

पी .साईनाथ की पत्रकारीय दृष्टि :उपयोगिता एवं प्रासंगिकता

महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय में एम.फिल. (जनसंचार) की

उपाधि हेतु प्रस्तुत

॥ शोध-प्रबंध ॥

शोध निर्देशक

संदीप कुमार वर्मा

सहायक प्रोफ़ेसर

नामांकन संख्या :2016/05/208 /012

शोधार्थी

विपिन बिहारी शांडिल्य

नामांकन संख्या :2016 / ०



जनसंचार विभाग

मानविकी एवं सामाजिक विद्यापीठ

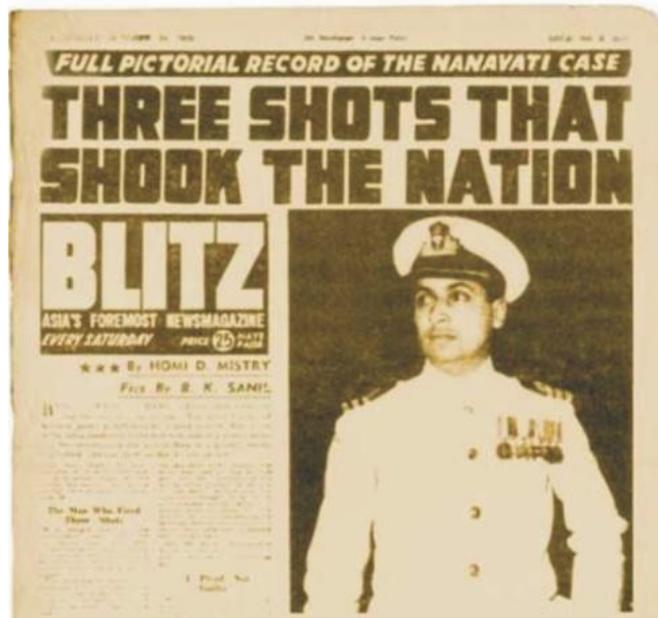
सत्र 2016-18

महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय

(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित)

गांधी हिल्स, वर्धा (महाराष्ट्र) - 442005

साप्ताहिक ब्लिट्ज़



इस समाचार पत्रिका में पत्रकार पी. साईनाथ विदेश मामलों के उप संपादक थे।



पी. साईनाथ : जनसरोकार की पत्रकारिता के पक्षधर



॥ अध्याय –एक ॥

प्रस्तावना एवं शोध प्रविधि

- 1.1 सारांश
- 1.2 साहित्यिक सर्वेक्षण
- 1.3 शोध प्रणाली
- 1.4 उद्देश्य एवं क्षेत्र
- 1.5 उपकल्पना
- 1.6 शोध का महत्त्व
- 1.8 शोध विषय की मौलिकता



॥ अध्याय –एक ॥

प्रस्तावना एवं शोध प्रविधि

॥1.1प्रस्तावना ॥

रोम में सर्वप्रथम 'एकतादियोरना पोपुली रोमानी' नामक समाचार – पत्र की स्थापना, जूलियस-सीजर ने 'ईसा से लगभग 56 वर्ष पूर्व की थी .कालांतर में, 'डियोरना' नामक शब्द के मूल से प्रस्फुटित इटालियन शब्द 'जर्नल' का प्रादुर्भाव हुआ.यह एक दैनिक बुलेटिन था और इसका उपयोग केवल सरकारी घोषणाओ तक ही सीमित था .वैसे इन घोषणाओ या सरकारी आदेशो के प्रकाशन का के अन्य साधन भी उपलब्ध थे जैसे शासकीय आदेशो को शिलालेखो पर अंकित करवाना, डोंडी पिटवाना इत्यादि.¹

प्राचीन भारत में पत्रकारिता का उद्भव इसी भांति सूचनाओ को एकत्रित कर शासक व शासन – संचालन करने वाले वशिष्ट जनों तक ही सीमित था . अर्थात वह गुप्तचर व्यस्था के रूप में व्याप्त हो रही थीं . चन्द्रगुप्त मौर्या तथा समरथ अशोक का शासन काल इसका एक उद्भरण है. ² क्योंकि यह सब तत्कालीन परिस्थितियों में आधुनिक प्रेस की भांति कार्य करते थे . इसलिए गुप्तचर विभाग को शक्ति संपन्न बनाया गया था .ताकि राज्य का आंतरिक विकास हो .³ वस्तुतः न्यूज़ लैटर संस्था मुगल शासकों से पूर्व ही विकसित थी .⁴ पत्रकारिता की गरिमा एवं उसके दायित्व बोध से प्रत्येक व्यक्ति को परिचय होना चाहिए. पत्रकारिता एक ऐसा चमकता हुआ दर्पण है, जिसमे समाज रूपी चित्र का अवलोकन व् आंकलन बहुत ही सुगमता के साथ किया जा सकता है.

1.1.1 पत्रकारिता का अर्थ : समय के साथ - साथ परिवर्तनशील अवश्य रहा है किन्तु उसकी गरिमा यथावत अक्षुण्ण बनी रही हैं .यद्यपि प्रारम्भिक चरण में दैनिक घटनाओ को लिपिबद्ध करना और उन्हें अन्य व्यक्तियों तक पहुंचना ही पत्रकारिता कहलाती है परन्तु आज के सन्दर्भ में पत्रकारिता का अर्थ- ऐसा कार्य है जिसमे संलग्न व्यक्ति या व्यक्तियों का समूह, जो स्वतंत्र पत्रकार हो, अथवा समाचार- पत्र पत्रिकाओं एवं न्यूज़ एजेंसियों से जुड़े, निष्पक्ष, त्यागमयी एवं पवित्र भावनाओ के धनी व्यक्तियों के द्वारा सूचनाओ को एकत्रित कर, उन्हें सुव्यवस्थित क्रम में लिपिबद्ध कर मुद्रित कराकर, पत्र-पत्रिकाओं एवं अन्य संचार माध्यमों द्वारा जन-जन तक

1. जगदीश प्रसाद चतुर्वेदी : 'पत्रकारिता के परिपेक्ष्य ' ,पृ.9,साहित्य संगम इलाहाबाद,प्रथम संस्करण ,1987

2. धर्मेन्द्र त्रिपाठी , 'भारत में पत्रकारिता का उद्भव ' तथा 'हिक्किज़ गज़ट ' दैनिक नवभारत टाइम्स ,27 अगस्त 1994

3. डॉ .श्रीपाल शर्मा , 'हिंदी पत्रकारिता :राष्ट्रीय नव उद्बोधन',पृ .9,प्रथम संस.1978

4. जे .नटराजन: 'हिस्ट्री आफ इंडियन जर्नलिस्म'पृ .2

पहुंचना पत्रकारिता कहलाती है .⁵ पत्रकारिता- जगत में “संवाद” का अपना एक विशिष्ट महत्त्व होता है .समाचारों को अंग्रेजी भाषा में ‘ न्यूज़ कहा जाता है .उसका प्रथम अक्षर ‘एन ‘अर्थात ‘नार्थ’ (उत्तर), ‘ई’ अर्थात ‘ईस्ट’ (पूर्व)‘डब्ल्यू’ अर्थात ‘वेस्ट’ (पश्चिम) तथा ‘एस’ अर्थात साऊथ (दक्षिण)को व्यक्त करता है,कि जो चारों दिशाओं का बोध कराए ‘समाचार’ कहलाता है. अब उसके प्रकाशन कार्य हेतु कागज एवम् छापाखाना की आवश्यकता अनुभव हुई. जैसा कि स्पष्ट है, आवश्यकता अविष्कार की जननी है . इस श्रंखला में अनेक प्रयोग किये गये .भारतीयों ने भी ताडपत्र एवम् भोजपत्र पर अपने प्रयोग किये थे . मिस्रवासियों ने कागज के रूप में ‘पेपीरस’ का निर्माण किया था . किन्तु प्रकाशन हेतु उपयुक्त कागज के निर्माण का श्रेय सन 105 ई०में चीन को मिला तथा 5 वी 6 वी शताब्दी में छपने की कला के अविष्कार .कर्ता भी चीनी है. उनका प्रथम समाचार पत्र ‘चीनी-गजट’ लगभग 1500 वर्षों तक चला था. लेकिन हमारे देश में यह कला तथा छापने के यंत्र पश्चिम से आये. इंग्लैंड में प्रथम छापाखाना कैक्सटन ने सन 1477 ई० में स्थापित किया इस घटना के सौ वर्ष पश्चात् ईसाई धर्म प्रचारको ने मलयालम व तमिल अक्षरों के प्रेस भारत-भूमि पर स्थापित किये . इसाई धर्म के प्रचार प्रसार के उद्देश्य से भारत में सर्वप्रथम ‘गोवा’ में प्रेस की आधार-शिला रखी गई यहाँ पर सैंट फ्रांसिस सैक्वीयर द्वारा रचित इसाई धर्म प्रचार की पुस्तक मलयालम भाषा में छपी थी . इसी श्रंखला में दूसरा छापाखाना सन 1578 ई० में पौरीकील में तथा तीसरा छापाखाना सन 1602 ई० में विपिकोटा में इसाई धर्म के प्रचारको द्वारा ही स्थापित किया गया था .

1.1.2 भारत में प्रथम प्रेस : सन 1616 ई० में जब अंग्रेजों के कदम भारत-भूमि पर पड़े उसी वर्ष बम्बई में पुर्तगालियों द्वारा एक प्रेस स्थापित किया गया . इस प्रकार भारत में छापाखानों का एक तारतम्य- सा बंध गया था. इसाई पादरियों से उत्साहित होकर हिन्दूओं ने भी अपने धर्म-ग्रन्थ मुद्रित एवं प्रकाशित करने का साहस किया. इस उद्देश्य से सर्वप्रथम काठियावाड के भीम जी पारेख ने सन 1662 ई० में गवर्नर जनरल से प्रार्थना की कि उन्हें हिन्दू-धर्म-ग्रन्थ छापने हेतु छापाखाना लगाने की अनुमति प्रदान की जाय. उन्होंने इस कार्य हेतु मुद्रण-विशेषज्ञ हेनरी बलेश को इंग्लैंड से बुलवाया था. परन्तु यह आश्चर्य की बात है कि सन 1780 ई० से पूर्व भारत में कोई समाचार-पत्र नहीं निकला. युरोपियन-समाज केवल इंग्लैंड से प्रकाशित समाचार पत्रों पर ही आश्रित था . भारत में हिंदी एवं अंग्रेजी पत्रकारिता की जन्म भूमि होने का गौरव, देश के तत्कालीन राजधानी कलकत्ता को प्राप्त है.इसके दो प्रमुख कारण थे . प्रथम कारण यह था कि सन 1775 ई० में छपाई का कार्य कलकत्ता में प्रारम्भ हो

5.दि ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी .

चुका था , तथा सन 1777 ई० में जेम्स आगस्ट्स हिकी ने कलकत्ता-कारागर से अपने ऋणों का भुगतान कर , जेल से मुक्ति पाने हेतु एक प्रेस की स्थापना की . पत्रकारिता पिछले दो दशकों में कई मायनों में बदल गयी है . पत्रकारिता का यह एक अलग दौर है . जिसमें बड़े बड़े बदलाव घटित होते हुए देखे जा रहे हैं .टेलीविजन का आगमन भी पत्र – पत्रिकाओं के क्षेत्र विस्तार को रोक नहीं पाया है .अलबत्ता पत्र – पत्रिकाओं का सर्कुलेशन काफी बढ़ गया है . पाठकों की संख्या में काफी इजाफा हुआ है . अखबारों के संस्करणों में इजाफा हुआ है .वहीं दूसरी ओर पेड़ न्यूज जैसे बदलाव भी काफी नाटकीय है . हालाँकि अभी प्रिंट मीडिया में एफडीआई का पैसा प्रवेश नहीं हुआ है परन्तु इसकी व्यवसायिकता अपने चरम पर है .पत्र –पत्रिकाओं में रंग रूप भी बदला है .दूसरी तरफ वैश्वीकरण पर आज चौरफा बहस जारी है .

वैश्वीकरण के परिणाम स्वरूप आज हम पाते हैं कि जीवन के सभी क्षेत्र प्रभावित हुए हैं .ऐसे में अध्ययन के विभिन्न विषयों की केन्द्रियताओं में बदलाव आ चुका है . ज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों में अध्ययन के नये विषय पैदा हो रहे हैं और तेजी से विषय बदल भी रहे है .सभी क्षेत्रों में अध्ययन की दिशाओं में इजाफा हुआ है . समाज शास्त्र ,मनोविज्ञान ,राजनीति शास्त्र से लेकर शरीर विज्ञान तक और उन सभी क्षेत्रों में भी जिन पर अभी तक न तो हमारा ध्यान गया था और न ही उसकी आवश्यकता अनुभव हुई थी .इस तरह विभिन्न अध्ययन क्षेत्रों का विकास और विस्तार हुआ है .वैश्वीकरण के परिणाम स्वरूप उभरे बहुत से संकट हमारे सामने खड़े हैं .इन समस्याओं को समझने और सुलझाने की कोशिशें की जा रही हैं .वैश्वीकरण के असर पर बहुत सी पुस्तकें लिखी और पढ़ी जा रही हैं .

विभिन्न क्षेत्रों में इस पर वाद –विवाद जारी है .वैश्वीकरण की नीतियों , उपभोक्तावादी संस्कृति और वित्तीय पूंजी ने पत्रकारिता को कई तरह से प्रभावित किया है .पत्रकारिता की आधारभूत विशेषताओं पर चोट की है . पत्रकारिता को एक उद्योग में तब्दील कर दिया है .जिसके परिणाम स्वरूप पत्रकारिता के इस बदलाव के इस दौर पर बहुत सी किताबें लिखी जा रही हैं .जिनमे पत्रकारिता में आयी गिरावट की आलोचना व चिंता व्याप्त है तथा वैश्वीकरण के प्रभावों के बीच पत्रकारिता अपने लिए कैसा रास्ता बनाये ,किस प्रकार बनाये और उसे किन किन चुनौतियों का सामना आने वाले वर्षों में करना पड़ेगा इस पर मंथन किया गया है . आज पत्रकारिता के समक्ष कई नये सवाल खड़े हैं .एक ओर पत्रकारिता का संघर्ष शील इतिहास और उस दौर की नैतिकता है और दूसरी ओर आज का बड़ी पूंजी का दबाव . बड़ी पूंजी का दबाव भी इतना कि पत्रकारिता ने आज इसे ही आखिरी सत्य मान लिया है और मुनाफे की अंतहीन दौड़ चल पडी है ऐसे में पत्रकारिता की वर्तमान स्थिति और भविष्य पर कई पुस्तकें लिखी गई है .

||1.2 साहित्य पुनरावलोकन ||

1.2.1 पी. साईनाथ : ' तीसरी फसल,' अनुवाद : आनंद स्वरूप वर्मा,

पी . साईनाथ की ' तीसरी फसल' किताब में नौकरशाही द्वारा पेश किए आंकड़े के कुहासे को चीरती हुई भारतीय गाँवों के लाखों करोड़ों लोगों की व्यथा को सामने लाती है . 'तीसरी फसल' में दूर-दराज के अंचलों के 68 रिपोर्टें ,विषय सम्बन्धित 10 लेख और 29 तस्वीरें है . जिसमे सूखे का चित्रण, मौन भूख का विवरण है , अदृश्य सूदखोरी की कहानी है लेकिन साथ गरीबों ने अपने को जिन्दा रखने की जो अजीबोगरीब रणनीति तैयार किया है उसका भी अनूठा चित्रण है ⁶ कदापि साईनाथ ने ग्रामीण भारत की स्थिति और उनकी समस्याओं से रूबरू होने के लिए देश के सबसे गरीब राज्यों ने 16 अलग-अलग आवागमन के साधनों के जरिये 1,00,000 किलोमीटर की यात्रा की थी . इनमे 5,००० किलोमीटर वे पैदल चले थे . इस 18 महीने के दौर में उन्होंने 84 लेख लिखे . इन्ही लेखों पर आधारित उनकी किताब 'एवरीबडी लव्ज अ गुड ड्राउट ' छपी . पेंग्विन की यह आल टाइम बेस्टसेलर है . किताब से मिली रायल्टी के जरिये वे नौजवान ग्रामीण पत्रकारों को पुरस्कार में बड़ी राशि देते हैं . उन्हें अब तक 30 से 40 अंतर्राष्ट्रीय पुरस्कार मिल चुके हैं . इनमें रेमन मैग्सेसे (2007) यूरोपीय आयोग का नताली पुरस्कार (1994) , संयुक्त राष्ट्र एफ एओ पुरस्कार (2001) , एमनेस्टी इंटरनेशनल ग्लोबल अवार्ड वहर ह्यूमन राइट्स जनर्लिज्म (2000) हैरी चौपिन मीडिया अवार्ड (2005) प्रमुख है उनकी पत्रकारिता पूरी तरह से आर्थिक असमानता और असुरक्षा, बेरोजगारी, सामुदायिक सशक्तिकरण और स्थायी विकाश और खाद्यान्न उत्पादन जैसे ज्वलंत मुद्दों पर केन्द्रित रही हैं . उन तक पहुंचने की बात तो छोड़िये इन सालों में तो सरकार यह समझ पाने में ही असफल रही कि वास्तव में गरीब है कौन ?

फिर उस तक पहुंचने की बात ही अलग है . अलबत्ता उसी सरकार ने 352 सेजों को स्वीकृति देने में 6 माह भी नहीं लगाए . यह कदम देश में प्रिंसली राज की वापसी है क्योंकि इन क्षेत्रों से न तो सरकार को कोई कर मिलेगा न उसके कानून ही वहां चलेगें . यहाँ तक की सरकार ने यह तक सोचने की भी जहमत नहीं उठाई कि जितनी जमीन ये कम्पनियां मांग रही हैं , उतनी की उन्हें जरूरत भी है या नहीं . इन्फोसिस को सेज गोल्फ कोर्स तक के लिए जमीन दे दी गई है, जबकि उसके यहाँ जितने कर्मचारी काम करते हैं , उससे दोगुने दुनिया की मशहूर इलेक्ट्रानिक कम्पनी सोनी की दो इमारतों में काम करते हैं . गोल्फ कोर्स तक के लिए जमीन दे दी गई है, जबकि उसके यहाँ जितने कर्मचारी काम करते हैं , उससे दोगुने दुनिया की मशहूर इलेक्ट्रानिक कम्पनी सोनी की दो इमारतों में काम करते हैं .

6 .साईनाथ , पी.(2015), तीसरीफसल, अनुवाद : आनंद स्वरूप वर्मा, पेग्विन बुक्स इंडिया (प्रा.लि.).

गोल्फ कोर्स तक के लिए जमीन दे दी गई है, जबकि उसके यहाँ जितने कर्मचारी काम करते हैं, उससे दोगुने दुनिया की मशहूर इलेक्ट्रॉनिक कम्पनी सोनी की दो इमारतों में काम करते हैं .

1.2.2 मनोज दयाल : ' मीडिया शोध '

डा. मनोज दयाल द्वारा लिखी इस पुस्तक से **मीडिया शोध** की आधारभूत अवधारणा को समझने में बहुत सहायता मिली है . इस पुस्तक में शोध से सम्बन्धित अंतर्वस्तु विश्लेषण के बारे में बताया गया है कि ' सामग्री विश्लेषण या अंतर्वस्तु विश्लेषण संचार शोध की एक अत्यंत महत्वपूर्ण एवं विशिष्ट प्रविधि है .इसे सांकेतिकरण के नाम से भी जाना जाता है .

इसके अंतर्गत विभिन्न प्रकार के मीडिया सामग्री का संकलन एवं विश्लेषण किया जाता है . यह गुणात्मक भी हो सकता है और गणनात्मक भी, सैद्धांतिक भी हो सकता है और व्यवहारिक भी, (पृष्ठ सं. 111).⁷

1.2.3 कुमुद शर्मा : ' समाचार बाजार की नैतिकता '

कुमुद शर्मा सन 2009 में प्रकाशित अपनी पुस्तक '**समाचार बाजार की नैतिकता**'⁸, में लिखती है की समाचार उद्योग का पत्र-पत्रिकाओं से मुनाफा कमाना अनैतिक नहीं है लेकिन जब पूंजी का वर्चस्व पत्रकारिता के बुनियादी दायित्वों की ओर से आँखे मुड़ने को विवश कर दे और खबरे बाजार के गणित से गढ़ी जाने लगे तो यह अनिवार्य रूप से बहस का मुद्दा है. कुमुद शर्मा भारत में सूचना क्रांति की तीखी आलोचना करती है

वे उसे पश्चिमी साम्राज्यवाद तले पत्रकारिता की उपनिवेशवाद को हमारे जैसे देशों पर थोप दिया है और यह उपनिवेशवाद वैचारिक भी है और सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनैतिक भी. उनके अनुसार भारत में सूचना क्रांति नव-उपनिवेशवाद का जरिया बनकर आई है. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बल पर बाजार युद्ध लड़ा जा रहा है. वे पत्रकारिता के एजेंडा सेट कर सकने की ताकत के राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तरों पर जिन दुरुपयोग की संभावनाएं है उन सबको मुद्दा बनाती है. अंतर्राष्ट्रीय चैनलों के समन्वित स्वरूप वाले भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर वह आरोप लगती की उसने साम्राज्यवादी घुसपैठ को आसान बनाया है बहुराष्ट्रीय समाचार एजेंसियों को भी वे इसी प्रक्रिया में शामिल मानती है. उनका विश्लेषण व आलोचना का दायरा केवल यही तक ही सीमित नहीं हो जाता बल्कि सम्पूर्ण पत्रकारिता इलेक्ट्रॉनिक व प्रिंट के विभिन्न पक्षों पर उनकी राय इस पुस्तक में विद्यमान है . वे खबरों की अगम्भीरता से लेकर मीडिया समूहों के आत्म-नियमन तक पर विचार विमर्श करती है . पत्रकार के व्यक्तित्व के बदलावों से लेकर उनके नैतिक धर्म पर बात करती है अखबारों

7. दयाल, डा. मनोज, (2010), मीडिया शोध हरियाणा साहित्य अकादमी : पंचकुला, हरियाणा

8. शर्मा, कुमुद. (2009), समाचार बाजार की नैतिकता . नई दिल्ली : सामयिक बुक्स .

की क्षेत्रीयता और सिटी सैट्रिक होने को मुद्दा बनती है .

कुमुद शर्मा मानती है कि बाजार और विज्ञापनदाताओं के दबावों में पत्रकारिता का विचलन काफी बढ़ा है. निजी फायदों के लिए विभिन्न स्तरों पर पत्रकारिता का इस्तेमाल हो रहा है . उनकी चिंता यहाँ तक है की राजनीति और पत्रकारिता का घालमेल विनाशकारी हो सकता है . इस सबके बीच पत्रकारिता की आत्मा को न तो जिलाए रखा जा सकता है और न ही पाठक के जानने के अधिकार और ज्ञान की इच्छा के साथ न्याय किया जा सकता है. यह पुस्तक पत्रकारिता के वर्तमान दौर का स्पष्ट और त्रुटिविहीन चित्र प्रस्तुत करती है जिससे वर्तमान दौर की पत्रकारिता के संकटों को समझा जा सकता है. साथ ही इसके पीछे की साम्राज्यवादी मुहीम के षड्यंत्रों को जाना जा सकता है. यह पुस्तक भविष्य की समस्याओं के प्रति भी आगाह करती है जहाँ कुमुद शर्मा की यह पुस्तक पत्रकारिता के वर्तमान दौर पर खुली बहस की जगह बनाती है.

1.2.4 रामशरण जोशी : ‘ मीडिया विमर्श ’

इसी तरह 2002 में लिखी गई रामशरण जोशी की पुस्तक ‘*मीडिया विमर्श*’⁹ पत्रकारिता के मौजूदा दौर पर तो बात करती ही है साथ ही आजादी के बाद पत्रकारिता का क्षरण किस प्रकार परत दर परत हुआ इस का भी खुलासा करती है.

रामशरण जोशी की पहली चिंता यह है कि भारत जैसे पिछड़े समाज में संचार माध्यमों का भावनात्मक इस्तेमाल आसान हो जाता है. जिसे 1998 के चुनाव परिणामों के दौरान भाजपा व उसकी विचारधारा के प्रचार-प्रसार के रूप में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा निभाई गई भूमिका में देखा जा चुका है संचार माध्यमों और उनके संदेशों का स्वतंत्र रूप कहा है? “*माध्यम ही संदेश है*”¹⁰ को झुठलाते हुए वे लिखते हैं की आज माध्यम तो नियंत्रित है और संदेश प्रायोजित है और उपभोक्ता अनुकूलित है . यह पूर्ण नियन्त्रण की स्थिति है . मीडिया का इस प्रकार परिस्थितियों के साथ अनुकूलन, उनकी खामोशी, आतंकित होना या निष्प्रभावी होना, फासीवादी और नाजीवादी प्रवर्तियों के उभार को रास्ता देता है. इन प्रवर्तियों का पहला आक्रमण संचार माध्यम ही होते हैं . रामशरण जोशी एक ऐसे राजनैतिक और सामाजिक संकट और षड्यंत्र की बात कर रहे हैं जो देश की सीमाओं के भीतर और बहार दोनों जगह चल रहा है . अमरीका ने सोवियत संघ की सत्ता पर मीडिया के बहुआयामी शस्त्रों के बल पर निर्णायक विजय प्राप्त की . आज रूस और अन्य पूर्वी यूरोपीय देश राजनैतिक या सैन्य दृष्टि से ही नहीं बल्कि सांस्कृतिक और आर्थिक दृष्टि से भी अमरीका के नवर्जित उपनिवेश बन रहे हैं जिनके पोर-पोर में न्यूयार्क, लास एंजिल्स, शिकागो, वाशिंगटन आदि शहर समा

9 . जोशी ,रामशरण.(2002),*मीडियाविमर्श* . नई दिल्ली : सामयिक प्रकाशन.पृष्ठ .17

10 . maculhan, marshal (1967),*The Medium is the Message*,Penguin Books Page 65

चुके है वह पश्चिमी संस्कृति और उपभोक्तावाद की बात करते है जिसने रूस और पूर्वी यूरोपीय देशों को सांस्कृतिक और मानसिक गुलाम बना लिया है और वही अब तीसरी दुनिया के देशों पर वर्चस्व जमाने की पूरी कोशिश में है .

वे विश्व राजनीति और साम्राज्यवादी षड्यंत्रों की भारत तक की दिशा पर बात करते है साथ ही भारतीय राजनीति और पत्रकारिता को एक साथ रख कर आजादी के बाद के दशकों के बदलावों की बात करते है . उनके अनुसार चौथी पंचवर्षीय योजना तथा हिंदी पत्रकारिता लोकोन्मुख . वे इसी बात को इस प्रकार भी कहते है कि 1947 से 1964 के समयावधि की पत्रकारिता निर्माण एवं विकास की पत्रकारिता थी और इस दौर में स्वतंत्रता आन्दोलन के मूल्य जीवित थे . लेकिन 1969 में कांग्रेस विभाजन, 1971 में इंदिरा कल्ट का उदय, भारत-पाक युद्ध 1972 में विधानसभा चुनावों में कांग्रेस की पत्रकारिता निर्माण एवं विकास की पत्रकारिता थी और इस दौर में स्वतंत्रता आन्दोलन के मूल्य जीवित थे . लेकिन 1969 में कांग्रेस विभाजन, 1971 में इंदिरा कल्ट का उदय, भारत-पाक युद्ध 1972 में विधानसभा चुनावों में कांग्रेस की अभूतपूर्व विजय ने देश के राजनैतिक परिदृश्य को पूर्णतया बदल दिया.

राजनीति में फिसलन आई, जे.पी के नेत्रत्व में जन आंदोलनों का उभार आया, पूंजी का विस्फोट हुआ और हिंदी पत्रकारिता में अवसरवादिता, सत्ता चापलूसी और जन विमुखता की धारा बहने लगी. जनता पार्टी के शासनकाल में यह एक ही झटके में रीढ़हीन व संस्कारहीन हो गई. इस प्रकार पत्रकारिता ने स्वतन्त्रता संग्राम की मिशनवादी पत्रकारिता के “हैंग ओवर”¹¹ से पूरी तरह मुक्ति पा ली. इस प्रकार वे पत्रकारिता के मिशन से व्यवसायिकता में घुसने और नैतिकता को एक ओर रख देने के पीछे की प्रक्रिया और कारणों का खाका खींचते है. वे बाद के वर्षों की पत्रकारिता में आए बदलावों को तकनीकी व बाहरी आधुनिकीकरण मानते हैं. वे प्रबंधको व मालिको के व्यवहार को आज भी महाजनी डंडीमार प्रवृत्ति का ही मानते है . रामशरण जोशी एक ओर पत्रकार की खराब आर्थिक परिस्थितियों पर चिंताव्यक्त करते है, सम्पादकों की नियुक्ति में व्याप्त राजनितिक दबावों के खेल का खुलासा करते है वही दूसरी ओर पत्रकारों और सम्पादकों पर आ चुके लाईजनिंग के दबाव को पत्रकारिता के विषाक्त होने का कारण मानते है.

यहा एक बात गौर करने की यह है कि रामशरण जोशी जिनका पत्रकारिता से रिश्ता कई दशकों का हो चुका है ,उसी के अनुरूप पत्रकारिता के बारे में उनकी समझ काफी गहरी पैनी विस्तृत है .उनकी पुस्तकों मे

11. जोशी ,रामशरण.(2002),*मीडियाविमर्श* , नई दिल्ली : सामयिक प्रकाशन.पृष्ठ .86

जितना वृहद-स्तरीय विश्लेषण जितने कोणों के साथ वे विश्व राजनीति और साम्राज्यवादी षड्यंत्रों की भारत तक की दिशा पर बात करते हैं साथ ही भारतीय राजनीति और पत्रकारिता को एक साथ रख कर आजादी के बाद के दशकों के बदलावों की बात करते हैं .उनके अनुसार चौथी पंचवर्षीय योजना तक हिंदी पत्रकारिता लोकोन्मुख थी . वे इसी बात को इस प्रकार भी कहते हैं की 1947 से 1964 के दौरान वे विश्व राजनीति और साम्राज्यवादी षड्यंत्रों की भारत तक की दिशा पर बात करते हैं . साथ ही भारतीय राजनीति और पत्रकारिता को एक साथ रख कर आजादी के बाद के दशकों के बदलावों की बात करते हैं .उनके अनुसार चौथी पंचवर्षीय योजना तक हिंदी पत्रकारिता लोकोन्मुख थी .

वे इसी बात को इस प्रकार भी कहते हैं की 1947 से 1964 के नेहरूकाल की पत्रकारिता निर्माण एवं विकास की पत्रकारिता थी .और इस दौर में स्वतंत्रता आन्दोलन के मूल्य जीवित थे .लेकिन 1969 में कांग्रेस विभाजन ,1971 में इंदिरा कलट का उदय ,भारत –पाक युद्ध ,1972 में विधानसभा चुनावों में कांग्रेस की अभूतपूर्व विजय ने देश के राजनैतिक परिदृश्य को पूर्णतया बदल दिया.

1.2.5 नोम चाम्सकी : ‘ पूंजीवाद और सुचना का युग ‘ .

नोम चाम्सकी,‘पूंजीवाद और सूचनाका युग;’¹² नामक पुस्तक में अपने लेख ,‘प्रचार और जनमानस का नियंत्रण’ , में लिखते हैं कि अमरीका द्वारा अपने देश और अन्य विश्व में पूंजीवाद के लिए माहौल बनाने के लिए जन संपर्क उद्योग का काफी सहारा लिया गया . यह कार्य एक पूरे षड्यंत्र की तरह कई स्तरों पर एक साथ चलाया गया .जन सम्पर्क उद्योग के अगुवाओं ने मान लिया कि उन्हें यह काम तीन से पांचवर्षों में करना है .इस लड़ाई को उन्होंने मनुष्य के मन को जितने की अनवरत लड़ाई करार दिया था .उनका कहना था कि लोगों के मन में पूंजीवाद को इस प्रकार बैठा देना होगा कि वे हर मौके पर इसे दुहरा सकें .दैत्यकारी बहुराष्ट्रीय कम्पनियों के अरबों –खरबों रूपये आज विश्व के बाजार में लगे हुए हैं .इसलिए उनकी मुनाफा कमाने की प्रतिबधतायें भी उतनी ही गहरी हैं .जितने बड़े दांव लगे होंगे उतना ही भारी जोर लगाना पड़ेगा . जिस कदर मनुष्य की मानसिकता को जकड़ लिया गया और पूरी तरह से पूंजीवादी विचारधारा पर ला दिया गया है ,नोम चाम्सकी मानते हैं की ऐसे में इससे बचने के उपायों में हमें कई स्तरों पर संघर्ष करना पड़ेगा .टेलीविजन के पांच घंटों से, सिनेमा उद्योग से ,किताबों से ,स्कूलों से ,तथा दूसरी हर एक चीज से .यह लिख कर

12. चोमस्की ,नोम (2006)प्रचार और जनमानस का नियन्त्रण ,पूंजीवाद और सुचना का युग ,स.राबर्ट डब्ल्यू मच्चेनी ,इलेन मिक्संस बुड ,जन बेलेमी फास्टर ,अनु.राजेन्द्र शर्मा , नई दिल्ली : ग्रन्थ शिल्पी

वे बताते हैं कि नव उपनिवेशवाद के तहत तीसरी दुनिया के लोगों के दिमाग को गुलामी के लिए किस प्रकार तैयार किया जा रहा है और वातावरण निर्माण किस वृहद स्तर पर चल रहा है

1.2.6 एडवर्ड एस.हर्मन : ‘ प्रचार मॉडल की पुनर्समीक्षा.’

एडवर्ड एस.हर्मन ,प्रचार मॉडल की पुनर्समीक्षा ¹³ में लिखते हैं कि सूचना के स्रोतों के रूप में मीडिया ,सरकार पर तथा प्रमुख व्यावसायिक फर्मों पर भी निर्भर होता है और अक्सर अपने निजी और राजनीतिक हितों के चलते सरकार ,प्रमुख मीडिया तंत्रों तथा अन्य निगमों से जुड़े व्यवसायों के बीच एक हद तक ,एकजुटता बनी रहती है .उन्होंने पांच चलनियों को चिन्हित किया है जिसमे से होकर जनता तक पहुंचने से पहले ,सूचना को गुजरना पड़ता है . वे कारक हैं –स्वामित्व ,विज्ञापन प्रवाह ,सूचना स्रोत ,झाड़ –फटकार तथा कम्युनिस्ट विरोधी विचारधारा . विश्व के स्तर पर डो ध्रुवों के समाप्त हो जाने के बाद हमने यह देखा है कि पूंजीवादी विचारधारा के देशी और विदेशी नुमाइंदों ने वामपंथी विचारधारा पर किसी भी प्रकार के मुल्यांकन या विचार –विमर्श पर लगभग पूरे मीडिया में बैन लगा दिया है

1.2.7 राबर्ट डब्लू मैक्चेनी, एडवर्ड स.हरमन : ‘ भूमंडलीय जनमाध्यम ‘

राबर्ट डब्लू मैक्चेनी और एडवर्ड स.हरमन द्वारा लिखी पुस्तक **भूमंडलीय जनमाध्यम** ¹⁴, पन्द्रहवीं शताब्दी से अठारहवीं शताब्दी तक के उपनिवेशवादी लूट के दौर में ,आज के विकसित कहे जाने वाले देशों के समृद्ध होते जाने के पीछे के कारणों की व्याख्या करती है . यह पुस्तक विकसित देशों के विकसित बनने और तीसरी दुनिया के विकासहीन रह जाने के पीछे के इतिहास की जड़ो को तो खंगालती ही है साथ ही विश्व के स्तरों पर दूसरे ध्रुव के समाप्त हो जाने के कारणों का भी उल्लेख करती है।

दो महायुद्धों के बाद किस प्रकार अमरीका एक ताकतवर देश बन कर उभरा और विश्व के स्तर पर आर्थिक शक्ति बना इन सब पर गहन वैचारिक दृष्टिकोण यह पुस्तक उपलब्ध करवाती है. विश्व स्तर पर उदारीकरण मुक्त बाजार की व्यवस्था,सूचनातन्त्र के एकाधिकारीकरण, पार-राष्ट्रीय कम्पनियों के अपने व्यापारिक मुनाफों के युद्धस्तरीय प्रयासों,जन संघर्षों को दबाने के प्रयासों, एफ.डी.आई. द्वारा विकासशील देशों को कर्ज तले दबा लेने की रणनीति, वैकल्पिक जन संचार माध्यमों के विकसित हो पाने के रस्ते की बाधाओं, पूंजीवाद की आक्रामकता इत्यादि वैश्विक राजनीति के मुद्दों पर विस्तृत चर्चा इस पुस्तक में की गई है। यह उस श्रेणी की पुस्तक है जिसे पढ़ें बिना वैश्विकरण और नव-उदारवाद की राजनीति और वैश्विक ताकत एकत्रित करने ,पैरों

13 एस हरमन ,एडवर्ड (2006)“प्रचार मॉडल की पुनर्समीक्षा” ,पूंजीवाद और सूचना का युग , स. राबर्ट डब्लू मक्चेनी ,इलेन मिक्संस बुड ,जॉनबेलेमी फोस्टर ,अनु.राजेन्द्र शर्मा ,नई दिल्ली :ग्रन्थ शिल्पी

14 एस हरमन ,एडवर्ड, स. राबर्ट डब्लू मक्चेनी(2006) फोस्टर ,भूमंडलीय जनमाध्यम ,नई दिल्ली :ग्रन्थ शिल्पी

तले दबा लेने की रणनीति, वैकल्पिक जन संचार माध्यमों के विकसित हो पाने के रस्ते की बाधाओं, पूंजीवाद की आक्रामकता इत्यादि वैश्विक राजनीति के मुद्दों पर विस्तृत चर्चा इस पुस्तक में की गई है। यह उस श्रेणी की पुस्तक है जिसे पढ़ें बिना वैश्विकरण और नव-उदारवाद की राजनीति और वैश्विक ताकत एकत्रित करने की विकसित देशों की होड़ की स्थिति की भयावहता को समझा नहीं जा सकता। निश्चित तौर पर यह एक गम्भीर और उच्च कोटि की अन्तरराष्ट्रीय पुस्तकों में से एक है।

1.2.8 पूर्ण चन्द्र जोशी :: ‘संस्कृति, विकास और संचार क्रांति’

सन 2001 में पूरनचन्द्र जोशी की लिखी पुस्तक **संस्कृति, विकास और संचार क्रांति**¹⁵ में बहस का धरातल दूसरे लेखकों से कुछ अलग है . उनके अनुसार वर्तमान युग को संचार के युगांतरकारी परिवर्तनों का युग कहकर परिभाषित तो किया जाता है लेकिन यह संचार क्रांति अभी अधूरी एकांगी और आंशिक है . जिसमें आंतरिक अन्तर्विरोध, अपूर्णता और गतिरोध है . इसे संचार क्रांति की अपेक्षा संचार प्रौद्योगिकी की क्रांति कहना, वे ज्यादा उपयुक्त मानते हैं . लेखक का मानना है कि यह संचार प्रौद्योगिकी क्रांति विकसित और कम विकसित देशों में एक असंतुलन पैदा कर रही है . यह कम विकसित देशों में भी एक दोहरे समाज की तेजी से रचना कर रही है और एक प्रचंड और स्वच्छंद उपभोक्तावाद की भयावह सम्भावनाओं को जन्म दे रही है. संचार क्रांति इन अत्यन्त महत्वपूर्ण पक्षों तक अभी ज्ञान का प्रकाश नहीं पहुंचा है . ये पक्ष अभी अध्ययन शोध और अन्वेषण की दृष्टि से उपेक्षित हैं . संचार का यांत्रिक ज्ञान जहां नई-नई ऊचाईयों को छू रहा है, वहां संचार का समाज विज्ञान या समाजशास्त्र अभी शैशवावस्था में ही है पूरनचन्द्र जोशी राष्ट्रीय ही नहीं बल्कि विश्व स्तर पर क्रांति और उसकी सामाजिक सम्भावनाओं और परिणामों पर संवाद और विचार विमर्श को अनिवार्य मानते हैं . ब्रिटिश उपनिवेशवाद के युग में देश में संस्कृति के प्रश्नों पर वैचारिक संवाद स्वाधीनता संघर्ष का एक अभिन्न अंग बना था परन्तु आजाद भारत में सांस्कृतिक मुद्दों पर राष्ट्रीय बहसें शायद नहीं हुई हैं . इस प्रकार पूरनचंद्र जोशी वर्तमान पत्रकारिता के केन्द्रीय मुद्दों पर ही बात करते हैं . परन्तु वे समस्या को अलग छोर से पकड़ते हैं . उन्हें सांस्कृतिक बदलावों के बारे में विचार विमर्श पैदा करके ही सांस्कृतिक विघटन से उबरने की इच्छाशक्ति पैदा होने की सम्भावनाएं दिखाई पड़ती हैं . यह वैचारिक संवाद का बड़ा आधार था . जो बाद में विकसित हुआ . इस तरह विकास की ओर अग्रसर हुआ .

15 . जोशी , पूर्णचन्द्र .(2001)संस्कृति ,विकास और संचार क्रांति . नई दिल्ली :ग्रन्थ शिल्पी

1.2.9 अनामी शरण बबल :: 'मीडिया वाद-विवाद, संवाद'

'मीडिया वाद-विवाद, संवाद' 16 पुस्तक कई छोटे-बड़े लेखों की अनामी शरण बबल द्वारा सम्पादित पुस्तक है . इस पुस्तक के कुछ लेखों का जिक्र यहां किया जा सकता है . जो की हमारे शोध विषय से प्रत्यक्ष रूप से सम्बंधित है .

'मीडिया: बढ़त एकाधिकार'¹⁷ नाम के एक लेख में पंकज बिष्ट कुछ महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर बात करते हैं . पहला बिंदु वे उठाते हैं कि आज जिस मीडिया संस्थान में जितना पैसा लगा है उसका उतना ही पूंजीवाद का न भी कहें, तो भी उपभोक्तावाद का समर्थक होना लाजमी है .

दूसरा वह मानते हैं कि आज मीडिया पूरी तरह मध्य और उच्च वर्ग के हितों और रुचियों का मंच हो गया है . तीसरा बिंदु है मीडिया एकाधिकार से जनमत को नियंत्रित करने की मीडिया की ताकत का इजाफा होना . इसी प्रकार वे लिखते हैं की चौसठ पृष्ठों के अखबार को एक से लेकर डो डार्ड रुपयों में बिकना किसी भी हालत में सही नहीं ठहराया जा सकता . कितने पृष्ठों के अखबार का क्या मूल्य होना चाहिए, विज्ञापन और पठनीय सामग्री में अनुपात इत्यादी तय किया जाना चाहिए . उनकी एक चिंता यह है की सार्वजनिक क्षेत्रों को बेचने की सरकारों की मुहिम में हिस्सा बंटते हुए आज पत्र-पत्रिकाएँ लगातार निजी क्षेत्रों के बारे में असंतुलित प्रशंसा और सार्वजनिक क्षेत्र के बारे में नकारात्मक तथ्य योजनाबद्ध तरीके से छापते हैं . पंकज बिष्ट मानते हैं की पत्रों के जो बहुसंस्करण निकलते हैं उनकी भी संख्या तय होनी चाहिए . तयशुदा संख्या से उपर संस्करण निकालने के लिए पत्र को अलग नाम दिया जाना चाहिए . पूरा स्टाफ अलग से रखा जाना चाहिए, सम्पादक कार्यालय इत्यादि अलग-अलग होना चाहिए . इससे रोजगार भी बढ़ेगा और पत्रकारों और सम्पादकों पर बहुसंस्करणों द्वारा पड़ने वाला अतिरिक्त बोझ भी कम होगा . अपने एक और लेख 'बबूल बोंने के बाद का नजारा'¹⁸ में, वे पत्रकारिता में होने वाले विदेशी निवेश को अंग्रेजी अखबारों के लिए पहला खतरा मानते हैं . उनके अनुसार भाषायी अखबार विदेशी निवेश से कुछ समय बचे रहेंगे . यदि वे अपने सम्पादकीय विभाग को सुधारे तो वे दीर्घकाल में भी आत्मरक्षा में सक्षम हो सकते हैं .

विद्यानिवास मिश्र अपने लेख 'पत्रकारिता जीवन से खाली है'¹⁹ में कहते हैं कि यह सही है कि

16. बबल, अनामी शरण स. (2009) मीडिया : वाद - विवाद , संवाद , नई दिल्ली : श्री नटराज प्रकाशन .

17. बिष्ट , पंकज. (2009), 'मीडिया : बढ़त एकाधिकार 'मीडिया : वाद - विवाद , संवाद , स. अनामी शरण बबल . नई दिल्ली : श्री नटराज प्रकाशन . पृ. 76

18. बिष्ट , पंकज. (2009), 'मीडिया : बढ़त एकाधिकार 'मीडिया : वाद - विवाद , संवाद , स. अनामी शरण बबल . नई दिल्ली : श्री नटराज प्रकाशन . 95

19. मिश्र , विद्यानिवास. (2009) "पत्रकारिता जीवन से खाली है" मीडिया : वाद-विवाद, संवाद स. अनामी शरण बबल, श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली: नटराज प्रकाशन

1.2.10 विद्या निवास मिश्र : 'पत्रकारिता जीवन से खाली है .

पाठकीय रूचि का समाचार पत्रों को ध्यान रखना चाहिए .लेकिन रूचि ही सर्वोपरि न हो जाए . वे इसे क्षेत्रीय प्रेस की कमजोरी मानते है जो रूचि की स्थानीयता से अत्यधिक संचालित होती है .जिस कारण कई बार समाचार पत्र अपने स्तर से नीचे उतरकर मांग पूर्ति के नियमों के निकट चले जाते है . वे मानते है कि यह दिशा पतन की दिशा होती है . वे वर्तमान पत्रकारिता को जीवन से खाली पत्रकारिता मानते है जिसमें सब की चर्चा है पर जीवन की चर्चा नहीं है .

1.2.11 उदय शंकर :: 'दर्शक जो देखेगा, दिखाएँगे'

उदयशंकर अपने लेख "दर्शक जो देखेगा, दिखाएँगे"²⁰ में विद्यानिवास मिश्र से विपरीत दिशा में खड़े है क्योंकि वे इलैक्ट्रॉनिक मीडिया से जुड़े है अतः वे मानते है कि दर्शक की रूचि चैनलों के लिए महत्वपूर्ण है . इसलिए दर्शक जो देखेगा, वे दिखाएँगे . वे मांग पूर्ति के नियम की तर्ज पर चलने को तैयार है और उसको सही भी मानते है . विद्यानिवास मिश्र की तरह उन्हें यह दिशा पतन की दिशा नहीं लगती . टीआरपी के पीछे भागना गलत नहीं है क्योंकि वे चैनल बाजार में खड़े है .वे यह दलील देते है कि चैनलों के हस्तक्षेप से बहुत से अच्छे निष्कर्ष भी निकले है . भ्रष्टाचारियों का भांडाफोड़ने, नोट के बदले वोट, प्रिन्स को बोर होल से निकलना और ऐसे तमाम क्रेडिट वे लेते है और मानते है कि अच्छी चीजों के बीच थोड़ा बहुत अन्धविश्वास, भूत-प्रेत नाग-नागिन के किस्से आ भी जाए तो विश्लेषकों को इतना बुरा नहीं मनना चाहिए .

1.2.12 प्रभाष जोशी : 'बाजार की पत्रकारिता '

इसी मुद्दे पर प्रभाष जोशी, "बाजार की पत्रकारिता"²¹ में लिखते है कि अखबार और टीवी चैनल पत्रकारिता छोड़कर बहुत-प्रेत अन्धविश्वास सरीखे कार्यक्रमों के उद्योग में चले गए है . यदि पत्रकारिता पर उन्हें लौटना है तो इसके लिए आत्मनियमन की आवश्यकता है . प्रभाष जोशी के अनुसार यदि सम्पादकीय भूमिका को प्रतिष्ठित नहीं किया तो पत्रकारिता बाजार की एजेंसी हो जाएगी . जैसाकि आज हम चरितार्थ होते हुए देख भी रहे हैं . सूचना साम्राज्यवाद का कोई भी विश्लेषण राजनीतिक संदर्भों से अलग नहीं किया जा सकता . सुभाष धूलिया अपने लेख 'मामला सांस्कृतिक नहीं, राजनीतिक'²² में इसे सांस्कृतिक आक्रमण की जगह

20 उदयशंकर, "दर्शक जो देखेगा, दिखाएँगे" मीडिया : वाद-विवाद, संवाद स. अनामी शरण बबल, श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली, 2009

21 .जोशी , प्रभाष, "बाजार की पत्रकारिता" मीडिया : वाद-विवाद, संवाद स. अनामी शरण बबल, श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली 2009 .

22 . धूलिया , सुभाष , 'मामला सांस्कृतिक नहीं , राजनीतिक,' मीडिया : वाद -विवाद ,संवाद स. अनामी शरण बबल ,श्री नटराज प्रकाशन ,नई दिल्ली ,2009

राजनीति आक्रमण लिखते हैं साम्राज्यवाद की नीतियों के विनाशकारी प्रभावों से बचने का सबसे पहला सूत्र है कि इस आक्रमण को व्यापक अंतर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय संदर्भों में देखा जाए और देखना सीखा जाए

1.2.13 दिलीप मंडल : 'मीडिया का अंडरवर्ल्ड'

दिलीप मंडल, 'मीडिया का अंडरवर्ल्ड'²³ पुस्तक में लिखते हैं कि चुनावों के दौरान प्रचार और सहमति निर्माण के लिए जनसंचार माध्यमों का इस्तेमाल बहुत बड़े स्तर पर पहले नहीं था हालांकि पश्चिमी देशों में इसका चलन काफी पुराना है . वहां लोग आपसी संवाद के लिए नहीं मिल पाते . अतः मीडिया ही लोगों के बीच संवाद कायम करने का जरिया बनता है . परन्तु जनसंचार माध्यमों के विस्तार के साथ भारत भी अब उन देशों में शामिल है जहां मीडिया लोगों के बीच संवाद कायम करने और छवि बनाने का एक प्रभावशाली माध्यम बन गया है . आज इसका इस्तेमाल करके नेता चुनाव जीतने की बात सोचने लगे हैं और इसके लिए करोड़ों रूपी खर्च करने लगे हैं . 'वे मीडिया में आने वाले बदलावों के बारे में के आधारभूत सवाल उठाते हैं . वे सवाल उठाते हैं कि मीडिया की वर्तमान प्रवृत्तियां देश और समाज में आ रहे बदलावों का कारण हैं या परिणाम ? वे यह सवाल भी करते नजर आते हैं कि समाज में आ रहे बदलावों, मसलन बढ़ता अपराध, लोगों के बदलते विश्वास और विचार, उत्पादन सम्बन्ध के बदलाव इत्यादि लेन में मीडिया कारक की भूमिका निभा रहा है या उत्प्रेरक की?

दिलीप मंडल मानते हैं कि विभिन्न भारतीय जन माध्यमों में एक बात समान रूप से मौजूद है और वह है मीडिया का एलीट चरित्र . वे भारतीय मीडिया को सामाजिक-आर्थिक वंचितों के मुद्दों और हितों की व्यापक अनदेखी और उनके नकारात्मक चित्रण का दोषी भी मानते हैं . वे पेड न्यूज के मुद्दे पर भारतीय प्रिंट और इलैक्ट्रॉनिक मीडिया की अच्छी खबर लेते हैं और भारतीय राजनीतिज्ञों और व्यापार जगत की आपसी साठ-गांठ द्वारा खबरों की गेट कीपिंग की प्रवृत्ति पर तीखी टिप्पणियाँ अपनी इस पुस्तिक में करते हैं .

वे लिखते हैं कि अखबारों का मुख्य जोर युवाओं और महिलाओं पर है, जो खरीदारी के फैसलों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं . इसके लिए ज्यादातर अखबारों ने अपनी विषय-वस्तु में बदलाव किए हैं . नैसी खबरें और फीचर ज्यादा छापे जाते हैं, जिनका फोकस समृद्ध वर्ग पर होता है सम्पादकीय सामग्री और सम्पादकीय विभाग पर विज्ञापनदाताओं के दबाव के असर को साफ देखा जा सकता है . अखबारों के परिशिष्टों में भी इसकी झलक आज दिखाई देने लगी है . वे चुनावों के दौरान अखबारों में खुलेआम स्पेस खरीदने के मुद्दे

23. मंडल, दिलीप. (2011), कार्पोरेट मीडिया : दलाल स्ट्रीट , नई दिल्ली : राजकमल प्रकाशन पृ 12

खबरों और फीचर ज्यादा छापे जाते हैं, जिनका फोकस समृद्ध वर्ग पर होता है सम्पादकीय सामग्री और सम्पादकीय विभाग पर विज्ञापनदाताओं के दबाव के असर को साफ देखा जा सकता है . अखबारों के परिशिष्टों में भी इसकी झलक आज दिखाई देने लगी है . वे चुनावों के दौरान अखबारों में खुलेआम स्पेस खरीदने के मुद्दे पर विस्तृत चर्चा करते हैं और इसे लोकतंत्र के लिए एक बड़ा खतरा भी मानते हैं .

1.2.14 दिलीप मंडल : ‘कापोरेट मीडिया : दलाल स्ट्रीट’

‘कापोरेट मीडिया : दलाल स्ट्रीट’²⁴ पुस्तक के लेखक भी दिलीप मंडल है . जो पुस्तक में वर्तमान दौर में पत्रकारिता में आई गिरावट के कुछ महत्वपूर्ण पहलुओं पर चर्चा करते हैं . वे लिखते हैं की आज मीडिया की ताकत का एहसास करने के लिए यह तथ्य काफी है कि मीडिया को विज्ञापनों के तौर पर साल में जितनी रकम मिलने लगी है वह कई राज्यों के सालाना बजट से ज्यादा है . वे पश्चिमी मीडिया विश्लेषकों की तरह ही यह मानते हैं कि भारत का मीडिया भी अब कापोरेट हो गया है . विभिन्न कापोरेट विज्ञापनदाता कापोरेट कम्युनिकेशन के लिए पत्रकारों की सबसे ज्यादा मांग करते हैं . कई पत्रकार आज पूर्णकालिक लाबिस्ट हो भी चुके हैं . वे मानते हैं कि मीडिया को पैसे कमाने के लिए और ताकत के ढांचे में ही दर्ज है . वे नीरा राडिया कांड और पत्रकारिता में विद्यमान भ्रष्टाचार पर विस्तार से लिखते हैं और पत्रकारिता के चरित्र की मोल-भाव करने की इस नई प्रवृत्ति को पत्रकारिता माध्यम के लिए स्व-विनाशक मानते हैं . मीडिया व्यापार करते –करते अपनी विश्वसनीयता को बेचने के रास्ते पर चल पड़ा है जो उसके लिए आत्महत्या साबित होगी .

वे भारत में बढ़ते पब्लिक रिलेशन कारोबार का जिक्र उसी पृष्ठभूमि में करते हैं जिस पृष्ठभूमि में रॉबर्ट मैकचेस्नी, नोम चाम्सकी और एडवर्ड एस. हरमन ने किया है . उन्होंने लिखा है कि पब्लिक रिलेशन और मीडिया के मिले-जुले प्रयासों से पश्चिमी देशों में पूंजीवाद के पक्ष में माहौल बनाने का एक पूरा युद्ध स्तरीय अभियान द्वितीय महायुद्ध के बाद चलाया गया था ताकि लोग वामपंथी विचारधारा के अच्छे पक्षों को भूल जाएं और पूंजीवाद के अलावा उनके जहन में और कोई विकल्प न बचे . ठीक उन्हीं सन्दर्भों में आज भारत में पब्लिक रिलेशन कार्यक्रम चलाए जा रहे हैं ताकि उदारीकरण की नीतियों को लोकप्रिय बनाया जा सके . पब्लिक रिलेशन का मकसद लोगों के दिमाग पर नियन्त्रण करना है . वे इस कार्य के लिए पश्चिम में अमल में लाए गए “मोहांक वैली”²⁵ फार्मूला का जिक्र भी करते हैं जिसका इस्तेमाल मजदूरों और जनता के संघर्षों को समाप्त करने के लिए किया गया . पाक राष्ट्रीय कम्पनियों के इस सशक्त हथियार पब्लिक रिलेशन को इस्तेमाल करने का एक बड़ा माध्यम स्वयं मीडिया है .

24. मंडल, दिलीप (2011), कापोरेट मीडिया : दलाल स्ट्रीट, नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन.

और यह कार्य आज भारत में भी 32 फीसदी की सालाना रफ्तार से बढ़ रहा है . 2008 में इस उद्योग का सालाना कारोबार 300 करोड़ डालर का था, जो 2010 में दुगुना होकर 600 करोड़ डालर तक पहुंच गया .इस प्रकार के आकड़ों व तथ्यों के माध्यम से दिलीप मंडल ने अपनी इस पुस्तक में पार-राष्ट्रीय कम्पनियों व पश्चिमी देशों के साम्राज्यवादी अभियान की ताकत का एहसास करवाया है . वहीं दूसरी ओर यह पुस्तक भारत के सन्दर्भ में पत्रकारिता पर मंडराने के इस संकट और पत्रकारिता के भविष्य का एक समग्र और स्पष्ट चित्र प्रस्तुत करती है।

1.2.15 चन्द्रभूषण : 'हिंदी पत्रकारिता का संकट '

चंद्रभूषण, 'हिंदी पत्रकारिता का संकट '26 नामक लेख में एक बहुत गम्भीर और महत्वपूर्ण मुद्दा उठाते हैं . जो हिंदी पत्रकारिता के उथलेपन और रितेपन की पोल खोलता है . वे राष्ट्रीय रीडरशिप सर्वे की पांचवी रिपोर्ट का जिक्र करते हैं जिसमें देश के सबसे ज्यादा पढ़े जाने वाले पहले दस अखबारों में पांच हिंदी के हैं .वे सवाल उठाते हैं कि पंजाब केसरी सरीखे अखबार जिनका पहला पन्ना ही सनसनीखेज सिनेमाई तस्वीरों से शुरू होता हो, दैनिक जागरण जिसकी साम्प्रदायिक भूमिका जग जाहिर रही हो, राजस्थान पत्रिका जो भाजपा का माउथपीस हो और मनोहर कहानियाँ, सत्यकथा जैसी पत्रिकाएँ जो अश्लीलता की दहलीज पर खड़ी अपराध पत्रिकाएँ हों वे ही देश में सबसे ज्यादा कैसे और क्यों पढ़ी जा रही हैं .

क्या यह विचारणीय नहीं है कि जिन अखबारों के पास कोई कायदे का सम्पादक न हो, स्तरीय पत्रकार न हो राष्ट्रीय ढांचा न हो जो अटकलबाजियों, अफवाहों और भविष्यवाणियों पर टिके हुए हो वे वर्तमान हिंदी समाचार पत्रों और बाकी अखबारों की भी दिशा तय करने लगे . इस प्रकार वे वर्तमान हिंदी समाचार पत्रों और पत्रिकाओं के चरित्र और विषय सामग्री पर कटाक्ष करते हैं .वे इस परिस्थिति में सुधार की आवश्यकता को बताते हैं . अटकलबाजियों, अफवाहों और भविष्यवाणियों पर टिके हुए हो वे वर्तमान हिंदी समाचार पत्रों और बाकी अखबारों की भी दिशा तय करने लगे . इस प्रकार वे वर्तमान हिंदी समाचार पत्रों और पत्रिकाओं के चरित्र और विषय सामग्री पर कटाक्ष करते हैं .वे इस परिस्थिति में सुधार की आवश्यकता को बताते हैं .

25 . मंडल, दिलीप (2011),कार्पोरेट मीडिया : दलाल स्ट्रीट, नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन.पृ 89

26. भूषण, चन्द्र .(2009),“हिंदी पत्रकारिता का संकट” मीडिया : वाद-विवाद, संवाद स. अनामी शरण बबल, नई दिल्ली : श्री नटराज प्रकाशन.

1.2.16 डॉ कृष्णकुमार रत्नू : 'आधुनिक मीडिया दृष्टि'

एक पुस्तक है आधुनिक मीडिया दृष्टि²⁷, लेखक है डा. कृष्ण कुमार रत्नू. वे लिखते हैं की संचार प्रसार माध्यमों की इस अनूठी-अनोखी दुनिया का पहला सम्मोहन रेडियो था रेडियो के सम्मोहन ने पहली बार लोगों को एक दुसरे के पास लेन की पहल की. यहाँ लेखक ने स्पष्ट नहीं किया, परन्तुवः निश्चित तौर पर पत्र पत्रिकाओं से इतर इलेक्ट्रानिक माध्यमों की बात कर रहे हैं. लेखक संचार माध्यमों की अच्छाइयों व बुराईयों पर बात करते हुए विभिन्न बिन्दुओं को छूते हैं. वे ऐसी भाषानीति की वकालत करते हैं जो भाषिक अनेकता को दूर करे ताकि जनता एक दुसरे की भाषा और संस्कृतियों को समझ और आत्मसात कर सके. डा. रत्नू की यह पुस्तक 2005 में प्रकाशित हुई है परन्तु इनका विमर्श अपने समय से थोड़ा पीछे का है. वे एक पत्रकार को उद्घृत करते हुए इस बात पर अपनी सहमति व्यक्त करते हैं कि जनसंचार माध्यमों से उद्भूत संस्कृति अभी हमारे देश में पूणतः विकसित हुई नहीं है. इसीलिए इसे भौड़ी या जन-संस्कृति कहना अधिकचरी बात होगी. उनके अनुसार यदि यह संस्कृति हमारे यहाँ पनपी भी तो पर्याप्त समय तक इसका जन्म और विकास बीसवीं सदी में असम्भव बात है. हालांकि हम वास्तविकता के धरातल पर उनके निष्कर्षों के विपरीत आप इसी भौड़ी संस्कृति को गाँवों और शहरों में जन संस्कृति का रूप लेते हुए देख रहे हैं.

1.2.17 डॉ कृपा शंकर चौबे : 'पत्रकारिता के उत्तर आधुनिक चरण'

लेखक डॉ कृपाशंकर चौबे ने 'पत्रकारिता के उत्तर आधुनिक चरण'²⁸ पुस्तक के जरिए पत्रकारों को अपने नैतिक दायित्वों का निर्वहन करने के लिए प्रेरित किया है. डॉ चौबे के अनुसार, पत्रकारों के लिए कोई ठोस आचार संहिता नहीं है. हालांकि पत्रकारों के संगठनों ने इस विषय को संजीदगी से लेते हुए अपने इस व्यवसाय के लिए कुछ आचार संहिताएँ बनाई है. आचार संहिता और आत्मानुशासन की आवश्यकता का बराबर एहसास किया जाता रहा है. वे पत्रकारों की नौकरी, कम के घंटे, ग्रेचुटी भुगतान व अन्य सेवा शर्तों, वेतन आदि में सुधार तो हुआ है पर की समाचारपत्र श्रमजीवी कानून से बचने के रस्ते ढूढ़ लेते हैं. पत्रों के मालिक देश में व्याप्त बेरोजगारी का फायदा उठाते हैं और श्रम कानूनों की धज्जियाँ उड़ाते हैं. कुछ जगह तो नौकरीदेने के साथ इस्तीफे भी लिखवाकर ले लिए जाते हैं. ताकि कोई समस्या लगने पर पत्रकार को बिना किसी बाधा के संस्थान से निकला जा सके. ऐसे में पत्र संस्थान और पत्रकार का कोई निजी और बेहतर रिश्ता बनना मुश्किल होता है

27. रत्नू, डा. कृष्ण कुमार. (2005), आधुनिक मीडिया दृष्टि, जयपुर: बुक एनक्लेव

28. चौबे, कृपाशंकर (2003), पत्रकारिता के उत्तर आधुनिक चरण, नई दिल्ली : वाणी प्रकाशन .

1.2.18 आलोक मेहता : ' भारत में पत्रकारिता '

आलोक मेहता अपनी पुस्तक 'भारत में पत्रकारिता'²⁹ में लिखते हैं कि भारतीय पत्रकारिता पर हाल के वर्षों में दबाव और हमले बढ़ते गए हैं . इसमें कोई शक नहीं कि आर्थिक उदारवाद और पतन का कुछ असर पत्रकारिता में भी दिखने लगा है . लेकिन वे इसे समुद्र-मंथन का प्रयोग मानते हैं जिसमें पत्रकारिता पर पड़ने वाले बुरे प्रभावों की तुलना वे समुद्र-मंथन से निकलने वाले जहर से करते हैं . वे मानते हैं कि आज पत्रकार अपने पत्रकारिता कर्म से हटकर कम कर रहा है इसीलिए पत्रकारिता दूषित हो रही है . उनके अनुसार आज राजनेता कभी विचारों के आधार पर, कभी आजादी के आधार पर, कभी साम्प्रदायिकता आधार पर, कभी प्रलोभन के बल पर पत्रकारों को प्रभावित करने की कोशिश करते हैं . द्वारा पत्रकारों पर काफी दबाव भी बनाया जाता है . वे आज की पत्रकारिता को हड़बड़ी में एकत्र की गई घटनाओं का विवरण भर मानते हैं . जिसमें बहुत बार पत्रकार को समाचार की प्रष्ठभूमि का कोई ज्ञान नहीं होता .वे इसे बौद्धिक बेईमानी कहते हैं जिसके द्वारा पाठक के दिमाग में जानकारी का भ्रम पैदा किया जाता है .

आलोक मेहता मानते हैं कि पत्रकारिता पर परोक्ष-अपरोक्ष दबावों का सिलसिला बढ़ा है . जिसमें दबाव न केवल सरकार और विज्ञापनदाताओं की ओर से आते हैं बल्कि पाठक वर्ग की ओर से भी आते हैं . जो पत्रकार या अखबार इस वर्ग के आगे झुक जाते हैं, वे अपनी मुसीबतें बढ़ा लेते हैं . यह समस्या भारतीय भाषाओं के प्रकाशन में अपेक्षाकृत अधिक गंभीर है वे मानते हैं कि अखबार में जों कुछ छपता है, जनता उसे दैवी सत्य मान लेती है . अतः सम्पादकों और पत्रकारों का उत्तरदायित्व बहुत बढ़ जाता है . वे इस बात पर सहमति प्रकट करते हैं कि अखबार को उत्पाद के रूप में देखे जाने का सिलसिला भारत मा पिछले डेढ़ दशक में तेज हुआ है . पश्चिम की तर्ज पर कुछ बड़े संस्थानों ने इस धारणा को महत्व दिया है कि साबुन की तरह ही अखबार भी एक उत्पाद है और सम्पादक और वरिष्ठ पत्रकार मैनेजर है .

1.2.19 हरिचंद तिवारी : 'जनर्लिज्म एंड मास मीडिया एजुकेशन'

हरिचंद तिवारी ने अपनी पुस्तक 'जनर्लिज्म एंड मास मीडिया एजुकेशन'³⁰ में स्वतंत्र प्रेस की महत्ता पर प्रकाश डाला है .वे लिखते हैं कि आज एक तरह से पत्रकारिता व्यवसाय का रूप धारण कर चुकी है . सम्पूर्ण मीडिया एक उद्योग किभांति देखा जाने लगा है . इसके माध्यम से जनमत व सरकार पर प्रभाव डालने की

29. मेहता ,आलोक (2006), भारत में पत्रकारिता, , नई दिल्ली: नैशनल बुक ट्रस्ट

30. तिवारी, हरिचंद तिवारी (2009) जनर्लिज्म एंड मास मीडिया एजुकेशन , नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स

ताकत, आर्थिक लाभ, स्वार्थ व व्यक्तिगत उद्देश्य आज ज्यादा महत्वपूर्ण हो गए हैं . 'लाभ' कमाने की मुख्य प्रवृत्ति ने मीडिया के आधारभूत तत्वों को भुला दिया है .

मीडिया अपने सामाजिक उत्तरदायित्वों को लगातार भूलता जा रहा है . उन विचारधाराओं और समीकरणों को प्रस्तुत किया जा रहा है जिनके चलते वर्ग वैमनस्य की भावना बलवती होती है . पत्रकारिता व्यवसाय से सम्बन्धित अधिकांश व्यक्तियों को इसका सैधांतिक ज्ञान नहीं है, जो कि पत्रकारिता के मूल्यों में गिराबट की एक बड़ी वजह है . आज पत्रकारिता की शिक्षा की नितांत आवश्यकता है .

हरिचंद तिवारी पत्रकारिता के मूल में अपनी आस्था जताते हुए लिखते हैं कि भारतीय मीडिया अपने सामाजिक सरोकारों की नींव पर खड़ा हुआ है वही उसकी ताकत है . स्थितियों चाहे कुछ भी रही हों चाहे सामाजिक और धार्मिक रूढ़ियों का मसला हो या आडम्बरो के खिलाफ संघर्ष हो, मीडिया निरंतर ऐसे पक्षों से जुझता रहा है .

1.2.20 डॉ बी.आर. धर्मेन्द्र : 'हिंदी पत्रकारिता में संवेदना और पीत प्रभाव '

डा. बी.आर. धर्मेन्द्र ने "हिंदी पत्रकारिता में संवेदना और पीत प्रभाव"³¹ नामक पुस्तक में हिंदी दैनिक पत्रों में बढ़ती पीत पत्रकारिता पर चिंता जताते हुए लिखा है कि वर्तमान में पत्रकारों को पीत पत्रकारिता से बचते हुए अपनी लेखनी का सही दिशा में प्रयोग करना होगा . धर्मेन्द्र ने कहा है कि आज हिंदी भाषा में निकलने वाले समाचार पत्रों और पत्रिकाओं की संख्या बहुत विस्तृत है लेकिन प्रसार संख्या की दृष्टि से हिंदी पत्र-पत्रिकाएँ अभी पर्याप्त रूप से उन्नत नहीं हुई हैं . हिन्दी पत्रकारिता के माध्यम से मानवीय संवेदना की जो चेतना और विकासदृष्टि हमें विरासत में मिली, उस विरासत को हमसे छीनने के प्रयास किए जा रहे हैं और पीत पत्रकारिता इन्हीं कारणों से निरन्तर फल-फूल रही है .

वे लिखते हैं कि कितनी अजीब बात है कि सम्पादक के बिना ही अखबार निकाले जाने लगे हैं . एक मुखिया के बिना घर कैसा चल सकता है, यह सोचा जा सकता है . परन्तु पूंजीधारकों ने यह चुनौती पैदा कर दी है कि बिना सम्पादक के कई संस्करणों वाला बड़ा समाचार पत्र निकाला जा सकता है. प्रो. रमेश चन्द्र अपनी पुस्तक 'analysis of media and communication trends' में लिखते हैं कि परम्परागत भूमिका जनता को सूचना देना और अधिकारियों और सरकार की योजनाओं और कार्यों की जानकारी देना था³² . परन्तु आज यही जानकारियाँ सरकारों और विभिन्न विभागों की अपनी वेबसाइट पर उपलब्ध हैं .

31. धर्मेन्द्र, डा. बी.आर. (2008), 'हिंदी पत्रकारिता में संवेदना और पीत प्रभाव', बुक एनक्लेव, जयपुर : बुक एनक्लेव .

32 Chandra, Ramesh (2004), Analysis of media and Communication trends , Delhi: Isha Book

1.2. 21 प्रो. रमेश चन्द्र : ‘analysis of media and communication trends’

ऐसे में सवाल उठता है कि मीडिया की फिर क्या भूमिका बचती है? वे ई-लोकतंत्र की बात करते हुए कहते हैं कि ई-लोकतंत्र का भविष्य इस बात पर निर्भर करेगा कि मीडिया मालिक इंटरनेट और परम्परागत एक तरफा संचार साधनों में एक साथ तारतम्य कैसे बैठा पाते हैं ताकि दोनों की आवश्यकता बनी रह सके . वे मीडिया द्वारा की जाने वाली आनलाईन वोटिंग को जनता के विचारों को जानने का अच्छा माध्यम मानते हैं . परन्तु सच्चाई और पारदर्शिता के साथ आनलाईन वोटिंग के निष्कर्ष किस प्रकार निकले जाएँगे इसकी गाइडलाईन तैयार करनी चाहिए .

1.2. 22 प्रो. आर. एस .जोशी : ‘ Dynamics of Media’

‘ Dynamics of Media ’³³ पुस्तक में prof. R.S.Joshi अपने लेख, ‘The Media, Civil Society and Challenge’ में लिखते हैं कि क्षेत्रीय प्रेस आज आर्थिक बदलावों की प्रक्रियाओं के गहरे दबावों में है . खबरों के बहुमूल्य स्थान को अति उपभोक्तावादी ढंग से संचालित, असंगत व अनावश्यक खबरों से भरा जा रहा है . स्थानीय मानवीय घटनाओं और मुद्दों का हाशियाकरण किया जा रहा है . यह एक सचेत और प्रबुद्ध-मालिक, सम्पादक और पाठक तीनों को समान रूप से कष्ट पहुंचाने वाली बात है .

1.2. 23 राजकिशोर : ‘ पत्रकारिता के तीन संकट ’

राजकिशोर, ‘हिंदी पत्रकारिता के तीन संकट’³⁴ लेख में वर्तमान पत्रकारिता के मूल्यों की काफी तीखी आलोचना करते हुए कहते हैं कि हिन्दी पत्रकारिता का सामाजिक आधार आज पहले से कहीं ज्यादा भविष्यहीन है . उसे बाजार की क्रूर शक्तियों के भरोसे छोड़ दिया गया है और उनकी राजनीतिक मूकता लोकतंत्र को उर्जाहीन बना रही है . वे आरोप लगाते हैं कि आजादी के बाद से ही हिंदी पत्रकारिता की दुनिया आमतौर पर एक आदर्शविहीन दुनिया रही है . यह पहले से कहीं ज्यादा भविष्यहीन है . उसे बाजार की क्रूर शक्तियों के भरोसे छोड़ दिया गया है और उनकी राजनीतिक मूकता लोकतंत्र को उर्जाहीन बना रही है . वे आरोप लगाते हैं कि आजादी के बाद से ही हिंदी पत्रकारिता की दुनिया आमतौर पर एक आदर्शविहीन दुनिया रही है .

33 Joshi, R.S. (2002) “The Media, Civil Society and Challenge”, Dynamics of media, Ed. Anil K.Rai, ‘Ankit’, JBD Book Distributor, Delhi : JBD Book Distributor.

34. राजकिशोर, पत्रकारिता के नये परिप्रेक्ष्य, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली : वाणी प्रकाशन

यही कारण है की हमें अपने नायकों की खोज के लिए बार-बार स्वाधीनता संघर्ष की परतें उधेड़नी पड़ती है .

राजकिशोर का मानना है की नवजागरण और स्वाधीनता संघर्ष का दौर समाप्त हो जाने के बाद सम्पादक नाम की संस्था कभी खड़ी ही नहीं थी . कुछ अच्छे सम्पादक जरूर हुए, लेकिन वे एकल व्यक्ति थे या हैं, किसी संस्था या परम्परा का अंग नहीं है . उनके अनुसार हिंदी हिंदी पत्रकारिता का जिस मात्रा में परिणाम बढ़ा है उस मात्रा में गुणवत्ता नहीं बढ़ी है . पत्र के स्तर की कोई चिंता नहीं की जाती . समाचार संकलन पर खर्च अत्यंत कृपण है . उचित वेतन नहीं दिया जाता . यहां तक की नियुक्ति पत्र भी एक दुर्लभ दस्तावेज है . अयोग्य मालिक भी सम्पादक के बिना काम चला लेता है ये हिंदी पत्रकारिता का राक्षसी विस्तार है . जिसके जबड़ों में पत्रकारिता का कोई मूल्य सुरक्षित नहीं हैं .

1.2. 24 प्रभाष जोशी : ‘ प्रेस :प्रहार और प्रतिरोध ’

‘प्रेस: प्रहार और प्रतिरोध’³⁵ पुस्तक में प्रभाष जोशी अपने लेख में लिखते कि मीडिया की जितनी ताकत है, उससे कहीं बढ़कर उसकी जिम्मेदारी है .अतः मीडिया को अपनी ताकत का अभिमान त्यागकर अपने दायित्व का पूरी ईमानदारी से निर्वहन करना चाहिए . दूसरी तरफ पाठकों को लगातार अखबारों में ‘सम्पादक के नाम पत्र’ लिखना चाहिए और उसमें समाचार पत्र से सम्बन्धित या समाचारों के सम्बन्ध में अपनी राय अवश्य बतानी चाहिए . कभी न कभी उन्हें समाचारपत्र में जरूर छापा जाएगा और पाठकों के पत्र समाचार समूह पर गलत चीजों के खिलाफ दबाव बनाने का काम करेंगे .

प्रभाष जोशी स्टिंग आपरेशन को पत्रकारिता नहीं मानते हैं . उनके अनुसार ‘कास्टिंग काउच’ और पत्रकारिता में आपसी कोई समस्या नहीं है . लेकिन पत्रकार के तरीके वही नहीं होने चाहिए जो भ्रष्टाचार करने वालों के हैं .

1.2. 25 अभय कुमार दुबे : ‘ पत्रकारिता का आत्मसंघर्ष ’

अभय कुमार दुबे, ‘पत्रकारिता का आत्मसंघर्ष’³⁶ विषय पर लिखते है कि हिंदी पत्रकारिता की जीत अभी अधूरी है . पहला चरण जिसमें अपना ऐलान कायम करना, प्रसार और प्रभाव का स्तर, व्यवसाय का स्तर पर वे कामयाबी प्राप्त कर चुके हैं .अब दुसरे चरण की बारी है .जिसमे वे भाषा ,अभिव्यक्ति ,और पेशेवराना दृष्टिकोण के स्तर पर स्वायत्त हासिल करने को लक्ष्य मानते हैं

वे मानते हैं कि पत्रकारिता ने स्वयम को अंग्रेजी पत्रकारिता से पूरी तरह स्वतंत्र नहीं किया है .समाचार नेटवर्कों में तो वह पिछड़ी हुई ही है ,विचार और विश्लेषण के लिहाज से भी वह अंग्रेजी का रुतबा मानती है

35. जोशी, प्रभाष जोशी. (2005), प्रेस : प्रहार और प्रतिरोध, स. ज्ञानेंद्र रावत, श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली : श्री नटराज प्रकाशन,

36. दुबे ,अभय कुमार . (2006), पत्रकारिता का आत्मसंघर्ष, नई दिल्ली: संवाद प्रकाशन

.हिंदी समाचार पत्रों के सम्पादकीय पृष्ठों पर और स्तंभों पर अंग्रेजी के बड़े नामों के अनुदित संस्करण लगातार छापना इस बात का सबूत है कि अभी इस दिशा में काफी कुछ किया जाना शेष है .

1.2. 26 अखिलेश अखिल : ‘ पत्रकारिता वेश्या : पत्रकार दलाल ’

अखिलेश अखिल अपने लेख पत्रकारिता वेश्या : पत्रकार दलाल ³⁷ में लिखते हैं कि दृश्य मीडिया में चैनलों के बीच मरकाट मची हुई है . उससे पता चल रहा है कि उनके पास समाचारों की कितनी दरिद्रता है .

पढ़े लिखे पत्रकारों की कमी है और यह भी तय है की वे ईमानदारी से काम नहीं करते . एक ही समय में एक ही समाचार कई चैनलों पर चलते है . और प्रत्येक चैनल उसे ब्रेकिंग न्यूज बताता है . अखिलेश अखिल क्योंकि पत्रकार के तौर पर वर्षों का अनुभव रखते है वे लिखते है कि पत्रकारिता की नई सोच भले ही बाजार व्यवस्था पर आधारित हो चली है लेकिन पत्रकारिता मिशन, पत्रकारिता सोच और पत्रकारिता तत्वों से जो खेलेगा वह कभी सफलता के पायदान पर नहीं पहुच सकता . बाजार भी उसी के लिए है जहां विश्वास स्थापित है. वे शक्ति कपूर पर स्टिंग आपरेशन के मद्देनजर अपना लेख “ब्रेकिंग न्यूज की ऐसी की तैसी” ³⁸ में लिखते है कि स्टिंग आपरेशन और कास्टिंग काउच के जरिए कई चीजे तोड़ मरोड़ क्र दिखाई जा रही है . यह इतनी भयावह है कि इनसे आहत / पीड़ित आदमी आत्महत्या जैसा दुस्साहस कर सकते हैं उनके बच्चे कोई गलत कदम उठा सकते है . इन चीजों को रोका जाना चाहिए .

1.2. 27 कालूराम परिहार : ‘ मीडिया के सामाजिक सरोकार ’

‘मीडिया के सामाजिक सरोकार’ ³⁹ पुस्तक में कालूराम परिहार मीडिया पर जातिवादी होने का आरोप लगाते है . उनके अनुसार पूंजीवादी बाजारवाद से संचालित मीडिया का सामान्य व्यवहार दलितों के खिलाफ जाता है . वे लिखते हैं कि मीडिया को दलितों की याद तभी आती है जब या तो आरक्षण जैसे मुद्दे पर विरोध को हवा देनी हो या फिर उनसे कोई व्यवसायिक राजनितिक लाभ कमाना हो . वे मानते है कि मीडिया दलितों के प्रति काफी असंवेदनशील है और न केवल दलितों पर आत्याचारों की घटनाओं को नजरंदाज करता है. परिहार इसे मीडिया की लापरवाही नहीं मानते बल्कि उनकी सचेत नीति का हिस्सा मानते हैं . वे लिखते हैं की मीडिया में सर्वोच्च पदों पर उच्च जातियों के लोग हैं . जिनमें दलित और आदिवासियों के लिए कोई स्थान नहीं है . राष्ट्रीय मीडिया के प्रमुख पदों में से एक पर भी दलित या आदिवासी नहीं हैं .

37. अखिल, अखिलेश .(2009) , पत्रकारिता वेश्या : पत्रकार दलाल, मीडिया : वाद-विवाद, संवाद स. अनामी शरण बबल, नई दिल्ली : श्री नटराज प्रकाशन

38. अखिल, अखिलेश (2009) “ब्रेकिंग न्यूज की ऐसी की तैसी”, मीडिया : वाद-विवाद, संवाद स. अनामी शरण बबल, नई दिल्ली : श्री नटराज प्रकाशन.

39 परिहार ,कालूराम .(2008) , मीडिया के सामाजिक सरोकार, अनामिका पब्लिशर्स, नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स

सामाजिक समूहों के हितों का प्रतिनिधित्व लोकतांत्रित व्यवस्था का सर्वाधिक महत्वपूर्ण पहलू है . प्रतिनिधि के अभाव में व्यवस्था का कोई भी अंग सही अर्थों में स्वतन्त्रता और समानता का आचरण नहीं कर सकता . परिहार के अनुसार मीडिया यदि इस तर्क को नहीं मानता है तो वह लोकतंत्र के साथ नहीं, उसके विरुद्ध हैं .

1.2. 28 जोसेफ गाथिया : ‘ मीडिया और सामाजिक बदलाव ’

जोसेफ गाथिया अपनी पुस्तक ‘मीडिया और सामाजिक बदलाव’⁴⁰ में सार्वजनिक दायरे के महत्व पर लिखते हैं कि सार्वजनिक दायरा हमें हमारे समुदाय में होने वाली घटनाओं की जानकारी देता है और सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनितिक मुद्दों से हमें परिचित कराता है . यह समाज में विभिन्न मुद्दों पर सहमति व आम राय बनाने की प्रक्रिया का हिस्सा है

सार्वजनिक दायरा लोगों को एहसास करवाता है कि उन्हें किन मुद्दों पर विचार करना है और विभिन्न मुद्दों पर किस दृष्टिकोण से सोचना है . वे लिखते हैं कि सार्वजनिक दायरे का व्यापारिकरण हो रहा गाथिया लिखते हैं कि सार्वजनिक दायरे को बनाने में जनसंचार माध्यम केन्द्रीय भूमिका निभाते हैं . जनसंचार माध्यमों के कारण ही करोड़ों लोग प्रतिदिन हिने वाली घटनाओं और वाक्यों से परिचित होते हैं और उन पर बहस विमर्श करते हैं . परन्तु वर्तमान परिस्थितियों में पेड़ न्यूज, और पैसे के प्रभाव इत्यादि के कारण जनसंचार माध्यम खबरों को सही सर के साथ प्रस्तुत नहीं करते . और सार्वजनिक दायरे का संकुचन कर देते हैं . साथ ही वे जनता के सोचने के लिए एजेंडा तय करने का काम भी करने लगे हैं .

दूसरी तरफ गाथिया अमरीकीकरण को ग्लोबलाइजेशन की संज्ञा नहीं देते . वे मानते हैं कि जनता अमरीकी जीवन शैली के प्रतीक चिन्हों और उत्पादों को अपने तरीके से परिष्कृत करके उपभोग करती है . वे मास मीडिया पर लगने वाले इस आरोप को भी सर से खारिज करते हैं कि वह अपसंस्कृति फैला रहा है या संस्कृति विविधता को कम कर रहा है . बल्कि वे मानते हैं कि प्रगति और विकास के क्रम में विविधता शुरू से ही कम होती चली गई . क्षेत्रीय संस्कृतियों के मिलने से जिस प्रकार एक राष्ट्रीय संस्कृति बनती है . उसी प्रकार विभिन्न राष्ट्रों की संस्कृतियां मिल कर ग्लोबलवापी संस्कृति को उभर रही है साथ ही वह यह भी मानते हैं कि समाज की विभिन्न इकाइयां संगठित रूप से बातचीत और संयोजित कार्यक्रम से भूमंडलीकरणको मानव अधिकारों की रक्षा की और मोड़ सकती हैं.

40. गाथिया ,जोसेफ. (2008),मीडिया और सामाजिक बदलाव, कांसेप्ट पब्लिशिंग कम्पनी, नई दिल्ली : कांसेप्ट पब्लिशिंग कम्पनी.

1.2. 29 जगदीश्वर चतुर्वेदी और सुधा सिंह : ‘डिजिटल युग में मासकल्चर और विज्ञापन’

जगदीश्वर चतुर्वेदी और सुधा सिंह द्वारा लिखित पुस्तक “डिजिटल युग में मासकल्चर और विज्ञापन”⁴¹ कई महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर विचार-विमर्श की जगह बनाती है. मसलन ये लेखक इंटरनेट को साम्राज्यवाद का उपकरण नहीं मानते . वे मानते हैं की इंटरनेट के लिए यह भी संभव नहीं है कि वह लोगो को अंग्रेजी का गुलाम बना ले . क्योंकि यह सुचना के आदान-प्रदान का दुतरफा माध्यम है . उनके अनुसार इंटरनेट साम्राज्यवादी नहीं, बहुलतावादी है .

वे लिखते हैं कि अमरीका सांस्कृतिक माल को बाजारू माल मानता है जबकि फ्रांस सहित कई अन्य देश उसे सम्पदा मानते हैं . अतः दुनिया के स्तर पर इस मुद्दे पर विचारों का धुर्वीयकरण हो चूका है . क्योंकि जनता समझ चुकी है कि मूल्यों, विचारो और जीवन के अर्थों का सम्प्रेषण करने वाले सांस्कृतिक माल को बाजारू बना देने पर स्थानीय संस्कृतियों और परम्पराओं का सफाया हो जाएगा .

इससे अलग वे लिखते हैं कि बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का जनतंत्र के प्रति बैर-भाव रहा है और मीडिया संस्थान भी जनता की उठती आवाजों के खिलाफ इन कम्पनियों के साथ ही सहानुभूति रखते है . बहुराष्ट्रीय कम्पनियों की तकनीकी में जनतंत्र होता है किन्तु राजनितिक, आर्थिक, सांस्कृतिक जीवन में ये कम्पनियां तबाही मचाती है . इंटरनेट जनतंत्र उन्ही के लिए होता है जो साधन सम्पन्न है . वे इसके लिए इंडोनेशिया के छात्रों द्वारा जनतंत्र के समर्थन में इंटरनेट के उपयोग पर अमरीका के नकारात्मक रुख का उदाहरण देकर अपनी बात की पुष्टि करते हैं, जो इस मुद्दे पर आंखे खोल देने की क्षमता रखता हैं . वे ग्लोबलाईजेशन के दुष्प्रभावों से बचने के लिए सांस्कृतिक स्वतन्त्रता पर जोर देने की वकालत करते है . उनके अनुसार बहुसांस्कृतिक नीति अपनाते हुए सांस्कृतिक स्वतन्त्रता की रक्षा की जानी चाहिए .

1.2. 30 कमलेश्वर : ‘मनोरंजनकर्ता की छवि और छाया से अलग

कमलेश्वर अपने लेख, “मनोरंजनकर्ता की छवि और छाया से अलग”⁴² में अखबारों के प्रबन्धन को लाला युगीन प्रबन्धन कहते है . जो रामशरण जोशी के इस कथन के नजदीक है कि वर्तमान प्रबन्धन की प्रवृत्ति डंडीमार प्रवृत्ति है . कमलेश्वर लिखते हैं कि आज ठेकेदार और

बिल्डर तक अखबार निकल रहे हैं . उन्हें पत्रकारिता का क-ख-ग चाहे ना पता हो, परन्तु ये तो पता है कि पत्रकारिता सत्ता और शक्ति समीकरणों का स्रोत है . उनके अनुसार यह ऐसा ही है कि जैसे बंदूक फौजियों के

41 . चतुर्वेदी,जगदीश्वर. सिंह, सुधा (2008) ,डिजिटल युग में मास कल्चर और विज्ञापन , नई दिल्ली : अनामिका पब्लिशर्स

42.कमलेश्वर . (2009) ,मनोरंजनकर्ता की छवि और छाया से अलग ,मीडिया :वाद-विवाद ,स.अनामिशरण बबल,श्री नटराज प्रकाशन ,नई दिल्ली श्रीनटराज प्रकाशन .

बजाय डाकुओं के हाथ में चली गई हो.

1.2.31 सुधीश पचौरी : 'न्यू मीडिया नये मुद्दे

सुधीश पचौरी अपनी पुस्तक 'न्यू मीडिया नये मुद्दे'⁴³ में इंटरनेट को संचालित करने वाली तकनीक पर अमरीका के नियन्त्रण के मुद्दों पर चिंता व्यक्त करते हैं . उनके अनुसार इंटरनेट का मामला सिर्फ तकनीक नहीं है बल्कि सामाजिक, सूचना मूलक, आर्थिक, वाणिज्यिक था सामरिक भी है . साइबर साम्राज्यवाद सीवर तकनीक का साम्राज्यवाद है . उनकी आपत्ति का महत्वपूर्ण बिंदु यह है कि अमरीका की ही एक संस्था सारे संसार के इंटरनेट के वेबसाइटों का पंजीयन करने, उन्हें 'डोमेन नेम' देने और उनकी फीस लेने का अधिकार क्यों रखती है ? वे पूछते है कि साइबर स्पेस का वास्तविक जनतंत्र अमरीकी वर्चस्व से कब मुक्त हो सकेगा ?

वे मीडियाकर्मियों द्वारा टीआरपी बढ़ाने के लिए पत्रकारिता के खोजिरूप को तांकाझांकी रूप में बदलने की निंदा करते हैं . लाइव खबरों के मोह में व्यक्तियों को आत्मदाह के लिए उकसाना, सुधीश पचौरी के अनुसार आदमी की कीमत पर आदमी की खबर बेचना है . अखबार के बारे में भी वे यही लिखते है कि अखबार के बढ़ाव का एकमात्र आधार उसका भरोसेमंद होना है. खबर कितना विश्वास जगाती है इसी से अखबार की विश्वसनीयता बनती है . वे हिंदी पत्रकारिता में आई बेहतरी की और इशारा करते हैं . वे अखबार की इंटरनेट पर निर्भरता मानते हुए लिखते है की बहुत से अखबार अपनी सामग्री इंटरनेट से सीधे लेने लगे हैं . प्रिंट की कापी इंटरनेट की सामग्री से बनने लगी है

सुधीश पचौरी इसी पुस्तक के एक अन्य लेख में यह तथ्य उजागर करते है कि वित्तीय जगत में मीडिया को मनोरंजन जगत का हिस्सा मान कर चला जा रहा है . वे स्वयं भी मीडिया और मनोरंजन के इस विलय और परम्परा निर्भरता को एक सहज प्राकृतिक घटना मानते है और उनकी निर्भरता को एक-दुसरे के साथ मिलाकर देखने की ही हिमायत करते है .

1.2.32 USHA M. RODRIGUES : 'PRINT MEDIA IN ERA OF GLOBALIZATION'

'PRINT MEDIA IN ERA OF GLOBALIZATION'⁴⁴ में USHA M. RODRIGUES लिखती हैं कि आज भारत में पत्रिकाओं का क्षेत्र भी खूब बढ़ा है . अंग्रेजी की इण्डिया टुडे को 67मिलियन लोग पढ़ रहे है तो हिंदी की सरस सलिल ने 98 मिलियन लोगो तक अपनी पहुंच बनाई है .

43. पचौरी ,सुधीश . (2009) नया मीडिया ,नए मुद्दे ,वाणी प्रकाशन ,नई दिल्ली : ,वाणी प्रकाशन

44. usha m. rodrigues,(2010) "print media in the era of Globalization ",India media in Globalized world, Ed. usha m. rodrigues and Maya Rangnathan ,Saga publication, New Delhi : Saga publication

गृहशोभा भी 76 मिलियन लोगो की पसंद है . वे पत्र-पत्रिकाओं के प्रसार क्षेत्र के बढ़ने के कारणों में नई ऑफसेट मशीनों के योगदान, नई तकनीक, रंगो का समावेश, और युवा उद्यमी प्रबंधकों के आगमन को रखती है . युवा उद्यमी प्रबंधकों ने बाजार रिस्क पर अपनी सुघड़ नीतियों 'प्राइस वार' और कीमतों पर बड़ी छूट देकर इस घटना को अंजाम दिया है . वे समीर जैन द्वारा 'टाइम्स आफ इंडिया' की बेहतरी में उठाए गए कदमों को भी 1990 के बाद की मुक्त बाजार की नीतियों के साथ जोड़ कर देखती है .

आज प्रिंट मीडिया देश में विज्ञापनों से होने वाली आय का 48 प्रतिशत अपनी और खींच लेता है . इसे वे प्रिंट मीडिया की उपलब्धि मानती है . परन्तु खबरों के घटते स्तर और पत्रकारों में प्रशिक्षण की कमी पर चिंता व्यक्त करती है . वे भारत में समाचार पत्र-पत्रिकाओं की पाठक संख्या के बढ़ने के कारणों में भारत में पंचायती राज का उदय, जनता के आर्थिक स्तर का बढ़ना और अखबारों के स्थानीय संस्कारणों की शुरुआत को मानती हैं .

1.2. 33 Robin Jeffrey : 'Media and Modernity'

Robin Jeffrey अपनी पुस्तक **Media and Modernity** ⁴⁵ में मीडिया में दलित पत्रकारों की अनुपस्थिति को मुद्दा बनाते है . वे लिखते है की विचारधारात्मक और सामाजिक ढांचागत बाध्यताए कुल मिलाकर दलितों के इस माध्यम में आने के रास्ते में बाधा बनती है लगभग 60 प्रतिशत दलित निरक्षर हैं . व्यापक गरीबी के रहते वे अपना अखबार तक नहीं खरीद पाते . भरत के भीतर भाषायी विभाजन हैं और दूसरी तरफ दलितों के भीतर का जाति विभाजन भी एक समस्या हैं . ये सभी वजहें है जो दलितों की मीडिया में अनुपस्थिति के कारण हैं . लेकिन इसके अतिरिक्त स्वण जातियों के सचेतन और अवचेतन मस्तिष्क के पूर्वाग्रह, विचारधारात्मक पिछड़ापन और तिस पर कुशल अच्छे खासे उच्च जाति के पत्रकार तो हैं ही, तो मीडिया मालिकों को दलित पत्रकारों को शामिल करने की आवश्यकता या उनकी कमी महसूस ही नहीं हुई .

दलितों की अनुपस्थिति के परिणाम स्वरूप दलितों से सम्बन्धित खबरों को अखबारों में उचित स्थान नहीं मिलता और कहीं भी जाए तो एक दलित पत्रकार या सह-सम्पादक की अनुपस्थिति में दलित संवेदना से खबर को नहीं लिखा जा सकता.

1.2. 34 Paul Hondkinson : 'Media Culture and Society'

'**Media Culture and Society**' ⁴⁶ पुस्तक के लेखक **Paul Hondkinson** है जिन्होंने यह पुस्तक को अमरीका को आधार बनाकर लिखी है . परन्तु इसमें उठाए गए सभी मुद्दे भारतीय मीडिया परिदृश्य पर वे लिखते

45. Robin, Jeffrey (2010) *Media and Modernity*, Ranikhet : permanent black

46. Hodkinson ,Paul (2011). *Media Culture and Society*, New Delhi : , Sage Publication .

हैं कि आज मुनाफा और दर्शक संख्या बढ़ाने के लिए खबर की विचारशीलता को कम करके उसे इंफोटेमेंट बना दिया जाता है खबर ज्यादा बनावटी हो गई है . वे सांस्कृतिक साम्राज्यवाद पर विस्तार से लिखते हैं कि मार्शल मैकलूहान का आशावादी नजरिया था कि ग्लोबल विलेज की अवधारणा के पनपने से पुरानी संस्कृतियां एक दुसरे से जुड़ेगी और आपसी समझ का विकास होगा . परन्तु इसके विपरीत सांस्कृतिक साम्राज्यवाद के सिद्धांत संस्कृतियों के वैश्वीकरण पर केन्द्रित है . यह आमिर देशों की पूंजीवादी अभिरुचियों की अत्याधिक असमानता पर आधारित प्रक्रिया है .

सांस्कृतिक साम्राज्यवाद के सिद्धांत के अनुसार विश्व के आमिर हिस्सों से आई ताकतवर बहुराष्ट्रीय कम्पनियों द्वारा छोटे देशों का योजनाबद्ध शोषण और उन पर सांस्कृतिक वर्चस्व स्थापित करना ही मीडिया और संस्कृति का वैश्वीकरण है . वे समाचार पत्रों पर बात करते हुए खबरों की काट-छाट, गेट्किपिंग और एजेंडा सैटिंग को भी चिंताजनक बताते हैं . 'अपनी पुस्तक 'The New Media Environment '47में मीडिया संकेन्द्रण पर बेन बेगडिकीयन की पुस्तकों का हवाला देते हुए लिखते हैं कि आज अमरीका के 50 प्रतिशत मीडिया पर कुल पांच वैश्विक कम्पनियों का आधिपत्य है . वे इस संकेन्द्रण को बिलकुल गलत मानते हैं और सार्वजनिक दायरे के लिए बड़ा खतरा मानते हैं दूसरी तरफ यही पांच कम्पनियां न केवल अमरीका के मीडिया को नियंत्रित करती हैं बल्कि विश्व के ज्यादाते हिस्से में अपनी एकाधिकारी घुसपैठ रखती हैं . वे गूगल, याहू और एओएल की ताकत का एहसास करवाते हुए लिखते हैं की अमरीका की 94.5 प्रतिशत जनता इन तीन साइट्स पर ही सर्च करती है उनके पास ज्यादा विकल्प नहीं है . वे लिखते हैं कि अमरीका की जनता इस तथ्य को जान चुकी है और इस पर चिंतित है कि इतनी कम संख्या में ये कम्पनियां पूरे मीडिया को नियंत्रित कर रही है यह पुस्तक भारत में हो रहे मीडिया संकेन्द्रण की बहस को ताकत देती है क्योंकि मीडिया संकेन्द्रण विश्व के स्तर पर सभी देशों में एक समस्या का रूप लेता जा रहा है .

47. Andrea L. Press and Bruce A. Williams,(2010) The new media Environment , West Sussex,U.K:
Wiley- Blackjwele

|| 1.3 अध्ययन के उद्देश्य व क्षेत्र ||

1. मीडिया पर लिखी गई विभिन्न पुस्तकों के अध्ययन से हमने पाया कि पत्रकारिता के क्षेत्र में आ रहे बदलावों को ध्यान में रखते हुए अनेक लेखकों, पत्रकारों व संचार विशेषज्ञों ने पत्रकारिता के इतिहास और वर्तमान के विभिन्न रंगों की विस्तृत व्याख्या की है .
2. लेखकों ने अखबारों के बदलते चेहरे और आज के माहौल में आए परिवर्तन एवं चुनौतियों को उभारा है . लेखकों के अनुसार मौजूदा समय में खबर का महत्व जितना अधिक हो गया है, खबर की विश्वसनीयता पर उतना ही विपरीत असर पड़ा . फिर भी समाचार पत्रों की ताकत आज के समाज में जितनी है , उतनी पहले नहीं थी .
3. इन दिनों समाचार पत्रों में खबर और व्यापार का घालमेल हो गया है . आज जो खबर अखबार में आती है वह केवल खबर नहीं है . उसके साथ व्यापार भी जुड़ा हुआ है प्रसार बढ़ाने की होड़ तथा विज्ञापन के जरिये पैसा जुटाने की होड़ के कारण विश्लेषणात्मक कवरेज की उपेक्षा की जा रही है .
4. वैश्वीकरण के परिणामस्वरूप पत्रकारिता के नैतिक और सामाजिक आधार को गहरी क्षति पहुंची है .
5. पेड न्यूज और कार्पोरेट लाबिंग पत्रकारिता की विश्वसनीयता के लिए आज बड़े खतरे बन चुके हैं .

पत्रकारिता के बदलते प्रतिमानों को लेकर विभिन्न सुझाव पत्रकारों व लेखकों ने अपनी पुस्तकों में दिए हैं

6. किसी भी अनुसंधान कार्य को शुरू करने से पहले एक शोधकर्ता के लिए यह अनावश्यक है कि वह शोध अध्ययन के उद्देश्यों को अवश्य निर्धारित करे . ताकि वह अपने उद्देश्यों को सही ढंग से प्राप्त कर सके . इस बात को मद्देनजर रखते हुए प्रस्तुत शोध अध्ययन के निम्न उद्देश्य निर्धारित किए गए हैं .
 1. भारतीय नवजागरण के साथ भारतीय पत्रकारिता के सम्बन्ध का अध्ययन करना .
 2. भारतीय पत्रकारिता की ऐतिहासिक विरासत और इसकी विशेषताओं का अध्ययन करना .
 3. भारत में वैश्वीकरण की नीतियों के प्रभावों का अध्ययन करना .
 4. वैश्वीकरण के दबावों में पत्रकारिता पर पड़ने वाले प्रभावों का पता लगाना .
 5. नई तकनीक और नई सूचना प्रौद्योगिकी के प्रवेश से आए बदलाव का अध्ययन करना .
 6. पत्रकारिता के बदलते स्वरूप के कारण पाठकों पर पड़ने वाले प्रभावों का अध्ययन करना .
 7. विज्ञापनों और पत्रकारिता की अन्तर्निर्भरता के स्तर को समझने की कोशिश करना .

7. हमने अपने अध्ययन विषय 'पी साईनाथ की पत्रकारीय दृष्टि : उपयोगिता एवं प्रासंगिकता' पर भारतीय पत्रकारिता पर वैश्वीकरण के प्रभाव के अंतर्गत कुछ चुनिन्दा रिपोर्टों को शामिल किया है . ताकि उचित प्रतिनिधित्वकारी निष्कर्षों का अध्ययन किया जा सके .

|| 1.4 शोध विषय की मौलिकता ||

1. 'पी साईनाथ की पत्रकारीय दृष्टि : उपयोगिता एवं प्रासंगिकता' नामक शोध विषय नितांत मौलिक विषय है . इसमें भूमंडलीकरण द्वारा प्रिंट पत्रकारिता , इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता तथा मल्टीमीडिया पत्रकारिता पर पड़ने वाले प्रभावों को इंगित किया गया है .
2. यह शोध विषय पत्रकारिता के विकासक्रम को स्वतन्त्रता पूर्ववर्ती, स्वतन्त्रता परवर्ती और वर्तमान तीन भागों में प्रस्तुत करेगा और साथ ही पत्रकारिता के प्रयोजनों पर भी विस्तृत चर्चा करने में सक्षम सिद्ध होगा .
3. इस शोध के माध्यम से भूमंडलीकरण की संकल्पनाओं की चर्चा करते हुए भारत में भूमंडलीकरण के स्वरूप के विश्लेषण का भी प्रयास किया जाएगा .
4. यह विषय भूमंडलीकरण प्रक्रिया के फलस्वरूप पत्रकारिता में आ रहे परिवर्तनों की सटीक अभिव्यक्ति करेगा .
5. यह शोध विषय विश्व में पत्रकारिता के परिवर्तित होते स्वरूप की विस्तृत चर्चा करेगा .
6. यह शोध हिंदी पत्रकारिता में भूमंडलीकरण के प्रभाव के साथ-साथ मीडिया बुद्धिजीवियों द्वारा प्रकाशित लिखों, विमर्शों और समीक्षा आदि की प्रक्रिया , विचारों को भी साथ लेकर चलेगा .
7. यह शोध विश्लेषणात्मक, वैज्ञानिक और साक्षात्कार पद्धति द्वारा "पी साईनाथ की पत्रकारी दृष्टि : उपयोगिता एवं प्रासंगिकता" नामक विषय को और भी स्पष्ट रूप में प्रस्तुत कर सकेगा .

|| 1.5 शोध के उद्देश्य और कार्यक्षेत्र ||

1. यह शोध विषय पत्रकारिता में शोध दृष्टि को व्यापक और ज्ञान की अन्य शाखाओं से जोड़ने का प्रयास करेगा .
2. 'पी साईनाथ की पत्रकारी दृष्टि : उपयोगिता एवं प्रासंगिकता' विषय परम्परागत तरीके से हो रहे शोध विषयों से पूर्णतया भिन्न है . उक्त शोध द्वारा भारतीय पत्रकारिता पर भूमंडलीकरण तथा विकास प्रक्रिया द्वारा प्रभावों और परिवर्तनों का नवीं दृष्टि से अध्ययन-विश्लेषण किया जाएगा .

3. शोध द्वारा पत्रकारिता में पी साईनाथ की पत्रकारिता के सन्दर्भ में मीडिया बुद्धिजीवियों के विचारों और विमर्शों को भी विश्लेषित किया जा सकेगा .
4. यह शोध विषय पत्रकारिता में पी साईनाथ की पत्रकारीय अंतरदृष्टि के सकारात्मक और नकारात्मक पक्षों की समीक्षा करेगा .
5. यह शोध प्रबंध भूमंडलीकरण के परिणामस्वरूप उत्पन्न पत्रकारिता के अन्तर्विरोध, पूंजीवाद, व्यापारवाद आदि से जुड़े कारणों और समाधानों को भी प्रस्तुत करने में सक्षम सिद्ध होगा .
6. इस शोध द्वारा पत्रकारिता में प्रबंधन , सम्पादन मंडल, रिपोर्टिंग, सूचना संचार माध्यमों, प्रसार संख्या और पूंजी नियोजन पर पड़ने वाले प्रभावों को भी स्पष्ट किया जाएगा .

|| 1.6 शोध विषय की परिकल्पनाएँ ||

मुख्य धारा की पत्रकारिता में ग्रामीण क्षेत्र की खबरों और आम जन सरोकार की समस्याओं की अभिव्यक्ति को स्थान न मिल पाना पत्रकारीय पेशे के साथ अन्याय की श्रेणी में देखा जाता है . इस सन्दर्भ में पी साईनाथ की इस पत्रकारीय शैली का शोध अध्ययन यह बताता है कि पत्रकार ने मुख्यधारा की पत्रकारिता और बड़े मीडिया संस्थानों में कार्य करते हुए भी देश के दूर दराज के इलाकों की रिपोर्टिंग कर देश दुनिया के समक्ष वहां की समस्याओं को रखा .

1. यह शोध प्रबन्ध पी.साईनाथ की पत्रकारीय संकल्पनाओं की चर्चा करते हुए पत्रकारिता पर पड़ने वाले प्रभावों और परिवर्तनों को इंगित करेगा .
2. पत्रकारिता में पी.साईनाथ की पत्रकारिता के प्रभाव के फलस्वरूप, भारतीय पत्रकारिता का वैश्विक स्तर पर क्या स्वरूप है और होगा ?
3. भूमंडलीकरण के फलस्वरूप उत्पन्न बाजारवाद और पूंजीवाद को भारतीय पत्रकारिता किस रूप में देखती है और क्या प्रतिक्रिया व्यक्त करती है ?
4. यह शोध प्रबंधन भूमंडलीकरण के परिणामस्वरूप उत्पन्न पत्रकारिता के अन्तर्विरोध, पूंजीवाद और उपभोक्तावाद आदि से जुड़े कारणों और समाधानों को हमारे सामने प्रस्तुत करेगा .
5. यह शोध भारतीय पत्रकारिता में भूमंडलीकरण प्रक्रिया के चलते मीडिया, बुद्धिजीवियों के विचारों, लेखों आदि की प्रक्रिया को भी साथ लेकर चलेगा .

6. भूमंडलीकरण के परिणामस्वरूप उत्पन्न आर्थिक शोषण और विदेशी पूंजी निवेश को पी. साईनाथ की पत्रकारिता किस रूप में देखती है ? और इसका हिंदी पत्रकारिता पर किस तरह का प्रभाव और परिवर्तन पड़ेगा ?

|| 1.7 शोध प्रविधि ||

अंतर्वस्तु विश्लेषण

प्रस्तुत विषय के शोध में अंतर्वस्तु विश्लेषण पद्धति का प्रयोग किया गया है . मीडिया विशेषज्ञ डॉ. मनोज दयाल के अनुसार –“अंतर्वस्तु विश्लेषण पद्धति या सामग्री विश्लेषण पद्धति या सामग्री विश्लेषण मीडिया या विषयवस्तु विश्लेषण संचार शोध का एक अत्यंत ही महत्वपूर्ण एवं विशिष्ट पद्धति है . ऐसे सांकेतिककरण के नाम से भी जाना जाता है . इसके अंतर्गत विभिन्न प्रकार की मीडिया सामग्री का संकलन एवं विश्लेषण किया जाता है . यह गुणात्मक हो सकता है , गणनात्मक भी हो सकता है , सैद्धांतिक हो सकता है और व्यवहारिक भी .”

अंतर्वस्तु विश्लेषण का उदभव एवं विकास

प्रस्तुत अध्ययन में अंतर्वस्तु विश्लेषण का उपयोग किया गया है . अंतर्वस्तु विश्लेषण का उदभव द्वितीय विश्व युद्ध के समय हुआ जब खुफिया तंत्रों ने यूरोप और जर्मनी दोनों तरफ के रेडियों को गम्भीरता से सुनना आरंभ किया . रेडियों के सामग्री विश्लेषण एवं सैनिक के व्यवहार में अन्तर्सम्बन्ध का अवलोकन किया गया . उदाहरण के लिए यह पाया गया की जब जर्मनी के रेडियो स्टेशन के प्रसारण केंद्र पर संगीत की धुन बजने लगी , तो ऐसा अनुमान लगाया गया की सैनिक उन क्षेत्रों पर कब्जा करके संगीत का आनंद उठा रहे हैं . इस प्रकार जब रेडियों से संगीत का प्रसारण हुआ , तब तक यूरोपियन ने जर्मन की सफलता या क्षेत्रों पर कब्जे का अनुमान लगाया . उसी प्रकार अमेरिका के खुफिया तंत्रों ने जापानी प्रसारण के गोपनीय कोड को डिकोड करके महत्वपूर्ण सूचनाओं को सैनिकों तक पहुंचाने में सफलता हासिल की .

वर्ष 1852 में बर्नार्ड बेरेल्सन ने अपनी पुस्तक “कैन्टन्ट एनालिसिस इन कम्युनिकेशन रिसर्च” में अंतर्वस्तु विश्लेषण की चर्चा विस्तार से की और इसे मीडिया शोध का एक ऐसा संयंत्र बताया जो मीडिया की छिपी हुई अदृश्य सामग्रियों को भी लक्षित जनसमूह तक पहुंचाने में कारगर है .

वर्ष 1968 में टनेनबम एवं ग्रीनबर्ग ने अपने अध्ययन से पाया कि समाचारपत्रों का अंतर्वस्तु विश्लेषण जन संचार में स्नातकोत्तर स्तरीय शोध के रूप में अब तक सबसे बड़े पैमाने पर किया जाता रहा है इंडियन जनरल ऑफ कम्युनिकेशन (जनवरी , मार्च , 1988) ने भी अपने प्रतिवेदन में से 1985 तक प्रकाशित 'जनरल ऑफ ब्राडकास्टिंग में गणनात्मक अध्ययन का 21 प्रतिशत अंतर्वस्तु विश्लेषण ही है .

मीडिया शोध में अंतर्वस्तु विश्लेषण के विभिन्न उद्देश्य

डी.पी. कार्टराइट ने अपनी पुस्तक (एनालिसिस ऑफ क्वालीटेटिव मेटिरियल) में अंतर्वस्तु विश्लेषण के विभिन्न उद्देश्यों तथा प्रयोगों की चर्चा की है , जो निम्नलिखित हैं :

1. संचार सामग्री में पाई जाने वाली प्रवृत्तियों का वर्णन करना .
2. विद्वत्ता के विकास का पता लगाना .
3. संचार सामग्री के अंतर्गत अंतर्राष्ट्रीय भिन्नताओं को स्पष्ट करना .
4. संचार के माध्यमों अथवा स्तरों की तुलना करना .
5. संचार मानदंडों का निर्माण करना एनम उन्हें प्रयोग करना .
6. प्राविधिक अनुसन्धान क्रियाओं में सहायता प्रदान करना .
7. प्रचार की प्रविधियों को स्पष्ट करना .
8. संचार सामग्री की पठनीयता का परिमापन करना .
9. संचार सामग्री की शैली सम्बन्धी विशेषताओं का अन्वेषण करना .
10. संचारकर्ताओं के इरादों एवं अन्य विशेषताओं का पता लगाना .
11. व्यक्तियों एवं समूहों की मनोवैज्ञानिक स्थिति का पता लगाना .
12. प्रचार के अस्तित्व का प्रमुख रूप से वैज्ञानिक उद्देश्यों के लिये पता लगाना .
13. राजनैतिक एवं सैनिक गुप्तचर शक्ति की जानकारी प्राप्त करना .
14. विभिन्न समूहों की अभिरुचियों , मनोवृत्तियों , मूल्यों अर्थात सांस्कृतिक प्रतिमानों को परावर्तित करना .
15. ध्यान के केंद्र बिंदु को स्पष्ट करना .
16. संचार के प्रति मनोवृत्तीय एवं व्यवहारात्मक प्रत्युत्तरों का वर्णन करना .

अंतर्वस्तु विश्लेषण की प्रविधि

ऊपर वर्णित अंतर्वस्तु के प्रमुख चरण , विश्लेषण की रूपरेखा का निर्माण एवं विश्लेषण की रूपरेखा के प्रयोग के आधार पर यह कहा जा सकता है कि शोधकर्ता अंतर्वस्तु विश्लेषण का उद्देश्य निर्धारण के बाद विश्लेषण की इकाई की पहचान करना है . समाचारपत्रों के अंतर्वस्तु विश्लेषण में समाचार , आलेख , विशेष आलेख , फीचर , सम्पादकीय , सम्पादक के नाम पत्र , फोटो , कार्टून आदि को विश्लेषण की इकाई जाता है . शब्द , वाक्य , पैराग्राफ , पृष्ठ आदि भी विश्लेषण की इकाई हैं . उसी प्रकार रेडियों एवं दूरदर्शन कार्यक्रम को भी विश्लेषण की इकाई कहा जाता है .

विश्लेषण की इकाई की पहचान के बाद विश्लेषण की श्रेणियां निर्धारित की जाती हैं . जैसे यदि आर्थिक पत्रकारिता का अंतर्वस्तु विश्लेषण किया जा रहा है तो आर्थिक पत्रकारिता को कृषि , उद्योग , परिवहन , उर्जा , आयत , निर्यात , विदेशी विनिमय , बेरोजगारी , मुद्रास्फीति , बजट , जनसंख्या , कर , आर्थिक नीतियां , आर्थिक योजनाएं आदि श्रेणियों में बांटा जा सकता है .

सामग्री विश्लेषण या अंतर्वस्तु विश्लेषण संचार शोध की एक अत्यंत महत्वपूर्ण पद्धति है .इसे सान्केतिकीकरण के नाम से भी जाना जाता है .इसके अंतर्गत विभिन्न प्रकार के मीडिया सामग्री का संकलन एवं विश्लेषण किया जाता है .प्रस्तुत शोध में इसे अपनाया गया है .यह गुणात्मक भी हो सकता है , और गणनात्मक भी हो सकता है .और व्यावहारिक भी हो सकता है .इसलिए चयनित अखबार 'द हिन्दू' में प्रकाशित और ई-पेपर तथा विभिन्न प्रकाशनों से प्रकाशित अध्यायों में पत्रकारिता विषयक विषयवस्तु का अंतर्वस्तु विश्लेषण किया गया है .

प्रतिदर्श चयन :

इस अध्ययन हेतु अंग्रेजी के प्रमुख अखबार 'द हिन्दू' में पत्रकार पी .साईनाथ की जनसरोकार परक रिपोर्टिंग का अध्ययन किया गया है . 'तीसरी फसल ' और 'द हिन्दू 'की प्रमुख जन सरोकार पर केन्द्रित मुद्दों और समाचारों का अंतर्वस्तु विश्लेषण और साक्षात्कार पद्धति के तहत अध्ययन किया गया है .

शोध उपकरण :

इस शोध अध्ययन के अंतर्गत शोधकर्ता द्वारा अर्द्ध संरक्षित साक्षात्कार तथा विषय वस्तु विश्लेषण जैसे उपकरणों का प्रयोग प्रदत्तों के संकलन हेतु किया गया है .

विश्लेषण, निष्कर्ष और सुझाव

इस शोध अध्ययन का समेकित निष्कर्ष है- पी . साईनाथ की पत्रकारिता के परिदृश्य में यहाँ आपको गरीबी पर वह संवाद मिलेगा जिसे देश की नौकरशाही कभी मानने को तैयार नहीं हो सकती .. साईनाथ ने कुछ खास उद्देश्यों से भरपूर इस परियोजना पर जिस ढंग से काम किया और इसके लिए उन्होंने जो एक सर्वथा अनूठी और नई पद्यति विकसित की वह निश्चय ही लीक से हट कर है .

इन रिपोर्टों में दूरदराज के अंचलों की 68 रिपोर्ट , विषय से सम्बन्धित 10 लेख और 29 तस्वीरें हैं . इसमें सूखे का चित्रण है , मौन भूख का विवरण है , अदृश्य सूदखोरी की कहानी है लेकिन साथ ही गरीबों ने अपने का जिन्दा रखने की जो अजीबोगरीब रणनीति तैयार की है उसका भी अनूठा चित्रण है . इसमें आपको बेहद वंचित लोगों की, शोषण के अविश्वसनीय तन्त्र की और बड़े पैमाने पर सरकारी नीतियों की किलता की दास्ताँ मिलेगी . आप पाएँगे कि किस तरह पर्यावरण का विनाश हो रहा है, शिक्षा व्यवस्था टूटती जा रही है और स्वास्थ्य प्रणाली चरमरा गई है फिर भी आपकी ऐसे चेहरे दिखाई देंगे जो एक बेहतर जिन्दगी के लिए भरपूर सम्मान के साथ संघर्ष कर रहे हैं
