



## ग्रामीण पत्रकारिता का स्वरूप

डॉ. अशोक कुमार मीणा

अतिथि शिक्षक महर्षि दयानंद सरस्वती विश्वविद्यालय अजमेर, (राजस्थान)

### शोध सारांश:-

आज सूचना क्रान्ति के इस युग में समाज का शायद ही कोई व्यक्ति व समूह होगा जो संचार माध्यमों से अपरिचित होगा। आज के आधुनिक युग में समाज का हर वर्ग किसी न किसी जनसंचार माध्यम (समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, इण्टरनेट व पारम्परिक माध्यम) के द्वारा अपने आस-पड़ोस, देश-विदेश में घटित घटना अथवा सरकारी योजनाओं आदि की सूचना, समाचार आसानी से पा लेता है। लेकिन गांवों में आज भी पत्रकारिता की स्थिति बहुत कमजोर है। पत्रकारिता के बदलते स्वरूप ने हालांकि गांवों की ओर रुख किया है। लेकिन वो अभी अपने लक्ष्यों से बहुत दूर है।

**संकेताक्षर :-** पत्रकारिता, सूचना, समाचार, सूचना, समाचार।

**शोध विस्तार-**किसी भी सामाजिक व्यवस्था में संचार का होना आवश्यक है। सृष्टि के आरम्भ काल से ही संचार किसी ना किसी रूप में प्रचलित रहा है। पुराण काल में भी नारद जी एक दूसरों तक समाचारों को पहुँचाने का काम करते थे। महाभारत में भी संजय ने युद्ध का आखों देखा हाल धृतराष्ट्र को सुनाया था, वो भी संचार का ही रूप था। इसलिए मनुष्यों में विचारों या अपनी बातों को एक दूसरे तक पहुँचाने का कार्य सदियों पुराना है, ऐसा नहीं है कि ये सब आधुनिक काल से ही हो रहा है।

संचार में मनुष्य द्वारा अभिव्यक्ति के सभी माध्यम शब्द, चित्र, संगीत, अभिनय, मुद्रण एवं इलेक्ट्रॉनिक माध्यम समाहित होते हैं। संचार का सामान्य अभिप्राय लोगों का आपस में विचार, ज्ञान तथा भावनाओं का संकेतों द्वारा आदान-प्रदान है। किसी एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को अथवा किसी एक व्यक्ति से कई व्यक्तियों को कुछ सार्थक चिन्हों, संकेतों, प्रतीकों के सम्प्रेषण से सूचना, जानकारी, ज्ञान का आदान-प्रदान करना ही संचार है।

ग्रामीण परिवेश तथा ग्रामीण जन के प्रति भारतीय जनमानस में गहरी संवेदनाएं हैं, प्रेमचन्द, रेणु शरतचन्द्र, नागार्जुन जैसे मूर्धन्य साहित्यकारों ने ग्रामीण परिवेश पर काफी कुछ लिखा है परन्तु ग्रामीण पत्रकारिता की स्थिति काफी दयनीय है, कुछ क्षेत्रीय समाचार पत्रों को छोड़ कर ग्रामीण पत्रकारिता की स्थिति बहुत खराब है, दरसल, दुनिया भर में यह लाइफ स्टाइल पत्रकारिता का दौर है, पेज-श्री पत्रकारिता का बढ़ता "स्पेस" इसका सबसे बड़ा उदाहरण है किंतु होना कुछ और चाहिए सवा सौ करोड़ आबादी के लिए दो जून रोटी जुटाने वाले 72 प्रतिशत ग्रामीण लोगों की "लाइफ स्टाइल" हमारे मीडिया की विषय-वस्तु क्यों नहीं हो सकती। वास्तविकता यह है कि मीडिया से गांव दूर होते जा रहे हैं, और गांव, गरीब की समस्याओं को उजागर करने में मीडिया उतनी रूचि नहीं लेता है। देश में ग्रामीण पत्रकारिता उसी तरह उपेक्षित है, जिस तरह शहर के आगे गांव उपेक्षित है।

स्वतन्त्रता प्राप्ति के वर्षों बाद पत्रकारिता ने कई कीर्तिमान स्थापित किए और नवीन आयामों को छुआ पत्रकारिता का स्वरूप बदल गया। प्रिंट, इस्लेक्ट्रॉनिक व सोशल मीडिया का विस्तार तीव्र गति से हो रहा है लेकिन इन सबके साथ ग्रामीण पत्रकारिता में मामूली बदलाव ही आया है या यह कहा जाए कि गांववासियों की भांति ग्रामीण पत्रकारिता की स्थिति सोचनीय है तो यह अतिशयोक्ति नहीं होगी।

देश की आत्मा और वास्तविकता कहे जाने वाले भारत के गांव भारी उपेक्षा के शिकार हैं, ग्रामीण क्षेत्रों की इक्का-दुक्का खबरे ही यदा-कदा राष्ट्रीय पहल पर स्थान पाती हैं अधिसंख्य तो गांव की देहरी पर ही दम तोड़ देती हैं, मीडिया का ध्यान महानगरों और शहरों में केन्द्रित है पत्रकार भी दूर-दराज के ग्रामीण क्षेत्रों में रिपोर्टिंग करने की बजाय नगरों और कस्बों में काम करने को प्राथमिकता देते हैं, या यूँ कहे कि ग्रामीण क्षेत्रों जब तक मजबूरी न हो जाने से बचते फिरते हैं मीडिया के विस्तार ने छोटी-छोटी घटनाओं का राष्ट्रीय स्तर पर लाने के कई सराहनीय प्रयास किए हैं लेकिन देश में गांवों की संख्या और ग्रामवासियों की समस्याओं के अनुपात में यह प्रयास बहुत कम है। आज मीडिया महानगरों और शहरों के आस-पास ही सिमटा दिखता है। जब तक गांव या दूरदराज क्षेत्र में कोई बड़ी घटना न घट जाए तब तक राष्ट्रीय स्तर तो छोड़िए प्रदेश स्तर की खबर भी नहीं बन पाती है। शहरों, कस्बों और जिलों में प्रतिनिधि नियुक्त करने वाले मीडिया हाउस ग्रामीण क्षेत्रों में प्रतिनिधि रखने की आवश्यकता ही महसूस नहीं करते हैं। अब मीडिया एक व्यापार की भांति हर स्थान पर नफा-नुकसान नापकर निवेश करता है।



आकड़ों के अनुसार आज देश की पत्रकारिता आबादी के महज 30–35 फीसदी हिस्से को ही कवर करती है गांव देहात और दूर-दराज क्षेत्रों में आबादी किन हालातों में जीवन यापन कर रही है, उनके दुख-दर्द समस्याएं और परेशानियां देश और दुनिया तक पहुंच ही नहीं पाते हैं। सरकारी फाइलों और आकड़ों में गावों का मौसम गुलाबी ही दिखाया जाता है लेकिन वास्तविकता किसी से छिपी नहीं है। मीडिया में बढ़ती बाजारवादी प्रवृत्ति के कारण देश में ग्रामीण पत्रकारिता का स्तर जस का तस बना हुआ है। हालांकि अखबारों में विविध संस्करण होने से आंचलिक पत्रकारों की खबरों को जगह तो मिलने लगी है, फिर भी शहरी पत्रकारिता की अपेक्षा ग्रामीण पत्रकारिता एक चुनौती और जोखिम भरा काम है। इसलिए ग्रामीण पत्रकारों को विशेष प्रोत्साहन देने की जरूरत है।

देश की 72 प्रतिशत से अधिक ग्रामीण जनता जिनके बलबूते पर हमारे यहां सरकारें बनती हैं जिनके नाम पर सारी राजनीति की जाती है जो देश की अर्थव्यवस्था में सबसे अधिक योगदान करते हैं, उन्हें पत्रकारिता के मुख्य फोकस पर लाया जाना चाहिए। मीडिया को नेताओं अभिनेताओं और बड़े खिलाड़ियों के पीछे भागने की बजाय उस आम जनता की तरफ रूख करना चाहिए जो गांवों में रहती है, जिनके दम पर यह देश और उसकी सारी व्यवस्था चलती है, पत्रकारिता जनता और सरकार के बीच, समस्या और समाधान के बीच, व्यक्ति और समाज के बीच, गांव और शहर के बीच, देश और दुनिया के बीच, उपभोक्ता और बाजार के बीच सेतु का काम करती है। यदि यहां अपनी भूमिका सही मायने में निभाएं तो हमारे देश की तस्वीर वास्तव में बदल सकती है।

मीडिया संस्थानों में उपेक्षित ग्रामीण डेस्क पत्रकारिता के पेशे में अधिकतर पत्रकार एक दूसरे को मूर्ख और खुद को तीस मारखां समझते हैं। लेकिन कभी भी अपनी तीस मारखाई दिखाने के लिए स्वयं पहल करके ग्रामीण डेस्क की जिम्मेदारी उठाने की नहीं सोचते। जब कभी संस्थान के वरिष्ठकर्मियों अपने किसी सहयोगी से दुःखी होते हैं तो उसे ग्रामीण डेस्क पर भेजने का दंड देते हैं। जो लोग प्रिंट की पत्रकारिता में डेस्क पर कार्य कर चुके हैं वे यदि संवेदनशील हो तो इस बात को समझ सकते हैं कि यह डेस्क कितना उपेक्षित रहता है उसे कितनी हेय दृष्टि से देखा जाता है। हालांकि कार्य कौशल दिखाने की असली गुंजाइश ग्रामीण डेस्क पर ही होती है। ऐसा कई बार होता है जब गांव का पत्रकार एक बेहतरीन खबर को बेतरीन शैली में महज सूचना के रूप में लिख कर भेजता है उसे नये सिर से शब्दों में संजोकर बेहतरीन खबर बनाई जा सकती है, अमूमन ग्रामीण पेज समाचार पत्रों के डाक संस्करणों में होते हैं। दूर-दराज के डाक संस्करण रात 10:30 से 11:30 तक छूट जाते हैं। शहर संस्करण के लिए रात एक बजे तक का भी समय चल जाता है। लेकिन डाक संस्करणों में ऐसा नहीं होता।

इसके अलावा जब मीडिया संस्थानों की ओर से उन्हें समय पर मानदेय नहीं मिलता है तो तो वे जीविका के लिए निर्भर दूसरे व्यावसायियों से जुड़े रहते हैं। लिहाजा उनकी प्राथमिकता में खबरों के लिए भागना नहीं होता है। पहले वे उन कार्यों को देखते हैं जिससे उनकी रोजी सुनिश्चित है उसी के साथ-थोड़ी बहुत दैनिक खबरों में सूचनाएं जुटाते हैं।

भारत एक ग्राम प्रधान देश है। महात्मा गांधी के अनुसार भारत की आत्मा गाँवों में निवास करती है। भारत अपने चंद शहरों में नहीं बल्कि सात लाख गाँवों में बसा हुआ है। हमने कभी यह सोचने की तकलीफ नहीं की है कि उन गरीबों को पेट भरने जितना अन्न और शरीर ढंकने जितना कपड़ा मिलता है या नहीं और धूप तथा वर्षा से बचने के लिए उनके सिर पर छप्पर है या नहीं – “यंग इण्डिया” 30 मार्च 1931 ।

विश्व में समाचार पत्रों का स्वरूप यूरोप में छापेखाने के आविष्कार के बाद दिखाई देता है। इससे 58 वर्ष पूर्व रोम से एक प्रकाशन ‘एकटाडियोर्ना पोपुली रोमानी’ निकला यह दैनिक बुलेटिन था और इसमें सरकारी घोषणाओं के बारे में छपता था। अंग्रेजी का पहला पत्र ‘न्यूज आउट ऑफ कैंट’ 1561 में निकला, लंदन में 1785 में ‘द टाइम्स’ छपा, 1851 में न्यूयार्क टाइम्स छपा, 1944 में ‘ली’ फ्रांस से निकला।

भारत में 19 जनवरी 1780 को कलकत्ता में ‘बंगाल गजट’ नामक अखबार निकला। लेकिन हिन्दी का पहला अखबार जुगल किशोर शुक्ल के सम्पादन में ‘उदन्त मार्तण्ड’ नाम से 30 मई, 1826 को कलकत्ता से प्रकाशित हुआ। राजस्थान का सर्वप्रथम पत्र ‘मजहरूल सरूर’ माना जाता है जो 1849 में भरतपुर से प्रकाशित हुआ तथा 1856 में जयपुर से राजपूताना अखबार निकला, 1861 में अजमेर से जगलाभ-चिन्तक निकला। स्वतन्त्रता के बाद दैनिक पत्रों की संख्या तेजी से बढ़ी और अनेक प्रतिष्ठित समूहों जैसे राजस्थान पत्रिका, दैनिक भास्कर, जागरण, नवभारत टाइम्स, पंजाब केसरी आदि के कई-कई नगरों से संस्करण निकलने लगे।

गाँव के संदर्भ में सहभागी संचार की आवश्यकता है। इस तरह के सहभागी संचार में पंचायत प्रतिनिधियों, ग्रामवासियों और मीडिया को सहभागी होना होगा। इसके लिए मीडिया कर्मियों को वह चाहे संवाददाता हो या संपादक, गाँव से अपने पहचान बनाना आवश्यक है इस प्रकार मीडिया संस्थानों को बहुत आसानी से विश्वसनीय खबरें मिलती रहेंगी। इस संदर्भ में चीन के “पीजेन्ट डेली” राष्ट्रीय अखबार का उदाहरण उचित प्रतीत होता है “पीजेन्ट डेली” राष्ट्रीय अखबार का नियम है कि प्रत्येक रिपोर्टर तथा सम्पादक को वर्ष में कम से कम दो महीने एक गाँव में व्यतीत करने होंगे ताकि वह गाँव की आवश्यकताओं तथा समस्याओं को समझ सके। इसके अतिरिक्त अखबार की टीम अक्सर गाँव जाकर महत्वपूर्ण मुद्दों पर रिपोर्ट तैयार करती है।

पत्रकारिता एक सामाजिक ट्रस्ट है तथा पत्रकार सामाजिक कार्यकर्ता है। इस प्रकार दोनों ही परिवर्तन के एजेन्ट हैं लिहाजा मीडिया को गाँवों की आवश्यकताओं को पूरा करने में सहभागी संचार की भूमिका अदा करनी चाहिए।



ग्रामीण पत्रकारिता न केवल गावों के सत्य को उजागर करती है बल्कि गांव व शहरों के पारस्परिक सम्बन्ध पर सेतु का कार्य भी करती है। गांवों के विकास व जागरुकता वर्द्धि में पत्रकारिता की अहम भूमिका होती है। अतः ग्रामीण पत्रकारिता का महत्व स्वतः ही बढ़ जाता है।

जयपुर जिले की जमवारामगढ़ और आमेर तहसील की ग्राम पंचायतों में मीडिया की स्थिति और विकास पर दृष्टि डालें तो हम पाएंगे की यहां की स्थिति बहुत ही दयनीय है। गाँव प्रत्येक क्षेत्र में काफी पिछड़ा हुआ है और यहा मीडिया संस्थानों का भी ध्यान न के बराबर है। गाँव में संचार व मीडिया साधनों का भी शहरों की अपेक्षा कम उपयोग किया जाता है।

**निष्कर्ष:-** अध्ययन के परिणामों से यह स्पष्ट होता है कि ग्रामीण समाज विकास के सभी महत्वपूर्ण तत्व जैसे कि नियमों का निर्माण, कूरीतियों का उन्मुलन तथा लक्ष्य का निर्धारण और स्थिरीकरण संचार साधन ही करते है। तथा ग्रामीण समाज में विकास के महत्वपूर्ण कारकों में संचार साधनों की आधार के रूप में भी अहम भूमिका है। वहीं यह भी देखा गया कि सूचना देने व समाज के प्रति युवाओं में अन्य वर्ग के लोगों से ज्यादा रूचि देखी गयी। युवा शक्ति लगातार खुद को मजबूत करती नजर आ रही है। वहीं यह भी देखा गया कि सूचना देने व समाज के प्रति युवाओं में अन्य वर्ग के लोगों से ज्यादा रूचि देखी गयी। युवा शक्ति लगातार खुद को मजबूत करती नजर आ रही है।

#### संदर्भ सूची :-

1. चौधरी, सी.एम. (1991). ग्रामीण विकास एक अध्ययन. जयपुर : सब लाइन पब्लिकेशन.
2. दुबे, डॉ. विरेन्द्र कुमार एवं पाण्डे. डॉ. के. एन - (1992) कृषि एवं ग्राम विकास में विडियों एवं दूरदर्शन, हरियाणा. साहित्य अकादमी चण्डीगढ़
3. श्रीवास्तव, अनुप. (1996).राज्य की विकासात्मक भूमिका : राजस्थान के सन्दर्भ में एक विशिष्ट अध्ययन .
4. मिश्र, कैलाश- (1997)- आओं गांव चले. जयपुर : पत्रिका प्रकाशन-
5. चतुर्वेदी, एन.पी. (2005). जनसंचार एवं पत्रकारिता. जयपुर : पोइन्टर पब्लिशर्स.
6. मुद्गल, राहुल. (2011). संचार माध्यम और पत्रकारिता का संक्षिप्त इतिहास.
7. सिंह, ओम प्रकाश. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम. नई दिल्ली : क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी