 'उदन्त मार्तण्ड' का प्रकाशन किया गया था। जुगल किशोर शुक्ल जी ने कोलकाता के बड़े बाजार इलाके में अमरतल्ला लेन, कोलूटोला से इसका प्रकाशन प्रारम्भ किया था। हिंदी पत्रकारिता को शुरू करने की दृष्टि से हिंदी पत्रकारिता जगत में उनका विशेष सम्मान है। कानपुर के रहने वाले वकील जुगल किशोर ने कोलकाता को अपनी कर्मभूमि बनाया। उन्होंने ऐसे समय में हिंदी भाषा में पत्र निकालने का साहस दिखाया जब ब्रिटिश शासन में भारतीयों के हित में कुछ भी लिखना बड़ी चुनौती थी। उस समय बंगला, अंग्रेजी, फारसी में निकलने वाले पत्रों के बीच उदन्त मार्तण्ड अकेला हिंदी भाषा का पत्र था जो हर मंगलवार को प्रकाशित हो कर पाठकों तक पहुंचता था।

मेरा मानना है कि ब्रिटिश शासन के समय की पत्रकारिता और आज लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ के रूप में पत्रकार धर्म का निर्वाह करना दोनों में काफी कुछ बदला है और हमने काफी कुछ सीखा है। पत्रकार सरकार का ना ही दुश्मन होता है और न ही दोस्त, (लेकिन सरकार की जन विरोधी नीतियों का विरोध करना पत्रकार का कर्तव्य ही नहीं यह धर्म भी है) अगर आप उसे आलोचक की नजर से देखते है तो फिर आपकों सरकार के समर्थक के रूप में देखने पर भी समस्या नहीं होनी चाहिए। यहां लड़ाई विचारों के मतभेद की ही होती है, मनभेद की नहीं। लेकिन वर्तमान समय में इसका उलटा ही देखने को मिलता है। यही कारण की आज के समय में सबसे ज्यादा पत्रकारों को ही आलोचना का शिकार होना पड़ता है।

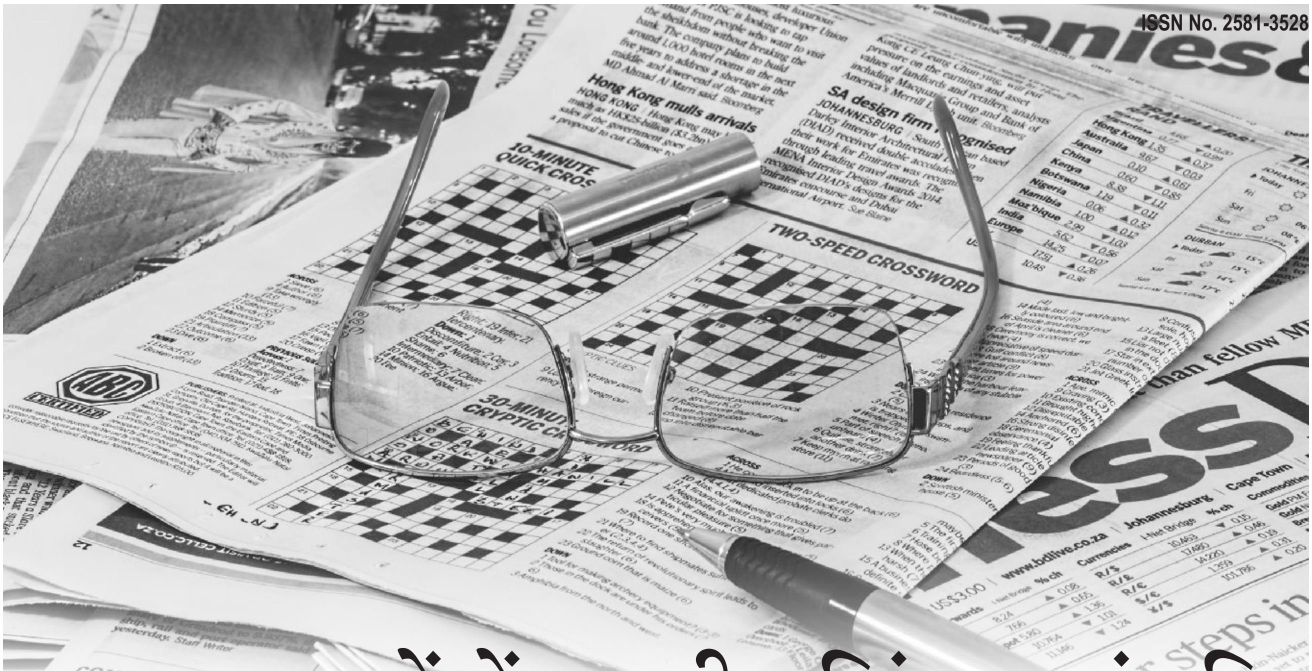
मेरे विचार से पत्रकार को एक आइने की तरह काम करना चाहिए। जो हो रहा है, जैसे हो रहा है और जिस समय हो रहा है, उसे वैसे ही लोगों के सामने रखना चाहिए। लेकिन आज के समय में जब हम उसमें अपने विचार चिपकाकर उसे रोचक बनाने के चक्कर में आगे बढ़ते है और एक निर्णायक समाचार परोसते है जिसमें समाचार कम फैसला ज्यादा होता है तब निश्चित ही यह समाचार एक वर्ग को तो प्रभावित कर सकता है लेकिन एक वर्ग ऐसा भी होगा जो उसपर सवाल उठा रहा होगा। दूसरा कारण यहां यह भी हो सकता है कि हम आज भी यह स्वीकार नहीं कर पा रहे कि हम स्वतंत्र भारत के पत्रकार हैं ब्रिटिश शासन के समय के नहीं। ब्रिटिश शासन के दौरान हमें आजादी चाहिए थी, हम अपनी स्वतंत्रता की लड़ाई लड़ रहे थे और उस समय की तथाकथित सरकार के खिलाफ पत्राचार के माध्यम से विरोध दर्ज कराकर हम लड़ाई लड़ रहे थे। तब हमारा एक ही काम था सरकार का विरोध। पर आज हम स्वतंत्र भारत में रहते है और एक लोकतांत्रिक व्यवस्था में विश्वास रखते हैं। यहां अगर हमारा कर्तव्य जन विरोधी नीतियों का आगे आकर विरोध करना है तो यह भी कर्तव्य बनता है कि सरकार की अच्छी नीतियों का समर्थन करें और लोगों तक इसकी जानकारी पहुंचाए।

पत्रकारिता का एक दौर वह भी था जब स्वदेशी आंदोलन के समय 1907 में उत्तर प्रदेश में इलाहाबाद के निवासी शांति नारायण भटनागर ने अपनी जमीन–जायदाद बेचकर स्वराज नामक साप्ताहिक अखबार निकाला। स्वराज अखबार के सम्पादकों को कुल 125 वर्ष के काले पानी की सजा हुई, फिर भी डिगे नहीं। स्वराज के संस्थापक भटनागर जी 'रायजादा' कहलाते थे, उन्हें भी सरकार ने नहीं छोड़ा। तीन वर्षों का सश्रम कारावास हुआ। स्वराज प्रेस जब्त कर लिया गया। नया प्रेस खुला। बलिदानी सम्पादकों ने फिर कमान संभाल ली। होती लाल वर्मा को 10 वर्ष तथा बाबू राम हरि को 11 अंकों के प्रकाशन के बाद 21 वर्षों की सजा हुयी। मुंशी राम सेवक नये सम्पादक के रूप में कलेक्टर को अपना घोषणा पत्र ही दे रहे थे कि उन्हें गिरफ्तार कर लिया गया। कलेक्टर ने चुनौती दी कि और भी कोई है इस तख्त पर गद्दीनशीन होने के लिये। तब आगे आये देहरादून के नन्द गोपाल चोपड़ा, जिन्हें 12 अंकों के सम्पादन के बाद 30 वर्षों की सजा दी गयी। तब एकदम से 12 नामों की सूची सम्पादक बनने के लिए आयी। सभी ने कहा हम करेंगे सम्पादन। किन्तु पंजाब के फील्ड मार्शल कहे जाने वाले लद्धा राम कपूर सम्पादक बने। उन्हें तीन सम्पादकीय लिखने पर प्रति सम्पादकीय 10 वर्ष अर्थात् कुल तीस वर्षों की सजा हुई। इसके पश्चात अमीर चन्द्र जी इसके सम्पादक बने। किन्तु यहां महत्व का विषय यह है कि हर सम्पादक के जेल जाने के बाद स्वराज में एक विज्ञापन छपता था –

"सम्पादक चाहिए"–"वेतन–दो सूखे ठिक्कड़ (रोटी), एक गिलास ठंडा पानी, हर सम्पादकीय लिखने पर 10 वर्ष काले पानी की कैद।" फिर भी लोग डरे नहीं, दमन के सम्मुख झुके नहीं। स्वाभाविक रूप से उनकी प्रेरणा का आधार बिगड़ती व्यवस्था का अन्तर्नाद ही था।

(लेखक युवा पत्रकार हैं)

ISSN No. 2581-3528



समाचार–पत्रों में भारतीय चिंतन एवं दृष्टि

डॉ. रामशंकर

स्वाधीनता के पूर्व पत्रकारिता के लक्ष्य राष्ट्रीयता, सांस्कृतिक उत्थान और लोकजागरण के लिए जनमानस में प्रेरणा का जागरण एक सशक्त स्वर था। हिंदी के विकासक्रम में कुछ संपादक प्रकाशस्तंभ बने, जिन्होंने अपने समय में अपनी उपस्थिति दर्ज करायी और अनेक ऊर्जावान नव पत्रकारों को मिशनरी (लक्ष्यवेधी) पत्रकारिता के लिए तैयार किया। वास्तव में वह पूरा शुरूआती समय समाचार–पत्रों का स्वर्णयुग कहा जा सकता है। हिंदी के गौरव को स्थापित करने, हिंदी साहित्य को बहुमुखी बनाने, भारतीय भाषाओं की रचनाओं को हिंदी में लाने, हिंदी भाषा और देवनागरी लिपि के महत्व पर टिप्पणी करने तथा इन सबके साथ सामाजिक उत्थान का निरंतर प्रयत्न करने में ये सभी पत्रकार अपने अपने समय में अग्रणी रहे।

'हिंदी प्रदीप' के संपादक बालकृष्ण भट्ट केवल पत्रकार ही नहीं, एक महान साहित्यकार भी थे। विभिन्न विधाओं में उन्होंने रचनाएँ कीं जिन्हें पढ़ने पर यह पता चलता है कि भट्ट जी की शैली में कितना ओज और प्रभाव था। सरल और मुहावरेदार हिंदी लिखना उन्हीं से आगे आने वाले पत्रकारों ने सीखा। एक तो उन्होंने निर्भीक पत्रकारिता को जन्म दिया, दूसरे गंभीर लेखन में भी सहजता बनाए रखने की शैली निर्मित की, तीसरे हिंदी साहित्य की समीक्षा को उन्होंने प्रशस्त किया और चौथे हिंदी पत्रकारिता पर ब्रिटिश साम्राज्य के किसी भी प्रकार के अत्याचार का उन्होंने खुलकर विरोध किया।

भारतेंदु हरिश्चंद्र की कविवचन सुधा, हरिश्चंद्र मैगजीन, हरिश्चंद्र चंद्रिका, बालाबोधिनी हिंदी वैकल्पिक पत्रकारिता के ही नहीं, आधुनिक हिंदी की महत्त्वपूर्ण पत्र पत्रिकाएँ मानी जाती हैं। भारतेंदु ने अपने पत्रों और नाटकों के द्वारा आधुनिक हिंदी गद्य को इस तरह विकसित करने का प्रयत्न किया कि वह जनसाधारण तक पहुँच सके। संस्कृत और उर्दू दोनों की अतिवादिता से हिंदी को बचाते हुए उन्होंने बोलचाल की हिंदी को ही साहित्यिकता प्रदान करके ऐसी शैली शुरू की जो वास्तव में हिंदी की केंद्रीय शैली थी और जिसे बाद में महात्मा गांधी और प्रेमचंद ने 'हिंदुस्तानी' कहकर अखिल भारतीय व्यवहार की मान्यता प्रदान की। भारतेंदु के लिए स्वभाषा की उन्नति ही सभी प्रकार की उन्नतियों का मूलाधार थी। 'बालाबोधिनी' महिलाओं पर केंद्रित पत्रिका है, जिसमें महिलाओं ने लिखा और भारतेंदु की प्रेरणा से अनेक महिलाएँ हिंदी पत्रकारिता के क्षेत्र में आयी। ज्ञान विज्ञान की दिशा में हिंदी पत्रकारिता को समृद्ध करने का कार्य भी भारतेंदु ने ही पहली बार किया। इतिहास, विज्ञान और समाजोपयोगी सामयिक विषयों पर उनकी पत्रिकाओं में उत्कृष्ट सामग्री छपती थी। आज के समय के लोग भले ही इन पत्रिकाओं को उस समय की मुख्यधारा की पत्रिका मानता हो, लेकिन मुख्य रूप से ये पत्रिकाएँ अपने समाज के कुछ उद्देश्यों को लेकर ही चलायी जा रही थी।

ब्राह्मण के संपादक प्रताप नारायण मिश्र आधुनिक हिंदी के सचेतन पत्रकार माने जा सकते हैं। उन्होंने हिंदी गद्य और पद्य दोनों को नया रूप एवं संस्कार दिया। इनके समय तक प्रचलित हिंदी या तो अरबी–फारसी मिश्रित थी, या संस्कृतनिष्ठ, अथवा उसमें भारतेंदु की तरह बोलियों का असंतुलित मिश्रण था। मिश्र जी ने ठोस हिंदी गद्य को जन्म दिया। देशज, उर्दू और संस्कृत का जितना सुंदर मिश्रित प्रयोग मिश्र जी में मिलता है, वैसा अन्यत्र दुर्लभ है। वे हिंदी की प्रकृति को एक विशिष्ट शैली में ढालने वाले पहले पत्रकार थे।

महामना मदनमोहन मालवीय का पत्र, हिंदोस्थान, अद्भुय, मर्यादा का हिंदी के प्रति दृष्टिकोण बड़ा ही दृढ़ था। वे हिंदी के कट्टर समर्थक थे। अखिल भारतीय हिंदी साहित्य सम्मेलन की स्थापना उन्होंने अपने इसी हिंदी प्रेम के कारण की थी। वे समय–समय पर अनेक पत्रों से संबद्ध हुए। हिंदी के प्रति उनका दृष्टिकोण बहुत साफ था कि हिंदी भाषा और नागरी अक्षर के द्वारा ही राष्ट्रीय एकता सिद्ध

हो सकती है। नागरी प्रचारिणी सभा, काशी हिंदू विश्वविद्यालय और हिंदी प्रकाशन मंडल की स्थापना करके उन्होंने यह सिद्ध कर दिया कि हिंदी भाषा और भारतीय संस्कृति के उत्थान का रास्ता ही भारत के उत्थान का एक मात्र रास्ता है। मालवीय जी वाणी के धनी थे, जितना प्रभावशाली बोलते थे, उतना ही प्रभावशाली लिखते थे। हिंदी भाषा का ओज उनकी पत्रकारिता से प्रकाशित होता है।

हिंदी और उर्दू, दोनों भाषाओं की पत्रकारिता को प्रतिष्ठित करने वाले बाबू बालमुकुंद गुप्त ने अखबारे–चुनार, हिंदी बंगवासी, भारतमित्र में पत्रकारिता को साहित्य निर्माण और भाषा चिंतन का भी माध्यम बनाया। आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी (सरस्वती) हिंदी पत्रकारिता के एक सम्मानित पुरुष हैं। हिंदी के प्रति उनकी धारणा दृढ़ थी। वे उसे सुगठित, सुव्यवस्थित और सर्वमान्य स्वरूप प्रदान करना चाहते थे। 'सरस्वती' के माध्यम से हिंदी को नई गति और शक्ति देने का जो कार्य किया, उसका कोई विकल्प नहीं है। अपनी दृढ़ता के चलते ही उन्होंने अनेक पत्रकारों और साहित्यकारों को खड़ीबोली हिंदी में लिखने के लिए प्रेरित किया और 'सरस्वती' में छापकर उन्हें स्थापित किया। द्विवेदी जी ने हिंदी भाषा के परिष्कार का अथक प्रयत्न किया और हिंदी में लेखकों की एक जमात तैयार कर दी। उनका मानना था कि हिन्दी के गद्य और पद्य को अलग कर देखना उचित नहीं है।

छत्तीसगढ मित्र और कर्मवीर सामाजिक परिवर्तन हेतु अपना हिंदी समाचार पत्र निकाल कर माधव राव सप्रे ने हिंदी के प्रति राष्ट्रीयता की जो छाप छोड़ी है, निश्चित तौर पर हम कह सकते है कि वह हिंदी के समर्पण से ही संभव है। उनका कहना था, 'मैं महाराष्ट्रीय हूँ, परंतु हिंदी के विषय में मुझे उतना ही अभिमान है जितना किसी भी हिंदी भाषी को हो सकता है। मैं चाहता हूँ कि इस राष्ट्रभाषा के सामने भारतवर्ष का प्रत्येक व्यक्ति इस बात को भूल जाए कि मैं महाराष्ट्रीय हूँ, बंगाली हूँ, गुजराती हूँ या मदरासी हूँ।'

हिंदी के शीर्षस्थ कथाकार प्रेमचंद का एक प्रेरक स्वरूप उनके जागरूक पत्रकार के रूप में भी है। 'माधुरी', 'जागरण' और 'हंस' का संपादन करके उन्होंने अपनी इस प्रतिभा का उत्कृष्ट उदाहरण पेश किया और हिंदुस्तानी शैली को सर्वग्राह्य तथा लोकप्रिय बनाने का महत्त्वपूर्ण कार्य किया। कर्मवीर, प्रभा और प्रताप में माखनलाल चतुर्वेदी ने साहित्य, समाज और राजनीति, तीनों को अपनी पत्रकारिता में समेटकर सम्पादन किया। उनकी साहित्य साधना भी अद्भुत थी। उनके भाषण और लेखन में इतनी धार थी कि वे समाज से जुड़े मुद्दों को एक कुशल तरीके से अपने लेखन में समेट लेते थे। उनका यह स्वरूप भी उनके पत्रों के लिए वरदान साबित हुआ। उनका लेखन हिंदी भाषा के प्रांजल प्रयोग का उदाहरण है। उनका यह कहना था कि 'ऐसा लिखो जिसमें अनहोनापन हो, ऐसा बोलो जिस पर दुहराहट के दाग न पड़े हो'। गणेश शंकर विद्यार्थी ने अभ्युदय और प्रताप में हिंदी पत्रकारिता में बलिदान और आचरण का अमर संदेश प्रसारित किया और हिंदी भाषा को ओजस्वी लेखन का मुहावरा प्रदान किया।

स्वातंत्र्योत्तर हिंदी पत्रकारिता में अज्ञेय ने प्रतीक, नया प्रतीक, दिनमान और नवभारत टाइम्स को साहित्यिक पत्रकारिता की नवीन दिशाओं की ओर मोड़ा। 'शब्द' के प्रति वे सचेत थे इसलिए भाषा और काव्य भाषा पर 'प्रतीक' में संपादकीय, लेख, चर्चा, परिचर्चाएं प्रकाशित होती रहती थीं। अज्ञेय ने 'दिनमान' के माध्यम से राजनैतिक समीक्षा और समाचार विवेचन की शैली हिंदी में विकसित की। उन्होंने 'नवभारत टाइम्स' के साहित्यिक–सांस्कृतिक परिशिष्ट को ऊँचाई प्रदान की जिससे कि दैनिक पत्र का पाठक भी इनके महत्व को समझने लगा।

महामना मदनमोहन मालवीय का पत्र, हिंदोस्थान, अद्भुय, मर्यादा का हिंदी के प्रति दृष्टिकोण बड़ा ही दृढ़ था। वे हिंदी के कट्टर समर्थक थे। अखिल भारतीय हिंदी साहित्य सम्मेलन की स्थापना उन्होंने अपने इसी हिंदी प्रेम के कारण की थी।

दरअसल 1857 की क्रांति की असफलता के बाद देश का एक बड़ा वर्ग अंग्रेजों की शैली को अपनाने की होड़ में आगे बढ़ने लगा था। तिलक इस समूह को सतर्क करना चाहते थे। उन्होंने एक शिक्षा समिति गठित की। उसका नाम दक्षिण शिक्षा सोसायटी रखा। उसमें शिक्षा तो आधुनिक शैली में थी, पर उसमें भारतीय चिंतन एक प्रमुख पक्ष था। इसके साथ उन्होंने दो समाचार–पत्रों का प्रकाशन आरंभ किया। एक मराठी में और एक अंग्रेजी में। मराठी समाचार–पत्र का नाम 'केसरी' और अंग्रेजी समाचार–पत्र का नाम 'मराठा दर्पण' रखा। इन दोनों ही समाचार–पत्रों में भारतीय संस्कृति की महत्ता और विदेशी शासन द्वारा दमन किये जाने का विवरण होता।

समाचार–पत्र भारतीय चिंतन को प्रकाशित करने में अहम भूमिका निभा रहे है। ऐसे में बहुत सारे समाचार–पत्र सांस्कृतिक कार्यक्रमों, त्योहारों, पर्व, तिथियों संबंधित तथ्यों और दस्तावेजों को प्रकाशित कर समाज में संस्कृति को जीवंत करने की कोशिश में भागीदारी निभा रहे हैं। उदाहरण के तौर पर अमर उजाला, जागरण जैसे समाचार–पत्र अपने पहले पेज पर तिथि भारतीय पंचांग के अनुसार प्रकाशित करते हैं। हाल में चल रही नवरात्रि व दशहरा के कार्यक्रमों को बेहतर तरीके से प्रकाशित करना भी सांस्कृतिक चेतना को बढ़ावा देना है। हम शहर की बात करें तो समाज में हो रहे नवरात्र के कार्यक्रम और डांडियां नृत्यों की कवरेज से अन्य लोगों को भी समाचार पत्रों से पता चलता है। नवरात्र के सभी दिनों में समाचार–पत्र पहले पेज पर देवियों के चित्रों के साथ संक्षिप्त विवरण देते हैं। यह भी सांस्कृतिक चेतना का प्रसार है। इसके अलावा होली, दीवाली और राष्ट्रीय पर्व के कार्यक्रमों का प्रकाशन भी समाचार–पत्रों की इसी भूमिका में आता है।

बहरहाल एक ओर हम जहां यह पाते हैं कि आज के मीडिया जगत में काफी गिरावट आई है और सांस्कृतिक चेतना से संबन्धित समाचारों और विचारों के प्रकाशन की गति धीमी हुई है वहीं जनमाध्यमों द्वारा सांस्कृतिक पक्ष जैसे यात्राएं, मेले, स्नान, कुंभ उत्सव, पूजा पद्धति आदि का वैश्विक विस्तार भी हुआ है। समाचार–पत्रों का तौर–तरीका, कार्यशैली और चलन सब कुछ परंपरागत मीडिया से बिल्कुल अलग और अनोखा दिखाई देने लगा है।

अब पाठक समाचार के लिए अख़बार नहीं पढ़ते बल्कि वह घटनाओं को समझने और उनके विश्लेषण के लिए पढ़ते हैं। उन्होंने कहा कि कोई यह नहीं जानना चाहता कि कल क्या हुआ था। वह यह जानना चाहते हैं कि आने वाले कल क्या होने वाला है। समाचार–पत्र उसी समय सफल होंगे जब वह किसी नई कहानी को अलग और दिलचस्प अंदाज में सुनाएंगे। लोगों को ऐसी पत्रकारिता नहीं चाहिए जो केवल समस्याओं की बात करे बल्कि उन्हें ऐसी पत्रकारिता चाहिए जो उन के समाधान के रास्ते बताए।

(लेखक बाबू जगजीवन राम पीठ डॉ. बी. आर. अम्बेडकर सामाजिक विज्ञान विश्वविद्यालय, महू, म. प्र. में शोध अधिकारी हैं)

ISSN No. 2581-3528

समाचार–पत्रों और पत्रिकाओं का भविष्य

शशि कुमार श्रीवास्तव

सोशल मीडिया, इंटरनेट और टीवी के बढ़ते चलन और नागरिक पत्रकारिका व ब्लागर्स जैसी चीजें आने के बाद लोगों को आशंका होने लगी है कि समाचार–पत्र व पत्रिकाओं का भविष्य खतरे में हैं। आजकल हर व्यक्ति के हाथ में मोबाइल है और आज का युवा ब्रेकिंग न्यूज के रूप में मिल रही खबरों को अपने स्मार्ट फोन में ही पढ़ लेता है। साथ ही आज की भाग–दौड़ भरी जिंदगी में वक्त की कमी के बीच लोग न्यूज को शार्ट में देखना व पढना़ पसंद कंर रहे हैं। ऐसे में समाचार–पत्रों को ऑनलाइन मीडिया के सामने कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है। आज लोगों को अपने मोबाइल पर ही संक्षिप्त व त्वरित खबरें मिल जाती हैं। चूंकि घटना, हादसा या कार्यक्रम होने की तत्काल खबर इंटरनेट पर थोड़ी देर में ही उपलब्ध होती है तो ऐसा माना जा रहा है कि लोग उस खबर के लिए अगले दिन तक का इंतजार क्यों करें। ऐसे में लोग आशंका जता रहे हैं कि आगामी चार से पांच वर्षों में प्रिंट मीडिया का अस्तित्व या तो समाप्त हो जाएगा या फिर बेहद निम्न हो जाएगा। ऐसा ही पत्रिकाओं के बारे में माना जा रहा है कि ढ़ेर सारी बढ़िया पठन सामग्री इंटरनेट पर उपलब्ध है तो लोग 15 दिन या एक महीने बाद आने वाली किसी पत्रिका का इंतजार क्यों करें। आइये, उपरोक्त विषय पर विचार मंथन करें कि क्या वाकई हिंदी समेत सभी भाषायी समाचार पत्रों वं पत्रिकाओं का भविष्य अंधकार में है।

24 घंटे पुरानी खबर के लिए कोई अखबार का इंतजार क्यों करे ? : जो खबर टेलीविजन पर आ चुकी हो और उस पर घंटों बहस हो चुकी हो। सोशल मीडिया में भी वह दिनभर वायरल होती रही हो तो ऐसी न्यूज के लिए 24 घंटे बाद समाचार–पत्र का इंतजार कोई क्यों करेगा। यह एक बड़ा सवाल है। इस पर एक वरिष्ठ पत्रकार का कहना है कि वर्तमान में समाचार–पत्रों व पत्रिकाओं की लोकप्रियता व प्रसार संख्या में कमी आई है, लेकिन आप छपे हुए समाचार–पत्र के बिना एक अच्छी पत्रकारिता की कल्पना नहीं कर सकते हैं। हालांकि बदलते परिवेश में समाचार–पत्रों व पत्रिकाओं को पत्रकारिता का भविष्य संवारने के लिए आधुनिक तकनीक के साथ खबरें पेश करने का अंदाज भी बदलना होगा। इसके सर्वे, शोध, पाठकों व विशेषज्ञों की राय ली जा सकती है। यह देखना होगा कि बदलते तकनीक के दौर में पाठक समाचार–पत्रों से क्या अपेक्षाएं रखते हैं। वह किस प्रकार के समाचार चाहते हैं और अखबार समाचारों का किस रूप या कलेवर में पेश करें कि सोशल मीडिया, चैनल व ब्लागर्स को टक्कर दे सकें। नागरिक पत्रकारिका व ब्लॉगर या ऐसी नई चीजें क्लासिक पत्रकारिता को खत्म नहीं कर सकती है। हमें विचार करना होगा कि ऑनलाइन मीडिया को टक्कर देने के लिए न्यूज को समाचार–पत्र व पत्रिका में पढने़ वालों के लिए किस तरह आर्कषक बना सकते हैं।

संपादकमुक्त पत्रकारिता नहीं होनी चाहिए : संपादक मुक्त पत्रकारिता नहीं होनी चाहिए। अगर ऐसा हो रहा है तो ऐसी स्थिति के लिए हम खुद जिम्मेवार हैं। सोशल मीडिया और ब्लागिंग में ऐसा ही हो रहा है। वहां पर कंटेट की मॉनिटरिंग नहीं हो रही है। कोई देखने वाला नहीं है और न ही कोई जांचने वाला है। यही कारण है कि फेक न्यूज की संख्या दिनोंदिन बढ़ती जा रही है और वेब के मॉनिटरिंग सिस्टम पर सवाल उठाने लगे हैं। यहीं पर समाचार–पत्र और पत्रिकाओं की भूमिका व जिम्मेवारी बढ़ जाती है। इन संस्थानों में बैठे अनुभवी व वरिष्ठ संपादक कंटेट को जांच कर व समझकर प्रकाशित करवाते हैं। इसलिए अखबारों व पत्रिकाओं की

विश्वसनीयता रहती है।

मुद्दे देने होंगे, जिन पर लोग चर्चा करें : दैनिक जागरण समाचार–पत्र के एक वरिष्ठ संपादक का कहना है कि समाचार–पत्रों व पत्रिकाओं को अपने कलेवर में बदलाव के साथ न्यूज और व्यूज को मिश्रित रूप से प्रस्तुत करना होगा। कुछ ऐसी मुद्दों, समस्याओं को उठाना होगा, जिन पर सुबह नाश्ते के टेबल पर लोग अखबार पढ़ते वक्त अपने परिवार के सदस्यों के साथ चर्चा करें। व्यूज के माध्यम से लोगों को किसी समस्या पर विचार करने के लिए प्रेरित करना होगा। हम सिर्फ तात्कालिक घटना पर ही समाचार न दें, बल्कि लोगों की निजी जिंदगी पर प्रभाव डालने चीजों पर बात रखें। जैसे खानपान, बदलती तकनीक, रहन–सहन, कपड़े, फैशन व स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं पर भी चर्चा योग्य पाठ्य सामग्री दें।

स्थानीय खबरों पर करें फोकस : न्यूज की वेबसाइट या चैनल पर राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय खबरें तो आसानी से मिल जाती हैं और उन पर विशलेषणात्मक टिप्पणियां या विशेषज्ञ कमेंट भी टीवी या सोशल मीडिया पर 24 घंटे चलते रहते हैं, लेकिन आपके मोहल्ले में क्या खास हुआ है या आपके शहर की समस्या या यहां पर खास बदलाव आदि की खबरें आसानी से नहीं मिल पाती हैं। ऐसे में समाचार–पत्रों की भूमिका बढ़ जाती है, क्योकिं अखबार स्थानीय पेजों पर मोहल्ला, गांव व कस्बे की छोटी–छोटी खबरों को भी कवर करते हैं। किसी के घर में रामायण पाठ, बगल वाले मोहल्ले के मंदिर में भागवत कथा, कोई स्थानीय स्तर का छोटा कार्यक्रम, शहर में किसी चर्चित हस्ती का आगमन या कस्बे के मैदान में चल रहे क्रिकेट मैच में जीत–हार की जानकारी लोकल समाचार–पत्रों या राष्ट्रीय स्तर के अखबार के स्थानीय पेजों में आसानी से उपलब्ध होती है। इन खबरों का टीवी चैनलों, वेबसाइट या सोशल मीडिया के अन्य माध्यमों में अभाव रहता है। स्थानीय स्तर की खबरों की कवरेज के चलते समाचार–पत्रों का महत्व बढ़ जाता है और इसी आधार पर उनकी मांग बढ़ती जा रही है।

अखबार अच्छे दस्तावेज होते हैं : बोर्ड परीक्षाओं के रिजल्ट, चुनाव के परिणाम, स्थानीय स्तर के विज्ञापन या राष्ट्रीय व अंतराष्ट्रीय स्तर की ऐसी सूचना जो आगामी परीक्षाओं में अभ्यर्थियों के काम आए आदि को लेकर हम कह सकते हैं कि समाचार–पत्र व पत्रिकाएं एक अच्छे दस्तावेज होते हैं। इन्हें सहेज कर रखना आसान होता है। ये लिखित रूप में होते हैं और प्रकाशित होने के बाद इनमें बदलाव संभव नहीं है। इसीलिए इनका महत्व ज्यादा है। जबकि सोशल मीडिया या चैनल में चली गलत सामग्री थोड़ी देर बाद ही बदल दी जाती है। इनकी सूचना को स्टोर करना आसान नहीं है। इसलिए इनकी विश्वसनीयता कुछ कम होती है। अखबार या पत्रिका में छपी खबर को आप छह माह भी पढ़ सकते हैं या किसी सामने पेश कर सकते हैं, लेकिन चैनल या वेबसाइट पर चल रही खबर के साथ ऐसा करना संभव नहीं है। वेबसाइट भी कुछ समय बाद अपने साइट से न्यूज या व्यूज या फोटो को अपडेट कर देते हैं या हटा देते हैं।

बदलते परिवेश में समाचार-पत्रों व पत्रिकाओं को पत्रकारिता का भविष्य संवारने के लिए आधुनिक तकनीक के साथ खबरें पेश करने का अंदाज भी बदलना होगा। इसके सर्वे, शोध, पाठकों व विशेषज्ञों की राय ली जा सकती है। यह देखना होगा कि बदलते तकनीक के दौर में पाठक समाचार-पत्रों से क्या अपेक्षाएं रखते हैं। वह किस प्रकार के समाचार चाहते हैं और अखबार समाचारों का किस रूप या कलेवर में पेश करें कि सोशल मीडिया, चैनल व ब्लागर्स को टक्कर दे सकें। नागरिक पत्रकारिका व ब्लॉगर या ऐसी नई चीजें क्लासिक पत्रकारिता को खत्म नहीं कर सकती है।

कभी खत्म नहीं होंगे अखबार : लोग ऐसा सोचते हैं कि टीवी व इंटरनेट की वजह से समाचार–पत्रों व पत्रिकाओं का भविष्य बस कुछ सालों का ही बचा है, लेकिन हकीकत में हम ऐसा नहीं कह सकते हैं। अखबार ने हमारी जिंदगी में ऐसी जगह बना ली है, जो कोई और नहीं ले सकता है। जैसे कि सुबह की चाय के साथ अखबार पढने् का जो आनंद है वह भला टीवी या इंटरनेट पर कहां मिलेगा। चाय की दुकान व गली के नुक्कड़ पर अखबार पढ़कर हो रही चर्चा कभी खत्म नहीं होने वाली, क्योंकि यह आम जिंदगी का हिस्सा बन चुके हैं। यह भी कहा जाता है कि अखबार अभी भी परिपक्कता की स्थिति दूर हैं। क्योंकि कस्बों व गांवों में इनके प्रसार ही बहुत संभावनाएं हैं। ऐसी स्थिति में समाचार–पत्र अपने कलेवर व तेवर को बदलेंगे तो बढ़ते ही जाएंगे।

(लेखक दैनिक जागरण में वरिष्ठ उप संपादक हैं)

ISSN No. 2581-3528

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने के बाद पत्रकारिता

अनुराग सिंह

ज्ञान प्राप्त करने की उत्कंठा, अभिव्यक्ति की लालसा और चिंतन ने भाषा को जन्म दिया है, और मानव के अपने समाज के प्रत्येक व्यक्ति को जानने और उससे जुडी घटनाओं और विकास यात्रा को समझने की इच्छा शक्ति एवं व्यग्रता ने पत्रकारिता को भारत में पत्रकारिता का प्रारम्भिक स्वरूप पौराणिक काल की कथा में मिलता है जिसमें सूचना का आदान–प्रदान एक विकसित तंत्र द्वारा सुनियोजित तरीके से किया जाता था। आज के आधुनिक काल में भारत जैसे विशाल लोकतांत्रिक देश में पत्रकारिता लोकतान्त्रिक प्रशासन का अविभाज्य अंग है भारतीय संस्कृति में पाँचवें वेद के रूप में स्थापित है। एक तरफ यह काल धर्म की तीसरी आँख है तो दूसरी तरफ लोकतान्त्रिक परम्पराओं की रक्षा, असहायों की शक्ति पीड़ितों का मददगार, घमंड में चूर शासकों को सद्बुद्धि देने वाली विधा है जिसकी विकास यात्रा आदिकाल से लगातार बिना रुके चल रही है। यह कभी मानव जीवन की अभूतपूर्व क्रांति का अग्रदूत बन जाता है तो कभी ज्ञान एवं विचारों की समीक्षात्मक कथन के साथ साथ चित्र, ध्वनि, शब्द के माध्यम से आम जान तक पहुंचने की कला जो समाज में वैचारिक चेतना को जगाता है। अपने जन्म काल से लेकर भारतीय स्वतंत्रता तक पत्रकारिता ने काल खंड के अनुसार कई बदलाव किये परन्तु इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के प्रार्दुभाव के बाद इसमें व्यापक बदलाव आया, जो पत्रकारिता स्वजन सुखाय स्वजन हिताय पर केंद्रित रहकर सतत सजग रहकर आम जन में उनके दायित्व का बोध कराती थी वो अब अभिव्यक्ति की स्वतंत्र वाणी की रचनात्मकता से हटकर व्यवसाय और मुनाफे की कारीगरी में परिवर्तित होने लगी।

इक्कीसवीं सदी में आधुनिक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने पत्रकारिता की विषय–वस्तु, भाषा, शीर्षक, प्रौद्योगिकी एवं तकनीकी दृष्टि से समाचार के विषय–सामग्री में काफी परिवर्तन आया है और दिन–प्रतिदिन इसमें नये प्रतिमान जुड़ते जा रहे हैं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के दौर में पत्रकारिता जनता एवं सरकार के बीच एक सामन्जस्य बनाने का काम कर रही है। एक वह एजेंडा सेटिंग का भी कार्य कर रही है और ऐसे विषयवस्तु का सृजन कर रही है जो राजनीतिक होते हुए भी आम जन के हितों के काफी करीब हैं। इतना ही नहीं सामाजिक विषयवस्तु के प्रस्तुति में भी ख़ासा परिवर्तन हुआ है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के युग में जहां 24 घंटे खबरों का आदान–प्रदान होता है और व्यावसायिकता के कारण पत्रकार फटा फटाफट सूचना देने की अंधी दौड़ में शामिल होता है उसने पत्रकारिता के क्षेत्र में सबसे बड़ा परिवर्तन भाषा के स्वरूप एवं शब्दों का चयन एवं उनके प्रयोग में किया है। पहले पत्रकारिता में भाषा का स्वरूप साहित्यिक था तब विशेष रूप में साहित्यिक एवं तत् सम शब्दों का प्रयोग किया जाता था परन्तु आज की पत्रकारिता की भाषा बाजारवाद की भाषा एवं विषय–वस्तु बन गयी है जिसमें कई बार समय के दबाव में भाषा की शुद्धता पर भी ध्यान नहीं दिया जाता। भारतीय अर्थव्यवस्था के

ISSN No. 2581-3528

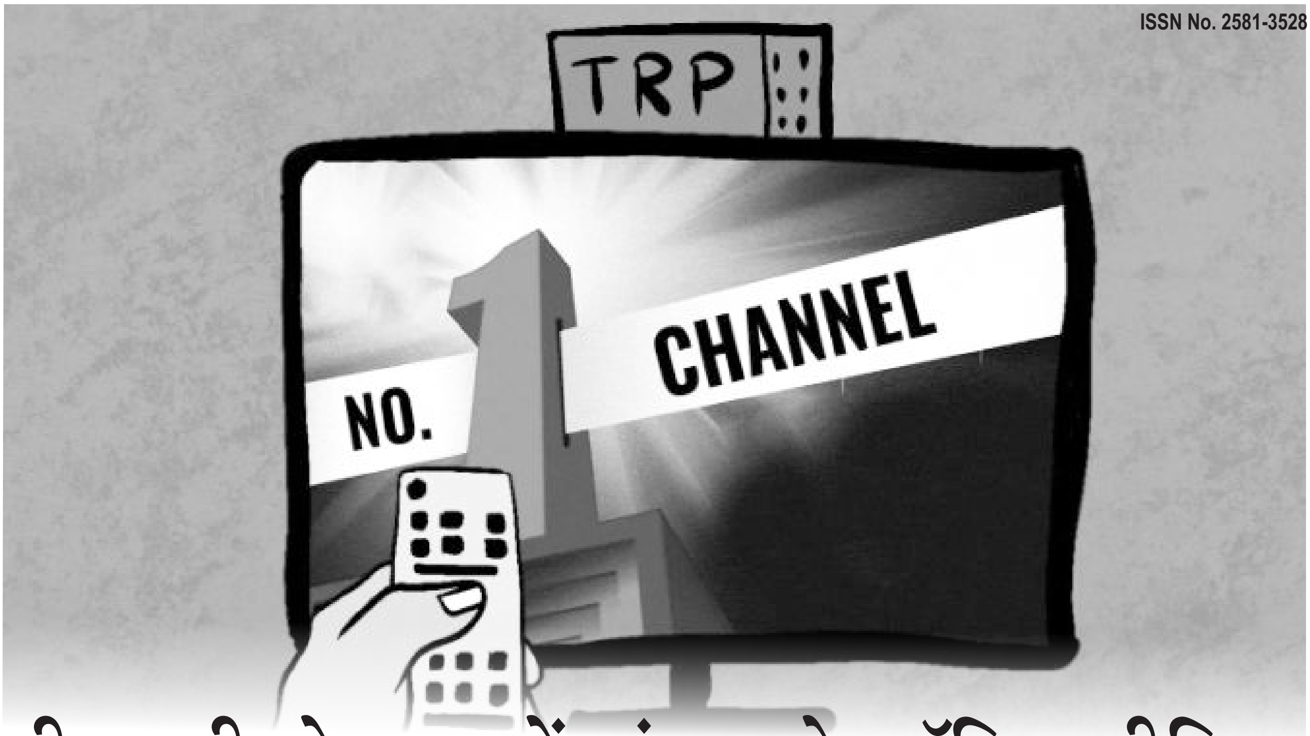
उदारीकरण के दौर में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में एक नया मोड़ आया जहाँ वो एक तरफ अपने को विश्वस्तर पर तकनीकी आधार पर विकसित कर रहा था वही उसे बाहरी प्रतिस्पर्धा का सामना हर मोर्चे पर करना पड़ रहा था और उसमें आगे बढ़ने का एक ही तरीका था की वह आकर्षक शीर्षक एवं लीड का प्रयोग किया जाये जो दर्शकों को अपनी ओर खींचे और मीडिया संस्थान के व्यावसायिक आवश्यकताओं की पूर्ति करे. भारतीय समाज में टी.वी और रेडियो के प्रभाव ने पत्रकारिता को एक नया आयाम दिया शिक्षा, प्रौद्योगिकी, कला एवं लोगों की विभिन्न रूचि ने पत्रकारिता में विशेषीकृत पत्रकारिता को जन्म दिया। परिणामस्वरूप उनके पहलुओं से सम्बन्धित कार्यक्रमों का निर्माण शुरू हुआ। जिसमें हेडलाइंस, फीचर, डॉक्यूमेंट्री, डिबेट, पीटीसी लाइव कवरेज, क्षेत्रीय खबरो की तरफ झुकाव आदि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने के बाद एक कुशल पत्रकार की आवश्यकता महसूस हुई जो तकनीकी रूप से कुशल हो और नित नए प्रयोग करे जो जनप्रिय हो और यही से जन्म हुआ समाचार को आम जन में प्रेसित करने के नए तरीकों का।

21 वीं सदी में पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा एवं निजी करण का दौर, में उसमें पत्रकार एवं मीडिया संस्थान को चलाने या जिन्दा रख पाना मुश्किल है जिसके तहत एक नये तरीके की पत्रकारिता की शुरुआत हुई पेड न्यूज जिसके तहत समाचार दाता पैसे के बल पर वह उस सामग्री का भी प्रसारण करा सकता है, जो उसके हित में तथा पत्रकारिता की आचार संहिता के विरूद्ध हो लेकिन इसके लिए भी एक आदर्श संहिता का होना जरूरी है, जिससे एक सशक्त माध्यम के रूप में समाचार पत्र एक स्वस्थ एवं सशक्त जनमत का निर्माण करते हुए लोकतंत्र के सजग प्रहरी के रूप में अपने दायित्वों का निर्वाह कर सकें। व्यावसायिकता के चलते लाभ कमाना प्रायः सभी मीडिया संस्थानों उद्देश्य बन गया। इसलिए प्रसारण समय को बढ़ाने के लिए मीडिया संस्थानों में काफी प्रतिस्पर्धा बढ़ गयी है। प्रसार जितना बढ़ेगा मीडिया संस्थानों को विज्ञापन उतना ही मिलेगा और जितना विज्ञापन मिलेगा, उतना ही उसे लाभ होगा। इसके लिए आवश्यक था कि कार्यक्रम को आकर्षक बनाया जाये जिसके तहत महिला पत्रकारों की मांग बढ़ गयी जिसने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में पुरुषों की प्रधानता को कम कर दिया और पत्रकारिता में महिला योगदान को बढ़ावा दिया जिसके परिणाम स्वरूप कई लोकप्रिय पत्रकार मिले भारतीय पत्रकारिता को संतुलित कर दिया। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने के बाद नागरिक पत्रकारिता के एक नये प्रतिमान के रूप में उभर कर सामने आया है, जो एक सफल एवं स्वस्थ राष्ट्र के निर्माण के लिए आवश्यक है। प्रोद्योगिक विकास ने, समाचारों के आदान–प्रदान को एक विशेष गति प्रदान की है। जिसने पत्रकारिता अपनी सीमाओं को तोड़कर, हर जगह से व समाचारों को प्राप्त करने के लिए शक्ति प्रदान किया यह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बाद पत्रकारिता के विकास के लिये एक शुभ लक्षण है जो समाज और लोगों के लिए हितकारी है। लेकिन यह तभी तक हितकारी एवं लाभकारी है, जबकि स्रोत एवं समाचार की वस्तुनिष्ठता को जाँच–परख कर किया जाए। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया इतना सशक्त हैं कि एजेन्डा सेटर के रूप में कार्य कर रहा है और कोई भी ज्वलंत समाचार हो जिसे शासन या प्रशासन दबाना चाहती है, वह उसे लोगों में प्रसारण के माध्यम से जन जागृति लाकर उस पर चिंतन करने, कार्यवाही करने पर सरकार, प्रशासन, सम्बन्धित एजेन्सी या व्यक्ति को बाध्य कर रहा है। खबरों को आमजन की आवाज बनाने में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के दौर की आधुनिक पत्रकारिता श्रव्य–दृश्य माध्यमों द्वारा इस तरह प्रसारित किया जाता है कि पूरा शासन एवं प्रशासन व्यवस्था हिल जाए। इसलिए अब पत्रकारिता प्रतिबिम्ब के रूप में ही नहीं, बल्कि एक एजेन्डा सेटर के रूप में अहम भूमिका निभा रहे हैं। आज जितने भी भ्रष्टाचार उजागर हो रहे हैं, वह इन नए दौर की पत्रकारिता की सजग दृष्टि की वजह से है। भारत एक विकासशील देश है जहाँ पत्रकारिता का उद्देश्य केवल सूचना प्रदान करना नहीं है, बल्कि आम जन को शिक्षित करना भी है। देश की अधिकांश जनता आज भी अशिक्षित है और उन्हें शिक्षित करना, एवं उन्हें किसी विषय को समझाना पत्रकार एवं पत्रकारिता का प्रमुख उद्देश्य है। उदाहरण के तौर पर सरकार के आम बजट को लिया जा सकता है। यह सभी लोग जानते हैं कि जिस तकनीकी रूप में 'रेल बजट' या 'आम बजट' को संसद में पेश किया जाता है। उसे उस रूप में एक आम जनता पूरी तरह समझ नहीं सकती। इसलिए यह पत्रकारों एवं समाचार पत्रों का दायित्व हो जाता है कि उसे सरल जनभाषा में पाठकों हेतु प्रस्तुत करें, जिससे कि पाठक एवं आम जनता आसानी समझ सके कि वास्तव में यह बजट लोगों के लिए कितना लाभकारी या अलाभकारी है। इसलिए दिन–प्रतिदिन व्याख्यात्मक पत्रकारिता का महत्व बढ़ता ही जा रहा है। इलेक्ट्रॉनिक मिडिया के आने के बाद भारतीय पत्रकारिता में पत्रकारिता की एक नई विधा का जन्म हुआ। खोजी पत्रकारिता जो समाज को खोखला होने से बचाता है और एक वाच डॉग की तरह सरकार पर पैनी नजर रखता है और आम जान के विश्वास को और सशक्त करता है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने के बाद पत्रकारिता में कई मौलिक बदलाव आये एक तरफ वह बाजारवाद से ग्रसित हैं तो दूसरी तरफ वो उतना ही मुखर भी मोजो और होलोग्राम तकनीक ने जहां पत्रकारिता को सरल और सुगम बनाया है वही टीवी न्यूज़ चैनल की टी आर पी की दौड़ ने उसकी विश्वसनीयता पर सवाल खड़े किये है।

इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के युग में जहां 24 घंटे खबरों का आदान-प्रदान होता है और व्यावसायिकता के कारण पत्रकार फटा फटाफट सूचना देने की अंधी दौड़ में शामिल होता है, उसने पत्रकारिता के क्षेत्र में सबसे बड़ा परिवर्तन भाषा के स्वरूप एवं शब्दों के चयन एवं उनके प्रयोग में किया है। पहले पत्रकारिता में भाषा का स्वरूप साहित्यिक था तब विशेष रूप में साहित्यिक एवं तत्सम शब्दों का प्रयोग किया जाता था परन्तु आज की पत्रकारिता की भाषा बाजारवाद की भाषा एवं विषय-वस्तु बन गयी है जिसमें कई बार समय के दबाव में भाषा की शुद्धता पर भी ध्यान नहीं दिया जाता।

(लेखक आईएमएस गाजियाबाद में असिस्टेंट प्रोफेसर हैं)

ISSN No. 2581-3528



टीआरपी के जाल में फंसा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

अमित शर्मा

हमारे देश में टीवी न्यूज की शुरुआत दूरदर्शन से हुई थी। अस्सी के दशक में दूरदर्शन की लोकप्रियता घर–घर में पहुंची। उसके साथ ही दूरदर्शन के न्यूज बुलेटिन भी लोकप्रिय होने लगे। हमारे देश में ऐसा पहली बार था जब लोगों ने लाइव तस्वीरों के साथ न्यूज देखना शुरु किया। विजुअल्स का दिखना ही उस समय बड़ी बात होती थी। मनोरंजन के कार्यक्रमों के बीच देर शाम आने वाले न्यूज बुलेटिन जल्द ही लोगों की दिनचर्या का हिस्सा–सा बन गए। इससे पहले सिर्फ अखबारों के माध्यम से ही लोगों तक खबरें पहुंचती थी। उसके बाद रेडियो ने लोगों तक खबरें पहुंचायी। लेकिन रेडियो इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का हिस्सा होने के बाद भी सिर्फ ऑडियो माध्यम था। टीवी ने पहली बार लोगों तक ऑडियो–विजुअल माध्यम से खबरें पहुंचायी। विजुअल माध्यम को लोगों के दिल–दिमाग तक पहुंचने का सबसे सशक्त माध्यम माना जाता है। अखबारों से खबरें जानने के लिए लोगों को पढ़ना आना चाहिए। लेकिन इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, बिना पढ़ना–लिखना जानने वाले लोगों के लिए भी उतना ही उपयोगी है। इसमें भी रेडियो के मुकाबले टीवी की धाक ज्यादा मानी जाती है क्योंकि देखी गयी तस्वीरें लोगों के दिमाग में बस जाती हैं।

दूरदर्शन पर न्यूज बुलेटिन की लोकप्रियता : दूरदर्शन से पहला टीवी प्रसारण सन् 1959 ई. में हुआ था। इसके 6 वर्ष बाद दूरदर्शन ने अपना पहला न्यूज बुलेटिन प्रसारित किया था जिसकी अवधि 5 मिनट थी। सन् 1982 में दिल्ली एशियाड के सीधे प्रसारण से देश में दूरदर्शन के राष्ट्रीय प्रसारण की शुरुआत हुई। इसके साथ ही दूरदर्शन के रंगीन प्रसारण की भी शुरुआत इसी साल हुई। धीरे–धीरे अपने धारावाहिकों और अन्य कार्यक्रमों की लोकप्रियता की वजह से टीवी देश के घर–घर में पहुंच गया। टीवी की लोकप्रियता उस वक्त शिखर पर थी। टीवी ने लोगों की शाम बिताने की आदत बदल दी। अब शाम का ज्यादातर वक्त टीवी के सामने गुजरने लगा। इसी दौरान देर शाम आने वाले दूरदर्शन के न्यूज बुलेटिन भी लोकप्रियता का आसमान छूने लगे। उस वक्त दूरदर्शन के न्यूज बुलेटिन बहुत ही साधारण हुआ करते थे। कई बार तो न्यूज रीडर सिर्फ खबरों को पढ़ भर दिया करते थे। लेकिन फिर भी अकेला माध्यम होने की वजह से ये न्यूज बुलेटिन घर–घर में देखे जाते थे। उस वक्त के न्यूज रीडरों की लोकप्रियता भी चरम पर थी। सलमा सुल्ताना, मंजरी जोशी, शम्मी नारंग जैसे कई नाम लोगों की जुबां पर थे। इन न्यूज रीडर्स की लोकप्रियता की तुलना आज के एंकर्स से नहीं की जा सकती। इन सबको एक स्टार जैसा रुतबा लोगों के बीच हासिल था।

कांग्रेस सरकार का भोंपू बना दूरदर्शन न्यूज : लेकिन फिर दूरदर्शन धीरे–धीरे कांग्रेस सरकार के प्रचार तंत्र की तरह काम करने लगा। राजीव गांधी जब प्रधानमंत्री थे, उस वक्त तो दूरदर्शन का नाम ही मजाक में पीएम दर्शन पड़ गया था। दूरदर्शन के हर न्यूज बुलेटिन की शुरुआत प्रधानमंत्री के दौरों और उनके भाषणों से ही होती थी। दूरदर्शन के न्यूज धीरे–धीरे सरकार के प्रचार का जरिया बन कर रह गए। सरकार विरोधी खबरें दूरदर्शन पर दूर–दूर तक नहीं दिखती थी। दूरदर्शन के न्यूज की निष्पक्षता पर सवाल उठने लगे थे।

प्राइवेट चैनलों का दौर : इसके बाद 90 के दशक में भूमंडलीकरण के दौर की शुरुआत हुई। भारत में न्यूज चैनलों का चेहरा भी बदला। सबसे पहले डीडी मेट्रो पर इंडिया टुडे ग्रुप ने आधे घंटे के न्यूज बुलेटिन की शुरुआत की।

आजतक नाम के इस न्यूज बुलेटिन को सुप्रसिद्ध पत्रकार सुरेन्द्र प्रताप सिंह प्रस्तुत करते थे। इस न्यूज बुलेटिन ने लोगों के बीच जबरदस्त लोकप्रियता हासिल की। लोगों के बीच एसपी के नाम से लोकप्रिय सुरेन्द्र प्रताप सिंह ने टीवी पत्रकारिता की नयी परिभाषा लिखी। बुलेटिन के अंत में उनके द्वारा बोले जाने वाली टैगलाइन थी– "ये थी खबरें आज तक, इंतजार कीजिए कल तक"। एसपी की ये टैगलाइन भी खूब चर्चित हुई और आजतक लोगों के जेहन में बसी है। बाद में सन् 1999 में आज तक ने खुद का 24 घंटे का न्यूज चैनल भी शुरु किया।

स्टार न्यूज, जी न्यूज जैसे अन्य भारतीय न्यूज चैनल भी प्राइवेट न्यूज चैनलों की फेहरिस्त का हिस्सा थे। बाद में एनडीटीवी, सहारा समय, इंडिया टीवी, न्यूज 24 जैसे कई प्रसिद्ध नाम इस लिस्ट में जुड़े।

न्यूज चैनलों से पहले प्राइवेट मनोरंजन चैनलों का दौर शुरु हो चुका था। सन् 1992 में जी टीवी ने पहला चैनल शुरु किया था। जी ने बाद में जी न्यूज के नाम से न्यूज चैनल भी शुरु किया। इसके साथ ही स्टार टेलिविजन नेटवर्क ने भी कई चैनल हमारे देश में शुरु किए। न्यूज चैनलों में लोगों को पहली बार बीबीसी और सीएनएन जैसे चैनल अपने देश में लाइव देखने को मिले। स्टार ने प्रणव राय की कंपनी एनडीटीवी के साथ मिलकर स्टार न्यूज की शुरुआत की। हालांकि बाद में स्टार न्यूज और एनडीटीवी की राह अलग–अलग हो गयी और दोनों ने अपने अलग न्यूज चैनल चलाए। स्टार न्यूज को बाद के दौर में अमृत बाजार पत्रिका ग्रुप ने ले लिया और इसका नाम एबीपी न्यूज कर दिया गया।

प्राइवेट न्यूज चैनलों ने दूरदर्शन की पत्रकारिता से अलग राह पकड़ी। लोगों को टीवी न्यूज की असल ताकत पता चली। ब्रेकिंग खबरों का दौर चला। लोगों के बीच सबसे पहले खबर पहुंचाने की होड़ चली। सरकारी भोंपू की तरह बजने वाले दूरदर्शन पर बासी खबरें देख–देख कर बोर हो रहे दर्शकों के लिए ये सब कुछ किसी ताजा हवा के झोंके जैसा था।

न्यूज चैनलों का सुनहरा दौर : 21वीं सदी का पहला दशक प्राइवेट न्यूज चैनलों के लिए स्वर्णिम काल माना जाएगा। इस दौरान कई बड़े न्यूज चैनलों ने खुद को जनता के प्रतिनिधि के तौर पर प्रस्तुत किया। जनसरोकार की खबरें लोगों तक पहुंचायी गयी। कई बार इलेक्ट्रॉनिक चैनलों की साझा मुहिम ने सरकार को अपना रुख बदलने पर मजबूर किया। विजुअल्स और उसके प्रस्तुतिकरण में नए प्रयोग किए गए। कई नए मिजाज के कार्यक्रम दर्शकों के बीच खासे लोकप्रिय रहे। लोगों के बीच न्यूज चैनलों की विश्वसनीयता बरकरार रही। ऐसी–ऐसी खबरें लोगों को न्यूज चैनलों पर लाइव देखने को मिली, जिसके बारे में सोचा भी नहीं गया था। कई स्टिंग भी सामने आए और कई भ्रष्टाचारियों पर नकेल कसी गयी।

व्यवसाय बनती पत्रकारिता : लेकिन इसी दौरान अंदर ही अंदर बहुत कुछ बदल रहा था। शुरुआत दरअसल पत्रकारिता के बदलते पैमानों के साथ ही हो चुकी थी। अखबारों में संपादक जैसी संस्था कमजोर पड़ने लगी थी। मैनेजर्स अब धीरे–धीरे अखबारों पर हावी होने लगे थे। अखबार को नए दौर में प्रोडक्ट समझा जाने लगा था। पत्रकारिता पर व्यवसायिकता हावी हो गयी थी। पत्रकारिता अब मिशन नहीं सिर्फ प्रोफेशन रह गयी थी।

टीवी चैनलों पर व्यवसायिकता का जोर अखबारों से कहीं ज्यादा दिखा। टीवी चैनलों को चलाना अखबारों से कई गुना ज्यादा खर्चीला था और ऐसे में इनसे लाभ पाने की उम्मीदें भी इन चैनलों के मालिकों को ज्यादा थी। वो दौर आ चुका था जब व्यवसाय बन चुकी पत्रकारिता में कोई भी न्यूज चैनलों को घाटे में चलाने के लिए तैयार नहीं था।

न्यूज चैनलों की आमदनी का सबसे बड़ा जरिया थे – विज्ञापन। लेकिन विज्ञापनों की डोर बंधी थी टीआरपी के साथ। टीआरपी यानि टेलिविजन रेटिंग पॉइंट। ये एक नया जुमला था जो न्यूज चैनलों के लिए संजीवनी बन चुका था। जिस चैनल की टीआरपी जितनी ज्यादा, उस चैनल को मिलने वाले विज्ञापन और आमदनी भी उतनी ही ज्यादा।

क्या है टीआरपी? : दरअसल हमारे देश में टीआरपी नापने का काम बार्क (BARC) करता है। Broadcast Audience Research Council यानि बार्क इंडिया एक संयुक्त उद्योग उपक्रम है जिसको प्रसारणकर्ता, विज्ञापनदाता और मीडिया एजेंसी का प्रतिनिधित्व करने वाले स्टॉकहोल्डर मिलकर चलाते हैं। यह दुनिया का सबसे बड़ा टेलिविजन मेजरमेंट निकाय है।

बार्क कई हजार फ्रीक्वेंसी का डेटा लेकर पूरे टीवी चैनलों की टीआरपी का अनुमान लगाती है। इसके लिए पूरे देश में कुछ दर्शकों को सैंपल के तौर पर रखा जाता है। इनके घरों में टीवी सेट में स्पेशल गैजेट, जिसे बैरोमीटर कहते हैं, लगे रहते हैं जो दर्शकों के देखे जाने वाले कार्यक्रमों की गणना कर ये पता लगाता है कि कौन सा चैनल और कौन सा कार्यक्रम सबसे ज्यादा देखा जा रहा है। माना जाता है बार्क ने पूरे देश में करीब 45 हजार घरों में ये बैरोमीटर लगाए हैं, जो पूरे देश की टीआरपी तय करते हैं।

टीआरपी पर उठते रहे हैं सवाल : हालांकि टीआरपी शुरु से ही सवालों के दायरे में रही है। हाल ही में हुए टीआरपी घोटाले ने इस शक को और गहरा कर दिया है। ऐसे आरोप लग रहे हैं कि टीआरपी से छेड़–छाड़ की जा सकती है और इसे प्रभावित किया जा सकता है। पूरे देश के लिए इस सैंपल साइज को बहुत छोटा माना जाता है और इससे कार्यक्रमों की सफलता या असफलता तय करने पर भी सवाल खड़े होते हैं। कई बार ऐसे भी आरोप लगते रहे हैं कि जिन दर्शकों के घर पर बैरोमीटर लगे होते हैं चैनल उनके बारे में पता लगाकर उन्हें प्रभावित कर लेते हैं और अपने पक्ष में टीआरपी ले आते हैं।

टीआरपी के जाल में फंसे चैनल : लेकिन फिर भी टीआरपी विज्ञापनदाताओं के लिए महत्वपूर्ण होती है और यही माना जाता है कि जिसकी टीआरपी जितनी ज्यादा है वो उतना ज्यादा देखा जा रहा है। इसी से टीवी न्यूज चैनलों की आमदनी तय होती है।

ऐसे में टीआरपी लाने के लिए न्यूज चैनल किसी भी हद तक जाने को तैयार दिखते हैं। टीआरपी लाने का मतलब है दर्शक को किसी भी तरह अपने चैनल पर रोक कर रखना। इसके लिए न्यूज चैनलों ने हर दांव–पैंतरे आजमाए। पर्दे पर सनसनी परोसना, भूत–प्रेत जैसी अविश्वसनीय कहानियों को सच बताकर दिखाना, नाग–नागिन के जोड़े का महिमा बखान करना या फिर सास–बहु के झगड़े को राष्ट्रीय चैनल पर लाइव दिखाना – ऐसे कई उदाहरण रहे जब न्यूज चैनलों ने खुद को हंसी का पात्र बना लिया। यहीं कारण रहा कि टीआरपी की इस रेस ने न्यूज चैनलों की विश्वसनीयता पर ही सवाल खड़े कर दिए।

(लेखक महाराजा अग्रसेन इंस्टीट्यूट ऑफ मैनेजमेंट स्टडीज, इंद्रप्रस्थ विश्वविद्यालय, दिल्ली में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग में असिस्टेंट प्रोफेसर हैं)

■

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की संभावनाए और चुनौतियां

डॉ. ओम शंकर

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया वैसे मौटे तौर पर टेलीविजन न्यूज चैनल्स को ही कहा जाता है। लेकिन बदलते दौर के साथ यह व्याख्या छोटी पड़ गई लगती है। वर्तमान समय में इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में टीवी न्यूज चैनलों के अलावा इंटरनेट आधारित रेडियो, सेटेलाइट रेडियो, मल्टी मीडिया, नेट आधारित मीडिया, जिसमें सामाजिक माध्यम भी शामिल हैं, माने जाते हैं। न्यूज चैनल्स के पोर्टल्स भी इसमें शामिल किए जा सकते हैं।

वर्तमान दौर में तकनीकी क्रांति से एक और नया बदलाव आया है। जिसे क्रास मीडिया ऑनरशिप कहा जाता है। इसके तहत एक ही मीडिया हाउस कई तकनीकों पर एक साथ हाथ आजमा रहे हैं। कहने का अभिप्राय यह है कि एक ही मीडिया हाउस पत्र–पत्रिका भी निकाल रहा है, टीवी भी चला रहा है, डिजिटल प्लेटफार्म का भी इस्तमाल कर रहा है और रेडियो भी चला रहा है। इस बदलाव से एक बात बहुत साफ है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में लगातार बदलाव और फैलाव हो रहा है। श्रोता, दर्शक और पाठक भी लगातार बढ़ रहे है। बाजार की मांग भी लगातार बढ़ रही है। वैश्विक परिवर्तनों के चलते मीडिया की भूमिका भी तेजी से बदल रही है। इन हालात में मीडिया में, खासतौर पर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में काफी संभावनाएं मौजूद हैं।

टीवी न्यूज चैनल्स से शुरुआत करें तो यह एकतरफा संचार वाला त्वरित गति का माध्यम है। इसमें रचनात्मक विधाओं में इनपुट, आउटपुट विभागों के अलावा तकनीकी विभागों में बड़ी संभावनाएं है। इनपुट विभाग में खबरों का संकलन किया जाता है। इस विभाग में स्ट्रिंगर, रिपोर्टर से लेकर विशिष्ट या बीट आधारित संवाददाता के अलावा इनपुट हेड, इनपुट इंचार्ज, असिस्टैंट इनपुट इंचार्ज, इनपुट फ्लोर इंचार्ज, असिस्टैंट प्रोड्यूसर इनपुट, इनपुट कोऑर्डिनेटर, चीफ गेस्ट कोऑर्डिनेटर, असिस्टैंट गेस्ट कोऑर्डिनेटर, असिस्टैंट प्रोड्यूसर जैसे पदों के लिए भर्ती की जाती है। आउटपुट विभाग में इनपुट से मिलने वाली खबरों पर काम होता है। उन्हे प्रसारण योग्य बनाया जाता है। उनमें वैल्यू एडिशन भी किया जाता है। उनमें जरूरी बदलाव के साथ प्रस्तुतिकरण का समय भी तय किया जाता है। आउटपुट विभाग में एंकर, प्रोड्यूसर, फ्लोर मैनेजर, एसोसिएट प्रोड्यूसर, आउटपुट हेड, कापी प्रोड्यूसर, रन प्रोड्यूसर, ग्राफिक्स प्रोड्यूसर, टिकर प्रोड्यूसर और स्टोरी प्रोड्यूसर से लेकर असिस्टैंट प्रोड्यूसर तक के पदों के लिए कामकाजी और टीवी की समझ रखने वाले पत्रकारों की जरूरत होती है। इसके अलावा तकनीकी विभागों में ब्राडकास्टिंग, टेली कम्युनिकेशन में दक्ष लोगों की बड़ी संख्या में जरूरत होती है। एक टीवी चैनल में मानव संसाधन से लेकर वित्त विभाग तक में प्रशिक्षत लोगों की भी जरूरत होती है।

टीवी न्यूज चैनल्स में भर्ती का आदर्श पैमाना पदों से संबंधित विषय में डिग्री–डिप्लोमा के साथ प्रशिक्षण होता है। हालांकि यह एक कटु सत्य है कि टीवी न्यूज चैनल्स की भर्ती में जुगाड़ या परिचय नाम की एक अतिरिक्त योग्यता की सबसे अधिक जरूरत होती है।

टीवी न्यूज चैनल भारत में जब शुरु हुए तो सूचना, शिक्षा और मनोरंजन देना उनका उद्देश्य था। लेकिन जैसे जैसे इनका बाजारीकरण हुआ, येन–केन–प्रकारेण, पैसे यानि विज्ञापन पाने की भूख बढ़ी, वैसे–वैसे इनमें शिक्षा गायब होती गई। अब सूरते–हाल यह है कि न्यूज चैनल्स में समाचार सबसे पीछे हो गए हैं। सूचना और मनोरंजन ही छाए रहते हैं।

न्यूज चैनल्स में जो समाचार परोसे जाते है उनमें सूचना तो होती है लेकिन कंटेट नही होता। शायद यही वजह है कि टीवी के दर्शक लगातार घट रहे हैं। सोशल मीडिया टीवी न्यूज चैनल्स को कड़ी टक्कर दे रहा है। रेवेन्यू को लेकर हालिया शोध और विश्लेषण इसी तरफ इशारा करते हैं। शायद यही वजह है कि क्रास मीडिया ऑनरशिप भी बढ़ रही है।

टीवी न्यूज चैनल्स में अपार संभावनाएं थी और अब भी हैं। संभावनाएं आगे भी रहेंगी। सभावनाएं इस बात पर निर्भर करती है कि चैनल्स के पास कंटेंट क्या है। वर्तमान में कंटेंट ही किंग है। लेकिन अफसोस के साथ कहना पड़ रहा है कि सबसे तेज हो या सबसे आगे वाले किसी भी चैनल में कंटेंट नही है। न्यूज चैनल्स में शोर शराबा है। एक दूसरे को आमने सामने कर एंकर के भाग जाने का चलन तेज है। कई न्यूज चैनल्स के एंकर को देखकर उनके सामान्य ज्ञान पर तरस आता है। चैनल्स के कर्ता–धर्ता लाइजनिंग के अलावा तकरीबन सब कुछ जूनियर्स पर छोड़ चुके लगते है। खोजी खबरों के जमाने चले गए। ओटीटी पर छोटी फिल्मों के आने और उनमें अपशब्दों की भरमार से प्रेरित होकर चैनल्स में अपराध की खबरें ऐसे प्रस्तुत की जाती है मानो वे खुद अपराध कर उसका वर्णन कर रहे हों। भाषा को लेकर दुराग्रह ने आग्रह की जगह ले ली है। नकारात्मकता इस कदर हावी है कि गरीबों को मिलने वाले मुफ्त अनाज में भी जबरन राजनीति का तड़का लगाने की कोशिश होती है। शिक्षा, संस्कार, परिवार, सहभागिता, सहचर्य ये चैनल्स में बीते जमाने की बातें हो गई है। नई पीढ़ी के पत्रकार जो बिकता है वो दिखाने की कोशिश करते है। ऐसा लगता है कि समाज के न्यासी की जिस भूमिका की पत्रकारिता में कल्पना की गई थी उसे जानबूझकर श्रद्धांजलि दी जा रही है। चैनलों में पक्षकारिता भी बढ़ी है। लेकिन इस सबका यह मतलब कतई नही है कि टीवी न्यूज चैनल्स में कोई संभावनाएं नही है। संभावनाएं है। बस उनका दोहन करने की जरूरत है। संभावनाओं पर काम करने की जरूरत है। समाज के प्रति उत्तरदायित्व निभाने की जरूरत है। 'देश पहले पत्रकारिता बाद में' इस मूल मंत्र को फिर से आत्मसात करने की जरूरत है। कंटेंट को विकसित करने और उसे समाज, देशहित में प्रस्तुत करने की जरूरत है। अच्छे को अच्छा बताने के लिए साहस चाहिए। इसी साहस की इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को भारी जरूरत है। तभी इसके प्रति आमजन के मोह को बरकरार रखा जा सकता है।

टीवी मर सकता है ऐसी सोच रखना जल्दबाजी होगी। टीवी न्यूज चैनल्स कभी भी मरेंगे नही लेकिन मर मर के जीना भी कोई जीना नही होता। वर्तमान में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भरोसे के संकट से जूझ रहा है। लेकिन कंटेंट पर यदि काम किया गया तो भरोसा फिर से जगेगा। जनता के मानस को पढ़ना होगा। चुनौतियों को समझा जाएगा, कंटेंट को तराशा जाएगा, उस पर काम किया जाएगा तो संभावनाएं फिर से बलवती होंगी। दिन फिर सुनहरे आएंगे।

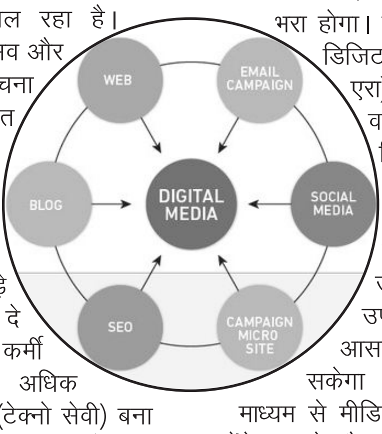
(लेखक पत्रकारिता एवं जन संचार विभाग, छत्रपति शाहू जी महाराज विश्वविद्यालय, कानपुर में सहायक आचार्य हैं)

कैसा होगा डिजीटल मीडिया का स्वरूप?

डॉ. धीरज कुमार,

भारत में नवीन मीडिया तकनीकी (न्यू मीडिया टेक्नोलॉजी) के आगमन और प्रसार के फलस्वरुप मीडिया के क्षेत्र में आमूलचूल परिवर्तन दिखाई पड़ रहा है। डिजिटल मीडिया के पूर्व की मीडिया यानी परंपरागत जनमाध्यम (अखबांर, टेलीविजन न्यूज चैनल और रेडियो) की प्रकृति बिल्कुल अलग थी। परंपरागत जनमाध्यम पूरी तरह से एक–तरफा संचार पर आधारित थे। परंपरागत जन माध्यमों पर समाज के शिक्षित और अभिजात्य वर्ग का नियंत्रण था। परंपरागत जनमाध्यमों में श्रोताओं की प्रतिक्रिया के लिए बहुत ही सीमित या ना के बराबर गुंजाइश रहती थी। किंतु नवीन मीडिया प्रौद्योगिकी के फलस्वरुप डिजिटल मीडिया ने नई संभावनाओं को जन्म दिया है। आज मीडिया अभिसरण (कन्वर्जेंस) डिजिटल मीडिया की मूल प्रवृत्ति बन कर उभरी है। मीडिया अभिसरण के फलस्वरुप जनसंचार के सभी माध्यम डिजिटल स्वरूप में एक मंच पर आ गए हैं, जो कंप्यूटर और इंटरनेट आधारित नवीन मीडिया तकनीकी के माध्यम से संचालित होते हैं।

आज डिजिटल मीडिया के उन्नयन के फलस्वरूप सूचनाओं को सघन रूप में रखा जा सकता है, ताकि वह काफी कम स्थान ले। डिजिटलीकरण के फलस्वरुप सभी प्रकार की एनालॉग सूचनाओं को डिजिटल रूप में बदल कर कंप्यूटर पठनीय प्रारूप में आसानी से प्रयोग किया जा रहा है। डिजिटल मीडिया के उन्नयन के फलस्वरुप अंतर–क्रियात्मक (इंटरएक्टिविटी) एक महत्वपूर्ण पक्ष है। जिसके अंतर्गत अब दो तरफा संचार या बहु दिशात्मक संचार संभव है, जिसमें श्रोताओं को प्रतिक्रिया के लिए पर्याप्त अवसर उपलब्ध है। वर्ल्ड वाइड वेब के स्थापन से आज एक ऐसा साइबर संसार (स्पेस) बनकर उभरा है, जिसने बहुत सारे अवसरों और संभावनाओं को जन्म दिया है। आज डिजिटल मीडिया ने एक ऐसा आभासी वर्चुअल संसार गढ़ा है, जिसने संवाद और संचार को ना केवल विश्वव्यापी बनाया है, बल्कि देश और काल की सीमाओं से मुक्त कर दिया है। आज सही मायने में मार्शल मैक्लुहान की विश्वग्राम (ग्लोबल विलेज) की संकल्पना साकार होती हुई दिख रही है। डिजिटल मीडिया इसका संवाहक बना है। आज सूचनाएं बहुत तेज गति से दुनिया के किसी भी कोने में पहुंचाई जा सकती हैं। डिजिटल मीडिया सही मायने में इंफॉर्मेशन सुपर हाईवे के रूप में स्थापित हुआ है। यह कहना भी अतिश्योक्ति नहीं होगा कि वर्तमान दौर रेडिकल कनेक्टिविटी का दौर है। डिजिटल मीडिया ने मोबाइल जर्नलिज्म और सिटीजन जर्नलिज्म के लिए अवसर उपलब्ध कराए हैं। आज डिजिटल मीडिया के क्षेत्र में बड़ी संख्या में युवाओं को रोजगार मिल रहा है। डिजिटल मीडिया के उद्भव और विकास के फल स्वरुप सूचना का तंत्र और संजाल अत्यंत सुदृढ़ हुआ है।



मीडिया अभिसरण (कन्वर्जंस) के फल स्वरुप समाचार कक्ष की संस्कृति न्यूजरूम कल्चर में भी बड़े पैमाने पर बदलाव दिखाई दे रहा है। आज का मीडिया कर्मी पहले की अपेक्षा कहीं अधिक तकनीकी रूप से उन्नत (टेक्नो सेवी) बना है। लेकिन नवीन मीडिया तकनीकी के उन्नयन के फलस्वरुप सत्यता और प्रामाणिकता का एक संकट भी मीडिया के क्षेत्र में आया है। आज मीडिया विषय (कंटेंट) को संदेह की दृष्टि से देखा जाता है। अगर मीडिया कंटेंट मुख्यधारा की डिजिटल मीडिया का कंटेंट है तो भी उसकी सत्यता की जांच कराई जाती है और यदि वह सोशल मीडिया पर प्रसारित अनधिकृत और असत्य और अप्रामाणिक कंटेंट है, तो उसकी पहचान काफी चुनौतीपूर्ण कार्य है। आज सूचना का बहाव (इंफॉर्मेशन फ्लो) पूरी तरह से विकेंद्रीकृत हुआ है। क्योंकि डिजिटल मीडिया के उन्नयन के फलस्वरुप शिक्षित और अभिजात्य वर्ग का मीडिया एकाधिकार और नियंत्रण काफी हद तक प्रभावित हुआ है।

आज सूचनाओं की बहुलता का दौर है। यह सकारात्मक और नकारात्मक दोनों है, क्योंकि सूचना को शक्ति माना जाता है। तो इस दृष्टि से डिजिटल मीडिया के माध्यम से लोगों को बहुतायत में सूचनाएं मिल रही हैं। किंतु इसका नकारात्मक पक्ष यह है की सूचनाओं की बहुलता के कारण अधिक उपयोगी सूचनाओं का चयन और अप्रामाणिक सूचनाओं को छांटना अत्यंत चुनौतीपूर्ण कार्य है। डिजिटल मीडिया के उन्नयन के पश्चात कॉपीराइट उल्लंघन तथा बौद्धिक–संपदा–अधिकार उल्लंघन एक गंभीर समस्या बन कर उभरा है। आज के डिजिटल मीडिया के दौर में नए साइबर कानूनों और प्रावधानों की आवश्यकता अनुभव की जा रही है। डिजिटल मीडिया के फलस्वरूप कई बार निजता के उल्लंघन के मामले भी सामने आए हैं जो अत्यंत गंभीर हैं।

इन चुनौतियों के बावजूद डिजिटल मीडिया का आने वाला दौर अवसरों और संभावनाओं से भरा होगा। हम डिजिटल युग से उत्तर डिजिटल युग (पोस्ट डिजिटल एरा) की तरफ जा रहे हैं। आने वाले दौर में उपयोगकर्ता विभाजन और आधिक प्रभावी रूप में आकार लेगा। आने वाले समय में डिजिटल मीडिया के श्रोताओं को उनकी आवश्यकता और उपयोगिता के अनुरूप कंटेंट आसानी से उपलब्ध कराया जा सकेगा और विभिन्न गैजेट्स के माध्यम से मीडिया श्रोता एक नया अनुभव करेंगे। उनके और सूचनाओं के बीच में मध्यस्थ की भूमिका लगभग समाप्त प्राय हो जायेगी। वह कभी भी किसी डिजिटल मीडिया चैनल या कंटेंट को स्वीकार या अस्वीकार कर सकेंगे।

डिजिटल मीडिया एक प्रकार से कम लागत वाला मीडिया होने के कारण और किसी भी व्यक्ति द्वारा कम पूंजी लगाकर आसानी से शुरू किये जा सकने की खूबी होने के कारण वैकल्पिक मीडिया के रूप में उभरेगा। डिजिटल मीडिया आने वाले समय में ज्यादा से ज्यादा लोगों की ज्यादा से ज्यादा भागीदारी और प्रतिनिधित्व की लोकतान्त्रिक संकल्पना को साकार रूप दे सकने में सक्षम होगा। आने वाला दौर बहुत सारी संभावनाएं और अवसरों को लेकर आएगा। इससे न केवल विकास की प्रक्रिया को प्रभावी संबल मिलेगा, बल्कि मीडिया के क्षेत्र में असाधारण क्षमताओं वाले व्यक्तियों को स्थापित करने में मदद मिलेगी।

(लेखक जनसंचार विभाग, मिजोरम केंद्रीय विश्वविद्यालय में सहायक अध्यापक हैं)

ISSN No. 2581-3528

नागरिक पत्रकारिता : सवाल और चुनौतियां

डॉ. विनीत उत्पल

नागरिक पत्रकारिता ऐसी पत्रकारिता है, जिसके जरिये आम नागरिक सूचना देने का कार्य करते हैं। यह परिस्थिति तब पैदा होती है जब पेशेवर पत्रकार अपनी नैतिकता और कर्तव्यनिष्ठा से विमुख होते हैं और ऐसे में आम जन को लगने लगता है कि अमुक समाचार की जानकारी आम नागरिक और सरकार को होनी चाहिए। नागरिक पत्रकारिता की शुरुआत 1988 में अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव के दौरान देखी गयी जब इस चुनाव से संबंधित खबरों के आकलन को लेकर सवाल खड़े हुए और यही कारण रहा कि अमेरिकी चुनाव में आम नागरिक और पत्रकार के बीच दूरियां घटी और एक नए तरह की पत्रकारिता की शुरुआत हुई, जिसे नागरिक पत्रकारिता के तौर पर जाना जाता है। यही कारण रहा कि शुरुआती दौर में पत्रकारिता को 'आम नागरिक के लिए' पत्रकारिता कहा गया जबकि नागरिक पत्रकारिता को 'आम नागरिक के द्वारा और आम नागरिक के लिए' पत्रकारिता के तौर पर देखा गया। अगर कोई व्यक्ति पेशेवर पत्रकार नहीं है और किसी मीडिया संस्थान से संबद्ध नहीं है, बावजूद इसके वह समाचार सामग्री का सृजन कर रहा है तो वह नागरिक पत्रकार या सिटीजन जर्नलिस्ट की श्रेणी में आता है।

आम लोगों द्वारा सूचनाओं एवं समाचारों के संग्रहण, प्रसार और विश्लेषण को नागरिक पत्रकारिता कहते हैं। इतना ही नहीं, पाठक, श्रोता या दर्शक आपस में एक–दूसरे को सूचना एवं समाचार देने के लिए मीडिया के विभिन्न प्लेटफॉर्मों का इस्तेमाल करते हैं, जिसे नागरिक पत्रकारिता कहा जाता है। नागरिक पत्रकारिता में आम नागरिक स्वयं सूचनाओं के संकलन, विश्लेषण, रिपोर्टिंग और उनके प्रकाशन–प्रसारण प्रक्रिया में अहम् भूमिका निभाता है। नागरिकों की इस भागीदारी का उद्देश्य स्वतंत्र, विश्वसनीय, तथ्यपूर्ण, व्यापक और प्रासंगिक सूचनाएं मुहैया कराना होता है।

इंटरनेट और स्मार्टफोन ने आम नागरिक को पत्रकार बना दिया है। आम लोग अपने आसपास घट रही घटनाओं से लेकर समस्याओं की जानकारी प्रकाशित और प्रसारित कर रहे हैं, आम नागरिकों की सूचना साझा करने में सहभागिता बढ़ रही है। यही कारण है कि कैंपबेल ने नागरिक सिद्धांत की व्याख्या करते हुए कहा कि 'पत्रकारिता' और 'नागरिक पत्रकारिता' दो अलग–अलग समूह है। पहला वह समूह है जो आम नागरिकों के लिए पत्रकारिता करता है, दूसरा वह पत्रकारिता, जो नागरिक के तौर पर होती है। हालांकि नागरिक पत्रकारिता के चार क्लासिकल सिद्धांत भी हैं। पहला, पत्रकार का मूल कार्य नागरिकों को सूचना देना है। दूसरा, नागरिकों को सूचनाएं या समाचार लगातार मिलती हैं, तीसरा, जितनी अधिक सूचनाएं नागरिकों को मिलेंगी, वे उतने ही समाज में सहभागी होंगे। चौथा, आम नागरिकों की जितनी सहभागिता समाचारों में होगी, वह राष्ट्र उतना ही लोकतांत्रिक होगा।

सामान्य तौर पर नागरिक पत्रकारिता की आलोचना तीन कारणों से होती है, पहला प्रकाशन की स्वतंत्रता, दूसरा लेखन का विस्तार और तीसरा पाठक तक पहुँच की संभावना। बावजूद इसके नागरिक पत्रकारिता कई संभावनाओं को जन्म देता है, जैसे कई बार परिस्थितियां ऐसी आती हैं जब कोई पत्रकार चाहे वह प्रिंट का हो चाहे वह टेलीविजन का हो या फिर ऑनलाइन मीडिया का, उसके लिए किसी घटना या प्राकृतिक आपदा के समय घटनास्थल पर उपस्थित होना संभव नहीं होता। ऐसे में नागरिक पत्रकारिता या इससे जुड़े लोग अपनी रिपोर्ट लेकर सामने आते हैं और सही सूचना दूसरे लोगों तक प्रेषित करते हैं. नागरिक पत्रकारों के कारण ही 9/11 की घटना से जुड़े समाचार दूसरी दुनिया के लोगों को मिले या फिर कुछ वर्ष पहले नेपाल में आए भूकंप से हुई तबाही की तमाम तस्वीरें नागरिक पत्रकारों ने दुनिया के सामने सार्वजानिक की। भारत में भी सामान्य तौर पर संकट के समय ही नागरिक पत्रकारिता की भूमिका को अहमियत दी गई, जैसे सुनामी, भूकंप, आतंकी घटनाओं के समय नागरिक पत्रकारों के कार्यों की सराहना की गई। हालाँकि इसके जरिये भ्रष्टाचार, यौन उत्पीड़न के साथ लिंग, धर्म, जाति आदि के आधार पर आम नागरिकों के शोषण की घटनाएं भी उजागर हुईं। 'खबर लहरिया' और 'वीडियो वालंटियर्स' ने आम नागरिकों को खुद से जोड़कर पत्रकारिता का नया इतिहास लिखा है।

डिजिटल मीडिया की व्यापकता के बाद

ISSN No. 2581-3528

नागरिक पत्रकारिता की प्रकृति और प्रवृति में जबरदस्त बदलाव देखने को मिल रहा है। एक ओर सोशल मीडिया के तमाम प्लेटफॉर्म जहाँ नागरिक पत्रकार को लेखन और प्रकाशन की सुविधा मुहैया करा रहे हैं, वहीं पाठकों को पढ़ने, दर्शकों को देखने की सुविधा भी प्रदान कर रहे हैं। इतना ही नहीं, मुख्यधारा की मीडिया भी नागरिक पत्रकारों की स्टोरी को अपने यहाँ प्रमुखता से प्रकाशित कर रही हैं और जन समस्या से जुड़े मामलों को तवज्जो दे रहे हैं। राष्ट्रीय राजधानी, नई दिल्ली से प्रकाशित होने वाला 'नव भारत टाइम्स' समाचार पत्र नागरिक पत्रकारों द्वारा भेजी गई सूचनाओं को बखूबी प्रकाशित करता है। इसके तहत वे सूचनाओं, समस्याओं तथा तस्वीरों को प्रकाशित करते हैं।

महान संचारविद स्टुअर्ट हॉल ने नागरिक और पेशेवर पत्रकार को सामुदायिक मामलों, घटनाओं और लोक कल्याणकारी मामलों से जुड़ी सूचनाओं के प्रथम स्रोत के तौर पर परिभाषित किया है। नागरिक पत्रकारिता का उभार प्रतिमान विस्थापन है, जहाँ पेशेवर और पारम्परिक पत्रकारिता को पत्रकारीय भूमिका, नियम और मूल्य को चुनौती मिली है। वहीं, निप ने 2006 में पत्रकारिता को पारम्परिक पत्रकारिता के सन्दर्भ में परिभाषित किया है, जिसके तहत लोक, संचार और सहभागिता पत्रकारिता से लेकर नागरिक पत्रकारिता तक में नागरिक को समाचार स्रोत या फिर समाचार सामग्री पर नियंत्रक के रूप में देखा। विभिन्न स्तरों पर नागरिक पत्रकारिता निर्णायक भूमिका निभाता है। इस मामले में नह, यामामोटो और उनके साथियों ने 2015 में कहा कि नागरिक पत्रकारिता में नागरिक व्यक्तिगत तौर पर समाचार उत्पाद में अपनी भूमिका निभाता है और वह नागरिक के तौर पर अपनी व्यक्तिगत पहचान कायम करता है। वह पेशेवर पत्रकारों के बीच अपनी पहचान बनाता है। संस्थागत तौर पर नागरिक पत्रकारिता ने समाचार लेखन और प्रकाशन को बदल कर रख दिया है। सामुदायिक स्तर पर नागरिक पत्रकारिता ने आम लोगों के खबर कहने के तरीके को बदला है। इसके कारण समाचार के स्रोत में जबरदस्त बदलाव आया है और आम नागरिक अपने विचार को लिखने और बोलने में सक्षम हुए हैं। नागरिक पत्रकारिता के तहत लोग आम विषयों की चर्चा में योगदान करते हैं। वे सार्वजनिक क्षेत्रों की सूचनाएं, चाहे वह साधारण सूचना, संश्लेषण, रिपोर्टिंग या विचार के रूप में हो, प्रकट करते हैं। यह योगदान स्थानीय से लेकर वैश्विक रूप में हो सकता है और ऐसे में मीडिया में लोकतंत्र दिख सकता है।

यह बात सच है कि नागरिक पत्रकार प्रशिक्षित नहीं होते है और बिना किसी पूर्व अनुमान के वे सूचनाओं को सार्वजानिक करते हैं। ऐसे में बार–बार यह सवाल उठता है कि उनके कार्यों को कैसे नैतिकता की कसौटी पर कसा जाय? सवाल यह भी उठ रहा है कि जब कोई नागरिक चिकित्सक नहीं होता, नागरिक न्यायाधीश नहीं होता, नागरिक सिविल सेवक नहीं होता तो फिर नागरिक पत्रकारिता का औचित्य कैसे हो सकता है। नागरिक पत्रकारिता के आने से मुख्य धारा की पत्रकारिता की विश्वसनीयता गहराई है। वर्तमान दौर में सबसे अधिक बहस फर्जी खबर (फेक न्यूज़) को लेकर चल रही है। वैसे भी फर्जी खबर की अवधारणा पत्रकारिता के इतिहास में नई नहीं है बल्कि सनसनीखेज, गलत सूचना और गलत सूचनाओं पर चर्चा पहले भी होती रही है। सन 2010 में कियुसिस ने विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों की विश्वसनीयता की जाँच की थी। इस अध्ययन में उन्होंने पाया कि आम तौर पर तीनों स्रोतों से प्रॉपर समाचार सामग्री के बारे में आम लोग संदेह करते हैं। बावजूद इसके समाचार पत्रों को अधिक विश्वसनीय के रूप में पाया गया। ऑनलाइन समाचारों के बाद टेलीविजन समाचारों का मूल्यांकन सबसे कम विश्वसनीय के रूप में किया गया। कियूसिस ने यह भी पाया कि पारस्परिक चर्चा और समाचारों ने टेलीविजन समाचारों की विश्वसनीयता रेटिंग को नकारात्मक रूप से प्रभावित किया। किम (2012) ने ब्लॉग के सूचनाओं की निर्भरता को लेकर अध्ययन किया तो पाया कि ब्लॉग की विश्वसनीयता सबसे अधिक है।

कैंपबेल ने नागरिक सिद्धांत की व्याख्या करते हुए कहा कि 'पत्रकारिता' और 'नागरिक पत्रकारिता' दो अलग-अलग समूह है। पहला वह समूह है जो आम नागरिकों के लिए पत्रकारिता करता है, दूसरा वह पत्रकारिता, जो नागरिक के तौर पर होती है। हालांकि नागरिक पत्रकारिता के चार क्लासिकल सिद्धांत भी हैं। पहला, पत्रकार का मूल कार्य नागरिकों को सूचना देना है। दूसरा, नागरिकों को सूचनाएं या समाचार लगातार मिलती हैं, तीसरा, जितनी अधिक सूचनाएं नागरिकों को मिलेंगी, वे उतने ही समाज में सहभागी होंगे। चौथा, आम नागरिकों की जितनी सहभागिता समाचारों में होगी, वह राष्ट्र उतना ही लोकतांत्रिक होगा।

वहीं, नागरिक पत्रकारिता के कई नकारात्मक पहलू भी हैं। सन 2010 में सिंगर ने ब्रिटिश समाचार पत्रों का अध्ययन किया तो पाया कि ब्रिटिश पत्रकार यूजर जेनेरेटेड कंटेंट (यूजीसी) को अधिक से अधिक अपने समाचारों में स्थान देना चाहते थे और नागरिक पत्रकारिता के मूल्य और पत्रकारिता में उनके योगदान को रेखांकित करना चाहते थे। ऐसे में पाया गया कि नागरिक पत्रकारिता से मुख्य पत्रकारिता के मानदंड और मूल्य प्रभावित होते हैं। फर्मस्टोन और कोलमैन (2014) ने पाया कि इससे मुख्य धारा की पत्रकारिता के मूल्यों और मानदंडों का अवमूल्यन होता है। दिलचस्प है कि सन 2017 में जॉनसन और सेंट जॉन ने सर्वे किया तो पाया कि नागरिक योगदानकर्ता पत्रकारिता के मानदंडों, मूल्यों और नैतिकता का पालन करते हैं और वे भी निष्पक्षता, द्वारपाल और अपने समाचार को संतुलित ढंग से प्रस्तुत करते हैं।

बहरहाल, नागरिक पत्रकारिता ने मुख्य धारा की पत्रकारिता को चुनौती दी है और उसकी विश्वसनीयता पर संकट खड़ा किया है। आज के समय में यदि मुख्य धारा से जुड़े पत्रकार अपनी नैतिकता, अपनी निष्पक्षता और वस्तुनिष्ठता को बनाये रखते हैं, तभी उसकी विश्वसनीयता बनी रहेगी, वर्ना नागरिक पत्रकार अपनी सूचनाओं, लेखन और प्रकाशन के जरिये हर कदम पर अपनी घुसपैठ बनाते रहेंगे।

(लेखक भारतीय जनसंचार संस्थान, जम्मू में जनसंचार विषय के असिस्टेंट प्रोफेसर हैं) ■

ISSN No. 2581-3528

सूचना से मीडिया ट्रायल और मीडिया ट्रायल से टूल तक

डॉ. नीरज कर्ण सिंह

हर जीवित और निर्जीव वस्तु, विचार, भाव, खोज या उसके निर्माण की तिथि को उसका इतिहास मान लिया जाता है। जैसे पृथ्वी पर मानव की उत्पत्ति का इतिहास। उसके विकास और सभ्यता का इतिहास। विभिन्न युगों, कालखंडों में घटित घटनाओं का इतिहास। वैसे तो इन घटनाओं पर कथित इतिहासकारों ने पैनी नजर रखी है। परन्तु सूचना का इतिहास क्या रहा होगा? हर सम्प्रदाय, धर्म, जाति, फिरके, कबीले में सूचना सम्प्रेषित करने वाला कोई न कोई रहा है जो उसका सूचना संवाहक माना जा सकता है। ऐसे ही सनातन धर्म में सूचना संवाहक के रूप में ब्रह्मा जी के मानस पुत्र देवर्षि नारद सूचना के आद्य देव थे और माना जाता है कि उनका कार्य केवल देवताओं तक सीमित नहीं था अपितु वे दानवों और मनुष्यों के भी मित्र, मार्गदर्शक और सूचना संवाहक थे। हिन्दू पुराणों में नारद जी को आद्य संवाददाता की संज्ञा दी गई है, जो मानव जाति के कल्याण के लिए श्री हरि विष्णु के संदेश को देवताओं से लेकर मनुष्यों और दानवों तक पहुंचाते थे। यह एक तरफा नहीं था। मनुष्य और दानवों की भावनाओं से भी श्री हरि को अवगत कराते थे। पुराणों और ग्रंथों में देवर्षि नारद की भूमिका सूचना संवाहक की ही रही है। प्रो. ओम प्रकाश सिंह प्रथम पत्रकार देवर्षि नारद नामक पुस्तक में लिखते हैं कि आदि पत्रकार नारद जी के कई उपनाम हुए हैं और उनके उपनामों के साथ कोई न कोई इतिहास जुड़ा रहा है। वे कहते है कि उनके एक उपनाम का अर्थ है– संचारक, सूचना देने वाला, पत्रकार आदि। वे मानते हैं कि यह उल्लेख कौटिल्य के अर्थशास्त्र में कई बार आया है। इसके अतिरिक्त संस्कृत के शब्दकोश में भी "आचार्य पिशुनः" का अर्थ देवर्षि नारद अंकित है। संस्कृत के शब्दकोशों में पिशुन शब्द का अर्थ सूचना देने वाला, संचारक, सूचना पहुंचाने वाला, सूचना को एक स्थान से दूसरे स्थान तक देने वाला कहा है अर्थात् एक ऐसा गुरू, शिक्षक या विद्वान जो सूचना सम्प्रेषकों का अराध्य है। हिन्दू धर्मानुसार सूचना सम्पेषण की शुरूआत नारद मुनि से होती है और उन्हें ही प्रथम संवाददाता माना जा सकता है। इस कथन की पुष्टि एक और घटना को उद्धृत कर की जा सकती है। सतयुग में ब्रह्मा जी के आदेश पर राजा दक्ष ने सृष्टि का प्रसार करने के लिए सौ पुत्र पैदा किए। नारद मुनि ने दक्ष पुत्रों को सृष्टि से अलग कर तपस्या के कार्य में लगा दिया। राजा दक्ष एक बार और हिम्मत की और फिर सौ पुत्रों को पैदा किया। पुनः नारद मुनि ने वही किया तो पहले सौ के साथ किया। नारद जी के इस कृत से क्रोध में आकर राजा दक्ष ने नारद मुनि को श्राप दिया कि सदा विचरण करोगे, कहीं अधिक समय तक नहीं रूकोगे, एक स्थान की सूचना दूसरे स्थान पर पहुंचाओगे। इस श्राप को देवर्षि नारद ने स्वीकारा और लग गये इसे पूरा करने में। यह घटना देवर्षि नारद के प्रथम सूचना संवाहक के कार्य को संस्थापित करती है।

सच्चे अर्थों में मानव और मानवता के लिए लिखे गए सभी वेद, पुराण, ग्रंथ, संहितायें, शास्त्र आदि उसको सम्प्रेषित करने वाले लोग, घटनाओं और किस्सों को लिखने वाले रचनाकार सूचना संवाहक हैं जो युगों–युगों से मानव जाति को सूचित करते आए हैं। हर युग में सूचना और सूचना संवाहकों का अलग महत्व रहा है। कलयुग तो पूरा का पूरा सूचना के रॉकेट पर सवार है। यहां कुछ घटा नहीं कि सूचना आपके मोबाइल पर। सूचना का प्रवाह निरन्तर प्रवाहित हो यही ईश्वरीय कल्पना है। मानव नित संचार करता रहे यही परमात्मा चाहते हैं, तभी उन्होंने मानव शरीर में पांच इन्द्रियों को केवल सूचना ग्रहण करने अथवा सम्प्रेषित करने के लिए बनाया है और अन्तःव्यैक्तिक संचार अर्थात् ध्यान से छठी इन्द्रि का भान प्राप्त किया जा सकता है, ऐसी व्यवस्था की है। ईश्वरीय संकल्पना है कि सूचना ही मानव है। सूचना ही मानव का विकास अथवा उसके समाज का निर्माण कर करती है। बिना सूचना संचार के मानव, जानवर के समान है, जिसके बारे में भारतीय संविधान रचयिता बाबा साहेब डॉ. भीमराव अम्बेडकर ने कहा है कि "जिस समाज में संचार नहीं वह निर्जीव है" अर्थात् सूचना का संचार ही मानव और उसके समाज को प्राण देता है। संचार और अभिव्यक्ति के इसी महत्व को लोकतन्त्र की रीढ़ कहा गया है। संविधान रचयिता डॉ. भीमराव अम्बेडकर ने संचार और अभिव्यक्ति को भारतीय संविधान में अहम स्थान दिया है।

संचार माध्यमों के विकास के बाद वाक् अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता में उछाल आया है। स्वाधीनता से पूर्व कोई बात कहने पर ग्रहण था लेकिन स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद देश का हर आमोखास स्वयं को अभिव्यक्त करने के लिए स्वतन्त्र था। संचार माध्यमों ने उसकी इस स्वतन्त्रता को दूर से दूर तक पहुंचाने का काम किया है। इन्हीं माध्यमों ने गुलामी से स्वाधीनता का मार्ग प्रशस्त किया और स्वाधीन भारत की नींव रखने में एक अहम भूमिका अदा की। स्वाधीनता प्राप्ति के बाद लगातार इन माध्यमों में तेजी आई। पत्र, पत्रिका, रेडियों और फिर टेलीविजन ने देश को आवाज दी। जहां किसी बात को जन–जन तक पहुंचाने के लिए सभाओं का आयोजन किया जाता था। वहीं अब उन सभाओं को ही नहीं बल्कि एक व्यक्ति विशेष की बातों को भी दूर दराज तक पहुंचाने का काम संचार माध्यमों ने किया है। 1990 के बाद का दौर तो संचार माध्यमों के विकास के लिए मील का पत्थर साबित हुआ। संचार माध्यमों का एक ऐसा दौर आया जब हर तरफ चैनल ही चैनल और सूचनाओं का प्रवाह तीव्र हो गया। विशेषकर समाचारीय प्रवाह की बात करें तो 24 घंटे समाचार देने वाले खबरिया चैनलों की संख्या बढ़ती गई। रेडियो ने नया स्तर प्राप्त कर लिया। पत्र–पत्रिकाओं ने भी अपना तौर तरीका बदल लिया। ऐसे में आर्थशास्त्र का एक नियम है कि जब मांग ज्यादा होती है तो पूर्ति कम पड़ जाती है और जब मांग कम हो पूर्ति ज्यादा हो तो मांगकर्ता चयन करता है। मीडिया या संचार माध्यमों के साथ ऐसा ही हुआ। मांग कम थी लेकिन पूर्ति अधिक हो गई और ऐसे में हर मीडिया संस्थान मांगकर्ताओं को अपनी ओर आकृष्ट करने लगा। प्रतियोगिता बढ़ गई। एक समय था जब पत्र, पत्रिकाओं को पाठक शिद्दत से पढ़ते तथा खरीदते थे लेकिन अब पाठकों के पास रूचि के अनुसार विकल्प मौजूद था। दर्शकों के हाथों में रिमोट था और रिमोट ही चैनलों की साप्ताहिक किस्मत तय करने लगा। रही बात रेडियो की तो रेडियो भी बैंड पर आश्रित हो गया। जिसे जो सुनना है उसी बैंड पर वो चला जाएगा। यह और कुछ नहीं, जन्म दे रहा था प्रतियोगिता से गलाकाट प्रतियोगिता को। हुआ भी ऐसा ही मौजूदा समय उसी गलाकाट प्रतियोगिता का उदाहरण है जो कठघरे में है। कभी सनसनी फैलाने के लिए तो कभी किसी की निजी जिन्दगी में दखल या

ISSN No. 2581-3528

झांकने के लिए। क्योंकि मीडिया अब दायित्व न रह कर व्यवसाय बन चुका है और व्यवसाय का एक ही उद्देश्य होता है– 'मुनाफा'। मुनाफा कमाने के दौड़ में मीडिया ने वो सब कर डाला जिसकी उससे उम्मीद नहीं थी।

26 नवम्बर 2008 की वो रात जो आज भी लोगों के जेहन में ज्यों की त्यों है। वो रात जब देश की आर्थिक राजधानी मुम्बई आतंकी हमले से दहल उठी थी। चारों तरफ अफरा – तफरी का माहौल था। मुम्बई रक्तरंजित हो चुका था। सैकडों बेगुनाहों को आतंकियों ने मौत के घाट उतार डाला। एक तरफ सुरक्षा एजेंसियों का ऑपरेशन चल रहा था तो दूसरी तरफ मीडियाकर्मियों ने मोर्चा सम्भाला हुआ था। हर एक खबरिया चैनल पल–पल की जानकारी दे रहा था। कोई रिपोर्टर छुप कर रिपोर्टिंग कर रहा था तो कोई धमाकों का सीधा प्रसारण कर रहा था। आतंकियों के खिलाफ जारी मुम्बई पुलिस तथा राष्ट्रीय सुरक्षा गार्ड्स के ऑपरेशन की हर योजना एवं गतिविधि का खबरिया चैनल सीधा प्रसारण कर रहे थे जिसका फायदा किसी और को नहीं बल्कि आतंकियों को ही मिल रहा था। दूसरे मुल्क में बैठे आतंकवादियों के आंका चैनल पर दिखाई जा रही सीधी तस्वीरों को देखकर आतंकियों को निर्देश दे रहे थे। ये तथ्य मुम्बई पुलिस ने ही नहीं बल्कि खुफिया एंजेसियों को आतंकियों और उनके आंकाओ के बीच बात को टेप करने के बाद पता चला था कि दूसरे मुल्क में बैठे आतंकियों के आंका मुम्बई में आतंकियों को भारतीय खबरिया चैनलों में प्रसारित खबरों को देखकर तबाही की योजना बता रहे थे। यही नहीं एक खबरिया चैनल ने ऑपरेशन के दौरान ये दावा भी किया कि मुम्बई से एक आतंकवादी ने उसके न्यूज रूम में फोन करके अपने नापाक मंसूबों की जानकारी चैनल को दी थी। इसमें कितनी सच्चाई थी ये तो चैनल प्रबंधन जाने लेकिन दर्शकों के लिए तो ये सोलह आने सच था।

यही नहीं इस आतंकी घटना में खबरिया चैनलों ने मुम्बई के हर रक्तरंजित इलाके को तथा मृत शरीरों को दिखाया। हालांकि मृत शरीर एवं रक्त दिखाना अनैतिक है लेकिन मीडियाकर्मियों एवं चैनलों ने इस घटना की कवरेज करते हुए नैतिकता की हर दहलीज को लांघा। यहां एक उदाहरण देना सही होगा, अमेरिका के वर्ल्ड ट्रेड सेन्टर पर हुए आतंकी हमले को शायद ही कोई भूला होगा। अमरीकी मीडिया ने हमले में मरने वालों के मृत शरीर या उनके रोते बिलखते परिजनों को टीवी पर बिल्कुल नहीं दिखाया था। लेकिन अगर बात करें मुम्बई आतंकी हमले की तो यंहा मृत शरीर ही नहीं बल्कि पुलिसिया कार्रवाही तथा राष्ट्रीय सुरक्षा गार्ड के हर ऑपरेशन तथा योजना का सीधा प्रसारण किया गया। इस उदाहरण से ये सिद्ध होता है कि मीडिया ने मुम्बई आतंकी हमले की कवरेज करते वक्त राज्य की सुरक्षा के खिलाफ काम किया है। यह घटना और मीडिया की कार्यप्रणाली कुछ और नहीं बल्कि भारतीय मीडिया की गैर–जिम्मेदराना तथा अनैतिक पत्रकारिता का सबूत है। यह चाहे कुछ भी हो, यह वो पत्रकारिता नहीं जिसने भारत को स्वाधीनता दिलाने में अहम भूमिका निभाई थी। क्योंकि इस घटना की रिपोर्टिंग करते वक्त मीडियाकर्मियों ने न तो समाज को समझा और न ही राष्ट्र के प्रति अपनी जिम्मेदारियों को। मीडियाकर्मियों ने पाठकों एवं दर्शकों को दिग्भ्रमित किया। साथ ही भ्रमित किया है देश की सुरक्षा एजेंसियों को। मीडियाकर्मियों ने जो लिखा तथा दिखाया, परिणाम पर विचार कतई नहीं किया। जल्दी खबर देने के कारण अशुद्ध और अविवेकशील पत्रकारिता का उदाहरण प्रस्तुत किया है। रही बात लोक सेवा की तो जांच एजेंसियों ने ये माना है कि अगर मीडिया घटना का सीधा प्रसारण न कर रहा होता तो न ही सैकड़ों लोग मारे जाते और न ही मुम्बई को आतंकियों से मुक्त करने में इतना वक्त लगता।

इसी क्रम में एक और उदाहरण उल्लेखनीय है जब वाराणसी में सनसनीखेज वीडियो क्लिप बनाने के लिए खुद पत्रकारों ने विकलांगों को जहर खाने के लिए उकसाया था। ये घटना भारतीय मीडिया का एक ऐसा उदाहरण है जो ये सिद्ध करता है कि मीडिया संवेदनशून्य हो चुका है। मीडिया, खबर के लिए कुछ भी कर सकता है।

दूरदूर्शन ने एक समय जब देर रात व्यस्क फिल्मों का प्रसारण शुरू किया था तो पूरे देश में इस प्रकरण को लेकर तीखी प्रतिक्रिया हुई थी और संसद में सरकार को जवाब देना पड़ा था लेकिन आज सेक्स स्कैंडल को उजागर करने के नाम पर चल रहे स्टिंग आपरेशन, कास्टिंग काउच को कुछ निजी चैनलों का प्रायोजित कार्यक्रम माना जाता है।

2005 में दिल्ली के इन्द्र पुरी इलाके में घटित एक घटना का उल्लेख करना सही होगा। उस समय के स्टार न्यूज चैनल के रिपोर्टर ने हेल्प लाईन पर किसी लड़की की दास्तां सुनी जिसमें वो रिपोर्टर को बिलख–बिलख कर अपनी कहानी बता रही थी कि उसके मौसा उसके साथ बलात्कार करते हैं। रिपोर्टर ने अति उत्साह में सम्पादक को इसकी खबर दी। सम्पादक जी झूम उठे और पूरी टीम पहुंच गई लड़की के घर। लड़की की पूरी दास्तां को हर एंगल से कैमरे में कैद किया गया लेकिन पुलिस को इस घटना की जरा भी खबर नहीं थी। लिहाजा रिपोर्टर ने सम्पादक से आज्ञा पा कर मौसा के खिलाफ रिपोर्ट लिखाने की जिम्मेदारी भी खुद ही ले ली। पुलिस ने आरोप पर रिपोर्ट दर्ज की और चैनल ने ख़बर दिखाई। प्रोमो भी बन गया। पूरे न्यूज चैनल में हडकम्प मच गया। सम्पादक दूसरे रिपोर्टरों को कुछ ऐसा ही सनसनीखेज करने की सीख भी लगातार दे रहे थे और खबर करने वाले रिपोर्टर को शाबाशी दे रहे थे। अति उत्साह में खबर ऑनएयर हो गई। चैनल ने सारा जजमेंट खुद ही दे डाला और मौसा को वहशी दरिंदा, कलयुगी मौसा तक बता डाला और न जाने क्या–क्या कहा। इस खबर का परिणाम ये निकला कि दूसरे दिन ही मौसा और उनकी पत्नी ने आत्महत्या कर ली। यही नहीं सुसाईड नोट में साफ लिखा की "हम चैनल की गलत खबर और आरोपों के कारण आत्महत्या कर रहे हैं, हम बेगुनाह है" पुलिस की तफ्तीश शुरु हुई पता चला की ये लड़की और उसके प्रेमी की साजिश थी जिसको पूरा करने के लिए रिपोर्टर और चैनल को लड़की ने प्रयोग किया। ये उदाहरण कुछ और नहीं बल्कि विवेकशून्यता है, गैर–जिम्मेदाराना रवैया है। गति में मति को भूल कर परिणाम की परवाह नहीं करना है। यही मीडिया ट्रायल है। ये इस अपराध खबर के प्रस्तुतीकरण में मीडिया की न्यायालय समान भूमिका है। मीडिया खुद ही दंडाधिकारी बन बैठा, खुद ही उसने न्याय कर डाला जिसका परिणाम निकला दो बेगुनाह लोगों की मौत।

अब सूचना ईश्वरीय कल्पना नहीं रही वह उस मीडिया मुगल की कल्पना हो चुकी है जो किसी न किसी विचार से प्रभावित है या सूचना में मिलावट कर अपने तरीके से उसे गढ़ता और समाज पर उसे मढ़ता है। न्यायपालिका, कार्यपालिका और विधान परिषद से ऊपर वह खुद को मानने लगा है। स्वयंभू न्यायाधिकारी बन बैठा है। हर व्यक्ति, विचार, घटना का ट्रायल करना उसका पहला दायित्व बनता जा रहा है। ट्रायल ऐसा नहीं है कि हमेशा गलत होगा। कई मरतबा ट्रायल से बेकसूर को दंड से बचाया भी है और कसूरवार को दंड दिलाया है। लेकिन मौजूदा जनमाध्यमों की बात करें तो ट्रायल करना मीडिया मुगलों का मौलिक अधिकार बनता जा रहा है। यहां न्याय चाहने वाले को न्याय दिलाना उद्देश्य नहीं रहा बल्कि न्याय को अपने हित साधकों के लिए प्रभावित करना उद्देश्य हो गया। दिल्ली का निर्भया गैंग रेप कांड शायद ही भुलाया जा सके लेकिन वहीं एक सूचना का विद्यार्थी होते हुए मेरे लिए यह भी भुला पाना मुश्किल है कि एक समाचार चैनल ने तो घटना के चश्मदीद को कुछ ही

शेष पृष्ठ संख्या...39 पर

पत्रकारिता और बाजारवाद

डॉ. भवानी शंकर

किसी भी समाज के विकास और उसे आगे ले जाने के लिए संचार की केंद्रीय भूमिका होती है। भारतीय संदर्भ में संचार की पुरातन परंपरा रही है। प्राचीनकाल से ही मौखिक, सांकेतिक तौर पर समाज में संवाद स्थापित करने की व्यवस्था रही है। समाज के विकास के साथ ही साथ संचार का प्रारूप भी बदला। जहां पहले मौखिक और संकेतों के जरिए संवाद स्थापित किया जाता था वहीं बाद में पत्रों और शिलालेखों के माध्यम से सम्प्रेषण किया जाने लगा। समय के साथ–साथ संचार के स्वरूप में भी बदलाव हुआ।

भारतीय संदर्भ में पत्रकारिता की विधिवत शुरुआत कलकत्ता से होती है। 'सन् 1780 में जेम्स आगस्टस हिकी ने 'बंगाल गजट' या कलकत्ता जरनल एडवरटाइजर शुरु किया। बाद में यह पत्र हिकी गजट के नाम से प्रसिद्ध हुआ। हिकी गजट के प्रकाशन के बाद बंगाल से दूसरे पत्र भी प्रकाशित होने लगे। भारत में हिंदी पत्रकारिता की बात करें तो इसकी शुरुआत 1826 में 'उदन्त मार्तण्ड' से हुई, जिसे पं. युगल किशोर शुक्ल ने कलकत्ता से प्रकाशित किया था। हिंदी पत्रकारिता के साथ ही साथ भाषायी पत्रकारिता इतिहास बहुत ही गौरवशाली रहा है। यहाँ (भारत में) पत्रकारिता ने आजादी की लड़ाई के साथ ही साथ तमाम सामाजिक बदलावों में अपनी सकारात्मक भूमिका का निर्वहन किया है। लेकिन समय के साथ–साथ इससे उद्देश्यों में भी परिवर्तन देखने को मिलता हैं। तमाम बदलाओं के साथ संचार माध्यमों में भी बदलाव आया। प्रेस या मीडिया का मूल उद्देश्य शिक्षा, सूचना और मनोरंजन है। यह संचार का सामाजिक माध्यम है और लोक अभिव्यक्ति का प्रमुख साधन भी है। अगर इतिहास पर गौर करें तो भारतीय मीडिया जन सामान्य की भावनाओं को अभिव्यक्ति देता रहा है और वास्तविकता को सामने लाने के साथ–साथ राष्ट्र–निर्माण में अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह भी किया है।

स्वतंत्र भारत में मीडिया का इतिहास जज्बे से व्यवसाय बनने की कहानी है। वह सादगी के राष्ट्रवाद से चमचमाते पूँजीवाद की यात्रा है। इस दौरान कभी वह सामान्य आर्थिक तंत्र पर खड़ा होकर स्वाधीनता का स्वप्निल आकाश देखता था तो कभी आपातकाल की अँधेरी कोठरी में कैद होकर विद्रोह की योजना बनाता था। वह सामंती युग पर आरोपित हो रहे समाजवाद की सीमाएं स्पष्ट होने के बाद पूँजीवाद में उछल कर प्रवेश करता है और शेयर बाजार में लिस्टिंग कराकर ऊंची उड़ान का स्वप्न देखता है। उसमें पहले देशभक्ति और बलिदान का जज्बा था और आज उसमें कमाई का जज्बा है। वह पहले समाचार के पवित्र धंधे में था और सरकारों के सामने अकड़ कर खड़ा होता था। आज यह विज्ञापन के चालू व्यवसाय में है लेकिन इस यात्रा में उसे कम से कम चार दशक तो लग ही गए। उसे नेहरू के समाजवाद से लड़ना पड़ा तो गांधी के ग्रामोद्योग के दर्शन से भी। अगर महात्मा गांधी ग्राहकों से मिलने वाली सहयोग राशि या मूल्य के आधार पर अखबारों की अर्थव्यवस्था चलाने के हिमायती थे तो जवाहर लाल नेहरू सरकारी सब्सिडी से मिलने वाली जमीनों और विज्ञापनों के आधार पर उन्हें चलवाना चाहते थे।

नेहरू युग में सरकार से तालमेल बिठाकर चलने वाला मीडिया इंदिरा युग में सरकार की आँखों की किरकिरी बनने लगा और आपातकाल में सरकार ने उसकी कमर पर प्रहार किया। उसे झुकने को कहा गया लेकिन वह रेंगने लगा। आपातकाल समाप्त होने के बाद मीडिया न तो अपनी आजादी से समझौते के लिए तैयार था, न ही आर्थिक विकास के लिए सरकार पर निर्भर रहने वाला था। अगर अस्सी का दशक मीडिया की राजनीतिक आजादी का है तो नब्बे और इक्कीसवीं सदी का पहला दशक उसकी आर्थिक आजादी का।

भारत को आजादी विदेशियों के राजनीतिक आधिपत्य से लड़कर हासिल हुई थी, जिसका संबंध विदेशी पूँजी से भी था इसलिए आजाद भारत की सरकार विदेशी पूँजी के प्रवेश को लेकर आशंकित थी और मीडिया में उसकी भागीदारी के पक्ष में नहीं थी। उन्हें उससे देश की संप्रभुता और नागरिकों की आजादी के लिए खतरा दिखाई देता था। यही कारण है कि उन्होंने उसे रोकने के लिए कानून भी बनाए। गांधी का सादगी पूर्ण संवाद का सीधा और सरल सिद्धांत पत्र–उद्योग और मीडिया को लाभकारी बनाए जाने से रोकता था लेकिन नेहरू के समाजवाद और गांधी के ग्रामोद्योग के दर्शन ने भारतीय पूँजीवाद के विकास को धीमा भले किया पर नष्ट नहीं किया। जैसे–जैसे पूँजीवाद बढ़ा वैसे–वैसे समाचार पत्र उद्योग का विकास भी हुआ बल्कि पूँजीवाद ने अपने विकास को गति देने के लिए समाचार पत्र उद्योग और मीडिया को भी विकसित किया। जिस उपभोक्तावाद को स्वाधीनता संग्राम का त्यागी नेतृत्व कोसते हुए रोक रहा था वह हरित क्रांति और सत्तर अस्सी के दशक के औद्योगिक विकास के साथ चारों तरफ छा गया।

सत्तर के दशक का मध्य अगर भारत के समाजवादी सपनों से घनघोर निराशा का समय है तो सरकार और शासक वर्ग की अपनी संस्थाओं के आंतरिक संघर्ष और जनता व मीडिया के साथ सरकार के टकराव का समय भी है। माना जाए तो परोक्ष रूप से यह सरकारी आर्थिक तंत्र और पूँजीवादी अर्थतंत्र के टकराव का भी दौर है। नेहरू युग में सरकार से तालमेल बिठाकर चलने वाला मीडिया इंदिरा युग में सरकार

की आँखों की किरकिरी बनने लगा और आपातकाल में सरकार ने उसकी कमर पर प्रहार किया। उसे झुकने को कहा गया लेकिन वह रेंगने लगा। लेकिन आपातकाल समाप्त होने के बाद मीडिया न तो अपनी आजादी से समझौते के लिए तैयार था, न ही आर्थिक विकास के लिए सरकार पर निर्भर रहने वाला था। अगर अस्सी का दशक मीडिया की राजनीतिक आजादी का है तो नब्बे और इक्कीसवीं सदी का पहला दशक उसकी आर्थिक आजादी का।

अस्सी का दशक कांग्रेस सरकार के खिलाफ तमाम घोटालों को उजागर करने का तो नब्बे का दशक उदारीकरण और उपभोक्तावाद के माध्यम से पूँजी के निर्माण का है। यह दौर बड़े–बड़े घोटालों से लांछित पूँजीवाद के अदम्य उत्साह का भी है। यह दशक राष्ट्रीय और क्षेत्रीय मीडिया के असाधारण विस्तार का है और मीडिया में पैदा हुए रसूख के कारण इस व्यवसाय में उन पूँजीपतियों के आगमन का हैं जिनका यह पुस्तैनी व्यवसाय नहीं रहा है। इस दौरान जहां कस्बों से आगे बढ़कर स्थानीय मीडिया ने अपना आकार बड़ा किया, वहीं बड़े शहरों में नए–नए उद्यमियों के आगमन और प्रौद्योगिकी के तीव्र परिवर्तन से मीडिया शक्ति संपन्न भी हुआ। वह मीडिया जो कभी जन–जीवन में चाय की चुस्की के साथ आता था और चंद मिनटों के बाद नजर से हट जाता था, वह जीवन में कदम–कदम पर खड़ा दिखाई पड़ने लगा।

उदारीकरण ने तमाम सरकारी बंधनों से मुक्त करके व्यापार और बाजार को विस्तार की छूट दी तो उसका लाभ मीडिया को भी मिला। उसने ढीले किए गए नियम कानूनों का लाभ उठाकर जमकर प्रतिस्पर्धा की और अपनी कमाई व प्रसार का विस्तार किया। जिस तरह राजनीति, अर्थतंत्र, शिक्षा, फैशन, उद्योग, व्यापार, चिकित्सा, प्रौद्योगिकी समेत जीवन के हर क्षेत्र पर मीडिया का प्रभाव पड़ा, उसी तरह मीडिया को नियंत्रित करने की चौतरफा कोशिशें भी बढ़ीं। आपातकाल के अनुभवों से चौकस मीडिया अभिव्यक्ति की आजादी पर सरकार की तरफ से सीधा हमला होने पर तो तन कर खड़ा होने लगा लेकिन पूँजी और पद के झिलमिलाते आकर्षण के जाल में भ्रमित होकर फंसता भी गया। उसमें अच्छी पूँजी भी आई और बुरी पूँजी भी। बुरी पूँजी वाले मीडिया तो ध्वस्त होने लगे लेकिन अच्छी पूँजी का मीडिया भी बिकाऊ होने लगा। सरकार नियंत्रण के प्रत्यक्ष कानून तो नहीं बना पाई लेकिन बाजार के अदृश्य हाथ को पकड़ कर सत्ता का अदृश्य हाथ उससे खेलने लगा। यह कानून बनाए बिना मीडिया को नियंत्रित करने का प्रयास है जो उसे एकाधिकार की चपेट में ले रहा है। यह घेराबंदी उसकी विविधता, आंतरिक लोकतंत्र और खबरों की भिन्नता के लिए खतरनाक है। वह कभी बाजारवाद की ग्लैमर की लहर में मीडिया को लपेटता है, कभी धार्मिक अंधविश्वास में। कुछ दशकों में इसकी संरचना (स्ट्रक्चर) काफी तेज़ी से बदली है। आज भारत में यह उद्योग लगभग 65 हजार करोड़ रूपये से भी ज्यादा का है। यह दिन–ब–दिन तेजी से बढ़ ही रहा है।

वर्तमान में आवश्यकता इस बात की है कि मीडिया सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के साथ जनता और सरकार के बीच में एक कड़ी का काम करे तथा लोक–कल्याण की भूमिका निभाए। हमारे समाज में जो वर्षों से शोषित, पीड़ित और लाचार लोग हैं उनकी आवाज को बल प्रदान करे। साथ ही साथ जनता को सही सूचनाएँ प्रदान करे। तभी पत्रकारिता का वह सम्मान हमारे समाज में वापस आ पाएगा जो कभी था।

(लेखक गलगोटिया विश्वविद्यालय, गौतमबुद्ध नगर में सहायक प्रोफेसर हैं)

ISSN No. 2581-3528

एजेंडा सेटिंग की पत्रकारिता

डॉ. मुक्ता मर्तोलिया

लोकतंत्र में एक राजनीतिक प्रहरी के रूप में प्रेस या मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण होती है, इसलिए मीडिया को वॉचडॉग कहा जाता है। मीडिया के प्रभाव को देखकर यह कहना गलत नहीं होगा कि मीडिया आम जनता के मस्तिष्क में विचारों का बीजारोपण करता है। मीडिया में लिखी, दिखाई और सुनाई गई सूचनाओं या खबरों को आम जनता सही मानती है, इसी कारण मीडिया की ज़िम्मेदारी और भूमिका दोनों बढ़ जाते हैं। मीडिया आम जनता के सम्मुख समाचार प्रस्तुत करती है और साथ ही विभिन्न मुद्दों पर राय कायम करने में भी मदद करती है, यही वजह है कि मीडिया की भूमिका 'ओपिनियन लीडर' के तौर पर हो जाती है। मीडिया आम जनता को किसी भी विषय या मुद्दे के भिन्न – भिन्न पहलुओं से अवगत कराकर उस विषय की पूरी जानकारी देने का प्रयास करती है, ताकि आम जनता उस विषय को गहन रूप से समझ कर उस पर विचार करे और अपनी राय बनाये। मीडिया की विभिन्न जिम्मेदारियों में से यह एक महत्वपूर्ण जिम्मेदारी है और जिसके अंतर्गत मीडिया का उत्तरदायित्व बनता है कि वह आम जनता को प्रभावी रूप से किसी भी विशेष मुद्दे की पूर्ण जानकारी दे और उस विषय में उनकी राय और सोच विकसित होने में मदद करे, इस जिम्मेदारी को अक्सर एजेंडा सेटिंग कहा जाता है। किसी मुद्दे पर मीडिया द्वारा सेट किया गया एजेंडा या मीडिया द्वारा चित्रित सूचनाएं या समाचार पाठकों, दर्शकों या श्रोताओं के अंतर्मन या उनकी वास्तविकता की धारणा को गहराई से प्रभावित करती है। जाहिर–सी बात है कि मीडिया जिन मुद्दों को प्राथमिकता देती है, वही जनता की प्राथमिकताएं भी बन जाती है।

'एजेंडा सेटिंग' शब्द और इनकी औपचारिक संकल्पना सबसे पहले वर्ष 1968 मे मैक्सवेल मैक कोंब्स और डोनाल्ड शॉ ने अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव के दौरान की थी, जिसे उन्होंने वर्ष 1972 मे प्रस्तुत किया। तब से अब तक लगभग छह दशकों में मीडिया और 'एजेंडा सेटिंग' में कई नए आयाम भी जुड़ते गए हैं। ऐतिहासिक तौर पर एजेंडा सेटिंग सिद्धांन्त की धारणा अमेरिकी पत्रकार वाल्टर

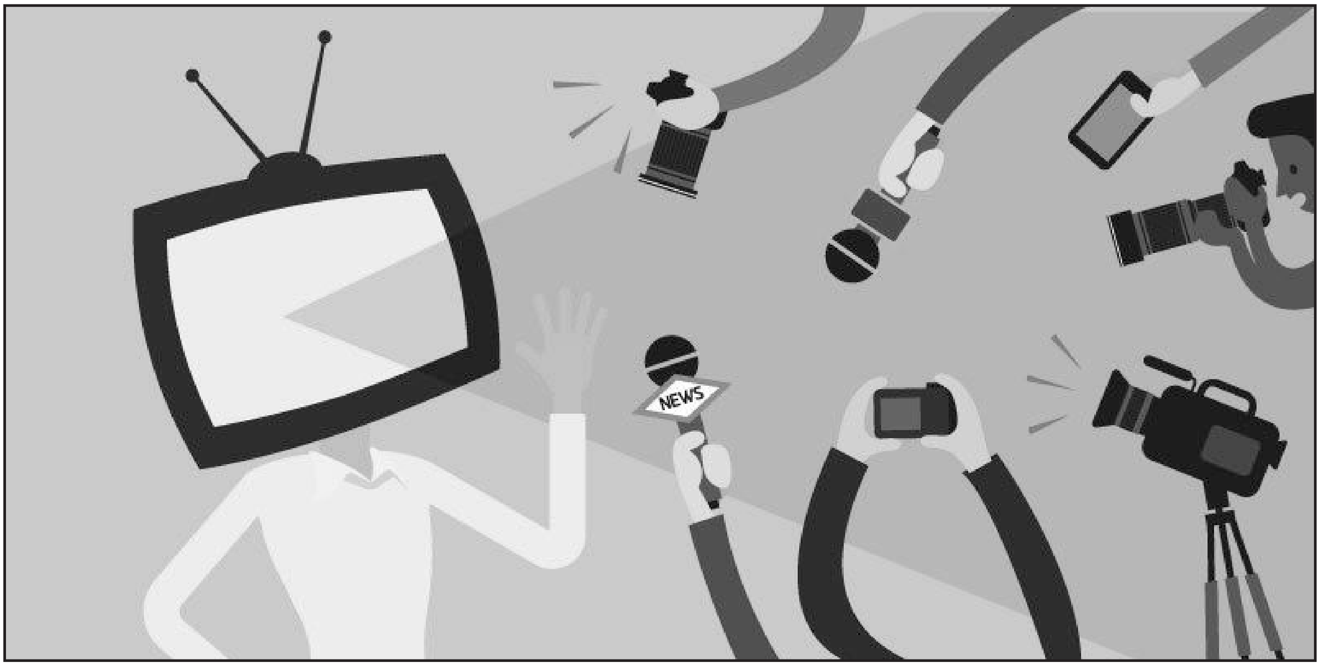
वर्त्तमान में एजेंडा आधारित पत्रकरिता से समूचा मीडिया जगत अपनी नैतिकता, समझदारी और वस्तुनिष्ठा को लेकर सवालों के घेरे में फंस कर रह गया है। आज के दौर में मूल पत्रकारिता में कुछ ऐसी शक्तियों का प्रभाव दिखने लगा है जिनका वास्तविकता में पत्रकारिता से कोई सम्बन्ध नहीं है। इस कारण मीडिया एजेंडा सेटिंग के उस रूप को उजागर कर रहा है, जो पत्रकारिता के मूल सिद्धांत से भिन्न है। यही कारण है कि आज सोशल मीडिया की भूमिका, लोकप्रियता और विश्वसनीयता लगातार बढ़ रही है और मुख्य धारा की मीडिया पर प्रश्न चिन्ह लग रहा है। इस बात से इनकार नहीं किया जा सकता है कि सोशल मीडिया के कारण यह संकट और गहरा गया है, जहाँ तथ्यों की पुष्टि किये बग़ैर तथ्यहीन बातों को खबरों में बदल कर चर्चाओं या विचारों के विषय बन जाते हैं।

लिपमैन ने वर्ष 1922 में अपनी चर्चित पुस्तक 'पब्लिक ओपिनियन' में दी। वाल्टर के अनुसार, "लोग वास्तविक जगत की घटनाओं पर नहीं, बल्कि उस मिथ्या छवि के आधार पर प्रतिक्रिया जाहिर करते है, जो हमारे मस्तिक में बनाई गई है। मीडिया हमारे मस्तिष्क में ऐसी छवि बनाने तथा एक मिथ्या–परिवेश निर्मित करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।"

इसी सन्दर्भ में वर्ष 1963 में बर्नार्ड कोहेन ने कहा, 'प्रेस लोगों को यह बताने में बहुत समय सफल नहीं हो सकता है कि क्या सोचना है, लेकिन यह अपने पाठकों को यह बताने में आश्चर्यजनक रूप से सफल है कि किस बारे में सोचना है'। कोहेन ने यह भी कहा कि 'हो सकता है कि मीडिया लोगों को यह बताने में ज्यादा सफल न हो कि क्या सोचना है.. लेकिन वे लोगों को यह बताने में काफी सफल है कि उन्हें क्या सोचना चाहिए। दुनिया अलग–अलग लोगों के लिए अलग–अलग दिखेगी, जो उनके द्वारा पढ़े जाने वाले समाचार–पत्रों के संपादकों, लेखकों और प्रकाशकों द्वारा तैयार किए गए नक्शों पर निर्भर करता है।' इस सिद्धांत के अनुसार जन माध्यम समाज के मुद्दों को प्रभावित करते हैं। गौरतलब है कि अधिकतर एजेंडा सेटिंग को नकारात्मक रूप में देखा गया है। एजेंडा सेटिंग के जरिये पाठकों, दर्शकों और श्रोताओं के बीच किसी भी मुद्दे को प्रभावी तौर पर रखा जाता है, जिससे पाठक यह सुनिश्चित करते हैं कि कौन सा मुद्दा या उससे जुड़ी कौन–सी जानकारी सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण है। अर्थात् यदि जनता को किसी समाचार को बार–बार और प्रमुखता से दिखाया या बताया जाता है, तो दर्शक उस मुद्दे को अधिक महत्वपूर्ण मानते हैं और यही एजेंडा सेटिंग का मूल है। एजेंडा सेटिंग के तहत, मीडिया द्वारा किसी भी मुद्दे की गंभीरता को दर्शाने का तरीका है, एक निश्चित कहानी का बार–बार प्रसारण करना, जिससे दर्शकों को उस मुद्दे की गंभीरता का एहसास हो।

विश्व के सबसे बड़े लोकतंत्र में भारत की मीडिया को हर समय चुनौती का सामना करना पड़ता है, लोकतंत्र में उसकी भूमिका पर हमेशा सवालिया निशान लगता रहता है और विश्वसनीयता की कसौटी पर कसा जाता है। भारतीय समाचार चैनल के प्राइम टाइम पर जिस तरह से किसी विशेष विषय पर चर्चा की जाती है, एजेंडा सेट किया जाता है, यह भारत जैसे लोकतांत्रिक देश के लिए चिंता का विषय है। जिस प्रकार बड़ी शक्तियों के साथ बड़ी जिम्मेदारियां भी आती हैं, ऐसे में सवाल है कि क्या भारतीय मीडिया एजेंडा सेट कर के

ISSN No. 2581-3528



पाठकों, दर्शकों और श्रोताओं के मनमस्तिष्क को प्रभावित कर उनके विचारों को आकार देती है? यदि ऐसा होता है, तो इस प्रभाव की भूमिका और सीमा क्या है? क्या प्रभाव स्वतंत्र है या परिस्थितियों पर निर्भर है? ये कुछ ऐसे सवाल हैं जिनके जवाब देने के लिए अक्सर मीडिया को शक के दायरे में आना पड़ता है। समाचार बुलेटिन में केवल एक बार दिखाए जाने वाले समाचार की तुलना में अधिक बार और अधिक कवरेज प्राप्त करने वाली किसी भी सूचना या समाचार को अधिक प्रासंगिक और महत्वपूर्ण माना जाता है।

इस एजेंडा सेटिंग फंक्शन के माध्यम से, जन माध्यम विभिन्न प्रकार के मुद्दों और समाचारों को सबसे ऊपर रख कर उन्हें प्रासंगिक और महत्वपूर्ण बनाते हैं । यदि मीडिया की क्षमता को समझा जाए तो मीडिया पाठकों, दर्शकों और श्रोताओं के मस्तिष्क में राजनीतिक और सामाजिक वास्तविकता को आकार दे सकता है। ऐसे में यह समझना जरूरी है कि एजेंडा सेट करना गलत रिपोर्टिंग करने से बिलकुल अलग है।

उदाहरण के तौर पर चुनाव के दौरान, मीडिया संस्थानों से यह अपेक्षा की जाती है कि किसी विशेष राजनीतिक पार्टी की विचारधाराओं या प्राथमिकताओं के विषय में खुलकर बात न करे। हालाँकि, वे किसी उम्मीदवार, पार्टी या किसी मुद्दे में विशेष रुचि दिखा सकते हैं, जो सार्वजनिक हित में हो, परन्तु इस प्रकार किसी विशेष व्यक्ति या पार्टी को केंद्र में रखकर समाचार प्रस्तुत करना ग़लत माना जाता है। मीडिया सार्वजनिक एजेंडे को स्थापित करने और आकार देने में केंद्रीय भूमिका निभाता है जैसे वह मुख्य व्यक्ति, मुद्दे, घटनाएं और विषय जिन्हें समाज और सार्वजनिक हित के लिए महत्वपूर्ण माना जाता है, मीडिया जनता के लिए उन मुद्दों को समझने में मदद कर सकता है, जो उन्हें दृष्टिकोण बनाते समय जानने की अधिक आवश्यकता होती है।

वर्त्तमान में एजेंडा आधारित पत्रकरिता से समूचा मीडिया जगत अपनी नैतिकता, समझदारी और वस्तुनिष्ठा को लेकर सवालों के घेरे में फंस कर रह गया है। आज के दौर में मूल पत्रकारिता में कुछ ऐसी शक्तियों का प्रभाव दिखने लगा है जिनका वास्तविकता में पत्रकारिता से कोई सम्बन्ध नहीं है। इस कारण मीडिया एजेंडा सेटिंग के उस रूप को उजागर कर रहा है, जो पत्रकारिता के मूल सिद्धांत से भिन्न है। यही कारण है कि आज सोशल मीडिया की भूमिका, लोकप्रियता और विश्वसनीयता लगातार बढ़ रही है और मुख्य धारा की मीडिया पर प्रश्न चिह्न लग रहा है। इस बात से इनकार नहीं किया जा सकता है कि सोशल मीडिया के कारण यह संकट और गहरा गया है, जहाँ तथ्यों की पुष्टि किये बग़ैर तथ्यहीन बातों को ख़बरों में बदल कर चर्चाओं या विचारों के विषय बन जाते हैं। यह सच है कि जो मीडिया दिखाता है, समाज उस दायरे में ही सोचने लगता है। इसलिए मीडिया जैसा एजेंडा सेट करती है, पाठक, दर्शक या श्रोता उसी मुद्दे के इर्द–गिर्द अपनी सोच रखते हैं और चर्चाएं कर पाते है। ऐसे में मीडिया और मीडियाकर्मियों की ज़िम्मेदारी विशेष रूप में बढ़ जाती है। विडंबना यह है कि कुछ मीडिया संस्थान और मीडियाकर्मी इस भेड़चाल का हिस्सा बनकर पत्रकारिता के मूल उद्देश्य से भटक रहे हैं, परन्तु यह कहना भी गलत होगा कि सम्पूर्ण मीडिया जगत या सब पत्रकार ऐसा करने लगे हैं। पत्रकारों में एक बड़ा वर्ग ऐसा है जो इस प्रकार की नकारात्मक एजेंडा सेटिंग की पत्रकारिता का समर्थन और पालन नहीं करता है और आज भी पत्रकारिता के मूल सिद्धांतों को समझ एजेंडा सेटिंग की सकारात्मकता को लिए समाज के समक्ष ख़बरों को प्रस्तुत कर जागरूकता फैलाने और विचारों का बीजारोपण करने का काम बखूबी करता है, यह बड़ा वर्ग पत्रकारों की ऐसी खेप है जो पूर्ण निष्ठा और ईमानदारी से अपना कार्य करते हैं। और जब तक देश में ऐसे पत्रकार हैं, पत्रकारिता चाहे कितने सवालों के घेरे में फंस जाये, कितने आक्षेपों में लिप्त हो जाए, लोकतंत्र की जीवंतता और पत्रकारिता का ध्येय सुरक्षित रहेगा।

(लेखिका शारदा विश्वविद्यालय में असिस्टेंट प्रोफेसर है)

न्यूज बनाम फेक न्यूज
विश्वसनीयता पर उठता सवाल

डॉ. श्रद्धा पुरोहित

पत्रकारिता एक ऐसा क्षेत्र है जो किसी भी राष्ट्र के लिए एक आवश्यक व मूलभूत अंग बन चुका है। भारतवर्ष को अंग्रेजी पराधीनता से मुक्ति दिलाने में पत्रकारिता का महत्वपूर्ण योगदान रहा। स्वतंत्रता संघर्ष के अधिकांश नायक पत्रकार थे। वे अपने ओजस्वी विचार जनता तक पहुंचाने के लिए समाचार पत्रों का उपयोग करते थे। विभिन्न समाचार पत्रों में इन नायकों के विचार पढ़ना व पढ़कर सुनाना देशभक्ति का एक महत्वपूर्ण कार्य माना जाता था। उस समय इन राष्ट्र नायकों द्वारा लिखे गए लेखों के लिए उन्हें कोई धन प्राप्त नहीं होता था अपितु यह कार्य वे राष्ट्रहित में समर्पित भाव से करते थे। वे पत्रकार देशवासियों के लिए आदरणीय, पूजनीय थे। गणेश शंकर विद्यार्थी, मुंशी प्रेमचंद, लाला लाजपत राय, लोकमान्य तिलक, लाला हरदयाल इत्यादि कुछ ऐसे नाम हैं जिन्होंने पत्रकारिता को पुनीत मानव सेवा का श्रेष्ठ साधन सिद्ध किया था। किंतु आज पत्रकारिता एक बड़ा व्यवसायिक क्षेत्र है जिसमें असीमित धनार्जन की संभावनाएं हैं। धनार्जन की इस होड़ में मीडिया तंत्र द्वारा अपनी शक्ति का पूरा दुरुपयोग किया जा रहा है और न्यूज के स्थान पर फेक न्यूज का व्यापार विभिन्न मीडिया कर्मियों व न्यूज ऑर्गेनाइजेशंस को अधिक सुविधाजनक प्रतीत होता है। अधिकांशतः समाचार संस्थान किसी ना किसी राजनीतिक दल या विचारधारा के समर्थक या विरोधी है जो पत्रकारिता की नैतिकता का सार्वजनिक उल्लंघन है। इन संस्थानों द्वारा अपने समर्थक के हित व उनके विरोधियों के विरोध में कई बार ऐसा वातावरण निर्मित किया जाता है कि हिंसा तक की संभावनाएं निर्मित हो जाती है। वर्तमान में परंपरागत संस्थानों के अतिरिक्त सोशल मीडिया, डिजिटल प्लेटफॉर्म सबसे अधिक प्रभावी है जिसमें अलग–अलग विचारधारा, मत–मतांतर व राजनीतिक दलों के लोग व्यापक स्तर पर फेक न्यूज प्रचारित कर अपने विरोधियों के विरुद्ध वातावरण निर्मित करते हैं। देश के भीतर अनेकों ऐसी घटनाएं हुई हैं जहां सोशल मीडिया के फेक न्यूज के कारण हिंसा की स्थिति उत्पन्न हुई।

कुछ समय पूर्व 'आप' सुप्रीमो अरविंद केजरीवाल ने दिवंगत अरुण जेटली जी पर दिल्ली जिला क्रिकेट एसोसिएशन में भ्रष्टाचार का आरोप लगाया था और सोशल मीडिया पर इसे खूब प्रचारित भी किया। भाजपा के दिवंगत नेता ने उस समय आप सुप्रीमो केजरीवाल के विरुद्ध 10 करोड़ की मानहानि की याचिका दायर कर दी थी और जाने–माने दिवंगत अधिवक्ता राम जेठमलानी को अपना अधिवक्ता बनाया था जिसके पश्चात अरविंद केजरीवाल ने भाजपा नेता से बिना अनुबंध सार्वजनिक क्षमा मांगी थी। जी न्यूज पर नोटबंदी के पश्चात एक समाचार बताया गया था कि नए 2000 के नोटों में एक जीपीएस चिप लगी है और यदि कोई इन नोटों का अवैध संग्रह करता है तो सरकार जीपीएस ट्रैकर द्वारा सरलता से कार्यवाही कर पाएगी। इस विषय पर विवाद बढ़ा तो सरकार ने सदन में स्पष्ट किया कि नोटों में ऐसी कोई चिप नहीं है। जी न्यूज ने भी अपने इस समाचार पर खेद व्यक्त किया। पत्रकार अजीत अंजुम द्वारा अरविंद केजरीवाल के साथ मनचाहे न्यूज के प्रसारण की वार्ता के वीडियो का वायरल हुआ। जनवरी 2021 में इंडिया टुडे के प्रसिद्ध पत्रकार राजदीप सरदेसाई ने ट्वीट करके यह दावा किया था कि दिल्ली दंगों में शामिल नवरीत नाम के व्यक्ति की मृत्यु पुलिस की गोली से हुई थी जबकि दिल्ली पुलिस द्वारा जारी वीडियो में यह सिद्ध हो गया था कि नवरीत की मृत्यु उसके ट्रैक्टर द्वारा पुलिस बेरीकेट्स को टक्कर मारने से हुई थी जिसके कारण इंडिया टुडे ने सरदेसाई को 2 सप्ताह के लिए निलंबित कर दिया था।

अब हम फेक न्यूज से संबंधित एक ऐसी घटना का वर्णन करेंगे जिसे सुनकर आपको राजनीति के निम्नतम स्तर का ज्ञान होगा और संभवतः इस घटना से परिचित होने के पश्चात आपको राजनीति से घृणा हो जाए। वर्ष 2008, 26/11 में देश की आर्थिक राजधानी मुंबई में 10 पाकिस्तानी आतंकवादियों ने पशुता का ऐसा घृणित प्रदर्शन किया कि मानवता कराह उठी। जल मार्ग से मुंबई में प्रवेश करके इन कायरों ने निहत्थे, निर्दोष मनुष्यों की नृशंस हत्याएं की। महिलाओं, बच्चों, वृद्ध किसी पर इन लोगों ने दया प्रदर्शित नहीं की। जब तक इनकी बंदूकों में गोलियां थी मृत्यु का घनघोर तांडव मचा रहा। यह भारत की तत्कालीन कांग्रेस नेतृत्व वाले संयुक्त प्रगतिशील गठबंधन की सरकार, गृह मंत्रालय व गुप्तचर संस्थाओं की बहुत बड़ी विफलता थी। यह सारे जिहादी आतंकवादी पाकिस्तान के आतंकवादी संगठन जैश–ए–मोहम्मद के आतंकवादी थे। मुंबई

रेलवे स्टेशन शिवाजी टर्मिनल, नरीमन हाउस, ओबेरॉय ट्राइडेंट व विश्व प्रसिद्ध ताज होटल पर इन पिशाचों ने कायरता का घिनौना प्रदर्शन किया। अंततः एनएसजी कमांडोज ने नौ जिहादी भेड़ियों को यमलोक पहुंचाया। एक आतंकवादी अजमल कसाब को एसआई तुकाराम ओंबले ने अपना बलिदान देकर जीवित पकड़ा था। मुंबई में हुए आतंकी हमले पर केंद्र सरकार द्वारा अपनी विफलता की समीक्षा, विश्लेषण, प्रतिक्रिया की ठोस योजना व कार्यवाही के स्थान पर आरोप–प्रत्यारोप का घृणित खेल आरंभ हुआ। कांग्रेस के चहेते पत्रकार अजीज बर्नी, जो उस समय 'रोजनामा राष्ट्रीय सहारा' बज्म ए सहारा, आलमी सहारा प्रकाशनों के समूह संपादक थे, ने मुंबई आतंकवादी हमले पर पाकिस्तान को क्लीन चिट देते हुए राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ को इसका उत्तरदाई ठहराया। उसने '26/11 आर एस एस की साजिश' नाम से एक पुस्तक प्रकाशित की थी जिसके दिल्ली व मुंबई के विमोचन कार्यक्रम में कांग्रेस के दिग्गज नेता दिग्विजय सिंह उपस्थित थे। इस पुस्तक में उसके उर्दू समाचार पत्र में प्रकाशित सैकड़ों संपादकीय व लेख थे। बर्नी का अभियोग था कि आर एस एस की इस साजिश में अमेरिकी गुप्तचर संस्था सीआईए व इजराइली गुप्तचर संस्था मोसाद ने भी भूमिका निभाई है। बर्नी के कांग्रेस से निकटतम संबंध है। पूर्व प्रधानमंत्री मनमोहन सिंह से उसके मैत्रीपूर्ण संबंध थे। वर्ष 2007 में तत्कालीन प्रधानमंत्री मनमोहन सिंह ने अजीज बर्नी को उर्दू समाचार पत्र रोजनामा राष्ट्रीय सहारा के लिए उत्कृष्ट अवार्ड दिया था। वह वर्ष 2009 में डॉ मनमोहन सिंह के फ्रांस और मिस्र दौरे के दौरान प्रतिनिधिमंडल में शामिल होकर गया था। मुंबई आतंकवादी घटना को लेकर बर्नी का यह प्रोपगेंडा अधिक दिन नहीं चल सका। वर्ष 2009 के अगस्त में उसे राष्ट्र विरोधी लेख लिखने के लिए सत्र न्यायालय में घसीटा गया। अपने लेखों में उसने मुंबई आतंकी घटना के लिए संघ को उत्तरदाई ठहराते हुए कई विवादित व मनगढ़ंत आधारहीन बातें लिखी थी। उसके विरुद्ध मुंबई के एक सामाजिक कार्यकर्ता विनय जोशी ने शिकायत की थी लगभग 1 वर्ष पश्चात उसने संघ पर लगाए गए मनगढंत अभियोगों के लिए क्षमा मांगी थी क्योंकि न्यायालय में यह सिद्ध हो चुका था कि बर्नी द्वारा लगाए गए सारे अभियोग विद्वेष, घृणा व राजनीतिक स्वार्थ से प्रेरित आधारहीन थे। साथ ही जांच में यह सिद्ध हो चुका था कि इस आतंकी घटना का उत्तरदायी केवल और केवल पाकिस्तान है।

प्रसिद्ध पत्रकार राजदीप सरदेसाई ने ट्वीट करके यह दावा किया था कि दिल्ली दंगों में शामिल नवरीत नाम के व्यक्ति की मृत्यु पुलिस की गोली से हुई थी जबकि दिल्ली पुलिस द्वारा जारी वीडियो में यह सिद्ध हो गया था कि नवरीत की मृत्यु उसके ट्रैक्टर द्वारा पुलिस बेरीकेट्स को टक्कर मारने से हुई थी।

उपर्युक्त उदाहरण प्रदर्शित करते हैं कि धनार्जन की होड़ में फेक न्यूज का व्यापार चरम पर है और इस होड़ ने पत्रकारिता के लिए आवश्यक नैतिक मूल्यों का सत्यानाश कर दिया है। समाचार तंत्र की विश्वसनीयता संदेह के घेरे में है। भ्रामक दुष्प्रचार की इस बुराई में पत्रकारों के साथ–साथ जनमानस का भी उतना ही योगदान है। इसके कुछ उदाहरण यहां पर हम प्रस्तुत करेंगे। 2012 के पूर्व सोशल मीडिया पर एक संदेश वायरल किया जा रहा था जिसमें यह दावा किया गया था कि 2012 में महाप्रलय होगा जिसमें यह संसार मिट जाएगा किंतु 2012 वैसे ही आया जैसे अन्य वर्ष आते हैं और चले जाते हैं किंतु प्रलय का आज तक कोई अता पता नहीं है। कोरोना संक्रमण के समय पाकिस्तान के एक मौलाना ने सार्वजनिक रूप से यह घोषणा की थी कि यह कोरोना काफिरों पर अल्लाह का कहर है जबकि ऐसा दावा करने वाला वह मौलाना कुछ समय पश्चात स्वयं भी कोरोना से पीड़ित हुआ तथा वैज्ञानिक शोध द्वारा इस प्रकार के सभी पाखंडों का खंडन हो चुका है और यह स्पष्ट हो चुका है कि कोरोना असावधानी रखने वाले किसी भी मत, मतांतर या मजहब के व्यक्ति को संक्रमित कर सकता है। सोशल मीडिया पर इस प्रकार के भ्रामक समाचारों के नियंत्रण हेतु सरकार ने नियम बनाए हैं किंतु कठोरता से पालन नहीं होने के कारण ऐसी गतिविधियाँ निरंतर निर्बाध जारी है। सोशल मीडिया पर कोई भी संदेश फॉरवर्ड करने से पहले जनता को अपना दायित्व समझना होगा कि उनके द्वारा प्रसारित किए जा रहे इस प्रकार के समाचारों का क्या दुष्प्रभाव हो सकता है। लोकतंत्र को सशक्त व दीर्घकालिक रखने हेतु पत्रकारिता में सुचिता के स्थापन्न का दायित्व पत्रकार बंधुओं को निभाना होगा क्योंकि यदि फेक न्यूज का व्यापार यूं ही चलता रहा तो सत्य पर भी जनता विश्वास नहीं कर पाएगी और समाचार जगत को अपने अस्तित्व के लिए भी संघर्ष करना पड़ सकता है।

(लेखिका नोएडा इंटरनेशनल विश्वविद्यालय में एसोसिएट प्रोफेसर है)

केशव संवाद

केशव संवाद मासिक पत्रिका के डिजिटल प्लेटफॉर्म से जुड़ें एवं केशव संवाद को सोशल मीडिया पर FOLLOW करें।

FACEBOOK

Keshav Samvad @keshavsamvad @KeshavSamvad samvadkeshav

ISSN No. 2581-3528

महिला नेतृत्व एंवं भारतीय पत्रकारिता

मोहित कुमार

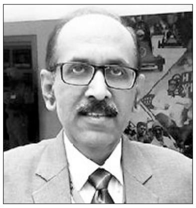
भारत की आजादी ने राजनीतिक क्षेत्र के साथ ही साथ सामाजिक व सांस्कृतिक क्षेत्रों में भी व्यापक परिवर्तन प्रतिस्थापित किया है। बदलते भारत में महिलाएं प्रखरता से उभरकर नया कीर्तिमान स्थापित कर रही हैं। आधुनिक काल में तस्वीर बदलती देखी जा सकती है, महिला शक्ति उभरकर प्रत्येक क्षेत्र में प्रखरता का झंडा फहरा रही हैं। स्वातंत्र्योत्तर भारत में पत्रकारिता के प्रचलित साधनों– रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र, पत्रिका आदि ने महिलाओं के मुद्दों के प्रति जागृति फैलाकर, उन्हें सशक्त बनाने में भी महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा की है। विचारधारा और नजरिए का फर्क है, महिला शक्ति आत्मविश्वास कायम रखती है। उनका लक्ष्य हमेशा प्रचंड रहता है। नारी ने जो ठान लिया उस कार्य से असंभव नाम समाप्त हो जाता है। दरअसल पुरुष और महिलाओं में फर्क स्थापित करने वाले गलत है, क्योंकि बौद्धता कर्मठता पर आधारित होती है। रामचरित में लिखा है, "कर्म प्रधान विश्व रचि राखा, जो जस करहि सो तस फल चाखा" सामान्यतः महिला पत्रकारिता को लेकर यह आम धारणा बन जाती है कि इनमें मुख्य रूप से खान–पान, सौन्दर्य, घरेलू हिंसा, दहेज–प्रताड़ना, बलात्कार, कन्या–भ्रूण हत्या आदि मामलों को ही महत्त्व दिया जाता है और इन सब से अलग महिला विकास के मुद्दों को ज्यादा महत्त्व नहीं दिया जाता है। भारत में महिलाओं की स्थिति ने पिछली कुछ सदियों में कई बड़े बदलावों का सामना किया है। प्राचीन काल में पुरुषों के साथ बराबरी की स्थिति से लेकर मध्ययुगीन काल के निम्न स्तरीय जीवन और साथ ही कई सुधारकों द्वारा समान अधिकारों को बढ़ावा दिए जाने तक, भारत में महिलाओं का इतिहास काफी गतिशील रहा है। आधुनिक भारत में महिलाएं राष्ट्रपति, प्रधानमंत्री, लोकसभा अध्यक्ष, प्रतिपक्ष की नेता आदि जैसे शीर्ष पदों पर आसीन हुई हैं। भारत में महिलाओं की स्थिति सदैव एक समान नहीं रही है। इसमें युगानुरूप परिवर्तन होते रहे हैं। उनकी स्थिति में वैदिक युग से लेकर आधुनिक काल तक अनेक उतार–चढ़ाव आते रहे हैं, तथा उनके अधिकारों में तदनुरूप बदलाव भी होते रहे हैं। वैदिक युग में स्त्रियों की स्थिति सुदृढ़ थी, परिवार तथा समाज में उन्हे सम्मान प्राप्त था। उनको शिक्षा का अधिकार प्राप्त था। सम्पत्ति में उनको बराबरी का हक था। सभा व समितियों में से स्वतंत्रतापूर्वक भाग लेती थी तथापि ऋग्वेद में कुछ ऐसी उक्तियां भी हैं जो महिलाओं के विरोध में दिखाई पड़ती हैं। ऋग्वेद के अन्य कथन में स्त्रियों को दास की सेना का अस्त्र–शस्त्र कहा गया है। स्पष्ट है कि वैदिक काल में भी कहीं न कहीं महिलायें

नीची दृष्टि से देखी जाती थीं। फिर भी हिन्दू जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में वह समान रूप से आदर और प्रतिष्ठित थीं। शिक्षा, धर्म, व्यक्तित्व और सामाजिक विकास में उसका महान योगदान था। संस्थानिक रूप से स्त्रियों की अवनति उत्तर वैदिककाल से शुरू हुई। उन पर अनेक प्रकार के निर्योग्यताओं का आरोपण कर दिया गया। उनके लिए निन्दनीय शब्दों का प्रयोग होने लगा। उनकी स्वतंत्रता और उन्मुक्तता पर अनेक प्रकार के अंकुश लगाये जाने लगे। नारी के सम्बन्ध में मनु का कथन "यत्र नार्यस्तु पूज्यन्ते रमन्ते तत्र देवता", भी दृष्टव्य है। वस्तुतः यह समस्या प्राचीनकाल से रही है। इसमें धर्म, संस्कृति साहित्य, परम्परा, रीतिरिवाज और शास्त्र को कारण माना गया है। भारतीय दृष्टि से इस पर विचार करने की जरूरत है। भारतीय मनीषा समानाधिकार, समानता, प्रतियोगिता की बात नहीं करती वह सहयोगिता, सहधर्मिती, सहचारिता की बात करती है। इसी से परस्पर सन्तुलन स्थापित हो सकता है।

इंडियन इंस्टिटियूट ऑफ मास कम्युनिकेशन और इंस्टीट्यूट फॉर स्टडीज इन सोशल डेवलमेंट ने मार्च, 2020 में 2 भाग का शोध ग्रंथ जारी किया जिसका शीर्षक है– 'विमेन फॉर चेंज' भारतीय पत्रकारिता में महिला भागीदारी पर यह शोध दिखाता है कि 1960 से महिलाओं ने पत्रकारिता जगत में कदम रखना प्रखरता से प्रारंभ किया। वहीं 1980 में महिलाओं का विस्तारवादी स्वरूप उभरकर सामने आया। आधुनिक पत्रकारिता में महिलाओं की भागीदारी 43 फीसदी पहुंच गई है। इसमें स्पष्टीकरण किया गया तो पाया गया कि शादी के बाद 56 फीसदी महिलाओं को पत्रकारिता से कुर्बानी देनी पड़ती है। शादी के बाद महिलाओं को घर से ऑफिस तक गंभीर चुनौतियों से गुजरना पड़ता है। परिवार की देखरेख के साथ समयानुसार ऑफिस के कार्यभार को संभालना बेदह मुश्किल से भरा सफर होता है। मीडिया शोध में बताया गया कि आधुनिक मीडिया में महिला स्वर प्रखरता से उभरा और फील्ड कवरेज में 7 फीसदी महिलाएं, एंकर 13 फीसदी महिलाएं व ऑफिस में 17 फीसदी महिलाएं अपनी भागीदारी कर रही हैं। भारतीय मीडिया प्रोडक्शन का मालिकाना हक निर्वाहन करने में 185 पुरुष और 2 महिलाएं दर्ज की गई है। वहीं, प्रिंट में पुरुष की भागीदारी 86 फीसदी और महिलाओं की 14 फीसदी, अंग्रेजी प्रिंट में 84 फीसदी पुरुष और 16 फीसदी महिलाएं सहभागिता निभा रही हैं। टेलिविजन मीडिया में 79 फीसदी पुरुष और 21 फीसदी महिलाएं सहभागिता निभा रही हैं। अंग्रेजी टेलिविजन में 61 फीसदी पुरुष और 39 फीसदी महिलाएं प्रतिभागी हैं। संपादकों में बात की जाए तो पुरुष संपादक 185 से अधिक है, जबकि महिलाओं में मुख्य टेलिविजन संपादक 2 हिंदी प्रिंट 1, अंग्रेजी प्रिंट 1, हिंदी टेलिविजन में 2, अंग्रेजी टीवी में 1 व प्रमुख संपादक 2 हैं, अनुमानित संख्या में इजाफा भी हो रहा है। महिलाओं की भागीदारी दिनप्रतिदिन नए पायदान पर श्रेष्ठता से खड़ी हो रही है। **(लेखक आईआईएमटी कॉलेज ऑफ मैनेजमेंट ग्रेटर नोएडा में पत्रकारिता एवं जनसंचार संकाय के छात्र हैं)**

ISSN No. 2581-3528

मोबाइल पत्रकारिता के बढ़ते कदम



प्रो. (डॉ.) राज मिश्रा

आधुनिक समय में स्मार्ट फोन जनसंचार के नए उपकरण बन गए हैं। तकनीकी विकास को देखते हुए आने वाले समय में मोबाइल पत्रकारिता स्थापित पत्रकारिता के साधनों के लिए बड़ी चुनौती बनने वाली है। इस साल के अंत तक देश में 5G के आने के साथ ही डाटा की स्पीड 20 गुना ज्यादा हो जाएगी। ऐसे में यह कल्पना की जा सकती है कि मोबाइल पत्रकारिता कितनी ताकतवर हो जाएगी।

मोबाइल फोन तकनीक की शुरुआत के बाद हमारे देश में बढ़ती आबादी को देखते हुए इसके साथ ही संख्या में जबरदस्त बढ़ोतरी होने की संभावना है। उद्योग, व्यापार, शिक्षा और मनोरंजन के बिना जीवन की कल्पना नहीं की जा सकती। इस क्रांतिकारी जनसंचार माध्यम ने पूरे विश्व को एक ग्लोबल विलेज या वैश्विक गांव में तब्दील कर दिया है। इस माध्यम की वजह से समय और भौगोलिक सीमाएं टूट गई हैं। भारत में रिपोर्ट भेजने या फिर सूचना के आदान–प्रदान, चित्रों और विडियो के सजीव प्रसारण, मनोरंजन, समाचार पत्र आदि सभी क्षेत्रों में मोबाइल पत्रकारिता ने एक मजबूत और आसान हथियार का शक्ल ले लिया है।

मोबाइल पत्रकारिता का प्रचलन 2005 की शुरूआत में अमेरिका में देखने को मिला और उसे एक नया नाम दिया गया "मोजो"। दरअसल अमेरिकी मीडिया समूह फोर्ट मायर्स न्यूज प्रेस और गजट समाचार–पत्र ने मोबाइल जर्नलिजिम को संक्षिप्त कर इसे "मोजो" कहना शुरू कर दिया, जो धीरे–धीरे प्रचलन में आ गया। वर्ष 2007 में लॉस मीडिया ने अपने संवाददाताओं के लिए एक विशेष किट का गठन किया, इस किट में नोकिया का फोन एक छोटा ट्राईपोर्ट, एक वायरलेस कीपैड, एक सौर ऊर्जा चालित चार्जर और एक माइक्रोफोन शामिल था। संवाददाताओं ने इस किट का प्रयोग बीजिग ओलंपिक में किया जो कुछ हद तक काफी सफल रहा। समाचार के संप्रेषण में इन्हें चीन में प्रतिबंधित नेटवर्क का सामना करना पड़ा। इस कारण जैसी उम्मीद थी उस गति से समाचार रॉयटर्स के हेड क्वार्टर तक नहीं पहुंच पाए।

वर्ष 2007 में ही जर्मन समाचार–पत्र दाइवे (Die Welt) के लिए एक महिला पत्रकार ने मोबाइल सेटेलाइट फोन का प्रयोग कर एक रेस को कवर किया।

इसके साथ ही मोबाइल पत्रकारों को ध्यान में रखते हुए मोबाइल फोन विकसित किए जाने लगे। इस क्षेत्र में सबसे ज्यादा काम नोकिया कम्पनी ने किया और उन्होंने ऐसा हैंड सेट प्रस्तुत किया जिससे फील्ड रिपोर्ट आसानी से कवर की जा सके और उसे मुख्यालय तक भेजा जा सके। इसका सुगमता और सरलता का परिणाम यह हुआ कि मोबाइल पत्रकारिता का एक नया पहलू जिसे नागरिक पत्रकारिता का नाम दिया गया। इस पत्रिकारिता के जरिए किसी भी सामाजिक आंदोलन, घटना या आयोजन को कोई भी व्यक्ति मोबाइल में कैद करके अपने किसी जानने वाले मीडिया समूह के संवाददाता के साथ साझा कर सकता था। इस तरह के समाचार आपको आजकल लगभग हर चैनल पर देखने को मिल जाएंगे।

वर्ष 2008 में ऑस्ट्रेलिया की राष्ट्रीय समाचार एजेंसी, ऑस्ट्रेलियन एसोसिएटेड प्रेस ने मोबाइल पत्रकारिता को स्वीकृति दी और अपने सभी संवाददाताओं को इस विधा में प्रशिक्षित करना शुरू किया। वर्ष 2011 में लंदन के कई क्षेत्रों में भड़के दंगों को कवरेज भी स्मार्टफोन के जरिए किया गया। 2015 में ऑस्ट्रेलिया के जंगली क्षेत्रों में लगी भीषण आग का कवरेज भी मोबाइल फोन के जरिए किया गया। नेपाल में आए भूकंप का कवरेज बीबीसी ने मोबाइल फोन के जरिए ही किया था।

अगर भारत की बात करें तो स्मार्टफोन के माध्यम से सोशल मीडिया उपयोग करने वाले उपयोगकर्ताओं की संख्या 2015 में जहां 19.13 प्रतिशत थी, वहीं वर्ष 2020 में यह बढ़कर 50.4 प्रतिशत तक पहुंच गई। एक अनुमान के अनुसार 2025 में भारत की कुल जनसंख्या का 67 प्रतिशत उपयोगकर्ता सोशल मीडिया समूह से जुड़े होंगे। इस बढ़ते उपयोग का अंदाज इन आँकड़ों से लगाया जा सकता है कि सोशल मीडिया का प्रयोग किस कदर लोकप्रिय होता जा रहा है और यह लोकप्रियता के लिए एक शुभ संकेत के रूप में देखा जा सकता है। भारत में एनडीटीवी ने सबसे पहले मोबाइल पत्रकारिता की शुरुआत की थी।

बीबीसी के प्रमुख प्रशिक्षक और परामर्शदाता मार्शल का मानना है कि आने वाले समय में पत्रकार स्मार्टफोन पर निर्भर हो जाएगें और स्पर्धा में बने रहने के लिए दुनिया भर के समाचार–पत्र अपने–अपने को विकसित कर रहे हैं जिसका लाभ आखिरकार पाठक और दर्शकों को ही मिलेगा।

लेकिन इसके साथ ही एक बात को हमेशा ध्यान में रखा जाना चाहिए कि जनसंचार की तकनीकी विकसित होती जाएगी और इसके उपयोग की संभावना बढ़ती जाएगी। फिलहाल की स्थिति पर नजर डालें तो पाएंगे कि दुनिया भर में मोबाइल व्यवसायिक गतिविधियों का केंद्र बन गया है और इसने पारंपरिक मीडिया के विज्ञापनों का बड़ा हिस्सा हड़प लिया है। एलाइड मार्केट रिसर्च, अमेरिकी शोध संस्थान के एक अध्ययन के अनुसार 2017 में मोबाइल फोन विज्ञापन का बाजार जहां 69 मिलियन डॉलर के आस पास था, वह बढ़कर 2022 में 243 मिलियन डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है।

इसके साथ ही एक चीज और ध्यान में रखने की है कि तकनीक पर स्मार्टफोन सुलभ होने से नागरिक पत्रकारिता का चलन बेहद आम होता जा रहा है और इस तरह की सामग्री की विश्वसनीयता कम होती जा रही है। यहां पर ध्यान देने वाली बात एक और भी है कि मोबाइल पत्रकारिता से मीडिया उद्योग तो संपन्न होता जाएगा लेकिन क्या रोजगार के अवसर भी उसी अनुपात में बढ़ेंगे। हर रोज नए आने वाले यूट्यूब चैनल और संचार के अन्य माध्यमों की वजह से लोगों की मांग तो बढ़ेगी, लेकिन अब मीडिया के क्षेत्र में वाइट कॉलर जॉब की गुंजाइश नहीं के बराबर रह जाएगी यानी कि यदि आप तकनीकी रूप से सक्षम नहीं हैं, हर रोज बदलती तकनीक से आपकी दोस्ती नहीं है, कंप्यूटर के उपयोग में आप माहिर नहीं है या फिर किसी भी क्षेत्र में दक्ष नहीं है तो मीडिया के इस बदलते विकास में आपकी हिस्सेदारी बहुत कम हो जाएगी और एक दिन आप बेरोजगार होंगे।

(लेखक आईएमएस, नोएडा के मीडिया एवं जनसंचार संकाय में प्रोफेसर हैं)

ISSN No. 2581-3528

भविष्य की पत्रकारिता में नैतिकता

डॉ. योगेन्द्र कुमार पाण्डेय

लोगों में सूचनाओं को प्राप्त करने की भूख, उसकी जिज्ञासु पवृत्ति ने पत्रकारिता को और उन्नत व जरूरी अवयव बना दिया है। यह समय के साथ और भी सशक्त होता जायेगा। पत्रकारिता का स्वरूप भले ही बदल जाये, लेकिन उसका कार्य नहीं बदलेगा। अभी तक के इतिहास से यह समझा जा सकता है। प्रिंट मीडिया में भले ही गिरावट दर्ज की जा रही हो, लेकिन विश्वसनीयता के मामले में इसे आज भी प्रमुखता से ही देखा जा सकता है। मीडिया के किसी भी प्लेटफार्म पर आयी सूचना को जब तक अगले दिन छपने वाले अखबार से पुष्ट नहीं किया जाता, तब तक सूचनाओं की विश्वसनीयता पर मुहर नहीं लगती है। अब तक के इतिहास पर नजर डालें तो मीडिया के बारे में यह देखने को मिला है कि खबरों की विश्वसनीयता ही किसी मीडिया की महत्ता को कायम रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं और यह विश्वसनीयता उसके नैतिक मानदंडों के आधार पर ही दर्ज की जाती है।

वर्तमान में देश में पत्रकारिता का दायरा बहुत तेजी से बढ़ा है। पत्रकारिता की मुख्य धुरी समाचार–पत्रों को माना जाता है और प्रशिक्षण में भी पत्रकारिता के इतिहास की वास्तविक शुरूआत 29 जनवरी, 1780 को बंगाल गजेट से की जाती है, जो कि एक समाचार–पत्र ही था। समाचार–पत्रों ने पत्रकारिता को नई पहचान दी और आजादी की लड़ाई में एक प्रमुख हथियार के रूप में इस्तेमाल किया गया। इस संदर्भ में अकबर इलाहाबादी का अखबार के बारे में यह कथन कि ''खींचो न कमानों को न तलवार निकालो, जब तोप मुक़ाबिल हो तो अख़बार निकालो'' बिल्कुल सटीक बैठता है। अखबार में वह ताकत थी कि ब्रिटिश हुकूमत जिसके बारे में यह कहा जाता था कि वहां कभी सूर्य नहीं डूबता है, की भी चूलें हिल गईं थीं। अखबारों के तेवर पर नकेल कसने के लिए न जाने कितने कानून बनाये गये। तमाम अखबारों पर कार्रवाईयां की गईं। परंतु अखबार न सिर्फ जिन्दा रहे, बल्कि और मजबूती से उभर कर सामने आये। अखबारों और पत्रिकाओं ने न केवल आजादी का अलख जगाने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की, बल्कि सामाजिक बदलावों के वाहक भी बने। महात्मा गांधी द्वारा संपादित 'हरिजन' व बाबासाहेब भीमराव अम्बेडकर द्वारा संपादित 'मूकनायक' पत्रिका इन मायनों में अपनी अलग छाप छोड़ने में कामयाब रहीं।

समय का पहिया तेजी से बदला और अखबारों के विकल्प के रूप में रेडियो सेवा को लाने की कोशिश की गई। रेडियो के लिए सरकार ने विशेष प्रयास किये। ब्रिटेन से कर्मचारियों को मंगाकर रेडियो सेवा को मजबूती देने का कार्य किया गया। फिर भी सरकारी ठप्पे ने इसे वह मुकाम हासिल करने से रोके रही, जो अखबारों को हासिल हो चुकी थी। रेडियो जो ऑल इंडिया रेडियो अंग्रेजी नाम और आकाशवाणी हिन्दी नाम से लोकप्रियता हासिल कर रहा था। उसके कई चैनल खुल गये। सर्वसुलभता के बूते वह देश के 90 प्रतिशत भू–भाग पर अपनी पहुंच बनाने में कामयाब हो गया। देखते–देखते अपनी मनमोहक आवाज के बूते पढ़े–लिखे लोगों के साथ निरक्षरों का भी पसंदीदा माध्यम बन गया। फिर भी सरकारी बेड़ियों ने उसे जनता के दिलों में अखबारों जैसी जगह पाने में खलनायक की भूमिका निभाई।

टेलीविजन का आगमन सामान्यतः लोगों में एक नये क्रेज के रूप में आया। विजुअल के साथ ऑडियो लोगों के लिए किसी अजूबे से कम नहीं था। रामायण और महाभारत जैसे धारावाहिकों ने टेलीविजन की लोकप्रियता को बुलंदियों पर पहुंचाने का कार्य किया। इसे तब और ऊर्जा मिली, जब यह प्राइवेट हाथों में भी दे दिया गया। उसके बाद से सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के क्षेत्र में एक क्रांति सी आ गई। सही मायने में टेलीविजन डीमॉसीफिकेशन (अल्पसंख्यकीकरण) और डीसेन्ट्रलाइजेशन (विकेन्द्रीकरण) थ्योरी को आगे बढ़ाने का कार्य किया गया। पहले इंफ्रास्ट्रक्चर की कमी के चलते यह ज्यादातर घरों में अपना स्थान नहीं बना सका था, लेकिन 21 सदी में जब से डॉयरेक्ट टू होम प्रणाली लागू हुई तथा घरों में बिजली की उपलब्धता, तब से यह हर घर में एक अनिवार्य वस्तु बन गई है। एक टेलीविजन में माध्यम से सूचना, शिक्षा और मनोरंजन तीनों विधाओं में कंटेंट उपलब्ध होता है। टेलीविजन के माध्यम से बच्चे अपने पसंदीदा कार्टून चैनल देख सकते हैं तो बड़े न्यूज चैनल। महिलाएं सास–बहू के सीरियल देख सकती है तो बुजुर्ग जन संस्कार और आस्था जैसे चैनलों में धार्मिक कार्यक्रम। मतलब साफ है कि टेलीविजन के इस प्लेटफार्म पर सबके लिए सब कुछ मिलने की गुंजाइश रहती है।

सिनेमा की दुनिया वैसे तो टीवी, रेडियो से पहले ही आबाद हुई, लेकिन उपलब्धताओं की कमी कारण इसका विस्तार उस तेजी से नहीं हो सका, जिस तरह से अन्य विधाओ में हुआ। सिनेमा पहले पिक्चर हॉल में चला करते थे, जो टीवी के आने के बाद धीरे–धीरे समाप्त प्राय हो गये। अब मल्टीप्लेक्स के माध्यम से उसका उन्नत स्वरूप देखा जा सकता है।

टेलीविजन की लोकप्रियता के बीच ही इंटरनेट की सुलभता और मोबाइल फोन के आगमन ने मीडिया की दुनिया में एक तरह से क्रांति लाने का कार्य किया। अब मोबाइल फोन के माध्यम से उसकी स्क्रीन पर हम अखबार पढ़ सकते हैं, रेडियो सुन सकते हैं, टेलीविजन देख सकते हैं, सिनेमा के एप्लीकेशन के माध्यम से नई रिलीज फिल्मों को देख सकते हैं। कुल मिलाकर इसे सम्पूर्ण मीडिया भी कह सकते हैं, जहां मीडिया के हर रंग रूप से रूबरू हुआ जा सकता है। इसके अलावा इंटरनेट ने सोशल मीडिया के रूप में कई प्लेटफार्म भी उपलब्ध करा दिये हैं, जिससे हम उसकी विशिष्टता को एक अलग ही अंदाज में देख सकते हैं। फेसबुक, ट्वीटर, इंस्टाग्राम आदि के माध्यम से मीडिया की अलग ही दुनिया से रूबरू हुआ जा सकता है। यहां आप ही संपादक और आप ही श्रोता दोनों की भूमिका में होते हैं। ओटीटी प्लेटफार्म दर्शकों को उनके बीच के संवादयुक्त कार्यक्रम

ISSN No. 2581-3528

दिखाकर लुभाने में लगे हैं। टेलीविजन ने जहां लोगों के घरों में जगह बनाने में कामयाबी हासिल की थी, वहीं इंटरनेट युक्त मोबाइल फोन ने हर हाथ में अपनी जगह बना ली है।

इस तरह से देखा जाये कि जैसे–जैसे मीडिया के नये–नये स्वरूप आते गये, उसी तरह से उसको श्रोताओं ने अपनाना भी शुरू किया। अखबारों ने जहां पढ़े–लिखे लोगों की जमात में अपना प्रभाव बनाया तो उसके बाद आया रेडियो देश के 90 प्रतिशत भूभाग में अपनी पहुंच बनाने में कामयाब रहा। उसके बाद टीवी ने हर घर में अपनी जगह बना ली तो मोबाइल फोन हर हाथ की शोभा बन गया। पहुंच के आधार पर हम विभाजित करें तो इस समय मोबाइल मीडिया की पहुंच पूरे देश में सर्वाधिक है। उसके बाद टीवी और अंत में अखबारों की पहुंच बनी हुई है। पहुंच और लोकप्रियता के आधार जैसे–जैसे मीडिया ने अपनी–पहुंच में इजाफा किया, वैसे–वैसे उसकी नैतिकता में गिरावट आती चली गई।

निःसंदेह, अभी अखबारों की अपनी जगह है और टीवी, रेडियो की भी अपनी जगह। सोशल मीडिया के सर्वसुलभ होने के बावजूद चाहे प्रिंट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, सभी का अपना–अपना महत्व और अस्तित्व है। दरअसल, जब कोई घटना घटती है तो उसकी पहुंच सोशल मीडिया के माध्यम से आम लोगों तक सबसे पहले पहुंचती हैं, फिर भी उसकी प्रमाणिकता को लोग टीवी पर देखना चाहते हैं। यदि टीवी में उस समाचार की पुष्टि हो जाती है तो भी अगले दिन छपने वाले अखबार में उस घटना से संबंधित पूर्ण विवरण पढ़ने की इच्छा जागृत होती है। सहज ही कोई सोशल मीडिया की बातों का भरोसा नहीं कर लेता, जबकि सूचना के तीव्रतम श्रोत के रूप में सोशल मीडिया ही आजकल प्रचलन में है।

इस तरह पहुंच और विश्वसनीयता के भागों में बांटकर मीडिया के महत्व को समझा जा सकता है। प्रायः यह देखा गया कि जिस मीडिया की पहुंच जितनी अधिक है, उसकी विश्वसनीयता उतनी कम है। ऐसा मीडिया में नैतिकता की आयी गिरावट के कारण है। अखबारों में तमाम व्यावसायीकरण के बावजूद आज भी संपादक नामक एक गेटकीपर प्रायः सभी खबरों को फिल्टर करने का कार्य करता है। यह कई स्तरों पर होता है। ग्रामीण क्षेत्रों से आयी खबरों को वरिष्ठ पत्रकार उसे लोगों के लिए उपयोगी बनाने का कार्य करता है। उसके बाद ब्यूरो प्रमुख उस न्यूज की गंभीरता को देखते हुए उसे आगे बढ़ाने का कार्य करता है। तत्पश्चात, उप संपादक, मुख्य उपसंपादक और संपादक की नजरों से होता हुआ वह न्यूज लोगों तक पहुंचती है। इससे खबरों में कहीं भी गलती होने की गुंजाइश कम रहती है। इसके अलावा संपादकों के चार्टर और भारतीय संविधान के दिशानिर्देश और प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया की निगहबानी में अखबार आज भी सबसे विश्वसनीय बने हुए हैं। रेडियो की बात करें तो वह अभी भी सरकारीकरण से दूर नहीं हो सका है और जो चैनल प्राइवेट हाथों में हैं, उन्हें न्यूज ब्राडकास्ट करने का अधिकार नहीं है। हां, टेलीविजन क्षेत्र में निजी हाथों में चल रहे न्यूज चैनलों ने टीआरपी की होड़ में सबसे पहले खबर दिखाने के लिए कभी–कभी सतही खबरों को भी दिखा दिया करते हैं, फिर भी वहां भी इनपुट हेड और आउटपुट हेड जैसी व्यवस्था में खबरों को ठोक बजा कर ही आम जनता तक परोसा जाता है। टीवी के मामले में एक समस्यात्मक पहलू यह है कि उसके पास अखबारों जैसा मजबूत नेटवर्क नहीं है। कंटेंट की कमी ने उसके महत्व को जिन ऊंचाईयों पर पहुंचना चाहिये था, वहां तक नहीं पहुंचने दिया।

इन सबसे उलट सोशल मीडिया पर आने वाली सूचनाओं पर कार्य करने वाले पत्रकारों को न तो खबरों की समझ होती है और न ही खबरों की तह तक जाने का जुनून। इस कारण इस प्लेटफार्म पर बेहद ही सतही या कभी–कभी उल–जुलूल सूचनाएं भी बड़ी तेजी से फैल जाती हैं। जिन पर कोई पाबंदी नहीं है। जब तक ऐसी खबरें जिम्मेदारों की नोटिस में आती हैं, तब तक बहुत नुकसान हो जाता है। सोशल मीडिया को साइबर कानून के अंतर्गत लाने की भी कवायद चल रही है, परंतु वैश्विक समस्याओं की वजह से इस पर अभी तक कारगर कदम नहीं उठाया जा सका है।

भविष्य की पत्रकारिता में नैतिकता की बात करें तो अब तक इतिहास में यह स्पष्ट हो चुका है, जिस मीडिया की पहुंच जितनी तेजी से लोगों तक पहुंची, उसकी विश्वसनीयता में उतनी गिरावट दर्ज की गई। ऐसा उसमें लगे हुए लोगों की नैतिकता में आयी कमी की वजह से हो सकता है। हमें भविष्य में पत्रकारिता की नींव सुदृढ़ करने के लिए प्रशिक्षित और नियमों से आबद्ध पत्रकारिता को प्रमुखता देने की आवश्यकता है।

(लेखक पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, छत्रपति शाहू जी महाराज विश्वविद्यालय, कानपुर में एसोसिएट प्रोफेसर हैं)

ISSN No. 2581-3528

वन मैन आर्मी बनता नए दौर का पत्रकार

डॉ. अरविन्द कुमार पाल

एकै साधे सब सधै, सब साधे सब जाय। रहिमन मूलहिं सींचिबो, फूलै फलै अघाय।। अर्थात् एक समय में सिर्फ एक ही काम को करना चाहिए। जैसे रहीम इस दोहे के माध्यम से सभी को यह बताना चाहते हैं की अगर पेड़ की जड़ को यदि तुमने सींच लिया, तो उसके फूलों और फलों को पूर्णतया प्राप्त कर लोगे। देखा जाये तो यह कहावत अब सही साबित होते नहीं दिख रही है। चारों तरफ अब सिर्फ और सिर्फ मल्टीटास्कर लोगों की जरूरत है। आम लोगों की भाषा में समझे तो यदि एक काम के लिए किसी को नौकरी पर रखा जाता है तो उससे जिस भी काम में वो दक्षता रखता है वो काम तो वो करता ही है और उससे वह काम भी कराया जाता है जिसमें वह थोड़ा कम निपुण होता है।

आज के इस आधुनिक युग में जब एक व्यक्ति अपने कंप्यूटर या लैपटॉप पर काम करता है तो वह ईमेल का जवाब लिख रहा होता है साथ ही साथ वाट्सएप्प पर उत्तर दे रहा होता है, गानों का या लाइव कमेंट्री का आनंद लेते हुए अपने दफ्तर का कार्य निष्पादित कर रहा होता है। वही हाल एक विद्यार्थी का भी होता है अपने कार्यों को पूर्ण करने के लिए वह एक साथ न जाने कितने सारे काम कर रहा होता है, ऑनलाइन ग्रुप कॉल पर उसके सारे दोस्त होते हैं, सबसे फेस टू फेस बात हो रही होती है, साथ ही साथ टीचर के दिए असाइनमेंट भी बना रहा होता है।

पत्रकारिता जगत में वन मैन आर्मी का दौर आने के कारणों को जरा समझते है। एक पाठक एक ही खबर को अखबार में, व्हाट्सप्प पर, इंटरनेट पर, टेलीविज़न पर, सोशल मीडिया, रेडियो, एफ एम रेडियो पर और मैगजीन में पढ़ता है या उसको इन सभी संचार माध्यमों में पढ़ने के लिए खोजता है। आज के समय में सभी बड़े मीडिया घरानों पर अधिकतर सभी माध्यमों पर कंटेंट चौबीसों घंटे प्रसारित करने का प्रेशर बना रहता है। पत्रकारिता में खबरों को कवर करने के लिए एक पत्रकार की नियुक्ति की जाती है जिसे बीट रिपोर्टिंग कहा जाता है जैसे पोलिटिकल रिपोर्टिंग, हेल्थ रिपोर्टिंग, क्राइम रिपोर्टिंग, स्पोर्ट्स रिपोर्टिंग, एंटरटेनमेंट रिपोर्टिंग, बिजनेस रिपोर्टिंग, शिक्षा रिपोर्टिंग, फूड रिपोर्टिंग, पार्लियामेंट रिपोर्टिंग, इंवेस्टिगेटिंग रिपोर्टिंग, लाइफस्टाइल और पर्यावरण रिपोर्टिंग। एक मीडिया संस्थान हर फील्ड के लिए कम से कम एक रिपोर्टर की नियुक्ति एक बीट को कवर करने के लिए जरूर करता है। आप जानते ही हैं कि एक ही खबर को अलग–अलग माध्यमों के लिए अलग–अलग तरीके से लिखना होता है। एक अखबार के पत्रकार को सिर्फ पेन लेकर प्रेस कांफ्रेंस कवर करने तो जाना ही है साथ ही साथ वीडियो कैमरा भी ले कर जाना है क्योंकि वो जब दफ्तर जा कर खबर फाइल करेंगे तो उस खबर को तत्काल वेबसाइट पर एक वीडियो लिंक के साथ भेजना पड़ेगा जिसके लिए पत्रकार साहब को पत्रकारिता के साथ साथ वीडियो ग्राफी, फोटोग्राफी, वीडियो एडिटिंग, फोटो एडिटिंग का भी ज्ञान होना चाहिए।

आधुनिक युग के पत्रकारों को सवाल पूछते समय कैमरे का एंगल भी सही रखना पड़ता है। इसका साफ मतलब है कि पत्रकारिता बहुत ही आसान प्रोफेशन नहीं है। इस प्रोफेशन में वही टिक पायेगा जो समय के साथ अपने स्किल्स को अपडेट करता रहेगा। ऐसे पत्रकार जिनको एक टाइपिस्ट चाहिए था खबर लिखने के लिए वो घर बैठ गए। आज के समय में जब एक नया पत्रकार जब किसी मीडिया हाउस को ज्वाइन करता है तो उसको एक कंप्यूटर दे दिया जाता है जिसके जरिये वो अपनी सारी खबरों को खुद टाइप, एडिट कर के सॉफ्टवेयर के माध्यम से अपने सीनियर को भेज सके। आधुनिकता के इस दौर में स्मार्टफोन, मोबाइल एप, और आधुनिक सॉफ्टवेयर ने पत्रकारों को वन मैन आर्मी बनाने में काफी हद तक मदत की है।

आज के समय में हम देखते हैं कि यूट्यूब पर खबर चलाने वाले पत्रकारों की संख्या लगातार बढ़ती जा रही है। ऐसे अधिकतर यूट्यूब चैनल है जो एक या दो लोगों द्वारा चलाया जा रहा है। ऐसे पत्रकार खबरों को कवर करने से ले कर उसको एंकर करने तक की सारी प्रक्रिया स्वयं करते है। लाखों की संख्या में वीकली और मासिक अखबार चलाये जा रहे हैं जिनको प्रकाशित करने में सिर्फ एक या दो लोग ही शामिल होते हैं जिन्हें खबरों को प्रति दिन कवर करने से ले कर पेज मेकिंग, विज्ञापन के लिए प्रयास, प्रिंटिंग और डिस्ट्रीब्यूशन के लिए भी जी–तोड़ मेहनत करनी पड़ती है। आज के दौर में पत्रकार बनना सिर्फ उन लोगों के लिए आसान नहीं होगा जो लोग सोचते हैं कि मैं तो सिर्फ रिपोर्टिंग करूँगा या तो मैं सिर्फ एंकरिंग के लिए बना हूँ। आज कल के न्यूज एंकर अपने बुलेटिन को फिनिश कर के फेसबुक लाइव करते हैं जिससे उनको अपने एंकर किये प्रोग्राम का फीडबैक तो मिलता ही है और जनमानस से इंटरेक्शन करने से आम जनता के खबरों का स्वाद भी पता चलता है जो कि अगले बुलेटिन को तैयार करने में काफी मददगार होता है। पत्रकारिता नौ से पांच का दफ्तर नहीं है, हर रोज चुनौती से भरा हुआ दिन होता है।

कोरोना काल में जिस सेक्टर में सबसे ज्यादा नौकरी से लोगों को निकाला गया तो वह मीडिया सेक्टर ही था। अधिकतर वो पत्रकार निकाले गए जो सिर्फ और सिर्फ एक कार्य में निपुणता रखते थे। मल्टीटास्कर लोग इस विपरीत स्थिति में भी अपनी स्किल्स की बदौलत नौकरी बचाने में सफल रहे।

नए दौर का पत्रकार न केवल खबरों को कवर करता है उसकी लाइव कवरेज से लेकर, फोटोग्राफी, वीडियो ग्राफी, बेसिक वीडियो एडिटिंग, ऑडियो रिकॉर्डिंग से लेकर बहुत सारे कार्य अकेला कर देता है जिसको मीडिया हाउस के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रिंट मीडिया, वेब मीडिया, रेडियो मीडिया पर बहुत जल्दी से प्रकाशित एवं प्रसारित किया जाता है। आज का समय मल्टीटास्कर पत्रकारों का है।

(लेखक शारदा यूनिवर्सिटी में असिस्टेंट प्रोफेसर हैं)

ISSN No. 2581-3528

पृष्ठ संख्या-27 का शेष...

दिनों बाद स्क्रीन पर ला बैठाया और डंके की चोट पर गैंग रेप की घटना का ट्रायल कर दिया। समाचार के चैनल के एंकर चीख–चीख कर बता रहे थे कि एक मात्र चश्मदीद और निर्भया का दोस्त देगा अब देश को बयान। कानूनी भाषा में बयान पुलिस या कोर्ट ही ले सकती है। लेकिन एंकर साहब ने बयान कह कर खूब ट्रायल किया और कोर्ट में उस चश्मदीद के बयान दर्ज होने से पहले उसे लोगों के सामने प्रस्तुत कर दिया। घटना के बाद एक ही बात मस्तिष्क में आई कि मीडिया का सूचना देने का दायित्व ट्रायल करना बन गया। यहां दायित्व की बात अगर हो रही है तो 150 लोगों में एक सर्वेक्षण किया गया, जिसमें यह जानने की कोशिश की गई कि आखिर नैतिक रूप से जनमाध्यमों का दायित्व क्या है। सर्वेक्षण को कई विकल्पों में बांटा गया, जिसमें क्रमशः सूचना देना, मनोरंजन करना, समाज में बदलाव पैदा करना, बुराईयों को उजागर करना, शिक्षित करना, जनमत/राय बनाना, सभी को मीडिया का दायित्व मानने वाले तथा अन्य को रखा गया। 150 आम पाठकों एवं दर्शकों में से 105 अर्थात् 70 प्रतिशत लोगों ने माना कि जनमाध्यमों का प्रथम और अन्तिम दायित्व केवल सूचना देना है न कि कोई अन्य। परन्तु वर्तमान मीडिया ने अपने इस दायित्व को मानना और स्वीकारना बन्द कर दिया सा लगता है। वह किसी घटना के आरोपी को अपराधी मान कर प्रस्तुत करता है। यहां पुनः इसे साबित करने के लिए किए गए शोध का सहारा लेना होगा। 150 आम दर्शकों एवं पाठकों के मध्य एक शोध किया गया जिसमें 109 अर्थात् 73 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना कि मीडिया किसी भी अपराध घटना में आरोपी को पहले से ही अपराधी मान कर दिखाता है। केवल 40 अर्थात् 26.6 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय इसके विपरीत थी। इन 40 उत्तरदाताओं का मानना था कि मीडिया आरोपी को अपराधी मानकर नहीं दिखाता। वहीं केवल एक उत्तरदाता इस संदर्भ में कुछ भी कहने से बचता है। प्रस्तुत आंकड़ों के आधार पर कहा जा सकता है कि मीडिया किसी भी आरोपी को पहले से ही अपराधी मान कर दिखाता है, जिसके परिणाम घातक हो सकते हैं। मीडिया आरोपी को अपराधी दिखाते वक्त न्यायालय का काम स्वयं ही कर रहा है। जनमाध्यम स्वयं विवेक का इस्तेमाल नहीं करते बल्कि पुलिस डायरी प्रस्तुत करते हैं। पुलिस जो पेश करती है मीडिया उसे ज्यों का त्यों पाठकों तथा दर्शकों के सम्मुख प्रस्तुत कर देता है। अर्थात् मीडिया पुलिसिया भूमिका एवं कोर्ट में आरोप सिद्ध होने से पहले ही आरोपी को अपराधी मान कर प्रस्तुत करता है अथवा अपराधी घोषित कर देता है, जो कि सूचना प्रवाह और पत्रकारिता के भविष्य के लिए घातक हो सकता है। हम सबको याद होगा कि जब पुलिस थानों या न्यायालयों में न जाकर घोषित अपराधियों और आरोपियों ने न्यूज चैनलों में आत्म–समर्पण करना शुरू कर दिया था। सन् 2006 में चौधरी चरण सिंह विश्वविद्यालय की प्राध्यापिका कविता रानी हत्या कांड के मुख्य आरोपी रविन्द्र प्रधान का न्यूज चैनल के स्टूडियो में आत्म–समर्पण करना इसका सबसे अहम उदाहरण है। जिसके बाद एक सिलसिला देखनों को मिला, तो वहीं मीडियाकर्मियों पर भी अपराधियों और फरार आरोपियों को स्टूडियो में आत्म–समर्पण करने का दबाव बनने लगा था। यही है सूचना से जनमाध्यमों का ट्रायल करना। जनमाध्यमों को किसने अधिकार दिया कि अपराधी या अपराध का आरोपी उसके स्टूडियो में आकर समर्पण करे। यह घटना सिद्ध करती है कि मीडिया मुगल कोर्ट हैं, स्टूडियो थाना और एंकर थानेदार। यही आज के जनमाध्यमों का रूप तथा स्वरूप है।

यह सब एक दिन का परिणाम नहीं कहा जा सकता। समाचारीय मीडिया ने आम दर्शकों एवं पाठकों की अपराध घटनाओं को जानने की प्रबल इच्छा को जानकर बिजनेस किया है। इसी बिजनेस करने की प्रवृत्ति ने मौजूदा पत्रकारिता में सूचनाओं को सामग्री मान लिया न कि जिम्मेदारी और बिजनेस में सामग्री को बेचने के लिए हर सीमा को लांघा है। बिजनेस करने की प्रतिस्पर्धा ने सूचना के तथ्यों में मिलावट करवाई जिसका परिणाम है कि मीडिया में ही काम करने वाला पत्रकार इसे सहर्ष स्वीकार रहा है लेकिन मीडिया संस्थान अनभिज्ञ बने हुए हैं। हालांकि कुछ समाचारीय चैनल और पत्रकार खुद को जिम्मेदार चैनल और पत्रकार दर्शाते हैं। परन्तु हाथी के दांत खाने के और दिखाने के और साबित हुए हैं। जबकि इन्हीं चंद चैनलों और पत्रकारों पर मीडिया को दागदार करने के सबसे ज्यादा मामले दर्ज हैं। माना कि मिशन अब पेशा बन चुका है लेकिन पेशे के भी कुछ कायदे कानून होते हैं, जिन्हें गढ़ना और मानना मौजूदा जनमाध्यमों के वजूद के लिए आवश्यक है। अगर पत्रकार हताश हो गया और स्क्रीन को ब्लैक कर अपनी जिम्मेदारियों से बच निकल रहा है तो वह दिन दूर नहीं जब जनमाध्यम न तो सूचना देंगे और न ट्रायल करने लायक बचेंगे। हितों की पत्रकारिता से बचना मौजूदा जनमाध्यमों के अस्तित्व की रक्षा के लिए बेहद आवश्यक है। व्यक्तिगत हित नहीं राष्ट्र हित मार्ग होना चाहिए था परन्तु हो गया वामी सोच का प्रभाव। अतः अब राष्ट्र हितकारी क्रांति दूर नहीं। अगली क्रान्ति का शुभारम्भ वो युवा करेगा जिसकी जेब में मोबाइल है, हाथ में मीडिया, इच्छा वसुधैवकुटुम्बकम् और हित राष्ट्र, केवल राष्ट्र। क्योंकि अब राष्ट्र विरोधी एक्सपोज होने लगे हैं। चाहे वे भारत में बैठे हैं या देश से बाहर। हैशटैग एक्टिविजम का सहारा ले रहे हैं या टूलकिट का। किसान आंदोलन में देश और विदेश में बैठे ऐसे मीडियाजीवियों का पर्दाफाश हुआ है। ये वे लोग है जो विकास की राजधानी रेल पर सवार भारत को शक्तिमान होता नहीं देखना चाहते। तभी एक पर्यावरण के लिए काम करने वाली बालिका जिसके दूध के दांत भी नहीं टूटे उसे भारत विरोधी टूलकिट सार्वजनिक करने से क्या फायदा होगा। इसके पीछे कोई और है साफ दिखता है। अन्यथा उसे क्या मतलब किसान आन्दोलन से, राकेश टिकैत से, वामी किसान संगठनों से। वह उसी उल्टवादी लोगों की टूलकिट थी जो भारत के शक्ति सामर्थ्य के विरोधी है और राष्ट्र विरोधी मीडिया के जरिये अशांति फैलाने का कार्य करना चाहते हैं। एंटी नेशनल नैरेटिव को प्रतिदिन गढ़ना और मढ़ना इन मीडियाजीवियों का अहम कार्य है। ऐसे में नेशनल नैरेटिव पर कार्य करना एक दायित्वशाली पत्रकार या कलमकार का देव कर्तव्य है। इनका लक्ष्य केवल राष्ट्रवादी शक्तियों, सरकारों, विचार को ही प्रभावित करना ऐसा नहीं बल्कि ये भयभीत है उन संज्ञाओं से जिन्हें सम्पूर्ण विश्व भारत को देने लगा है। अब विश्व समुदाय भारत को आशास्पद– आशावान, क्षमतावान, प्रकाशवान, चैतन्यवान, उभरता हुआ, उदीयमान जैसे विशेषण प्रदान कर रहा है। इन विरोधी ताकतों, मीडिया मुगलों को भय बस यही है। इन्हें व्याभिचार बोध है। जो व्याभिचारी है, दुष्ट है, विरोधी प्रवृत्ति का है, वामजीवि है, राक्षस है उसे विराट भारत का दर्शन कभी नहीं हो सकता। बिल्कुल वैसे ही जैसे अर्जुन की आंखों पर अपनों का चश्मा लगा रहा तो वह केशव के विराट दर्शन नहीं कर सका परन्तु जैसे की चश्मा हटा तो विराट के विराट दर्शन हुए। इसी तरह भारत के विराट दर्शन तभी होंगे जब भारत बोध होगा। अन्यथा कथित उल्टवादी पत्रकारिता ट्रायल करेगी और टूलकिट तलाशेगी। तलाशती रहे, क्योंकि अब हमने भी ठान लिया है कि पत्रकारिता एक व्रत है और व्रतधारी पत्रकारों का निर्माण मेरा धर्म।

(लेखक गणेश शंकर विद्यार्थी सुभारती कॉलेज ऑफ जर्नलिज्म एण्ड मासकम्युनिकेशन में डीन और प्रिंसपल हैं)

■

ISSN No. 2581-3528

मीडिया सुर्खियां

20 मार्च से 20 अप्रैल तक

20 मार्च : कांग्रेस के वरिष्ठ नेता गुलाम नबी आजाद ने रविवार को कहा कि जम्मू–कश्मीर में जो कुछ हुआ उसके लिए पाकिस्तान और आतंकवाद जिम्मेदार हैं। उनका इशारा 1990 के दशक में पाकिस्तान के प्रश्रय से कश्मीर घाटी में आतंकी गतिविधियों में बढ़ोतरी के बाद वहां से कश्मीरी पंडितों के पलायन की ओर था।

21 मार्च : प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी और ऑस्ट्रेलिया के प्रधानमंत्री स्कॉट मॉरिसन के बीच हुए वर्चुअल शिखर सम्मेलन में कई घोषणाएं की गई हैं। ऑस्ट्रेलिया–भारत युवा रक्षा अधिकारियों का आदान–प्रदान कार्यक्रम शुरू होगा, जिसका नाम देश के पहले CDS जनरल बिपिन रावत के नाम पर रखा गया है।

22 मार्च : भारतीय सेना की क्षमता बढ़ाने के उद्देश्य से रक्षा मंत्रालय ने मंगलवार को चीन और पाकिस्तान के साथ सीमाओं पर गतिविधियों पर नजर रखने के लिए एक सर्विलांस सैटेलाइट के लिए 4,000 करोड़ रुपए के प्रस्ताव को मंजूरी दे दी।

♦ कश्मीर घाटी में कश्मीरी पंडितों के खिलाफ हमलों में शामिल अलगाववादी नेता यासीन मलिक फिलहाल जेल में है। लेकिन 'द कश्मीर फाइल्स' फिल्म के रिलीज होने के बाद 1990 के दशक में कश्मीरी पंडितों के खिलाफ हुए जुल्म की परतें एक बार फिर खुलने लगी हैं।

23 मार्च : पाकिस्तान में आयोजित OIC में चीनी विदेश मंत्री वांग यी ने अपने संबोधन के दौरान जम्मू कश्मीर का जिक्र किया, जिस पर भारत ने कड़ी प्रतिक्रिया दी है। भारत ने कहा कि चीन सहित किसी भी देश को उसके आंतरिक मामलों को लेकर टिप्पणी करने का अधिकार नहीं है।

♦ प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने पश्चिम बंगाल की बीरभूम घटना पर दुख व्यक्त किया है। उन्होंने कहा है कि राज्य सरकार आरोपियों को सजा दिलवाए। पीएम मोदी ने कहा, 'मैं पश्चिम बंगाल के बीरभूम में हुई हिंसक वारदात पर दुख व्यक्त करता हूं, अपनी संवेदना व्यक्त करता हूं।'

24 मार्च : अमेरिकी एयरफोर्स में पहली बार ऐसा हुआ है, जब किसी कर्मचारी को माथे पर तिलक लगाकर ड्यूटी करने की अनुमति दी गई है। भारतवंशी दर्शन शाह बीते दो साल से इसकी अनुमति मांग रहे थे, जिसके लिए उन्हें ऑनलाइन सपोर्ट भी मिला।

♦ हिजाब मामले में सुप्रीम कोर्ट ने एक बार फिर तुरंत सुनवाई से इनकार करते हुए याचिका कर्ताओं को लताड़ भी लगाई है। अदालत से याचियों ने अपील की थी कि परीक्षाएं जल्द शुरू होने जा रही हैं, लिहाजा इस विषय पर सुनावई की जाए। लेकिन अदालत ने साफ कर दिया कि इस मामले की एग्जाम से क्या लेना देना है। चीफ जस्टिस ने कहा कि आप लोग इस विषय को सनसनीखेज ना बनाएं।

25 मार्च : योगी आदित्यनाथ ने दूसरी बार उत्तर प्रदेश के मुख्यमंत्री के तौर पर शपथ ली। लखनऊ में आयोजित भव्य शपथ–ग्रहण समारोह में शामिल होने के लिए प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी, देश के गृह मंत्री अमित शाह, बीजेपी अध्यक्ष जेपी नड्डा सहित कई गणमान्य नेता पहुंचे।

26 मार्च : पश्चिम बंगाल में बीरभूम जिले के रामपुरहाट हिंसा मामले में शुक्रवार को ममता सरकार को कोलकाता हाईकोर्ट से बड़ा झटका लगा। कोलकाता हाईकोर्ट ने हिंसा मामले की जांच सीबीआई से कराने का आदेश जारी किया है। केंद्रीय अन्वेषण ब्यूरो (सीबीआई) ने बीरभूम जिले में आठ लोगों की हत्या की जांच की जिम्मेदारी संभालने के बाद इस घटना के सिलसिले में मामले दर्ज किए।

27 मार्च : भारत की स्टार बैडमिंटन खिलाड़ी पीवी सिंधू ने स्विस ओपन बैडमिंटन टूर्नामेंट का महिला एकल का खिताब अपने नाम कर लिया। खिताबी मुकाबले में उन्होंने थाईलैंड की बुसानन ओंगबामरंगफान को हराया। विश्व रैंकिंग में सातवें पायदान पर काबिज सिंधू ने थाईलैंड की बुसानन को लगातार गेम में 21–16, 21–8 से मात दी और पहली बार स्विस ओपन सुपर 300 खिताब पर कब्जा किया।

♦ अमरनाथ यात्रा के लिए प्लान करने वालों के लिए खुशखबरी है। 30 जून से यात्रा शुरू हो रही है। अमरनाथ श्राइन बोर्ड की बैठक में यह फैसला लिया गया।

28 मार्च : उत्तर प्रदेश में योगी आदित्यनाथ सरकार की सत्ता में वापसी के दो सप्ताह के भीतर ही 50 से अधिक अपराधियों ने खुद को पुलिस के हवाले कर दिया है।

29 मार्च : असम और मेघालय के बीच 50 साल पुराना सीमा विवाद सुलझ गया है। दोनों राज्यों के मुख्यमंत्रियों में सहमति बन गई है। गृह मंत्री अमित शाह की मौजूदगी में समझौता हुआ।

30 मार्च : ब्रिटेन की एक अदालत ने भगोड़े ललित मोदी को झटका देते हुए आदेश दिया कि वह पूर्व भारतीय मॉडल और निवेशक गुरप्रीत गिल माग 800,000 डॉलर भुगतान करे।

31 मार्च : केंद्र सरकार ने नागालैंड, असम और मणिपुर के कई इलाकों से अफस्पा को हटाने का फैसला किया है।

1 अप्रैल : पीएम मोदी ने परीक्षा पे चर्चा कार्यक्रम में छात्रों को तनाव कम करने के गुरु मंत्र दिए। दिल्ली के तालकटोरा स्टेडियम में कार्यक्रम था और देशभर से 15 लाख छात्रों ने इसमें शिरकत किए।

2 अप्रैल : राजस्थान के करौली जिले में एक धार्मिक 'शोभा यात्रा' पर पथराव से कई लोग घायल हो गए हैं। इसके बाद इलाके में तनाव होने से धारा 144 लागू कर दी गई है। इंटरनेट भी बंद कर दिया गया है।

3 अप्रैल : लखनऊ में मनीष गुप्ता हत्याकांड के मुख्य आरोपी इंस्पेक्टर जगत नारायण

सिंह के तीन मंजिला मकान पर बुलडोजर चला है।

4 अप्रैल : जम्मू–कश्मीर के शोपियां में आतंकियों ने कश्मीरी पंडित दुकानदार को गोली मारी है। घायल को अस्पताल में भर्ती कराया गया है। सुरक्षा बलों ने इलाके की घेराबंदी कर दी है। शोपियां के छोटिगम गांव के बाल कृष्णन के रूप में पहचाने जाने वाले व्यक्ति के हाथ और पैर में चोटें आई हैं।

5 अप्रैल : उत्तर प्रदेश के मुरादाबाद में एक मुस्लिम डॉक्टर के खिलाफ फतवा जारी किया गया है। फतवे में कहा गया है कि डॉक्टर मोहम्मद निजाम भारती आरएसएस से जुड़े हैं, इसलिए उनका बहिष्कार किया जाए।

♦ सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय ने भारत की राष्ट्रीय सुरक्षा, विदेश संबंधों और सार्वजनिक व्यवस्था से संबंधित दुष्प्रचार फैलाने के लिए पाकिस्तान स्थित 4 यू–ट्यूब समाचार चौनलों सहित 22 यू–ट्यूब चौनलों को ब्लॉक कर दिया है। 3 ट्विटर अकाउंट, 1 फेसबुक अकाउंट और 1 न्यूज वेबसाइट भी ब्लॉक की गई है।

6 अप्रैल : प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने भारतीय जानता पार्टी (भाजपा) के 40वें स्थापना दिवस के अवसर पर पार्टी कार्यकर्ताओं को संबोधित किया। इस दौरान उन्होंने कार्यकर्ताओं से कोरोना वायरस संक्रमण को फैलने से रोकने की कोशिशों के दौरान जरूरतमंदों की सहायता करने को कहा।

7 अप्रैल : भारत–रूस व्यापार पर पश्चिमी देशों के दबाव को लेकर विदेश मंत्रालय ने स्थिति स्पष्ट की है। साथ ही श्रीलंका के मौजूदा हालात और चीनी हैकर्स द्वारा लद्दाख के करीब भारतीय बिजली वितरण केंद्रों को निशाना बनाने की असफल कोशिश पर भी रुख स्पष्ट किया।

8 अप्रैल : सीरम इंस्टीट्यूट ऑफ इंडिया ने कहा कि एंड यूजर को कोविशील्ड बूस्टर खुराक के लिए 600 रुपये का भुगतान करना होगा और अस्पतालों को यह रियायती मूल्य पर मिलेगा। गौर हो कि स्वास्थ्य मंत्रालय ने कहा कि प्राइवेट टीकाकरण केंद्रों पर अब 10 अप्रैल से 18+ जनसंख्या समूह के लिए एहतियाती खुराक उपलब्ध होगी।

10 अप्रैल : पाकिस्तान में आधी रात के ड्रामे के बाद इमरान खान की सरकार गिर गई है। नेशनल असेंबली में अविश्वास प्रस्ताव के पक्ष में 174 वोट पड़े। इमरान के सांसदों ने इस दौरान वॉक आउट किया। नवाज शरीफ के भाई शहबाज शरीफ पाकिस्तान के नए प्रधानमंत्री चुने जाएंगे जिसके लिए पाकिस्तान की नेशनल असेंबली का सत्र बुलाया गया है।

11 अप्रैल : भारत के प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी और अमेरिकी राष्ट्रपति जो बाइडेन ने वर्चुअली मीटिंग की है। इस दौरान वॉशिंगटन डीसी में मौजूद विदेश मंत्री एस जयशंकर और रक्षा मंत्री राजनाथ सिंह ने भी इस बैठक में हिस्सा लिया।

12 अप्रैल : पाकिस्तान के कब्जे वाले कश्मीर (PoK) की एक गैंगरेप पीड़िता जो पिछले सात वर्षों से न्याय के लिए लड़ रही है, अब आश्रय और सुरक्षा के लिए भारतीय प्रधान मंत्री नरेंद्र मोदी की मदद चाहती है।

♦ भारतीय वायु सेना के एक चिनूक हेलीकॉप्टर ने चंडीगढ़ से असम के जोरहाट तक साढ़े सात घंटे की उड़ान भरकर बिना रुके सबसे लंबी हेलीकॉप्टर उड़ान का रिकॉर्ड बनाया है।

13 अप्रैल : जम्मू–कश्मीर के कुलगाम में ड्राइवर सतीश कुमार सिंह नाम के शख्स पर आतंकियों ने गोलियां चलाईं। घायल को अस्पताल में भर्ती कराया गया, जहां उसकी मौत हो गई।

14 अप्रैल : उत्तर प्रदेश सरकार ने 6 माह में गन्ना किसानों को क्रमशः 12 हजार करोड़ रुपये भुगतान करने का फैसला किया गया है। यही नहीं गन्ने की खेती एवं उत्पादन बढ़ाने के लिए राज्य सरकार ने कई फैसले लिए हैं। अब टीम यूपी लोक कल्याण के संकल्प के साथ ग्राउंड जीरो पर उतरेगी।

15 अप्रैल : काशी विश्वनाथ–ज्ञानवापी मस्जिद केस को लेकर कोर्ट ने कमिश्नर नियुक्त करने का फैसला किया है, बताया जा रहा है कि नियुक्त कमिश्नर 19 अप्रैल को मंदिर–मस्जिद परिसर का दौरा करेंगे साथ ही वीडियोग्राफी भी की जाएगी, कोर्ट ने इस दौरान सुरक्षाबल तैनात करने का आदेश दिया है।

16 अप्रैल : उत्तर–पश्चिमी दिल्ली के जहांगीरपुरी इलाके में शनिवार को हनुमान जयंती पर निकाले गए जुलूस में पथराव के बाद हिंसा भड़क गई जिसमें कई पुलिसकर्मी घायल हो गए। पुलिस ने कहा कि शाम छह बजे हुई हिंसा के दौरान पथराव हुआ और कुछ वाहनों में आग लगा दी गई। जहांगीरपुरी तथा अन्य संवेदनशील क्षेत्रों में अतिरिक्त सुरक्षा कर्मियों को तैनात किया गया है।

17 अप्रैल : विवेक अग्निहोत्री फिल्म द कश्मीर फाइल्स के बाद दिल्ली फाइल्स डायरेक्ट करने जा रहे हैं। विवेक अग्निहोत्री की ये फिल्म 1984 के दंगों पर आधारित होगी।

18 अप्रैल : दिल्ली हिंसा पर पुलिस कमिश्नर ने कहा कि मस्जिद पर झंडा लगाने की बात गलत है। सोशल मीडिया पर अफवाह फैलाने वालों पर एक्शन होगा।

♦ लेफ्टिनेंट जनरल मनोज पांडे अगले सेना प्रमुख होंगे, वो जनरल मनोज मुकुंद नरवणे का स्थान लेंगे, जिनका कार्यकाल इस महीने के अंत में समाप्त हो रहा है। पांडे दिसंबर 1982 में सेना के इंजीनियर कोर में अधिकारी बने।

19 अप्रैल : लाउडस्पीकर पर अजान और हनुमान चालीसा का विवाद थमने का नाम नहीं ले रहा है। अब इस विवाद में सपा भी कूद गई है। सपा महिला सभा की महानगर अध्यक्ष रुबिना खान ने एक वीडियो जारी कर कहा कि अगर हिन्दू, अलीगढ़ शहर के चौराहों पर लाउडस्पीकर लगाकर हनुमान चालीसा पढ़ेंगे, तो मंदिरों के सामने सैकड़ों मुस्लिम महिलाएं कुरान पढ़ेंगी।

20 अप्रैल : जहांगीरपुरी में अतिक्रमण पर एमसीडी का करीब 3 घंटे तक एक्शन चला। भारी सुरक्षा के बीच 9 बुलडोजर्स ने अवैध निर्माण गिरा दिया। जामा मस्जिद से लेकर मंदिर तक कार्रवाई हुई। सुप्रीम कोर्ट ने जहांगीरपुरी में अवैध अतिक्रमण के खिलाफ कार्रवाई रोक दी। मौजूदा स्थिति बनाए रखने के आदेश दिए।

संयोजन : प्रतीक खरे ■

पत्रिका के अप्रैल अंक की समीक्षा

डॉ. प्रियंका सिंह
असिस्टेंट प्रोफेसर, अर्थशास्त्र
शम्भू दयाल पीजी कॉलेज, गाजियाबाद

चैत्र शुक्ल प्रतिपदा से प्रारम्भ नवसंवत्सर का शुभ दिन हमारी संस्कृति से परिचित कराने और उसकी महत्ता को रेखांकित करने का अवसर प्रदान कर रहा। यह आदिशक्ति का महापर्व है। अप्रैल माह का यह अंक इसी उत्सव को ध्यान में रखकर पाठकों हेतु प्रस्तुत है। पहला लेख श्री आर.एस.डी. चातक जी का है जिसमें वे लिखते हैं कि विक्रम संवत् अत्यन्त प्राचीन सम्वत् है साथ ही यह गणित की दृष्टि से अत्यन्त सुगम और सर्वथा उपयुक्त आकलन प्रस्तुत करता है। हिन्दू सम्वत् की वैज्ञानिकता पर तथ्यों के आधार पर विश्लेषण किया है प्रो. बी.एस. राजपूत जी ने। विक्रमी सम्वत् विक्रमादित्य जैसे महान सम्राट से सम्बद्ध है इसलिए यह और भी अत्यधिक गौरव का विषय है। ऐसे विचार व्यक्त किये हैं डॉ. वेद प्रकाश जी ने। आज के युवाओं में भारतीय नववर्ष की अनभिज्ञता से चिंतित श्री मोहित कुमार जी का लेख है "हिन्दू नववर्ष को कितना समझते हैं आज के युवा"। भारत का गौरवशाली संस्कृति व त्योहार विश्व को सदैव आकर्षित करते है और इसलिए हमें भारतीय नववर्ष को भी धूमधाम से मनाना चाहिए इसी विचारों के साथ ज्योति सिंह जी का लेख है 'सृष्टि में उत्सव नवसंवत्सरोत्वस'। भारत की चेतना का प्रतीक आदिशक्ति की सनातन धारा है। इसी भाव के साथ डॉ. प्रताप निर्भय सिंह जी का लेख है "आत्मशुद्धि का साधन नवरात्र"। श्री पवन कुमार जी ने अपने लेख में 'हिन्दू नववर्ष' में चैत्र प्रतिपदा के वर्षारम्भ के दिन की मान्यता एवं इसका इतिहास तथा भारतीय नववर्ष कैसे मनाएं के बारे में विस्तृत जानकारी दी है। हाल में संपन्न पांच राज्यों के चुनाव का विश्लेषण प्रस्तुत किया है प्रो. अनिल निगम जी ने जिसमे वे लिखते हैं कि हिन्दुत्व व सामाजिक न्याय की विजय हुयी है। 'हमारा प्रखर राष्ट्रवाद' पर सटीक विश्लेषण कर रहे है श्री नरेन्द्र भदौरिया जी।

'चैत्र शुक्ल प्रतिपदा' शीर्षक के अन्तर्गत श्री मृत्युंजय दीक्षित जी ने ऋतु परिवर्तन, हिन्दी पंचांग, ज्योतिष और धार्मिक महत्व का वर्णन किया है। हमारी विरासत 'नालंदा विश्वविद्यालय' के समृद्धशाली इतिहास की विस्तृत जानकारी प्रस्तुत की है प्रो. हरेन्द्र सिंह जी ने। 'संस्कृत के साथ उचित व्यवहार की अपेक्षा' शीर्षक के अन्तर्गत अपनी चिंताए व्यक्त की हैं श्री प्रमोद भार्गव जी ने। जलसंकट पर गंभीरता की आवश्यकता है क्योंकि जल ही जीवन है। इसी विषय पर श्री प्रशांत त्रिपाठी जी ने तथ्यों के आधार पर हम सभी को आगाह करने की कोशिश की तथा उन्होंने यह भी बताया कि जल प्रबंधन कैसे किया जाए जिसमें हम जल संरक्षण कर भविष्य में इस संकट से बच सके। निश्चित रूप में भारत की छवि दुनिया भर में सकारात्मकता की बन गयी है। इसी विषय पर अपने विचार व्यक्त किये हैं श्री पंकज जागन्नाथ जी ने। जिसका शीर्षक 'विश्व मानचित्र पर भारत का बढ़ता प्रभाव'। बहुत ही चर्चित व हृदय को उद्वेलित कर देने वाली फिल्म कश्मीर फाइल्स की समीक्षा की है श्री देवांशु झा जी ने। साथ ही उन्होंने इससे सम्बंधित कई महत्वपूर्ण विषयों पर ध्यान आकृष्ट किया है जिसका शीर्षक है 'कश्मीर फाइल्स के बहाने'।

'परहित सरिस धर्म नहीं भाई, परपीड़ा सम नहीं अधमाई' उक्ति के माध्यम से 'नेहनीड़' प्रकल्प के कार्यों व उसके उद्देश्यों को प्रस्तुत किया है श्रीमती अनुपमा अग्रवाल जी ने। उ.प्र. व उत्तराखण्ड में अप्रैल माह में बोए जाने वाली फसलों के बारे में जानकारी दे रहे डॉ. एस. के. त्यागी जी। 'उत्सव मंथन' में सुश्री नीलम भागी जी ने नवसंवत्सर के उत्सवों की चर्चा की है। 'भारत का पहला ई-कचरा इको पार्क' के बारे में जानकारी दे रही श्रीमती रंजना मिश्रा जी। 'आईआईटी खड़गपुर के तथ्यात्मक एवं शोधपरक कैलेंडर पर वामपंथियों ने छेड़ा पुराना राग' विषय के अन्तर्गत विश्लेषण किया है श्री प्रणय कुमार जी ने। पर्यावरण संरक्षण कितना जरूरी इस विषय पर अपने विचार प्रस्तुत किए हैं राहुल अरोड़ा जी ने वहीं 'भारत का कश्मीर' विषय पर एक कविता स्वाती शर्मा जी की प्रकाशित है जिसमें उन्होंने अपने भाव को बहुत गहराई से व्यक्त किया है।

NIRALA INFRATECH PRIVATE LIMITED

Corp. Office : H-61, 1st Floor, Sec-63, Noida (U.P.) 201301 | Site Office : GH-04 Techzone-IV, Gr. Noida (West), U.P.

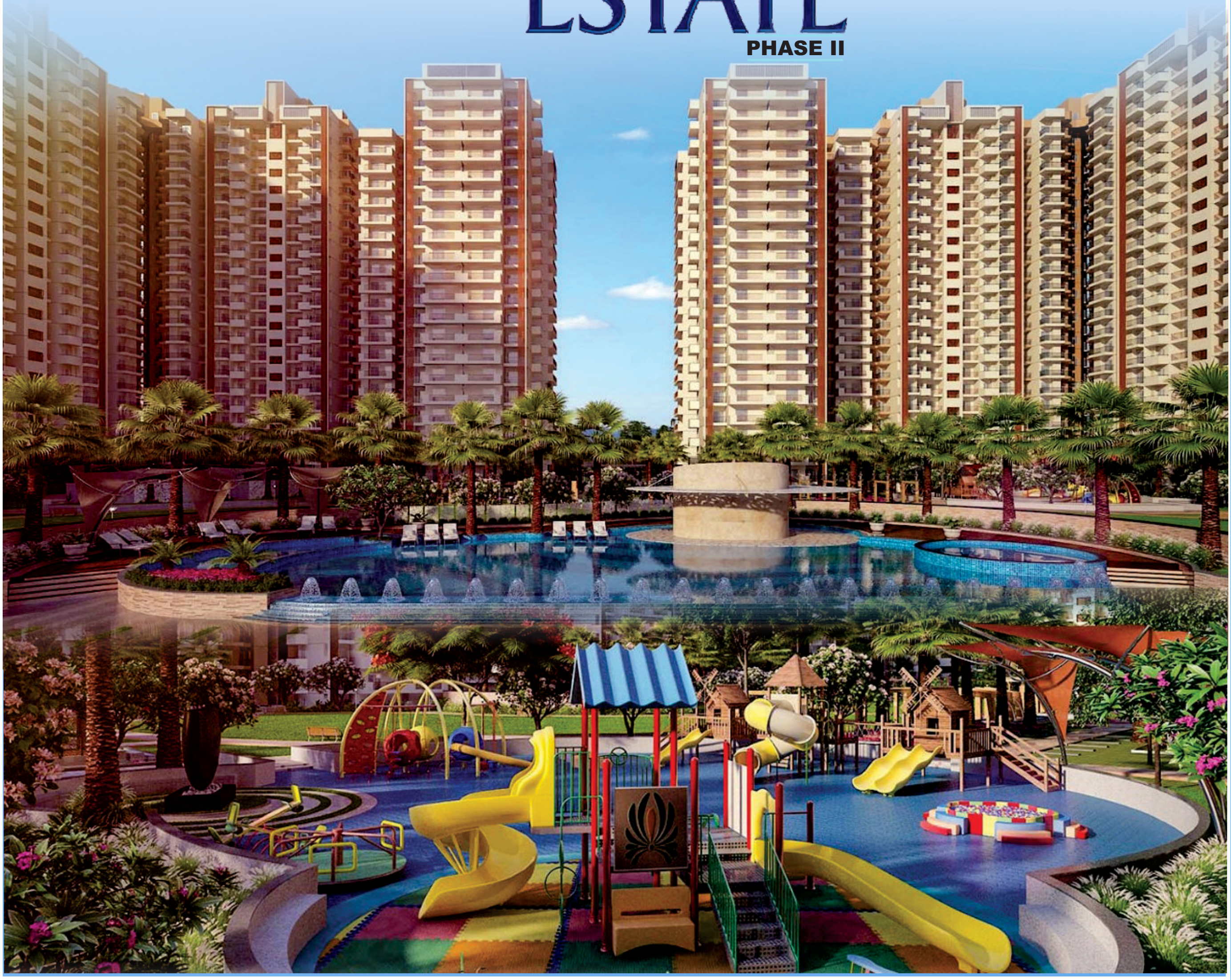
For Sales enquiries : 9212131476

Tel.: 0120-4823000, Fax : 0120 4823001, Email : sales@niralaworld.com, Web.: www.niralaworld.com

MADHUSUDAN SMC

NIRALA WORLD

NIRALA ESTATE
PHASE II



NIRALA INFRATECH PRIVATE LIMITED

Corp. Office : H-61, 1st Floor, Sec-63, Noida (U.P.) 201301 | Site Office : GH-04 Techzone-IV, Gr. Noida (West), U.P.

For Sales enquiries : 9212131476

Tel.: 0120-4823000, Fax : 0120 4823001, Email : sales@niralaworld.com, Web.: www.niralaworld.com