

हिन्दी पत्रकारिता का जनचेतना के विकास में योगदान

डॉ अरविंदकुमार दीक्षित
प्राचार्य

श्री रामनारायण दीक्षित स्नातकोत्तर महाविद्यालय श्री विजयनगर
जिला श्रीगंगानगर (राजस्थान)

सार—

समाज में व्याप्त कुरीतियों या कुप्रथाओं के विरोध में जनता में जागरुकता लाना ही जनचेतना कहलाती है। उचित-अनुचित का अहसास दिलाना ही इसका मुख्य उद्देश्य होता है और पत्रकारिता ही ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा समाज में जनचेतना का प्रसार किया जा सकता है। पत्रकारिता का क्षेत्र एवं परिधि बहुत व्यापक है, उसे किसी सीमा में बांधा नहीं जा सकता। जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में हो रही हलचलों, संभावनाओं पर विचार कर एक नई दिशा देने का काम पत्रकारिता के क्षेत्र में आ जाता है। पत्रकारिता जीवन के प्रत्येक पहलू पर नजर रखती है। इन अर्थों में उसका क्षेत्र व्यापक है। एक पत्रकार के शब्दों में “समाचार पत्र जनता की संसद है, जिसका अधिवेशन सदैव चलता रहता है।” इस समाचार पत्र रूपी संसद का कभी सत्रावसान नहीं होता। जिस प्रकार संसद में विभिन्न प्रकार की समस्याओं पर चर्चा की जाती है, विचार-विमर्श किया जाता है, उसी प्रकार समाचार-पत्रों का क्षेत्र भी व्यापक एवं बहुआयामी होता है।

प्रस्तावना—

पत्रकारिता तमाम जनसमस्याओं एवं सवालों से जुड़ी होती है, समस्याओं को प्रशासन के सम्मुख प्रस्तुत कर उस पर बहस को प्रोत्साहित करती है। समाज, जीवन के हर क्षेत्र में आज पत्रकारिता की महत्ता स्वीकारी जा रही है। आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक, विज्ञान, कला सब क्षेत्र पत्रकारिता के दायरे में हैं। इन संदर्भों में वर्तमान परिप्रेक्ष्य में आर्थिक पत्रकारिता का महत्व खासा बढ़ गया है। हिंदी पत्रकारिता को यह गौरव प्राप्त है कि वह न सिर्फ इस देश की आजादी की लड़ाई का मूल स्वर रही, बल्कि उसने हिंदी को एक भाषा के रूप में रचने, बनाने और अनुशासनों में बांधने का काम भी किया। हिंदी भारतीय उपमहाद्वीप की एक ऐसी भाषा बनी, जिसका पत्रकारिता और साहित्य के बीच अंतर्संबंध बहुत गहरा था। हिंदी आज सूचना के साथ-साथ ज्ञान-विज्ञान के हर अनुशासन को व्यक्त करने वाली भाषा बनी है, तो इसमें उसकी पत्रकारिता के योगदान को नकारा नहीं जा सकता। हिंदी पत्रकारिता ने इस देश की धड़कनों को व्यक्त किया है, आंदोलनों को वाणी दी है और लोकमत निर्माण से लेकर लोकजागरण का काम भी बखूबी किया है। आज की हिंदी पत्रकारिता पर आरोप लग रहे हैं कि वह अपने समय के सवालों से कट रही है। उन पर बौद्धिक विमर्श छोड़ना तो दूर, वह उन मुद्दों की वास्तविक तस्वीर सूचनात्मक ढंग से भी रखने में विफल हो रही है। सवाल उठने लगा है कि आखिर ऐसा क्यों है? सन् 1990 के बाद के उदारीकरण के सालों में अखबारों का कलेवर सुदर्शन हुआ, छपाई शानदार हुई और प्रस्तुति बदली है। वे अब पढ़े जाने के साथ-साथ देखे जाने लायक भी बने हैं।

कई बार ऐसा लगता है कि हिंदी के अखबार टीवी न्यूज चैनलों से होड़ कर रहे हैं। यह होड़ अखबार के

सौंदर्यबोध, उसकी सुंदर प्रस्तुति तक सीमित हो तो ठीक, पर यह विषय-वस्तु के स्तर पर जाएगी तो खतरा बढ़ा होगा। एक एफएम रेडियो के जॉकी और अखबार की भाषा में अंतर सिर्फ माध्यमों का अंतर नहीं है, बल्कि उस माध्यम की जरूरत भी है। इसलिए टीवी और रेडियो की भाषा से होड़ में हम अपनी मौलिकता को नष्ट न करें। हिंदी अखबारों के संपादकों का आत्मविश्वास शायद इस बाजारू हवा में हिल गया लगता है। वे हिंदी के प्रचारक और रखवाले जरूर हैं, पर इन सबने मिल कर जिस तरह आम भाषा के नाम पर अंगरेजी के शब्दों को स्वीकृति दी है, वह आपराधिक है। यह स्वीकार्यता अब होड़ में बदल गई है। हिंदी पत्रकारिता में आई यह उदारता भाषा के मूल चरित्र को ही भ्रष्ट कर रही है। यह चिंता भाषा की नहीं, बल्कि उस पीढ़ी की भी है, जिसे हमने बौद्धिक रूप से विकलांग बनाने की ठान रखी है। आखिर हिंदी अखबारों के पाठक को क्यों नहीं पता होना चाहिए कि उसके आसपास के परिवेश में क्या घट रहा है। हमारे पाठक के पास चीजों के होने और घटने की प्रक्रिया के सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक पहलुओं पर विश्लेषण क्यों नहीं होने चाहिए? क्यों वह गंभीर विमर्शों के लिए अंगरेजी या अन्य भाषाओं पर निर्भर हो। हिंदी क्या सिर्फ सूचना और मनोरंजन की भाषा बन कर रह जाएगी।

वर्तमान परिप्रेक्ष्य में जनसंचार

संचार विचारों का सम्प्रेषण है। दो के बीच परस्पर विचार विनिमय दूरसंचार है जबकि किसी तथ्य, सूचना, ज्ञान विचार और मनोरंजन की व्यापक ढंग से जन-जन तक पहुँचाने की प्रक्रिया पत्रकारिता है। समान लक्ष्य की प्राप्ति एवं पारस्परिक मेल जोल के निमित्त अपरिहार्य है। जनता के बड़े समूह तक संदेशों के सम्प्रेषण की वैज्ञानिक कला जनसंचार है। शब्द, संगीत, चित्र, प्रकाशन, संकेत, प्रदर्शन, भाव भंगिमा द्वारा सामूहिक रूप से संवादों का प्रेषण जनसंचार है। यह संदेशों की परस्पर सामाजिक क्रिया है। जो समाज सूचना को जितनी देर से पाता है, वह उतना ही विकास में पिछड़ जाता है। सूचना की समाज में उपयोगिता है इसलिए सूचना समाज की कल्पना की जा रही है। सूचना ही जीवन है। जनसंचार एक सहज प्रवृत्ति है। आधुनिक जन-जीवन और सांस्कृतिक आर्थिक, सामाजिक व्यवस्था का ताना बाना जनसंचार साधनों द्वारा सुव्यवस्थित है। वे ही जनता, समाज, राष्ट्र के सजग प्रहरी हैं। संचार व्यवस्था समाज की प्रगति, सभ्यता और संस्कृति के विकास का माध्यम है। इसके बिना मानव गरिमा की कल्पना नहीं हो सकती है। संचार ही तथ्यों और विचारधाराओं के विनिमय का विस्तृत क्षेत्र है।

वर्तमान परिप्रेक्ष्य में जनसंचार की महत्ता-

संचार जगत में संतुलन और अंकुश न रहे तो वह आनियंत्रित हो जाएगा। विचारों की अभिव्यक्ति पर अंकुश लगाना ठीक नहीं लेकिन उसे निरंकुश भी नहीं रहना है। विचारों को नियम, कानून, औचित्य, मर्यादा, देशहित और समाज हित से जुड़ा होना चाहिए। अभिव्यक्ति की आजादी का अर्थ स्वेच्छाचारिता नहीं है। आज जितना अधिक जानने की अदम्य इच्छा है उतना ही जानकारी को छिपाने को भरपूर कोशिश भी है। कानून, सेंसरशिप, प्रसारण और वितरण में अड़चन, मीडिया की अर्थ व्यवस्था पर कुठाराघात- इन सरकारी शास्त्रों से अभिव्यक्ति

की स्वतंत्रता बाधित होती है। समाज में व्याप्त दोहरा जीवन, दोहरी नीतियां, ढोंग, अंधविश्वास, अंधेरगर्दी, मदान्धता को मिटाने में जनसंचार साधन अहं भूमिका निभाते हैं, योग्यता और क्षमता के स्थान पर पैरवी और पैसे के प्रभाव को समाप्त कर नैतिक और बौद्धिक ईमानदारी का वातावरण इनसे ही निर्मित हो सकता है। संचार मानव की प्रगति के प्रचार प्रसार का प्रमुख माध्यम है जो दानव को मानव बना सकता है।³ अभिव्यक्ति एक सहज प्रक्रिया है। अभिव्यक्ति पर नियंत्रण सर्वाधिक कष्टप्रद है। जानने का अधिकार और बतलाने का अधिकार लोकतंत्र की रीढ़ है। जानकारी प्राप्त करने की दिशा में जनसंचार के माध्यम से संपर्क सूत्र बनते हैं। जनसंचार का कार्य सूचना देना एवं जनमत तैयार करना ही नहीं अपितु प्रभावकारी ढंग से संपर्क बनाना एवं भ्रामक प्रचारों को निरर्थक सिद्ध करना है। प्रजातांत्रिक व्यवस्था को सुदृढ़ और जागरूक बनाने तथा जन मानस को समुन्नत करने में संचार की अहं भूमिका है।

जनसंचार माध्यमों की जिम्मेदारी है कि जनता उचित समय पर सही जानकारी प्राप्त करे, जनता अपने सत्कर्तव्यों के महत्व और अपनी त्रुटियों के दुष्परिणामों से अवगत हो। शासन सुव्यवस्था और राष्ट्रीय हित के सम्पादन में जनसंचार माध्यम अविस्मरणीय भूमिका का निर्वहन करते हैं। आम जनता की समस्याओं के निदान और उपचार की दिशा में जनसंचार प्रभावशाली सिद्ध होते हैं। आलोचना, विरोध, असहमति के प्रकाशन से रचनात्मक सुधार की और जनसंचार ही उन्मुख करता है। भ्रम, विभ्रम, अविश्वास, अंधविश्वास, कुतर्क, विद्वेष को मिटाने में इसकी भूमिका प्रमुख है। विकासशील राष्ट्र और जाग्रत समाज की सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, प्रशासनिक, प्रवृत्तियों के शोधन में जनसंचार का योगदान अविस्मरणीय है। संचार के अभाव में व्यक्ति का समाज से संपर्क ही नहीं बन सकता, उसका जीवन अवरुद्ध हो जाता है, रिक्तता आ जाती है। समाज के विकास में जनसंचार की महत्ता सर्वमान्य है।

जनचेतना और समाज

जहाँ जीवन है, वहीं समाज है। समाज सामाजिक सम्बन्धों का जाल है। किसी ने समाज का प्रयोग व्यक्तियों के समूह के रूप में, किसी ने समिति के रूप में और किसी ने संस्था के रूप में किया है। समाज व्यक्तियों के पारस्परिक सम्बन्धों की एक व्यवस्था है। समाज में जनचेतना का प्रसार करना पत्रकारिता का प्रमुख धर्म है। अगर समाज में जागरूकता आ जाए तो हमारा समाज राजनीतिक, धार्मिक व आर्थिक रूप से सुदृढ़ हो सकता है। जनचेतना के द्वारा ही किसी समाज के विकास की दिशा तय हो सकती है। पारस्परिक जागरूकता, समानता, सहभागिता, अन्योन्याश्रितता, स्वतंत्रता ही समाज के तत्व हैं। धर्म नैतिकता, परिवार का अनुशासन, सभ्यता और संस्कृति के चलते समाज में नियंत्रण स्थापित होता है, अपराधों के कारण सामाजिक विघटन की स्थिति उत्पन्न होती है। वर्ग व्यवस्था, जाति व्यवस्था, आश्रम व्यवस्था द्वारा समाज संगठित रहता है परन्तु समयानुसार इनमें परिवर्तन होते रहना भी आवश्यक है। वर्तमान परिप्रेक्ष्य में सभ्य और सुदृढ़ समाज वही है जो निरन्तर समय की आवश्यकताओं को समझता हुआ अपनी सामाजिक व्यवस्था को बदल ले। रूढ़ि और परम्परा के नाम पर उन व्यवस्थाओं को नहीं ढोना चाहिए जो जन या समाज का अहित करती हो। एक जागरूक और जिम्मेदार पत्रकार अपने समय की बौद्धिक और नैतिक आवश्यकताओं को समझते हुए निरन्तर क्रियाशील रहता

है। ग्राम सभा, ग्राम पंचायत, न्याय पंचायत की कार्य पद्धति से ग्रामीण समुदाय उन्नति करता है। सहकारी समितियों के गठन एवं समन्वित ग्रामीण विकास के विविध कार्यक्रमों से जहाँ ग्राम्य जीवन विकसित होता है वहीं औद्योगिकीकरण के चलते नगर का जीवन उन्नतिशील रहता है। बाल कल्याण, महिला कल्याण, श्रम कल्याण, दलित और पिछड़े वर्गों का कल्याण, बेकारी और निर्धनता के उन्मूलन एवं पंचवर्षीय योजनाओं के माध्यम से समाज का कल्याण सम्भव है। भारतीय समाज के विविध पक्षों के उन्नयन द्वारा मानव जीवन को सफल बनाने का उपक्रम ही जनचेतना का मुख्य उद्देश्य है। प्रेस समाज का शिक्षक है, साथ ही समाज का महानिरीक्षक भी है। कहा जाता है—

इस अधियारे विश्व में दीपक हैं अखबार।

सुपथ दिखावे आपको आंख करत है चार।।

और भी ज्यों पारस लागि होत है,

लोहा कनक समान। त्यों पत्रन के गठन तें,

मूख होत मतिमान।।

समाज के प्रत्येक क्षेत्र से संचार माध्यम सम्बद्ध हैं।

शिशु हत्या, बाल विवाह, विधवा दुर्दशा, दहेज प्रथा, वैश्यावृत्ति, अस्पृश्यता आदि बुराइयों को समाप्त करने की दिशा में संचार साधन सतत संलग्न हैं। शिक्षा, दीक्षा, खेल—कूद, मनोरंजन को रचनात्मक दिशा देने में जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण हैं। हरिजन उद्धार, शिक्षा उन्मूलन, खादी प्रचार, महिला शिक्षा, प्रौढ़ शिक्षा, नशाबंदी, परिवार कल्याण के संदर्भ में अनुकरणीय उदाहरण देकर जनसंचार के साधन समाज का शोधन करते हैं, समाज को उन्नत बनाते हैं।⁵ सामाजिक बुराइयों, धर्माधता सम्बन्धी दोषों के निराकरण में संचार साधन यही कहते हैं कि वर्गवाद, वर्णवाद, जातिवाद, सम्प्रदायवाद, क्षेत्रवाद को मिटाकर समाज में सौमनस्य का भाव इन पंक्तियों द्वारा ही स्थापित हो सकता है।

अतः पत्रकारों को अपने दायित्व और कर्तव्यों का निर्वाह निष्ठापूर्वक करना चाहिये, क्योंकि उन्हीं के पैरों के छालों से इतिहास लिखा जाएगा। वही समाज सुखी है जिसने नैतिक गुणों को अपने जीवन में आत्मसात् कर लिया है। वही समाज सुखी है जिसमें प्रत्येक व्यक्ति परस्पर सम्मान की भावना रखता हो। समाजवाद, स्वतंत्रता, समानता, बंधुत्व की स्थापना करता है। वह शोषणमुक्त समाज की रचना करके समाज में प्रचलित दासता, विषमता, असहिष्णुता को दूर करता है। संचार समाजीकरण का महत्वपूर्ण माध्यम है। समाजीकरण को सभी स्थितियों में संचार की अपनी भूमिका होती है। मानव सामाजिक प्राणी तब बनता है जब वह मौखिक परंपरागत, मुद्रित या इलेक्ट्रॉनिक संचार साधनों द्वारा सांस्कृतिक मूल्यों और व्यवहारों को सीखता है, उसे अपना लेता है। मौखिक संचार के चलते बालक परिवार, पड़ोस तक सीमित रहता है। लिपि ज्ञान के कारण संस्थाओं से जुड़ता है। पत्र पत्रिकाओं, रेडियों और टीवी के सहारे मानव का समाज विस्तृत होता है वह पूरे विश्व की क्रियाओं में सहभागी होता है। संचार परंपरागत मान्यता को पुष्ट करता है तथा सामाजिक गतिविधियों पर पैनी दृष्टि रखता है। संचार सामाजिक नियंत्रण का साधन है। वह समाज का शिक्षक है तो सामाजिक महानिरीक्षक भी है। सहमति का वातावरण उपस्थित कर संचार सामाजिक परिदृश्य को बदलता है। नई सूचनाओं से व्यक्ति और

समाज का मानसिक क्षमता को विस्तृत बनाना, उनकी कामना को स्वस्थ रूप देना, उनकी प्रवृत्तियों, अभिरुचियों को समाजहित में निर्मित करना— ये सब संचार से ही सुलभ हैं। जाग्रत जनता समाज के लिए उपयोगी है। संचार के साधन मनोरंजन और विकास के संदेश देकर समाज का नवनिर्माण करते हैं। प्रेम, सौहार्द, सद्भाव, सहयोग द्वारा संचार शोषणमुक्त आदर्श समाज की संरचना में अपना प्रमुख योगदान देता है। संचार माध्यमों का बाहुल्य समाजीकरण की गति को तीव्र करता है। सामाजिक विकास का सूत्रधार संचार ही है।

संचार तकनीक के विकास ने जिस क्षेत्र को सर्वाधिक प्रभावित किया वह है पत्रकारिता। पत्रकारिता तकनीक आधारित संप्रेषण विधा है, जिसका आरंभ मुद्रण कला के विकास के साथ हुआ। परन्तु तकनीक इसका साधन मात्र है, जिस पर प्रसार की शक्ति निर्भर करती है। परन्तु इसका साध्य है— देश एवं समाज के हितों के रक्षा, जन चेतना का प्रसार तथा अन्यायकारी शक्तियों का प्रतिरोध। संचार तकनीक के विकास से पत्रकारिता की गति बढ़ी, पत्रकारिता विधा के नये आयामों का विकास और इसमें आमूल-चूल परिवर्तन हुआ है। पहले पत्रकारिता का अर्थ उसका मुद्रित रूप था लेकिन आज इसमें रेडियो, दूरदर्शन और इन्टरनेट भी समाहित हो गया है। इतने विविध रूपों को समेटने के लिए अब पत्रकारिता की जगह मीडिया शब्द प्रचलन में है। पर इस तकनीकी विकास का अपेक्षित लाभ सामान्य जन को नहीं मिला है। पूंजीवाद मीडिया पर शिकंजा कसते हुए अपने आर्थिक लाभ के लिए, उपभोक्तावादी संस्कृति के प्रसार के लिए इसका दोहन कर रहा है, जिससे पत्रकारिता अपने प्राथमिक उद्देश्यों से दूर हो गयी है। पत्रकारिता का मुद्रित रूप जिसके माध्यम से पत्रकारिता के आरंभिक दिनों में स्वतंत्रता सेनानियों ने इसका उपयोग एक सशक्त हथियार के रूप में किया था, आज इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता के समक्ष कमजोर पड़ गयी है। दृश्य माध्यम होने के कारण उपभोक्ता संस्कृति के प्रसार में लुभावने एवं अतिरंजित विज्ञापनों के प्रदर्शन में इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता प्रिंट मीडिया से अधिक सक्षम है। प्रख्यात कवि एवं विचारक लीलाधर मंडलोई संचार प्रौद्योगिकी के विकास और परिवर्तन को रेखांकित करते हुए लिखते हैं— सम्प्रेषण का क्षेत्र पहले सीमित था किंतु प्रौद्योगिकी के विस्तार ने मीडिया को सिर्फ रेडियो, टी.वी., फिल्म से आगे कई नये रूपों को आविष्कृत किया है। मसलन कम्प्यूटर पर स्वर और दृश्य का वैसा ही जादू जैसे कि पर्दे पर। पर्दा चाहे थियेटर का हो या फिर हवाई जहाज का। टी.वी. का हो यो चलित सिनेमा का। स्लाइड शो की बात हो अथवा पॉवर प्वाइंट प्रस्तुति की। इनके सी.डी. रोम, कैसेट, वेब टी.वी. तमाम तरह के रेडियो (ए.एम., एफ.एम., शार्ट वेब आदि) प्रसारण, इंटरनेट स्ट्रीमिंग, प्रकाशन आदि सभी अब मल्टीमीडिया के अंग हैं। ये अधिकार एकमुश्त बेचे जा सकते हैं।

संचार क्रांति ने पत्रकारिता को विविध रूपों के विकास से समृद्ध किया है और उसकी प्रसार क्षमता को बढ़ा दिया है, परन्तु इसके प्राथमिक उद्देश्यों और जनोन्मुखी रूप को भी बदल कर व्यावसायिक बना दिया है। प्रसिद्ध पत्रकार अनिल चमड़िया पत्रकारिता के उद्देश्यों में परिवर्तन पर विचार करते हुए कहते हैं—“एक बुनियादी सवाल पर विचार करना चाहिए कि मीडिया बाजार का स्तंभ है या लोकतंत्र का। मीडिया संवैधानिक व्यवस्था के तहत अभिव्यक्ति के अधिकारों का इस्तेमाल करता है यानी आम लोगों के अधिकार को वह अपने माध्यमों में केन्द्रित करता है। आम जन की अभिव्यक्ति का प्रतिनिधित्व करने के दर्शन के कारण ही उसे लोकतंत्र का

चौथा स्तंभ कहा जाता है। लेकिन अब यदि मीडिया अपने सामाजिक सरोकारों में बदलाव के लिए यह तर्क देता है कि यह बाजारवाद का समय है। एक बड़ी पूँजी का इसमें विनियोग होता है तब उसे मुनाफा कमाने का हक है और लोकतंत्र के चौथे स्तंभ की भावनाओं के तहत सामाजिक सरोकारों से क्यों मतलब रखे। मीडिया का यह तर्क है तो उसे स्वीकार कर लेना चाहिए। तब उसे पूँजीगत विनियोग से दूसरे उत्पादों की तरह मान लेने में कोई हर्ज नहीं है लेकिन मीडिया तो आम लोगों के संवैधानिक अधिकारों से लैस बाजारवाद का उत्पाद बने रहना चाहता है।

इन्टरनेट मीडिया

इंटरनेट के आने के बाद जिन बदलावों ने पत्रकारिता को सबसे अधिक प्रभावित किया है उसमें सोशल मीडिया का नाम लिया जा सकता है। गूगल जैसे सर्च इंजनों ने जहां डिजिटल पत्रकारिता को नये आयाम दिए वहीं फेसबुक और ट्विटर जैसे माध्यमों ने पत्रकारिता के स्वरूप को तेजी से बदलना शुरू किया है। इस नये माध्यम को लेकर जहां अमेरिका और ब्रिटेन के मीडिया संस्थान अत्यंत सक्रिय हैं वहीं भारत में अभी भी सोशल मीडिया को उतनी गंभीरता से नहीं लिया जा रहा है। हालांकि कई टीवी चैनल हर दिन इस पर एक कार्यक्रम करते हैं और अखबारों में सोशल मीडिया सुर्खियों में बना रहता है। लेकिन अगर आकड़ों, सोशल मीडिया की पहुंच और खबरों को प्रभावित करने की उसकी क्षमता का आकलन किया जाए तो पता चलता है कि यह न केवल खबरों को बल्कि समाचार संगठनों की सोच को भी बदल रहा है। आखिर सोशल मीडिया क्या है और क्या वाकई सोशल मीडिया के जरिये पत्रकारिता भी हो सकती है। ये सवाल दो-तीन वर्ष पहले तक बेमानी हो सकता था लेकिन अब नहीं क्योंकि अब न केवल ऐसी पत्रकारिता हो रही है बल्कि इसमें नित नये प्रयोग भी हो रहे हैं। ऐसे प्रयोग जो पारंपरिक माध्यमों को चुनौती भी दे रहे हैं और उन्हें बेहतर भी कर रहे हैं। अब आलम यह है कि हर अखबार, हर टीवी चैनल और हर पत्रिका सोशल मीडिया को गंभीरता से लेने लगे हैं और उस पर अपनी उपस्थिति बनाना जरूरी समझने लगे हैं। लेकिन आखिर क्यों जरूरी हो रहा है सोशल मीडिया और क्यों हर मीडिया संस्थान इसमें अपार संभावनाएं देख रहा है। इसके कई कारण हैं, लेकिन सबसे महत्वपूर्ण कारण है ज्यादा-से-ज्यादा लोगों तक इसकी पहुंच अगर सबसे लोकप्रिय सोशल वेबसाइटों की बात करें तो फेसबुक और ट्विटर से लाखों की संख्या में लोग जुड़े हुए हैं। दोनों अलग-अलग तरह के लोगों को जोड़े हुए हैं। इसके अलावा प्रोफेशनल लोगों के लिए लिंकड और वीडियो माध्यम में रुचि रखने वालों के लिए गूगल प्लस भी है। लेकिन फिलहाल फेसबुक और ट्विटर को लेते हैं जिसका प्रभाव सबसे अधिक देखा जा रहा है। आईएमएआई-आईएमआरबी के आँकड़ों के अनुसार भारत में इंटरनेट का इस्तेमाल करने वालों की लगभग कुल संख्या 11 करोड़ के करीब है जिसमें से साढ़े छह करोड़ लोग सोशल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। सोशल मीडिया पर नजर रखने वाली साइट सोशल बेकर्स के अनुसार पूरी दुनिया में फेसबुक पर एक अरब से अधिक लोग हैं और भारत में छह करोड़ 38 लाख लोग फेसबुक पर सक्रिय हैं। ट्विटर का इस्तेमाल पूरी दुनिया में 20 करोड़ से अधिक लोग करते हैं जबकि भारत में तीन करोड़ तीस लाख लोग ट्विटर पर सक्रिय हैं। ये आंकड़े तब और दिलचस्प हो जाते हैं जब हमें पता लगता है कि एक बड़ी संख्या सोशल मीडिया

का इस्तेमाल अपने फोन पर करती हैं। भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) की रिपोर्ट के अनुसार अक्टूबर सन् 2014 तक भारत में मोबाइल इस्तेमाल करने वालों की संख्या 90 करोड़ 40 लाख है। इतने लोगों तक सीधे पहुंच बनाने वाली किसी भी तरह की कोई मीडिया कम से कम भारत में तो नहीं ही दिखाई देती है। दूरदर्शन जैसे बड़े मीडिया संस्थानों की पहुंच भी भारत के गांवों तक नहीं है क्योंकि हजारों गांवों में अभी भी बिजली नहीं पहुंची है जबकि मोबाइल फोन के जरिये सोशल मीडिया सुदूर गांवों तक पहुंच रहा है। नये आँकड़ों के अनुसार अब लोग अपना अधिक से अधिक समय ऑनलाइन सोशल साइटों पर बिताते हैं। वहीं से वो खबरें, विश्लेषण ग्रहण करते हैं न कि अखबार और टीवी से सोशल मीडिया कई स्तर पर इसका इस्तेमाल करने वालों को एक ताकत का अहसास कराता है। उदाहरण के लिए सोचिए कि बिहार के किसी गांव में बैठा किसान फेसबुक के जरिये योजना आयोग के उपाध्यक्ष से सवाल पूछ रहा हो बिना किसी मध्यस्थ के। सीधे-सीधे यह ताकत उस किसान को और कौन दे सकता है। अगर उस किसान को ट्विटर पर काम आता हो तो वह सीधे प्रधानमंत्री के ट्विटर हैंडल के जरिये अपनी बात वहां पहुंचा सकता है। सुनने में लग सकता है कि क्या वाकई ऐसा हो सकता है, तो इसका जवाब है हाँ। न केवल ऐसा हो सकता है बल्कि ऐसा हो रहा है। बीबीसी हिंदी के फेसबुक पर जब योजना आयोग के पूर्व उपाध्यक्ष मोंटेक सिंह आहलूवालिया ने सवालियों के जवाब देने शुरू किए तो सवाल पूछने में एक किसान भी था। ट्विटर पर प्रधानमंत्री के मीडिया सलाहकार तक बात जल्दी पहुंचती है इसमें अब किसी पत्रकार को शक नहीं रहा है।

सोशल मीडिया

सोशल मीडिया सिर्फ खबरें प्राप्त करने में ही मददगार साबित नहीं होता है बल्कि यह पत्रकारों के लिए संपर्क बनाने, समाज की नब्ज पकड़ने और विचारों को प्रभावित करने का भी एक माध्यम बनता जा रहा है। इसलिए इसे सोशल मीडिया जर्नलिज्म का नाम दिया गया है। हालांकि सोशल मीडिया ने जितना फायदा पत्रकारिता को पहुंचाया है उतनी ही चुनौतियां भी खड़ी की हैं। वर्चुअल दुनिया की सत्यता को लेकर सवाल हमेशा खड़े होते रहे हैं। यह पता करना मुश्किल होता है या और अधिक चुनौतीपूर्ण होता है कि अगर सोशल मीडिया पर कोई व्यक्ति कुछ कह रहा है तो वो व्यक्ति वाकई है भी या नहीं यानि पुष्ट करने की प्रक्रिया पत्रकारों के लिए जटिल हुई है क्योंकि कोई भी व्यक्ति चाहे तो कई फर्जी आईडी बनाकर एक ही बात कह सकता है और विचारों को प्रभावित कर सकता है।

सूचना प्रौद्योगिकी और मीडिया के योग से पिछले दिनों मीडिया का नया आयाम, नया माध्यम इंटरनेट मीडिया (वेब मीडिया) के रूप में विस्तार ले रहा है। इसमें इंटरनेट की वेबसाइट पर समाचार पत्र, पत्रिकाओं से लेकर समाचार चैनलों तक सबको प्रसारित किया जा रहा है। वेब मीडिया के विकास ने पारम्परिक मीडिया की परिभाषा ही बदलकर रख दी है। इसके फलस्वरूप अंग्रेजी और हिन्दी सहित सभी भारतीय भाषाओं के अधिकतर बड़े समाचार पत्र, पत्रिकाएँ ऑनलाइन हो चुके हैं अर्थात् सभी के इंटरनेट संस्करण वेब पर उपलब्ध है। “इंटरनेट मीडिया वह है जो केवल इंटरनेट के लिए की जाती है अर्थात् जो पूर्ण रूप से ऑनलाइन है।”

इंटरनेट मीडिया की सबसे बड़ी विशेषता है, इसके और पाठक दर्शक के साथ परस्पर सम्बन्ध। अन्य समाचार माध्यमों में सूचना सम्प्रेषण मूल रूप से एकतरफा होता है, हालांकि संपादक को चिट्ठी भेजकर प्रतिक्रिया की जा सकती है लेकिन सभी खबरों पर एक साथ ऐसा करना मुश्किल है।

निष्कर्ष

वर्तमान परिवेश में जहां प्रेस का दायरा विस्तृत हुआ है, वहीं उसकी महत्ता भी बढ़ी है। वह लोगों के होने और जीने में सहायक बन गया है। देश में जब तक लोकतंत्र रहेगा, उसकी प्राणवत्ता रहेगी, पत्रकारिता का भविष्य उज्ज्वल रहेगा। आज के दौर में बढ़ रहे विश्वसनीयता के संकट, व्यावसायिक प्रतिस्पर्धा एवं तमाम दबावों के बावजूद प्रेस का वजूद न तो घटा है, न कम हुआ है। उसकी स्वीकार्यता निरंतर बढ़ रही है, पाठकीयता बढ़ रही है, विविध रुचि की सामग्री आ रही है और अखबारों की संख्या में भी वृद्धि हो रही है। इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता के क्षेत्र में तो क्रांति सी हो गई है। पतन क्योंकि मूल्यों के स्तर पर हुआ है अतः उसके प्रभावों से पत्रकारिता अलग नहीं है। पत्रकारिता साहित्य एवं सुरुचि के संस्कार आज विदा होते दिख रहे हैं। इसके बावजूद तमाम लोग ऐसे भी हैं, जो भाषा एवं अखबार की सामाजिक जिम्मेदारी को लेकर काफी सचेत हैं। संस्थाओं की पत्रिकाएं बंद होने से एक बार लगा पत्रकारिता की नींव डगमगा रही है। पर उनके समानांतर क्षेत्रीय अखबारों की सत्ता एक बड़ी शक्ति के रूप में सामने आई है। बाहरी-भीतरी खतरे व प्रभावों के बावजूद हमारी पत्रकारिता का प्रगति रथ सदैव बढ़ता नजर आया है। पत्रकारिता ने हर संकट को पार किया है, वह इस संक्रमण से भी ज्यादा ऊर्जावान एवं ज्यादा तेजस्वी बनकर सामने आएगी, बशर्ते वह अपनी भूमिका जनपक्ष की बनाए और संकट मोल लेने का साहस पाले। पत्रकारिता से आज भी सामान्य जन की उम्मीदें मरी नहीं हैं।

संदर्भ ग्रन्थ सूची—

- कुमार, बिजेन्द्र, हिन्दी पत्रकारिता और भूमण्डलीकरण, प्रकाशक श्री नटराज प्रकाशन, प्रथम संस्करण—2007
- गुप्ता, गोविन्द लाल, हाड़ौती का स्वतंत्रता आन्दोलन, राजस्थान विद्यापीठ, हाड़ौती शोध प्रतिष्ठान, कोटा, 1973
- चतुर्वेदी, जगदीश, सुधासिंह, स्वाधीनता संग्राम, हिन्दी प्रेस और स्त्री का वैकल्पिक क्षेत्र, अनामिका पब्लिशर्स एण्ड डिस्ट्रीब्यूटर्स, नई दिल्ली, 2006
- जोशी, डॉ. बी.बी., हिन्दी पत्रिकाओं में राष्ट्रीय काव्य चेतना, समृद्धि प्रकाशन, इलाहाबाद, 2022
- जोशी, रामशरण, मीडिया और बाजारवाद, प्रकाशक राधा कृष्ण प्रकाशन, पहला संस्करण—2002
- जोशी, निर्मला, राजस्थान स्वतंत्रता संग्राम की कहानी, हिन्दी साहित्य मंदिर, जयपुर, 2000
- ताराचंद, भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन का इतिहास खण्ड—2, नई दिल्ली, 1977
- तिवारी, डॉ. अर्जुन, हिन्दी पत्रकारिता का वृहद् इतिहास, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, 2017

- देवाई, डॉ. आदर्श, जनजागरण में हिन्दी पत्रकारिता, श्याम प्रकाशन, जयपुर, 2022
- दुबे, राजीव, हिन्दी पत्रकारिता और राष्ट्रीय आन्दोलन, सत्येने प्रकाशन, इलाहाबाद, 2022
- पचौरी, सुधीश, भूमण्डलीय समय और मीडिया, प्रकाशक ज्ञानदीप प्रकाशन, प्रथम संस्करण-2016
- पाण्डे, राम, जयपुर राज्य प्रजामण्डल, शोधक, जयपुर, 1994
- पंत, एन.सी., हिन्दी पत्रकारिता का विकास, राधा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 1994
- पीतलिया, रामशरण, हिन्दी की कीर्तिशेष पत्र-पत्रिकाएँ, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, 2000
- वाजपेयी, पं. अम्बिका प्रसाद, समाचार पत्रों का इतिहास, प्रकाशक ज्ञान मण्डल लिमिटेड, 2010
- शुक्ल, विष्णु दसा, आधुनिक पत्रकार कला भाग, हिमालय पॉकेट बुक्स प्रा.लि., नई दिल्ली, 2008