



पत्रकारिता और सामाजिक परिवर्तन

हृदय नारायण तिवारी

सहायक प्राध्यापक

एकलव्य विश्वविद्यालय

दमोह, मध्यप्रदेश, भारत

शोध संक्षेप

आज के इस बदलते सामाजिक, सांस्कृतिक एवं तकनीकयुक्त समाज में पत्रकारिता की भूमिका और क्षमता को लेकर कुछ अनुमान लगा पाना मुश्किल है क्योंकि समाज का प्रत्येक वर्ग पत्रकारिता के विभिन्न माध्यमों से जुड़ता जा रहा है। सामाजिक, सांस्कृतिक एवं मनोवैज्ञानिक दृष्टि से देखा जाए तो पता चलता है कि पत्रकारिता के मूल में मनुष्य की जिज्ञासा है। प्रत्येक सामाजिक व्यक्ति प्रति क्षण समाज में हो रही हलचलों को जानने के लिए जिज्ञासु रहता है। इसी मानवीय जिज्ञासा ने पत्रकारिता को जन्म दिया। वास्तव में देखा जाए तो समाज में घटित होने वाली समस्त घटनाओं का ब्यौरा पत्र-पत्रिकाओं में देखने को मिलता है। इस इक्कीसवीं सदी में पत्रकारिता जगत के सामने अनेक चुनौतियाँ हैं क्योंकि इस सदी में नया सपना है, नया विश्वास, नई संभावनाएँ एवं है नूतन आस्था। वर्तमान तकनीकी के कारण संपूर्ण विश्व हमारी दृष्टि में सिमट गया है। पत्रकारिता भी इस वातावरण से अछूती नहीं। इस सदी में पत्रकारिता भी नित-नूतन तेवर में सज-धज कर समाज में अपनी अस्मिता को कायम कर रही है, क्योंकि इस सामाजिक परिवर्तन में समाचार-पत्रों का उल्लेखनीय योगदान रहा है। प्रस्तुत शोध पत्र में पत्रकारिता और सामाजिक परिवर्तन पर विचार किया गया है।

भूमिका

आज पत्रकारिता के सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक, आर्थिक एवं आध्यात्मिक क्षेत्र को देखें तो पता चलता है कि सामाजिक समानता, भ्रष्टाचार, आतंकवाद, बेरोजगारी एवं शिक्षा के प्रसार जैसी अनेक समस्याएँ समाज के सामने चुनौती के रूप में खड़ी हैं। इन सभी सामाजिक समस्याओं के निराकरण में पत्रकारिता अपनी भूमिका का निर्वाह कर रही है। यही पत्रकारिता का धर्म और मर्म है। यह प्रश्न अलग है कि किन-किन क्षेत्रों में कितना बदलाव आया। जब भी पत्रकारिता की बात की जाती है तो पत्रकारिता को समाज में जागरूकता पैदा करने वाले एक साधन के रूप में देखा जाता है।

सामान्यतः पत्रकारिता समाचारों को लोगों तक पहुँचाने का नाम है क्योंकि सामाजिक सरोकारों तथा सार्वजनिक हित से जुड़ कर ही पत्रकारिता सार्थक बनती है। सामाजिक सरोकारों को शासन तक पहुँचाने तथा शासन की कल्याणकारी नीतियों को समाज के सबसे निचले तबके तक ले जाने का दायित्व भी पत्रकारिता का ही है, इसीलिए पत्रकारिता को लोकतंत्र का चतुर्थ स्तंभ माना गया है। किसी भी देश का लोकतंत्र तभी सार्थक और सशक्त होता है, जब पत्रकारिता अपने उत्तरदायित्व का निर्वाह करती है। एक सार्थक पत्रकारिता का उद्देश्य ही यह होना चाहिए कि वह प्रशासन और समाज के बीच एक महत्वपूर्ण कड़ी की भूमिका में रहे हैं।



पत्रकारिता का आशय

वास्तव में पत्रकारिता भी साहित्य की भाँति समाज में घटित होने वाली प्रत्येक गतिविधियों एवं हलचलों का दर्पण है। पत्रकारिता जहाँ लोगों को उनके परिवेश से परिचित कराती है, वहीं वह उनके होने और जीने में सहायक है। इसी संदर्भ में इन्द्र विद्यावाचस्पति पत्रकारिता को पाँचवा वेद मानते हुए कहते हैं कि पत्रकारिता पाँचवा वेद है, जिसके द्वारा हम ज्ञान-विज्ञान संबंधी बातों को जानकर अपना बंद मस्तिष्क खोलते हैं। पत्रकारिता के लिए अंग्रेजी भाषा के 'जर्नलिज्म' शब्द प्रयोग किया जाता है। 'जर्नलिज्म' शब्द की व्युत्पत्ति 'जर्नल' शब्द से हुई है। जर्नल शब्द का अर्थ- दैनिकी, दैनन्दिनी होता है। पत्रकारिता के संबंध में इसका अर्थ- पत्र, अखबार तथा दैनिक होता है। पत्रकारिता जिसे अंग्रेजी में 'जर्नलिज्म' कहा जाता है। यह फ्रेंच शब्द 'जर्नी' से बना है, जिसका शाब्दिक अर्थ है- प्रतिदिन का कार्य व विवरण प्रस्तुत करना।

हिन्दी भाषा में पत्रकारिता शब्द 'पत्र' से उत्पन्न हुआ है। प्राचीन भारत में भोजपत्रों पर लिखा जाता था, इसलिए लिखित सामग्री को 'पत्र' कहा गया तथा पत्र पर समाचार आदि लिखने वाले 'पत्रकार' कहलाए। वर्तमान पत्रकारिता केवल समाचार-पत्रों व पत्रिकाओं के संपादन व प्रकाशन तक ही सीमित नहीं रही, यह दिन-प्रतिदिन विविधतापूर्ण होती जा रही है। पत्रकारिता के संबंध में पाश्चात्य एवं भारतीय विद्वानों ने अपनी अलग-अलग राय दी है।

पाश्चात्य परंपरा के महान विद्वान जैम्स मैकडोनाल पत्रकारिता को एक रणभूमि मानते हैं। वास्तव में देखा जाय तो यह क्षेत्र व्यवसाय का कोई पेशा नहीं है। इसका उद्देश्य ही राष्ट्रसेवा एवं जनसेवा होता है। इसी संदर्भ में सी.जी. मूलर ने

पत्रकारिता को सामाजिक ज्ञान का व्यवसाय माना है। इस व्यवसाय में तथ्यों का सावधानीपूर्वक मूल्यंकन एवं प्रस्तुतीकरण किया जाता है। पत्रकारिता ही एक मात्र ऐसा व्यवसाय है, जिसमें व्यक्ति स्वार्थ की भावना से ऊपर उठ कर राष्ट्रहित के लिए तत्पर रहता है।

भारत के प्रथम प्रधानमंत्री पंडित जवाहर लाल नेहरू ने पत्रकारिता को राष्ट्रीयता का चिंतन मानते हुए कहा कि न्याय विरुद्ध शक्तियों को समाप्त करने और नए राष्ट्र के निर्माण का सबसे सशक्त माध्यम पत्रकारिता है। इसके माध्यम से ही नए राष्ट्र का सृजन संभव है। पत्रकारिता में समाचारों का संकलन, प्रसारण, विज्ञापन एवं समाचारों का व्यावसायिक संगठन आदि शामिल है। इस प्रकार पत्रकारिता का मूल आशय सामाजिक जागरूकता लाना है।

पत्रकारिता को परिभाषित करते हुए डॉ. कृष्णबिहारी मिश्र ने कर्तव्यनिष्ठा एवं ईमानदारी को प्रमुख माना। पत्रकारिता को सत्कार्य बताते हुए डॉ. अर्जुन तिवारी ने माना है कि यह राष्ट्रीय एवं मानवीय मूल्यों का संचार करने वाला व्यवसाय है, जिससे देशवासियों की नस-नस में स्वतंत्रता, समानता एवं विश्व बंधुत्व की भावना का संचार होता है। 'आधुनिक पत्रकारिता कला' नामक पुस्तक में विद्वान पत्रकार आचार्य रघुनाथ खंडेलकर ने ज्ञान और विचारों को शब्दों और चित्रों के रूप में दूसरों तक फुँचाने की कला को ही पत्रकारिता की संज्ञा दी है।

आज पत्रकारिता का क्षेत्र इतना विस्तृत हो गया है कि पुराने प्रतिमान धूमिल हो गये हैं। इस हेतु आज के संदर्भ में छपने वाले लेख, समाचार आदि एकत्रित करना ही मात्र पत्रकारिता नहीं है, अपितु आकर्षक शीर्षक देना, मुख पृष्ठ एवं विभिन्न पृष्ठों की बनावट, तत्काल समाचार



उपलब्ध कराने की प्रतिस्पर्धा, देश-विदेश के प्रमुख उद्योग धंधों के विज्ञापन उपलब्ध करने की चतुराई, सुन्दर एवं कलात्मक मुद्रण और पाठक के हाथ में शीघ्रतिशीघ्र पहुँचाने की कला आदि पत्रकारिता है।

पत्रकारिता के संबंध में एनसाइक्लोपीडिया ब्रिटैनिका का मत है कि जर्नल शब्द से निर्मित 'जर्नलिज्म' अपेक्षाकृत व्यापक शब्द है। इस प्रकार समाचार-पत्रों और विविधकालिक पत्रिकाओं के लेखन और संपादन तथा तत्संबंधी कार्यों को पत्रकारिता के अंतर्गत रखा जाता है। समकालीन गतिविधियों के संचार से संबद्ध समस्त साधन भले ही वे आकाशवाणी हो या दूरदर्शन पत्रकारिता के अंतर्गत ही समाहित हैं। न्यू बेबेस्टर्स डिक्शनरी में लिखा है कि प्रकाशन, संपादन, लेखन और प्रसारण युक्त समाचार माध्यम का पेशा ही पत्रकारिता है। फलतः समाचारों का संकलन-प्रसारण, विज्ञापन की कला और समाचारों का व्यावसायिक संगठन पत्रकारिता है। उपर्युक्त सभी परिभाषाओं के अध्ययन के आधार पर कहा जा सकता है कि पत्रकारिता कोई व्यवसाय नहीं, यह एक सेवा है। वास्तव में यह कार्य अत्यन्त जटिल है, क्योंकि कर्तव्यों का निष्ठापूर्वक निर्वाह करना कोई आसान काम नहीं है। वर्तमान संदर्भों में पत्रकारिता लोकतांत्रिक प्रणाली का एक ऐसा अभिन्न अंग है, जो दैनिक घटनाओं तथा कल्याणकारी विचारों को जनता तक पहुँचाने का सशक्त माध्यम है तथा जनमत की अभिव्यक्ति का सशक्त एवं लोकप्रिय साधन है। इसमें समाचार-पत्र, विभिन्न-पत्रिकाएँ, रेडियो, टेलीविजन आदि सभी माध्यम सम्मिलित हैं। सच पूछा जाय तो पत्रकारिता जन-भावना की सशक्त अभिव्यक्ति है। यह अभिव्यक्ति की एक मनोरम कला है, क्योंकि इसका काम जनता एवं

सत्ता के बीच एक संवाद-सेतु बनाना है। समाचार-पत्रों और विविधकालिक पत्रिकाओं के लेखन और संपादन तथा तत्संबंधी कार्यों को पत्रकारिता के अंतर्गत रखा जाता है। समाचारों का संकलन-प्रसारण, विज्ञापन की कला और समाचारों का व्यावसायिक संगठन पत्रकारिता है। समकालीन गतिविधियों के संचार से संबद्ध समस्त साधन भले ही वह रेडियो हो या दूरदर्शन पत्रकारिता के अंतर्गत ही समाहित हैं। आज पत्रकारिता हमारे सामाजिक जीवन का एक अभिन्न हिस्सा है। इस कारण पत्रकारिता की चुनौतियाँ और बढ़ गयी हैं। इसी चुनौती को इंगित करते हुए प्रसिद्ध शायर अकबर इलाहाबादी ने लिखा था-

खीचों न कमानों को, न तलवार निकालो।

जब तोप मुकाबिल हो तो अखबार निकालो।।

पत्रकारिता और सामाजिक परिवर्तन

आज जीवन में विविधता आ गयी है, साथ ही संचार साधनों की भी बहुलता हो गयी है। इसने पत्रकारिता को बहुआयामी बना दिया है। जीवन और जगत के हर क्षेत्र में आज पत्रकारिता की पैठ है। उसका विस्तार हर ओर है। पत्र-पत्रिकाएँ मानव मात्र के लिए अत्यन्त उपयोगी हैं, क्योंकि हमारे सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक तथा सांस्कृतिक जीवन की सभी समस्याओं का उनमें समावेश होता है। ये युग के अनुकूल विविध विषयों के प्रति नए विचार संसार के सामने उपस्थित करती हैं। पत्रकारिता का श्रीगणेश ही समाचार जगत से हुआ है। कहाँ क्या व किस रूप में हो रहा है ? इसे जानने की उत्सुकता प्रत्येक व्यक्ति में होती है। समाचारों को ज्ञात करने की उत्सुकता मनुष्य के जीवन का एक अभिन्न अंग है, क्योंकि मानव एक सामाजिक



जीवन व्यतीत करता है और ऐसा जीवन समष्टि के जीवन का ही अंश है।

पत्रकारिता का क्षेत्र जीवन और सृष्टि जितना व्यापक है। जिन तथ्यों का ज्ञान हमें नहीं होता, उनके बारे में पत्रकारिता से ही पता चलता है। मानव जीवन की समस्त गतिविधियाँ या यह कहें कि प्राणी जगत की समस्त गतिविधियाँ इसकी परिधि में आती हैं। पत्रकारिता 'स्व' से 'पर' तक की यात्रा है। मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। समाज से उसकी संवेदनाएँ जुड़ी होती हैं। प्रत्येक सामाजिक हलचल के प्रति उसकी जिज्ञासा होती है। यही समूची प्रवृत्ति और प्रक्रिया पत्रकारिता की प्रेरक है। लेकिन इसके लिए आवश्यकता इस बात की है कि उस तथ्य, घटना, जानकारी या विचार का मनुष्य जीवन के लिए उपयोगी होना है, अतः इसका क्षेत्र बहुआयामी है। जीवन के किसी भी क्षेत्र में बिना धन के कोई कार्य सिद्ध नहीं हो सकता है। धन से संबंधित कार्यकलापों को उजागर करने के लिए आर्थिक पत्रकारिता का विशेष स्थान है। सर्व गुणाः कांचनमाश्रयन्ति के अनुसार सभी अर्थोपार्जन के पीछे दीवाने हैं। विविध पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित अर्थ से संबंधित लेख, मुद्रा बाजार, पूँजी बाजार, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय आय, वस्तु बाजार, पंचवर्षीय योजना, श्रम बजट, ग्रामोद्योग आदि से संबंधित समस्त समाचार पाठकों को अत्यधिक आकर्षित करते हैं। आर्थिक पत्रकारिता को विकसित करने के लिए अनेक समाचार पत्र अपनी अहम भूमिका अदा कर रहे हैं।

आर्थिक पत्रकारिता, आर्थिक व्यवहार या अर्थ व्यवस्था के व्यापक गुण-दोषों की समीक्षा और विवेचना की धुरी पर केन्द्रित है। जिस प्रकार पत्रकारिता का उद्देश्य किसी भी व्यवसाय के

गुण-दोषों को व्यापक आधार पर प्रचारित प्रसारित करना है, उसी प्रकार आर्थिक पत्रकारिता की भूमिका तभी सार्थक है जब वह अर्थ व्यवस्था के हर पहलू पर सूक्ष्म नजर रखते हुए उसका विश्लेषण करे और समाज पर पड़ने वाले उसके प्रभावों का प्रचार-प्रसार व आकलन करने में सक्षम हो। अर्थ व्यवस्था के मामले में आर्थिक पत्रकारिता व्यवस्था और उपभोक्ता के बीच सेतु का काम करने के साथ-साथ एक सजग प्रहरी की भूमिका भी निभाती है। भारत में पत्रकारिता की शुरुआत व्यापारिक सूचनाओं के आदान-प्रदान के लिए ही हुई थी। 29 जनवरी 1780 को कलकत्ता से प्रकाशित होने वाले भारत के पहले अखबार 'हिक्की गजट' ने अपने पत्र के उद्देश्य के विषय में लिखा था "राजनीति और व्यापारिक साप्ताहिक सभी पार्टियों के लिए खुला है लेकिन किसी से प्रभावित नहीं है। इससे स्पष्ट है कि अखबार का उद्देश्य व्यापारिक गतिविधियों की सूचना देना भी था।" आज आर्थिक मुद्दे लोगों के जीवन में अत्यन्त महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। समाचार पाठक वर्ग भी आर्थिक गतिविधियों से संबंधित खबरों में अत्यन्त रुचि लेते हैं। भारत में आर्थिक पत्रकारिता का आरंभ ब्रिटिश मैनेजिंग एजेंसियों की प्रेरणा से ही हुआ है। देश की पहली आर्थिक संदर्भों की पत्रिका 'कैपिटल' नाम से 1886 में कोलकाता से निकली थी।

वर्तमान में सभी समाचार-पत्रों द्वारा अर्थ-जगत से जुड़ी खबरों एवं आँकड़ों को आमजन तक पहुँचाने के लिए एक पृष्ठ ही निश्चित कर दिए गये हैं। दैनिक भास्कर में अर्थ-जगत से जुड़ी प्रत्येक खबरों को 'बाजार' पृष्ठ पर प्रकाशित किया जाता है। इसी प्रकार पत्रिका आर्थिक खबरों को 'इकोनोमी' पृष्ठ पर तथा नईदुनिया 'कारोबार' नामक पृष्ठ पर प्रकाशित करता है। इसका मूल



आशय यह है कि पाठक को किसी भी प्रकार की असुविधा न हो। वर्तमान में आर्थिक पत्रकारिता पर विशेष जोर दिया जा रहा है।

पत्रकारिता ने आधुनिकता की ओर कदम बढ़ाने के दौरान अनेक ऐसे परिवर्तन देखे हैं, जिनके चलते उसका वास्तविक स्वरूप परिवर्तित हो गया है। अक्सर कहा जाता है कि पत्रकारिता पहले मिशन थी, फिर प्रोफेशन बनी और अब बिजनेस हो गई है। जबकि हकीकत ये है कि पत्रकारिता पहले भी मिशन थी और आज भी मिशन ही है। फर्क सिर्फ इतना है कि पहले पत्रकारिता में प्रोफेशनल्स ने सेंध लगाई और अब बिजनेस माइंडेड लोग भी इस पेशे में घुसपैठ कर गए हैं। हालात चिंताजनक तब हो जाते हैं, जब ये बिजनेसमैन अपने बिजनेस के साथ-साथ राजनीति भी करते हैं। ऐसी स्थिति में पत्रकारिता राजनीतिज्ञों की कठपुतली बन कर रह जाती है। देश के बड़े-बड़े घराने पत्रकारिता के नाम पर अखबार और न्यूज चैनलों का संचालन कर रहे हैं। कहने को वे इस समाजसेवी कार्य में सामाजिक सरोकारों का बीड़ा उठाए हुए हैं, लेकिन वास्तविकता कुछ और ही है।

यह भी सच है कि यदि अखबार किसी विचारधारा या दल से जुड़ जाता है तो उससे अलग विचार रखने वाले पाठक अपने आप उससे नाता तोड़ लेते हैं। कोई भी राजनीतिक दल यह दावा नहीं कर सकता कि उसने विभाजक तत्वों को भुनाने का प्रयास नहीं किया। पत्रकारिता में भी उसी प्रकार के विभाजक तत्वों को बढ़ावा दिया गया। एक तरह से पत्रकारिता तात्कालिक राजनीति से जुड़ गई। अतः तात्कालिक राजनीति में जो विभाजक शक्तियाँ सतह पर आयी, वे पत्रकारिता में भी अंदर तक घुस गईं। इसलिए पत्रकारिता से यह अपेक्षा करना कि जो विभाजक

तत्व राजनीति में काम कर रहे हैं उन पर वह काबू पा लेगी, संभव नहीं है।

वर्तमान समय में पत्रकारिता का राजनीतिक गठजोड़ चुनाव में अक्सर देखने को मिल जाता है, जिसमें अखबार मालिक मोटी रकम लेकर उस राजनीतिक दल का महिमामण्डन करते हैं। यही कारण है कि पत्रकारिता जगत की विश्वसनीयता पर प्रश्न चिह्न लगता रहा है। "पत्रकारों की लेखनी से तिलमिलाने वाले अफसर, अपराधी और राजनीतिज्ञ अवसर मिलते ही 'दिमाग ठिकाने लगाने' का प्रयास करते हैं। सहकारिता माफिया, भू-माफिया, पशु-पालन की सरकारी पूँजी से पनपा अपराधी गिरोह, खदानों से अपार संपदा बटोरते नकाबपोशों की लम्बी फेहरिस्त आपको मिल सकती है। फिर भी सुखद आश्चर्य की बात यह है कि अनेक प्रदेशों में ईमानदारी से सच लिखने वाले पत्रकारों की कमी नहीं है। हकीकत तो यह है कि पत्रकारिता पर जब भी अंकुश लगाया जाएगा, वह निश्चित तौर पर संपूर्ण समाज के लिए घातक सिद्ध होगा। उसे जितनी स्वतंत्रता दी जाएगी वह उतना ही अपना काम जिम्मेदारी से करेगा। इसलिए बेहतर यही है कि पत्रकारिता अपना काम करे और राजनीति अपना काम निष्ठापूर्वक करे। आज की युगीन परिस्थिति में पत्रकारिता को राजनीतिक निष्पक्षता से बचना थोड़ा मुश्किल काम है।

राजनीति के पत्रकारिता और राजनीति के साहित्य से संबंध को भारतीय पत्रकारिता की दृष्टि से समझने की आवश्यकता है। उल्लेखनीय है कि पत्रकारिता की शुरुआत किसी धंधे के लिए, किसी लाभ के लिए, किसी उद्योग के लिए नहीं हुई वरन् पत्रकारिता का उदय ही देश में नवजागरण लाने और जनजाग्रत समाज को राजनीतिक लड़ाई लड़ने के लिए तैयार करने के लिए हुई



थी। पत्रकारिता में राजनीतिक निष्पक्षता नहीं हो सकती, लेकिन अगर अखबार का राजनीतिक सौदेबाजी में प्रयोग होता है तो उसकी विश्वसनीयता गिरती है। विश्वसनीयता पत्रकार और अखबार दोनों के लिए बेहद जरूरी है। पाठक जब अखबार पढ़ेगा और उसका विश्वास उस पर नहीं होगा तो क्या फायदा ? पत्रकारिता में विश्वास को कामयाब रखना अत्यन्त महत्वपूर्ण होता है। तथ्य यह है कि आज पत्रकार पत्रकारिता कम और राजनीति ज्यादा करते हैं। पत्रकारिता राजनीतिमय हो गई है यह चिंताजनक है, जिससे बचना होगा। भारतीय पत्रकारिता का चारित्रिक गुण है- विकृतियों व विसंगत स्थितियों का विरोध तथा समष्टि को हानि पहुँचाने वाली साजिशों का भंडाफोड़ करना, लेकिन अब राजनीति को प्रभावित करने की इच्छा पत्रकारों में ज्यादा नजर आने लगी है। राजनीति अगर भ्रष्ट, निकम्मी और बेईमान हो गई है तो स्वयं पत्रकार ही इसे सुधार सकते हैं। राजनीति को मानवीय दिशा व स्वरूप देने के लिए इक्कीसवीं सदी में पत्रकारों का सजग रहना बेहद आवश्यक है।

इक्कीसवीं सदी में पत्रकारिता में अनेक बदलाव सामने आए हैं। सूचना क्रांति एवं तकनीकी विस्तार के कारण मीडिया घर-घर तक अपनी पैठ बनाने में कामयाब रहा है। भारत में मीडिया की भूमिका विकास एवं सामाजिक मुद्दों से अलग हटकर हो ही नहीं सकती पर यहाँ मीडिया इसके विपरीत भूमिका में आ चुका है। अमेरिका के तीसरे राष्ट्रपति थामस जफरसन ने कहा था, "यदि मुझे कभी यह निश्चित करने के लिए कहा गया कि अखबार और सरकार में से किसी एक को चुनना है तो मैं बिना हिचक यही कहूँगा कि

सरकार चाहे न हो, लेकिन अखबारों का अस्तित्व अवश्य रहे।"

पत्रकारिता का सामाजिक क्षेत्र इतना व्यापक है कि इसके अंतर्गत समाज में होने वाली प्रत्येक गतिविधि को समेटा जा सकता है। आज अखबार बहुतायत में वही परोस रहे हैं जिनका बाजार है जो बिक रहा है और पाठक भी उसे आकर्षण व रुचि के तौर पर स्वीकार कर रहा है। शिव अनुराग पटैरिया ने अपने लेख 'मीडिया के सामाजिक सरोकार' में लिखा कि टी.वी. के छोटे रंगीन पर्दे पर ही नहीं स्वतंत्रता संग्राम काल में उपजे अखबार भी अर्द्धनंगी तस्वीरें छापकर बाजारवाद का शिकार हो गए थे। अखबारों के नवप्रबंधक वर्ग के लिए जनसंचार के यह साधन सामाजिक चेतना और दायित्व से कहीं ज्यादा धन कमाने के उपकरण बन गए। उनके लिए दाँत साफ करने वाले मंजन, चाकलेट और अखबार में कोई फर्क नहीं है। उनके लिए साबुन भी एक ब्रांड है तो अखबार भी एक ब्रांड है। बाजारवाद की इस अवधारणा ने अखबारों से संपादक नाम की संस्था को जुदा सा करना प्रारंभ कर दिया। लेकिन इक्कीसवीं सदी की देहरी पर खड़े होकर हम देखें तो जनसंचार के साधनों ने खासतौर पर अखबारों ने पिछले सौ-पचास सालों में अद्भुत तरक्की की, पर उनके सामाजिक सरोकार कम होते चले गए। आज आजादी की अलख जगाने वाले अखबार प्रोडक्ट बनते जा रहे हैं और पाठक बाजार।

आज हम अपनी मौलिक संस्कृति से दूर होते जा रहे हैं। मीडिया ने विज्ञापन-प्रदर्शन की होड़ में नारी को तो लगभग तार-तार करके रख दिया है। किसी भी उत्पाद के साथ नारी की नग्न देह प्रदर्शन हमारे समाज की सांस्कृतिक जड़ों को खोखला करने का एक सुनियोजित षड्यंत्र सिद्ध



हो रहा है अतः हम कह सकते हैं कि आज सभी प्रकार के मीडिया बाजार से प्रभावित होकर भारतीय संस्कृति को बाजार की संस्कृति के अनुसार ढालते जा रहे हैं। हम जो दिनभर देखते-सुनते हैं, उसका प्रभाव होना निश्चित है। यही कारण है कि हर युवा-युवती अपने प्रिय अभिनेता, अभिनेत्री के अनुसार ही स्वयं को ढालने में लगे हैं, जिसका फायदा मीडिया जगत उठा रहा है।

आध्यात्मिक पत्रकारिता जिसका मूल मकसद समग्र मानव समुदाय का नैतिक, चारित्रिक विकास करना और समाज को सरोकारी व खूबसूरत बनाना है, उसके समक्ष आज यही बड़ी चुनौती के तौर पर सामने आया है। पिछले तीन दशक में भौतिकवादी, भोगवादी और उपभोक्तावादी संस्कृति से टूट चुका मानव समुदाय तेजी से अपनी जड़ों की ओर लौटने के लिए बेचैन है। इस बेचैनी को पत्रकारिता से बल मिलेगा, जिससे सामाजिक दशा और दिशा में बदलाव आना स्वाभाविक है। यही कारण है कि आज प्रत्येक अखबार एवं चैनलों पर धर्म विशेष का कार्यक्रम निश्चित किया जाता है। कभी-कभी आवश्यकतानुसार त्यौहारों पर विशेषांक भी प्रकाशित किए जाते हैं। इस परंपरा का प्रवाह दैनिक भास्कर, नईदुनिया, पत्रिका सभी में लक्षित होता है।

परिवर्तन समाज की शाश्वत व अनिवार्य प्रक्रिया है। सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक, धार्मिक, सांस्कृतिक, नैतिक एवं भौतिक आदि सभी क्षेत्रों में होने वाले किसी भी प्रकार के परिवर्तन को सामाजिक परिवर्तन की संज्ञा दी जा सकती है। यह परिवर्तन की प्रक्रिया स्वयं प्रकृतिगत होती है या मानव द्वारा योजनाबद्ध रूप में हो सकती है। परिवर्तन किसी भी रूप से घटित हो वह या

तो संपूर्ण ढाँचे में आ सकता है अथवा समाज के किसी विशेष पक्ष तक सीमित हो सकता है। परिवर्तन एक ऐसी प्रक्रिया है जो अनवरत चलती रहती है। पाश्चात्य समाजशास्त्री स्पेन्सर ने सामाजिक परिवर्तन को सामाजिक विकास के रूप में स्वीकार किया है। इस सामाजिक विकास से तात्पर्य ऐसे परिवर्तन से है जो मूर्त या अमूर्त किसी रूप में हो। जबकि डॉसन तथा गेटिस ने "समाज में होने वाले सांस्कृतिक परिवर्तन को ही सामाजिक परिवर्तन माना है। इस सांस्कृतिक परिवर्तन का संबंध समाज में रहने वाले व्यक्तियों के खान-पान, आचार-विचार, रहन-सहन, रीति-रिवाज से है। मूल रूप से कहा जा सकता है कि समाज में रहने वाले व्यक्ति के कार्य व्यवहार एवं वैचारिक अभिव्यक्ति में आया बदलाव ही सामाजिक परिवर्तन है। इससे यह सिद्ध हो जाता है कि सामाजिक परिवर्तन का प्रभाव किसी एक व्यक्ति अथवा वस्तु पर न होकर संपूर्ण सामाजिक संरचना पर होता है। इस प्रकार इन परिभाषाओं के आधार पर यह कहा जा सकता है कि सामाजिक परिवर्तन में वे सभी परिवर्तन शामिल होते हैं जो मानव को किसी न किसी रूप में प्रभावित करते हैं। सामाजिक परिवर्तन में जीवन मूल्य, संस्कृति, सभ्यता, परम्पराएँ, रीति-रिवाज, रहन-सहन, खान-पान, वेष-भूषा, व्यवहार, क्रियाएँ, विभिन्न प्रथाएँ एवं सभी संस्कार सम्मिलित हैं। इसके आधार पर सामाजिक परिवर्तन की निम्नलिखित विशेषताएँ उभर कर आती हैं-

1. सामाजिक परिवर्तन की प्रकृति सामाजिक होती है।
2. सामाजिक परिवर्तन एक सार्वभौमिक घटना है।
3. सामाजिक परिवर्तन अवश्यंभावी एवं स्वाभाविक है।



4. सामाजिक परिवर्तन की गति असमान होती है।
5. सामाजिक परिवर्तन की भविष्यवाणी नहीं की जा सकती है।

निष्कर्ष

यह कहा जा सकता है कि पत्रकारिता का उदय ही सामाजिक विरोधाभासों एवं अन्याय को चुनौती देने, सामाजिक कुरीतियों को समाप्त करने एवं सामाजिक जागरूकता लाने के लिए हुआ है। आज समाज में पत्रकारिता के प्रति इतना आग्रह व रुचि पैदा हो गयी है कि व्यक्ति के दिन की शुरुआत ही समाचार पत्रों से होती है। वर्तमान सदी में पत्रकारिता के सामाजिक, सांस्कृतिक, धार्मिक, आर्थिक एवं राजनीतिक क्षेत्रों तक की व्यापकता को नकारा नहीं जा सकता है। आज की पत्रकारिता छोटे-छोटे गाँवों और कस्बों तक प्रवेश कर गई है। यही कारण है कि अब ग्रामीण पत्रकारिता को भी महत्व दिया जा रहा है क्योंकि पत्रकारिता का उद्देश्य ही जनसामान्य के विचारों को समझना एवं उसे व्यक्त करना है। किसी सामाजिक परिवर्तन के लिए शिक्षा की भूमिका अहम होती है। शिक्षा के अभाव के बिना सामाजिक परिवर्तन की कल्पना अधूरी है। पत्रकारिता व्यक्ति एवं समाज को शिक्षित करने का एक सशक्त माध्यम है। सामाजिक परिवर्तन जरूरी तो है, लेकिन वह परिवर्तन उसी सीमा तक पहुँचाना चाहिए जिससे देश और समाज की संस्कृति पर आँच न आए। ऐसे में पत्रकारिता ही वह माध्यम है जिसके द्वारा समाज को उचित और सही दिशा का बोध होता है।

सन्दर्भ ग्रन्थ

1 मिश्र, कृष्णबिहारी, 'हिन्दी पत्रकारिता, भारतीय ज्ञानपीठ, नई दिल्ली, 2004

2 सिंह निशांत, अमरेन्द्र कुमार, 'इक्कीसवीं सदी और हिन्दी पत्रकारिता', सामयिक प्रकाशन, नई दिल्ली, 2006

3 चौबे कृपाशंकर, 'पत्रकारिता के उत्तर-आधुनिक चरण', वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2003

4 मेहता, आलोक, 'पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा', सामयिक प्रकाशन, नई दिल्ली, 2007

5 मिश्र, कृष्णबिहारी, 'पत्रकारिता इतिहास और प्रश्न', वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2004

6 मंत्री, गणेश, 'पत्रकारिता की चुनौतियाँ, सत्साहित्य प्रकाशन, दिल्ली, 2004

7 चतुर्वेदी, जगदीश प्रसाद, 'हिन्दी पत्रकारिता के कीर्तिमान, साहित्य संगम, इलाहाबाद, 1994

8 मोहन, अरविन्द, 'पत्रकार और पत्रकारिता प्रशिक्षण', सामयिक प्रकाशन, 2005

9 दुबे डॉ. एस.के., 'पत्रकारिता के नये आयाम', लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद, 2006

10 यामिनी, रचना भोला, 'पत्र और पत्रकारिता', डायमंड पाकेट बुक्स नई दिल्ली, 2006

11 पन्त, एन.सी., 'हिन्दी पत्रकारिता का विकास', राधा पब्लिकेशन, नई दिल्ली

समाचार पत्र

1 दैनिक भास्कर

2 नईदुनिया

3 पत्रिका