

संचार क्रांति और आधुनिक हिन्दी पत्रकारिता : साधन बनाम साध्य

- डॉ० शशि भूषण कुमार 'शशि'

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, जिसपर 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 का समेटने के लिए अब पत्रकारिता की जगह मीडिया शब्द प्रचलन में है। पर इस तकनीक 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 मल्टी मीडिया के अंग हैं। ये अधिकार एकमुश्त बेचे जा सकते हैं।¹

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 चमाड़िया 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।²

पत्रकारिता का बदलता तकनीकी रूप, उपभोक्तावादी बाजारवाद के प्रभाव ने प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के वर्तमान युग की हिन्दी पत्रकारिता के अन्तर्विरोध को बढ़ाया है। सामान्य रूप से किसी घटना के विवरण को जन सामान्य तक पहुँचाने का माध्यम समझी जाने वाली पत्रकारिता का यह पूर्ण सत्य नहीं है। संचार माध्यम घटना के विवरण को जन-सामान्य तक पहुँचाने का जरिया है, परन्तु पत्रकारिता का उद्देश्य मात्र किसी घटना के विवरण से अवगत करा देना भर नहीं है। वस्तुतः पत्रकारिता का साध्य घटना के निहितार्थ का उद्घाटन है, देश और समाज के अंतर्संबंध को विषम परिस्थितियों में भी अक्षुण्ण रखना है। यह गंभीर दायित्व ही

पत्रकारिता को घटना के शब्दांकन की सीमित भूमिका का विस्तार करता है। पत्रकारिता के इस गंभीर दायित्व पर विचार करते हुए स्वतंत्रता संग्राम के दिनों से पत्रकारिता से जुड़े और 'राष्ट्रवाणी', 'नव शक्ति', 'नवीन भारत', 'नवराष्ट्र', 'दैनिक' विश्वमित्र', 'साप्ताहिक योगी', और आर्यावर्त जैसे प्रसिद्ध पत्रों का सम्पादन कर चुके ख्यातिप्राप्त पत्रकार विश्वनाथ सिंह कहते हैं- "भाषा और साहित्य के निर्माण और विकास में पत्रकारिता का योगदान आज कम महत्व का नहीं रह गया है। वस्तुतः एक पूरे राष्ट्र के निर्माण और विकास में ही वहाँ की पत्रकारिता का योगदान रहता है। राष्ट्र का चरित्र और इसकी संस्कृति भी अब बहुत कुछ वहाँ की पत्रकारिता के स्वरूप पर ही निर्भर हो गयी है। परिणाम है कि हर देश या राष्ट्र की पत्रकारिता का एक पृथक और स्वतंत्र व्यक्तित्व तैयार हो गया है और जहाँ पर इस कला का विशेष विकास नहीं हो सका है वहाँ इसका एक नया तथा पृथक स्वरूप निर्मित हो रहा है।³

इस दृष्टि से हिन्दी देश की बड़ी आबादी के दैनिक जीवन और साहित्य-संस्कृति की भाषा हैं। वर्तमान में संख्या और प्रसार की दृष्टि से भी हिन्दी भाषा में पत्र-पत्रिकाओं की संख्या अन्य भाषाओं से अधिक है। नव जागरण काल से अब तक हिन्दी पत्रकारिता की भूमिका उल्लेखनीय है। आचार्य रामचन्द्र शुक्ल ने भारतेन्दु हरिश्चन्द्र (1850-1885) के रचना काल की अवधि को नयी धारा अथवा प्रथम उत्थान की संज्ञा दिया है। डॉ० नगेन्द्र द्वारा सम्पादित हिन्दी साहित्य का इतिहास के 'भारतेन्दु युग' शीर्षक अध्याय में इस काल की पत्र पत्रिकाओं की भूमिका पर विचार करते हुए डॉ० रामचन्द्र तिवारी लिखते हैं - भारतेन्दु के उदय के पूर्व पत्र-पत्रिका के विकास का प्रथम दौर पूरा हो चुका था। पत्र - पत्रिकाओं का सम्बन्ध सीधे जन-जागरण से है। किसी प्रकार के अन्याय या पक्षपात का प्रतिकार करने के लिए जनता जब उठ खड़ी होती है तो उसे अपनी आवाज बुलन्द करने के लिए पत्र-पत्रिकाओं का सहारा लेना पड़ता है। उन दिनों जन-जागरण का केन्द्र कलकत्ता नगर था।⁴ इस काल की प्रमुख पत्र-पत्रिकाओं में उदन्त मार्तण्ड, (1826), बंगदूत (1826), प्रजामित्र (1834), बनारस अखबार (1845), मार्तण्ड (1846), मालवा अखबार (1849), सुधाकर (1850), बुद्धि प्रकाश (1852), समाचार सुधावर्षण (1854), प्रजाहितैषी (1855), तत्वबोधिनी पत्रिका (1865), ज्ञानप्रदायिनी पत्रिका (1866), वृत्तान्त विलास (1867) आदि का उद्देश्य जनता में जागरण और सुधार की भावना उत्पन्न करना था।

स्वतंत्रता प्राप्ति तक की हिन्दी पत्रकारिता का उद्देश्य राष्ट्रीयता की भावना का प्रसार करना था और अंग्रेजी साम्राज्य की पराधीनता से मुक्ति के लिए जनता में संघर्ष और प्रतिकार की भावना को विकसित करना था। परन्तु स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद हिन्दी पत्रकारिता के समक्ष अनेक नयी चुनौतियाँ थीं, जिनमें राजनीतिक प्रपंच, आर्थिक भ्रष्टाचार के साथ-साथ नव निर्माण तथा विभिन्न समुदायों के बीच सौहार्द बनाये रखने की कठिन चुनौती थी। स्वाधीनता संग्राम के दिनों में पत्रकारिता एक मिशन थी। इससे जुड़े लोगों के मन में देशभक्ति की भावना थी। गणेश शंकर विद्यार्थी, शिव पूजन सहाय, महावीर प्रसाद द्विवेदी, भारतेन्दु हरिश्चन्द्र जैसे समर्पित व्यक्ति के लिए पत्रकारिता एक पावन क्षेत्र था, जबकि उपभोक्ता संस्कृति के इस दौर में ऐसे समर्पित लोगों की जगह पत्रकारिता को पेशा मानने वाले लोगों की संख्या बढ़ी है। समाचार पत्रों पर प्रबंधन का प्रभाव बढ़ा है जिसके परिणामस्वरूप संपादकों की भूमिका नाम मात्र की रह गयी है। समाचार-पत्रों की इस स्थिति को स्पष्ट करते हुए प्रसिद्ध पत्रकार आलोक श्रीवास्तव लिखते हैं- वस्तुतः कितना भी कड़वा लगे पर सच यह है कि अधिकांश समूहों में कम्प्यूटराइजेशन के बाद उपसंपादकों का काम सिर्फ एजेंसी के नेटवर्क के जरिए सभी खबरों के प्रूफ वगैरह स्क्रीन पर ही दुरूस्त करना रह गया है - इस तरह से वे पुराने जमाने के कम्पोजिटर, प्रूफरीडर और पेस्टर का कार्य करते हैं- इसके सिवा उनकी अखबार में कोई जगह नहीं है। यह कार्यप्रणाली लगभग सभी अखबारों में पूरी तरह लागू हो चुकी है या फिर वह दलाल है, दलाल या दास, तीसरा रास्ता नहीं बचा है। जो थोड़ा ईमानदार, थोड़ा दबू, थोड़ा गंभीर किस्म के पत्रकार हैं वे क्लर्क की भूमिका में हैं, जो तेज-तर्रार और हथकंडों में माहिर हैं वे दलाल की भूमिका में हैं। ऐसे लोग भी अप्रत्यक्ष दलाली में ही जुटे हैं जो ईमानदार हैं, पर उनका लेखन जनविरोधी है और गलत राजनीति, गलत संस्कृति, गलत समझ में उपजकर रोजाना टनों कागजों पर छपकर हिन्दुस्तान के आवाम को सांस्कृतिक गलाजत में ले जाने की पूँजीवादी मंशा को पूरी कर रहा है। पत्रकार शब्द से जो पुराना अर्थ निकलता था यथार्थ उससे बहुत दूर चला आया है। चीजें वही

नहीं रहीं जो पचास साल पहले या फिर दो दशक पहले भी थीं। यह आमूल-चूल बदलाव का दौर है। औद्योगिक क्रान्ति की तरह ही विश्व संचार संक्रान्ति से गुजर रहा है। परिवर्तन की प्रवृत्ति बहुत तेज है। पूँजीवाद की चरम अवस्था साम्राज्यवाद अपनी अनन्त विकृतियों के साथ डायनासोर की तरह पृथ्वी पर घूम रहा है।⁵

मीडिया का चरित्र बदला है, उद्देश्य बदला है और इसके साथ ही पत्रकारिता से जुड़े लोग भी बदले हैं। प्रबंधन की व्यावसायिक इच्छाओं को पूरी करने में तत्पर पत्रकारों में दास प्रवृत्ति बढ़ी है। सामाजिक जिम्मेदारी का बोध, सामाजिक मूल्यों की सुरक्षा और संवेदनशीलता का भाव अब पत्रकारिता के लिए आवश्यक नहीं रह गये हैं। वस्तुतः मीडिया आज न्यूज उत्पादक की उस भूमिका में है जो खबर बनाने और उसे बेचने को कला समझता है। इस कला से वह भौड़े मनोरंजन, अंधविश्वास फैलाने और उसे जन-मान्यता प्रदान करने पर उतारू है।

हिन्दी पत्रकारिता ने अपने आरंभिक दिनों में राष्ट्रीय भावना और जनचेतना के प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह किया। इस काल की सामाजिक, राजनीतिक परिस्थितियों और हिन्दी पत्रकारिता की समीक्षा करते हुए डॉ० सुरेशचन्द्र गुप्त लिखते हैं-“नयी अर्थ व्यवस्था और नवीन शिक्षा पद्धति के कारण भारतीय जनता में एक ऐसी चेतना उत्पन्न हुई जिसके आधार पर लोग अपनी कठिनाईयों को समझने और उनको दूर करने की कोशिश करने लगे। इसके लिए प्रेस से बेहतर और कोई साधन नहीं हो सकता था। हिन्दी का पहला पत्र ‘उदन्त मार्तण्ड’ सन् 1826 में प्रकाशित होने लगा। हिन्दी का दैनिक पत्र ‘समाचार सुधावर्षण’ (1854 ई०) श्याम सुन्दर सेन के सम्पादकत्व में कलकत्ता से ही निकला। उन्नीसवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन और भी अधिक संख्या में होने लगा। इससे नये विचारों के आदान-प्रदान में सुविधा हुयी। विगलित सामाजिक-भौतिक रूढ़ियों के विरोध में पत्रों का अच्छा उपयोग किया गया। इसके माध्यम से अंग्रेजी हुकूमत की उन कार्यवाहियों का भी विरोध शुरू हुआ जो देशहित के विरुद्ध पड़ती थी। इनसे वैज्ञानिक दृष्टिकोण और राष्ट्रीयता के प्रचार-प्रसार में भी पर्याप्त सहयोग मिला।⁶

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद प्रत्यक्ष रूप से हिन्दी पत्रकारिता के समक्ष पराधीनता का प्रश्न नहीं था। लेकिन भारतीय समाज की बहुलतावादी अतर्सरचना के कारण राष्ट्रीयता की भावना का विकास आवश्यक था। देश का विभाजन जिन त्रासद स्थितियों में हुआ और धार्मिक भावनाओं के उभार से भारतीयता की भावना आहत हुई, इससे उबरने तथा राष्ट्रीय एकता की भावना का प्रसार हिन्दी पत्रकारिता का गंभीर दायित्व था। स्वाधीनता के उपरांत देश के समक्ष ज्ञान-विज्ञान, सामाजिक, आर्थिक आदि क्षेत्रों में नवनिर्माण एक कठिन चुनौती के रूप में बरकरार थी और इसमें पत्रकारिता को महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करना था। भारतीय समाज में अंधविश्वास, अशिक्षा, वैज्ञानिक दृष्टिकोण का अभाव देश के विकास में बाधक था। स्वस्थ सामाजिक दृष्टि के विकास के लिए पत्रकारिता में सकारात्मक एवं जनपक्षधरता का भाव आवश्यक था। परन्तु उपभोक्तावादी प्रभाव से हिन्दी पत्रकारिता भी अप्रभावित नहीं रह सकी। हिन्दी पत्रकारिता पर इस प्रभाव को लक्षित करते हुए प्रसिद्ध पत्रकार और समाजशास्त्री रामशरण जोशी लिखते हैं- औपनिवेशिक युग के देश प्रिंट मीडिया से परिचित रहे हैं। स्वाधीनता सेनानी प्रिंट पत्रकारिता को वास्तव में एक शक्तिशाली हथियार के रूप में प्रयोग करते थे। औपनिवेशिक युग के गुलाम समाजों में पत्रकारिता को हमेशा एक अच्छा अभियान समझा गया, व्यवसाय नहीं। स्वातंत्र्योत्तर काल में इसकी भूमिका में बहुत तेजी से परिवर्तन हुआ। पत्रकारिता एक पूर्णकालिक पेशा बन गयी। अभियान से पेशे तक पत्रकारिता की यह यात्रा अच्छी और परिणामजनक रही। नेहरू के नेतृत्व में एक युवा राष्ट्र के अंदर इसने लोकतांत्रिक चेतना और संस्थानों के निर्माण में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। लेकिन स्थितियाँ बदली और यह अच्छा पेशा अभियान से व्यवसाय में तब्दील हो गया।⁷

आजादी के बाद की पत्रकारिता एक पूर्णकालिक पेशा के रूप में विकसित हो गई है। जबकि आजादी से पहले यह एक अभियान था, स्वतंत्रता प्राप्ति के लिए एक सशक्त हथियार, जिसका स्वतंत्रता सेनानियों ने सार्थक उपयोग किया। प्रसिद्ध इतिहासकार डॉ० गांधीजी राय अपनी पुस्तक “राष्ट्रीय आंदोलन और भारतीय संविधान में राष्ट्रीयता की भावना के प्रसार में पत्रकारिता की भूमिका को रेखांकित करते हुए लिखते हैं- “भारतीय राष्ट्रीय जागरण में भारतीय प्रेस तथा साहित्य के प्रभावों से मुँह नहीं मोड़ा जा सकता। प्रेस ने भारतीयों में राष्ट्रीय भावना

जगाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभायी। इसने ब्रिटिश साम्राज्यवाद की त्रुटियों को प्रकाश में लाया। इनमें हिन्दू, इंडियन मिरर, पैट्रियट, अमृत बाजार पत्रिका, बम्बई समाचार, केशरी, आर्यदर्शन का विशेष महत्व था।⁸

पत्रकारिता के व्यावसायीकरण के कारणों की पड़ताल करते हुए सुभाष सेतिया लिखते हैं- भारतीय पत्रकारिता अपने शैशव काल में देश की स्वतंत्रता प्राप्ति के आदर्श के प्रति समर्पित होने के कारण एक मिशन के रूप में विकसित हुई जो आजादी के बाद धीरे-धीरे यथार्थ की पगडंडियों पर बढ़ती हुई व्यावसायिक रूप धारण करती गई। आज स्थिति यह है कि कुछ धार्मिक वैचारिक स्वयंसेवी और सरकारी पत्र-पत्रिकाओं को छोड़कर समूचा प्रिंट मीडिया व्यावसायिक एवं व्यापारिक रंग में रंग चुका है। एक दिलचस्प तथ्य यह है कि पत्रकारिता की गाड़ी जब व्यावसायिकता की पटरी पर आगे बढ़ रही थी उस समय देश का इलेक्ट्रॉनिक मीडिया व्यावसायिक व बाजारवाद से एकदम अछूता रहकर राष्ट्रीय पुनर्निर्माण, स्वस्थ मनोरंजन और सामाजिक सांस्कृतिक उत्थान के रचनात्मक पथ पर आगे बढ़ रहा था।⁹

प्रिंट मीडिया के व्यावसायिक होने के आरंभिक दिनों में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सरकारी नियंत्रण में होने के कारण जनोन्मुखी थी जबकि प्रिंट मीडिया पर उपभोक्तावादी प्रभाव पड़ने लगा था, जिसके परिणामस्वरूप इसके उद्देश्यों में बदलाव स्पष्ट रूप से दिखने लगा था। संचार माध्यम में तकनीकी विकास ने इस व्यावसायीकरण को और अधिक गति प्रदान किया है। पत्रकारिता अब विज्ञापन और लोकंजन के माध्यम से मुनाफा कमाने की विधा में बदलने लगी है। इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता के क्षेत्र में निजी क्षेत्र के प्रवेश के साथ ही इसका स्वरूप भी बदलने लगा और व्यावसायिकता की होड़ बढ़ गयी। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के इस बदलाव को लक्षित कर सुभाष सेतिया लिखते हैं- “मनोरंजन के नाम पर जो सीरियल दिखाए जाते हैं उनमें भी सामान्य व्यक्ति के रोजमर्रा के संघर्ष और समस्याओं की बजाय बड़े-बड़े घरानों के व्यावसायिक विवाद पारिवारिक कलह और एक दूसरे के विरुद्ध षड़यंत्र रचने वाले खलनायकों व खलनायिकाओं को महिमामंडित किया जाता है। आप दूढ़ने पर भी ऐसा सीरियल नहीं देख पाएंगे जिनमें गाँव के किसानों, शहरी मजदूरों, क्लर्कों, विद्यार्थियों, बेरोजगारों, युवकों, घरेलू नौकरों, अध्यापकों, अध्यापिकाओं या समाज सेवकों या समाज सेविकाओं के जीवन, आकांक्षाओं, सपनों अथवा संघर्षों का चित्रण हो। हर घंटे साड़ियाँ बदलने वाली और गहनों से लदी महिलाएँ, सिगरेट और शराब में डूबे व्यापारी और उद्योगपति, बात-बात पर पिस्तौल उठा लेने वाले युवा और बदन उधाड़ने को आधुनिकता मानने वाली युवतियाँ ही मुख्य पात्र के रूप में सामने आती हैं। एक ओर ऐसी आडंबरपूर्ण और अवास्तविक जीवनचर्या को महिमामंडित किया जाता है तो दूसरी ओर धार्मिक कर्मकांड, पूजा पाठ और ज्योतिष जैसे भाग्यवादी विश्वासों को पुष्ट किया जाता है। धारावाहिकों के कथानक व पात्र हों अथवा हर पाँच मिनट बाद कमर्शियल ब्रेक के अन्तर्गत दिखाए जाने वाले विज्ञापन हो, सबमें उपभोक्तावाद को खुलकर प्रोत्साहित किया जा रहा है।¹⁰

हिन्दी पत्रकारिता किस तरह बदल चुकी है और इसमें संचार क्रांति की भूमिका कितनी है, इसका सहज अंदाज प्रसिद्ध पत्रकार आलोक श्रीवास्तव की इस टिप्पणी से लगाया जा सकता है-संचार की सुविधाएँ जितनी बढ़ी है, दुनिया के एक कोने से दूसरे कोने तक हर तरह के समाचार और सूचना का तत्क्षण पहुँचना जितना आसान हो गया है, उसे देखते हुए यह अचरज की ही बात कही जायेगी कि आज एक आम पाठक को दुनिया के बारे में उतना भी पता नहीं चल पाता जितना दशकों पहले की उस दुनिया में पता चल जाता था, जब संचार के साधन और उसका स्वरूप अब की तुलना में काफी अविकसित था। आज दुनिया भर में चाहे वे यूरोप अमरीका का विकसित क्षेत्र हो या तीसरी दुनिया की विकासशील देश, जबरदस्त सामाजिक तनाव और आर्थिक दबाव की स्थिति में है। विभिन्न तरह के अन्तर्विरोध और जन असंतोष चरम पर है। अभी उनकी अभिव्यक्ति भर नहीं हो रही है। पर सब कुछ वैसा नहीं है, जैसा अखबार बताते हैं।¹¹

संचार क्रांति ने पत्रकारिता के स्वरूप को बदल दिया है। विश्व भर की सूचना आज तत्क्षण उपलब्ध है, पर व्यावसायिकता और आर्थिक हित की प्राथमिकता के कारण सामान्य पाठक संचार क्रांति की इस उपलब्धि से लगभग वंचित है। आश्चर्य तो यह है कि आज जब वैश्विक सूचना आसानी से उपलब्ध है, हिन्दी के अधिकतर समाचार पत्रों में स्थानीय खबरों के लिए कई-कई पृष्ठ आरक्षित कर दिये गये हैं। परिणामतः पाठक देश की घटनाओं को जानने से वंचित रह जाते हैं। हिन्दी के लगभग सभी प्रमुख समाचार पत्र अब विक्रय क्षेत्र को ध्यान

में रखकर प्रकाशित होते हैं, जिसमें कई पृष्ठों पर प्रमुखता से स्थानीय समाचार प्रकाशित होते हैं, परन्तु ये पृष्ठ पास के क्षेत्र में बिकने वाले उसी समाचार-पत्र से गायब होते हैं क्योंकि उन पृष्ठों पर उस विक्रय क्षेत्र के स्थानीय समाचार प्रकाशित होते हैं। यानी आज जब वैश्वीकरण का दौर है, हिन्दी के समाचार-पत्र लगभग स्थानीय और सीमित क्षेत्र तक ही सिमट कर रह गये हैं। इन समाचार-पत्रों का कोई ऐसा संस्करण प्रकाशित नहीं होता है जिसमें समग्र रूप से सम्पूर्ण देश का समाचार एक साथ पढ़ा जा सके। संचार प्रौद्योगिकी के इस दौर में यह हिन्दी पत्रकारिता की विडम्बना ही है कि अब उसका राष्ट्रीय और प्रान्तीय स्वरूप भी सिमट कर जिला स्तर तक जा पहुँचा है।

हिन्दी पत्रकारिता की आरंभिक काल से वर्तमान तक की यात्रा, उसके उद्देश्यों में समय के साथ बदलाव और संचार तकनीक के विकास के प्रभाव का विश्लेषण करते हुए पिछले वर्ष हुए न्यूयार्क विश्व हिन्दी सम्मेलन में पढ़े गये अपने आलेख में इस तथ्य को अच्युतानन्द मिश्र ने रेखांकित किया था कि “1856 के प्रथम स्वतंत्रता संग्राम के बाद हिन्दी को नयी चाल में ढालकर हिन्दी नवजागरण और राष्ट्रीय जागरण का सूत्रपात, नयी चेतना की भाषा अर्थात् खड़ी बोली के माध्यम से ही शुरू हुई थी। बाबू बाल मुकुन्द गुप्त, रायकृष्ण दास, रामचन्द्र शुक्ल अम्बिका प्रसाद बाजपेयी और हिन्दी इतिहास लेखन से जुड़े सभी विद्वानों ने माना कि नयी सामाजिक चेतना, अंग्रेजी सत्ता के विरुद्ध राजनीतिक जागरूकता, आर्थिक राष्ट्रवाद और स्वदेशी की भावना उभारने का काम उस दौर की हिन्दी पत्रकारिता ने किया था। हिन्दी और अन्य भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता भी अपने आकार और सज्जा में सर्वांग सुन्दरी हो गयी है। प्रसार संख्या में भी उनका स्थान अंग्रेजी समाचार पत्रों की तुलना में कहीं अधिक है। भारतेंदु के बाद हिन्दी को एक बार फिर नयी चाल में ढालने की कोशिश हो रही है। इस बार यह कार्य साहित्य नहीं बाजार कर रहा है। उसके माध्यम हिन्दी पत्रकार हैं। बाजार की यह नयी चाल भाषाओं को पिछलग्गू और तेवरहीन बनाने की है। जनसंचार की अत्यन्त लोकप्रिय और सशक्त जनभाषा को बाजार में उतार कर उसकी तेजस्विता और विश्वनीयता दाँव पर लगाने की साजिश क्या सचमुच खतरनाक लगती है? क्रांति की ज्वाला पैदा करने वाली भाषा को वैचारिक और सांस्कृतिक विमर्श से काटकर विदेशी कम्पनियों का उत्पाद बेचने वाली भाषा बनाने का प्रस्ताव इस सम्मेलन में आये या न आये, हिन्दी विद्वान स्वीकार करेंगे या अस्वीकार?¹²

स्वाधीनता संग्राम के दिनों में समाचार पत्र पत्रिकाओं का प्रकाशन संख्या में थोड़े होने पर भी युगधर्म के निर्वाह में सफल हुई तो इसका कारण उसका स्पष्ट उद्देश्य देशहित और देश के नव निर्माण के लिए जनजागरण का अभियान था। आज पत्रपत्रिकाओं की संख्या बढ़ी है। साथ ही तकनीकी विकास से पत्रकारिता के नये आयामों का भी विकास हुआ है, परन्तु इसका लाभ मुनाफा बढ़ाने के लिए किया जा रहा है। वर्ष 2001 में देश में अखबारों की कुल प्रसार संख्या 11,82,57,597 प्रतियों की थी। संख्या बढ़ने के साथ ही एक ही अखबार के कई-कई संस्करण देश के अनेक स्थानों से प्रकाशित होने लगे हैं। प्रेस रजिस्ट्रार द्वारा जारी वर्ष 2001 की रिपोर्ट के अनुसार भारत में प्रकाशित समाचार-पत्रों और पत्रिकाओं की कुल संख्या 51,960 थी जबकि महज एक वर्ष पूर्व 2000 में यह संख्या 49,145 थी। प्रकाशन संख्या एवं तकनीकी विकास की दृष्टि से अभूतपूर्व प्रगति के बावजूद हिन्दी के समाचार पत्र और पत्र-पत्रिकाओं की संप्रेषण क्षमता घटी, है जो हिन्दी पत्रकारिता के लिए चिन्तनीय है।

वस्तुतः आज हिन्दी पत्रकारिता का स्वरूप इसके आरंभिक काल की अपेक्षा बहुत बदल चुका है। संचार क्रांति ने इसे समृद्ध और शक्तिशाली बनाया है। पहले इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को प्रिंट मीडिया के लिए खतरे के रूप में देखा गया जो बाद में निराधार साबित हुआ। क्योंकि हाल के वर्षों में हुए अनेक सर्वेक्षणों से यह तथ्य स्पष्ट हुआ कि दर्जनों समाचार चैनलों के बावजूद मुद्रित पत्रकारिता आज भी अधिक विश्वनीय और लोकप्रिय है। टीवी समाचार चैनल भले घटना को तत्क्षण प्रसारित कर देने में सक्षम हैं, लेकिन इनमें व्योरो की ही प्रधानता होती है, जबकि इनकी तुलना में मुद्रित पत्रकारिता विचारशील और अधिक विश्लेषणयुक्त होती है। संचार माध्यम की आधुनिक तकनीक की क्षमता के बावजूद इलेक्ट्रॉनिक मीडिया तात्कालिकता के प्रभाव से मुक्त नहीं हो सकी है।

निःसंदेह संचार क्रांति ने हिन्दी पत्रकारिता को गतिशीलता प्रदान किया है और इसकी प्रसार शक्ति को समृद्ध किया है, परन्तु बाजारवाद के इस दौर में इसकी जनपक्षधरता भी प्रभावित हुई है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और प्रिंट मीडिया आज व्यवसायीकरण से प्रभावित हैं, इससे उसकी जनपक्षधरता में कमी आयी है और उसकी विश्वसनीयता घटी है। घटनाओं को सनसनीखेज बनाना एवं विषमकारी परिस्थितियों में निष्पक्षता का अभाव हिन्दी पत्रकारिता के लिए आज चिन्ता का विषय हैं। सम्पादन में प्रबन्धन का हस्तक्षेप और प्रतिद्वन्द्वता की होड़ इसका प्रमुख कारण है।

भारत जैसे देश में जहाँ विविधताओं का संगम है, जहाँ विभिन्न भाषाओं को बोलने वाले, अलग-अलग सांस्कृतिक, सामाजिक, धार्मिक और राजनीतिक विचारधाराओं में विश्वास करने वाले समुदायों के लोग निवास करते हैं, परन्तु इन विविधताओं के बावजूद ये एक अंतःसूत्र में आबद्ध हैं। यही अंतःसूत्र भारतीय समाज की आंतरिक शक्ति है। इतनी विविधताओं के देश में किसी घटना का प्रभाव विभिन्न समुदायों पर समान रूप से नहीं पड़ना स्वाभाविक है। एक ही घटना एक समुदाय को आंदोलित करती है तो दूसरा समुदाय उसे अपनी दृष्टि से देखता है। ऐसे में ऐसे घटनाओं के प्रस्तुतीकरण में सावधानी आवश्यक है। सामाजिक सौहार्द को बनाये रखना पत्रकारिता का गंभीर दायित्व है।

संचार क्रांति की आधुनिक तकनीक हिन्दी पत्रकारिता के लिए साधन मात्र है जिसका सकारात्मक उपयोग ही मंगलकारी है। हिन्दी पत्रकारिता का मूल उद्देश्य जन चेतना का प्रसार, अन्याय का प्रतिकार और भ्रष्टाचार को उजागर करना है। यही उसका साध्य है। इस दृष्टि से हिन्दी पत्रकारिता की थोड़ी शक्ति आज भी बची हुई है। आर्थिक भ्रष्टाचार, राजनीति के विकृत करतूतों, अपराधिक घटनाओं तथा धोटालों को हिन्दी पत्रकारिता ने उजागर किया है। उपभोक्तावादी प्रभाव एवं अन्तर्विरोधों के बावजूद हिन्दी पत्रकारिता की वर्तमान स्थिति आश्वस्तकारी है। हिन्दी पत्रकारिता की शक्ति उसकी जनपक्षधरता में निहित है। इससे कट जाने पर उसकी शक्ति कमजोर पड़ती जायेगी, क्योंकि सामान्य जन इस स्थिति में उसे स्वीकारने के लिए तैयार नहीं है। सामान्य जन का दबाव एक ऐसा तथ्य है जिसे अस्वीकार करने का साहस हिन्दी पत्रकारिता शायद ही कर सकेगी। संचार क्रांति का जनहित में सकारात्मक उपयोग ही हिन्दी पत्रकारिता के भी हित में है।

संदर्भ

1. वागर्थ, अक्टुबर 2006, पृष्ठ-80
2. मीडिया प्रवेशांक, अप्रैल -जून 2006, पृष्ठ-59
3. 'पत्रकारिता सिद्धान्त और विश्लेषण' की आत्मभिव्यक्ति में, पृष्ठ-10-11
4. "हिन्दी साहित्य का इतिहास" पृष्ठ-487
5. 'कथादेश, नवंबर 2000, पृष्ठ-32"
6. हिन्दी साहित्य का इतिहास सं०- डॉ० नागेन्द्र, पृष्ठ- 436
7. बया, ' दिसम्बर, 2006, पृष्ठ- 16
8. राष्ट्रीय आंदोलन और भारतीय संविधान में राष्ट्रीयता की भावना के प्रसार में पत्रकारिता की भूमिका, रामशरण जोशी, पृष्ठ- 13
9. आजकल, मार्च 2006, पृष्ठ-35
10. आजकल, मार्च-2006, पृष्ठ-36
11. कथादेश, मई 2006, पृष्ठ-82
12. कथादेश, अक्टुबर 2007, पृष्ठ-72