इक्कीसवी सदी में हिंदी पत्रकारिता के समक्ष चुनौतियां

संजय कुमार प्रजापति,

सहायक प्राध्यापक, हिन्दी

जवाहरलाल नेहरू स्मृति शासकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय शुजालपुर म.प्र.

प्रारूप: 21वीं सदी हिंदी पत्रकारिता के समक्ष एक अभिशाप के रूप में प्रकट हुई जिसका सामना हिंदी पत्रकारिता विवश होकर कर रही है। हिंदी पत्रकारिता ने जैसे-जैसे अपने पांव पसारने शुरू किए ठीक उसी के अनुपात में चुनौतियां भी उसके सामने मुंह के आकार का विस्तार करती गई। वैश्वीकरण कि इस हवा ने वर्तमान पत्रकारिता को मिशन के बजाय व्यवसाय में तब्दील कर दिया। जिसमें बाजारीकरण, निजीकरण, और राजनीतिकरण ने पत्रकारिता को झकझोर दिया है। इसके समक्ष सबसे बड़ी चुनौती प्रासंगिकता और विश्वसनीयता की है। आर्थिक उदारीकरण की नीति के दुष्परिणाम समाज के सामने आने लगे और पहले की तुलना में आम जनमानस ज्यादा मुश्किल के घेरे में दिखाई देते है। पत्रकारिता आज महत चिंतन और विश्लेषण की पत्रकारिता नहीं रही वह सामाजिक सक्रियता और विसंगतियों के विरुद्ध हस्तक्षेप की पत्रकारिता है। आज के समय में हर कोई व्यक्ति पत्रकारिता की परिभाषा अपने-अपने ढंग से गढ़ रहा है जिसके परिणाम हमें मौजों पत्रकारिता के रूप में दिखाई देता है मौजों यानी मोबाइल जनरलिज्म से है।

बीज शब्द -21वी सदी हिंदी पत्रकारिता, विश्वसनीयता, प्रासंगिकता, नैतिकता, मौलिकता , राजनीतिकरण, बाजारीकरण, उदारीकरण कारक, व्यवसायीकरण, निजीकरण,निष्पक्षता, संघर्ष, प्रश्नचिन्ह।

पत्रकारिता निरंतर गतिशील और राष्ट्रीय धरातल पर परिवर्तित होती गतिविधियों की जानकारी को समाज तक पहुंचाने का कार्य करती है। इसलिए पत्रकारिता को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ कहा जाता है। वर्तमान समाज के बहुआयामी विस्तार एवं विकास से परिचित करवाने में पत्रकारिता की अहम भूमिका है।

साहित्य, भूगोल,विज्ञान, इतिहास, मनोविज्ञान, समाचार, राजनीति विज्ञान, खेलकूद, संगीत, नृत्य, चलचित्र, तथा समकालीन घटनाओं को समाज के समक्ष प्रस्तुत करने में पत्रकारिता की महत्वपूर्ण भूमिका है। ऐसे में इस 21वीं सदी में लोकतंत्र के मजबूत स्तंभ के समक्ष गंभीर चुनौतियां हैं। आज इसकी साख दांव पर है। पत्रकारिता जनता समाज और सरकार के बीच की कड़ी है। यह तीनों में सामंजस्य स्थापित करने में मदद करता है, किंतु 21वीं सदी में हिंदी पत्रकारिता एक ऐसे चौराहे पर खड़ी है। जिस पर से आम जनमानस का भरोसा दिन प्रतिदिन

कम होता जा रहा है इसका मुख्य कारण व्यवसायीकरण है, इसमें आज बाजारीकरण ने इतने अंदर तक पैर पसार दिए हैं कि उन्हें उखाड़ना दुष्कर हो गया है। इस दुर्दशा के समक्ष कई कारण है, जिसमें पत्रकारिता और पत्रकार समूह स्वयं है जो कि व्यवसायिक बुद्धिजीवी के कारण वहां अखबार में उन खबरों को प्रेषित व महत्व देता है, जिन खबरों से उसको स्वयं को आर्थिक लाभ होता है, चाहे वह खबर आम जनमानस के लिए सूचना प्रद हो या न हो इसके कारण सच्ची एवं तथ्यपरक खबरों में और उसकी साख में गिरावट आई है, क्योंकि अब पत्रकारिता का सीधा संवाद या संबंध जनता से नही रहा इसका अर्थ यह नहीं है कि पत्रकारिता जनता से दूर हो गई है, बल्कि यहां अब सब कुछ प्रायोजित और योजनाबद्ध तरीके से व्यवसायिक हितों को ध्यान में रखकर संवाद होता है। पत्रकारिता अब आदमी की आवाज उसकी तरफ से नहीं उठाती है, बल्कि अपनी प्रसिद्धि व्यवसायिक हित राजनीतिक महत्व और सबसे तेज दिखने की होड़ में सबसे आगे रहने के कारण से उठाती है। इस प्रक्रिया में पत्रकारिता का मूल स्वरूप गंभीर रूप से घायल होता जा रहा है। पत्रकारिता कहीं ना कहीं सूचना और समाचारों को समाज तक पहुंचाने की प्रतिस्पर्धा में मानवीय मूल्यों की प्रतिबद्धता दूर होती जा रही है। असल में पत्रकारिता अपने मूल सिद्धांतों से हटकर बनावटी सिद्धांतों की ओर उन्मुख होती दिखाई दे रही है। इसी कारण इसके समक्ष अनेक चुनौतियां मुंह बाए खड़ी है। जो सिद्धांत हमारे पूर्वजों ने गड़े थे। उन सिद्धांतों की जड़े कमजोर होती दिखाई दे रही है। मूल्य और सिद्धांतों के बिना पत्रकारिता का बीज कभी नहीं बोया जा सकता है, क्योंकि मूल्य और सिद्धांत पत्रकारिता के मूल तत्व है। प्रत्येक व्यवसाय में मर्यादा और नैतिकता का ख्याल रखा जाता है, किंतु जैसे ही हम इन मूल सिद्धांतों से हटते हैं मर्यादाओं को लांघते है, तब एकाएक स्वाभाविक तौर पर चुनौतियां सामने आने लगती है, जिसमें विश्वसनीयता और नैतिकता का प्रश्न पत्रकारिता के समक्ष एक के बाद एक खड़े होने लगते हैं और इन प्रश्नों के उत्पन्न होने का मूल कारण पूंजीवाद के उदर से हैं, क्योंकि सामान्य सा प्रश्न है कि बड़े लाभ के लिए बड़ी पूंजी का निवेश किया जाता है। 21वीं सदी के इस दौर में अखबार और न्यूज़ चैनल का संचालन दिन प्रतिदिन कितना महंगा होता जा रहा है आप और हम सब भली-भांति जानते हैं। अर्थात इस मौजूदा दौर में पत्रकारिता पूंजीपतियों का खेल हो गई है। पहले पत्रकारिता के व्यवसाय में पेशा उत्पाद के द्वारा था। लेकिन उदारीकरण के पश्चात पत्रकारिता में बहुत बड़ा बदलाव आया। उत्पाद को प्रमुख मानकर अधिक से अधिक धनार्जन उत्पन्न करने के लिए धनी और बुद्धिजीवी वर्गों ने समाचारों को व्यवसायीकरण में तब्दील कर दिया। इसी के चलते पत्रकारिता में जो पहले छुटपुट भ्रष्टाचार था। अब उसने इक्कीसवीं सदी में संस्थागत रूप ले लिया है। वर्ष 2009-10 में सामने आया कि समाचार के बदले अब पत्रकारिता में संस्थान ही पैसा लेने लगे हैं।

स्थिति यहां तक आ पहुंची कि देश के नामी-गिरामी समाचार पत्रों को नो पेड न्यूज का ठप्पा लगाकर समाचार पत्रों को प्रकाशित करने पड़े। इसमें संपादक गर्व से होकर बताते हैं कि पूरी चुनावी अभियान के समय उनके समाचार पत्रों के विरुद्ध पेड न्यूज की एक भी शिकायत नहीं आई यह सब पेपर मालिकों के आर्थिक स्वार्थ समाज हितेषी पत्रकारिता पर हावी नहीं होते तब यह स्थिति ही नहीं बनती, इसमें केवल मालिकों की धन लालसा के कारण पत्रकारिता की विश्वसनीयता और प्राथमिकता पर ही प्रश्न नहीं उठ रहे हैं, बल्कि पत्रकारों की भूमिका इसमें है कि कुछ पत्रकार राजनीतिक पार्टी के प्रवक्ता की तरह व्यवहार कर रहे हैं, जोकि 21वीं सदी की बहुत बड़ी चुनौतियों में से एक है। आज पत्रकार किसी पार्टी की सहायता मैं व्यस्त है वहां ऑनस्क्रीन ही नहीं, बल्कि ऑफ स्क्रीन भी समाचार कक्ष में आपस में राजनीतिक प्रवक्ता की भांति संबंधित पार्टी का पक्ष लेते हैं। ऐसे में राजनीतिक और पूंजीवाद से मीडिया की आजादी पर खतरा मंडरा रहा है। आज पत्रकारिता और पत्रकार की विश्वसनीयता पर ही सवाल उठने लगे हैं। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के नाम पर पत्रकारिता कुछ भी समाज के सामने परोस रहा है। ऐसा प्रतीत होने लगा है कि समाज के पैसे पर फलने फूलने वाले इस मीडिया का सामाजिक सरोकारों से कोई संबंध ही नहीं रह गया है। समाज में घटित होने वाली जो खबर है वह आज सकारात्मक खबर मीडिया से बाहर की चीज हो गई है। इसमें सिर्फ और सिर्फ नकारात्मक खबरें ही समाज के समक्ष पहुंचाई जा रही है। पत्रकारिता हमेशा से ही समाज का आईना कहा जाता है। समाज में ऐसी कई घटनाएं है जो समाज को प्रेरणा देने का कार्य भी करती है। जिन्हें समाज को दिखाया ही नहीं जाता है, आज पत्रकारिता में बाजारीकरण और निजीकरण के बाद वह समाज की आवाज एवं लोकतंत्र के चौथे स्तंभ का दर्जा खोकर एक व्यापारिक कंपनी बन गई है। और व्यापारिक कंपनियों का तो हमेशा से ही एक ही मकसद रहा है कार्य क्षमता एवं प्रभाव के आधार पर मुनाफे का इजाफा करना इसमें वह उन्हीं खबरों को प्रसारित और प्रचारित करती है, जिनमें विषय वस्तु और गंभीरता ना हो एवं आसानी से समझ आ जाए। आज जब खबरों के बाजार में खरीदार ज्यादा है, तब जाहिर सी बात है कि खबर संकलन में हल्की फुल्की मसालेदार चटपटी खबरों की संख्या में बढ़ोतरी होगी और विचारों के उत्पाद में कमी आएगी।

"प्रायः पत्रकार के लिए आज पत्रकारिता अपने स्वार्थ एवं महत्वकांक्षाओ की सम्पूर्ति की जबरदस्त सीढ़ियां बन गई है। पत्रकारिता आज राजनीति के जनता एवं कुबेरों दोहन का सिद्ध मंत्र बन गई है और पत्रकारिता का अपने हित में इस्तेमाल करना राजनेताओं तथा पूंजीपतियों का व्यवसायिक पेशेवर दाव पेज हो गया"१

अकबर इलाहाबादी का -

"खींचो ना कमानो को न तलवार निकालो।

जब तोप मुकाबिल न हो तो अखबार निकालो।।"

अब यह एक लक्ष्य नहीं बल्कि एक भ्रष्ट नारा बनकर रह गया है। आज पत्रकारिता उद्योग बन गया है उसका उद्देश्य स्ववर्ग एवं स्वामी के हितों का बौद्धिक पैरोकार बनने की नियति उसने स्वीकार कर ली है। अब पत्रकारिता का उद्देश्य राष्ट्रीय चरित्र निर्माण, सामाजिक सुधार, सांप्रदायिकता विरोधी, तथा लोकमंगल नहीं रहा। पत्रकारिता में विश्वसनीयता का मुद्दा एक बड़ी चुनौती बनती जा रही है। आज खबरों की विश्वसनीयता लगातार तेजी से गिरती जा रही है। अब अखबार चलाना केवल व्यवसाय रह गया है। उसका सामना तथा जनता के साथ जो प्रतिबद्धता होती थी, वह आज के सूचना क्रांति के दौर में समाप्त होती जा रही है। वर्तमान समय में लोकतंत्र के तीनों स्तंभों में दीमक लग चुके हैं, उसी तरह यह आज लोकतंत्र का चौथा स्तंभ भी चरमरा गया है। विश्वसनीयता की इस कमी ने इसे अंदर से कमजोर और खोखला कर दिया है। आज अधिकतर समाचार पत्र नैतिक मूल सिद्धांतों और कर्त्तव्य से विलग हो चुके हैं। पहले जहां नैतिक कर्त्तव्यों के लिए पत्रकारिता ने हर चुनौतियों का सामना बहुत ही अच्छे ढंग से किया करता था। आज वही इसने अपने नैतिकता से समझौता कर लिया है। नई उदार नीति के दौर में पत्रकारिता में आए बदलाव को लेकर इस माध्यम के प्रति आम जनमानस की आस्था, विश्वसनीयता धीरे-धीरे समाप्त हो रही है। पत्रकारिता प्रारंभ से ही पूंजी का खेल रही है, लेकिन स्वाधीनता संग्राम के समय प्रेस मालिकों की अंतरात्मा का इस प्रकार क्षय नहीं हुआ था। उस समय अखबारों की विश्वसनीयता भी उच्च कोटि की हुआ करती थी और यह सही भी है बिना विश्वसनीयता के पाठकों के मन में स्थान नहीं पाया जा सकता है। क्योंकि आजादी के पहले पत्रकारिता की विश्वसनीयता इससे साबित होती है कि उसने कभी भी इस मामले में कोई समझौता नहीं किया और हमेशा समाज और जनता का कवच तथा बुराई ,अन्याय, अशिक्षा के खिलाफ पेनी हथियार बनी रही।

इस बारे में विनोद गोदरे का कहना है कि हिंदी पत्रकारिता राष्ट्रीयता की कोख में पली सामाजिक, धार्मिक, रूढ़ियों, आडंबरो के खिलाफ लड़ती रही। धेय की दृष्टि से लोकहित, लोक कल्याण उसका प्रमुख लक्ष्य रहा। वह जनता को शिक्षित करने का सर्व सुलभ और सशक्त माध्यम बनी। राष्ट्रीयता की ओजस्विता सामाजिक सुधार, धार्मिक आडंबरो के विरुद्ध लोक जागरण का पैना हथियार बनी।

इस बात से यह समझ आता है कि तब की पत्रकारिता की विश्वसनीयता बहुत ठोस और ताकतवर थी। उसे अपने समय के तत्कालीन विषम परिस्थितियों का मुकाबला करते हुए अपने अखबारों की विश्वसनीयता बनाए रखीं। लेकिन आज वह विश्वसनीयता पूंजी और बाजार की

गुलाम बन बैठी है। ऐसे में पत्रकारिता की विश्वसनीयता घट रही है। समाज और जनता से पूरी तरह कट सी गई है। और अपनी प्रतिबद्धता खो रही है। जिस विश्वास के साथ वह अन्याय अत्याचार के खिलाफ सभी मोर्चे पर डटी रहती थी, वह लगभग अपने समाप्ति की और है। इस विश्वसनीयता को बनाए रखने के लिए मीडिया के दोनों रूप कुछ नहीं कर रहे हैं। जिसके कारण आज आम जनमानस में एक गलत संदेश प्रेषित हो रहा है। देखा जा रहा है कि पत्रकारिता की विश्वसनीयता केवल उसे चलाने के हित में खड़ी है। उसे जनता के मत और विश्वास से कोई मतलब नहीं रहा है।

पत्रकारिता में सामाजिक सरोकारों की खबरें कम तथा बाजार की खबरें ज्यादा दिखाई जा रही है। आज मीडिया बाजार उन्मुख हो गई है बाजार की खबरें हो लेकिन कितनी मात्रा में हो कितना उसका संतुलन हो यह आज की सबसे बड़ी चुनौती है।

निष्कर्ष -हिंदी पत्रकारिता आधुनिक समय में आर्थिक संसाधनों और बाजारवाद का सामना कर रही है। आज हिंदी पत्रकारिता संक्रमण काल से गुजर रही है उसकी साख आज दांव पर हैं, क्योंकि जाहिर सी बात है जब मैनेजर संपादक की कुर्सी पर काबिज होगा तो चुनौतियां पहाड़ बनकर हमारे सामने खड़ी होगी। साथ ही पत्रकारिता में पूंजी का प्रवेश होना भी सबसे बड़ी चिंता का विषय है। आज बाजारवाद ने आम जनमानस के विचारों को पीछे धकेल दिया है, पहले पत्रकारिता जुनून से भरी होती थी और इसमें आदर्शों और मूल्यों का उचित स्थान होता था किंतु अब यहां अप्रासंगिक हो गई है क्योंकि जब से पत्रकारिता ने सोशल मीडिया में अपने पैर पसारे हैं तब से सूचनाओं का अंबार सा खड़ा हो गया है इस अंबार और समाचार पत्रों की होड़ में सूचनाओं का स्थान नगण्य सा रह गया है और साथ ही अविश्वसनीयता का स्थान अधिक हो गया है,जो कि 21वी सदी के समय में यह एक चिंता का विषय है।

संदर्भ-

१. डॉ.संजीव जैन, पत्रकारिता सिद्धांत और स्वरूप, पृष्ठ संख्या,17

२. इंद्रचंद्र रजवार, आधुनिक हिंदी की रूपरेखा,पृष्ठ संख्या,15

३. डॉ.विनोद गोदरे, पत्रकारिता का स्वरूप एवं संदर्भ, पृष्ठ संख्या,37,38

४. डॉ.त्रिभुवन राय, जनसंचार माध्यम चुनौतियां और दायित्व।