नोबल प्रोफेशन से आम प्रोफेशन बनती पत्रकारिता

उषा पाहवा

लेखिका बीते दो दशकों से पत्रकारिता जगत में सक्रिय हैं। प्रतिष्ठित हिंदी दैनिक अखबार जनसत्ता से बतौर सह-संपादक के रूप में इन्होंने अपने करियर की शुरुआत की। लंबे समय तक इन्होंने दैनिक अमर उजाला में फीचर प्रभारी के पद पर कार्य किया और अब दस वर्षों से पंजाब केसरी अखबार में फीचर संपादक के पद पर कार्यरत हैं।

पूरे मीडिया जगत के लिए इस समय सबसे बड़ी चिंता का एक ही विषय बना हुआ है और वह है पत्रकारिता में आ रही लगातार गिरावट, पत्रकारिता के बदलते मूल्य, अपने उद्देश्यों से भटक रही पत्रकारिता, जिससे पत्रकार तो वाकिफ हैं ही अखबार मालिक भी अनजान नहीं हैं। पत्रकारों की ऐसी जमात जो लंबे समय से इस प्रोफेशन से जुड़ी है, उनकी चिंता थोड़ी आज के पत्रकारों से ज्यादा है क्योंकि उनके समय में इस प्रोफेशन पर व्यावसायिकता हावी नहीं थी और पत्रकारिता जैसे प्रोफेशन को गंभीर और बेहद जिम्मेदारी वाले प्रोफेशन की निगाह से देखा जाता था। मगर आज जहां क्हीं भी किसी कार्यक्रम में भले कोई समाजसेवी हो, मंत्री हो या नेता, पत्रकार बिरादरी के लोगों को देखते ही उन्हें पत्रकारिता का पाठ पढ़ाने लग जाते हैं। क्यों ऐसी नौबत आती है कि पत्रकार को बजाए अपने काम की शाबाशी मिलने के, उसे हर किसी से पाठ सीखने की जरूरत आ पड़ती है।

यह सच है कि पत्रकारिता में 'एथिक्स' पीछे छूट गए हैं। अखबार में संपादक की भूमिका महत्वपूर्ण तो क्या लगभग खत्म हो चुकी है। यहां तक कि संपादक और संपादकीय विभाग पूरी तरह से कमर्शिलाइज हो चुके हैं। तेजी से पतन की ओर जा रही पत्रकारिता को बचाने की कवायद में जूझते पत्रकार को अपना वजूद बचाने की मशक्कत करनी पड़ रही है। बदलते दौर की इस पत्रकारिता में क्या सारी चिंता केवल पत्रकार के लिए ही है जो खुद कभी नहीं चाहता कि अपने इस प्रोफेशन के साथ खिलवाड़ करे। फिर गलती कहां है। चिंता का विषय तो यही है कि दिन-रात की मेहनत, प्रोफेशन के प्रति सच्ची भावना और पूरी ईमानदारी वाले इस प्रोफेशन पर सवाल उठने लगे हैं। आज जरूरत है तो सिर्फ परखने की, परख भी इतनी भर कि नई पीढ़ी का रुझान प्रोफेशन में भले ग्लैमर के चलते बढ़ा हो मगर उनके इस रुझान का अगर कोई लाभ उठा रहा है तो वे हैं तेजी से खुलते पत्रकारिता पढ़ाने वाले संस्थान जहां दाखिले देने का कोई पैरामीटर नहीं है। मात्र पैसा कमाने के उद्देश्य से खुल रहे इन संस्थानों में न तो योग्य फैकल्टी है और न ही छात्रों को इस कार्यक्षेत्र के बारे में उचित मार्गदर्शन देने की समझ। आखिर क्या वजह है कि भारी-भरकम फीस भरने और दो या तीन साल तक पढ़ाई करने के बावजूद पत्रकार ठीक से भाषा तक नहीं सीख पाता, जबकि इस पेशे में आने के लिए सर्वप्रथम भाषा का ज्ञान ही सबसे जरूरी है। छात्र को जिस भाषा में लिखना है, उसी भाषा में अगर वह कमजोर होगा तो खबरें कैसे लिखेगा।

इन संस्थानों में छात्र दाखिला लेने के लिए आते हैं तो उनमें से 50 प्रतिशत छात्रों का खुद का मानना है कि उनकी रुचि दूसरे क्षेत्र में थी, पर माता-पिता की वजह से इसमें दाखिला ले रहे हैं। बहुत से छात्र ग्लैमर की वजह से भी आते हैं। जो टीवी चैनलों में किसी को एंकरिंग करते हुए देखते हैं तो उन्हें लगता है कि यह तो बहुत आसान है और वह भी एंकर बन सकते हैं।

कुछ दशक पहले पत्रकारिता में वही लोग आते थे जिनमें, देश सेवा या समाज सेवा करने की भावना ज्यादा होती थी, उस समय इस पेशे में ज्यादा पैसा भी नहीं था। मगर टीवी का चलन तेजी से बढ़ा तो अब छात्र इस क्षेत्र में ग्लैमर की वजह से भी खिंचे चले आते हैं। फिर अब इसमें पैकेज भी अच्छे मिलने लगे हैं। पहले माना जाता था कि पत्रकार बनेगा तो सिर्फ संघर्ष करना पड़ेगा। अब मानना है कि पत्रकारिता में पैसा भी है और ग्लैमर भी। ये बदलाव जो आए हैं, इसने नई पीढ़ी की भावनाओं को बहुत प्रभावित किया है।

वैश्विक क्रांति के बाद एक बेहतरीन प्रोफेशन के रूप में उभर कर आए इस प्रोफेशन में ऐसे छात्र हैं जो पत्रकारिता को सीरियस लेते हैं और इसमें आगे करियर बनाना चाहते हैं उनके लिए अच्छी फैकल्टी, रिसर्च सेंटर और संस्थानों द्वारा बेहतरीन शिक्षा की व्यवस्था की जानी चाहिए। जरूरत है पत्रकारिता की परीक्षा के

स्तर को ऊंचा रखने की ताकि यह नोबल पेशा आम पेशा न बनने पाए। एक और बात जो खासतौर पर इस बदलते दौर की पत्रकारिता के साथ जुड़ जाती है और वह है ऑन स्पॉट रिपोर्टिंग के बजाय प्रेस विज्ञप्तियों पर आधारित रिपोर्ट लिखने का चलन जिसका सबसे बड़ा नुकसान यही होता है कि खबर वास्तविक खबर न होकर फीचर न्यूज या कमर्शियल न्यूज बन जाती है।

खबरों की बदलती भाषा यानी फीचरनुमा खबरें भी इस बदलते दौर की नई पत्रकारिता में अच्छी खासी गिरावट लाई हैं। अब अखबार के फीचर पन्नों पर बजाय अच्छे रिपोर्ताज, साहित्य, कला संस्कृति, फीचर स्टोरी के कुछ ऐसी खबरें जानी लगी हैं जो पूरी तरह से न केवल एंटरटेनमेंट से जुड़ी हुई होती है, बल्कि जिनका उद्देश्य सिर्फ पब्लिसिटी और विज्ञापन से जुड़ा होता है, इस नए शब्द 'एडवरटोरियल' ने फीचर पन्नों पर कुछ ऐसी जगह बनाई है जो कहीं से पत्रकारिता नहीं मानी जाती, मगर फिर भी बखूबी हो रहा है।