

पत्रकारिता और विश्वसनीयता का प्रश्न

प्रा.डॉ. पुष्पलता अग्रवाल

सहयोगी प्राध्यापक तथा शोध निर्देशक
(हिंदी विभाग)

दयानंद कला महाविद्यालय, लातूर

सत्य की खोज एवं मूल्य प्रतिष्ठापन के लिए लगातार संघर्ष ही पत्रकारिता है। पत्रकारिता को एक कला भी माना गया है। वर्तमान समय में समाचारों के महत्व और सूचनाओं की शक्ति को हम नकार नहीं सकते। देश और दुनिया से परिचित करवाता है वह हमें। सुबह होते ही हम अखबार के लिए बेचैन हो उठते हैं। यह समाचारों का हमारे जीवन में महत्व ही तो प्रतिपादित करता है। सूचनाओं को हम तक पहुँचाने में अहम भूमिका होती है पत्रकारों की। निर्भीक लेखनी से पत्रकार अपनी सजगता का परिचय देकर समाज और राष्ट्र के एक सजग प्रहरी का दायित्व निभाता है। खतरों को मोल ले समाज हित और राष्ट्रहित में वह कार्य करता है। “पत्रकार और पत्रकारिता की इसी सजग भूमिका के कारण प्रेस को लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में प्रतिष्ठा प्राप्त हुई है।”

सूचनाओं और समाचारों को जनता तक पहुँचाकर समाचार पत्र और पत्रिकाएँ केवल उन्हें आगाह ही नहीं करती बल्कि भविष्य में निर्णायक भूमिका के लिए तैयार भी करती है। यह कहना असंगत नहीं होगा कि पत्रकारिता यदि प्रेस का प्राणतत्व है तो पत्रकार उसका वाहक। स्पष्ट है कि पत्रकार का दायित्व अत्यधिक महत्वपूर्ण हो जाता है। उसका निष्पक्ष तथा तटस्थ होकर घटनाओं एवं प्रसंगों को परखना, मूल्यांकन करना तत्पश्चात जनता तक पहुँचाना अनिवार्य हो जाता है। इसीलिए तो यह माना जाता है कि असत्य, अशिव और असुंदर पर सत्य, शिव और

सुंदरम् की विजय ही पत्रकारिता है। हम उस समय को विस्मृत नहीं कर सकते जब देश की आजादी और राष्ट्र विकास में पत्रकारिता ने महत्वपूर्ण भूमिका अदा की थी। लेकिन बदलते राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय परिवेश में पत्रकारिता के मूल्यों एवं प्रतिबद्धताओं में बदलाव आया है जो स्वाभाविक है। किन्तु बदलाव पत्रकारिता के मूल उद्देश्यों से भटकाव तो नहीं? यह सोचना भी जरूरी है। कहीं पत्रकारिता पर बाजारवाद हावी तो नहीं है? कहीं पत्रकार निजी स्वार्थ पूर्ति के कारण दायित्व से च्युत तो नहीं हो गए? अगर उत्तर ‘हाँ’ है तो यह तय है कि विश्वसनीयता खतरे में आ जाएगी।

यह सच है कि समय परिवर्तन के साथ हिंदी पत्रकारिता का लक्ष्य एवं स्वरूप दोनों ही परिवर्तित हो चुका है। “कभी मिशन रही हिंदी पत्रकारिता आज पूर्ण रूप से व्यावसायिक हो गई है। कारण लोकतंत्र के विकास के साथ-साथ संचार माध्यमों का विकास भी आज बड़ी तेजी से हो रहा है।”

इसका क्षेत्र इतना व्यापक हो चुका है कि वह पत्र-पत्रिकाओं तक ही सीमित न रहकर आकाशवाणी, दूरदर्शन, चलचित्र आदि तक में परिव्याप्त हो चुका है। रेडिओ तथा दूरदर्शन जैसे माध्यम जनता तक केवल सूचनाओं को पहुँचाते ही नहीं, उन्हें बाँधकर रखने की अद्भुत क्षमता उनमें है। लेकिन दूरदर्शन यह माध्यम जनता को जो कुछ परोस रहा है वह कितना योग्य एवं संगत है इसे भी सोचना जरूरी है। इन माध्यमों द्वारा होना यह चाहिए कि घटनाओं को इस तरह प्रस्तुत

किया जाए कि जिससे समाज मन पर इसका गलत परिणाम न हो, समाज में सांप्रदायिकता का भाव उत्पन्न न हो, सौहार्द्र बना रहे। लेकिन कई बार घटनाओं को इतना बढ़ा-चढ़ाकर, नमक मिर्च लगाकर बताया जाता है जो लोकतंत्र के विरोध में हो सकता है। ऐसे समय इन माध्यमों के प्रति विश्वसनीयता डगमगाने लगती है। विज्ञापन भी इससे अछुते नहीं रहे हैं। विज्ञापनों की प्रस्तुति भी उसी तरह से की जाती है जो बाजार की माँग हो। अखबार में समाचारों की तुलना में विज्ञापनों की ही भरमार होती है क्योंकि सारा खर्च उन्हीं के बलबूते पर चलता है यह वर्तमान वस्तुस्थिति है।

स्पष्ट है कि भारत के स्वाधीन होते ही पत्रकारिता का आदर्श टूटने लगा और उसकी जगह ले ली पूँजी ने। अर्थात् पत्रकारिता में व्यावसायिकता के प्रवेश ने मिशन की भावना ही लुप्त कर दी। पत्रकारिता वह क्षेत्र है जहाँ असत्य के पर्दाफाश द्वारा समाज में जागरूकता लाने का कार्य किया जाता है। लेकिन यदि पत्रकार ही अपने दायित्व को भूल जाए तो कोई क्या कर सकता है। पद तथा सत्ता के मोह ने इनकी मानसिकता ही बदल डाली है। ऐसे समय समाज सेवा, देशसेवा जैसे शब्द तो बेमानी लगने लगते हैं। आज वस्तुस्थिति यह है कि किसी पत्रकार या संपादक द्वारा इस प्रकार का कोई कदम भी उठाया जाता है तो उसे उसका खामियाजा भुगतना पड़ता है। “आज स्थिति यह है कि इस तरह की हिम्मत करनेवाले संपादक तो दूर संपादक नाम की संस्था का ही लोप हो गया है। बिना संपादकों के अखबार निकल रहे हैं व चल रहे हैं।”³

पत्रकारिता में सूचनाएँ तो हैं परंतु चाटुकारिता का प्रमाण अत्यधिक बढ़ गया है। परिणामस्वरूप पत्रकारिता का स्तर घटता जा रहा है। ऐसे समय पत्रकारिता की विश्वसनीयता पर प्रश्न खड़े होने लगे

हैं। एक समय था जब पत्रकारों, संपादकों ने प्रतिकूल परिस्थितियों में भी अपनी अस्मिता और तेजस्विता को बनाए रखते हुए हालातों से समझौता नहीं किया था और न ही मालिकों की व्यावसायिक प्रवृत्ति के आगे नतमस्तक हुए थे। लेकिन अब न वह समर्पण भाव रहा है और न ही वह सेवाभावी वृत्ति। उसकी जगह स्वार्थ ने ले ली है। सत्ता और पत्रकारिता का एक होना समाज और देश के स्वस्थ विकास में बाधक है। इस प्रवृत्ति पर अंकुश लगाना जरूरी है। “सत्ता, पैसा और पत्रकारिता का घालमेल चुनाव के दौरान अपने चरमोत्कर्ष पर रहता है। व्यक्तिगत स्तर पर पत्रकारों द्वारा दल-विशेष या व्यक्ति-विशेष के पक्ष में पत्रकारिता के दुरुपयोग जैसी घटनाएँ पहले भी होती थीं परंतु अब तो इसने सभी हदें पार कर दी हैं।”⁴ २०१९ के लोकसभा चुनाव के आधार पर इस स्थिति को भली-भाँति समझा जा सकता है। हद तब है जब कुछ अखबार समूह के मालिकान ही यह निर्णय लेते हैं कि किस चुनाव में किस पार्टी के पक्ष में रिपोर्ट प्रकाशित की जाए। इस प्रकार आम जनता को निष्पक्ष खबरों से वंचित रखा जाता है और पाठकों के सही सूचना पाने के अधिकार पर कुठाराघात किया जाता है।

आज पत्रकारिता जिस दिशा की ओर बढ़ रही है वह चिंतनीय है। यह हकीकत है कि, “समाचार-पत्र उद्योग में व्यापारिक हितों के लिए अखबार का प्रयोग दबाव के साधन के रूप में हुआ है। कभी-कभी राजनीतिक दबाव बनाने के लिए भी समाचार-पत्रों को माध्यम बनाया गया है। उससे स्पष्ट है कि समाचार-पत्रों की स्वाधीनता मात्र सैद्धांतिक है।”⁵ मुख्य हेतु मात्र अर्थार्जन ही रह गया है। यही कारण है कि पत्रकारों का ध्येय भी समाज में परिवर्तन लाना नहीं बल्कि ऐसी स्थितियों का निर्णय करना है जो उनके

लिए अधिक लाभप्रद हों। फलतः राष्ट्र के सम्मुख आनेवाली चुनौतियाँ न तो पत्रकारों को आकर्षित करती है और न ही बेचैन। ऐसे समय सहज संभव है कि जनमानस के मन में विश्वसनीयता कैसे उत्पन्न हो सकती है? यह कहना असंगत न होगा कि, “आज की पत्रकारिता उस गैस भरे गुब्बारे के ढेर पर चल रही है जो डोर से बंधे दायरे में घुमता है या सूने आसमान में निरुद्देश्य उड़ते हुए अपने आप नष्ट हो जाता है।”^६

सामान्यतः पत्रकारिता से यह अपेक्षा की जाती है कि वे ज्ञानवर्धन सामग्री द्वारा सत्य से साक्षात्कार करवाएँगे किंतु वर्तमान संदर्भ में जैसे इन बातों का वजूद ही खत्म-सा होता जा रहा है। आज देश में शायद ही ऐसा कोई समाचार पत्र होगा जो पत्रमालिकों की गुलामगिरी न करता हो, उनके प्रति प्रतिबद्ध न हो। पहले पत्र संपादक के नाम से जाना जाता था आज मालिक या पूँजी घराने के नाम से जाना जाता है। जहाँ का पत्र स्वामी, संपादक, व्यापारिक व्याकरण से परे जाकर कुछ नहीं सोच पाता उस पत्र के प्रति विश्वसनीयता भी उसी स्तर की होती है। ऐसे समय “देश की पत्रकारिता यदि अपनी स्वतंत्रता की दुंदुभि पीटती है तो यह बकवास और स्वयं को धोखा देने के सिवाय और कुछ नहीं है।”^७

भूमंडलीकरण के बाजारवाद ने भी पत्रकारिता के प्रति अविश्वसनीयता उत्पन्न करने में अहम् भूमिका निभाई है। सूचना क्रांति के कारण आज पूरा विश्व एक बाजार में बदल गया है। भूमंडलीकरण के नाम पर विश्व को एक ग्राम के रूप में देखने की परिकल्पना की गई पर हकीकत यह है कि विश्व को एक बाजार के रूप में देखा जा रहा है। उदारीकरण और खुली बाजार व्यवस्था के नाम पर पश्चिमी संस्कृति को धड़ल्ले से अपनाने की चाह भी संकट उपस्थित कर रही है। तय हमें करना है कि हमें क्या

स्वीकारना है और क्या नहीं? दोषारोपण एकमात्र दूसरों पर करके हम अपनी कमियों या त्रुटियों से बच नहीं सकते। अंधानुकरण के प्रति आगाह करते हुए रविन्द्रनाथ टैगोर ने कभी देशवासियों से कहा था, “हम किसी की जीवन पद्धति की नकल नहीं कर सकते। हम अधिक समय तक नकली शक्ति के सहारे जिंदा नहीं रह सकते। मात्र अनुकरणशीलता दुर्बलता का स्रोत है क्योंकि यह हमारे असली स्वभाव के विरुद्ध है।”^८

सार रूप में हम यह कह सकते हैं कि अगर पत्रकारिता के प्रति पुनः विश्वसनीयता उत्पन्न करना है तो हमें कुछ कदम उठाने अनिवार्य हैं। सर्वप्रथम पत्रकारों को अपने दायित्व के प्रति गंभीर होना होगा। व्यक्तिगत स्वार्थ अर्थात् सत्ता एवं पद के प्रति मोह को त्यागना होगा तथा पुनः पत्रकारिता को देशसेवा का पर्यायी बनाना होगा। पत्रकारिता से जुड़े सभी वर्ग-पत्रकार, मालिक-समूह एवं प्रबंधन को अपनी कार्य पद्धति में बदलाव लाना होगा। एक दूसरे को दोष देने की अपेक्षा उन दोषों के निवारण के लिए प्रयत्नशील होना होगा। पत्रकारों को, हम देश एवं समाज के सजग प्रहरी हैं इसका अहसास पुनः जगाना होगा। बेवजह घुटने टेकने की प्रवृत्ति एवं जी हुजूरी की मानसिकता से उबरकर समाज व देश के प्रति अपनी जिम्मेदारियों को याद रखना होगा तभी पत्रकारिता के वास्तविक उद्देश्य की सिद्धि संभव है।

संदर्भ सूची -

०१. जनसंचार माध्यम-चुनौतियाँ और दायित्व - सं. त्रिभुवन राय, सम्पादकीय से - ६
०२. पत्रकारिता के विविध आयाम : डॉ. राजेन्द्र मिश्र, डॉ. देवी सिंह राठौर, पृ. ११
०३. पत्रकारिता के विविध आयाम, डॉ. राजेंद्र मिश्र- देवी सिंह राठौर, पृ. १३

०४. विश्व बाजार में हिन्दी : महिपाल सिंह, देवेन्द्र सिंह, पृ. ७१
०५. हिंदी साहित्य में युगीन बोध - सं. डॉ. शैलजा भारद्वाज, पृ. ५१४
०६. जनसंचार माध्यम - चुनौतियाँ और दायित्व, सं. डॉ. त्रिभुवन राय, पृ. ११

०७. जनसंचार माध्यम - चुनौतियाँ और दायित्व, सं. डॉ. त्रिभुवन राय, पृ. १२
०८. जनसंचार माध्यम - चुनौतियाँ और दायित्व, सं. डॉ. त्रिभुवन राय, सम्पादकीय से

