

संक्रमणकालीन बदलाव और हिन्दी पत्रकारिता का स्वरूप

Dr. Pradeep Kumar Singh*

President- Hindi Department, Sathaye College (Mumbai Vidyapeeth) Mumbai - Maharashtra

सार – १९४५ ई. में रोमन साम्राज्य की विरासत वायजेन्टाइन साम्राज्य की राजधानी कुस्तुन्तुनिया अर्था क्वास्टेन टिनोपोल पर तुकी आक्रमणकारियों के द्वारा आक्रमण करके कब्जा करने की घटना को यूरोपीय इतिहास में यूरोप के अन्धकार काल की समाप्ति और यूरोपीय पुनर्जागरण एवं यूरोपीय क्रान्तियों के श्रीगणेश की शुरुआत माना जाता है। इस यूरोपीय पुनर्जागरण ने यूरोप में सर्वप्रथम बोद्धिक और वैज्ञानिक क्रान्ति ला दी और इसी बोद्धिक एवं वैज्ञानिक क्रान्ति के परिणाम स्वरूप केक्सटन के द्वारा छापेखाने मशीन का अविष्कार हुआ। आगे चलकर इसी ने बोद्धिक क्रान्ति का बढावा देने का कार्य किया जिसका चरम उत्कर्ष हुआ यूरोपीय राज्य तंत्रात्मक व्यवस्थाओं के अवसान और आधुनिक लोकतंत्रात्मक व्यवस्थाओं के शुभारम्भ के रूप में। इस कार्य में अग्रणी भूमिका निभाने का कार्य केक्सटन की छापे खाने और उससे उत्पन्न प्रेस एवं समाचार पत्रों ने किया।

-----X-----

भारत में समाचार पत्र और पत्रकारिता की शुरुआत १८ शताब्दी के उत्तरार्ध में कलकत्ता से जेम्स आऑगस्टस हिक्की के द्वारा बंगाल गजट ऑफ केलकेटा जेनरल ऐडवर्टाइजरश नामक समाचार पत्र के शुरुआत से हुई। जबकि हिन्दी का पहला अखबार उदंत मार्त्तण्डश कलकत्ता से ही प्रकाशित हुआ। उसके उपरान्त समय-समय पर अन्य भारतीय समाचार पत्रों का शुभारम्भ हुआ। किन्तु उस समय तक जो भी समाचार पत्र प्रकाशित हुए वे पुरानी प्रौद्योगिकी से ही प्रकाशित हुए। आगे चलकर भारत में आधुनिक समाचार, संचार पत्रकारिता की बुनियाद १९०५ में एसोसिएट प्रेस की स्थापना के साथ ही रखी गयी। सेमु अल मोर्स द्वारा १९३८ में अमरीका में पहली टेलीग्राफ लाइन बिछवाने के साथ ही भारत में कलकत्ता से ३३ किलोमीटर दूर डायमण्ड हार्बर से जोड़ने का काम शुरू हो चुका था। फिर भी इस समय तक पुरानी तकनीकी से प्रकाशित समाचार पत्रों के विकास के कारण हिन्दी पत्रकारिता पर अब भी कोई विशेष प्रभाव नहीं पड़ा था। हिन्दी पत्रकारिता पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालने का कार्य किया आधुनिक संचार उपग्रहों ने और आगे चलकर कम्प्यूटर और इन्टरनेट जैसे अविष्कारों ने जिसकी शुरुआत सर्वप्रथम संयुक्त राज्य अमेरिका से हुई। जिसने आगे चलकर संचार क्रान्ति और सूचना प्रौद्योगिकी जैसे ज्ञान और विज्ञान की एक नई विधा को जन्म दिया।

इस संचार क्रान्ति और सूचना प्रौद्योगिकी ने जीवन के अन्य क्षेत्रों को तो प्रभावित किया ही लेकिन इसने सर्वाधिक रूप से प्रभावित किया पत्रकारिता को जिसे आगे बढ़ाने का कार्य किया

भूमण्डलीकरण ने। सूचना प्रौद्योगिकी ने पत्रकारिता को प्रत्यक्ष, परोक्ष, सभी रूपों में प्रभावित किया। सूचना प्रौद्योगिकी ने हिन्दी पत्रकारिता को आशातीत और अकल्पित रूप से प्रत्येक सन्दर्भ में प्रभावित किया है। उदाहरण के लिए हिन्दी पत्रकारिता की तकनीक, साजसजा, विषयवस्तु, विषय सामाग्री भाषा, आयाम, स्वायत्तता, स्वतंत्रता, वित्तीय प्रबंधन, अर्थव्यवस्था, कार्यप्रणाली, कार्यशैली, सम्पादनकला एवं वितरण। संक्षेप में कहा जा सकता है कि हिन्दी पत्रकारिता का कोई भी ऐसा अंग नहीं है जो इससे सकारात्मक एवं नकारात्मक रूप से प्रभावित न हुआ हो।

सूचना प्रौद्योगिकी के कारण १९८८ के बाद से जिस प्रकार से बहुकार्यकारी कम्प्यूटर बाजार में आये, उनकी वजह से सम्पादन, साज-सज्जा तथा प्रोसेसिंग विभाग पूरी तरह इलेक्ट्रानिक होते चले गये। एक आधुनिक संस्थान अब अपने प्रकाशनों को शानदार स्वरूप में निकालने के साथ ही, अन्य प्रकाशनों का कार्य भी कर सकता था। सीरीयस - १५० ई फ्रन्टेण्ड सिस्टम, मैग्रास्कैन, कलर स्कैनर ऐसे ही कम्प्यूटराइज्ड संयंत्रों में है। इन संयंत्रों से सामाग्री का प्रस्तुतीकरण बेहद जानदार व शानदार ढंग से हो सकता है।

सूचना प्रौद्योगिकी ने हिन्दी पत्रकारिता में स्वचालित यंत्रों और उसकी प्रौद्योगिकी को बढ़ावा दिया। भारत में इसकी शुरुआत सर्वप्रथम 'हिन्दू' अंग्रेजी समाचार पत्र से हुई थी।"

‘हिन्दू’ में सबसे पहले पूरा कम्पोज किया हुआ पृष्ठ तार की लाइनों द्वारा उसके कोयम्बटूर स्थित प्रेस को भेजा गया जहाँ पर उसे छापकर वितरित कर दिया गया।” जबकि हिन्दी पत्रकारिता में इसकी शुरुआत इन्दौर से प्रकाशित होने वाले ‘नई दुनिया’ नामक समाचार पत्र से हुआ। धीरे-धीरे इस नवीन तकनीकी का प्रचार-प्रसार हिन्दी के अन्य समाचार पत्रों में भी हुआ।

सूचना प्रौद्योगिकी के कारण जिस प्रकार की नवीन तकनीक की मशीनें आयीं उसके परिणाम स्वरूप हिन्दी पत्रकारिता को छपाई के लिए उन नवीन मशीनों का आयात करना पड़ा, परिणामस्वरूप छपाई के लिए कर्मचारियों की संख्या घटानी पड़ी। आगे चलकर हिन्दी पत्रकारिता में अधिकांश कार्य कम्प्यूटरों के द्वारा किये जाने का प्रभाव संस्थानों में कार्यरत लोगों पर पड़ेगा। आने वाले जमाने के पत्र पत्रिकाएँ न्यूनतम स्टाप की मदद से निकलेंगे। प्रकाशन में ऑटोमैटिक प्लेट मेकिंग प्रोसेसिंग विभाव के प्लेट मेकरों की आवश्यकता ही समाप्त हो जायेगी।” लेकिन इससे समाचार पत्रों को अथवा पत्रकारिता जगत को वित्तीय दृष्टिकोण से कोई राहत नहीं हुई। क्योंकि अब समाचार पत्रों की छपाई के लिए तकनीकी रूप से दक्ष कर्मियों की माँग बढ़ गयी और स्वभाविक रूप से तकनीकी रूप से दक्ष कर्मचारियों का पारिश्रमिक तकनीकी रूप से अकुशल कर्मचारियों से अधिक ही होता है।

सूचना प्रौद्योगिकी के कारण हिन्दी पत्रकारिता के परिसंचालन व्यय में भी वृद्धि हुई क्योंकि समाचार पत्रों की छपाई के लिए सूचना प्रौद्योगिकी एवं संचार क्रान्ति को ध्यान में रखते हुए आधुनिकतम मशीनों की आवश्यकता थी, इन आधुनिकतम मशीनों का मूल्य उनका रख-रखाव व्यय एवं परिसंचालन व्यय पुराने किस्म के सामान्य सी मशीनों से अधिक होता है। सूचना प्रौद्योगिकी के कारण पत्रकारिता के अन्य रूप एवं स्वरूपों का भी आविर्भाव हुआ। जैसे टेलीविजन पत्रकारिता, इन्टरनेट पत्रकारिता इत्यादि। जिसके कारण हिन्दी समाचार पत्रों की प्रसार संख्या में तो वृद्धि हुई किन्तु इसने हिन्दी पत्रकारिता जो अपने आप में कल तक स्वालम्बी थी, अब वह तकनीक पर निर्भर होती जा रही है। इस बात की पूरी सम्भावना है कि जिस प्रकार से भूमण्डलीकरण, उदारीकरण की प्रक्रिया आगे बढ़ती जा रही है एवं जैसे- जैसे संचार क्रान्ति प्रौद्योगिकी एवं तकनीकी का विकास होता जा रहा है वैसे-वैसे एक दिन ऐसा भी आ सकता है कि हिन्दी पत्रकारिता पूरी तरह से तकनीकी पर निर्भर पत्रकारिता बनकर रह जाय। तकनीक पर निर्भरता के कारण हिन्दी पत्रकारिता के वित्तीय स्वायत्तता पर भी प्रभाव पड़ा है। सूचना प्रौद्योगिकी के आगमन से पूर्व हिन्दी पत्रकारिता अपने आप में पूरी तरह से आर्थिक रूप से

आत्मनिर्भर पत्रकारिता थी, लेकिन अब वह आत्मनिर्भर न रहकर पराश्रित होती जा रही है। क्योंकि जिस प्रकार से जीवन और मृत्यु के विषय में निश्चित रूप से यह नहीं कहा जा सकता है कि यह कब आयेगी और कब नहीं आयेगी। उसी प्रकार से समाचार पाठकों के विषय में भी जो कि एक प्रकार से सम्बंधित समाचार पत्र के ग्राहक या उपभोक्ता होते हैं के विषय में नहीं कहा जा सकता कि वे सम्बन्धित समाचार विशेष के कब तक जुड़े रहेंगे। क्योंकि व्यवसायिक वर्ग में प्रायः एक बात कही जाती है कि ग्राहक और लक्ष्मी दोनों चंचल होते हैं। इन दोनों के विषय में यह नहीं कहा जा सकता कि ये दोनों कब तक आपफस में जुड़े रहेंगे।

समाचार पत्रों का संचालन व्यय इतना अधिक हो चुका है कि उसे सरकारी सहायता और अनुदान एवं शुभचिंतकों के चन्दे के बल पर कतई नहीं संचालित किया जा सकता है। इन बातों का ध्यान रखते हुए पत्रकारिता को आज अपने आप को वित्तीय रूप से सशक्त बनाये रखने के लिए मूल्यों से समझौता करना पड़ रहा है। उदाहरण के लिए भारत में आज कई ऐसे समाचार पत्र हैं जिनकी मूल मान्यता एवं आस्था स्वदेशी एवं राष्ट्रवाद में है किन्तु अपन परिचालन व्यय के लिए उन्हें प्रायः बहुराष्ट्रीय कम्पनियों के विज्ञापन या फिर अन्य व्यवसायिक विज्ञापनों का प्रकाशन करना पड़ रहा है।

इस वित्तीय स्वायत्तता ने हिन्दी पत्रकारिता के राजनीतिक स्वतंत्रता एवं स्वायत्तता को भी प्रभावित किया है। कई बार समाचार पत्रों को अपने पत्रकारिता के मूल्य एवं स्वाभिमान से समझौता करके नेता, सरकार एवं अंतर्राष्ट्रीय संस्थाओं एवं दान दाताओं के समक्ष घुटने टेकने पड़ते हैं। “राजनीति मूलतरु तर्क और जनहित से नहीं, बल्कि सत्ता से परिचालित होती है, और चूँकि पत्रकारिता कई मायनों में राजनीति की अनुगामिनी है, इसलिए वह सत्ता से सबसे ज्यादा प्रभावित होती है।”

लेकिन यह भी उल्लेखनीय है कि सूचना प्रौद्योगिकी के कारण आज हिन्दी पत्रकारिता को विषय सामाग्री एवं विषयवस्तु का अभाव नहीं रह गया है। उदाहरण स्वरूप यह संचार क्रान्ति और सूचना प्रौद्योगिकी की ही देन है कि राष्ट्रीय महत्व के दृष्टिकोण से संवेदनशील कई ऐसे समाचार हैं जिनके विषय में सरकार तक अनभिज्ञ रहती है, किन्तु हिन्दी पत्रकारिता को अब इसका पहले पता चल जाता है।

दूसरे आज सूचना प्रौद्योगिकी ने हिन्दी पत्रकारिता को प्रभावित करके पर्यावरण प्रदूषण को नियंत्रित करने में भी सहायता पहुँचायी है। समाचार पत्रों के रेडियो संस्करण, इन्टरनेट संस्करण एवं टेलीविजन संस्करण ने समाचार पत्रों

के प्रकाशन के लिए कागजों पर भी निर्भरता घटायी है और इसके साथ-साथ समाचार पत्रों के वितरण एवं प्रसार के लिए परिवहन एवं परिवहन के साधनों पर भी निर्भरता घटा दी है। जिसके कारण वाहन प्रदूषण को कम करने में भले ही सहायता न मिली हो लेकिन इसके कारण हिन्दी पत्रकारिता साधुवाद की अधिकारिणी है कि उसने कागजोम की खपत में वृद्धि से बचते हुए एवं वाहनजनित प्रदूषण से बचते हुए राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था व प्रदूषण नियंत्रण के लिए अपनी ओर से एक सकारात्मक एवं सराहनीय भूमिका का निर्वाह किया है।

सूचना प्रौद्योगिकी के सहयोग से ही हिन्दी पत्रकारिता आज इस बात में सक्षम हुई है कि वह त्वरित गति से एवं समय पर समाचारों को पाठकों तक पहुँचा सके अन्यथा सूचना प्रौद्योगिकी से पूर्व प्रायः ऐसा होता था कि किसी घटना के घटित होने के पश्चात कई दिनों के बाद पाठकों तक उस घटना का समाचार पहुँच पाता था, जिसकी प्रासंगिकता उस समय तक एक प्रकार से समाप्त हो चुकी होती थी। लेकिन अब ऐसा नहीं है। “कार्य की दृष्टि से भी पत्रकारिता का स्वरूप बड़ी तेजी से बदल रहा है। समाचार पत्रों की आपस में और इलेक्ट्रॉनिक मिडिया से प्रतिद्वन्द्विता ने समाचार संकलन की गति और आवश्यकता पहले से कहीं अधिक बढ़ा दी है। जो मालिक यह कहता है कि समाचार तो पल भर होते हैं, वही मालिक सुबह के अखबार देखकर कार्यालय पहुँचकर पहला सवाल यही पूछता है कि अमुक समाचार हमारे यहाँ क्यों नहीं छपा, जबकि दूसरे समाचार पत्रों ने उसे प्रकाशित किया है।

सूचना प्रौद्योगिकी के कारण समाचारों के सम्पादकों पर भी भार कम हुआ है, जिससे समाचारों के सम्पादन एवं सम्पादन कला पर सकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। जैसे समाचारों के सम्पादकीय लेखों की गुणवत्ता में वृद्धि, सम्पादन में तीव्रता, वस्तुनिष्ठता, विषयानुसार भाषा एवं भाषा-शैली का विकास इत्यादि। वहीं दूसरी ओर समाचार पत्रों के चित्र एवं चित्रांकन, छाया एवं छायांकन में भी गुणात्मक अभिवृद्धि होती जा रही है।

अशोक कुमार शर्मा जी का भी कहना है कि इस एक दशक में हिन्दी पत्रकारिता में आया सबसे महत्वपूर्ण परिवर्तन यही था कि अब पत्रकारों ने मौके पर जाकर तथ्य, प्रमाण, गवाहियाँ चित्र तथा बयान जुटाने पर अधिक ध्यान देना शुरू कर दिया था।”

संचार क्रान्ति से आज यह सम्भव हो गया है कि कोई भी समाचार पत्र सभी क्षेत्रों के लोगों तक समय से एक साथ पहुँच जाय, क्योंकि सूचना प्रौद्योगिकी के विकास से समाचार पत्र

आज इस बात के लिए बाध्य नहीं है कि वे अपने प्रधान कार्यालय से ही समाचार पत्रों का प्रकाशन करें। बल्कि आज वे इस बात के लिए सक्षम हो गये हैं कि वे अपने आंचलिक व क्षेत्रीय कार्यालयों से भी समाचारों को प्रकाशित करके प्रधान कार्यालय के प्रभाव क्षेत्र के पाठकों के साथ ही समाचारों को प्राप्त कर लें। इससे समाचारोम के परिवहन व्यय व परिवहन लागत में कमी आयी है।

सूचना प्रौद्योगिकी के कारण हिन्दी पत्रकारिता में आज भाषायी रूप से दक्ष विषय विशेषज्ञों की माँग बढ़ती जा रही है क्योंकि पहले विसय की सामान्य जानकारी रखने वाले लोगों से भी पत्रकारिता के क्षेत्र में काम चल जाता था। किन्तु अब विषय विशेषज्ञों की अपरिहार्यता बढ़ती जा रही है। राष्ट्र एवं जीवन के अन्य अंगों का जैसे-जैसे विकास होता जा रहा है वैसे-वैसे आज दक्ष एवं निपुण लोगों की आवश्यकता भी पत्रकारिता के क्षेत्र में बढ़ती जा रही है। वहीं सूचना प्रौद्योगिकी से आज पत्रकारिता एक विशुद्ध धर्म न रहकर एक व्यवसाय के रूप में भी रूपान्तरित होती जा रही है।” अब पत्रकारों ने पत्रकारिता को अपनी आजीविका का माध्यम बना रखा है। इतिहास गवाह है कि पत्रकारिता को मिशन समझने वाले पत्रकार कभी सम्पन्न नहीं रहे। आज देश में मिशनरी पत्रकारिता का लाप हो गया और पीतपत्रकारिता फल-फूल रही है।” आज पत्रकारिता जगत का एक कर्मचारी हो या पत्रकार या सम्पादक या फिर उसका स्वामी ही क्यों न हो धीरे धीरे वित्तीय रूप से दीन हीनता की अवस्था से बाहर निकलकर साधन सम्पन्न एवं आर्थिक रूप से मजबूत होते जा रहा है। बहरहाल तमाम दावों के बाद जनसंचार भाषा के रूप में हिन्दी के सामने भाषागत खतरे और चुनौतियाँ भी हैं। डी. अशोक वाजपेयी कहते हैं कि “इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया में भाषा के प्रति बेहद लापरवाही और उसके साथ अनाचार का एक नया युग आरम्भ हो गया है।”

वास्तव में सूचना प्रौद्योगिकी के कारण हिन्दी पत्रकारिता आज अपने विशुद्ध धर्म और धर्मपरायणता के आवरण से बाहर निकलकर धीरे-धीरे एक व्यवसाय एवं उद्यमी के रूप में परिवर्तित होती जा रही है। इसी के साथ हिन्दी पत्रकारिता जो कभी वित्तीय क्षेत्र में सरकार एवं चन्दा धारियों के सम्मुख याचक एवं दीन-हीन की मुद्रा में खड़ी रहती थी आज वह सरकार एवं राष्ट्रीय जीवन में एक दानदाता एवं करदाता की भूमिका में आ चुकी है। वही हिन्दी पत्रकारिता जो कभी पूरी तरह से प्रतिरक्षात्मक मुद्रा में रहती थी, आज वह आक्रामक मुद्रा में आ चुकी है। आज इसकी भाषा शैली में भी रूपान्तरण हो चुका है। जिस हिन्दी पत्रकारिता की भाषा कभी

विशुद्ध रूप से साहित्यिक हिन्दी हुआ करती थी आज वह नवीन शैली के हिन्दी भाषा के रूप में हिन्दी के पाठकों के सम्मुख आती जा रही है। जैसे-इन्टरनेट संस्करण की भाषा, रेडियो एवं टेलीविजन संस्करण की भाषा। वहीं ऑनलाइन सन्दर्भों में आज हिन्दी पत्रकारिता में एकरूपता दिखलाई पड़ रही है। आज हिन्दी पत्रकारिता मात्र समाचार वाहक ही नहीं रह गयी है बल्कि समाचार वाहक के साथ-साथ अब, यह एक शिक्षक की भूमिका के रूप में भी राष्ट्र एवं विश्व के सम्मुख अपना महत्व प्राप्त करती जा रही है।

पत्रकारिता मूल्यगत स्वरूप

किसी भी प्रकार की अवस्था हो चाहे वह प्राचीन एवं आविर्भाव कालीन अवस्था हो अथवा संक्रमण कालीन या फिर नवीन अवस्था उसके आधारभूत मूल्य प्रायः वही करते हैं अन्तर सिर्फ इतना ही होता है कि देशकाल और परिस्थिति तथा युग धर्म एवं मांग के अनुसार उसमें आंशिक या कभी-कभी पूर्ण परिवर्तन एवं परिवर्धन होता है। उदाहरणस्वरूप जब-जब धर्म की हानि हुई तब तब ईश्वर ने विभिन्न रूपों में अवतार ग्रहण किया। इन विभिन्न अवतारों में कभी वे मानवीय रूप में थे तो कभी नृसिंह, वराह, कच्छप जैसे अलग रूप में भी। कभी वे मर्यादा रूप में थे तो कभी परिस्थितियों के बदलाव व जटिलताओं में वृद्धि के परिणाम स्वरूप मर्यादा पुरुषोत्तम का रूप त्याग कर लीलावतारी रूप में भी अवतीर्ण हुए।

उसी प्रकार से हिन्दी पत्रकारिता के मूल्यगत स्वरूप के विषयों में भी यह बात कही जा सकती है जैसे-स्वाधीनता प्राप्ति से पूर्व एवं स्वाधीनता प्राप्ति के पश्चात हिन्दी पत्रकारिता का मूलभूत दायित्व था - भारतीय राष्ट्रवाद को मरणासन्न से सुसुप्तावस्था एवं सुसुप्तावस्था से जागृत अवस्था में लाना। किन्तु उस समय की परिस्थितियाँ अलग थीं। उस समय पत्रकारिता एक विशुद्ध धर्म थी, जबकि आज पत्रकारिता विशुद्ध धर्म न रहकर एक धर्म के रूप में परिवर्तित हो गयी। क्योंकि उस समय हिन्दी पत्रकारिता के सम्मुख व्यवसायिक प्रतिस्पर्धा नहीं थी, लेकिन आज संचार क्रान्ति, सूचना प्रौद्योगिकी, उदारिकरण, भूमण्डलीकरण, राष्ट्रीय एवं वैश्विक प्रतिस्पर्धा के कारण हिन्दी पत्रकारिता के सम्मुख अपने अस्तित्व को बचाने के लिए एक नवीन चुनौती आ खड़ी हुई है जिसके कारण आज हिन्दी पत्रकारिता को अपने इस संक्रमण कालीन और एक अज्ञातवास रूपी अवस्था में अपने मूल्यगत स्वरूप में परिवर्तन या समझौता करना पड़ रहा है। ठीक वैसे ही जैसे कुरुक्षेत्र के वीर अर्जुन को कभी अपनी प्राण रक्षा के लिए अज्ञातवास में आत्मरक्षा हेतु वृहन्नला का रूप धारण करना पड़ रहा था। क्योंकि भगवान कृष्ण ने गीता में कहा है कि धर्म एवं कुरुक्षेत्र

में सब कुछ जायज है। इसी प्रकार से अर्थशास्त्र के एक युक्ति है कि “खोटा सिक्का खरे सिक्के को बाजार से या प्रचलन से बाहर कर देता है।” चूँकि जिस समय भारत में हिन्दी पत्रकारिता का उद्भव हुआ उस समय हिन्दी पत्रकारिता का साध्य एवं आराध्य था-भारत, भारतीयता, भारतीय संस्कृति, सभ्यता एवं राष्ट्र की उपनिवेशिक दासता से मुक्ति, और आज उसका साध्य है भारत को भारतीयता, भारतीय संस्कृति एवं सभ्यता तथा राष्ट्र के सर्वांगीण उत्थान एवं आत्मनिर्भरता की अवस्था में लाना। किन्तु उसके सम्मुख अपने जीवन की सबसे बड़ी चुनौती भी सामने आकर खड़ी है और यह चुनौती ब्रिटिश साम्राज्यवाद एवं औपनिवेशिक दासता एवं नियंत्रण की चुनौती से भी कहीं अधिक जटिल एवं मर्मन्तक है। जो इस प्रकार से है- भूमण्डलीकरण, नवसाम्राज्यवाद, नवउपनिवेशवाद, संचार क्रान्ति, सूचना प्रौद्योगिकी और उसके कारण अपने आपको जीवित रखने, प्रासंगिक बनाये रखने एवं वर्तमान अर्थप्रधान, उपयोगितावादी विश्व के सामने अपने आपको उपयोगी साबित करने की चुनौती।

उपरोक्त समस्याओं के कारण हिन्दी पत्रकारिता को अपने मूल्यगत स्वरूप के साथ समझौता भी करना पड़ रहा है। क्योंकि उपयोगितावादिता एक ऐसी चुनौती है कि इसके सम्मुख अच्छे-अच्छे कालजयी महापुरुषों को भी समझौता करना पड़ा और जब इस उपयोगितावादिता में जब अतिजीविता की चुनौती भी आकर खड़ी हो जाती है तब सिर्फ एक ही रास्ता रह जाता है “मरता क्या न करता” या फिर गौतम बुद्ध के शब्दों में “बुद्धिमतम किम करोति पापम” अथवा भूखा व्यक्ति कौन सा पाप नहीं करता। दूसरे संसार आज धर्म क्षेत्र और कुरुक्षेत्र से हटकर बाजारबाद की ओर अग्रसर हो रहा है या रूपान्तरित हो रहा है और बाजार में कभी भी विशुद्ध और खरा सोना नहीं चल पाता है। अर्थात् सोने को भी अपने आपको बाजार में प्रचलन के लायक बनने के लिए किसी न किसी मिलावट को स्वीकार करना ही पड़ता है और इस संक्रमण कालीन अवस्था में हिन्दी पत्रकारिता को भी बाजार के इस नियम को स्वीकार करते हुए आज मूल्यगत स्वरूप में कुछ परिवर्तन एवं परिवर्धन स्वीकार करना पड़ रहा है।

आलोचकों एवं समीक्षकों के द्वारा हिन्दी पत्रकारिता पर आज एक आरोप या दोष मढ़ा जा रहा है कि आज यह अपने मूल्यों से समझौता कर रही है। किन्तु यह सोचने लायक बात है कि बाजार में दूसरों को बिना कुछ दिये कभी कुछ प्राप्त नहीं होता है। बाजार में यह भी नहीं हो सकता है कि हम जो चाहें वही किसी ग्राहक को दें, क्योंकि यह औपनिवेशिक बाजार नहीं है। बल्कि यह उपभोक्ता कानून, उपभोक्ता अधिकार से लैश

उपभोक्ताओं का बाजार है और ऐसी स्थिति में पाठक रूपी उपभोक्ताओं को उनकी रूचि एवं पसन्द के अनुसार यदि कोई सामग्री परोसी जा रही है तो इसे मूल्यों के साथ समझौता नहीं कहा जा सकता है। बल्कि इसे मूल्यों में मिश्रण के रूप में जाना जा सकता है। जैसे-विशुद्ध २४ कैरेट का सिक्का कभी भी दैनिक जीवन में उपयोग में लाने लायक नहीं हो सकता है। उसे उपयोग में लाने के लिए उसमें किसी न किसी मात्रा में मिश्रण करना ही पड़ेगा। इसी प्रकार से विशुद्ध लोहे को दैनिक जीवन में सामान्य से उपयोग लायक भी नहीं बनाया जा सकता है, फिर गुरुत्तर और भारी दायित्व और उपयोग के लायक बनाने की तो बात ही अलग है। उसे भी सशक्तता, जीवन एवं अतिजीवता को ध्यान में रखते हुए एवं दैनिक जीवन में उपयोग के लायक बनाने के लिए मैगनीज, एवं अभ्रक जैसे धातुओं के साथ मिलाकर ही उपयोग में लायक बनाया जा सकता है। दूसरी बात आज राष्ट्र को धर्म के साथ-साथ रोटी की सबसे अधिक आवश्यकता और ऐसा हो ही नहीं सकता कि आटे में पानी को मिलाये बिना और उसे आग पर सेंके जाने लायक तैयार किये बिना रोटी बन जाय। क्योंकि कोई भी व्यक्ति रोटी खाकर शक्तिशाली तो बन सकता है किन्तु केवल आटा खाकर या केवल पानी पीकर स्वस्थ नहीं रह सकता तो फिर इस भूमण्डलीकरण के दौर में विश्व के शेष १९२ राष्ट्रों के साथ मुकाबला करके अपने आपको जीवित कैसे रख सकते हैं।

हिन्दी पत्रकारिता के विषय में इस संक्रमण कालीन अवस्था में उपरोक्त उदाहरण पूरी तरह से लागू होता है। क्योंकि पत्रकारिता और प्रेस को न्यायपालिका, विधायिका और कार्यपालिका के साथ लोकतंत्र के चैथे स्तम्भ के रूप में जाना जाता है। यदि राष्ट्र और राष्ट्रीय लोकतंत्र रूपी भवन का एक भी पाया या स्तम्भ कमजोर रह गया तो उस राष्ट्र के लोकतंत्र का खड़े रह पाना असम्भव नहीं तो कठिन अवश्य हो जायेगा। हिन्दी पत्रकारिता पर भी यही बात लागू होती है।

आज हिन्दी पत्रकारिता अपने मूलभूत या आधारभूत स्वाभिमान और मूल्य से समझौता किये बिना रास्ट्रीय सशक्तिकरण की दिशा में आगे बढ़ रही है। क्योंकि यह युग समाज सुधार का न होकर आत्म सुधार का है जैसा कि आचार्य श्री राम शर्मा जी ने कहा है - हम बदलेंगे, युग बदलेगा, हम सुधरेंगे युग सुधरेगा।" हिन्दी पत्रकारिता भी आज उपरोक्त समस्त चुनौतियों का ध्यान रखते हुए आत्म सुधार के कार्य में लगी हुई है। इसे पत्रकारिता के मूल्यों के एवं मूल्यगत स्वरूप में गिरावट न समझा जाय तो उचित होगा। इसके अतिरिक्त गौतम बुद्ध ने भी कहा था- "आत्मदीपो भवरू यानि अपने दीपक आप स्वयं बने। क्योंकि प्रारम्भिक काल का वह समय

और दौर कुछ अलग था। उस समय हिन्दी पत्रकारिता को दिशा दिखलाने के लिए एक से एक मूर्धन्य एवं महापुरुष थे। किन्तु आज उसे अपनी दिशा तलाशने का कार्य स्वयं करना पड़ रहा है।

चीन के स्वर्गीय राष्ट्रपति एवं कम्युनिस्ट पार्टी के महासचिव डेंगजियाओनिंग ने एक बार कहा था "बिल्ली चूहे मारने वाली होनी चाहिए वह काली है या भूरी इससे कोई मतलब नहीं।" इसी प्रकार से यदि हिन्दी पत्रकारिता से यह अपेक्षा की जाय कि वह मानक की कसौटी पर अक्षरशः खरी साबित हो जाय तो यह हिन्दी पत्रकारिता के साथ इस संक्रमण कालीन चुनौती और अवस्था में अन्याय ही होगा।

वर्तमान समय की वैश्विक चुनौतियों, परिस्थितियों और समस्याओं के संक्रमण कालीन अवस्था में आज हिन्दी पत्रकारिता को सहारे की आवश्यकता है। ठीक उसी प्रकार से जैसे-धर्मराज युधिष्ठिर और अर्जुन को कुरुक्षेत्र के रण में कृष्ण की, चीर हरण की कौरवी सभा में द्रौपदी को कृष्ण की एवं वनवासी राम को सीता, लक्ष्मण, भरत, शत्रुघन, नल, नील, अंगद, सुग्रीव एवं वानरी सेना के सहायता की आवश्यकता थी। हिन्दी पत्रकारिता का प्रसार एवं कार्य-क्षेत्र कभी मात्र हिन्दी भाषा भाषी क्षेत्र और उसका प्रबुद्ध पाठक वर्ग ही हुआ करता था। किन्तु आज उसका प्रसार क्षेत्र विश्वव्यापी हो चुका है जिसके कारण उसे अपने भाषायी शैली, विषयवस्तु एवं विषय सामाग्री में भी यत्किंचित समझौता करना पड़ रहा है। जैसे आज हिन्दी पत्रकारिता पर कई बार यह आक्षेप लग जाता है कि वा भारतीय पारम्परिक मर्यादा के प्रतिकूल जा रही है। किन्तु यदि ध्यान से देखा जाय तो या भी हो सकता है कि जो बात भारतीय सभ्यता, संस्कृति के लिए मर्यादाहीन हो वह विश्व या शेष विश्व के लिए सामान्य सी हो। चूँकि हिन्दी पत्रकारिता जगत को आज सीमित क्षेत्र या पाठक वर्ग का ही ध्यान रखकर नहीं बल्कि पूरे विश्व के बाजार को ध्यान में रखकर अपनी भूमिका का निर्वाह करना पड़ रहा है द्य ऐसी स्थिति में स्वाभाविक है कि प्रसार के बढ़ने पर गुणवत्ता के साथ कोई न कोई समझौता हो जाय। लेकिन इसे समझौता न मानकर आवश्यकता माना जाय तो अधिक उचित होगा।

आज हिन्दी पत्रकारिता को राष्ट्रवाद से भूमण्डलीकरण अथवा विश्वव्यापीकरण, परम्परावाद आधुनिकतावाद से हटकर उत्तर आधुनिकतावाद, सांप्राज्यवाद की अवस्था गुजरना पड़ रहा है। यह एक ऐसी अवस्था है कि रूढ़िवादी से रूढ़िवादी या परम्परावादी से परम्परावादी तबका भी इससे प्रभावित हुए बिना नहीं रह सकता। आज हिन्दी पत्रकारिता का मूल्यगत

स्वरूप यदि कहीं न कहीं से इससे प्रभावित हो रहा है जिसे कि समीक्षक और आलोचक हिन्दी पत्रकारिता के मूल्यगत स्वरूप में गिरावट की संज्ञा दे रहे हैं, उचित नहीं होगा। बल्कि यह हिन्दी पत्रकारिता के विवेकशीलता, सूझ-बूझ और अच्छे मानसिक स्वास्थ्य का संकेत है क्योंकि अमानवीयता एवं कठोरता यदि आत्मसम्मान, स्वाभिमान तथा शारीरिक एवं संवेगात्मक स्वास्थ्य का द्योतक है तो यह लचीलापन एवं समझौता उसके सूझ-बूझ, समझदारी, विवेकशीलता और उसके मानसिक स्वास्थ्य का सुखद द्योतक है। आज की यह संक्रमण कालीन अवस्था आक्रमण की न होकर आत्मरक्षा और प्रतिरक्षा की है।

पत्रकारिता का बाजार

पत्रकारिता जिसका उद्भव १६वीं शताब्दी में हुआ था। अपने उद्भव काल में वह विशुद्ध रूप से राष्ट्रीय सेवा का माध्यम थी। भारत में भी जब इसका आगमन हुआ तो उस समय देखा जाय तो पत्रकारिता की दो धाराएँ थीं द्य एक धारा वह थी जो पाश्चात्यवादी, उपनिवेशवादी एवं साम्राज्यवादी हितों का प्रतिनिधित्व कर रही थी, और यदि पत्रकारिता की इस धारा में कहीं से उदात्त मानवीय मूल्य दिखलाई भी पड़ते थे तो उनका वास्तविक और अन्तर्निहित उद्देश्य कुछ और ही होता था, जो परोक्ष रूप से ब्रिटेन, ब्रिटिशहितों और ब्रिटिश व्यवसायिक हितों से सम्बंधित होता था। जबकि दूसरी धारा विशुद्ध रूप से प्राच्यवादी, राष्ट्रवादी एवं उदात्त रूप से उचित भारतीय भावनाओं एवं मूल्यों का प्रतिनिधित्व करती थी। इस धारा के स्वामियों ने यदि समाचार पत्र पत्रिकाओं में पैसा भी लगाया या चन्दा भी दिया तो उनका उद्देश्य उसके पीछे यह नहीं था कि इससे हम भरपूर धन कमायेंगे, बल्कि इसमें उनकी विशुद्ध राष्ट्रवादी एवं प्राच्यवादी उदात्त भावना काम कर रही थी।

लेकिन आगे चलकर पत्रकारिता के क्षेत्र में मानवीय संवेदना, संवेगात्मकता एवं कौशल का स्थान मशीनी वैज्ञानिक अविष्कारों एवं तकनीकों ने लेना शुरू किया तब पत्रकारिता के क्षेत्र में पूँजी का महत्व बढ़ना शुरू हो गया। चूँकि समाज, विश्व और उसके साथ-साथ राष्ट्र में अर्थ का पहले भी महत्व था। लेकिन लेकिन वैज्ञानिक अविष्कारों और प्रौद्योगिकी ने शीतयुद्ध कालीन द्विध्रुवीय विश्व को एक ध्रुविय विश्व में परिणित कर दिया। “शीतयुद्ध के बाद के दौर में आज जब अमेरिका का एकाधिकार हो गया है और वह दुनिया को एक ध्रुवीय बनाने पर तुला हुआ है।” जिसका स्वाभाविक परिणाम यह हुआ कि विश्व पूँजीवादी विश्व के रूप में परिणित हो गया।

अब सामाजिक धर्म एवं सिध्दान्त मुख्यतया अर्थ एवं पूँजी प्रधानता में रूपान्तरित हो गया है। परिणाम स्वरूप पत्रकारिता के क्षेत्र में भी अर्थ प्रधान पूँजीवादी पत्रकारिता का बोलबाला हो गया। अमर शहीद गणेश शंकर विद्यार्थी ने इस अर्थ प्रधान, पूँजीवादी पत्रकारिता के विषय में जो आशंका जतायी थी वह आज सच्चाई बनकर सबके सामने खड़ी है - “आपके पास जबर्दस्त विचार हैं, पर पैसों का बल न हो तो आपके विचार आगे न फैल सकेंगे, आपका पत्र न चल सकेगा। इस देश में भी समाचार पत्रों का आधार धन हो रहा है। धन ही से वे निकलते हैं, धन ही के आधार पर वे चलते हैं और बड़ी वेदना के साथ कहना पड़ता है कि उनमें काम करने वाले बहुत से पत्रकार भी धन ही की अभ्यर्थना करते हैं।”

उपरोक्त कथन से यह स्पष्ट होता है कि जब पत्रकारिता के क्षेत्र में वैज्ञानिक अविष्कारों एवं तकनीकी भूमिका निर्णायक हो गयी तो ऐसी परिस्थिति में पत्रकारिता के क्षेत्र में अर्थ एवं पूँजी का महत्व भी बढ़ गया। तकनीकी रूप से उन्नत मशीनों का क्रय तो चन्दों के पैसे से हो सकता था। लेकिन यह सम्भव नहीं था कि उनका रख-रखाव और संचालन के लिए तकनीकी रूप से दक्ष कार्मिकों का व्यय चन्दों के धन से हो। परिणाम स्वरूप आगे चलकर पत्रकारिता को व्यवसायान्मुख होना पड़ा। जिसके कारण पत्रकारिता को भी इस बाजारवादी युग में अपने लिए एक बाजार की आवश्यकता महसूस हुई।

जैसा कि कहा गया है “जहाँ चाह, वहीं राह” और इस बात की अपवाद हिन्दी पत्रकारिता भी नहीं हो सकती थी। उसे अपने संचालन के लिए प्रचुर नहीं तो आवश्यकता भर बाजार तो चाहिए ही। “लेकिन जब से खुले बाजार की पूँजीवादी अर्थव्यवस्था का बोलबाला हुआ है, बड़े राष्ट्रीय और क्षेत्रीय अखबार मुनाफे के लिए निकलने लगे हैं। कमाई और मुनाफे के लालच में भारतीय मीडिया बाजार पूँजी का सेवक होने को तैयार है। “शिक्षा जगत, राजनैतिक जगत, उद्योग एवं व्यापार जगत, कला, संस्कृति, सिनेमा एवं मनोरंजन जगत, वैवाहिक जगत एवं सामान्य पाठक वर्ग हिन्दी पत्रकारिता के बाजार के प्रमुख एवं महत्वपूर्ण क्षेत्र हैं। इसके अतिरिक्त हिन्दी क्षेत्र की समृद्धि जैसे-जैसे बढ़ती जा रही है वैसे-वैसे आज विदेशी बहुराष्ट्रीय कम्पनियों को भी हिन्दी पत्रकारिता के महत्वपूर्ण बाजार के रूप में चिह्नित किया जा सकता है।

शिक्षा जगत को इस कारण से हिन्दी पत्रकारिता के प्रमुख बाजार के रूप में चिह्नित किया जा सकता है कि वर्तमान युग निःसन्देह अर्थ प्रधान है किन्तु इस अर्थ प्रधानता की जड़ें कहीं न कहीं शिक्षा में व्याप्त हैं जिसके कारण शिक्षा का महत्व दिन-प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। आज हिन्दी भाषा-

भाषी क्षेत्र के लगभग सभी प्रमुख नगरों में शिक्षा एवं प्रतिस्पर्धा से संबंधित पत्र-पत्रिकाएँ प्रमुखता से बेची एवं खरीदी जा रही हैं जैसे इन्दौर, जयपुर, भोपाल, दिल्ली, चंडीगढ़, लखनऊ, मेरठ, कानपुर, इलाहाबाद, पटना इत्यादि। यहाँ हम प्रमुखता से प्रतियोगिता दर्पण, क्रॉनिकल, घटना चक्र, परीक्षमंथन, रोजगार समाचार, कैरियर इण्डिया, जैसी पत्र-पत्रिकाओं की बिक्री व्यापक स्तर पर देख सकते हैं जिनका व्यापार करोड़ों में है। इसके अतिरिक्त लाखों प्रतिस्पर्धी छात्रों के मध्य विभिन्न महत्वपूर्ण हिन्दी राष्ट्रीय पत्र, समाचार पत्र अत्यन्त ही लोकप्रिय हैं जो कि अपने आप में हिन्दी पत्रकारिता के प्रमुख बाजार हैं।

राजनीतिक एवं शासकीय जगत भी पत्रकारिता का एक अन्य महत्वपूर्ण बाजार है जिसके अन्तर्गत राजनीतिक दलों एवं उनके कार्यकर्ताओं के द्वारा समय-समय पर प्रमुख राष्ट्रीय एवं विविध सांस्कृतिक पर्वों पर दिये जाने वाले विज्ञापन तथा भारत सरकार एवं विभिन्न राज्य सरकारों के द्वारा तथा विभिन्न सार्वजनिक उपक्रमों के द्वारा प्रचार कार्य हेतु एवं विभिन्न विज्ञापनों के लिए समाचार पत्रों को करोड़ों रूपयों की राशि दी जाती है। इसके साथ-साथ बहुत से लोग समाचार पत्रों को केवल इसलिए खरीदते हैं क्योंकि उनमें उनसे सम्बन्धित महत्वपूर्ण राजनैतिक खबरें होती हैं।

वर्तमान समय में लोगों की बढ़ती हुई समृद्धि एवं उनकी रुचि में परिवर्तन के परिणामस्वरूप कला, संस्कृति, सिनेमा, साहित्य एवं मनोरंजन से सम्बन्धित समाचारों एवं जानकारियों के लिए तो करोड़ों रूपयों की वार्षिक बिक्री वाली पत्रिकाएँ तो हैं। लेकिन इसके साथ साथ समाचार पत्रों के बिक्री का प्रमुख कारण सिनेमा, साहित्य, कला एवं मनोरंजन है। जबकि सामान्य पाठक वर्ग जिनका समाचार पत्रों के पढ़ने के पीछे कोई निश्चित उद्देश्य नहीं होता है और यह एक ऐसा वर्ग है जो अपने आरम्भ काल से ही समाचार पत्रों से स्थायी एवं नियमित जुड़ा हुआ है। यही पत्रकारिता का अपना स्थायी बाजार है।

आज अर्थ-जगत, व्यापार-जगत, उद्योग-जगत हिन्दी पत्रकारिता का सबसे बड़ा बाजार है। जिससे हिन्दी पत्रकारिता को अरबों रूपयों की वार्षिक आय होती है। सुधीश पचैरी जी का भी मानना है कि - "भारत में व्यवसायिक घराने कुल मिलाकर ५०० करोड़ से ऊपर का विज्ञापन बजट बनाते हैं। जहाँ तक हिन्दी पत्रकारिता के बाजार की भौगोलिक अवस्थिति का प्रश्न है तो यह आज विश्वव्यापी हो चुका है। जैसे-जैसे सूचना प्रौद्योगिकी का विकास होता जा रहा है वैसे-वैसे हिन्दी पत्रकारिता का बाजार विश्वव्यापी होता जा रहा है। इसके

अतिरिक्त भारत में हिन्दी पत्रकारिता के बाजार का प्रमुख भौगोलिक क्षेत्र राजस्थान, चंडीगढ़, हिमांचल प्रदेश, हरियाणा, उत्तराखण्ड, दिल्ली, उत्तर प्रदेश, बिहार, झारखण्ड, छत्तीसगढ़ एवं मध्य प्रदेश है जबकि महाराष्ट्र गुजरात एवं अन्य प्रमुख भारतीय राज्य इसके अन्य उभरते हुए क्षेत्र के रूप में चिह्नित किये जा सकते हैं।

तकनीकी दक्षता के अभाव के पहले हिन्दी समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं की बाजार में खिल्ली तक उड़ायी जाती थी। लेकिन सूचना प्रौद्योगिकी, संचार क्रान्ति, वित्तीय एवं प्रबन्धकीय दक्षता, हिन्दी पत्रकारिता के पेशेवर रूख, समाज के विभिन्न वर्गों के सहयोग के साथ ही साथ हिन्दी पत्रकारिता के द्वारा समय की मांग को देखते हुए और नवसाम्राज्यवाद एवं पूँजीवाद के खतरों को देखते हुए अपने भीतर समय के साथ बदलाव एवं परिवर्तन की नीतियों के चलते आज हिन्दी पत्रकारिता का बाजार सूचना साम्राज्यवाद एवं मीडिया मूगल रूपट मडॉक के पत्रकारिता साम्राज्यवाद के शिकंजे में आने से बच गयी अन्यथा एक समय ऐसा लग रहा था कि भारतीय समाचार पत्रों के दिन अब गिने चुने ही हैं।

आज भारतीय पत्रकारिता का बाजार दिन दूने रात चैगुनी गति से अपना विकास कर रहा है। सबसे महत्वपूर्ण एवं उल्लेखनीय बात यह है कि हिन्दी पत्रकारिता का अपना बाजार महत्वपूर्ण रूप से घरेलू है। यह अपने बाजार के लिए विदेशी स्रोतों पर निर्भर नहीं है। विदेशों में भी यदि इसका बाजार है तो वह अनिवासी भारतीयों के मध्य अथवा हिन्दी भाषी लोगों के मध्य। हाँलाकि इन पत्रों में स्वदेशी के प्रति आग्रह और विदेशी के प्रति असन्तोष की धमक पुरजोर सुनाई पड़ती है। जैसे-जैसे भारत, भारतीय एवं भारतीय संस्कृति प्रगति करती जा रही है वैसे-वैसे व्यवसायिक एवं अन्य विभिन्न प्रकार के कारणों से हिन्दी का भी महत्व बढ़ता जा रहा है। हिन्दी के इस बढ़ते हुए महत्व ने हिन्दी पत्रकारिता को आगे बढ़ने के लिए काफी अधिक अवसर प्रदान किया है। इस अवसर ने हिन्दी पत्रकारिता के बाजार को भी बढ़ाने में सहायता प्रदान की है।

हिन्दी पत्रकारिता ने आज अपने भीतर जो विविधता लायी है उसके कारण भी हिन्दी पत्रकारिता की उपयोगिता एवं मांग में वृद्धि होती जा रही है। फलस्वरूप आज हिन्दी भाषा-भाषी क्षेत्र की पाठकों को अपने आवश्यकता के लिए किसी अंग्रेजी या दूसरे भाषा के समाचार पत्र या पत्रिका के ऊपर अश्रित नहीं रहना पड़ रहा है। हिन्दी समाचार पत्र एवं पत्रिकाएँ उनकी आवश्यकता पूरा करने के लिए आज पूरी तरह से सक्षम हैं।

स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात समाचार पत्रों के प्रसार में बहुत वृद्धि हुई है

क्योंकि हिन्दी राष्ट्र भाषा हो गयी है तथा हिन्दी में समाचार पत्रों के प्रसार की अधिक सम्भावनाएँ उत्पन्न हो गयी हैं। हिन्दी पत्रिकाओं का भविष्य उज्वल है।”

इसके अतिरिक्त देखा जाय तो हिन्दी पत्रकारिता ने सैद्धान्तिक आग्रहों एवं दुराग्रहों का परित्याग करके आज पाठकों की रुचि, अभिरुचि, आवश्यकता हित-अहित का ध्यान रखते हुए अपने अन्दर जो बदलाव लाया है उसके परिणामस्वरूप भी आज हिन्दी पत्रकारिता के बाजार को विकसित होने में सहायता मिली है।

विभिन्न कारणों से हिन्दी पत्रकारिता के बाजार का भविष्य भी काफी उज्वल प्रतीत हो रहा है। जिसके महत्वपूर्ण कारण हैं -

1. हिन्दी पत्रकारिता जगत में पेशेवर रूप से दक्ष पत्रकारों का आगमन,
2. वित्तीय सुदृढ़ता एवं उचित वित्तीय प्रबन्धन
3. प्रकाशन लागत में कमी और समाचार पत्रों का पूँजीगत विस्तार एवं बचत तथा उनका उचित निवेश।

ये सब ऐसे महत्वपूर्ण पक्ष हैं जिनके कारण हिन्दी पत्रकारिता ने अपने बाजार के असीम विस्तार की संभावनाएँ खोल दीं। इसके साथ ही विश्वसनीयता और विश्वास उनका सबसे बड़ा सम्बल बनता जा रहा है।

इस प्रकार से हिन्दी पत्रकारिता ने समय की मांग को देखते हुए जब अपने अन्दर व्यवसायिकता लानी शुरू कर दी तो उस समय आलोचकों एवं समीक्षकों ने इसे हिन्दी पत्रकारिता का एक गलत निर्णय बताया था। लेकिन आज अपनी कुछ कमियों के बावजूद हिन्दी पत्रकारिता ने इसे एक सही निर्णय साबित किया। व्यवसायिकता से शायद बहुत ज्यादा शिकायत नहीं की जा सकती। स्वतंत्रता संघर्ष की पत्रकारिता सादगी व त्याग के जिस परिवेश में की जा रही थी, वह बहुत दिन नहीं टिक सकता था। वह एक युद्ध स्तर का काम था। मनुष्य हमेशा जंगी या आदर्शवादी नहीं बना रह सकता। पत्रकारिता को भी, टिके रहने और विकसित होने के लिए अपनी शांतिकालीन रणनीति तैयार करनी ही पड़ी। व्यवसायिकता को इसका एक जरूरी अंग होना था।”

वस्तुतः कहना गलत नहीं होगा कि आज के दौर में पाठक वर्ग जिस प्रकार की पत्र-पत्रिका चाहे वह कागजात के मामले में हो

या जानकारी के मामले में, चाहे वह रंग के मामले में अर्थात् (रंगीन पत्र) चाहे, त्वरित खबर के मामले में, चाहे पाठक वर्ग की सोच के किसी भी मामले में हो आधुनिक पत्रकारिता का बाजार, पाठक वर्ग को संतुष्ट करने में सक्षम प्रतीत हो रहा है। क्योंकि पत्रकारिता का बाजार बृहत् रूप में मौजूद है। पाठक वर्ग अपनी रुचि के मुताबिक पत्र त्वरित गति से प्राप्त कर सकता है।

कहने में संकोच नहीं किया जा सकता है कि जिस प्रकार से आधुनिक समय में दुल्हों का बाजार, दुल्हन का बाजार, घोड़े का बाजार, अन्य पशुओं का बाजार, चावल या अन्य खाद्य पदार्थों का बाजार, कर्मियों का बाजार या अन्य किसी भी प्रकार का बाजार हो वह हमें मौजूदा हालत में मिल जाता है उसी प्रकार इनका हिस्सा एक तरह से आज की पत्रकारिता भी बनती जा रही है।

व्यवसायिकता का हिन्दी पत्रकारिता पर दुष्प्रभाव

व्यवसायिकता ने हिन्दी पत्रकारिता की न केवल दशा एवं दिशा को बदला है बल्कि उसे उद्देश्य हीन एवं मूल्यहीन करने का प्रयास कर रही है। यह व्यवसायिकता का पहला एवं महत्वपूर्ण दुष्प्रभाव है। भले ही यह व्यवसायिकता परिस्थिजन्य कारणों से विवशता में अपनायी गयी हो। पहले हिन्दी, हिन्दू हिन्दुस्तान एवं भारत, भारतीयता एवं भारतीय संस्कृति के ही समान हिन्दी पत्रकारिता अपने में और अपने आप में साध्य थी, साधन नहीं। लेकिन व्यवसायिकता के कारण हिन्दी पत्रकारिता जहाँ के साथ-साथ आराध्य भी हो चुकी थी, वही आज की हिन्दी पत्रकारिता साध्य एवं आराध्य के स्थान पर साधन एवं उपयोगिता की उपभोक्ता वस्तु मात्र बनकर रह गयी है।

आज पाठक वर्ग, प्रबुद्धगण हिन्दी के समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं को हर्ष एवं उल्लास के साथ नहीं ग्रहण करते हैं। बल्कि उसे दैनन्दिन उपयोग एवं उपभोग के वस्तु के रूप में स्वीकार किया जा रहा है। इसके साथ-साथ पहले पाठक वर्ग में और विद्यार्थियों में समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं के प्रति एक आत्मीयता का भाव झलकता था किन्तु अब समाचार पत्र पत्रिकाओं एवं पाठकों के मध्य वह आत्मीयता समाप्त होती जा रही है। यह व्यवसायिकता का हिन्दी पत्रकारिता पर सबसे बड़ा दुष्प्रभाव माना जा सकता है।

वहीं हिन्दी पत्रकारिता को सहदयता पूर्वक स्वीकार करने वाले लोगों की संख्या अब कम होती जा रही है तथा उपयोगिता मूलक दृष्टिकोण से ग्रहण करने वाले लोगों की संख्या बढ़ती जा रही है। जिसका सबसे बड़ा खतरा यह दिखलायी पड़ रहा है कि आज हिन्दी पत्रकारिता के साथ वफादारी और निष्ठा के

साथ जुड़े रहने वाले पत्रकारों, संवाददाताओं एवं सम्पादकों की कड़ी कम होती जा रही है। हिन्दी पत्रकारिता के मित्रों की संख्या घटी है और उसके दरबारियों की संख्या बढ़ रही है। एक बात कही गयी है कि लक्ष्मी पुत्रम् कभी न मित्रम्, कभी मित्रम् तो दगा-दगीश, यानि लक्ष्मी को साध्य मानने वाले लाभ-हानि हित और अहित का ध्यान रखकर जुड़ने वाले शुभ चिन्तकों एवं लोगों के भरोसे कभी भी किसी को अमर नहीं बनाया जा सका है। हिन्दी पत्रकारिता इस बात का ज्वलन्त उदाहरण है। उदाहरण स्वरूप पहले प्रायः सभी हिन्दी समाचार पत्र एवं पत्रिकायें किसी निष्ठावान या किसी विशेष और स्थायी पत्रकार और सम्पादक विशेष के नाम से जाने जाते थे। लेकिन आज इक्का-दुक्का समाचार पत्रों को छोड़कर कोई भी हिन्दी समाचार पत्र या पत्रिका ऐसी नहीं है जो किसी निष्ठावान पत्रकार, संपादक विशेष के नाम से जानी जाती हों।

इसी के साथ जितने भी समाचार पत्र हैं उनके साथ पाठक या पाठकों का जुड़ाव किसी लाभ हानि या किसी उद्देश्य विशेष को ही लेकर है न कि उस समाचार विशेष के प्रति किसी विशेष आत्मीयता या निष्ठा के कारण है। जैसे दैनिक जागरण नामक समाचार पत्र काफी लोग इसलिए पढ़ते हैं कि उसका आग्रह किसी सिध्दान्त विशेष के प्रति है और उसके साथ-साथ उसका खेल समाचार का संकलन अच्छा होता है। इसके अतिरिक्त आन्तरिक पृष्ठों पर क्षेत्रीय समाचारों को प्रमुखता प्राप्त होती है। इसके अतिरिक्त दिल्ली के प्रमुख राष्ट्रीय समाचार पत्रों को लोग विशेष रूप से प्रतिस्पर्धी छात्र इसलिए पढ़ते हैं क्योंकि उनमें उन्हें अपने परीक्षा के लिए सामाग्री मिल जाती है। भले ही वे वास्तविक रूप से राष्ट्रीय जीवन के लिए प्रांसगिक एवं महत्वपूर्ण हों या न हो।

व्यवसायिकता का एक दुष्प्रभाव यह भी पड़ा है कि आज हिन्दी पत्रकारिता का स्तर वह नहीं रह गया है कि उसे परिवार के साथ या परिवार के लोगों के साथ बैठकर पढ़ा जा सके। क्योंकि इसमें भी वही नकारात्मकता आती जा रही है जो हिन्दी सिनेमा के साथ आ चुकी है। डॉ. राधेश्याम शर्मा कहते हैं “पिछले डेढ़ दशक में भारतीय तथा विदेशी फिल्मों की बाढ़- सी आ गयी है। फिल्म के माध्यम से यौन, बलात्कार आदि विषयों को दिखकर एक ऐसे भ्रष्ट समाज का निर्माण हो रहा है, जहाँ आने वाले समय में नैतिक मूल्य जैसी बातें किताबें बनकर रह जायेगी।” वहीं देखा जाय तो हिन्दी पत्रकारिता के भाषा का स्तर भी अपनी सुचिता, पवित्रता एवं विशुद्धता को खोता जा रहा है। आज हिन्दी पत्रकारिता में भाषायी एवं शब्दगत शुद्धता का भी लोप होता रहा है। क्योंकि विज्ञापनों में प्रायः लोगों के मानस पटल को प्रभावित करने के लिए जिस भाषा का प्रयोग

किया जाता है वह कही से भी साहित्यिक मानकों के अनुसार उचित नहीं ठहराया जा सकता है। इसके अतिरिक्त अन्य समाचारों में भी प्रायः भाषायी गरिमा का ध्यान नहीं रकह जा रहा है। इसके कारण लोगों को समाचारों की सनसनी तो प्राप्त हो जा रही है इसके साथ-साथ समाचार पत्रों के रेटिंग और मुनाफा भी बढ़ जा रहा है। लेकिन इसके कारण यह कहा जाय कि इससे हिन्दी साहित्य और हिन्दी की गरिमा में वृद्धि हो रही है तो यह उचित नहीं होगा।

समाचार पत्रों का यह परम दायित्व होता है कि वे भाषा, साहित्य और विशेष रूप से उस भाषा और साहित्य का जो उनके अभिव्यक्ति के माध्यम है की गरिमा का पूरा-पूरा ध्यान रखें लेकिन हिन्दी समाचार पत्र व्यवसायिक मोह में आकर इस बात को भूल रहे हैं। आज भाषा के प्रश्न पर भी शिथिलता और स्वेच्छाचार दिखाई पड़ रहा है। इस विघटन को रोकने वाली शक्ति ही लुप्त हो गयी है।” वहीं व्यवसायिकता के ही मोह में आकर हिन्दी पत्रकारिता कभी यह भूल जाती है कि उसका दायित्व लोकतंत्र के चतुर्थ स्तम्भ के रूप में लोकतंत्र की रक्षा करना भी है। प्रायः चुनाव के समय देखा गया अहि कि वह दलगत हितों से ऊपर उठकर दल विशेष के हितों की पक्ष पोषक ही जान पड़ती है। सण्डेमेल के प्रधान सम्पादक कन्हैया लाल नन्दन मानते हैं कि “ इस दौर में व्यवसायिक पक्ष कुछ अधिक मजबूत हो गया है, महत्वपूर्ण हो गया है। कई मौकों पर प्रसार संख्या बढ़ाने की होड़ में मूल्यपरक सोच नष्ट हुई है। समाज में जो कुछ अच्छा हो रहा है, वह गौण हो गया। जिन जीवन मूल्यों को लेकर राजनीति चली थी और उसके साथ पत्रकारिता जुड़ी थी, वे जीवन मूल्य राजनीति से खारिज होते चले गये। इन सबका प्रभाव पत्रकार तथा उसके जरिये पत्रकारिता पर पड़ा।

अर्थजगत के क्षेत्र में भी हिन्दी समाचार पत्र व्यवसायिक मोह में आकर कभी-कभी राष्ट्रीय हितों और पत्रकारिता के मूल्यों को भूलते हुए से दिखलायी पड़ते हैं द्य वास्तविकता भी यही है क्योंकि कभी-कभी उनका आग्रह हमें आर्थिक उदारीकरण, पूँजीवाद, बाजारवाद इत्यादि के प्रति अधिक दिखलायी पड़ता है जबकि जीवन, राष्ट्र और विश्व में पूँजीवाद, बाजारवाद एवं उदारीकरण के अतिरिक्त भी सिध्दान्त या मत हैं। उनकी चर्चा हमें बहुत कम या न के बराबर दिखलायी पड़ती है।

समाचार पत्र हो या साहित्य अथवा ज्ञान व विज्ञान की अन्य विधा उसकी सर्वाधिक महत्वपूर्ण विशेषता जो हमें दिखलायी पड़नी चाहिए वह है शाश्वततावाद एवं सार्वभौमिकता लेकिन व्यवसायिकता के कारण हिन्दी पत्रकारिता में इस प्रकार की सार्वभौमिकता का वर्तमान समय में हमें अभाव सा दिखलायी

पड़ रहा है। यदि निरपेक्ष रूप से देखा जाय तो आज कोई भी ऐसा समाचार पत्र नहीं है जिसे हम वास्तविक रूप राष्ट्र का प्रतिनिधि कह सकें।

इस व्यवसायिकता के कारण आज हिन्दी समाचार पत्रों का तकनीकी कला एवं छायांकन पक्ष तो सशक्त होता हुआ दिखलाई पड़ रहा है। लेकिन इसके कारण आज हिन्दी का, हिन्दी समाचार पत्रों का वैचारिक एवं भावात्मक पक्ष दुर्बल होता जा रहा है। जबकि संवेगात्मकता, भावात्मकता एवं वैचारिकता ही हिन्दी पत्रकारिता की आत्मा एवं प्राण थे। व्यवसायिकता के कारण, सूचना एवं प्रौद्योगिकी के कारण हिन्दी पत्रकारिता आज सूचना समृद्ध होती जा रही है और इस सूचना संवृद्धि एवं तथ्यों की प्रचुरता ने हिन्दी पत्रकारिता को शारीरिक मजबूती तो प्रदान की है किन्तु संवेगात्मकता एवं मानसिक मजबूती की कीमत पर।

सांस्कृतिक दृष्टिकोण से भी देखा जाय तो हिन्दी पत्रकारिता कभी-कभी अजनबी सी लगने लगती है। न तो वह देशी ही रह पाती है और न ही विदेशी “बहरहाल, एक ओर तो संस्कृति पर इतना गर्व और दूसरी ओर अगर हम अपने अखबारों पर नजर डालें खासकर हिन्दी के तो उनमें संस्कृति के विभिन्न क्षेत्रों की रिपोर्टिंग या तो नदारद होती है या सतही और उबाऊ होती है।” ऐसा विदेशी समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं के होड़ के कारण है जबकि यह ध्यान देने योग्य है कि इस संसार में सभी व्यक्ति, वस्तु, स्थान या प्राणी का उद्भव और विकास अपने स्वयं के प्राणशक्ति के बल पर हुआ है, लेकिन हिन्दी पत्रकारिता जो शारीरिक एवं मानसिक आकार-प्रकार एवं वैचारिक रूप से दुर्बल होते हुए भी ओ कभी अपने आत्मबल के कारण जानी जाती थी आज वह अपना आत्मबल खोती जा रही है।

व्यावसायिकता के कारण ही यह हिन्दी पत्रकारिता अपना तेज व ओज भी खोती जा रही है। इसके पीछे मुख्य कारण उसके आत्मबल का खोना है। अन्यथा जिस हिन्दी पत्रकारिता ने कभी अपने तेज, ओज आत्मबल, आत्म विश्वास और वैचारिक सशक्तता के बल पर गोरी किन्तु मोटी चमड़ी वाले अमानवीय, क्रूर, नितान्त उपनिवेशवादी, साम्राज्यवादी ब्रिटिश सत्ता एवं शासन तक को तिलमिलाकर रख दिया था एवं उसकी चूल्हें हिलाकर रख दी थी। आज वह देशी शासकों के सामने एवं व्यवसाय जगत के सामने दीनहीन एवं असहाय सी दिखलाई पड़ रही है, ऐसा मात्र व्यावसायिक समूह पर निर्भरता एवं व्यवसायिकता के कारण।

इस व्यवसायिकता ने पत्रकारिता को आज धर्म के पद से अपदस्त कर दिया है क्योंकि पत्रकारिता आज धर्म नहीं रह गयी है। अन्यथा पत्रकार शब्द से कभी जिस सरकार के या

सरकार के प्रमुखतम व्यक्ति तक की हालत खराब हो जाया करती थी। “स्वतंत्रता से पूर्व जो पत्रकारिता राष्ट्रीय आन्दोलन का एक अंग थी, त्याग, तपस्या और बलिदान पर आधारित थी वहीं पत्रकारिता स्वतंत्रता के बाद, जिस प्रकार काव्यकला संगीत व्यवसाय बन गयी है। उसी प्रकार समाचार पत्रों की इतनी बाढ़ आयी कि वह भी एक उद्योग के रूप में हमारे सामने आये द्य अब समाचार पत्र संचालन केवल आदर्शवादिता व सेवा का माध्यम न रहकर व्यवसाय का रूप धारण करने लगा है तथा एक उद्योग बन गया है।” वहीं देखा जाय तो आज एक पत्रकार की हत्या तक से कभी कोई विचलित सा होता हुआ नहीं दिखलाई पड़ता।

व्यवसायिकता के कारण आज पत्रकारिता का आलोचनात्मक पक्ष भी दुर्बल होता जा रहा है। यहाँ तक कि उसकी समीक्षा का स्तर भी गिरता जा रहा है अन्यथा हिन्दी पत्रकारिता की आलोचनात्मक और समीक्षात्मक क्षमता का लोहा ब्रिटिश हुकूमत तक मान चुकी थी। लेकिन आज यह इसके नियमित पाठकों तक को नहीं प्रभावित कर पा रही है। क्योंकि आज या तो पत्रकार उस प्रकार की आलोचना या समीक्षा से बचना चाहता है अथवा फिर उनकी आलोचना और समीक्षा का स्तर गिरता जा रहा है।

अन्ततोगत्वा व्यावसायिकता के कारण हम यह कह सकते हैं कि हिन्दी पत्रकारिता इससे पुनर्जीवित तो हो गई है और इसने अपनी जिजीविषा भी साबित कर दी। किन्तु इसने अपनी जीवटता एवं अमरता खो दी। इस व्यावसायिकता के कारण हिन्दी पत्रकारिता जगत के जो पत्रकार कभी शिवाजी के छापामार सेना के आर्म्सर्ग से परिपूर्ण शिवाजी के वफादार सैनिक की तरह जाने जाते थे आज वही मुगल हुकूमत के भाड़े के टट्टू दिखलाई पड़ रहे हैं। जो अच्छे ममसब की खातिर कभी भी अपना पक्ष बदल देते थे। इसी के कारण न केवल पत्रकारिता बल्कि पत्रकार एवं सम्पादकों तक की गरिमा में गिरावट आ गयी। हिन्दी पत्रकारिता आज श्रद्धा और आदर के स्थान पर लाभ-हानि का माध्यम बनकर रह चुकी है। इस पत्रकारिता से आज भी लोग भयभीत तो रहते हैं किन्तु सम्मान और आदर के स्थान पर व्यावसायिक दबाव के चलते इसको आत्मसात करना पड़ता है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. गोस्वामी तुलसीदास के साहित्य का विशेष मुहायन, भगीरथ मिश्रपृष्ठ - संख्या 77
2. विनय पत्रिका०पृ -तुलसीदास गोस्वामी--109-110

3. रामचरित मानस३ गोस्वामी तुलसीदास महाभारत
अनुशासन पर्व -115,124
4. कला और संस्कृति३ डॉ० बासुदेव शक्या अग्रवाल पृष्ठ
संख्या-21
5. निराला काव्य और व्यक्तित्व, डॉ० धनंजय वर्मा पृष्ठ
संख्या -38
6. नई कविता में वैयक्तिक चेतना, डॉ० अवध नारायण
तिवारी पृष्ठ संख्या -27
7. साहित्य या आधार दर्शनजयनाथ- नलिन)1967)
पृष्ठ सफुया-01
8. वही पृष्ठ संख्या -42
9. आस्था दो चरण -संख्या पृष्ठ लिप्त नगेन्द्र ०डॉ -
391-393

Corresponding Author

Dr. Pradeep Kumar Singh*

President- Hindi Department, Sathaye College
(Mumbai Vidyapeeth) Mumbai - Maharashtra