

संचार माध्यम

भारतीय जन संचार संस्थान की अर्द्धवार्षिक शोध पत्रिका

खंड-33, अंक-1

आईएसएसएन : 2321-2608

जनवरी-जून 2021



भारतीय जन संचार संस्थान
नई दिल्ली

संचार माध्यम

भारतीय जन संचार संस्थान की अर्द्धवार्षिक शोध पत्रिका
खंड-33, अंक-1 जनवरी-जून 2021 आईएसएसएन: 2321-2608



संचार माध्यम के बारे में:

'संचार माध्यम' (ISSN 2321-2608) भारतीय जन संचार संस्थान (नई दिल्ली) की संचार, मीडिया, पत्रकारिता और उससे संबंधित मुद्दों पर केंद्रित हिंदी में प्रकाशित सामग्री चयन में उच्च मानदंडों का पालन करने वाली अग्रणी और यूजीसी-केयर सूचीबद्ध शोध पत्रिका है। इसका प्रकाशन 1980 में प्रारंभ हुआ और आज यह हिंदी भाषा में संचार, मीडिया और पत्रकारिता से संबंधित विषयों पर विभिन्न प्रकार के विचारों, टिप्पणियों, पुस्तक समीक्षा और मौलिक शोध-पत्रों के प्रकाशन का प्रतिष्ठित मंच है। इसमें मीडिया से संबंधित सभी प्रकार के विषयों पर मौलिक अकादमिक शोध और विश्लेषण प्रकाशित किए जाते हैं। अकादमिक शोध के उच्चतर मूल्यों का पालन करते हुए 'संचार माध्यम' में प्रकाशन से पूर्व सभी शोध पत्रों/आलेखों के लिए निष्पक्ष समीक्षा की एक कठोर प्रक्रिया का पालन किया जाता है। भारतीय जन संचार संस्थान के प्रकाशन विभाग द्वारा इसका प्रकाशन किया जाता है। पत्रिका का प्रकाशन अभी छमाही हो रहा है, परंतु शीघ्र ही इसका प्रकाशन पुनः तिमाही करने की योजना है।

प्रधान संपादक

प्रो. संजय द्विवेदी

महानिदेशक

भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली

संपादक

प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार

प्रोफेसर, अंग्रेजी पत्रकारिता

भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली

संपादक मंडल

श्री अच्युतानन्द मिश्र

वरिष्ठ पत्रकार एवं पूर्व कुलपति, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

डॉ. सच्चिदानंद जोशी

पूर्व कुलपति, कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जन संचार विश्वविद्यालय, रायपुर एवं सदस्य सचिव, इंदिरा गांधी राष्ट्रीय कला केंद्र, नई दिल्ली

प्रो. ओम प्रकाश सिंह

प्रोफेसर एवं निदेशक, महामना मदनमोहन मालवीय हिन्दी पत्रकारिता संस्थान, महात्मा गांधी काशी विद्यापीठ, वाराणसी

प्रो. पवित्र श्रीवास्तव

डीन अकादमिक, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

प्रो. गोविंद सिंह

डीन अकादमिक, और पाठ्यक्रम निदेशक, रेडियो एवं टीवी पत्रकारिता, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली

प्रो. आनंद प्रधान

पाठ्यक्रम निदेशक, भारतीय भाषा विभाग, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली

प्रो. अनिल कुमार सौमित्र

प्रोफेसर एवं क्षेत्रीय निदेशक भारतीय जन संचार संस्थान, अमरावती, महाराष्ट्र

प्रो. संगीता प्रणवेंद्र

प्रोफेसर, रेडियो और टेलीविजन, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली

प्रो. प्रमोद कुमार

प्रोफेसर, अंग्रेजी पत्रकारिता एवं संपादक, 'संचार माध्यम', भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली

डॉ. शुचि यादव

सह-आचार्य, मीडिया अध्ययन केंद्र, सामाजिक विज्ञान स्कूल, जवाहर लाल नेहरू विश्वविद्यालय, नई दिल्ली

डॉ. शाहिद अली

विभागाध्यक्ष, जन संचार, कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जन संचार विश्वविद्यालय, रायपुर

डॉ. पवन कौंडल

सहायक संपादक, 'संचार माध्यम', भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली

भारतीय जन संचार संस्थान की ओर से वीरेंद्र कुमार भारती द्वारा, मुद्रित एवं प्रकाशित

सभी तरह के संपादकीय पत्राचार और लेख भेजने के लिए **संपादक, संचार माध्यम**, भारतीय जन संचार संस्थान, अरुणा आसफ अली मार्ग, नई दिल्ली-110 067 (भारत), को संबोधित किया जाना चाहिए (दूरभाष : 91-11-26742920, 26741357)

ई मेल : sancharmadhyamiimc@gmail.com, drpk.iimc@gmail.com

जर्नल का वेब लिंक : http://iimc.gov.in/content/426_1_AboutTheJournal.aspx

वेबसाइट : www.iimc.gov.in

'संचार माध्यम' में प्रकाशित विचार लेखकों की अपनी अभिव्यक्ति हैं। भारतीय जन संचार संस्थान का उनसे सहमत होना अनिवार्य नहीं है।



विषय सूची

1. भारत में मीडिया शिक्षा के 100 वर्ष प्रो. संजय द्विवेदी	1
2. टुकड़ों-टुकड़ों में नहीं, समग्रता में हो मीडिया शिक्षा पर चर्चा उमेश उपाध्याय	5
3. सिद्धांत और व्यवहार के बीच झूलती पत्रकारिता शिक्षा प्रो. गोविंद सिंह	9
4. पत्रकारिता शिक्षण का भविष्य: मेडिकल शिक्षा का मॉडल या आलोचनात्मक शिक्षण का मॉडल? डॉ. आनंद प्रधान	12
5. मीडिया शिक्षा के मानकीकरण की चुनौती एवं समाधान उमेश चतुर्वेदी	18
6. मीडिया शिक्षण की चुनौतियाँ: क्लासरूम और न्यूजरूम के बीच बढ़ती दूरियाँ नदीम अख्तर	22
7. मीडिया शिक्षा की विकास यात्रा और बहुविषयक दृष्टिकोण : एक अध्ययन डॉ. परमात्मा कुमार मिश्र	30
8. संचार-शिक्षा का भारतीयकरण: संदर्भ और स्वरूप डॉ. जयप्रकाश सिंह	34
9. जनसंचार शिक्षा में मुक्त विश्वविद्यालयों की भूमिका : वर्तमान स्थिति पर एक अध्ययन डॉ. पूनम गौड़, डॉ. अमित कुमार और डॉ. ओम प्रकाश देवल	39
10. मुक्त विश्वविद्यालय तथा मीडिया शिक्षा : वस्तुस्थिति और संभावनाएँ संदीप भट्ट	46
11. वैश्वीकरण के दौर में मीडिया शिक्षा : दिल्ली विश्वविद्यालय के विशेष संदर्भ में डॉ. बिजेन्द्र कुमार	56
12. मीडिया का वर्तमान और मीडिया अध्ययन की समस्याएँ : एक विश्लेषण सत्यप्रकाश सिंह	63
13. मीडिया शिक्षा : 21वीं सदी की आवश्यकता कुमारी पूनम	70

14.	भारत में उर्दू मीडिया का विकास और मीडिया शिक्षण की वर्तमान चुनौतियाँ प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार और डॉ. मु. अफ़सर अली राईनी	77
15.	मीडिया शिक्षा के माध्यम से सामाजिक बदलाव विकाश कुमार	86
16.	सामुदायिक रेडियो वन्या : 21वीं सदी में मीडिया शिक्षा और शोध का नवीन आयाम डॉ. सौरभ कुमार मिश्रा	92
17.	दक्षिण एशियाई देशों में मीडिया शिक्षा की स्थिति एवं चुनौतियाँ : एक विश्लेषण डॉ. सुनील कुमार मिश्र और डॉ. पवन कौंडल	98
	आईआईएमसी गतिविधियाँ	103
	लेखकों के लिए दिशा निर्देश	120

प्रधान संपादक की कलम से



प्रो. संजय द्विवेदी
महानिदेशक
भारतीय जन संचार संस्थान

वैश्विक स्तर पर तीव्र गति से हो रहे तकनीकी विकास के कारण भारतीय मीडिया भी इस समय एक बड़े बदलाव के दौर से गुजर रहा है। जैसे तो न्यूजरूम में इस बदलाव की दस्तक गत दो दशक से निरंतर बढ़ रही है, परंतु यह बदलाव मीडिया शिक्षा में अभी तक उतना दृष्टिगोचर नहीं है, जितनी मीडिया न्यूजरूम की अपेक्षाएँ हैं। वर्तमान दौर 'कंवर्जेंस' यानी सभी प्रकार के मीडिया के मिलान का है, परंतु अधिकतर शिक्षा संस्थान मीडिया शिक्षा पाठ्यक्रम अभी भी प्रिंट, टेलीविजन, डिजिटल, विज्ञापन और जनसंपर्क आदि अलग-अलग टुकड़ों में पढ़ा रहे हैं। इस कारण मीडिया को समग्रता में जैसे प्रशिक्षित पेशेवर नहीं मिल पा रहे हैं। भारत में मीडिया शिक्षा के समक्ष यही सबसे बड़ी चुनौती है, जिस पर सभी मीडिया शिक्षा संस्थानों को गंभीरता से चिंतन-मंथन करना होगा। इस मंथन के लिए भारत में मीडिया शिक्षा की शताब्दी से बेहतर अवसर और क्या हो सकता है? 'संचार माध्यम' का यह विशेषांक ऐसे ही मंथन का प्रयास है।

जब हम मीडिया शिक्षा की बात करते हैं तो इस पर भी समग्रता से विचार करना होगा। हम सिर्फ न्यूजरूम की बदलती जरूरतों के अनुसार पेशेवर पत्रकार तैयार करने तक सीमित नहीं रह सकते। आज मीडिया का दायरा बहुत विस्तृत हो गया है। इसमें विज्ञापन और जनसंपर्क का क्षेत्र अपने आप में बहुत बड़ा आकार ग्रहण कर चुका है। सरकारी क्षेत्र में भी जन संचार में प्रशिक्षित पेशेवर चाहिए। सोशल मीडिया टीम आज मीडिया संस्थानों में ही नहीं, निजी संस्थानों, राजनीतिक दलों, कॉरपोरेट सैक्टर और यहाँ तक कि व्यक्ति विशेष भी अपनी स्वयं की आवश्यकताओं के अनुसार तैयार कर रहे हैं। इसलिए सोशल मीडिया हैंडलिंग के लिए प्रशिक्षित लोगों की माँग सब तरफ से आ रही है। 'फेक न्यूज' और 'हेट न्यूज' के दौर में मीडिया संस्थानों में अब 'फैक्ट चेकिंग' और रोबोट तथा आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के बढ़ते दबदबे के कारण डाटा जर्नलिज्म में प्रशिक्षित लोगों की भी माँग बढ़ रही है। इसके अलावा मीडिया शिक्षण संस्थानों में बदलते दौर की इन सभी चुनौतियों से निबटने का प्रशिक्षण देने वाले तज्ञ मीडिया शिक्षक भी चाहिए। साथ ही मीडिया शिक्षा में शोध की गुणवत्ता सुधारने हेतु मीडिया की समस्याओं को गहरे से समझने वाले और उन समस्याओं पर शोध करने हेतु आधुनिक शोध पद्धति का ठीक से ज्ञान रखने वाले शोधार्थी भी चाहिए। इसलिए मीडिया शिक्षा से जुड़े सभी पहलुओं पर समग्रता से चिंतन-मंथन होना चाहिए और यह काम मीडिया संस्थान और पत्रकारिता प्रशिक्षण संस्थान मिलकर करें।

मीडिया शिक्षा की 100 वर्ष की इस यात्रा में अनेक मील के पत्थर स्थापित हुए हैं, जो लोक से लेकर प्रिंट और ऑनलाइन मीडिया तक संचार माध्यमों की विकास यात्रा का प्रमाण हैं। इसी पृष्ठभूमि में 'संचार माध्यम' के इस विशेषांक हेतु मीडिया विशेषज्ञों, संचारकों व शिक्षकों से अनेक शोध पत्र प्राप्त हुए, जो इस अंक में समाहित किए गए हैं। मैं 'संचार माध्यम' की पूरी संपादकीय टीम, संपादकीय बोर्ड और समीक्षकों को उनके सक्रिय सहयोग हेतु साधुवाद देना चाहता हूँ। इस अंक में प्रकाशित शोध पत्रों तथा अन्य सामग्री पर पाठकों की टिप्पणियों और सुझावों का स्वागत है।



संपादकीय

भारत में मीडिया शिक्षा की चुनौतियाँ

सुप्रसिद्ध स्वतंत्रता सेनानी, एनी बेसेंट, ने वर्ष 1920 में जब थियोसोफिकल सोसायटी के माध्यम से मद्रास राष्ट्रीय विश्वविद्यालय में पहली बार पत्रकारिता का पाठ्यक्रम विधिवत प्रारंभ किया, उस समय मीडिया का मतलब सिर्फ प्रिंट मीडिया था। 1913 में प्रारंभ हुआ भारतीय सिनेमा उस समय मूक दौर में ही था और रेडियो प्रसारण प्रारंभ करने के संबंध में कुछ रजवाड़ों में उत्सुकता दिखाई देने लगी थी। टेलीविजन तो उस समय एक कल्पना ही था। हालाँकि विश्व स्तर पर वैज्ञानिक इस कल्पना को हकीकत में बदलने के लिए प्रयासरत थे, परंतु आम आदमी मूक सिनेमा देखने के बाद इस संबंध में कल्पना ही कर सकता था। इसलिए उस समय मीडिया पाठ्यक्रम का केंद्र बिंदु प्रिंट मीडिया और लोक संचार माध्यम ही थे। विज्ञापन उस दौर में मीडिया का हिस्सा तो था, परंतु पाठ्यक्रम में इस पर अधिक जोर नहीं था। जनसंपर्क की स्थिति भी ऐसी ही थी। उस समय विभिन्न भाषाओं में प्रकाशित समाचार पत्र-पत्रिकाओं की संख्या कुछ सौ ही थी, परंतु देशवासियों में राष्ट्रीयता का भाव जाग्रत करने में मीडिया की भूमिका का लोहा पूरा देश मान चुका था। यही कारण था कि उस दौर के तमाम बड़े स्वतंत्रता सेनानियों ने जन संचार के इस प्रभावी माध्यम का उपयोग पूरी शक्ति के साथ किया। हालाँकि, अंग्रेजी मीडिया का एक बड़ा वर्ग उस समय भी अंग्रेज सरकार का पिछलग्गू था, परंतु भारतीय भाषाई मीडिया जनमानस पर अपनी गहरी छाप छोड़ चुका था। मीडिया के इसी प्रभाव के कारण स्वतंत्रता संग्राम की तत्कालीन बड़ी हस्ती, एनी बेसेंट, ने पत्रकारिता प्रशिक्षण पाठ्यक्रम प्रारंभ करने का निश्चय किया और उसे अमलीजामा पहनाया।

1920 का दशक मीडिया में वह दौर था जब यह माना जाता था कि पत्रकारिता सिखाई नहीं जा सकती, यह तो काम करते हुए ही सीखी जा सकती है। एनी बेसेंट को भी इसका अहसास था, इसलिए उन्होंने अपनी 'न्यू इंडिया' प्रिंटिंग प्रेस में ही मीडिया विद्यार्थियों के लिए व्यावहारिक प्रशिक्षण की व्यवस्था की। एनी बेसेंट की इस पहल को मीडिया और शिक्षा क्षेत्र दोनों ने गंभीरता से लिया। इसीलिए 1938 में अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय ने पत्रकारिता का एक सर्टिफिकेट कोर्स प्रारंभ किया। उसके बाद 1941 में लाहौर स्थित पंजाब विश्वविद्यालय ने पत्रकारिता विभाग की स्थापना की, जिसमें प्रो. पृथ्वीपाल सिंह की बड़ी भूमिका थी। स्वतंत्रता के पश्चात जब पंजाब विश्वविद्यालय भारत आ गया, तब पहले दिल्ली और फिर चंडीगढ़ में इस पत्रकारिता विभाग के अध्यक्ष प्रो. पृथ्वीपाल सिंह ही बने रहे और उन्होंने कई वर्ष तक सफलतापूर्वक इस जिम्मेदारी को निभाया। स्वतंत्रता के बाद मद्रास विश्वविद्यालय, कलकत्ता विश्वविद्यालय, महाराजा कॉलेज मैसूर, हैदराबाद की उस्मानिया युनिवर्सिटी एवं नागपुर युनिवर्सिटी ने मीडिया शिक्षा से जुड़े पाठ्यक्रम प्रारंभ किए। भारतीय जन संचार संस्थान की 1965 में स्थापना मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में महत्वपूर्ण मील का पत्थर साबित हुई जो आज भारत ही नहीं, पूरे एशिया में मीडिया शिक्षा का पसंदीदा संस्थान है। बाद में गुवाहाटी विश्वविद्यालय (1967), कोल्हापुर विश्वविद्यालय (1968), काशी हिन्दू विश्वविद्यालय, महात्मा गांधी काशी विद्यापीठ, बनारस (1973), भोपाल स्थित माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय (1990), रायपुर स्थित कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय (2005) एवं जयपुर स्थित हरिदेव जोशी पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय (2012) भी प्रारंभ हुए। कुल मिलाकर भारत में मीडिया शिक्षा इस समय छह स्तरों पर होती है। सरकारी विश्वविद्यालयों या कॉलेजों में, विश्वविद्यालयों से संबद्ध संस्थानों में, भारत सरकार के स्वायत्तता प्राप्त संस्थानों में, पूर्ण रूप से निजी संस्थानों में, डीम्ड विश्वविद्यालयों में और किसी निजी समाचार चैनल या समाचार पत्र द्वारा प्रारंभ मीडिया संस्थान में।

1920 के दशक में प्रिंट मीडिया भले ही प्रभावी दौर में रहा हो, परंतु आज प्रसार की दृष्टि से यह ढलान पर है। भारत के समाचार पंजीयक की 2019-20 की रिपोर्ट के अनुसार भले ही देश में समाचार पत्रों की संख्या में बढ़ोतरी दिख रही हो, परंतु प्रसार की दृष्टि से इसमें गिरावट दर्ज की जा रही है। वर्ष 2018-19 में समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं की जो प्रसार संख्या 52,05,14,168 थी, वह 2019-20 में घटकर 43,99,29,769 रह गई। 2020-21 में तो इस गिरावट ने सारे रिकॉर्ड तोड़ दिए। कोविड-19 महामारी के कारण अधिकतर समाचार पत्र-पत्रिकाएँ महीनों बंद रहे और जो जैसे-तैसे फिर से शुरू हो पाए, वे मुश्किल से 40 प्रतिशत पुराने पाठकों को ही अपने साथ जोड़ पाए हैं। अब प्रिंट का जोर भी डिजिटल पर है। वास्तव में डिजिटल तकनीक के माध्यम से ही प्रिंट मीडिया कोविड-19 महामारी के दौरान अपना अस्तित्व बचा पाया है। प्रिंट ही नहीं, टेलीविजन पत्रकारिता का भविष्य भी डिजिटल के इर्द-गिर्द ही घूम रहा है। एप्पल कंपनी के सीईओ टिम कुक ने 2015 में जब यह घोषणा की कि 'टेलीविजन का भविष्य एप ही है' तो बहुत से लोग इस पर यकीन करने को तैयार नहीं थे, परंतु आज इस सच्चाई से कोई इनकार नहीं कर सकता। उपग्रह आधारित

टेलीविजन प्रसारण अब सिमटने लगा है और सभी टेलीविज़न चैनल अब तीव्र गति से एप पर आ रहे हैं।

प्रिंट और टेलीविज़न ही नहीं, डिजिटल तकनीक ने पूरे मीडिया को बदलाव की ऐसी सुपर-फास्ट पटरी पर दौड़ा दिया है, जहाँ हर दिन किसी-न-किसी नए बदलाव के साथ दस्तक देता है। आने वाले दिनों में मीडिया में जो बदलाव होने वाले हैं, उसका अभी अंदाजा लगाना मुश्किल है। हो सकता है हर व्यक्ति के पास ऐसा कोई गैजेट हो, जिसमें 24 घंटे नवीन समाचार आते रहें और अखबार छपने ही बंद हो जाएँ। जिन बहुमंजिले मीडिया दफ्तरों में आज बड़ी संख्या में लोग काम करते हैं, हो सकता है वहाँ वर्ष 2040 तक बहुमंजिली इमारतें एक कमरे में सिमट जाएँ और न्यूज़रूम में सिर्फ मशीनें ही हों और बाहर एक गार्ड बैठा हुआ हो। नई दिल्ली का प्रैस एरिया बहादुर शाह जफर मार्ग से धीरे-धीरे दिल्ली से सटे नोएडा में स्थानांतरित हो गया। हो सकता है वर्ष 2040 तक देश में किसी प्रैस एरिया की जरूरत ही न रहे या फिर ये प्रैस एरिया बांग्लादेश अथवा किसी अन्य देश में स्थानांतरित हो जाए, क्योंकि अब विश्व में कहीं भी बैठकर मीडिया संस्थान चलाया जा सकता है। हालाँकि इस बदलाव का यह मतलब नहीं है कि न्यूज़रूम में पत्रकार नहीं होंगे। मीडिया में लोगों की जरूरत हमेशा बनी रहेगी, परंतु ऐसे लोगों की जरूरत रहेगी जो एक से अधिक भूमिकाओं में काम करने में निपुण हों और जिन्हें तकनीक का पूरा ज्ञान हो तथा जिनके पास अपनी खास 'स्टोरी टेलिंग' स्किल हो। वह दिन दूर नहीं, जब भारतीय प्रौद्योगिकी संस्थान और तकनीक का प्रशिक्षण देने वाले अन्य संस्थान भी मीडिया तकनीक के पाठ्यक्रम प्रारंभ कर दें। यदि वर्तमान मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों ने अपने पाठ्यक्रम में समयानुकूल बदलाव नहीं किया तो ऐसा होना लाजिमी है।

अधिकतर मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों के साथ आज बड़ी समस्या यह है कि वे 'मीडिया कनवर्जेंस' के युग में भी प्रिंट, टेलीविज़न, विज्ञापन, जन संपर्क आदि टुकड़ों में पत्रकारिता पढ़ा रहे हैं। यानी जिस गति से मीडिया में बदलाव हो रहे हैं, उस गति से मीडिया शिक्षण संस्थानों के पाठ्यक्रम नहीं बदल रहे हैं। जबकि होना यह चाहिए कि मीडिया प्रशिक्षण संस्थान बदलते मीडिया की जरूरतों को ध्यान में रखकर मानव संसाधन तैयार करें। कोविड-19 महामारी के दौर में जिस प्रकार लोगों ने सूचना के विस्फोट यानी इन्फोडेमिक, फेक न्यूज़ और हेट न्यूज़ आदि का सामना किया, उसके बाद अब मीडिया में संवाददाता और उपसंपादक के समान ही 'फैक्ट चेक' और सोशल मीडिया टीम के लिए प्रशिक्षित पेशेवरों की माँग बढ़ी है, परंतु बड़ा सवाल यह है कि कितने मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों में इस प्रकार के कुशल पेशेवर तैयार हो रहे हैं? 'आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस' के कारण मीडिया में लाखों नौकरियाँ चली गई हैं। इसलिए मीडिया शिक्षा के अलग-अलग पहलुओं पर ध्यान देते हुए बाजार के हिसाब से प्रोफेशनल तैयार करने होंगे। पत्रकारिता शिक्षा की गुणवत्ता में सुधार हेतु देश में मीडिया शिक्षा परिषद के गठन पर भी विचार किया जाना चाहिए। नई शिक्षा नीति में क्षेत्रीय भाषाओं पर ध्यान देने की बात कही गई है। मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में भी इस पर ध्यान देना चाहिए और क्षेत्रीय भाषाओं में पाठ्यक्रम तैयार करने चाहिए। हमारे देश में मीडिया विद्यार्थी अभी विदेशी पुस्तकों पर ज्यादा निर्भर हैं, लेकिन यदि हम देखें तो भारत और अमेरिका के मीडिया उद्योगों की संरचना और कामकाज के तरीके में बहुत अंतर है। इसलिए मीडिया शिक्षकों की यह जिम्मेदारी है कि वे भारत की परिस्थितियों के हिसाब से पाठ्य-पुस्तकें तैयार करें। परंतु यह काम मीडिया न्यूज़रूम में काम करने वाले अनुभवी पत्रकारों और संपादकों को साथ लेकर किया जाना चाहिए ताकि न्यूज़रूम और क्लासरूम के बीच बढ़ती दूरियों को पाटा जा सके।

मीडिया शोध भी मीडिया शिक्षा का ही एक महत्वपूर्ण आयाम है, परंतु आज मीडिया शोध के नाम पर विभिन्न विश्वविद्यालयों में जो कुछ हो रहा है, उसने भी मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता को नुकसान पहुँचाने में बड़ी भूमिका निभाई है। बड़ी संख्या में शोध पर्यवेक्षकों और शोधार्थियों को शोध प्रविधि का ज्ञान नहीं है। मीडिया और मीडियाकर्मियों की समस्याओं से मीडिया शोध का कोई संबंध दिखाई नहीं देता। कई बार शोध समस्या का चयन तो ठीक हो जाता है, परंतु उस समस्या पर गंभीर काम नहीं होता और कॉपी-पेस्ट के सहारे डिग्री प्रदान कर दी जाती है। यही कारण है कि हर साल बड़ी संख्या में शोधार्थियों को भले ही शोध उपाधियाँ प्रदान कर दी जाती हों, परंतु उनके शोध से मीडिया जगत की समस्याओं का समाधान होता दिखाई नहीं देता। गुणवत्ताशून्य शोध के सहारे प्राप्त डिग्रीधारी जब मीडिया शिक्षा में आएँगे तो उनसे मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता में सुधार की अपेक्षा करना बेमानी है। इसलिए आज मीडिया शिक्षकों के सतत और अनिवार्य प्रशिक्षण हेतु एक ठोस तंत्र विकसित किए जाने की आवश्यकता है। मीडिया शिक्षा के साथ एक अन्य समस्या यह है कि जो लोग मुख्यधारा के मीडिया में नहीं चल पाए, वे मीडिया शिक्षा प्रदान कर रहे हैं। इसलिए 'न्यूज़रूम' के सफल मीडियाकर्मियों को 'क्लासरूम' में लाया जाना चाहिए। इसमें भी युवा और अनुभवी मीडियाकर्मियों के बीच संतुलन बैठाया जाना चाहिए। मीडिया शिक्षा के 100 वर्ष के अवसर पर प्रकाशित 'संचार माध्यम' के इस विशेषांक में मीडिया शिक्षा से जुड़े अनेक पहलुओं पर विस्तार से चर्चा की गई है। खासतौर से वरिष्ठ पत्रकार श्री उमेश उपाध्याय का आलेख आँखें खोलने वाला है, जिस पर मीडिया शिक्षा से जुड़े सभी लोगों को सिर्फ पढ़ना ही नहीं, अमल भी करना चाहिए। इसके अलावा भी अनेक शोध आलेख हैं, जिनमें अलग-अलग समस्याओं की ओर ध्यान आकृष्ट किया गया है। आशा है आपको पसंद आएँगे। आपकी प्रतिक्रिया की प्रतीक्षा रहेगी।



प्रकाशन विभाग

भारतीय जन संचार संस्थान

अरुणा आसफ अली मार्ग, न्यू जेएनयू कैंपस, नई दिल्ली-110067



भारत में मीडिया शिक्षा के 100 वर्ष

प्रो. संजय द्विवेदी¹

सारांश

एक वक्त था जब लोगों का मानना था कि पत्रकार पैदा होते हैं और पत्रकारिता पढ़ा कर सिखाई नहीं जा सकती। लेकिन अब वक्त बदल गया है। पत्रकारिता और जनसंचार का क्षेत्र आज शिक्षा की दृष्टि से बहुत महत्वपूर्ण हो गया है। पत्रकारिता के प्रशिक्षण के समर्थन में जो तर्क दिए जाते हैं, उनमें से एक दमदार तर्क यह है कि यदि डॉक्टरी करने के लिए कम-से-कम एम.बी.बी.एस. होना जरूरी है, वकालत की डिग्री लेने के बाद ही वकील बना जा सकता है तो पत्रकारिता जैसे महत्वपूर्ण पेशे को किसी के लिए भी खुला कैसे छोड़ा जा सकता है? सच तो यह है कि पत्रकारिता का महत्वपूर्ण पेशा होना ही यह सवाल उठाता है कि हर कोई पत्रकार कैसे बन सकता है? आज पत्रकारिता पेशा बनती जा रही है, व्यवसाय बनती जा रही है, लेकिन यह विशिष्ट व्यवसाय है। यही विशिष्टता इस पेशे को दायित्वों से जोड़ती है। व्यवसाय होने के बावजूद आज भी पत्रकारिता जनतंत्र का चौथा स्तंभ है और जरूरी यही नहीं कि यह स्तंभ मजबूत रहे, इस स्तंभ का एक काम यह देखना भी है कि जनतंत्र के बाकी तीनों स्तंभ अपना दायित्व अच्छी तरह से निभाते रहें। प्रस्तुत शोध पत्र में भारत में मीडिया शिक्षा के 100 वर्षों के संक्षिप्त इतिहास के साथ-साथ वर्तमान बदलावों और चुनौतियों की भी चर्चा की गई है।

संकेत शब्द : मीडिया शिक्षा, पत्रकारिता प्रशिक्षण, राष्ट्रीय शिक्षा नीति, मीडिया की चुनौतियाँ

प्रस्तावना

वर्ष 2020 को लोग चाहे कोरोना महामारी की वजह से याद करेंगे, लेकिन एक मीडिया शिक्षक होने के नाते मेरे लिए यह बेहद महत्वपूर्ण है कि इसी वर्ष भारत में मीडिया शिक्षा के 100 वर्ष पूरे हो चुके हैं। वर्ष 1920 में थियोसोफिकल सोसायटी के तत्वावधान में मद्रास राष्ट्रीय विश्वविद्यालय में डॉक्टर एनी बेसेंट ने पत्रकारिता का पहला पाठ्यक्रम शुरू किया था। लगभग एक दशक बाद वर्ष 1938 में अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय में पत्रकारिता के पाठ्यक्रम को एक सर्टिफिकेट कोर्स के रूप में शुरू किया गया। इस क्रम में पंजाब विश्वविद्यालय, जो उस वक्त के लाहौर में हुआ करता था, पहला विश्वविद्यालय था, जिसने अपने यहाँ पत्रकारिता विभाग की स्थापना की। भारत में पत्रकारिता शिक्षा के संस्थापक कहे जाने वाले प्रोफेसर पीपी सिंह ने वर्ष 1941 में इस विभाग की स्थापना की थी। अगर हम स्वतंत्र भारत की बात करें, तो सबसे पहले मद्रास विश्वविद्यालय ने वर्ष 1947 में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग की स्थापना की।

इसके पश्चात् कलकत्ता विश्वविद्यालय, मैसूर के महाराजा कॉलेज, उस्मानिया विश्वविद्यालय एवं नागपुर विश्वविद्यालय ने मीडिया शिक्षा से जुड़े कई कोर्स शुरू किए। 17 अगस्त, 1965 को सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय ने भारतीय जन संचार संस्थान की स्थापना की, जो आज मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में पूरे एशिया में सबसे अग्रणी संस्थान है (दत्ता, 2020)। आज भोपाल में माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, रायपुर में कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय एवं जयपुर में हरिदेव जोशी पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय पूर्ण रूप से मीडिया शिक्षण एवं प्रशिक्षण का कार्य कर रहे हैं।

भारत में मीडिया शिक्षा का इतिहास 100 वर्ष जरूर पूर्ण कर

चुका है, परंतु यह अभी तक इस उलझन से मुक्त नहीं हो पाया है कि यह तकनीकी है या वैचारिक। तकनीकी एवं वैचारिकी का द्वंद्व मीडिया शिक्षा की उपेक्षा के लिए जहाँ उत्तरदायी है, वहाँ सरकारी उपेक्षा और मीडिया संस्थानों का सक्रिय सहयोग न होना भी मीडिया शिक्षा के इतिहास की तस्वीर को धुँधली प्रस्तुत करने को विवश करता है (सिंह, 2011)।

पत्रकारिता प्रशिक्षण : एक महत्वपूर्ण आवश्यकता

भारत में जब भी मीडिया शिक्षा की बात होती है, तो प्रोफेसर के. ई. ईपन का नाम हमेशा याद किया जाता है। प्रोफेसर ईपन भारत में पत्रकारिता शिक्षा के तंत्र में व्यावहारिक प्रशिक्षण के पक्षधर थे। प्रोफेसर ईपन का मानना था कि मीडिया के शिक्षकों के पास पत्रकारिता की औपचारिक शिक्षा के साथ साथ मीडिया में काम करने का प्रत्यक्ष अनुभव भी होना चाहिए, तभी वे प्रभावी ढंग से बच्चों को पढ़ा पाएँगे। आज देश के अधिकांश पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षण संस्थान, मीडिया शिक्षक के तौर पर ऐसे लोगों को प्राथमिकता दे रहे हैं, जिन्हें अकादमिक के साथ-साथ पत्रकारिता का भी अनुभव हो, ताकि ये शिक्षक ऐसा शैक्षणिक माहौल तैयार कर सकें, ऐसा शैक्षिक पाठ्यक्रम तैयार कर सकें, जिसका उपयोग विद्यार्थी आगे चलकर अपने कार्यक्षेत्र में भी कर पाएँ।

पत्रकारिता प्रशिक्षण के समर्थन में जो तर्क दिए जाते हैं, उनमें से एक दमदार तर्क यह है कि यदि डॉक्टरी करने के लिए कम-से-कम एम.बी.बी.एस. होना जरूरी है, वकालत की डिग्री लेने के बाद ही वकील बना जा सकता है तो पत्रकारिता जैसे महत्वपूर्ण पेशे को किसी के लिए भी खुला कैसे छोड़ा जा सकता है? सच तो यह है कि पत्रकारिता का महत्वपूर्ण पेशा होना ही यह सवाल उठाता है कि हर कोई पत्रकार कैसे बन सकता है? आज पत्रकारिता पेशा बनती जा रही है, व्यवसाय बनती जा रही है, लेकिन यह विशिष्ट व्यवसाय है। यही विशिष्टता इस पेशे को दायित्वों से जोड़ती है।

¹महानिदेशक, भारतीय जन संचार संस्थान, अरुणा आसफ अली मार्ग, नई दिल्ली-110067. ईमेल:123dvwivedi@gmail.com

व्यवसाय होने के बावजूद आज भी पत्रकारिता जनतंत्र का चौथा स्तंभ है और जरूरी यही नहीं कि यह स्तंभ मजबूत रहे, इस स्तंभ का एक काम यह देखना भी है कि जनतंत्र के बाकी तीनों स्तंभ अपना दायित्व अच्छी तरह से निभाते रहें। यानी पत्रकारिता करने वाला उसके योग्य भी होना चाहिए। यह योग्यता अर्जित करनी होती है। अर्जित करने की क्षमता किसी में भी हो सकती है, लेकिन सवाल इस क्षमता के उपयोग का है। पत्रकारिता का प्रशिक्षण एक बड़ी सीमा तक यह काम करता है (सचदेव, 2011)।

दरअसल भारत में मीडिया शिक्षा मोटे तौर पर छह स्तरों पर होती है। सरकारी विश्वविद्यालयों या कॉलेजों में, दूसरे, विश्वविद्यालयों से संबद्ध संस्थानों में, तीसरे, भारत सरकार के स्वायत्तता प्राप्त संस्थानों में, चौथे, पूरी तरह से प्राइवेट संस्थान, पाँचवे डीम्ड विश्वविद्यालय और छठे, किसी निजी चैनल या समाचार पत्र के खोले गए अपने मीडिया संस्थान में (नंदा, 2011)।

भारतीय मीडिया पुस्तकों का अभाव

इस पूरी प्रक्रिया में हमारे सामने जो एक सबसे बड़ी समस्या है, वह है गुणवत्ता वाली किताबों की कमी। हमारे देश में मीडिया के विद्यार्थी विदेशी पुस्तकों पर ज्यादा निर्भर हैं। लेकिन अगर हम देखें तो भारत और अमेरिका के मीडिया उद्योगों की संरचना और कामकाज के तरीके में बहुत अंतर है। इसलिए मीडिया के शिक्षकों की यह जिम्मेदारी है कि वे भारत की परिस्थितियों के हिसाब से किताबें लिखें। ऐसी पुस्तकों से विद्यार्थियों को भारतीय मीडिया के हिसाब से स्वयं को तैयार करने में मदद मिलेगी। लेकिन इसके लिए व्यावहारिक ज्ञान का होना भी आवश्यक है। जिन्होंने कभी रिपोर्टिंग न कि हो और वे रिपोर्टिंग की पुस्तक लिखें, तो अच्छी किताबें लिखे जाने की उम्मीद नहीं की जा सकती। हालाँकि भारतीय भाषाओं में और भारत की परिस्थितियों के अनुरूप पाठ्यपुस्तक निर्माण भी हमारे लिए एक बड़ी चुनौती है, लेकिन अगर हम प्रयास करें तो इसका भी समाधान संभव है। एक रिपोर्ट के अनुसार भारत में लगभग 1500 से ज्यादा मीडिया शिक्षण संस्थान हैं। अगर एक संस्थान एक वर्ष में सिर्फ 2 पुस्तकों का भी निर्माण करे, तो एक वर्ष में लगभग 3,000 किताबें छात्रों के लिए तैयार होंगी। लेकिन अक्सर यह देखा जाता है कि जैसे ही आप भारत केंद्रित पाठ्यक्रम की बात करेंगे, तो लोग विरोध में खड़े हो जाएँगे। ऐसा कहा जाएगा कि भारतीय भाषाओं में ज्ञान की बात नहीं हो सकती, अगर आपको ज्ञान की बात करनी है, तो सिर्फ अंग्रेजी में ही हो सकती है, जबकि जर्मनी में लोग संस्कृत भाषा की पढ़ाई कर रहे हैं। फिर मीडिया या अन्य विधाओं में शिक्षण भारतीय भाषाओं में क्यों नहीं हो सकता (विजय, 2020)।

मीडिया शिक्षा और राष्ट्रीय शिक्षा नीति

इस संदर्भ में राष्ट्रीय शिक्षा नीति का जिक्र करना भी महत्वपूर्ण है। नई शिक्षा नीति भारत की शिक्षा व्यवस्था में एक क्रांतिकारी कदम है। अगर हम इस शिक्षा नीति को सही तरह से अपनाते हैं, तो यह नीति हमें गुणवत्तापूर्ण शिक्षा की तरफ ले जाएगी। इस शिक्षा नीति से ज्ञान और कौशल के माध्यम से एक नए राष्ट्र का निर्माण होगा। लेकिन इसके लिए हमें जनसंचार शिक्षा में बदलाव करना होगा। हमें पत्रकारिता के नए पाठ्यक्रमों का निर्माण करना होगा, जो आज के समय के हिसाब से हों।

हमें अपना विजन बनाना होगा कि पत्रकारिता शिक्षण को हम किस दिशा में लेकर जाना चाहते हैं।

मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए आज मीडिया एजुकेशन काउंसिल की आवश्यकता है। इसकी मदद से न सिर्फ पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा के पाठ्यक्रम में सुधार होगा, बल्कि मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार पत्रकार भी तैयार किए जा सकेंगे। आज मीडिया शिक्षण में एक स्पर्धा चल रही है, इसलिए मीडिया शिक्षकों को यह तय करना होगा कि उनका लक्ष्य स्पर्धा में शामिल होने का है, या फिर पत्रकारिता शिक्षण का बेहतर माहौल बनाने का है। आज के समय में पत्रकारिता बहुत बदल गई है, इसलिए पत्रकारिता शिक्षा में भी बदलाव आवश्यक है। आज लोग जैसे डॉक्टर से अपेक्षा करते हैं, वैसे पत्रकार से भी सही खबरों की अपेक्षा करते हैं। अब हमें मीडिया शिक्षण में ऐसे कोर्स तैयार करने होंगे, जिनमें कंटेंट के साथ-साथ नई तकनीक का भी समावेश हो। हमें यह तय करना होगा कि पत्रकारिता का मकसद क्या है? क्या हमारी पत्रकारिता बाजार के लिए है, कॉरपोरेट के लिए है, सरकार के लिए है या फिर समाज के लिए है? अगर हमें सच्चा लोकतंत्र चाहिए, तो पत्रकारिता को अपने लक्ष्यों के बारे में बहुत गहराई से सोचना होगा। मीडिया शिक्षा का काम सिर्फ छात्रों को ज्ञान देना नहीं है, बल्कि उन्हें मीडिया उद्योग के हिसाब से तैयार भी करना है। इसलिए मीडिया शिक्षकों को इस विषय पर ध्यान देना होगा (जोशी एवं दीक्षित, 2020)।

मीडिया शिक्षा में न्यू मीडिया की भूमिका

न्यू मीडिया आज न्यू नॉर्मल है। हम सब जानते हैं कि आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के कारण लाखों नौकरियाँ गई हैं। इसलिए हमें मीडिया शिक्षा के अलग-अलग पहलुओं पर ध्यान देना होगा और बाजार के हिसाब से प्रोफेशनल तैयार करने होंगे। नई शिक्षा नीति में क्षेत्रीय भाषाओं पर ध्यान देने की बात कही गई है। जनसंचार शिक्षा के क्षेत्र में भी हमें इस पर ध्यान देना होगा। मीडिया शिक्षण संस्थानों के लिए आज एक बड़ी आवश्यकता है क्षेत्रीय भाषाओं में पाठ्यक्रम तैयार करना। वह भाषा ही जीवित रहती है, जिससे आप जीविकोपार्जन कर पाएँ और भारत में एक सोची समझी साजिश के तहत अंग्रेजी को जीविकोपार्जन की भाषा बनाया जा रहा है। यह उस वक्त में हो रहा है जब पत्रकारिता अंग्रेजी बोलने वाले बड़े शहरों से हिंदी तथा अन्य भारतीय भाषाओं के शहरों और गाँवों की ओर मुड़ रही है। आज अंग्रेजी के समाचार चैनल भी हिंदी में डिबेट करते हैं। इसलिए मीडिया शिक्षकों के लिए यह आवश्यक है कि वे हिंदी और अंग्रेजी के अलावा क्षेत्रीय भाषाओं में कोर्स तैयार करें। आज सीबीएसई के पाठ्यक्रम में मीडिया को एक विषय के रूप में पढ़ाया जा रहा है। क्या हम राज्यों के पाठ्यक्रमों में भी इस तरह की व्यवस्था कर सकते हैं, जिससे मीडिया शिक्षण को एक नई दिशा मिल सके?

अक्सर यह प्रश्न उठाया जाता है कि मीडिया की पढ़ाई का फील्ड में कितना उपयोग होता है। मेरा मानना है कि पत्रकारिता की पढ़ाई किया हुआ एक पत्रकार, अन्य पत्रकारों की तुलना में अपना कार्य ज्यादा कुशल और बेहतर तरीके से करता है। यह सही है कि भारत में अभी प्रैक्टिकल पढ़ाई की जगह किताबी ज्ञान पर ज्यादा फोकस किया जाता है, लेकिन धीरे-धीरे यह परिदृश्य भी बदल रहा है। आज पत्रकारिता की पढ़ाई के दौरान छात्र

अखबार प्रकाशित करने से लेकर, न्यूज बुलेटिन और डॉक्यूमेंट्री फिल्मों बनाना सीख रहे हैं। इस प्रक्रिया में वे फीलड के लिए तैयार होते हैं, लेकिन इसका मतलब यह नहीं है कि किताबी ज्ञान महत्वपूर्ण नहीं है।

मीडिया के एक क्षेत्र प्रोडक्शन के संबंध में मैं यहाँ दो लेखों और एक किताब का जिक्र करना चाहूँगा, जिसे प्रत्येक मीडिया शिक्षक और पत्रकारिता के विद्यार्थी को अवश्य पढ़ना चाहिए। पहला है, टी.एस. एलियट का लेख, 'ट्रेडिशन एंड द इंडिविजुअल टैलेंट' और दूसरा है 'एड्रिन रिच का लेख, 'व्हेन वी डेड अवेकन : राइटिंग ऐज रिविजन'। हैरल्ड ब्लूम की किताब - 'द एंजाइटी ऑफ इनफ्लुएंस : अ थियरी ऑफ पोएट्री' का विशेष तौर पर छात्रों और शिक्षकों को अध्ययन करना चाहिए। ये सब आपकी रचनात्मक क्षमता में न सिर्फ वृद्धि करेंगे, बल्कि आपको मीडिया के इस महत्वपूर्ण आयाम के एक नए रूप से भी परिचित करवाएँगे।

एक वक्त था जब पत्रकारिता का मतलब 'प्रिंट मीडिया' होता था। अस्सी के दशक में रिलीज हुई अमेरिकी फिल्म 'घोस्टबस्टर्स' में सेक्रेटरी जब वैज्ञानिक से पूछती है कि 'क्या वे पढ़ना पसंद करते हैं?' तो वैज्ञानिक कहता है 'प्रिंट इज डेड'। इस पात्र का यह कहना उस समय हास्य का विषय था, परंतु वर्तमान परिदृश्य में प्रिंट मीडिया के भविष्य पर जिस तरह के सवाल खड़े किए जा रहे हैं, उसे देखकर यह लगता है कि यह सवाल आज की स्थिति पर बिल्कुल सटीक बैठता है। आज दुनिया के तमाम प्रगतिशील देशों से हमें ये सूचनाएँ मिल रही हैं कि प्रिंट मीडिया पर संकट के बादल हैं। यह भी कहा जा रहा है कि बहुत जल्द अखबार खत्म हो जाएँगे। वर्ष 2008 में अमेरिकी लेखक जेफ गोमेज ने 'प्रिंट इज डेड' पुस्तक लिखकर प्रिंट मीडिया के खत्म होने की अवधारणा को जन्म दिया था। उस वक्त इस किताब का रिव्यू करते हुए एंटोनी चिथम ने लिखा था, "यह किताब उन सब लोगों के लिए 'वेकअप कॉल' की तरह है, जो प्रिंट मीडिया में हैं, किंतु उन्हें यह पता ही नहीं कि इंटरनेट के द्वारा डिजिटल दुनिया किस तरह की बन रही है।" वहीं एक अन्य लेखक रोस डेवसन ने तो समाचार पत्रों के विलुप्त होने का, समय के अनुसार एक चार्ट ही बना डाला। इस चार्ट में जो बात मुख्य रूप से कही गई थी, उसके अनुसार वर्ष 2040 तक विश्व से अखबारों के प्रिंट संस्करण खत्म हो जाएँगे।

इस स्थिति में मीडिया शिक्षण संस्थानों को अपने पाठ्यक्रमों में इस तरह के बदलाव करने चाहिए कि वे न्यू मीडिया के लिए छात्रों को तैयार कर सकें। आज तकनीक किसी भी पाठ्यक्रम का महत्वपूर्ण हिस्सा है। मीडिया में दो तरह के प्रारूप होते हैं। एक है पारंपरिक मीडिया जैसे अखबार और पत्रिकाएँ और दूसरा है डिजिटल मीडिया। अगर हम वर्तमान संदर्भ में बात करें तो सबसे अच्छी बात यह है कि आज ये दोनों प्रारूप मिलकर चलते हैं। आज पारंपरिक मीडिया स्वयं को डिजिटल मीडिया में परिवर्तित कर रहा है। यह परिवर्तन दरअसल एक कंपनी के ऑपरेशंस को इंटरनेट स्ट्राइल के ऑपरेशंस में बदलने का है। लेकिन अगर हम इस 'डिजिटल ट्रांसफॉर्म' की बात करें, तो सबसे ज्यादा परेशानी 'कल्चरल ट्रांसफॉर्मेशन' में आती है। इस परिवर्तन में उन लोगों को डिजिटल के बारे में बताना और प्रेरित करना सबसे महत्वपूर्ण है, जो आराम से ट्रेडिशनल कामों में लगे हुए हैं। यह चुनौतीपूर्ण जरूर है, लेकिन देश के अधिकतर मीडिया समूह इस कार्य को कर रहे हैं। अगर देश के प्रमुख मीडिया संस्थान इस प्रक्रिया में लगे हुए हैं, तो क्यों न मीडिया शिक्षण संस्थान अपने छात्रों को 'डिजिटल

ट्रांसफॉर्म' के लिए पहले से तैयार करें। एक पत्रकार और मीडिया शिक्षक होने के नाते मेरा मानना है कि इस 'डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन' को अगर कोई चला रहा है, तो वे चार 'C' हैं। इन चार 'C' का मतलब है, Content, Communication, Commerce और Context। जब ये चारों 'C' मिलते हैं, तब एक पारंपरिक मीडिया हाउस, डिजिटल मीडिया हाउस में बदलता है। और हमारी जिम्मेदारी है कि हम विद्यार्थियों को इस पूरी प्रक्रिया से अवगत कराएँ।

प्रादेशिक मीडिया : बदलता परिदृश्य

आज देश में प्रादेशिक भाषा यानी रीजनल लैंग्वेज के मार्केट का महत्व भी लगातार बढ़ रहा है। केपीएमजी (2019) की एक रिपोर्ट 'इंडियाज डिजिटल फ्यूचर : मास ऑफ नीशेज' में इसे एक प्रमुख विषय के रूप में शामिल किया गया है। इस रिपोर्ट के अनुसार अंग्रेजी भाषा के ऑडियंस का डिजिटल की तरफ मुड़ना लगभग पूरा हो चुका है। ऐसा माना जा रहा है कि वर्ष 2030 तक रीजनल लैंग्वेज मार्केट में यूजर संख्या 500 मिलियन तक पहुँच जाएगी और लोग इंटरनेट का इस्तेमाल स्थानीय भाषा में करेंगे। इस दिशा में मैं भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा किए जा रहे कुछ प्रयासों का भी उल्लेख करना चाहूँगा। आईआईएमसी हिंदी और अंग्रेजी के अलावा, मराठी, उर्दू, मलयालम और ओडिया भाषा में भी पाठ्यक्रम संचालित करता है। हमारा पूरा प्रयास है कि रीजनल लैंग्वेज मार्केट के हिसाब से हम पत्रकार तैयार कर सकें।

डिजिटल मीडिया का एक और पहलू भी है। आज पत्रकारिता सिर्फ संस्थानों में काम करने वाले पत्रकार ही नहीं कर रहे हैं। अगर आज आपके पास 10 रुपये हैं, बात कहने का तरीका है और आसपास कोई साइबर कैफे है, तो आप लैपटॉप, कंप्यूटर या स्मार्टफोन न होने पर भी पत्रकारिता कर सकते हैं और अगर आपकी बात में दम है, तो आपकी बात लाखों लोगों तक पहुँच सकती है। कोलंबिया ग्रेजुएट स्कूल ऑफ जर्नलिज्म की प्रोफेसर ऐन कूपर ने वर्ष 2008 में अपने एक लेख में कहा था कि पत्रकारिता का दायरा अब पत्रकारों से कहीं बड़ा हो चुका है। इंटरनेट और सोशल मीडिया पर हो रहे संवाद को उन्होंने पत्रकारिता का हिस्सा मानते हुए लिखा था, "सवाल यह नहीं है कि पत्रकार कौन है, बल्कि सवाल यह है कि पत्रकारिता कौन कर रहा है?" उनका यह मानना था कि जिसके पास भी इंटरनेट कनेक्शन है, वह पत्रकारिता कर सकता है (कूपर, 2008)। मीडिया की इस स्वतंत्रता के संदर्भ में ब्रिटेन के जज लार्ड डेनिंग का जिक्र भी महत्वपूर्ण हो जाता है। लार्ड डेनिंग ने कहा था कि 'प्रेस की आजादी का मतलब यह नहीं होता कि प्रेस को किसी की प्रतिष्ठा नष्ट करने, भरोसा तोड़ने या न्याय की धारा को दूषित करने की आजादी दी जा सकती है (दीक्षित, 2007)।

निष्कर्ष

हमें अपने मीडिया को उसकी जड़ों, संस्कारों और भावनाओं से प्रेरित करने के लिए जनसंचार शिक्षा पर ध्यान देने की जरूरत है। यदि मीडिया में आ रहे युवाओं को जड़ों से ही कुछ ऐसे विचार मिलें, जो उन्हें व्यावसायिकता के साथ-साथ संस्कारों की भी दीक्षा दें, तो शायद हम अपने मीडिया में मानवीय मूल्यों को ज्यादा स्थान दे पाएँगे। आज मीडिया जिस प्रकार के अत्याधुनिक प्रयोगों से लैस है और आज के मीडियाकर्मियों से

जिस प्रकार की तैयारी तथा क्षमताओं की अपेक्षा की जा रही है, मीडिया संस्थानों को उस कसौटी पर खरा उतरने की आवश्यकता है। जनसंचार शिक्षा, सिर्फ पत्रकारिता तक सीमित नहीं है, उसने जनसंपर्क से आगे बढ़कर कॉर्पोरेट और बिजनेस कम्युनिकेशन की ऊँचाई हासिल की है। विज्ञापन के क्षेत्र में अलग-अलग तरह के विशेषज्ञों की माँग हो रही है। प्रिंट मीडिया के साथ-साथ इलेक्ट्रॉनिक, रेडियो, मनोरंजन, वेब के तमाम विकल्पों पर लोगों की माँग हो रही है। मीडिया के इस विस्तार ने आज मीडिया प्रोफेशनल्स की चुनौतियाँ बहुत बढ़ा दी हैं। जनसंचार की शिक्षा देने वाले संस्थान अपने आपको इन चुनौतियों के मद्देनजर तैयार करें, यह एक बड़ी जिम्मेदारी है। इस दिशा में प्रत्येक मीडिया शिक्षक की यह जिम्मेदारी होनी चाहिए कि वह छात्रों को सोशल मीडिया के दौर में एक बेहतर पत्रकार के तौर पर विकसित करें, ताकि वे फेक न्यूज और प्रोपेगंडा न्यूज से बचें और अपने कर्तव्यों का निर्वहन बेहतर तरीके से कर पाएँ। इसके अतिरिक्त मीडिया शिक्षण के तहत रोजगारपरक शिक्षा पर ध्यान देना भी महत्वपूर्ण है, क्योंकि ज्ञान की सार्थकता तभी है, जब वह हमारे जीवन में उतरे। आइए हम सब मीडिया शिक्षण को एक नया आयाम देने के लिए साथ आएँ और जनसंचार शिक्षा का एक बेहतर माहौल तैयार करने में मदद करें।

संदर्भ

- कूपर, ए. (2008). द बिग टेंट: फॉर्गेट व्हू इज अ जर्नलिस्ट. कोलंबिया जर्नलिज्म रिव्यू-, 47(3). <https://go.gale.com/ps/anonymou?id=GALE%7CA185487648&sid=-googleScholar&v=2.1&it=r&linkac-cess=abs&issn=0010194X&p=AONE&sw=w> से पुनः प्राप्त
- केपीएमजी (2019). इंडियाज डिजिटल फ्यूचर: मास ऑफ नीशेज. https://home.kpmg/in/en/home/insights/2019/08/india-media-entertainment-report_2019.html से पुनः प्राप्त
- जोशी, एस. एवं दीक्षित, के. (2020). जरूरी है मीडिया एजुकेशन काउंसिल. वेबदुनिया.
- दत्ता: ए. (2020). हंड्रेड इयर्स ऑफ मीडिया एंड जनर्लिज्म एजुकेशन इन इंडिया. नॉर्थईस्टो नाओ. <https://nenow.in/north-east-news/100-years-of-media-and-journalism-education-in-india.htm> से पुनः प्राप्त
- दीक्षित, एच. (2007). प्रेस विधि एवं अभिव्यक्ति स्वातंत्र्य. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन
- नंदा, वी. (2011). 'दो मिनट का मीडिया प्रशिक्षण', मीडिया शिक्षा: मुद्दे और अपेक्षाएँ. नई दिल्ली: यश पब्लिकेशन
- विजय, ए. (सितंबर, 28, 2020). सभी भारतीय भाषाएँ हैं राष्ट्रभाषा. प्रभासाक्षी. <https://www.pravakta.com/news/sabhi-bharatiya-bhashayen-hai-rashtrabhasha-proff-ag-nihotri/> से पुनः प्राप्त
- सिंह, एस. (2011). 'ये है जनसंचार शिक्षा का चेहरा', मीडिया शिक्षा: मुद्दे और अपेक्षाएँ. नई दिल्ली: यश पब्लिकेशन
- सचदेव, वि. (2011). 'ए', 'दी' और पत्रकारिता', मीडिया शिक्षा: मुद्दे और अपेक्षाएँ. नई दिल्ली: यश पब्लिकेशन



टुकड़ों-टुकड़ों में नहीं, समग्रता में हो मीडिया शिक्षा पर चर्चा

उमेश उपाध्याय¹

सारांश

भारत में पत्रकारिता की प्रथम पाठशाला स्वतंत्रता संग्राम था। उसी से हिंदी सहित सभी भारतीय भाषाओं में पत्रकारिता के नैतिक मूल्य आए और उसी से पत्रकारिता का शिल्प भी आया। चाहे महात्मा गांधी हों या बाल गंगाधर तिलक, गणेश शंकर विद्यार्थी हों या बाबा साहब अंबेडकर, नेताजी सुभाष चंद्र बोस हों या श्यामजी कृष्ण वर्मा अथवा अन्य कोई और स्वतंत्रता सेनानी, सभी ने देशवासियों में राष्ट्रप्रेम का भाव जाग्रत करने के लिए पत्रकारिता का एक माध्यम के तौर पर उपयोग किया। पत्रकारिता के नैतिक मूल्य और पत्रकारिता के निकष आदि सभी उसी स्वतंत्रता आंदोलन से हमें प्राप्त हुए हैं। पंडित युगल किशोर शुक्ल, भारतेन्दु हरिश्चंद्र सहित उस दौर के तमाम संपादकों की परंपरा को देखें तो समझ में आता है कि वह स्वतंत्रता संग्राम की उसी समृद्ध विरासत से आती है। परंतु अब दौर बदल गया है। गत दो दशकों में पत्रकारिता में बहुत बदलाव आए हैं और आगे और भी बदलाव आने वाले हैं। परंतु इन सालों में पत्रकारीय शिक्षा यानी मीडिया एजुकेशन की तरफ उतना ध्यान नहीं दिया गया, जितना दिया जाना चाहिए था। इसी कारण आज भारत में कोई भी इतना बड़ा मीडिया शिक्षा संस्थान नहीं है, जिसकी अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहचान हो अथवा जिसके बारे में अंतरराष्ट्रीय स्तर पर लोग कहें कि हमें वहाँ जाकर मीडिया की पढ़ाई करनी है। एक तरफ आजादी के समय की समृद्ध परंपरा और दूसरी तरफ आज मीडिया शिक्षण संस्थानों में जो कुछ पढ़ाया जा रहा है वह है। आजादी के समय जो मीडिया शिक्षा होती थी वह पत्रकारिता करते हुए ही होती थी। पत्रकारिता के संस्थान ऐसे ही विकसित हुए थे। परंतु अब बहुत आवश्यक है कि भारत पूरी दुनिया के अंदर पत्रकारीय शिक्षा का एक मानक स्थापित करे, जो दुर्भाग्य से हमारे यहाँ एक कमी है। चूँकि पत्रकारिता में अब तकनीक का हस्तक्षेप अत्यधिक बढ़ गया है, इसलिए तकनीकी विकास को ध्यान में रखकर ही पत्रकारिता शिक्षा में बदलाव करना पड़ेगा। इस दृष्टि से देखें तो यह उपयुक्त समय है कि आईआईटी और अन्य तकनीकी संस्थानों में मीडिया शिक्षा की शुरुआत कर देनी चाहिए।

संकेत शब्द : मीडिया शिक्षा, स्वतंत्रता संग्राम, आईआईटी, पत्रकारिता के मूल्य, मीडिया संस्थान

प्रस्तावना

भारत हजारों वर्षों से दुनिया का प्रामाणिक कथाकार यानी 'स्टोरी टेलर' है। हमारे वेद, पुराण, रामायण, महाभारत, बुद्ध की जातक कथाएँ आदि इसके प्रमाण हैं। पत्रकारिता भी एक 'स्टोरी टेलिंग' विधा ही है। चूँकि भारतवासी मूल रूप से 'स्टोरी टेलर' हैं, इसलिए हमारे यहाँ कथा-कहानियों की भरमार है। हमारे यहाँ पत्रकारिता की परंपरा भी अत्यंत प्राचीन है। हमने दुनिया को कहानियाँ दी हैं। यदि हम सिर्फ पिछले सौ वर्षों की ही बात करें तो हमारी पत्रकारिता की प्रथम पाठशाला हमारा स्वतंत्रता संग्राम था। उसी से पत्रकारिता के नैतिक मूल्य आए और उसी से पत्रकारिता का शिल्प भी आया। चाहे गणेश शंकर विद्यार्थी हों, महात्मा गांधी हों, तिलक हों अथवा और कोई स्वतंत्रता सेनानी, सभी ने देशवासियों में राष्ट्रीय गौरव, राष्ट्रीयता और राष्ट्र प्रेम का भाव जाग्रत करने के लिए पत्रकारिता का एक माध्यम के तौर पर उपयोग किया। पत्रकारिता के नैतिक मूल्य, पत्रकारिता के निकष, पत्रकारिता कैसी होनी चाहिए, कैसे लिखना चाहिए आदि सभी स्वतंत्रता आंदोलन से ही आए हैं। पंडित युगल किशोर शुक्ल, भारतेन्दु हरिश्चंद्र सहित उस दौर के तमाम संपादकों की परंपरा को देखें तो वह स्वतंत्रता संग्राम की उसी विरासत से आती है। इस नाते हम देखें तो स्वतंत्रता के बाद की भारतीय पत्रकारिता ने उच्च मानदंड स्थापित किए हैं।

हम गर्व के साथ कह सकते हैं कि भारतीय पत्रकारिता दुनिया की अग्रणी पत्रकारिताओं में से एक है। जब दुनिया के बहुत सारे देशों

में लोकतांत्रिक मूल्य स्थापित भी नहीं हुए थे, लोकतंत्र बना भी नहीं था, उस समय भारत की पत्रकारिता ने उन लोकतांत्रिक मूल्यों को सुदृढ़ करने में अहम भूमिका निभाई। कई संपन्न देशों तक में भी, जो स्वयं को तथाकथित और अधिक प्रजातांत्रिक परंपराओं वाला बताते हैं, वहाँ भी सार्वभौम वयस्क मताधिकार 1960 के दशक में आया। परंतु, भारतीय पत्रकारिता ने इन सारे विषयों को आजादी के बाद से ही लगातार स्थापित किया। इसलिए जब आज कोई ट्विटर के जैक डोरसी कहते हैं कि भारत में अभिव्यक्ति की आजादी के मूल्यों की उन्हें चिंता है और इन्हें ही स्थापित करने के लिए ट्विटर का इस्तेमाल करना चाहते हैं तो उन पर सिर्फ हँसा ही जा सकता है। हँसा इसलिए जा सकता है, क्योंकि भारतीय चिंतित में लोकतांत्रिक मूल्य, परंपरा व लोकतांत्रिक प्रक्रिया सहज रूप से विद्यमान है। यही हमारी पत्रकारिता में भी परिलक्षित होती है। हमारी पत्रकारिता ने इसे लगातार सशक्त किया है। इसलिए कोई मुनाफा कमाने के लिए आई कंपनी यदि यह कहती है कि वह भारत में अभिव्यक्ति की आजादी को सुनिश्चित करा रही है तो वह सच नहीं, अर्धसत्य है, क्योंकि भारत में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता, जीवन जीने का अधिकार और संविधान में सन्निहित बाकी सारे मौलिक अधिकार अगर किसी ने सुनिश्चित कराए हैं तो भारत के पत्रकारों ने अपने अदम्य साहस, अपनी स्वतंत्र लेखनी और अपने त्याग, तपस्या और समर्पण से कराए हैं।

इसके लिए भारतीय पत्रकारिता को किसी और की तरफ देखने की आवश्यकता नहीं है। यह बिलकुल स्पष्ट है। भारत की पत्रकारिता पर

¹ वरिष्ठ पत्रकार, लेखक एवं स्तंभकार, ईमेल: uu.upadhyay@gmail.com

पिछले सौ साल में कई बार संकट आए। अंग्रेजों के समय आए, आजादी के बाद आए, आपातकाल लगाया गया, लेकिन उससे भी भारत की पत्रकारिता और पुष्ट, समृद्ध और जीवंतमान होकर निकली। साफ है कि आजादी के संघर्ष के दौरान अपनी प्रथम पाठशाला में भारतीय पत्रकारिता के जो मूल्य स्थापित किए गए, वे सच में बहुत ठोस थे। इसी कारण भारतीय पत्रकारिता लोकतंत्र को स्थापित करने और लोकतंत्र की परंपराओं को मजबूत करने में इतना बढ़िया काम कर पाई है। इसका एक उदाहरण यह है कि हमारे साथ जितने देश आजाद हुए, उनमें से कितने देशों में लोकतंत्र है, कितने देशों में स्वतंत्र चुनाव होते हैं, उनमें से कहाँ-कहाँ स्वतंत्र प्रेस है, कहाँ-कहाँ बोलने की आजादी है, कहाँ-कहाँ जीने की आजादी है, कहाँ-कहाँ धार्मिक आजादी है, ये सब देखा जा सकता है। हमारे पड़ोसी पाकिस्तान में देख लीजिए या फिर अफ्रीका के देशों में देख लीजिए। एक के बाद एक देश देख लीजिए। कहीं भी लोकतांत्रिक प्रक्रियाएँ संपुष्ट नहीं हो पाई हैं। मैं लोकतंत्र की बात इसलिए बार-बार कर रहा हूँ, क्योंकि पत्रकारिता को हम लोकतंत्र का चौथा स्तंभ मानते हैं। इसलिए भारतीय पत्रकारिता और भारतीय पत्रकारों ने अब तक जो किया है वह अद्वितीय, अनुपम और अतुलनीय है। वह तथाकथित विकसित देशों से भी कहीं अधिक ताकतवर है। यह पत्रकारीय परंपरा हमारी विरासत और समृद्ध सांस्कृतिक मूल्यों से आई है।

पत्रकारिता शिक्षा का मानक स्थापित करने का समय

पिछले 20 सालों में पत्रकारिता में बहुत बदलाव आए हैं और आगे और भी बहुत बदलाव आने वाले हैं, परंतु इन सालों में पत्रकारीय शिक्षा यानि मीडिया एजुकेशन की तरफ हमने उतना ध्यान नहीं दिया, जितना दिया जाना चाहिए था। इसी कारण आज हमारे देश में कोई भी इतना बड़ा मीडिया शिक्षा संस्थान नहीं है, जिसकी अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहचान हो अथवा जिसके बारे में अंतरराष्ट्रीय स्तर पर लोग कहें कि हमें वहाँ जाकर मीडिया की पढ़ाई करनी है। एक तरफ आजादी के समय की समृद्ध परंपरा और दूसरी तरफ आज मीडिया शिक्षण संस्थानों में जो कुछ पढ़ाया जा रहा है वह है। आजादी के समय जो मीडिया शिक्षा होती थी वह पत्रकारिता करते हुए ही होती थी। पत्रकारिता के संस्थान ऐसे ही विकसित हुए थे, परंतु अब बहुत आवश्यक है कि भारत पूरी दुनिया के अंदर पत्रकारीय शिक्षा का एक मानक स्थापित करे, जो दुर्भाग्य से हमारे यहाँ एक कमी है। अगर आज आप शीर्ष पत्रकारों को देखें तो पता चलेगा कि उनमें से अधिकतर ने पत्रकारिता की कहीं शिक्षा नहीं ली है। उन्होंने न्यूज़रूम में खुद काम करके पत्रकारिता सीखी है, क्योंकि उनकी विरासत में 'स्टोरी टेलिंग' थी। कुछ लोग ऐसे भी हैं जो बाहर के अग्रणी शिक्षा संस्थानों जैसे ऑक्सफोर्ड, कोलंबिया, नेशनल स्कूल ऑफ जर्नलिज्म सिंगापुर, कैम्ब्रिज आदि से पढ़कर आए हैं। आने वाले समय में पत्रकारिता का परिदृश्य क्या होगा और उसके अनुकूल पत्रकारिता की शिक्षा कैसी होगी, इस तरफ अब हमें देखना चाहिए। पत्रकारिता में जो सबसे बड़ा 'बदलाव' हुआ है वह है तकनीक का हस्तक्षेप। इस हस्तक्षेप ने पत्रकारिता के स्वरूप को बदल कर रख दिया है।

आज जिसके पास मोबाइल फोन है वह पत्रकार है, क्योंकि वह प्रथम सूचना दे सकता है। अभी तक हम पत्रकारिता को टुकड़ों में बाँट

कर देखते थे। भारत में तो अभी भी पत्रकारिता के पाठ्यक्रम में रेडियो, टीवी, प्रिंट या विज्ञापन और जनसंपर्क आदि अलग-अलग पढ़ाया जाता है। ये सारे भेद नैसर्गिक नहीं हैं। तकनीक के आने के बाद ये सभी दीवारें खत्म हो गई हैं या हो रही हैं। इसलिए आज रेडियो पत्रकारिता, टीवी पत्रकारिता या प्रिंट पत्रकारिता पढ़ाना पुरानी बात करना है। कैसे? आप देखते हैं कि एक रिपोर्टर जब 'फील्ड' में जाता है तो वहाँ से जब वह रिपोर्टिंग करता है तो उसकी रिपोर्टिंग पर वीडियो भी बनता है, ऑडियो भी बनता है और उसकी ही खबर को अखबार में भी शामिल किया जाता है, इसलिए ये तीनों भेद तो मिट गए। असल में भारत के मीडिया शिक्षा संस्थान पत्रकारिता शिक्षा को लेकर अभी कम-से-कम 10 साल पीछे हैं।

खाँचों में बँटे पत्रकार नहीं चलेंगे

अब आगे करना क्या है? जैसा मैंने पहले ही उल्लेख किया है, अब तकनीकी हस्तक्षेप के साथ सभी माध्यमों का 'कन्वर्जेंस' यानी मिलान हो गया है। इसे समझना होगा। अब खाँचों में बँटे हुए पत्रकार नहीं रह सकते। पहले हम पत्रकारिता शिक्षा में सबको अलग-अलग काम जैसे कैमरामैन, स्क्रिप्ट राइटिंग, वॉइस ओवर, एंकरिंग, वीडियो संपादन आदि अलग-अलग सिखाते थे। अब तकनीकी विकास ने सारे बंधन तोड़ दिए हैं। आज हम एक फोन से ये सारे काम आसानी से कर सकते हैं। मैं अपने सिर्फ एक फोन से एडिट सॉफ्टवेयर का प्रयोग करके एक वीडियो बना देता हूँ, उसी के बारे में स्क्रिप्ट लिख देता हूँ, उसी से स्क्रीनशॉट लेकर फोटो निकालता हूँ, फिर किसी एप में जाकर उन फोटो को साफ करता हूँ, और खबर अपनी वेबसाइट पर अपलोड कर देता हूँ। अब सारी चीजों का मिलान हो गया है। अब इस युग में यदि हम खाँचों में पढ़ाएँगे तो कैसे काम चलेगा? यह सबसे बड़ा सवाल है। इसलिए पत्रकारिता की शिक्षा और उसके पाठ्यक्रम को इस मिलान यानी 'कन्वर्जेंस' के हिसाब से देखना होगा। यह कोई ऐसी चीज नहीं है जो भविष्य में होगी, जिसे हम आने वाले कल में करेंगे। यह 'हो चुकी' चीज है। तकनीक आगे-आगे भाग रही है और हमारे पाठ्यक्रम वर्षों पीछे चल रहे हैं। पढ़ाने वाले तो उससे भी कहीं पीछे चल रहे हैं। इसलिए जरूरत इस बात की है कि हमारे यहाँ पत्रकारिता की शिक्षा में गंभीर हस्तक्षेप हो। हम स्वयं वांछित हस्तक्षेप कर लें तो ठीक है, वरना मजबूरी हमसे यह जबरदस्ती कराएगी। बताता हूँ कैसे। सबसे महत्वपूर्ण बात है तकनीक और उसकी समझ तथा डाटा पत्रकारिता का प्रयोग। इसके अलावा आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और मशीन इंटेलिजेंस की समझ भी आवश्यक है। जब तक आप इसको नहीं समझेंगे, तब तक पत्रकारिता करना मुश्किल हो जाएगा। पत्रकारिता में लीडरशिप देना तो तकरीबन असंभव हो जाएगा।

आईआईटी/तकनीकी संस्थानों में पत्रकारिता के पाठ्यक्रम शुरू हों

इसका हमारे पत्रकारीय शिक्षण और पत्रकारिता में आने वाले विद्यार्थियों पर क्या असर पड़ेगा? गत कुछ वर्षों में अलग-अलग

विश्वविद्यालयों और शिक्षा संस्थानों में जो पत्रकारिता विभाग हैं, वे सामान्यतः भाषा विभागों के विस्तार ही रहे हैं। कहीं हिंदी साहित्य पढ़ाया जाता था तो उसी में हिंदी पत्रकारिता जोड़ दी गई। जहाँ अंग्रेजी साहित्य पढ़ाया जाता था उसी को विस्तार देकर अंग्रेजी पत्रकारिता विभाग बना दिया गया, क्योंकि ज्यादातर शिक्षक और विद्यार्थी या तो साहित्य से आ रहे थे या फिर सामाजिक विज्ञान से आ रहे थे। यह एक सत्य है, परंतु आने वाले दिनों में आप देखेंगे कि जो डाटा को नहीं समझता है, जो आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की गूढ़ता को नहीं समझता है, जो मशीन इंटेलिजेंस को नहीं समझता है वह अच्छे से पत्रकारिता नहीं कर पाएगा। भविष्य की पत्रकारिता करने के लिए यह समझना जरूरी है कि सोशल मीडिया संस्थान 'एल्गोरिदम' के माध्यम से कैसे किसी कंटेंट को चलाते हैं या आगे बढ़ाते हैं। यानी 'एल्गोरिदम' और उनके व्यवहार और स्वभाव को समझना आवश्यक ही नहीं अनिवार्य है। जो इसे नहीं समझेगा, वह अच्छी पत्रकारिता नहीं कर पाएगा। इसलिए जो पत्रकारिता विभाग अभी भाषा विभाग अथवा सामाजिक विज्ञान विभाग के विस्तार के रूप में काम कर रहे हैं वे उस रूप में चल नहीं पाएंगे। आप बहुत जल्द देखेंगे कि जो तकनीकी प्रशिक्षण संस्थान हैं वहाँ मीडिया के पाठ्यक्रम प्रारंभ हो गए हैं। आश्चर्य नहीं होगा कि आईआईटी में पत्रकारिता के पाठ्यक्रम प्रारंभ हो जाएँ। मैं चाहता हूँ कि ऐसा जल्द से जल्द हो, क्योंकि भारत को डाटा पत्रकारिता, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और मशीन इंटेलिजेंस के क्षेत्र में आगे बढ़ाने के लिए इसकी आवश्यकता है।

12वीं और स्नातक स्तर पर गणित की अनिवार्यता आवश्यक

एक और उदाहरण आपको देता हूँ। दुनिया के अधिकतर बड़े मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों ने अब अपने यहाँ विद्यार्थियों को प्रवेश देने के लिए जो न्यूनतम योग्यता निर्धारित की है, उसमें स्कूल स्तर पर गणित विषय होना अनिवार्य कर दिया है। बारहवीं और स्नातक स्तर पर गणित या सांख्यिकी विषय होने अनिवार्य हैं। भारत में अभी तक ऐसा नहीं है। यकीन मानिए, हमारे यहाँ ऐसा करना पड़ेगा। यदि आप सांख्यिकी नहीं समझते हैं तो आप तकनीक आधारित पत्रकारिता में पिछड़ जाएँगे। दूसरे, आज पत्रकारिता संस्थानों में जो बड़ी नौकरियाँ हैं वे एक चीज की पुनरावृत्ति करने वाले काम हैं। आप अंग्रेजी में सुनते हैं, उसका हिंदी या अन्य किसी भाषा में अनुवाद करते हैं। मीडिया संस्थानों में काफी समय इसमें जाता है। इसके अलावा रिपोर्ट लिखते समय 'ट्रांसक्रिप्शन' में भी काफी समय जाता है। परंतु आज हम जानते हैं कि मशीनें ये सब काम कर रही हैं। मशीनें 'ट्रांसक्रिप्शन' ही नहीं, अनुवाद भी कर रही हैं। आज अगर मशीन 60 प्रतिशत तक सही कर पा रही है तो वह कल आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का इस्तेमाल करते-करते 100 प्रतिशत हो जाएगी। इसलिए ट्रांसक्रिप्शन और अनुवाद के लिए आपको पत्रकारों की आवश्यकता नहीं पड़ेगी। आपको ऐसे पत्रकारों की आवश्यकता पड़ेगी जो पीछे जाकर यह देखें कि मशीन पर शब्दों/वाक्यों की कैसे संरचना करनी है? जरूरत ऐसे लोगों की होगी जो मशीन को समझा सकें कि अनुवाद कैसे करना है या जो मशीन को समझा सकें कि

'ट्रांसक्रिप्शन' कैसे करना है। हमें ऐसे पत्रकारों की आवश्यकता पड़ेगी, जिन्हें तकनीक की अच्छी समझ हो। इसी तरीके से वीडियो संपादन का बहुत सारा काम मशीन करने लगेगी। पहले से मशीनें ये काम कर रही हैं। संपादन का बहुत सारा काम कंप्यूटर और एल्गोरिदम करेगा। आप फेसबुक पर जाते हैं तो आपको अनुवाद मिल जाता है। पहले यह बड़ा अटपटा-सा होता था, परंतु अब तकरीबन ठीक-ठाक मिल जाता है। गूगल अनुवाद में भी ऐसा ही है।

तकनीक और 'सॉफ्ट स्किल्स' के बीच सेतु

जब मैंने 'पीटीआई' से पत्रकारिता प्रारंभ की थी तो उस समय वहाँ 'टीपी' यानी टेलीप्रिंटर ऑपरेटर हुआ करते थे। हम खबर लिखते थे और वे उसे टाइप करते थे। उसके बाद वह खबर चली जाती थी। आज तो टीपी का काम मशीन करती है। आप बोलते जाइए मशीन अपने आप अनुवाद और टाइप करती जाती है। मैं अंग्रेजी में बोलता हूँ तो वह हिंदी में टाइप कर देती है और हिंदी में बोलता हूँ तो अंग्रेजी में टाइप कर देती है। पहले मैं जो लेख लिखता था उसे खुद टाइप करता था। अब मैं बोलता हूँ तो टाइप हो जाता है। शुरू-शुरू में ये 60 से 75 प्रतिशत तक ठीक होता था अब 95 प्रतिशत तक ठीक होता है। जिस दिन मशीन मेरी आवाज और उच्चारण पूरा समझ लेगी तो पूरा 100 प्रतिशत ठीक कर लेगी। इसका मतलब हुआ कि टंकण, संपादन और उप-संपादन के जो काम हाथ से होते थे वे अधिकतर मशीन से होने लगेंगे। हमारे मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों को इन सब परिवर्तनों के अनुरूप नए किस्म के पत्रकार तैयार करने हैं। इसलिए तकनीक और 'सॉफ्ट स्किल्स' के बीच एक पुल बाँधना होगा। मैं यह नहीं कह रहा हूँ कि कल्पनाशीलता और लेखन की अहमियत खत्म हो जाएगी। जो आरिजिनल हैं वे आरिजिनल रहेंगे, लेकिन जो पुनरावृत्ति और आवृत्ति के कार्य हैं, मशीन उन्हें मनुष्य से कहीं अधिक योग्यता और कुशलता के साथ करेगी। इसका मतलब यह हुआ कि हमारे मीडिया संस्थानों को तकनीक के साथ बावस्ता होना होगा। तकनीकी नवाचार करने होंगे। अपने पाठ्यक्रम को कल नहीं, बल्कि बीते हुए कल में ठीक करना होगा। तभी हम पूरी दुनिया के अंदर पत्रकारिता शिक्षण में शीर्ष स्थान प्राप्त कर सकते हैं।

नई जरूरतों के लिए नए पाठ्यक्रम

हम आज तकनीक में शीर्ष स्थान पर हैं। हमारे यहाँ मेडिकल की पढ़ाई अच्छी होती है, हमारे यहाँ के प्रशिक्षित डॉक्टर विदेशों में सबसे अधिक ले लिए जाते हैं। हमारे वैज्ञानिक और प्रबंधन संस्थानों के लोग भी ले लिए जाते हैं। आप नासा में देख लें अथवा माइक्रोसॉफ्ट, गूगल आदि के सीईओ देख लें। हमारे प्रबंधन और तकनीक के विद्यार्थी दुनियाभर में जाते हैं लेकिन पत्रकारिता में ऐसा कम ही होता है। ऐसी स्थिति हमको पैदा करनी है। इसके लिए गंभीर चिंतन और मनन की आवश्यकता है। हमें पत्रकारिता की शिक्षा को नौकरशाही और मठाधीसी खाँचे से निकाल कर आगे आने वाले भारत के लिए नए खाँचे में ढालना होगा क्योंकि भारत अन्य क्षेत्रों में आगे जा ही रहा है, इसलिए पत्रकारिता शिक्षण के लिए भी भारत को पूरी दुनिया के पठन-पाठन और अध्ययन-

अध्यापन का केंद्र बनाने के लिए प्रयास करने हैं। पूरी दुनिया के लोग, खासकर सोशल मीडिया के युग में, भारत की तरफ इस आशा से देखते हैं कि वह नेतृत्व प्रदान करे। खासकर अफ्रीका और एशिया के लोग भारत की तरफ बहुत आशा से देख रहे हैं, क्योंकि पश्चिमी पत्रकारिता और अब खासकर सोशल मीडिया संस्थानों द्वारा जिस तरह के 'नैरेटिव' यानी कथ्य को थोपा जा रहा है उससे लोगों के मन में एक तरह का गुस्सा है। वे मूल्य सब पर थोपे नहीं जा सकते। हमारे आने वाले नए तरह

के पाठ्यक्रमों में हमारी विरासत, हमारे पारंपरिक प्रजातांत्रिक मूल्यों, हमारे डीएनए में जो 'स्टोरी टेलिंग' का शिल्प है, उसे समाहित करते हुए और उसमें तकनीक को शामिल करते हुए पत्रकारिता के नए केंद्र और पाठ्यक्रम खड़े करने होंगे। यह हमारी सबसे बड़ी चुनौती है, और यही सबसे बड़ा अवसर भी है। इससे बेहतर अवसर भारतीय पत्रकारिता शिक्षा संस्थानों के पास पहले कभी नहीं था।



सिद्धांत और व्यवहार के बीच झूलती पत्रकारिता शिक्षा

प्रो. गोविंद सिंह

सारांश

भारत में मीडिया शिक्षा संक्रमण के दौर से गुजर रही है। एक साथ उसके अनेक मॉडल चल रहे हैं। कुछ विश्वविद्यालय सिर्फ सिद्धांत पर जोर देते हैं, विद्यार्थियों में केवल आलोचक दृष्टि ही विकसित करने पर जोर देते हैं तो कुछ एकदम निजी संस्थान केवल कौशल प्रशिक्षण ही दे रहे हैं। रोजगार की दृष्टि से देखें तो कुछ संस्थानों को छोड़ कर ज्यादातर संस्थान इस लक्ष्य में कामयाबी से कोसों दूर हैं। कुकुरमुत्ते की तरह उग आए निजी संस्थानों पर किसी का कोई नियमन नहीं है। एक तरह से अराजकता की स्थिति है। सिद्धांत और कौशल प्रशिक्षण में समुचित संतुलन होना जरूरी है। इसलिए ऐसा पाठ्यक्रम तैयार किया जाए कि जितना सिद्धांत हो, उतना ही व्यावहारिक प्रशिक्षण भी दिया जाए। स्कूल स्तर से परास्नातक स्तर तक के पाठ्यक्रम में एकसारता हो, ताकि वही बातें बार-बार न पढ़ाई जाएं। शिक्षकों के व्यावहारिक प्रशिक्षण की सम्यक् व्यवस्था हो और पत्रकारीय शिक्षा के नियमन के लिए एक राष्ट्रीय मीडिया शिक्षा परिषद् बने।

संकेत शब्द : पत्रकारिता शिक्षा, मीडिया, सिद्धांत, शैक्षिक संस्थान, राष्ट्रीय मीडिया शिक्षा परिषद्

प्रस्तावना

कोई भी शैक्षिक संस्थान अपने समय की जरूरतों से मुख मोड़ कर नहीं चल सकता। पत्रकारिता और जनसंचार की शिक्षा पर यह और भी ज्यादा लागू होता है, क्योंकि जनसंचार अपने समय का सबसे ताजा और चश्मदीद हाल बयान करता है। इसलिए जन संचार संस्थानों का सबसे पहला और महत्वपूर्ण लक्ष्य अपने समय के संचार माध्यमों के लिए मानवशक्ति की आपूर्ति ही होना चाहिए। देश में आज 900 से अधिक शैक्षिक संस्थानों में पत्रकारिता और जनसंचार की शिक्षा दी जा रही है (दत्ता, 2020)। दर्जनों मीडिया संस्थानों ने खुद अपने प्रशिक्षण संस्थान खोल दिए हैं, जहाँ पत्रकारिता के विभिन्न आयामों की शिक्षा और प्रशिक्षण दिया जा रहा है। हजारों युवा साल दर साल इन संस्थानों से दीक्षित होकर मीडिया बाजार में भटक रहे हैं। बाजार और मीडिया उद्योग की सबसे पहली प्रतिक्रिया यह होती है कि ये संस्थान जो पढ़ाते हैं, वह हमारे काम का नहीं होता। अर्थात् ज्यादातर मीडिया संस्थानों से निकलने वाले युवाओं की नियोजनीयता पर एक बड़ा-सा प्रश्नचिह्न लग जाता है। इसलिए आज हमारे समक्ष सबसे बड़ा सवाल यही है कि हम अपने मीडिया संस्थानों में किस तरह की शिक्षा दें? सिद्धांत और व्यवहार में किसे तरजीह दी जाए? आज हमारे ज्यादातर मीडिया संस्थानों में बड़ी संख्या ऐसे शिक्षकों की है, जो मीडिया-सिद्धांत पढ़ाए जाने के पैरोकार हैं। वे स्वयं भी कभी मीडिया के व्यावहारिक और व्यावसायिक पक्ष से संबद्ध नहीं रहे। उनका सीधा-सा तर्क होता है कि हम तो छात्रों को मीडिया का आलोचनात्मक विश्लेषण सिखा देते हैं। निश्चय ही उनके तर्क निरर्थक नहीं हैं। उनका भी आधार है। लेकिन तब साल-दर-साल मीडिया संस्थानों से निकलने वाली बेरोजगारों की भीड़ को क्या जवाब दें? अतः हमारे विश्लेषण का केंद्र बिंदु यही है कि मीडिया शिक्षा में हम किस चीज को प्राथमिकता दें? सिद्धांत और व्यवहार के बीच किस तरह संतुलन कायम करें? हमें यह भी आत्मविश्लेषण करना है कि हम अपने विद्यार्थियों को किसके लिए तैयार करना चाहते हैं?

मीडिया संस्थानों की दृष्टि और मिशन

मीडिया संस्थानों के विजन और मिशन को समझने के लिए हमने दुनिया के दो सबसे पुराने और प्रतिष्ठित विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता संस्थानों के विजन स्टेटमेंट को खँगालने की कोशिश की। पहले अमेरिका के कोलंबिया स्थित मिसौरी विश्वविद्यालय (1908) के पत्रकारिता विद्यापीठ के मिशन और विजन पर दृष्टिपात करें। वक्तव्य कहता है कि, “हम श्रेष्ठ पत्रकारों, सामरिक संचार के पेशेवरों और विद्वानों को अपने प्रसिद्ध मिसौरी तौर-तरीकों के जरिये सत्य को जानने और उसे लोगों तक पहुँचाने की शिक्षा देते हैं; ताकि लोकतांत्रिक समाज का हित हो, अच्छी पत्रकारिता और विश्व भर में सामरिक संचार की स्थापना हो” (कुरपीस, 2017)।

इसी तरह दुनिया का दूसरा महत्वपूर्ण संस्थान कोलंबिया विश्वविद्यालय का पत्रकारिता विद्यापीठ (1912) अपने मिशन के बारे में क्या कहता है, आइए देखें, “विद्यापीठ का मकसद दुनिया भर के छात्रों को ऐसी शिक्षा देना है कि वे कर्तव्यनिष्ठ और मुकम्मल पेशेवर पत्रकार बन सकें। स्कूल उन्हें जीवन की वास्तविक स्थितियों में चुनौतियों से जूझने के लिए तैयार करता है; ताकि वे साक्ष्य आधारित रिपोर्टिंग कर सकें, विषम परिस्थितियों में सत्य को तलाश सकें और स्पष्ट तरीके से उन्हें जनता तक पहुंचा सकें।” (कोलंबिया विश्वविद्यालय)।

यानी दोनों ही विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता संस्थानों ने बहुत ही स्पष्ट शब्दों में अपने मिशन के बारे में बताया है कि वे क्या चाहते हैं, किस तरह की शिक्षा देना चाहते हैं और शिक्षित कर विद्यार्थी को क्या बनाना चाहते हैं। पेशेवर पत्रकार तैयार करना व दुनिया भर में अच्छी पत्रकारिता के मूल्यों को स्थापित करना उनका ध्येय है। यही नहीं, वे बड़ी स्पष्टता से रिपोर्टिंग करना, जो कि जन संचार की रीढ़ है, सिखाना चाहते हैं। इस लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए वे जो पाठ्यक्रम बनाते हैं, उसमें सिद्धांत और व्यवहार का ऐसा मिला-जुला घोल होता है जिसे ग्रहण कर

विद्यार्थी सिद्धांत और व्यवहार, दोनों में ही पारंगत होकर निकलता है। विद्यार्थी वही बनता है, जो वे बनाना चाहते हैं। लेकिन भारत के पत्रकारिता संस्थानों में इस संतुलन का घोर अभाव है। मीडिया घरानों में जो प्रशिक्षण दिया जा रहा है, उसमें सिर्फ व्यवहार ही व्यवहार है, उसे भी ठीक से समझाने वाला कोई नहीं होता। प्रशिक्षार्थी खुद ही देख-देख कर आगे बढ़ता है। सिद्धांत या आदर्श की यहाँ कोई गुंजाइश नहीं रहती। और दूसरी तरफ विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभागों में शिक्षकों को सिद्धांत से ही फुर्सत नहीं मिलती। वे न स्वयं व्यावहारिक ज्ञान से वाकिफ होते हैं और न इसे देना या दिलवाना चाहते हैं। इसलिए अब धीरे-धीरे विश्वविद्यालयों के पाठ्यक्रम से व्यावहारिक प्रशिक्षण या इंटरशिप गायब होता जा रहा है। जिन विश्वविद्यालयों के पाठ्यक्रम में इंटरशिप है भी, वहाँ भी उसे विद्यार्थियों के हवाले छोड़ दिया जाता है, जिसे वे कहीं से प्रमाणपत्र जुटाकर खानापूरी कर लेते हैं। सवाल यह है कि ऐसा क्यों हुआ? यह नौबत क्यों आई? क्योंकि पत्रकारिता शिक्षण के आरंभिक वर्षों में तो ऐसा नहीं था। आजादी के शुरुआती दौर में भले ही थोड़े विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता के डिप्लोमा संचालित हो रहे थे, लेकिन वे पूरी ईमानदारी के साथ सिद्धांत और व्यवहार के संतुलन को निभा रहे थे, बल्कि यह कहना ज्यादा सही होगा कि पूरा पाठ्यक्रम व्यवहार केंद्रित था। इसलिए आरंभिक वर्षों में उसे नाम भी प्रशिक्षण का ही दिया गया।

भारत में मीडिया शिक्षा की स्थिति

विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की तरफ से देश भर में पत्रकारिता एवं संचार शिक्षा की स्थिति की पड़ताल के लिए वर्ष 1981 में प्रो. केई ईपन और प्रो. बीएस ठाकुर के नेतृत्व में एक पैनल गठित किया गया, जिसने उसी वर्ष अपनी रिपोर्ट दी। तब तक देश में सिर्फ 25 विश्वविद्यालयों में ही पत्रकारिता का प्रशिक्षण दिया जा रहा था (ईपन एवं ठाकुर, 1981)। इनमें से भी कुछ विश्वविद्यालय सिर्फ नाम-नाम के लिए चल रहे थे। इस पैनल ने जिन दो आरंभिक प्रयासों की सबसे ज्यादा तारीफ की है, उनमें 1941 में शुरू हुए पंजाब विश्वविद्यालय के डिप्लोमा और नागपुर विश्वविद्यालय के हिल्सॉप कॉलेज में (1952) शुरू हुए डिप्लोमा पाठ्यक्रम प्रमुख हैं। पंजाब विश्वविद्यालय का पाठ्यक्रम कौशल उन्मुख था, जो प्रो. पृथ्वीपाल सिंह ने शुरू करवाया था। वे स्वयं मिसौरी विश्वविद्यालय से मास्टर डिग्री पढ़ कर आए थे और खुद अखबार और समाचार एजेंसी में काम कर चुके थे। इसलिए उन्होंने तमाम विरोधों के बावजूद एक वर्षीय डिप्लोमा प्रशिक्षण का खाका तैयार किया था। इसी तरह नागपुर में भी जो डिप्लोमा शुरू किया गया, वह उस समय के पत्रकार संगठन की माँग और उसके सक्रिय सहयोग से शुरू किया गया था। इन दोनों की सफलता को देखते हुए 1980 तक जिन विश्वविद्यालयों ने भी इस तरह के पाठ्यक्रम शुरू किए, प्रशिक्षण उनके लक्ष्य में था। इनके अतिरिक्त अनेक निजी संस्थाओं ने भी इसी तरह के पाठ्यक्रम शुरू किए। इन पाठ्यक्रमों में रिपोर्टिंग, राइटिंग और एडिटिंग पर फोकस रहता था। इनके अलावा पत्रकारिता के सिद्धांत और इतिहास तथा प्रेस कानूनों की जानकारी दी जाती थी। बाद में इसमें समाचार पत्र प्रबंधन और प्रिंटिंग भी जोड़े गए। यहाँ अध्ययन करने वाले छात्रों के लिए अखबार निकालने का अभ्यास और व्यावहारिक प्रशिक्षण (इंटरशिप) अनिवार्य था। कुछ विश्वविद्यालयों ने बाद में विज्ञापन और जनसंपर्क, फोटोग्राफी और रेडियो पत्रकारिता को भी जोड़ा। फिल्म और

टीवी पत्रकारिता को भी शामिल किया गया। अस्सी तक आते-आते संचार सिद्धांत, संचार शोध, विकास संचार, ग्रामीण संचार आदि भी शामिल हो गए (ईपन एवं ठाकुर, 1981)। असली समस्या तब शुरू हुई जब नब्बे के दशक में बड़े पैमाने पर स्नातक स्तर पर तीन वर्षीय डिग्री पाठ्यक्रम और स्नातकोत्तर स्तर पर मास्टर पाठ्यक्रम शुरू होने लगे। एक वर्ष में जो कौशल उन्मुख पाठ्यक्रम पढ़ाया जा रहा था, वह बीए से लेकर एमए तक फैल गया। कहीं कोई एकरूपता नहीं रही। वही बातें बीए में भी पढ़ाई जा रही थीं, उन्हीं का थोड़ा विस्तारित रूप एमए में भी। इससे बहुत घालमेल हुआ। जहाँ सिर्फ पत्रकारिता और जनसंचार को ही तीन साल में फैला दिया गया, वहाँ के छात्र पत्रकारिता और जनसंचार की कला में तो पारंगत हो गए, लेकिन अन्य विषयों से विमुख हो गए। दिल्ली के कुछ नामी महाविद्यालयों ने पत्रकारिता के साथ ही समाज विज्ञान के अन्य विषयों को भी जगह दी। यह फिर भी ठीक प्रयोग रहा। यही नहीं, बड़े पैमाने पर विदेशी पाठ्यक्रमों की नकल भी शुरू हुई। सबसे एमफिल-पीएचडी शुरू हुई, तब से और भी मुश्किल हो गई। चूँकि विश्वविद्यालयों में नौकरी पाने के लिए वह आवश्यक होती है, इसलिए धड़ाधड़ पीएचडी निकलने लगे। यह जरूरी नहीं कि एक पीएचडी प्राप्त व्यक्ति को खबर लिखना आए या नहीं! आज बड़ी संख्या में पत्रकारिता शिक्षण में ऐसे लोग हैं, जिन्हें वास्तव में खबर लिखना नहीं आता, लेख तो दूर की बात है। ये ही लोग पत्रकारिता शिक्षा में अनिवार्य प्रशिक्षण के सबसे बड़े विरोधी हैं। नतीजा यह हो रहा है कि ज्यादातर युवा जो सरकारी विश्वविद्यालयों से एमए की डिग्री लेकर आते हैं, उन्हें खबर तक लिखनी नहीं आती। यहीं पर मीडिया उद्योग में इन डिग्रीधारियों का विरोध चालू होता है। यह स्थिति केवल भारत में ही हो, ऐसा भी नहीं है। भारत में तो युवाओं की अनियोजनीयता के कारण ऐसा हो रहा है, लेकिन ब्रिटेन में मीडिया शिक्षा के अति सिद्धांत-प्रेम की वजह से विरोध हो रहा है (जोसेफी, 2016)।

कौशल है या सिद्धांत

इसलिए एक बार फिर से यह बहस सतह पर आ गई कि पत्रकारिता एक कौशल है या एक पूर्ण विषयगत अनुशासन! कौशल मानने वाले लोग कहते हैं कि पत्रकारिता को पहले की ही तरह प्रशिक्षण कार्यक्रम के रूप में पढ़ाया जाना चाहिए, जैसे कि भारतीय जनसंचार संस्थान में अलग-अलग एक वर्षीय स्नातकोत्तर डिप्लोमा चल रहे हैं। क्योंकि समाचारों का कोई एक विषय नहीं होता। दुनिया के किसी भी कोने से किसी भी विषय की खबर या विचार आ सकता है, जिसे डेस्क पर बैठे उप संपादक को संपादित करना होता है। ऐसे में जब उप संपादक को विविध विषयों की जानकारी ही नहीं होगी तो वह कैसे अपने काम को अंजाम देगा। दूसरा वर्ग कहता है कि इसे सामाजिक विज्ञान की एक शाखा के रूप में विकसित किया जाना चाहिए। ब्रिटेन में लंबे समय तक पत्रकारिता शिक्षा को सिर्फ कौशल-प्रशिक्षण के रूप में ही देखा गया। सत्तर के दशक में आकर वहाँ इसे एक अनुशासन के रूप में मान्यता मिली (जोसेफी, 2016)। भारत में अब मीडिया में स्कूल से लेकर पीएचडी तक पढ़ाई होने लगी है, लेकिन किस स्तर पर क्या पढ़ाया जाए, इस विषय पर आज भी स्पष्टता नहीं है। वर्ष 2011 में सूचना और प्रसारण मंत्रालय की तरफ से मीडिया शिक्षा समिति बनाई गई थी। 2012 में आशा स्वरूप की अध्यक्षता में इस समिति ने अपनी रिपोर्ट भी दी थी और कहा था कि विषय की नाजुकता को देखते

हुए सरकार को इसे नियंत्रित करना चाहिए। लेकिन इस विषय पर मतभेद और विवाद होने से इसे लागू नहीं किया जा सका (गौड़, 2020)।

समाधान के सूत्र

इसमें कोई दो राय नहीं कि आज मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में अराजकता व्याप्त है। निजीकरण ने इसमें आग में घी डालने का काम किया है। एक अत्यंत संवेदनशील व्यवसाय होने से इसे यों ही नहीं छोड़ा जा सकता। व्यवहार और सिद्धांत के बीच कहीं-न-कहीं संतुलन कायम करना होगा। व्यवसाय की सेहत के लिए यह जरूरी है कि एक सीमा तक सिद्धांत और आदर्श भी पढाये जाएँ और साथ ही व्यावहारिक ज्ञान को भी उपेक्षित न छोड़ा जाए। यदि छात्र के पास सिद्धांत का आधार नहीं होगा तो वह समय और व्यावसायिक मजबूरियों की कठपुतली बन जाएगा, इसलिए परिस्थितियों को गहराई से समझने के लिए यह जरूरी है कि उसके पास सिद्धांतों का ज्ञान हो। यह एक तरह से पेशेवर जरूरत भी है। सिद्धांत से विद्यार्थियों में आलोचनात्मक दृष्टि का विकास होता है, लोकतांत्रिक मूल्यों, प्रक्रियाओं और ऐतिहासिक और सांस्कृतिक संदर्भों को समझने में मदद मिलती है। सिर्फ तकनीकी कौशल के ज्ञान से युक्त विद्यार्थी बहुत आगे तक नहीं चल सकता, लेकिन दूसरी तरफ यह समझना भी जरूरी है कि पत्रकारिता को सिर्फ बंद कमरे में बैठकर नहीं समझा जा सकता। जिंदगी की हकीकतों को बाहर निकल कर ही समझा जा सकता है। अच्छे पेशेवरों के पास बैठकर ही सच्ची पत्रकारिता सीखी जा सकती है। सिर्फ सिद्धांतों की घुट्टी पिलाने से भी व्यावहारिक पत्रकार नहीं तैयार किए जा सकते। इसलिए पत्रकारिता की शिक्षा में सिद्धांत और व्यावहारिक ज्ञान के बीच समुचित संतुलन बिठा कर ही आगे बढ़ा जा सकता है (तराजकोस्का एवं अन्य, 2015)।

निष्कर्ष

इसलिए पत्रकारिता के छात्रों को जनसंचार के मूलभूत सिद्धांतों के साथ ही प्रमुख मीडिया कानून, आचार संहिता, नैतिकता से जुड़े प्रश्न, ऐतिहासिक पृष्ठभूमि और शोध का ज्ञान तो दिया ही जाए, साथ ही पत्रकारिता के व्यावहारिक पहलुओं पर भी पूरा बल दिया जाए। उन्हें भाषा की अच्छी समझ हो, तकनीक में महारथ हो और रिपोर्टिंग, संपादन और विविध विषयों और विविध विधाओं पर लेखन का अच्छा अभ्यास हो। तभी वे स्वयं का, पत्रकारिता के पेशे का और अपने समय और समाज का हित साध पाएँगे। यह तभी संभव है, जब जनसंचार के शिक्षकों को

समय-समय पर व्यावसायिक प्रशिक्षण दिया जाए। भले ही इसके लिए साल-दो साल में उन्हें भी 15-20 दिनों के लिए मीडिया प्रतिष्ठानों में जाकर इंटरशिप ही क्यों न करनी पड़े। सबसे जरूरी यह है कि सरकार अन्य पेशों की तरह ही इसके लिए भी एक परिषद् का गठन करे। चिकित्सा, कानून और अन्य तकनीकी विषयों की तरह ही इसमें भी सिद्धांत और व्यवहार का अनुपात तय हो और अनिवार्यता से इसका नियमन किया जाए।

संदर्भ

ईपन, के. ई. एवं ठाकुर, बी. एस. (1981). रिपोर्ट ऑन द स्टेट्स ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन एजुकेशन इन इंडिया. नई दिल्ली: यूनिवर्सिटी ग्रांट्स कमीशन.

कोलंबिया युनिवर्सिटी (n.d.). कोलंबिया जर्नलिज्म स्कूल. www.columbia.edu: <https://journalism.columbia.edu/about> से पुनः प्राप्त

कुरपीस, डी.डी. (2017, जनवरी 27). स्ट्रेटैजिक प्लान ऑफ 2017. <https://journalism.missouri.edu/wp-content/uploads/2020/01/jschool-strategic-plan.pdf> से पुनः प्राप्त

गौड़, डी. ए. (2020). मीडिया एजुकेशन इन इंडिया एंड यूके. *मीडिया वॉच*, 278-284.

जोसेफी, बी. (2016, जुलाई 7). *जर्नलिज्म एजुकेशन*. <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-92> से पुनः प्राप्त

ट्राजकोसवा, जेड., सोपार. वी., जॉजीव्सकी, बी. एवं एस्केनतीवस्का, एम. (2015). बैक टू द ड्रॉइंग बोर्ड: क्राफ्टिंग द आइडियल जर्नलिज्म करिकुला फॉर साउथ ईस्ट यूरोप. स्कोपजे: स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एंड पब्लिक रिलेशंस

दत्ता, ए. (2020, जून 20). *हंड्रेड ईयर्स ऑफ मीडिया एंड जर्नलिज्म एजुकेशन इन इंडिया*. <https://nenow.in/education/100-years-of-media-and-journalism-education-in-india.html> से पुनः प्राप्त



पत्रकारिता शिक्षण का भविष्य : मेडिकल शिक्षा का मॉडल या आलोचनात्मक शिक्षण का मॉडल?

डॉ. आनंद प्रधान¹

सारांश

भारत में पत्रकारिता शिक्षण का सौ साल का सफर कई उतार-चढ़ाव और चुनौतियों से भरा रहा है। हालाँकि पत्रकारिता शिक्षण ने शैक्षणिक अनुशासनों के बीच धीरे-धीरे एक पहचान बना ली है, लेकिन उसे समाजविज्ञान और मानविकी के प्रमुख अनुशासनों की तरह एक स्वतंत्र और सम्मानजनक पहचान बनाना बाकी है। पत्रकारिता शिक्षण पर अमेरिकी और यूरोपीय प्रभावों से लेकर उसके सामाजिक-विज्ञान और मानविकी के अन्य अनुशासनों के साथ अन्तर-अनुशासनिक संबंधों, सिद्धांत बनाम कौशल प्रशिक्षण, गुणवत्तापूर्ण अकादमिक शोध के अभाव और पाठ्यक्रम और शिक्षण पद्धति के वि-औपनिवेशीकरण जैसी बहसों लगातार चलती रही हैं। यह शोधपत्र इन अकादमिक बहसों की पृष्ठभूमि में पत्रकारिता शिक्षण की भविष्य की चुनौतियों को रेखांकित करने की कोशिश है। शोधपत्र पिछले कुछ दशकों में संचार, समाचार मीडिया और पत्रकारिता के वैश्विक और घरेलू परिदृश्य में आये परिवर्तनों के संदर्भ में पत्रकारिता शिक्षण की भविष्य की दिशा को लेकर वैश्विक स्तर पर जारी बहसों की आलोचनात्मक पड़ताल करते हुए भारत में पत्रकारिता शिक्षण की दिशा और संभावनाओं पर चर्चा करता है।

संकेत शब्द : पत्रकारिता शिक्षण, शिक्षण अस्पताल माडल, उद्यमिता पत्रकारिता माडल, आलोचनात्मक शिक्षण पद्धति

प्रस्तावना

भारत में पत्रकारिता शिक्षण की शुरुआत को वैश्विक स्तर पर विश्वविद्यालय स्तर पर पत्रकारिता में औपचारिक प्रशिक्षण की शुरुआत के सांस्थानिक और व्यक्तिगत प्रयासों के साथ जोड़कर देखा जाना चाहिए। आश्चर्य नहीं कि वैश्विक स्तर पर उच्च शिक्षा में पत्रकारिता शिक्षण की शुरुआत के एक-सवा दशक के अंदर ही भारत में भी पत्रकारिता शिक्षण की शुरुआत हुई। हालाँकि शुरुआती प्रयासों की आयु लंबी नहीं रही और उसे एक स्थायित्व और पहचान मिलने में कई दशक और लग गए। लेकिन इससे यह स्पष्ट था कि भारत भी उस वैश्विक सोच और प्रयासों से अलग नहीं था, जो 19वीं सदी के आखिरी और 20वीं सदी के शुरुआती वर्षों में समाचारपत्र-पत्रिकाओं की बढ़ती प्रसार संख्या, लोकप्रियता और समाचारपत्र व्यवसाय के फलने-फूलने के साथ पत्रकारिता के औपचारिक शिक्षण-प्रशिक्षण की जरूरत महसूस की जाने लगी थी।

ध्यान रहे कि सबसे पहले अमेरिका में मिसौरी विश्वविद्यालय ने 1908 में पत्रकारिता विभाग की स्थापना की और पत्रकारिता के औपचारिक प्रशिक्षण की शुरुआत की थी (फोर्कर्ट्स, 2014; मेड्सजर, 2006)। हालाँकि अमेरिकी समाचारपत्र स्वामी जोसफ पुलित्जर काफी पहले से पत्रकारिता में विश्वविद्यालय स्तर पर शिक्षण-प्रशिक्षण की वकालत कर रहे थे और उन्होंने पत्रकारिता में औपचारिक शिक्षण शुरू करने के लिए कोलंबिया विश्वविद्यालय को 1892 में 20 लाख डालर का अनुदान दिया था, लेकिन विश्वविद्यालय उस समय इसके लिए तैयार नहीं हुआ। आखिरकार कोलंबिया ने 1912 में पत्रकारिता का पाठ्यक्रम शुरू किया। इसके बाद अगले एक दशक में कई और अमेरिकी विश्वविद्यालयों ने पत्रकारिता के संकाय/विभाग और पाठ्यक्रम शुरू किए जिसमें से कई पाठ्यक्रमों ने वैश्विक स्तर पर पहचान बनाई है।

लेकिन यहाँ यह याद रखा जाना चाहिए कि 1920 के दशक में जब भारत में डॉ. एनी बेसेंट ने नेशनल युनिवर्सिटी, मद्रास में थियोसोफिकल सोसायटी के तहत पहले पत्रकारिता प्रशिक्षण कार्यक्रम की शुरुआत की, उस समय देश में ब्रिटिश उपनिवेशवाद के खिलाफ स्वराज के लिए राष्ट्रीय आंदोलन गति पकड़ रहा था, राष्ट्रीय मंच पर गांधी का आगमन हो चुका था और अंग्रेजी राज के दमन के बावजूद राष्ट्रीय आंदोलन के समर्थन में कई भारतीय भाषाओं और अलग-अलग स्थानों से शुरू हुई छोटी-मझोली देशी पत्र-पत्रिकाओं की लोकप्रियता बढ़ने लगी थी। राष्ट्रीय आंदोलन के नेताओं और संगठनों ने भी लोगों को जागरूक और संगठित करने के उद्देश्य से अखबार और पत्रिकाएँ निकालनी शुरू कर दी थीं।

जाहिर है कि ये किसी पत्रकारिता पाठ्यक्रम में प्रशिक्षित पत्रकार नहीं थे, बल्कि उस दौर की जरूरतों को देखते हुए उन्होंने पत्रकारिता शुरू की, उसमें नए प्रयोग किए, भाषा गढ़ी और अखबारों/पत्रिकाओं को आंदोलन की आवाज बना दिया। उनके संपादकों और पत्रकारों के लिए उनकी पत्र-पत्रिकाएँ ही प्रशिक्षण केंद्र थे। उनकी पत्रकारिता राष्ट्रीय आंदोलन और वैचारिक बहसों में प्रशिक्षित हुई। उनकी पत्रकारिता उद्देश्य या मिशन की पत्रकारिता थी जिसका अपना पक्ष स्पष्ट था। उन्हें अलग से पत्रकारिता शिक्षण की जरूरत महसूस नहीं हुई, बल्कि उनमें से अधिकांश यह मानते थे कि पत्रकारिता के लिए प्रशिक्षण और डिग्री की नहीं, प्रतिबद्धता, विचार, अनुभव और लेखकीय प्रतिभा की जरूरत है।

यही नहीं, उस दौर के बड़े अंग्रेजी अखबारों में भी पत्रकारों के विश्वविद्यालय में प्रशिक्षण और डिग्री को लेकर कोई उत्साह या उत्सुकता नहीं थी। उस दौर के ज्यादातर संपादक और पत्रकार अखबार में प्रशिक्षु पत्रकार के रूप में काम करते हुए अप्रेंटिसशिप में प्रशिक्षित हुए थे। उनमें से कई मानते थे कि पत्रकार पैदाइशी होता है, उसे प्रशिक्षण देकर नहीं

¹पाठ्यक्रम निदेशक, भारतीय भाषा विभाग, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली. ईमेल: apradhan28@gmail.com

बनाया जा सकता है। हैरानी की बात नहीं है कि डॉ. एनी बेसेंट का मद्रास में पत्रकारिता प्रशिक्षण का प्रयोग लंबा नहीं चला और जल्दी ही बंद हो गया।

लेकिन पत्रकारिता शिक्षण की प्रासंगिकता को लेकर पुलित्जर के जमाने से शुरू हुई वह बहस आज भी बंद नहीं हुई है कि पत्रकार जन्मजात प्रतिभा के साथ पैदा होते हैं या उन्हें विश्वविद्यालयों में प्रशिक्षित करके पत्रकार बनाया जा सकता है। हालाँकि इस बीच पलड़ा काफी हद तक पत्रकारिता शिक्षण के पक्ष में झुक गया है, लेकिन जन्मजात पत्रकार की धारणा में विश्वास करनेवाले खत्म नहीं हुए हैं। इसी तरह पत्रकारिता शिक्षण के प्रारंभ से उसके स्वरूप और प्रकृति को लेकर शुरू हुई यह बहस भी कमोबेश जारी है कि पत्रकारिता शिक्षण का फोकस और जोर सिद्धांत, अवधारणाओं, शोध और ज्ञान पर होना चाहिए या पत्रकारिता की तकनीक और कौशल पर।

इसी से जुड़ी एक और बहस लंबे समय से जारी है कि पत्रकारिता शिक्षण को एक गंभीर और स्वतंत्र अकादमिक अनुशासन माना जाए या उसे सिर्फ व्यावसायिक (वोकेशनल) प्रशिक्षण का विषय माना जाए (मूर्ति, 2011)? हालाँकि इस बीच वैश्विक स्तर पर पत्रकारिता शिक्षण का व्यापक प्रसार हुआ है और दुनिया के अनेकों विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता प्रशिक्षण के अंडर-ग्रेजुएट और ग्रेजुएट पाठ्यक्रमों के साथ शोध (पीएचडी) के कार्यक्रम सफलतापूर्वक चल रहे हैं, लेकिन यह बहस नए-नए सवाल के साथ उठती रहती है कि पत्रकारिता के शिक्षण-प्रशिक्षण कार्यक्रमों का स्वरूप और प्रकृति क्या हो (डियूज, 2006)? इसके साथ यह बहस भी गाहे-बगाहे उठती रहती है कि पत्रकारिता शिक्षण को संचार/जनसंचार/मीडिया अध्ययन के विकसित होते अकादमिक अनुशासन के व्यापक छाते के नीचे रहना चाहिए या उसे समाजविज्ञान या मानविकी के तहत स्वतंत्र अनुशासन के रूप में विकसित होने की कोशिश करनी चाहिए या फिर उसे एक अंतर-अनुशासनिक विषय के रूप में अपना भविष्य देखना चाहिए?

इसके अलावा विकसित पश्चिमी देशों से इतर दक्षिणी गोलार्द्ध के विकासशील और गरीब देशों में पत्रकारिता/संचार/जनसंचार/मीडिया अध्ययन के अकादमिक और प्रोफेशनल प्रशिक्षण कार्यक्रमों में यह बहस भी शिद्वत से उठती रही है कि पाठ्यक्रमों और शिक्षण पद्धति पर पश्चिमी देशों खासकर अमेरिकी प्रभाव को कम किया जाना चाहिए या उनका वि-औपनिवेशीकरण होना चाहिए (उल्लाह, 2014)।

कहने की जरूरत नहीं है कि भारत भी इन अकादमिक और प्रोफेशनल बहसों से अछूता नहीं रहा है। इन बहसों और चर्चाओं ने ही पत्रकारिता शिक्षण की इस सौ साल की यात्रा में उसे अपना एक स्वरूप गढ़ने, पहचान बनाने, अकादमिक सम्मान और स्वीकृति हासिल करने और भविष्य की दिशा तय करने में मदद की है। लेकिन 20वीं सदी के आखिरी और 21वीं सदी के पिछले दो दशकों में वैश्विक और राष्ट्रीय स्तर पर मीडिया परिदृश्य में व्यापक बदलाव आए हैं। इन बदलावों ने पत्रकारिता शिक्षण के लिए अनेकों नए सवाल खड़े कर दिए हैं और नई चुनौतियाँ पैदा कर दी हैं। इन युगांतकारी बदलावों की मीमांसा के बिना पत्रकारिता शिक्षण के भविष्य की चुनौतियों और दिशा पर चर्चा मुश्किल है।

मीडिया परिदृश्य में बदलाव और पत्रकारिता शिक्षण की चुनौतियाँ

पिछले तीन-चार दशकों में वैश्विक और घरेलू संचार और मीडिया परिदृश्य में अनेकों बदलाव आए हैं, जिनका सीधा या परोक्ष प्रभाव पत्रकारिता शिक्षण पर भी पड़ा है। हालाँकि इन सभी बदलावों के बारे में यहाँ चर्चा संभव नहीं है, लेकिन कुछ महत्वपूर्ण बदलावों का उल्लेख जरूरी है, क्योंकि उनका सीधा या परोक्ष संबंध पत्रकारिता शिक्षण की भविष्य की दिशा और चुनौतियों से है।

इसमें कोई संदेह नहीं है कि इन तीन दशकों में वैश्विक राजनीति और अर्थतंत्र में कई युगांतकारी बदलाव हुए हैं, जिनमें संचार और मीडिया की अग्रणी भूमिका रही है। नव उदारिकरण की सैद्धांतिकी और नीतियों के साथ मुक्त बाजार, वि-नियमीकरण (डी-रेगुलेशन), निजीकरण पर जोर और वित्तीय पूँजी की अगुवाई में भूमंडलीकरण की प्रक्रिया के तहत राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थाओं के एकीकरण, उदारिकरण और निजीकरण की परिघटना को आकार देने में संचार क्रांति की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। दूसरी ओर, उदारिकरण, निजीकरण और भूमंडलीकरण की प्रक्रिया ने संचार और पत्रकारिता को भी गहराई से प्रभावित किया है। इस संचार क्रांति ने कई अंतर्निहित विसंगतियों और अंतर्विरोधों के बावजूद भूमंडलीकरण की प्रक्रिया को न सिर्फ संभव बनाया, बल्कि उसे गति भी दी। दूरसंचार, सूचना तकनीक और मीडिया के क्षेत्रों में तीव्र तकनीकी बदलावों से समय और स्थान (टाइम और स्पेस) के सिकुड़ने की प्रक्रिया और तेज हुई।

इस कारण वैश्विक और राष्ट्रीय स्तर पर मीडिया परिदृश्य और उद्योग में कई अभूतपूर्व बदलाव दिखाई दे रहे हैं, जो न सिर्फ एक-दूसरे से जुड़े हैं, बल्कि एक-दूसरे को प्रभावित भी करते हैं। पहला बड़ा बदलाव यह हुआ है कि संचार क्रांति, वित्तीय पूँजी, उदारिकरण, भूमंडलीकरण और निजीकरण ने एक ओर मीडिया उद्योग में कारपोरेटीकरण, एकीकरण-अधिग्रहण की प्रक्रिया को तेज किया और दूसरी ओर, पहले बहुराष्ट्रीय लिगेसी मीडिया कंपनियों (रूपर्ट मर्डोक की न्यूज इंटरनेशनल, वायकाम, डिज्नी, टाइम वार्नर आदि) और पिछले डेढ़ दशक में न्यू मीडिया या बहुराष्ट्रीय डिजिटल-टेक्नालाजी कंपनियों (अल्फाबेट-गूगल, अमेजन, फेसबुक, एपल, माइक्रोसॉफ्ट आदि) को उभरने और वैश्विक मीडिया परिदृश्य पर छाने में मदद की है।

इसके साथ दूसरा बड़ा बदलाव यह हुआ है कि तकनीकी और संचार क्रांति के कारण जैसे सभी उद्योगों और कारोबारों में जबरदस्त उथल-पुथल और व्यवधान से काफी कुछ उलट-पलट गया है, वैसे ही वैश्विक मीडिया उद्योग और कारोबार में भी भारी उथल-पुथल का माहौल है। नए डिजिटल माध्यमों के तीव्र प्रसार के साथ आडिपेंस के मीडिया उपभोग की आदतों में काफी बदलाव आया है। इस कारण लिगेसी मीडिया जैसे समाचारपत्र, टीवी, रेडियो, पारंपरिक सिनेमा के लिए पाठकों/दर्शकों/श्रोताओं को आकर्षित करने में मुश्किल हो रही है। इसका सीधा असर प्रिंट माध्यमों खासकर अखबारों-पत्रिकाओं के तेजी से गिरते सर्कुलेशन और कुछ हद तक लिगेसी टीवी और रेडियो के दर्शकों/श्रोताओं की संख्या में गिरावट के रूप में दिखाई पड़ रहा है।

इससे उनका विज्ञापन आधारित बिजनेस मॉडल भी संकट में फँस

गया है। ऐसा माना जाता है कि विज्ञापन आधारित इस बिजनेस मॉडल ने कोई सौ सालों से ज्यादा समय तक उदार पूँजीवादी लोकतंत्रों में स्वतंत्र समाचार मीडिया को टिका कर रखा। लेकिन नए डिजिटल माध्यमों और सोशल मीडिया प्लेटफार्मों की बढ़ती लोकप्रियता, लिगेसी माध्यमों में विश्वसनीयता के संकट और विज्ञापनों के बड़े हिस्से के लिगेसी माध्यमों से डिजिटल माध्यमों खासकर गूगल और फेसबुक की ओर चले जाने से लिगेसी समाचार माध्यमों का बिजनेस मॉडल लगभग ध्वस्त हो गया है (केज, 2016)। वे अस्तित्व के संकट से जूझ रहे हैं, जिसका नतीजा ज्यादातर विकसित देशों में अनेकों छोटे-मझोले समाचारपत्रों के बंद होने और उनके पत्रकारों की छँटनी के रूप में सामने आ रहा है।

ऐसे में, खुद को बचाने के लिए अनेकों लिगेसी समाचार मीडिया कंपनियों ने अपने डिजिटल रूपांतरण पर जोर दिया है। हालाँकि इसमें उन्हें मिश्रित सफलता मिली है, क्योंकि ज्यादातर लिगेसी न्यूज ब्रांड और कंपनियाँ अभी भी संघर्ष कर रही, जबकि कुछ बड़े न्यूज ब्रांड जैसे न्यूयार्क टाइम्स, वाशिंगटन पोस्ट, गार्जियन आदि के डिजिटल रूपांतरण ने उन्हें सँभाल लिया है (डब्ल्यू.ए.एन-आई.एफ.आर.ए, 2021)। भारत में भी ज्यादातर लिगेसी न्यूज मीडिया कंपनियों ने डिजिटल रूपांतरण पर जोर दिया है, लेकिन अनेकों छोटी-मझोली लिगेसी न्यूज मीडिया कंपनियाँ संकट का सामना कर रही हैं। नतीजा, पिछले तीन दशकों में कई छोटे-बड़े अखबार बंद हो गए या मरणासन्न हैं या बड़े समूहों द्वारा अधिग्रहीत कर लिए गए हैं (मेयर, 2009)।

समाचार मीडिया के पारंपरिक बिजनेस मॉडल के ध्वस्त होने, उनके मुनाफे और राजस्व पर बढ़ते दबाव और लिगेसी समाचार मीडिया कंपनियों के बढ़ते वित्तीय संकट का एक और नतीजा यह हुआ है कि समाचार मीडिया कंपनियों पर उनके विज्ञापनदाताओं का दबाव और अधिक बढ़ गया है और उन्हें अपनी स्वतंत्रता और पत्रकारीय नैतिकता की कीमत पर समझौते करने पड़ रहे हैं। आश्चर्य नहीं कि कई देशों में कारपोरेट के साथ सरकारों ने भी समाचार मीडिया के बड़े हिस्से को अपने अनुकूल और सत्ता-समर्थक 'नरेटिव' और स्पिन को आगे बढ़ाने और प्रोपेगंडा के लिए 'को-आप्ट' कर लिया है। इसने पूर्वी यूरोप और दुनिया के अनेकों देशों में एक नई परिघटना को जन्म दिया है, जिसे मीडिया विश्लेषक 'मीडिया कैप्चर' की परिघटना के रूप में पारिभाषित कर रहे हैं (शिफ्रिन, 2017)।

मीडिया परिदृश्य में तीसरा बड़ा बदलाव मोबाइल टेलीफोन और इंटरनेट का तीव्र प्रसार और उसका समाचार और मनोरंजन मीडिया तक पहुँचने के लिए प्राथमिक और मुख्य डिवाइस की तरह तेजी से बढ़ता इस्तेमाल और सोशल मीडिया प्लेटफार्म, न्यूज एग्रीगेटर, मैसेजिंग एप और दूसरे लोकप्रिय एप की बढ़ती लोकप्रियता के रूप में सामने आया है। अमेरिका समेत पश्चिम के अनेकों विकसित देशों में लगभग दो तिहाई लोगों के लिए समाचारों/सूचनाओं का प्राथमिक स्रोत स्मार्टफोन और उस पर उपलब्ध सोशल मीडिया प्लेटफार्म हो गए हैं (डिजिटल न्यूज रिपोर्ट, 2020)।

भारत में भी सूचनाओं/समाचारों तक पहुँचने के लिए ज्यादातर लोग व्हाट्सएप, यू-ट्यूब और फेसबुक जैसे सोशल मीडिया, न्यूज

एग्रीगेटर और मैसेजिंग प्लेटफार्म का इस्तेमाल कर रहे हैं (डिजिटल न्यूज रिपोर्ट, 2021)। एक तरह से सोशल मीडिया और मैसेजिंग प्लेटफार्म वह पाईपलाइन या मध्यस्थ (इंटरमिडियरी) हैं, जिनके जरिये लोग लिगेसी समाचार माध्यमों तक पहुँच रहे हैं। लिगेसी समाचार मीडिया के डिजिटल ट्रैफिक का अच्छा-खासा हिस्सा सोशल मीडिया और मैसेजिंग प्लेटफार्मों के जरिये आ रहा है। यही नहीं, लिगेसी समाचार माध्यमों की ट्रैफिक के लिए सोशल मीडिया और मैसेजिंग प्लेटफार्म पर निर्भरता बढ़ती जा रही है।

लेकिन मुश्किल यह है कि समाचार संकलन और प्रस्तुति पर सारा खर्च लिगेसी न्यूज मीडिया करती है, लेकिन विज्ञापन राजस्व का बड़ा हिस्सा सोशल मीडिया कंपनियाँ ले जा रही हैं। यह एक नए तनाव और टकराव को जन्म दे रहा है और आस्ट्रेलिया, फ्रांस आदि देशों में लिगेसी न्यूज मीडिया कंपनियों के दबाव में उनकी सरकारें प्रमुख सोशल मीडिया प्लेटफार्म (फेसबुक) और न्यूज एग्रीगेटर (गूगल) पर रेवेन्यू शेयर करने के लिए दबाव डाल रही हैं (बीबीसी, 2021)। दूसरी ओर, कई बड़ी लिगेसी न्यूज मीडिया कंपनियाँ और पब्लिशर सोशल मीडिया प्लेटफार्मों और न्यूज एग्रीगेटरों पर निर्भरता कम करने और अपने कंटेंट को डिजिटल पे-वाल और सब्सक्रिप्शन के पीछे ले जाने की कोशिश कर रहे हैं। इस कारण इंटरनेट पर गुणवत्तापूर्ण (क्वालिटी), विश्वसनीय, और तथ्यपूर्ण कंटेंट अब मुफ्त नहीं रह गया है (माजिद, 2021)।

डिजिटल माध्यमों- सोशल मीडिया और मैसेजिंग एप की बढ़ती लोकप्रियता के साथ मीडिया परिदृश्य में चौथा बड़ा बदलाव यह आया है कि वैश्विक स्तर पर और भारत में भी इन प्लेटफार्म के जरिये बड़े पैमाने पर फेक न्यूज या झूठी 'खबरों' और सूचनाओं, प्रोपेगंडा, हेत स्पीच और कांस्पिरेसी थियरी की बाढ़-सी आ गई है। इसने लोकतांत्रिक प्रक्रिया, पब्लिक स्फीयर, जनमत, सामुदायिक शांति और सौहार्द को प्रदूषित और विषाक्त कर दिया है। दुनिया भर में सरकारें, नागरिक और पुलिस प्रशासन, सिविल सोसायटी, समाचार माध्यमों से लेकर अन्य लोकतांत्रिक संस्थाएँ इस परिघटना से चिंतित और जूझ रही हैं (मार्गन, 2018)।

मीडिया परिदृश्य में पाँचवाँ बड़ा बदलाव यह आया है कि जन माध्यमों के कन्वर्जेंस और नए डिजिटल माध्यमों के व्यापक विस्तार और प्रसार के साथ पत्रकारिता के स्वरूप और तौर-तरीकों में भी व्यापक बदलाव आया है। प्रिंट, टीवी, रेडियो और डिजिटल के बीच के दायरे टूट रहे हैं, न्यूजरूम का एकीकरण हो रहा है और माध्यम/प्लेटफार्म से परे पत्रकारिता (प्लेटफार्म एग्नोस्टिक जर्नलिज्म) और मल्टी-टास्किंग पत्रकारों की माँग बढ़ रही है। डिजिटल माध्यमों (सोशल मीडिया प्लेटफार्म सहित) ने नए पत्रकारीय उपक्रमों (वेंचर) के लिए प्रवेश बाधा (एंटी बैरियर) को काफी नीचे और सस्ता कर दिया है। इसने समाचार मीडिया स्पेस खासकर डिजिटल स्पेस में नए प्रयोगों और उद्यमिता को हवा दी है।

इस कारण एक ओर जहाँ बड़ी और लिगेसी न्यूज मीडिया कंपनियाँ दर्जनों सामान्य और विशेषीकृत (निश) समाचार/इन्फोटेमेंट उपक्रम शुरू कर रही हैं, वहीं दूसरी ओर, नए निवेशकों ने भी अनेकों नए डिजिटल समाचार मीडिया उपक्रमों में निवेश किया है, पत्रकारों के समूह खुद अपने मीडिया उपक्रम शुरू कर रहे हैं और अनेकों व्यक्तिगत पत्रकार (वन मैन/

वूमेन आर्मी) भी अपने समाचार/विचार के पत्रकारीय उपक्रम (जैसे यू-ट्यूब चैनल) शुरू कर और चला रहे हैं। हालाँकि इनमें से कुछ को छोड़कर ज्यादातर अपने लिए टिकाऊ बिजनेस मॉडल नहीं ढूँढ़ पाए हैं और अपने अस्तित्व के लिए संघर्ष करते दिखाई देते हैं। लेकिन इन नए उपक्रमों ने अपना स्वतंत्र और वैकल्पिक बिजनेस/राजस्व मॉडल खोजने और उसमें प्रयोग की कोशिश जरूर की है। इस प्रक्रिया में सब्सक्रिप्शन, ऑडिएंस डोनेशन, दानदाताओं, न्यूज कोऑपरेटिव से लेकर विज्ञापन/स्पांसरशिप पर जोर दिया है (ग्लेजर, 2020; स्टार्डेट्स, 2021)।

मीडिया परिदृश्य में छठा बड़ा बदलाव यह दिखाई दे रहा है कि वैश्विक स्तर पर चुनिंदा अपवादों को छोड़कर ज्यादातर देशों में लोक प्रसारण सेवाएँ लगातार कमजोर और अप्रासंगिक होती जा रही हैं। उनकी स्वायत्तता, स्वतंत्रता और सृजनात्मकता में निरंतर हास के साथ उनके निजीकरण और बाजारीकरण ने उनकी पहचान पर संकट खड़ा कर दिया है। दूसरे, ज्यादातर देशों में नौकरशाहों के शिकंजे में जकड़े लोक प्रसारक अपनी सांस्थानिक जड़ता और सृजनात्मकता के अभाव के कारण डिजिटल क्रांति को आत्मसात करने और डिजिटल कायांतरण में भी नाकाम रहे हैं। इस मामले में बीबीसी, एनपीआर और ड्यूश वेले जैसे कुछ लोक प्रसारकों को छोड़कर ज्यादातर से डिजिटल बस छूट गई लगती है। लोक प्रसारण सेवाओं के कमजोर होने से निजी प्रसारकों और समाचार मीडिया कंपनियों का दबदबा और बढ़ गया है और मीडिया परिदृश्य में विविधता और बहुलता और कम हो गई है।

मीडिया परिदृश्य में सातवाँ बड़ा बदलाव यह आया है कि वैश्विक स्तर पर उदार लोकतंत्र ढलान पर दिख रहा है। दुनिया के अनेकों देशों में राजनीतिक रूप से ताकतवर पापुलिस्ट और अधिनायकवादी रुझान के नेता और सरकारें अभिव्यक्ति और मीडिया की आजादी को नियंत्रित और बाधित करने की कोशिश कर रही हैं। इसके साथ ही अमेरिका समेत अधिकांश देशों में सार्वजनिक विमर्श राजनीतिक-वैचारिक स्तर पर लगातार उन्माद की हद तक ध्रुवीकृत, अपमानपूर्ण, हिंसक और नफरत भरा होता जा रहा है। इसमें उदार, स्वतंत्र और क्रिटिकल समाचार मीडिया के लिए काम करना मुश्किल होता जा रहा है। पत्रकारों को ऑनलाइन और ऑफलाइन हमलों का निशाना बनाया जा रहा है। महिला पत्रकारों को गाली-गलौज से लेकर यौन हिंसा की धमकियाँ दी जा रही हैं। पत्रकारों की शारीरिक और आनलाइन सुरक्षा एक बड़ा मुद्दा बन गया है (केनी, 2019; रेपुच्ची, 2019)।

पत्रकारिता शिक्षण के मॉडल और चुनौतियाँ

इस वैश्विक और घरेलू मीडिया परिदृश्य में भारत में पत्रकारिता शिक्षण के भविष्य की दिशा और चुनौतियों को देखा और समझा जाना चाहिए। यहाँ उल्लेखनीय है कि कोई एक दशक पहले अमेरिका में पत्रकारिता शिक्षण के लिए विश्वविद्यालयों और उनके पत्रकारिता स्कूलों को अनुदान देनेवाले छह महत्वपूर्ण दानदाता प्रतिष्ठानों के प्रमुखों ने विश्वविद्यालयों के अध्यक्षों (कुलपतियों) को पत्र लिखकर इस नए डिजिटल युग में पत्रकारिता शिक्षण में 'शिक्षण अस्पताल' मॉडल को महत्व देने और उसे अंगीकार करने की माँग उठाई थी। उनका कहना था कि पत्रकारिता स्कूलों और संस्थानों को मीडिया उद्योग के प्रोफेशनलों को

ज्यादा जगह देने, पाठ्यक्रमों और तकनीकी इंफ्रास्ट्रक्चर को आधुनिक बनाने और अनुप्रयुक्त शोध पर जोर देने की जरूरत है (न्यूटन, 2012)।

'शिक्षण अस्पताल' मॉडल, असल में पत्रकारिता शिक्षण को मेडिकल शिक्षा के पैटर्न पर ढालने की माँग है, जिसमें मेडिकल कॉलेज के साथ अनिवार्य रूप से अस्पताल को भी संलग्न किया जाता है, ताकि छात्रों को वास्तविक परिस्थितियों और मरीजों के साथ सीखने का अवसर मिले। कहने की जरूरत नहीं है कि यह कोई नया प्रस्ताव नहीं है। यह बहस पिछले सौ साल से जारी है, जिसमें एक पक्ष पत्रकारिता शिक्षण में प्रोफेशनल कौशल सिखाने पर जोर देता रहा है और दूसरा पक्ष उसे अन्य अकादमिक अनुशासनों की तरह सिद्धांतों पर फोकस करने के लिए कहता रहा है। 'शिक्षण अस्पताल' मॉडल की सबसे पहले चर्चा कोलंबिया पत्रकारिता स्कूल के डीन प्रो. निकोलस लीमान (2009) ने शुरू की थी जिसे बाद में मीडिया शिक्षकों के संगठन-ईजेएमसी और कई प्रभावी फाउंडेशन ने आगे बढ़ाई।

न्यूटन (2012) के प्रस्ताव में उसे और ठोस रूप में पेश किया गया है जिसमें 'शिक्षण अस्पताल' मॉडल को अपनाने पर जोर देते हुए अमेरिका के एरिजोना स्टेट यूनिवर्सिटी का उदाहरण दिया गया है, जिसका अपना टीवी न्यूज चैनल है और वह राज्य में एक प्रमुख समाचार प्रदाता है। इस मायने में यह मॉडल पारंपरिक कौशल पर जोर देनेवाले पत्रकारिता शिक्षण के पारंपरिक मॉडल से अलग है कि यह पत्रकारिता स्कूलों/विभागों को खुद प्रोफेशनल और मुख्यधारा का समाचार प्रदाता बनने यानी अपने अखबार/चैनल/डिजिटल न्यूज पोर्टल शुरू करने को कहता है, ताकि समाचार मीडिया उद्योग के मौजूदा संकट और बंद होते स्थानीय समाचारपत्रों के मद्देनजर स्थानीय समुदायों और आबादी की समाचार/सूचना जरूरतों को पूरा किया जा सके।

दूसरी ओर, हार्वर्ड केनेडी स्कूल में शोरेनस्टीन सेंटर आन मीडिया, पोलिटिक्स एंड पब्लिक पालिसी के प्रो. थामस ई पैटरसन का अपनी किताब 'इन्फार्मिंग द न्यूज: द नीड फार नालेज बेस्ट जर्नलिज्म' (2013) का कहना है कि पत्रकारों के प्रशिक्षण में ज्ञान, विशेषज्ञता, शोध पर ज्यादा जोर देने की जरूरत है, क्योंकि मौजूदा दौर में सूचनाओं के विस्फोट के बीच सिर्फ घटनाओं, व्यक्तियों और तात्कालिकता को कवर करने से काम नहीं चलेगा बल्कि पत्रकारिता को गहरे और शोध आधारित ज्ञान, व्यापक संदर्भ और पृष्ठभूमि में उनका अर्थ स्पष्ट करने पर ध्यान देना होगा। पैटरसन पत्रकारों के प्रशिक्षण में पत्रकारीय कौशल- इंटरव्यू, स्टोरी लिखने और संपादन आदि और तकनीकी प्रशिक्षण की जरूरत को नकारते नहीं हैं, लेकिन उसे आज के दौर के लिए पर्याप्त नहीं मानते हैं।

लेकिन बुनियादी तौर पर यह 'शिक्षण अस्पताल' मॉडल का ही परिवर्धित संस्करण है। कहने की जरूरत नहीं है कि प्रो. पैटरसन पत्रकारिता शिक्षण की शिक्षण पद्धति की दिशा और उद्देश्यों को लेकर 'शिक्षण अस्पताल' मॉडल के विस्तार का प्रतिनिधित्व करते हैं जो उसे एक गंभीर अनुशासन के रूप में ज्ञान मीमांसा, सिद्धांतों, शोध, विशेषज्ञता और अंतर-अनुशासनिक शिक्षण पद्धति की ओर ले जाना चाहता है। इस मॉडल में पत्रकारिता शिक्षण का फोकस भविष्य के पत्रकारों में आलोचनात्मक सोच, गहरे शोध की प्रवृत्ति, अकादमिक शोध के साथ सक्रिय संबंध,

घटनाओं और मुद्दों को व्यापक परिप्रेक्ष्य, संदर्भों और पृष्ठभूमि के साथ पेश करने, घटनाओं के साथ प्रक्रिया रिपोर्टिंग पर जोर जैसे कौशल पैदा करने पर है। इसका तर्क है कि सूचनाओं के विस्फोट के इस युग में सूचनाओं के अर्थ और मायने स्पष्ट करने के लिए पत्रकारिता को 'जेनेरालिस्ट' नहीं, विशेषज्ञों की जरूरत है और उसे अकादमी और शोध के नजदीक ले जाना जरूरी है।

पत्रकारिता शिक्षण का एक तीसरा मॉडल, उद्यमिता, पत्रकारिता पर जोर देने की वकालत करता है। यह मॉडल पिछले कुछ वर्षों में चर्चा में आया है। यह समाचार मीडिया उद्योग के संकट के मद्देनजर पत्रकारिता शिक्षण के उद्देश्य को समाचार उद्योग के लिए प्रशिक्षित पत्रकार मुहैया कराने (आपूर्ति पक्ष) की बजाय पत्रकारिता शिक्षण में प्रशिक्षुओं को उद्यमिता, नवाचार और लोगों की माँग और जरूरतों के मुताबिक नए उपक्रम शुरू करने के लिए तैयार करने (माँग पक्ष) पर जोर देता है (रिफ और मेनसिंग, 2013)। इसके पैरोकारों का तर्क है कि जब समाचार मीडिया उद्योग एक बड़े उथल-पुथल, बदलाव और संकट से गुजर रहा है, पत्रकारिता शिक्षण को पहले से निश्चित तौर-तरीकों, मानदंडों और कौशलों पर नहीं, बल्कि बदलाव के साथ निरंतर उभरते नए रूपों, सृजनात्मकता और उद्यमिता पर फोकस करना चाहिए। अमेरिका में सीयूएनवाई ग्रेजुएट स्कूल आफ जर्नलिज्म, न्यूयार्क और नाईट सेंटर फार डिजिटल मीडिया आंत्रप्रेन्योरशिप, एरिजोना स्टेट विश्वविद्यालय ने उद्यमिता पत्रकारिता में पाठ्यक्रम शुरू किए हैं।

इसके विपरीत पत्रकारिता शिक्षण की दिशा और उद्देश्यों को लेकर अफ्रीका, एशिया और लातिनी अमेरिका के विकासशील देशों में चौथा स्कूल है, जो पत्रकारिता शिक्षण के वि-औपनिवेशीकरण पर जोर देता रहा है। उसका कहना है कि पत्रकारिता शिक्षण को शिक्षण पद्धति और ज्ञान मीमांसा के दोनों स्तरों पर पश्चिमी प्रभावों, मूल्यों, सिद्धांतों और माडलों से मुक्त कराने और उसे उपनिवेशवाद विरोधी राष्ट्रीय आंदोलनों और उसके विचारों-मूल्यों से जोड़ने, पत्रकारिता की देशज और स्थानीय परंपराओं और मूल्यों के साथ खड़ा करने और देशज-स्थानीय-क्षेत्रीय-भाषाई संस्कृति, मूल्यों, परम्पराओं और राष्ट्रीय उद्देश्यों और जरूरतों के मुताबिक विकसित करने की आवश्यकता है।

विश्लेषण और निष्कर्ष

पत्रकारिता शिक्षण की भविष्य की दिशा और उद्देश्यों को लेकर जारी इन वैश्विक बहसों का भारत में पत्रकारिता शिक्षण के भविष्य की दिशा के लिए क्या अर्थ है और इनसे क्या सीखा जा सकता है? इसमें कोई दो राय नहीं है कि देश में पत्रकारिता शिक्षण के मौजूदा ढाँचे, उद्देश्यों और दिशा की आलोचनात्मक समीक्षा और पुनर्विचार की जरूरत लंबे समय से महसूस की जा रही है। इसे स्वीकार करने में कोई हर्ज नहीं है कि भारत में पत्रकारिता शिक्षण के सौ साल होने के बावजूद एक गंभीर अनुशासन के रूप में उसकी अपनी एक स्वतंत्र और वैश्विक पहचान अभी बन रही है। इस कारण अधिकांश विश्वविद्यालयों और कालेजों में पत्रकारिता विभागों/स्कूलों को प्रशासन की उपेक्षा झेलनी पड़ती है और संसाधनों के लिए संघर्ष करना पड़ता है।

इसे भी अनदेखा करना मुश्किल है कि भारतीय पत्रकारिता शिक्षण

पर बहुत गहरा आंग्ल-अमेरिकी प्रभाव है और कुछेक आधे-अधूरे प्रयासों को छोड़कर उसके वि-औपनिवेशीकरण के लिए गंभीर प्रयास नहीं हुए हैं। यही नहीं, ज्यादातर विश्वविद्यालयों/कालेजों और संस्थानों के पत्रकारिता पाठ्यक्रमों, शिक्षण पद्धति और शोध में अंतर-अनुशासनिक दृष्टि और नवाचारों को लेकर एक संशय और हिचक बनी हुई है। वे अपने सीमित और संकीर्ण कैदखानों से निकलने के लिए तैयार नहीं हैं और आमतौर पर बदलावों को लेकर उत्सुकता नहीं दिखती है। निश्चय ही यह चिंता की बात है कि भारत में पत्रकारिता शिक्षण के सौ साल पूरे होने और अनेकों विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता/संचार में अकादमिक शोध के भी 50 साल से अधिक होने के बावजूद वैश्विक शोध जर्नलों में भारतीय विश्वविद्यालयों/संस्थानों का योगदान नगण्य है।

यही नहीं, भारतीय पत्रकारिता शिक्षण का एक बड़ा अंतर्विरोध यह रहा है कि उसका बहुत बड़ा हिस्सा समाचार मीडिया उद्योग के लिए प्रशिक्षित पत्रकार तैयार करने पर जोर देता है और इस कारण कौशल प्रशिक्षण का दावा करता है लेकिन उसकी शिक्षण पद्धति, पाठ्यक्रम, संकाय से लेकर सांस्थानिक इन्फ्रास्ट्रक्चर में इसकी झलक मुश्किल से दिखाई पड़ती है। इस कारण उसके प्रशिक्षुओं की गुणवत्ता को लेकर समाचार उद्योग में हमेशा एक असंतोष दिखता है। दूसरी ओर, विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता/संचार/जनसंचार विभागों में समाचार मीडिया उद्योग और खासकर उनके प्रोफेशनलों को लेकर एक साथ हीनता ग्रंथि और हेय दृष्टि, दोनों नजर आती है और इस कारण समाचार मीडिया उद्योग के साथ उसके प्रेम और नफरत के संबंध बने रहते हैं।

लेकिन भारतीय पत्रकारिता शिक्षण में कुछ अपवादस्वरूप बने द्वीपों को छोड़ दिया जाए तो उसकी सबसे बड़ी समस्या वैचारिक जड़ता और यथास्थितिवाद है। दिलचस्प बात यह है कि जिस समाचार मीडिया उद्योग को वह प्रशिक्षित कर्मी उपलब्ध कराने का दावा करता है, उसमें हो रहे भारी उथल-पुथल और बदलावों से लगभग निरपेक्ष वह सचेत और क्रिटिकल बदलाव के प्रति अनिच्छुक है। यहाँ तक वह उच्च शिक्षा परिदृश्य में आ रहे बदलावों से भी निरपेक्ष बना हुआ है। वह कुछ दिखावटी और पैबंद की तरह लगाए गए मामूली बदलावों से आगे बढ़ने के लिए तैयार नहीं है। उसके मौजूदा ढाँचे में नए विचारों, प्रयोगों, नवाचारों और सृजनात्मकता की बहुत सीमित गुंजाइश है। अलबत्ता, वह बिना किसी तैयारी और विचार के धारा साथ बहने और नकल के लिए जरूर उत्सुक दिखता है।

असल में, भारत में पत्रकारिता शिक्षण का भविष्य बदलावों के प्रति निरपेक्ष, सशक्त और अनिच्छा के भाव में नहीं, बल्कि बदलावों को एक सचेत और क्रिटिकल दृष्टि, समझ और तैयारी के साथ स्वीकार करने और आगे की दिशा तय करने में है। भारतीय पत्रकारिता शिक्षण को देश की जरूरतों के मुताबिक लोकतंत्र, लोकतांत्रिक प्रक्रिया और संस्थाओं, संवैधानिक प्रावधानों, मूल्यों और उदार संस्कृति और परंपराओं के साथ खड़े होकर अंतर-अनुशासनिक, आलोचनात्मक सिद्धांतों और ज्ञान मीमांसा, क्रिटिकल अकादमिक शोध और विशेषज्ञता पर जोर देते हुए पत्रकारिता के बदलते कौशलों और भविष्योन्मुखी जरूरतों के आधार पर पाठ्यक्रमों, शिक्षण पद्धति और अकादमिक इन्फ्रास्ट्रक्चर को पुनर्गठित करना होगा।

संदर्भ

- उल्लाह, एम. एस. (2014). डी-वेस्टरनाइजेशन ऑफ मीडिया एंड जनर्लिज्म एजुकेशन इन साउथ एशिया: इन सर्च ऑफ ए न्यू स्ट्रेटेजी. *चाइना मीडिया रिसर्च*, 10 (2).
- केनी, पी.डी. (2019). द एनिमि ऑफ द पीपल: पापुलिस्ट एंड प्रेस फ्रीडम. *पॉलिटिकल रिसर्च क्वार्टली*, 73-2. DOI:10.1177/1065912918824038
- केज, जे. (2016). सेविंग द मीडिया: कैपिटलिज्म, क्राउड फंडिंग एंड फंडिंग. *कैब्रिज: हार्वर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस*.
- ग्लेजर, एम. (2020). जनर्लिज्म: फाइव बिजनेस मॉडल्स फॉर लोकल न्यूज टू वॉच इन 2020. <https://knightfoundation.org/articles/5-business-models-for-local-news-to-watch-in-2020/> से पुनः प्राप्त
- डियूज, एम. (2006). ग्लोबल जनर्लिज्म एजुकेशन: ए कांसेपच्युअल अपरोच. *जनर्लिज्म स्टडीज*, 7(1)
- डिजिटल न्यूज रिपोर्ट (2020). *रॉयटर्स इंस्टीट्यूट फॉर द स्टडी ऑफ जनर्लिज्म*. https://reutersinstitute.politics.lacluk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf से पुनः प्राप्त
- डिजिटल न्यूज रिपोर्ट (2021)। *रॉयटर्स इंस्टीट्यूट फॉर द स्टडी ऑफ जनर्लिज्म*. <https://reutersinstitute.politics.lacluk/digital-news-report/2021/india> से पुनः प्राप्त
- डब्ल्यू.ए.एन-आई.एफ.आर.ए. (2021). *वर्ल्ड प्रेस ट्रेन्ड्स, 2020-21*. https://wan-ifra.org/wp-content/uploads/2021/04/WAN-IFRA-Report_WPT2020-21.pdf से पुनः प्राप्त
- न्यूटन, ए. (2012). एन ओपन लेटर टू अमरीका यूनिवर्सिटी प्रेसिडेंट्स. <https://knightfoundation.org/articles/open-letter-america-university-presidents/> से पुनः प्राप्त
- पैटरसन, टी. ई. (2013). *इंफॉर्मिंग द न्यूज: द नीड फॉर नॉलेज बेस्ड जनर्लिज्म*. न्यूयॉर्क: विंटेज
- फोर्कर्ट्स, जे. (2014). हिस्ट्री ऑफ जनर्लिज्म एजुकेशन. *जनर्लिज्म एंड कम्युनिकेशन मोनोग्राफ्स (AEJMC)*. <https://doi.org/10.1177/1522637914541379> से पुनः प्राप्त
- बीबीसी (2021). ऑस्ट्रेलिया न्यूज कोड. <https://www.bbc.com/news/world-australia-56107028> से पुनः प्राप्त
- माजिद, ए. (2021). *ग्लोबल ऑनलाइन न्यूज सब्सक्रिप्शन ट्रेन्ड्स: यूके रीडर्स आर अमंगस्ट लीस्ट लाइकली टू पे*. <https://pressgazette.co.uk/online-news-subscription-trends/> से पुनः प्राप्त
- मार्गन, एस. (2018). फेक न्यूज, डिसइंफॉर्मेशन, मेनिपुलेशन एंड ऑनलाइन टेक्टिक्स टू अंडरमाइन डेमोक्रेसी. *जर्नल ऑफ साइबर पॉलिसी*. 3:1, 39-43.
- मेड्सजर, बे. (2006). *द इवोल्यूशन ऑफ जनर्लिज्म एजुकेशन इन द यूनाइटेड स्टेट्स*. न्यूयॉर्क: रटलेज
- मेयर, एफ. (2009). *द वेनिशिंग न्यूजपेपर: सेविंग जनर्लिज्म इन द इंफॉर्मेशन ऐज*. कोलंबिया: यूनिवर्सिटी ऑफ मिसौरी प्रेस
- मूर्ति, सी.एस.एच.एन. (2011). *डाइलम्मा ऑफ कोर्स कंटेंट एंड करिकुलम इन इंडियन जनर्लिज्म एजुकेशन: थ्योरी, प्रैक्टिस एंड रिसर्च*. *एशिया पैसिफिक मीडिया एजुकेशन*, 21.
- रेपुच्ची, एस. (2019). *फ्रीडम एंड द मीडिया*. <https://freedomhouse.org/report/freedom-and-media/2019/media-freedom-downward-spiral> से पुनः प्राप्त
- रिफ, डी. एवं मेनसिंग, डी. (2013). *ब्लूप्रिंट फॉर चेंज: फ्रॉम द टीचिंग हॉस्पिटल टू द एंटरप्रेनोरियल मॉडल ऑफ जनर्लिज्म एजुकेशन*. https://www.lacademia.edu/3412374/Blueprint_for_Change_From_the_Teaching_Hospital_to_the_Entrepreneurial_Model_of_Journalism_Education से पुनः प्राप्त
- शिफ्रिन, ए. (2017). *गवर्नमेंट एंड कॉरपोरेशंस हिंडर जर्नलिस्ट्स विद 'मीडिया कैप्चर'* <https://www.cjr.org/watchdog/media-capture.php> accessed से पुनः प्राप्त
- स्टाईट्स, टी. (2021). *ए न्यू बिजनेस मॉडल एमर्जस: मीट द डिजिटल न्यूज कॉर्पोरेटिव*. <https://gijn.org/2021/03/25/a-new-business-model-emerges-meet-the-digital-news-co-op/> से पुनः प्राप्त



मीडिया शिक्षा के मानकीकरण की चुनौती एवं समाधान

उमेश चतुर्वेदी¹

सारांश

भारतीय जन संचार संस्थान के निदेशक रहे आई.पी. तिवारी पत्रकारिता शिक्षण की अपनी कक्षाओं में अक्सर कहा करते थे, “यह एक ऐसी कला है, जिसे हम सिखा नहीं सकते, लेकिन आप सीख जरूर सकते हैं।” आई.पी. तिवारी के इस ‘सीखने’ और ‘सिखाने’ का मतलब है कि पत्रकारिता का तकनीकी पक्ष तो अध्यापक सिखा सकता है, लेकिन उसके नैतिक और भावपक्ष को सिखा पाना उस व्यक्ति के लिए आसान नहीं है, जिसका प्रशिक्षण सिर्फ और सिर्फ अध्यापक बनने के लिए हुआ है या फिर जिस व्यक्ति का साबका पत्रकारिता के व्यावहारिक रणक्षेत्र में पत्रकारिता जगत की चुनौतियों से पड़ा ही नहीं है। पत्रकारिता प्रशिक्षण के समक्ष आज यही अहम सवाल है। जिस तरह तकनीकी शिक्षा का नियमन करने के लिए तकनीकी शिक्षा परिषद, मेडिकल की पढ़ाई के लिए आयुर्विज्ञान परिषद, अध्यापकों की शिक्षा के लिए राष्ट्रीय अध्यापक शिक्षा परिषद और वकीलों की पढ़ाई के लिए बार काउंसिल है, उसी प्रकार पत्रकारिता शिक्षण के नियमन हेतु ऐसी ही एक संस्था होनी चाहिए। तकनीकी शिक्षा परिषद और आयुर्विज्ञान परिषद ने अपने पाठ्यक्रमों और प्रशिक्षण में सिद्धांत, भाव और नैतिकता के साथ ही क्लासरूम अध्ययन के बीच संतुलन बनाने की कोशिश की है। इंजीनियरिंग की पढ़ाई के लिए औद्योगिक पृष्ठभूमि वाली प्रतिभाओं को पढ़ाने की छूट दी है, ऐसी ही व्यवस्था मेडिकल के अनुशासन में भी है। लेकिन पत्रकारिता शिक्षण के लिए ऐसा नहीं है। पत्रकारिता की बुनियादी जानकारी जिन्हें नहीं है, वे इसका नियमन कर रहे हैं। इसलिए पत्रकारिता शिक्षण न सिर्फ तकनीक, व्यवसायिकता और सैद्धांतिकी के बीच झूल रहा है, बल्कि पाठ्यक्रम के मानकीकरण से भी दूर है। इस सवाल पर तत्काल विचार किया जाना चाहिए।

संकेत शब्द : पत्रकारिता प्रशिक्षण, भारतीय प्रेस परिषद, प्रेस आयोग, पत्रकारिता कौशल

प्रस्तावना

बात साल 2004 की है। स्थान था भारत की राजधानी दिल्ली स्थित इंडिया इंटरनेशनल सेंटर। मिसौरी स्कूल ऑफ जर्नलिज्म के प्रोफेसर फील ब्रुक्स भारत के करीब तीन दर्जन टेलीविजन पत्रकारों से मुखातिब थे। लेखक भी उनमें से एक था। अंग्रेजी में उनका पहला प्रश्न था, “कितने लोगों ने ग्रेजुएशन किया है?” तकरीबन सबने हाथ उठा लिए। प्रो. ब्रुक्स का दूसरा सवाल था, “कितने लोगों ने उस भाषा और साहित्य की पढ़ाई की है, जिस भाषा में वे पत्रकारिता कर रहे हैं?” जवाब में कुल जमा पाँच या छह हाथ उठे। फील ब्रुक्स का अगला सवाल था, “कितनों ने समाजशास्त्र और राजनीतिक विज्ञान की पढ़ाई की है?” जवाब में दूसरी बार की तरह चार-पाँच हाथ ही उठे। फिर उनका सवाल था, “कितनों ने अर्थशास्त्र की पढ़ाई की है?” जवाब में फिर तीन-चार हाथ ही उठे। आखिर में उनका सवाल था, “और कितनों ने इतिहास की पढ़ाई की है?” जवाब में वैसा ही था, जैसा दूसरे-तीसरे या चौथे सवाल के जवाब में था। प्रो. फील ब्रुक्स चौंके। अपनी आँखें गोल-गोल घुमाने लगते हैं। फिर कुछ देर बाद आश्चर्यमिश्रित भाव से अंग्रेजी में बोल पड़े, “एंड स्टिल ऑल यू आर जर्नलिस्ट्स!”

बुनियादी और जरूरी ज्ञान से दूर

आज करीब डेढ़ दशक बाद भी भारतीय पत्रकारिता के ‘प्रेक्टिशनरों’ की शैक्षिक पृष्ठभूमि और ज्ञान के संदर्भ में गुणात्मक बदलाव नहीं है। भारत में पत्रकारिता शिक्षण की उम्र सौ साल से ज्यादा हो चुकी है। उपलब्ध साक्ष्यों के अनुसार 1920 में डॉक्टर एनी बेसेंट की

थियोसोफिकल सोसायटी के तत्वावधान में तत्कालीन मद्रास प्रांत के नेशनल यूनिवर्सिटी अड्यार में यह शुरु हुई थी (दत्ता, 2020)। करीब सौ साल की यात्रा में ऐसा नहीं कि पत्रकारिता शिक्षण ने पत्रकारों को ‘प्रोफेशनल’ चुनौतियों से जूझने की कला नहीं सिखाई है। लेकिन दूसरी विधाओं मसलन इंजीनियरिंग, मेडिकल आदि तकनीक प्रधान ज्ञानक्षेत्रों की तरह जिस प्रकार का बदलाव शिक्षण और प्रशिक्षण के बदलते क्रम के साथ आना चाहिए था, वैसा बदलाव मीडिया शिक्षण में नहीं आ पाया है। इसकी बड़ी वजह है कि पत्रकारिता शिक्षण के लिए वैसी ही प्रविधि अपना ली गई, जो इंजीनियरिंग और मेडिकल जैसे तकनीक प्रधान ज्ञान अनुशासनों में अपनाई गई। लेखन और पत्रकारिता में जितना तकनीक का महत्व है, उतना ही महत्वपूर्ण उसका ज्ञान और नैतिक पक्ष है। भारत में पत्रकारिता शिक्षण के प्रमुख संस्थान भारतीय जन संचार संस्थान के निदेशक रहे आई.पी. तिवारी संभवतः इसीलिए पत्रकारिता शिक्षण की अपनी कक्षाओं में कहा करते थे, “यह एक ऐसी कला है, जिसे हम सिखा नहीं सकते, लेकिन आप सीख जरूर सकते हैं।” आई. पी. तिवारी का यह सीखना और सिखाना क्या है? पत्रकारिता का तकनीक पक्ष तो अध्यापक जरूर सिखा सकता है, लेकिन उसके नैतिक और भावपक्ष को सिखा पाना उस व्यक्ति के लिए आसान नहीं होगा, जिसका प्रशिक्षण सिर्फ और सिर्फ अध्यापक बनने के लिए ही हुआ है।

पत्रकारिता के इस भाव पक्ष का ही तकाजा था कि स्वाधीन भारत में गठित पहले प्रेस आयोग ने अपनी सिफारिश में जिस नैतिक संस्था प्रेस परिषद की स्थापना का सुझाव दिया था, उसे ही पत्रकारिता प्रशिक्षण का उत्तरदायित्व भी सौंपा था। दूसरे प्रेस आयोग द्वारा पत्रकारों के प्रशिक्षण

¹वरिष्ठ पत्रकार एवं सलाहकार, प्रसार भारती, नई दिल्ली. ईमेल: uchaturvedi@gmail.com

के लिए राष्ट्रीय परिषद की स्थापना के सुझाव के पीछे भी कहीं-न-कहीं पत्रकारिता प्रशिक्षण का यह भाव और नैतिक पक्ष ही काम कर रहा था। इसकी वजह यह थी कि भारतीय पत्रकारिता का विकास स्वाधीनता आंदोलन की कोख से हुआ है। स्वाभाविक तौर पर भारतीय पत्रकारिता ने उन्हीं मूल्यों को आत्मसात किया, जो स्वाधीनता आंदोलन के थे। स्पष्टतया ये मूल्य भारत बोध से आप्लावित थे। पत्रकारिता ने स्वाधीनता आंदोलन के मूल्य और भारतबोध के विचार को अपनाए भले रखा, लेकिन स्वाधीन भारत में उसकी भूमिका बदलने लगी। सार्वजनिक जीवन में होने वाले चारित्रिक स्वलन का असर पत्रकारिता पर भी किंचित पड़ना शुरू हो गया था। स्वाधीन भारत के दोनों प्रेस आयोगों ने इस बदलाव को बारीकी से समझा था। इसीलिए उन्होंने प्रेस की स्वाधीनता और नैतिकता को बचाने के लिए कई सुझाव दिए। उन्हीं सुझावों में से पत्रकारिता प्रशिक्षण का इंतजाम करना भी था। दरअसल इसके जरिए प्रेस परिषद भी सोच रही होगी कि प्रशिक्षण में भाव और नैतिक पक्ष मजबूत होगा और पत्रकारिता अपनी बुनियादी सोच और चरित्र के साथ आगे बढ़ती रहेगी, लेकिन दुर्भाग्यवश ऐसा नहीं हो पाया।

भारत में लाइसेंस राज के खात्मे और उदारीकरण के बाद पत्रकारिता ने अपना चरित्र और रूप दोनों बदले। उदारीकरण ने पत्रकारिता को बाजार और उपभोक्ता के सामूहिक अंग के रूप में परोक्ष रूप से विकसित किया। इसी दौर में विकसित इलेक्ट्रॉनिक और वेब माध्यमों में बाजार और मूल्यों से विगलन की प्रक्रिया तेज दिखती है। ऐसी स्थिति में पत्रकारिता प्रशिक्षण का महत्व बढ़ना ही था। दुर्भाग्यवश, जिस तरह पत्रकारिता बाजार का अंग बनती गई, उसका प्रशिक्षण भी बाजार के ही चरित्र में ढलता गया। उदारीकरण के चरित्र में मुनाफाखोरी प्रमुख तत्व है। बाजार के अंग के रूप में विकसित हो रही पत्रकारिता और उसके प्रशिक्षण पर उदारीकरण का असर नहीं पड़े, ऐसी सोच भी बेमानी है।

पत्रकारिता शिक्षण में मानकीकरण का अभाव

पत्रकारिता भौतिक शास्त्र के वैज्ञानिक आइंस्टाइन के प्रकाश के सिद्धांत को रटाना मात्र नहीं है। आइंस्टाइन का यह सिद्धांत हर हाल में सही ही होगा, लेकिन पत्रकारिता के रणक्षेत्र में उतरे राजनीतिक पत्रकार के लिए ठीक इसी तरह भाजपा, काँग्रेस या बहुजन समाज पार्टी या समाजवादी पार्टी को कवर करना और उनके नेताओं का सामना करना एक जैसा नहीं हो सकता। इसी तरह संस्कृति और कलाओं को जिस अंदाज में रिपोर्ट किया जाता है, पुलिस या अपराध की घटनाओं की कवरेज की चुनौती अलग होती है। राजनीति और अर्थशास्त्र की कवरेज में भी फर्क होता है और उनकी भावभूमि भी अलग होती है। चूँकि प्रतियोगिता भी बढ़ी, इसलिए पत्रकारिता में मौके की चाहत रखने वालों के लिए प्रशिक्षण की अनिवार्यता को धीरे-धीरे व्यवस्था का अंग बना दिया गया। लेकिन इस पूरी प्रक्रिया में ना तो पहले प्रेस आयोग की सिफारिश के मुताबिक प्रेस परिषद पत्रकारिता प्रशिक्षण का इंतजाम कर पाई, न ही दूसरे प्रेस आयोग की सिफारिश के अनुसार पत्रकारिता प्रशिक्षण की राष्ट्रीय परिषद गठित हो पाई। इसका असर यह हुआ कि पत्रकारिता प्रशिक्षण की माँग तो बढ़ी, लेकिन उनका मानक रूप विकसित नहीं हो पाया। पहले ग्रेजुएशन के बाद के स्तर पर पढ़ाई शुरू हुई, फिर इसे ग्रेजुएशन के स्तर पर भी शुरू किया

गया। इसके बाद तो स्कूली शिक्षा में भी इसे जोड़ दिया गया। लेकिन दुर्भाग्यवश हर जगह कमोबेश एक ही तरह की चीजें पढ़ाई जाने लगीं। यह स्थिति बदस्तूर अब भी जारी है। आज स्थिति ऐसी हो गई है कि एनसीईआरटी की किताब हो या डिग्री स्तर का पाठ्यक्रम या स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम, हर जगह छात्र एक ही चीज पढ़ रहा है।

सन् 1991 में जब उदारीकरण की शुरुआत हुई तो सांस्कृतिक, राजनीतिक और आर्थिक मसलों की नब्ज पर हाथ रखने वालों को अंदाजा था कि उदारीकरण हर अनुशासन और विधा में अपनी संस्कृति का विस्तार करेगा। संभवतः इसी तथ्य को ध्यान में रखते हुए 1991 में ही भारत सरकार के पत्र सूचना कार्यालय ने देशभर के जाने-माने पत्रकारों और जनसंचार विशेषज्ञों के साथ पत्रकारिता पाठ्यक्रमों के मानकीकरण को लेकर बैठक की थी। लेकिन वह बैठक बेनतीजा ही रही। इसके बाद वरिष्ठ पत्रकार श्री अच्युतानंद मिश्र ने माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय का कुलपति रहते वक्त 2008 में प्रेस परिषद के तत्कालीन अध्यक्ष न्यायमूर्ति जी.एन. रे के साथ इस दिशा में कोशिश की, हालाँकि वह कोशिश अंजाम तक नहीं पहुँच पाई। पत्रकारिता प्रशिक्षण की चुनौती इसी वजह से बढ़ जाती है। उदारीकरण और उस दौरान विकसित मूल्यों ने पत्रकारिता के तकनीक पक्ष ही नहीं, उसके भाव पक्ष पर जबरदस्त असर डाला है। वरिष्ठ पत्रकार श्री अच्युतानंद मिश्र 2011 में प्रकाशित अपने एक आलेख में कहते हैं, “आधुनिक मीडिया में अत्याधुनिक तकनीक और व्यावसायिकता का दबाव निरंतर बढ़ रहा है। पिछले दो दशकों की इलेक्ट्रॉनिक मीडिया बाजार की माँग का वास्ता देकर देश के सामने जो कुछ परोस रही है, उसका नकारात्मक प्रभाव सरकार और पूरे बौद्धिक समाज की चिंता बढ़ा रहा है। एक ओर मीडिया शिक्षा के प्रति छात्रों का बढ़ता आकर्षण और दूसरी ओर शिक्षकों, पाठ्यपुस्तकों, तकनीकी संसाधनों और व्यावहारिक प्रशिक्षण के अभाव ने मीडिया शिक्षा को अधिकचरा और अपूर्ण बना दिया है” (द्विवेदी, 2011)।

भारत में अक्सर पत्रकारिता भाषा के आधार पर नैतिकता, प्रोफेशनलिज्म और व्यावहारिकता को लेकर बँटी रहती है। लेकिन पत्रकारिता शिक्षण की चुनौतियों को लेकर विकसित सोच में भाषा के आधार पर कोई विभेद नहीं है। पत्रकारिता शिक्षण में इसी वजह से इन दिनों पसोपेश भी दिखता है। एक तरह व्यावसायिकता के संदर्भ में पत्रकारिता कौशल को लेकर दबाव बढ़ रहा है तो दूसरी तरफ उसके भाव पक्ष, नैतिकता और सिद्धांतवादिता पर जोर को लेकर भी दबाव बढ़ रहा है। पत्रकारिता शिक्षा के इस असमंजस को व्यक्त करते हुए शेंदुर्नीकर (2012) अपने एक शोध आलेख में कुछ ऐसा ही कहती हैं। वे कहती हैं, “भारत में आधुनिक पत्रकारिता शिक्षा, छात्रों को व्यावहारिक कौशल सिखाने के साथ ही उनकी वैचारिक गहराई और आलोचनात्मक सोच बढ़ाने के बीच सही संतुलन सिखाने को लेकर संघर्ष कर रही है। पत्रकारिता स्नातकों के विश्लेषणात्मक और व्यावहारिक कौशल को तेज करने के लिए मध्य मार्ग की आवश्यकता है। इसका समाधान सिर्फ कॉलेजों का विस्तार करना या उनमें सीटों की संख्या बढ़ाना नहीं है। इसका रास्ता यह है कि सिद्धांत बनाम व्यवहार की बहस को छोड़ दिया जाए क्योंकि दोनों ही पत्रकारिता के जीवन के लिए महत्वपूर्ण हैं। पत्रकार केवल अच्छे लेखन कौशल या

नवीनतम मीडिया तकनीकों को संचालित करने के ज्ञान को प्राप्त करने से ही नहीं बनते हैं। उनमें विश्लेषणात्मक क्षमता के साथ-साथ समाचारों की समझ भी होनी चाहिए। समाज के कार्य करने के तरीके को प्रभावित करने के लिए उन्हें अपने पेशे की शक्ति के बारे में समग्र दृष्टि रखने की जरूरत है। पत्रकारिता शिक्षा में गुणवत्ता का मानक स्थापित करने के लिए, एक एकीकृत और अंतर-अनुशासनात्मक दृष्टिकोण का पालन करना होगा, इसके साथ ही व्यावसायिक सफलता के लिए आवश्यक कौशल को भी नहीं छोड़ना होगा।”

शेडुलीकरण के तर्क से किसी को असहमति नहीं हो सकती, लेकिन यह भी ध्यान रखा जाना चाहिए कि पत्रकारिता के भाव और नैतिक पक्ष के साथ सिद्धांत पक्ष भी कमजोर ना हो। तकनीक का वर्चस्व भाव पक्ष को हमेशा पीछे कर देता है। अगर आई.पी. तिवारी कहते हैं कि पत्रकारिता सिखाई नहीं जा सकती, बल्कि सीखी जा सकती है, तो आधुनिक संदर्भों में इस बात का मर्म पत्रकारिता की सैद्धांतिकी, नैतिकता और भाव पक्ष में समाहित नजर आता है। वैसे भी नैतिकता हो या भाव पक्ष उसे पोथियों से ज्यादा व्यावहारिक जीवन में वैसा आचरण करने वाले लोगों से ज्यादा सीखा जाता है। यह देखकर, अनुकरण करके सीखना होता है, इसे कक्षाओं में सीखना आसान नहीं होता। भारतीय परंपरा में पढ़ना और गुनना, दो शब्दों का प्रयोग होता है। पढ़ना तो कक्षाओं में हो सकता है, लेकिन गुनना युक्त आचरण वाली हस्तियों को देखकर ज्यादा हो पाता है। वर्मा (2016) अपने एक आलेख में कहती हैं, “भारत में अब तक की शिक्षा-प्रणाली ब्रिटिश पद्धति पर आधारित रही है। आज के समय में ऐसी शिक्षा छात्र-छात्राओं को मिलनी चाहिए, जो उन्हें नौकरी दिला सके। अब पत्रकारिता के आयाम काफी बदल गए हैं। अब यह ‘वन पर्सन मीडिया शॉप’ हो गया है। अब केवल प्रिंट मीडिया ही नहीं, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, वेब सहित तमाम नये माध्यम आ गए हैं। यहीं से लोग फिल्मों में भी जा रहे हैं। पत्रकारिता की शिक्षा व्यावहारिक होनी चाहिये जो लोगों को रोजगार दिला सके”।

लेकिन सवाल यह है कि रोजगार दिलाने के मोर्चे पर भी पत्रकारिता की पढ़ाई पूरी तरह खरी नहीं उतर पा रही है। तभी अमेरिका के प्रसिद्ध पत्रकारिता प्रशिक्षण संस्थान मिसौरी स्कूल ऑफ जर्नलिज्म के प्रोफेसर फिल ब्रुक्स को भारतीय पत्रकारिता की हस्तियों की शैक्षिक पृष्ठभूमि और ज्ञान पर आँख नचाना पड़ता है। यहाँ यह याद दिला देना जरूरी है कि फिल ब्रुक्स का अनुभव सिर्फ अकादमिक नहीं है, बल्कि वे ‘सीएनएन’ समेत अमेरिका के कई प्रमुख मीडिया संस्थानों में बतौर संपादक, प्रोड्यूसर और रिपोर्टर काम कर चुके हैं।

पत्रकारिता शिक्षण में सामाजिक विषयों वाली नियमावली अनुचित

पत्रकारिता शिक्षण के पाठ्यक्रमों का मानकीकरण भले ही नहीं हो पाया, लेकिन इस बीच एक बात और हुई। विश्वविद्यालयों को निगमित करने वाली संस्था विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की नियमावली कम से कम शिक्षकों की नियुक्ति के लिए लागू जरूर हो गई। अब पत्रकारिता में अनुभव, आचरण, व्यावसायिक पक्ष का व्यावहारिक ज्ञान पीछे छूट गया है। अब पत्रकारिता पढ़ाने के लिए विश्वविद्यालयीय या कक्षाओं का

ज्ञान जरूरी है। एमफिल, पीएचडी और नेट की परीक्षाओं का पास होना जरूरी है। इसलिए पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों में ऐसी प्रतिभाएँ ही बतौर प्रशिक्षक पनाह पा रही हैं, जिनके पास यूजीसी के हिसाब वाली डिग्रियाँ हैं। बेशक उनका व्यावहारिक ज्ञान और अनुभव शून्य हो। इसीलिए उनका जोर मेथॉडॉलॉजी रटाने पर ज्यादा रहता है, व्यावहारिक और व्यावसायिक जिंदगी की चुनौतियों से जूझने का शऊर सिखाने पर नहीं। डिग्रियों का कर्मकांड व्यावहारिकता पर जोर देने वाले पत्रकारिता प्रोफेशन के लिए भारी पड़ना ही है।

अवल्ल तो पत्रकारिता को रेग्युलेट करने की जिम्मेदारी उस संस्था के पास होनी चाहिए थी, जो इसकी व्यावसायिक और व्यावहारिक चुनौतियों से रोजाना जूझती रही है। जिस तरह तकनीकी शिक्षण व्यवस्था को रेग्युलेट करने के लिए तकनीकी शिक्षा परिषद, मेडिकल की पढ़ाई के लिए आयुर्विज्ञान परिषद, अध्यापकों की शिक्षा के लिए राष्ट्रीय अध्यापक शिक्षा परिषद और वकीलों की पढ़ाई के लिए बार काउंसिल है, पत्रकारिता शिक्षण को रेग्युलेट करने के लिए भी ऐसी ही संस्था होनी चाहिए। तकनीकी शिक्षा परिषद और आयुर्विज्ञान परिषद ने अपने पाठ्यक्रमों और प्रशिक्षण में सिद्धांत, भाव और नैतिकता के साथ ही क्लास रूम अध्ययन के बीच संतुलन बनाने की कोशिश की है। इंजीनियरिंग की पढ़ाई के लिए औद्योगिक पृष्ठभूमि वाली प्रतिभाओं को पढ़ाने की छूट दी है, ऐसी ही व्यवस्था मेडिकल के अनुशासन में भी है। लेकिन पत्रकारिता शिक्षण के लिए ऐसा नहीं है। पत्रकारिता की बुनियादी जानकारी जिन्हें नहीं है, वे इसे रेग्युलेट कर रहे हैं। कह सकते हैं कि पत्रकारिता शिक्षण ना सिर्फ तकनीक, व्यावसायिकता और सैद्धांतिकी के बीच झूल रहा है, बल्कि पाठ्यक्रम के मानकीकरण से भी दूर है। पत्रकारिता सिर्फ तकनीक या सिर्फ भाव प्रधान नहीं है। लेकिन मौजूदा पाठ्यक्रमों और शिक्षण व्यवस्था में तकनीक और क्लास रूम टीचिंग का पश्चिमी ढाँचा प्रभावी है। इसका असर व्यावहारिक और प्रोफेशनल मोर्चे पर स्पष्ट दृष्टिगोचर हो रहा है।

पत्रकारिता शिक्षण के लिहाज से एक और महत्वपूर्ण विषय है सूचना सेवा का प्रशिक्षण। पत्रकारिता के शिक्षण से जुड़े इस विषय को दो-दो मोर्चों पर जूझना है। पहला मोर्चा मीडिया के बुनियादी ज्ञान से दूर केंद्रीय सूचना सेवा वरिष्ठ वर्ग के लिए चुने गए अधिकारियों की मीडिया साक्षरता बढ़ाना तो वहीं ग्रुप बी के अधिकारियों को उनकी संचार की डिग्री के बावजूद माँजना। चूँकि सूचना सेवा में तीन तरह के अधिकारी होते हैं, इसलिए इनके प्रशिक्षण से जुड़े मामले भी अलग-अलग हैं। केंद्रीय सूचना सेवा में दो कैडर हैं। पहला है वरिष्ठ वर्ग, जिसे क्लास वन अधिकारी कहा जाता है, जबकि दूसरा है कनिष्ठ वर्ग, जिन्हें ग्रुप बी का अधिकारी कहा जाता है। तीसरी श्रेणी राज्यों के सूचना और जनसंपर्क अधिकारियों की है। इनमें से पहली श्रेणी में वे अधिकारी आते हैं, जो संघ लोक सेवा आयोग की परीक्षा की मेरिट में स्थान नहीं बना पाते, लिहाज उन्हें सूचना सेवा में डाल दिया जाता है। इसके लिए उनके पास जनसंचार या मीडिया अध्ययन की बुनियादी डिग्री होना जरूरी नहीं है। लेकिन ग्रुप बी के अधिकारियों की नियुक्ति के लिए पत्रकारिता, विज्ञापन या जनसंचार की डिग्री और अनुभव होना जरूरी है। इसी तरह राज्यों में सूचना और लोकसंपर्क विभाग के लिए जिन अधिकारियों का चयन किया जाता है, उनके लिए भी पत्रकारिता, जनसंचार या विज्ञापन की शैक्षिक योग्यता

और कार्य अनुभव होना जरूरी है। आज मीडिया सामाजिक व्यवस्था में जिस तरह हस्तक्षेप कर रहा है, सरकारी नीतियों को प्रभावित करने में सक्षम हुआ है, इस वजह से सूचना सेवा के अधिकारियों की जिम्मेदारी बढ़ जाती है। ऐसे में जरूरी होना चाहिए कि सूचना सेवा के लिए चुने जाने वाले अधिकारियों की शैक्षिक पृष्ठभूमि कम से कम जनसंचार और पत्रकारिता वाली होनी चाहिए। उन्हें मीडिया का बुनियादी ज्ञान होना ही चाहिए। तभी वे जनसंचार की समस्या, उसकी जरूरत और उसकी महत्ता को समझ पाएंगे। तभी वे सरकारी नीतियों की जानकारी सही तरीके से दे सकेंगे या फिर वे मीडिया द्वारा उठाए गए भ्रामक सवालों का मीडिया के चरित्र के मुताबिक जवाब दे सकेंगे।

साल 2015 में प्रकाशित पुस्तिका ‘भारतीय सूचना सेवा: दशा और दिशा’ में सूचना सेवा के प्रशिक्षण के साथ ही उनके लिए मीडिया अध्ययन की बुनियादी पृष्ठभूमि होने की वकालत की गई है। इसमें कहा गया है, “जब इंजीनियरिंग सेवा के लिए इंजीनियर होना जरूरी है, चिकित्सा सेवा के लिए डॉक्टर होना जरूरी है, कानूनी सेवा के लिए कानूनी प्रोफेशनल की डिग्री जरूरी है, तो सूचना सेवा के लिए ऐसी बाध्यता क्यों नहीं होनी चाहिए?” (मीडिया स्कैन, 2015)।

सूचना सेवा के लिए मीडिया की बुनियादी डिग्री की अनिवार्यता के साथ ही इस सेवा के प्रशिक्षण को और बेहतर बनाए जाने की जरूरत है। इस सेवा के लिए चयनित अधिकारियों को मीडिया की बुनियादी जानकारी के साथ ही वास्तविक स्तर पर अफसरशाही की मानसिकता से मुक्त व्यावहारिक प्रोफेशनल जानकारी दी जानी चाहिए और इसका कड़ाई से पालन होना चाहिए। उन्हें भी यह बताया जाना चाहिए कि मीडिया शिक्षण प्रोफेशन, सिद्धांत और नैतिकता के बीच किस तरह झूल रहा है और इसे कैसे संतुलित किया जाना चाहिए।

निष्कर्ष

पत्रकारिता शिक्षण की सबसे बड़ी चुनौती है, उसके सिद्धांत और व्यवहार पक्ष में संतुलन साधना। अतीत में पत्रकारिता के ज्यादातर बड़े नाम बिना किसी औपचारिक शिक्षा के पत्रकारिता में आए और उन्होंने अपनी संपादन कला, लेखन और रिपोर्टिंग से इसे समृद्ध किया। उनकी उपलब्धियाँ, उनकी तपस्या और उनका संघर्ष भावी पीढ़ियों के लिए प्रेरक बन गया। दुर्भाग्यवश जब से पत्रकारिता में प्रवेश के लिए पत्रकारिता की पढ़ाई पूरी करना शर्त बनी है, तब से अतीत जैसी पत्रकारीय हस्तियाँ स्वाभाविक रूप से विकसित नहीं हो पा रही हैं। पहले की तुलना में पत्रकारिता की नौकरी आकर्षक जरूर हो गई है, आर्थिक स्थिति भी अतीत की तुलना में बेहतर हुई है, लेकिन पत्रकारिता की पारंपरिक आत्मा कहीं खो गई सी लगती है। एक और तथ्य पर भी गौर किया जाना चाहिए। पत्रकारिता के तमाम पाठ्यक्रमों और उनमें प्रशिक्षण के बावजूद पत्रकारिता में वैसी प्रतिभाएँ विकसित नहीं हो पाई हैं, जिन्हें हम युग परिवर्तनकारी कह सकते हैं। जिनके बारे में कहा जा सके कि उन्होंने काल और देश को प्रभावित किया। इस तथ्य की ओर ध्यान इसलिए जाता है, क्योंकि अतीत में विश्वविद्यालयी या विद्यालयी प्रशिक्षण एवं पढ़ाई की सुविधा न होने के बावजूद पत्रकारिता की दुनिया में देश, काल और परिस्थितियों को प्रभावित करने वाली पत्रकारीय प्रतिभाएँ विकसित हो चुकी हैं। यह ठीक है कि अतीत जैसी

व्यवस्था नहीं हो सकती, इसके बावजूद इस दिशा में भी सोचा जाना चाहिए। इसलिए जरूरी है कि पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों का मानकीकरण हो, पत्रकारिता शिक्षण और प्रोफेशन की निगरानी एवं नियमन के लिए बार काउंसिल, तकनीकी शिक्षा परिषद या आयुर्विज्ञान परिषद जैसी व्यवस्था हो। इंजीनियरिंग और मेडिकल के शिक्षण की तरह पत्रकारिता में भी इंडस्ट्री और अकादमिक अध्यापन का संतुलन हो। यूजीसी-नेट परीक्षा पास करने की एकमेव योग्यता से मिलने वाले अध्यापक सैद्धांतिक और पारंपरिक किताबी ज्ञान का संचार पत्रकारिता के अपने छात्रों के दिमाग में पहुँचा तो सकते हैं, लेकिन उन्हें दैनंदिन जीवन की चुनौतियों से जूझने का व्यावहारिक कौशल इंडस्ट्री यानी पत्रकारिता की व्यावहारिक दुनिया का अनुभव वाला अध्यापक ही सिखा सकता है। इसके साथ ही सूचना सेवा के अधिकारियों के प्रशिक्षण में मीडिया प्रोफेशनल के साथ ही अकादमिक भूमिका बढ़नी चाहिए। सरकारी अधिकारियों की इस सेवा के प्रशिक्षण में उतनी ही भूमिका होनी चाहिए, जितनी उन्हें प्रशासनिक समझ विकसित करने में मदद दे सके। उन्हें भी कड़ी प्रोफेशनल प्रशिक्षण व्यवस्था का अंग बनाया जाना चाहिए। इन कुछ बिंदुओं पर पत्रकारिता शिक्षण की सोच आगे बढ़े, ऐसी व्यवस्थाएँ बनीं तो कोई कारण नहीं कि पत्रकारिता का भाव पक्ष भी मजबूत होगा, नैतिकता की डोर भी संतुलित दिशा में बढ़ती रहेगी और दैनंदिन जीवन की व्यावहारिक कठिनाइयों से जूझने का माद्दा भी भावी पत्रकारों में विकसित होगा।

संदर्भ

- तिवारी, आईपी (1993). *हिंदी पत्रकारिता की कक्षा*, भारतीय जनसंचार संस्थान में लेखक प्रशिक्षु विद्यार्थी
- दत्ता, ए. (2020). *हंड्रेड इयर्स ऑफ मीडिया एंड जर्नलिज्म एडुकेशन इन इंडिया*. <https://nenow.in/education/100-years-of-media-and-journalism-education-in-india.html> से पुनः प्राप्त
- द्विवेदी, एस. (सं.). (2011). *मीडिया शिक्षा : मुद्दे और अपेक्षाएँ*. नई दिल्ली: यश पब्लिकेशन.
- ब्रुक्स, एफ, (2004) के व्याख्यान के दौरान लेखक स्वयं उपस्थित.
- मीडिया स्कैन (2015). *सूचना सेवा: दशा और दिशा*. नई दिल्ली : मीडिया स्कैन प्रकाशन
- वर्मा, जे. (2016). *पत्रकारिता की शिक्षा व्यावहारिक होनी चाहिए*. <https://www.samachar4media.com/industry-briefing/45067-45067.html> से पुनः प्राप्त
- शेंदुर्नीकर, एन. (2012). *कमेंट्री : एक्सपेंडिंग जर्नलिज्म एज्यूकेशन इन इंडिया*. कर्सन फॉर क्वालिटी https://www.researchgate.net/publication/313035624_Commentary_Expanding_Journalism_Education_in_India-Concern_for_Quality से पुनः प्राप्त



मीडिया शिक्षण की चुनौतियां: क्लासरूम और न्यूजरूम के बीच बढ़ती दूरियां

नदीम अख्तर¹

सारांश

भारत में एक सदी का सफर तय कर चुका मीडिया शिक्षण अब डिजिटल युग में नई चुनौतियों का सामना कर रहा है। तकनीक ने मीडिया संस्थानों के न्यूजरूम को पूरी तरह बदल दिया है। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और डाटा का पत्रकारिता में दखल बहुत अधिक बढ़ा है। फेसबुक और ट्विटर जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और गूगल ने पत्रकारों के खबर लिखने और उसे पाठकों तक पहुंचाने के तौर-तरीकों को बदल दिया है। 'फैक्ट न्यूज' के चलते 'फैक्ट चेकिंग' पत्रकारिता का एक जरूरी हिस्सा बन गया है। इससे मीडिया में नौकरियों के नए अवसर भी उपलब्ध हुए हैं। लेकिन देश में पत्रकारिता सिखाने वाले ज्यादातर मीडिया शिक्षण संस्थान अभी भी पुराने ढर्रे पर ही पत्रकारिता का प्रशिक्षण प्रदान कर रहे हैं। इंडस्ट्री के 'न्यूजरूम' और मीडिया शिक्षण संस्थानों के 'क्लासरूम' के बीच एक बड़ा फासला बन गया है, जिसे अविरोध पाटे जाने की जरूरत है। पत्रकारिता की पढ़ाई करके 'न्यूजरूम' पहुंचने वाले प्रशिक्षु पत्रकारों को शुरुआत में कुछ महीनों तक व्यावहारिक प्रशिक्षण देना पड़ रहा है, ताकि प्रशिक्षु पत्रकार 'न्यूजरूम' की जरूरतों के अनुसार स्वयं को ढाल सकें और मीडिया में काम करने की बारीकियां सीख सकें। इसलिए जरूरत इस बात की है कि देशभर के मीडिया शिक्षण संस्थान अपने पाठ्यक्रम में मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार तत्काल बदलाव करें। ये बदलाव 'न्यूजरूम' में काम कर रहे पत्रकारों की सलाह से ही किए जाने चाहिए। प्रस्तुत शोध पत्र हेतु पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों में कार्यरत शिक्षकों और मीडिया के दिग्गज पत्रकारों/संपादकों से साक्षात्कार किया गया है। शोध पत्र के माध्यम से यह जानने का प्रयास किया गया है कि मीडिया शिक्षण संस्थान और 'न्यूजरूम' कैसे एक दूसरे के पूरक बन सकते हैं ताकि पत्रकारिता की शिक्षा प्राप्त कर रहे छात्र नौकरी प्राप्त करते ही पहले दिन से 'न्यूजरूम' की आवश्यकताओं को पूरा कर सकें।

संकेत शब्द: मीडिया शिक्षण, पत्रकारिता, न्यूजरूम, क्लासरूम, फैक्ट चेकिंग, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, डाटा पत्रकारिता, डिजिटल पत्रकारिता, मीडिया शिक्षक, मीडिया पाठ्यक्रम।

प्रस्तावना

भारत में शिक्षा संस्थान के माध्यम से पत्रकारिता और जनसंचार की शिक्षा का इतिहास एक सदी का हो गया है। इन सौ वर्षों में भारत में पत्रकारिता और शिक्षा संस्थानों में दी जा रही मीडिया शिक्षा में कई आमूलचूल बदलाव आए। वर्ष 1920 में डॉ. एनी बेसेंट ने थियोसोफिकल सोसायटी की छत्रछाया में देश में पत्रकारिता पाठ्यक्रम की शुरुआत हेतु जो बीज बोया था, वह आज एक विशाल वृक्ष बन चुका है। आज देश में कई सरकारी और निजी विश्वविद्यालय, स्वायत्त संस्थान और मीडिया घराने पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम अपने-अपने स्तर पर संचालित कर रहे हैं जिनमें सर्टिफिकेट कोर्स से लेकर पीएचडी तक के पाठ्यक्रम शामिल हैं। हालांकि मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार समय-समय पर इन पाठ्यक्रमों में बदलाव होते रहे हैं, लेकिन यह परिवर्तन इतना सुस्त है कि पत्रकारिता की पढ़ाई कर 'न्यूजरूम' पहुंचने वाले प्रशिक्षु पत्रकारों को फिर से मीडिया इंडस्ट्री के व्यावहारिक गुर सीखने पड़ते हैं। इसमें नाकामयाब रहने पर कई बार उन पर नौकरी से हाथ धोने का खतरा मँडराता रहता है। ऐसे में सवाल उठता है कि क्या विश्वविद्यालयों के स्तर पर जन संचार और पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों में मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार आवश्यक बदलाव हो पा रहे हैं? विशेषज्ञ इसके तीन कारण बताते हैं। पहला कारण है तेजी से बदलती तकनीक। विज्ञान की तरक्की के साथ तकनीक इतनी तेजी से बदल रही है कि उसने हमारे जीवन के हर भाग को प्रभावित किया है।

जाहिर है, पत्रकारिता और न्यूजरूम भी इससे अछूते नहीं रहे हैं। नई तकनीक ने पत्रकारिता के तौर-तरीकों को प्रभावित करने के साथ-साथ जनता तक पहुंचने के नए प्लेटफॉर्म भी उपलब्ध कराए हैं। इंटरनेट के कंधे पर सवार ऑनलाइन मीडिया ने प्रिंट, टेलीविजन और रेडियो, तीनों को एक धागे में पिरोकर पत्रकारिता की दशा और दिशा दोनों बदल दी हैं। ऐसे में न्यूजरूम और उसमें कार्यरत पत्रकार तो तकनीक से तालमेल बैठकर करके खुद को बदल रहे हैं, पर अकादमिक दुनिया का बहुत बड़ा वर्ग अभी भी इंटरनेट युग की पत्रकारिता, इसमें हो रहे बदलाव और इसकी चुनौतियों के अनुसार अपने पाठ्यक्रमों में जरूरी बदलाव नहीं कर पाया है।

विश्वविद्यालयों में पुराने पढ़ चुके पाठ्यक्रमों का दूसरा बड़ा कारण यह है कि ज्यादातर संस्थानों में ऐसे लोग पत्रकारिता पढ़ा रहे हैं, जिनका मीडिया इंडस्ट्री में काम करने का या तो अनुभव नहीं है या इतना कम अनुभव है कि वे मीडिया के कामकाज और उसकी जरूरतों को समझ नहीं पाते। पत्रकारिता की पढ़ाई एक व्यावहारिक कौशल है, इसलिए जिन्होंने न्यूजरूम के उतार-चढ़ाव की दुनिया ठीक से नहीं देखी है, उन्हें पत्रकारिता के पाठ्यक्रम को गढ़ने और बदलते वक्त में उसमें जरूरी बदलाव करने में परेशानी आती है। पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों में नवीनता के अभाव का तीसरा बड़ा कारण है विश्वविद्यालयों में पूर्णकालिक पत्रकारिता पढ़ाने वाले शिक्षकों और मीडिया इंडस्ट्री के लोगों के बीच बेहद कम संवाद और आपसी सहयोग की कमी।

¹अकादमिक एसोसिएट, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली। ईमेल: nadim.akhter@gmail.com

मुख्यधारा के पत्रकारों और संपादकों को यह पता ही नहीं होता कि विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता की पढ़ाई किस स्तर की हो रही है और न ही वे कभी ये जानने की कोशिश करते हैं। इधर शिक्षा संस्थानों में पत्रकारिता पढ़ाने वाले शिक्षक न्यूजरूम की हकीकत और वहाँ हो रहे बदलावों से पूरी तरह अनजान रहते हैं। वे अपनी अकादमिक दुनिया से बाहर ही नहीं निकलते। नतीजा यह है कि दिन-ब-दिन पत्रकारिता पढ़ाने वाले संस्थान मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों को समझने में नाकाम हो रहे हैं। इसी कारण वे पत्रकारिता के पाठ्यक्रम में बदलाव नहीं कर पा रहे हैं। ज्यादातर मीडिया घराने नामी व बड़े पत्रकारिता प्रशिक्षण संस्थानों से प्रशिक्षु पत्रकार अपने यहाँ भर्ती तो कर लेते हैं पर न्यूजरूम में उन्हें अपनी जरूरतों के हिसाब से फिर से ट्रेनिंग देनी पड़ती है। उन्हें शिक्षा संस्थानों से वर्तमान न्यूजरूम में काम करने के लिए पूरी तरह दक्ष पत्रकार नहीं मिल रहे हैं। यह स्थिति कई वर्षों से जस-की-तस बनी हुई है।

साहित्य समीक्षा

नगुयेन और लुगो-ओकैंडो (2015) के अनुसार, पत्रकारिता की पढ़ाई कर रहे छात्र, डाटा पत्रकारिता की नई पेशेवर दुनिया में काम करने के लिए और उसे नेतृत्व प्रदान करने के लिए कितने तैयार हैं, यह इस बात पर निर्भर करता है कि पत्रकारिता के पाठ्यक्रम में उन्हें इस काम के लिए कितना तैयार किया जाता है। डाटा 'छोटा' हो या 'बड़ा', वह निश्चित तौर पर आने वाले दशकों में पत्रकारिता में शोध और उसकी पढ़ाई के लिए एक बड़ा मुद्दा बनेगा। कोठारी और हिकर्सन (2020) ने अपने शोध में पत्रकारिता में स्वचालन (ऑटोमेशन) के बढ़ते इस्तेमाल का महत्व बताते हुए कहा है कि स्वचालन की तकनीक पर आधारित पत्रकारिता (ऑटोमेटेड जनर्लिज्म) का उदय और 'फेक न्यूज' का बढ़ता प्रभाव इतना व्यापक हो गया है कि अब पत्रकारिता का प्रशिक्षण प्रदान करने वाले शिक्षकों को यह सोचना होगा कि रिपोर्ट करने और उसे लिखने की कला नए सिरे से कैसे विकसित की जाए। कोठारी और हिकर्सन ने अपने शोध में पाया है कि पत्रकारिता पढ़ाने वाले जो शिक्षक कौशल आधारित पाठ्यक्रम पढ़ा रहे हैं, वे स्वचालन जैसी तकनीक पर आधारित पत्रकारिता पढ़ाए जाने के झडाबरदार हैं और यही लोग नई तकनीक के अनुसार पाठ्यक्रम बदलने को तैयार हैं। लेकिन जो लोग पत्रकारिता में सिद्धांत से जुड़े पाठ्यक्रम पढ़ा रहे हैं, वे स्वचालन जैसी तकनीक पर आधारित पत्रकारिता पढ़ाए जाने के ज्यादा पक्ष में नहीं दिखे।

विश्वप्रसिद्ध संस्था यूनेस्को के लिए तैयार की गई अपनी रिपोर्ट में आर्यटन (2018) बताते हैं कि डिजिटल कन्वर्जेंस ने खबर बनाने, लिखने, उसे छापने और वितरित करने का तरीका पूरी तरह बदल दिया है। इससे 'डेडलाइन' का दबाव पत्रकारों पर बहुत बढ़ गया है और उनकी नौकरियों में और कटौतियाँ हुई हैं। कीप्फी (2017) ने अपने शोध पत्र में कहा है कि फेक न्यूज और गलत सूचनाओं के इस दौर में सूचना साक्षरता आयरलैंड की शिक्षा व्यवस्था में एक अहम रोल अदा कर सकता है। उन्होंने बताया है कि आयरलैंड के मीडिया शिक्षण में सूचना साक्षरता और इससे जुड़ी चीजों पर ध्यान नहीं दिया जा रहा। मीडिया शिक्षण में स्वतंत्रता विषय पर हुए पेरिस घोषणापत्र (2019) में ये बात

कही गई है कि मीडिया शिक्षण में अकादमिक ज्ञान और पत्रकारिता पेशे के तकनीकी कौशल के बीच सामंजस्य बैठाने की जरूरत है। रिचर्डसन (2017) बताते हैं कि फेक न्यूज से निपटने की तैयारी मीडिया शिक्षण स्कूलों में ही हो जानी चाहिए और इसके लिए मीडिया शिक्षकों को कमर कस लेनी चाहिए। क्लासरूम में अब सिर्फ तथ्यों के साथ रिपोर्टिंग और दोनों पक्षों के बीच संतुलन बनाकर लिखना बताने के साथ-साथ अब 'वेरिफिकेशन' यानी 'फैक्ट चेक' और इससे जुड़ी मेहनत के तरीकों को बताना भी उतना ही जरूरी है। भास्करन, मिश्रा और नायर (2017) ने अपने शोध पत्र में कहा है कि भारत में मीडिया शिक्षण से जुड़े लोगों को एक ऐसा नवीन पाठ्यक्रम बनाना चाहिए, जो 'फैक्ट चेक' के सामूहिक प्रयासों पर आधारित हो और जिसमें 'ऑडिएंस' के साथ जुड़ने की बात पर बल दिया जाए।

हेरावी (2018) के अनुसार डाटा पत्रकारिता के लिए इच्छुक पत्रकार, पत्रकारिता में उच्च शिक्षा ग्रहण तो किए हुए हैं लेकिन उनके पास डाटा पत्रकारिता से जुड़े तकनीकी क्षेत्रों, जैसे डाटा एनालिसिस, कोडिंग और डाटा विजुअलाइजेशन से संबंधित शिक्षा नहीं है। हेरावी ने बताया है कि अमेरिका में डाटा पत्रकारिता से जुड़े पाठ्यक्रम ज्यादा हैं और दुनियाभर में इससे संबंधित पाठ्यक्रम शुरू हो रहे हैं, खासकर यूरोप में ऐसा ज्यादा हो रहा है। लिंच (2015) सवाल उठाते हैं कि प्रोफेशनल जर्नलिज्म कोर्स का मिशन और मकसद क्या है? साथ ही मौजूदा डिजिटल युग में उस मिशन को पाने के लिए क्या हमें ऐसे सिस्टम और संरचनाओं की जरूरत है जो उन सैद्धांतिक स्कूलों से बिल्कुल अलग हों, जिसकी परिकल्पना फोल्कर्ट, हैमिल्टन और लेमन ने की थी। लिंच कहते हैं कि मीडिया शिक्षण में नए, प्रयोगधर्मी और सब कुछ बदल कर रख देने वाले दृष्टिकोण की बहुत जगह है। ऐसे डिजिटल-फर्स्ट स्कूल स्वयं में परिवर्तन लाकर पत्रकारिता के पेशे में आमूलचूल बदलाव ला सकते हैं।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध के लिए गुणात्मक डाटा संग्रहीत किया गया है। इसके लिए पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों में पढ़ाने वाले शिक्षकों और मीडिया में काम कर रहे संपादक स्तर के वरिष्ठ पत्रकारों का साक्षात्कार किया गया है। ये साक्षात्कार जून 2021 में किए गए हैं। साक्षात्कारदाताओं सूची अनुलग्नक 1 में दर्शाई गई है।

शोध उद्देश्य

- भारत में पत्रकारिता प्रशिक्षण प्रदान करने वाले शैक्षणिक संस्थानों के पाठ्यक्रम और मीडिया न्यूजरूम में आवश्यक पत्रकारीय कौशल के बीच के अंतर का अध्ययन।
- मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों के पाठ्यक्रम में न्यूजरूम की जरूरतों के अनुसार होने वाले परिवर्तन का अध्ययन।
- पाठकों/दर्शकों तक पहुँचने के लिए भारतीय मीडिया के न्यूजरूम द्वारा अपनाई गई नवीन तकनीकों का अध्ययन।
- पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों के पाठ्यक्रम में बदलाव हेतु आवश्यक उपायों का अध्ययन।

शोध प्रश्न

- भारत में पत्रकारिता प्रशिक्षण प्रदान करने वाले शैक्षणिक संस्थानों के पाठ्यक्रम और मीडिया न्यूजरूम में आवश्यक पत्रकारीय कौशल के बीच क्या अंतर है?
- मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों के पाठ्यक्रम में न्यूजरूम की जरूरतों के अनुसार क्या परिवर्तन हो रहे हैं?
- पाठकों/दर्शकों तक पहुँचने के लिए आधुनिक न्यूजरूम कौन-सी नई तकनीक का इस्तेमाल कर रहे हैं?
- पत्रकारिता शिक्षण संस्थान अपने पाठ्यक्रमों में आवश्यक बदलाव हेतु क्या कदम उठा रहे हैं?

क्लासरूम शिक्षण में प्रैक्टिकल इनपुट की बेहद कमी

मीडिया शिक्षण संस्थानों के 'क्लासरूम' और मीडिया 'न्यूजरूम' के बीच मौजूद दूरी का उल्लेख करते हुए हिंदुस्तान टाइम्स के डिजिटल हेड प्रसाद सान्याल बताते हैं कि देश के बड़े मीडिया शिक्षण संस्थानों में भी जो डिजिटल पत्रकारिता पढ़ाई जा रही है उसमें थ्योरी यानी सिद्धांत पर अधिक जोर है, प्रैक्टिकल पर कम। 'फैक्ट चेकिंग' के नाम पर कोई एक-आध कार्यशाला करा दी जाती है, जो पर्याप्त नहीं है। डिजिटल हो या ब्रॉडकास्ट, जो काम प्रशिक्षु पत्रकारों को न्यूजरूम में आकर करना है वह किसी भी मीडिया शिक्षण संस्थान में नहीं सिखाया जा रहा है। दूसरी महत्वपूर्ण बात ये है कि मीडिया शिक्षण संस्थानों में 'फील्ड रिपोर्टिंग' थोड़ी-बहुत सिखा दी जाती है, पर डेस्क पर काम करना ढंग से कोई नहीं सिखाता, जबकि डेस्क पर ही सबसे ज्यादा नौकरी उपलब्ध है, खासकर डिजिटल में। पारंपरिक न्यूजरूम में भी रिपोर्टिंग की तुलना में डेस्क पर काम करने वाले पत्रकारों का अनुपात अधिक है। काम करने के ज्यादा अवसर डेस्क पर मिलते हैं, परंतु क्लसरूम में रिपोर्टिंग की सैद्धांतिक पढ़ाई हो रही है, जो बहुत बड़े गैप की वजह है (सान्याल, 2021)।

क्लासरूम में डेस्क की पढ़ाई के संबंध में सान्याल (2021) कहते हैं कि वहाँ थ्योरी अधिक है और डिजिटल के हिसाब से प्रैक्टिकल की ट्रेनिंग नहीं है। कॉपी लिखने और उससे जुड़ी टेक्निकल बातें क्लसरूम में शायद नहीं बताई जा रही हैं। जो पढ़ाया जा रहा है, वह न्यूजरूम में प्रशिक्षु पत्रकारों के काम नहीं आ रहा है। गूगल ने तीन बार अपना एल्गोरिदम बदला है, गूगल के कोर अपडेट में आता क्या है, उसके 200 रैंकिंग फैक्टर हैं, कौन सा फैक्टर ऊपर है और कौन सा नीचे, इसकी समझ क्लसरूम में देने की आवश्यकता है। गूगल के टूल, सर्च कन्सोल, एनालिटिक्स आदि क्या है, इसके बारे में क्लसरूम में नहीं बताया जा रहा है। छात्रों को खबरों का जो संपादन सिखाया जा रहा है वह क्लसरूम की परीक्षा पास करने के लिए तो ठीक है, लेकिन न्यूजरूम में खबरों के संपादन के स्तर वह मेल नहीं खाता। यह आज एक हकीकत है कि मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों से भावी पत्रकारों को पहली नौकरी मिलने में मदद तो मिलती है, पर वे इंडस्ट्री में उनके टिके रहने के जरूरी कौशल पत्रकारों को नहीं सिखा रहे हैं (सान्याल, 2021)। सान्याल का मानना है कि भावी पत्रकारों को अलग-अलग बीट की

विस्तृत जानकारी नहीं दी जा रही। वे कहते हैं, "भावी पत्रकारों को यही पता नहीं होता कि क्राइम बीट में एफआईआर लिखने का क्या तरीका होता है और पुलिस कैसे काम करती है? नतीजा यह होता है कि न्यूजरूम में ये पत्रकार डेस्क पर गलती करते हैं। साथ ही भावी पत्रकारों को अपनी पसंद की बीट के अलावा देश-दुनिया में क्या हो रहा है, वह भी पता होना चाहिए। इसकी समझ कैसे विकसित करें, ये पत्रकारिता स्कूलों में खासतौर पर पढ़ाया जाना चाहिए। क्लसरूम और न्यूजरूम के बीच अच्छी-खासी दूरियाँ हैं, जिसे पाठ्यक्रम को अपडेट करके जल्द से जल्द पाटा जाना चाहिए ताकि इंडस्ट्री को एक तपा-तपाया पत्रकार मिले" (सान्याल, 2021)।

नई तकनीक के साथ कदमताल

नई तकनीक के अनुसार पाठ्यक्रम में बदलाव पर जोर देते हुए 'द इंडियन एक्सप्रेस' के डिजिटल हेड नंदगोपाल राजन कहते हैं कि कोरोना काल से न्यूजरूम का परिचालन जिस तरीके से ऑनलाइन मोड में हो रहा है, उसमें तकनीक में कुछ नया नहीं है। जो तकनीक पहले से उपलब्ध थी, उसका इस्तेमाल ज्यादा होने लगा है। किसी पत्रकारिता संस्थान से प्रशिक्षु पत्रकार की भर्ती करते समय ये माना जाता है कि उसे पत्रकारिता का मूलभूत ज्ञान होगा। लेकिन असली समस्या मीडिया शिक्षण संस्थाओं में प्रशिक्षण की है। अक्सर देखा गया है कि पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों में प्रशिक्षण न्यूजरूम में काम करने वाले पेशेवर पत्रकार नहीं देते। जब न्यूजरूम में आकर विद्यार्थी इंटरशिप करते हैं, तभी कुछ व्यावहारिक वे सीख पाते हैं। राजन (2021) के अनुसार मीडिया शिक्षण संस्थानों में पाठ्यक्रम आज भी पुराने ढर्रे पर ही चलाए जा रहे हैं। प्रिंट पत्रकारिता, प्रसारण पत्रकारिता, डिजिटल पत्रकारिता आदि के रूप में वर्गीकरण अब पुराना हो गया है। अब नई पीढ़ी को सिर्फ पत्रकारिता पढ़ाए। शायद नई पीढ़ी भ्रमित है। वे पहले से ये मान लेते हैं कि उन्हें प्रिंट का पत्रकार बनना है, किसी को टीवी का तो किसी को ऑनलाइन का। ये ठीक नहीं है। पहले सिर्फ पत्रकार बनने का उद्देश्य होना चाहिए। उसमें कामयाब हो गए तो किसी भी माध्यम में काम किया जा सकता है। भावी पत्रकारों का बेसिक ठीक करने पर ध्यान दिया जाना चाहिए।

'फैक्ट चेकिंग' पर राजन की राय दूसरे सम्पादकों से थोड़ी अलग है। उनके अनुसार पत्रकारिता 'फैक्ट चेकिंग' ही तो है, तथ्यों को परखकर ही तो परोसना है। इसलिए 'फैक्ट चेकिंग' के लिए न्यूजरूम में एक अलग डेस्क बनाए जाने की जरूरत नहीं है। हाँ, फेक न्यूज का भंडाफोड़ करने के लिए न्यूजरूम में एक या दो लोग रखे जा सकते हैं। इसे एक अलग बीट की तरह देखा जा सकता है। एक्सप्रेस ग्रुप ने निर्णय लिया है कि यह उनका काम नहीं है, वे फेक न्यूज की पोल नहीं खोलेंगे। वे सिर्फ सत्य पर आधारित खबर छापते हैं। फेक न्यूज का भंडाफोड़ करने के लिए गूगल और अन्य संस्थान वर्कशॉप कराते रहते हैं। भावी पत्रकारों को विश्वविद्यालयों में वर्कशॉप की तरह ये सब सिखाया जाना चाहिए। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का इस्तेमाल करके आप लेख तो लिखवा सकते हैं लेकिन लोगों से पढ़वा नहीं सकते। यह समझना होगा कि इनसान उन लेखों को देखकर समझ जाएगा कि यह मशीन ने लिखा है। फेसबुक पर यूजर्स की टाइमलाइन में हिंदी से अंग्रेजी अनुवाद हमेशा

सटीक नहीं होता। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) के न्यूजरूम में बढ़ते प्रयोग पर भी राजन इस शोध में शामिल दूसरे पत्रकारों से थोड़ी अलग राय रखते हैं। उनके अनुसार एआई की मदद से काम के डाटा को निकालना और उसे समझना पत्रकार का काम नहीं है। ये डाटा वैज्ञानिक का काम है। पत्रकार को ये क्यों सीखना चाहिए? डाटा की समझ के लिए आपके पास बहुत सारे कौशल होने चाहिए, जो पत्रकार के पास नहीं होते। न्यूजरूम में एआई की जगह होगी लेकिन वह बहुत ही विशेषज्ञता वाला काम होगा। हर कोई ये नहीं कर सकता। जरूरी बात ये है कि भावी पत्रकारों को न्यूजरूम में काम करने के लिए दौरान दबाव को हैंडल करना सिखाना होगा। अभी ये नहीं हो रहा है। कई सारे विश्वविद्यालयों में डिजिटल मीडिया के 50 टूल्स सिखाए जा रहे हैं, उनमें से एक या दो का इस्तेमाल होता है। इससे अच्छा है कि विशेषज्ञता वाले दो टूल ही सिखाए जाएं और सीखने वालों की उसमें मास्टरी होनी चाहिए (राजन, 2021)।

मीडिया शिक्षण के भविष्य की दिशा पर राजन कहते हैं, “पत्रकारिता संस्थानों को पता होना चाहिए कि साल के बड़े टूल्स क्या हैं, उनको पाठ्यक्रम में शामिल करना चाहिए। एक अन्य जरूरी चीज, जो पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों को सिखानी चाहिए, वह है पाठक-श्रोता-दर्शक की समझ। ये भी अभी नहीं हो रहा। डिजिटल पत्रकारिता में आपको अपने ‘ऑडिएंस’ के बारे में हमेशा पता होना चाहिए। अभी हम किसी प्रशिक्षु पत्रकार को तीन-चार साल डेस्क पर काम करवाते हैं तो वह ऑडिएंस से संबंधित एनालिटिक्स को समझना शुरू करता है। अगर पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों में बेसिक से ज्यादा बता दिया जाए और इसका अभ्यास ठीक से कराया जाए तो पहले दिन से ही हमें ऐसे पत्रकार मिलेंगे, जो ‘ऑडिएंस’ और एनालिटिक्स की बेहतर समझ रखेंगे। ये काम बहुत जरूरी है। ऑडिएंस के डेटा को समझकर उसे खबरों के मामले में सही तरह से लागू करने का हुनर आना ही चाहिए” (राजन, 2021)।

न्यूजरूम और क्लासरूम के बीच संवाद

‘अमर उजाला’ डिजिटल के संपादक जयदीप कर्णिक मौजूदा दौर में मीडिया शिक्षण संस्थानों की कक्षाओं में हो रही पढ़ाई से संतुष्ट नहीं हैं। वे क्लासरूम की पढ़ाई और न्यूजरूम की जरूरतों के बीच बहुत बड़ी दूरी देखते हैं। वे कहते हैं कि अभी भी कई जगह डिजिटल में एचटीएमएल पढ़ाया जा रहा है, जो बहुत पुराना हो चुका है। अभी भी की-वर्ड, एसईओ की टैगिंग, गूगल और अन्य एनालिटिक्स के बारे में नहीं पढ़ाया जा रहा। इसके अलावा भाषा की दिक्कत बहुत बड़ी है। नई पीढ़ी के पत्रकारों को न ठीक से अंग्रेजी आती है और न ही हिंदी। उनका अनुवाद भी अच्छा नहीं है। पत्रकारिता पढ़ाने वाले स्कूलों को इस पर ध्यान देना चाहिए। यह बहुत बड़ी चुनौती है। डेस्क की कॉपी कैसी होना चाहिए, उस पर भी अभी क्लासरूम में और अधिक प्रयत्न की आवश्यकता है। कर्णिक (2021) के अनुसार महत्वपूर्ण बात ये है कि न्यूजरूम और क्लासरूम के बीच जो संवाद होना चाहिए, वह पूरी तरह से नदारद है। जैसे एमबीए के स्टूडेंट बीच-बीच में इंडस्ट्री में जाते हैं, वहाँ सीखते हैं और फिर क्लासरूम में पढ़ते हैं तो उनको पता होता है

कि इसका उपयोग इंडस्ट्री में कैसे और कहाँ होगा। पत्रकारिता स्कूलों में भावी पत्रकारों को ये सुविधा नहीं है।”

मीडिया में उभरती डाटा पत्रकारिता को तरजीह देते हुए कर्णिक (2021) बताते हैं कि डाटा पत्रकारिता एक अलग विधा है। इंडस्ट्री में इसमें विशेषज्ञता रखने वाले पत्रकार चाहिए। साथ ही इन्फोग्राफिक्स के भी विशेषज्ञ पत्रकार चाहिए। आज पत्रकार यूट्यूब के लिए वीडियो भी बना रहे हैं, तो वीडियो बनाने की विधा, रनडाउन कॉपी लिखना, वीडियो शूट करना आदि की ट्रेनिंग उनके पास नहीं होती। यह न्यूजरूम में सिखाना पड़ता है। सीएमएस की ट्रेनिंग भी उसके पास नहीं होती। की-वर्ड, मेटा-टेक्स्ट और स्लग लिखने की ट्रेनिंग अगर कोई लेकर आएगा, तो वह न्यूजरूम में पहले दिन से काम करने के लिए तैयार होगा। जहाँ तक ‘फैक्ट चेकिंग’ जैसे कौशल का सवाल है तो यह एक-दो दिन का काम नहीं है। इसे लगातार सिखाया जाना चाहिए। आज न्यूजरूम में फैक्ट चेकर्स यानी फेक न्यूज का भंडाफोड़ करने का हुनर रखने वाले पत्रकारों के लिए नौकरियाँ हैं। अगर कोई पत्रकारिता का छात्र फैक्ट चेकिंग का कोर्स भी साथ में कर ले, तो उसके लिए अवसर ज्यादा हैं। न्यूज इंडस्ट्री की समस्याओं की तरफ ध्यान आकृष्ट करते हुए कर्णिक (2021) बताते हैं, “हमें ये मालूम है कि जब किसी प्रशिक्षु पत्रकार को हम रखते हैं तो तीन महीने हमें उसे न्यूजरूम के अनुसार तैयार करने में लगेंगे। यह चिंता की बात है कि देश में बड़े-बड़े पत्रकारिता संस्थान होने के बावजूद इंडस्ट्री को पूरी तरह प्रशिक्षित पत्रकार नहीं मिल रहे। इसे हर एकेडेमिशियन को समझना चाहिए। पत्रकारिता स्कूलों में भावी पत्रकारों को सीएमएस, डाटा पत्रकारिता, इन्फोग्राफिक्स, मेटा टैगिंग, यूआरएल बनाने का तरीका, की-वर्ड लिखने का तरीका, इंटरनेट पर सर्च और रैंकिंग का महत्व, सोशल मीडिया पर प्रमोशन, फेसबुक और अन्य सोशल साइट्स पर क्या करें और क्या न करें जैसी चीजें अवश्य पढ़ानी चाहिए। आज नए पत्रकार रखने पर हमेशा ये डर लगा रहता है कि वह गलती न कर दें और इसके कारण संस्थान के बदनामी न हो जाए” (कर्णिक, 2021)।

डिजिटल जर्नलिज्म और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस

‘हिंदुस्तान डिजिटल’ के प्रमुख प्रभाष झा भी मानते हैं कि पत्रकारिता शिक्षण संस्थान न्यूजरूम की बदलती जरूरतों के अनुसार अपना पाठ्यक्रम नहीं बदल रहे हैं। क्लासरूम और न्यूजरूम के बीच गैप का सबसे बड़ा कारण ये है कि मीडिया शिक्षण संस्थानों में जो लोग पत्रकारिता सिखा रहे हैं, उनमें से ज्यादातर ने न्यूजरूम में कभी काम किया ही नहीं है। वे मीडिया के मौजूदा ट्रेंड से भी बहुत ज्यादा वाकिफ नहीं हैं। चूँकि तकनीक रोज बदल रही है, इसलिए पत्रकारिता पढ़ाने वाले लोग इससे बहुत ज्यादा ‘अपडेटेड’ नहीं हैं। डिजिटल जर्नलिज्म में ट्रैफिक और रेवेन्यू को लेकर गूगल का एकाधिकार है। सर्च इंजन गूगल और फेसबुक जैसी सोशल मीडिया साइटें साल में अपने एल्गोरिदम को बदल देते हैं। ऑनलाइन में ये डिस्ट्रीब्यूशन के भी सबसे बड़े सोर्स हैं। इसलिए भावी पत्रकारों को यह जानना होगा कि गूगल ने अपने एल्गोरिदम में क्या बदलाव किए, उसका आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस क्या कर रहा है? जो पत्रकार स्टोरी लिख रहा है, उसे यह सब पता होना

ही चाहिए। तभी वह अपने टारगेट ऑडिअंस तक सही से पहुँच पाएगा। ये सब भावी पत्रकारों को ज्यादा पढ़ाना चाहिए। डिजिटल में सर्कुलेशन गूगल, फेसबुक और व्हाट्सएप से ही है। इसकी समझ पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों में पैदा की जानी चाहिए (झा, 2021)।

झा (2021) के अनुसार डिजिटल में भावी पत्रकारों को ये भी समझना होगा कि वे अपनी स्टोरी में क्या की-वर्ड डालें और क्या मेटा-डिस्क्रिप्शन लिखें, जिससे गूगल का एल्गोरिदम स्टोरी को ज्यादा वजन देकर ऑडिअंस को दिखाए। इस तरह के हुनर किसी पत्रकारिता शिक्षण संस्थान में नहीं सिखाए जाते। सोशल मीडिया के उभार के बाद 'फैक्ट चेकिंग' का चलन भी बढ़ा है। इसके टूल्स को पत्रकारिता शिक्षण संस्थानों में पाठ्यक्रम का हिस्सा बनाकर पढ़ाया जाना चाहिए। पत्रकार यानी पाठकों को बताने वाले को ही जब ये पता नहीं होगा कि क्या सूचना सही है और क्या गलत और इसे कैसे चेक करें, तो फिर चौथा खंभा भरभराकर गिर जाएगा! डिजिटल के लिए जब कोई स्टोरी प्रिंट से उठाई जाती है तो आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस उस स्टोरी को पढ़कर खुद उसका की-वर्ड और यूआरएल लगा देता है। इसके लिए एक खास तरह का एपीआई लगाया जाता है। भावी पत्रकारों को ये पता होना चाहिए कि जिस एपीआई की मदद से आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस वाली मशीन खबरों की टैगिंग कर रही है वह कैसे काम करती है। दिनोंदिन बदल रही पत्रकारिता पर प्रभाष झा बताते हैं, "डिजिटल में एक और नया ट्रेंड आया है – 'इमर्सिव स्टोरी' बताने का, जिसमें किसी घटना को 180 डिग्री तक समझाया जाता है। इसे कैसे बनाते हैं, इसकी 'थॉट प्रोसेस' क्या है, ये सब भी पाठ्यक्रम में पढ़ाया जाना चाहिए। अब तो 'पेड एक्सक्लूसिव कंटेंट' का चलन आ गया है और अंग्रेजी के पाठक पैसा देकर ये कंटेंट पढ़ रहे हैं। ये अति विशिष्ट कंटेंट कैसे लिखें, उसके बारे में कैसे स्टोरी प्लान करें और उसे विकसित करें, यह भी पत्रकारिता पाठ्यक्रम में पढ़ाया जाना चाहिए। वीडियो और 'पॉडकास्टिंग' के अनुसार खबर बताने व अन्य जानकारियाँ देने का चलन तेजी से बढ़ा है, जिसकी पढ़ाई पत्रकारिता स्कूलों में काफी विस्तार से कराई जानी चाहिए। ऑनलाइन माध्यम के लिए वीडियो स्टोरी बनाना और टीवी के लिए वीडियो स्टोरी बनाने दोनों अलग विधा हैं, जिसकी बारीकियाँ समझाए जाने की जरूरत है" (झा, 2021)।

समग्र मीडिया पाठ्यक्रम की जरूरत

अपने 30 साल के पत्रकारिता कैरियर, मीडिया शिक्षण और जनसंचार शोध में अनुभव के आधार पर वरिष्ठ लेखक, स्तंभकार एवं मीडिया शिक्षक प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार कहते हैं कि भारत में मीडिया शिक्षण और न्यूजरूम के बीच सामंजस्य का घोर अभाव है, जिसके कारण मीडिया शिक्षण संस्थान नवीन तकनीक के सहारे चलने वाले मौजूदा न्यूजरूम की जरूरतों के अनुसार पत्रकार तैयार नहीं कर पा रहे हैं। डॉ. कुमार के अनुसार आज मीडिया शिक्षण के समक्ष सबसे बड़ी समस्या ये है कि विश्वविद्यालयों में मीडिया की बारीकियाँ वे लोग सिखा रहे हैं, जो मुख्यधारा की पत्रकारिता में चल नहीं पाए। जिन लोगों ने कभी रिपोर्टिंग नहीं की, कभी डेस्क पर काम नहीं किया, कभी न्यूजरूम में समय नहीं गुजारा, जो न्यूजरूम के काम करने के तरीके को नहीं समझते,

वे आज मीडिया की शिक्षा दे रहे हैं। इस ट्रेंड को बदलना होगा। यदि फैकल्टी और पाठ्यक्रम को समय के साथ नहीं बदलेंगे, तो इनके सहारे पत्रकारिता का हुनर सीखने वाले भावी पत्रकारों को कहीं नौकरी नहीं मिलने वाली है। समय आ गया है जब देश में मीडिया शिक्षण के अलग-अलग पाठ्यक्रमों से जूझ रहे भावी पत्रकारों को उच्च गुणवत्ता वाला समग्र मीडिया पाठ्यक्रम उपलब्ध कराया जाए। इसके लिए एक मीडिया एजुकेशन काउंसिल जैसी संस्था भी बनाई जा सकती है, जो मीडिया शिक्षण की निगरानी करे। अब न्यूजरूम में पारम्परिक उपसंपादक और संवाददाता नहीं चाहिए। फेक न्यूज के बढ़ते चलन के जमाने में ऐसे पत्रकार चाहिए, जिनकी फैक्ट चेकिंग में माहिरत हो। जो अपने सामान्य कामकाज के अलावा समाचार संस्थानों के सोशल मीडिया हैंडल को भी संभालने की बारीकी जानते हों। चूँकि सबकुछ तेजी से ऑनलाइन पर शिफ्ट हो रहा है इसलिए अब भावी पत्रकारों को समाचार संस्थानों की वेबसाइट के ट्रैफिक का विश्लेषण करना भी आना चाहिए। उनमें ये समझ होनी चाहिए कि किस विषय पर कैसा कंटेंट बनाना है और जनता के सामने उसे कैसे परोसना है (कुमार, 2021)।

डॉ. कुमार के अनुसार ऑनलाइन मीडिया के जमाने में खबर लिखने का स्वरूप बदल गया है। अब पत्रकारों को ये कला सीखनी है कि 50 शब्द में भी वह पूरा समाचार कैसे लिख सकते हैं। कई सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर शब्द सीमा है, ऐसे में पत्रकारों को ये कौशल विकसित करना होगा कि कम शब्दों में पूरी बात कैसे लिखी जाए? मीडिया के इस बदलते स्वरूप के मद्देनजर अगर विश्वविद्यालयों और अन्य मीडिया शिक्षण संस्थानों में भावी पत्रकारों का प्रशिक्षण होगा, तो उनके लिए नौकरियों की कोई कमी नहीं है। हिंदुस्तान में जनसंचार और पत्रकारिता की पढ़ाई कराने वाला शायद एक भी शिक्षण संस्थान ऐसा नहीं है, जहाँ फैक्ट चेकिंग और समाचार संस्थान के सोशल मीडिया हैंडल को संभालने की ट्रेनिंग पाठ्यक्रम का हिस्सा बनाकर दी जाती हो। डॉ. कुमार यह भी मानते हैं, "तकनीक के हिसाब से भावी पत्रकारों की ट्रेनिंग अपनी जगह है पर भावी पत्रकारों को अपनी जड़ों से भी नहीं कटना है। उन्हें टाइपिंग भी सिखानी है, उनकी भाषा भी ठीक करनी है और साथ ही उन्हें नई तकनीक का ज्ञान भी देना है। सब कुछ समग्र रूप में होना चाहिए और इसी के मद्देनजर मीडिया शिक्षण संस्थानों के पाठ्यक्रमों में बदलाव होना चाहिए। चूँकि तकनीक तेजी से बदल रही है, ऐसे में हमें आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और डाटा पत्रकारिता पर भी बात करनी होगी। दुर्भाग्य से ये विषय भी अभी मीडिया शिक्षण संस्थानों के लिए अछूते हैं। अपनी पुस्तक 'फ्यूचर न्यूजरूम' में मैंने विस्तार से बताया है कि वर्ष 2040 में भारतीय मीडिया का न्यूजरूम कैसा होगा, उसे समझना पड़ेगा। तकनीक इतनी तेजी से बदल रही है कि दिल्ली में बहादुरशाह जफर मार्ग का जो प्रेस एरिया था, उसका ठिकाना बदलकर अब नोएडा की बहुमंजिली इमारतों में चला गया है। हो सकता है कि भविष्य में यह और सिकुड़ जाए और एक ही बिल्डिंग के एक छोटे कमरे से अलग-अलग मीडिया घरानों के न्यूजरूम चलें। उस कमरे में कुछ मशीनें होंगी और बाहर सिर्फ एक गार्ड बैठा होगा। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस न्यूजरूम में काम करने के तरीकों को पूरी तरह बदलकर रख देगा" (कुमार, 2021)।

डॉ. कुमार डाटा आधारित पत्रकारिता को लेकर अत्यधिक आग्रही हैं। वे बताते हैं कि वर्ष 2017 में गूगल और इंग्लैंड की एक न्यूज एजेंसी, प्रेस एसोसिएशन ने मिलकर एक प्रोजेक्ट बनाया, जिसका नाम था- रडार। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस पर आधारित इस मशीन द्वारा तैयार की गयी खबरें आज बड़े-बड़े समाचार पत्रों में पहली लीड बनती हैं। अब तो चीन में रोबोट का इस्तेमाल न्यूज एंकर के रूप में हो चुका है। उस रोबोट की समझ इनसान को भी मात दे सकती है। मीडिया में तकनीक, खबर लिखने और उसे परोसने के मामले में जो बदलाव आ रहे हैं, मीडिया शिक्षण संस्थानों को उससे कदमताल नहीं करना है, बल्कि उससे भी चार कदम आगे सोचना है। तभी हम मीडिया इंडस्ट्री को ऐसे पत्रकार दे पाएँगे, जो उनके न्यूजरूम की जरूरत के हिसाब से न केवल प्रशिक्षित होंगे, बल्कि उनके पास भविष्य का एक विजन और रोडमैप भी होगा। इसलिए देश के मीडिया शिक्षण संस्थान अपने पाठ्यक्रमों को नई तकनीक और बदलते न्यूजरूम के हिसाब से जितनी जल्दी अपडेट कर लें, उतना ही अच्छा होगा (कुमार, 2021)।”

विश्लेषण और निष्कर्ष

मीडिया शिक्षण और न्यूज इंडस्ट्री में काम कर रहे सभी लोगों का मानना है कि भारत में मीडिया पढ़ाए जाने वाले संस्थानों के क्लासरूम और इंडस्ट्री के न्यूजरूम के बीच एक बड़ी खाई है, जिसे पाटा जाना बहुत जरूरी है। विशेषज्ञों की राय है कि देश में पत्रकारिता का प्रशिक्षण दे रहे संस्थान आधुनिक न्यूजरूम की जरूरतों के मुताबिक पत्रकार तैयार नहीं कर पा रहे हैं। पाठ्यक्रमों का स्वरूप सैद्धांतिक ज्यादा है, जो न्यूजरूम में किसी काम नहीं आता। इसका परिणाम यह है कि पत्रकारिता की पढ़ाई पूरी करके न्यूजरूम में दाखिल होने वाले पत्रकार को शुरुआती कई दिनों तक यह समझ ही नहीं आता कि विश्वविद्यालय से पत्रकारिता का जो हुनर वे सीखकर आए हैं, उसका इस्तेमाल न्यूजरूम में कहाँ हो रहा है! वहाँ खबर चुनने, उसे लिखने, संपादन करने और उसे उचित मंच से पाठक/दर्शक तक परोसने का काम होता है, जिसका उन्हें अभ्यास नहीं होता है। इसके अलावा न्यूजरूम में डेडलाइन का दबाव बहुत ज्यादा होता है, जिसका कोई प्रशिक्षण विश्वविद्यालयों में भावी पत्रकारों को नहीं दिया जाता।

शोध में शामिल वरिष्ठ पत्रकारों के बीच इस बात पर भी एक राय है कि देश के सभी शिक्षण संस्थानों का पाठ्यक्रम बहुत पुराना है और तेजी से बदलती तकनीक व आधुनिक न्यूजरूम की जरूरतों के मुताबिक उसमें बदलाव नहीं किए जा रहे हैं। तकनीक ने न्यूजरूम को हर दिन बदलने के लिए बाध्य किया है। न्यूज इंडस्ट्री में काम कर रहे पत्रकार वक्त के हिसाब से नई तकनीक को सीखते हैं और उसे अमल में लाते हैं। ये निरंतर चलने वाली प्रक्रिया है। लेकिन पत्रकारिता पढ़ाने वाले संस्थान अभी भी अपने पाठ्यक्रम को पुराने ढर्रे पर ही चला रहे हैं। उनके पाठ्यक्रमों में सैद्धांतिक पक्ष ज्यादा है और वहाँ व्यावहारिक अभ्यास को बहुत कम स्थान दिया जाता है। साथ ही न्यूज इंडस्ट्री जिस नए कौशल को अपना रही है, उसके मुताबिक पाठ्यक्रम में बदलाव नहीं हो रहे हैं। इसका परिणाम यह है कि विश्वविद्यालय से पत्रकारिता का हुनर सीखकर निकले युवा पत्रकारों को न्यूजरूम में काम करने के लिए

जरूरी कौशल न्यूजरूम में ही सीखना पड़ता है। इसका नुकसान यह भी होता है कि कई बार युवा पत्रकार ठीक से काम नहीं कर पाने के कारण अपना आत्मविश्वास खो देते हैं और नौकरी तक छोड़ने पर विचार करने लगते हैं। दूसरा पक्ष यह है कि न्यूजरूम में हर वरिष्ठ पत्रकार डेडलाइन और अन्य तमाम तरह के दबावों में काम कर रहा होता है। इसलिए उसके पास इतना वक्त नहीं होता कि वह नए पत्रकार को जरूरी कौशल ठीक से सिखा सके और उसकी बारीकियाँ बता सके। अगर यही काम विश्वविद्यालय के स्तर पर ठीक से किया जाए, तो भावी पत्रकारों के पास न्यूजरूम के जरूरी हुनर सीखने का वक्त भी ज्यादा होगा और वे उसकी प्रैक्टिस भी ठीक से कर पाएँगे।

शोध में यह बात भी सामने आई कि तकनीक ही अब भविष्य की पत्रकारिता की दशा और दिशा तय करेगी। पत्रकारिता का भविष्य डिजिटल माध्यम हैं, जो इंटरनेट के कंधे पर सवार होकर पूरी दुनिया में अपनी पहुँच बना चुका है। शोध में शामिल विशेषज्ञों के अनुसार, डिजिटल पत्रकारिता के युग में फैक्ट चेकिंग, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, डाटा पत्रकारिता, इन्फोग्राफिक्स, इमर्सिव स्टोरी, गूगल एलगोरिदम और एनालिटिक्स की समझ, ऑडिओ के व्यवहार का आकलन और खबर लिखने में कीवर्ड सहित मेटा-डिस्क्रिप्शन जैसे कौशल समय की माँग हैं और पत्रकारिता स्कूलों को अपने छात्रों को इन विषयों की गहन जानकारी देनी चाहिए। साथ ही इसका व्यावहारिक अभ्यास कराकर उन्हें इसमें दक्ष बनाना चाहिए, तभी न्यूजरूम को क्लासरूम से पके-पकाए पत्रकार मिल पाएँगे। डिजिटल पत्रकारिता में ऑडिओ का फीडबैक तुरंत मिलता है, अब समाचार पत्रों की तरह यहाँ एकतरफा संवाद नहीं होता। पाठक तुरंत कमेंट करता है। इसलिए जब पाठक इतना जागरूक हो और उसका फीडबैक इतनी तेजी से मिले, तो भावी पत्रकारों की चुनौतियाँ कई गुणा बढ़ जाती हैं। यह सब हुनर मीडिया शिक्षण संस्थानों को भावी पत्रकारों को जरूर सिखाना चाहिए। इसके अलावा वीडियो और ऑडियो प्रसारण कला तकनीक की आधुनिक समझ भी भावी पत्रकारों की अच्छी होनी चाहिए, क्योंकि लोग अब टेक्स्ट पढ़ने की जगह वीडियो द्वारा जानकारी लेना ज्यादा पसंद करते हैं। यही कारण है कि ज्यादातर समाचार संस्थानों ने, जिनमें प्रिंट माध्यम भी शामिल हैं, अपने ऑनलाइन संस्करण में वीडियो और इन्फोग्राफिक्स का इस्तेमाल बढ़ाया है। वीडियो के माध्यम से भी सूचना पहुँचाने के अलग-अलग फॉर्मेट हैं, जिसकी समझ और अभ्यास भावी पत्रकारों से अपेक्षित है। वीडियो के साथ ही ऑडियो में पॉडकास्टिंग तेजी से लोकप्रिय हो रहा है, जिसकी माँग दिन ब दिन बढ़ती जा रही है। कई समाचार संस्थानों ने पॉडकास्टिंग सेवा शुरू भी कर दी है। सो भावी पत्रकारों को पॉडकास्टिंग तकनीक और इसके विभिन्न आयाम की भी विस्तृत जानकारी होनी चाहिए, जो अभी कई मीडिया शिक्षण संस्थानों के पाठ्यक्रम में प्रमुखता से नहीं पढ़ाया जा रहा है।

शोध में यह बात भी सामने आई है कि ज्यादातर पत्रकारिता शिक्षण संस्थान अपने पाठ्यक्रम में जरूरी बदलाव के लिए न्यूजरूम में जिम्मेदारी सँभाल रहे पत्रकारों के अनुभव की मदद नहीं ले रहे। शोध में शामिल विशेषज्ञ इस बात पर एकमत नजर आए कि मीडिया अकादमिक और न्यूज इंडस्ट्री के बीच आपसी संवाद न के बराबर हैं, जिसे आपसी

प्रयास से बढ़ाने की बहुत सख्त जरूरत है। तेजी से बदलती तकनीक के दौर में पत्रकारिता संस्थान अपने कामकाज का तरीका लगातार बदल रहे हैं और वहाँ काम कर रहे पत्रकार इससे संबंधित नए कौशल लगातार सीख रहे हैं। जाहिर है, अगर मीडिया की पढ़ाई करा रहे संस्थान अनुभवी पत्रकारों से सलाह-मशविरा करके अपने पाठ्यक्रम में बदलाव लाएँगे, तो इससे पत्रकारिता की पढ़ाई कर रहे छात्रों को भी लाभ होगा और न्यूज इंडस्ट्री को भी अच्छी तरह से प्रशिक्षित पत्रकार मिलते रहेंगे। लेकिन फिलहाल ऐसा नहीं हो रहा है। न्यूज इंडस्ट्री के विशेषज्ञों से मशविरा करके अगर पाठ्यक्रम बने तो इसका फायदा इंडस्ट्री को यह होगा कि मीडिया शिक्षण संस्थानों से नए पत्रकार भर्ती करने पर न्यूजरूम के मुताबिक प्रशिक्षित करने के लिए उन्हें दो-तीन महीने का समय और ऊर्जा नहीं लगानी होगी। भावी पत्रकारों को इससे यह फायदा होगा कि उनके लिए नौकरी के पहले से ज्यादा अवसर अच्छी तनखावाह पर उपलब्ध होंगे।

शोध में यह नतीजा भी निकला कि मीडिया स्कूलों से प्रशिक्षण लेकर न्यूजरूम में जो पत्रकार जा रहे हैं, उनमें डेस्क पर काम करने के हुनर का बहुत अभाव है। साथ ही उनकी न्यूज की कॉपी लिखने की क्षमता भी बहुत कम है। ज्यादातर सम्पादकों ने कहा कि मीडिया शिक्षण संस्थानों को इस दिशा में अतिरिक्त प्रयास करने चाहिए। कारण यह है कि नए पत्रकारों की भर्ती के समय संपादकों को यह डर होता है कि न्यूजरूम में ये नए लोग ठीक से डेस्क पर काम कर पाएँगे या नहीं! कुछ संपादकों की राय थी कि भावी पत्रकारों को क्राइम से लेकर बिजनेस तक हर बीट की जानकारी देनी चाहिए, ताकि वे न्यूजरूम में आत्मविश्वास के साथ खबर लिख सकें। इसके अलावा उनमें न्यूजरूम का दबाव झेलने की कला विकसित करनी चाहिए और नौकरी में आने पर मीडिया घराने व पत्रकार के बीच हुए कॉन्ट्रैक्ट के कानूनी पहलुओं की जानकारी भी दी जानी चाहिए।

संदर्भ

- आयर्टन, सी. (2018). *जर्नलिज्म, फेक न्यूज एंड डिसइन्फॉर्मेशन*. <https://digitallibrary.un.org/record/1641987> से पुनः प्राप्त
- अंडरवुड, सी. (2019, नवंबर 17). *ऑटोमेटेड जर्नलिज्म – एआई एप्लिकेशन्स एट न्यूयार्क टाइम्स, रॉयटर्स, एंड अदर मीडिया जाएंट्स*. <https://emerj.com/ai-sector-overviews/automated-journalism-applications/> से पुनः प्राप्त
- कर्णिक, जी. (2021). 5 जून, 2021 को दूरभाष पर साक्षात्कार
- कुमार, पी. (2021). 5 जून, 2021 को दूरभाष पर साक्षात्कार
- कोठारी, ए., एंड हिकर्सन, ए. (2020). *चैलेंजेज फॉर जर्नलिज्म एजुकेशन इन दी एरा ऑफ ऑटोमेशन. मीडिया प्रैक्टिस एंड एजुकेशन, 21(3), 212–228*. <https://doi.org/10.1080/25741136.2020.1787724>
- कीफ्फी, ओ. सी. (2017, अक्टूबर 23). *इन एन एरा ऑफ फेक न्यूज, इन्फॉर्मेशन लिटरेसी हैज ए रोल टू प्ले इन जर्नलिज्म एजुकेशन इन आयरलैंड*. <https://esource.dbs.ie/handle/10788/3303> से पुनः प्राप्त
- भास्करन, एच., मिश्रा, एच., एंड नायर, पी. (2017). *कॉन्टेक्सचुएलाइजिंग फेक न्यूज इन पोस्ट-टूथ एरा: जर्नलिज्म एजुकेशन इन इंडिया. एशिया पैसिफिक मीडिया एजुकेटर, 27(1), 41–50*. <https://doi.org/10.1177/1326365x17702277>
- चैन-ऑलमस्टेड, एस. एम. (2019b). *ए रिन्व्यू ऑफ आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस एडोपशन्स इन दी मीडिया इंडस्ट्री. इंटरनेशनल जर्नल ऑन मीडिया मैनेजमेंट, 21(3–4), 193–215*. <https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619>
- झा, पी. (2021). 5 जून, 2021 को दूरभाष पर साक्षात्कार
- नगुयेन, ए., एंड लुगो-ओकैंडो, जे. (2015). *दी स्टेट ऑफ डाटा एंड स्टेटिस्टिक्स इन जर्नलिज्म एंड जर्नलिज्म एजुकेशन: इश्यूज एंड डिबेट्स. जर्नलिज्म, 17(1), 3–17*. <https://doi.org/10.1177/1464884915593234>
- बाया, ए. (2020b). *सीईईओएल - जर्नलिज्म एजुकेशन इन टुडेज फास्ट-पेस्ड मीडिया एनवायरमेंट*. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=901069> से पुनः प्राप्त
- पेरिस डिक्लेरेशन ऑन फ्रीडम ऑफ जर्नलिज्म एजुकेशन. (2019). <https://www.wjec.paris/paris-declaration-on-freedom-of-journalism-education/> से पुनः प्राप्त
- फारर, जी. (2017). *फैक्ट चेक यूनिट ऐन ऑपोर्च्युनिटी फॉर ए न्यू काइंड ऑफ जे. एजुकेशन. एशिया पैसिफिक मीडिया एजुकेटर, 27(1), 10–16*. <https://doi.org/10.1177/1326365x17702269>
- लिंग, डी. (2015). *एबोव एंड बियांड: लुकिंग एट दी फ्यूचर ऑफ जर्नलिज्म एजुकेशन*. <https://knightfoundation.org/reports/above-and-beyond-looking-future-journalism-educati/> से पुनः प्राप्त
- लू, ई. (2010). *एडिटोरियल: बैक टू बेसिक्स इन जर्नलिज्म एजुकेशन एमिड दी टेक्नो हाइप*. <https://ro.uow.edu.au/apme/vol1/iss20/1/> से पुनः प्राप्त
- हेरावी, बी. आर. (2018). *3डब्ल्यूज ऑफ डाटा जर्नलिज्म एजुकेशन. जर्नलिज्म प्रैक्टिस, 13(3), 349–366*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1463167>
- राजन, एन. (2021). 5 जून, 2021 को दूरभाष पर साक्षात्कार
- रिचर्डसन, एन. (2017). *फेक न्यूज एंड जर्नलिज्म एजुकेशन. एशिया पैसिफिक मीडिया एजुकेटर, 27(1), 1–9*. <https://doi.org/10.1177/1326365x17702268>
- वेंगर, डी. एच., एल. सी., एंड कैन, जे. (2018). *हेल्प वांटेड: रिप्लाइनिंग*

जर्नलिज्म एजुकेशन टू मीट दी नीड्स ऑफ टॉप यूएस न्यूज कम्पनीज. *जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन एजुकेटर*, 73(1), 18-36. <https://doi.org/10.1177/1077695817745464>

व्हाइट, पी. (2020b, मई 5). हाऊ आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस कैन सेव जर्नलिज्म. <https://theconversation.com/how-artificial-intelligence-can-save-journalism-137544> से पुनः प्राप्त

सान्याल, पी. (2021). 5 जून, 2021 को दूरभाष पर साक्षात्कार

सू. एल. डब्ल्यू. (2010). कोरियन जर्नलिज्म एजुकेशन इन मल्टी-मीडिया एज : एनालिसिस ऑफ प्रोग्राम एंड एजुकेटर. <https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE01455968> से पुनः प्राप्त

अनुलग्नक 1

1. प्रसाद सान्याल, वरिष्ठ पत्रकार और एचटी मीडिया के डिजिटल हेड
2. नंदगोपाल राजन, डिजिटल एडिटोरियल हेड, इंडियन एक्सप्रेस
3. जयदीप कर्णिक, कंटेंट प्रमुख और संपादक, अमर उजाला डिजिटल
4. प्रभाष झा, संपादक, लाइव हिंदुस्तान डॉटकॉम
5. प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार, वरिष्ठ पत्रकार, मीडिया शिक्षक और 'फ्यूचर न्यूजरूम' पुस्तक के लेखक



मीडिया शिक्षा की विकास यात्रा और बहुविषयक दृष्टिकोण : एक अध्ययन

डॉ. परमात्मा कुमार मिश्र¹

सारांश

सामाजिक संरचनाओं, आवश्यकताओं और कार्य प्रणाली से शिक्षा के विविध विषय विकसित हुए। कला, विज्ञान और वाणिज्य के कुछ परंपरागत विषयों—राजनीति शास्त्र, अर्थशास्त्र, भूगोल, इतिहास, दर्शनशास्त्र, मनोविज्ञान, हिंदी साहित्य, अंग्रेजी साहित्य, गणित, भौतिकी, रसायन, जीव विज्ञान, वनस्पति विज्ञान के अध्ययन एवं अध्यापन के अतिरिक्त समय और माँग के अनुरूप सैकड़ों विषयों का पुष्पन और पल्लवन हुआ। परंपरागत विषयों के अतिरिक्त अनेक विषय समाज की जरूरतों के हिसाब से विकसित हुए, जो आज मुख्यधारा के विषय के रूप में अनुप्राणित हैं। प्रबंधन, समाज कार्य, पुस्तकालय विज्ञान, पेंटिंग, ग्राफिक, एप्लाइड फिजिक्स, मैकेनिकल इंजीनियरिंग, फूड प्रोडक्शन, टूरिज्म, हॉर्टिकल्चर, डिजाइन जैसे सैकड़ों विषयों के साथ मीडिया शिक्षा का अस्तित्व में आना पत्रकारिता और संचार के लिए सुखद रहा है। मीडिया शिक्षा ने पेशेवर पत्रकारिता को गतिशील बनाने में योगदान दिया है। प्रारंभ में पत्रकारिता सूचना और विचार की प्रसारणमा रही। पत्रकारिता और जनसंचार के क्षेत्र में हुए परिवर्तन और विस्तार से इस विषय में शिक्षण-प्रशिक्षण की आवश्यकता महसूस की जाने लगी। उसके बाद विकसित और बाद में विकासशील देशों के कॉलेजों, विश्वविद्यालयों और मीडिया संस्थानों में मीडिया शिक्षा प्रारंभ हुई। प्रस्तुत शोध पत्र में मीडिया शिक्षा की विकास यात्रा और उसमें पढ़ाए जाने वाले विभिन्न पाठ्यक्रमों को जानने का प्रयास किया गया है।

संकेत शब्द : मीडिया शिक्षा, विषयवस्तु, अवधारणा, पत्रकारिता, मीडिया पाठ्यक्रम

प्रस्तावना

भारत में पत्रकारिता की शुरुआत स्वाधीनता संघर्ष काल में हुई। उस समय मिशनरी भाव से पत्रकारिता की जाती थी, जिसके मूल में समाज और राष्ट्रसेवा की भावना सर्वोपरि होती थी। कम-से-कम भारत में तो यही देखा गया। भारत में समाचार पत्र-पत्रिकाओं से प्रारंभ हुई पत्रकारिता बाद में रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा, विज्ञापन और जनसंपर्क, वेब मीडिया, सोशल मीडिया आदि माध्यमों से समृद्ध हुई। यह सब तकनीकी विकास के कारण संभव हुआ। देखते ही देखते मीडिया की आवश्यकता और प्रभाव बढ़ने लगा। पेशेवर पत्रकार और अकादमिकों कि माँग बढ़ गई। इस दिशा में प्रयास हुए और मीडिया शिक्षा के लिए शिक्षण और प्रशिक्षण संस्थान खुले। कॉलेजों और विश्वविद्यालयों में मीडिया शिक्षा संबंधित विभिन्न विषय पाठ्यक्रमों का हिस्सा बनी।

उद्देश्य और शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध-पत्र का उद्देश्य यह जानने का प्रयास है कि भारत में मीडिया शिक्षा की अवधारणा क्या रही है? साथ ही उसकी ऐतिहासिकता, विकास यात्रा और विषयवस्तु के बारे में जानकारी प्राप्त करने का प्रयास किया गया है। यह शोध-पत्र अवलोकन और विश्लेषणात्मक पद्धति पर आधारित है, जिसमें प्राथमिक और द्वितीयक आँकड़ों का प्रयोग किया गया है।

भारत में मीडिया शिक्षा की अवधारणा और विकास

भारत में जेम्स आगस्टस हिक्की द्वारा प्रकाशित प्रथम अंग्रेजी समाचार पत्र 'हिक्की गजट' (29 जनवरी, 1780) की बात करें या पंडित युगल किशोर शुक्ल द्वारा कलकत्ता से ही निकाले गए प्रथम हिंदी समाचार पत्र 'उदंत मार्तंड' (30 मई, 1826) की बात करें, मिशनरी पत्रकारिता इन

पत्रों के मूल स्वभाव में थी। अनेक आर्थिक और सरकारी समस्याओं को झेलते हुए कभी भी उस समय के पत्रों ने व्यवसाय का दामन नहीं थामा। परिणामस्वरूप अपने उद्भव के दो से तीन वर्षों में उक्त अखबार बंद हो गए, लेकिन एक जो अलख इन पत्रों और उसके बाद के अनेक प्रमुख समाचारपत्रों द्वारा जगायी गयी, वह यह थी कि समाचारपत्रों के माध्यम से स्वतंत्रता की धार और पैनी की जा सकती है। स्वतंत्रता के प्रति ललक पैदा करने और अंग्रेजों के विरुद्ध जन जागरण करने में समाचारपत्रों की रचनात्मक भूमिका को महसूस किया जाने लगा। फलस्वरूप उन्नीसवीं और बीसवीं शताब्दी में अंग्रेजी, हिंदी, उर्दू, बांग्ला, तमिल, तेलुगू, मराठी सहित अनेक भारतीय भाषाओं में समाचार पत्र निकलने लगे, जिनके विषय राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक के साथ-साथ देशभक्ति की भावना से ओत-प्रोत थे। साहित्यिक पत्रों में भी देशभक्ति के माधुर्य को देखा जा सकता था।

स्वतंत्रता सेनानी और पत्रकारिता

राजा राममोहन राय, बाबू भारतेंदु हरिश्चंद्र, महात्मा गांधी, बाल गंगाधर तिलक, गणेश शंकर विद्यार्थी, भीमराव अंबेडकर, माखनलाल चतुर्वेदी, पुरुषोत्तम दास टंडन, पंडित मदनमोहन मालवीय, दशरथ प्रसाद द्विवेदी, हरिदेव जोशी, माधवराव सप्रे, बाबूराव विष्णु पराडकर, आचार्य हजारी प्रसाद द्विवेदी, लाला लाजपत राय, त्रिभुवन नाथ, मुंशी सज्जाद हुसैन, अकबर इलाहाबादी आदि सैकड़ों स्वतंत्रता सेनानियों ने पत्रकारिता के माध्यम से स्वाधीनता की लड़ाइयाँ लड़ीं और रचनात्मक प्रयासों से लोगों को जागरूक किया। पत्रकारिता की ताकत को स्वतंत्रता सेनानियों ने पहचाना और उसका सकारात्मक उपयोग कर ब्रिटिश हुकूमत को नाकों चने चबवाए। जब अंग्रेजों को लगा कि पत्रकारिता की संजीदगी और विस्तार उनके लिए खतरा है तो अनेक प्रकार से भारतीय भाषाई

¹सहायक आचार्य, मीडिया अध्ययन विभाग, महात्मा गांधी केंद्रीय विश्वविद्यालय, मोतिहारी, बिहार. ईमेल : pkmishra@mgcub.ac.in

पत्रकारिता को तहस-नहस करने का खेल खेला गया। कठोर कानून बने, पत्रकारों को जेल में डालने से लेकर समाचार पत्र कार्यालयों पर तालाबंदी की गई और पत्रकारिता से जुड़े लोगों को भाँति-भाँति की यातनाएँ दी गईं। इतना सब कुछ होने के बावजूद पत्रकारिता की विकास यात्रा निरंतर जारी रही। स्वाधीनता आंदोलन और स्वाधीनता प्राप्ति में अपनी स्वर्णिम भूमिका के लिए उस समय की पत्रकारिता स्तुत्य बन गई।

पत्रकारिता की विषयी विविधता

स्वाधीनता संघर्ष काल से ही पत्रकारिता की विषयी विविधता प्रकट और परिलक्षित होती गई, जिसमें समाचार पत्र और पत्रकारिता (मुद्रित माध्यम) के साथ सूक्ष्म रूप में विज्ञापन और जनसंपर्क 19वीं शताब्दी के उत्तरार्ध में हिलोरे मारने लगा। विकसित देशों जैसे अमेरिका, फ्रांस, रूस, ब्रिटेन में पेशेवर पत्रकारिता ने विज्ञापन और जनसंपर्क जैसी अवधारणाओं को जन्म दिया। देखते-देखते फोटोग्राफी भी पत्रकारिता का अविभाज्य अंग बन गई। फिल्म भी सूचना कम मनोरंजन और विचार की संवाहिका बनकर अस्तित्व में आई। विश्व में 20वीं शताब्दी के प्रथम दशक में रेडियो और तीसरे दशक में टेलीविजन तकनीक का अस्तित्व में आना मीडिया के विस्तार की कहानी बयान करता है। समय के साथ मीडिया के क्षेत्र में क्रांतिकारी बदलाव आया और इस बदलाव में सूचना प्रौद्योगिकी की भूमिका सबसे अहम है। इंटरनेट ने समाचार पत्र, पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन, विज्ञापन, जनसंपर्क, फिल्म के विकास और प्रभाव को तीव्र गति प्रदान तो की ही है, साथ ही सोशल मीडिया, डिजिटल मीडिया, पोर्टल, ब्लॉग और ई-पेपर को इसने हम सभी के सामने लाने में बहुत बड़ा योगदान दिया है।

मीडिया शिक्षा का उद्भव

मीडिया विस्तार और प्रभाव के साथ मीडिया शिक्षा भी अस्तित्व में आई। माना जाता है कि मीडिया शिक्षा का प्रारंभ 20वीं सदी के प्रारंभ में ब्रिटेन और रूस में हुआ। मीडिया शिक्षा की अनेक देशों में विधिवत शुरुआत 1920 में हुई। ब्रिटेन, फ्रांस और अन्य यूरोपीय देशों में मीडिया और आईसीटी (सूचना संचार प्रौद्योगिकी) के विकास ने मीडिया शिक्षा की वृद्धि को प्रोत्साहित किया (फेडोरोव, 2008)। बाद के वर्षों में मीडिया शिक्षा कनाडा, ऑस्ट्रेलिया, जर्मनी और अमेरिका के विश्वविद्यालयों के पाठ्यक्रमों का अंग बनी। पूर्वी यूरोपीय देशों में मीडिया शिक्षा की तीव्र प्रगति प्रारंभ के वर्षों में देखी जा सकती है। हंगरी जैसा देश मीडिया शिक्षा की अहमियत को समझते हुए माध्यमिक विद्यालयों में अनिवार्य मीडिया शिक्षा पाठ्यक्रम शुरू करने वाला पहला यूरोपीय देश बन गया।

भारत में मीडिया शिक्षा का प्रारंभ मद्रास से हुआ। थियोसोफिस्ट एनी बेसेंट ने 1914 में के. प्रभाकरन से 'मद्रास स्टैंडर्ड' प्रिंटिंग प्रेस खरीद लिया। बाद में इसे 'मद्रास स्टैंडर्ड' की जगह 'न्यू इंडिया' नाम दिया गया। इसमें मुद्रण और प्रकाशन का कार्य होता और पत्रकारिता भी की जाती थी। एनी बेसेंट को 1920 में पत्रकारिता प्रशिक्षण का विचार आया। थियोसोफिकल सोसायटी द्वारा संचालित शिक्षण संस्था में अंग्रेजी विभाग के कला संकाय के अंतर्गत पत्रकारिता में स्नातक उपाधि पाठ्यक्रम शुरू हुआ। पत्रकारिता के छात्रों के व्यावहारिक प्रशिक्षण की व्यवस्था

'न्यू इंडिया' कार्यालय में व्यवस्थित ढंग से की गई। एनी बेसेंट ने पेशेवर पत्रकारिता पर विशेष ध्यान दिया था (चटर्जी, 2020)।

मीडिया शिक्षा प्रारंभ करने का दूसरा सफल प्रयास 1938 में सर्टिफिकेट कोर्स के साथ अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय में किया गया। भारत के संघीय न्यायालय के पूर्व न्यायाधीश सर शाह मोहम्मद सुलेमान ने कक्षाएँ प्रारंभ कीं। रहम अली अल-हाशमी को शिक्षक प्रभारी का दायित्व मिला। पंजाब विश्वविद्यालय, लाहौर में सन् 1941 में प्रो. पृथ्वीपाल सिंह के प्रयास से प्रथम व्यावसायिक पत्रकारिता विभाग खुला। स्वतंत्रता के बाद जब चंडीगढ़ में पंजाब विश्वविद्यालय स्थापित हुआ तब भी यह विभाग प्रो. पृथ्वीपाल सिंह के विभागाध्यक्ष रहते हुए सफलतापूर्वक संचालित होता रहा (चटर्जी, 2020)।

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद देश के अनेक प्रमुख शिक्षण संस्थाओं में पत्रकारिता के पाठ्यक्रम शुरू हुए। इनमें महाराजा कॉलेज-मैसूर (1951), उस्मानिया विश्वविद्यालय-हैदराबाद (1954), भारतीय जन संचार संस्थान-नई दिल्ली (1965), गुवाहाटी विश्वविद्यालय-असम (1967), कोल्हापुर विश्वविद्यालय-महाराष्ट्र (1968), महात्मा गांधी काशी विद्यापीठ-वाराणसी, बनारस हिंदू विश्वविद्यालय (1973), माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय-भोपाल (1990) आदि शिक्षण संस्थाओं में प्रमुख रूप से पत्रकारिता विभाग प्रारंभ हुए। वर्तमान में देश के अधिकतर केंद्रीय विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम संचालित होते हैं। साथ ही राज्य महाविद्यालयों, विश्वविद्यालयों, निजी संस्थाओं के शिक्षण संस्थानों और मुक्त विश्वविद्यालयों में भी पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम संचालित होते हैं, जहाँ से प्रतिवर्ष हजारों की संख्या में पत्रकारिता के क्षेत्र में पेशेवर और अकादमिक तैयार होते हैं।

मीडिया शिक्षा के विषय

भारत में मीडिया शिक्षा जिस तरह से माँग और उपलब्ध संसाधनों के अनुरूप विकसित हुई, उसी तरह मीडिया शिक्षा में भी विभिन्न विषयों का समावेश और विकास हुआ। प्रारंभ में समाचार-पत्र एवं पत्रिकाओं की आवश्यकताओं को ध्यान में रखकर मीडिया शिक्षा के पाठ्यक्रम संचालित किए जाते थे। इसमें समाचार कवरेज (रिपोर्टिंग), संपादन, प्रेस कानून, पत्रकार के गुण, कर्तव्य, समाचार लेखन, समाचार स्रोत और अन्य तकनीकी आदि की सैद्धांतिक और व्यावहारिक जानकारी दी जाती थी। बाद में पत्रकारिता में फोटोग्राफी के बढ़ते महत्त्व को देखते हुए फोटो पत्रकारिता मीडिया शिक्षा का अनिवार्य अंग बन गई। इसमें फोटोग्राफी कौशल, समाचार की दृष्टि से फोटोग्राफी की विषयवस्तु एवं उसके तकनीकी पहलू को ध्यान में रखकर शिक्षा दी जाती थी। धीरे-धीरे मुद्रित माध्यमों को दृष्टिगत रखते हुए माँग के अनुसार पाठ्यक्रम की संरचना में बदलाव और विस्तार होता गया। राजनीति, साहित्य, संस्कृति, खेल, अपराध, अर्थ, वाणिज्य, व्यापार, कृषि, स्वास्थ्य, शिक्षा आदि अनेक विषयों को ध्यान में रखकर मुद्रित माध्यमों की शिक्षा के पाठ्यक्रम डिजाइन किए जाते हैं और साथ-ही-साथ पत्रकारों को नवीन तकनीक से युक्त होकर पत्रकारिता करने की शिक्षा दी जाती है। सूचना प्राप्त करने से लेकर सूचना देने के तौर-तरीकों में आए अभूतपूर्व बदलाव को ध्यान में

रखकर मुद्रित माध्यम की शिक्षा को मीडिया शिक्षाविदों ने चुनौती के रूप में लिया। नतीजतन, शिक्षा संस्थानों से समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं के लिए कुशल पत्रकार बनकर निकल रहे हैं।

रेडियो और टेलीविजन शिक्षा

मीडिया शिक्षा में रेडियो और टेलीविजन अहम विषय हैं। विद्यार्थियों को रेडियो और टेलीविजन के इतिहास से लेकर उनकी कार्यप्रणाली, संबद्ध तकनीकी जानकारी, विषयवस्तु, इससे जुड़े लोगों के कार्य कौशल के साथ रेडियो व टीवी के प्रभाव की शिक्षा दी जाती है। भारतीय जन संचार संस्थान सहित अनेक निजी और सरकारी संस्थाओं में रेडियो और टेलीविजन डिप्लोमा एवं स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम चलाए जाते हैं। 'विद्यार्थियों को रेडियो और टीवी के क्षेत्र में अवधारणात्मक ज्ञान तथा व्यावसायिक कौशल प्रदान किया जाता है। रेडियो और टीवी पत्रकारिता की कला, शिल्प के साथ टीवी चैनलों में पत्रकारिता और प्रोडक्शन से संबंधित ज्ञान भी प्रदान किया जाता है (iimc.gov.in)।' रेडियो कार्यक्रम संचालन एवं निर्माण तथा वर्तमान में लोकप्रिय एफएम रेडियो स्टेशनों की कार्यप्रणाली से लेकर रेडियो जॉकी की शिक्षा प्रदान की जाती है। रेडियो और टेलीविजन शिक्षा में विद्यार्थियों को रेडियो एवं टीवी रिपोर्टिंग, उसके उपकरण और तकनीक, लेखन कौशल, संपादन, भाषा, विशेषकर शब्दों और कैमरे आदि की विजुअल अभिव्यक्ति पर भी ध्यान दिया जाता है। कैमरा, माइक, सूचना स्रोत, फील्ड कवरेज की जानकारी, कंप्यूटर आदि उपकरणों की तकनीकी जानकारी प्रदान की जाती है। रेडियो, टीवी या किसी भी माध्यम का पत्रकार हो, उसमें अंतर्विषयी (विभिन्न विषयों की सामान्य जानकारी) जानकारी होनी चाहिए। इसलिए रेडियो और टीवी शिक्षा में भारत और विश्व का इतिहास, भूगोल, समाज, देश-विदेश की राजनीति, विचारधाराएँ, विकास, अर्थव्यवस्था, संविधान, कानून, अंतरराष्ट्रीय संबंध, विज्ञान, पर्यावरण, संस्कृति, सामाजिक समरसता, मानवाधिकार, भाषा आदि के बारे में शिक्षा दी जाती है (huj.ac.in)।

विज्ञापन और जनसंपर्क की शिक्षा

मीडिया शिक्षा में विज्ञापन और जनसंपर्क की शिक्षा भी अत्यंत महत्वपूर्ण है। आज विज्ञापन का युग है। सभी प्रकार के माध्यमों में विज्ञापन प्रकाशित या प्रसारित होते हैं। विज्ञापन के कारण ही विभिन्न प्रकार के माध्यम हम सभी के सामने उपस्थित हैं। समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, टीवी, वेब पत्रकारिता आदि माध्यमों में विज्ञापन को विस्तृत रूप में देख सकते हैं। विज्ञापन, जनसंचार का एक उपकरण है, जो विज्ञापनदाता द्वारा अपने उत्पाद या सेवा के प्रचार के लिए प्रयोग में लाया जाता है (कुमार, 2015)। विज्ञापन की अवधारणा, इतिहास, परिभाषा, प्रकार से लेकर इसके निर्माण, कला, कौशल और प्रभाव की विस्तृत जानकारी देने के लिए पाठ्यक्रम संचालित होते हैं। विज्ञापन एजेंसी और इसकी कार्यप्रणाली के बारे में भी शिक्षा प्रदान की जाती है। विज्ञापन निर्माण को लेकर आइडिया और उपकरण की जानकारी विद्यार्थियों को दी जाती है। इस क्षेत्र में हो रहे शोध और नवाचार को लेकर भी मीडिया के छात्रों को जागरूक किया जाता है।

आज जनसंपर्क मीडिया शिक्षा का महत्वपूर्ण विषय बन चुका है। जनसंपर्क की अवधारणा, इतिहास, परिभाषा, प्रकार, प्रक्रिया, कार्य आदि

की शिक्षा मीडिया के विद्यार्थियों को प्रमुख रूप से दी जाती है। जनसंपर्क अभियान, प्रभाव, मीडिया संबंध, सरकार से संबंध, औद्योगिक संबंध, क्राइसिस कम्युनिकेशन, क्राइसिस मैनेजमेंट, इवेंट मीडिया मैनेजमेंट, मार्केटिंग कम्युनिकेशन भी पाठ्यक्रम का अंग हैं। जनसंपर्क विभाग की संरचना और कार्यप्रणाली से भी मीडिया के विद्यार्थियों को अवगत कराया जाता है। जनसंपर्क अधिकारी के बारे में कहा जाता है कि 'जनसंपर्क अधिकारी मूलतः पत्रकार होता है, लेकिन इसका व्यक्तित्व अधिकारी की तरह और कार्य एवं उपागम पत्रकार की भाँति होने चाहिए।' इस परिभाषा को देखते हुए जनसंपर्क और जनसंपर्क अधिकारी के लिए जो भी कार्य और व्यवहार हो सकते हैं, वे सभी जनसंपर्क पाठ्यक्रम में शामिल किए जाते हैं। प्रसिद्ध जनसंपर्ककर्मी आईवी ली (1877-1934) ने जनसंपर्क के बारे में एक घोषणा की थी—'यह कोई गोपनीय ब्यूरो नहीं है। हमारा सारा कार्य खुले में किया जाता है। हमारा ध्येय है कि संक्षिप्त में समाचार भेजें। हमारी योजना है कि हम प्रेस तथा अमेरिका की जनता को संबंधित व्यापार तथा जनसंस्थान की ओर से वास्तविक जनरुचि की सूचनाएँ लोगों तक तत्परता से पहुँचाएँ' (जेठवाणी, 2010)। आईवी ली की जनसंपर्क संस्था को लेकर इस घोषणा से प्रारंभ में जनसंपर्क कार्य की प्रकृति का ज्ञान होता है। धीरे-धीरे इसमें विस्तार होता गया और विकसित देशों से होकर विकासशील देशों की तरफ जनसंपर्क की कार्यप्रणाली अग्रसर हुई। भारत में स्वतंत्रता पूर्व प्रारंभ हुए जनसंपर्क के कार्य-व्यवहारों का आज व्यावसायिक व गैर-व्यावसायिक संस्थानों और संगठनों में विस्तार हुआ है। प्रायः जहाँ भी मीडिया शिक्षा प्रदान की जाती है, वहाँ जनसंपर्क के पाठ्यक्रम प्रमुखता से शामिल होते हैं।

फिल्म शिक्षा

भारत में मीडिया शिक्षा के इतिहास को देखें तो सौ वर्ष की अवधि हो चुकी है। फिल्म का प्रारंभ भी वैश्विक जगत् में सौ वर्ष से अधिक का हो चुका है। भारत में दादा साहब फाल्के ने 1913 में पहली मूक फिल्म 'राजा हरिश्चंद्र' बनाई। उस काल से लेकर आज तक फिल्मों के क्षेत्र में अभूतपूर्व परिवर्तन आए हैं। स्क्रिप्ट, संवाद, अभिनय, नृत्य, संगीत, नृत्य निर्देशन, प्रकाश, साज-सज्जा, लोकेशन, निर्देशन, संपादन आदि अनेक कार्य हैं, जो प्रशिक्षित लोग ही कर सकते हैं। फिल्में समाज का आईना होती हैं। ये एक माध्यम के रूप में समाज में सशक्त भूमिका निभाती हैं। इसलिए मीडिया शिक्षा में फिल्म विषय भी प्रमुखता से शामिल किया गया है। फिल्मों का इतिहास, सिद्धांत, फिल्म निर्माण की प्रक्रिया, संसाधन, प्रसिद्ध फिल्म निर्माता, व्यावसायिक, समानांतर, क्षेत्रीय सिनेमा, सेंसर बोर्ड, फिल्म निर्माण एवं उसके विकास के लिए बने संस्थान एवं संगठन, बजट, पटकथा के साथ निर्माता, निर्देशक, नृत्य निर्देशक, संगीतकार, कला निर्देशक के कार्य पाठ्यक्रम के अभिन्न अंग होते हैं। साथ ही सिनेमेटोग्राफी व फिल्म संपादन भी विद्यार्थियों को पढ़ाया जाता है। संसाधन संपन्न शिक्षा संस्थानों में फिल्मों से संबंधित सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक जानकारी बखूबी दी जाती है।

निष्कर्ष

माध्यमों की पहुँच और विस्तार ने मीडिया शिक्षा को भी उसके अनुरूप संरचित करने को प्रेरित किया है। प्रौद्योगिकी के विकास ने मीडिया

को समृद्ध किया है। इसी कारण इसके अनेक रूप बाद में जुड़े हैं। सोशल मीडिया, वेब पोर्टल, ई-पेपर से संबंधित कार्यप्रणाली भी मीडिया शिक्षा का अंग बनती जा रही है। मीडिया की भाषा, रचनात्मक लेखन, अनुवाद, संचार सिद्धांत, संचार मॉडल, संचार शोध, डिजिटल मीडिया और उसका समाज पर प्रभाव, डिजिटल फोटोग्राफी, ऑडियो-विजुअल प्रोडक्शन, मीडिया कानून और नैतिकता, मीडिया और समाज, रिपोर्टिंग की तकनीक, जनमाध्यमों की सांस्थानिक संरचना और स्वामित्व जैसे विषय भी मीडिया शिक्षा के अंतर्गत प्रमुखता से दिए जाते हैं। स्नातक, परास्नातक स्तर पर डिग्री डिप्लोमा के साथ शॉर्ट-टर्म कोर्स भी आवश्यकता एवं महत्त्व के आधार पर पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय में संचालित हो रहे हैं। मीडिया शिक्षा में पी.एच.डी. की उपाधि भी प्रदान की जाती है, जो विश्वविद्यालयी शिक्षा में विश्वविद्यालय अनुदान आयोग के दिशा-निर्देश में संचालित होती है। पी.एच.डी. के साथ मीडिया शिक्षा के अधिकांश पाठ्यक्रम भी विश्वविद्यालय अनुदान आयोग द्वारा निर्देशित एवं मार्गदर्शित होते हैं।

संदर्भ

कुमार, एस. (सं.) (2015). *विज्ञापन एवं जनसंपर्क (डीएमसी-02)*. कोटा : वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय

चटर्जी, एम. (2020). *हंड्रेड ईयर्स ऑफ मीडिया एजुकेशन इन इंडिया. ओडिशा डॉट प्लस*. <https://www.odisha.plus/2020/06/100-years-of-media-education-in-india/>

जेठवाणी, जे. (2010). *कापोरेट कम्युनिकेशन : प्रिंसिपल एंड प्रैक्टिस*. नई दिल्ली : ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस

फेडोरोव, ए. (2008). *मीडिया एजुकेशन अराउंड द वर्ल्ड : ब्रीफ हिस्ट्रीश. एक्टा डिडाक्टिका नेपोसेंसिया, 1(2)*. https://www.researchgate.net/publication/26595210_Media_Education_around_the_World_Brief_History से पुनःप्राप्त

<http://iimc.gov.in/content/Hindi/index.aspx>

https://hju.ac.in/programme_1.html



संचार-शिक्षा का भारतीयकरण: संदर्भ और स्वरूप

डॉ. जयप्रकाश सिंह

सारांश

व्यक्तिगत या सामूहिक निर्णयन प्रक्रिया पर मीडिया का प्रभाव और दबाव निरंतर बढ़ रहा है। मीडिया निर्णय के संभावित विकल्पों से तो परिचय कराती ही है, कई बार इससे भी आगे बढ़कर वह अपने द्वारा दिए गए विकल्पों को चुनने के लिए दबाव भी बनाती है। व्यक्तिगत स्तर पर मीडिया का यह दबाव आहार, वेशभूषा जैसे नितांत निजी निर्णयों को प्रभावित कर रहा है। सामूहिक स्तर पर मीडिया राष्ट्रीय-अवबोध को प्रभावित कर चुनावी प्रक्रिया से लेकर सैन्य और विदेश नीति की दिशा-दशा में हस्तक्षेप करने का सामर्थ्य हासिल कर चुकी है। इस परिप्रेक्ष्य में राष्ट्रीय हितों के संरक्षण-संवर्द्धन हेतु मीडिया को अपने देश के यथार्थ और परंपरा से जोड़ना आवश्यक है। एक राष्ट्र और सभ्यता के रूप में अपने अस्तित्व को बचाए रखने के लिए सूचना-प्रवाह का भारतीयकरण करना आवश्यक हो गया है। चूंकि मीडिया शिक्षा किसी भी देश के संचार-प्रवाह को प्रभावित करने वाले सबसे महत्वपूर्ण कारकों में से एक है, इसलिए संचार-शिक्षा का भारतीयकरण संचार-प्रवाह के भारतीयकरण की दिशा में उठाया गया प्रारंभिक लेकिन महत्वपूर्ण कदम साबित हो सकता है। भारतीय संचार परिदृश्य और उसके कारकों का विश्लेषण किया जाए तो यह स्पष्ट होता है कि भारतीय मानस कुछ विशिष्ट संचारीय अवधारणाओं से प्रभावित होते हैं। यदि संचार-प्रक्रिया में उन कारकों का समावेश होता है तो भारतीय जनमानस उद्वेलित होता है। यदि उन कारकों का समावेश नहीं होता है तो वह बड़े से बड़े संचारीय अभियान को निरर्थक वाग्बिलास मानकर आगे बढ़ जाता है। उदाहरण के लिए भारतीय जनमानस उसी संचारक से प्रभावित होता है, जिसके चरित्र और चिंतन में साम्यता होती है। चरित्र और चिंतन की इसी साम्यता के कारण औसत वक्ता होते हुए भी महात्मा गांधी संपूर्ण भारत को उद्वेलित करने में सफल होते हैं। इसके उलट अद्भुत वक्तृत्व शैली से संपन्न कई नेता भारतीय जनमानस पर कोई प्रभाव नहीं छोड़ पाते। इसी तरह, शब्दों को लेकर भारतीय जनमानस में पूज्य भाव है, शब्द को ब्रह्म मानने की जो संकल्पना है, उससे भी भारतीय जनमानस गहराई तक प्रभावित होता है। “प्राण जाए पर वचन न जाई” जैसी संकल्पनाएँ शब्दों के प्रति पूज्यभाव के कारण ही भारतीय समाज में आई हैं। समस्त संचारीय संकल्पनाएँ भारतीय संस्कृति का अटूट हिस्सा हैं। इसलिए, संस्कृतिबद्ध संचार से भारतीय जनमानस अधिक प्रभावित होता है, यह एक स्थापित तथ्य है। एक ऐसे समय में जब भारत ‘हायब्रिड वारफेयर’ जैसे युद्ध को झेल रहा है, भारत को अराजक और अस्थिर बनाने के लिए मीडिया के माध्यम से झूठे आख्यान गढ़े जा रहे हैं, तब यह आवश्यक हो जाता है कि संचार-शिक्षा के भारतीयकरण के संदर्भ में गंभीरता से विचार किया जाए और सूचना-प्रवाह तथा संचार प्रक्रिया के भारतीयकरण की स्पष्ट रूपरेखा तय की जाए। प्रस्तुत शोध आलेख भारतीय संचार चिंतन, भारतीय संचार चिंतक, भारतीय संचार परंपराओं को पहचानने और संचार तथा पत्रकारिता के पाठ्यक्रम में उन्हें सम्मिलित करने की रूपरेखा के अन्वेषण की दिशा में किया गया प्रयास है।

संकेत शब्द : भारतीयकरण, संस्कृतिबद्ध-संचार, हायब्रिड वारफेयर, मीडिया पाठ्यक्रम, संचार शिक्षा

प्रस्तावना

संचार शिक्षा की चर्चा प्रायः इसे अधिक रोजगारपरक और पेशेवर बनाने के संदर्भ में होती है। ऐसे सभी अनुशासन जिनका संबंध पेशेवर जरूरतों को पूरा करना होता है, उनके पाठ्यक्रम में रोजगारपरकता और कौशल विकास के बिंदुओं पर अधिक बल देना स्वाभाविक और आवश्यक भी है। परंतु इसके साथ यह ध्यान रखना भी आवश्यक है कि एक विषय के रूप में संचार और पत्रकारिता अन्य बहुत सारे पेशेवर अनुशासनों से अलग है। संचारीय-प्रक्रिया की पहुँच और प्रभाव की व्यापकता इसे अन्य अनुशासनों से विशिष्ट बनाती है। संचार की प्रक्रिया में भावबोध और विचारबोध को प्रभावित करने का सामर्थ्य होता है, इसलिए व्यक्तिगत और सामूहिक मानस पर यह अमिट प्रभाव छोड़ती है। अन्य पेशेवर अनुशासनों में या तो विचारबोध और भावबोध को प्रभावित करने की क्षमता ही नहीं होती, या बहुत सीमित होती है। यह तथ्य संचार और पत्रकारिता को न केवल अनुशासनों से अलग करता है, बल्कि इसकी महत्ता को भी बढ़ाता है। नई संचार तकनीकों के उभार और उनकी सर्वसुलभता ने संचार-प्रक्रिया के प्रभावक्षेत्र को और भी अधिक व्यापक कर दिया है। उदाहरण के लिए

राजनीतिक-एजेंडे को तय करने की संचार-प्रक्रिया की क्षमता अब और भी अधिक बढ़ गई है। संचारीय प्रक्रिया के बढ़ते दबाव के कारण अब राजनीति-प्रक्रिया ‘रियलटाइम पॉलिटिक्स’ और डिजिटल-मनोराजनीति (Digital psycho politics) (हान, 2017) के दौर में प्रवेश कर गयी है। यह दोनों विशेषताएँ वर्तमान राजनीतिक परिदृश्य का सबसे महत्वपूर्ण यथार्थ हैं और राजनीति में संचार-प्रक्रिया के हस्तक्षेप का सबसे बड़ा प्रमाण भी।

देश की आंतरिक राजनीति ही नहीं, अब विदेश-नीति और युद्ध-नीति में भी संचारीय-प्रक्रिया का हस्तक्षेप और प्रभाव स्पष्ट रूप से महसूस किया जा सकता है। पहले भी विदेश-नीति और युद्ध-नीति में संचारीय-प्रक्रिया की भूमिका रहती थी, लेकिन अब संचार-प्रक्रिया को केंद्रीयता प्राप्त हो गई है। आख्यानो के युद्ध में विजय प्राप्त करने की बात हो, सॉफ्ट पावर के रूप में किसी देश को स्थापित होने का लक्ष्य हो, या हायब्रिड वारफेयर के जरिए प्रतिस्पर्धी देश को अराजक और अस्थिर बनाने की कोशिश, इन सभी के केंद्र में संचार की प्रक्रिया ही होती है। संचारीय-प्रक्रिया की केंद्रीयता के कारण ही अब अपेक्षाकृत स्थिर और अप्रत्यक्ष

माने जाने वाली विदेश नीति अधिक गतिशील और प्रत्यक्ष होती जा रही है। विदेश नीति में तत्क्षण प्रतिक्रिया देने का चलन बढ़ रहा है तो इसका बड़ा कारण संचारीय-प्रक्रिया और संचारीय-तकनीक ही है। हम रियल-टाइम पॉलिटिक्स के साथ रियल-टाइम डिप्लोमैसी (Real-time Diplomacy) (सेब, 2012) के दौर में प्रवेश कर चुके हैं। इस दौर में प्रतिक्रिया देने में कुछ घंटों अथवा मिनटों की देरी से किसी प्रोपेगैंडा को प्रभावी होने में, किसी आख्यान को स्थापित होने का समय मिल जाता है। इस विलंब से राष्ट्रीय-हितों को गंभीर नुकसान पहुँच सकता है। इसलिए प्रारंभिक अवस्था में ही प्रतिस्पर्धी देश के संदेशों का विश्लेषण कर त्वरित प्रतिक्रिया देना एक आवश्यक रणनीतिक कर्तव्य बन गया है। वैश्विक स्तर पर रियल टाइम डिप्लोमैसी का चलन तो बढ़ ही रहा है, अब भारत में भी रियल-टाइम डिप्लोमैसी के दौर को आसानी से महसूस किया जा सकता है। हाल ही में जब ग्रेटा थनबर्ग और रिहाना द्वारा भारत में सीमित क्षेत्र में चल रहे किसान आंदोलन को वैश्विक स्तर पर उठाकर भारतीय छवि को प्रभावित करने की कोशिश की गई तो भारतीय विदेश-मंत्री ने स्वयं ट्वीट कर हस्तक्षेप किया (न्यूज-18, 2021)। किसी राज्येतर कारक के ट्वीट के जवाब में विदेश मंत्री द्वारा औपचारिक ट्वीट किए जाने की संभवतः यह पहली घटना थी। इसी तरह मीडिया-एनजीओ गठजोड़ और मीडिया-मानवाधिकार गठजोड़ के जरिए आख्यानों को गढ़ने, आख्यानों को स्थापित करने और आख्यानों का रणनीतिक-उपयोग करने के प्रयास विदेशी सत्ता-प्रतिष्ठान करते रहे हैं। भारत ने इस मोर्चे पर भी अब प्रभावी जवाब देना प्रारंभ किया है।

ऐसा नहीं है कि संचारीय-प्रक्रिया और सूचना-प्रवाह के कारण संसाधनहीन देशों के राष्ट्रीय हितों को नुकसान पहुँचने की बात नई है। एशिया और अफ्रीका के देश सूचना और संचार की नई विश्व-व्यवस्था की मांग उन्नीसवीं शताब्दी के सातवें दशक से करते रहे हैं। इन देशों की माँग पर मैकब्राइड आयोग का गठन हुआ। इस आयोग ने वैश्विक सूचना प्रवाह की समस्याओं की पहचान और उनके समाधान हेतु “मैनी वायसेज, वन वर्ल्ड” से चर्चित रिपोर्ट दी। लेकिन इस रिपोर्ट की अनुशंसाओं पर ताकतवर देशों के समूह ने ध्यान नहीं दिया। यदि वैश्विक घटनाक्रम पर दृष्टि डाली जाए तो स्पष्ट हो जाता है कि सोवियत संघ के विघटन के बाद मानवाधिकार का मुद्दा अन्य देशों में हस्तक्षेप करने का सबसे प्रिय और प्रभावी अमेरिकी उपकरण बन गया है। पहले अमेरिकी मीडिया किसी लक्षित देश में मानवाधिकार की गंभीर स्थिति का रोना शुरू करती है और बाद में अमेरिका उस देश में हस्तक्षेप करता है। अब अमेरिका सहित अन्य पश्चिमी देशों की इस रणनीति के प्रति अन्य देश न केवल सजग हो रहे हैं, बल्कि प्रत्युत्तर भी देने लगे हैं। भारत भी अब इस दिशा में एक संचारीय-समझ विकसित करने की कोशिश करने में लगा हुआ है। पाश्चात्य आख्यानों के दबाव से बाहर आने की भारतीय छटपटाहट अब अनेक मोर्चों पर दिखने लगी है और विदेश नीति इसका अपवाद नहीं है। भारत अपने संचारीय-रणनीति के कदमों को तभी अधिक प्रभावी और स्पष्ट बना सकेगा, जब उसके पास संचारीय-यथार्थ को समझने और संचारीय-रणनीति बनाने में दक्ष पेशेवरों का ऐसा समूह, जो भारतीय हितों को वैश्विक स्तर पर स्थापित करने के लिए प्रतिबद्ध हो, उपलब्ध हो। स्पष्ट है कि ऐसी प्रतिभाओं और पेशेवरों को प्राप्त करने का सबसे मूलभूत कदम

संचारीय शिक्षा का भारतीयकरण है। विदेश नीति की तरह युद्ध-नीति के मोर्चे पर भी संचार का महत्व निरंतर बढ़ रहा है। हायब्रिड वारफेयर की संकल्पना तो संचार की केंद्रीयता पर ही आधारित है। हायब्रिड वारफेयर में असैन्य तरीकों से प्रतिद्वंद्वी देशों को अस्थिर और अराजक बनाए रखने की कोशिश की जाती है। इसमें आर्थिक प्रतिबंधों से लेकर देश के मनोविज्ञान को प्रभावित करने वाले प्रोपेगैंडा अभियान शामिल होते हैं। रैंड कॉरपोरेशन द्वारा प्रायोजित एक अध्ययन के अनुसार हायब्रिड वारफेयर की कोई स्थिर परिभाषा नहीं है। लेकिन सामान्यतया किसी लक्षित देश की घरेलू राजनीति को प्रभावित करने के लिए ऐसे खंडनीय और गुप्त कार्य, जिनके पीछे धमकियों अथवा परंपरागत/नाभिकीय शक्तियों के बल का समर्थन हो, हायब्रिड वारफेयर की श्रेणी में आते हैं (हंकन, 2019)।

प्रतिस्पर्धी या शत्रु देश में अराजकता और अस्थिरता पैदा करने का सबसे प्रभावी अस्त्र संचार और सूचना ही है। इसीलिए, हायब्रिड वारफेयर में मुख्यतः किसी भी देश में पहले से उपस्थित मतभेदों और दरारों को सूचना और संचार के माध्यम से तीखा और गहरा बनाकर उस देश में गृहयुद्ध जैसी स्थिति पैदा कर दी जाती है। ऐसी स्थिति पैदा होने पर जहाँ एकतरफ किसी देश का समय और संसाधन आंतरिक समस्याओं को सुलझाने में ही समाप्त होने लगते हैं, वही दूसरी तरफ नकारात्मकता और असुरक्षा भाव के कारण उस देश के संसाधनों और सामर्थ्य में कमी आने लगती है। अंततः वह देश नीति-अपंगता का शिकार होकर इतना कमजोर हो जाता है कि वह अपने शत्रुओं से लड़ने का साहस ही नहीं बचता। संचारीय-केंद्रीयता के कारण हायब्रिड वारफेयर में प्रभावी प्रत्युत्तर देने और सटीक संचारीय रणनीति बनाने के लिए भारतीय यथार्थ से परिचित संचार-विशेषज्ञों की आवश्यकता होगी। इस आवश्यकता की पूर्ति के लिए भी संचार-शिक्षा का भारतीयकरण आवश्यक है।

शोध-प्रविधि : प्रस्तुत शोध आलेख संचार-पाठ्यक्रमों की वर्तमान स्थिति का आकलन करने के साथ उनमें किस तरह भारतीय चिंतन, संदर्भ और परंपराओं के निवेश के तौर-तरीकों पर केंद्रित होगा, यह समझने का प्रयास है। अतः इसमें शोध-प्रविधि के रूप में विषयगत-विश्लेषण (थीमैटिक-एनालिसिस) का उपयोग किया गया है।

पत्रकारिता के पाठ्यक्रम में नए प्रश्नपत्रों का समावेश

अधिकांश भारतीय विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता और जनसंचार का जो पाठ्यक्रम पढ़ाया जा रहा है, उसमें संचार-सिद्धांत, तकनीकी दक्षता, समाचार-लेखन और वाचन की बारीकियों के साथ सीमित अंशों में जनसंपर्क और विधिक पक्षों का समावेश है। यह सभी पक्ष वैश्विक पत्रकारिता पाठ्यक्रम का हिस्सा हैं और पत्रकारिता की मूलभूत आवश्यकताओं से संबंधित होने के कारण जरूरी भी। इस पाठ्यक्रम का एक प्रमुख दोष यह है कि इसमें भारतीय यथार्थ से परिचित कराने का प्रयास नहीं किया जाता और न ही भारतीय यथार्थ को सम्यक् तरीके से अभिव्यक्त करने के लिए प्रेरित किया जाता है। यह एक स्थापित तथ्य है कि पत्रकारिता का पाठ्यक्रम, विज्ञान के पाठ्यक्रम की तरह ही किसी निर्वात में गढ़ा नहीं जा सकता। वैश्विक संदर्भों के साथ स्थानीय यथार्थ का समावेश ही पत्रकारिता के विद्यार्थियों में धरातल की सच्चाई जानने की ललक पैदा करता है। स्थानीय यथार्थ से परिचय की स्थिति में ही किसी

घटनाक्रम का निष्पक्षता के साथ विश्लेषण करना संभव होता है। अन्यथा किसी अन्य देश या संस्था द्वारा थोपे गए परिप्रेक्ष्य के अनुसार ही अपने देश में घट रही घटनाओं का विश्लेषण करने की विवशता पैदा हो जाती है। स्थानीय यथार्थ को संवेदनशीलता से समझने के अभाव के कारण जाने-अनजाने वैश्विक शक्तियों के दुष्प्रचार का शिकार होने की संभावनाएँ बढ़ जाती हैं। भारतीय यथार्थ से परिचित कराने वाले कुछ प्रश्नपत्रों को पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में सम्मिलित कर इस कमी को आसानी से दूर किया जा सकता है। ऐसा करना इसलिए भी आसान है, क्योंकि अन्य अनुशासनों में जहाँ राष्ट्रीय नीति के अनुसार इलेक्टिव कोर्स के विकल्प देने प्रारंभ किए हैं, वहीं पर अधिकांश विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता के पाठ्यक्रम अब भी कोर्स तक सीमित हैं। विद्यार्थियों को इलेक्टिव कोर्स चुनने का अधिकार प्राप्त नहीं हो रहा है। भारतीय यथार्थ को अभिव्यक्त करने वाले प्रश्नपत्रों को कोर्स/इलेक्टिव कोर्स के रूप में सम्मिलित कर विद्यार्थियों को जहाँ अपनी रुचि के विषयों को चुनने की स्वतंत्रता मिल सकती है, वहीं पत्रकारिता का पाठ्यक्रम भारत के खुरदुरे यथार्थ से परिचित कराने का सशक्त माध्यम बन सकता है। पत्रकारिता और संचार शिक्षा के भारतीयकरण के लिए निम्नलिखित विषयों को प्रश्नपत्र के रूप में सम्मिलित किया जा सकता है:

भारतीय संचार-प्रणाली का प्रश्नपत्र

भारतीय संचार चिंतन और संचार परंपराएँ भारत की आध्यात्मिक प्रकृति से प्रभावित हैं। आध्यात्मिकता के प्रभाव के कारण ही भारत में विशिष्ट संचारीय चिंतन और परंपराओं का विकास हुआ। आध्यात्मिकता से ओतप्रोत यह संचारीय चिंतन भारतीय जनमानस को अब भी गहराई तक प्रभावित करता है। दुर्भाग्य यह है कि भारत के इस विशिष्ट संचार चिंतन और अद्भुत संचार परंपराओं को पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में बिलकुल भी स्थान नहीं मिल पाया है। पाठ्यक्रम की इस कमी के कारण, भारत में संचार की प्रक्रिया को प्रभावी बनाने वाले कारकों की पहचान नहीं हो पाती। भारत राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर एक सभ्यता और राष्ट्र के रूप में छवि-प्रबंधन तथा आख्यान के युद्ध में पिछड़ जाता है। उदाहरण के लिए यह सभी मानते हैं कि महात्मा गांधी बीसवीं शताब्दी के सबसे प्रभावी संचारक रहे। पर सामान्य डीलडौल और अतिसामान्य आवाज के बावजूद वह भारत के सबसे प्रभावी संचारक कैसे बन गए, उसका उत्तर देने में भारत का संचारीय अकादमिक जगत प्रायः विफल हो जाता है।

यदि महात्मा गांधी के संचारीय तरीकों और तकनीकों का विश्लेषण किया जाए तो यह स्पष्ट हो जाता है कि वे बीसवीं शताब्दी के सबसे प्रभावी संचारक इसलिए बन सके, क्योंकि उन्होंने भारतीय जनमानस में गहराई तक धँसे हुए संचारीय मूल्यों और मान्यताओं के अनुसार अपने संदेशों को डिजाइन किया। 'सत्यमेव जयते' के उद्धोष और सत्य को नारायण मानकर कथा सुनने वाले देश में उन्होंने सत्याग्रह मूल सिद्धांत बनाया। उनका सत्याग्रह राजनीतिक सिद्धांत के साथ संचारीय सिद्धांत भी था। गांधी ने सत्याग्रह को अपने सभी राजनीतिक और व्यक्तिगत गतिविधियों के केंद्र में रखकर भारत और भारतीयों से जुड़ने का अभिनव प्रयास किया। सत्याग्रह के जरिये उन्होंने समावेशी लक्ष्य निर्धारित किए

और उन्हें एक हद तक प्राप्त करने में सफलता भी प्राप्त की। उनकी सत्याग्रह की साधना में मीडिया-जागरूकता एक आवश्यक तत्व है। सत्याग्रह के दौरान सत्याग्रहियों के खिलाफ होने वाली एकतरफा हिंसा की विश्वव्यापी कवरेज होती थी और पत्रकार सत्याग्रह संबंधी आयोजनों को एक प्रमुख घटना के तौर पर लेते थे। औपनिवेशिक शासन से लड़ने में सत्याग्रह इतना प्रभावशाली कभी भी साबित नहीं होता यदि उसकी हृदय-विदारक खबरें और फोटो अखबारों में प्रकाशित नहीं होतीं (गोंजाल्वेस, 2010)। इसके साथ ही गांधी यह बात अच्छी तरह समझते थे कि पत्रकारिता में बेहतर कवरेज का आधार सत्य होता है। पत्रकारिता की जान सत्याग्रह ही है, यही वह विश्वसनीयता पैदा करती है, जिसे इस क्षेत्र की सबसे बड़ी पूँजी माना जाता है। वह संदेशों का संप्रेषण सत्याग्रह के कलेवर में ही करते थे। सत्य को केंद्र में रखकर संदेश गढ़ने की उनकी क्षमता पत्रकारों को भी हैरान कर देती थी। इसका एक बेहतर उदाहरण दांडी मार्च के दौरान की गई उनकी अपील थी।

गांधी के संदर्भ में देखें तो उन्होंने विश्वसनीयता का एक ऐसा स्तर अर्जित किया था कि उनका मौन होना भी उबाल पैदा कर देता था। विश्वसनीयता के साथ संदेश-संप्रेषण के सर्जनात्मक तरीके ईजाद करने की उनकी क्षमता उन्हें सर्वश्रेष्ठ संचारक बना देती है। जब विश्वसनीयता असंदिग्ध होती है तो मौन बोलने लगता है। गांधी की संचारीय-सक्षमता इस कदर थी कि उनका मौन, उनका उपवास, उनका खाना, उनके कपड़े, सब कुछ सार्वजनिक संदेशों को संप्रेषित करने का जरिया बन जाते हैं। दुर्भाग्यवश, उनका आकलन राजनेता, समाज-सुधारक, आध्यात्मिक विभूति, अर्थशास्त्री सभी रूपों में की गई लेकिन एक संचारक के रूप में उनकी सफलताओं पर कम ही ध्यान गया। गांधी को राजनेता अथवा संत के रूप में समझने के साथ एक सफल संचारक के रूप में समझने की कोशिश उनके व्यक्तित्व की बनावट की कई उलझनें सुलझा सकता है और उनकी सीमाओं और सामर्थ्य को भी अधिक स्पष्ट बना सकता है। गांधी की संचारीय-सक्षमता केवल तकनीकी-कौशल एवं भाषाई-प्रवाह पर निर्भर नहीं है। तत्कालीन भारत की सामाजिक-सांस्कृतिक समझ उन्हें बेजोड़ संप्रेषक बना देती है। प्रायः नवाचार की स्वीकृति कम समय में नहीं होती, लेकिन गांधी के संदर्भ में यह नहीं कहा जा सकता। इसका कारण यह था कि अधिकांश मामलों में उनका नवाचार परंपरा भंजक नहीं होता था, बल्कि परंपरा को परिष्कृत और पोषित करने वाला होता था। मसलन उस दौर में साम्यवाद का रूमानी विचार सबको सम्मोहित किए हुए था, लेकिन गांधी इस शब्द के जरिये आदर्श समाज का खाका लोगों के सामने नहीं रखते। उन्होंने साम्यवाद की जगह रामराज्य शब्द स्वीकार किया और रामराज्य को आदर्श सामाजिक-राजनीतिक व्यवस्था के रूप में स्थापित करने का प्रयास किया। देखने में यह छोटा-सा कदम था, लेकिन ऐसे छोटे कदम ही गांधी की स्वीकार्यता को बढ़ा देते थे। स्वाभाविक-सी बात है कि भारतीय संदर्भ में रामराज्य की स्वीकार्यता और साम्यवाद से अधिक होनी थी, और यह हुई भी।

इस तरह सत्याग्रह को व्यक्तिगत सीमाओं से बाहर निकालकर सार्वजनिक आंदोलन बना देना गांधी के सर्जनात्मक संचारीय चिंतन से ही संभव हो सका। इसके पहले सत्याग्रह का उपयोग प्रायः व्यक्तिगत दायरे और धार्मिक संदर्भ में किया जाता था। गांधीजी इस बात को अच्छी तरह

जानते थे कि सत्याग्रह से जुड़ी धार्मिक अपील लोगों को संगठित कर सकती है। इसलिए उन्होंने एक रणनीति के तौर पर इसे सार्वजनिक स्तर पर अपनाने का फैसला किया। आगे की कहानी एक इतिहास है। सत्याग्रह अन्याय और औपनिवेशिक शासन के खिलाफ सबसे बड़े प्रतीक के रूप में स्थापित हुआ। गांधी के व्यक्तित्व में परंपरा और परिवेश को गढ़ने वाले शब्दों के साथ संतुलित प्रयोग करने की अद्भुत क्षमता थी। शब्दों के मूलभाव को बदले बगैर उन्हें नए संदर्भों में प्रयोग कर यथास्थिति को भंग कर देने में गांधी अतुलनीय हैं। परंपरा और परिवेश ने किस शब्द में कितनी ऊर्जा भरी है और सदियों से संचित शाब्दिक ऊर्जा का उपयोग समसामयिक परिप्रेक्ष्य में कहाँ हो सकता है, इसको परखने में गांधी बेजोड़ हैं। वे सांस्कृतिक पारिस्थितिकी से परिचय को संचारीय सफलता की पूर्वशर्त मानते थे। शब्दों की आत्मा को सँजोते हुए उनका कार्यांतरण करने की कारीगरी गांधी की सबसे मौलिक विशेषता है। यही विशेषता उन्हें सहस्राब्दी का सबसे प्रभावी जनसंचारक बना देती है। सांस्कृतिक-संदर्भों से उनका जुड़ाव केवल शब्दों तक ही सीमित नहीं था। उन्होंने अपने व्यक्तित्व को भी इस प्रकार सुगठित किया था कि उसमें सांस्कृतिक प्रतिबद्धताएँ झलकती थीं। उनके मन में तो भारतीयता रची-बसी थी ही। मन-कर्म-कर्म का सांस्कृतिक सदर्भों के साथ यह समायोजन गांधी को असंदिग्ध विश्वसनीयता प्रदान करता था और साथ ही उनकी लोगों तक पहुँच को असाधारण रूप से बड़ा बना देता था।

वर्तमान संदर्भों में जब संचार और मीडिया प्रत्येक गतिविधि के केंद्र में आ गई है, तो गांधीवादी संचारीय दृष्टि की प्रासंगिकता और भी बढ़ गई है। पश्चिमी चिंतन संचार को तकनीकी और भाषाई परिधि में ही समझने की कोशिश करता रहा है। भारतीय विशेषज्ञ इस चिंतन की छाया में पले-बढ़े हैं। सांस्कृतिक सदर्भों में संचारीय-प्रक्रिया को समझने की शुरुआत भी ठीक ढंग से नहीं हो पाई है। सभ्यताओं में टकराव और पहचान के बढ़ते संकट के बीच इस संचारीय प्रक्रिया और सांस्कृतिक पारिस्थितिकी के बीच संतुलन की जरूरत और भी अधिक बढ़ गई है। इसके उलट संचारीय प्रक्रिया और सांस्कृतिक सदर्भों को एक दूसरे के आमने-सामने खड़ा कर दिया गया है। गांधी आधुनिक समय में संस्कृतिबद्ध संचार के सबसे प्रभावी प्रतीक हैं, इसी कारण उनका प्रिय वस्त्र (खादी) संचार का प्रभावी माध्यम बन जाता है (गोंजाल्वेस, 2012)। सांस्कृतिक शब्दावली में संचार करने की बात हो, सत्य के प्रति आग्रह हो, मन-वचन-कर्म की एकरूपता हो, यह सभी मूल्य भारत के संचारीय चिंतन और संचारीय परंपराओं के मूलभूत आधार हैं, इसलिए जब गांधी ने इन सिद्धांतों को अपनी संचारीय-प्रक्रिया में स्थान दिया तो वह भारत के सामूहिक अवचेतन को प्रभावित करने में सफल हुए। गांधी के बाद भी भारतीय संचार की मूलभूत अवधारणाएँ अब भी अपना अस्तित्व बनाए हुए हैं। सोशल मीडिया के वर्तमान दौर में भी वही सूचनाएँ भारतीयों को प्रभावित कर पा रही हैं, जो भारतीय संचारीय मूल्यों और परंपराओं के अनुसार संप्रेषित हों। इसलिए यह आवश्यक हो जाता है कि भारतीय संचार चिंतन की मूलभूत अवधारणाओं और परंपराओं का अध्ययन किया जाए।

भारतीय संचार अवधारणाओं और परंपराओं को समझने के लिए पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में 'भारतीय संचार प्रणाली'

नामक प्रश्नपत्र का समावेश किया जा सकता है। इस प्रश्नपत्र में भारतीय संचार चिंतक के रूप में देवर्षि नारद, महर्षि पतंजलि, महर्षि पाणिनि, भरतमुनि और आचार्य अभिनवगुप्त का अध्ययन किया जा सकता है। इसके अतिरिक्त इस प्रश्नपत्र में कुंभ और मंदिरों का अध्ययन भी संचारीय परिप्रेक्ष्य में किया जा सकता है। यह प्रश्नपत्र किस तरह संचार के भारतीय यथार्थ को समझने में सहायक हो सकता है, इसको हम आचार्य अभिनवगुप्त के संचारीय परिप्रेक्ष्य में किए गए अध्ययन के माध्यम से समझ सकते हैं। आचार्य अभिनवगुप्त इस संश्लेषक-संवादी परंपरा के उत्कृष्ट प्रतीकों में से एक हैं। उन्होंने अपने समय की समस्त प्रभावी सांस्कृतिक धाराओं से संवाद स्थापित किया और उनके बीच संवादसेतु स्थापित करने के प्रयास किए। लोक-वेद-तंत्र, प्रवृत्ति-निवृत्ति, सौंदर्य-वैराग्य जैसी परस्पर विरोधी दिखने वाली धाराएँ आचार्य अभिनवगुप्त के व्यक्तित्व में अपने संपूर्ण आयामों के साथ विद्यमान हैं। यह विशेषता उन्हें भारतीय भावधाराओं के संश्लेषक के रूप में प्रतिष्ठित करती है। एक संश्लेषक-संवादी आचार्य होने के साथ-साथ आचार्य अभिनवगुप्त कई रूपों में संवाद की प्रक्रिया से संबंधित हैं। भाष्य परंपरा के जरिये उन्होंने विभिन्न गुह्य समझी जाने वाली विद्याओं का संरक्षण संवर्धन किया। उन्होंने वाक् की अवधारणा पर प्रकाश डाला है (सिंह, 2016)। भारतीय संदर्भों में विचार किया जाए तो वाक् को संपूर्ण संचारीय चिंतन की केंद्रीय अवधारणा माना जा सकता है। सबसे महत्वपूर्ण यह कि उन्होंने नाट्यशास्त्र पर लिखी अपनी टीका 'अभिनव भारती' के जरिये विभिन्न संचारीय प्रक्रियाओं से सीधा संवाद किया है तथा उन पर सूक्ष्मता और विस्तार के साथ प्रकाश डाला है। इसी तरह, देवर्षि नारद लोक कल्याणकारी संचार, महर्षि पतंजलि आभ्यंतर संचार, भरतमुनि नाट्यशास्त्र में निहित संचारीय-सूत्रों और महर्षि पाणिनि शाब्दिक और व्याकरणिय सजगता को समझने का माध्यम बन सकते हैं। मंदिर और कुंभ भी संचार के भारतीय यथार्थ को समझने में अतीव सहायक साबित हो सकते हैं।

हायब्रिड वारफेयर का प्रश्नपत्र

अभी तक पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में राष्ट्रीय सुरक्षा और सूचनाओं के रणनीतिक उपयोग का अध्ययन नहीं होता। इस कमी को पाठ्यक्रम में हायब्रिड वारफेयर का प्रश्नपत्र सम्मिलित कर दूर किया जा सकता है। हायब्रिड वारफेयर मुख्यतः संचार-केंद्रित युद्ध शैली है। इस युद्ध शैली की स्वीकृति वैश्विक स्तर पर बढ़ती जा रही है। संचार और राष्ट्रीय सुरक्षा से जुड़ाव के कारण हायब्रिड वारफेयर के प्रश्नपत्र को पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में सम्मिलित करना आवश्यक हो गया है। यह प्रश्नपत्र उन तकनीकों, रणनीतियों के प्रति जागरूकता पैदा करने के लिए आवश्यक है, जिनके माध्यम से किसी देश के राष्ट्रीय हितों को नुकसान पहुँचाया जाता है, बल्कि यह भाव भी भेगा कि पत्रकारिता सूचनाओं का आदान-प्रदान भर नहीं है। हायब्रिड वारफेयर का अध्ययन देश में संचारीय-रणनीतियों के अभाव को दूर करने में सहायक होगा। यह प्रश्नपत्र अधिक पारदर्शी और सत्यनिष्ठ पत्रकारिता के विकास के लिए भी आवश्यक है। यह प्रश्नपत्र सूचनाओं और तथ्यों के साथ खिलवाड़ करना नहीं, बल्कि सूचना और तथ्य को सजीवगी के साथ सटीक परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत करने के लिए नई पीढ़ी को प्रेरित करेगा।

सभ्यतागत-संघर्ष में संचार की भूमिका का प्रश्नपत्र

सभ्यताओं के विकास, विस्तार और विजय की कहानियों को अभी तक सीमित परिप्रेक्ष्य में समझने की कोशिश की जाती रही है। युद्ध, शासक, सैनिक, शस्त्र के राजनीतिक-परिप्रेक्ष्य में ही सभ्यताओं के विस्तार को समझने की कोशिश होती रही है। यह चलन पूरी दुनिया में है और भारत भी इसका अपवाद नहीं है। राजनीतिक परिप्रेक्ष्य में सभ्यतागत-संघर्ष के अध्ययन से एक सीमा तक यथार्थ अभिव्यक्त भी होता है। पूरी तस्वीर तो तभी सामने आती है, जब राजनीतिक-संघर्ष के साथ सभ्यताओं द्वारा अपनाए जाने वाली संचारीय-रणनीतियों का भी अध्ययन किया जाए। भारतीय संदर्भों में सभ्यतागत-संघर्ष का संचारीय अध्ययन और भी अधिक महत्वपूर्ण हो जाता है। प्रायः यहाँ पर कई सदियों से चल रहे सभ्यतागत-संघर्ष के संदर्भ में एक प्रश्न सभी के सामने आता ही है कि यदि हम ज्ञान-विज्ञान, वीरता-वैभव इत्यादि सभी क्षेत्रों में सर्वश्रेष्ठ थे, तो पिछली कई सदियों से हमें सभ्यतागत-संघर्ष का सामना क्यों करना पड़ रहा है? अधिकांशतः इस प्रश्न का कोई संतोषजनक उत्तर नहीं मिल पाता। राजनीतिक संघर्षों के परिप्रेक्ष्य में होने वाले विश्लेषणों से इसका उत्तर मिल भी नहीं सकता। इस यक्षप्रश्न का उत्तर तभी प्राप्त हो सकता है, जब हम भारत में चल रहे सभ्यतागत-संघर्ष को संचारीय-परिप्रेक्ष्य में विश्लेषित करने का प्रयास करें। तभी यह स्पष्ट हो सकेगा कि दुष्प्रचार और अर्द्धसत्य के जरिये कैसे भारतीय सभ्यता को पराभूत करने के प्रयास किए जाते रहे और अब भी किए जा रहे हैं। यदि आर्य-आक्रमण का झूठा मिथक अब भी हमारा पीछा कर रहा है, यदि जिस पंथ की स्थापना भारतीयता की रक्षा के लिए की गई थी, अब वह भारतीयता से ही संघर्षरत है, तो इसके कारण राजनीतिक से अधिक संचारीय ही है। सभ्यतागत दुष्प्रचार का उत्तर अब भी एक सभ्यता के रूप में भारत ठीक ढंग से नहीं दे पा रहा है। ऑनलाइन माध्यमों ने भारत के समक्ष दुष्प्रचार की चुनौती को और भी अधिक बढ़ा दिया है (तनेजा, 2020)। वस्तुतः भारत दुष्प्रचार का शिकार देश बनता जा रहा है। इस स्थिति से भारत तभी उबर सकता है, जब वह सभ्यतागत-संघर्ष में संचार की भूमिका का आकलन सम्यक् तरीके से करे और शताब्दियों से जारी बहुस्तरीय दुष्प्रचार को प्रत्युत्तर दे। ऐसी क्षमता प्राप्त करने के लिए यह आवश्यक है कि पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में सभ्यतागत-संघर्ष में संचार की भूमिका नामक प्रश्नपत्र को सम्मिलित किया जाए।

निष्कर्ष

लेखन-वक्तृत्व क्षमता का विकास, समाचारीय मूल्यों की समझ, तकनीकी कौशल का विकास पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम का महत्वपूर्ण लक्ष्य है, लेकिन यह संपूर्ण लक्ष्य नहीं हो सकता। संचार-

विशेषज्ञों के समक्ष अब यह तथ्य स्पष्ट होता जा रहा है कि तकनीकी, लेखन और वक्तृत्व, समाचारीय मूल्यों की समझ के बावजूद कई बार संचारीय प्रक्रिया बाधित हो जाती है। कई बार यह तीनों कारक संदेश संप्रेषण के सही परिप्रेक्ष्य का सही संधान नहीं कर पाते। इसीलिए अब संस्कृतिबद्ध संचार की बात होने लगी है। विभिन्न विश्वविद्यालयों में मीडिया एंड कल्चरल स्टडीज के विभाग संचालित होने लगे हैं। भारत में भी स्थानीयता, संस्कृति और संचार को संबद्ध करने के प्रयास प्रारंभ करने ही होंगे। यह भारत को सूचना और संचार महाशक्ति बनाने में सहयोग करेगा और सुरक्षा संबंधी चुनौतियों को दूर करने की क्षमता भी प्रदान करेगा। इसकी शुरुआत पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में उपरोक्त तीनों प्रश्नपत्रों को सम्मिलित करने से हो सकती है।

पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम में उपरोक्त तीन प्रश्नपत्रों के समावेश से भारतीय पत्रकारिता को विश्लेषण का भारतीय-परिप्रेक्ष्य उपलब्ध हो सकेगा। तथ्य यदि सत्य भी हो लेकिन परिप्रेक्ष्य गलत चुन लिया जाए तो पत्रकारिता सत्य को अभिव्यक्त करने से चूक जाती है। अभी तक भारतीय पत्रकारिता औपनिवेशिक प्रारूपों और प्रतिमानों का सहारा लेकर ही भारतीय यथार्थ के विश्लेषण का प्रयास करती है। संभवतः इसी कारण अधिकांश बार निर्णायक क्षणों को पकड़ने और व्याख्यायित करने में वह चूक जाती है। उपरोक्त तीन प्रश्नपत्रों के समावेश से भारतीय पत्रकारिता को भारतीय परिप्रेक्ष्य तो उपलब्ध होगा ही, एक सभ्यता और राष्ट्र के रूप में भारत वर्तमान और भविष्य की चुनौतियों का सामना अधिक सक्षमता के साथ कर सकेगा।

संदर्भ

- गोंसाल्वेस, पी. (2010). *क्लोथिंग फॉर लिबरेशन: ए कम्युनिकेशन एनालिसिस ऑफ गांधी स्वदेशी रिवाल्व्यूशन*. सेज प्रकाशन
- गोंसाल्वेस, पी. (2012). खादी: ए मेगा सिंबल ऑफ सबवर्जन. Kha-di-A Mega symbol of Subversion. सेज प्रकाशन
- तनेजा, के. (2020). इस्लामिक स्टेट प्रोपेगेंडा इन इंडिया. *ओआरएफ फिलिप, एस.* (2012). *रियल टाइम डिप्लोमेसी: पॉलिटिक्स एंड पॉवर इन द सोशल मीडिया एरा*. पालग्रेव मैकमिलन
- सिंह, जे. (2010). *संपूर्ण संचारविद् आचार्य अभिनवगुप्त*. नई दिल्ली : जम्मू-कश्मीर अध्ययन केंद्र,
- हान, बी. सी. (2017). *साइकोपॉलिटिक्स एंड न्यू टेक्नॉलॉजीज ऑफ पॉवर*. वर्सो पब्लिकेशन



जनसंचार शिक्षा में मुक्त विश्वविद्यालयों की भूमिका : वर्तमान स्थिति पर एक अध्ययन

डॉ. पूनम गौड़¹, डॉ. अमित कुमार² और डॉ. ओम प्रकाश देवल³

सारांश

‘जन संचार’ अकादमिक दुनिया में अब एक सुस्थापित विषय है और अन्य विषयों की तरह ही जन संचार के शैक्षणिक कार्यक्रमों को पारंपरिक (नियमित) शिक्षण पद्धति के साथ-साथ मुक्त एवं दूरस्थ शिक्षण पद्धति के द्वारा भी छात्र-छात्राओं तक पहुँचाया जा रहा है। जन संचार शिक्षा में सैद्धांतिक ज्ञान के साथ-साथ व्यावहारिक ज्ञान भी अत्यंत महत्वपूर्ण है और यही मुक्त शिक्षा प्रणाली के लिए बड़ी चुनौती है। लेकिन आधुनिक सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी ने इस चुनौती से सफलतापूर्वक लड़ने की क्षमता विकसित कर दी है। कोरोना महामारी से जूझ रही सारी दुनिया ने शिक्षण प्रक्रिया में आधुनिक सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के सफल उपयोग का उदाहरण देखा है। भारत के मुक्त विश्वविद्यालय, मुक्त शिक्षा प्रणाली के माध्यम से वैसे लोगों तक गुणवत्ता युक्त उच्च शिक्षा पहुँचाने के लिए प्रतिबद्ध हैं, जो किसी भी कारण से पारंपरिक (नियमित) माध्यम से शिक्षा नहीं ले पा रहे हैं। वैसे तो पारंपरिक (नियमित कक्षा शिक्षण) पद्धति से शिक्षा देने वाले विश्वविद्यालय भी अपने दूरस्थ शिक्षा केंद्रों के माध्यम से शैक्षणिक कार्यक्रमों को छात्र-छात्राओं तक पहुँचा रहे हैं, लेकिन मुक्त विश्वविद्यालयों का तो मुख्य ध्येय ही यही है। यह शोध पत्र जनसंचार शिक्षा में भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों की भूमिका का अध्ययन कर वर्तमान स्थिति का एक विस्तृत चित्र प्रस्तुत करता है। मुख्य रूप से दस्तावेजों के व्यवस्थित विश्लेषण पर आधारित यह शोध स्पष्ट करता है कि जनसंचार शिक्षा भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों की प्राथमिकता सूची में है। कम अवधि के रोजगारोन्मुख डिप्लोमा और पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा से लेकर स्नातक एवं स्नातकोत्तर डिग्री तक के कार्यक्रम मुक्त विश्वविद्यालयों की पहली पसंद हैं। मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों के पाठ्यक्रमों का विश्लेषण यह भी स्पष्ट करता है कि व्यावहारिक प्रशिक्षण आज भी मुक्त शिक्षा प्रणाली के लिए एक बड़ी चुनौती है। फलतः उच्च स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले जनसंचार कार्यक्रमों की तुलना में मध्यम स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण वाले कार्यक्रम भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों की पहली पसंद प्रतीत होते हैं।

संकेत शब्द : जनसंचार शिक्षा, मुक्त विश्वविद्यालय, दूरस्थ शिक्षा, व्यावहारिक प्रशिक्षण, सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी

प्रस्तावना

भारत में जनसंचार शिक्षा ने अपने सौ वर्ष पूरे कर लिए हैं। अपनी इस यात्रा के दौरान इस विषय ने अकादमिक जगत् में निरंतर अपनी जड़ें जमाई हैं। आज एक विषय के रूप में यह काफी लोकप्रिय भी है। अधिकांश विश्वविद्यालयों (सरकारी या निजी) में इस विषय के लिए अलग विद्यापीठ, विभाग या केंद्र हैं, जो सर्टिफिकेट से लेकर पीएचडी तक सभी स्तरों पर शैक्षणिक कार्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं। कई विश्वविद्यालय तो पूरी तरह इसी विषय को समर्पित हैं। माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय (भोपाल), कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय (रायपुर) और हरिदेव जोशी पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय (जयपुर) जैसे विश्वविद्यालय इसके उदाहरण हैं। इसलिए अब हम कह सकते हैं कि भारतीय शिक्षा जगत् में जनसंचार एक सुस्थापित और लोकप्रिय अकादमिक अनुशासन है।

भारत में जनसंचार शिक्षा

विश्व के कई और देशों की तरह ही भारत में भी जनसंचार शिक्षा की शुरुआत पत्रकारिता के प्रशिक्षण से हुई। बाद के वर्षों में धीरे-धीरे जनसंचार के दूसरे क्षेत्रों पर आधारित शैक्षणिक कार्यक्रम भी विकसित हुए। भारत के संदर्भ में हम पत्रकारिता शिक्षा की जड़ें 1920 के दशक की शुरुआत में पा सकते हैं जब पहली बार डॉ. एनी बेसेंट ने तमिलनाडु के अडयार में पत्रकारिता का प्रशिक्षण शुरू किया। डॉ. जे.बी. कुमारप्पा ने 1936

में अमेरिकन कॉलेज ऑफ जर्नलिज्म, बांबे की स्थापना की। यदि हम विश्वविद्यालयों की बात करें तो अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय ने 1938 में पत्रकारों के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम शुरू किया, लेकिन 1940 में यह बंद हो गया (आरम, 2004)। पंजाब विश्वविद्यालय, लाहौर ने विभाजन से पहले 1941 में पत्रकारिता में एक वर्ष का पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा शुरू किया (इपेन, 1995)। विश्वविद्यालय की वेबसाइट के अनुसार इसके स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन स्टडीज की स्थापना 1941 में हुई थी। स्कूल के संस्थापक प्रो. पी.पी. सिंह थे। सन् 1960 के दशक में जनसंचार शिक्षा के क्षेत्र में कई महत्वपूर्ण पहल हुईं। इस दशक में छह विश्वविद्यालय पत्रकारिता पाठ्यक्रम संचालित कर रहे थे। सन् 1965 में ‘भारतीय जनसंचार संस्थान’ की स्थापना भारतीय जनसंचार शिक्षा के क्षेत्र में सबसे बड़ा मील का पत्थर था। यूनेस्को ने इस संस्थान की स्थापना में अपना सक्रिय सहयोग दिया।

इस बीच जनसंचार शिक्षा के मानकीकरण के प्रयास भी प्रारंभ हो गए थे। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग ने 1977 में जनसंचार पर एक पैनल की स्थापना की। पाठ्यक्रम को आधुनिक बनाने के उद्देश्य से 1979 में उस्मानिया विश्वविद्यालय, हैदराबाद में इस पैनल की एक कार्यशाला आयोजित की गई। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग द्वारा पत्रकारिता विभागों के लिए कई केंद्रीय और राज्य विश्वविद्यालयों को धन स्वीकृत किया गया। जनसंचार शिक्षकों के लिए पहला यूजीसी रिफ्रेशर कार्यक्रम 1984 में बनारस हिंदू विश्वविद्यालय में आयोजित किया गया (सी. एम.एस., 2015)।

¹सहायक आचार्य, एमिटी संचार विद्यापीठ, एमिटी विश्वविद्यालय उत्तर प्रदेश, नोएडा, उत्तर प्रदेश. ईमेल : gaurpunam@gmail.com

²सहायक आचार्य, पत्रकारिता एवं नवीन माध्यम विद्यापीठ, इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, नई दिल्ली. ईमेल : amitkumar@ignou.ac.in

³निदेशक, पत्रकारिता एवं नवीन माध्यम विद्यापीठ, इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, नई दिल्ली. ईमेल : opdewal@ignou.ac.in

एक विषय के तौर पर जनसंचार धीरे-धीरे आगे बढ़ता गया और इसका दायरा भी निरंतर फैलता गया। उच्च शिक्षा से आगे बढ़कर इस विषय ने स्कूली शिक्षा में प्रवेश किया। राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद् ने भारत में मीडिया साक्षरता को बढ़ावा देने के लिए 2009-2010 में स्कूलों में मीडिया क्लब परियोजना शुरू की। छात्रों के लिए मीडिया के महत्त्व को देखते हुए केंद्रीय माध्यमिक शिक्षा बोर्ड (सीबीएसई) ने 2012 में सीनियर सेकेंडरी स्तर पर एक वैकल्पिक विषय के रूप में 'मास मीडिया स्टडीज' की शुरुआत की। इस विषय को सभी स्कूलों के लिए खोलने से पहले सीबीएसई ने 2010-2011 और 2011-2012 सत्रों के दौरान कुछ चुनिंदा स्कूलों में इस ऐच्छिक विषय को शुरू कर एक पायलट अध्ययन किया (सीबीएसई परिपत्र, 2012)। वर्तमान में 'जनसंचार' भारतीय शिक्षा जगत् में ज्ञान का एक महत्वपूर्ण क्षेत्र माना जाता है और यह लोकप्रिय भी है। बड़ी संख्या में केंद्रीय और राज्य स्तरीय सरकारी और निजी विश्वविद्यालय इस विषय में शैक्षणिक कार्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं। नियमित शिक्षा माध्यम के साथ-साथ यह विषय दूरस्थ शिक्षा के द्वारा भी इच्छुक शिक्षार्थियों तक पहुंच रहा है।

दूरस्थ शिक्षा और मुक्त विश्वविद्यालयों की अवधारणा

मुक्त शिक्षा एक दर्शन है और दूरस्थ शिक्षा इस दर्शन को निष्पादित करने के लिए एक उपकरण की तरह कार्य करता है। मुक्त शिक्षा शिक्षण प्रक्रिया में अधिक से अधिक लचीलेपन की वकालत करता है। प्रवेश (नामांकन) और निकास में लचीलापन, सीखने के स्थान और समय में लचीलापन, सीखने की गति और सीखने के तरीके में लचीलापन, विषयों के चयन में लचीलापन एवं मूल्यांकन के तरीके में लचीलापन आदि इसके कुछ उदाहरण हैं। दूरस्थ शिक्षा ब्यूरो, यूजीसी (2021) के अनुसार 'दूरस्थ शिक्षा' एक ऐसा शब्द है जो शिक्षण की ऐसी सभी व्यवस्थाओं का वर्णन करता है जिसमें शिक्षार्थी और शिक्षक स्थान और समय के संदर्भ में एक-दूसरे से अलग होते हैं। वास्तव में यह शिक्षा देने का एक ऐसा तरीका है, जिसमें छात्र-छात्राएँ कक्षा की पारंपरिक व्यवस्था में शारीरिक रूप से मौजूद नहीं होते। यहाँ शिक्षक और शिक्षार्थियों के बीच होने वाला संचार तकनीकों के माध्यम से होता है। मुक्त विश्वविद्यालय ऐसे विश्वविद्यालय हैं, जो मुक्त शिक्षा के दर्शन का अनुसरण करते हैं। इनका मुख्य उद्देश्य दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से समाज के उन सभी लोगों को गुणवत्तापूर्ण उच्च शिक्षा के अवसर उपलब्ध कराना है, जो किसी भी कारण से परंपरागत और नियमित (कक्षा आधारित) माध्यम से उच्च शिक्षा पाने में असमर्थ हैं। गुणवत्ता से समझौता किए बिना शिक्षण प्रक्रिया में अधिकतम लचीलापन उपलब्ध कराना इनका प्रमुख उद्देश्य होता है। ये विश्वविद्यालय अपनी शिक्षण प्रक्रिया में आधुनिक सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी का प्रयोग प्रमुखता से करते हैं।

भारत में दूरस्थ शिक्षा और मुक्त विश्वविद्यालय

भारत में दूरस्थ शिक्षा की शुरुआत दिल्ली विश्वविद्यालय ने 1962 में की थी। प्रारंभ में (1962-63) में उच्च शिक्षा नामांकन में दूरस्थ शिक्षा की हिस्सेदारी केवल 00.15% थी, जो निरंतर बढ़ती गई (दूरस्थ शिक्षा ब्यूरो, 2021)। भारत सरकार के शिक्षा मंत्रालय (2019) के अनुसार 2018-2019 में उच्च शिक्षा नामांकन में दूरस्थ शिक्षा की भागीदारी

10.62% थी। भारत में मुख्यतः दो प्रकार के संस्थान दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से शैक्षणिक कार्यक्रम संचालित करते हैं—मुक्त विश्वविद्यालय और परंपरागत विश्वविद्यालय। मुक्त विश्वविद्यालयों का तो मुख्य ध्येय ही दूरस्थ शिक्षा को बढ़ावा देना है, लेकिन कई परंपरागत विश्वविद्यालयों ने भी अपने यहाँ दूरस्थ शिक्षा केंद्रों की स्थापना की है। इन केंद्रों के माध्यम से ये विभिन्न विषयों में दूरस्थ शिक्षा कार्यक्रम संचालित करते हैं। देश में दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से किसी भी प्रकार के शैक्षणिक कार्यक्रम के संचालन के लिए विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की पूर्व अनुमति आवश्यक है।

जहाँ तक मुक्त विश्वविद्यालय की अवधारणा का प्रश्न है, भारत में यह लगभग चार दशक पुरानी है। सबसे पहले वर्ष 1982 में आंध्र प्रदेश मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना की गई। यह एक राज्य स्तरीय सरकारी विश्वविद्यालय था और समाज के हर तबके तक उच्च शिक्षा पहुँचाने के उद्देश्य से पूरे देश में किया गया अपनी तरह का पहला प्रयोग था। बाद में 1991 में इसका नाम बदल कर 'डॉ. बी. आर. अंबेडकर मुक्त विश्वविद्यालय' कर दिया गया। मुक्त विश्वविद्यालय के इस प्रयोग को राष्ट्रीय स्तर पर लाने के लिए वर्ष 1985 में इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना हुई। यह एक केंद्रीय विश्वविद्यालय था, जिसे देश में गुणवत्तापूर्ण दूरस्थ शिक्षा के प्रसार के नेतृत्व की बड़ी जिम्मेदारी दी गई। धीरे-धीरे देश के कई राज्यों में राज्य स्तरीय मुक्त विश्वविद्यालयों की स्थापना हुई (दूरस्थ शिक्षा ब्यूरो, यू.जी.सी., 2021)।

दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से जनसंचार शिक्षा

भारत में जनसंचार के कई कार्यक्रम दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से संचालित होते आ रहे हैं। यह सत्य है कि जनसंचार शिक्षा में व्यावहारिक प्रशिक्षण का महत्त्व बहुत अधिक है और दूरस्थ शिक्षा में छात्रों को व्यावहारिक प्रशिक्षण दे पाना एक चुनौती है, लेकिन दूरस्थ शिक्षा संस्थानों ने निरंतर इस समस्या का समाधान खोजने का प्रयास किया है और वे काफी हद तक सफल भी हुए हैं। दूरस्थ शिक्षा अब अपने पत्राचार शिक्षा वाले स्वरूप से काफी आगे निकल चुकी है। यूनेस्को (2002) के अनुसार दूरस्थ शिक्षा की तीसरी पीढ़ी आ चुकी है। हम शिक्षा प्रदान करने के लिए प्रिंट पाठ्य सामग्री के अतिरिक्त रेडियो, टेलीविजन और इंटरनेट आधारित आधुनिक सूचना और संचार तकनीकों का पर्याप्त उपयोग कर रहे हैं। संचार तकनीकों के उपयोग के अतिरिक्त शनिवार और रविवार को अध्ययन केंद्रों पर कक्षाओं का आयोजन भी किया जाता है। इस प्रकार आज की दूरस्थ शिक्षा प्रिंट पाठ्य सामग्री, आधुनिक संचार तकनीक एवं सीमित फेस-टू-फेस कक्षाओं का मिश्रण है। हालाँकि व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले विषयों में छोटी अवधि की फेस-टू-फेस कार्यशालाओं का आयोजन भी किया जा सकता है। ऐसे में दूरस्थ शिक्षा का यह आधुनिक स्वरूप जनसंचार विषय में गुणवत्तापूर्ण शिक्षा देने में काफी हद तक सक्षम है। वैसे भी कोरोना महामारी के इस दौर ने पिछले एक वर्ष के दौरान शिक्षा में तकनीक के इस्तेमाल की संभावनाओं से पूरे शिक्षा जगत् का परिचय कराया है।

महत्त्वपूर्ण शब्दों की शोध परिभाषाएँ

इस शोध में दो शब्द सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण हैं—'जनसंचार

शिक्षा' एवं 'भारतीय मुक्त विश्वविद्यालय'। अतः यह आवश्यक है कि इस शोध के संदर्भ में इन शब्दों की परिभाषाओं को स्पष्ट कर दिया जाए।

जनसंचार शिक्षा : चूँकि यह शोध 'जनसंचार शिक्षा' से संबंधित है, इसलिए यह आवश्यक है कि इस शोध के संदर्भ में 'जनसंचार शिक्षा' की परिभाषा स्पष्ट कर दी जाए। इसके लिए संचार, जनसंचार और पत्रकारिता जैसे शब्दों पर चर्चा आवश्यक है। इन तीनों में 'संचार' सबसे अधिक व्यापक है और 'जनसंचार' इसी का एक प्रकार है। अतः जनसंचार को संचार के अंतर्गत ही एक प्रकार के रूप में रखा जा सकता है। यही संबंध पत्रकारिता और जनसंचार के बीच भी है। पत्रकारिता जनसंचार का ही एक प्रकार है, जो विषयवस्तु के संदर्भ में समाचार पर आधारित है। अतः पत्रकारिता की तुलना में जनसंचार एक व्यापक शब्द है और पत्रकारिता इसी का एक भाग है। जनसंचार की चर्चा एक अकादमिक विषय के रूप में करते हुए मैक्वेल (2010) दो चीजों को इसका आधार मानते हैं— जनसंचार माध्यमों के लिए संदेशों का उत्पादन और प्रसंस्करण; और जनसंचार माध्यमों के संदेशों और उनके प्रभावों का व्यवस्थित विश्लेषण। इस शोध में भी 'जनसंचार शिक्षा' की इसी परिभाषा का अनुसरण किया गया है। सार यह है इस शोध में ऐसे सभी शैक्षणिक कार्यक्रम, जो जनसंचार माध्यमों (प्रिंट, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, न्यू मीडिया आदि) के लिए सामग्री/विषयवस्तु के उत्पादन, उनके विश्लेषण, उनके प्रभावों के अध्ययन एवं संबंधित सिद्धांतों के अध्ययन से जुड़े हों, जनसंचार शिक्षा के अंतर्गत माने गए हैं।

भारतीय मुक्त विश्वविद्यालय : इस शोध में उन सभी विश्वविद्यालयों को 'भारतीय मुक्त विश्वविद्यालय' माना गया है, जिनका नाम विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की नवीनतम (31 मार्च, 2021) सूची में दर्ज है और जिनके नाम में 'मुक्त विश्वविद्यालय' शब्द जुड़ा है।

साहित्य समीक्षा

मुक्त शिक्षा के दर्शन, उसके स्वरूप, उसकी उपयोगिता, आधुनिक संचार तकनीकों का उसके साथ एकीकरण, उसके प्रभाव आदि विषयों पर काफी अकादमिक कार्य हुआ है। दूसरी ओर जनसंचार शिक्षा के विभिन्न आयामों पर भी विद्वानों एवं शोधकर्ताओं ने पर्याप्त काम किया है। रॉण्ट्री (1992) मुक्त शिक्षा को व्यापक रूप से परिभाषित करते हुए कहते हैं कि मुक्त शिक्षा एक ऐसी व्यवस्था है, जो शिक्षार्थियों को उनकी परिस्थितियों और आवश्यकताओं के अनुसार सीखने का समय, स्थान और गति तय करने की सुविधा प्रदान करता है। इस प्रणाली का मुख्य जोर उन लोगों के लिए शिक्षा के अवसर खोलना है, जो भौगोलिक अलगाव, व्यक्तिगत कारणों या अपने काम संबंधी प्रतिबद्धताओं के कारण शिक्षा पाने से वंचित रह जाते हैं। यूनेस्को ने भी मुक्त शिक्षा की इसी विशेषता को रेखांकित किया है। यूनेस्को (2002) के अनुसार अपने शुरुआती दिनों से ही दूरस्थ शिक्षा शिक्षार्थियों के लिए भौगोलिक, सामाजिक, आर्थिक या अन्य बाधाओं की परवाह किए बिना अध्ययन के अवसर खोल रही है। मुक्त शब्द का उपयोग दूरस्थ शिक्षा के सिद्धांत और व्यवहार की इसी प्रमुख विशेषता को उजागर करने के लिए किया गया है।

सत्यनारायण (2012) ने मुक्त शिक्षा की अवधारणा को और अधिक स्पष्ट करते हुए इसकी छह प्रमुख विशेषताओं का वर्णन किया

है—1. अधिकतम आयु सीमा का अभाव, 2. अध्ययन के स्थान और समय के संबंध में लचीलापन, 3. पाठ्यक्रमों के चयन में लचीलापन, 4. क्रेडिट संचय और स्व-गति वाली परीक्षा प्रणाली, 5. शैक्षिक प्रौद्योगिकी और सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) का उपयोग और 6. गुणक प्रभाव। मुक्त अथवा दूरस्थ शिक्षा में निरंतर आधुनिक होती संचार प्रौद्योगिकी का महत्त्व हमेशा से रहा है। शिक्षक और छात्रों के बीच संवाद शिक्षण प्रक्रिया का एक महत्त्वपूर्ण तत्व है और यही दूरस्थ शिक्षा के लिए एक चुनौती भी है। इस संवाद को बढ़ाने पर मुक्त शिक्षा के विद्वानों का हमेशा से बहुत जोर रहा है, जिसमें तकनीक की भूमिका काफी अहम रही है। मूर (1993) ने मुक्त और दूरस्थ शिक्षा में संवादात्मक संचार प्रौद्योगिकी के महत्त्व पर प्रकाश डाला है। उन्होंने पाया कि शिक्षार्थी और शिक्षक के बीच संवाद का स्तर संचार प्रौद्योगिकी की अंतःक्रियात्मक प्रकृति से अत्यधिक प्रभावित था। मूर के अनुसार नई संचार प्रौद्योगिकियाँ अत्यधिक संवादात्मक थीं और इन तकनीकों का उपयोग दूरस्थ कार्यक्रमों में शिक्षक-छात्र संवाद के स्तर को बढ़ाने के लिए किया जा सकता है। उन्होंने सुझाव दिया कि संवाद में वृद्धि अंततः दूरी या अलगाव को कम करेगी और सीखने के बेहतर अनुभव प्रदान करेगी।

शिक्षा प्रणाली का अध्ययन करने वाले विद्वानों ने आज से तकरीबन चार दशक पहले ही आधुनिक संचार प्रौद्योगिकी की क्षमता से युक्त सशक्त मुक्त शिक्षा पद्धति की भविष्यवाणी कर दी थी। प्रौद्योगिकी, मुक्त और दूरस्थ शिक्षा के मुख्य स्तंभों में से एक है। वेडेमेयर (1978) ने स्वीकार किया कि संचार प्रौद्योगिकी में क्रांति ने स्वतंत्र शिक्षा और मुक्त शिक्षण गतिविधियों के द्वार खोल दिए हैं। उनके अनुसार आधुनिक संचार प्रौद्योगिकियों ने शिक्षण गतिविधियों को स्थान और समय की सीमा से मुक्त करना प्रारंभ कर दिया है। पुराने दिनों में क्लासरूम मॉडल ही एक विकल्प था जब भाषण संचार का एकमात्र संभव साधन था, लेकिन अब इलेक्ट्रॉनिक संचार के युग में शिक्षण प्रणाली शिक्षक और शिक्षार्थी के बीच की शारीरिक दूरी की समस्या को आसानी से संभाल सकती है।

यानेज, ओकाडा और पलाऊ (2015) ने भी यही पाया कि प्रौद्योगिकी ने मुक्त शिक्षा संस्कृति को बढ़ावा दिया है और आजीवन सीखने के अवसर प्रदान किए हैं। इनके अनुसार प्रौद्योगिकी जीवन भर सीखने की आदत विकसित कर रही है। इदरस और अतान (2010) के अनुसार दूरस्थ शिक्षा में छात्र और शिक्षक के बीच संवाद, और छात्रों की स्वायत्तता शैक्षणिक प्रौद्योगिकी से बहुत अधिक प्रभावित होते हैं।

भारत में दूरस्थ शिक्षा माध्यम से मीडिया शिक्षा पर अध्ययन करते हुए दत्ता एवं रे (2015) ने यह स्पष्ट किया है कि दूरस्थ शिक्षा पद्धति से गुणवत्तापूर्ण मीडिया शिक्षा देने के लिए शिक्षा प्रणाली में प्रौद्योगिकी का एकीकरण अत्यंत आवश्यक है। उन्होंने कार्यक्रमों के संचालन में डिजिटल प्रौद्योगिकी के व्यापक उपयोग का सुझाव दिया। वे तत्काल और प्रभावी प्रतिक्रिया के लिए कॉन्फ्रेंसिंग तकनीकों के अधिक से अधिक उपयोग की भी सिफारिश करते हैं। मीडिया शिक्षा में आधुनिक सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के प्रयोग के प्रभावों की चर्चा को आगे बढ़ाते हुए राज (2013) कहते हैं कि मीडिया शिक्षा भी शिक्षण प्रक्रिया में तकनीकी क्रांति का अनुभव कर रही है। मीडिया शिक्षा ने पारंपरिक कक्षा मॉडल से, स्थान

और समय की सीमाओं से मुक्त आभासी शिक्षण वातावरण तक एक लंबा सफर तय किया है। कई अंतरराष्ट्रीय मीडिया कंपनियाँ और शैक्षणिक संस्थान ऑनलाइन मीडिया पाठ्यक्रम प्रदान कर रहे हैं। प्रौद्योगिकी ने वास्तव में मीडिया शिक्षा को सार्वभौमिक बना दिया है। जैसा कि पहले भी चर्चा की गई है कि मुक्त शिक्षा पद्धति के विभिन्न आयामों पर काफी अध्ययन हुए हैं, लेकिन दूरस्थ शिक्षा पद्धति से जनसंचार शिक्षा के विशिष्ट संदर्भ में अध्ययनों की कमी देखी गई है और यही कमी इस शोध को प्रासंगिक बनाती है।

शोध उद्देश्य

इस शोध के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं :

1. भारतीय उच्च शिक्षा जगत् में मुक्त विश्वविद्यालयों की मात्रात्मक स्थिति को ज्ञात करना।
2. भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों में जनसंचार शिक्षा के वर्तमान परिदृश्य का विश्लेषण करना।
3. भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों के पाठ्यक्रमों का विश्लेषण करना।

शोध प्रश्न

इस शोध के द्वारा निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर प्राप्त करने का प्रयास किया गया है :

1. भारतीय उच्च शिक्षा परिदृश्य में मुक्त विश्वविद्यालयों की मात्रात्मक स्थिति क्या है?
2. कितने भारतीय मुक्त विश्वविद्यालय जनसंचार संबंधी शैक्षणिक कार्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं?
3. भारतीय मुक्त विश्वविद्यालय जनसंचार विषय में किन-किन प्रकारों (सर्टिफिकेट, डिप्लोमा, स्नातक आदि) के कार्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं?

इसके अलावा यह जानने का प्रयास किया गया कि भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों के पाठ्यक्रमों का झुकाव जनसंचार के किन घटकों की ओर है तथा भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों में व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता का स्तर क्या है?

शोध प्रविधि

यह शोध मुख्य रूप से दस्तावेजों के सुनियोजित एवं व्यवस्थित विश्लेषण पर आधारित है। शोधकर्ताओं ने भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों की वेबसाइट, उनके प्रॉस्पेक्टस (विवरणिकाओं), नामांकन विज्ञापनों और जनसंचार संबंधी शैक्षणिक कार्यक्रमों के पाठ्यक्रमों का व्यवस्थित तरीके से विश्लेषण किया। भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार से संबंधित कार्यक्रमों के पाठ्यक्रमों का अध्ययन कार्यक्रमों की प्रकृति और व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता के स्तर का पता लगाने के लिए भी किया गया। पाठ्य सामग्री का विश्लेषण करने के बाद भारतीय

मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा चलाए जा रहे जनसंचार से संबंधित कार्यक्रमों को पाठ्यक्रम के आधार पर मुख्यतः चार समूहों एवं व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता के स्तर के आधार पर दो वर्गों में वर्गीकृत किया गया। इन वर्गीकरणों को जनसंचार शिक्षा से संबंधित 12 व्यक्तियों (4 शिक्षक, 4 पत्रकार एवं 4 छात्र) के समक्ष मान्यीकरण के लिए प्रस्तुत किया गया और उनके सुझावों को शामिल कर इस प्रक्रिया को अंतिम रूप दिया गया। 2020-2021 सत्र को अध्ययन अवधि के रूप में लिया गया।

शोध परिणाम एवं विश्लेषण

इस खंड में इस शोध से प्राप्त आँकड़ों को प्रस्तुत कर उनका विश्लेषण किया गया है, ताकि शोध प्रश्नों के उत्तर पाए जा सकें।

भारतीय उच्च शिक्षा जगत् में मुक्त विश्वविद्यालयों की मात्रात्मक स्थिति

विश्वविद्यालय अनुदान आयोग (2021) के अनुसार 17 मई, 2021 तक देश में कुल 981 विश्वविद्यालय थे, जिनमें 426 राज्य स्तरीय सरकारी विश्वविद्यालय, 125 डीम्ड विश्वविद्यालय, 54 केंद्रीय विश्वविद्यालय और 376 निजी विश्वविद्यालय थे। इनमें से कुल 19 (लगभग 2%) मुक्त विश्वविद्यालय थे। इन 19 मुक्त विश्वविद्यालयों में से एक केंद्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, 16 सरकारी राज्यस्तरीय मुक्त विश्वविद्यालय और दो निजी राज्यस्तरीय मुक्त विश्वविद्यालय थे। देश की दो राज्य सरकारों ने अभी हाल ही में मुक्त विश्वविद्यालयों की स्थापना की है। पंजाब सरकार ने 'जगतगुरु गुरुनानक मुक्त विश्वविद्यालय' की स्थापना 2019 में की, तो केरल सरकार ने 'स्वामीनारायण मुक्त विश्वविद्यालय' की स्थापना 2020 में ही की है। देश का एकमात्र केंद्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय (इग्नू) है जो समूचे देश और दूसरे देशों में भी अपने केन्द्र स्थापित कर शिक्षण गतिविधियाँ संचालित करता है। राज्यस्तरीय मुक्त विश्वविद्यालय केवल अपने राज्यों में ही शिक्षण कार्य कर सकते हैं।

भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों में जनसंचार शिक्षा

कुल 19 में से 14 (74%) मुक्त विश्वविद्यालय जनसंचार संबंधी शैक्षणिक कार्यक्रम संचालित कर रहे हैं। इन 14 मुक्त विश्वविद्यालयों में से 5 (35.71%) विश्वविद्यालयों में जनसंचार विषय के विद्यापीठ (स्कूल) हैं। शेष 9 (64.29%) विश्वविद्यालय जनसंचार संबंधी कार्यक्रम दूसरे विद्यापीठों के अंतर्गत चला रहे हैं। इनमें से अधिकतर समाज विज्ञान एवं मानविकी के अंतर्गत हैं। कुछ जनसंचार संबंधी कार्यक्रम वोकेशनल स्टडीज विद्यापीठों के अंतर्गत भी चलाए जा रहे हैं।

भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रम

भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रम सर्टिफिकेट स्तर से लेकर स्नातकोत्तर (एम.ए.) स्तर तक के हैं। एम.फिल. और पीएच.डी. कार्यक्रमों को इस अध्ययन में शामिल नहीं किया गया है, क्योंकि इन शोध संबंधी शैक्षणिक कार्यक्रमों को दूरस्थ शिक्षा पद्धति से संचालित नहीं किया जा सकता। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की अनुमति से कई मुक्त विश्वविद्यालय भी पीएच.डी. जैसे शोध कार्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं, लेकिन ये कार्यक्रम नियमित/पूर्णकालिक होते हैं और

कोर्स वर्क के दौरान नियमित रूप से कक्षाओं का संचालन होता है, जिनमें छात्र-छात्राओं की उपस्थिति अनिवार्य होती है।

नीचे दी गई तालिका (संख्या-1) भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों के स्तर से संबंधित आँकड़ों को प्रस्तुत करती है।

तालिका 1 : भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों का स्तर

	कार्यक्रम का स्तर	आवृत्ति	प्रतिशत
1	सर्टिफिकेट	06	10.71
2	डिप्लोमा	14	25
3	स्नातक/बैचलर डिग्री	08	14.29
4	पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा	21	37.5
5	स्नातकोत्तर/एम.ए.	07	12.5
	कुल	56	100

तालिका के आँकड़े स्पष्ट कर रहे हैं कि जनसंचार विषय में मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा सबसे अधिक पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा (37.5%) स्तर के कार्यक्रम चलाए जा रहे हैं। इसके बाद डिप्लोमा (25%) दूसरे स्थान पर आता है। तीसरे स्थान पर स्नातक/बैचलर डिग्री (14.29%), चौथे स्थान पर स्नातकोत्तर/एम.ए. (12.5%) और अंतिम स्थान पर सर्टिफिकेट (10.71%) स्तर के कार्यक्रम आते हैं। आँकड़े यह बताते हैं कि जनसंचार विषय में मुक्त विश्वविद्यालयों का सर्वाधिक ध्यान एकवर्षीय पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा अथवा डिप्लोमा कार्यक्रमों पर है। ये दोनों कार्यक्रम रोजगारोन्मुखी माने जाते हैं।

भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों का वर्गीकरण : पाठ्य सामग्री के आधार पर

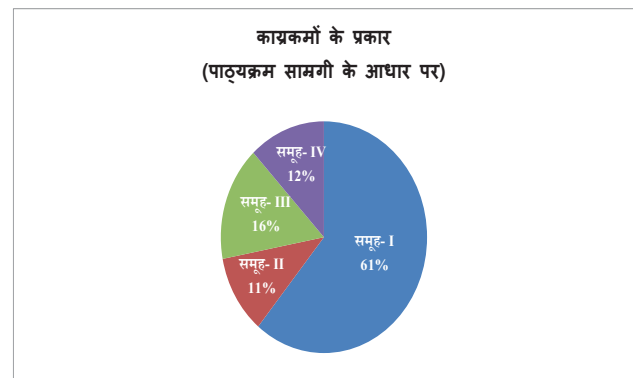
जनसंचार शिक्षा में कई घटक होते हैं, जिनका उल्लेख 'जनसंचार शिक्षा' की परिभाषा में पहले ही किया जा चुका है। शिक्षण गतिविधियों के संदर्भ में प्रत्येक घटक की प्रकृति और आवश्यकताएँ अलग-अलग होती हैं। उदाहरण के लिए, 'टेलीविजन प्रोडक्शन' पर आधारित कार्यक्रम को 'जनसंपर्क' पर आधारित कार्यक्रम की तुलना में अधिक व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है। पाठ्यक्रमों का विश्लेषण करने के बाद भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा चलाए जा रहे जनसंचार से संबंधित कार्यक्रमों को इस शोध के लिए मुख्यतः चार निम्नलिखित समूहों में विभाजित किया गया है। इन समूहों के निर्माण में जनसंचार शिक्षा से संबंधित 12 व्यक्तियों (4 शिक्षक, 4 पत्रकार एवं 4 छात्र) के विचारों को भी शामिल किया गया है।

1. समूह-1 (सामान्य कार्यक्रम) : इस समूह में रखे गए कार्यक्रमों का झुकाव किसी विशेष घटक की ओर नहीं है और इनमें पत्रकारिता एवं जनसंचार के अधिकांश घटक थोड़ी-थोड़ी मात्रा में शामिल हैं। इन्हें पत्रकारिता और जनसंचार का सामान्य कार्यक्रम कहा जा

सकता है। उदाहरण के लिए, पत्रकारिता और जनसंचार में एम.ए., पत्रकारिता और जनसंचार में बी.ए., पत्रकारिता और जनसंचार में पी.जी. डिप्लोमा आदि। इन कार्यक्रमों में मध्यम स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है।

- 2. समूह-2 (विज्ञापन एवं जनसंपर्क कार्यक्रम) :** इस समूह में ऐसे कार्यक्रमों को रखा गया है, जो मुख्यतः विज्ञापन, जनसंपर्क, कॉरपोरेट संचार और मीडिया प्रबंधन पर आधारित हैं। उदाहरण के लिए विज्ञापन एवं जनसंपर्क में पी.जी. डिप्लोमा, जनसंपर्क में डिप्लोमा, मीडिया प्रबंधन में पी.जी. डिप्लोमा आदि। इन कार्यक्रमों में भी मध्यम स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है।
- 3. समूह-3 (इलेक्ट्रॉनिक मीडिया कार्यक्रम) :** इस समूह में रखे गए कार्यक्रम परंपरागत इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर केंद्रित हैं। टेलीविजन प्रोडक्शन, रेडियो प्रोडक्शन, फोटोग्राफी आदि घटकों पर आधारित कार्यक्रमों को इस समूह में रखा गया है। उदाहरण के लिए फोटोग्राफी में डिप्लोमा, प्रसारण पत्रकारिता में पी.जी. डिप्लोमा आदि। इन कार्यक्रमों में उच्च स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है।
- 4. समूह-4 (नवीन क्षेत्रों पर केंद्रित कार्यक्रम) :** इस समूह में जनसंचार के अपेक्षाकृत नए क्षेत्रों पर आधारित कार्यक्रमों को शामिल किया गया है, जैसे-न्यू मीडिया, मल्टीमीडिया, विजुअल कम्युनिकेशन, एनीमेशन, ग्राफिक्स आदि। इन कार्यक्रमों में भी उच्च स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है।

ग्राफ (संख्या-1) भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित विभिन्न प्रकार के जनसंचार कार्यक्रमों (पाठ्य सामग्री के आधार पर) की स्थिति को स्पष्ट करता है।



ग्राफ 1 : भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रम (पाठ्य सामग्री के आधार पर)

ग्राफ 1 में प्रदर्शित आँकड़े बताते हैं कि मुक्त विश्वविद्यालयों की मुख्य पसंद स्पष्ट रूप से समूह-1 के कार्यक्रम (61%) हैं, जिनमें जनसंचार के सभी घटकों को थोड़ा-थोड़ा शामिल किया जाता है। बाकी तीनों समूहों की हिस्सेदारी थोड़े-बहुत अंतर के साथ लगभग एक जैसी है। समूह-3 (16%) के कार्यक्रम दूसरे स्थान पर, समूह-4 (12%) के कार्यक्रम तीसरे स्थान पर और समूह-2 (11%) के कार्यक्रम चौथे स्थान पर हैं।

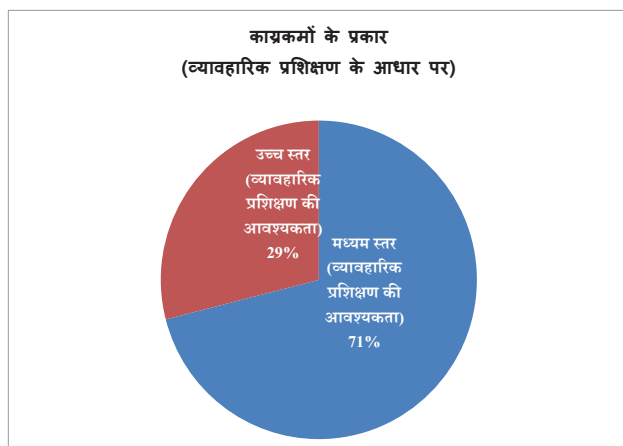
भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रमों का वर्गीकरण : व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता के आधार पर

जनसंचार संबंधी शैक्षणिक कार्यक्रमों में व्यावहारिक प्रशिक्षण हमेशा से एक महत्वपूर्ण घटक रहा है। इस विषय से संबंधित व्यक्तियों (कुल 12 व्यक्ति—4 शिक्षक, 4 पत्रकार एवं 4 छात्र) के विचारों के अनुसार, व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता के आधार पर, जनसंचार कार्यक्रमों को दो निम्नलिखित वर्गों में बाँटा गया है :

- (1) मध्यम स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले कार्यक्रम = समूह-1+ समूह-2
- (2) उच्च स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले कार्यक्रम = समूह-3+ समूह-4

वर्गीकरण की प्रक्रिया के दौरान यह पाया गया कि कोई भी जनसंचार कार्यक्रम निम्न स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाली श्रेणी में नहीं रखा जा सकता, क्योंकि इस विषय के शैक्षणिक कार्यक्रमों में व्यावहारिक ज्ञान की महत्वपूर्ण भूमिका है। अतः केवल दो वर्गों का ही निर्माण किया गया—मध्यम स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले कार्यक्रम, जिनमें समूह-1 और समूह-2 के कार्यक्रम शामिल हैं; और उच्च स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले कार्यक्रम, जिनमें समूह-3 एवं समूह-4 को सम्मिलित किया गया है। यहाँ वर्णित कार्यक्रम समूहों (1, 2, 3 और 4) की चर्चा ऊपर के खंड में विस्तार से पहले ही की जा चुकी है।

ग्राफ (संख्या-2) भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित विभिन्न प्रकार के जनसंचार कार्यक्रमों (व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता के आधार पर) की स्थिति को प्रदर्शित करता है।



ग्राफ 2 : भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित जनसंचार कार्यक्रम (व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता के आधार पर)

ग्राफ से स्पष्ट है कि भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों की प्राथमिकता ऐसे जनसंचार कार्यक्रमों को संचालित करना है, जिनमें व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता उच्च स्तर की न हो। भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित बहुसंख्यक (71%) जनसंचार कार्यक्रम मध्यम स्तर के

व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले हैं। ये विश्वविद्यालय केवल 29% ऐसे कार्यक्रम संचालित कर रहे हैं, जिनमें उच्च स्तर के व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता है।

निष्कर्ष

भारतीय उच्च शिक्षा जगत् में मुक्त विश्वविद्यालयों की संख्या वैसे तो काफी कम है, लेकिन इनकी भूमिका काफी महत्वपूर्ण है। बड़ी संख्या में छात्र इन मुक्त विश्वविद्यालयों के माध्यम से उच्च शिक्षा प्राप्त कर रहे हैं। ये दूरस्थ शिक्षा पद्धति से समाज के उन तबकों तक उच्च शिक्षा पहुँचाते हैं, जो विविध कारणों से परंपरागत तरीके द्वारा नियमित उच्च शिक्षा प्राप्त कर पाने में सक्षम नहीं हैं। आधुनिक सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी ने दूरस्थ शिक्षा की क्षमता एवं गुणवत्ता में काफी बढ़ोत्तरी की है। भारत के पास एक केंद्रीय/राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय है और अधिकतम राज्यों के पास राज्य स्तरीय मुक्त विश्वविद्यालय भी हैं। जहाँ तक जनसंचार शिक्षा का संबंध है, यह भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों की प्राथमिकता में शामिल है। यह शोध बताता है कि बहुसंख्यक मुक्त विश्वविद्यालय जनसंचार संबंधी शैक्षणिक कार्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं। भारतीय मुक्त विश्वविद्यालयों का मुख्य ध्यान एकवर्षीय पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा और 12वीं के बाद किए जा सकने वाले डिप्लोमा कार्यक्रमों पर अधिक है। ये कार्यक्रम कम अवधि वाले हैं और मीडिया उद्योग, खासकर पत्रकारिता में रोजगार की दृष्टि से अधिक उपयोगी माने जा रहे हैं। वैसे बैचलर डिग्री और एम.ए. कार्यक्रम भी अच्छी संख्या में संचालित किए जा रहे हैं। पाठ्यक्रमों के विश्लेषण के बाद यह स्पष्ट हो जाता है कि भारतीय मुक्त विश्वविद्यालय ऐसे कार्यक्रमों को अधिक संख्या में संचालित कर रहे हैं, जिनमें जनसंचार के सभी घटक थोड़ी-थोड़ी मात्रा में सम्मिलित हों। ऐसे कार्यक्रम जनसंचार के सामान्य कार्यक्रम कहे जा सकते हैं, क्योंकि ये जनसंचार के किसी विशेष क्षेत्र पर केंद्रित नहीं होते।

यह तो सर्वविदित है कि जनसंचार कार्यक्रमों में व्यावहारिक प्रशिक्षण एक आवश्यक घटक है, लेकिन पाठ्यक्रमों में शामिल विषय-क्षेत्रों के आधार पर व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता मध्यम या उच्च हो सकती है। छात्र-छात्राओं को व्यावहारिक प्रशिक्षण दे पाना मुक्त विश्वविद्यालयों के लिए सबसे बड़ी चुनौती रही है। यह अध्ययन स्पष्ट करता है कि भारतीय मुक्त विश्वविद्यालय उच्च व्यावहारिक प्रशिक्षण की आवश्यकता वाले कार्यक्रमों को काफी कम संख्या में संचालित करते हैं। कार्यक्रमों से संबंधित दस्तावेजों के विश्लेषण से यह भी स्पष्ट होता है कि पाठ्यक्रमों के व्यावहारिक प्रशिक्षण वाले भाग के क्रियान्वयन के लिए इंटरनशिप, प्रोडक्शन पोर्टफोलियो (छात्र-छात्राओं द्वारा किए गए व्यावहारिक कार्यों का संकलन), संक्षिप्त अवधि की कार्यशालाएँ एवं वर्चुअल (आभासी) कार्यशालाओं का प्रयोग किया जाता है। भारत जैसे विशाल आबादी वाले विकासशील देश की उच्च शिक्षा संबंधी आवश्यकताओं की पूर्ति में मुक्त विश्वविद्यालयों की अहम भूमिका है।

संदर्भ

- आरम, ए. (2004). चैलेंजेज ऑफ कम्प्युनिकेशन एज ए डिस्प्लिन इन इंडिया. *जर्नल कोमुनिकेसी, मलेशियन जर्नल ऑफ कम्प्युनिकेशन*, 20, 201-217. <http://www.ukm.my/jkom/>

- journal/pdf_files/2004/V20_12.pdf से पुनःप्राप्त
- इपेन, के. (1995). *कम्युनिकेशन : ए डिप्लोमा इन डिस्टेंस*. मद्रास : डिपार्टमेंट ऑफ कम्युनिकेशन, गुरुकुल लुथेरियन थियोलॉजिकल कॉलेज एंड रिसर्च सेंटर.
- इदरस, आर.एम. और अतन, एच. (2010). *डिस्टेंस एजुकेशन एंड ट्रेनिंग फॉर ह्यूमन रिसोर्स डेवलपमेंट*. इन आर. सी. शर्मा, एस. मिश्रा, और एस. के.
- दत्ता, ए., और रे, ए. (2015). *मीडिया एजुकेशन थ्रू ओपेन एंड डिस्टेंस लर्निंग इन इंडिया*. https://www.researchgate.net/profile/Ankuran_Dutta/publication/274633788_Media_Education_through_Open_and_Distance_Learning_in_India/links/5523da00cf2c815e07340cf.pdf?origin=publication_list से पुनःप्राप्त
- दूरस्थ शिक्षा ब्यूरो, यू.जी.सी.(2021). *डिस्टेंस एजुकेशन व्हाट? व्हाई? हाउ?* <https://www.ugc.ac.in/deb/pdf/ODLwhat-whyandhow.pdf> से पुनःप्राप्त
- दूरस्थ शिक्षा ब्यूरो, यू.जी.सी.(2021). *ग्रोथ ऑफ ओ.डी.एल*. <https://www.ugc.ac.in/deb/pdf/growthDEB.pdf> से पुनःप्राप्त
- पंजाब विश्वविद्यालय (2021). *अबाउट स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन स्टडीज*. <https://scs.puchd.ac.in/> से पुनःप्राप्त
- पुलिस्त (सं.), *एजुकेशन इन द डिजिटल वर्ल्ड* (पृष्ठ 01-10). नई दिल्ली : विवा बुक्स प्रा. लिमिटेड.
- मूर, एम. जी. (1993). *थ्योरी ऑफ ट्रांज़ैक्शनल डिस्टेंस*. इन डी. कीगन (सं.), *थ्योरेटिकल प्रिंसिपल्स ऑफ डिस्टेंस एजुकेशन* (पृष्ठ 22-38). न्यूयॉर्क : रूटलेज.
- मैकक्वेल, डी. (2010). *मास कम्युनिकेशन थ्योरी* (छठा संस्करण). लंदन : सेज प्रकाशन.
- यानेज, सी., ओकाडा, ए. और पलाऊ, आर. (2015). *न्यू लर्निंग सिनेरियो फॉर द 21st सेंचुरी रिस्पोन्सिव एजुकेशन, कल्चर एंड टेक्नोलॉजी*. *रेविस्टा डी यूनिवर्सिडैड वाई सोसिदाद डेल कोनोसिमिएंटो*, 12(2), 87-102.
- यूनेस्को. (2002). *ओपेन एंड डिस्टेंस लर्निंग : ट्रेन्ड्स, पॉलिसी एंड स्ट्रेटजी कन्सिडरेशंस*. <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001284/128463e.pdf> से पुनःप्राप्त
- यूनेस्को. (2002). *इन्फॉर्मेशन एंड कम्युनिकेशन टेक्नोलॉजीज इन डिस्टेंस एजुकेशन*. <https://iite.unesco.org/pics/publications/en/files/3214600.pdf> से पुनःप्राप्त
- राउण्ट्री, डी. (1992). *एक्सप्लोरिंग ओपेन एंड डिस्टेंस लर्निंग*. लंदन : कोगन पेज.
- राज, एस.जे. (2013). *क्राउड टू द क्लाउड लेसन ऑफ टीचिंग एंड लर्निंग मीडिया*, Coursera.org से Poynter.org तक मीडिया शिक्षा में नवाचार, मीडिया शिक्षा का सार्वभौमीकरण अब एक वास्तविकता है! (संपादकीय)। *मीडिया वॉच*, 4(3).
- वेडेमेयर, सी.ए. (1978). *लर्निंग थ्रू टेक्नॉलोजी*. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED317155.pdf> से पुनःप्राप्त
- विश्वविद्यालय अनुदान आयोग. (2021). *कंसोलिडेटेड लिस्ट ऑफ ऑल यूनिवर्सिटीज*. <https://www.ugc.ac.in/oldpdf/Consolidated%20list%20of%20All%20Universities.pdf> से पुनःप्राप्त
- सत्यनारायण, आर. (2012). *बेसिक इश्यूज ऑफ ओपेन एंड डिस्टेंस एजुकेशन*. इन *अंडरस्टैंडिंग ओपेन एंड डिस्टेंस एजुकेशन*. नई दिल्ली : इग्नू.
- सी.एम.एस. (2015). *मीडिया एजुकेशन इन इंडिया: की ट्रेन्ड्स एंड क्वालिटी इश्यूज*. *मास मीडिया*, 4(42).
- सी बी एस ई . (2012). *सर्क्युलर*. <http://cbse.nic.in/circulars/cir16-2012.pdf> से पुनःप्राप्त
- शिक्षा विभाग, भारत सरकार. (2019). https://www.education.gov.in/sites/upload_files/mhrd/files/statistics-new/AISHE%20Final%20Report%202018-19.pdf से पुनःप्राप्त



मुक्त विश्वविद्यालय तथा मीडिया शिक्षा : वस्तुस्थिति और संभावनाएँ

संदीप भट्ट¹

सारांश

भारत में मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा अध्ययन-अध्यापन कार्य लंबे समय से किया जा रहा है। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग तथा राज्य सरकारों के शिक्षा विभागों के उपलब्ध आँकड़े बताते हैं कि देश में कुल 17 मुक्त विश्वविद्यालय (16 राज्यों के तथा 1 केंद्रीय मुक्त विश्वविद्यालय) कार्यरत हैं। मुक्त विश्वविद्यालयों के महत्त्व और उपयोगिता को इस तथ्य से भी समझा जा सकता है कि सभी बड़े राज्यों का अपना एक मुक्त विश्वविद्यालय है। राज्य सरकारों और केंद्रीय विश्वविद्यालयों द्वारा संचालित दूरस्थ शिक्षा केंद्रों के बावजूद मुक्त विश्वविद्यालयों में विद्यार्थियों की संख्या अपेक्षाकृत काफी अधिक है। हालाँकि इन दिनों कुछ राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालयों में नियमित तौर पर भी अनेक पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है। केंद्रीय वित्त पोषित इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय द्वारा भी अनेक पाठ्यक्रमों का संचालन नियमित पाठ्यक्रमों के तौर पर किया जा रहा है। प्रस्तुत शोध-पत्र कुछ केंद्रीय प्रश्नों पर आधारित है। जैसे कि देश में मुक्त विश्वविद्यालयों के परिसरों में मीडिया शिक्षा की वस्तुस्थिति क्या है? कितने मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है? इनके पास मीडिया शिक्षकों की उपलब्धता किस तरह की है? इस शोध के लिए ऑनलाइन सर्वेक्षण प्रविधि का उपयोग किया गया है। इसके लिए विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की अद्यतन सूची (मार्च 2021) की सहायता से राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालयों का आनलाइन सर्वे किया गया है। शोध में द्वितीयक आँकड़ों का इस्तेमाल किया गया है। यही इस शोधकार्य की एक महत्त्वपूर्ण सीमा भी है।

संकेत शब्द : मीडिया शिक्षा, मुक्त शिक्षा, यूजीसी, डीईबी, एआईसीटीई

प्रस्तावना

मीडिया, अंग्रेजी भाषा का एक शब्द है, जिसका अर्थ 'माध्यम' है। यह अंग्रेजी शब्द मीडियम का बहुवचन है। तिवारी (2019) ने अपनी पुस्तक 'मीडिया समग्र' में लिखा है कि मीडिया युगबोध के साथ ही मानवता के विकास का मार्ग है। उन्होंने लिखा है कि किसी समाचार, सूचना, मत या विचार को जन-जन तक पहुँचाने का साधन ही जनमाध्यम या मास मीडिया है। वे लिखते हैं कि मीडिया स्टडीज वह मीडिया विमर्श है, जिसमें मुद्रित, पारंपरिक तथा इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का अध्ययन किया जाता है। मीडिया का कार्य समाज में सूचनाओं और संवाद का आदान-प्रदान करना है (तिवारी, 2019)। राजगढ़िया (2008) ने अपनी पुस्तक, 'जनसंचार: सिद्धांत और अनुप्रयोग' में लिखा है कि जनसंचार के साधन ही जनमाध्यम हैं। मीडिया एक महत्त्वपूर्ण संस्थान और सामाजिक तंत्र है। इसका समाज पर गहरा प्रभाव होता है। निश्चित ही मीडिया अध्ययन भी एक आवश्यक विषय है। मीडिया की प्रणाली, इसके क्षेत्र, लक्षित जनमानस और उन पर इसके विविध अवयवों के प्रभावों को जानने और समझने के लिए मीडिया शिक्षा एक महत्त्वपूर्ण और आवश्यक क्षेत्र है।

मीडिया के महत्त्व को रेखांकित करते हुए फुरी (2007) ने अपनी पुस्तक 'मीडिया स्टडीज : मीडिया हिस्ट्री एंड सोसाइटी' में लिखा है कि मौजूदा समय में मीडिया हमारे समाज का एक महत्त्वपूर्ण स्तंभ है तथा यह हमें राजनीति, अर्थव्यवस्था, पर्यावरण और अन्य जरूरी विषयों के नवीन घटनाक्रमों के बारे में अवगत कराता है। उन्होंने लिखा है कि इसके जरिये ही हम अन्य संपर्कों से जुड़ पाते हैं (फुरी, 2007)। मीडिया अध्ययन विषय विश्वविद्यालयों तथा उच्च शिक्षण संस्थाओं में इन दिनों प्रचलन में है। इसका बहुत बड़ा प्रमाण यह है कि अनेक राज्यों में अधिकांश राज्य

विश्वविद्यालयों, मुक्त विश्वविद्यालयों और निजी विश्वविद्यालयों के साथ ही अनेकानेक स्वतंत्र शिक्षण संस्थान मीडिया विषयों के विविध पाठ्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं। यहाँ ध्यान देने वाली बात यह है कि मीडिया शिक्षा के संस्थानों में दिनोंदिन तेजी ही आ रही है। भारत में मीडिया उद्योग का आकार भी बहुत विशाल है। मीडिया का विस्तार गत वर्षों में जिस तेजी से हुआ है वह अच्छा संकेत है। देश में मीडिया के बाजार को डिजिटलीकरण ने नए आयाम दिए हैं। नतीजतन, इस क्षेत्र में अनेक किस्म के नए अवसर पैदा हुए हैं।

निश्चित ही इन तमाम कारणों से देश में मीडिया विषयों के शिक्षा जगत् का विस्तार हुआ है। मुक्त विश्वविद्यालय भी इस वातावरण से अछूते नहीं हैं। इन संस्थानों ने भी मीडिया क्षेत्र के महत्त्व को समझा है। आज अधिकांश मुक्त विश्वविद्यालय अपने विद्यार्थियों के लिए मीडिया के विविध स्तरों वाले पाठ्यक्रमों का संचालन कर रहे हैं। प्रस्तुत शोध देश में मुक्त विश्वविद्यालयी प्रणाली में मीडिया शिक्षा की पड़ताल का प्रयास है। इस शोध का प्रमुख उद्देश्य देश के मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया अध्ययन की वस्तुस्थिति का अध्ययन करना है। प्रस्तुत शोध के लिए ऑनलाइन सर्वेक्षण शोध प्रविधि का उपयोग किया गया है। ऑनलाइन सर्वे या ई-सर्वेक्षण तीन प्रकार के होते हैं। संपर्क आधारित ऑनलाइन सर्वे, ई-मेल आधारित ऑनलाइन सर्वे तथा वेब आधारित ऑनलाइन सर्वे। इस शोध के अंतर्गत देशभर के मुक्त विश्वविद्यालयों की वेबसाइटों का ऑनलाइन सर्वे किया गया है तथा उससे प्राप्त द्वितीयक आँकड़ों का विश्लेषण कर मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया शिक्षा की वस्तुस्थिति जानने का प्रयत्न किया गया है। यह शोध संकेत देता है कि भविष्य में देश में, विशेषकर मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया विषयों की शिक्षा की स्थिति किस प्रकार की होगी।

उपलब्ध साहित्य का अध्ययन

मुक्त शिक्षा दुनिया भर में शिक्षण की लोकप्रिय प्रणाली है। कई बार मुक्त शिक्षा से अभिप्राय दूरस्थ शिक्षा से भी लिया जाने लगता है, किंतु ये दोनों ही प्रणालियाँ अलग-अलग हैं। मुक्त शिक्षा में स्व-अध्ययन की अधिक महत्ता है। वहीं दूरस्थ शिक्षा में कभी-कभी कुछ सीमित अवधि के लिए संस्थाओं द्वारा संपर्क कक्षाओं का आयोजन भी किया जाता है। वेडमेयर ने 1973 में 'कैरेक्टरिस्टिक्स ऑफ ओपन लर्निंग इन ओपन लर्निंग सिस्टम' नामक लेख में मुक्त शिक्षण अधिगम, दूरस्थ शिक्षा आदि शब्दों का उपयोग किया है (वेडमेयर, 1973)। उन्होंने कहा कि मुक्त शिक्षण का उद्देश्य छात्रों को कक्षाओं के स्थान तथा वातावरण से मुक्त कर उन्हें स्वतंत्र रूप से अध्ययन करने के अवसर प्रदान करना है (वेडमेयर, 1977)। मुक्त शिक्षा एक किस्म का दार्शनिक विचार है। इसमें मुक्तता का समर्थन, प्रवेश संबंधी योग्यताओं में शिथिलता, पाठ्यक्रमों के चयन में शिथिलता और लचीलापन आदि होता है। मुक्त शिक्षण प्रणाली में विद्यार्थी अपनी इच्छानुसार अपने विषयों का चुनाव कर सकते हैं। राष्ट्रीय शिक्षा नीति (1986) में कहा गया है कि मुक्त विश्वविद्यालय पद्धति उच्च शिक्षा के अवसरों में वृद्धि करती है, यह कम खर्चीली है और सफलता को सुनिश्चित करती है।

मुक्त विश्वविद्यालय प्रणाली का आरंभ उच्च शिक्षा तथा सभी को समान शिक्षा का अवसर प्रदान करने के लिए हुआ। साल 1962 में दिल्ली विश्वविद्यालय के दूरस्थ शिक्षा विभाग की शुरुआत हुई। सन् 1982 में आंध्र प्रदेश में प्रथम मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना हुई। इसके बाद 1985 में इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय (इन्मू) की स्थापना हुई। बाद में अनेक राज्यों में मुक्त विश्वविद्यालयों की स्थापना हुई। मुक्त विश्वविद्यालयों का लाभ सर्वाधिक उन लोगों को मिलता है, जो विविध कारणों से अपनी शिक्षा को नियमित नहीं कर सकते हैं या शिक्षा को छोड़ चुके होते हैं। ऐसे लोग, जो पढ़ना तो चाहते हैं, किंतु नियमित विद्यार्थी के बतौर नहीं पढ़ना चाहते हैं या कहीं नौकरी आदि करते हैं, उनके लिए मुक्त शिक्षा बहुत ही लाभकारी होती है। यही कारण है कि अनेक राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालयों में खासी संख्या में विद्यार्थी विविध पाठ्यक्रमों में नामांकन कराते हैं। यहाँ सर्टिफिकेट पाठ्यक्रमों से लेकर डिग्री, डिप्लोमा और उच्च शोध उपाधियों तक के अध्ययन की सुविधा होती है।

जहाँ तक मुक्त विश्वविद्यालयों के पाठ्यक्रमों की मान्यता का प्रश्न है, इनके पाठ्यक्रमों को यूजीसी, एआईसीटीई, एनसीटीई सहित अनेक नियामक संस्थाओं की मान्यता है। बहुत से मुक्त विश्वविद्यालय इन दिनों सूचना, तकनीक और प्रौद्योगिकी आधारित पाठ्यक्रमों का संचालन भी कर रहे हैं। पूर्व में इस तरह के पाठ्यक्रमों का संचालन केवल नियमित शिक्षा देने वाले संस्थान ही कर पाते थे। इनके लिए अखिल भारतीय तकनीकी शिक्षा परिषद् (एआईसीटीई) की मान्यता लेना आवश्यक होता है। एआईसीटीई देश भर में विविध सूचना तकनीक और प्रौद्योगिकी पाठ्यक्रमों को मान्यता देने वाली केंद्रीय संस्था है। यह संस्था तकनीकी पाठ्यक्रमों के लिए मानकों का निर्धारण भी करती है। इस संस्था का उत्तरदायित्व है कि तकनीक और प्रौद्योगिकी के पाठ्यक्रमों का संचालन करने वाले विश्वविद्यालयों और महाविद्यालयों तथा अन्य संस्थाओं के

पास एआईसीटीई के मानकों के अनुसार पर्याप्त संसाधन हों। इसलिए मुक्त विश्वविद्यालयों से तकनीकी पाठ्यक्रमों की शिक्षा ग्रहण करने के बाद कोई भी विद्यार्थी उच्च शिक्षा के साथ ही बेहतर रोजगार प्राप्त कर सकता है।

मुक्त विश्वविद्यालयों द्वारा अपने विद्यार्थियों को अध्ययन सामग्री भेजी जाती है। इनके द्वारा ऑनलाइन और ऑफलाइन संपर्क कक्षाओं का आयोजन भी किया जाता है। अपने अध्ययन केंद्रों पर जाकर विद्यार्थी संपर्क भी कर सकते हैं तथा किसी भी प्रकार की समस्या का समाधान प्राप्त कर सकते हैं। इस तरह मुक्त शिक्षा के दर्शन का उद्देश्य विश्वविद्यालयी शिक्षा का प्रसार है। मुक्त शिक्षा उन लोगों के लिए शैक्षिक अवसर प्रदान करती है, जो उच्च शिक्षा से वंचित हैं। सामाजिक, आर्थिक और भौगोलिक परिस्थितियों के कारण शिक्षा या किन्हीं और कारणों से उच्च शिक्षा ग्रहण करने से वंचित रह जाते हैं।

भारत में राज्य स्तर पर मुक्त विश्वविद्यालयों की स्थिति

तालिका क्रमांक : 1

राज्य	मुक्त वि.वि.
राजस्थान	वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा
तेलंगाना	डॉ. बी. आर. अंबेडकर मुक्त विश्वविद्यालय
पश्चिम बंगाल	नेताजी सुभाष मुक्त विश्वविद्यालय, कोलकाता
उत्तर प्रदेश	राजर्षि टंडन खुला विश्वविद्यालय, इलाहाबाद (प्रयागराज)
केरल	श्री नारायण गुरु मुक्त विश्वविद्यालय, केरल
उत्तराखंड	उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी
मध्यप्रदेश	मध्य प्रदेश भोज मुक्त विश्वविद्यालय
तमिलनाडु	तमिलनाडु मुक्त विश्वविद्यालय
गुजरात	डॉ. बाबा साहेब अंबेडकर मुक्त विश्वविद्यालय, अहमदाबाद
बिहार	नालंदा मुक्त विश्वविद्यालय, पटना
असम	कृष्णकांत हंडीक राज्य मुक्त विश्वविद्यालय, गुवाहाटी
कर्नाटक	कर्नाटक राज्य मुक्त विश्वविद्यालय, मैसूर
ओडिशा	ओडिशा मुक्त विश्वविद्यालय, संभलपुर
महाराष्ट्र	यशवंत राव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विश्वविद्यालय, नासिक
छत्तीसगढ़	पंडित सुंदरलाल शर्मा मुक्त विश्वविद्यालय, बिलासपुर
पंजाब	जगत गुरु नानक देव पंजाब राज्य मुक्त वि.वि.

स्रोत: <https://www.ugc.ac.in/DEB/sou.html>, <https://www.ugc.ac.in>

मुक्त शिक्षा सामाजिक प्रगति और विकास का एक स्रोत है। मुक्त विश्वविद्यालयों को खुला विश्वविद्यालय भी कहा जाता है। यूजीसी का दूरस्थ शिक्षा ब्यूरो (डिस्टेंस एजुकेशन ब्यूरो) इन मुक्त विश्वविद्यालयों का नियमन करता है। ब्यूरो की वेबसाइट बताती है कि देश भर में 25 प्रतिशत विद्यार्थी दूरस्थ और मुक्त शिक्षा से पढ़ रहे हैं। यूजीसी के दूरस्थ शिक्षा ब्यूरो की वेबसाइट पर देश में संचालित हो रहे 13 मुक्त विश्वविद्यालयों का विवरण है, जिनमें आंध्र प्रदेश, राजस्थान, बिहार, महाराष्ट्र, मध्य प्रदेश, गुजरात, कर्नाटक, पश्चिम बंगाल, उत्तर प्रदेश, तमिलनाडु, छत्तीसगढ़,

उत्तराखंड और असम आदि राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालय शामिल हैं। इनके अतिरिक्त पंजाब, ओडिशा तथा केरल राज्यों में भी वहाँ के राज्य मुक्त विश्वविद्यालय हैं। इन सभी विश्वविद्यालयों में अनेक विषयों में छह माह की अवधि के सर्टिफिकेट पाठ्यक्रमों से लेकर पीएचडी स्तर तक के पाठ्यक्रमों का संचालन होता है। जहाँ तक मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया शिक्षा की वस्तुस्थिति का प्रश्न है, तो देश के केंद्रीय मुक्त विश्वविद्यालय इग्नू सहित राज्यों में स्थित अधिकतर मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया अध्ययन के अंतर्गत सर्टिफिकेट, डिप्लोमा, स्नातक, स्नातकोत्तर और एम.फिल तथा पीएचडी पाठ्यक्रमों का संचालन हो रहा है। ऐसे में मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया शिक्षा की पड़ताल समसामयिक लगती है। यह महत्वपूर्ण हो जाता है कि इन मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया अध्ययन किस प्रकार हो रहा है इसका पता लगाया जाए। चूँकि मीडिया विषयों में प्रायोगिक प्रशिक्षण की भी अधिकता होती है, अतः यह भी देखा जाना चाहिए कि किस प्रकार इन संस्थाओं में पढ़ने वाले विद्यार्थी मीडिया विषयों के प्रायोगिक पहलुओं को सीख पाते हैं।

मीडिया अध्ययन एक विशिष्ट विषय है। इसके अध्ययन-अध्यापन का अपना अनुशासन है। अन्य बहुत से विषयों की ही तरह मीडिया विषयों के विविध पाठ्यक्रमों की अपनी आवश्यकताएँ होती हैं। इस तरह, एक खास प्रकार के वातावरण में मीडिया के विद्यार्थियों का विकास होता है। वे खास तरह के अनुशासित परिवेश में मीडिया की बारीकियाँ और उसके प्रायोगिक पक्षों से लेकर अन्य पहलुओं से अवगत होते हैं। मीडिया एक किस्म से 'लर्निंग बाई डूइंग' (कार्य करते हुए सीखने) का विषय अधिक है। ऐसे में जबकि मुक्त विश्वविद्यालयों की शिक्षा प्रणाली में नियमित कक्षाओं की अवधारणा शामिल नहीं है, इन विश्वविद्यालयों में मीडिया अध्ययन की वस्तुस्थिति देखना महत्वपूर्ण होगा। मीडिया विषयों के अध्ययन की महत्ता को इस विषय के महत्वपूर्ण विशेषज्ञों के विचारों को समझकर जाना जा सकता है। मैकडॉगल ने अपनी पुस्तक 'मीडिया स्टडीज द बेसिक्स' में लिखा है कि मीडिया अध्ययन की तीन बुनियादी अवधारणाएँ हैं—मीडिया के शक्तिशाली होने की अवधारणा, मीडिया की आर्थिक अवधारणा और मीडिया साक्षरता की अवधारणा (मैकडॉगल, 2012)। उन्होंने लिखा है कि मीडिया की शक्ति की अवधारणा हमारे जीवन पर इसके प्रभावों से जुड़ी हुई है। वे कहते हैं—“मीडिया अध्ययन प्रभावी होता है और यह ज्ञान की अन्य धाराओं, जैसे कि राजनीति, इतिहास या पर्यावरण की ही तरह एक विधा है (पृ. 11)।” मीडिया अध्ययन की आर्थिक अवधारणा के संदर्भ में मैकडॉगल ने लिखा है कि मीडिया अध्ययन कही-न-कहीं रोजगार से जुड़ा हुआ एक क्षेत्र भी है। मीडिया अध्ययन से विद्यार्थियों के भीतर सृजनात्मक कौशल का विकास होता है।

पैक्सन (2018) ने अपनी पुस्तक 'मास कम्युनिकेशन एंड मीडिया स्टडीज' में बताया है कि “संचार तकनीकों ने जिस तरह मीडिया उद्योग को फलने-फूलने के अवसर दिए, ठीक उसके साथ ही मीडिया उद्योगों के संदर्भों में संचार के अध्ययन की संभावनाओं को भी बढ़ावा दिया (पृ. 21)।” पैक्सन लिखते हैं कि जो लोग मीडिया में रोजगार या इस क्षेत्र में किसी भी तरह का काम करने के इच्छुक नहीं हैं, उनके लिए भी मीडिया को जानना और समझना आवश्यक है। एक तरह से वे सभी लोगों के लिए मीडिया साक्षरता की आवश्यकता की बात करते हैं। पैक्सन कहते हैं,

“मीडिया स्टडीज में मीडिया के प्रभावों, बतौर उद्योग मीडिया संस्थानों का अध्ययन और मीडिया की विषयवस्तु और उसके संदेशों का अध्ययन किया जाता है (पृ. 22)।”

डेविड और केट (2009) ने 'मीडिया एजुकेशन इन एशिया' नामक पुस्तक में लिखा है, “मीडिया शिक्षा की समकालीन परिभाषा जागरूकता, लोकतांत्रिक सहभागिता और मीडिया उपभोग आदि विचारों पर आधारित है।” वे लिखते हैं कि स्पेन में मीडिया शिक्षण का उद्देश्य छात्रों को जागरूक नागरिक बनाना और उन्हें मीडिया समुदाय का सदस्य बनाना है, वहीं स्वीडन में मीडिया शिक्षा विद्यार्थियों को स्वयं को अभिव्यक्त करना तथा उनके ज्ञान और अनुभवों में वृद्धि करने पर केंद्रित है। वे कहते हैं, “मीडिया शिक्षा का विकास उन समर्पित शिक्षकों पर निर्भर करता है जो एकांत में रहकर इस दिशा में काम करते हैं” (पृ. 22)। दुनिया के अलग-अलग देशों में मीडिया शिक्षा का परिदृश्य भिन्न-भिन्न है। यूरोप के अधिकतर देशों में मीडिया अध्ययन समाजशास्त्र, इतिहास, राजनीति शास्त्र, अर्थशास्त्र, मनोविज्ञान इत्यादि विषयों से संबंधित होता है। यूरोप में प्रचलित मीडिया और संचार विषयों की शिक्षा पद्धति के बारे में चर्चा करते हुए सिंह (2015) लिखते हैं, “इसी धारा ने मीडिया के समाजशास्त्र, मीडिया के मनोविज्ञान और मीडिया के अर्थशास्त्र जैसे अंतर्विषयक पाठ्यक्रमों को जन्म दिया है।” इस प्रकार मीडिया अध्ययन स्वयं में एक महत्वपूर्ण अध्ययन का क्षेत्र है। यह एक विशिष्ट विषय है, जो समाज विज्ञान तथा मानविकी के अनेक विषयों से भी कहीं-न-कहीं संबंधित है।

उपलब्ध आँकड़ों का विश्लेषण

विश्वविद्यालय अनुदान आयोग तथा राज्य सरकारों के शिक्षा विभागों के पास उपलब्ध आँकड़े बताते हैं कि देश में कुल 16 मुक्त विश्वविद्यालय कार्यरत हैं। इनमें अलग-अलग राज्यों में स्थित राज्य मुक्त विश्वविद्यालय तथा केंद्रीय स्तर पर इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय (इग्नू) है। यह एक केंद्रीय मुक्त विश्वविद्यालय है। इसे इग्नू के नाम से भी जाना जाता है। वर्ष 1985 में संसद के एक अधिनियम द्वारा स्थापित इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय ने देश में समावेशी शिक्षा के माध्यम से समाज विकास के लिए निरंतर प्रयास किए हैं।

तालिका क्रमांक-2

केंद्रीय स्तर पर मुक्त विश्वविद्यालय (इग्नू)	
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
क्या मीडिया पाठ्यक्रम है	हाँ
वेबसाइट	http://www.ignou.ac.in/ignou/aboutignou/profile/2

स्रोत : <http://www.ignou.ac.in>

दूरस्थ शिक्षा में एक वैश्विक नेतृत्वकर्ता संस्थान के रूप में इसे कॉमनवेल्थ ऑफ लर्निंग कनाडा द्वारा उत्कृष्टता पुरस्कार से भी सम्मानित किया गया है।

राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालय: देश के अधिकांश राज्यों में शिक्षा से विद्यार्थियों को जोड़ने के लिए राज्यों के अपने मुक्त विश्वविद्यालय हैं। वर्तमान में देश भर में कुल 16 राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालय हैं। शिक्षा और ज्ञान अर्जित करने की इच्छा रखने वाले लोगों के लिए राज्य सरकारों ने अपने यहाँ राज्य मुक्त विश्वविद्यालयों की स्थापनाएँ की हैं।

मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया शिक्षा

तालिका क्रमांक-3

राज्य	मुक्त विश्वविद्यालय	वेबसाइट
मध्यप्रदेश	मध्य प्रदेश भोज मुक्त विश्वविद्यालय	http://www.bhojvirtu-aluniversity.com
तमिलनाडु	तमिलनाडु मुक्त विश्वविद्यालय	http://www.tnou.ac.in/
उत्तर प्रदेश	यू.पी. राजर्षि टंडन खुला विश्वविद्यालय, इलाहाबाद (प्रयागराज)	http://www.uprtou.ac.in/
केरल	श्री नारायण गुरु मुक्त विश्वविद्यालय, केरल	https://www.sree-narayanaguruou.edu.in/
राजस्थान	वर्धमान महावीर, खुला विश्वविद्यालय, कोटा	http://www.vmou.ac.in
तेलंगाना	डॉ. बी.आर. अंबेडकर मुक्त विश्वविद्यालय	http://www.braou.ac.in/
पंजाब	जगत गुरु नानक देव पंजाब राज्य मुक्त वि.वि.	https://psou.ac.in/
पश्चिम बंगाल	नेताजी सुभाष मुक्त विश्वविद्यालय, कोलकाता	http://www.wbnsou.com/
उत्तराखंड	उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी	http://uou.ac.in
गुजरात	डॉ. बाबा साहेब अंबेडकर, मुक्त विश्वविद्यालय, अहमदाबाद	http://www.baou.edu.in/
बिहार	नालंदा मुक्त वि.वि., पटना	http://www.naland-aopenuniversity.comwww.nou.ac.in/
असम	कृष्णकांत हंडीक राज्य मुक्त वि.वि., गुवाहाटी	http://www.kkhsou.in/
कर्नाटक	कर्नाटक राज्य मुक्त वि.वि., मैसूर	http://karnatakasta-teopenuniversity.in/
ओडिशा	ओडिशा मुक्त वि.वि., संभलपुर	https://www.osou.ac.in/
महाराष्ट्र	यशवंत राव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त वि.वि., नासिक	http://www.ycmou.com
छत्तीसगढ़	पंडित सुंदरलाल शर्मा मुक्त वि.वि., बिलासपुर	http://www.pssou.ac.in/

स्रोत : विश्वविद्यालयों की आधिकारिक वेबसाइटें

मुक्त विश्वविद्यालयों की अनुपलब्धता वाले राज्य: हिमाचल प्रदेश, हरियाणा, त्रिपुरा, सिक्किम, मणिपुर, चंडीगढ़, झारखंड, जम्मू एवं कश्मीर (वर्तमान में लद्दाख भी), दिल्ली, आंध्र प्रदेश, गोवा आदि राज्यों में अभी मुक्त विश्वविद्यालय नहीं हैं।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय: देश के केंद्रीय मुक्त विश्वविद्यालय इग्नू ने शुरूआत में दो अकादमिक कार्यक्रमों, डिप्लोमा इन मैनेजमेंट और दूरस्थ शिक्षा, में डिप्लोमा पाठ्यक्रमों से शुरूआत की थी। विश्वविद्यालय द्वारा लगभग 200 प्रमाण पत्र, डिप्लोमा, डिग्री और डॉक्टरेट कार्यक्रम संचालित किए जा रहे हैं।

तालिका क्रमांक-4

केंद्रीय स्तर पर मुक्त विश्वविद्यालय (इग्नू)		विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय (इग्नू)	स्कूल आफ जनरलिज्म एंड न्यू मीडिया स्टडीज	04 सहायक प्राध्यापक, 1 सह-आचार्य, 1 प्रोफेसर, 1 निदेशक, 1 अनुसंधान अधिकारी	56 क्षेत्रीय केंद्र, 11 आरआरसी (सैन्य सेवाओं के लिए), 2000 संपर्क केंद्र। 1-इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रोडक्शन सेंटर
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	सर्टिफिकेट इन कम्युनिटी रेडियो, पीजीडीजेएमसी, पीजीडीएपीपी, स्नातकोत्तर-एमएजेएमसी			पीएचडी पाठ्यक्रम संचालित।

स्रोत : <http://ignou.ac.in/ignou/aboutignou/school/sojnm/s/introduction>

इस विश्वविद्यालय में विविध मीडिया पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है। विश्वविद्यालय द्वारा मीडिया विषयों के पाठ्यक्रमों के अंतर्गत सर्टिफिकेट इन कम्युनिटी रेडियो, पत्रकारिता और जनसंचार में स्नातकोत्तर डिप्लोमा (पीजीडीजेएमसी), ऑडियो प्रोग्राम प्रोडक्शन में स्नातकोत्तर डिप्लोमा (पीजीडीएपीपी), पत्रकारिता तथा जनसंचार में स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम (एमएजेएमसी) और पीएचडी पाठ्यक्रमों का संचालन हो रहा है। अकादमिक स्टाफ की उपलब्धता के आधार पर भी विश्वविद्यालय में मीडिया विभाग बेहतर स्थिति में है। यहाँ 1 निदेशक, 4 सहायक प्राध्यापक, 1 सह-आचार्य तथा 1 प्रोफेसर और 1 रिसर्च ऑफिसर कार्यरत हैं। इसके अलावा इस विश्वविद्यालय के पास बहुत ही समृद्ध इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रोडक्शन सेंटर भी है। यह सेंटर भी अपनी नियमित गतिविधियों के अतिरिक्त अनेक प्रशिक्षण कार्यक्रमों का

आयोजन करता है। इस केंद्र में 1 निदेशक, 1 संयुक्त-निदेशक, 11 उप-निदेशक, 10 प्रोड्यूसर, 4 वीडियो एक्जीक्यूटिव तथा ग्राफिक्स सेक्शन में 2 ग्राफिक आर्टिस्ट और 1 उप-निदेशक (ग्राफिक) के साथ इंजीनियरिंग यूनिट में भी पर्याप्त स्टाफ कार्यरत है।

राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया पाठ्यक्रमों की वस्तुस्थिति :

1-तमिलनाडु में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: तमिलनाडु राज्य मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना 2002 में हुई थी। इसका मुख्यालय चेन्नई में है। मीडिया अध्ययन विषयों में राज्य के इस मुक्त विश्वविद्यालय में केवल सर्टिफिकेट तथा स्नातक पाठ्यक्रमों का ही संचालन किया जा रहा है। इस विश्वविद्यालय में फैकल्टी ऑफ आर्ट्स के अंतर्गत जर्नलिज्म तथा न्यू मीडिया स्टडीज का विभाग है, जिसमें बीएससी मल्टीमीडिया, बीएससी विजुअल कम्युनिकेशन तथा सर्टिफिकेट इन कम्युनिटी रेडियो टेक्नालॉजी के पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं।

तालिका क्रमांक-5

राज्य का नाम	तमिलनाडु	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	तमिलनाडु मुक्त विश्वविद्यालय	स्कूल आफ जर्नलिज्म एंड न्यू मीडिया स्टडीज	02 सहायक प्राध्यापक	163 स्टडी सेंटर
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	सर्टिफिकेट इन कम्युनिटी रेडियो टेक्नालॉजी (सीसीआरटी), बीएससी मल्टीमीडिया, बीएससी विजुअल कम्युनिकेशन			

स्रोत : <https://tnou.ac.in/schools/journalism-and-new-media-studies/faculty/>

2-उत्तर प्रदेश में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: यू.पी. राजर्षि टंडन खुला विश्वविद्यालय, इलाहाबाद (प्रयागराज) की स्थापना वर्ष 1999 में हुई। वर्तमान में विश्वविद्यालय में सर्टिफिकेट, डिप्लोमा, पीजी डिप्लोमा सेमेस्टर तथा वार्षिक प्रणाली, स्नातक और स्नातकोत्तर पाठ्यक्रमों के साथ ही शोध पाठ्यक्रमों का संचालन भी किया जा रहा है। इस विश्वविद्यालय में मीडिया तथा पत्रकारिता पाठ्यक्रमों का संचालन स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज के अंतर्गत हो रहा है। वर्तमान में यहाँ पत्रकारिता में एमजेएमसी नामक दो वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम संचालित किया जा रहा है। इसके साथ ही विश्वविद्यालय में मीडिया विषयों में पीएचडी पाठ्यक्रम भी संचालित हो रहा है।

तालिका क्रमांक-6

राज्य का नाम	उत्तर प्रदेश	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	यू.पी. राजर्षि टंडन खुला विश्वविद्यालय, इलाहाबाद (प्रयागराज)	स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज के अंतर्गत संचालित	02 सहायक प्राध्यापक	11 क्षेत्रीय कार्यालय 1100 अध्ययन केंद्र
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	एमजेएमसी दो वर्षीय पीजी पाठ्यक्रम			पीएचडी पाठ्यक्रम जारी

स्रोत : <http://www.uprtou.ac.in/uhumanities.php>

3-केरल में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: केरल में श्रीनारायण गुरु मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना वर्ष 2020 में हुई। यह एकदम नया विश्वविद्यालय है। इस विश्वविद्यालय की वेबसाइट बिल्कुल भी अद्यतन नहीं है और पाठ्यक्रमों इत्यादि की जानकारी इसमें अभी नहीं दी गई है। विकीपीडिया पर इसके विवरण में जरूर यहाँ संचालित सात अलग-अलग विषयों के स्कूलों का विवरण दिया गया है। इस विश्वविद्यालय में मीडिया पाठ्यक्रमों के संचालन के बारे में कोई जानकारी उपलब्ध नहीं है।

4-राजस्थान में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा, की स्थापना 23 जुलाई, 1987 को हुई थी। विश्वविद्यालय की वर्ष 2021 की विवरणिका बताती है कि विश्वविद्यालय में प्रमाण पत्र कार्यक्रम अर्थात् सर्टिफिकेट प्रोग्राम, डिप्लोमा प्रोग्राम, स्नातक पाठ्यक्रम, स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम तथा शोध पाठ्यक्रम संचालित किए जा रहे हैं। यहाँ चार मीडिया पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं, जिनमें एक वर्षीय स्नातक का बीजे, एक वर्षीय एमजे तथा एक वर्षीय डिप्लोमा इन जर्नलिज्म शामिल हैं। इसके साथ ही यह देश के उन चुनिंदा मुक्त विश्वविद्यालयों में से है, जहाँ पीएचडी पाठ्यक्रम का संचालन हो रहा है।

तालिका क्रमांक-7

राज्य का नाम	राजस्थान	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा	स्कूल ऑफ कंटिन्यूइंग एजुकेशन के अंतर्गत	01 सहप्राध्यापक	एज्युकेशनल मीडिया प्रोडक्शन सेंटर भी है
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	एमजे (एक वर्षीय), बीजे (एक वर्षीय), डिप्लोमा इन जर्नलिज्म (एक वर्षीय)			एमफिल पीएचडी पाठ्यक्रम जारी। 508 अध्ययन केंद्र हैं

स्रोत : <https://www.vmou.ac.in/node/1632?SC=48>

उपलब्ध आँकड़ों से ज्ञात होता है कि इस विश्वविद्यालय में मीडिया पाठ्यक्रम बेहतर ढंग से चल रहे हैं। हालाँकि विश्वविद्यालय की आधिकारिक वेबसाइट पर दिए गए प्राध्यापकों के विवरण से ज्ञात होता है कि संस्थान में नियुक्त प्राध्यापकों की संख्या अपेक्षाकृत कम है। इसके क्षेत्रीय केंद्र अजमेर, बीकानेर, जयपुर, जोधपुर, कोटा, उदयपुर तथा भरतपुर में स्थित हैं।

5-उत्तराखंड में मुक्त विश्वविद्यालय : उत्तराखंड राज्य के मुक्त विश्वविद्यालय द्वारा सर्टिफिकेट, डिप्लोमा, स्नातक और स्नातकोत्तर डिग्री तथा पीएचडी पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है। इस विश्वविद्यालय में स्कूल ऑफ मीडिया स्टडीज है, जिसमें वर्तमान में एक सह प्राध्यापक और एक सहायक प्राध्यापक कार्यरत हैं। विश्वविद्यालय में मीडिया पाठ्यक्रमों का संचालन हो रहा है। यहाँ मीडिया विषयों के तीन डिप्लोमा पाठ्यक्रमों-विज्ञापन तथा जनसंपर्क में पीजी डिप्लोमा, ब्रॉडकास्ट जर्नलिज्म में पीजी डिप्लोमा तथा पत्रकारिता एवं जनसंचार में पीजी डिप्लोमा के साथ ही पत्रकारिता और जनसंचार में स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एमएजेएमसी संचालित किए जा रहे हैं। विभाग द्वारा मीडिया विषयों में शोध पाठ्यक्रमों का भी संचालन किया जा रहा है।

तालिका क्रमांक-8

राज्य का नाम	उत्तराखंड	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी	स्कूल ऑफ मीडिया स्टडीज	1 सहायक प्राध्यापक तथा एक अकादमिक एसोसिएट कार्यरत	118 स्टडी सेंटर्स
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	3 पीजी डिप्लोमा (पीजीडीएपीआर, पीजीडीबीजे, पीजीडीजेएमसी) तथा 1 स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एमएजेएमसी			पीएचडी पाठ्यक्रम जारी

स्रोत : <https://uou.ac.in/school/school-journalism-media-studies>

6- गुजरात में मुक्त विश्वविद्यालय: गुजरात में राज्य का मुक्त विश्वविद्यालय डॉ. बाबा साहेब अंबेडकर मुक्त विश्वविद्यालय, अहमदाबाद में स्थित है। इस विश्वविद्यालय में मीडिया विषयों में केवल डिप्लोमा, सर्टिफिकेट और पीएचडी पाठ्यक्रमों में अध्ययन की व्यवस्था है। स्नातक तथा स्नातकोत्तर स्तर पर मीडिया विषयों की उपलब्धता नहीं है। यहाँ स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज एंड सोशल साइंस के अंतर्गत ही मीडिया पाठ्यक्रम संचालित

हो रहे हैं। सर्टिफिकेट इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन, डिप्लोमा इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन और पीएचडी इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन विषयों में अध्यापन और शोध निर्देशन आदि कार्यों के लिए मात्र एक सहायक प्राध्यापक नियुक्त किया गया है।

तालिका क्रमांक-9

राज्य का नाम	गुजरात	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	डॉ. बाबा साहेब अंबेडकर, मुक्त विश्वविद्यालय, अहमदाबाद	स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज एंड सोशल साइंस के अंतर्गत मीडिया पाठ्यक्रम संचालित	1 सहायक प्राध्यापक कार्यरत	200 से अधिक अध्ययन केंद्र हैं।
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	सर्टिफिकेट इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन, डिप्लोमा इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन			पीएचडी पाठ्यक्रम जारी

स्रोत : <https://baou.edu.in/school-of-humanities-and-social-science-shss>

7-पंजाब में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: पंजाब राज्य में जगत गुरु नानकदेव राज्य मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना साल 2019 में हुई। यह विश्वविद्यालय पटियाला शहर में स्थित है। इस विश्वविद्यालय में 6 अलग-अलग विषयों के स्कूल स्थापित किए गए हैं। इस विश्वविद्यालय में वर्तमान में कोई मीडिया पाठ्यक्रम संचालित नहीं हो रहा है।

8-असम में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: असम राज्य में कृष्णकांत हंडीक राज्य मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना गुवाहाटी में वर्ष 2005 में हुई। यह पूर्वोत्तर राज्यों का एकमात्र मुक्त विश्वविद्यालय है। साल 2008 से इस विश्वविद्यालय में स्नातक पाठ्यक्रमों को आरंभ किया गया। इस विश्वविद्यालय में 6 अलग-अलग अकादमिक स्कूल हैं, जिनके अंतर्गत सर्टिफिकेट, डिप्लोमा, स्नातक, स्नातकोत्तर तथा पीएचडी आदि पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है। यहाँ भूपेन हजारिका स्कूल ऑफ मास कम्युनिकेशन है, जिसमें पत्रकारिता तथा जनसंचार में स्नातक (बीजेएमसी), डिप्लोमा इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन (डीजेएमसी), पीजी डिप्लोमा इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन (पीजीडीजेएमसी), पीजी डिप्लोमा इन ब्रॉडकास्ट जर्नलिज्म (पीजीडीबीजे) पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है। इसके अतिरिक्त यहाँ मीडिया विषयों में पीएचडी पाठ्यक्रम भी उपलब्ध है। उपलब्ध शिक्षकों की दृष्टि से भी विभाग बेहतर स्थिति में दिखता है। यहाँ 1 प्राध्यापक तथा 2 सहायक प्राध्यापक कार्यरत हैं।

तालिका क्रमांक-10

राज्य का नाम	असम	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त/खुला विश्वविद्यालय का नाम	कृष्णाकांत हंडीक राज्य मुक्त विश्वविद्यालय, गुवाहाटी	भूपेन हजारिका स्कूल ऑफ मास कम्युनिकेशन	01 प्राध्यापक तथा 2 सहायक प्राध्यापक	पूर्वोत्तर भारत का एकमात्र मुक्त विश्वविद्यालय 295 अध्ययन केंद्र
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	पत्रकारिता तथा जनसंचार में स्नातक (जीजेएमसी), डिप्लोमा इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन (डीजेएमसी), पीजी डिप्लोमा इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन (पीजीडीजेएमसी), पीजी डिप्लोमा इन ब्राडकास्ट जर्नलिज्म (पीजीडीबीजे)			पीएचडी पाठ्यक्रम संचालित

स्रोत : http://www.kkhsou.in/web_new/university.php

9-कर्नाटक में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: कर्नाटक में कर्नाटक राज्य मुक्त विश्वविद्यालय है। इस विश्वविद्यालय की स्थापना साल 1996 में हुई। यह विश्वविद्यालय मैसूर शहर में स्थित है। इस विश्वविद्यालय में वर्तमान में मीडिया विभाग स्कूल ऑफ सोशल साइंसेज के अंतर्गत संचालित हो रहा है। यहाँ एमए इन मास कम्युनिकेशन एंड जर्नलिज्म तथा डिप्लोमा इन जर्नलिज्म पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं। विभाग में वर्तमान में 1 सह प्राध्यापक तथा 2 सहायक प्राध्यापक कार्यरत हैं।

तालिका क्रमांक-11

राज्य का नाम	कर्नाटक	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	कर्नाटक राज्य मुक्त विश्वविद्यालय	स्कूल ऑफ सोशल साइंसेज के अंतर्गत विभाग संचालित	1 सह प्राध्यापक तथा 2 सहायक प्राध्यापक कार्यरत	21 केंद्र
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	एमए इन मास कम्युनिकेशन एंड जर्नलिज्म तथा डिप्लोमा इन जर्नलिज्म			

स्रोत : <https://ksoumysuru.ac.in/>

10- महाराष्ट्र राज्य मुक्त विश्वविद्यालय : महाराष्ट्र राज्य में यशवंत राव चव्हाण मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना 1 जुलाई, 1989 को हुई थी। इस विश्वविद्यालय का मुख्यालय नासिक में स्थित है। इस विश्वविद्यालय के द्वारा भी सर्टिफिकेट, डिप्लोमा और डिग्री तथा पीएचडी आदि पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है। स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज तथा सोशल साइंसेज के अंतर्गत मीडिया विषयों में डिप्लोमा तथा स्नातक पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है। इस विश्वविद्यालय के 100 स्टडी सेंटर हैं। मीडिया विषयों में केवल एक समन्वयक की नियुक्ति है।

तालिका क्रमांक-12

राज्य का नाम	महाराष्ट्र	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	यशवंत राव चव्हाण मुक्त विश्वविद्यालय, नासिक	स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज तथा सोशल साइंसेज के अंतर्गत मीडिया विषय संचालित	1 समन्वयक कार्यरत	100 केंद्र
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	डिप्लोमा इन जर्नलिज्म तथा स्नातक पाठ्यक्रम			

स्रोत : <https://ycmou.digitaluniversity.ac/>

11-ओडिशा राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: ओडिशा राज्य मुक्त विश्वविद्यालय संभलपुर में स्थित है। इस विश्वविद्यालय के अलग-अलग 6 स्कूल हैं, जिनमें विविध विषयों का अध्ययन-अध्यापन होता है। इस विश्वविद्यालय में स्कूल ऑफ सोशल साइंसेज और ह्यूमैनिटीज के अंतर्गत मीडिया विषय संचालित है। यहाँ पर दो वर्षीय मास्टर ऑफ आर्ट्स इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन का पाठ्यक्रम संचालित हो रहा है। यहाँ पर मीडिया विषयों के अध्यापन कार्य के लिए चार अकादमिक सलाहकार नियुक्त हैं, जो कि पत्रकारिता जनसंचार तथा मल्टीमीडिया आदि की विशेषज्ञता रखते हैं। शिक्षकों की उपलब्धता के आधार पर यह एक बेहतर स्थिति दिखती है।

तालिका क्रमांक-13

राज्य का नाम	ओडिशा	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	ओडिशा राज्य मुक्त विश्वविद्यालय, संभलपुर	स्कूल ऑफ सोशल साइंसेज तथा ह्यूमैनिटीज के अंतर्गत मीडिया विषय संचालित	4 समन्वयक कार्यरत	54 केंद्र

मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	मास्टर ऑफ आर्ट्स इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन			
------------------------------	---	--	--	--

स्रोत : <http://osou.ac.in/osou-staff.php>

12- पश्चिम बंगाल में राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: नेताजी सुभाषचंद्र बोस जी की जन्म शताब्दी के अवसर में 1997 में पश्चिम बंगाल राज्य में नेताजी सुभाष मुक्त विश्वविद्यालय कोलकाता की स्थापना हुई। नेताजी सुभाष मुक्त विश्वविद्यालय में मीडिया पाठ्यक्रमों के लिए अलग से कोई विभाग नहीं है। यहाँ स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज के अंतर्गत मीडिया पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है।

तालिका क्रमांक-14

राज्य का नाम	पश्चिम बंगाल	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	नेताजी सुभाष मुक्त विश्वविद्यालय, कोलकाता	स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज के अंतर्गत मीडिया विषय संचालित	तीन प्राध्यापक(एक प्रोफेसर, एक एसोसिएट प्रोफेसर तथा एक असिस्टेंट प्रोफेसर) कार्यरत	149 स्टडी सेंटर
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	पत्रकारिता तथा जनसंचार में पीजी डिप्लोमा पीजीडीजेएमसी तथा विज्ञापन और जनसंपर्क में पीजीडिप्लोमा			

स्रोत : http://www.wbnsou.ac.in/student_zone/courses/humanities/about_school.shtml#active_aboutschool

विश्वविद्यालय की वेबसाइट पर दिए गए आँकड़े बताते हैं कि यहाँ मीडिया के केवल पीजी डिप्लोमा पाठ्यक्रमों का ही संचालन किया जा रहा है, जिनमें पत्रकारिता तथा जनसंचार में पीजीडीजेएमसी तथा विज्ञापन और जनसंपर्क में पीजी डिप्लोमा पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं। विषय के लिए नियुक्त प्राध्यापकों के मामले में विश्वविद्यालय बेहतर स्थिति में है। यहाँ एक प्राध्यापक, एक सह-प्राध्यापक तथा एक सहायक प्राध्यापक मीडिया विषयों का अध्यापन कार्य करते हैं। विश्वविद्यालय में मीडिया विषयों में शोध आदि पाठ्यक्रमों की उपलब्धता नहीं है।

13-मध्य प्रदेश भोज मुक्त विश्वविद्यालय: मध्य प्रदेश में भोज मुक्त विश्वविद्यालय है। यह राज्य शासन का विश्वविद्यालय है। इस संस्थान में 7 अलग-अलग विषयों के विभाग हैं। इस विश्वविद्यालय द्वारा पूर्व में मीडिया

विषयों में स्नातक आदि पाठ्यक्रम संचालित होते थे, लेकिन अभी वर्तमान में केवल पीजी डिप्लोमा इन न्यू मीडिया ही संचालित हो रहा है। मीडिया विषयों का विभाग नहीं है और मीडिया विषयों में अध्यापक भी नियुक्त नहीं हैं।

तालिका क्रमांक-15

राज्य का नाम	मध्य प्रदेश	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	मध्य प्रदेश भोज मुक्त विश्वविद्यालय	नहीं	नहीं	283 स्टडी सेंटर
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	पीजी डिप्लोमा इन न्यू मीडिया			

स्रोत : <http://mpbou.edu.in/dept.html>

14-बिहार राज्य मुक्त विश्वविद्यालय: बिहार में नालंदा मुक्त विश्वविद्यालय की स्थापना 1897 में हुई। वर्तमान में इस विश्वविद्यालय में अलग-अलग विषयों के 10 स्कूल हैं। विश्वविद्यालय में मीडिया विषयों का संचालन स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन के अंतर्गत होता है, जिसमें स्नातक, स्नातकोत्तर तथा एक पीजी डिप्लोमा संचालित हो रहे हैं। इन सभी पाठ्यक्रमों के लिए केवल एक समन्वयक है।

तालिका क्रमांक-16

राज्य का नाम	बिहार	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	नालंदा मुक्त विश्वविद्यालय	स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन	1 समन्वयक	89 अध्ययन केंद्र
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	मास्टर इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन, बैचलर इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन, पीजी डिप्लोमा इन जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन			

स्रोत : <http://www.nalandaopenuniversity.com>

15- छत्तीसगढ़ मुक्त विश्वविद्यालय: छत्तीसगढ़ राज्य में पंडित सुंदर लाल शर्मा मुक्त विश्वविद्यालय है। यहाँ 8 विषयों के अलग-अलग विभाग

संचालित हो रहे हैं। इसके 7 क्षेत्रीय कार्यालय तथा 120 स्टडी सेंटर हैं। इस विश्वविद्यालय द्वारा मीडिया पाठ्यक्रमों का संचालन नहीं किया जा रहा है।

तालिका क्रमांक-17

राज्य का नाम	छत्तीसगढ़	विभाग का विवरण	प्राध्यापकों की संख्या	विशेष
मुक्त विश्वविद्यालय का नाम	पंडित सुंदर लाल शर्मा मुक्त विश्वविद्यालय	नहीं	नहीं	120 अध्ययन केंद्र
मीडिया पाठ्यक्रमों की स्थिति	नहीं			

स्रोत : <http://psou.ac.in/>

उपर्युक्त आँकड़ों के विश्लेषण से देश में मुक्त विश्वविद्यालयों की शिक्षण प्रणाली का एक खाका स्पष्ट होता है। देश के एकमात्र केंद्रीय मुक्त विश्वविद्यालय इग्नू में मीडिया विषयों की वस्तुस्थिति बहुत बेहतर है। हालाँकि, यहाँ इन विषयों में स्नातक पाठ्यक्रम उपलब्ध नहीं हैं, लेकिन उपलब्ध अध्यापकों की संख्या तथा शोध आदि पाठ्यक्रमों की उपलब्धता से बेहतर संकेत मिलते हैं। राज्यों के मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया शिक्षण की स्थिति बहुत अच्छी नहीं है। राज्यों के 16 मुक्त विश्वविद्यालयों में से कुल 13 संस्थानों में मीडिया अध्ययन-अध्यापन हो रहा है। छत्तीसगढ़ तथा पंजाब के राज्यों के दो मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया पाठ्यक्रम उपलब्ध नहीं हैं। केरल राज्य के मुक्त विश्वविद्यालय के आँकड़े उपलब्ध नहीं हैं। इन संस्थानों में नियुक्त नियमित शैक्षणिक स्टाफ की उपलब्धता बहुत बेहतर स्थिति में नहीं है। केवल दो मुक्त विश्वविद्यालयों में 2 तथा तीन में 3 प्राध्यापकों की उपलब्धता है। तीन विश्वविद्यालयों में प्राध्यापकों के स्थान पर समन्वयक कार्यरत हैं। केवल दो विश्वविद्यालयों में ही प्रोफेसर स्तर के शिक्षक नियुक्त हैं। वहीं तीन विश्वविद्यालयों में एसोसिएट प्रोफेसर नियुक्त हैं। तीन विश्वविद्यालयों में केवल डिप्लोमा अथवा सर्टिफिकेट पाठ्यक्रम ही चल रहे हैं। सात मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया विषयों में स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं। मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया विषयों में शोध की दशा बहुत अच्छी नहीं दिखती। हालाँकि देश के सभी मुक्त विश्वविद्यालयों में से छह विश्वविद्यालयों में मीडिया विषयों में पीएचडी शोध की उपलब्धता है, जो कि मीडिया शिक्षा के विकास की दृष्टि से एक बेहतर संकेत है।

निष्कर्ष एवं सुझाव

राज्य मुक्त विश्वविद्यालयों को मीडिया विषयों की शिक्षा की दिशा में अभी बहुत कुछ कार्य करना शेष है। अधिकतर राज्य विश्वविद्यालयों में मीडिया अध्ययन के अंतर्गत सर्टिफिकेट से लेकर शोध डिग्रियों तक के अध्ययन-अध्यापन की उपलब्धता है। यह एक बेहतर संकेत है। मीडिया विषय, अध्ययन की धारा के लिहाज से एक महत्वपूर्ण विषय है, पर इस शोध के आँकड़ों के विश्लेषण के आधार पर कहा जा सकता है कि बहुत से विश्वविद्यालयों को इस महत्वपूर्ण विषय को अपने संस्थान में बेहतर स्थिति

में लाने का प्रयास करना चाहिए। अध्ययन के दौरान यह भी देखा गया कि अधिकतर विश्वविद्यालयों की वेबसाइट पर वहाँ संचालित मीडिया विषयों के बारे में पर्याप्त जानकारी नहीं दी गई है। यदि किसी मुक्त विश्वविद्यालय का मीडिया, पत्रकारिता या जनसंचार विभाग इन विषयों में एमफिल या पीएचडी जैसे महत्वपूर्ण शोध पाठ्यक्रमों का संचालन कर रहा है तो उसे विशेष तौर पर उल्लेखित करने की आवश्यकता है। आँकड़ों के आधार पर यह कहना उचित होगा कि अधिकतर मुक्त विश्वविद्यालयों में मीडिया विभागों में शिक्षकों की नियुक्तियाँ पर्याप्त संख्या में नहीं हैं। प्राध्यापक स्तर के श्रेष्ठ अध्यापकों का होना विभाग को सही दिशा में ले जाने के लिए आवश्यक है। यह भी देखने में आया है कि अधिकतर मुक्त विश्वविद्यालय मीडिया के स्नातक स्तर के पाठ्यक्रमों का संचालन नहीं करते। वे सीधे स्नातकोत्तर स्तर के पाठ्यक्रम संचालित कर रहे हैं। हालाँकि अधिकतर मुक्त विश्वविद्यालयों में सर्टिफिकेट, डिप्लोमा तथा पीजी डिप्लोमा जैसे पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं। स्नातक स्तर के पाठ्यक्रम संचालित होंगे तो इन विश्वविद्यालयों में मीडिया विभागों में उच्चतर स्तर के पाठ्यक्रमों के लिए पर्याप्त छात्र आसानी से मिल सकेंगे। मुक्त विश्वविद्यालयों के पास अपने क्षेत्रीय कार्यालयों तथा अध्ययन केंद्रों का एक विशाल नेटवर्क है। इसके माध्यम से मीडिया विषयों पर अपेक्षित ध्यान केंद्रित कर मीडिया शिक्षा और बेहतर स्थिति पहुँच सकती है।

संदर्भ

- उ.प्र. मुक्त विश्वविद्यालय की पीएचडी प्रवेश निर्देशिका, विश्वविद्यालय की वेबसाइट, http://14.139.237.190/upload_pdf/26_11_2020_Ph.D._Information_Brocer_2021.pdf से पुनःप्राप्त.
- डेविड, बी. एवं केट, डी. (2009), मैकिंग मीडिया एजुकेशन हैपन : ए ग्लोबल व्यू च्यंग चि-किम (सं.) *मीडिया एजुकेशन इन एशिया*. न्यूयॉर्क: स्प्रिंगर पब्लिकेशन, पृ. 22, 23.
- तमिलनाडु मुक्त विश्वविद्यालय की वेबसाइट, Retrived on 10/05/2021, <https://tnou.ac.in/regional-centres/chen-nai/> से पुनःप्राप्त.
- तिवारी, ए. (2019). *मीडिया समग्र*. नई दिल्ली : वाणी प्रकाशन
- नेताजी सुभाष मुक्त विश्वविद्यालय की वेबसाइट, http://www.wbn-sou.ac.in/about_us/history.shtml#active_history से पुनःप्राप्त.
- पैक्सन, पी. (2018). *मास कम्युनिकेशन एंड मीडिया स्टडीज*. न्यूयॉर्क: ब्लास्मबरी पब्लिकेशन, पृ.21,22,23.
- फुरी, पी. जे. (सं.) (2007). *मीडिया स्टडीज : मीडिया हिस्ट्री एंड सोसाइटी*. केपटाउन: जुटा पब्लिकेशन
- मैकडॉगल, जे. (2012). *मीडिया स्टडीज : द बेसिक्स*. न्यूयॉर्क: रटलेज प्रकाशन, पृ. 11,12.
- यूजीसी की वेबसाइट वेबसाइट, https://www.ugc.ac.in/hindi_

new/page/Genesis.aspx से पुनःप्राप्त.

राजगढ़िया, वी. (2008). जनसंचार : सिद्धांत और अनुप्रयोग. नई दिल्ली : राधाकृष्ण प्रकाशन.

राज्य मुक्त विश्वविद्यालयों की सूची, यूजीसी की वेबसाइट <https://www.ugc.ac.in/stateuniversitylist.aspx?id=XFZZ-k9EXT+YiQvFQFQBUVw==&Unitype=iA7z/ds2To+MdcuCvitOpQ==> से पुनःप्राप्त

राज्य मुक्त विश्वविद्यालयों की सूची, यूजीसी की वेबसाइट ,<https://www.ugc.ac.in/stateuniversitylist.aspx?id=L-WliU+w1SqIblnJ82BIjhA==&Unitype=iA7z/ds2To+MdcuCvitOpQ==> से पुनःप्राप्त.

राज्य मुक्त विश्वविद्यालयों की सूची, यूजीसी की वेबसाइट Retrived on 1/05/2021,<https://www.ugc.ac.in/oldpdf/State%20University/Consolidated%20State%20%20University%20List.pdf> == से पुनःप्राप्त.

वेडमेयर, सी.ए. (1977), इंडिपेंडेंट स्टडी, ए.एस नोल्स (सं.), द इंटरनेशनल एनसाइक्लोपीडिया ऑफ हायर एजुकेशन, नार्थ-ईस्टर्न यूनिवर्सिटी, बोस्टन, पृ. 2114,2132.

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय की वेबसाइट <https://www.vmu.ac.in/sites/default/files/2020/Aug/Programmes%20and%20Fees%20.pdf> से पुनःप्राप्त.

वेडमेयर, सी. ए. (1973) कैरेक्टरिस्टिक्स ऑफ ओपन लर्निंग इन ओपन लर्निंग सिस्टम, वाशिंगटन: नेशनल एसोशिएसन ऑफ एजुकेशनल, ब्रॉडकास्टर पृ. 3,4,5.

श्री नारायणगुरु मुक्त विश्वविद्यालय की वेबसाइट, <https://www.sreenarayanaguruou.edu.in/> से पुनःप्राप्त.

सिंह, डी. (2015), मीडिया अध्ययन के यक्ष प्रश्न. न्यूजराइटर. <http://www.newswriters.in/?p=1436> से पुनःप्राप्त.



वैश्वीकरण के दौर में मीडिया शिक्षा : दिल्ली विश्वविद्यालय के विशेष संदर्भ में

डॉ. बिजेन्द्र कुमार¹

सारांश

वैश्वीकरण में पूँजी, बाजार और तकनीक ने विश्व भर में मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में नए आयाम स्थापित किए हैं। राष्ट्रीय शिक्षा नीति 1986 में व्यावसायिक पाठ्यक्रमों को प्रोत्साहित करने और वैश्वीकरण के बाद मीडिया में बनी माँग के कारण दिल्ली में सरकारी और निजी मीडिया संस्थान बड़ी संख्या में अस्तित्व में आए। वैश्वीकरण आरंभ होने के बाद दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया शिक्षा की बढ़ती माँग के प्रमुख आधारों में राष्ट्रीय शिक्षा नीति-1986 में व्यावसायिक पाठ्यक्रमों को प्रोत्साहन, वैश्वीकरण, शिक्षा का प्रसार, सेटलाइट टेक्नोलॉजी, वर्ल्ड वाइड वेब के बाद इंटरनेट और डिजिटल मीडिया का आगमन और मीडिया में बढ़े पूँजी निवेश के साथ मीडिया का व्यवसायीकरण प्रमुख हैं। मीडिया शिक्षा में रोजगार की संभावनाओं और युवा वर्ग में इसकी बढ़ती माँग के कारण दिल्ली विश्वविद्यालय के अनेक कॉलेजों तथा दिल्ली स्कूल ऑफ जर्नलिज्म में अंग्रेजी और हिंदी माध्यम में मीडिया पाठ्यक्रम आरंभ किए गए। ये पाठ्यक्रम कॉलेज स्तर पर बीए और साउथ कैम्पस में डिप्लोमा और दिल्ली स्कूल ऑफ जर्नलिज्म में बीए और एमए के स्तर पर संचालित किए जा रहे हैं। मीडिया के चार तरह के ये पाठ्यक्रम पूर्णतः सरकारी वित्तपोषित या स्ववित्त पोषित रूप में चलाए जा रहे हैं। सुविधाओं, शुल्क, पाठ्यक्रम तथा अन्य पहलुओं की दृष्टि से भी इन संस्थानों में अंतर है। मीडिया शिक्षा में समयानुसार बदलाव होते रहे हैं, लेकिन परिवर्तन की गति संतोषजनक नहीं है।

संकेत शब्द : यूनेस्को घोषणापत्र, राष्ट्रीय शिक्षा नीति, वैश्वीकरण, दिल्ली विश्वविद्यालय, मीडिया शिक्षा, मीडिया बाजार

प्रस्तावना

प्रस्तुत शोध पत्र में वैश्वीकरण के दौर में मीडिया शिक्षा के अंतर्गत राजधानी और दिल्ली विश्वविद्यालय के मीडिया शिक्षा के बदलते परिदृश्य का विवेचन किया गया है। इसकी आधारभूमि में तो वैश्वीकरण ही है, लेकिन 1982 में जर्मनी के ग्रंवालड में यूनेस्को ने जब मीडिया शिक्षा पर अपना घोषणा पत्र सर्वसम्मति से जारी किया, तब मीडिया शिक्षा को गंभीरता से लिया जाने लगा। उस घोषणापत्र में कहा गया कि हम ऐसे विश्व में रहते हैं जहां सभी जगह मीडिया की उपस्थिति है। मीडिया की अविवादित सत्ता को खारिज करने या समर्थन करने की बजाय हम मीडिया के महत्व, प्रभाव और विश्व में उसकी घुसपैठ को एक स्थापित सत्ता के रूप में स्वीकार करते हैं। विकास की प्रक्रिया में संचार और मीडिया की भूमिका को कम करके नहीं आँकना चाहिए। यूनेस्को घोषणापत्र के अनुसार निकट भविष्य में सेटलाइट ब्रॉडकास्टिंग, दोतरफा केबल व्यवस्था, टेलीविजन डाटा सिस्टम, वीडियो कैसेट और डिस्क सामग्री आदि के विकास से मीडिया सामग्री की खपत और पसंद में विस्तार हो रहा है। जिम्मेदार शिक्षा प्रदाता इन परिवर्तनों और विकास की उपेक्षा नहीं कर सकते। आगे इस घोषणापत्र में एक महत्वपूर्ण बात जो कही गई वह यह थी कि बच्चों और युवाओं को इमेज, ध्वनि और शब्दों को लेकर शिक्षित करने की आवश्यकता है और इसके लिए शैक्षिक प्राथमिकताओं का पुनर्मूल्यांकन करने की जरूरत होगी। पाठकों और जनता में आलोचनात्मक जागरूकता के लिए मीडिया शिक्षा की आवश्यकता निर्विवादत है।

यूनेस्को ने अपने घोषणापत्र में मीडिया शिक्षा से जुड़े कई महत्वपूर्ण बिंदुओं पर बल दिया। पहला यह कि प्री-स्कूल से युनिवर्सिटी और वयस्क शिक्षा के स्तर तक मीडिया शिक्षा कार्यक्रम शुरू किए जाएँ। इससे आलोचनात्मक जागरूकता विकसित होगी और जिसके परिणामस्वरूप

मीडिया उपभोक्ता सक्षम होगा। दूसरे, मीडिया की समझ और जानकारी के लिए शिक्षकों की ट्रेनिंग हो। तीसरे, मीडिया शिक्षा के लिए शोध और विकास कार्यों को प्रोत्साहन दिया जाए। सूचना समाज के निर्माण के लिए इन घोषणापत्रों को महत्वपूर्ण माना जाता है (यूनेस्को, 1982)। यूनेस्को के पराग्वे (2003), एलेक्जेंड्रिया (2005), पेरिस (2007) और मास्को (2011) सम्मेलनों में भी यह चर्चा का विषय रहा। भारत में जनता पार्टी सरकार के समय गठित वर्गीज कमेटी ने 1978 में शैक्षणिक संस्थानों में प्रसारण प्रेंचाइजी देने की सिफारिश की थी। इसका उद्देश्य शिक्षा में रेडियो और टेलीविजन का इस्तेमाल करना था। शिक्षा में मीडिया के इस्तेमाल को लेकर 1980 के बाद चर्चाएँ जोर पकड़ने लगी थीं और मीडिया शिक्षा को लेकर बात होने लगी थी। मीडिया में बदलाव की प्रक्रिया की गति और मीडिया संस्थान पाठ्यक्रम में परिवर्तन में परस्पर तालमेल कम रहता है। आज स्थिति में परिवर्तन तो हुआ, लेकिन अभी भी मीडिया तकनीक विश्वविद्यालयों की तुलना में अधिक तीव्रता से परिवर्तित हो रही है। द्विवेदी (2021) के अनुसार आज के समय में पत्रकारिता बहुत बदल गई है, इसलिए पत्रकारिता शिक्षा में भी बदलाव आवश्यक है। 1980 के बाद देश में आर्थिक सुधार और कंप्यूटर के प्रयोग की न केवल चर्चा आरंभ हुई, बल्कि इस दिशा में सरकार ने काम भी करना शुरू कर दिया था। जांगिड (2021) बताते हैं कि 1980 में वैश्विक स्तर पर राजनीतिक हलचल तेज हो गई थी। मीडिया में भी बदलाव हो रहा था। राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर जनता में जानकारी प्राप्त करने की भूख बढ़ रही थी। वैश्वीकरण से इसे न केवल गति मिली, वरन इसके स्केल का भी विस्तार हुआ। हिंदी गरीब की जरूरत और सरोकार की भाषा है। यह वैश्वीकरण में हिंदी की भूमिका से साफ भी हो गया है (जांगिड, 2021)।

वर्ष 1990 के बाद भारत में लागू की गई नई आर्थिक नीतियाँ, जिन्हें मार्केट इकॉनोमी आधारित अर्थव्यवस्था कहा गया, इसमें पहले से

¹एसोसिएट प्रोफेसर, हिंदी पत्रकारिता एवं जनसंचार, भीमराव अंबेडकर कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, नई दिल्ली. ईमेल: bijender.du@gmail.com

चली आ रही मिश्रित अर्थव्यवस्था और सरकारी नियंत्रण वाली व्यवस्था के विपरीत उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण को अपनाया गया। इन नीतियों को देश के मुँह बाएँ खड़े आर्थिक संकट का उपचार मानकर अपनाया गया। इसके तहत लाइसेंस, कोटा, परमिट और अन्य सरकारी नियंत्रण में ढील दी जाने लगी। सरकार नियंत्रित उद्योगों से हाथ खींचा जाने लगा और उनका निजीकरण किया जाने लगा। देश की अर्थव्यवस्था को विश्व की अर्थव्यवस्था से जोड़ने के प्रयास होने लगे। बाजार आधारित नीतियों का प्रभाव अर्थव्यवस्था और समाज के साथ-साथ अन्य क्षेत्रों पर भी पड़ना स्वाभाविक था। तकनीक और संचार के साधनों के विकास ने इन परिवर्तनों को साकार करने और इसकी गति को बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। बाजार आधारित अर्थव्यवस्था के दौर में मीडिया का क्षेत्र भी इस परिवर्तन से अछूता नहीं रहा। वर्ल्ड वाइड वेब के आगमन और वैश्वीकरण की भारत में शुरुआत के समय में बहुत अधिक अंतर नहीं है। ऐसे में मीडिया में नई तकनीक के आने से परिवर्तन की गति अधिक तीव्र हो गई। इस परिवर्तन के चलते देशभर में मीडिया में रोजगार के नए अवसर बने। प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक दोनों में पूँजी निवेश होने लगा।

इस समय शिक्षा के प्रसार, इंटरनेट तकनीक के आगमन और आर्थिक विकास ने नए अवसर और संभावनाओं के द्वार खोले। आर्थिक विकास और सेवा क्षेत्र के विस्तार से एक बड़ा सूचना उपभोक्ता वर्ग महानगरों में बन गया था, जिसके पास सूचना प्राप्त करने की हैसियत थी। परिणामस्वरूप सूचना की माँग बढ़ने लगी। देश और विदेश की राजनीति, खेल और मनोरंजन आदि की जानकारियों की माँग महानगरों के अलावा शहरों, कस्बों और गाँवों में होने लगी। इस माँग की पूर्ति के लिए निजी टेलीविजन चैनलों के चौबीस घंटे के प्रसारण शुरू हुए, समाचार पत्रों का क्षेत्रीय स्तर पर फैलाव होने लगा। देखते-देखते दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर, पंजाब केसरी, अमर उजाला आदि स्थानीय पत्रों ने राष्ट्रीय स्तर पर पहचान बना ली और इनके बीच जिला संस्करण निकालने के लिए एक प्रतिस्पर्धा शुरू हो गई। सेटेलाइट और केबल टेलीविजन नेटवर्क भी देश में बनने लगे। जाहिर है बढ़ते टेलीविजन चैनलों, समाचार पत्रों और पत्रिकाओं की संख्या से इनमें काम करने वाले पत्रकारों, कैमरामैन और एडिटिंग कौशल से संपन्न मानवीय शक्ति की आवश्यकता थी। वैश्वीकरण के शुरुआती दौर में प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में पैदा हुई इस माँग की पूर्ति के लिए दिल्ली और आसपास के क्षेत्रों के अलावा विभिन्न शैक्षणिक संस्थानों जैसे दिल्ली विश्वविद्यालय में भी मीडिया शिक्षा से जुड़े पाठ्यक्रम आरंभ किए गए। दिल्ली में मीडिया में रोजगार की संभावनाओं और अवसरों को देखते हुए इसकी पूर्ति के लिए सरकारी और निजी दोनों संस्थान आगे आए। इन संस्थानों ने परंपरागत पाठ्यक्रमों को लागू करने के बजाय मीडिया जैसे प्रोफेशनल पाठ्यक्रमों को वरीयता दी। नए खुलने वाले विश्वविद्यालय भी मीडिया शिक्षा में रुचि लेने लगे। पुराने संस्थान जिनमें पहले मीडिया शिक्षा को लेकर बहुत उत्साह नहीं था, उन्होंने भी मीडिया शिक्षा से जुड़े पाठ्यक्रम आरंभ किए। जाहिर है दिल्ली के मीडिया बाजार में एक बड़ी माँग बनी जिसकी पूर्ति के लिए नए मीडिया शिक्षा संस्थानों की संभावना बनी।

दिल्ली देश की राजधानी होने के कारण मीडिया, शिक्षा और रोजगार का केंद्र पहले ही रही है। राजनीति का केंद्र और राजधानी होने

के कारण दिल्ली में अन्य महानगरों की तुलना में मीडिया में रोजगार के अवसर हमेशा से अधिक रहे हैं। प्रस्तुत शोध पत्र में दिल्ली विश्वविद्यालय में बन रहे मीडिया शिक्षा के परिदृश्य का आकलन करने का प्रयास किया गया है तथा उसके पीछे के शैक्षिक-आर्थिक-राजनीतिक और सामाजिक कारणों को जानने की कोशिश की गई है। इसमें उस शैक्षिक-सामाजिक-राजनीतिक और आर्थिक परिदृश्य का आकलन किया गया है जिसने दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया शिक्षा के नए आयाम स्थापित किए। 1922 में स्थापित दिल्ली विश्वविद्यालय देश के उच्च शिक्षण संस्थानों में सर्वाधिक प्राचीन और प्रतिष्ठित विश्वविद्यालयों में से एक है।

वैश्वीकरण आरंभ होने के बाद दिल्ली और दिल्ली विश्वविद्यालय में यदि मीडिया शिक्षा की बढ़ती माँग के प्रमुख आधारों पर चर्चा की जाए तो उसमें यूनेस्को के मीडिया शिक्षा के एजेंडे से लेकर, राष्ट्रीय शिक्षा नीति, आर्थिक सुधार, वैश्वीकरण, शिक्षा का प्रसार, वर्ल्ड वाइड वेब के बाद इंटरनेट तकनीक, डिजिटल मीडिया का आगमन, सेटेलाइट टेक्नोलॉजी और मीडिया में निवेश के साथ उसका व्यवसायीकरण और उसके आकार का विस्तार प्रमुख हैं। वैश्वीकरण की नीतियों के भारत में आरम्भ होने के पाँच वर्ष पूर्व 1986 में देश में नई राष्ट्रीय शिक्षा नीति लागू की गई जिसे समय की जरूरतों और आने वाले समय को ध्यान में रखकर तैयार किया गया था। राष्ट्रीय शिक्षा नीति में परंपरागत पाठ्यक्रमों के साथ-साथ व्यावसायिक पाठ्यक्रमों के निर्माण और उन्हें लागू करने पर जोर दिया गया। इसके पीछे यही उद्देश्य था कि शिक्षा को रोजगार परक और जीवन निर्वाह से जोड़ा जाए।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध पत्र में विषयवस्तु विवेचन और साक्षात्कार शोध प्रविधि का प्रयोग किया गया है, जिसमें मात्रात्मक और गुणात्मक दोनों पहलुओं को ध्यान में रख कर विवेचन करने का प्रयास किया गया है। साक्षात्कार में विषय से जुड़ी प्रश्नावली को लेकर शोध से संबंधित व्यक्तियों से विस्तार से चर्चा की गई। कहीं-कहीं विभिन्न संस्थानों के विविध आयामों पर तुलनात्मक दृष्टि से अध्ययन भी किया गया है।

विश्लेषण एवं विवेचन

मीडिया शिक्षा में राष्ट्रीय शिक्षा नीति की भूमिका : मीडिया शिक्षा को दिल्ली विश्वविद्यालय में लागू करने में राष्ट्रीय शिक्षा नीति की भूमिका से इनकार नहीं किया जा सकता। दिल्ली विश्वविद्यालय के तत्कालीन पूर्व डीन ऑफ कॉलेज डॉ. एस. एस. राणा ने एक साक्षात्कार में बताया कि उस समय विश्वविद्यालय के कुलपति प्रोफेसर मुनिस रजा मननशील व्यक्ति थे और नए अवसरों की तलाश में रहते थे। नई शिक्षा नीति ने दिल्ली विश्वविद्यालय को अवसर प्रदान किया कि व्यावसायिक पाठ्यक्रमों को लागू किया जाए (राणा, 2021)। प्रो. मुनिस रजा के बाद प्रो. वी. आर. मेहता और उनके बाद आने वाले कुलपतियों ने इस परंपरा को आगे बढ़ाया।

दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स से हुई अंग्रेजी पत्रकारिता की शुरुआत : दिल्ली विश्वविद्यालय में 1989 में दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स में पहली बार बीए ऑनर्स (अंग्रेजी)

पत्रकारिता का पाठ्यक्रम अंग्रेजी में आरंभ किया गया। इस महाविद्यालय के तत्कालीन प्राचार्य डॉ. एस. सी. शुक्ला बताते हैं कि उन्होंने 1987 में प्राचार्य का पद ग्रहण किया। उस समय सरकार की ओर से विश्वविद्यालयों में व्यावसायिक पाठ्यक्रमों को प्रोत्साहित करने पर जोर दिया जाने लगा था। इसे देखते हुए दिल्ली विश्वविद्यालय के तत्कालीन कुलपति ने अपने नेतृत्व में व्यावसायिक पाठ्यक्रमों को लागू करने के लिए एक समिति का गठन किया। समिति की सिफारिशों के बाद विश्वविद्यालय में प्रो. आबाद अहमद की अध्यक्षता में अंग्रेजी में बीए ऑनर्स पत्रकारिता पाठ्यक्रम को लेकर एक समिति बनी। दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स के पूर्व प्राचार्य डॉ. एस. सी. शुक्ला स्वयं उस समिति के सदस्य थे। डॉ. शुक्ला बताते हैं कि उस समिति ने मीडिया विशेषज्ञों के साथ मिलकर छह महीने में बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) पत्रकारिता पाठ्यक्रम तैयार किया (शुक्ला, 2021)। इस तरह दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स बीए ऑनर्स स्तर पर अंग्रेजी में इस पाठ्यक्रम को लागू करने वाला पहला कॉलेज बना। इस कॉलेज में इस पाठ्यक्रम के अध्यापन से जुड़ी एसोसिएट प्रोफेसर डॉ. तरजीत सब्बरवाल बताती हैं कि तत्कालीन प्राचार्य डॉ. एस. सी. शुक्ला की रुचि पत्रकारिता में थी (सब्बरवाल, 2021)। इसके बाद 1995 में लेडी श्रीराम कॉलेज और कालिंदी कॉलेज ने इसे आरंभ किया। आगे चलकर महाराजा अग्रसेन कॉलेज (1997), इंद्रप्रस्थ महिला कॉलेज (1999-2000), भारती कॉलेज (2017) और कमला नेहरू कॉलेज (2000 के बाद), इंस्टीट्यूट ऑफ होम इकॉनॉमिक्स (2017) ने भी अंग्रेजी पत्रकारिता पाठ्यक्रम को इसकी लोकप्रियता और उपयोगिता देखते हुए अपनाया।

भीमराव अंबेडकर कॉलेज से हुई हिंदी पत्रकारिता की शुरुआत : 1989 में दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स के अंग्रेजी में बीए स्तर पर जर्नलिज्म पाठ्यक्रम आरंभ होने के बाद 1994 में भीमराव अंबेडकर कॉलेज बीए स्तर पर हिंदी में पत्रकारिता एवं जनसंचार का ऑनर्स पाठ्यक्रम देशभर में प्रारंभ करने वाला पहला महाविद्यालय बना। भीमराव अंबेडकर कॉलेज के बाद अदिति महाविद्यालय (1997-98) दिल्ली विश्वविद्यालय में दूसरा कॉलेज था, जिसने हिंदी पत्रकारिता पाठ्यक्रम को आरंभ किया। बाद में श्री गुरु नानकदेव खालसा कॉलेज (2001-02) और रामलाल आनंद कॉलेज (2006) में भी इस पाठ्यक्रम की लोकप्रियता और रोजगारपरक उपयोगिता को देखकर लागू किया गया। दिल्ली विश्वविद्यालय के पूर्व डीन ऑफ कॉलेज डॉ. एस. एस. राणा बताते हैं कि उस समय पत्रकारिता के प्रति रुझान बढ़ रहा था। बढ़ती जनसंख्या की शिक्षा और रोजगारों की जरूरत के हिसाब से नए कॉलेज और पाठ्यक्रम उस समय आरंभ किए गए (राणा, 2021)। राष्ट्रीय शिक्षा नीति में शिक्षा में जिस व्यावसायिकता की बात की गई थी, उसका उद्देश्य भी यही था कि शिक्षा रोजगारपरक और अर्थकरी होनी चाहिए। सामान्य और परंपरागत पाठ्यक्रमों के बजाय विषय विशेष आधारित व्यावसायिक पाठ्यक्रमों पर जोर दिया गया, क्योंकि राष्ट्रीय शिक्षा नीति में इसे महत्वपूर्ण माना गया था।

वैश्वीकरण से बढ़ी मीडिया और हिंदी में रोजगार की सम्भावनाएँ : भीमराव अंबेडकर महाविद्यालय के संस्थापक प्राचार्य और बीए ऑनर्स स्तर पर हिंदी में पत्रकारिता एवं जनसंचार पाठ्यक्रम

को आरंभ करने वाले पूर्व प्राचार्य डॉ. पी. सी. पातंजलि बताते हैं कि वैश्वीकरण के बाद मीडिया और हिंदी का कार्यक्षेत्र विस्तृत होने लगा था। केवल साहित्य से हिंदी क्षेत्र का गुजारा संभव नहीं था। मीडिया में हिंदी में रोजगार की संभावनाएँ बनने लगी थीं। दिल्ली और आसपास के युवाओं के लिए मीडिया में रोजगार की संभावनाओं को देखते हुए इस पाठ्यक्रम को आरंभ किया गया। इसका एक उद्देश्य हिंदी के व्यावहारिक महत्व को स्थापित करना भी था। युगीन आवश्यकता को देखते हुए नए-नए पाठ्यक्रमों की ओर ध्यान दिया जा रहा था। वे बताते हैं कि जब 12वीं कक्षा के बाद इंजीनियरिंग और मेडिकल की विशेष पढ़ाई हो सकती है तो पत्रकारिता की भी होनी चाहिए। इन्हीं सबको ध्यान में रखकर दिल्ली विश्वविद्यालय में पहली बार अनेक पत्रकारों, मीडिया विशेषज्ञों और प्रोफेसरों के सहयोग से पाठ्यक्रम तैयार कराया गया (पातंजलि, 2021)। स्पष्ट है कि उस समय दिल्ली विश्वविद्यालय के अधिकारियों, प्राचार्य और शिक्षाविदों की चिंता ऐसे विषयों को प्राथमिकता देने की थी, जिनसे विद्यार्थियों को आसानी से रोजगार प्राप्त हो सके। मीडिया पाठ्यक्रम इस कसौटी पर पूरी तरह से खरा उतरा।

खरीद क्षमता ने दिल्ली में बनाया मीडिया बाजार : दिल्ली विश्वविद्यालय में हिंदी पत्रकारिता का पाठ्यक्रम तैयार करने वाले मीडिया विशेषज्ञों में एक महत्वपूर्ण नाम वरिष्ठ पत्रकार बालमुकुंद सिन्हा का है, जो इस पाठ्यक्रम के निर्माण से लेकर अध्यापन कार्य से भी जुड़े रहे। उन्होंने देश के अनेक प्रतिष्ठित मीडिया शैक्षिक संस्थानों के पाठ्यक्रम निर्माण और अध्यापन में अपना महत्वपूर्ण योगदान दिया है। बालमुकुंद सिन्हा ने एक साक्षात्कार में बताया कि मीडिया के सभी महत्वपूर्ण संस्थान दिल्ली में हैं। दिल्ली के बाहर खरीद क्षमता नहीं है। दिल्ली में मीडिया संस्थानों के विकसित होने का कारण यह भी रहा कि यहाँ संसाधन थे, खरीदार थे और पाठक भी थे। उदारीकरण के कारण पूँजी बाजार में आई कई नए वेंचर आरंभ हुए। मीडिया वेंचर भी उन्हीं में से एक था। नए अखबार, नए टेलीविजन चैनल और रेडियो चैनल और पत्रिकाएँ आईं वहाँ काम करने वालों की माँग बढ़ी, जिसकी पूर्ति मीडिया शिक्षण संस्थानों ने की (सिन्हा, 2021)।

शुरुआती हिचक के बाद आगे आई लड़कियाँ : आरंभिक बैचों में लड़कियों की संख्या ज्यादा नहीं थी। लड़कियों के परिवारों में पत्रकारिता में प्रवेश को लेकर इस समय एक हिचक थी, क्योंकि इस पेशे में एक तो काम का समय तय नहीं था और दूसरे लड़कियों ने केवल बीए करने के लिए ही प्रवेश लिया था। लेकिन जिन लड़कियों ने इसे पेशे के रूप में अपनाया, उन्होंने आगे जाकर बहुत अच्छा काम किया। दो दशक के बाद यह परिदृश्य बदल गया। 2010 के बाद मीडिया पाठ्यक्रमों में बढ़ी संख्या में लड़कियाँ दाखिला लेने लगीं। आज इस पाठ्यक्रम में कहीं-कहीं लड़कियों की संख्या लड़कों से ज्यादा है। शुरुआती दौर में मीडिया पाठ्यक्रमों में प्रवेश लिखित परीक्षा के माध्यम से हुआ और सीमित सीटों का प्रावधान किया गया था।

हिंदी विद्यार्थियों ने पसंद और जरूरत के कारण ली मीडिया शिक्षा : हिंदी पृष्ठभूमि के विद्यार्थियों को मीडिया रोजगार, ग्लैमर के साथ-साथ सबसे अधिक पसंद इसलिए आया, क्योंकि इसमें भाषा की

बाधा बहुत ज्यादा नहीं थी। कामचलाऊ अंग्रेजी आने से भी मीडिया में हिंदी के माध्यम से अपना नाम और प्रतिष्ठा हासिल की जा सकती थी। भीमराव अंबेडकर कॉलेज के पूर्व प्राचार्य डॉ. पी. सी. पातंजलि इस पाठ्यक्रम को लागू करने के पीछे का एक अन्य कारण बताते हुए कहते हैं कि अंग्रेजी में कई लोग विफल होने के कारण पत्रकारिता के पेशे में आए, लेकिन हिंदी के जो विद्यार्थी इस पेशे में आए वे अपनी पसंद और जरूरत के हिसाब से आए। निम्न मध्यम वर्ग और मध्यम वर्ग की पढ़ाई हिंदी में होती रही है। इस वर्ग के विद्यार्थियों में आत्मविश्वास और स्वावलंबन की भावना पैदा करना संस्थान का उद्देश्य था, ताकि वह अपने समाज के दुख दर्द को सामने रख सकें। जो पत्रकार बन कर यहाँ से निकले, उन्होंने अपने जूनियर विद्यार्थियों के मार्गदर्शन और कैरियर को दिशा देने में बहुत मदद की। आज इस कॉलेज के विद्यार्थियों को सभी जगह देखा जा सकता है (पातंजलि, 2021)। इस पाठ्यक्रम की सफलता को देखते हुए दूसरे महाविद्यालयों में भी इस पाठ्यक्रम की माँग शुरू हो गई और कालांतर में दिल्ली विश्वविद्यालय के दो कॉलेजों ने हिंदी में स्ववित्त पोषण रूप में भी इस कार्यक्रम को आरंभ किया।

लोकप्रियता देख अन्य कॉलेजों ने आरंभ की मीडिया शिक्षा : दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स में अंग्रेजी पत्रकारिता तथा भीमराव अंबेडकर महाविद्यालय में हिंदी पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों की सफलता और लोकप्रियता को देखते हुए कई अन्य कॉलेजों ने भी इस पाठ्यक्रम को आरंभ करने में रुचि दिखाई। महाराजा अग्रसेन कॉलेज के पूर्व प्राचार्य डॉ. रामवतार शर्मा के अनुसार उन्हें इस पाठ्यक्रम ने इसलिए आकर्षित किया, क्योंकि उस समय मीडिया में रोजगार के नए अवसर बन रहे थे। प्रारंभ में पाठ्यक्रम के संचालन के लिए मीडिया संस्थानों से पत्रकारों को आमंत्रित किया गया। छात्रों की संख्या सीमित रखी गई और संसाधन जुटाना अपने आप में एक चुनौतीपूर्ण कार्य था। प्रोफेशनल डिग्री के कारण यह पाठ्यक्रम जल्द लोकप्रिय हो गया। विद्यार्थी भी परंपरागत पाठ्यक्रमों के बजाय इसको ज्यादा पसंद करते थे, क्योंकि इसमें इंटरनल फील्ड ट्रेनिंग होने से रोजगार मिलने में आसानी हो जाती थी। विद्यार्थियों को इंटरन के माध्यम से सीखने का अवसर मिलता था और पढ़ाई करते-करते भी कई विद्यार्थी नौकरी प्राप्त कर लेते थे (शर्मा, 2021)। वर्तमान मीडिया शिक्षा के परिदृश्य पर टिप्पणी करते हुए मीडिया शिक्षक वहीद अहमद काजी लिखते हैं कि हाल के वर्षों में अधिकतर विश्वविद्यालयों के साथ-साथ निजी महाविद्यालयों ने भी पत्रकारिता के लिए पूर्णकालिक या अंशकालिक पाठ्यक्रम शुरू कर दिए (काजी, 2021)।

अनुभवी और वरिष्ठ पत्रकारों के जुड़ने से बनी विश्वसनीयता : दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया शिक्षण का कार्य शुरू हुआ तो इसमें भारतीय जन संचार संस्थान सहित विभिन्न मीडिया संस्थानों में कार्यरत अनुभवी और वरिष्ठ पत्रकारों के इस पाठ्यक्रम से जुड़ने से इसकी विश्वसनीयता बनी। हिंदी और अंग्रेजी भाषा के दिल्ली विश्वविद्यालय से जुड़े शिक्षकों ने भी इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। इस दौर में बीए ऑनर्स हिंदी पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम निर्माण कार्य से एस. पी. सिंह और बालमुकुंद सिन्हा जैसे वरिष्ठ पत्रकार भी संबद्ध रहे। भारतीय जन संचार संस्थान के सेवानिवृत्त प्रोफेसर रामजीलाल जांगिड़ के अनुसार दिल्ली विश्वविद्यालय में बीए ऑनर्स हिंदी पत्रकारिता एवं जनसंचार के

पाठ्यक्रम निर्माण का काम 1993-94 में गांधी भवन में संपन्न हुआ (जांगिड़, 2021)। इस दौर में मीडिया में तकनीक के आगमन ने कई सारे परिवर्तन किए। तकनीक और बड़ी पूँजी के निवेश ने मीडिया के आकार को व्यापक करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। रेडियो, टेलीविजन और फिल्मों की भूमिका बढ़ने लगी थी। हिंदी पत्रकारिता पाठ्यक्रम निर्माण से लेकर अध्यापन, पाठ्यक्रम सामग्री निर्माण और इंटरन एवं प्लेसमेंट तक यह भूमिका तब तक चलती रही जब तक स्थायी या अस्थायी शिक्षकों की व्यवस्था नहीं हुई। कालांतर में यह व्यवस्था पाठ्यक्रम की जरूरतों को देखते हुए किसी-न-किसी रूप में जारी है।

मीडिया शिक्षा से रोजगार व चमकदार भविष्य का सपना:

1994 में हिंदी पत्रकारिता के बीए ऑनर्स पाठ्यक्रम में भीमराव अंबेडकर महाविद्यालय में दाखिला लेने वाले विद्यार्थी सचिन अब अपना मीडिया संस्थान चलाते हैं। वे अपना अनुभव बताते हुए कहते हैं कि उस समय कैरियर काउंसलिंग जैसा कुछ नहीं था। उनके एक जानकार बिहार से पत्र निकालते थे। उन्होंने दिल्ली के समाचार पत्र में हिंदी पत्रकारिता का विज्ञापन देखा, जो करियर के नजरिये से ठीक लगा (सचिन, 2021)। 1997-98 में दिल्ली विश्वविद्यालय ने सुदूर ग्रामीण क्षेत्र में स्थित अदिति महिला महाविद्यालय में हिंदी पत्रकारिता का बीए स्तर पर ऑनर्स पाठ्यक्रम आरंभ किया। इस पाठ्यक्रम से जुड़ी प्रो. नीलम राठी बताती हैं कि इस पाठ्यक्रम के आने के बाद मीडिया में दिल्ली देहात की लड़कियों के लिए रोजगार के अवसर बने और उनकी रुचि इस क्षेत्र में बनने लगी। ग्रामीण परिवेश की नई पीढ़ी में परंपरागत पाठ्यक्रमों की जगह नए व्यावसायिक पाठ्यक्रमों के प्रति रुझान बना (राठी, 2021)। अदिति महाविद्यालय के ग्रामीण परिवेश में शुरू में परिवार और समाज में मीडिया में लड़कियों के काम करने को लेकर संकोच था, लेकिन अब इस सोच में भी बदलाव आया है।

सन् 2001 में जब श्री गुरु नानक देव खालसा कॉलेज में हिंदी पत्रकारिता का पाठ्यक्रम आरंभ किया तो उसकी पृष्ठभूमि को साझा करते हुए सेवानिवृत्त मीडिया शिक्षिका डॉ. बलबीर कुंद्रा कहती हैं कि साहित्य में रोजगार के अवसर कम हो रहे थे और हिंदी पत्रकारिता में नए अवसर बन रहे थे। साहित्य की तरह पत्रकारिता में भी रचनात्मकता दिखाने के अनेक अवसर मिले, इसलिए यह लोकप्रिय होता गया (कुंद्रा, 2021)। सन् 2000 में इस पाठ्यक्रम में प्रवेश लेने वाले और वर्तमान में एक केंद्रीय विश्वविद्यालय में नियुक्त जनसंपर्क अधिकारी शैलेंद्र सिंह कहते हैं कि उस समय मीडिया उद्योग का उभार हो रहा था। मीडिया का जबरदस्त आकर्षण था। रोजगार के अवसरों की भी कमी नहीं थी, स्नातक के बाद खाली नहीं बैठना पड़ा (सिंह, 2021)। जाहिर है मीडिया एक व्यावसायिक क्षेत्र होने के कारण स्नातक के बाद ही नौकरी मिलने के मौके भी मिल जाते थे। इस समय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में भारत में चौबीस घंटे के न्यूज चैनल आ रहे थे। अखबार भी अपना विस्तार करने में लगे हुए थे। प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक दोनों क्षेत्रों में खूब अवसर बन रहे थे। प्रशिक्षित मीडियाकर्मियों की माँग बढ़ने लगी, जिसकी पूर्ति के लिए निजी संस्थानों के साथ-साथ दिल्ली विश्वविद्यालय के भी नए कॉलेजों में हिंदी और अंग्रेजी में यह पाठ्यक्रम शुरू होने लगा था।

रचनात्मक अभिव्यक्ति का माध्यम : मीडिया पाठ्यक्रमों में प्रवेश और आकर्षण का एक कारण इसमें विद्यार्थियों के लिए रचनात्मक

प्रतिभा के प्रदर्शन की संभावनाओं का उपलब्ध होना भी था। लेखन के साथ, सिनेमा, फोटोग्राफी, विज्ञापन, निर्देशन और थियेटर जैसे अनेक क्षेत्रों में रुचि रखने वाले युवाओं को इन मीडिया पाठ्यक्रमों ने आकर्षित किया। एक निजी विश्वविद्यालय में कार्य कर रहे प्रो. नीरज करण सिंह ने भीमराव अंबेडकर कॉलेज से हिंदी पत्रकारिता की उपाधि ली। प्रो. नीरज करण सिंह ने बताया कि बचपन से ही उनकी रुचि लिखने, बोलने और सांस्कृतिक गतिविधियों में थी, इसलिए जब उन्होंने अखबार में इस पाठ्यक्रम का विज्ञापन देखा तभी दाखिला लेने का मन बना लिया (सिंह, 2021)। सन् 2017 में दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया में उच्च शिक्षा की विद्यार्थियों की माँग को देखते हुए दिल्ली स्कूल ऑफ जर्नलिज्म का पाँच वर्षीय एकीकृत पाठ्यक्रम आरंभ किया गया। इसमें हिंदी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में बीए और एमए स्तर पर मीडिया की शिक्षा प्रदान की जा रही है। यह पाठ्यक्रम स्ववित्त पोषित रूप में चलाया जा रहा है, जिसके कारण अन्य संस्थानों की तुलना में इसका शुल्क अधिक है।

दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया शिक्षण संस्थान

दिल्ली विश्वविद्यालय में निम्न संस्थान मीडिया शिक्षा प्रदान कर रहे हैं :
अंग्रेजी माध्यम से मीडिया शिक्षा प्रदान करने वाले संस्थान :

1. दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स, नेताजी नगर
बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) जर्नलिज्म
2. लेडी श्री राम कॉलेज, लाजपत नगर
बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) जर्नलिज्म
3. महाराजा अग्रसेन कॉलेज, वसुन्धरा एनक्लेव
बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) जर्नलिज्म
4. कमला नेहरू कॉलेज, सिरिफोर्ट इंस्टीट्यूशनल एरिया
बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) जर्नलिज्म
5. कालिंदी कॉलेज, पटेल नगर
बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) जर्नलिज्म
6. इंस्टीट्यूट ऑफ होम इकॉनॉमिक्स, हौजखास एनक्लेव
बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) जर्नलिज्म
7. भारती कॉलेज, जनकपुरी
बीए ऑनर्स (अंग्रेजी) जर्नलिज्म
8. इंद्रप्रस्थ महिला कॉलेज, सिविल लाइंस
बैचलर ऑफ मास मीडिया एंड मास कम्युनिकेशन

हिंदी माध्यम से मीडिया शिक्षा प्रदान करने वाले संस्थान

1. दक्षिण परिसर दिल्ली विश्वविद्यालय, धौला कुआ
एक वर्षीय पीजी डिप्लोमा (हिंदी) पत्रकारिता
2. डॉ. भीमराव अंबेडकर कॉलेज, यमुना विहार
बीए ऑनर्स (हिंदी) पत्रकारिता एवं जनसंचार
3. अदिति महाविद्यालय, बवाना
बीए ऑनर्स (हिंदी) पत्रकारिता एवं जनसंचार

4. रामलाल आनंद कॉलेज, दक्षिण परिसर दिल्ली विश्वविद्यालय
बीए ऑनर्स (हिंदी) पत्रकारिता एवं जनसंचार
5. श्री गुरु नानक देव खालसा कॉलेज, आनंद पर्वत
बीए ऑनर्स (हिंदी) पत्रकारिता एवं जनसंचार
6. दिल्ली स्कूल ऑफ जर्नलिज्म, मेन कैम्पस, दिल्ली विश्वविद्यालय
हिंदी और अंग्रेजी में पाँच वर्षीय (बीजे+एमजे) एकीकृत पाठ्यक्रम

फैकल्टी : दिल्ली विश्वविद्यालयों के मीडिया शिक्षण संस्थानों में चार तरह की फैकल्टी अध्यापन से जुड़ी है। प्रथम वे शिक्षक हैं जिनकी मीडिया अध्यापन के लिए स्थायी रूप से नियुक्ति की गई है। ऐसे शिक्षकों की संख्या सीमित है। दूसरे तदर्थ आधार पर कार्यरत शिक्षक हैं। स्थायी नियुक्ति नियमित रूप से नहीं होने से तदर्थ शिक्षकों की संख्या अधिक है। तीसरे अतिथि रूप से नियुक्त किए गए शिक्षक हैं और चौथे विभिन्न मीडिया संस्थानों से विषय विशेषज्ञ के रूप में आमंत्रित किए जाने वाले पत्रकार हैं। अलग-अलग श्रेणी के अनुसार इन शिक्षकों की सेवा शर्तें और मानदेय तय होता है।

पाठ्यक्रम : पाठ्यक्रम की दृष्टि से भी भिन्नता है। तीन प्रकार के पाठ्यक्रम प्रचलन में हैं। बीए स्तर पर हिंदी और अंग्रेजी के विभिन्न कॉलेजों में चल रहे पाठ्यक्रम भाषायी विभागों द्वारा संचालित होते हैं। इनका पाठ्यक्रम भी यही विभाग तय करते हैं। दिल्ली स्कूल ऑफ जर्नलिज्म की अपनी प्रबंध समिति है, जो इससे जुड़े सभी निर्णय लेती है। एक सलाहकार समिति है जो इस पाठ्यक्रम से संबंधित कार्य निष्पादित करती है। एक निदेशक और एक विशेष कार्यकारी अधिकारी का भी प्रावधान है। दिल्ली स्कूल ऑफ जर्नलिज्म अपने आप में अलग संस्थान होने के कारण इसका पाठ्यक्रम कॉलेजों में चल रहे हिंदी और अंग्रेजी के पाठ्यक्रमों से भिन्न है। इसी तरह इंद्रप्रस्थ महिला कॉलेज में चलने वाले बीए मल्टी मीडिया और मास कम्युनिकेशन का पाठ्यक्रम थियेटर, सिनेमा, एंकरिंग, ग्राफिक डिजाइन, विजुअल इमेज, मार्केटिंग कम्युनिकेशन आदि के समाहित होने के कारण अपने आप में विशिष्ट है। दिल्ली विश्वविद्यालय में शुरुआत में पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों में परिवर्तन की गति बहुत धीमी रही, लेकिन पिछले कुछ समय से यथासमय परिवर्तन होते रहे हैं, जिसमें समय की जरूरत के अनुसार नए कंटेंट को शामिल किया जाता है।

शुल्क एवं सुविधा : शुल्क एवं सुविधाओं की दृष्टि से हिंदी और अंग्रेजी पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों में अंतर है। हिंदी पत्रकारिता जिन संस्थानों में है वहाँ भी शुल्क में अंतर है। इसका कारण यह है कि जिन दो कॉलेजों में हिंदी पत्रकारिता का पाठ्यक्रम दिल्ली सरकार के द्वारा वित्तपोषित है, वहाँ फीस कम है, लेकिन जहाँ यह स्ववित्त पोषित रूप में चलाया जा रहा है वहाँ प्रतिछात्र फीस ज्यादा है। सुविधाओं की दृष्टि से भी काफी भिन्नता विद्यमान है। कई संस्थानों में दूसरे की तुलना में ज्यादा सुविधाएँ हैं। ऐसे संस्थान भी हैं जहाँ स्टूडियो की सुविधा है। कई जगह मीडिया व कम्प्यूटर लैब की सुविधा है। ऐसे संस्थान भी हैं जहाँ अभी ये सुविधाएँ जुटाई जा रही हैं।

इंटरन एवं प्लेसमेंट : आरंभिक दौर से लेकर 2010 तक दिल्ली विश्वविद्यालय के मीडिया संस्थानों में मीडिया का अध्ययन करने वाले छात्रों के सामने इंटरन और प्लेसमेंट का बहुत अधिक संकट नहीं रहता था।

पिछले एक दशक में मीडिया संस्थानों की संख्या में बढ़ोतरी होने के कारण इंटरनेट और प्लेसमेंट में प्रतिस्पर्धा होने लगी है। मीडिया घरानों द्वारा अपने शिक्षण संस्थान खोलने से यह संकट गहराया है। डिजिटल मीडिया के उभार से छात्रों को मौके तो मिले हैं, लेकिन प्रतिष्ठित मीडिया में इंटरशिप मिलना पहले की तुलना में कठिन हो गया है।

प्रवेश : दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया पाठ्यक्रमों में प्रवेश मेरिट और लिखित परीक्षा के आधार पर होता रहा है, जिसमें वैधानिक प्रावधानों के तहत आरक्षित वर्गों के लिए सीटें आरक्षित होती हैं। प्रत्येक पाठ्यक्रम व संस्थान में प्रवेश लेने वालों की संख्या अलग-अलग इसलिए भी रहती है कि कहीं प्रवेश ज्यादा हो जाते हैं तो कहीं प्रवेश लेने वालों की संख्या कम रहती है। यह संस्थान, संसाधन और सुविधा के साथ उसकी प्रतिष्ठा पर निर्भर करता है। प्रत्येक संस्थान में सीटों की संख्या निश्चित होती है।

पाठ्य सामग्री : पाठ्य सामग्री की दृष्टि से दिल्ली विश्वविद्यालय के विभिन्न संस्थानों की स्थिति भिन्न है। हिंदी पत्रकारिता के विद्यार्थियों को अंग्रेजी की तुलना में मात्रा और गुणवत्ता के नजरिये से कम सामग्री उपलब्ध होती है। पुस्तकालय और अध्ययन स्थल की सुविधा का दिल्ली विश्वविद्यालय के संस्थानों में अभाव नहीं है। पुस्तकालयों में हिंदी और अंग्रेजी दोनों माध्यमों में मीडिया संबंधी पुस्तकें उपलब्ध हैं। पुस्तकालय में हिंदी और अंग्रेजी के विभिन्न पत्र और पत्रिकाएँ विद्यार्थियों के लिए उपलब्ध रहती हैं।

सिद्धांत और व्यावहारिकता : मीडिया पाठ्यक्रम के विद्यार्थी को अक्सर इस बात की शिकायत रहती है कि पुस्तकों में जो मीडिया का सैद्धांतिक पक्ष पढ़ाया जाता है, उसका एक हिस्सा मीडिया संस्थानों में कोई काम नहीं आता। फील्ड और मीडिया हाउस की जरूरतें अलग तरह की होती हैं और वहाँ नौकरी में विद्यार्थी को अलग कौशल की जरूरतें होती हैं। स्नातक स्तर पर हमारे समय में व्यावहारिक पक्ष पाठ्यक्रम में कम था और सैद्धांतिक पक्ष अधिक था, जिसके कारण मीडिया में काम करने में शुरू में थोड़ी दिक्कत आई, लेकिन जल्द ही सब सीख लिया (सिंह, 2021)।

शोध की सीमा

प्रस्तुत शोध कार्य दिल्ली विश्वविद्यालय के संदर्भ में है। इसमें दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया पाठ्यक्रम लागू करने, पाठ्यक्रम निर्माण करने तथा अध्यापन से संबंधित व्यक्तियों से संपर्क करने का यथाशक्ति प्रयास किया गया है। इस संबंध में ज्यादा व्यक्तियों से संपर्क स्थापित किया जा सकता था, लेकिन समय के कारण ऐसा संभव न हो सका। प्रस्तुत शोध कार्य की उपयोगिता एवं महत्व इस दृष्टि से है कि मीडिया अध्येताओं और शोधार्थियों को दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया शिक्षा के इतिहास और वर्तमान को समझने की दृष्टि प्राप्त होगी।

निष्कर्ष

सन् 1980 के बाद विश्व पटल एवं देश में हर क्षेत्र में परिवर्तन हो रहे थे। मीडिया और मीडिया शिक्षा का क्षेत्र भी इससे अछूता नहीं रहा। 1982 में जर्मनी के ग्रंवाल्ड में यूनेस्को ने मीडिया शिक्षा पर अपना घोषणा पत्र सर्वसम्मति से जारी किया। आगे चलकर यूनेस्को के पराग्वे,

एलेक्जेंड्रिया (2005), पेरिस (2007) और मास्को (2011) सम्मेलनों में भी यह चर्चा का विषय रहा। सूचना समाज के निर्माण के लिए इन घोषणापत्रों को महत्वपूर्ण माना जाता है। देश में 1986 में आई राष्ट्रीय शिक्षा नीति में व्यावसायिक पाठ्यक्रमों को प्रोत्साहित करने पर जोर दिया गया। इस शिक्षा नीति को आगामी संभावनाओं और चुनौतियों के मद्देनजर रख कर तैयार किया गया था। देश में मीडिया शिक्षा के विस्तार में राष्ट्रीय शिक्षा नीति के योगदान को अनदेखा कर दिया। शीत युद्ध की समाप्ति और वैश्वीकरण के घटनाक्रम से विश्व स्तर पर राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक-सांस्कृतिक परिवर्तन के एक नए युग की शुरुआत हुई। एक नई बाजार आधारित विश्व व्यवस्था बनी, जिसने उदारीकरण और निजीकरण के वैश्वीकरण ने सभी क्षेत्रों के सामने नए अवसर और संभावनाओं को जन्म दिया। यही समय सेटलाइट तकनीक, वर्ल्ड वाइड वेब के साथ इंटरनेट के आगमन का भी है। वैश्वीकरण और नई अर्थनीति ने मीडिया के आकार, कार्यप्रणाली, संरचना और स्वरूप आदि सभी को प्रभावित किया। वैश्वीकरण से मीडिया में नई तकनीक के आने से परिवर्तन की गति अधिक तीव्र हो गई। इस परिवर्तन के चलते देशभर में मीडिया में रोजगार के नए अवसर बने। प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक दोनों में पूँजी निवेश होने लगा। आर्थिक विकास और सेवा क्षेत्र के विस्तार से एक बड़ा सूचना उपभोक्ता वर्ग महानगरों में बन गया था, जिसके पास सूचना प्राप्त करने की हैसियत थी, परिणामस्वरूप सूचना की माँग बढ़ने लगी। इस माँग की पूर्ति के लिए पुराने और नए मीडिया घराने सामने आए। उन्होंने नए मीडिया वेंचर आरंभ किए।

राजनीति का केंद्र और राजधानी होने के कारण दिल्ली में अन्य महानगरों की तुलना में मीडिया में रोजगार के अवसर हमेशा से अधिक रहे हैं। इस माँग की पूर्ति और शिक्षा में व्यावसायिक और रोजगारपरक पाठ्यक्रमों को प्रोत्साहित करने के लिए देश के कई विश्वविद्यालयों ने मीडिया शिक्षा की पहल की। राजधानी दिल्ली और देश में सर्वाधिक प्रतिष्ठित और प्राचीन विश्वविद्यालय के रूप में स्थापित दिल्ली विश्वविद्यालय ने भी अपने विभिन्न संबद्ध कॉलेजों में पहले अंग्रेजी और फिर हिंदी में बीए स्तर पर मीडिया से जुड़े पाठ्यक्रम आरंभ किए। प्रस्तुत शोध आलेख के संदर्भ में मीडिया शिक्षा से जुड़े सभी तरह के शेरधारकों जैसे विश्वविद्यालय अधिकारी, प्राचार्य, मीडिया शिक्षक और विद्यार्थियों से बातचीत के पश्चात् निष्कर्ष रूप में कह सकते हैं कि दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया शिक्षा से जुड़े कई पाठ्यक्रम संचालित किए जा रहे हैं। संसाधनों के स्तर पर भी प्रत्येक संस्थान में मात्रात्मक और गुणात्मक अंतर है। विद्यार्थियों की संख्या, शुल्क व सुविधाएँ, इंटरशिप और प्लेसमेंट की दृष्टि से भी संस्थानों की स्थिति भिन्न-भिन्न है। कुल मिलाकर निष्कर्ष है कि दिल्ली विश्वविद्यालय में मीडिया शिक्षा की स्थिति संतोषजनक है। 1989 के बाद से मीडिया शिक्षा प्रदान करने वाले संस्थानों की संख्या बढ़ी है। दिल्ली स्कूल ऑफ जर्नलिज्म ने मीडिया में उच्च शिक्षा के द्वार खोले हैं। मीडिया शिक्षा में सिद्धांत और व्यवहार के बीच के अंतराल को कम करने की दिशा में दिल्ली विश्वविद्यालय प्रयासरत है।

संदर्भ

काजी, वी.ए. (1997). *मीडिया के पचास वर्ष*. दिल्ली : राधा पब्लिकेशन

- कुमार, जे. केवल. (2018). *मास कम्युनिकेशन इन इंडिया*. मुंबई : जयको पब्लिकेशन हाउस
- कुंद्रा, बी. (2021). सेवा निवृत्त मीडिया शिक्षक, श्री गुरु नानक देव खालसा कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय. दूरभाष पर साक्षात्कार
- जांगिड़, आर. (2021). पूर्व प्रो. भारतीय जनसंचार संस्थान, दिल्ली. साक्षात्कार
- द्विवेदी, एस. (2021). *भारत में मीडिया शिक्षा के 100 वर्ष*. कम्युनिकेशन टुडे, अप्रैल-जून, पृष्ठ 3.
- पातंजलि, पी.सी. (2021). पूर्व प्रिंसिपल, भीमराव अंबेडकर कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, यमुना विहार. दूरभाष पर साक्षात्कार.
- यूनेस्को (1982). http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/theme_media_literacy_grunwald_declaration.pdf से पुनः प्राप्त
- राणा, एस.एस. (2021). पूर्व डीन ऑफ कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय. दूरभाष पर साक्षात्कार.
- राठी, एन. (2021). मीडिया शिक्षक, अदिति महाविद्यालय, बवाना, दिल्ली विश्वविद्यालय. दूरभाष पर साक्षात्कार
- शर्मा, आर. (2021). पूर्व प्रिंसिपल महाराजा अग्रसेन कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, वसुंधरा एनक्लेव. दूरभाष पर साक्षात्कार
- शुक्ला, एस.सी. (2021). पूर्व प्रिंसिपल, दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स, दिल्ली विश्वविद्यालय, नेताजी नगर. दूरभाष पर साक्षात्कार.
- सचिन. (2021). एडिट वार्क्स, मीडिया संस्थान, नोएडा
- सब्बरवाल, टी. (2021). मीडिया शिक्षक, दिल्ली कॉलेज ऑफ आर्ट्स एंड कॉमर्स, दिल्ली विश्वविद्यालय, नेताजी नगर. दूरभाष पर साक्षात्कार.
- सिन्हा, बी. (2021). गूगल मीट से साक्षात्कार.
- सिंह, एस. (2021). जनसंपर्क अधिकारी, केंद्रीय विश्वविद्यालय, हरियाणा. दूरभाष पर साक्षात्कार.
- सिंह, एन.के. (2021) दूरभाष पर साक्षात्कार.



मीडिया का वर्तमान और मीडिया अध्ययन की समस्याएँ : एक विश्लेषण

सत्यप्रकाश सिंह¹

सारांश

यह दौर सूचना तकनीक के अतिशय ताकतवर होते जाने का दौर है। मीडिया की पहुँच दूर-दराज के क्षेत्रों तक सुनिश्चित हुई है। वह पहले की तुलना में अधिक तीव्रता और क्षमता के साथ हमारे जीवन को प्रभावित कर सकने की स्थिति में है। तेजी से बढ़ती उसकी ताकत और जरूरत के साथ यह समझ भी विकसित हुई है कि मीडिया लोकतंत्र का प्रहरी होने के साथ उद्योग भी है। कोई पूँजीपति अन्य उद्योगों की तरह इस उद्योग को भी चला सकता है। मीडिया उद्योग है और लोकतंत्र की ऐसी संस्था भी, जिसके माध्यम से समाज और राष्ट्र निर्माण का काम किया जा सकता है। उसे सूचना भी संप्रेषित करनी है और लाभ भी कमाना है। वह बाजार व्यवस्था का प्रमुख टूल है तो उसके दुष्प्रभावों के प्रति सचेत करने वाला माध्यम भी है। 'मीडिया का वर्तमान' ऐसी अनेक संगुणित सच्चाइयों और सत्ताओं का समुच्चय है। इस सच्चाई को नजरअंदाज कर मीडिया को समझा नहीं जा सकता। भारत में सरोकारपरक मीडिया का स्वर्णिम इतिहास रहा है। अतः उससे नैतिकता, समर्पण और पक्षधरता की माँग होती रहती है। वह उन उम्मीदों पर खरा उतरने की कोशिश भी करता है, किंतु समय के साथ मीडिया के क्षेत्र में ऐसा बहुत कुछ जुड़ चुका है, जिसे छोड़कर मीडिया का मूल्यांकन संभव नहीं होगा। मीडिया शिक्षण के समक्ष ये सभी बड़ी चुनौतियाँ हैं, जिन पर मीडिया शिक्षण जग को गंभीरता से विचार करने की आवश्यकता है।

संकेत शब्द : सरोकार, लोकतंत्र, नैतिकता, सोशल मीडिया, मीडिया शिक्षा, अध्ययन-अध्यापन

प्रस्तावना

मुख्यधारा मीडिया 'पूँजी' आधारित उपक्रम है, उसे लाभ कमाना है। इसके लिए उसे अपनी सुविधा के अनुसार तंत्र विकसित करना आवश्यक है, किंतु किसी देश की शिक्षा व्यवस्था, विषय विशेष के अध्ययन-अध्यापन से ज्यादा बड़ा और महत्वपूर्ण क्षेत्र है। अतः बाजार की जरूरत के हिसाब से चलने के बजाय, शिक्षा की मूलभूत शकल सुरक्षित रखना अनिवार्य है। शिक्षा को रोजगार और समाज, दोनों की जरूरतों के हिसाब से ढालना आवश्यक है। नैतिकता और व्यावसायिक जरूरतों के बीच एक संतुलन होना चाहिए। मीडिया भारतीय लोकतंत्र में, जो संस्थाओं के माध्यम से संचालित होता है, एक संस्था मात्र है। अन्य उद्योगों की भाँति एक उद्योग है। उसमें व्यक्ति काम करते हैं तो उनकी कमजोरियाँ भी शामिल हैं। प्रभावशाली है तो राजनीतिक दखल अधिक होता है, जनमानस जुड़ा हुआ है, क्योंकि उसकी अपनी 'लेगेसी' है। पुरानी पत्रकारिता ही नहीं, साहित्य से लेकर राजनीति तक, सभी क्षेत्रों में जो भाव-धारा पहले प्रवाहित थी, अब नहीं रही है। बदलते समय में सभी संस्थाओं की चिंता का स्वरूप बदल चुका है। मीडिया का स्वरूप भी बदला है, लेकिन उसकी अपनी 'लेगेसी' है, जिसे बार-बार मजबूत करने का कार्य मीडिया करता रहता है। विकल्पहीनता के इस दौर में समयानुकूल शिक्षा इस परिस्थिति का बेहतर विकल्प प्रस्तुत कर सकती है। लेकिन इसके लिए जरूरी है कि सबजग दिखाने के स्थान पर वस्तुस्थिति की सही-सही जानकारी विद्यार्थियों को देते हुए मीडिया के वर्तमान से उनका परिचय कराया जाए और पाठ्यक्रम निर्माण से लेकर अध्ययन-अध्यापन के तौर-तरीकों में वैकल्पिक मार्ग तलाशा जाए। प्रस्तुत शोध आलेख में मीडिया के वर्तमान और उसके अध्ययन-अध्यापन के मूल्यांकन का प्रयास किया गया है।

शोध-प्रविधि

यह शोध-पत्र उपलब्ध साहित्य समीक्षा के आधार पर लिखा गया है। इसके लिए पुस्तकों, शोध-लेखों तथा इंटरनेट पर उपलब्ध सामग्री का उपयोग किया गया है। विश्लेषणात्मक और व्याख्यात्मक शैली पर आधारित इस शोध-लेख में मीडिया की वर्तमान वस्तुस्थिति और मीडिया प्रशिक्षण से जुड़े तथ्यों को शामिल किया गया है।

मीडिया अध्ययन-अध्यापन

मीडिया में कार्य करने के लिए मीडिया की पढ़ाई करना आवश्यक नहीं है, फिर भी विषय-विशेष का अध्ययन संरचना विशेष को समझने तथा उसके अनुरूप स्वयं को ढालने में सहायता प्रदान करता है। उसके अतीत, वर्तमान की जानकारी के साथ उसकी कार्य-संस्कृति की प्राथमिक समझ प्रदान करता है। विद्यार्थी उसे अपनी सोच, समझ और आचरण में ढालने का प्रयास करता हुआ, मीडिया में कार्य करने की कुछ आधारभूत योग्यताओं को विकसित करता है। रोजगार के अवसर और असरदार प्रोफेशन के आकर्षण के चलते इधर मीडिया कोर्सों की माँग काफी बढ़ी है। उसी अनुपात में अनेक मीडिया शिक्षण संस्थान भी अस्तित्व में आए हैं और आ रहे हैं। प्रश्न है कि क्या ये शिक्षण संस्थान, मीडिया की नई चुनौतियों को देखते हुए विद्यार्थियों को अपेक्षित ढंग से तैयार करने में समर्थ हैं? 'आदर्श मीडिया' पर खूब बहस करने वाले इन संस्थानों के कर्ता-धर्ता, शिक्षक क्या इस पर भी बहस कर रहे हैं कि वे क्या और कैसे पढ़ा रहे हैं? आदर्श मीडिया का एक, किंतु सर्वाधिक महत्वपूर्ण रास्ता आदर्श पत्रकारों से होकर जाता है, जिनका निर्माण इन संस्थाओं में होता है। ऐसे में उनकी भूमिका का सवाल महत्वपूर्ण हो जाता है।

बात यदि मीडिया के अध्ययन-अध्यापन की करें तो प्रायः दो पक्ष आमने-सामने होते हैं। एक पक्ष है पत्रकारों का और दूसरा पक्ष है अध्ययन-अध्यापन के क्षेत्र से जुड़े शिक्षकों का। मीडियाकर्मियों की शिकायत होती है कि विश्वविद्यालयों में चलाये जाने वाले पाठ्यक्रम और उन्हें पढ़ाने वाले शिक्षक दोनों का व्यावहारिक मीडिया से बहुत कम सरोकार होता है। 'फील्ड' का अनुभव न होने से शिक्षक मीडिया की वास्तविक जरूरतें समझ नहीं पाते हैं और प्रायः नैतिकता, सामाजिक सरोकार का पाठ विद्यार्थियों को इस तरह पढ़ाते हैं कि वह मीडिया के व्यावहारिक पक्ष से तालमेल नहीं बिठा पाता है। उनका मीडिया अध्ययन आज भी स्वाधीनता आंदोलन के मूल्य और मापदंडों पर टिका हुआ है। परिणामतः सिद्धांत और व्यवहार की विसंगति का दुष्परिणाम नए पत्रकारों को झेलना पड़ता है। उन्हें मीडिया के वर्तमान से तालमेल बिठाने में खासी दिक्कतों का सामना पड़ता है। "लाख बुरे हालात के बावजूद आज भी युवा पत्रकारों की ऐसी खेप है जो इस क्षेत्र में सिर्फ सरोकारों की ज्वाला को लेकर आई है। व्यापक रचनात्मकता से ओत-प्रोत ये लोग हिंदी मीडिया के वर्तमान में सबसे ज्यादा प्रताड़ित समूह हैं। इनके प्रताड़ित होने का कारण ये खुद हैं, क्योंकि ये हिंदी पत्रकारिता के उस इतिहास को पढ़कर पत्रकार बनने चले हैं जो आजादी और वंचितों की लड़ाई से भरी पड़ी है। लेकिन आज माहौल बदल चुका है। आज कलम की ताकत बनिया की दुकान हो चुकी है। जिससे ज्यादा मुनाफा होगा, वही छपेगा" (कपिल, 2009, पृ. 160-161)। पटनायक (2009) इसके पीछे टेक्नोलॉजी की भूमिका स्वीकार करते हुए कहते हैं कि आधुनिक टेक्नोलॉजी के फलस्वरूप पत्रकारिता एक बड़ा उद्योग बन चुकी है, "आधुनिक टेक्नोलॉजी ने बुनकरों, चर्मकारों, लोहारों जैसे श्रमिक उत्पादकों के हाथ में ऐसा कोई कौशल नहीं दिया, जिससे उनकी उत्पादन-कार्यक्षमता बढ़ जाए। इस टेक्नोलॉजी ने ऐसा यंत्र और ऐसी व्यवस्था पैदा की है, जिसमें श्रमिक खुद उत्पादक न हो सके। वह किसी व्यवस्थापक या प्रबंधक के अधीन एक मजदूर बनकर रह जाए। लेखकों-पत्रकारों के साथ यही हुआ" (पटनायक, 2009, पृ. 10)। इस तरह की व्यवस्था में पत्रकारों के एक वर्ग का उपेक्षित रह जाना या अप्रासंगिक हो जाना स्वाभाविक है। यह सामान्य नहीं है कि इस नई व्यवस्था में सफल पत्रकारों के रूप में जिस संपन्न कर्मचारी वर्ग का उदय हुआ है, वह मीडिया में 'फ्रेश दिमाग' चाहता है। उनके लिए सरोकार से अधिक महत्वपूर्ण है बिना किसी दुविधा के दिए गए 'टास्क' को पूरा करते हुए टीआरपी को बढ़ाना। इसके लिए उन्हें स्याह से स्याह और चटक से चटक खबरों का चयन करना होगा और जरूरत पड़ी तो तकनीकी संसाधनों द्वारा उसे पुनर्निर्मित करके बिकने लायक बनाना होगा। विश्वविद्यालयों से निकले छात्र पहले से मीडिया की जिस धारणा के साथ आते हैं, उसे मिटाना फिर मीडिया की नई कार्य पद्धति में ढलना, उनके लिए दोहरी मेहनत का काम हो जाता है। अनेक पत्रकार जो अपने अध्ययन और कार्य में संतुलन नहीं साध पाते हैं, वे या तो नौकरी छोड़ देते हैं या उन्हें छोड़नी पड़ती है या फिर पारिवारिक जरूरतों को पूरा करने के लिए कुंठित भाव से काम करते जाते हैं।

अकादमिक संस्थान और मीडिया प्रशिक्षण

देखा जाए तो इस आरोप में बहुत हद तक सच्चाई है। अधिकतर

शिक्षण संस्थान, जिनमें मीडिया का अध्ययन होता है वहाँ मीडिया तो तारतम्य पद्धति से ही पढ़ाया जाता है। पाठ्यक्रमों का नवीकरण दशकों में होता है। यहाँ तक कि पाठ्यक्रम निर्माण में प्रोफेशनलों की सहायता भी नहीं ली जाती है। परिणामस्वरूप पाठ्यक्रम बदलाव अपेक्षित जरूरतों को पूरा करने में असफल रहता है। मीडिया की नई तकनीकें, उसका कार्य विस्तार, कार्य-पद्धति, न पाठ्यक्रम का हिस्सा बन पाते हैं, न ही विद्यार्थियों की लर्निंग का। इस प्रकार 'कर के' सीखा जाने वाला विषय महज 'पढ़कर' सीखने की बेहद बुरी प्रक्रिया का शिकार हो जाता है। ज्यादातर सरकारी संस्थान, मीडिया अध्यापन का पाठ्यक्रम हिंदी और अंग्रेजी विभागों के अधीन कर रहे हैं। हिंदी, अंग्रेजी साहित्य से जुड़े शिक्षक ही वहाँ अपने विषय के साथ मीडिया अध्यापन का कार्य भी करते हैं। अनुशासन अलग होने के कारण मीडिया अध्ययन-अध्यापन जिस गंभीरता की माँग करता है, वह उसे नहीं मिल पाता है।

जहाँ स्वतंत्र विभाग के अंतर्गत मीडिया के पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं, वहाँ मीडिया से जुड़ी सारी सुविधाएँ उपलब्ध हों, जरूरी नहीं हैं। अनेक संस्थान बहुत प्रोफेशनल ढंग से संचालित होने के बाद भी सरोकार और बाजार में आवश्यक संतुलन साधने में असफल रहे हैं, "इनमें पढ़ाया जाने वाला पाठ्यक्रम 'इंडस्ट्री प्रेक्टिसेस' की तेज गति के पीछे दौड़ता-हाँफता दिखाई देता है। उसकी दिशा 'क्राफ्ट स्टडीज' की तरफ है, विश्लेषणात्मक 'कंटेंट स्टडीज' की तरफ नहीं। वहाँ जोर है - कैसे करें? को सिखाने पर न कि सच के पीछे सच को दिखाने का। एंकर कैसे बनें, रिपोर्टर कैसे बनें, कैमरापर्सन कैसे बनें, वीडियो-एडिटर कैसे बनें। घटना, दुर्घटना, देश, समाज, खबरों के अर्थशास्त्र, समाजशास्त्र, राजनीति, विज्ञान या मनोविज्ञान को परखने की उत्सुकता नहीं।" (नंदा एवं सहाय, 2009, पृ. 114)। मीडिया की तकनीक पर जोर देना आवश्यक है, किंतु मीडिया के अध्यापन को साहित्य, भाषा, समाजशास्त्र, राजनीति, अर्थशास्त्र जैसे अन्य अंतर्विषयक विषयों से जोड़कर पढ़ाना भी आवश्यक है। विद्यार्थियों में सोचने, समझने और विश्लेषण करने का सामर्थ्य पैदा करना आवश्यक है। अमेरिकी और यूरोपीय मीडिया स्कूल की शिक्षण परंपराओं का समन्वय करना होगा तभी मीडिया अध्ययन किसी तार्किक परिणति तक पहुँच सकेगा। यह कालांतर में मीडिया को संवेदनशील और गंभीर बनाने में सहायता करेगा। आज अनेक मीडिया घरानों के अपने डिप्लोमा और सर्टिफिकेट कोर्स चल रहे हैं। अच्छी ट्रेनिंग और प्लेसमेंट के आकर्षण में खास आय वर्ग के विद्यार्थी उनसे जुड़ भी रहे हैं, किंतु खरीदी हुई शिक्षा में सामाजिक सरोकार का कितना स्थान रहेगा, विचारणीय प्रश्न है। व्यापारिक लाभ के लिए कोई संस्थान चलाना और उससे जुड़े सभी विद्यार्थियों को रोजगार दे पाना भी अलग-अलग बातें हैं। बहुत सारा पैसा खर्च कर वांछित स्किल प्राप्त करके भी अनेक विद्यार्थी रोजगार की तलाश में भटकते रहते हैं। सफल हुए विद्यार्थी 'सुरक्षा और स्वतंत्रता' के कभी न समाप्त होने वाले द्रष्ट से जूझते रहते हैं और 'रहना है तो करना है', की पद्धति पर कार्य करने लगते हैं। इस स्थिति का सबसे बुरा पहलू है कि एक पत्रकार जो अपने समय समाज को कुछ रचनात्मक दे सकता है, प्रायः उसके प्रति उदासीन होने लगता है।

'अच्छे-बुरे' का नैरेटिव, मीडिया प्रशिक्षुओं को अलग तरह से

प्रभावित करने का कार्य करता है। इधर लघु पत्र-पत्रिकाओं और सोशल मीडिया ने मीडिया के अनेक महत्वपूर्ण और सरोकार-परक आयामों का अन्वेषण किया है। मुख्यधारा मीडिया से अलग दृष्टिकोण और सरोकार रखने के कारण, अनेक विद्वान उसे वैकल्पिक मीडिया मानते हैं। हाशिये का समाज, दबे-कुचले लोगों का वर्ग, जो मुख्यधारा मीडिया की चिंता का हिस्सा नहीं है। उन सभी मुद्दों और चिंताओं को इस तरह की मीडिया ने स्थान दिया है। किंतु सवाल है कि क्या दृष्टिगत होने के बावजूद सोशल मीडिया और लघु पत्र-पत्रिकाएँ मुख्यधारा मीडिया का वास्तविक विकल्प हैं? बात जब मीडिया अध्ययन से जुड़ जाती है तो कई तरह के किंतु-परंतु सामने आते हैं। सांस्थानिक प्रशिक्षण का मामला सीधा-सीधा रोजगार से जुड़ता है। अच्छे-बुरे नैटिव के बावजूद, रोजगार और पहुँच के आधार पर वैकल्पिक कहा जाने वाला मीडिया मुख्यधारा मीडिया का विकल्प नहीं है। इसलिए मीडिया शिक्षण संस्थानों को, पाठ्यक्रम और प्रशिक्षण के स्तर पर, मीडिया से बार-बार जूझना पड़ेगा। उसकी कार्यशैली का मूल्यांकन करते रहना पड़ेगा, विद्यार्थियों का उसी अनुरूप प्रशिक्षण कार्यक्रम चलाना होगा। हो सकता है कि उसकी कार्यशैली पर हमारा गुस्सा बार-बार न्योछावर हो, उसका ढाँचा चरमराया प्रतीत हो, किंतु आज भी देश-दुनिया की अधिकतर आबादी अपने समय और समाज को उसी की आँख से देख रही है। भारत जैसे गरीब देश में, जहाँ बड़े पैमाने पर अशिक्षा है, विद्युत और इंटरनेट जैसी सुविधाओं का अभाव है, वहाँ आज भी जानकारियाँ, सूचनाएँ मुख्यधारा मीडिया के माध्यम से ही पहुँच रही हैं। उसे गैर-जरूरी, भ्रष्ट घोषित करके उसके स्थान पर लघु पत्र-पत्रिकाओं और सोशल मीडिया को स्थापित करना, थोड़े बहुत अपवाद के साथ लोकतंत्र में, संभ्रांत, शिक्षित और नेटीजेंस को चुनने जैसा है।

पूँजी, तकनीक और मीडिया

अन्य उद्योगों की तरह मीडिया संस्थान भी कॉरपोरेट जगत् का हिस्सा हैं। आज बड़े मीडिया संस्थान नैतिकता तथा पेशेवर जुनून के स्थान पर बड़ी पूँजी से चलते हैं। उन पर बाजार का सीधा हस्तक्षेप रहता है। शेयर के माध्यम से पूँजी जुटाई जाती है। मीडिया पर पूँजी के प्रभाव को स्पष्ट करते हुए मोहन लिखते हैं, “बाजार की लिस्टेड अन्य कंपनियों की तरह मीडिया कंपनियों पर भी हर तीसरे महीने परिणाम बताने, कुछ-न-कुछ नया करने, हर गलती को दबाए रखने और निरंतर अच्छे परिणाम दिखाने पर ही दबाव आ गया है। जहाँ आपके कामकाज की रिपोर्ट खराब हुई, बाजार में आपके शेयर गोता लगाने लगेंगे” (मोहन, 2006, पृ. 13-14)। इसलिए जमीन से जुड़े और गंभीर समझे जाने वाले पत्रकार भी बाजार में मीडिया संस्थान का शेयर न गिरे, इसका प्रयास करते दिखाई दे जाते हैं। यह बाजार का ही दबाव है कि मीडिया अपने चाल-चलन में पूर्णतः कॉरपोरेट की भूमिका में नजर आ रहा है। ज्यादा सक्षम, गतिशील, बेहतर किंतु व्यावसायिक सफलता के लिए अनेक प्रकार के समझौते करती हुई, जड़ी-बूटी बाँटते हुई सक्रिय है। “अन्य उद्योगों की तरह यहाँ भी कच्ची सामग्री के संशोधन, परिवर्तन, परिवर्धन आदि से एक तैयार उत्पाद बनता है, जिसे एक निश्चित दाम पर बेचा जाता है। बेचने में भी वैसी श्रृंखला बनती है, जैसी अन्य उपभोक्ता माल में - वितरक, एजेंट, खुदरा व्यापारी, घर-घर पहुँचाने वाले लड़के आदि। अन्य उद्योगों की तरह ‘मुनाफा’ इसका

लक्ष्य है और भारी पूँजी का निवेश इसीलिए किया जाता है” (कौल, 2002, पृ. 13-14)। बड़ी पूँजी का निवेश मुख्यतः बड़े लाभ की आकांक्षा में किया जाता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में दर्शकों-श्रोताओं से प्रत्यक्ष रूप से लाभ प्राप्त नहीं होता है। वहाँ पर लाभ दर्शकों का समय है। प्रिंट मीडिया, यदि पाठक के योगदान पर ही निर्भर रहे तो उसे आर्थिक नुकसान उठाना पड़ेगा। समाचार पत्र संस्थान लागत का बहुत छोटा हिस्सा पाठकों से प्राप्त करते हैं। ऐसे में उन्हें विज्ञापन से आय जुटानी होती है। जिसके लिए उसे सरकार और बाजार पर निर्भर रहना पड़ता है। उनके जातीय हितों का खयाल रखना होता है। एक अघोषित देन-लेन का रिश्ता उनके मध्य काम कर रहा होता है। ऐसे में मीडिया घरानों का लगाव जनसामान्य के बजाय विज्ञापन देने वाली संस्थाओं के प्रति हो, स्वाभाविक है। कौल प्रिंट मीडिया के संदर्भ में लिखते हैं, “पत्र पढ़ने वाले लाखों लोग पत्र के असली ग्राहक नहीं, ग्राहक वे सौ-दो सौ उद्योगपति तथा व्यापारी हैं, जिन्हें उस समाचार-पत्र को पढ़ने की शायद फुर्सत नहीं मिलती। ऐसे में यह गंभीर शंका तो होगी ही कि कहीं समाचार-पत्रों की असली वफादारी पाठक के बजाय विज्ञापनदाता के प्रति न हो” (कौल, 2000, पृ. 14)। सहज नहीं है कि मीडिया संस्थानों में पाठकों का दबाव सीमित हुआ है। पत्रकार, संपादक के सम्मान का हास हुआ है। उनका स्थान प्रबंधक लेते गए हैं, “आधुनिक टेक्नोलॉजी से पहले जो पत्र निकलते थे, उनमें अधिकांश पत्रों को निकालने वाले लोग लेखक-साहित्यिक-विचारक थे। औपचारिक या अनौपचारिक ढंग से उनका समूह होता था और उस समूह की ओर से पत्र प्रकाशित होते थे। नई टेक्नोलॉजी के बाद लेखक अपना पत्र नहीं निकाल सकता। पत्रकार अपना लेख भी नहीं लिख सकता। उसका लिखना एक व्यवस्थापक के संयोजन के तहत होता है” (पटनायक, 2009, पृ. 12)। सुचारु कार्य व्यवहार के लिए प्रबंधन भी आवश्यक है, किंतु संपादकीय विभाग का संचालन भी प्रबंधकों द्वारा किया जाए, यह मीडिया का विशुद्ध कॉरपोरेटीकरण है, जिसे मीडियाकर्मियों के ही एक बड़े वर्ग से समर्थन मिलता है, “निगम प्रबंधकों ने मोटे मुनाफे को सुनिश्चित करने के लिए इस बात को समझ लिया है कि संपादकों और रिपोर्टरों को निकाल बाहर करें और समाचार की खाली जगह को व्यवसाय की सस्ती और लुभावनी सामग्री से भर दें। इसका नतीजा पत्रकारों में तीव्र ध्रुवीकरण के रूप में देखा जा सकता है। अभिजात समाचार मीडिया के यशस्वी और विशेषाधिकार संपन्न पत्रकार भारी वेतनों और मुनाफों के साथ ऊपर चढ़ रहे हैं, जबकि शेष श्रमजीवी पत्रकारिता के लिए परिस्थितियाँ दिन-ब-दिन बिगड़ती जा रही हैं” (मैकचेस्नी, 2006, पृ. 223)। मैकचेस्नी ने अपने अध्ययन का विषय अमेरिका को चुना है, किंतु भारत में भी यह स्थिति सामान्य है। भूमंडलीकरण के दौर में इस प्रक्रिया में और गति आई है।

मीडिया और प्रचार-तंत्र

मीडिया जो कार्य करता है, उसके लिए विचार के स्तर पर मीडियाकर्मियों की सहमति होना आवश्यक है। दरअसल, उपभोक्ता बनाने की पूरी प्रक्रिया में स्वयं का उपभोक्ता बनना आवश्यक होता है, उस पूरे डिजाइन से पूर्ण या आंशिक सहमति आवश्यक होती है। अर्थात् सामान्य बेचने से पहले उस सामान की श्रेष्ठता में विश्वास करना आवश्यक होता है।

इस तरह हमारा कोई सत्य होता है और उसकी प्राप्ति हमें नैतिक लगती है और अनिवार्य भी। नोम चोम्स्की ने अपने लेख 'प्रचार और जनमानस का नियंत्रण' में लिखा है - "अगर प्रचार को आपने पूरी तरह से आत्मसात नहीं कर लिया है, तो आप अच्छे प्रचार-कर्ता नहीं हो सकते हैं। आखिर झूठ बोलना बहुत मुश्किल होता है। ...पहले खुद को इसका यकीन दिलाना होता है कि आप जो कह रहे हैं, सही है" (मैकचेस्नी, 2006)। अर्थात् निर्धारित प्रचार को प्राथमिक स्तर पर आत्मसात करने की आवश्यकता है। नहीं तो आप अपनी बात को न तो विश्वास के साथ रख पाएँगे, न ही उसे स्थापित कर सकेंगे, जो कि मीडिया की कार्यशैली के लिए आवश्यक है। इसको इस तरह समझना चाहिए कि प्रचार-तंत्र का पहला उपभोक्ता प्रचार-कर्मी बनता है। विडंबना है कि हम उसी उपभोक्ता से अच्छे नागरिक गढ़ने की अपेक्षा रखते हैं। इन सबके केंद्र में पूँजीवाद और उसकी कॉरपोरेट कार्य-पद्धति है, जिसके लिए आदतों, रायों को सचेत ढंग से खास दिशा में ढालना आवश्यक होता है। बर्नेस की किताब 'प्रोपेगंडा' में इसे 'जनतंत्र का सार' बताया गया है। इसमें दिमाग को उसी तरह से अनुशासित करने की बात की गई है जैसे सेना उनके शरीर को करती है। पूँजीपतियों का हित सुरक्षित हो, उससे जुड़े लोगों का हित सुरक्षित रहे, बाजार में मीडिया संस्थान का शेयर बढ़े, नियमित लाभ हो, सरकार पर नियंत्रण बढ़े, जैसे अनेक प्रयास आज मीडिया प्रचार उद्योग का अनिवार्य सत्य है।

केंद्रीकरण और नियमन

मीडिया ऐसी व्यवस्था निर्मित करने का प्रयास कर रही है, जिसमें मुट्ठी भर लोगों और उनके सहयोगियों का बहुसंख्यक जनसमुदाय पर नियंत्रण सुनिश्चित रहे। विद्वान इसे अल्पसंख्यक द्वारा बहुसंख्यक पर नियंत्रण के रूप में देखते हैं। अल्पसंख्यक वर्ग जो देखना-दिखाना चाहें, बहुसंख्यक वही देखें। यहाँ तक कि उनके सोचने-समझने के तरीकों का नियमन भी यही अल्पसंख्यक वर्ग करता है। हम उस दौर में हैं जहाँ मीडिया मैनेजमेंट द्वारा जनतंत्र को अपने हित में प्रभावित किया जा सकता है और उस पर जनता की वैधता प्राप्त की जा सकती है। इसलिए सरकारें भी मीडिया और कॉरपोरेट से सीधा संबंध विकसित करने का प्रयास करती हैं। मीडिया की इसी क्षमता को देखते हुए मार्शल मैक्लुहान अपनी पुस्तक 'अंडरस्टैंडिंग मीडिया' में मीडियम को ही मैसेज की संज्ञा देते हैं। अनेक मीडिया घराने इतने दीर्घाकार और शक्तिशाली हैं कि वे विश्व को प्रभावित करने की क्षमता रखते हैं। दुनिया भर की राजनीति, बाजार और संस्कृति को अपनी इसी क्षमता के आधार पर वे पश्चिम का नया उपनिवेश बनाने में समर्थ हुए हैं। "इस उपनिवेश में विचार करने की शक्ति को क्रमशः कुंद किया जाता है। केंद्रीय स्तर पर एक ओर भोगवाद को बढ़ावा दिया जाता है तो दूसरी ओर मीडिया रोमांच, थ्रिल, सेक्स, हिंसा और नारी-देह के व्यावसायिक प्रदर्शन को एक मजबूत आधार प्रदान करता है। इसके पीछे षडयंत्रकारी नीति का प्रमुख तत्व यह होता है कि क्षेत्रीय और राष्ट्रीय सांस्कृतिक मूल्यों, खान-पान, आचार-व्यवहार आदि के प्रति सुनियोजित वितृष्णा का माहौल निर्मित हो, ताकि बहुराष्ट्रीय कंपनियों के उत्पाद बेचे जा सकें" (मंडलोई, 2006, पृ. 41)। डिज्ने, टाइम वार्नर, टीसीआई, सोनी, यूनाइटेड मीडिया, ड्रीमवर्क, डायरेक्ट टीवी, थामसन, टेलीविस्टा, वेस्टिंग हाउस, वायकॉम, द न्यूज कॉर्पोरेशन, सोनी, पॉलीग्राम, सियाग्राम इत्यादि

ऐसे ही मीडिया सम्राट हैं। इनका दुनिया के संचार उद्योग में सूचना के बड़े हिस्से पर नियंत्रण है। सरकार से लेकर जन सामान्य को, नियंत्रित करने का सामर्थ्य विदेश में बैठे उन धनकुबेरों और उनकी सरकार के पास है। यह सहज नहीं है कि भारत जैसे संस्कृति प्रधान देश में जिसका स्वर्णिम अतीत रहा हो, उसमें भाषा, वेश-भूषा, खान-पान इत्यादि क्षेत्रों में धड़ल्ले से पश्चिम प्रेरित सांस्कृतिक उद्योग फल-फूल रहा है।

केंद्रीकरण की इस प्रक्रिया का प्रभाव खबरों के चयन में भी परिलक्षित होता है। खबरों तथा कार्यक्रमों का चरित्र भी वर्गीय और सामुदायिक हुआ है। उपभोक्ताओं को ध्यान में रखकर ही खबरों को प्रकाशित और प्रसारित किया जा रहा है। प्रायः उस खबर को महत्व दिया जाता है, जिसके बिकने की सर्वाधिक संभावना हो। उन्हीं का घंटों-घंटों प्रसारण किया जाता है, समाचार पत्रों के पृष्ठ उनसे भरे मिलते हैं। अच्छी वेतन शर्तों के नाम पर पत्रकार बुद्धिजीवियों का ऐसा वर्ग तैयार किया जा चुका है, जो इस व्यवस्था को न सिर्फ स्वीकार करने अपितु उसके नैटिव के आधार पर प्रशिक्षण देने को तैयार खड़ा है। "जब कोई कंपनी चैनल शुरू करती है तो उसका पाँच से सात सौ करोड़ रुपये हर महीने का खर्च होता है। वह अजीत अंजुम की जेब से नहीं आएगा और अजीत अंजुम कहें कि मैं यह या वह नहीं करूँगा, क्योंकि मैं बहुत नैतिकतावादी हूँ और मैं पत्रकारिता को पतन में नहीं ले जा सकता, इसलिए इसे छोड़ने को तैयार हूँ, तो अजीत अंजुम की जगह कोई और आएगा" (अंजुम, 2009, पृ. 37)। अर्थात् कार्यक्रम तो वही दिखाया जाएगा, जिससे लाभ प्राप्ति की सर्वाधिक संभावना होगी। इतनी बड़ी पूँजी कोई व्यक्ति समाज सेवा के लिए नहीं लगाएगा। खबरों की दुनिया में लाभ बिकने की सर्वाधिक गुंजाइश में होता है। अतः सुरक्षित जीवन के लिए पत्रकारों को अपनी स्वतंत्रता से समझौता करना पड़ेगा। ऐसे में मीडिया में काम करने वाले वही लोग टिकेंगे जो मालिक की अपेक्षाओं पर खरे उतर सकेंगे। फिर चाहे बात व्यावसायिक प्रतिबद्धताओं की हो या लोकतंत्र में भ्रम बनाए रखने में राजनीतिक समीकरणों की। उसे यह कार्य करना ही होता है।

राजनीति-कॉरपोरेट-पत्रकार

'ऑडियंस' का विश्वास प्राप्त करते रहने के क्रम में अनेक बार इन पत्रकार बुद्धिजीवियों द्वारा व्यवस्था की कड़ी आलोचना की जाती है। मालिक से मोटा पैसा लेकर, उसी व्यवस्था का हिस्सा होते हुए, व्यवस्था की नीतियों का विरोध किया जाता है। 'साथ दो न दो हाथ तो उठा दो' वाली यह पत्रकारिता प्रत्येक तरह के बदलाव का केंद्र बिंदु तो बनना चाहती है, किंतु यथास्थिति को ही प्रशस्त करती है। वैकल्पिक प्रतीत होने वाली यह पत्रकारिता, प्रचलित धारा का ही एक अलग पहलू है। वह प्रायः सत्य का एकांगी अन्वेषण करती है और उसे विकल्प की मुख्यधारा के रूप में प्रस्तुत करती है। व्यवस्था को ऐसे पत्रकारों की विशेष जरूरत होती है; क्योंकि उनसे, उसके राजनीतिक और व्यावसायिक निहितार्थ सधते हैं। आंदोलन और बदलाव की स्थिति में यही पत्रकार अपनी नेकनामी से वर्तमान व्यवस्था को थोड़े-बहुत बदलाव के साथ पुनः स्थापित करते हैं। अन्ना हजारे का आंदोलन और दिल्ली में आम आदमी पार्टी का उन्नयन इसी तरह की मुहिम का उदाहरण है। एक खास तरह की मुख्यधारा राजनीति को अपदस्थ करके, बदलाव और प्रगतिशीलता के नाम पर उसी

तरह के दूसरे लोगों की वैसी ही मुख्यधारा राजनीति को व्यवस्था सौंपने में सहायता की गई। यह घटना संगठित राजनीति, कॉरपोरेट तथा मीडिया के समीकरण का प्रमुख उदाहरण है। यह राजनीतिक परिवर्तन, जनसामान्य के जीवन में कोई परिवर्तन नहीं कर सका, जो कि वह चाहता भी नहीं था। हां, वह इस मुहिम में अवश्य सफल हुआ कि व्यवस्था उसके जैसे लोगों के ही हाथ में रहे और जनक्रोध भी समाप्त हो जाए, आने वाले दशकों तक सामान्य जनता आंदोलन और परिवर्तन जैसे मूल्यों के प्रति सहज विश्वास न कर सके।

मीडिया से जुड़े हुए लोग अक्सर कहते हैं कि हम वही प्रकाशित और प्रसारित करते हैं, जो लोग देखना और पढ़ना चाहते हैं। यह अपने आप में बड़ी विरोधाभासी स्थिति है। लोगों की इच्छाओं की क्या सीमा हो सकती है? मीडिया की भूमिका रुचि निर्माण और रुचि परिष्कार की होती है। फिर भी, उसके 'माँग और पूर्ति' के दावे की पड़ताल करना उचित रहेगा। भारत में मीडिया का विस्तार मध्यवर्ग के विस्तार के साथ जुड़ा हुआ है। पंचौरी अपनी पुस्तक दूरदर्शन की भूमिका में लिखते हैं, "भारत में दूरदर्शन का विकास मध्यवर्ग के विकास से सीधे और समांतर ढंग से जुड़ा है। शायद यही वजह है कि उसका चरित्र मध्यवर्गीय उपभोक्तावादी विज्ञापन का चरित्र है। जो सेल्समैनशिप भी कायदे से नहीं करता, बल्कि उसमें भी धोखाधड़ी का भाव रहता है। उसकी साख का न होना बताता है कि वह भारतीय मध्यवर्गीय चरित्र की तरह फरेब, पेटूपन और प्रपंच पर आधारित है" (पंचौरी, 1991)। अस्सी के दशक में दूरदर्शन के माध्यम से तथा नब्बे के दशक में भूमंडलीकरण के माध्यम से मीडिया और मध्यवर्ग का संबंध प्रगाढ़ हुआ। यह मध्यवर्ग तब विकसित होता उपभोक्ता था, बाजार को उससे साँठ-गाँठ में अपनी प्रगति दिखाई पड़ रही थी। मध्यवर्ग की अनेक प्रवृत्तियाँ भी उसके अनुकूल थीं। इसी विराट मध्यवर्गीय दुनिया को मीडिया ने भारत मान लिया और उसकी प्रवृत्तियों, आकांक्षाओं के अनुरूप कार्यक्रम निर्माण का कार्य प्रारंभ कर दिया। कालांतर में यह गठजोड़ प्रगाढ़ और स्थायी होता गया, क्योंकि मध्यवर्गीय आकांक्षाओं और व्यवहारों में उसके आदर्श उपभोक्ता बने रहने की सर्वाधिक संभावना बनी हुई है, इसलिए उसकी आकांक्षा और स्वप्न के अनुरूप पश्चिम प्रेरित पूँजीवादी-बाजारवादी मूल्यों तथा सामंती मूल्यों को उसके आदर्श के रूप में मीडिया द्वारा स्थापित कर दिया गया। उनके जैसा बनने के लिए अनेक उत्पाद बाजार में भरे गए। मध्यवर्ग पुनः उच्चवर्ग के मान-मूल्यों को ही आदर्श मानकर आगे बढ़ा। इस तरह मीडिया-मार्केट-मध्यवर्ग का एक नया समीकरण हमारे सामने आता है, जिससे अंततः पूँजी-सामंती तंत्र ही सुदृढ़ हुआ।

मध्यवर्ग का विस्तार

इस पूँजी को अधिक से अधिक हड़पने के लिए, 'इंफोटेनमेंट' नाम के नए मीडिया उत्पाद का जन्म हुआ है, "जिसमें सूचना के स्थान पर मनोरंजन को प्राथमिकता मिलती है। इसके तहत सूचना की विषय-वस्तु बौद्धिक स्तर पर इतनी हल्की और मनोरंजक बना दी जाती है कि वह एक विशाल जनसमुदाय को आकृष्ट कर सके। अनेक अवसरों पर इस तरह के समाचार और समाचार कार्यक्रम पेश किए जाते हैं कि वे लोगों का ध्यान खींच सकें। भले ही साख और विश्वसनीयता के स्तर पर वे कार्यक्रम खरे

नहीं उतरे" (धूलिया, 2009)। खबरों के नाम पर खबरनुमा मनोरंजनों का बहुत विशाल बाजार खबरों में प्रवेश करता है। इस विशाल बाजार के केंद्र में मध्यवर्ग है। उसकी महत्वाकांक्षाएँ हैं, उसके लगाव और दबाव हैं। खबरों की यह दुनिया उसी को समेटती हुई, किसी-न-किसी रूप में उसे ही प्रभावित करने का प्रयास करती है, क्योंकि वह उनका मुख्य उपभोक्ता है, बाँटा हुआ है, विकास के सपनों में उलझा, प्रायः समझौता और आंदोलन करने को तत्पर रहता है। जितना यथार्थवादी है, उतना ही यथास्थितिवादी भी है। उसकी महत्वाकांक्षाएँ, उसकी जीवनशैली उसे रोमानी और यथास्थितिवादी बनाते हैं। हिंदी फिल्मों की तरह वह ऐसे जीवन की कल्पना करता है कि अंततः सब ठीक हो जाए। स्वाभाविक है कि उसकी दुनिया को ही मीडिया समेटती हुए कार्यक्रमों का नियोजन करो दर्शक और पाठक जब उपभोक्ता हो जाएँ तो उनकी रुचियाँ, स्वार्थ और स्वभाव, खबरों के निर्माण का आधार हो जाता है। यानी, उसकी दिलचस्पी महत्वपूर्ण हो जाती है, "बाजार ने न्यूज का एक नया मुहावरा पत्रकारिता को दिया है, 'फील गुड न्यूज'। ...पिछले डेढ़-दो दशकों में भारत में मध्यवर्ग का तेजी से विस्तार हुआ है। बाजार मानता है कि यह मध्यवर्ग उदास और चिंतित करने वाली खबरें देखना-पढ़ना नहीं चाहता है। उसे मनोरंजन, उम्मीदें और सपने दिखाने वाली, खुशनुमा एहसास कराने वाली खबरें चाहिए। इसी की तर्ज पर मीडिया ने फील गुड के मुहावरे को शिरोधार्य कर लिया है" (कश्यप, 2008, पृ. 68)। यह खबर निर्माण की एकमात्र सच्चाई न होते हुए भी महत्वपूर्ण सच्चाई है। न्यूज चैनलों पर कलाकारों, खिलाड़ियों इत्यादि से संबंधित कार्यक्रम के निर्माण में इसकी झलक दिखाई पड़ती है। गरीब, दलित, आदिवासी, किसान, मजदूर मीडिया की खबरों का हिस्सा तो हैं, किंतु मीडिया के मुख्य सरोकार का हिस्सा नहीं हैं। हमारा लोकतंत्र, फिलहाल पूँजीवाद और सामंतवाद के जिस समीकरण का प्रतिबिंब है, उसमें इनके लिए स्थान बनना मुश्किल भी है।

औपनिवेशिक मानसिकता

स्वतंत्रता के उपरांत अंग्रेजों द्वारा विकसित आधार संरचनाओं को, हमारे देशी प्रशासकों ने लगभग जस-का-तस स्वीकार कर लिया। स्वतंत्रता स्वाधीनता का प्रस्थानबिंदु हो सकती थी, किंतु हम भारतीयता की तलाश और स्वायत्त व्यवस्था विकसित करने को लेकर उदासीन रहे। जबकि उस समय थोड़ी-सी राजनीतिक इच्छाशक्ति से भारतीय ज्ञान परंपरा और जीवनशैली के आधार पर देशी व्यवस्था निर्मित की जा सकती थी। शिक्षा व्यवस्था में परिवर्तन के माध्यम से हम विकास की भारतीय दृष्टि का उन्नयन कर बहुत हद तक यह कार्य सुनिश्चित कर सकते थे। विजेता, राजनीतिक रूप से शासक न हो तब भी वह विजित समुदाय के मानस पर असर रखता है। उसकी भाषा, सोचने के तरीके, खान-पान, पहनावा इत्यादि को प्रभावित करने की स्थिति में रहता है। स्वतंत्रता का संघर्ष बहुमुखी और बहुआयामी था। वह विरोध के साथ सृजन पर भी आधारित था। इसलिए सफल और सार्थक दोनों रहा। किंतु कालांतर में हम उसी पाश्चात्य नैरेटिव का शिकार हो गए। हम यह मान बैठे कि हमारा विकास सचमुच अंग्रेजों की देन है। हमें जंगली से मनुष्य बनाने का महती कार्य उन्होंने ही किया है। इस प्रकार, राजनीतिक रूप से हारकर भी अंग्रेज आधुनिक भारतीय दिमाग को अपनी ज्ञान परंपरा से विरक्त बनाने में सफल हुए। मिश्र लिखते

हैं, “बदलती परिस्थितियों में विजित समुदाय के मन में अपनी सुरक्षा और विकास की चिंता एक महत्वपूर्ण सरोकार बन जाती है। ऐसे कमजोर क्षण में विजयी की तरह दिखने और जीने की लालसा प्रबल होने लगती है। ऐसे में लोग पराये को अपनाने और अपने को पराया बनाना शुरू कर देते हैं। वस्तुतः विजित समुदाय के लोग विजयी वर्ग के साथ अपनी समानता की तलाश शुरू करते हैं। अंततोगत्वा विजयी की ही तरह हो जाने की इच्छा तीव्र हो जाती है। इस क्रम में विजित समुदाय पुरानी कड़वी यादों को भुलाकर विजयी का अनुकरण करने लगता है। ऐसा करते-करते उसके मन में उन्हीं जैसा हो जाने की भावना उठने लगती है” (मिश्र, 2019, पृ. 10)। भारत के वर्तमान बुद्धिजीवी वर्ग पर, जिसका एक बड़ा हिस्सा मीडिया से भी जुड़ा है, यह प्रभाव प्रबल और दूरगामी रहा है। भारत के अधिकतर बुद्धिजीवियों के लिए दुनिया में ज्ञान के दो ही स्रोत हैं। पूँजीवादी चिंतन पद्धति और मार्क्सवादी चिंतन पद्धति। इसके अतिरिक्त उनके लिए दुनिया को दिशा देने में सक्षम कोई अन्य विचारधारा समूचे विश्व में नहीं है। लोकतांत्रिक बहुलतावाद की वकालत करने वाले ये बुद्धिजीवी, अपनी समझ और आचरण द्वारा विचारों के केंद्रीकरण का कार्य करते हैं। ठीक बात है कि मुख्य रूप से यही दो विचारधाराएँ चिंतन के केंद्र में हैं, किंतु दुनिया में अन्य अनेक विचार मौजूद हैं, जिनका उपयोग करके विकल्प की चेतना का भाव जनमानस में भरा जा सकता है। कम-से-कम सोचने-समझने का नया नजरिया दुनिया के समक्ष प्रस्तुत किया जा सकता है।

मनुष्य की स्वतंत्रता और समानता का हनन, युद्ध, उन्माद, प्रकृति का विनाश जैसे अनेक संकटों के केंद्र में यही दोनों विचारधाराएँ हैं। प्रतिद्वंद्वी दिखने वाली दोनों व्यवस्थाएँ, तात्विक रूप में एक जैसी हैं। सामान्य मनुष्य के खिलाफ कभी भी आपस में मिल सकती हैं, मिलती रही हैं। इन्हीं का द्वंद्व, वर्तमान का द्वंद्व है। फिर भी मीडिया इन्हें प्रतिदिन प्रासंगिक बनाए रखने के नए-नए उपक्रम करता रहता है। दरअसल, इसके पीछे पश्चिम प्रेरित सांस्कृतिक उद्योग है, जो ऐसी व्यवस्था की निर्मिति करता है। अनेक तरह के व्यावसायिक और वैचारिक हित इससे जुड़े हुए हैं। भारत में तथाकथित दक्षिणपंथी मीडिया के उद्भव को इसी परिप्रेक्ष्य में समझा जा सकता है। अध्ययन-अध्यापन और पत्रकारिता के क्षेत्र में जिस तरह से तथाकथित प्रगतिशीलता का कुंभ स्नान किया-कराया जाता रहा है, उसी की प्रतिक्रिया स्वरूप भारत में इस तथाकथित दक्षिणपंथी मीडिया का जन्म हुआ है। सुविधा की दृष्टि से इसे कुछ बुद्धिजीवी दक्षिणपंथी कह सकते हैं, क्योंकि यह उन विचारों को स्थापित करने का प्रयास करती है, जिसे छोड़कर आगे बढ़ने को स्वभावतः प्रगतिशील माना जाता है। फिर भी, यह भारतीय मन का प्रतिनिधित्व करने के बजाय यूरोपीय दक्षिणपंथ और वामपंथ के नजरिये से कार्य करती है। इन दोनों में सही-गलत कौन है, यह शोध का प्रश्न है, किंतु भारत के सांस्कृतिक जीवन को स्थापित करने वाली मीडिया, सरोकारपरक, बहुलतावादी, मानवीय तथा तार्किक मीडिया आज भी संकल्पना मात्र ही है। भारतीय लोकतंत्र की मीडिया का आदर्श न पूँजीवादी संस्कृति हो सकती है और न मार्क्सवादी। औपनिवेशिक मानसिकता को समझने के लिए विदेशी सरकारों तथा कॉरपोरेट घरानों द्वारा एनजीओ की बसाई दुनिया को समझना भी आवश्यक है। आज देश में एनजीओ की समांतर सत्ता है। वह अपने नजरिये से लोकतंत्र की परिभाषा गढ़ सकते हैं और आपको भी उसी तरह सोचने पर विवश कर

सकते हैं। इसे मीडिया-कॉर्पोरेट-एनजीओ के नेक्सस के रूप में समझा जा सकता है। अनेक पत्रकार एनजीओ के सच को, जो उन्हें प्रचारित करना होता है या जिस आइडिया से वह सहमत होते हैं, उसको ही भारत का सच बनाकर प्रस्तुत करते हैं। एनजीओ की देश में सकारात्मक भूमिका है। नागरिक समाज का आवश्यक अंग बनकर वे काम करती हैं, किंतु यह संभावना भी बनी रहती है कि विदेशी फंडिंग से चलने वाले एनजीओ आर्थिक और बौद्धिक ताकत जहाँ से ग्रहण करते हैं, उनकी भावनाओं के अनुरूप व्यवस्था में दखल का कार्य भी कर सकते हैं, करते रहे हैं। एनजीओ जरूरी होते हुए भी राजनीतिक सत्ता और व्यवस्था का विकल्प नहीं हो सकते हैं। नक्सलवादी आंदोलन से लेकर किसान आंदोलन टूल किट, कोरोना टूल-किट प्रकरण को यदि पूरे डिजाइन के साथ देखा जाए तो एनजीओ की भूमिका का स्याह चेहरा दिखाई पड़ता है। बहुत संभव है आर्थिक और बौद्धिक गुलामी देश के टुकड़े होने की मांग में बदल जाए और मीडिया उसे आजादी की माँग से जोड़ दे।

निष्कर्ष

मीडिया के वर्तमान से, मीडिया में काम करने के इच्छुक प्रशिक्षुओं का सामना होना स्वाभाविक है। ऐसे में उन्हें प्रशिक्षण के स्तर पर वस्तुस्थिति को समझने की आवश्यकता है। विद्यार्थियों में विश्वास बनाए रखने के साथ, उन्हें बताने की आवश्यकता है कि उनका हस्तक्षेप वस्तुस्थिति में फर्क पैदा कर सकता है। मीडिया उद्योग है, इसी आधार पर, न वह ‘गैर जरूरी’ हो जाता है न ही ‘राष्ट्र विरोधी’। पूँजीपतियों द्वारा संचालित अनेक तरह के उद्योग हैं, वे भी तो अपनी भूमिकाएँ निभा रहे हैं, फिर मीडिया के उद्योग बन जाने से इतना डर क्यों? मीडिया पर पाठक-दर्शक का अपना दबाव होता है। पाठकों की अभिरुचियाँ, पत्र-पत्रिकाओं का स्वरूप, कार्यक्रमों की रूपरेखा निर्धारित करती हैं। पाठक-दर्शक अब भले ही ‘टारगेट ऑडियंस’ बन चुका है, किंतु उसे नजरअंदाज करने की स्थिति में मीडिया आज भी नहीं है। आज माध्यम इतने शक्तिशाली हैं कि अपने एजेंडे के तहत अपने उपभोक्ता का निर्माण कर सकते हैं, कर रहे हैं, किंतु उपभोक्ताओं को अपना बनाने का प्रयास भी, प्रबंध विभाग और कुछ विशिष्ट पत्रकारों द्वारा निरंतर किया जाता है। वर्तमान मीडिया मार्केट उत्पाद है और मार्केट का मूल मंत्र उपभोक्ताओं के प्रति ‘लॉयल्टी’ है। उपभोक्ता आकर्षित होते रहेंगे तो शेयर और लाभ के क्षेत्र में मनवांछित परिणाम भी प्राप्त होता रहेगा। पूँजी के दबाव के बावजूद ऑडियंस के दबाव की अनदेखी मीडिया इसलिए नहीं कर सकती है, क्योंकि उसे ऐसा करने की इजाजत उसके पीछे काम करने वाला मार्केट ही नहीं देगा। अमेरिकी स्कूल और यूरोपीय स्कूल की संयुक्त विशेषताओं से युक्त प्रशिक्षण कार्यक्रम का निर्माण करना होगा। क्राफ्ट लर्निंग की समुचित जानकारी देने के साथ-साथ अंतर्विषयक समझ प्रदान करने वाले विषयों को पाठ्यक्रमों का हिस्सा बनाना होगा। राजनीति, अर्थनीति, इतिहास, संस्कृति, भाषा, वर्तनी, इत्यादि अनुशासनों को पाठ्यक्रम से जोड़ने पर विद्यार्थियों की समझ बहुआयामी और तार्किक होगी। कैमरावर्क, रिपोर्टिंग, एंकरिंग, एडिटिंग, प्रोडक्शन के प्रशिक्षण के साथ विश्लेषणात्मक क्षमता का विकास होगा। मीडिया ही नहीं, सभ्यता के संकट का बड़ा कारण, समाज और राष्ट्र का अपने आदर्शों, मूल्यों के प्रति उदासीनता का भाव है, विचार परंपरा से दूरी

है। हम अपनी समस्याएँ दूसरों की आँख से देखना चाहते हैं। अतः भारतीय ज्ञान परंपरा को भी मीडिया शिक्षण का अनिवार्य हिस्सा बनाने की जरूरत है। चरित्र निर्माण, राष्ट्र निर्माण तभी संभव है। सांस्कृतिक चेतना समन्वित शिक्षा विद्यार्थियों को जमीनी सरोकारों से जोड़ने में सहायता प्रदान करेगी। कर्तव्य-भाव विकसित करेगी। मीडिया को केवल पढ़े-लिखे पत्रकार नहीं, पढ़ी-लिखी जनता सुधार सकती है। समाज की जागरूकता, गंभीरता उसे संवेदनशील बनाएगी। इसके लिए जनमानस को बड़ी संख्या में शिक्षित (साक्षर नहीं) करना होगा। भारतीय समाज जब अपनी निजताओं और प्रतिबद्धताओं के प्रति अधिक सचेत होगा, तो मीडिया को उसकी इच्छाओं का सम्मान करना ही पड़ेगा।

मीडिया प्रशिक्षण हेतु कोई विद्यार्थी एक, दो या तीन वर्षों के लिए मीडिया संस्थान में आता है। संभव है, उसके ऊपर जाति, धर्म के अनेक सामाजिक दबाव कार्य कर रहे हों। मीडिया में काम करते समय यही प्रभाव उनकी जातीय-वर्गीय मानसिकता के रूप में परिलक्षित होती है। समाज का विभेद, संभव है मीडिया के कार्यक्रम का स्वरूप भी प्रभावित करे। इतने कम समय में विद्यार्थियों पर संस्थान सभी विषयों पर तो कार्य नहीं कर सकता है, न ही सभी को पाठ्यक्रम का हिस्सा बनाया जा सकता है। फिर भी जितना संभव हो, इस पर कार्य करने की जरूरत है। कम-से-कम इन मुद्दों को रोजमर्रा के प्रशिक्षण, संवाद का अंग बनाने का प्रयास किया जाना चाहिए। परियोजना कार्य को अंतर्विषयक, समाजपरक और फील्ड आधारित बनाने की आवश्यकता है। प्राथमिक डेटा संग्रहण, स्पॉट रिपोर्टिंग तथा उनके विश्लेषण को पाठ्यक्रम का अनिवार्य अंग बनाए जाने की आवश्यकता है। आचारसंहिता, प्रेस कानून, केस स्टडी के आधार पर पत्रकारीय मूल्यों की तलाश, तथा पत्रकारिता के इतिहास को पाठ्यक्रम का अनिवार्य हिस्सा बनाया जाना चाहिए। भाषा और वर्तनी की सूक्ष्मताओं की जानकारी विद्यार्थियों को होनी चाहिए। शब्दों का सटीक चयन और प्रभावशाली अभिव्यक्ति, उनके लिखे को गंभीर और असरदार बनाएगा। मध्यवर्ग, जो कि आज मीडिया का प्रमुख उपभोक्ता है, का भारत के निर्माण में अभूतपूर्व योगदान रहा है। अपनी क्षुद्रताओं से निकलकर उसने अनेक बार समाज का नेतृत्व किया है। समय और समाज की जरूरतें उसे बदलने का सामर्थ्य रखती हैं। उसका बदलाव मीडिया से कभी भी अतिरिक्त संवेदनशीलता की माँग कर सकती हैं। समाजीकरण की प्रक्रिया में मुख्यधारा के समीकरण भी प्रभावित होते रहते हैं। नई चेतना के प्रकाश में नए तरह हित समूह और दबाव समूहों का निर्माण होता है। व्यवस्थाएँ उनकी अनदेखी नहीं कर सकती हैं। लोकतांत्रिक संस्थाओं को उनके प्रति जवाबदेह होना होता है। नहीं तो उनके अस्तित्व पर संकट पैदा हो जाता है। उनकी वैधता, जो उन्हें जनता द्वारा मिलती है, खतरे में आ जाती है।

मीडिया इसका अपवाद नहीं है। स्त्री-पुरुष, गाँव-शहर, अमीर-गरीब जैसे संवेदनशील मुद्दे को भी अध्ययन का जरूरी हिस्सा बनाने की आवश्यकता है।

संदर्भ

- अंजुम, अ. (2009, अगस्त). हमाम में हम सब नंगे हैं. *कथादेश*, 6, 37.
- कपिल. (2009, अगस्त). हिंदी पत्रकारिता में युवाओं का समाजशास्त्र. *कथादेश*, 6, 160-161.
- कश्यप. (2008). *खबरें विस्तार से*, (पहला संस्करण ed.). नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन.
- कौल, ज. (2000). *हिंदी पत्रकारिता का बाजार भाव*, (प्रथम संस्करण ed.), नई दिल्ली : प्रभात प्रकाशन
- कौल, ज. (2002). *हिंदी पत्रकारिता का बाजार भाव*, पृष्ठ- 13-14 (प्रथम संस्करण ed.), नई दिल्ली : प्रभात प्रकाशन
- धूलिया, स. (2009, अगस्त). विभाजित समाज, विखंडित मीडिया. *कथादेश*, 6, 18.
- नंदा, व. एवं सहाय.उ. (2009). *मीडिया और जन संवाद* , पृष्ठ- 114 (संस्करण सं.). नई दिल्ली : सामयिक प्रकाशन.
- पचौरी, स. (1991). *दूरदर्शन की भूमिका*. नई दिल्ली : सचिन प्रकाशन.
- पटनायक, क. (2009, जून). समाचार-पत्र : जनमत का प्रहरी, जनमत का निर्माता. *सामयिक वार्ता*, 9 (जून 2009), 10-12.
- पटनायक, क. (2009, जून). समाचार पत्र : जनमत का प्रहरी, जनमत का निर्माता. *सामयिक वार्ता*, 9, 10-12.
- मंडलोई, ल. (2006). *इनसाइड लाइव*, पृष्ठ- 41 (प्रथम संस्करण ed.). हरियाणा : आधार प्रकाशन
- मिश्र, ग. (सं.). (2019). *भारत की पहचान*, पृष्ठ- 10 (प्रथम संस्करण ed.). राष्ट्रीय पुस्तक न्यास, भारत.
- मैकचेस्नी, वी. एफ. (सं.). (2006). *पूँजीवाद और सूचना का युग*, पृष्ठ- 46 (प्रथम हिंदी संस्करण ed.). दिल्ली : ग्रंथ शिल्पी
- मोहन, ए. (2006). मीडिया और बाजार. *मीडिया, शासन और बाजार* (प्रथम पेपरबैक संस्करण 13-14). बीकानेर : वाग्देवी प्रकाशन



मीडिया शिक्षा : 21वीं सदी की आवश्यकता

कुमारी पूनम¹

सारांश

यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगा कि अधिकांश स्थितियों में परिवर्तन और परिवर्तन की सोच तथा वैचारिक परिवेश को मीडिया ने प्रभावित किया है। सूचना और विचारों के संवाहक और संप्रेषण की भूमिका के दायरे को विस्तारित कर आज मीडिया सूचना और विचारों के उत्प्रेरक की भूमिका निभा रहा है। जिस प्रकार पिछले कुछ वर्षों में पत्रकारिता की भूमिका में क्रांतिकारी परिवर्तन हुए हैं, उसी तरह से पत्रकारिता शिक्षा के क्षेत्र में भी व्यापक परिवर्तन हुए हैं। यह परिवर्तन पाठ्यक्रमों के प्रकारों से लेकर प्रशिक्षण संस्थानों के प्रकार तक विस्तृत और विस्तारित है। मीडिया शिक्षण की आवश्यकता को हमें आज इसी परिप्रेक्ष्य में देखना होगा। हमारी मीडिया शिक्षा वर्तमान में दो तरह के वैचारिक द्वंदों के बीच झूल रही है। एक है, नैसर्गिक प्रतिभा बनाम विधिवत शिक्षा और दूसरा है, मिशन बनाम प्रोफेशनलिज्म। इन दोनों ही द्वंदों के बीच में से रास्ता खोजकर मीडिया शिक्षा की संभावनाओं, आवश्यकताओं, विशेषताओं और संदर्भों को देखना होगा। भारत और पूरी दुनिया में आज जिस तरह से जनसंचार माध्यमों की माँग बढ़ी है और मीडिया संगठनों का जिस तरह से विस्तार हो रहा है, उन्हें ध्यान में रखते हुए इन संगठनों में काम करने के इच्छुक लोगों को सिखाने और उन्हें तैयार करने के लिए कई शिक्षण संस्थान भी खुल गए हैं। तेजी से हो रहे इन प्रौद्योगिकी बदलावों ने न केवल प्रिंट बल्कि रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा जैसे विभिन्न माध्यमों के काम करने के तरीकों को भी बदल डाला है। वर्तमान में मीडिया संगठनों में काम करने वाले अधिकतर लोगों को अपने कौशल को बढ़ाने के लिए काम के दौरान प्रशिक्षण कार्यक्रमों की जरूरत महसूस होने लगी है। मीडिया के विकास और इसमें बढ़ते जा रहे आर्थिक निवेश पर यदि गौर करें तो हमें महसूस होगा कि आने वाले समय में मीडिया उद्योग एक अग्रणी उद्योग की श्रेणी में खड़ा होगा। ऐसा उद्योग, जो देश की दिशा तय करे और दशा को सुधारे। ऐसे उद्योगों के लिए सही ज्ञान एवं दृष्टिकोण रखने वाले व्यक्तियों को विकसित करने का कार्य मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों को ही करना होगा। यह कार्य जितना चुनौतीपूर्ण है उतना ही आवश्यक भी है। जितनी चुनौतियाँ मीडिया के सामने हैं, उतनी ही चुनौतियाँ मीडिया शिक्षा के सामने भी हैं। मीडिया शिक्षा एक ऐसा क्षेत्र है, जिसमें व्यापक और दूरगामी संभावनाएँ हैं। मीडिया शिक्षा पर गंभीर चिंतन जरूरी है, जिससे एक ठोस और कारगर कार्ययोजना बनाई जा सके। एक ऐसी योजना, जो पूरे देश में मीडिया शिक्षा का एक मौलिक मॉडल खड़ा करें, जिसके माध्यम से मीडिया के क्षेत्र में काम करने के लिए सक्षम, दक्ष और मूल्यनिष्ठ पेशेवरों की एक नई पौध तैयार हो सके।

संकेत शब्द : मीडिया, मीडिया संस्थान, तकनीकी, मीडिया शिक्षा, प्रशिक्षण

प्रस्तावना

लोकतांत्रिक देशों में विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के क्रियाकलापों पर नजर रखने के लिए मीडिया को चौथे स्तंभ के रूप में जाना जाता है। 18वीं शताब्दी के बाद से आज तक जनता को जागरूक बनाने में मीडिया ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है और जीवन के हर एक पहलू में इसका दखल दृष्टिगोचर है। मीडिया एक ऐसा समग्र तंत्र है, जिसमें प्रिंटिंग प्रेस, पत्रकार, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा, इंटरनेट आदि सूचना के ऐसे माध्यम सम्मिलित हैं, जिससे किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश को आर्थिक सामाजिक, सांस्कृतिक एवं राजनैतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है। आपातकाल के बाद से ही पत्रकारिता की सूरत और सीरत में काफी बदलाव आ गया है। जहाँ पहले पत्रकारिता एक मिशन के रूप में कार्य करती थी, वहीं धीरे-धीरे यह मिशन न बनकर पूरी तरह से प्रोफेशन हो गई और देखते-ही-देखते मीडिया शिक्षा का ऐसा जाल फैलाया गया, जो केवल डिग्रियाँ देने का काम ही कर रही है। इस मीडिया शिक्षा में पत्रकारिता का काफी हद तक लोप हो गया और पत्रकारिता हाशिये पर जा खड़ी हुई (कुमार, 2016)। पत्रकारिता का उद्भव 131 ई. पूर्व रोम में हुआ था, लेकिन आज यह युवाओं की पहली पसंद बन गया है। तमाम युवा अपने जीवन को पत्रकारिता के इस

ग्लैमर से सजाना, सँवारना चाहते हैं, लेकिन युवाओं के इसी आकर्षण ने पत्रकारिता में एक अजब-सा माहौल बना दिया। चारों ओर मीडिया का वर्चस्व इतनी तेजी से फैला है कि युवा वर्ग इसकी चकाचौंध से प्रभावित हुए बिना न रह सका। अब प्रत्येक वर्ष ज्यादा से ज्यादा शिक्षार्थी मीडिया की शिक्षा प्राप्त करने के लिए पत्रकारिता करने आते हैं, लेकिन उनके पास व्यावहारिक ज्ञान लगभग शून्य ही होता है। इस कारण वे बेरोजगारी के शिकार हो जाते हैं। इस स्थिति में एक तरफ तो युवा पत्रकारों का भविष्य अंधकारमय हो जाता है, तो वहीं दूसरी तरफ अप्रशिक्षित पत्रकार गलत रास्ता चुनकर अपना भविष्य बनाने की कोशिश करते हैं, जो पत्रकारिता को दूषित करता है।

वर्षों से पत्रकारिता को एक मिशन मानकर उसे सामाजिक आवश्यकताओं और परिस्थितियों के आधार पर संचालित करने का प्रयास हो रहा है। आज व्यावसायिक स्पर्धा के दौर में नई-नई वृत्तियाँ विकसित हो रही हैं। ऐसे में मीडिया को सिर्फ मिशन तक ही सीमित नहीं किया जा सकता। मीडिया में मिशन के साथ-साथ 'प्रोफेशनलिज्म' जोड़ना भी इस सदी की आवश्यकता है। पत्रकारिता एक 'नोबेल प्रोफेशन' है, जो मूल्यों और सिद्धांतों पर आधारित है। एक 'मिशनरी प्रोफेशन' होने के कारण इसका विधिवत् और शास्त्रीय शिक्षण भी जरूरी है। ऐसा शिक्षण जो

¹ शोध छात्रा, उत्तर प्रदेश राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज, भारत. ई-मेल: poonamtan234@gmail.com

न केवल पत्रकारिता के गुरु सिखाए, बल्कि इससे जुड़े मूल्यों एवं आदर्शों की भी बातें करें (ठाकुरता, 2007, पृ. 23)। कहने की जरूरत नहीं है कि अगर मीडिया संस्थान ईमानदार पत्रकारीय मूल्यों, आचार संहिताओं और लोकतांत्रिक मूल्यों के प्रति प्रतिबद्ध हो जाएँ तो वहाँ इस बात की संभावना बहुत कम होगी कि कोई भ्रष्ट, अनैतिक और मूर्ख पत्रकार लंबे समय तक टिक पाए ('भारतीय मीडिया का इतिहास...', 2019)। वास्तव में पत्रकारिता करने के लिए प्रतिभाशाली, पढ़े-लिखे, विभिन्न विषयों के विशेषज्ञ, संवेदनशील और गंभीर लोगों की जरूरत है, लेकिन न्यू मीडिया में मनोरंजन के बढ़ते चलन और उसके दबाव में पत्रकारिता को हल्का-फुल्का बनाने का सांस्थानिक दबाव इस कदर बढ़ता जा रहा है कि कॉरपोरेट मीडिया को बहुत प्रतिभाशाली, पढ़े-लिखे और विशेषज्ञ पत्रकारों की आवश्यकता ही नहीं रह गई है (जोशी, 2006, पृ. 32)।

शोध उद्देश्य

- मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में हुए व्यापक परिवर्तनों का वर्तमान परिप्रेक्ष्य में अध्ययन करना।
- मीडिया शिक्षा की संभावनाओं, आवश्यकताओं, विशेषताओं, पत्रकारिता शिक्षण की व्यावसायिक आवश्यकताओं और तकनीकी अनुशासन के साथ ही वैचारिक धरातल पर परखने का प्रयास करना।
- नई शिक्षा नीति के माध्यम से पत्रकारिता शिक्षण के भविष्य की संभावनाओं की तलाश करना।

शोध पद्धति

शोधपत्र के उद्देश्य की पूर्ति के लिए विश्लेषणात्मक तथा तुलनात्मक शोध पद्धति का प्रयोग किया गया। संबंधित साहित्य, विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं व आलेखों के अध्ययन के साथ चर्चित विद्वानों एवं साहित्यकारों के द्वारा प्रस्तुत शोध के आलोक में उपलब्ध विचारों को समीक्षात्मक व्याख्या के लिए उपयोग करने का प्रयास किया गया है।

भारतीय मीडिया : संक्षिप्त इतिहास

भारतीय मीडिया का इतिहास 18वीं शताब्दी के उत्तरार्ध से शुरू हुआ और वर्तमान में 21वीं शताब्दी के सबसे बड़े कामकाजी लोकतंत्र के अस्तित्व का एक महत्वपूर्ण केंद्रबिंदु बन गया है। 18वीं शताब्दी के उत्तरार्ध में भारतीय समाचार पत्रों ने न केवल शासकों के लिए बल्कि भारत से बाहर रहने वाले पाठकों के लिए भी समाचार मुहैया करवाए। उस समय अखबारों का प्रकाशन बहुत बड़े पैमाने पर नहीं होता था, बल्कि छोटे-छोटे निजी वाणिज्यिक उद्यमों के रूप में था और एक लंबे समय तक उसी अवस्था में रहा। सर्वप्रथम एक आयरिश जेम्स आगस्टस हिक्की ने 1780 में अंग्रेजी भाषा में भारत का पहला समाचार पत्र 'बंगाल गजट' प्रकाशित किया। यह अखबार व्यंग्यात्मक था। अखबारों के सेंसरशिप के कथानक को भारत के पहले गवर्नर जनरल के खिलाफ एक अभियान के परिणामस्वरूप देखा जा सकता है, जब 'बंगाल गजट' के वितरण को आधिकारिक चैनलों के माध्यम से प्रतिबंधित कर दिया गया था। यह वह घटना थी, जिसने कथित तौर पर हिक्की की अवधारणा को मजबूत किया

कि प्रेस को अपने उद्देश्य की पूर्ति करने के लिए स्वतंत्र होना ही चाहिए। हिक्की की गिरफ्तारी के बाद अंततः भारत का पहला अखबार 1782 में बंद हो गया। हालाँकि उस समय अखबारों का अस्तित्व बहुत सीमित था, लेकिन इस घटना ने और भी लोगों को समाचार पत्र प्रकाशित करने के लिए प्रेरित किया। इसी के बाद बॉम्बे हेराल्ड (1789), बॉम्बे कूरियर (1790) और बॉम्बे गजट (1791) जैसे अखबारों का प्रकाशन शुरू हुआ। इसका नतीजा यह हुआ कि एक तरफ सरकार प्रेस की स्वतंत्रता पर प्रतिबंध लगा रही थी, तो वहीं दूसरी तरफ सरकार की आलोचनाएँ भी मुखर हो रही थीं, जिस कारण उसकी बौखलाहट बढ़ती जा रही थी।

उसके बाद लगातार दो दशकों से भी अधिक समय तक प्रेस की स्वतंत्रता पर लगाम लगाने का प्रयास निरंतर जारी रहा। वर्ष 1822 में समाज सुधारक राजा राममोहन राय ने अपने प्रकाशनों के माध्यम से लोगों को जागरूक करना शुरू किया। एक समाज सुधारक के रूप में उन्होंने 'सती प्रथा' जैसी सामाजिक बुराइयों के बारे में जागरूकता फैलाने के लिए 'संवाद कौमुदी' और 'मिरात-उल अखबार' का प्रकाशन किया। इस कार्य को आगे बढ़ाने में उनका साथ गवर्नर जनरल लॉर्ड विलियम बेंटिक ने भी दिया, जिसके परिणामस्वरूप वर्ष 1830 तक भारत में 33 अंग्रेजी भाषा और 16 भारतीय भाषाओं के पत्र प्रकाशित होने लगे। पंडित युगल किशोर शुक्ल ने वर्ष 1826 में हिंदी का पहला समाचार पत्र 'उदंत मार्तंड' प्रकाशित किया। हिंदीभाषी प्रेस की आवाज ब्रिटिश सरकार के खिलाफ बेहद मजबूत थी, इसलिए इस पर नियंत्रण रखने के लिए वर्ष 1878 में 'वर्नाक्युलर प्रेस एक्ट' कानून लाया गया, ताकि ब्रिटिश शासन के खिलाफ फैल रही अशांति को रोका जा सके। बाद में वर्ष 1881 में लॉर्ड रिपन ने इस कानून को निरस्त कर दिया। इस तरह अखबारों ने भारत की स्वतंत्रता की दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

भारत में रेडियो का इतिहास भी बड़ा रोचक रहा है। 1923 और 1924 के दौरान में बंबई, कलकत्ता और मद्रास (चेन्नई) में तीन रेडियो क्लबों ने अपनी सेवाओं की शुरुआत की, जो कि अधिकतर संगीत और दिन में एक-दो घंटे बातचीत पर आधारित होते थे। लेकिन यह अधिक समय तक चल न सका। वर्ष 1927 में वित्तीय मुद्दों के कारण उन्हें बंद करना पड़ा। इसके बाद भारत सरकार और एक निजी कंपनी के बीच एक समझौते के तहत भारतीय प्रसारण कंपनी लिमिटेड (आईबीसी) के नाम से संचालित होने वाली एक प्रसारण सेवा बंबई में स्थापित की गई थी। कलकत्ता के बाद आईबीसी और सरकार ने इसे भी बंद कर दिया। इसके पश्चात् श्रम और उद्योग विभाग ने 'भारतीय राज्य प्रसारण निगम' के नए नाम के तहत परीक्षण के आधार पर प्रसारण का संचालन शुरू किया। तभी से भारत में रेडियो प्रसारण सरकारी नियंत्रण में है। वर्ष 1936 में कंपनी का नाम बदलकर 'ऑल इंडिया रेडियो' कर दिया गया। वर्ष 1956 में राज्य प्रसारक ऑल इंडिया रेडियो को 'आकाशवाणी' का नाम दिया गया। 1957 में 'आकाशवाणी' ने फिल्म और संगीत पर आधारित विविध भारती का शुभारंभ किया। आजकल ऑल इंडिया रेडियो और निजी वाणिज्यिक रेडियो स्टेशन भारत में एक विविध और विस्तृत रेडियो परिदृश्य बनाते हैं।

भारत में टेलीविजन की शुरुआत 15 सितंबर, 1959 से शुरू हुए

एक परीक्षण प्रसारण से मानी जाती है। भारत में 1975 तक केवल सात शहरों में सरकार द्वारा संचालित राष्ट्रीय टेलीविजन सेवा 'दूरदर्शन' की पहुँच थी। वर्ष 1982 में भारत में रंगीन टेलीविजन का आगमन हुआ। वर्ष 1991 से भारतीय टेलीविजन के दर्शकों के लिए चीजें नाटकीय रूप से बदलीं, जब 1991 के खाड़ी युद्ध को सीएनएन के माध्यम से भारतीय घरों तक पहुँच मिली। संयोगवश यह वही वर्ष था जब भारत सरकार ने अर्थव्यवस्था के द्वार खोले और निजी उपग्रह टेलीविजन चैनलों को भारत में फलने-फूलने की अनुमति दी। तब पहली बार दूरदर्शन के अतिरिक्त सन नेटवर्क, जी नेटवर्क और स्टार नेटवर्क सहित कई अन्य नेटवर्क घरेलू नाम बन गए और कुछ प्रसिद्ध अँग्रेजी धारावाहिकों के विदेशों में प्रसारण के कारण भारत भी वैश्विक मनोरंजन जगत् तक पहुँच बना सका।

कुल मिलाकर वर्तमान मीडिया परिदृश्य पर नजर डालें तो आज (2018) भारत में 1,18,239 मीडिया प्रकाशन, 38933 साप्ताहिक समाचार पत्र और पत्रिकाएँ, 17,160 दैनिक समाचार पत्र, 880 उपग्रह टेलीविजन चैनल, 380 से अधिक समाचार टेलीविजन चैनल और 550 से भी अधिक गैर समाचार मनोरंजन रेडियो स्टेशन हैं। सांख्यिकी पोर्टल स्टेटिस्टा के अनुसार वर्ष 2018 में केबल और सैटेलाइट द्वारा भारत में टीवी की पहुँच 82 प्रतिशत थी और वर्ष 2023 तक बढ़कर 84 प्रतिशत होने की संभावना है। भारतीय मीडिया को हमेशा से ही चुनौतियों से गुजरना पड़ा है। बार-बार प्रेस की स्वतंत्रता पर अंकुश लगाया जाता है, जिस कारण मीडिया स्वतंत्र रूप से अपना कार्य नहीं कर पा रहा है। इन विभिन्न चुनौतियों के बावजूद भी भारतीय मीडिया लोकतंत्र का सबसे स्थायी और मजबूत स्तंभ है। चाहे मीडिया को कितनी ही चुनौतियों का सामना क्यों न करना पड़े, फिर भी वह सदैव एक प्रहरी की भूमिका निभाने की कोशिश करता रहा है (भारतीय मीडिया का इतिहास..., 2019)।

मीडिया शिक्षण में बढ़ती प्रतिस्पर्धा

मीडिया में संचार के विभिन्न साधन रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र, इंटरनेट आदि सम्मिलित होते हैं। संचार के दो या दो से अधिक साधनों को सामूहिक रूप से मीडिया कहा जाता है। बिना माध्यम के कोई भी संदेश ग्रहण करने व भेजने की प्रक्रिया संपन्न नहीं हो सकती। माध्यम ही सूचना की शक्ति और उसकी प्रभाव क्षमता को तीव्र बनाता है। मीडिया का मुख्य उद्देश्य ही समाज को सूचनाएँ प्रेषित करना, उन्हें शिक्षित करना और प्रेरित करना है, ताकि नए विचारों और तकनीकों को स्वीकार किया जा सके और उनकी जीवनशैली में सुधार हो सके। मीडिया के माध्यमों में समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, टीवी, रेडियो, बिलबोर्ड, टेलीफोन, फैक्स, इंटरनेट आदि शामिल हैं। मीडिया शब्द की उत्पत्ति 16वीं शताब्दी के अंत में लैटिन भाषा से मानी गई है। जैसे मीडिया का उद्देश्य संवाद स्थापित करना है, लेकिन वर्तमान में मीडिया लोगों को सूचित, शिक्षित, मनोरंजन प्रदान करने के साथ ही लोगों को अपनी राय बनाने, उनको सिखाने, मॉनिटर करने आदि में भी महारत लिए हुए है। जनता को शिक्षित करने में भी मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। इसी कारण आज टीवी चैनलों पर कई शैक्षिक कार्यक्रमों का प्रसारण किया जा रहा है। इंटरनेट नामक नवीन मीडिया आज हमारे सबसे करीब है और ज्यादातर यह युवाओं को अपनी ओर आकर्षित करने में कामयाब हो रहा है, क्योंकि यह उनको एक ही

मंच पर कोई भी सामग्री ढूँढ़ने के साथ-ही-साथ देखने, सुनने और बोलने की भी स्वतंत्रता प्रदान करता है। यही कारण है कि आज भारतीय इंटरनेट सबसे बड़े उपभोक्ता के रूप में अमेरिका और चीन के बाद तीसरे नंबर पर पहुँच गया है ('मीडिया का अर्थ...')। रेडियो, दूरदर्शन, इंटरनेट आदि ऐसे माध्यम हैं, जो केवल लोगों को सूचनाएँ ही नहीं देते, बल्कि उनको शिक्षित भी करते हैं। वर्तमान समय में मीडिया शिक्षण के माध्यम से बच्चों को अनौपचारिक रूप से पाठों से जोड़ा जाता है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के बहुत सारे शिक्षा से जुड़े हुए कार्यक्रम इस दृष्टि से बहुत ही महत्वपूर्ण हैं। ये कार्यक्रम विद्यार्थियों के साथ-साथ जनसामान्य के लिए भी अत्यधिक जरूरी व लाभदायक हैं। आकाशवाणी द्वारा विभिन्न कार्यक्रम प्रत्येक उम्र व वर्ग के विद्यार्थियों व अध्यापकों के लिए समय-समय पर प्रसारित किए जाते हैं। इसी प्रकार से दूरदर्शन के माध्यम से भी शिक्षा से जुड़े कार्यक्रमों का प्रदर्शन समय-समय पर किया जाता रहा है। इन कार्यक्रमों में विज्ञान, गणित, अर्थशास्त्र, सामाजिक विज्ञान आदि विषयों को सम्मिलित किया जाता है, जो एक प्रकार से बच्चों को सूझ-बूझ तो देते ही हैं, साथ ही बच्चों को ज्ञानवान भी बनाते हैं। कक्षा में समाचार पत्र, पत्रिकाओं आदि की सहायता से शिक्षण जहाँ विषय को जीवंत बनाता है, वहीं बच्चों को समाज से भी जोड़ता है। अलग-अलग तरह के शोध ने कक्षा के भीतर व कक्षा के बाहर इन साधनों के प्रयोग का मूल्यांकन किया तो पाया कि शिक्षा के साधन के रूप में इनके परिणाम उत्साहवर्धक हैं। आज बहुत से भारतीय संगठन इंटरनेट के माध्यम से सूचनाएँ उपलब्ध करा रहे हैं। वर्तमान समय में नई-नई तकनीकें शिक्षा के क्षेत्र में आ गई हैं, जैसे—मल्टीमीडिया, सैटेलाइट संचार, इंटरनेट, ई-मेल, शैक्षिक दूरदर्शन, शैक्षिक रेडियो, चलचित्र, टेलीकान्फ्रेंसिंग आदि। इस प्रकार यदि शैक्षिक दृष्टि से देखा जाए तो मीडिया शिक्षण हम सबके लिए अत्यंत आवश्यक व उपयोगी है (राठी, 2017)। बदलते वक्त के साथ-साथ मीडिया शिक्षण में भी बदलाव देखने को मिल रहा है।

वर्तमान समय में यदि हम देखें तो मीडिया शिक्षण के क्षेत्र में एक अनोखी स्पर्धा चल रही है। जैसे-जैसे मीडिया में बदलाव आ रहे हैं वैसे ही मीडिया शिक्षण में भी बदलाव हो रहे हैं। एक-दूसरे से आगे निकलने की होड़ में बिना जाँच-पड़ताल किए ही खबरों को परोस दिया जाता है, जिसका समाज पर बुरा प्रभाव पड़ता है। आज के समय में जैसे लोग एक डॉक्टर से सही उपचार की अपेक्षा करते हैं, वैसे ही एक पत्रकार से भी सही खबरों की अपेक्षा करते हैं। वर्तमान समय में मीडिया शिक्षण में हमें ऐसे कोर्स बनाने की ओर ध्यान देना चाहिए जिसमें कंटेंट के साथ-साथ नई तकनीकों का भी समावेश हो। यह अब हमें ही तय करना होगा कि पत्रकारिता का मूल मकसद क्या है और हम पत्रकारिता कर किसके लिए रहे हैं। क्या हमारी पत्रकारिता बाजार के लिए है, कॉर्पोरेट जगत् के लिए है, सरकार के लिए है या फिर समाज के लिए है। यदि वास्तव में हमें सच्चा लोकतंत्र चाहिए तो हमें पत्रकारिता के इन मूल लक्ष्यों के विषय में गहराई से सोचना होगा ('मीडिया एजुकेशन के भविष्य की....', 2020)।

बदलती मीडिया और तकनीक की सूरत

21वीं सदी को तकनीक, विज्ञान, इंटरनेट, सूचनाओं की सदी, मीडिया युग, डिजिटल युग और ऐसे ही न जाने कितने नामों से संबोधित

किया जा रहा है। सूचना तंत्र को इस सदी का सबसे शक्तिशाली तंत्र माना जा रहा है। आज पूरा विश्व इन्हीं सूचनाओं के संजाल पर टिका हुआ है और उसे सूचना प्रदान करने का कार्य टीवी, रेडियो, इंटरनेट आदि के माध्यम से किया जा रहा है। तकनीकी युग से पहले जहाँ सूचनाओं का दायरा सीमित था, वहीं अब इसका बहुत ही तेजी के साथ विस्तार हुआ है और दिनोंदिन यह विस्तार बढ़ता जा रहा है। आज संपूर्ण मानव जाति सूचनाओं पर पूरी तरह से जैसे आश्रित हो गई है। वह अपने आसपास, समाज, देश और विश्व में घटित होने वाली एक-एक जानकारी से अवगत होना चाहती है और इसीलिए उसे संचार के विभिन्न माध्यमों पर आश्रित होना पड़ता है। आज मानव पूर्णतः सूचना केंद्रित समाज में जी रहा है। उदारीकरण के बाद से सूचना का विस्फोट हुआ, जिसने मीडिया के लिए फलने-फूलने का बहुत अनुकूल वातावरण तैयार कर दिया और इसी के कारण मीडिया को एक अलग तरह की स्वतंत्रता मिली। लेकिन मीडिया की इसी स्वतंत्रता ने उससे सोचने-समझने की क्षमता भी जैसे छीन ली। वर्तमान समय में ब्रेकिंग न्यूज की एक ऐसी परंपरा चल पड़ी है कि अब प्रत्येक मिनट ब्रेकिंग न्यूज ही दिखाई जाती है। पश्चिमी बुद्धिजीवियों के एक वर्ग का तो यहाँ तक कहना है कि विकसित देशों में लोग सूचित कम हैं और गलत सूचनाओं के शिकार अधिक हैं।

इंटरनेट आज पूरे विश्व में एक ऐसा माध्यम है, जिस पर किसी धर्म, जाति या क्षेत्र का वर्चस्व नहीं है। इंटरनेट मनुष्य द्वारा किए गए 20वीं सदी के सभी आविष्कारों में सर्वाधिक प्रभावशाली और शक्तिशाली तकनीक है। इसने 21वीं सदी के लोगों को सामाजिक, सांस्कृतिक और वैचारिक स्तरों पर न केवल प्रभावित ही किया, बल्कि उसे मजबूती भी प्रदान की, लेकिन इस सूचना तकनीकी ने आज लोगों को इतना ज्यादा भ्रमित भी कर दिया है कि वे सूचना और मनोरंजन में फर्क नहीं कर पा रहे हैं। पूंजीवादी प्रक्रिया में तकनीक इतनी ताकतवर हो गई है कि वह माध्यम समेत विषयों व विचारों को निगल रही है। तकनीक के विकास ने आज पत्रकारिता को मीडिया और मीडिया को सोशल मीडिया बना दिया है। मीडिया ने ही सूचनाओं के आदान-प्रदान को सरल किया है। पहले जहाँ सूचना एकतरफा थी, वहीं आज मीडिया के नए माध्यमों ने इसे दोतरफा बना दिया है। इंटरएक्टिविटी इस नए माध्यम की बुनियाद में निहित है, जिसका लाभ सूचना देने वाले और प्राप्त करने वाले दोनों को होता है। आज का मीडिया जीवन के प्रत्येक क्षेत्र को प्रभावित कर रहा है। लेकिन आज मीडिया का जो रूप हम सब के सामने है उसके बारे में नोम चोमस्की द न्यूयॉर्क टाइम्स की खबर का हवाला देते हुए कहते हैं कि यह एक निगम है जो अपना उत्पाद बेचता है। मीडिया का दायित्व समाज के सभी वर्गों को समस्याओं से अवगत कराना और उसका समाधान करना है। 21वीं सदी तक आते-आते जैसे-जैसे भारत एक बाजार के रूप में उभरता गया, वैसे-वैसे पत्रकारिता ने भी अपना रूप बदला, जो प्रेस से होते हुए मीडिया की यात्रा करते हुए अब सोशल मीडिया तक पहुँच चुका है। 21वीं सदी में मीडिया सोशल मीडिया के रूप में परिवर्तित हो गया है, जिसे लोग अपनी इच्छानुसार जब चाहें जहाँ चाहें इस्तेमाल कर सकते हैं। सोशल मीडिया लोगों को आपस में जोड़ने वाली तकनीक आधारित एक दूरसंचार प्रणाली है, जो इंटरनेट आधारित तकनीक के इस वर्तमान दौर में बहुत ही अहम हो गई है। यही वह माध्यम है, जो लोगों को मुखर बना रहा है। अब हर व्यक्ति

अपनी बात बिना किसी दबाव के कह सकता है। वर्तमान में यह जनमानस की अभिव्यक्ति का एक सशक्त माध्यम बनकर उभरा है (वैभव, 2017)।

मीडिया शिक्षा में बदलाव की आवश्यकता

मीडिया शिक्षा विषय पर जोशी (2020) कहते हैं कि मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए मीडिया एजुकेशन काउंसिल की आवश्यकता है। इसकी मदद से न सिर्फ पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा के पाठ्यक्रम में सुधार होगा, बल्कि मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार पत्रकार भी तैयार किए जा सकेंगे। उन्होंने कहा कि हमें राष्ट्रीय शिक्षा नीति से प्रेरणा लेते हुए जनसंचार और पत्रकारिता शिक्षा के विषय में गहनता से विचार करना होगा। होलिस्टिक एजुकेशन पर भी ध्यान देना होगा। बामजेई (2020) का कथन है कि मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में बदलाव होना आवश्यक है। हमें पत्रकारिता विषय में नए अध्यायों को जोड़ने की दिशा में कदम उठाने होंगे और हमें उस पर सदैव नजर रखनी होगी कि हमारा मीडिया शिक्षण एक सही दिशा में चले। हमें ऐसे कोर्स लाने चाहिए, जिसमें कंटेंट के साथ-साथ नई तकनीकें भी हों। दीक्षित (2020) का पत्रकारिता शिक्षा के विषय में कहना है कि हमें सबसे पहले यह तय करना आवश्यक है कि आखिर पत्रकारिता का मकसद क्या है? क्या पत्रकारिता आज भी समाज के हित के लिए कार्य करना चाहती है? अगर वास्तव में पत्रकारिता लोकतंत्र का चतुर्थ स्तंभ बने रहना चाहती है तो एक पत्रकार और पत्रकारिता को अपने लक्ष्यों को चुनना ही होगा। हम सबको पता है कि आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के कारण लाखों नौकरियाँ गई हैं, इसलिए मीडिया शिक्षा के अंतर्गत अलग-अलग बिंदुओं पर भी नजर रखना आवश्यक है। मीडिया शिक्षा का उद्देश्य केवल छात्रों को ज्ञान देना ही नहीं है, बल्कि उन्हें औद्योगिक क्षेत्रों के अनुसार तैयार करना भी जरूरी है और इस ओर मीडिया शिक्षकों को ध्यान देना चाहिए। मीडिया शिक्षा प्राप्त करने के लिए हमें क्षेत्रीय भाषाओं पर भी ध्यान देना चाहिए। मीडिया शिक्षा संस्थानों को तकनीक के हिसाब से खुद को तैयार करने की आवश्यकता है। मीडिया शिक्षा समाज के विकास के लिए अत्यंत ही आवश्यक है, इसलिए हमें शिक्षा में हो रहे बाजारीकरण और महँगी हो रही शिक्षा पर लगाम लगानी चाहिए। मीडिया शिक्षा की यात्रा के वर्ष 2020 में 100 वर्ष पूरे हो चुके हैं, लेकिन हमें अब भी मीडिया के क्षेत्र में बहुत से काम करने हैं। हमें प्रत्येक व्यक्ति को शिक्षित करना चाहिए और हर किसी के लिए शिक्षा के द्वार खोलने चाहिए (जोशी, 2020)।

देश में पत्रकारिता के आकादमिक अध्ययन एवं प्रशिक्षण का कोर्स करने वाले छात्र-छात्राओं की संख्या हजारों में है। अध्ययन एवं प्रशिक्षण देने वाले संस्थानों में गैर-सरकारी और सरकारी दोनों शामिल हैं। सार्वजनिक क्षेत्र के संस्थान केंद्र सरकार व राज्य सरकारों के अधीन हैं। केंद्र सरकार के अधीनस्थ संस्थानों में केंद्रीय विश्वविद्यालय और सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के नियंत्रण वाली भारतीय जन संचार संस्थान जैसी संस्थाएँ हैं। राज्य सरकार के अधीनस्थ राज्य विश्वविद्यालय व उनसे संबद्ध कॉलेजों में जनसंचार, मीडिया, पत्रकारिता जैसे नामों से विभाग हैं। कई संस्थान ऐसे भी हैं, जहाँ पत्रकारिता एवं जन संचार का अध्ययन हिंदी एवं अंग्रेजी विभाग के अंतर्गत हो रहा है। इसके अतिरिक्त निजी क्षेत्र के विश्वविद्यालय और संस्थान हैं, जहाँ अकादमिक अध्ययन व प्रशिक्षण

दिया जाता है। निजी क्षेत्र के अलावा मीडिया कारोबार करने वाले संगठनों ने भी अपने प्रशिक्षण केंद्र स्थापित किए हैं। निजी क्षेत्र के प्रशिक्षण संस्थानों ने डिप्लोमा और डिग्री पाठ्यक्रमों के लिए सरकारी संस्थाओं से व्यवसायी समझौते कर रखे हैं। वर्तमान में अधिकतर सरकारी संस्थानों में सेल्फ फाइनेंस कोर्स यानी छात्र-छात्राओं के पैसे से कोर्स चल रहे हैं। लोकतंत्र के लिए पत्रकारिता और उसके लिए प्रशिक्षण का पहलू प्रशिक्षण संस्थानों के विस्तार के बाद गौण होता चला गया है। देश में पत्रकारिता के अध्ययन और व्यावहारिक प्रशिक्षण की इस पृष्ठभूमि से स्पष्ट है कि असमान स्थितियों और विभिन्न प्रकार के अंतर्विरोधों के बीच पत्रकारिता का भविष्य तैयार हो रहा है। पत्रकारिता को व्यवसाय के लिए अध्ययन का क्षेत्र बनाने पर ज्यादा जोर दिखता है, न कि लोकतंत्र के लिए भविष्य की पत्रकारिता को एक शकल देने की कोई ठोस योजना है। लोकतांत्रिक मूल्यों और विचारों के आलोक में नीतिगत स्तर पर पत्रकारिता की कोई ठोस शकल-सूरत नहीं होने की स्थिति में यह आवश्यक हो चला है कि हम भविष्य की पत्रकारिता का एक आकलन करें (जन मीडिया, 2016)।

न्यू मीडिया और डिजिटल मीडिया साक्षरता

मनुष्य की भाषाई या कलात्मक अभिव्यक्ति को एक से अधिक व्यक्तियों तथा स्थानों तक पहुँचाने की व्यवस्था को ही मीडिया नाम दिया गया है। पिछली कई सदियों तक तो प्रिंट मीडिया ने, उसके बाद इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने इस संदर्भ में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। जहाँ पहले श्रव्य अभिव्यक्ति को रेडियो के माध्यम से प्रसारित करना संभव हुआ, वहीं बाद में टेलीविजन के माध्यम से श्रव्य-दृश्य दोनों ही अभिव्यक्तियों का प्रसारण संभव हो सका। बीसवीं सदी में कंप्यूटर के विकास के साथ-साथ एक नए माध्यम ने जन्म लिया, जो कि पूरी तरह से डिजिटल है। प्रारंभ में डाटा के सुविधाजनक आदान-प्रदान के लिए शुरू की गई कंप्यूटर आधारित सीमित इंटरनेट सेवा ने आज विश्वव्यापी रूप अख्तियार कर लिया है। इंटरनेट के प्रचार-प्रसार और निरंतर तकनीकी विकास ने एक ऐसे वेब मीडिया को जन्म दिया, जहाँ अभिव्यक्ति के पाठ्य, दृश्य-श्रव्य सभी रूपों का एक साथ एक ही क्षण में प्रसारण संभव हो सका। यह 'वेब मीडिया' ही 'न्यू मीडिया' कहलाता है, जो कि एक कंपोजिट मीडिया है, जहाँ पर सभी विषयों से संबंधित संपूर्ण जानकारी एक साथ प्राप्त कर पाना संभव है। न्यू मीडिया प्रत्येक व्यक्ति के लिए प्रत्येक क्षण उपलब्ध और खुला हुआ है। न्यू मीडिया पर अपनी अभिव्यक्ति के प्रकाशन-प्रसारण के अनेक रूप हैं। कोई व्यक्ति अपनी स्वतंत्र वेबसाइट बनाकर वेब मीडिया पर अपना एक निश्चित पता और स्थान निर्धारित कर अपनी अभिव्यक्तियों को प्रकाशित-प्रसारित कर सकता है। यहाँ बहुत-सी ऐसी वेबसाइटें भी उपलब्ध हैं, जहाँ व्यक्ति अपने निर्धारित पते के माध्यम से अपनी सूचनात्मक, रचनात्मक, कलात्मक अभिव्यक्ति के पाठ्य अथवा ऑडियो, वीडियो के डिजिटल रूप को अपलोड कर सकता है, जो पूरे विश्व में कहीं भी देखे-सुने जाने के लिए उपलब्ध हो जाते हैं। बहुत-सी वेबसाइटें संवाद के लिए समूह-निर्माण की सुविधा देती हैं, जहाँ पर एक ही विचारों व उद्देश्यों से संबंधित व्यक्ति एक-दूसरे के साथ जुड़कर संवाद कायम कर सकें। इनमें फेसबुक और ट्विटर अहम हैं। इन वेबसाइटों के माध्यम से कोई भी व्यक्ति अपनी मित्रता का दायरा दुनिया के किसी भी कोने तक बढ़ा सकता है और मित्रों के बीच जीवंत, विचारोत्तेजक, जरूरी विचार-विमर्श को अंजाम दे सकता है। इसे

ही 'सोशल नेटवर्किंग' का नाम दिया गया है। वास्तव में 'न्यू मीडिया' मीडिया के क्षेत्र में एक नई चीज है और तकनीक पर आधारित होने के कारण इसमें प्रतिदिन कुछ-न-कुछ नया जुड़ता ही जा रहा है। आज हम 'न्यू मीडिया' के रूप में वे सभी चीजें देखते हैं जो डिजिटल रूप में हमारे आसपास मौजूद हैं ('न्यूज मीडिया क्या है...', 2012)।

तकनीक और वैचारिकता का अंतर्द्वंद्व

वर्तमान में पत्रकारिता शिक्षण का सबसे बड़ा संकट यह है कि यह अब तक तय नहीं हो पाया है कि पत्रकारिता प्रशिक्षण तकनीकी है या वैचारिक। यह सत्य है कि उदारीकरण के बाद आए मीडिया विस्फोट के इस दौर में जिस तरह तकनीक पर पत्रकारिता अवलंबित होती गई है, उसके चलते बाजार में तकनीकी कसौटी पर खरे उतरने वाले भावी पत्रकारों की माँग बढ़ गई है। इसके बाद भी पत्रकारिता अन्य तकनीकी विषयों की तरह केवल तकनीक ज्ञान ही नहीं है, बल्कि यहाँ वैचारिकता न सिर्फ पूँजी है, वरन् एक बड़ा औजार भी है। अपनी वैचारिकता की पूँजी के माध्यम से भावी पत्रकार मौजूदा घटनाओं के प्रति लोगों को सचेत या फिर उत्साहित कर सकते हैं। यह दृष्टि किसी विश्वविद्यालय या पत्रकारिता शिक्षण-प्रशिक्षण संस्थान की कक्षाओं में हासिल नहीं की जा सकती है। वर्तमान दौर में बिना खास शिक्षण या प्रशिक्षण के किसी पत्रकार की उम्मीद नहीं की जा सकती है। हकीकत में आज पत्रकारिता शिक्षण अपने ऊहापोह से मुक्त नहीं हो पाया है कि पत्रकारिता का प्रशिक्षण तकनीकी हो या वैचारिक। इसी कमी को ध्यान में रखते हुए प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया और विश्वविद्यालय अनुदान आयोग के सहयोग से पत्रकारिता पाठ्यक्रमों में एकरूपता लाने और पढ़ाने वालों व संस्थानों के मानकीकरण की दिशा में कदम उठाया गया है। आवश्यकता इस बात की है कि व्यावसायिक दुनिया की जरूरतों के मुताबिक पत्रकारिता शिक्षा ढले, लेकिन अकादमिकता को भी नजरअंदाज नहीं किया जाए। ऐसा नहीं होगा तो यह न तो अकादमिक दुनिया के लिए मुफीद होगा और न ही अखबारी और टीवी संस्थानों को ही फायदा पहुँचा पाएगा। पत्रकारिता की मेधा का जो नुकसान होगा, उसका आकलन तो आने वाली पत्रकारीय पीढ़ियाँ ही कर पाएँगी। पत्रकारिता शिक्षण की व्यावसायिक जरूरतों के निष्कर्ष के बजाय तकनीकी अनुशासन के साथ ही वैचारिक धरातल पर भी इसे परखा जाए (चतुर्वेदी, 2009)।

मीडिया शिक्षण में नई शिक्षा नीति : एक क्रांतिकारी कदम

नई शिक्षा नीति भारत की शिक्षा व्यवस्था में एक क्रांतिकारी कदम है। यदि हम इस नीति का सही तरह से प्रयोग करते हैं तो इसी नीति के बल पर हम गुणवत्तापूर्ण शिक्षा को प्राप्त कर सकते हैं। इस शिक्षा नीति से नए ज्ञान और कौशलों के माध्यम से एक नए राष्ट्र का निर्माण होगा। अब समय आ गया है कि पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों में बदलाव कर एक ऐसा पाठ्यक्रम तैयार किया जाना चाहिए, जो आज के लिए आवश्यक हो। अब हमें यह तय कर लेना चाहिए कि मीडिया शिक्षण को किस दिशा की ओर लेकर जाना है (जोशी, 2020)। हमें राष्ट्रीय शिक्षा नीति से प्रेरणा लेते हुए जनसंचार और पत्रकारिता शिक्षा के भविष्य के बारे में सोचना होगा। वर्तमान समय में नई-नई तकनीकों ने मीडिया शिक्षण को पूरी तरह बदल दिया है। आज के समय में विद्यालयों में भी 3डी तकनीक से शिक्षा प्रदान

की जा रही है। छोटी-छोटी कक्षाओं में पढ़ने वाले विद्यार्थियों से लेकर विश्वविद्यालयों तक के शिक्षार्थी भी पूरी तरह से ऑनलाइन कक्षाओं पर निर्भर हो गए हैं। बामजेई (2020) का कहना है कि नई शिक्षा नीति ज्ञान और कौशल के माध्यम से एक नए राष्ट्र का निर्माण करने की ताकत रखती है, इसलिए अब समय आ गया है कि हमें मीडिया शिक्षण में क्रांतिकारी परिवर्तन करने चाहिए। हमें अब पत्रकारिता की शिक्षा देने के लिए ऐसे पाठ्यक्रमों का निर्माण करना चाहिए, जो आज के समय की जरूरत है। हमें स्वयं ही अपना विजन तय करना होगा कि हमें पत्रकारिता शिक्षण को किस दिशा में लेकर जाना है। इस नई शिक्षा नीति से मीडिया शिक्षण का स्तर तो ऊपर उठेगा ही, इसके अलावा यह राष्ट्र के निर्माण में भी एक क्रांतिकारी कदम साबित होगा। देश की नई पीढ़ी के चरित्र निर्माण के साथ उसे वैश्विक स्तर पर भी कड़ी प्रतिस्पर्धा के लिए तैयार करने की यह एक पहल साबित हो रहा है। इसके अंतर्गत तकनीकी, व्यावसायिक अनुसंधान आदि पर जोर दिया जा रहा है ('नई शिक्षा नीति राष्ट्र निर्माण में...', 2020)।

निष्कर्ष

मनुष्य को जीवित रहने के लिए जिस तरह से अन्न, जल, वायु आदि की आवश्यकता होती है, उसी तरह से मीडिया का होना भी उसके जीवन के लिए नितांत आवश्यक हो गया है। लोगों की वर्तमान आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए समय-समय पर मीडिया और मीडिया शिक्षा में बहुत से क्रांतिकारी परिवर्तन हुए हैं। यदि वास्तव में हम चाहते हैं कि मीडिया और मीडिया शिक्षा से लोगों का ध्यान भंग न हो तो हमें मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता में सुधार करना होगा। हमें अपने आचार-विचार में परिवर्तन लाना होगा और क्षेत्रीय भाषाओं पर अपनी पकड़ मजबूत करनी होगी। हमें मीडिया शिक्षा में पत्रकारिता के साथ-साथ इतिहास, समाजशास्त्र, अर्थशास्त्र जैसे विषयों की बारीकियों को भी शिक्षार्थियों को पढ़ाना और समझाना चाहिए। हमें यह समझना होगा कि पत्रकारिता केवल एक व्यवसाय ही नहीं है, बल्कि समाज के प्रति एक कर्तव्य भी है, जिसे पूरी निष्ठा से निभाने की आवश्यकता है। प्रत्येक घटना के हर एक पहलू पर विचार कर उसे समझना-समझाना एवं मानवीय दृष्टिकोण से प्रस्तुत करना ही मीडिया का धर्म होना चाहिए। ये सारे नियम यदि मीडिया प्रशिक्षण का हिस्सा होंगे, तभी मीडिया शिक्षण सार्थक हो सकेगा। प्रश्न सिर्फ बदलती पत्रकारिता की तकनीक को समझने का ही नहीं है, बल्कि सवाल उन बुनियादी मुद्दों का भी है, जो पत्रकारिता को अर्थवान् बनाते हैं। इसलिए जरूरी है कि पत्रकारिता के प्रशिक्षण में बदलती तकनीक और बदलते संदर्भों को भी शामिल किया जाए। इसके साथ-साथ इतिहास, समाजशास्त्र, अर्थशास्त्र की बारीकियों को भी पढ़ाया-समझाया जाए, तभी युवा पीढ़ी अपने पेशे के प्रति ईमानदार होगी और अपने सामाजिक दायित्वों के प्रति जागरूक होगी। व्यावसायिकता की जरूरतों को समझने के साथ उसे यह भी समझना होगा कि पत्रकारिता एक विशिष्ट व्यवसाय है। घटनाओं को पूरे संदर्भों में समझना-समझाना एवं मानवीय दृष्टिकोण से प्रस्तुत करना पत्रकारिता की महती आवश्यकता है। यह सब पत्रकारिता के प्रशिक्षण का हिस्सा होना चाहिए, तभी प्रशिक्षण सार्थक सिद्ध होगा, पत्रकारिता सार्थक बनेगी।

संदर्भ

- कुमार, एम. (2016). *पत्रकारिता और मीडिया एजुकेशन*. <https://www.pravakta.com/journalism-and-media-education/> से पुनःप्राप्त
- चतुर्वेदी, उ. (2009). तकनीक और वैचारिकता का अंतर्द्वंद, मीडिया-मीमांसा, पृ० 35,36,37
- जन मीडिया. (2016). *पत्रकारिता का भविष्य: पत्रकारिता संस्थानों में एक सर्वेक्षण के अंश*.
- जोशी, एस. (2020). *मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए जरूरी है मीडिया एजुकेशन*. [https://www.prabhasakshi.com/national/sachchidanand-joshi-calls-the-new-education-policy-a-revolutionary-step](https://www.amarujala.com/india-news/media-education-council-is-necessary-to-enhance-the-quality-of-media-education-dr-sachchidanand-joshi#:~:text=% से पुनःप्राप्त</p>
<p>जोशी, एस. (2020). <i>नई शिक्षा नीति एक क्रांतिकारी कदम</i>. <a href=) से पुनःप्राप्त
- जोशी, एस. (2006). मीडिया शिक्षा के कुछ नए पहलू, विदुरा, अंक 2 (वर्ष-43), पृ.32
- जोशी, एस. (2020). *जरूरी है मीडिया एजुकेशन*. https://hindi.webdunia.com/madhya-pradesh/education-council-120092200076_1.html से पुनःप्राप्त
- ठाकुरता, जी. पी. (2007). *पत्रकारिता की शिक्षा : कुछ सरोकार*. विदुरा, अंक-2 (वर्ष-44), पृ. 23
- दीक्षित, के. (2020). *मीडिया एजुकेशन के भविष्य की दिशा पर दिग्गजों ने कुछ यों रखी अपनी राय*. <https://www.samachar4media.com/media-forum-news/media-educators-expressed-their-views-about-media-education-in-a-webinar-54310.html> से पुनःप्राप्त
- न्यू मीडिया क्या है? (2021, नवंबर 26). <https://patrakaritajagat.wordpress.com> से पुनःप्राप्त
- नई शिक्षा नीति राष्ट्र निर्माण में क्रांतिकारी कदम (2020, जुलाई 31). <https://www.jagran.com/jharkhand/godda-education-neeti-20577879.html> से पुनःप्राप्त
- बामजेई, जी. (2020). *मीडिया एजुकेशन के भविष्य की दिशा पर दिग्गजों ने कुछ यू रखी अपनी राय*. <https://www.samachar4media.com/media-forum-news/media-educators-expressed-their-views-about-media-education-in-a-webinar-54310.html> से पुनःप्राप्त
- 'भारतीय मीडिया का इतिहास' (2019, जून 11). <https://india.mom-rsf.org/hi/context/history/> से पुनःप्राप्त

- ‘मीडिया का अर्थ, परिभाषा, उत्पत्ति’ (2021, जनवरी 9). <https://www.scotbuzz.org/2021/01/media.html> से पुनःप्राप्त
- राठी. डी. (2017). शिक्षा में मीडिया का योगदान. जर्नल ऑफ एडवांसेज एंड स्कॉलरली रिसर्च इन एलायड एजुकेशन, 13(2), पृ. 175-183
- वैभव. ए. (2017). 21वीं सदी में तकनीक और मीडिया का बदलता स्वरूप. [https://www.sahchar.com/2017/07/19/21%](https://www.sahchar.com/2017/07/19/21%20) से पुनःप्राप्त



भारत में उर्दू मीडिया का विकास और मीडिया शिक्षण की वर्तमान चुनौतियाँ

प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार¹ और डॉ. मु. अफ़सर अली राईनी²

सारांश

भारत में उर्दू पत्रकारिता का लंबा इतिहास है। स्वतंत्रता आंदोलन से लेकर अब तक सामाजिक चेतना को बढ़ावा देने में इसका महत्वपूर्ण योगदान रहा है। नई शिक्षा नीति-2020 में भी मातृभाषा में शिक्षा को सुलभ बनाने की बात कही गई है। ऐसे में उर्दू मीडिया शिक्षण की स्थिति को जानना और समझना आवश्यक है। उदारीकरण के बाद मीडिया में भी भारी बदलाव देखने में आया है। मुद्रण पत्रकारिता अब वेब प्लेटफॉर्म की तरफ खिसक रही है। रेडियो एवं टेलीविजन भी डिजिटल हो गए हैं। 5जी की टेस्टिंग अपने अंतिम चरण में है। इस तकनीक के सुलभ होते ही मीडिया की कार्य पद्धति में और भी व्यापक बदलाव होगा। ऐसे में उर्दू मीडिया और उसके शिक्षण की वर्तमान स्थिति का जायजा लेना आवश्यक हो जाता है। प्रस्तुत शोध-पत्र में यह जानने का प्रयास किया गया है कि क्या गुणवत्तायुक्त उर्दू मीडिया शिक्षण के बिना तकनीक आधारित उर्दू मीडिया को वैसे प्रशिक्षित पेशेवर पत्रकार मिल पाएंगे, जैसी जरूरत है?

संकेत शब्द : पत्रकारिता, उर्दू पत्रकारिता, उर्दू मीडिया शिक्षण, उर्दू चैनल्स, डिजिटल तकनीक, 5 जी

प्रस्तावना

भारत तमाम विविधताओं को समेटे एक बहु-भाषिक देश है जहाँ असंख्य बोलियाँ/भाषाएँ प्रचलन में हैं। विभिन्न बोलियों की अपनी एक अलग पहचान भी है। उसी पहचान की वजह से जनसंख्या का एक बड़ा हिस्सा अपनी-अपनी भाषाओं में अपनी बौद्धिक खुराक तलाशता रहा है। यही कारण है कि कुछ अपवादों को छोड़ दिया जाए तो भारत में तमाम क्षेत्रीय भाषाओं का भी पर्याप्त संवर्धन हुआ है। उर्दू भाषा के संदर्भ में बात करें तो सरकारी एवं गैर-सरकारी स्तर पर अनेक सार्थक प्रयास होते रहे हैं। उर्दू शिक्षण की व्यवस्था प्राथमिक स्तर से लेकर स्नातकोत्तर एवं शोध तक पहले से ही रही है। अब उर्दू को रोजगार एवं बाज़ार से भी जोड़ने की कवायद जारी है। बदलते दौर में किसी भी भाषा को उसकी पुरानी स्थिति में नहीं छोड़ा जा सकता। उर्दू को भी ज्ञान-विज्ञान से जोड़कर इसमें रोजगार की संभावनाओं को तलाशा जा सकता है। वर्ष 2011 की जनगणना के अनुसार उर्दू सर्वाधिक बोली जाने वाली भाषाओं में सातवें स्थान पर है यानी उर्दू बोलने वालों की संख्या पाँच करोड़ से अधिक है। यह उत्तर प्रदेश, उत्तराखंड, तेलंगाना, आंध्र प्रदेश और कर्नाटक में दूसरी सर्वाधिक बोली जाने वाली, बिहार, छत्तीसगढ़, दिल्ली, हरियाणा, मध्य प्रदेश, महाराष्ट्र, पंजाब और राजस्थान में तीसरी, झारखंड, सिक्किम, तमिलनाडु और पश्चिम बंगाल में चौथी और गोवा एवं गुजरात में पाँचवीं सर्वाधिक बोले जाने वाली भाषा है। इसका मतलब है कि उर्दू बोलने-समझने और लिखने वालों की संख्या संपूर्ण भारत में है।

21वीं सदी मीडिया की सदी है। हर आम व खास इसके प्रभाव में है। उदारीकरण के बाद भाषाई मीडिया माध्यम भी तेजी से विकसित हुए। मीडिया अब परंपरागत प्रिंट माध्यम/दूरदर्शन/ऑल इंडिया रेडियो से काफी आगे निकल चुका है। उर्दू मीडिया ने भी काफी विकास किया है। इलेक्ट्रॉनिक और डिजिटल पटल पर भी इसने अपनी दमदार उपस्थिति

दर्ज कराई है। वैसे परंपरागत माध्यम में उर्दू मीडिया काफी लोकप्रिय है। दैनिक समाचार पत्रों की बात करें तो हिन्दी में सर्वाधिक 4,322, तेलुगु में 1,133, उर्दू में 1132, अंग्रेजी में 841, मराठी में 612, कन्नड़ में 549, और गुजराती में 408 दैनिक समाचार पत्रों का प्रकाशन हो रहा है। ये आँकड़े भारत के समाचार पंजीयक (आर.एन.आई, 2019-20) के हैं। इसके अलावा उर्दू के टीवी चैनल्स, वेब टीवी, वेब पोर्टल्स और रेडियो स्टेशन भी चल रहे हैं। उर्दू दर्शकों के फैलाव को देखते हुए पूरी संभावना है कि भविष्य में इस आकड़े में इजाफा ही होगा। दूसरे भाषाई मीडिया पेशेवरों के लिए बहुत से मीडिया प्रशिक्षण संस्थान हैं, जहाँ वे प्रशिक्षित हो रहे हैं। लेकिन उर्दू मीडिया के लिए ऐसी व्यवस्था नहीं है। जब उर्दू मीडिया का फलक इतना विस्तृत है तो ऐसा क्यों है? प्रस्तुत अध्ययन में उर्दू प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास को सिलसिलेवार ढंग से समझने का प्रयास किया गया है। साथ ही यह भी जानने का प्रयास किया गया है कि उर्दू मीडिया से जुड़े पाठ्यक्रम कहाँ-कहाँ संचालित हैं और इन पाठ्यक्रमों में किन-किन मीडिया विषयों को पढ़ाया जा रहा है? क्या उर्दू मीडिया शिक्षण इस स्थिति में है कि वह वर्तमान बाज़ार की जरूरतों के मुताबिक उर्दू पेशेवर तैयार कर सके?

साहित्य समीक्षा

मंज़ूर-उल-अमीन (2004) अपनी पुस्तक 'टेलीविजन दुनिया का आठवाँ अजूबा' में कहते हैं कि उर्दू भाषा एवं साहित्य में बहुत कुछ लिखा गया है, लेकिन उर्दू मीडिया पर कुछ खास नहीं। जरूरी है कि हम अपनी भाषा को 'एनरिच' कर उसे 'डाइनामिज़म' अता करें। प्रो. अमीन आगे लिखते हैं कि उर्दू अकादमियों और एनसीपीयूएल को इस दिशा में प्रयास करने चाहिए। उनका मानना है कि हमारी किताबें 'विज्युअली रिच' होनी चाहिए। अब सिर्फ शब्दों से काम चलने वाला नहीं है, बल्कि ग्राफ़्स और चार्ट की मदद से उर्दू मीडिया पर अच्छी किताबों की आवश्यकता है। प्रो. संजय द्विवेदी (2012) द्वारा संपादित

¹पाठ्यक्रम निदेशक, उर्दू पत्रकारिता, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली, ईमेल : drpk.iimc@gmail.com

²शिक्षण एवं शैक्षणिक सहयोगी, उर्दू पत्रकारिता विभाग, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली, ईमेल : afsarmcj@gmail.com

पुस्तक 'उर्दू पत्रकारिता का भविष्य' में ई-टीवी उर्दू के संपादक राजेश रेना का मानना है कि उर्दू इसी देश की मिट्टी से पैदा हुई है, जिसकी खुशबू देश के जनमानस में गहराई तक रची-बसी है। जब भाषा में आकर्षण और मिठास हो तो भला पत्रकारिता में अभिव्यक्ति सटीक, सार्थक क्यों न होगी? यही सार्थकता और सटीकपन उर्दू पत्रकारिता में पाया जाता है। वे आगे लिखते हैं कि उर्दू पत्रकारिता भी समाज की मुख्यधारा का ही एक अंग है। अतः इसके बिना पत्रकारिता का क्षेत्र आधा-अधूरा है। इसी पुस्तक में एहतेशाम अहमद खान लिखते हैं कि जहाँ तक उर्दू मीडिया के विकास की बात है, तो मैं समझता हूँ कि पूर्व की जो भी गलतियाँ हुई हैं, चाहे वे सरकार की उर्दू भाषा व उर्दू मीडिया संस्थानों के प्रति लापरवाही हो या उर्दू मीडिया संस्थान मालिकों की यह गलतफ़हमी कि यह तो अपनी जागीर है, को भूल कर नए सिरे से विचार करना होगा, तभी जाकर उर्दू मीडिया अपने पूर्व के गौरव को प्राप्त कर सकेगी। उर्दू मीडिया की दुर्दशा को खत्म करने के लिए ज़रूरी है कि जिस तरह से समाज के कुछ बड़े घराने जैसे ई-टीवी, सहारा और दैनिक जागरण समूह सामने आए हैं उसी तरह से कुछ और बड़े घराने सामने आएँ तो निश्चित रूप से उर्दू मीडिया में भी सुधार होगा।

'जन मीडिया' के अप्रैल 2012 के अंक में बताया गया है कि डीडी-उर्दू का उद्देश्य देश की विरासत, संस्कृति, सूचना, शिक्षा और सामाजिक मुद्दों पर अपने दर्शकों के लिए सामग्री मुहैया कराना है। डीडी-उर्दू उन मुहावरों, सिंटेक्स और भाषाई विशेषताओं को फिर से लोकप्रिय बनाने में मदद करेगा, जिनके बारे में दावा किया जाता है कि ये भाषाएँ धीरे-धीरे भुलाई जा रही हैं। अपनी पुस्तक 'उर्दू सहाफ़त' में सहारा ग्रुप के ताल्लुक से साजिद अली ने सहारा ग्रुप की पत्रकारिता के बारे में विस्तार से बताया है। इसमें कोई संदेह नहीं है कि सहारा ग्रुप ने उर्दू पत्रकारिता को एक कॉर्पोरेट शकल दी। उर्दू समाचार-पत्र तो हज़ारों की तादाद में छप रहे हैं, लेकिन बहु-संस्करण रुझान सहारा ग्रुप की वजह से ही सामने आया है। इस पुस्तक में विस्तार से सहारा की उर्दू पत्रकारिता की चर्चा की गई है परंतु 'आलमी सहारा न्यूज़ चैनल' की चर्चा संक्षेप में है।

एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली, से प्रकाशित पुस्तक 'जदीद सहाफ़त' में डॉ. एहतिशाम अहमद खान (2014) हैदराबाद से प्रकाशित प्रमुख उर्दू दैनिक 'एतिमाद' के संपादक नसीम आरफ़ी के शोध-पत्र के हवाले से लिखते हैं कि उर्दू मीडिया के सामने प्रशिक्षण का एक गंभीर मसला है। चाहे प्रिंट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक हर जगह प्रशिक्षित पेशेवरों की भारी कमी दिख रही है। एक-दो संस्थानों को छोड़ दिया जाए तो मुल्क में ऐसे संस्थान हैं ही नहीं, जहाँ उर्दू भाषा में तरबीयत दी जा रही हो। कॉर्पोरेट की बेरुखी से भी उर्दू हमेशा हिचकोले खाती रहती है, जिसका सीधा असर उर्दू मीडिया से जुड़े पत्रकारों और दूसरे कर्मचारियों के वेतन पर पड़ता है।

बहावलपुर विश्वविद्यालय में जनसंचार विभाग के अध्यक्ष डॉ. गुलाम शब्बीर की देखरेख में हुए शोध के परिणाम बहुत दिलचस्प हैं। शोध के परिणाम बताते हैं कि 'हम' और 'जियो टीवी' पर प्रसारित उर्दू ड्रामों का वहाँ की महिलाओं पर बहुत गहरा असर हो रहा है। खासतौर से इन ड्रामों को सांस्कृतिक संवाहक के रूप में देखा जा रहा है। इस शोध

से यह नतीजे भी आए हैं कि उर्दू ड्रामों के द्वारा जो मगरीबी रहन-सहन को दिखाया जा रहा है, उसको भी महिलाएँ खूब अपना रही हैं।

शोध उद्देश्य

प्रस्तुत शोध के दो प्रमुख उद्देश्य हैं:

- उर्दू मीडिया की वर्तमान स्थिति का अध्ययन।
- उर्दू माध्यम में मीडिया शिक्षण की स्थिति का अध्ययन।

उर्दू ज़बान की उत्पत्ति

उर्दू भाषा की उत्पत्ति विशुद्ध हिंदुस्तानी है। इस भाषा को परवान चढ़ाने में यहाँ की कई भाषाओं, बोलियों और संस्कृतियों का विशेष योगदान रहा है। जिसे आज हम 'उर्दू' नाम से जानते हैं उसे अमीर खुसरो ने 'हिंदवी' के लफ़्ज़ से नवाज़ा है। ग्यारहवीं-बारहवीं सदी में विदेशियों का हिंदुस्तान में आगमन बड़ी तेजी के साथ हुआ। यहाँ आने वालों में फ़ौजियों के साथ-साथ धर्म-उपदेशकों के नाम उल्लेखनीय हैं। सांस्कृतिक आदान-प्रदान के सबब एक ऐसी भाषा अँगड़ाई ले रही थी, जिसको घरों, गली-कूचों और बाज़ारों में बड़ी तेजी के साथ बोला जा रहा था। हिंदुस्तान को सभ्यताओं और संस्कृतियों का देश माना जाता है। यहाँ के उदार माहौल ने सभी प्रकार की बोलियों को फूलने-फूलने का भरपूर मौक़ा दिया। इतिहासकार ए. एल. बशम की पुस्तक 'ए कल्चरल हिस्ट्री ऑफ़ इंडिया' (ए.एल. बशम, 1975) में टी. बुरो ने इसका विस्तार से ज़िक्र किया है। उर्दू भाषा के विकास पर डॉ. नसीर अहमद खान (सिद्दीकी, 1998) ने भी विस्तार से लिखा है।

उर्दू का विस्तार सिलसिलेवार ढंग से हुआ। इसके विकास में शासकीय संरक्षण के साथ-साथ सूफ़ी-संतों का भी महत्वपूर्ण योगदान रहा है। उपर्युक्त तथ्यों से स्पष्ट है कि 17वीं सदी तक उर्दू ने अपने दामन को और वसी कर लिया था। अब इसका विस्तार उत्तर से दक्षिण तक हो चुका था। इसके विकास का सबसे महत्वपूर्ण चरण ये रहा कि अब उर्दू भाषा में गद्य और पद्य की रचना होने लगी थी। भारत के पहले कंट्रोलर ब्रॉडकास्टिंग फ़िल्डन ने उर्दू की संचारीय क्षमता का विस्तृत अध्ययन किया। फ़िल्डन ने उर्दू का इतना विस्तृत अध्ययन क्यों किया? उनको इस बात का गहरा एहसास था कि उर्दू की लोकप्रियता को नज़रअंदाज़ नहीं किया जा सकता। उसी का असर हुआ कि पहले ऑल इंडिया रेडियो, फिर दूरदर्शन पर उर्दू के कार्यक्रमों की विस्तृत रूपरेखा तैयार हुई। जिस ज़माने की यहाँ पर बात हो रही है इस वक्त हिंदी और उर्दू ज़बान को 'हिंदुस्तानी' के नाम से जाना जाता था। इन स्थितियों को ऑल इंडिया रेडियो के डायरेक्टर जनरल पी.सी. चटर्जी (सिद्दीकी, 1998) ने विस्तार से समझाया है। ऑल इंडिया रेडियो के विभिन्न स्टेशनों से समाचार आधारित क्षेत्रीय प्रसारण शुरू हुए, जो वर्तमान में भी लगभग जारी हैं। उपर्युक्त संदर्भों का यही आशय है कि उर्दू ने अपनी मक़बूलियत बड़ी तेजी से लोगों के दिलों में बनाई। ठीक यही स्थिति दूरदर्शन के साथ भी रही। प्रसारण के साथ ही उर्दू भाषा में कार्यक्रम बनने लगे। मुख्य प्रसारण केंद्र, दिल्ली के साथ-साथ क्षेत्रीय केंद्रों से प्रसारण शुरू हुए।

उर्दू पत्रकारिता की स्थिति : उद्भव से 1857 तक

हिंदी के 'पत्रकारिता' शब्द को उर्दू भाषा में 'सहाफ़त' कहते हैं। 'सहाफ़त' शब्द अरबी भाषा के 'सहिफ़ा' से बना है। 'सहिफ़ा' के शाब्दिक अर्थों में सफ़हा (हिंदी में पृष्ठ), रेसाला (हिंदी में पत्रिका), वरक (पेज), किताब या आसमानी किताब (दैवीय पुस्तक) होता है। एक निश्चित अंतराल पर प्रकाशित होने वाली मुद्रण सामग्री को भी 'सहिफ़ा' कहा जाता है। हिंदी में जिन लोगों को 'पत्रकार' कहा जाता है उर्दू में उन्हें 'सहाफ़ी' कहा जाता है। भारत में उर्दू पत्रकारिता की शुरुआत फ़ारसी पत्रकारिता से हुई। जिस वक्त उर्दू पत्रकारिता का फैलाव शुरू हुआ उस वक्त फ़ारसी मजबूत हालत में थी। फ़ारसी और उर्दू भाषा की लिपि एक ही थी, इसलिए उर्दू के प्रचार-प्रसार में फ़ारसी का बहुत बड़ा योगदान है।

यहाँ इस बात का ज़िक्र करना आवश्यक है कि चूँकि फ़ारसी सैकड़ों वर्षों तक शासन-तंत्र की भाषा रही, इसलिए इसका विकास निश्चित था। मगर यह कभी आम हिंदुस्तानियों की भाषा नहीं बन पाई। इसी दरम्यान एक ऐसी भाषा पनप रही थी जिसका हिंदुस्तान के कई हिस्सों में एक साथ विकास हो रहा था। यह थी उर्दू। इसका विकास दिल्ली के आस-पास के क्षेत्रों के साथ-साथ हिंदुस्तान में मुखतलिफ़ हिस्सों में एक साथ हुआ। इसे साधु-संतों और सूफ़ियों ने परवान चढ़ाया। इसमें अरबी, फ़ारसी, हिंदी, संस्कृत और तुर्की भाषा के बेशुमार शब्द शामिल थे। जब ये भाषा लोगों की ज़रूरत बन गई तो इसमें पत्र-पत्रिकाओं के निकलने का क्रम भी शुरू हुआ। भारतीय पत्रकारिता की शुरुआत के करीब 42 वर्षों बाद उर्दू पत्रकारिता की शुरुआत हुई। उर्दू का पहला समाचार-पत्र 1822 ई. में 'जाम-ए-जहाँनुमा' के नाम से प्रकाशित हुआ। उर्दू के इस पहले समाचार-पत्र के संपादक मुंशी सदासुख लाल थे। उस वक्त कलकत्ता पत्रकारिता और सत्ता-तंत्र दोनों का केंद्र था, जिसके सबब उर्दू पत्रकारिता ने ऐसी उड़ान लगाई कि उसने कई भाषाई समाचार-पत्रों को पीछे छोड़ दिया।

'जाम-ए-जहाँनुमा' के बारे में कहा जाता है कि ये पत्र सत्ता-तंत्र का मुख पत्र था, लेकिन उर्दू पत्रकारिता के विशेषज्ञ माने जाने वाले जी.डी. चंदन (चंदन, 2005) ने अपनी किताब 'उर्दू सहाफ़त का सफ़र' में कहा है, "इस पत्र का मालिक हरिहर दत्त राय ईस्ट इंडिया कंपनी का क्लर्क था, लेकिन सरकारी कर्मचारी होने के बावजूद उसने हमेशा सरकार की कमियों, कोताहियों पर नुक्ताचीनी की। सरकार हरिहर दत्त राय के इस रवैये से खुश नहीं थी। इसके बदले में सरकार ने सारे अनुदान 'जाम-ए-जहाँनुमा' से वापस ले लिए। बदले में हरिहर दत्त राय ने समाचार-पत्र के मास्टहेड पर जो सरकारी निशान था, उसको भी हटा दिया।" यों तो उर्दू के इस पहले समाचार-पत्र की कॉपियाँ कम छपती थीं, मगर इसको पसंद करने वालों की संख्या पूरे भारत में थी। उर्दू का दूसरा समाचार-पत्र 'शामसुल-अखबार' 1823 ई. में प्रकाशित हुआ। इसके संपादक राममनी ठाकरे थे। यह समाचार-पत्र ज्यादा दिन तक नहीं चल सका और पाँच सालों के अंदर ही बंद हो गया। संपादक ने पत्र को बंद करते वक्त कहा था कि उन्हें इस पत्र से दुःख, परेशानी, सत्ता तंत्र के प्रकोप के सिवा कुछ हासिल नहीं हुआ। 11 अप्रैल, 1880 में 'लंदन टाइम्स' के हवाले से यह खबर आई कि 1835 में भारतीय समाचार पत्रों की संख्या सिर्फ़

छह थी। लेकिन 1887 में इसकी संख्या अप्रत्याशित ढंग से बढ़ी और इसकी संख्या 97 तक जा पहुँची और इन पत्रों का सर्कुलेशन एक लाख पचास हजार के करीब था। 1830 से उर्दू को सरकारी भाषा बनाने के ईस्ट इंडिया कंपनी के फैसले से उर्दू का काफी विकास हुआ। मुहम्मद अतीक सिद्दीकी के अनुसार इसी का असर था कि 1840 के आस-पास भारत के उत्तरी भाग के शहरों और कस्बों से बड़ी मात्रा में उर्दू भाषा के पत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन का क्रम शुरू हुआ।

उर्दू का एक और प्रमुख समाचार-पत्र 'उर्दू अखबार' नाम से 1836 में प्रकाशित हुआ। इसके संपादक मौलवी बाकर थे। बाद में इसका नाम 'दिल्ली उर्दू अखबार' कर दिया गया। मौलवी मुहम्मद बाकर के 'दिल्ली उर्दू अखबार' को उर्दू का पहला राजनैतिक समाचार पत्र माना जाता है। इस पत्र के बारे में प्रो. ख्वाजा अहमद फ़ारूकी कहते हैं कि "दिल्ली उर्दू अखबार" शाहजहाँनाबाद दिल्ली का पहला उर्दू अखबार था, जिसके पढ़ने से मोमिन, ग़ालिब, शेफ़तह, आरज़ू, जौक़ के समय का पूरा परिदृश्य हमारे सामने आ जाता है।" इस पत्र के संपादक मौलवी बाकर को बाद में अंग्रेज़ों द्वारा फाँसी दे दी गई थी। इस तरह मौलवी बाकर को पहले 'शहीद-ए-सहाफ़त' का दर्जा प्राप्त है। दिल्ली में उर्दू का दूसरा बड़ा समाचार-पत्र 'सैयद-उल-अखबार' था। यह साप्ताहिक पत्र था, जिसे सर सैयद अहमद ख़ान के बड़े भाई सैयद मुहम्मद ख़ान ने 1838 में शुरू किया था। इसके संपादक मौलवी अब्दुल ग़फ़ूर थे।

मौलवी अब्दुल ग़फ़ूर क़ानून के बड़े ज्ञाता थे, इसलिए उनके इस पत्र में क़ानूनी विषयों पर बहुत सामग्री लिखी जाती थी। इसलिए यह पत्र वकीलों में बहुत ज्यादा लोकप्रिय था। इस पत्र को उर्दू के मशहूर कवि ग़ालिब ने भी बहुत ज्यादा पसंद किया। 1846 में सैयद अहमद ख़ान के इंतकाल के बाद कुछ दिनों तक इसका कार्यभार सर सैयद ने संभाला। दोनों भाइयों की इसमें काफ़ी दिलचस्पी थी और वे इसे चलाना भी चाहते थे, मगर दोनों की अलग-अलग मसरूफ़ियत की वजह से इसे 1848 में हमेशा के लिए बंद कर दिया गया। दिल्ली से ही 'सादिक-उल-अखबार' और 'करीम-उल-अखबार' भी प्रकाशित हुए। कुछ दिनों के अंतराल के बाद 'सादिक-उल-अखबार' के नाम से दिल्ली में चार पत्र प्रकाशित हुए। 1844 में 'सादिक-उल-अखबार' फ़ारसी में प्रकाशित हुआ। बाद में यह पत्र उर्दू भाषा में प्रकाशित होने लगा। 1854 में जमालुद्दीन के संपादन में 'सादिक-उल-अखबार' को काफ़ी लोकप्रियता मिली। इस पत्र की सबसे बड़ी खूबी यह थी कि इसे न सिर्फ़ दिल्ली में, बल्कि दिल्ली के बाहर भी काफ़ी पसंद किया गया। 1856 में प्रकाशित होने वाले 'सादिक-उल-अखबार' के संपादक शेख़ खुदाबख़्श थे। इस तरह दिल्ली से एक के बाद एक पत्र निकलते रहे और बंद होते रहे। दिल्ली के दूसरे पत्रों में 'खुलासतुल अखबार', 'खलासतुल अतराफ़', 'ज़िया-उल-अखबार', 'अखबार-ए-दिल्ली', 'वहीदुल अखबार', 'नासिरुल अखबार', 'अकमलूल अखबार', 'नुसरतुल अखबार', 'नूर-ए-मग़रीबी', 'नूर-ए-मशरिफी', 'अफ़जलूल अखबार', 'चलता परजाह', 'ज़बान-ए-दिल्ली', 'बे मिसल पंच', 'दिल्ली पंच', 'वकील-ए-हिंद', प्रमुख थे। 1857 का स्वतंत्रता संग्राम भारतीय पत्रकारिता के लिए ऐसा दौर था, जिसमें उर्दू के कई बड़े पत्र समाप्त हो गए। मगर जिस समाचार-पत्र ने जीवटता दिखाई वह बरकरार रहा। भारतीय पत्रकारिता

को दबाने का अंग्रेजों को इससे अच्छा मौका मिल ही नहीं सकता था। उन्होंने हर मुमकिन तरीके से पत्रकारिता को दबाने का प्रयास किया। परंतु उस दौर से उर्दू पत्रकारिता बड़ी हिम्मत से निकली।

उर्दू पत्रकारिता की स्थिति : 1858 से 1900 तक

साल 1857 के बाद प्रकाशित होने वाले कुछ उर्दू पत्र तो उर्दू पत्रकारिता के इतिहास में अमर हो गए। उन्हीं पत्रों में मुंशी नवल किशोर का 'अवध अखबार' था, जो 1858 में प्रकाशित हुआ। सर सैयद का समाचार पत्र 'तहज़ीब-उल-अखलाक', 1870 से और मुंशी सज्जाद हुसैन का पत्र 1877 में और पंडित कलंदर राम का समाचार-पत्र 1871 में प्रकाशित हुआ। 1857 के बाद की उर्दू पत्रकारिता पर अगर नज़र डाली जाए तो इसमें अधिकतर दैनिक पत्र थे। दैनिक पत्र दूसरे संस्करणों की तुलना में कम प्रकाशित हुए। इस विषय पर अधिकतर उर्दू जानकारों का मानना है कि चूँकि उस वक्त तक समाचार-पत्रों ने लोगों की दिनचर्या में गंभीर तरीके से पैठ बना ली थी, इसलिए अब लोगों को समाचार प्रतिदिन चाहिए थे। मुंशी नवल किशोर का 'अवध अखबार' उस दौर का शाहकार था। नवल किशोर प्रेस ने उस वक्त की सभी जदीद तकनीकों को अपनाया था और बिल्कुल पेशेवर अंदाज़ में देश के विभिन्न हिस्सों में अपने संवाददाताओं को नियुक्त किया। सामग्री की दृष्टि से भी इस पत्र ने नए मानक स्थापित किए और उस वक्त के अनेक बड़े कलमकारों को अपने समाचार-पत्र में जगह दी। 'अवध-पंच' 1877 में मुंशी सज्जाद हुसैन के संपादन में प्रकाशित हुआ।

उर्दू पत्रकारिता की स्थिति : 1900 से 1947 तक

इस दौर को उर्दू पत्रकारिता का सबसे बेहतरीन दौर कहा जा सकता है। इसी दौर में हामिद अंसारी के समाचार पत्र 'मदीना' (1902), मुंशी दयानारायण के 'ज़माना' (1903), और मौलाना हसरत मोहानी के 'उर्दू-ए-मोअल्ला' (1903) के अलावा मौलाना ज़फ़र अली ख़ान के 'ज़र्मीदार' (1909), मौलाना मोहम्मद अली जौहर के 'हमदर्द' (1913) और मौलाना आज़ाद के 'अल-हिलाल' (1912) व 'अल-बलाग' (1915) का प्रकाशन हुआ। इन सभी पत्रों ने उर्दू पत्रकारिता में भाषाई तथा तकनीकी स्तर पर नए मानक गढ़े। उनके द्वारा प्रयोग में लाए गए शब्द आज भी उर्दू पत्रकारिता में मानक माने जाते हैं। मौलाना ज़फ़र अली ख़ान के 'ज़र्मीदार' (1909) में विदेशी समाचार एजेंसियों की सेवाएँ ली जाती थीं। इसे मौलाना की बेबाकी ही कही जा सकती है कि मौलाना जिस समाचार एजेंसियों से ख़बरें लेते थे, उन ख़बरों की भी समीक्षा से घबराते नहीं थे। जिस तरह से उर्दू भाषा में मिर्ज़ा ग़ालिब के 'कुदरत' को सभी लोग तस्लीम करते हैं, ठीक उसी तरह उर्दू पत्रकारिता में वही स्थान मौलाना आज़ाद को हासिल है। मौलाना ने उर्दू पत्रकारिता के सभी हिस्सों संपादन, तकनीक और वितरण आदि के क्षेत्रों को प्रभावित किया। मौलाना आज़ाद ने आज़ादी के मूवमेंट में शामिल होने से पहले कई देशों का दौरा किया था। उन दौरों से आज़ाद के पास एक नई पत्रकारीय दृष्टि सामने आई थी। मौलाना ने उन्हीं अनुभवों का अपने समाचार-पत्र में बखूबी इस्तेमाल किया। एक चीज़ तो बिल्कुल स्पष्ट है कि उस समय की उर्दू पत्रकारिता मिशनरी हुआ करती थी, जिसकी वर्तमान में भारी कमी महसूस की जा रही है।

हैदराबाद वर्तमान में उर्दू प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों का केंद्र है। यहाँ से उर्दू के पाँच बड़े पत्र 'रोज़नामा सहारा' (2006), 'मुसिफ़' (1976), 'सियासत' (1949), 'ऐतमाद' (2006) और 'रहनुमा-ए-दक्कन' (1949) प्रकाशित हो रहे हैं और ये पत्र बहुत शानदार हालत में हैं। उर्दू इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की बात की जाए तो यहाँ से दक्कन रेडियो, रेडियो चारमिनार उर्दू, और इलेक्ट्रॉनिक चैनल की बात की जाए तो ईटीवी-उर्दू, मुसिफ़ टीवी, 4-टीवी और दूसरे कई तेलुगू चैनलों का प्रसारण हो रहा है, जिन पर एक घंटे से लेकर 4 घंटे तक उर्दू ख़बरों/कार्यक्रमों का प्रसारण हो रहा है। आज हिंदुस्तान के ज्यादातर हिस्सों से उर्दू के पत्र प्रकाशित हो रहे हैं। खासतौर से उत्तर प्रदेश की बात की जाए तो लखनऊ से 'राष्ट्रीय सहारा' प्रकाशित हो रहा है। इसके अलावा 'आग' भी यहाँ का बहुत लोकप्रिय समाचार-पत्र है। इन दोनों पत्रों की सबसे अच्छी बात यह है कि इन दोनों का इंटरनेट संस्करण भी उपलब्ध है। इन पत्रों में हफ़्ते के सातों दिन अलग-अलग 'सप्लिमेंट' आते हैं। मुंबई के मशहूर उर्दू दैनिक 'इंकलाब' और भारत के सबसे बड़े प्रिंट मीडिया घराने 'दैनिक जागरण' के बीच समझौते से इस क्षेत्र में काफ़ी सुधार आने के इमकान हैं। वर्तमान में क़रीब-क़रीब हर जिला मुख्यालयों से उर्दू के समाचार-पत्र प्रकाशित हो रहे हैं।

बिहार का सबसे बड़ा उर्दू दैनिक 'क़ौमी तंजीम' है। इसके दो संस्करण प्रकाशित हो रहे हैं। इसके अलावा बहुत सारे छोटे पत्र भी कई शहरों से प्रकाशित हो रहे हैं। कलकत्ता आज भी उर्दू पत्रकारिता का केंद्र बना हुआ है। यहाँ उर्दू के तीन बड़े दैनिक प्रकाशित हो रहे हैं- 'आज़ाद हिंद', 'अख़बार-ए-मशरिफ़' और 'राष्ट्रीय सहारा'। इन तीनों पत्रों की अपनी खास अहमियत है। चूँकि 'राष्ट्रीय सहारा' राष्ट्रीय अख़बार है, इसलिए इसके कई संस्करण प्रकाशित होते हैं। मगर बाक़ी दोनों दैनिकों का प्रकाशन सिर्फ़ कलकत्ता से ही होता है। यहाँ के पत्रों की सबसे बड़ी ख़ूबी यह है कि इनका उर्दू पाठकों से बड़ा गहरा रिश्ता है। अपने कई तरह के कार्यक्रमों के द्वारा यह हमेशा जनता से जुड़े रहते हैं। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद दिल्ली सभी भाषाओं की पत्रकारिता का केंद्र बिंदु रहा है। दिल्ली से उर्दू भाषा के कई पत्र प्रकाशित हो रहे हैं। दिल्ली के बड़े उर्दू दैनिकों में दैनिक 'मिलाप', 'राष्ट्रीय सहारा', 'सहाफ़त', 'जदीद इन दिनों', 'हमारा समाज', 'एकदाम', 'हिंदुस्तान एक्सप्रेस' हैं। इनमें सबसे पुराना उर्दू दैनिक 'मिलाप' है। इस पत्र की शुरुआत महाशय ख़ुशहाल के द्वारा 1923 में लाहौर से की गई थी। बाद में हैदराबाद और दिल्ली से भी इसके प्रकाशन शुरू हुए। 'सहाफ़त' और 'राष्ट्रीय सहारा' नए दौर के नए तर्ज के समाचार-पत्र हैं। इन दोनों पत्रों में बेहतरीन ले-आउट डिज़ाइन का ख़्याल रखा जा रहा है। इन पत्रों में क्षेत्रीय, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय समाचारों का अच्छा तालमेल होता है। देश के नामी मीडिया जानकार इन पत्रों में कॉलम और फ़ीचर लिखते हैं। वर्तमान में मुंबई भी उर्दू मीडिया का एक बड़ा केंद्र है। यहाँ से भी कई उर्दू के बड़े समाचार-पत्र प्रकाशित हो रहे हैं। इन पत्रों में 'उर्दू टाइम्स', 'सहाफ़त', 'इंकलाब' और 'राष्ट्रीय सहारा' बड़े उर्दू दैनिक हैं। पेपर और सामग्री की दृष्टि से यहाँ के उर्दू समाचार-पत्र किसी भी दूसरी भाषा के समाचार पत्रों से कमज़ोर नहीं हैं। मुंबई के ये चारों पत्र इंटरनेट पर भी अपनी दस्तक दे चुके हैं। आज वैज्ञानिक तरक्की ने जिस तरह से हमारे सामाजिक जीवन

को बदला है, उर्दू समाचार-पत्र भी इससे अछूते नहीं हैं। कंप्यूटर, इंटरनेट और प्रिंटिंग तकनीक जिस तरह से सबके लिए सुलभ है, ये भी उर्दू पत्रों के लिए किसी क्रांति से कम नहीं है। इन-पेज सॉफ्टवेयर ने कंपोजिंग के काम को बहुत आसान कर दिया है। इसके साथ-साथ बहुत सारे क्षेत्र ऐसे भी हैं, जहाँ उर्दू समाचार-पत्र पहुँच भी नहीं पाते, हालाँकि वहाँ पर उर्दू पढ़ने वालों की संख्या अच्छी खासी है। इन्हीं सब अवरोधों के बावजूद उर्दू पत्रकारिता धीमे ही सही अपने सफ़र को बरकरार रखे हुए है।

रेडियो पर उर्दू प्रसारण की स्थिति

रेडियो की आम पहुँच होने तक मुल्क में उर्दू भाषा की मुद्रण पत्रकारिता आमजन की पत्रकारिता हो गई थी। या यों कहें कि 'अल-हिलाल' और 'अल-बलाग' ने लोगों के नजरिये को बदल कर रख दिया था। रेडियो के विकास के बाद से ही प्रसारकों पर इसका दबाव बनने लगा कि उनके चैनलों से उर्दू भाषा के कार्यक्रमों का प्रसारण हो। 1930 में रेडियो ब्रॉडकास्टिंग की जिम्मेदारी भारत सरकार ने अपने अंतर्गत कर ली थी। 1935 में मुंबई से अंग्रेज़ी और हिंदुस्तानी (उर्दू+हिंदी) भाषा में समाचारों का प्रसारण शुरू हुआ। इसी साल कलकत्ता से बांग्ला भाषा में भी समाचार का प्रसारण शुरू हुआ। 1947 में हिंदुस्तानी भाषा के प्रसारण को हिंदी भाषा के प्रसारण में तब्दील कर दिया गया और उर्दू भाषा का समाचार प्रसारण स्वतंत्र रूप से होने लगा। 1963 में उर्दू कार्यक्रम में एक और इज़ाफ़ा हुआ और अब उर्दू समाचार के साथ-साथ तब्सरा (टिप्पणी) से संबंधित कार्यक्रम भी प्रसारित किया जाने लगा। 1965 से उर्दू सर्विस की समयावधि को बढ़ाकर आधा घंटे कर दिया गया। 1966 में उर्दू सेवाओं को बढ़ाकर 9 घंटे तक कर दिया गया। 1970 में समसामयिक मुद्दों से जुड़े 15 मिनट के एक और कार्यक्रम का भी प्रसारण शुरू हुआ। रेडियो पर प्रसारित उर्दू सेवाओं में न्यूज़ और समसामयिक कार्यक्रमों के अलावा और भी कार्यक्रमों को प्रमुखता से प्रसारित किया जाता है। इनमें प्रमुख हैं न्यूज़ रील, विकास संचार आधारित फ़ीचर, लोकसभा-राज्यसभा एवं विधान सभाओं से संबंधित कार्रवाइयों का प्रसारण, खेलों से संबंधित रनिंग कमेंटरी, साक्षात्कार आदि। द्वितीय विश्वयुद्ध में रेडियो की ताकत का सभी को अंदाज़ा हो गया था, इसलिए सभी मुल्क बहुत एहतियात के साथ इसके संचालन के पक्ष में थे। इन्हीं बातों को ध्यान में रखकर ऑल इंडिया रेडियो ने विदेश प्रसारण सेवा की शुरुआत की। पाकिस्तानी प्रोपेगेंडा से भी निपटने के लिए उर्दू सेवा को एक उपकरण के रूप में इस्तेमाल किया गया।

ऑल इंडिया की उर्दू सर्विस ने अपने सफ़र को क्रायम रखा है। वर्तमान में ऑल इंडिया रेडियो के मुख्य केंद्र दिल्ली के अलावा लखनऊ, भोपाल, पटना, श्रीनगर, हैदराबाद समेत 34 केंद्र उर्दू समाचारों और समसामयिक कार्यक्रमों का प्रसारण कर रहे हैं। ऑल इंडिया रेडियो के श्रीनगर, लखनऊ, हैदराबाद, औरंगाबाद और पटना केंद्रों से उर्दू भाषा में क्षेत्रीय समाचारों का प्रसारण हो रहा है। भारत के अलावा दुनिया के कई हिस्सों से भी रेडियो पर उर्दू भाषा में खबरों एवं समसामयिक मुद्दों का प्रसारण हो रहा है। इनमें प्रमुख हैं मिस्र उर्दू रेडियो सर्विस, रेडियो चीन उर्दू सर्विस, रेडियो काबुल उर्दू सर्विस, रेडियो इन सिंगापुर, ईरान उर्दू सर्विस रेडियो ईरान, वॉइस ऑफ़ रशिया उर्दू सर्विस, उर्दू रेडियो सर्विस अम्मान, वॉइस ऑफ़ उर्दू जापान, रेडियो मॉरीशस, बीबीसी उर्दू सर्विस,

रेडियो कुवैत, रेडियो आस्ट्रेलिया, वॉइस ऑफ़ अमेरिका, और वॉइस ऑफ़ जर्मनी उर्दू सर्विस।

दूरदर्शन पर उर्दू प्रसारण

दूरदर्शन का प्रसारण 1959 में एक प्रायोगिक तौर पर शुरू हुआ। 1965 से समाचारों का नियमित प्रसारण शुरू हुआ। दूरदर्शन के मुख्य केंद्र से 10 मिनट का उर्दू प्रसारण 'खबरें' नाम से 1966 से शुरू हुआ। बाद में जैसे-जैसे दूरदर्शन के केंद्रों की स्थापना होती गई, रिले ट्रांसमीटर की सहायता से 'खबरें' का प्रसारण बढ़ता गया। उर्दू बोलने और समझने वाले इलाकों जैसे हैदराबाद, पटना, श्रीनगर, लखनऊ आदि केंद्रों से क्षेत्रीय समाचारों का प्रसारण भी उर्दू भाषा में किया जाने लगा। 15 अगस्त, 2006 से दूरदर्शन का उर्दू चैनल खोलने की घोषणा हुई और 14 नवंबर 2007 से इसे चौबीस घंटे कर दिया गया।

देश के प्रमुख उर्दू चैनल

ईटीवी-उर्दू : उर्दू के अब तक के सबसे कामयाब चैनल यानी ईटीवी-उर्दू को 15 अगस्त, 2001 में स्थापित किया गया। दक्षिण के मीडिया मुगल रामोजी राव का स्पष्ट मानना रहा है कि किसी भी भाषा का उसके बोलने वालों से जबरदस्त जुड़ाव होता है। भाषा को उसकी संस्कृति एवं रहन-सहन से अलग करके नहीं देखा जा सकता। उर्दू बोलने वालों की संख्या कश्मीर से लेकर कन्याकुमारी तक फैली हुई है, इसलिए इस पूरी जनसंख्या की नुमाइंदगी करने वाले एक चैनल की आवश्यकता थी, इन्हीं उद्देश्यों की पूर्ति के लिए ईटीवी-उर्दू की स्थापना हुई। चूँकि भाषाई चैनलों के बाज़ार में ईटीवी समूह कोई नया खिलाड़ी नहीं था, उसे इस चैनल को सँभालने में कोई दिक्कत नहीं हुई। ईटीवी-उर्दू पर प्रसारित होने वाले मुख्य कार्यक्रमों में संगीत, गज़ल, स्वास्थ्य, खान-पान, समाचार एवं समसामयिक मुद्दों से जुड़े कार्यक्रमों को प्रमुखता दी जाती है। ईटीवी-उर्दू पूरी तरह से 'इंफोटेमेंट' के सिद्धांत पर काम करता है।

डीडी-उर्दू : तमाम वर्नाकुलर चैनलों की स्थापना के बाद से ही उर्दू चैनल के लिए माँग उठने लगी थी। इस बात का पहले ही ज़िक्र हो चुका है कि दूरदर्शन के राष्ट्रीय चैनल एवं इसके विभिन्न रिले केंद्रों से उर्दू भाषा में समाचारों के अलावा समसामयिक मुद्दों से संबंधित कार्यक्रम, व्यक्ति विशेष से संबंधित कार्यक्रम, उर्दू अदब से संबंधित कार्यक्रम आदि का प्रसारण पहले से ही हो रहा था। चूँकि उर्दू बोलने और समझने वालों की संख्या देश के कोने-कोने में है, इसलिए उर्दू भाषा के उस तबके का स्वतंत्र उर्दू चैनल की मुहिम को ज़बरदस्त समर्थन मिला। भारत सरकार ने 15 अगस्त, 2006 से उर्दू चैनल के प्रसारण की घोषणा कर दी। 14 नवंबर, 2007 से इसके प्रसारण को 24 घंटे कर दिया गया। उर्दू चैनल को खोलने का बुनियादी मकसद उर्दू को बढ़ावा देना था।

ज़ी सलाम : भारतीय टेलीविजन उद्योग में 'ज़ी समूह' का विशेष योगदान रहा है। हिंदी भाषा में चैनल के प्रसारण के बाद इसने अनेक भारतीय भाषाओं में चैनल खोले। ज़ी समूह के उर्दू चैनल 'ज़ी सलाम' का प्रसारण फरवरी 2010 से शुरू हुआ।

आलमी सहारा : सहारा इंडिया परिवार भारत का बहुव्यवसायी

संस्थान है। चिटफंड से शुरू हुआ इसका कारोबार आज मीडिया, रियल एस्टेट, होटल और हेल्थ सेक्टर तक फैला हुआ है। इस चैनल की शुरुआत 29 दिसंबर, 2010 को की गई। इस चैनल का विस्तार 54 देशों में होने का दावा किया गया। कंपनी द्वारा कहा गया कि भारत में जहाँ 9 करोड़ से अधिक लोग उर्दू बोलते और समझते हैं वहीं उनमें 4 करोड़ लोग टेलीविज़न दर्शक हैं। 'आलमी सहारा' ऐसे लोगों को ध्यान में रखते हुए शुरू किया गया है कि घटनाक्रमों को उनकी ही भाषा में बेहतरीन ढंग से प्रस्तुत किया जाए। वर्तमान में 'आलमी सहारा' का प्रसारण भारत, पाकिस्तान, अफ़ग़ानिस्तान, बांग्लादेश, सऊदी अरब, यूनाइटेड अरब इमैरात, मिस्र, इराक़, इज़राइल, कुवैत, ब्रुनेई, जॉर्डन, बहरीन, ओमान, कतर, यमन, सीरिया, लेबनान, साइप्रस, तुर्की, भूटान, नेपाल, चीन, हाँगकाँग, मलेशिया, थाईलैंड, मालदीव, फिजी, म्यांमार, मंगोलिया, उत्तर कोरिया, दक्षिण कोरिया, रूस, सिंगापुर और ऑस्ट्रेलिया जैसे देशों में हो रहा है। 'आलमी सहारा' विशुद्ध रूप से समाचार एवं समसामयिक मुद्दों पर आधारित चैनल है, जिस पर चौबीसों घंटे कार्यक्रमों का प्रसारण होता रहता है। इसके कार्यक्रमों की प्रकृति पर अगर दृष्टि डाली जाए तो स्पष्ट होता है कि यह चैनल दूसरी भाषाओं में प्रसारित चैनलों से कुछ अलग नहीं है। हर घंटे न्यूज़ अपडेट के साथ सुपरफास्ट 50, राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय समसामयिक कार्यक्रम एवं स्टूडियो डिस्कशन जैसे कार्यक्रम शामिल हैं।

मुंसिफ़ टीवी : हैदराबाद के प्रसिद्ध उर्दू दैनिक मुंसिफ़ का यह दावा है कि उसकी पहुँच देश के सर्वाधिक उर्दू पाठकों तक है। मुंसिफ़ टीवी उसकी एक महत्वपूर्ण परियोजना है। इसका प्रसारण 26 जनवरी, 2011 से हो रहा है। ये परियोजना लगभग दस वर्षों तक पेंडुलम की तरह लटकती रही। ऑन एयर के बाद भी इसकी मुश्किलें खत्म नहीं हुईं। देश की बात तो छोड़ दीजिए, इसका प्रसारण हैदराबाद शहर में भी ठीक से नहीं हो पाया है।

4 टीवी उर्दू : हैदराबाद से प्रसारित 4 टीवी उर्दू चैनल का हैदराबाद और उसके आसपास के जिलों में अच्छा-खासा प्रभाव है। इस चैनल को वहाँ की प्रमुख राजनैतिक पार्टी ए.आई.एम.आई.एम. का मुख-पत्र समझा जाता है। उपर्युक्त चैनलों के अलावा भारत के अलग-अलग शहरों से छोटे उर्दू चैनलों का प्रसारण हो रहा है।

प्रमुख उर्दू वेब पोर्टल

इंटरनेट पर भी उर्दू ने सशक्त उपस्थिति दर्ज कराई है। तमाम उर्दू समाचार-पत्रों के वेब पोर्टल्स के अलावा बीबीसी उर्दू, ई-टीवी भारत का उर्दू पोर्टल, रेख्ता आदि ने एक नया पाठक वर्ग तैयार किया है। तकनीक आधारित इस दौर में इस माध्यम के फैलाव की असीम संभावनाएँ हैं।

उर्दू भाषा में मीडिया शिक्षण

उर्दू भाषा में मीडिया शिक्षण से आशय उन संस्थानों से है, जहाँ उर्दू माध्यम में पत्रकारिता या जन संचार के पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं या उर्दू भाषा में विद्यार्थियों को अपनी उत्तर पुस्तिका लिखने की स्वतंत्रता है। ज़्यादातर केंद्रीय संस्थाओं का पठन-पाठन अंग्रेज़ी या हिंदी माध्यम में हो रहा है। तमाम राज्य अनुदानित विश्वविद्यालयों में पठन-पाठन वहाँ

की स्थानीय भाषाओं में या कहीं-कहीं हिंदी/अंग्रेज़ी माध्यम में हो रहा है। ऐसे में यह प्रश्न स्वाभाविक है कि उर्दू मीडिया में प्रशिक्षित कर्मियों की आवश्यकताएँ कैसे पूरी हों? उर्दू मीडिया के जानकार, जो वर्षों से उर्दू मीडिया में अपनी सेवाएँ दे रहे हैं, का मानना है कि ज़्यादातर उर्दू मीडिया संस्थानों में उर्दू भाषा के जानकारों को ही मौका दिया जाता है। उर्दू भाषा में निपुणता और मीडिया संस्थाओं के परिवेश से वह बहुत जल्दी उर्दू मीडिया संस्थाओं में कार्य करने योग्य हो जाते हैं। मगर वर्तमान में जिस पेशेवर दक्षता और तकनीकी योग्यता की आवश्यकता है उससे संस्थान हमेशा जूझते रहते हैं। वर्तमान में मीडिया की आवश्यकताएँ बिल्कुल अलग तरह की हैं। साहित्य और पत्रकारिता में एक गहरा रिश्ता होता है। अधिकतर विश्वविद्यालयों में परास्नातक स्तर पर साहित्य पढ़ने वाले विद्यार्थियों को पत्रकारिता का एक प्रश्न पत्र पढ़ना कहीं-कहीं अनिवार्य या कहीं ऐच्छिक होता है। इस स्थिति में प्रत्येक साहित्य के विद्यार्थियों में पत्रकारिता की एक बुनियादी समझ विकसित हो जाती है। मगर यह प्रश्न है कि क्या वर्तमान में इन्हीं स्थितियों के सहारे हम उर्दू मीडिया के फैलाव को सुनिश्चित कर सकते हैं? हमारी नई शिक्षा नीति भी मातृ भाषा में शिक्षा को बढ़ावा देने की बात कर रही है। इस स्थिति में हमें उर्दू भाषा में मीडिया शिक्षण की दशा एवं दिशा पर गंभीर चिंतन की आवश्यकता है।

उर्दू माध्यम में मीडिया शिक्षा के पाठ्यक्रम संचालित करने वाले प्रमुख विश्वविद्यालय/संस्थान इस प्रकार हैं:

- (1) मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू विश्वविद्यालय, हैदराबाद (बी.ए.-जेएमसी, एम.ए.-जेएमसी, पी.-एच.डी. एवं दूरस्थ माध्यम में पत्रकारिता डिप्लोमा कार्यक्रम)
- (2) जामिया मिलिया इस्लामिया, नई दिल्ली के उर्दू विभाग द्वारा मास मीडिया में स्नातकोत्तर डिप्लोमा
- (3) अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय, अलीगढ़, के उर्दू विभाग द्वारा जन संचार में स्नातकोत्तर डिप्लोमा
- (4) काशी हिंदू विश्वविद्यालय, वाराणसी के उर्दू विभाग द्वारा अनुवाद एवं मास मीडिया में स्नातकोत्तर डिप्लोमा
- (5) कश्मीर विश्वविद्यालय, श्रीनगर के दूरस्थ शिक्षा निदेशालय द्वारा उर्दू पत्रकारिता में स्नातकोत्तर डिप्लोमा
- (6) जवाहरलाल नेहरू विश्वविद्यालय, नई दिल्ली, के उर्दू विभाग द्वारा मास मीडिया (उर्दू) में एडवांस डिप्लोमा
- (7) उत्तर प्रदेश राजर्षि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, प्रयागराज द्वारा उर्दू पत्रकारिता एवं जनसंचार में डिप्लोमा एवं उर्दू न्यूज़ रीडिंग एवं एंकरिंग में डिप्लोमा
- (8) मुंबई विश्वविद्यालय, मुंबई, के उर्दू विभाग द्वारा दो स्नातकोत्तर डिप्लोमा पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है—उर्दू पत्रकारिता में स्नातकोत्तर डिप्लोमा और उर्दू थिएटर, स्क्रिप्ट लेखन एवं अनुवाद में स्नातकोत्तर डिप्लोमा
- (9) दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली, के उर्दू विभाग द्वारा पोस्ट एम.ए. उर्दू अनुवाद और मास मीडिया में डिप्लोमा

(10) भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली द्वारा उर्दू पत्रकारिता में स्नातकोत्तर डिप्लोमा पाठ्यक्रम

इसके अलावा कुछ विश्वविद्यालयों में जनसंचार का पठन-पाठन अन्य भाषाओं में होता है, मगर उर्दू भाषा में उत्तर-पुस्तिकाओं को लिखने की स्वतंत्रता होती है। पत्रकारीय पेशे में विभिन्न भाषाओं व संस्कृतियों से अवगत रहना भी महत्वपूर्ण है, परंतु प्रत्येक भाषा का एक सांस्कृतिक पक्ष भी होता है, जिसको जानने-समझने के लिए उस भाषा में निपुणता आवश्यक है। देशभर में उर्दू मीडिया के पाठ्यक्रम अधिकतर उर्दू विभागों से ही संचालित हो रहे हैं। यहाँ इस बात पर मनन आवश्यक है कि क्या उर्दू विभागों के पास इतने संसाधन हैं कि वे मीडिया जैसे आधुनिक विषय का पठन-पाठन सुचारु ढंग से कर सकें? आधुनिक सॉफ्टवेयर, संपादन उपकरण एवं आधुनिक कैमरे से सुसज्जित स्टूडियो वर्तमान में मीडिया विभागों की बुनियादी आवश्यकताओं में से हैं। उर्दू और मीडिया विभाग के संचालन को हमें उनकी आवश्यकताओं के सापेक्ष देखना होगा। शैक्षणिक एवं तकनीकी सदस्यों की मदद से ही हम वर्तमान आवश्यकताओं के अनुरूप मीडिया पेशेवर तैयार करने में सक्षम हो पाएँगे। मीडिया पाठ्यक्रम संचालित करने वाले अधिकतर विश्वविद्यालयों की वेबसाइटों पर उनके पाठ्यक्रम मौजूद हैं। पाठ्यक्रम अध्ययन के पश्चात् यही तथ्य सामने आता है कि पाठ्यक्रम में व्यावहारिक पक्ष के बजाय सैद्धांतिक पक्ष पर अधिक ज़ोर दिया गया है। टीवी और रेडियो के पाठ्यक्रम को सिर्फ़ कक्षाओं तक सीमित नहीं किया जा सकता। इसका व्यावहारिक पक्ष है कि संचालित विभाग के पास टीवी कार्यक्रम निर्माण की न्यूनतम सुविधा मौजूद रहे। अधिकतर विश्वविद्यालयों की वेबसाइट्स पर पाठ्यक्रम के अलावा दूसरी जानकारी उपलब्ध नहीं है। दूरस्थ पद्धति द्वारा संचालित पाठ्यक्रम भी प्रैक्टिकल के नाम पर प्रोजेक्ट तक ही सीमित हैं जो इस पाठ्यक्रम की व्यावहारिक आवश्यकताओं के विपरीत है।

उर्दू माध्यम में मीडिया शिक्षा का सबसे बड़ा और व्यावहारिक विभाग हैदराबाद स्थित, मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू विश्वविद्यालय का जनसंचार विभाग है। यहाँ उर्दू माध्यम में स्नातक, परास्नातक, शोध आदि की सुविधा है। संभवतः उर्दू माध्यम में यहाँ के अलावा कहीं पर भी स्नातक, परास्नातक एवं शोध के स्तर का शिक्षण मौजूद नहीं है। पाठ्यक्रम अध्ययन के पश्चात् यह ज्ञात होता है कि तमाम उन बिंदुओं को शामिल किया गया है, जिसकी मीडिया पाठ्यक्रमों को आवश्यकता है। इंस्ट्रक्शनल मीडिया सेंटर के सहयोग से विभाग में प्रैक्टिकल की समुचित व्यवस्था है। विभाग के पास सात पूर्णकालिक शैक्षणिक एवं तीन गैर-शैक्षणिक सदस्य हैं। विभाग की वेबसाइट पर पर्याप्त सूचनाएँ उपलब्ध हैं।

भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली भी पत्रकारिता प्रशिक्षण का एक अग्रणी संस्थान है। 2013 में यहाँ उर्दू पत्रकारिता का डिप्लोमा पाठ्यक्रम प्रारंभ किया गया। इसी पाठ्यक्रम को 2017 से स्नातकोत्तर डिप्लोमा में परिवर्तित कर दिया। भारतीय जन संचार संस्थान के पास सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक पहलुओं को सीखने के पर्याप्त संसाधन मौजूद हैं।

उर्दू मीडिया विशेषज्ञों की दृष्टि में उर्दू मीडिया शिक्षण की स्थिति

हैदराबाद स्थित मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू विश्वविद्यालय के जनसंचार विभाग के अध्यक्ष प्रोफेसर मोहम्मद फ़रियाद का मानना है कि जिस प्रकार से उर्दू मीडिया का विकास हो रहा है, उसके मुक़ाबले उर्दू मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों की कमी है। उनका मानना है कि पत्रकारिता पाठ्यक्रम की व्यावहारिकता के मद्देनज़र सभी संस्थानों को न्यूनतम तकनीकी सुविधाओं की आवश्यकता है। उनकी चिंता यह भी है कि उर्दू माध्यम में मीडिया पाठ्यक्रम पढ़ने वाले विद्यार्थियों की भाषा को ठीक करने की आवश्यकता है। वह अपने संस्थान का उदाहरण देते हुए कहते हैं कि अगर विद्यार्थियों में मीडिया पाठ्यक्रम के प्रति रुचि है, और वह नई तकनीकों को समझने में दिलचस्पी रखता है तो ऐसे विद्यार्थियों को नौकरी पाने में कोई समस्या नहीं आती है (फ़रियाद, 2021)।

उर्दू के जाने-माने पत्रकार और 'न्यूज़ 18' उर्दू से सम्बद्ध श्री तहसीन मुन्वर का मानना है कि हमें जिस दक्षता की आवश्यकता है, ऐसे उर्दू मीडिया कर्मियों की कमी है। मीडिया संस्थाओं से आने वाले विद्यार्थियों का प्रशिक्षण संस्थान अपने अनुरूप खुद करते हैं। भाषाई दक्षता के प्रश्न पर वे भी अपनी चिंता व्यक्त करते हैं और कहते हैं कि तकनीकी दक्षता के अलावा मीडिया संस्थानों को विद्यार्थियों की भाषा पर भी मेहनत करने की आवश्यकता है। संस्थानों को मीडिया की नवीन आवश्यकताओं के अनुरूप अपने पाठ्यक्रमों को निरंतर अपडेट करने की आवश्यकता है। मीडिया का पाठ्यक्रम सिर्फ़ क्लासरूम में नहीं सीखा जा सकता है। वे अपनी बात को आगे बढ़ाते हुए कहते हैं कि नए बच्चों में शब्द कोश उपयोग की आदत छूट गई, वे सिर्फ़ गूगल के भरोसे रहते हैं, जिससे कभी-कभी भारी चूक हो जाती है (मुन्वर, 2021)। सहारा समूह के उर्दू चैनल 'आलमी सहारा' के संपादक श्री लईक़ रिजवी का मानना है कि भावी पत्रकारों को तकनीकी दक्षता पर विशेष ध्यान देने की आवश्यकता है। मीडिया संस्थानों को छात्रों की भाषा पर भी ज़ोर देने की आवश्यकता है। दक्षता के अभाव में हमें ऐसे लोगों को नियुक्त करना पड़ता है, जिससे कार्यक्रमों की गुणवत्ता प्रभावित हो जाती है। श्री रिजवी मीडिया संस्थानों पर अपनी नाराज़गी व्यक्त करते हुए कहते हैं कि जिस संस्थान के पास आवश्यक न्यूनतम सुविधा तक नहीं है वे बच्चों को दक्ष कैसे बना पाएँगे (रिजवी, 2021)।

उर्दू मीडिया पाठ्यक्रमों का विश्लेषण

मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू विश्वविद्यालय, हैदराबाद और भारतीय जन संचार, नई दिल्ली में उर्दू मीडिया शिक्षण के स्वतंत्र विभाग स्थापित हैं। बाक़ी अन्य संस्थान अपने दूसरे विभागों से उर्दू मीडिया का पाठ्यक्रम संचालित कर रहे हैं, जहाँ पर तमाम तकनीकी सुविधाओं का अभाव है। उर्दू मीडिया पाठ्यक्रम को दूरस्थ शिक्षण पद्धति से भी संचालित किया जा रहा है, मगर विषय की व्यावहारिकता के सापेक्ष बहुत सारे बिंदु छूट रहे हैं इसलिए यहाँ पर मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू विश्वविद्यालय, हैदराबाद और भारतीय जन संचार नई दिल्ली के पाठ्यक्रमों की बात हो रही है। मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू विश्वविद्यालय, हैदराबाद के जनसंचार विभाग द्वारा संचालित पाठ्यक्रम एम.ए (जनसंचार) के पाठ्यक्रम के अध्ययन से स्पष्ट है कि मीडिया के

तमाम सैद्धांतिक बिंदुओं को समाहित करते हुए प्रैक्टिकल पर विशेष जोर दिया गया है। प्रिंट, रेडियो, टेलीविज़न के प्रैक्टिकल सहित प्रोजेक्ट कार्य को पाठ्यक्रम का हिस्सा बनाया गया है। इस पाठ्यक्रम का विशेष आकर्षण प्रत्येक विद्यार्थी के लिए अंग्रेज़ी पत्रकारिता कौशल एवं ग्राफ़िक्स एवं एनिमेशन है। जिसके माध्यम से विद्यार्थियों को बाज़ार की आवश्यकताओं के अनुरूप ढाला जा सकता है। इसके साथ-साथ इस बिंदु का उल्लेख आवश्यक है कि विभाग नियमानुसार बोर्ड ऑफ़ स्टडीज़ और स्कूल बोर्ड की बैठकें भी आयोजित करता है, जिससे पाठ्यक्रम में आवश्यकतानुसार बदलाव भी किया जा सके।

भारतीय जन संचार संस्थान नई दिल्ली में उर्दू मीडिया शिक्षण का स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम संचालित किया जाता है। चूँकि स्नातकोत्तर डिग्री पाठ्यक्रम एवं स्नातकोत्तर डिप्लोमा पाठ्यक्रम के बीच तुलना अप्रासंगिक है, क्योंकि दोनों पाठ्यक्रमों की समयावधि में अंतर है। परंतु भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली के पाठ्यक्रम के अध्ययन के पश्चात यह स्पष्ट होता है कि पाठ्यक्रम में तमाम सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक बिंदुओं को सम्मिलित किया गया है। पाठ्यक्रम में प्रसारण पत्रकारिता, न्यू मीडिया एवं विकास पत्रकारिता के बिंदुओं को शामिल कर पाठ्यक्रम को पूर्णता प्रदान की गई है, जिससे विद्यार्थियों को सैद्धांतिक पक्षों के साथ-साथ व्यावहारिक और बाज़ार की आवश्यकताओं के अनुरूप बनाया जा सके।

निष्कर्ष

अध्ययन से स्पष्ट है कि उर्दू मीडिया का फैलाव पूरे भारत में है। अधिकतर राज्यों से उर्दू पत्रों का प्रकाशन हो रहा है। लगभग आधा दर्जन चैनलों से उर्दू के विभिन्न कार्यक्रमों का प्रसारण हो रहा है। दूसरी भाषाओं के बहुत सारे ऐसे चैनल भी हैं जो एक घंटे से लेकर चार घंटे तक उर्दू के कार्यक्रमों का प्रसारण कर रहे हैं। रेडियो के साथ-साथ डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर भी उर्दू मीडिया की शानदार उपस्थिति है। ऐसे में उर्दू मीडिया को भी व्यावहारिक एवं तकनीकी रूप से दक्ष पेशेवरों की आवश्यकता है जो वर्तमान मीडिया की आवश्यकताओं को पूरा कर सकें। उर्दू मीडिया को भी ऐसे संस्थानों की आवश्यकता है जो बाज़ार की आवश्यकताओं के अनुरूप दक्ष मीडियाकर्मियों को तैयार कर सकें। जो भी संस्थान उर्दू मीडिया के पाठ्यक्रम संचालित कर रहे हैं, उनके पास पर्याप्त शैक्षणिक/तकनीकी सदस्यों के साथ-साथ आवश्यक उपकरण जैसे कैमरा, स्टूडियो एवं संपादन के लिए आवश्यक सॉफ़्टवेयर उपलब्ध रहें। चूँकि मीडिया का पाठ्यक्रम पूरी तरह से व्यावहारिक विषय है इसलिए पार्ट टाइम/सांध्यकालीन/दूरस्थ माध्यम से या किसी अन्य विभाग से संचालित करने की परिपाटी पर गंभीर मनन की आवश्यकता है।

संदर्भ

- अख़्तर, एम. शकील. (2007). *उर्दू में नसरियाती अदब*. नई दिल्ली : फ़रीद बुक डिपो प्राइवेट लिमिटेड.
- अंजुम, एस. (2010). *मिडिया उर्दू और जदीद रुझानात*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- अनवर, एफ़. (2009). *मगरिबी बंगाल में उर्दू सहाफ़त*. कोलकता :

ग्राफ़िक्स प्रिंट.

- अमीन, एम. (2014). *टेलीविज़न दुनिया का आठवाँ अजूबा*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- अली, एस. (2013). *उर्दू सहाफ़त: सहारा ग्रुप के ताल्लुक से*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- अशरफ़, एच. (2006). *उर्दू सहाफ़त: मसाइल और इंकानात*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- आज़मी, एम. (2012). *ख़बरनामा*. हैदराबाद : हुदा पब्लिकेशन.
- आहूजा, आर. (2014). *सामाजिक सर्वेक्षण एवं अनुसंधान*. नई दिल्ली : रावत पब्लिकेशन.
- किदवई, एस. (2014). *उर्दू लिटरेचर एंड जर्नलिज़्म*. दिल्ली : कैम्ब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस इंडिया प्राइवेट लिमिटेड.
- कुमार, के. जे. (1994). *मॉस कम्युनिकेशन इन इंडिया*. मुंबई : जयको पब्लिकेशन हाउस.
- कुशीन, एस. (2012). *टेलीविज़न जर्नलिज़्म*. नई दिल्ली : सेज पब्लिकेशन.
- खान, ई. ए. (2014). *जदीद सहाफ़त*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- जैन, आर. (2004). *इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन*. जयपूर : मंगल दीप पब्लिकेशन्स.
- द्विवेदी, एस. (2012). *उर्दू पत्रकारिता का भविष्य*. दिल्ली : यश पब्लिकेशन.
- फरियाद, एम. (2021). *अध्यक्ष, जनसंचार विभाग, मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू विश्वविद्यालय हैदराबाद. फोन पर साक्षात्कार*
- मसूद, डॉ. एस. (2006). *व्यूज़ ऑन न्यूज़*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- मुनव्वर, टी. (2021). *वरिष्ठ उर्दू पत्रकार. फोन पर साक्षात्कार*.
- योरके, एल. (2000). *टेलीविज़न न्यूज़*. नई दिल्ली : फ़ोकल प्रेस.
- रिजवी, एल. (2021). *संपादक, आलमी सहारा. फोन पर साक्षात्कार*
- विलानिलम, जे. वी. (2002). *भारत में संचार और जनसंचार*. भोपाल : मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी.
- विमर, आर. डी., डोमिनिक, जे. आर. (2012). *मॉस मीडिया रिसर्च: ऐन इंट्रोडक्शन*. दिल्ली : सेंगे लार्निंग इंडिया प्राइवेट लिमिटेड.
- शादाब, ज. (2008). *नसरियाती तारीख़: असनाफ़ और पेसकश*. अलीगढ़ : एजुकेशनल बुक हाउस.
- सिद्दीकी, के. ऐ. (1998). *उर्दू रेडियो और टेलीविज़न में तरसील व अबलाग की ज़बान*. नई दिल्ली : एनसीपीयूएल.

- सिंह, वी. डी. (2012). *इंडियन टेलीविजन कंटेंट: इशू एंड डिबेट*. नई दिल्ली : हर-आनंद पब्लिकेशन प्राइवेट लिमिटेड.
- सरवरी, एम. एम. ए. (2013). *बरकी सहाफ़त (टीवी जर्नलिज़्म)*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- सदफ़, एम. (2010). *उर्दू सहाफ़त ज़बान, तकनीक तनाजुर*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- सरोश, आर. (2008). *ऑल इंडिया रेडियो उर्दू*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- हुसैन, डॉ. एफ़. (2015). *उर्दू मीडिया*. हैदराबाद : हुदा पब्लिकेशन.
- हुसैन, डॉ. एम. एस. (2011). *अब्लागियात (मॉस कम्युनिकेशन)*. दिल्ली : एजुकेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- https://www.siasat.com/urdu-2nd-most-spoken-language-5-stateshttps://censusindia.gov.in/2011Census/C-16_25062018_NEW.pdf-1604362/
- <https://prasarbharati.gov.in>



मीडिया शिक्षा के माध्यम से सामाजिक बदलाव

विकाश कुमार¹

सारांश

वर्तमान युग संचार क्रांति का युग है, जहाँ जनमाध्यमों की दुनिया में नवीन तकनीक के आगमन से 'विश्वग्राम' की संकल्पना साकार होती दिख रही है। संचार और सूचना-तकनीक के क्षेत्र में हुए विकास ने राष्ट्रीय तथा अंतरराष्ट्रीय स्तर की पत्रकारिता और जनसंचार की कार्य-पद्धति तथा इसके व्यावसायिक स्वरूप को बदलने के साथ पत्रकारिता और जनसंचार के पठन-पाठन की परंपरागत विधियों को भी परिवर्तित और प्रभावित किया है। मुख्यधारा की मीडिया के साथ-साथ आज न्यू मीडिया के रूप में एक ऐसा माध्यम मौजूद है, जिसने सूचना और ज्ञान के प्रचार-प्रसार के साथ-साथ लोकतांत्रिक मूल्यों की स्थापना में भी महत्वपूर्ण योगदान दिया है। अर्थात् वर्तमान में मीडिया और समाज एक-दूसरे को प्रभावित करने के साथ ही स्वयं एक-दूसरे से प्रभावित भी हो रहे हैं। प्रस्तुत शोध-पत्र के माध्यम से मीडिया शिक्षण के जरिये समाज में हो रहे बदलावों का विभिन्न दृष्टिकोणों के माध्यम से विश्लेषण करने का प्रयास किया गया है।

संकेत शब्द : मीडिया, समाज, मीडिया शिक्षा, पत्रकारिता, जन संचार

प्रस्तावना

भारत में पत्रकारिता का आरंभ एक मिशन के रूप में हुआ, जो स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् एक उद्योग की शक्ति में परिवर्तित होने लगा। विकास की इस प्रक्रिया में इसके बुनियादी स्वरूप, विषयवस्तु की प्रस्तुति के तौर-तरीकों के साथ-साथ इसके व्यावसायिक ढाँचे में भी आमूलचूल बदलाव आया। धीरे-धीरे पत्रकारिता की जगह 'मीडिया' ने ले ली और सूचना, ज्ञान तथा मनोरंजन के इस संसार में मुनाफे की प्रवृत्ति का वास होने लगा। इन तमाम बदलावों के बावजूद देश के सामाजिक, आर्थिक और राजनैतिक विकास में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। आजादी के आंदोलन से लेकर वर्तमान समय तक मीडिया ने आमजन को सूचना देने, शिक्षित करने तथा जनमत के निर्माण के प्रति जागरूक करते हुए मनोरंजन करने का काम भी शिद्दत से किया है। लोकतांत्रिक मूल्यों की स्थापना और प्रसार में भी इसकी अग्रणी भूमिका रही है। इसलिए भारत में मीडिया को लोकतंत्र के चौथे स्तंभ की संज्ञा भी दी जाती है। समाज में संचार, मीडिया और संवाद के इस महत्व को ध्यान में रखकर ही भारत में मीडिया शिक्षा की शुरुआत की गई। दैनिक ट्रिब्यून की एक रिपोर्ट के अनुसार सन् 1912 में जोसेफ पुलित्जर ने दुनिया में पहली बार मीडिया शिक्षण और प्रशिक्षण की बात कही थी ('मीडिया पाठ्यक्रम को चुनौती..', 2020)। भारत में एनी बेसेंट ने सन् 1920 में मद्रास के 'अडियार विश्वविद्यालय' में पत्रकारिता पाठ्यक्रम की शुरुआत की। भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय द्वारा जारी वार्षिक रिपोर्ट सन् 2019-20 के अनुसार भारत सरकार ने संचार के प्रभावी उपयोग के उद्देश्य से एक मंच की स्थापना में सहायता के लिए यूनेस्को से संपर्क किया। इस योजना में विकासशील दुनिया के इस हिस्से में जन संचार प्रशिक्षण मंच स्थापित करना भी शामिल था। जन संचार अध्ययन के जनक के रूप में चर्चित अमरीकी विद्वान 'विल्बर श्रेम' के नेतृत्व में संचार विशेषज्ञों के एक दल ने 'भारतीय जन संचार संस्थान' का खाका तैयार किया और 17 अगस्त, 1965 में इस संस्थान की स्थापना

हुई। भारतीय संदर्भ में शिक्षा तथा शिक्षण संस्थानों से संबंधित आँकड़ों तथा तथ्यों को ऑनलाइन प्रस्तुत करने वाली वेबसाइट 'शिक्षा डॉट कॉम' के अनुसार वर्तमान में भारत के केंद्रीय व राज्य स्तर पर निजी तथा सरकारी स्तर के कुल 985 शिक्षण संस्थानों द्वारा पत्रकारिता एवं जनसंचार से संबंधित सर्टिफिकेट से लेकर पी.एच.डी. पाठ्यक्रमों तक की शिक्षा प्रदान की जा रही है ('टॉप मास कम्युनिकेशन कॉलेज इन इंडिया...', 2020)। इस संख्या से अन्य विषयों के बीच मीडिया शिक्षा की लोकप्रियता का पता साफ तौर पर लग जाता है।

शोध-पत्र का उद्देश्य

- सामाजिक बदलाव के संदर्भ में मीडिया शिक्षा के विभिन्न पक्षों और भूमिका को समझना।
- भारतीय संदर्भ में मीडिया शिक्षण संस्थानों की कार्य-पद्धति का अध्ययन करना।
- मीडिया शिक्षा के महत्व का अध्ययन करते हुए भविष्य की संभावनाओं का आकलन करना।

साहित्य समीक्षा

भारत में मीडिया शिक्षण के सौ वर्ष पूरे हो चुके हैं। इस यात्रा में मीडिया अध्ययन और अध्यापन दोनों में व्यापक बदलाव आया है। दत्ता और रे (2011) मीडिया शिक्षा की विकास यात्रा के साथ-साथ मीडिया शिक्षा के विविध आयामों पर भी चर्चा करते हुए बताते हैं कि भारत में मीडिया के क्षेत्र में प्रतिदिन हो रहे विस्तार ने मीडिया शिक्षण को अन्य पारंपरिक पाठ्यक्रमों के बीच लोकप्रिय बनाने का काम किया है। वे समाज में मीडिया की ताकत और इसके प्रभावों को केन्द्र में रखते हुए मीडिया साक्षरता को मीडिया शिक्षा का एक अनिवार्य और महत्वपूर्ण तत्व बताते हुए इसकी विवेचना करते हैं। उन्होंने अपने शोध-पत्र में भारत

¹पीएचडी शोधार्थी जन संचार (मीडिया अध्ययन विभाग), महात्मा गांधी केंद्रीय विश्वविद्यालय, मोतिहारी, बिहार-845401. ईमेल : vkmail93@gmail.com

में मीडिया शिक्षण प्रदान करने वाले अलग-अलग संस्थानों के स्वरूपों तथा उनकी विशेषताओं और कमियों पर भी प्रकाश डाला है; जैसे, भारत में पारंपरिक मीडिया शिक्षा के साथ-साथ दूरस्थ शिक्षा, निजी कॉलेज तथा विश्वविद्यालय, मीडिया संस्थानों द्वारा संचालित शिक्षण संस्थान अपने-अपने तरीके से मीडिया पेशेवरों को तैयार कर रहे हैं। यह शोध पत्र मीडिया शिक्षा के अंतर्गत शामिल विषयों, जैसे— इलेक्ट्रॉनिक तथा प्रिंट मीडिया, विज्ञापन, जनसंपर्क, मीडिया शोध, मीडिया प्लानिंग इत्यादि के बारे में भी संक्षिप्त रूप में सारगर्भित सूचना उपलब्ध कराता है। साथ ही यह स्पष्ट करता है कि भारत में मीडिया शिक्षा को अकादमिक तथा मुख्यधारा के मीडिया हेतु योग्य और पेशेवर छात्र तैयार करने में पाठ्यक्रम, शिक्षक तथा संसाधन के स्तर पर अभी कई चुनौतियों से जूझना बाकी है।

सुरेश (2019) स्पष्ट करते हैं कि राष्ट्र निर्माण तथा सामाजिक विकास में मीडिया शिक्षा की भूमिका विशिष्ट और महत्वपूर्ण है, इसलिए देश में मीडिया शिक्षा के बुनियादी स्वरूप में कई परिवर्तन करने होंगे। उनके अनुसार देश में मीडिया शिक्षण को समर्पित एक 'मीडिया आयोग' की आवश्यकता है, जो पाठ्यक्रम निर्माण से लेकर शोध तथा प्लेसमेंट तक की प्रक्रिया को निर्देशित करे। देश के सभी केंद्रीय और राज्य-स्तरीय शिक्षण संस्थानों में मीडिया शिक्षा को एक मानक विषय के रूप में मान्यता देने तथा देश के समस्त मीडिया संस्थानों में नामांकन हेतु अखिल भारतीय प्रवेश परीक्षा का आयोजन करने की आवश्यकता है, ताकि इस पाठ्यक्रम की महत्ता अन्य सभी विषयों की भाँति स्थापित हो सके।

कुमार (2017) के अनुसार भारत में मीडिया शिक्षण का व्यवस्थित स्वरूप 1965 में 'भारतीय जन संचार संस्थान' की स्थापना के बाद से देखने को मिलता है। चटर्जी (2020) के अनुसार हजारों प्रकाशनों, सैकड़ों टीवी-रेडियो चैनलों तथा हजारों न्यूज वेबसाइट तथा मीडिया शिक्षा प्रदान करने वाले करीब 900 शिक्षण संस्थानों वाला भारत का मीडिया तंत्र दुनिया के विशालतम मीडिया तंत्रों में से एक है। यहाँ वे 1920 में मद्रास के अडियार विश्वविद्यालय में एनी बेसेंट द्वारा पत्रकारिता को अध्ययन के एक अनुशासन के रूप में आरंभ करने से लेकर भारत में मीडिया शिक्षा की वर्तमान स्थिति तक विस्तृत चर्चा करते हैं और साथ ही, अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय, पंजाब विश्वविद्यालय तथा मद्रास विश्वविद्यालय आदि के माध्यम से स्थापित तथा विकसित होते मीडिया शिक्षण की विकास यात्रा पर प्रकाश डालते हैं। अपने लेख में वे राष्ट्रीय और राज्य स्तर के विभिन्न शिक्षण संस्थानों का उल्लेख करते हैं, जिनमें मीडिया शिक्षा उपलब्ध है। जैसे—नागपुर, महाराष्ट्र का संत तुकड़ोजी महाराज विश्वविद्यालय, कोल्हापुर विश्वविद्यालय, महाराष्ट्र, गुवाहाटी विश्वविद्यालय तथा बनारस हिंदू विश्वविद्यालय आदि। उनके अनुसार समय-समय पर विभिन्न प्रशासकों, शिक्षाविदों, संचार विशेषज्ञों तथा वर्तमान में मुख्यधारा के स्थापित मीडिया घरानों (इंडिया टुडे, जी मीडिया, टाइम्स ऑफ इंडिया आदि) के द्वारा मीडिया शिक्षा के प्रसार हेतु मीडिया शिक्षण संस्थानों की स्थापना की गई।

उपर्युक्त साहित्य के अध्ययन से भारत में मीडिया शिक्षा के आरंभिक तथा बुनियादी स्वरूप की स्पष्ट और प्रामाणिक सूचना मिलती है तथा मीडिया शिक्षण के विभिन्न आयामों, इसके महत्त्व और राष्ट्र तथा समाज

के निर्माण में इसकी उपयोगिता को लेकर एक विवेचनात्मक दृष्टिकोण का विकास होता है।

भारत में मीडिया शिक्षा

मीडिया शिक्षा का बुनियादी उद्देश्य सिर्फ मीडिया की तकनीकों के संबंध में ज्ञान का प्रसार करना ही नहीं है, बल्कि विभिन्न मीडिया द्वारा उत्पादित अंतर्वस्तु के प्रति आलोचनात्मक दृष्टिकोण विकसित करना भी है, ताकि व्यक्ति, समाज तथा राष्ट्र के कल्याण में तथा नागरिकों को उनके अधिकारों के प्रति जागरूक करने में मीडिया का बेहतर प्रयोग किया जा सके। भारत में मीडिया शिक्षा ने अपनी यात्रा के सौ वर्षों को सफलतापूर्वक पूरा कर लिया है। अरस्तू से लेकर मैक्लुहान, शैनन और वीवर, विल्बर श्रैम, पॉल लेजासर्फेल्ड से लेकर इल्हु कर्ट्ज तक, इस सौ साल के सफर को पार करने के बावजूद आज भी संचार और मीडिया के क्षेत्र में विद्यमान सिद्धांतों और मॉडलों में शीर्ष पर विदेशी विद्वानों का ही प्रभुत्व है; किन्तु इसके बावजूद संवाद और संचार के भारतीय मॉडल और सिद्धांतों पर अध्ययन और शोध में वृद्धि, पत्रकारिता, जनसंचार, विज्ञापन तथा जनसंपर्क जैसे विषयों पर प्रतिवर्ष राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय संगोष्ठी और सम्मेलनों का आयोजन यह दर्शाता है कि भारत में मीडिया शिक्षा का भविष्य उज्ज्वल है। भारत के व्यापारिक संगठनों के संघ फिक्की (भारतीय वाणिज्य एवं उद्योग महासंघ) तथा ऑडीटिंग करने वाली विश्व की सबसे बड़ी कंपनियों में से एक केपीएमजी द्वारा भारतीय मीडिया और मनोरंजन उद्योग पर जारी 2020 की रिपोर्ट के अनुसार भारत में मीडिया तथा मनोरंजन का उद्योग लगभग 1.822 मिलियन का हो चुका है। कोरोना जैसी वैश्विक महामारी के कारण 2020 में इसमें लगभग 24 प्रतिशत की कमी आई, लेकिन इसके बावजूद साल 2021 तक इसमें लगभग 25 प्रतिशत की बढ़ोतरी की संभावना भी प्रकट की गई है (द एरा ऑफ ए.आर.टी, फिक्की-केपीएमजी रिपोर्ट, 2020)।

मार्च 2020 में केंद्र सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय द्वारा जारी आँकड़ों के अनुसार वर्ष 2002 से 2020 के बीच प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में 1229.15 करोड़ रुपये का प्रत्यक्ष विदेशी निवेश हुआ है। भारत के समाचार-पत्र पंजीयक द्वारा जारी रिपोर्ट के अनुसार वर्ष 2019-20 तक पंजीकृत समाचार-पत्रों तथा पत्रिकाओं की संख्या वर्ष 2018-19 के 1,19,995 के मुकाबले बढ़ते हुए कुल 1,43,423 हो चुकी है। देश में इस वक्त 800 से ज्यादा टीवी चैनल और 479 ऑल इंडिया रेडियो के चैनल सक्रिय हैं (सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, वार्षिक रिपोर्ट 2019-20)। इनके अतिरिक्त सैकड़ों की संख्या में निजी एफ.एम. चैनल तथा सामुदायिक रेडियो चैनल भी देश में सक्रिय हैं। इन आँकड़ों से यह स्पष्ट होता है कि भारत में मीडिया तथा मीडिया शिक्षण का क्षेत्र कितना विशाल और व्यापक है। मीडिया शिक्षा द्वारा हो रहे सामाजिक बदलावों को किसी एक संदर्भ में नहीं समझा जा सकता, क्योंकि इसके विभिन्न आयाम हैं जो अलग-अलग स्तर पर समाज को प्रभावित कर रहे हैं। इन्हें निम्नलिखित बिंदुओं के आधार पर समझा जा सकता है।

रोजगारोन्मुखी अध्ययन क्षेत्र की स्थापना

आज का मीडिया सिर्फ 'मिशन', 'सरोकार', 'सेवा-भाव' जैसे

आदर्शवादी मूल्यों पर आधारित नहीं है। वर्तमान समय का मीडिया पूँजी, लागत, वितरण, तकनीक, प्रसार, उपभोग तथा मुनाफे के स्तर पर देश के अन्य सभी उद्योगों के समक्ष चुनौती पेश कर रहा है। इसके तंत्र के संचालन के लिए बड़ी संख्या में मीडिया पेशेवरों की आवश्यकता पड़ती है, जिसकी पूर्ति मीडिया शिक्षण संस्थानों द्वारा ही की जाती है। मीडिया शिक्षा ने परंपरागत विषयों से इतर पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम को बाजार तथा तकनीक के अनुरूप रोजगारपरक और पेशेवर स्वरूप प्रदान किया है। वर्तमान में देश के प्रतिष्ठित शिक्षण संस्थानों द्वारा सर्टिफिकेट से लेकर पी.एच.डी. के स्तर पर विभिन्न पाठ्यक्रमों का संचालन हो रहा है। मीडिया व्यवसाय की आवश्यकताओं के अनुरूप ही पाठ्यक्रमों का स्वरूप और उनकी अवधि निर्धारित की गई है। इनमें पत्रकारिता, जनसंचार, मीडिया शोध, प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, न्यू मीडिया, विज्ञापन एवं जनसंपर्क, बाजार शोध, मीडिया प्लानिंग, मीडिया प्रबंधन जैसे कई विषयों पर आधारित पाठ्यक्रम प्रमुख हैं। इन पाठ्यक्रमों के अंतर्गत संचार और जनसंचार से संबंधित सिद्धांत, मॉडल, कानूनों के सैद्धांतिक ज्ञान के अतिरिक्त व्यावहारिक ज्ञान की शिक्षा भी दी जा रही है। इसके लिए विभागीय और केंद्रीय पुस्तकालयों के अतिरिक्त कैमरा, लाइटिंग, माइक्रोफोन, एडिटिंग सिस्टम और सॉफ्टवेयर, टेलीप्रॉम्पटर आदि उपकरणों से युक्त आधुनिक मीडिया लैब की स्थापना की जा रही है। पाठ्यक्रम के दौरान ही प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक तथा न्यू मीडिया से संबंधित रिपोर्टिंग, पेज मेकिंग, ले-आउट डिजाइन, एडिटिंग जैसी तकनीकी जानकारीयों से अवगत कराने के साथ-साथ छात्रों को विभिन्न मीडिया संस्थानों में सीमित अवधि का प्रशिक्षण भी कराया जाता है। अध्ययन के दौरान ही विभागीय समाचार-पत्र, वॉल मैगजीन, न्यूज बुलेटिन, डॉक्युमेंट्री, शॉर्ट फिल्म आदि का निर्माण कराकर उनके रचनात्मक कौशल की परीक्षा भी ली जाती है। मानव जीवन पर संचार तथा संचार माध्यमों के त्वरित तथा दूरगामी प्रभावों के अध्ययन ने अकादमिक जगत् में भी इस पाठ्यक्रम की महत्ता स्थापित की है। मीडिया शोध के क्षेत्र में संचार की परंपरागत पद्धतियों एवं प्रणालियों, समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, समाचार समितियों, विज्ञापन एवं जनसंपर्क, रेडियो, टेलीविजन तथा प्रिंट मीडिया, इंटरनेट, न्यू मीडिया तथा विकास संचार एवं सामाजिक विपणन आदि से संबंधित विषयों पर वैज्ञानिक पद्धतियों से शोध कार्य किए जा रहे हैं। साथ ही विभिन्न शिक्षण संस्थानों द्वारा संचार तथा मीडिया के सामाजिक, राजनैतिक, आर्थिक तथा मनोवैज्ञानिक प्रभावों पर भी शोध कार्य किया जा रहा है। संचार तथा मीडिया से संबंधित शोध, पाठ्यक्रम निर्माण तथा शिक्षकों तथा छात्रों के विकास के लिए विभिन्न राष्ट्रीय तथा केंद्रीय स्तर के विश्वविद्यालयों के बीच शैक्षणिक समझौतों के माध्यम से इस पाठ्यक्रम को समावेशी तथा पेशेवर बनाने का प्रयास भी किया जा रहा है, ताकि पत्रकारिता तथा जनसंचार के क्षेत्र में अकादमिक गतिविधियों में परस्पर सहयोग का कार्य, पुराने पाठ्यक्रमों को अद्यतन कर नवीन पाठ्यक्रमों की रचना, फैकल्टी एक्सचेंज एवं ट्रेनिंग प्रोग्राम तथा विद्यार्थियों के शैक्षणिक भ्रमण के साथ ही विभिन्न संस्थाओं के मध्य संयुक्त रूप से कार्यशाला, संगोष्ठी तथा सम्मेलनों का आयोजन संभव हो सके। भारत में मीडिया शिक्षा के महत्त्व और लोकप्रियता को ध्यान में रखते हुए लोक संचार, जनसंचार और पत्रकारिता के पाठ्यक्रमों पर आधारित विशेष विश्वविद्यालयों की स्थापना की गई है। भोपाल के मध्य प्रदेश में स्थित माखनलाल चतुर्वेदी

राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं जन संचार विश्वविद्यालय, रायपुर, छत्तीसगढ़ स्थित कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय तथा जयपुर, राजस्थान स्थित हरिदेव जोशी पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय मीडिया शिक्षण के क्षेत्र में उल्लेखनीय योगदान दे रहे हैं। मीडिया शिक्षा से संबंधित नियमित पाठ्यक्रम उपलब्ध कराने वाले संस्थानों के अलावा इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय तथा नालंदा मुक्त विश्वविद्यालय जैसे 17 शिक्षण संस्थान दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से भी पत्रकारिता तथा जन संचार से संबंधित विभिन्न पाठ्यक्रमों के अध्ययन की सुविधा प्रदान कर रहे हैं।

मीडिया पेशेवरों की नई पीढ़ी का विकास और प्रोत्साहन

मीडियाकर्मियों के काम की तुलना अक्सर एक सैनिक से की जाती है, क्योंकि एक रिपोर्ट की तलाश में सुबह घर से निकलने से लेकर शाम को दफ्तर से लौटने तक एक पत्रकार को भी कई अलग-अलग तरह की चुनौतियों से जूझना पड़ता है, जिसमें वह कभी सफल होकर लौटता है तो कभी निराश होकर खाली हाथ। लेकिन इन तमाम चुनौतियों के बावजूद यह पेशा आज भी हर साल सैकड़ों-हजारों जुनूनी छात्रों तथा शोधार्थियों को अपनी ओर खींच लेता है। इसमें कई बार 'प्रसिद्धि', 'पैसा' तथा 'ग्लैमर' जैसे तत्त्वों की भूमिका भी शामिल होती है। पत्रकारिता के आरंभिक दौर में देश का साहित्यकार और बुद्धिजीवी वर्ग ही पत्रकारिता से जुड़ा था, लेकिन स्वतंत्रता के पश्चात् पत्रकारिता और जनसंचार ने एक विधा के साथ-साथ एक व्यवस्थित उद्योग का आकार भी ले लिया। समय के साथ-साथ मीडिया संस्थानों के राज्य तथा स्थानीय स्तर पर किए जा रहे विस्तार, बदलते रंग-रूप तथा तकनीकी निर्भरता और पूँजीगत विकास ने इसे एक बड़े व्यवसाय में परिवर्तित कर दिया, जिसके लिए ज्यादा से ज्यादा मीडियाकर्मियों की आवश्यकता थी। एक पेशे के रूप में मीडिया की इस लोकप्रियता और इस क्षेत्र में मौजूद रोजगार की संभावना को देखते हुए मीडिया शिक्षा ने देश में पत्रकारिता और जनसंचार के अध्ययन को एक सुव्यवस्थित स्वरूप प्रदान करने के साथ-साथ हजारों मीडियाकर्मियों की नई पीढ़ियों को बनाने-सँवारने का काम भी किया। 'भारतीय जन संचार संस्थान' सहित देश के अन्य मीडिया शिक्षण संस्थानों से अध्ययन कर कई पत्रकार आज मुख्यधारा के मीडिया में सफलता के कीर्तिमान रच रहे हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की दुनिया में श्वेता सिंह तथा दीपक चौरसिया जैसे कई नामों सहित नई पीढ़ी के कई मीडिया पेशेवरों को तराशने में भी इन मीडिया संस्थानों का योगदान रहा है। 'बीबीसी हिंदी' की संवाददाता सर्वप्रिया सांगवान को परमाणु कार्यक्रम की वजह से मुश्किलें झेल रहे लोगों पर आधारित उनकी स्टोरी के लिए गोयनका समूह द्वारा दिए जाने वाले 2020 के प्रतिष्ठित 'रामनाथ गोयनका पुरस्कार' से सम्मानित किया गया ('बीबीसी हिंदी की सर्वप्रिया सांगवान को...', 2020)।

ये सभी पत्रकार किसी-न-किसी मीडिया शिक्षण संस्थान का हिस्सा रहे हैं। इस लिहाज से इन पत्रकारों की सफलता में इन्हें शिक्षा प्रदान करने वाले संस्थान की कामयाबी भी आंशिक या पूर्ण रूप से जुड़ी हुई है। वर्तमान में भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली, के अतिरिक्त जामिया मिलिया इस्लामिया, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, दिल्ली विश्वविद्यालय, जवाहरलाल नेहरू विश्वविद्यालय,

हैदराबाद विश्वविद्यालय सहित देश के विभिन्न निजी और सरकारी शिक्षण संस्थाओं के पत्रकारिता और जनसंचार पाठ्यक्रम में कई छात्र और शोधार्थी अध्ययनरत हैं। हजारों छात्र यहाँ से शिक्षा प्राप्त कर देश-विदेश के विभिन्न मीडिया संस्थानों में अपनी सेवाएँ देते हुए इस विधा को समृद्ध कर रहे हैं। मीडिया शिक्षा से लाभान्वित नई पीढ़ी समाचारों के संग्रह से लेकर उनके लेखन, संपादन और प्रस्तुतीकरण तक की प्रक्रिया को नए अंदाज और नए कलेवर में प्रस्तुत कर रही है। 'दी लल्लनटॉप', 'द वायर', 'द क्विंट', 'गांव कनेक्शन' जैसे कई अलग-अलग समाचार पोर्टल तथा नए-नए एफ.एम. और टीवी चैनल, ओटीटी प्लैटफॉर्म तथा यूट्यूब जैसे ऑनलाइन जनमाध्यमों ने उनके हुनर को तराशने का काम किया है।

मीडिया साक्षरता का प्रसार

आरंभ के संचार सिद्धांतों जैसे 'बुलेट थ्योरी' 'एजेंडा सेटिंग' इत्यादि के माध्यम से यह स्पष्ट हो चुका है कि मीडिया द्वारा प्रकाशित-प्रसारित अंतर्वस्तु का प्रभाव आम जन पर त्वरित या विलंब से अथवा आंशिक या विस्तृत रूप में अवश्य पड़ता है। फेसबुक, ट्विटर तथा व्हाट्सएप जैसे सोशल मीडिया के उपकरणों द्वारा सामाजिक जन-आंदोलनों के आयोजन जैसा सकारात्मक तथा सांप्रदायिक दंगों को भड़काने वाला नकारात्मक स्वरूप भी सबके सामने है। भारत में कुछ असमाजिक तत्वों द्वारा समय-समय पर धर्म, जाति तथा राजनीति की आड़ में अक्सर सामाजिक सद्भाव बिगाड़ने की कोशिश की जाती है। ऐसे लोगों द्वारा नफरत फैलाने के लिए मीडिया के अलग-अलग स्वरूपों का प्रयोग किया जाता है। 2012 के असम, 2013 के मुजफ्फरनगर दंगों से लेकर 2020 के दिल्ली दंगों तक के प्रसार में मीडिया के सबसे नए और लोकप्रिय स्वरूप यानी सोशल मीडिया की सबसे बड़ी भूमिका रही। इंटरनेट उपभोक्ताओं से संबंधित आंकड़े जुटाने वाली वेबसाइट 'स्टेटिस्टा' की 2020 की एक रिपोर्ट के अनुसार वर्तमान में भारत में करीब 70 करोड़ इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जिनमें से 38 करोड़ विभिन्न सोशल मीडिया साइटों पर भी मौजूद हैं (किलेरी, 2020)।

ऐसी परिस्थिति में मीडिया साक्षरता की आवश्यकता अनिवार्य रूप से महसूस होती है। मीडिया शिक्षा के माध्यम से समाज में मीडिया साक्षरता का प्रसार भी सरलता से किया जा सकता है, क्योंकि इसके अंतर्गत 'मीडिया काम कैसे करता है?' तथा इसके द्वारा प्रसारित 'सूचनाओं और तथ्यों की व्याख्या और विश्लेषण कैसे हो?' जैसे प्रश्नों के समाधान पर जोर दिया जाता है। संचार और संवाद के माध्यम से लोक कल्याणकारी कार्यों में सहायता करना तथा 'फेक न्यूज' के प्रति जागरूकता फैलाना भी मीडिया साक्षरता का प्रमुख लक्ष्य है। राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मीडिया साक्षरता के प्रसार के लिए समर्पित शैक्षिक संगठन 'सेंटर फॉर मीडिया लिटरेसी' के अनुसार विभिन्न विचारों के निर्माण, उनका मूल्यांकन और विश्लेषण करने हेतु लोगों के अंदर ज्ञान, कौशल तथा क्षमता का होना अनिवार्य है (<http://www.medialit.org/>)।

सूचनाओं के प्रसार के माध्यम से समाज को सशक्त, समृद्ध तथा विकसित बनाने में मीडिया साक्षरता की विशेष भूमिका है। मीडिया साक्षरता सूचना तथा ज्ञान के स्वतंत्र, न्यायसंगत तथा निष्पक्ष उपलब्धता को बढ़ावा देने हेतु मीडिया संदेशों के प्रति सजग बनाने का कार्य भी करता है। मीडिया शिक्षा के अंतर्गत ही 'पेड न्यूज', 'फेक न्यूज', 'पोस्ट

टुथ' इत्यादि की पहचान, बचाव, शिकायत संबंधी कानून और जवाबदेह संगठनों और सरकारी संस्थानों से जुड़े तथ्यों से छात्रों को अवगत कराया जाता है, ताकि पेशे के साथ-साथ अपने सामाजिक जीवन में भी वे जिम्मेदार और जागरूक नागरिक बन सकें। मीडिया संस्थानों द्वारा राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर संगोष्ठी तथा कार्यशालाओं के माध्यम से भी मीडिया साक्षरता का प्रसार किया जा रहा है। दैनिक जागरण के सहयोगी मीडिया पार्टनर 'विश्वास न्यूज' द्वारा 'सच के साथी' शीर्षक से कार्यशालाओं का आयोजन देश के विभिन्न स्थानों पर किया जाता है, जिनमें आम नागरिकों तथा छात्रों को शामिल कर उन्हें फेक न्यूज तथा वायरल खबरों के पीछे के तथ्यों को जाँचने तथा उनके प्रति जागरूक करने का कार्य किया जाता है। जो लोग मीडिया की समझ रखते हैं, शिक्षित हैं और मीडिया से ग्रहण की जा रही सामग्री की विश्वसनीयता का आकलन करने में सक्षम होते हैं, उनके द्वारा फर्जी खबरों का प्रसार भी सीमित मात्रा में होता है। इसी को ध्यान में रखते हुए बीबीसी के एक प्रोजेक्ट 'बिगड फेक न्यूज' के माध्यम से 'द रियल न्यूज' नाम से वर्कशॉप की शुरुआत 12 नवंबर, 2018 को हुई। इसके माध्यम से बीबीसी पत्रकारों की टीम ने ब्रिटेन और भारत के स्कूलों में जाकर मीडिया साक्षरता पर वर्कशॉप का आयोजन करना आरंभ किया, जिसका उद्देश्य बच्चों को खेल, वीडियो तथा टीम एक्सरसाइज के माध्यम से जागरूक करना था ('फेक न्यूज के खिलाफ बीबीसी ने शुरू की...', 2018)। यहीं पर आकर मीडिया साक्षरता मीडिया शिक्षा के एक अनिवार्य तत्व के रूप में स्थापित दिखाई देता है, जिसके प्रसार में मीडिया शिक्षण संस्थानों की महत्वपूर्ण भूमिका है।

नागरिक पत्रकारिता जैसी विधा का विस्तार

मीडिया को समाज का दर्पण माना जाता है, जिसमें समाज की हर अच्छी-बुरी घटना का प्रतिबिंब प्रकट होता है, किंतु ऐसा मीडिया तथा समाज के बीच आदर्श स्थिति में ही संभव होता है। वास्तविकता में समाज में घटित कई घटनाएँ और गतिविधियाँ ऐसी होती हैं जो किसी-न-किसी आर्थिक, राजनैतिक या सामाजिक कारणों से मीडिया द्वारा नजरअंदाज कर दी जाती हैं या फिर कवरेज के नाम पर सिर्फ खानापूति की जाती है। ऐसी परिस्थितियों की वजह से ही 'नागरिक पत्रकारिता' जैसी अवधारणा का जन्म हुआ। इसे 'वैकल्पिक', 'सहभागी' तथा 'लोकतांत्रिक' पत्रकारिता जैसे नामों से भी जाना जाता है। इंटरनेट तथा सोशल मीडिया के आगमन ने इस विधा का विस्तार करने के साथ-साथ इसे लोकप्रिय बनाने का काम भी किया है। ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार "इंटरनेट के माध्यम से आम लोगों द्वारा सूचनाओं एवं समाचारों का संग्रहण और प्रसार नागरिक पत्रकारिता कहलाता है" ('सिटिजन जर्नलिज्मस', एन.डी.)। अर्थात् पत्रकारिता के इस स्वरूप में सूचनाओं के संकलन, लेखन, संपादन से लेकर प्रस्तुतीकरण का सारा कार्य आम नागरिकों द्वारा संचालित किया जाता है। इस पत्रकारिता में खबरें पलक झपकते ही आम जन के बीच 'वायरल' या 'ट्रेंड' होने लगती हैं और प्रयोगकर्ताओं के समक्ष भी 'लाइक' या 'कमेंट' के रूप में त्वरित प्रतिक्रिया दर्ज करने का विकल्प होता है। मीडिया शिक्षण का ही परिणाम है कि कई मीडिया छात्र तथा शोधार्थी अपने पाठ्यक्रम की समाप्ति पर मुख्यधारा की मीडिया में रोजगार चुनने के बजाय स्वतंत्र रूप से नागरिक पत्रकारिता को पेशे के रूप में चुन रहे हैं। विभिन्न भाषाओं और क्षेत्रों को लेकर काम कर रहे ऐसे पत्रकारों की आवाज और इनका लेखन

मुख्यधारा की मीडिया के साथ-साथ यूट्यूब, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम तथा व्हाट्सएप जैसे सोशल नेटवर्किंग साइटों की मदद से समाज के बड़े हिस्से तक शीघ्रता के साथ पहुँच रहे हैं। स्वतंत्र पत्रकारों के अतिरिक्त मुख्यधारा की मीडिया के स्थापित पत्रकार भी अपने मीडिया संस्थान से इतर ब्लॉग, फेसबुक, इंस्टाग्राम तथा यूट्यूब चैनल के माध्यम से नागरिक पत्रकारिता के क्षेत्र को विस्तार देने का काम कर रहे हैं। सोशल मीडिया की भूमिका को विभिन्न सामाजिक तथा राजनैतिक जन-आंदोलनों में भी स्पष्ट रूप से देखा गया है। 2011 का 'अन्ना आंदोलन' और 2012 का 'निर्भया आंदोलन' इसका गवाह है, जहाँ एक पोस्ट, ट्वीट या मैसेज के माध्यम से हजारों की भीड़ सत्ता के खिलाफ अपना आक्रोश दिखाने सड़क पर उतर गई थी। नागरिक पत्रकारिता के उपकरण के रूप में सोशल मीडिया की ताकत और इसके प्रभावों को ध्यान में रखते हुए इसे एक विषय के रूप में कई विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता एवं जन संचार के पाठ्यक्रमों का हिस्सा भी बनाया गया, ताकि शिक्षण अवधि में ही छात्रों को इसके सकारात्मक और नकारात्मक पहलुओं से अवगत कराया जा सके।

सामाजिक समरसता की बुनियाद का सुदृढ़ीकरण

भारत का संविधान अनुच्छेद 19 (1) (क) के अंतर्गत देश के सभी नागरिकों को 'वाक् एवं अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता' प्रदान करता है। भारतीय संदर्भ में यदि देखें तो यहाँ के प्रेस अर्थात् मीडिया की कार्यप्रणाली भी पूर्ण रूप से इसी स्वतंत्रता पर आधारित है। भारतीय मीडिया को अलग से कोई विशेषाधिकार प्राप्त नहीं है और विशेष परिस्थितियों में संविधान के अनुच्छेद 19 (2) के प्रावधानों के अंतर्गत मीडिया की स्वतंत्रता पर न्यायालय द्वारा तर्कसंगत प्रतिबंध भी लगाए जा सकते हैं। इससे यह स्पष्ट है कि मीडिया का यह संवैधानिक, नैतिक और सामाजिक दायित्व है कि वह समाज में संविधान में उल्लेखित तीन प्रमुख आदर्श मूल्यों 'स्वतंत्रता', 'समानता' तथा 'भाईचारा' का प्रसार करते हुए अपने कर्तव्यों का निर्वहन करे। स्वतंत्रता पूर्व से लेकर वर्तमान तक समाज में मीडिया के योगदान तथा महत्त्व को देखते हुए इसे लोकतंत्र के चौथे स्तंभ का नाम दिया जाता है। मीडिया तथा समाज के इस अंतर्संबंध को ध्यान में रखते हुए देश के विभिन्न शिक्षण संस्थानों में मीडिया शिक्षा के पाठ्यक्रम की नींव तैयार की गई है, ताकि पत्रकारिता एवं जनसंचार के व्यावसायिक और सैद्धांतिक ज्ञान के अतिरिक्त छात्रों में संवैधानिक, लोकतांत्रिक और सामाजिक चेतना का भी प्रसार हो। वर्तमान में मीडिया शिक्षा के पाठ्यक्रमों में 'मीडिया विधि एवं आचार संहिता' के विभिन्न प्रावधानों, अधिनियमों तथा कानूनों के अतिरिक्त 'मीडिया और मानवाधिकार', 'मीडिया और महिलाएँ', 'दलित-आदिवासी-अल्पसंख्यक तथा मीडिया', 'लोकतंत्रीकरण और मीडिया', 'सामाजिक सौहार्द स्थापना और मीडिया', 'सांस्कृतिक आदान-प्रदान में मीडिया की भूमिका', 'नीतिशास्त्र के प्रमुख सिद्धांत' 'पर्यावरण तथा मीडिया' इत्यादि विषयों को शामिल किया गया है। साथ ही इनसे संबंधित 'भाषा', 'पारिभाषिक शब्दावली', 'लेखन-शैली' 'नैतिक पहलुओं' तथा 'रिपोर्टिंग-तकनीक' का प्रशिक्षण भी विशेष रूप से दिया जा रहा है, ताकि किसी विशिष्ट जाति, धर्म, समुदाय या लिंग या क्षेत्र विशेष से संबंधित वर्ग के लिए खबर या आलेख लिखते समय छात्रों की लेखनी में 'संवेदना' तथा 'धर्मनिरपेक्षता' का तत्त्व प्रमुखता से सम्मिलित हो, क्योंकि एक अच्छी रिपोर्ट से यह अपेक्षा की जाती है कि उसे लिखते हुए कोई पत्रकार

हर प्रकार के पूर्वाग्रहों को पीछे छोड़ 'निष्पक्ष' और 'तटस्थ' हो।

निष्कर्ष

पिछले सौ साल में बदलते समाज के साथ-साथ मीडिया की कार्यपद्धति और उसके चरित्र में काफी बदलाव आया है। संस्थान, कार्य-क्षेत्र, भाषा, प्रसार, राजस्व, मुनाफे के स्तर पर विकसित होता गया मीडिया आज एक स्थापित उद्योग बन चुका है। यह स्पष्ट रूप से कहा जा सकता है कि इन बदलावों ने प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से देश में संचालित मीडिया शिक्षण को भी पाठ्यक्रम, विषय, प्रकार, अवधि, शिक्षण की विधियों, तकनीक के प्रयोग आदि कई स्तरों पर प्रभावित और परिवर्तित किया है। सरल शब्दों में कहें तो मीडिया शिक्षा ने भी समय के साथ खुद को 'अपडेट' रखने की पूरी कोशिश की है। सामाजिक बदलावों में मीडिया शिक्षा की भूमिका को किसी एक दृष्टिकोण, एक तथ्य या एक उदाहरण के आधार पर समझना जटिल है, क्योंकि समाज में होने वाले किसी भी बदलाव की प्रक्रिया विभिन्न चरणों से होकर गुजरती है। मीडिया शिक्षा भी उसी प्रक्रिया का एक हिस्सा मात्र ही है। वर्तमान में भारतीय मीडिया पेड न्यूज तथा फेक न्यूज, सामाजिक मुद्दों को लेकर असंवेदनशीलता, सत्ता की आलोचना का डर, लैंगिक असमानता और सभी जाति-धर्म तथा वर्गों के समान प्रतिनिधित्व की कमी जैसी कई चुनौतियों से जूझ रहा है। इन चुनौतियों का हल स्थायी रूप से तलाशने के लिए हमें मीडिया शिक्षण का सहारा लेना होगा, किंतु अभी देश के कई मीडिया शिक्षण संस्थान संसाधन के स्तर पर खुद भी कई तरह की समस्याओं से जूझ रहे हैं। इन संस्थानों में कहीं मीडिया पाठ्यक्रमों से जुड़े विशेषज्ञों की कमी है, कहीं मीडिया लैब नदारद है, कहीं भाषाई स्तर पर अच्छी शोधपरक पुस्तकें उपलब्ध नहीं, तो कहीं पाठ्यक्रम पूरा होने के बाद प्लेसमेंट की सुविधा का अभाव है। इन समस्याओं के समाधान हेतु तथा देश में मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता में वृद्धि लाने और इसकी दशा और दिशा सुधारने हेतु वरिष्ठ शिक्षाविदों द्वारा प्रस्तावित 'मीडिया एजुकेशन काउंसिल' या 'मीडिया आयोग' जैसी संस्था के निर्माण की संकल्पना को साकार करने की भी आवश्यकता है, जिसके जरिये मीडिया शिक्षा प्रदान करने वाले संस्थानों की गुणवत्ता में सुधार होने के साथ-साथ नियमन के माध्यम से उनकी जवाबदेही भी तय हो सके; क्योंकि सांप्रदायिकता के बढ़ते प्रसार और सामाजिक सद्भाव के विखंडन के इस दौर में राष्ट्रीय एकता और अखंडता की स्थापना तथा 'संवेदनशील' मीडियाकर्मियों तथा 'चिंतनशील' मीडिया शिक्षकों की अगली पीढ़ी का निर्माण मीडिया शिक्षा के माध्यम से ही संभव है। हमें सिर्फ पेशेवर पत्रकारिता को ध्यान में रखकर अध्ययन-अध्यापन की योजनाओं और नीतियों के निर्माण से बचते हुए संविधान में उल्लिखित लोकतांत्रिक और मानवीय मूल्यों पर आधारित शिक्षण पद्धति को भी समान रूप से मीडिया शिक्षा में स्थान देना होगा, तभी सामाजिक बदलाव में मीडिया शिक्षा की भूमिका स्पष्ट रूप में दिखाई देगी।

संदर्भ

एफपीजे. (2020). इंडियन जर्नलिस्ट- नेहा दीक्षित विन्स वन यंग वल्डर्स- जर्नलिस्ट/ ऑफ द ईयर अवार्ड. *फ्री प्रेस जर्नल डॉट इन*. <https://www.freepressjournal.in/india/indian-journalist-neha-dixit-wins-one-young-worlds-journalist->

of-the-year-award से पुनःप्राप्त

कुमार, के. जे. (2017). *भारत में जनसंचार*. मुंबई : जयको पब्लिशिंग हाउस.

चटर्जी, एम. (2020). *हंड्रेड इयर्स ऑफ मीडिया एजुकेशन इन इंडिया*. ओडिशा डॉट प्लस. <https://www.odisha.plus/2020/06/100-years-of-media-education-in-india/>

टॉप मास कम्युनिकेशन कॉलेज इन इंडिया, (2020). *शिक्षा डॉट काम*. <https://www.shiksha.com/mass-communication-media/ranking/top-mass-communication-colleges-in-india/> से पुनःप्राप्त

दत्ता, ए. एवं रे, ए. (2011). *मीडिया एजुकेशन इन इंडिया- पीयर पर्सपेक्टिव*. किलेरी, एस. (2020). *नंबर ऑफ इंटरनेट यूजर्स इन इंडिया 2015-2025*. स्टेटिस्टा डॉट काम. <https://www.statista.com/statistics/255146/number-of-internet-users-in-india/> से पुनःप्राप्त

द एरा ऑफ ए.आर.टी., फिक्की-केपीएमजी भारतीय मीडिया और मनोरंजन रिपोर्ट (2020). *फिक्की डॉट इन*. <https://ficci.in/sp-document/23200/FICCI-EY-Report-media-and-entertainment-2020.pdf> से पुनःप्राप्त

फेक न्यूज के खिलाफ बीबीसी ने शुरू की बड़ी अंतरराष्ट्रीय मुहिम

(2018, नवंबर 11). *बीबीसी डॉट कॉम*. <https://www.bbc.com/hindi/india-46166362> से पुनःप्राप्त

मीडिया पाठ्यक्रम निर्माण को चुनौती की तरह लें शिक्षक (2020, अगस्त 20). *दैनिक ट्रिब्यून ऑनलाइन*. <https://www.dainiktribune-online.com/news/haryana/teachers-should-take-media-curriculum-construction-as-a-challenge-3347> से पुनःप्राप्त

सिटिजन जर्नलिज्म. *ऑक्सफोर्ड लर्नर्स डिक्शनरीज डॉट कॉम*. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/citizen-journalism से पुनःप्राप्त

सुरेश, के.जी. (2019). *मीडिया एजुकेशन डिजर्व्स अटेंशन टू, न्यू इंडियन एक्सप्रेस*. <https://www.newindianexpress.com/magazine/voices/2019/aug/04/media-education-deserves-attention-too-2012709.html> से पुनःप्राप्त

सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय (भारत सरकार) वार्षिक रिपोर्ट 2019-20. [mib.gov.in. https://mib.gov.in/sites/default/files/Annual%20Report%202019-20.pdf](https://mib.gov.in/sites/default/files/Annual%20Report%202019-20.pdf) से पुनःप्राप्त

https://www.researchgate.net/publication/267324809_Media_Education_in_India_A_Peer_Perspective से पुनःप्राप्त

<http://www.medialit.org/about-cml>



सामुदायिक रेडियो वन्या : 21वीं सदी में मीडिया शिक्षा और शोध का नवीन आयाम

डॉ. सौरभ कुमार मिश्रा¹

सारांश

आज के दौर में तकनीकी व संचार का ज्ञान होना अति आवश्यक है। इसके बिना वर्तमान समय में संप्रेषण व संवर्धन संभव नहीं है। पत्रकारिता और जनसंचार की औपचारिक शिक्षा ने इस क्षेत्र में उच्चम स्तर के पेशेवरों को बनाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। पत्रकारिता और जनसंचार की व्यावहारिक शिक्षा ने ही आज संचार के विभिन्न क्षेत्रों में और निरंतर बदलती हुई तकनीक के समक्ष अनुभवी संचारकों को तैयार किया है। प्रमुख संचार माध्यम रेडियो की बात करें तो इसकी पहुँच देश के 95 प्रतिशत भूभाग पर है, लेकिन बाकी 5 प्रतिशत के जिन इलाकों पर उसके संचरण का अभाव है, उन्हीं दूरवर्ती इलाकों में देश के जनजातीय समुदाय के लोग रहते हैं। इनका जीवन, रहन-सहन, बोली आदि समाज की मुख्य धारा से अलग है। इसी कारण वे मुख्य धारा से दूर हैं। इसी रिक्तता को दूर करने के उद्देश्य से मध्य प्रदेश के 'वन्या जनजातीय कार्य विभाग' ने 2007 में सामुदायिक रेडियो (वन्या) की स्थापना की। यह रेडियो स्टेशन समुदाय के द्वारा उन्हीं की बोली में और उन्हीं के बीच स्थापित हुआ। इस तरह जनजातीय समुदायों का तकनीकी शिक्षा से परिचय कराने तथा उनके संस्कारों को संरक्षित करने के उद्देश्य से 2011 में कुल 8 जनजातीय समुदायों के बीच सामुदायिक रेडियो केंद्रों की स्थापना की गई। इन स्टेशनों में प्रसारित होने वाले कार्यक्रम उन्हीं की बोलियों, उन्हीं के द्वारा तथा उन्हीं के स्थान से प्रसारित होते हैं। यह नया प्रयास जनजातीय समुदाय के लिए नवीन ऊर्जा का संचार करने वाला है। इससे जनजातीय समुदाय तकनीकी को समझने तथा इससे जुड़ने का प्रयास कर रहे हैं। इसीलिए यह विषय आज के दौर में मीडिया शिक्षा के लिए आवश्यक है।

संकेत शब्द : संचार, सामुदायिक (कम्युनिटी) रेडियो, जनजातीय समुदाय, वन्या

प्रस्तावना

बीसवीं शताब्दी को जनसंचार की शताब्दी कहा जाता है, क्योंकि इस अवधि में मुद्रण माध्यम तथा इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों की प्रौद्योगिकी में व्यापक अनुसंधान किए गए। जनमानस के सशक्तीकरण में जनमाध्यमों का योगदान निर्विवाद रूप से चर्चा का विषय रहा है। रेडियो प्रसारणों की लोकप्रियता एवं लोक स्वीकृति ने भारतवर्ष के ग्रामीण समाज को सामाजिक और सांस्कृतिक रूप से समृद्ध बनाने की दिशा में अभूतपूर्व सफलता प्राप्त की। रेडियो ने भारतीय समाज की मूल्यपरक अभिव्यक्ति क्षमता को अपने कार्यक्रमों की अंतर्वस्तु बनाकर राष्ट्रीय एकता एवं अखंडता की नींव को सुदृढ़ किया है। औपचारिक रूप से रेडियो प्रसारणों का आरंभ 23 जुलाई, 1927 को मुंबई से किया गया, लेकिन स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् ही रेडियो को आकाशवाणी के रूप में प्रतिष्ठा प्राप्त हुई (बरूआ, 1983, पृ.22)। एक स्वतंत्र राष्ट्र ने अपने संविधान में जिन आधारभूत सामाजिक मूल्यों को अंगीकार किया, उन्हें पूरे राष्ट्र का आराध्य बनाने में आकाशवाणी ने अपना अमूल्य योगदान दिया है। एक जन माध्यम के रूप में देश की आवश्यकताओं के अनुरूप रेडियो प्रसारणों में समय-समय पर आमूलचूल नवाचारी परिवर्तन किए गए हैं। अस्तु, इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को स्वायत्तता देना, उपग्रह प्रसारण की सुविधा, प्रसारण की स्थानीय सेवा, लोक सेवा प्रसारण, विविध भारती सेवा, राष्ट्रीय प्रसारण सेवा, सामुदायिक रेडियो सेवा, एफ.एम. सेवा, कैंपस रेडियो, वेब रेडियो, सेटलाइट रेडियो आदि के माध्यम से भारतीय संविधान के लक्ष्यों—प्रजातंत्र, धर्मनिरपेक्षता तथा समाजवादी समाज की स्थापना में रेडियो माध्यम पूरे मनोयोग के साथ प्रयासरत है। इसी क्रम में 23 नवंबर, 1997 को आकाशवाणी तथा

दूरदर्शन संस्थाओं को प्रसार भारती निगम के रूप में अपना कार्य करने की स्वायत्तता प्रदान की गई। (बरूआ, 1983, पृ.26)

राष्ट्र निर्माण के क्षेत्र में रेडियो प्रसारणों की भूमिका को प्राथमिकता देते हुए राष्ट्रीय विकास की परियोजनाओं को रेडियो कार्यक्रमों की विषयवस्तु का आधार बनाया गया, जिसके सकारात्मक परिणाम शीघ्र मिलने लगे। रेडियो प्रसारणों के प्रभाव के कारण समाचारों की पहुँच शहरों के साथ-साथ ग्रामीण क्षेत्रों में भी होने लगी। परिणामतः कम शिक्षित ग्रामीण समुदाय में भी राष्ट्रीय गतिविधियों के प्रति जागरूकता विकसित होनी शुरू हुई और श्रोता समूहों की सहभागिता परिवारों के बाहर पूरे राष्ट्रीय सरोकारों में व्यक्त होने लगी। विगत 70 वर्षों में रेडियो प्रसारणों के कारण सामाजिक-आर्थिक क्षेत्रों में जो प्रगति हुई है, उसका श्रेय रेडियो माध्यम को जाता है। संकट के समय रेडियो एकमात्र ऐसा साधन है, जो एक समाधान के रूप में हमारा मित्र बन जाता है। आज के दौर में ग्रामीण तथा सुदूर इलाकों में यह कार्य रेडियो की ही नवीन विधा सामुदायिक रेडियो कर रहा है, जो ग्रामीण समुदायों में मनोरंजन और जागरूकता का एक सशक्त माध्यम साबित हुआ है।

अध्ययन क्षेत्र

यह अध्ययन दूरदराज के इलाकों में स्थापित सामुदायिक रेडियो केंद्रों पर है। ये केंद्र देश के अन्य सामुदायिक केंद्र से पृथक् जनजातीय क्षेत्रों में स्थापित किए गए हैं। ये प्रयोग समुदायों के बीच उन्हीं की बोली में उन्हीं के द्वारा स्थापित किए जा रहे हैं, जो सुदूर ग्रामीण अंचलों में, जहाँ जागरूकता के सूचक है, वहीं नवीन शोधों के लिए नए आयाम

¹उपनिदेशक, भारतीय इतिहास अनुसंधान परिषद्, नई दिल्ली, भारत. ईमेल : saurabh.sip@gmail.com

स्थापित कर रहे हैं। विदित हो कि मध्यप्रदेश शासन ने वनवासी क्षेत्रों में सामाजिक-सांस्कृतिक उन्नयन के लिए वन्या रेडियो परियोजना के अंतर्गत जनजातीय बहुल क्षेत्रों में एफ.एम. रेडियो केंद्रों की स्थापना सन् 2011 में की थी, जो अलीराजपुर, खालवा (खंडवा), चिचोली (बैतूल), सेसईपुरा (श्योपुर कलाँ), नालछा (धार), डिंडोरी बैगाचक, बिजौरी (छिंदवाड़ा), बैहर (बालाघाट) आदि स्थानों पर कार्यरत हैं। इन केंद्रों का अनुकूल प्रभाव संबंधित क्षेत्रों में देखा जा सकता है। यद्यपि अनेक प्रबंधन संबंधी समस्याएँ चिंता का कारण हैं, फिर भी स्थानीय बोली-भाषा तथा लोक-संस्कृति के आकर्षण के कारण स्थानीय नागरिक इन प्रसारणों के प्रति अत्यंत आशान्वित हैं। यह शोध सामुदायिक रेडियो की वर्तमान प्रासंगिकता को प्रदर्शित करने के साथ सुदूर इलाकों में इसकी उपयोगिता को बताने हेतु किया गया है, ताकि यह मीडिया शिक्षा में हो रहे शोधों में एक आवश्यक विषय के रूप में सामने आ सके।

शोध उद्देश्य

1. मीडिया शिक्षा में हो रहे शोध के लिए सामुदायिक रेडियो की प्रासंगिकता का अध्ययन।
2. सामुदायिक रेडियो द्वारा मीडिया शोध के नवीन आयाम पर चर्चा।
3. सामुदायिक रेडियो का सुदूर ग्रामीण अंचलों में उपयोगिता की दृष्टि से अध्ययन।
4. सामुदायिक रेडियो केंद्रों के जागरूकता में योगदान का विश्लेषण।

शोध प्रविधि

इस शोध-पत्र में विषयवस्तु विश्लेषण का प्रयोग किया गया है। इसके तहत समाचार पत्रों, वेबसाइट, पुस्तकों आदि का सहयोग लिया गया है। इसके अलावा प्रभाव को जानने के लिए मध्य प्रदेश के उन स्थानों का भ्रमण भी किया गया, जहाँ ये सामुदायिक रेडियो केंद्र स्थापित हैं। इसके अलावा, उपकरण के रूप में अनुसूची, साक्षात्कार का प्रयोग किया गया है। इनकी सहायता से सामुदायिक केंद्रों के सुदूर ग्रामीण अंचलों पर प्रभाव को जानने का प्रयास किया गया है। यह करने का मुख्य उद्देश्य यह है कि मीडिया शिक्षा और शोध से दूर रेडियो के इस नवीन आयाम की तथ्यपरक उपयोगिता व प्रभाव को समझते हुए इसे मुख्य पाठ्यक्रम में शामिल किया जा सके।

मीडिया शिक्षा और सामुदायिक रेडियो

देश में जब क्लबों के द्वारा रेडियो का प्रसारण प्रारंभ हुआ था तो किसी को इस बात की भनक भी नहीं थी कि इसका स्वरूप एक दिन इतना विराट् होगा। धीरे-धीरे ही सही, लेकिन अनुभवों से सीखते हुए आज पूरे देश में आकाशवाणी की पहुँच बढ़ती जा रही है। इसके इतर कई अन्य स्वरूप भी धीरे-धीरे अपने उद्देश्य के अनुसार आगे बढ़ रहे हैं, चाहे वे निजी एफ.एम. हों, सरकारी एफ. एम. हों या फिर सामुदायिक रेडियो। मीडिया शिक्षा में आज रेडियो का अपना 90 वर्षों का एक महत्वपूर्ण इतिहास है और मीडिया शिक्षा रेडियो व आकाशवाणी के इतिहास को पढ़े बिना पूरा नहीं हो सकता। इस अध्ययन की समस्या इससे इतर है, जो सामुदायिक रेडियो की स्थिति पर केंद्रित होता है। वैसे तो सामुदायिक रेडियो की चर्चा

करते ही कैम्पस रेडियो, रीजनल रेडियो व अन्य कम्युनिटी रेडियो की ओर ध्यान जाता है, लेकिन इस अध्ययन का मुख्य बिंदु रेडियो के नवीन स्वरूप 'ट्राइबल रेडियो' के बारे में है।

यह अध्ययन सिर्फ ग्रामीण नहीं, बल्कि सुदूर (रिमोट) इलाकों में बसने वाले जनजातीय समुदायों के लिए स्थापित रेडियो पर है। विश्व पटल पर यह प्रयोग अपने-आपमें एक अनूठा प्रयोग है, जहाँ रेडियो जनजातीय समुदाय के बीच उन्हीं के द्वारा, उन्हीं की बोली में प्रसारित किया जा रहा है। आज सिर्फ मध्यप्रदेश की बात करें तो 'ट्राइबल रेडियो' के नाम पर 100 लाइसेंस आवंटित हैं, जबकि अभी तक सिर्फ 08 'ट्राइबल रेडियो' ही कार्य कर रहे हैं (ट्राइबल मंत्रालय, म.प्र., 2016)। इसका मुख्य उद्देश्य इन समुदायों को समाज की मुख्य धारा से जोड़कर जागरूक करना है। ये तथ्य और उद्देश्य आज भी मीडिया शोध के लिए एक विषय के रूप में स्थापित नहीं हो पाए हैं, जबकि इस प्रकार के प्रयोग को मीडिया अध्ययन के रूप में शामिल करना चाहिए। इसकी महत्ता मीडिया विद्यार्थियों तक ही नहीं है, बल्कि इसका संचालन करने वाले लोगों तथा यहाँ पर निवास करने वाले समुदायों के बीच भी मजबूती के साथ इसे पहुँचाने की आवश्यकता है। सरकार हर साल इन 'ट्राइबल रेडियो' को मुख्य धारा से जोड़ने के लिए धन खर्च करती है, लेकिन जनजातीय समुदायों के बीच संवादहीनता के कारण उद्देश्यों की पूर्ति आशाजनक रूप में नहीं हो पाती है। इसलिए यदि इन इलाकों में भी मीडिया शिक्षा का प्रसार बढ़ाया जाए तो 'ट्राइबल रेडियो' अपने उद्देश्य में सफल होने के साथ समुदायों को भी शिक्षित करेगा।

सामुदायिक रेडियो का आशय एवं विकास

सामुदायिक रेडियो से आशय समाज के किसी एक समुदाय विशेष की बोली-भाषा में उस समुदाय तक सूचना पहुँचाने, शिक्षित करने तथा मनोरंजन के उद्देश्य से आरंभ किया गया रेडियो प्रसारण माध्यम है। सामुदायिक रेडियो, समुदाय विशेष की विलुप्त होती संस्कृति, साहित्य, परंपरा एवं उसके इतिहास को संरक्षित एवं संवर्धित करने का प्रभावशाली संचार माध्यम है। इसकी प्रासंगिकता तब और बढ़ जाती है, जब समुदाय विशेष की आर्थिक स्थिति इतनी सुदृढ़ नहीं कि वह दूसरे संचार माध्यमों को अपना सके। समुदायों के बीच संचार के तीन प्रमुख तत्त्व—सूचना, शिक्षा और मनोरंजन को दृष्टि में रखते हुए कम्युनिटी रेडियो प्रसारण माध्यम का आरंभ हुआ। कम्युनिटी रेडियो प्रसारण माध्यम संचार का एक तत्त्व न होकर उस समुदाय की आवाज है, जो हमेशा से उपेक्षित रही है। यह सबसे बड़े और प्रभावी जनमाध्यम के रूप में रेडियो प्रसारण माध्यम के क्षेत्र में सर्वाधिक लोकप्रिय एवं सशक्त रूप से स्थापित है।

सामुदायिक रेडियो, रेडियो प्रसारण क्षेत्र की एक शाखा है और वह रेडियो के बुनियादी सिद्धांतों के अनुरूप कार्य करने के लिए सतत रूप से प्रयत्नशील है। इसके प्रसार में शैक्षिक संस्थाओं के साथ गैर-लाभकारी संस्थाओं को जिम्मेदारी दी गई है। सामुदायिक रेडियो का स्वरूप लोकतांत्रिक है, जिसमें हर व्यक्ति को बोलने, सुनने और जनहित के कार्यक्रम बनाने की पूरी आजादी है। इस माध्यम के जरिये ग्रामीणों और मूलभूत सुविधाओं से वंचित तबकों के विकास और सशक्तीकरण की राह खुलती है। इससे जुड़कर हम विकास से वंचित, उपेक्षित लोगों की मुक्ति

का माध्यम बनकर समुदाय में गुणात्मक परिवर्तन ला सकते हैं। रेडियो कार्यक्रम का निर्माण समुदाय के लोगों की आवश्यकता और रुचि के अनुसार होता है। भाषा लोगों की बोलचाल की होती है और बोलने वाला समुदाय का ही सदस्य होता है (कुमार, 2016, पृ.38)।

सही मायने में कहा जाए तो यह समुदाय की पहचान होती है, उनकी अपनी आवाज है। कम्युनिटी रेडियो क्षेत्रीय संस्कृति की झाँकी प्रस्तुत करता है। क्षेत्रीय खान-पान, वेश-भूषा, भाषा-बोली, रहन-सहन तथा आचार-विचार को मंच प्रदान करने वाला अपने आप में यह विशिष्ट माध्यम है। देश में कई बोलियाँ लुप्त हो गईं और कई लुप्त होने के कगार पर हैं। ऐसे में सामुदायिक रेडियो एक संजीवनी बनकर सामने आया है। दुनिया के कई देशों में सामुदायिक रेडियो अपना परचम लहरा रहा है। सामुदायिक रेडियो की स्थापना का उद्देश्य केवल समुदाय का मनोरंजन करना न होकर शिक्षा, स्वास्थ्य, पर्यावरण, जनजागृति लाना और लोक संस्कृति, लोक साहित्य एवं लोक परंपरा के समुचित संरक्षण के लिए समुदाय के मध्य कार्य करना है। सामुदायिक रेडियो का जन्म वाणिज्यिक या जन माध्यम प्रसारकों द्वारा की जा रही उपेक्षा के चलते हुआ। इसका संचालन सामुदायिक स्तर पर होता है, जिसका उद्देश्य लाभ कमाना नहीं है। सामुदायिक रेडियो व्यक्ति विशेष, समूह और समुदायों की अपनी विविध गतिविधियों के अनुभवों को बाँटने तथा अपनी परंपरागत कला की साझेदारी की प्रक्रिया को सुगम बनाता है। 20वीं सदी के समापन और 21वीं सदी के आगमन के साथ ही सूचना एवं प्रसारण क्षेत्र में क्रांति हुई है। बदलते समय में रेडियो प्रसारण के क्षेत्र में सामुदायिक रेडियो ने अपना प्रभाव स्थापित किया है (मुरादा, 2019, पृ.116)।

हालाँकि, सामुदायिक रेडियो प्रसारण माध्यम के पास ऑल इंडिया रेडियो की तरह न तो विशाल प्रसारण क्षेत्र होता है और न ही उतना बड़ा संसाधन एवं तकनीकी ज्ञान, जिसकी वजह से उसका कैनवास बड़े आकार का हो; फिर भी कम्युनिटी रेडियो का लघु स्वरूप भी उसे प्रभावी बनाता है। सामुदायिक रेडियो के भारतीय इतिहास पर नजर डालें तो सन् 1995 में उच्चतम न्यायालय के न्यायाधीश पी.वी. सावंत द्वारा दिए गए एक अहम फैसले में रेडियो तरंगों को सार्वजनिक संपत्ति बताया गया है। वाक् और अभिव्यक्ति की आजादी मानकर इसे शिक्षा और सार्वजनिक विकास के लिए प्रयोग करने की स्वतंत्रता प्रदान की गई है। इस फैसले के बाद प्राइवेट रेडियो स्टेशन और खासतौर पर सामुदायिक रेडियो की संरचना की आधारशिला रखी गई। सामुदायिक रेडियो नीति के तहत 'अन्ना रेडियो' लाइसेंस पाने वाला पहला कैपस रेडियो बना। इसे 1 फरवरी, 2004 को शुरू किया गया (सिंह, 2010, पृ.126)। इसे अन्ना विश्वविद्यालय के शैक्षणिक और मल्टीमीडिया अनुसंधान केंद्र ने शुरू किया, जिसके सारे कार्यक्रम विश्वविद्यालय के संचार विज्ञान के छात्रों ने तैयार किए। लगभग 12 किलोमीटर क्षेत्र में प्रसारण के लिए 100 वॉट क्षमता के रेडियो स्टेशनों के लिए प्रारंभ में लाइसेंस दिए गए। इसके लिए अधिकतम 30 मीटर ऊँचाई के एंटीना लगाने की अनुमति दी गई। सामुदायिक रेडियो से प्रसारित होने वाले करीब 50 फीसदी स्थानीय मुद्दों व रुचियों के कार्यक्रमों पर भी प्रतिबंध जैसी कोई बात नहीं है। अलबत्ता, भारत में सामुदायिक रेडियो और व्यावसायिक एफ.एम. रेडियो पर समाचार आधारित कार्यक्रमों के प्रसारण पर रोक है। यहाँ तक कि प्रत्येक घंटे में केवल पाँच मिनट के

विज्ञापनों की अनुमति है। देश के अधिकांश जनजाति बाहुल्य हिस्सों में सामुदायिक रेडियो की स्थापना की जा रही है (मनोज, 2010, पृ.86)।

शोध अध्ययन में शामिल सामुदायिक रेडियो केंद्र

जनजाति समूहों को मुख्य धारा से जोड़ने और इनके अधिकारों को दिलाने के उद्देश्य से मध्य प्रदेश के आदिम जाति कल्याण विभाग ने एक संस्था 'वन्या' की 1980 में स्थापना की। इस संस्था का उद्देश्य प्रदेश के जनजाति समूहों को अपने अधिकार के प्रति जागरूक करना था, ताकि वे समाज की मुख्य धारा में शामिल हो सकें।

मध्य प्रदेश में 'वन्या' द्वारा संचालित सामुदायिक रेडियो केंद्र तथा इसके प्रसारण कार्यक्रमों की सूची निम्नलिखित है—

क्र. रेडियो स्टेशन	केंद्र	आवृत्ति
1. रेडियो वन्या आजाद, भाबरा, अलीराजपुर (भीली)	शा. उत्कृष्ट माध्यमिक विद्यालय, आजाद नगर, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज
2. सामुदायिक रेडियो वन्या खालवा, खंडवा (कोरकू)	शा. उत्कृष्ट माध्यमिक विद्यालय, खालवा, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज
3. सामुदायिक रेडियो वन्या चिचोली, बैतूल (गोंडी)	शा. उत्कृष्ट माध्यमिक विद्यालय, बैतूल, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज
4. सामुदायिक रेडियो वन्या सेसईपुरा, श्योरपुर (सहरिया)	शा. उत्कृष्ट माध्यमिक विद्यालय, सेसईपुरा, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज
5. सामुदायिक रेडियो वन्या नालछा, धार (भीली)	शा. उत्कृष्ट माध्यमिक विद्यालय, नालछा, धार, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज
6. सामुदायिक रेडियो वन्या चाड़ा, दीक्षा वेलफेयर कल्चरल सोसाइटी, डिंडौरी, बैगाचक (बैगानी)	चाड़ा, डिंडौरी, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज
7. सामुदायिक रेडियो वन्या बिजोरी, छिंदवाड़ा (भारिया)	शा. उत्कृष्ट माध्यमिक विद्यालय, बिजोरी, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज
8. सामुदायिक रेडियो वन्या बैहर, बालाघाट (बैगानी)	शा. उत्कृष्ट माध्यमिक विद्यालय, बैहर, म.प्र.	90.4 मेगाहर्ट्ज

उक्त सामुदायिक रेडियो केंद्रों पर वहाँ के जनजातीय समूह की समझ को ध्यान में रखते हुए कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। यह कार्यक्रम वस्तुतः 60 प्रतिशत स्थानीय बोली तथा 40 प्रतिशत हिंदी व अन्य बोलियों में होते हैं। इन कार्यक्रमों की रूपरेखा समुदायों के मनोरंजन, ज्ञानवर्धन व जागरूकता को ध्यान में रखते हुए तय की जाती है, ताकि इनको सरकारी योजनाओं से रूबरू कराने के साथ इनका उचित विकास किया जा सके। (वन्या, 2012, पृ.1—8)

फिल्मी संगीत/भजन

इस कार्यक्रम के अंतर्गत स्थानीय भाषा के इतर उस समुदाय के आसपास रहने वाले समूहों की बोली में गीतों और भजनों का प्रसारण किया जाता है। प्रसारण नियम के अनुसार कार्यक्रम 60 प्रतिशत जनजाति बोली में और 40 प्रतिशत अन्य बोली में होते हैं। इसी के तहत अन्य भाषा

के कार्यक्रमों का प्रसारण होता है। प्रसारण के दौरान इसके उद्देश्य 'संस्कृति को संरक्षित करना' को सर्वोपरि रखा जाता है।

बात पते की (हिंदी)

इसके तहत किसी विशेष स्थान, व्यक्ति या कुछ खास विषय पर कार्यक्रम का आयोजन किया जाता है। इसका प्रसारण हिंदी में होता है। इसके अंतर्गत मध्य प्रदेश की ऐतिहासिक धरोहरों के बारे में या किसी महापुरुष विशेष के बारे में जानकारी दी जाती है। इसका उद्देश्य उनकी जानकारी को बढ़ाना होता है, क्योंकि वे ज्यादा पढ़े-लिखे नहीं होते हैं।

बाल-सभा

बच्चों के लिए कार्यक्रम का आयोजन किया जाता है, जिसमें बच्चों के लिए छोटी-छोटी प्रेरक कहानियाँ प्रसारित की जाती हैं। साथ ही बच्चों के चर्चित खेलों को भी रोचक तरीके से प्रसारित किया जाता है। चूँकि जनजाति समूहों में शिक्षा एक गंभीर समस्या है, तो इसके लिए भी 'बाल-सभा' के जरिये बच्चों को जानकारी दी जाती है कि पढ़ाई-लिखाई करना कितना आवश्यक है और स्कूल जाने के फायदे क्या हैं।

खेती-किसानी

जनजातीय समुदायों के लिए किसानों से संबंधित कार्यक्रम का प्रसारण किया जाता है, क्योंकि खेती व मजदूरी इनकी आजीविका का मुख्य भाग होता है। इस कार्यक्रम के तहत मौसमी खेती से जुड़ी जानकारियाँ दी जाती हैं, जिसमें कृषि विशेषज्ञ अपनी बात स्थानीय बोली में बताते हैं। ये कार्यक्रम जनजातीय किसानों के बीच काफी पसंद किए जाते हैं। इससे उन्हें कृषि संबंधित नई-नई चीजें सीखने का मौका मिलता है।

बढ़ते कदम

यह कार्यक्रम सरकार और वन्या की ओर से प्रसारित किया जाने वाला सबसे महत्वपूर्ण कार्यक्रम है, क्योंकि इसके अंतर्गत सरकार की योजनाओं का विस्तार से प्रसारण किया जाता है। इसके अंतर्गत सरकार की सामान्य योजनाएँ, जैसे—जन-धन योजना, लाडली लक्ष्मी योजना, जनजाति उत्थान, शिक्षा व रोजगार आदि शामिल होती हैं। चूँकि ये सभी योजनाएँ इन समूहों को लाभ पहुँचाने वाली होती हैं, अतः उक्त कार्यक्रम इन समूहों के बीच काफी लोकप्रिय है। बात यह भी है कि सुदूर इलाकों में बसे होने के कारण सामुदायिक रेडियो ही इन योजनाओं को इन तक पहुँचाने का एकमात्र साधन है।

फिल्म संगीत

चूँकि केंद्र द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों में से 60 प्रतिशत कार्यक्रम स्थानीय बोली में करने की अनिवार्यता है, इसलिए स्थानीय बोली के गीतों के साथ-साथ इन केंद्रों पर फिल्मी गीतों का भी प्रसारण किया जाता है।

वतन का राग

इसके अंतर्गत देशभक्ति गीतों की प्रस्तुति की जाती है। चूँकि जनजाति बोली में देशभक्ति गीतों की कमी है, इसलिए इसके तहत उन हिंदी देशभक्ति गानों का प्रसारण किया जाता है, जो जनजाति समूहों की रुचि से बाहर के होते हैं। अतः 'वतन का राग' कार्यक्रम की श्रोता संख्या

काफी कम है। इसे लोग कम ही पसंद करते हैं।

योजनाएँ/विशेषज्ञ से चर्चा

इसके अंतर्गत सरकारी योजनाओं को आसानी और विस्तार से समझाने के लिए विशेषज्ञ चर्चा करते हैं और स्थानीय बोली में संवाद करते हैं। इसके अंतर्गत जिन भी योजनाओं का प्रसारण किया जाता है, उनके बारे में विशेषज्ञ सविस्तार जानकारी देते हैं, ताकि कौन-सी योजना का लाभ किस तरह से लेना है, यह बात जनजाति समूहों को समझ में आ सके।

डॉक्टर की सलाह

सरकार का कहना है कि सभी को स्वास्थ्य लाभ आसानी से मिले। महिलाओं पर खास ध्यान दिया जाए। इसे ध्यान में रखते हुए 'डॉक्टर की सलाह' कार्यक्रम शुरू किया गया। इसके तहत डॉक्टर तमाम बीमारियों के उपचार से लेकर स्वास्थ्य संबंधी लाभ वाली योजनाओं के बारे में बताता है। इस कार्यक्रम को समूह बहुत ध्यान से सुनता है। इसका परिणाम यह है कि स्वास्थ्य को लेकर जनजातीय समाज काफी जागरूक है। छोटी-छोटी बीमारियों से लेकर प्रसव तक के लिए स्वास्थ्य केंद्र पर आने में लोग विश्वास कर रहे हैं। (आदिम जाति कल्याण विभाग, 2012, पृ.10, 14-15)

विश्लेषण

वस्तुतः शोध अध्ययन के द्वारा जो आँकड़े तथा तथ्य जानकारियाँ सामने आई हैं, उनके आधार पर विश्लेषण करके निष्कर्ष प्रस्तुत किया जा रहा है :

संकटकाल में सूचना का सशक्त माध्यम : सामुदायिक रेडियो केंद्रों की बनावट व स्थिति इस प्रकार की है कि संकटकाल में ग्रामीण अंचलों में सूचना देने का यह एक सशक्त माध्यम बन गया है। कोविड महामारी के दौर में लोगों तक सरकारी सूचनाएँ पहुँचाने तथा उन्हें जागरूक करने के लिए सामुदायिक रेडियो ने महती भूमिका निभाई और रिमोट इलाकों तक लोगों को जागरूक किया।

सामुदाय को सशक्त व आत्मनिर्भर बनाने में सहयोग : सूचना के अभाव में कोई भी समाज या समुदाय अपने को पंगु ही समझता है। खासकर ग्रामीण दूरवर्ती इलाकों में निवास करने वाले जना इस दिक्कत को पूरी तरह से समाप्त करने का प्रयास सामुदायिक रेडियो के माध्यम से किया जा रहा है। सरकार की योजनाओं, सूचनाओं, रोजगार संबंधी संदेशों आदि के कुशल संप्रेषण से ग्रामीण जन भी जागरूक हो रहे हैं। साथ ही समाज की मुख्यधारा से जुड़कर आत्मनिर्भरता हासिल कर रहे हैं। शिक्षा हो, स्वास्थ्य हो या फिर योजनाएँ, सभी का लाभ अब इन समुदायों द्वारा उठाया जा रहा है। यह सब कहीं-न-कहीं सामुदायिक रेडियो प्रसारण व जागरूकता से ही संभव हो सका है।

देश को जोड़ने का कार्य करता है सामुदायिक रेडियो : जैसा कि हमें पता है कि ग्रामीण दूरवर्ती इलाकों में स्थापित सामुदायिक रेडियो वहाँ की स्थानीय बोली में कार्यक्रमों का प्रसारण करते हैं, तो इससे न सिर्फ उस बोली व सभ्यता का संरक्षण होता है, बल्कि अगली पीढ़ी तक उसका विस्तार भी होता है। एक समुदाय को सशक्त बनाना हो, समाज से जोड़ना

हो, किसी समस्या का निराकरण करना हो; इन सभी में सामुदायिक रेडियो महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

संस्कृति संरक्षण में उपयोगी : सामुदायिक रेडियो स्टेशन के उद्देश्यों में सबसे महत्वपूर्ण है, समुदायों की संस्कृति का संरक्षण। संस्कृति शब्द बहुत ही व्यापक है, अतः मोटे तौर पर यहाँ संस्कृति से आशय समुदाय की जीवनशैली, परंपरा, साहित्य एवं उसकी कलाओं से है। समय के साथ विलुप्त न हो जाए, इसके लिए सामुदायिक रेडियो पर नियमित रूप से कार्यक्रम का निर्माण एवं प्रसारण होता है। लोकगीत, लोकनाट्य, लोककथाओं से परंपराओं से मिले ज्ञान को कार्यक्रमों के माध्यम से रिकॉर्ड करके संरक्षित करने का कार्य किया जा रहा है।

जागरूक कर कुरीतियों से करता है दूर : सामाजिक रूढ़ियों यथा जातिप्रथा, मृत्युभोज, दहेज, बाल-विवाह का समर्थन, स्त्री शिक्षा, विधवा विवाह आदि विषयों पर ज्ञानवर्धक कार्यक्रमों का निर्माण कर लोगों में जागरूकता उत्पन्न की जा रही है।

मीडिया शिक्षा से जागरूकता : एक निष्कर्ष

इस प्रकार देखा जाए तो स्वास्थ्य, शिक्षा, चिकित्सा, सूचना आदि सभी क्षेत्रों में सामुदायिक रेडियो की महत्वपूर्ण भूमिका और प्रासंगिकता है। कैम्पस रेडियो की तुलना में आज दूरवर्ती इलाकों में स्थापित सामुदायिक रेडियो बेहतर परिणाम दे रहे हैं। आज देश में तीन सौ से अधिक सामुदायिक रेडियो भिन्न-भिन्न प्रकार से कार्य कर रहे हैं और आने वाले समय में इसकी माँग खासकर ग्रामीण इलाकों व जनजाति बाहुल्य इलाकों में और अधिक होने वाली है। बावजूद इसके, समाज का एक बड़ा समूह, यहाँ तक कि संचार माध्यमों से जुड़े लोग भी इसकी विशेषता से अनभिज्ञ हैं। जरूरत है कि आकाशवाणी का इतिहास व उपादेयता जिस प्रकार से मीडिया शिक्षा का एक पहलू है, ठीक उसी प्रकार से सामुदायिक रेडियो को भी पाठ्यक्रम में शामिल कर आवश्यक रूप से पढ़ाया जाय। आने वाले समय में सामुदायिक रेडियो सूचना संचार और जागरूकता फैलाने के एक सशक्त माध्यम के रूप में अपनी पहचान बनाने के लिए आतुर है। जरूरत है सिर्फ इसकी उपादेयता को पहचानने की। आज 21वीं शताब्दी में जिस प्रकार से शहरी व ग्रामीण क्षेत्रों में इंटरनेट आवश्यक है, ठीक उसी प्रकार ग्रामीण दूरस्थ इलाकों में सामुदायिक रेडियो की आवश्यकता है। लेकिन इसके साथ-साथ इन इलाकों में निवास करने वाले समुदायों में भी मीडिया शिक्षा को लेकर जागरूकता फैलानी होगी। उन्हें तकनीकी तथ्यों के साथ भाषाई रूप से भी सशक्त बनाना होगा, क्योंकि जब तक वे मीडिया शिक्षा से अनभिज्ञ रहेंगे, तब तक इस ट्राइबल सामुदायिक रेडियो की गंभीरता को समझ नहीं सकेंगे। ऐसा करने से भविष्य में इसके बेहतर व सकारात्मक परिणाम देखने को मिलेंगे।

मीडिया शिक्षा द्वारा सामुदायिक रेडियो के प्रसार हेतु सुझाव

इस शोध अध्ययन के दौरान यह अनुभव प्राप्त हुआ कि सामुदायिक रेडियो का संचालन करने वाले जनजातीय समुदाय और इस इलाके में निवास करने वाले समूहों को मीडिया शिक्षा/अध्ययन से जोड़ने की आवश्यकता के साथ-साथ निम्नलिखित बिंदुओं पर ध्यान देना अति आवश्यक है।

1. यह विषय अभी मीडिया पाठ्यक्रम के लिए नवीन आयाम के रूप में है। सामुदायिक रेडियो के बारे में हम अभी तक रेडियो के रूप की ही चर्चा करते हैं, जबकि अब इसका स्वरूप काफी व्यापक हो चुका है। अतः इस दिशा में मीडिया अध्ययन में एक स्वतंत्र विषयवस्तु के रूप में इसे विकसित कर सकते हैं, ताकि इस दिशा में सफल शोध-कार्य हो सके। साथ ही सुदूर इलाकों में स्थापित सामुदायिक रेडियो केंद्रों पर प्रमुखता से अध्ययन व शोध की आवश्यकता प्रतीत हो रही है।
2. मीडिया शिक्षा में एक प्रश्नपत्र के रूप में सामुदायिक रेडियो की क्रियाविधि व संरचना को शामिल करने की आवश्यकता है, ताकि अनछुए पहलुओं को प्रकाशित किया जा सके।
3. शोध व अध्ययन में प्रमुखता से शामिल करने के परिणामस्वरूप सुदूर क्षेत्रों में स्थित सामुदायिक केंद्रों की दशा में भी सुधार आया तथा वे अपने उद्देश्यों में भी सफल होंगे।
4. इन केंद्रों के बारे में अधिक से अधिक क्षेत्रीय भाषाओं में जानकारीयों उपलब्ध कराने की जरूरत है।
5. मीडिया अध्ययन में कैम्पस रेडियो, रीजनल रेडियो, कम्युनिटी रेडियो व ट्राइबल रेडियो के बारे में विस्तारपूर्वक बताने की आवश्यकता है।
6. मीडिया शिक्षा के संस्थानों में कम्युनिटी रेडियो स्टेशन खोले जाने चाहिए, ताकि शोधार्थी इसके उद्देश्य व क्रियाविधि की जानकारी प्राप्त कर सकें।
7. पाठ्यक्रम में सिर्फ खानापूती के लिए नहीं, बल्कि एक प्रश्नपत्र के रूप में यह शामिल हो तथा इसे प्रैक्टिकल के द्वारा समझाने का प्रयास भी होना चाहिए।
8. शोध अध्ययन में आए ट्राइबल रेडियो से जुड़े लोगों को भी मीडिया शिक्षा से जोड़े जाने की आवश्यकता है।
9. कार्यशालाओं के द्वारा ट्राइबल रेडियो की उपयोगिता बताकर समुदायों को जोड़ने का प्रयास हो।
10. स्थानीय स्तर पर कार्यक्रम निर्माण, तकनीकी, बोली-भाषा आदि के बारे में भी समय-समय पर जानकारी हेतु मीडिया जानकारों द्वारा कैम्प होना चाहिए।

संदर्भ

कुमार, के. जे. (1981). *भारत में जनसंचार*. नई दिल्ली : जायको पब्लिशिंग हाउस.

कुमार, एम. (2014). *पत्रकारिता और मीडिया एजुकेशन*. प्रवक्ता. कॉम.

कुमार, एम. (2016). *कम्युनिटी रेडियो*. नई दिल्ली : आलेख प्रकाशन.

कुमार, एस. *सामुदायिक रेडियो और गाँवों का विकास*. राजस्थान

खरे, गी. (2005). *सामुदायिक रेडियो और उदारीकरण*. नई दिल्ली

- खान, साद. उल्लाह. (2010). रोल ऑफ कम्युनिटी रेडियो इन रूरल डेवलेपमेंट. *रिसर्च पेपर*, अलीगढ़ विश्वविद्यालय
- चटर्जी, पी.सी. (1987). *ब्रॉडकास्टिंग इन इंडिया*. नई दिल्ली : सेज प्रकाशन
- चतुर्वेदी, जे. (2000). *जनमाध्यम प्रौद्योगिकी और विचारधारा*, नई दिल्ली : अनामिका पब्लिशर्स
- जेकव, एल. (1995). *मीडिया एट वॉर (1924—1939)*. नई दिल्ली : प्रीमियर पब्लिशर्स
- जैन, एम. एल. (2012). *रेडियो वन्या, भोपाल, आदिम जाति कल्याण विभाग* : प्रकाशन विभाग।
- जोशी, एस. (2020). *मीडिया शिक्षा के नए आयाम*. नई दिल्ली : वेबिनार, सब लोग
- नारायण, आर. के. (1979). *मास मीडिया इन इंडिया*. नई दिल्ली
- बरुआ, यू. एल. (1983). *ऑल इंडिया रेडियो*. सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय : भारत सरकार
- बरुआ, यू. एल. (1998). *रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता*. नई दिल्ली
- बारफील्ड, रे. (1996). *लिसनिंग टू रेडियो (1920—1950)*, नई दिल्ली : प्रीमियर पब्लिशर्स
- लूथरा, एच. आर. (1986). *इंडियन ब्रॉडकास्टिंग*. नई दिल्ली : सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय पब्लिकेशन विभाग
- वॉकर, जे. (2011). *रिवेल्स ऑन द एअर : अल्टसेटिव हिस्ट्री ऑफ रेडियो*. न्यूयॉर्क युनिवर्सिटी प्रेस
- वाडिया, लीला. (2020). *मीडिया शिक्षा की जरूरत व चुनौतियाँ*. नई दिल्ली : हिंदी पोस्ट
- वॉकर, जे. (2001). *रेवेल्स ऑफ द एअर : अन ऑल्टर्नेटिव हिस्ट्री ऑफ रेडियो*. नई दिल्ली
- सिंह, डी. (2010). *भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया*. दिल्ली : प्रभात प्रकाशन
- श्रीधर, बी. ए. (2002). *द एज ऑफ ब्रॉडकास्टिंग*. नई दिल्ली

साक्षात्कार

- कुमार मनोज, संयोजक, वन्या सामुदायिक रेडियो केंद्र, भोपाल, म.प्र.
- जैन एम.एल., निदेशक वन्या सामुदायिक रेडियो, भोपाल, म.प्र.
- तिवारी श्री राम, निदेशक वन्या सामुदायिक रेडियो, भोपाल, म.प्र.
- मिश्र नीरज, रेडियो जॉकी, नालछा सामुदायिक रेडियो, नालछा धार, म.प्र.
- शर्मा, मुकुंदा, निदेशक, नालछा सामुदायिक रेडियो, नालछा धार, म.प्र.



दक्षिण एशियाई देशों में मीडिया शिक्षा की स्थिति एवं चुनौतियाँ : एक विश्लेषण

डॉ. सुनील कुमार मिश्र¹ और डॉ. पवन कौंडल²

सारांश

भारत से समानता रखने वाले सार्क देशों में भिन्न प्रकार का राजनैतिक परिदृश्य दिखायी पड़ता है जो कहीं न कहीं मीडिया से जुड़े पहलुओं को प्रभावित करता है। इनमें मीडिया शिक्षा भी एक महत्वपूर्ण पहलू है। सार्क देश भले ही विश्व का 3 प्रतिशत क्षेत्रफल अपने पास रखते हैं परन्तु विश्व की 21 प्रतिशत आबादी इन देशों में रहती है। संगठन के कार्य क्षेत्र में शिक्षा से जुड़े सहयोग को भी शामिल किया गया है। साथ ही सार्क देशों का यह समूह सामाजिक, सांस्कृतिक, तकनीकी एवं वैज्ञानिक क्षेत्र में भी एक दूसरे के सहयोग की बात करता है। प्रस्तुत शोध पत्र में दक्षिण एशिया में मीडिया शिक्षा की वर्तमान स्थिति की पड़ताल करने की कोशिश की गई है। साथ ही मीडिया शिक्षण के समक्ष उपस्थित चुनौतियों को रेखांकित करने का प्रयास भी किया गया है। इसके लिए सार्क के संस्थापक देशों के रूप में पहचान प्राप्त भारत, बांग्लादेश, नेपाल, पाकिस्तान, श्रीलंका, मालदीव, एवं भूटान में से निदर्शन पद्धति द्वारा कुल 4 देशों भारत, नेपाल, श्रीलंका और भूटान का चुनाव किया गया है। प्रस्तुत अध्ययन में जन संचार शिक्षा से जुड़े विभिन्न पहलुओं का विश्लेषण किया गया है। प्रस्तुत शोध वर्णात्मक प्रवृत्ति का है तथा इसमें मूल रूप से द्वितीयक स्रोत से प्राप्त तथ्यों का विश्लेषण किया गया है।

संकेत शब्द : मीडिया शिक्षा, मीडिया साक्षरता, मीडिया नीति, सार्क देश, मीडिया पाठ्यक्रम, डिजिटल युग

प्रस्तावना

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। समाज निर्माण में शिक्षा एवं सूचना की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। प्रारम्भिक काल से ही शिक्षा को सभ्य समाज के निर्माण में एक अनिवार्य घटक के रूप में मान्यता है। साथ ही साथ इसे विकास प्रक्रिया के महत्वपूर्ण अंग के रूप में देखा जाता है। वैश्वीकरण के इस युग में न सिर्फ संचार माध्यमों की उपयोगिता नजर आयी है अपितु इसने मीडिया शिक्षा को भी मजबूती प्रदान करने का कार्य किया है। सौ वर्षों की विकास यात्रा में मीडिया शिक्षा के विभिन्न पाठ्यक्रम विश्व के अनेक देशों से संचालित किये जा रहे हैं। मीडिया शिक्षा की आवश्यकता पर बल देते हुए कुमार (2017) अपने शोध पत्र में लिखते हैं कि मीडिया शिक्षा जनसंचार के विभिन्न माध्यमों के अध्ययन की प्रक्रिया है जो अधिगम और शिक्षा के माध्यम से इसकी कार्य प्रणाली के बारे में समझ पैदा करती है। यह प्रक्रिया व्यक्ति के अन्दर रचनात्मक और विशेष क्षमता का विकास भी करती है जो मीडिया द्वारा सम्प्रेषित संदेशों को समझने में मदद करती है। इसलिए, संप्रेषक एवं प्राप्तकर्ता दोनों को ही मीडिया शिक्षा प्रदान करना आवश्यक है जो किसी भी समाज को विकास की ओर ले जाता है।

यूनेस्को 21वीं सदी में मीडिया शिक्षा को सांस्कृतिक-शैक्षिक विकास के प्राथमिक क्षेत्र के रूप में परिभाषित करता है। पश्चिमी देशों में मीडिया शिक्षा की बुनियाद एशियाई देशों की अपेक्षा पहले हुई। वर्तमान समय में भी प्रमुख पश्चिमी देश संचार व्यवस्था के साथ ही जनसंचार शिक्षा के क्षेत्र में भी काफी आगे दिखाई पड़ते हैं। जन संचार विषय से जुड़े बुनियादी ढाँचे की बात हो या फिर पाठ्यक्रम में तकनीकी आयामों को शामिल करने की, पश्चिमी देश विश्व का प्रतिनिधित्व करते नजर आते हैं। फेडरोव (2008) लिखते हैं कि 21वीं सदी में दुनिया के सभी प्रमुख देश

मीडिया तथा सूचना संचार एवं तकनीकी शिक्षा की दृष्टि से एक व्यापक स्तर पर पहुँच चुके हैं। हालाँकि अभी भी यह यूरोपीय, अफ्रीकी और एशियाई देशों में समान रूप से नहीं फैली है।

दक्षिण एशिया में जनमाध्यम की बुनियाद वर्ष 1780 में ही पड़ गयी। 'बंगाल गजट' अथवा 'हिक्की गजट' दक्षिण एशिया से प्रकाशित होने वाला प्रथम समाचार पत्र था जिसका प्रकाशन कलकत्ता (भारत) में 29 जनवरी 1780 में शुरू किया गया था। लगभग 2 वर्ष बाद 30 मार्च, 1782 को सरकार ने इसे बन्द करा दिया। अगले कुछ दशकों में दक्षिण एशियाई देशों के कुछ प्रमुख शहरों से समाचार पत्रों का प्रकाशन किया गया जिनका प्रतिनिधित्व भी भारतीय शहरों ने ही किया। इसका एक मूल कारण यह भी था कि अधिकांश दक्षिण एशियाई भूभाग भारत से जुड़ा हुआ था। कालान्तर में फिल्म, रेडियो और टेलीविजन जैसे जनमाध्यमों ने सूचना सम्प्रेषण को समृद्ध करने का कार्य किया। बीसवीं सदी के आरम्भ तक दक्षिण एशिया में पत्रकारिता किसी प्रकार के शैक्षिक पाठ्यक्रम का हिस्सा नहीं थी। इस क्षेत्र में कार्य कर रहे लोग भाषाई दक्षता के आधार पर ही इस विधा को समृद्ध कर रहे थे जिसमें साहित्यकार, वकील, लेखक, शिक्षक, अथवा राजनेता मूल रूप से शामिल थे।

वर्ष 1920 में पत्रकारिता विषय से जुड़ी शिक्षा की बात पहली बार सामने आयी जब एनी बेसेंट ने पत्रकारिता को केंद्र में रखकर एक पाठ्यक्रम की शुरुआत की। यह पाठ्यक्रम मूल रूप से पत्रकारिता के व्यावहारिक प्रशिक्षण पर केन्द्रित था जिसे मद्रास के राष्ट्रीय विश्वविद्यालय ने शुरू किया था। हालाँकि पत्रकारिता और जनसंचार से जुड़े विधिवत् पाठ्यक्रम की शुरुआत पंजाब विश्वविद्यालय ने वर्ष 1941 में लाहौर से की जो उस समय भारत का अभिन्न हिस्सा था। अगले कुछ वर्ष मीडिया शिक्षा के लिए काफी महत्वपूर्ण रहे। यही वह समय था जब पश्चिमी देशों के कई

¹सहायक आचार्य, विवेकानंदा इंस्टिट्यूट ऑफ़ प्रोफेशनल स्टडीज, नई दिल्ली. ईमेल: mishrasunil02@gmail.com

²सहायक संपादक, प्रकाशन विभाग, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली. ईमेल: pawankoundal@gmail.com

संचार विशेषज्ञ संचार सिद्धान्त दे रहे थे और नव स्वतन्त्र हुए देश सूचना एवं संचार व्यवस्था के लिए प्रथम अथवा द्वितीय विश्व का प्रतिनिधित्व करने वाले कुछ प्रमुख देशों पर निर्भर थे। दक्षिण एशियाई देश प्रथम एवं द्वितीय विश्व के अप्रत्यक्ष सूचना युद्ध को समझ चुके थे और संचार जैसे विषय की तरफ आकृष्ट हो रहे थे। एक तरफ सूचना के स्वतन्त्र प्रवाह पर चर्चा हो रही थी वहीं दूसरी तरफ संचार जैसे विषय की प्रासंगिकता को लोग समझने लगे थे। भारत जैसा देश खुद की मीडिया नीति बनाने के साथ ही गुट निरपेक्ष आन्दोलन की अगुवाई कर रहा था। भारतीय स्वतंत्रता के 2-3 दशक के अन्दर ही भारत के कई प्रमुख विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय की पढ़ाई शुरू हो गई थी। इसी दौरान पाकिस्तान के कुछ प्रमुख विश्वविद्यालयों में जन संचार से जुड़े पाठ्यक्रम की शुरुआत हुई। अस्सी के दशक तक दक्षिण एशिया के प्रमुख विश्वविद्यालय जन संचार विषय से जुड़े पाठ्यक्रम शुरू कर चुके थे। इस दौरान जन संचार से जुड़े पाठ्यक्रम, बुनियादी ढाँचे, शिक्षकों की संख्या इत्यादि में भारतीय विश्वविद्यालय अपने पड़ोस के सभी सार्क देशों से आगे खड़े थे। मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में निरन्तर अग्रसर भारतीय शिक्षण की चुनौतियों के बारे में द्विवेदी (2021) लिखते हैं कि हमें पत्रकारिता के नये पाठ्यक्रमों का निर्माण करना होगा, जो आज के समय के हिसाब से हों। हमें अपना विजन बनाना होगा कि पत्रकारिता शिक्षण को हम किस दिशा में लेकर जाना चाहते हैं। मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए आज मीडिया एजुकेशन काउंसिल की आवश्यकता है। इसकी मदद से न सिर्फ पत्रकारिता एवं जन संचार शिक्षा के पाठ्यक्रम में सुधार होगा बल्कि मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार पत्रकार भी तैयार किये जा सकेंगे। वैश्वीकरण के बाद तेजी से विस्तार ले रहे मीडिया बाजार के अनुरूप मीडिया पाठ्यक्रम एवं बुनियादी ढाँचे के विकास का बोझ दक्षिण एशिया के सभी देशों पर स्पष्ट रूप से देखा गया। सूचना एवं तकनीकी के इस युग में पश्चिमी देशों के साथ ही एशियाई देशों में भी मीडिया शिक्षा एवं मीडिया साक्षरता की तरफ गम्भीर रुझान देखने को मिल रहा है। मीडिया साक्षरता जो कि मीडिया उपभोग से जुड़ी परिकल्पना है तथा आमजन एवं जनमाध्यमों के बीच के अन्तः सम्बन्धों को दर्शाती है, के प्रति युवावर्ग तेजी से आकृष्ट हो रहा है।

साहित्य सर्वेक्षण

पिछले कुछ वर्षों में पत्रकारिता और जन संचार शिक्षा को केंद्र में रखकर कई शोध कार्य किये गये हैं जिनका मूल दायरा कोई एक देश अथवा एक परिक्षेत्र रहा है। कुछ शोध कार्यों में दक्षिण एशिया के भौगोलिक क्षेत्र में पढ़ने वाले देश के विश्वविद्यालयों में संचालित जनसंचार पाठ्यक्रमों की ऐतिहासिक विवेचना की गई है तो वहीं कुछ शोधकर्ताओं ने पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय की पाठ्य सामग्री, प्रभाव, चुनौतियाँ सहित अन्य बिन्दुओं को रेखांकित करने का प्रयास किया है। पन्त (2009) ने अपने शोध पत्र में नेपाल में मीडिया शिक्षा की स्थिति का विश्लेषण किया है। इस अध्ययन में नेपाल के विभिन्न विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता और जनसंचार विषय से जुड़े पाठ्यक्रम के बारे में चर्चा की है। शोधकर्ता ने नेपाल में मीडिया शिक्षा के समक्ष उपस्थित चुनौतियों पर प्रकाश डाला है। साथ ही वर्षों तक उपेक्षित रहने वाले इस विषय के प्रति छात्रों के बढ़ते रुझान एवं मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में बुनियादी सुविधाओं के अभाव को भी रेखांकित किया है। शोधार्थी द्वारा प्रस्तुत सामग्री नेपाल

में मीडिया शिक्षा की स्थिति एवं चुनौतियों को प्रस्तुत करती है। आचार्या (2019) नेपाल में मीडिया शिक्षा के बारे में प्रकाश डालते हुए लिखते हैं कि हालाँकि नेपाल में पत्रकारिता शिक्षा को 4 दशक पूरे हो चुके हैं परन्तु अब तक मीडिया अनुसंधान एवं पत्रकारिता के अंतर्राष्ट्रीय मानकीकरण के लिए कोई गम्भीर प्रयास नहीं किया गया है। नेपाल में पत्रकारिता शिक्षा के अंतर्राष्ट्रीय मानक पर खरा न उतरने की प्रमुख वजह पाठ्यक्रम में लम्बे समय तक नूतन बदलाव न होना, अच्छे मीडिया शोध के लिए वित्तीय अड़चन, नैतिक मानक पर खरे शैक्षणिक शोध के प्रति उदासीनता एवं उपेक्षा, छात्रों के लिए मीडिया समूहों से जुड़कर उचित प्रशिक्षण की कार्ययोजना का न होना, और डिजिटल तकनीकी तक छात्रों की बेहद सीमित पहुँच इत्यादि हैं।

दिसनायक (2019) ने जनसंचार शिक्षा से जुड़े ऐतिहासिक दस्तावेजों की पड़ताल के साथ ही इससे संबंधित चुनौतियों को सामने रखने का प्रयास किया है। वे लिखते हैं कि श्रीलंका में संचार अध्ययन की शुरुआत एंग्लो-अमेरिकन दृष्टिकोण के साथ हुई परन्तु आज समय आ गया है कि इसे एशियाई प्रतिमानों के अनुसार बनाया जाए। यह प्रतिमान एशिया के सामाजिक, आर्थिक, दार्शनिक, एवं सांस्कृतिक सन्दर्भों पर केन्द्रित होना चाहिए। यह कथन निश्चित तौर पर एशियाई देशों के जनसंचार शिक्षा में पश्चिमी अन्तर्वस्तु की अधिकता की तरफ इशारा करता है। रे और दत्ता (2011) ने अपने शोध आलेख में भारत में मीडिया शिक्षा की स्थिति, चुनौती और संभावनाओं का विश्लेषण प्रस्तुत किया है। शोधकर्ताओं का मत है कि मीडिया शिक्षण और प्रशिक्षण के बारे में गम्भीर रूप से सोचने और उसे सही ढंग से आगे बढ़ाने का यह बहुत ही सही समय है। मीडिया संस्थानों के बीच समन्वय के साथ ही उनके द्वारा संचालित पाठ्यक्रमों में भी एकरूपता होनी चाहिए जिससे किसी संस्थान द्वारा शिक्षित एवं प्रशिक्षित व्यक्ति दुनिया के किसी कोने में कार्य करने में सक्षम हो सके। सर्वव्यापकता का मुद्दा बहुत ही नाजुक, परन्तु महत्वपूर्ण है जिसमें आपसी समन्वय की गम्भीर जरूरत है। प्रस्तुत कार्य में न सिर्फ मीडिया साक्षरता की आवश्यकता पर प्रकाश डाला गया है अपितु मीडिया शिक्षा के महत्व को भी रेखांकित किया गया है। पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय से जुड़े विभिन्न पाठ्यक्रमों को संचालित करने वाले प्रमुख संस्थानों के साथ ही शैक्षिक वातावरण की चर्चा की गयी है। कुमार (2017) ने अपने शोध पत्र में नॉर्थ-ईस्ट के विश्वविद्यालयों में मीडिया विभाग की स्थापना से लेकर प्रस्तुत मीडिया पाठ्यक्रम पर प्रकाश डाला है। शोधकर्ता ने इस परिक्षेत्र में स्थित विश्वविद्यालयों में वर्ष 2000 से पहले और बाद में शुरू किये गये मीडिया विभागों से संबंधित तथ्य भी प्रस्तुत किये हैं जिसमें पिछले दो दशकों में नॉर्थ-ईस्ट के विश्वविद्यालयों में मीडिया शिक्षा के बढ़ते दायरे को समझाया गया है। यह शोध भारत के एक क्षेत्र में मीडिया शिक्षा की समीक्षा करता है।

अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत शोध पत्र के प्रमुख उद्देश्य हैं-

1. दक्षिण एशियाई देशों में मीडिया शिक्षा की स्थिति का पता लगाना।
2. प्रमुख मीडिया शिक्षण संस्थानों से जुड़ी ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य की सामग्री का विश्लेषण प्रस्तुत करना।

3. मीडिया शिक्षा से जुड़े प्रमुख संस्थानों एवं प्रदत्त पाठ्यक्रमों का अध्ययन करना।
4. मीडिया शिक्षण संस्थानों के सामने उपस्थित चुनौतियों का विश्लेषण करना।
5. मीडिया शिक्षण संस्थानों की वर्तमान दशा को रेखांकित करना।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत अध्ययन के लिए वर्णनात्मक शोध प्रविधि का चयन किया गया है जिसके अन्तर्गत द्वितीयक स्रोत से प्राप्त तथ्यों का गुणात्मक विश्लेषण किया गया है। तथ्यों को एकत्र करने के लिए मूल रूप से सार्क देशों के प्रमुख संस्थानों की वेबसाइट पर उपलब्ध सूचना को आधार बनाया गया है। साथ ही विभिन्न समितियों और शिक्षण संस्थानों द्वारा प्रस्तुत रिपोर्ट से भी सन्दर्भ सामग्री जुटाई गयी है। अध्ययन क्षेत्र में मीडिया शिक्षा की स्थिति और चुनौतियों की पड़ताल के लिए प्रमुख मीडिया शिक्षण संस्थानों द्वारा प्रस्तुत पाठ्यक्रमों, उपलब्ध संसाधनों इत्यादि का विश्लेषण किया गया है।

तथ्य विश्लेषण

वर्तमान समय में मीडिया साक्षरता के प्रति लोगों में जागरूकता आयी है, विशेष तौर पर डिजिटल तकनीक ने मीडिया साक्षरता जैसे मुद्दे के प्रति लोगों का ध्यान आकृष्ट किया है। विश्व में हो रहे तकनीकी बदलाव ने न सिर्फ मीडिया परिदृश्य को बदलने का कार्य किया है अपितु मीडिया बाजार को भी वैश्विक ग्राहक उपलब्ध करने का कार्य किया है। पिछले दो दशकों में शैक्षणिक संस्थानों में मीडिया पाठ्यक्रमों का बहुत तेज गति से विस्तार देखा गया है। अध्ययन के लिए चयनित 4 दक्षिण एशियाई देश नेपाल, भूटान, श्रीलंका, और भारत में मीडिया शिक्षा का विश्लेषण प्रस्तुत है।

नेपाल में मीडिया शिक्षा : अंतरराष्ट्रीय मानकों की आवश्यकता

नेपाल में मीडिया शिक्षा की शुरुआत त्रिभुवन विश्वविद्यालय ने वर्ष 1979 में स्नातक पाठ्यक्रम के साथ की। वर्तमान में इस विश्वविद्यालय से सम्बद्ध 73 केन्द्रों से यह पाठ्यक्रम संचालित किया जा रहा है। त्रिभुवन विश्वविद्यालय द्वारा वर्ष 2001 में जनसंचार विषय में परास्नातक और वर्ष 2017 में शोध से जुड़े पाठ्यक्रम की शुरुआत की गई। सबसे अधिक मीडिया छात्रों के साथ ही विभिन्न मीडिया पाठ्यक्रम संचालित करने वाला नेपाल का यह अकेला विश्वविद्यालय है। वर्ष 2001 में पूर्वांचल विश्वविद्यालय में मीडिया विभाग की नींव पड़ी जबकि काठमांडू विश्वविद्यालय ने वर्ष 2006 में मीडिया पाठ्यक्रम संचालित किया। वर्ष 1997 में नेपाल के राष्ट्रीय शिक्षा बोर्ड ने 165 स्कूलों में 11वीं के विद्यार्थियों के लिए मीडिया पाठ्यक्रम शुरू किया। 4 वर्ष बाद 2001 में बोर्ड द्वारा 9वीं के विद्यार्थियों के लिए 5 विद्यालयों में मीडिया पाठ्यक्रम की शुरुआत की गयी। दक्षिण एशियाई देशों में नेपाल ऐसा देश है जहाँ 12 वीं तक के विद्यार्थियों के लिए भी मीडिया पाठ्यक्रम उपलब्ध है। वहीं कुछ विद्यालय कम अवधि वाले मीडिया पाठ्यक्रम भी संचालित कर रहे हैं। पिछले दो दशक में जनसंचार विषय से जुड़े पाठ्यक्रमों के प्रति युवाओं का रुझान बढ़ा है परन्तु मीडिया शिक्षा से जुड़ा बुनियादी ढाँचा कमजोर दिखलाई देता है।

पन्त (2009) के अनुसार, “नयी पीढ़ी गुणवत्तायुक्त शिक्षा प्राप्त करने में अत्यधिक दिलचस्पी रखती है जिससे मीडिया के क्षेत्र में व्यावहारिक और पेशेवर ज्ञान को प्राप्त किया जा सके। हालाँकि नेपाल के विश्वविद्यालय और शिक्षाविद नयी पीढ़ी की उम्मीदों पर खरे नहीं उतर पाये हैं”। मीडिया शिक्षा के क्षेत्र में उपस्थित चुनौतियों के बारे में पन्त (2009) कहते हैं कि विनियमन एवं पर्यवेक्षण की कमी, मानव संसाधन एवं बुनियादी ढाँचे में कमी, मीडिया उद्योग के साथ समझौता एवं सहयोग का न होना, तथा असंगत पाठ्यक्रम जिसमें मीडिया समूहों के कार्य एवं शैक्षणिक अन्तर्वस्तु में स्पष्ट अन्तर देखा जा सकता है, मीडिया शिक्षा के रास्ते में अवरोध हैं। आचार्या (2019) का मानना है कि नेपाल में पत्रकारिता की शिक्षा से जुड़े लोगों को अंतर्राष्ट्रीय मानक का अनुसरण करने एवं उसे बनाये रखने का प्रयास करना चाहिए, जिससे भावी पत्रकारों को पेशेवर रूप से उत्कृष्ट रूप में तैयार किया जा सके।

श्रीलंका में मीडिया शिक्षा: पाठ्यक्रमों में संशोधन की आवश्यकता

श्रीलंका में औपचारिक जनसंचार शिक्षा की शुरुआत वर्ष 1973 में केलनिया विश्वविद्यालय द्वारा की गई थी। हालाँकि कुछ संस्थानों ने चुनिंदा तकनीकी शिक्षा केन्द्रों पर संचार से जुड़े विषयों की पढ़ाई पहले ही कर दी थी परन्तु केलनिया विश्वविद्यालय ने जनसंचार की व्यवस्थित शिक्षा शुरू करके मास मीडिया एवं जनसंचार जैसे विषय को स्थापित करने का कार्य किया। जनसंचार विषय से जुड़े पाठ्यक्रम को इस सदी के प्रथम दशक में बोर्ड स्कूलों में एक अतिरिक्त विषय के रूप में शुरू करने की दिशा में क्रम उठाया गया। स्कूलों में संचार एवं मीडिया शिक्षा का पाठ्यक्रम वर्ष 2007 में लागू कर दिया गया। श्रीलंका के एक प्रमुख शिक्षण संस्थान जयवरदनेपुरा विश्वविद्यालय के मानविकी एवं समाज विज्ञान संकाय के अन्तर्गत जनसंचार विषय में स्नातक स्तर पर चार वर्षीय विशेष पाठ्यक्रम संचालित किया जाता है। दिसनायक (2019) के अनुसार श्रीलंका में मास मीडिया / जनसंचार शिक्षा पारम्परिक एवं मानकीकृत शिक्षाविदों के बीच मान्यता प्राप्त करने के लिए कई बाधाओं का सामना कर रही है। इसका प्रमुख कारण सम्बन्धित विषय में उच्च शिक्षा प्राप्त शिक्षकों की कमी को मानते हैं। उनका मानना है कि जनसंचार विषय को पढ़ाने वाले शिक्षकों की संख्या पर्याप्त नहीं होने की वजह से काफी चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। मीडिया प्रतिष्ठानों की माँग के अनुरूप मीडिया विभाग परिणाम प्रस्तुत करने में अक्षम दिखायी देते हैं जिससे कई व्यावहारिक संकट नज़र आते हैं। शिक्षा नीति निर्माताओं को चाहिए कि वे उद्देश्यपरक तरीके से मीडिया शिक्षा से जुड़े पाठ्यक्रमों को संशोधित एवं पुनर्जीवित करने का प्रयास करें जो मीडिया के क्षेत्र में समसामयिक जरूरतों को पूरा करने में छात्रों को सक्षम बना सके। श्रीलंका में जनसंचार शिक्षा को आज भी अन्य विषयों की तरह उचित स्थान नहीं प्राप्त हो सका है।

भूटान में मीडिया शिक्षा : सरकारी सहयोग पर निर्भरता

सार्क देशों में भूटान एक ऐसा देश है जहाँ मीडिया की शुरुआत बहुत बाद में हुई। यही कारण है कि मीडिया शिक्षा के स्तर पर भी यह देश अन्य सार्क देशों की तुलना में पीछे नज़र आता है। यहाँ अभी भी मीडिया शिक्षा का व्यापक स्तर पर विस्तार नहीं हुआ है। इक्कीसवीं सदी में भी यहाँ की मीडिया बाजार विस्तार करने में सफल नहीं हुई है और अधिकांश मीडिया समूह सरकारी सहयोग पर निर्भर हैं। मीडिया में रोजगार के सीमित

अक्सर कहीं न कहीं जनसंचार विषय के विस्तार में बाधक दिखते हैं। हालाँकि पिछले कुछ वर्षों में युवाओं ने मीडिया पाठ्यक्रमों में रुचि दिखायी है जो मीडिया शिक्षा के लिए एक सकारात्मक पहलू है। मीडिया से जुड़े विशेषीकृत क्षेत्रों में उच्च शिक्षा के लिए अधिसंख्य छात्र भारतीय विश्वविद्यालयों में प्रवेश लेते हैं। भूटान की रायल यूनिवर्सिटी से सम्बद्ध रायल थिम्फु कॉलेज जनसंचार विषय में स्नातक स्तर का पाठ्यक्रम संचालित करता है। इस पाठ्यक्रम को संचालित करने वाले निथिल डेनिस ने अपनी उच्च शिक्षा भारतीय विश्वविद्यालयों से प्राप्त की है। कम जनसंख्या वाले इस देश में शैक्षणिक ढाँचा अभी भी पूर्णतः विकसित नहीं हो पाया है जिससे मीडिया शिक्षा के लिए जरूरी संसाधनों की उपलब्धता भी कम ही है। ग्लेस्थेन (2020) ने भूटान की वर्तमान शिक्षा व्यवस्था का विश्लेषण प्रस्तुत किया है। उनका मानना है कि अपर्याप्त वित्तीय और मानव संसाधन सबसे बड़ी चुनौतियों में से एक है। वित्तीय बाधाओं के कारण यहाँ संसाधनों के ढाँचागत विकास एवं उनके विस्तार में काफी अड़चनें आती हैं। बुनियादी ढाँचे में सुधार के लिए सरकार को विभिन्न देशों से प्राप्त सहायता एवं अनुदान पर निर्भर रहना पड़ता है। इसके अतिरिक्त, मानव संसाधन को प्रशिक्षित करने में भी कठिनाई होती है। अधिकांश शिक्षकों को अपने ज्ञान, कौशल, और शैक्षणिक योग्यता के उन्नयन के लिए बाह्य छात्रवृत्ति पर निर्भर रहना पड़ता है जिससे शिक्षा की गुणवत्ता प्रभावित होती है। इस प्रकार से देखा जाए तो भूटान में उच्च शिक्षा के विस्तार में वित्तीय संकट प्रमुख अड़चन है जो जनसंचार जैसे विषय के लिए मूलभूत आवश्यकताओं की पूर्ति में भी बाधक है।

भारत में मीडिया शिक्षा

भारत में मीडिया शिक्षा की नींव आज से 100 साल पहले वर्ष 1920 में पड़ी जब एनी बेसंट ने थियोसोफिकल सोसाइटी के तत्वावधान में मद्रास के राष्ट्रीय विश्वविद्यालय, अड्यार में पत्रकारिता पाठ्यक्रम की शुरुआत की। प्रारम्भ में यह पाठ्यक्रम कला संकाय के अन्तर्गत अंग्रेजी विभाग द्वारा संचालित किया गया। स्नातक डिग्री के रूप में संचालित किये जाने वाले इस पाठ्यक्रम में पत्रकारिता के व्यावहारिक पक्षों पर विशेष ध्यान दिया जाता था। हालाँकि प्रोफेशनल मीडिया शिक्षा पर आधारित यह पाठ्यक्रम अधिक समय तक संचालित नहीं किया जा सका। वर्ष 1938 में अलीगढ़ विश्वविद्यालय ने पत्रकारिता से जुड़ा एक सर्टिफिकेट कोर्स शुरू किया। यदि विधिवत मीडिया शिक्षा की बात की जाए तो सर्वप्रथम 1941 में प्रो० पी पी सिंह ने लाहौर स्थित पंजाब विश्वविद्यालय में पत्रकारिता विभाग शुरू किया। हालाँकि वर्ष 1947 में बँटवारे के बाद यह विश्वविद्यालय पाकिस्तान के हिस्से चला गया। स्वतंत्रता के बाद भारतीय शिक्षाविदों का ध्यान पश्चिमी देशों में संचालित किये जा रहे संचार पाठ्यक्रमों की तरफ गया। वर्ष 1947 में मद्रास विश्वविद्यालय ने पत्रकारिता एवं संचार विभाग की स्थापना की। कुछ महीने बाद ही वर्ष 1948 में कलकत्ता विश्वविद्यालय में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग शुरू किया गया। चार वर्ष बाद आर टी एम नागपुर विश्वविद्यालय से सम्बद्ध हिंसोप कॉलेज ने पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय की पढ़ाई शुरू की। अगले कुछ वर्षों में भारत के कुछ विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता एवं संचार विषय की पढ़ाई शुरू की गई। वर्ष 1965 में यूनेस्को एवं फोर्ड फाउंडेशन के सहयोग से भारतीय जन संचार संस्थान की स्थापना हुई। भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के अन्तर्गत कार्य करने वाले इस संस्थान ने जनसंचार विषय को प्रसारित

करने में बहुत मदद की। 1967 में गुवाहटी विश्वविद्यालय एवं वर्ष 1973 में बनारस हिन्दू विश्वविद्यालय में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग ने सम्बन्धित विषय के पाठ्यक्रम संचालित करने शुरू कर दिये थे। पिछले दो दशक में देश के सभी प्रमुख केन्द्रीय विश्वविद्यालयों में मीडिया विभाग स्थापित किया गया है एवं शोध, परास्नातक, एवं स्नातक स्तर पर मीडिया के विभिन्न पाठ्यक्रमों का संचालन किया जा रहा है।

विश्लेषण

यह कहना गलत नहीं होगा कि दक्षिण एशियाई देश पश्चिमी देशों की तुलना में आर्थिक और तकनीकी दृष्टि से कुछ पीछे दिखायी देते हैं। विश्व की अग्रणी शिक्षण संस्थाओं की बात करें या फिर शैक्षणिक गतिविधियों को सफलतापूर्वक संचालित करने के लिए बुनियादी सुविधाओं की, सार्क देश आज भी संघर्षशील दिखते हैं। सार्क देश 'तीसरी दुनिया' के अंग के रूप में जाने जाते हैं जहाँ सूचना सम्प्रेषण के क्षेत्र में आज भी कई प्रकार की चुनौतियाँ मौजूद हैं। मीडिया जैसे तकनीकी विषय के लिए न सिर्फ बुनियादी ढाँचे की जरूरत होती है अपितु पाठ्यक्रम को संचालित करने के लिए विभिन्न तकनीकी उपकरणों की आवश्यकता भी होती है। सार्क देशों में जनसंचार विषय से जुड़े पाठ्यक्रम संचालित करने वाले अधिसंख्य विश्वविद्यालयों में 'मीडिया इंडस्ट्री' की जरूरतों को पूरा करने के लिए उपयुक्त प्रशिक्षण तथा विश्वविद्यालय में योग्य अध्यापकों की आवश्यकता नजर आती है। चूँकि जनसंचार एक ऐसा विषय है जहाँ बहुत ही तेजी से बदलाव होते रहे हैं, ऐसे में यह समीचीन प्रतीत होता है कि समय अन्तराल पर इसके पाठ्यक्रम को अद्यतन किया जाए जिसमें मीडिया समूहों की जरूरतों को ध्यान रखा जाए। इन देशों के सहयोग से संचालित विश्वविद्यालय में मीडिया पाठ्यक्रम का न होना कहीं न कहीं विषय के प्रति उदासीनता को दर्शाता है। पश्चिमी देशों की भांति ही सार्क देशों को भी सूचना सम्प्रेषण के महत्व को समझना होगा। साथ ही इस विषय को अनिवार्य विषय के रूप में मान्यता देनी चाहिए जिससे कुशल संचारकर्मी तैयार करने के साथ ही मीडिया साक्षरता की अवधारणा को भी मजबूती मिल सके।

निष्कर्ष

दक्षिण एशियाई देश भले ही भौगोलिक एवं सांस्कृतिक समानता रखते हैं परन्तु इनके द्वारा संचालित पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रमों में काफी अन्तर दिखता है। भारत पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय का पाठ्यक्रम संचालित करने वाले दक्षिण एशियाई देशों की तुलना में काफी आगे दिखता है। इसकी एक बड़ी वजह यहाँ प्रिंट, टेलीविजन एवं फिल्म जैसे विभिन्न जनमाध्यमों का बृहद बाजार है जो न सिर्फ सरकारी विश्वविद्यालयों अपितु निजी विश्वविद्यालयों को भी जनसंचार विषय से जुड़े पाठ्यक्रम संचालित करने के लिए आकर्षित करता है। भाषायी विषमता के साथ ही आर्थिक आधार पर भिन्नता इन देशों में विषय से जुड़ी आधारभूत बुनियादी संरचना में अन्तर का महत्वपूर्ण कारण है। अभी भी अन्य विषयों की तरह जनसंचार विषय को किसी भी सार्क देश ने महत्व नहीं दिया है और न ही यह विषय अनिवार्य विषय का दर्जा ही प्राप्त कर सका है जो मीडिया शिक्षा के साथ ही मीडिया साक्षरता की राह में रोड़ा है। यहाँ तक कि सार्क देशों की मीडिया नीति में भी भिन्नता है जो

पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय को प्रोत्साहित करती हुई नहीं दिखती। भारत में अवस्थित दक्षिण एशियाई विश्वविद्यालय को भले ही अंतर्राष्ट्रीय विश्वविद्यालय का दर्जा प्राप्त है परन्तु इस विश्वविद्यालय में जनसंचार विषय का पाठ्यक्रम न होना नीति-निर्माताओं की उदासीनता को दर्शाता है। दक्षिण एशियाई देशों में पत्रकारिता को लेकर भले ही अलग नीति है परन्तु इस परिक्षेत्र के मनोरंजन परिदृश्य में काफी समानता दिखती है जो संबंधित जनमाध्यमों के लिए न सिर्फ एक बृहद बाजार का संकेत करती है अपितु इनसे जुड़े शिक्षण-प्रशिक्षण पर भी बल देती है।

सार्क देशों में आज भी ऐसे पाठ्यक्रमों का अभाव है जो सूचना उद्योग की ज़रूरत को पूर्णतः पूरा कर सके। बाजार की ज़रूरत को पूरा करने के लिए विश्वविद्यालयों के पास बुनियादी ढांचों की कमी साफ दिखती है, साथ ही प्रशिक्षित अध्यापकों की कमी भी देखी जा सकती है। छात्र एवं अध्यापक अनुपात में मानक की तुलना में अधिक अन्तर मीडिया शिक्षा एवं साक्षरता के लक्ष्य के सामने रूकावट है। साथ ही विश्वविद्यालय स्तर पर संचालित किये जा रहे मीडिया पाठ्यक्रम की अन्तर्वस्तु में व्याप्त भिन्नता इस विषय को स्थापित करने की दिशा में बाधक है। आज भी यह विषय स्कूली शिक्षा से अनिवार्य रूप में नहीं जुड़ सका है, जो विषय के आधार को कमजोर करता हुआ दिखायी देता है। भारत जैसे देश में यह विषय न स्कूली शिक्षा का अनिवार्य अंग बन सका है न ही संघ लोक सेवा आयोग में ही इस विषय को मान्यता मिल सकी है। नेपाल एवं श्रीलंका जैसे देश भले ही स्कूलों में जनसंचार विषय को लागू करने की दिशा में अग्रसर हैं परन्तु योग्य अध्यापकों एवं आवश्यक संसाधनों के अभाव में यह विषय आशातीत परिणाम प्राप्त कर सकेगा, ये देखने की बात है।

संदर्भ

आचार्या, बी.बी. (2019). 'नेपाल'स जर्नलिज्म एजुकेशन इन टर्शरी लेवल एंड द रोल ऑफ़ डैस्पौरा स्कालर्स' हायर एजुकेशन. इन नेपाल : पॉलिसीज एंड पर्सपेक्टिव, 187-200 <http://dx.doi.org/10.4324/9781351139205-14> से पुनःप्राप्त

कुमार, आर. (2017). मीडिया एजुकेशन इन नार्थ इण्डिया सेंट्रल यूनिवर्सिटीज : अ स्टडी ऑफ़ टीचर स्टूडेंट रेश्यो एंड रिसर्च जर्नल पब्लिकेशन. *कम्युनिकेटर*, *LIII*(3)

कुमार, आर. (2017). मीडिया एजुकेशन इन नार्थ-ईस्ट इंडियन युनिवर्सिटीज: अ स्टडी ऑफ़ मीडिया प्रोग्राम्स एंड इट्स नॉमनक्लेचर. *जर्नल ऑफ़ कंटेंट, कम्युनिटी एंड कम्युनिकेशन*, *6*(3), 2395-7514.

ग्लेस्थेन, क. एवं रिनचेन, डी. (2020). *स्कूल एजुकेशन इन भूटान : पालिसी, कर्नेट स्टेटस, एंड चैलेंजेज*. हैंडबुक ऑफ़ हायर एजुकेशन इन साउथ एशिया: सिंगर

द्विवेदी, एस. (2021). भारत में मीडिया शिक्षा के 100 वर्ष. *कम्युनिकेशन टुडे*, *25*(2)

दिसनायके, एन.एन. (2019). मास मीडिया एंड मास कम्युनिकेशन एजुकेशन इन श्रीलंका. *ग्लोबल मीडिया जर्नल*, *11*(2)

दिसनायके, एन.एन. (2018). चैलेंजेज फेसड बाई जर्नलिज्म एजुकेशन इन श्रीलंका. *एशिया पैसिफिक मीडिया एजुकेटर*, *28*(2), 164-176

पंत, एल.डी. (2009). जनर्लिज्म एंड मीडिया एजुकेशन इन नेपाल: ए *क्रिटिकल रिव्यूड, बोधी*, *3*(1), 21-34

फेडरोव, ए. (2008). मीडिया एजुकेशन अराउंड वर्ल्ड : *ब्रीफ हिस्ट्री*, *1*(2)

रे, अनामिका, एवं दत्ता, ए. (2011). मीडिया एजुकेशन इन इण्डिया: अ पीयर पर्सपेक्टिव, *एजुकेशन फॉर डिजिटल वर्ल्ड 2.0*, सम्पादक-सैंडी हित्ज एवं केविन केली

आईआईएमसी गतिविधियाँ

जनवरी-जून 2021

मीडिया ने दिलाई लोक संस्कृति को नई पहचान : मालिनी अवस्थी

“वैश्वीकरण के दौर में लोक संस्कृति को बचाए रखना चुनौतीपूर्ण कार्य है, लेकिन मीडिया के माध्यम से लोक संस्कृति को नई पहचान मिली है।” यह विचार पद्मश्री से अलंकृत लोक गायिका श्रीमती मालिनी अवस्थी ने भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) द्वारा 8 जनवरी, 2021 को आयोजित ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए।



‘शुक्रवार संवाद’ में व्याख्यान प्रस्तुत करती श्रीमती मालिनी अवस्थी

‘लोक संस्कृति एवं मीडिया’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए श्रीमती अवस्थी ने कहा कि लोक संस्कृति के संरक्षण और संवर्धन में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका है, क्योंकि अखबारों ने लोक संस्कृति को बचाने के लिए महत्वपूर्ण प्रयास किए हैं। उन्होंने कहा कि ‘वसुधैव कुटुंबकम्’ की भावना भारत की लोक संस्कृति में समाहित है। ‘हिरणी और कौशल्या’ का उदाहरण देकर उन्होंने बताया कि किस प्रकार लोकागीतों के माध्यम से त्योहारों एवं उत्सवों में भी करुण प्रसंगों को याद किया जाता है और सबके हित को ध्यान में रखा जाता है। उन्होंने कहा कि हमारी पूरी संस्कृति वैज्ञानिकता की कसौटी पर कसी हुई है। इसलिए हमारे पूर्वजों ने उसका सरलीकरण करके लोकागीतों, छंदों और त्योहारों के अनुरूप न केवल उसे अपनी जीवनशैली में ढाला, बल्कि दायित्व के साथ इसे अगली पीढ़ी के हाथों में भी सौंपा। आज के युवाओं का कर्तव्य है कि पुरखों से मिली अपनी संस्कृति का अनुसरण करें और उसे जीवंत रखें।

‘कोई एक विचार लो और उसे अपनी जिंदगी बना लो’

भारतीय जन संचार संस्थान में स्वामी विवेकानंद की 158वीं जयंती 12 जनवरी, 2021 को ‘राष्ट्रीय युवा दिवस’ के रूप में मनाई गई। इस अवसर पर स्वामी विवेकानंद के चित्र पर माल्यार्पण कर उन्हें श्रद्धांजलि दी गई। कार्यक्रम में आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने स्वामी जी के कृतित्व और व्यक्तित्व को याद किया एवं उनके विचारों पर चलने के लिए युवाओं को प्रेरित किया। उन्होंने कहा कि हर महापुरुष अपने समय की स्थिति के बारे में सोचता, समझता और अपने विचार रखता है और इस संदर्भ में स्वामी विवेकानंद ने मानव समाज की सेवा को महत्वपूर्ण स्थान दिया। युवाओं को सफलता का सूत्र देते हुए विवेकानंद कहते थे कि कोई एक विचार लो और उसे अपनी जिंदगी बना लो।



राष्ट्रीय युवा दिवस के अवसर पर दीप प्रज्ज्वलन करते हुए महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी (बाएँ) और अपर महानिदेशक श्री के. सतीश नम्बूदिरिपाड (दाएँ)

कार्यक्रम में संस्थान के अपर महानिदेशक श्री के. सतीश नम्बूदिरिपाड, प्रो. आनंद प्रधान, प्रो. अनुभूति यादव, प्रो. सुरभि दहिया, प्रो. संगीता प्रणवेंद्र, प्रो. प्रमोद कुमार तथा प्रो. वीरेंद्र कुमार भारती सहित समस्त कर्मचारियों एवं अधिकारियों ने भाग लिया एवं स्वामी विवेकानंद के पदचिह्नों पर चलने का संकल्प लिया।

सहजता और सरलता ही सफल संचारक के गुण : निवेदिता भिड़े

“स्वामी विवेकानंद जैसा संचारक बनने के लिए सहजता और सरलता जैसे गुण होना अत्यंत आवश्यक है। अपने इसी गुण के कारण स्वामी जी देश के अंतिम व्यक्ति तक अपनी बात पहुँचाने में सफल रहे।” यह विचार विवेकानंद केंद्र, कन्याकुमारी की उपाध्यक्ष सुश्री निवेदिता रघुनाथ भिड़े ने 15 जनवरी, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए। ‘स्वामी विवेकानंद : एक संचारक’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए उन्होंने कहा कि स्वामी विवेकानंद की बातें आज ज्यादा प्रासंगिक हो गई हैं। भारतीय समाज में आत्मविश्वास भरकर स्वामी जी ने नए भारत के निर्माण पर जोर दिया। उन्होंने कहा कि संचार एक गतिविधि नहीं, बल्कि एक प्रक्रिया है। अगर आपको स्वामी विवेकानंद को संचारक के रूप में देखना है, तो उन्हें एक नहीं, अनेक रूपों में देखना होगा। उन्होंने कहा कि स्वामी जी जो पुस्तक पढ़ते थे, उनसे न केवल वे स्वयं सीखते थे, बल्कि दूसरों को भी सेवा और त्याग का संदेश देते थे।



‘स्वामी विवेकानंद : एक संचारक’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए सुश्री निवेदिता भिड़े

इस अवसर पर महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि आज जब संचार और प्रबंधन की विधाएँ एक अनुशासन के रूप में हमारे सामने हैं, तब हमें पता चलता है कि स्वामी जी ने कैसे अपने पूरे जीवन में इन दोनों विधाओं को साधने का काम किया। उनके कर्म, जीवन, लेखन, भाषण और संपूर्ण प्रस्तुति में उनका एक आदर्श प्रबंधक और ‘कम्युनिकेटर’ का स्वरूप प्रकट होता है।

घर, समाज और देश ही नहीं, शरीर, हृदय और मन भी स्वच्छ हो

भारतीय जन संचार संस्थान में स्वच्छता पखवाड़े के तहत 20 जनवरी, 2021 को विशेष पौधारोपण कार्यक्रम का आयोजन किया गया। इस दौरान संस्थान की अपर महानिदेशक (प्रशिक्षण) श्रीमती ममता वर्मा, श्रीमती नवनीत कौर, प्रो. संगीता प्रणवेंद्र एवं श्रीमती प्रतिभा शर्मा ने पौधारोपण कर सभी को पर्यावरण के प्रति जागरूक रहने का संदेश दिया। कार्यक्रम में महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी एवं अपर महानिदेशक श्री के. सतीश नम्बूदिरिपाड सहित सभी कर्मचारियों, प्राध्यापकों एवं अधिकारियों ने भाग लिया।

इस अवसर पर प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि स्वच्छता का अर्थ केवल अपने घर, समाज और देश से गंदगी साफ करना ही नहीं होता, बल्कि अपने शरीर, हृदय और मन को भी साफ रखना अति आवश्यक है। हमारे देश और जीवन के लिए स्वच्छता बहुत ही जरूरी है। उल्लेखनीय है कि आईआईएमसी में 16 से 31 जनवरी तक स्वच्छता पखवाड़े का आयोजन किया गया। पखवाड़े के शुभारंभ के अवसर पर संस्थान के सभी कर्मचारियों द्वारा स्वच्छता की शपथ ली गई। स्वच्छता पखवाड़े के दौरान इस वर्ष आईआईएमसी में ‘सिंगल यूज’ प्लास्टिक के इस्तेमाल से बचने का संकल्प लिया गया है।



स्वच्छता पखवाड़े के दौरान आईआईएमसी में पौधारोपण

नेताजी के 'एक्शन' में था उनके 'कम्युनिकेशन' का राज : रेणुका मालाकर

“नेताजी सुभाष चंद्र बोस बोलने से ज्यादा काम करने में विश्वास रखते थे। असल में उनके 'एक्शन' यानी कार्य करने की भावना में ही उनके 'कम्युनिकेशन' का राज छिपा हुआ था।” यह विचार नेताजी सुभाष चंद्र बोस की प्रपौत्री एवं नेताजी सुभाष बोस-आईएनए ट्रस्ट की महासचिव सुश्री रेणुका मालाकर ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा 22 जनवरी, 2021 को आयोजित 'शुक्रवार संवाद' में व्यक्त किए। इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी एवं अपर महानिदेशक श्री के. सतीश नम्बूदिरिपाड भी उपस्थित थे।



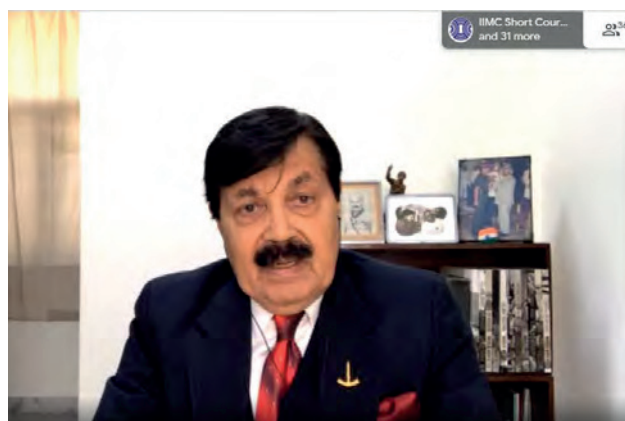
‘नेताजी सुभाष चंद्र बोस : एक संचारक’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए सुश्री रेणुका मालाकर

‘नेताजी सुभाष चंद्र बोस : एक संचारक’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए सुश्री मालाकर ने कहा कि पूरे देश को नई ऊर्जा देने वाले नेताजी भारत के उन महान स्वतंत्रता सेनानियों में से थे, जिनसे आज के दौर का युवा वर्ग भी प्रेरणा लेता है। उनके द्वारा दिया गया ‘जय हिंद’ का नारा पूरे देश का राष्ट्रीय नारा बन गया। नेताजी सुभाष चंद्र बोस ने अपने विचारों से लाखों लोगों को प्रेरित किया। उन्होंने कहा कि आज जिस ‘मॉडर्न इंडिया’ को हम देख पा रहे हैं, उसका सपना नेताजी ने बहुत पहले देखा था। भारत के लिए उनका जो ‘विजन’ था, वह अपने समय से बहुत आगे का था। नेताजी कहा करते थे कि अगर वाकई में भारत को सशक्त बनाना है, तो हमें सही दृष्टिकोण अपनाने की जरूरत है और इस कार्य में युवाओं की महत्वपूर्ण भूमिका है।

इस अवसर पर महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि अगर हमें नेताजी को याद रखना है, तो अपने विचार को जन समूह के अंतिम व्यक्ति तक पहुँचाने वाले संचारक के रूप में याद रखना चाहिए। उन्होंने कहा कि आजादी के पूर्व सीमित संचार के साधनों के बाद भी नेताजी लोकप्रिय हुए और उसका महत्वपूर्ण कारण था नेताजी की सहजता और सरलता। उन्होंने कहा कि नेताजी ने जो कहा वह करके दिखाया। अपने विचारों से उन्होंने असफल और निराश लोगों के लिए सफलता के नए द्वार खोल दिए। इससे पूर्व आईआईएमसी में आयोजित एक अन्य कार्यक्रम में नेताजी सुभाष चंद्र बोस के चित्र पर माल्यार्पण कर उन्हें श्रद्धांजलि अर्पित की गई। इस कार्यक्रम में संस्थान के समस्त कर्मचारियों, प्राध्यापकों एवं अधिकारियों ने भाग लिया।

आतंकवाद से जंग में हो मीडिया का इस्तेमाल : राज कादयान

“भारत विरोधी शक्तियाँ सोशल मीडिया का इस्तेमाल मनोवैज्ञानिक लड़ाई और धोखेबाजी के लिए कर रही हैं। हमें आतंकवाद से लड़ने के लिए सोशल मीडिया का इस्तेमाल करना चाहिए।” यह विचार पूर्व उप थल सेनाध्यक्ष लेफ्टिनेंट जनरल (सेवानिवृत्त) राज कादयान ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा 23 जनवरी, 2021 को सैन्य अधिकारियों के लिए आयोजित मीडिया संचार पाठ्यक्रम के समापन समारोह में व्यक्त किए। इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी, अपर महानिदेशक (प्रशासन) श्री के. सतीश नंबूदिरिपाड, अपर महानिदेशक (प्रशिक्षण) श्रीमती ममता वर्मा एवं आईआईएस पाठ्यक्रम निदेशक श्रीमती नवनीत कौर भी उपस्थित थे।



सैन्य अधिकारियों के लिए आयोजित मीडिया संचार पाठ्यक्रम के समापन समारोह में विचार व्यक्त करते हुए ले.ज. (सेवानिवृत्त) श्री राज कादयान

श्री कादयान ने कहा कि सूचना और तकनीक के आधुनिक युग में सेना को सोशल मीडिया का सर्वश्रेष्ठ इस्तेमाल करने की जरूरत है। सोशल मीडिया हमारी सोच से ज्यादा तेजी से बढ़ा है। अगर हम इसकी रफ्तार के साथ नहीं चल पाए, तो पीछे छूट जाएँगे। युद्ध के दौरान सूचनाओं का सही प्रयोग बेहद अहम है। हम आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की बात करते हैं। अगर हमें इसका इस्तेमाल अपनी ताकत बढ़ाने के लिए करना है, तो हमें सोशल मीडिया से जुड़ना होगा।

इस अवसर पर महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि हमारे देश में सेना को हमेशा सम्मान और गर्व के भाव से देखा जाता है। इसलिए सभी सैन्य अधिकारियों की यह जिम्मेदारी है कि वे अपनी संचार कुशलता से और संचार माध्यमों के सही प्रयोग से भारतीय सेना की उस छवि को बनाए रखें। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि आज फेक न्यूज अपने आप में एक बड़ा व्यापार बन गई है और डिजिटल मीडिया ने भी इसे प्रभावित किया है। ऐसे में मीडिया साक्षरता की आवश्यकता और बढ़ जाती है।

अफसर नहीं, कम्युनिकेटर बनिए : जयदीप भटनागर

“अगर आप एक काबिल अधिकारी बनना चाहते हैं, तो आपको प्रशासन से जुड़े सभी नियमों को सीखना चाहिए तथा एक अफसर की तरह नहीं, बल्कि एक ‘कम्युनिकेटर’ की तरह लोगों से संवाद करना चाहिए।” यह विचार ऑल इंडिया रेडियो के समाचार सेवा प्रभाग के प्रधान महानिदेशक श्री जयदीप भटनागर ने 25 जनवरी, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान में भारतीय सूचना सेवा, ग्रुप ‘ए’ के प्रशिक्षु अधिकारियों के नए बैच के स्वागत समारोह के दौरान व्यक्त किए। कार्यक्रम में आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी, दूरदर्शन न्यूज के महानिदेशक श्री मयंक कुमार अग्रवाल, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के प्रकाशन विभाग की महानिदेशक सुश्री मोनी दीपा मुखर्जी एवं पत्र सूचना कार्यालय में महानिदेशक श्रीमती वसुधा गुप्ता तथा श्री राजेश मल्होत्रा भी मौजूद थे।



ऑल इंडिया रेडियो के समाचार सेवा प्रभाग के प्रधान महानिदेशक श्री जयदीप भटनागर अपने विचार व्यक्त करते हुए

इस अवसर पर श्री भटनागर ने कहा कि आप किसी भी सेवा क्षेत्र में जाएँ, यह महत्वपूर्ण होता है कि आप कार्य को किस तरह करते हैं। इसके लिए आवश्यक है कि आप अपने कार्य का विश्लेषण करें तथा रणनीति बनाएँ। श्री भटनागर ने कहा कि एक आईआईएस अफसर के पास जनता से जनता की भाषा में संवाद करने की जिम्मेदारी होती है। इसलिए आपको संवाद एवं संचार कला का ज्ञान होना बेहद आवश्यक है।

आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि लोकतंत्र में लोक सेवक की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। इसलिए यह आपकी जिम्मेदारी है कि संवाद के माध्यम से लोगों की समस्याओं का हल निकालने का प्रयास करें। उन्होंने कहा कि आज सरकार संचार माध्यमों का सटीक इस्तेमाल कर रही है, ताकि सुशासन की संकल्पना को साकार किया जा सके। इस कार्य में भारतीय सूचना सेवा के अधिकारियों की महत्वपूर्ण भूमिका है। दूरदर्शन न्यूज के महानिदेशक श्री मयंक कुमार अग्रवाल ने कहा कि प्रत्येक अधिकारी को अपने अंदर एक बेहतरीन कम्युनिकेटर के गुणों को विकसित करना चाहिए। उन्होंने कहा कि दूरदर्शन आज अन्य चैनलों से इसलिए अलग है, क्योंकि उसका एजेंडा टीआरपी नहीं, बल्कि लोगों को सूचनाएँ पहुँचाना एवं जागरूक करना है। सुश्री मोनी दीपा मुखर्जी ने कहा कि संचार के बिना आप अपने जीवन में कोई भी कार्य नहीं कर सकते हैं। एक अच्छा कम्युनिकेटर होना बहुत कठिन है, लेकिन असंभव नहीं है और इसके लिए भाषाओं का ज्ञान होना महत्वपूर्ण है।

‘जनसंचार’ नहीं, ‘जनसंवाद’ में भरोसा करते थे गांधी : बनवारी

“अगर हमें महात्मा गांधी जैसा संचारक बनना है, तो आज हम तकनीक का सहारा लेंगे। लेकिन हमें यह समझना होगा कि आज की तकनीक जनसंचार पर आधारित है, जबकि गांधीजी जनसंवाद पर भरोसा करते थे।” यह विचार वरिष्ठ पत्रकार एवं गांधीवादी चिंतक श्री बनवारी ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा 29 जनवरी, 2021 को आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए। ‘महात्मा गांधी: एक संचारक’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए श्री बनवारी ने कहा कि गांधीजी का दर्शन स्थिर नहीं, बल्कि जीवंत और व्यापक रहा है। यह तकनीक केंद्रित नहीं है, बल्कि जन केंद्रित है। उन्होंने कहा कि यह बापू के कुशल संचार का ही नतीजा था कि भारत के अंतिम व्यक्ति के जीवन में भी उनके विचारों का असर रहा। गांधीजी का जीवन एक ऐसी नदी के समान था, जिसमें कई धाराएँ मौजूद थीं। गांधी जी का मानना था कि अहिंसा नैतिक जीवन जीने का मूलभूत तरीका है।



वरिष्ठ पत्रकार एवं गांधीवादी चिंतक श्री बनवारी और समाजसेवी श्री संजय कांबले शुक्रवार संवाद में अपने विचार व्यक्त करते हुए

इस अवसर पर ‘महात्मा गांधी एवं स्वच्छता’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए लातूर (महाराष्ट्र) के समाजसेवी श्री संजय कांबले ने कहा कि महात्मा गांधी ‘स्वतंत्रता’ से ज्यादा ‘स्वच्छता’ को महत्वपूर्ण मानते थे। वह सिर्फ बाहरी स्वच्छता के पक्षधर नहीं थे, बल्कि मन की स्वच्छता के भी प्रबल पक्षधर थे। उनका यह मानना था कि यदि मन और पड़ोस स्वच्छ नहीं होगा, तो अच्छे, सच्चे एवं ईमानदार विचारों का आना असंभव है। श्री कांबले के अनुसार यदि कोई व्यक्ति अपनी स्वच्छता के साथ दूसरों की स्वच्छता के प्रति संवेदनशील नहीं है, तो ऐसी साफ-सफाई का कोई मतलब नहीं है। इस आदत को बदलने की आवश्यकता है।

जुनून और जज़्बे से मिलती है सफलता : मेघा परमार

“अगर आप कामयाब होना चाहते हैं, तो आपके अंदर कामयाबी का जुनून होना चाहिए। आपका जुनून आपसे वह सब करवाता है, जिसे आप करने के बारे में कभी सोच भी नहीं सकते।” यह विचार माउंट एवरेस्ट विजेता मेघा परमार ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा 5 फरवरी, 2021 को आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए। ‘माउंट एवरेस्ट की मेरी यात्रा’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए सुश्री परमार ने कहा कि आप जो कुछ भी निर्धारित करना या बनना चाहते हैं, उसके लिए लक्ष्य निर्धारित करना चाहिए। अपने पहले प्रयास में माउंट एवरेस्ट विजय से महज 700 फुट पहले ही चूक गईं मेघा परमार ने कहा कि असफलता से हताशा तो आती है, लेकिन समाज में कई लोग आपका हौसला बढ़ाते हैं।



मेघा परमार ने कहा कि एवरेस्ट यात्रा के दौरान पीने के लिए हमेशा पानी नहीं मिल पाता। हर समय अंदर से शरीर टूटता है। सांस नहीं ली जाती। सीढ़ियाँ पार करते समय, जब वे हिलती हैं तो पैर काँपते हैं। उस समय खुद की हिम्मत बढ़ानी होती है कि रुको मत, यह भी हो जाएगा। मेघा ने एवरेस्ट यात्रा की घटनाओं का सजीव वर्णन करते हुए बताया कि किस तरह एक पर्वतारोही को यात्रा के दौरान मरे हुए लोगों की लाशों से गुजरना पड़ता है। उन्होंने कहा कि हम जब हाई एल्टीट्यूड पर पहुँचते हैं, तो वहाँ ऑक्सीजन बहुत कम होती है। इसलिए जीवन के लिए प्यार से ज्यादा ऑक्सीजन जरूरी है और हम सबको इसके लिए पेड़ जरूर लगाने चाहिए।

‘माउंट एवरेस्ट की मेरी यात्रा’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए सुश्री मेघा परमार

दिल से दिल का संवाद है दीनदयाल उपाध्याय की विशेषता : प्रो. अग्निहोत्री

“अगर आप आचरण और शब्दों में एकता बनाए रखें, तो आप एक बेहतरीन कम्युनिकेटर बन सकते हैं। दीनदयाल उपाध्याय जी इस बात को अच्छे तरीके से जानते थे, इसलिए उनकी ‘कथनी’ और ‘करनी’ में कभी अंतर नहीं रहा। दिल से दिल का संवाद ही उनकी विशेषता थी।” यह विचार हिमाचल प्रदेश केंद्रीय विश्वविद्यालय, धर्मशाला, के कुलपति प्रो. कुलदीप चंद अग्निहोत्री ने 12 फरवरी, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए। ‘पंडित दीनदयाल उपाध्याय : एक संचारक’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए प्रो. अग्निहोत्री ने कहा कि दीनदयाल उपाध्याय एक कुशल संचारक और भारतीय संस्कृति के अनन्य उपासक थे। दीनदयाल जी ने सरलता, सहजता एवं सादगी द्वारा भारतीय जनता से संवाद स्थापित किया। उनका कहना था कि मीडिया समाज में अपनी उद्देश्यपूर्ण भूमिका निभाए, समाज हित और राष्ट्रहित को हमेशा प्रथमिकता में रखे और सनसनी फैलाने के स्थान पर तटस्थ रहते हुए सूचनाएँ समाज तक पहुँचाए।



‘पंडित दीनदयाल उपाध्याय : एक संचारक’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए प्रो. कुलदीप चंद अग्निहोत्री

प्रो. अग्निहोत्री के अनुसार पंडित दीनदयाल उपाध्याय ने भारतीय दर्शन को आधार बनाकर आधुनिक भारत की नींव रखी और आज एकात्म मानवदर्शन और अंत्योदय इसी नए भारत का महत्वपूर्ण अंग हैं। उनका मानना था कि गलत मार्ग से सही लक्ष्य की प्राप्ति कभी नहीं हो सकती। हमें भारत का विकास भारतीय दृष्टि से करना होगा। प्रो. अग्निहोत्री ने कहा कि दीनदयाल जी के विचारों द्वारा ही सबका विकास किया जा सकता है। एकात्म मानवदर्शन में संपूर्ण जीवन की एक रचनात्मक दृष्टि है। इसमें भारत का अपना जीवन दर्शन है, जो व्यक्ति, समाज और राष्ट्र को टुकड़ों में नहीं, समग्रता में देखता है। इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि दीनदयाल जी सिर्फ एक राजनेता नहीं थे, वे एक पत्रकार, लेखक, इतिहासकार और अर्थशास्त्री भी थे। उनके चिंतन ने देश को एकात्म मानवदर्शन जैसा भारतीय विचार दिया। उन्होंने कहा कि सही मायने में दीनदयाल जी ने भारत को समझा और उसकी समस्याओं का हल तलाशने का प्रयास किया।

आत्मा के लिए औषधि हैं किताबें : प्रो. अल्पना मिश्र

‘मीडिया और इंटरनेट ने किताबों के प्रति लोगों की रुचि को विकसित किया है। किताबों से आप अपने आत्म को उन्नत बनाते हैं। मेरा मानना है कि किताबें आत्मा के लिए औषधि का कार्य करती हैं।’ यह विचार प्रख्यात कथाकार एवं लेखिका प्रो. अल्पना मिश्र ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा 16 फरवरी, 2021 को आयोजित कार्यक्रम ‘वसंत पर्व’ में व्यक्त किए। इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी, अपर महानिदेशक के. सतीश नंबूदिरिपाड, अपर महानिदेशक (प्रशिक्षण) श्रीमती ममता वर्मा एवं डीन (अकादमिक) प्रो. गोविंद सिंह विशेष तौर पर उपस्थित थे।



वसंत पर्व के अवसर पर प्रो. अल्पना मिश्र अपने विचार व्यक्त करते हुए

‘पठनीयता की संस्कृति’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए डॉ. मिश्र ने कहा कि भारत में पठन-पाठन की एक लंबी परंपरा है। नालंदा और तक्षशिला के पुस्तकालय हमारी उसी ज्ञान परंपरा का हिस्सा थे। भारत ने दुनिया को पढ़ने का संस्कार दिया है। उन्होंने कहा कि पुस्तकें पंडित होती हैं और ज्ञान बिना विवेक के पूरा नहीं होता है। इसलिए अगर किताबें ज्ञान से भरपूर हैं, तो वे पाठक का भी ज्ञानार्जन करती हैं। प्रो. अल्पना मिश्र ने कहा कि पढ़ना मानवीय क्रियाकलाप का महत्वपूर्ण पक्ष है। सामूहिक और व्यक्तिगत चेतना को गढ़ने में ‘पढ़ने की संस्कृति’ की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। यूरोप से लेकर एशिया तक आधुनिकता के विस्तार में ‘पठनीयता की संस्कृति’ निर्णायक रही है। मिश्र के अनुसार किताबें व्यक्ति के मानसिक विकारों को दूर करने का कार्य करती हैं। व्यक्ति को उसकी कुंठाओं से मुक्ति दिलाती हैं। उन्होंने कहा कि किताबें व्यक्तित्व निर्माण और भाषा के परिमार्जन का कार्य भी करती हैं।

इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि पठनीयता की संस्कृति पर आज सवाल खड़े हो रहे हैं। वर्तमान शिक्षा पद्धति में बच्चे रटत विद्या पर ज्यादा जोर दे रहे हैं। इसलिए यह आवश्यक है कि बच्चों में पढ़ने की संस्कृति विकसित की जाए। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि भारतीय संस्कृति में सभी प्रमुख कार्य स्त्रियों को दिए गए हैं। हमारे यहाँ स्त्री पूजा की बात कही जाती है, लेकिन जब हम उसे अपने व्यवहार में उतारते हैं, तो स्त्रियों का सम्मान नहीं करते। इस सोच को बदलने की आवश्यकता है।

इससे पूर्व वसंत पंचमी के अवसर पर आयोजित एक अन्य कार्यक्रम में प्रो. संजय द्विवेदी के द्वारा माँ सरस्वती की पूजा अर्चना कर सभी के लिए सुख, शांति और समृद्धि का आशीर्वाद लिया गया। इसके पश्चात भारतीय जन संचार संस्थान के पुस्तकालय द्वारा महाकवि सूर्यकांत त्रिपाठी ‘निराला’ की जयंती के उपलक्ष्य में एक व्याख्यान का आयोजन किया गया, जिसे डीन (अकादमिक) प्रो. गोविंद सिंह ने संबोधित किया।

मीडिया में परिवर्तन के जनक थे मार्शल मैक्लुहान : अजय उपाध्याय

“वर्ल्ड वाइड वेब के आने से करीब 30 वर्ष पहले ही मार्शल मैक्लुहान ने वेब टेक्नोलॉजी के बारे में भविष्यवाणी की थी और उसके प्रभाव के बारे में बताया था। मेरा मानना है कि आज मीडिया में हम जितने परिवर्तन देख रहे हैं, उसके जनक मैक्लुहान थे।” यह विचार वरिष्ठ पत्रकार एवं एडिटर गिल्ड ऑफ इंडिया के पूर्व महासचिव अजय उपाध्याय ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा 19 फरवरी, 2021 को आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए। ‘मार्शल मैक्लुहानवाद का पुनर्जन्म’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए अजय उपाध्याय ने कहा कि मैक्लुहान उस समय चर्चाओं में आए, जब उन्होंने 1960 में यह बताया कि हमारा समाज तकनीक और जानकारी साझा करने के तरीके से प्रभावित होगा। मैक्लुहान के लिए मानव इतिहास शाब्दिक युग, साहित्यिक युग, प्रिंट युग और इलेक्ट्रॉनिक युग जैसे चार प्रमुख संचार कालों में बँटा हुआ था।



‘मार्शल मैक्लुहानवाद का पुनर्जन्म’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए श्री अजय उपाध्याय

उपाध्याय के अनुसार 1962 में लिखी अपनी किताब *द गटनबर्ग गैलेक्सी* में मैक्लुहान ने बताया था कि किस तरह इलेक्ट्रॉनिक तकनीक के कारण दुनिया एक ‘ग्लोबल विलेज’ के समान आपस में जुड़ी होगी। इस किताब में उन्होंने वर्तमान में इस्तेमाल होने वाली वेब टेक्नोलॉजी की भी भविष्यवाणी की थी जबकि यह तकनीक मैक्लुहान की मौत के एक दशक बाद तक नहीं आई थी। उन्होंने इस बात का आभास भी पहले ही कर लिया था कि आने वाले समय में समाज का निर्माण टेक्नोलॉजी पर निर्भर करेगा।

‘हाइब्रिड वॉरफेयर’ से निपटने में सक्षम है भारतीय सेना : ध्रुव कटोच

“हमारा पड़ोसी देश अब सूचनाओं के सहारे युद्ध लड़ने की कोशिश कर रहा है। लेकिन मुझे पूरा विश्वास है कि इस तरह के ‘हाइब्रिड वॉरफेयर’ से निपटने में भारतीय सेना पूरी तरह सक्षम है।” यह विचार मेजर जनरल (सेवानिवृत्त) श्री ध्रुव कटोच ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा सैन्य अधिकारियों के लिए 19 फरवरी, 2021 को आयोजित मीडिया संचार पाठ्यक्रम के समापन समारोह में व्यक्त किए। कार्यक्रम के मुख्य अतिथि के तौर पर विचार व्यक्त करते हुए श्री कटोच ने कहा कि ‘हाइब्रिड वॉरफेयर’ दुश्मन के साथ जंग करने का नए जमाने का तरीका है। इस युद्ध में डेटा का खेल होता है और उस डेटा के विश्लेषण के बाद दुश्मन के खिलाफ चालें चली जाती हैं। उन्होंने कहा कि इस डेटा की मदद से आप दुश्मन देश में गलत सूचनाएँ फैलाकर हिंसा और तनाव की स्थिति को जन्म दे सकते हैं। हमारा पड़ोसी देश आजकल यही कार्य कर रहा है, लेकिन भारत ने सूचनाओं के सही प्रयोग से उसे करारा जवाब दिया है।



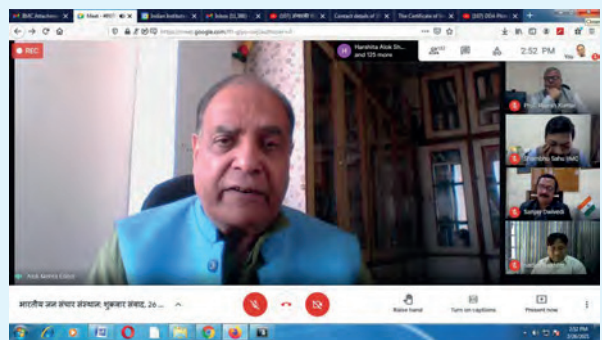
सैन्य अधिकारियों के लिए आयोजित मीडिया संचार पाठ्यक्रम के समापन समारोह में विचार व्यक्त करते हुए मेजर जनरल (सेवानिवृत्त) ध्रुव कटोच

मेजर जनरल कटोच के अनुसार आज हम जिस दौर में रह रहे हैं, वहाँ सूचनाओं की महत्वपूर्ण भूमिका है। हम मीडिया को मैनेज नहीं कर सकते, हम सिर्फ सूचनाओं को मैनेज कर सकते हैं। कटोच ने कहा कि न्यू मीडिया के इस दौर में समाज के हर वर्ग के लिए मीडिया साक्षरता अत्यंत महत्वपूर्ण है। आज जब लगभग हर व्यक्ति के हाथ में स्मार्टफोन है, तब मीडिया के दुरुपयोग की संभावना कई गुना बढ़ गई है और इसे केवल मीडिया साक्षरता के माध्यम से ही नियंत्रित किया जा सकता है।

इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि हमारे देश में सेना को हमेशा सम्मान और गर्व के भाव से देखा जाता है। इसलिए सभी सैन्य अधिकारियों की यह जिम्मेदारी है कि वह अपनी संचार कुशलता से और संचार माध्यमों के सही प्रयोग से भारतीय सेना की उस छवि को बनाए रखें। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि मौजूदा समय बदलाव का है। 21वीं शताब्दी ‘इंटरनेट और सोशल मीडिया’ के युग की शताब्दी मानी जा रही है। आज फेक न्यूज अपने आप में एक बड़ा व्यापार बन गई है और डिजिटल मीडिया ने भी इसे प्रभावित किया है।

पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा को पवित्र मानकर उसका पालन कीजिए : आलोक मेहता

“पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा को पवित्र मानकर उसका पालन कीजिए। यह मार्ग काँटों भरा भले ही हो, लेकिन यदि आपके पास पूरे तथ्य और प्रमाण हैं, आपको अपने कानूनी अधिकारों की जानकारी है, तो आपको बेबाक होकर अपनी बात रखनी चाहिए।” यह विचार पद्मश्री से सम्मानित वरिष्ठ पत्रकार और एडिटर गिल्ड ऑफ इंडिया के पूर्व अध्यक्ष श्री आलोक मेहता ने भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा 26 फरवरी, 2021 आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए।



‘पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए श्री आलोक मेहता

‘पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए श्री मेहता ने कहा कि पत्रकारिता करते समय किसी के प्रति कोई दुराग्रह नहीं रखना चाहिए। मौजूदा दौर में अधिकतर लोग जिम्मेदारी से अपना काम कर रहे हैं, लेकिन कहीं-कहीं लोग अपनी लक्ष्मण रेखा को पार भी कर रहे हैं। उन्होंने कहा कि ब्रिटेन में आचार संहिता का सख्ती से पालन किया जाता है, लेकिन भारत में अब तक हम आचार संहिता को अनिवार्य रूप से लागू करने में सफल नहीं हो पाए हैं। श्री मेहता ने युवा पीढ़ी के पत्रकारों को आगाह करते हुए कहा कि उन्हें ध्यान रखना होगा कि वे सदैव सुनने को तैयार रहें। दूसरों को भी सुनिए। आप लोगों के प्रति पूर्वाग्रह न रखिए। धर्म, जाति आदि का उल्लेख करने से बचिए। अपराधी की कोई धर्म या जाति नहीं होती। एक व्यक्ति के कारण पूरे समुदाय को दोषी नहीं ठहरा सकते हैं। पहले लिखा जाता था कि दो समुदायों के बीच कोई मामला हुआ, लेकिन अब हालात बदल गए हैं। आप इतनी सावधानी तो बरत ही सकते हैं कि किसी वर्ग और समुदाय को चोट न पहुँचे। उन्होंने कहा कि पत्रकार अपनी आचार संहिता स्वयं तय कर सकते हैं। उन्होंने कहा, “हम अपने अधिकारों का अतिक्रमण करते हैं, यहीं से गड़बड़ होती है। मीडिया को अपने अधिकारों का अतिक्रमण नहीं करना चाहिए।”

श्री आलोक मेहता ने कहा कि मीडिया को पारदर्शिता भी बरतनी होगी। आप यदि पत्रकारिता का पेशा चुनते हैं, तो आपको भविष्य का खयाल रखना होगा। आपको देखना होगा कि आने वाली पीढ़ियों को क्या मिलेगा। पत्रकारिता के मूल्यों का पालन कीजिए। आप ऐसे लिखिए कि लोगों को लगे कि यदि अमुक व्यक्ति ने लिखा है, तो सही लिखा होगा। मीडिया का काम समाज में निराशा पैदा करना नहीं है।

विद्यार्थियों से ही बड़ा बनता है संस्थान : प्रो. संजय द्विवेदी

“किसी भी शैक्षणिक संस्थान के दो ही आधार होते हैं, एक शिक्षक और दूसरे विद्यार्थी। कोई भी संस्थान बड़े भवनों से नहीं, बल्कि उसके विद्यार्थियों से बड़ा बनता है।” यह विचार भारतीय जन संचार संस्थान के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने 1 मार्च, 2021 को आईआईएमसी एलुमिनाई मीट के दौरान पूर्व विद्यार्थियों को संबोधित करते हुए व्यक्त किए। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि आमतौर पर लोग बड़े पदों पर पहुँचते हैं, तो अपनी जड़ों को भूल जाते हैं, लेकिन आईआईएमसी के पूर्व विद्यार्थियों का कैम्पस से लगाव हम सभी को अपनी स्मृतियों से जुड़े रहने की प्रेरणा देता है।



आईआईएमसी एलुमिनाई मीट में अपने विचार व्यक्त करते हुए महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी

आईआईएमसी के पूर्व छात्रों के संगठन 'ईमका' के वार्षिक कार्यक्रम 'कनेक्शन्स 2021' में संस्थान से पढ़कर निकले और देश के अलग-अलग

मीडिया संस्थानों में काम कर रहे दिग्गज पत्रकारों ने भाग लिया। कार्यक्रम के दौरान मीडिया के क्षेत्र में उत्कृष्ट कार्य करने के लिए 12 पूर्व विद्यार्थियों को 'इफको ईमका अवॉर्ड्स 2021' से सम्मानित किया गया। डीडी न्यूज के वरिष्ठ संवाददाता नितेंद्र सिंह को 'एलुमिनाई ऑफ द ईयर' का अवॉर्ड दिया गया, जबकि भारतीय प्रशासनिक सेवा के दो अधिकारियों राजेंद्र कटारिया एवं डॉ. सौमित्र मोहन को पब्लिक सर्विस अवॉर्ड दिया गया। इसके अलावा बीबीसी हिंदी की पत्रकार सरोज सिंह को कृषि पत्रकारिता, मेन मीडिया के संपादक उत्कर्ष कुमार सिंह को प्रिंट मीडिया, एनडीटीवी इंडिया के विशेष संवाददाता परिमल कुमार को टीवी पत्रकारिता, मातृभूमि समूह की पत्रकार हरिता केपी को भारतीय भाषाई पत्रकारिता के लिए पुरस्कृत किया गया।

इस अवसर पर झारखंड चैप्टर को कनेक्टिंग चैप्टर ऑफ द ईयर, वर्ष 2000-01 बैच को कनेक्टिंग ग्रुप ऑफ द ईयर और निशांत वर्मा को कनेक्टिंग एलुमिनाई ऑफ द ईयर का पुरस्कार दिया गया। इसके अलावा वर्ष 1970-71 के गोल्डल जुबली एलुमिनाई बैच एवं वर्ष 1995-96 के सिल्वर जुबली एलुमिनाई बैच के विद्यार्थियों का भी सम्मान किया गया। आयोजन में 'ईमका' के अध्यक्ष प्रसाद सान्याल, महासचिव हर्षोदर सिंह वर्धन, मुख्य आयोजक पंकज झा, नेशनल मीट संयोजक पार्थो घोष, स्टेट मीट संयोजक मिताली नामचूम सिंह, ईमका अवॉर्ड संयोजक राहुल शर्मा, अवॉर्ड समन्वयक सिमरत गुलाटी एवं मेडिकल फंड चेरयरमैन नितिन प्रधान समेत देश के विभिन्न हिस्सों से आए एलुमिनाई शामिल हुए।

आईआईएमसी और महात्मा गांधी केंद्रीय विश्वविद्यालय के बीच एमओयू

भारतीय जन संचार संस्थान ने 2 मार्च, 2021 को महात्मा गांधी केंद्रीय विश्वविद्यालय, बिहार के साथ एक समझौता पत्र (एमओयू) पर हस्ताक्षर किए। इस एमओयू का उद्देश्य पत्रकारिता और जनसंचार शिक्षा को प्रोत्साहन देना एवं मौलिक, शैक्षणिक एवं व्यावहारिक अनुसंधान के क्षेत्रों को परिभाषित करना है। आईआईएमसी की ओर से महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी एवं महात्मा गांधी केंद्रीय विश्वविद्यालय की ओर से कुलपति प्रो. संजीव कुमार शर्मा ने एमओयू पर हस्ताक्षर किए।



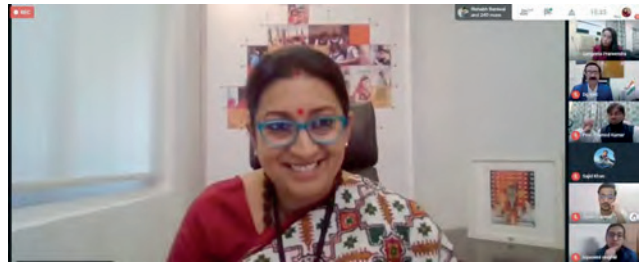
महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने एमओयू के बारे में जानकारी देते हुए बताया कि इस समझौते के माध्यम से दोनों संस्थान टीवी, प्रिंट मीडिया, डिजिटल मीडिया, जनसंपर्क और विज्ञापन जैसे विषयों पर शोध को बढ़ावा देंगे। उन्होंने कहा कि इस समझौते से हमें एक दूसरे की कार्यप्रणालियों एवं अनुभवों को जानने एवं समझने का मौका मिलेगा। इसके अलावा यह समझौता अनुसंधान और शैक्षिक डेटा के आदान-प्रदान को भी प्रोत्साहित करेगा और संयुक्त कार्यक्रमों को आयोजित करने के अवसरों का भी जरिया बनेगा।

समझौता पत्र का आदान-प्रदान करते हुए कुलपति प्रो. संजीव कुमार शर्मा (बाएं) और महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी

प्रो. द्विवेदी के मुताबिक आईआईएमसी का उद्देश्य आज की जरूरतों के अनुसार ऐसा मीडिया पाठ्यक्रम तैयार करना है, जो छात्रों के लिए रोजगारपरक हो। इस दिशा में हम महात्मा गांधी केंद्रीय विश्वविद्यालय के साथ मिलकर कार्य करने के लिए अग्रसर हैं। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि आईआईएमसी का उद्देश्य छात्रों और संकाय सदस्यों को देश के प्रतिष्ठित विश्वविद्यालयों से संपर्क प्रदान करना भी है। महात्मा गांधी केंद्रीय विश्वविद्यालय के कुलपति प्रो. संजीव कुमार शर्मा ने कहा कि आईआईएमसी देश का सबसे प्रतिष्ठित जनसंचार संस्थान है। इस समझौते के माध्यम से हमें आईआईएमसी के पत्रकारिता एवं शोध अध्ययन के लंबे अनुभव का लाभ मिलेगा।

भारत के विकास में महिलाओं का अहम योगदान : स्मृति ईरानी

“जब हम घर से बाहर निकल कर सफल हुई महिलाओं के लिए खुश होते हैं, तो हमें उन महिलाओं की उपेक्षा नहीं करनी चाहिए, जो अपनी मर्जी से घर पर रहना पसंद करती हैं। भारत के विकास में उन महिलाओं का भी अहम योगदान है।” यह विचार केंद्रीय महिला एवं बाल विकास व कपड़ा मंत्री श्रीमती स्मृति जुबिन ईरानी ने 5 मार्च, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) द्वारा आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए। ‘लोकतंत्र में स्त्री शक्ति’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए केंद्रीय मंत्री ने कहा कि जब भी हम लोकतंत्र में स्त्री शक्ति की बात करते हैं, तो सिर्फ संसद में सेवा दे रही महिलाओं की बात होती है। लेकिन हम समाज के विभिन्न क्षेत्रों में काम कर रही उन महिलाओं को भूल जाते हैं, जिनकी वजह से भारत ने एक मुकाम हासिल किया है।



‘लोकतंत्र में स्त्री शक्ति’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए केंद्रीय मंत्री श्रीमती स्मृति जुबिन ईरानी

श्रीमती स्मृति ईरानी ने कहा कि मेरी परवरिश गुरुग्राम में हुई है। उस वक्त अगर मैं कहती कि एक तबले में पैदा हुई लड़की गुरुग्राम से दिल्ली तक का 20 किलोमीटर का फासला 40 साल में तय कर लेगी, तो शायद लोग मुझे पत्र हँसते। लेकिन मुझे पूरा भरोसा था कि मेरी सोच, जज्बे और आकांक्षा को एक शहर की सीमा नहीं रोक सकती। उन्होंने कहा कि मैंने कभी रास्ते में आने वाली मुश्किलों को एक बाधा के रूप में नहीं देखा, मैंने इसे समाधान खोजने के लिए मिलने वाले एक रचनात्मक अवसर के रूप में देखा। केंद्रीय मंत्री ने कहा कि समानता का मतलब है कि हर महिला को यह अधिकार मिले कि वह अपना जीवन कैसे जीना चाहती है। वह होममेकर बनना चाहती है या ऑफिस में काम करना चाहती है। उन्होंने कहा कि भारतीय राजनीति में एक महिला सरपंच का भी उतना ही महत्व है, जितना एक महिला मुख्यमंत्री का है। अंतरराष्ट्रीय महिला दिवस पर अपने विचार व्यक्त करते हुए स्मृति ईरानी ने कहा कि सिर्फ एक ही दिन महिलाओं के सम्मान का कोई औचित्य नहीं है। एक महिला का संघर्ष सिर्फ एक दिन तक ही सीमित नहीं होता। उसे हर दिन नई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। इसलिए महिलाएँ हर दिन सम्मान पाने की अधिकारी हैं।

महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि स्त्री, शक्ति का ही रूप है। पुरुष का संपूर्ण जीवन नारी पर आधारित है। कोई भी पुरुष अगर सफल है, तो उस सफलता का आधार नारी ही है। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि नई शिक्षा नीति में सरकार का पूरा ध्यान इस बात पर केंद्रित है कि लड़कियाँ पीछे न रहें और उन्हें शिक्षा के समान अवसर प्राप्त हों।

महिलाओं को महान मत बनाइए, उन्हें समानता और सम्मान दीजिए : प्रो. द्विवेदी

अंतरराष्ट्रीय महिला दिवस के अवसर पर 8 मार्च, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) में ‘स्त्री शक्ति सम्मान समारोह’ का आयोजन किया गया। कार्यक्रम में आईआईएमसी की महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी मुख्य अतिथि के तौर पर शामिल हुए। इस अवसर पर प्रो. द्विवेदी ने कहा कि किसी भी समाज का निर्माण लोगों के आचरण पर निर्भर करता है। हम महिला दिवस के दिन बड़ी-बड़ी बातें करते हैं, लेकिन मैं कहना चाहता हूँ कि ऐसी बातें करके महिलाओं को महान मत बनाइए, बल्कि उन्हें समानता और सम्मान दीजिए। दुनिया को सुंदर बनाने के लिए महिलाओं ने क्या कुछ नहीं किया, पर हमने महिलाओं के लिए क्या किया। महिलाओं के खिलाफ हो रहे अत्याचारों पर हम जैसे जैसे कानून कड़े करते जा रहे हैं, महिलाओं के प्रति बर्बरता भी बढ़ती जा रही है। असल में हमें कड़े कानूनों की नहीं, बल्कि मानवीय आचरण में सुधारों की आवश्यकता है।



दैनिक सन्मार्ग कोलकता की डिप्टी एडीटर श्रीमती सर्जना शर्मा का स्वागत करते हुए प्रो. संजय द्विवेदी

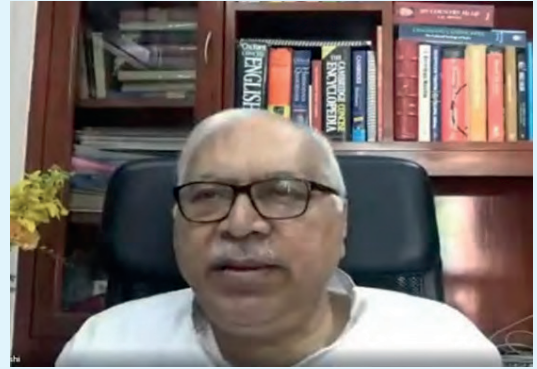
कार्यक्रम की मुख्य वक्ता के तौर पर अपने विचार व्यक्त करते हुए वरिष्ठ पत्रकार सुश्री सर्जना शर्मा ने कहा कि भारत में जब भी महिला सशक्तिकरण की बात होती है, तो पुरुषों का विरोध शुरू हो जाता है, जबकि भारतीय संस्कृति में नर और नारी दोनों एक-दूसरे के पूरक हैं। उन्होंने कहा कि अब वक्त आ गया है जब महिलाओं की पुरुषों से तुलना करना बंद होना चाहिए। पुरुषों के बिना भी समाज की कल्पना संभव नहीं है। एक सुंदर समाज के निर्माण में पुरुष और महिला को मिलकर काम करना चाहिए, न कि एक-दूसरे का विरोध करना चाहिए। आईआईएमसी की अपर महानिदेशक (प्रशिक्षण) श्रीमती ममता वर्मा ने कहा कि इस तरह के सम्मान समारोह से संस्थान में कार्य कर रही महिलाओं का हौसला बढ़ता है और उनमें नई ऊर्जा का संचार होता है। इससे पूर्व अंतरराष्ट्रीय महिला दिवस के अवसर पर आईआईएमसी में कार्य कर रही महिला अधिकारियों एवं कर्मचारियों के लिए हिंदी कार्यशाला का आयोजन किया गया। कार्यशाला को इंद्रप्रस्थ महाविद्यालय के हिंदी विभाग में एसोसिएट प्रोफेसर डॉ. रेखा सेठी ने संबोधित किया।

निष्पक्ष चुनाव के लिए ईवीएम से बेहतर कोई सिस्टम नहीं : डॉ. कुरैशी

“पारदर्शी और निष्पक्ष चुनाव के लिए ईवीएम से बेहतर दूसरा कोई सिस्टम नहीं है। यदि इसमें छेड़छाड़ की गुंजाइश होती, तो किसी सरकार की हार नहीं होती।” यह विचार भारत के पूर्व मुख्य निर्वाचन आयुक्त डॉ. एस. वाई. कुरैशी ने 12 मार्च, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए।

‘चुनाव सुधार एवं लोकतंत्र’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए डॉ. कुरैशी ने कहा कि दुनिया के कई देशों के चुनावों में भारत की ईवीएम का उपयोग किया जाता है। कहीं से किसी भी तरह की शिकायत नहीं आई है। उन्होंने कहा कि चुनावों में ईवीएम के प्रयोग से पहले कई स्तर पर जाँच होती है। मतदान से पहले पोलिंग एजेंटों के सामने इसे सील किया जाता है। मतगणना शुरू होने से पहले भी ईवीएम दिखाया जाता है। ऐसे में किसी भी स्तर पर गड़बड़ी का सवाल ही नहीं है। जो चुनाव हार जाता है, वही ईवीएम पर आरोप लगाता है। ईवीएम पर अंगुली उठाना चुनाव आयोग की निष्पक्षता पर सवाल खड़े करना है। देश के पूर्व मुख्य निर्वाचन आयुक्त ने कहा कि भारतीय चुनाव आयोग विश्व का सबसे शक्तिशाली चुनाव आयोग है। भारतीय लोकतंत्र को विश्व की सबसे अच्छी शासन प्रणाली के रूप में जाना जाता है और विश्वसनीय चुनाव लोकतंत्र की सबसे महत्वपूर्ण लाइफलाइन है। उन्होंने कहा कि जब एक देश आगे बढ़ता है, तब कई पुरानी और नई चुनौतियाँ सामने आती हैं, जो चुनाव आयोग को तेज और निर्णायक फैसले लेने के लिए प्रेरित करती हैं। मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए धन और बाहुबल की शक्ति का दुरुपयोग चिंता का विषय है, लेकिन न्यायपालिका ने हमेशा लोकतंत्र के संरक्षण का काम किया है।

डॉ. कुरैशी के अनुसार चुनाव के दौरान धन का प्रचार सभी तरह के भ्रष्टाचार को जन्म देता है। चुनावी खर्च से जुड़े सुधार और राजनीति को अपराध मुक्त करने जैसे कई मुद्दे हैं, जिन पर भारत का निर्वाचन आयोग पिछले कई वर्षों से कार्य कर रहा है। डॉ. कुरैशी ने कहा कि चुनाव में प्रत्येक वोट महत्वपूर्ण है। हमारे देश में पुरुषों के अनुपात में महिलाओं की जनसंख्या कम है, लेकिन चुनाव में महिलाओं की भागीदारी आज पुरुषों के मुकाबले कहीं ज्यादा है।



‘चुनाव सुधार एवं लोकतंत्र’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए डॉ. एस. वाई. कुरैशी

‘न्यू इंडिया’ में ‘न्यू असम’ की महत्वपूर्ण भूमिका : डॉ. जितेंद्र सिंह

“जब भारत आजादी के 75वें वर्ष में प्रवेश कर रहा है, तब असम की पत्रकारिता 175 वर्ष पूर्ण कर चुकी है। आज से 25 वर्ष बाद जब भारत आजादी की 100वीं सालगिरह मना रहा होगा, तब असम की पत्रकारिता 200 वर्ष पूर्ण कर रही होगी। मेरा मानना है कि उस वक्त के न्यू इंडिया में न्यू असम की पत्रकारिता की महत्वपूर्ण भूमिका होगी।” यह विचार केंद्रीय पूर्वोत्तर क्षेत्र विकास राज्य मंत्री डॉ. जितेंद्र सिंह ने 15 मार्च, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) द्वारा ‘असम में पत्रकारिता के 175 वर्ष’ पूर्ण होने के अवसर पर आयोजित सेमिनार में व्यक्त किए। कार्यक्रम में आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी, असम राज्य सूचना आयोग के सूचना आयुक्त समुद्रगुप्त कश्यप, ‘द असम ट्रिब्यून’ के कार्यकारी संपादक प्रशांत ज्योति बरुआ और ‘दैनिक पूर्वांचल प्रहरी’ के कार्यकारी संपादक वशिष्ठ नारायण पांडेय ने अपने विचार रखे।

कार्यक्रम के मुख्य अतिथि के तौर पर अपने विचार व्यक्त करते हुए डॉ. जितेंद्र सिंह ने कहा कि पूर्वोत्तर क्षेत्र की पत्रकारिता की एक समृद्ध परंपरा है। असम में पत्रकारिता का इतिहास भारत के साथ-साथ पूर्वोत्तर के स्वतंत्रता संग्राम के इतिहास से जुड़ा हुआ है। 1970 के आसपास असम की पत्रकारिता सामाजिक विषयों के लिए समर्पित थी, लेकिन इसके बाद मीडिया ने सामाजिक एवं राजनीतिक क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। केंद्रीय मंत्री ने कहा कि 2014 के बाद असम में एक ऐसे लोकतंत्र का उदय हुआ है, जिसने अखबारों के शीर्षक बदल दिए हैं। जहाँ पहले आतंकवाद और भ्रष्टाचार पत्रकारिता के विषय हुआ करते थे, वहीं अब सुशासन और समृद्धि अखबारों की सुर्खियों बन रहे हैं। उन्होंने कहा कि आज भारतीय अर्थव्यवस्था के उत्थान में असम का महत्वपूर्ण योगदान है। डॉ. सिंह ने कहा कि असम की पत्रकारिता को अब अगले 25 वर्षों का लक्ष्य तय करना चाहिए। उसे नए विचारों पर काम करना चाहिए और समाज की समस्याओं का समाधान कर नई उपलब्धियाँ हासिल करनी चाहिए।

महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि असम में मीडिया के 175 वर्ष पूर्ण होने का यह अवसर असमिया साहित्य और पत्रकारिता के उन दिग्गजों के बलिदान को याद करने का अवसर है, जिन्होंने असम में मीडिया की नींव रखी। उन्होंने कहा कि ऐसी महान हस्तियों के कारण ही असम, न सिर्फ पूर्वोत्तर



‘असम में पत्रकारिता के 175 वर्ष’ पूर्ण होने के अवसर पर आयोजित सेमिनार में अपने विचार व्यक्त करते हुए केंद्रीय मंत्री डॉ. जितेंद्र सिंह

भारत के प्रहरी के रूप में स्थापित हुआ, बल्कि साहित्य, संस्कृति और अध्यात्म के क्षेत्र में भी उसने अपनी अलग पहचान बनाई।

असम राज्य सूचना आयोग के सूचना आयुक्त समुद्रगुप्त कश्यप ने कहा कि असम को लोग भूपेन हजारिका के नाम से जानते हैं, लेकिन लोग यह नहीं जानते कि वे देश के पहले व्यक्ति थे, जिन्होंने वर्ष 1949 में कोलंबिया यूनिवर्सिटी से जनसंचार में पीएचडी की थी। उन्होंने कहा कि भूपेन हजारिका सिर्फ गीतकार और संगीतकार ही नहीं थे, बल्कि एक कुशल पत्रकार भी थे। 'दैनिक पूर्वांचल प्रहरी' के कार्यकारी संपादक वशिष्ठ नारायण पांडेय ने कहा कि एक वक्त था, जब आतंकवाद के खिलाफ रिपोर्टिंग करना असम में जोखिम भरा काम था। इस दौरान कई पत्रकारों को अपनी जान गंवानी पड़ी, लेकिन इसके बावजूद भी मीडिया ने सत्य के लिए संघर्ष किया। उन्होंने कहा कि आज असम की हिंदी पत्रकारिता में स्पर्धा का दौर शुरू हुआ है और इसके कारण पाठकों को उनकी रुचि के अनुसार सामग्री पढ़ने को मिल रही है। 'द असम ट्रिब्यून' के कार्यकारी संपादक प्रशांत ज्योति बरुआ ने कहा कि असम में पत्रकारिता की शुरुआत लोगों की समस्याओं को उन्हीं की भाषा में अधिकारियों तक पहुँचाने से हुई। असमिया, हिंदी और अंग्रेजी के अलावा अन्य भारतीय भाषाओं ने पत्रकारिता के माध्यम से समाज की समस्याओं का समाधान करने में अपना महत्वपूर्ण योगदान दिया। उन्होंने कहा कि समय के साथ मीडिया की भूमिका भी बदली है, लेकिन इसका उद्देश्य अब भी वही है।

वैश्विक भाषा के रूप में उभर रही है हिंदी : डॉ. सुमीत जैरथ

“हिंदी एक जन भाषा, संपर्क भाषा और राजभाषा के बाद अब वैश्विक भाषा के रूप में उभर रही है। विश्व के कई देशों में हिंदी का बढ़ता प्रयोग इसका प्रमुख उदाहरण है।” यह विचार गृह मंत्रालय के राजभाषा विभाग के सचिव एवं भारतीय प्रशासनिक सेवा के वरिष्ठ अधिकारी डॉ. सुमीत जैरथ ने 16 मार्च, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) एवं नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति, दक्षिणी दिल्ली-03 द्वारा आयोजित राजभाषा सम्मेलन में व्यक्त किए। कार्यक्रम की अध्यक्षता आईआईएमसी के महानिदेशक एवं नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति, दक्षिणी दिल्ली-03 के अध्यक्ष प्रो. संजय द्विवेदी ने की।

मुख्य अतिथि के रूप में अपने विचार व्यक्त करते हुए डॉ. सुमीत जैरथ ने कहा कि भारत में अगर सभी भाषाएँ मणि हैं, तो हिंदी हमारी मुकुट मणि के समान है। उन्होंने कहा कि हिंदी वैज्ञानिक एवं व्यावहारिक भाषा है। आज सरकारी कामकाज में हिंदी का प्रयोग बढ़ रहा है। इसका प्रमुख कारण है कि सरकारी कार्यालयों में हिंदी के सरल और सहज शब्दों का प्रयोग बढ़ा है।

प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि यह आपदा में अवसर तलाशने का समय है। आज पूरी दुनिया हिंदुस्तान की ओर देख रही है। ऐसे में हमें भी अपनी हिचक तोड़कर दमदारी से हिंदी भाषा का प्रचार और प्रसार करना चाहिए। उन्होंने कहा कि भाषा सिर्फ अभिव्यक्ति का माध्यम है। एक वक्त था जब भारत में राज और समाज अलग अलग भाषाओं में काम करते थे, लेकिन आज स्थितियाँ बदल रही हैं। कोई भी भाषा अपने बच्चों से ही सम्मान पाती है और ये समय हिंदी को उसका सम्मान दिलाने का है।

प्रख्यात कथाकार एवं उपन्यासकार डॉ. अल्पना मिश्र ने कहा कि हिंदी राष्ट्रीय अस्मिता की प्रतीक है। आज पूरी दुनिया में हिंदी का आकर्षण बढ़ा है और इसका प्रमुख कारण है हिंदी का लचीलापन। हिंदी भाषा के अंदर अनुकूलन की क्षमता है और वह सभी को अपने अंदर समेट लेती है। उन्होंने कहा कि तकनीक के कारण भाषाएँ तेजी से एक दूसरे के निकट आई हैं। 'व्यंग्य यात्रा' पत्रिका के संपादक डॉ. प्रेम जनमेजय ने कहा कि भाषा संप्रेषण का माध्यम है, लेकिन हमने उसे सामाजिक स्तर की कसौटी बना दिया है। भारत की नई शिक्षा नीति इस मानसिकता के खिलाफ लड़ने का सशक्त हथियार है। डॉ. जनमेजय के अनुसार यदि हम अपने देश से प्रेम करते हैं, तो उसकी भाषाओं से भी प्रेम करना चाहिए। आज प्रत्येक व्यक्ति को भारतीय भाषा का सैनिक बनना होगा। उन्होंने कहा कि हिंदी एक विशाल महासागर है।

आईआईएमसी के डीन (अकादमिक) प्रो. गोविंद सिंह ने कहा कि बाजार ने हिंदी की ताकत को समझा और हिंदी को आगे बढ़ाने पर जोर दिया। लेकिन हम हिंदी को बाजार के हाथों में नहीं छोड़ सकते। जब तक हिंदी भाषी समाज नहीं जागेगा, तक तक हिंदी का विकास नहीं हो सकता। सम्मेलन के विशिष्ट अतिथि श्री कुमार पाल शर्मा ने कहा कि हिंदी भाषा में ही प्रसार की शक्ति छुपी हुई है और वो शक्ति है उसकी सरलता और सहजता। ये प्रसारित शक्ति ही हिंदी को बोली से कलम तक और कलम से कंप्यूटर तक लाई है। उन्होंने कहा कि आप विदेशों से कुछ भी लीजिए, पर उसका प्रचार और उपयोग अपनी भाषा में कीजिए। इस अवसर पर श्री रघुवीर शर्मा ने गृह मंत्रालय के राजभाषा विभाग के कंठस्थ टूल के बारे में लोगों को जानकारी दी। इस टूल के माध्यम से अनुवाद का कार्य बेहद आसान तरीके से किया जा सकता है।



राजभाषा सम्मेलन के मुख्य अतिथि राजभाषा विभाग के सचिव डॉ. सुमीत जैरथ का स्वागत करते हुए महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी

‘जल आंदोलन’ को ‘जन आंदोलन’ बनाने की जरूरत : गजेंद्र सिंह शेखावत

“जल के महत्व को समझते हुए प्रत्येक व्यक्ति को जल संरक्षण का प्रयास करना चाहिए। अब वक्त आ गया है जब ‘जल आंदोलन’ को ‘जन आंदोलन’ में बदला जाए।” यह विचार केंद्रीय जल शक्ति मंत्री श्री गजेंद्र सिंह शेखावत ने 19 मार्च, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा आयोजित कार्यक्रम ‘शुक्रवार संवाद’ में व्यक्त किए। ‘भारत की जल संस्कृति’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए केंद्रीय मंत्री ने कहा कि हम सभी को मिलकर यह सोचना होगा कि भारत को जल समृद्ध कैसे बनाया जा सकता है। इसके लिए युवा शक्ति को जिसमें जल आंदोलन से जोड़ना होगा। हमें ऐसी योजना बनानी होगी जिसमें सरकार के साथ समाज की भूमिका भी तय की जा सके। उन्होंने कहा कि सरकार के प्रयासों से देश के 7 करोड़ 5 लाख ग्रामीण घरों को पीने का साफ पानी मिलने लगा है।



‘भारत की जल संस्कृति’ विषय पर अपने विचार व्यक्त करते हुए केंद्रीय जल शक्ति मंत्री श्री गजेंद्र सिंह शेखावत

श्री गजेंद्र सिंह शेखावत ने कहा कि भारत के अलावा दुनिया के किसी देश में नदी को ‘माँ’ नहीं कहा जाता। हमारी संस्कृति में हर दिन कुछ नया सीखने की परंपरा है। अगर युवा देश की जल संस्कृति को समझना चाहते हैं, तो उन्हें बुंदेलखंड से लेकर कच्छ तक की यात्रा करनी चाहिए। उन्होंने कहा कि जल समृद्धि से ही देश की समृद्धि संभव है। प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी ने ‘मन की बात’ कार्यक्रम में अगर किसी विषय पर सबसे ज्यादा चर्चा की है, तो वह जल संरक्षण का विषय है। पानी की गुणवत्ता के विषय पर केंद्रीय मंत्री ने कहा कि सरकार ने हर गाँव में 5 महिलाओं को प्रशिक्षित किया है और उन्हें फील्ड टेस्टिंग किट प्रदान की है। अब तक 4 लाख 60 हजार महिलाओं को प्रशिक्षित किया जा चुका है।

इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि भारत की जल संस्कृति पूरे विश्व के लिए प्रेरणादायक है। हिंदुस्तान की तमाम नदियाँ पर्यावरण की पोषक रही हैं। उन्होंने कहा कि पानी को लेकर सरकार, समाज और मीडिया तीनों को सक्रिय होने की जरूरत है। मीडिया एक ऐसा प्रभावी माध्यम है, जो जल संरक्षण के मुद्दे पर जनता को जगाने का काम कर सकता है।

राष्ट्रीय शिक्षा नीति में ‘लर्निंग टूलर्न’ पर जोर : अमित खरे

"अगर हमें भारत को वर्ष 2040 में ‘नॉलेज पॉवर’ बनाना है, तो ज्ञान प्राप्त करने के साथ-साथ नए ज्ञान का सृजन भी करना होगा। इसलिए राष्ट्रीय शिक्षा नीति में ‘लर्निंग टूलर्न’ पर जोर दिया गया है।” यह विचार शिक्षा तथा सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय में सचिव और आईआईएमसी के चेयरमैन श्री अमित खरे ने 22 मार्च, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान और महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा के संयुक्त तत्वधान में आयोजित विमर्श के दौरान व्यक्त किए। ‘मीडिया शिक्षा में राष्ट्रीय शिक्षा नीति के क्रियान्वयन’ पर आयोजित इस विमर्श में आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा के कुलपति प्रो. रजनीश शुक्ल, कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय, रायपुर के कुलपति प्रो. बलदेव भाई शर्मा और शिक्षा संस्कृति उत्थान न्यास के संयोजक श्री अतुल कोठारी सहित मीडिया शिक्षण से जुड़े देश के प्रमुख विद्वानों ने हिस्सा लिया।



कार्यक्रम में अपने विचार व्यक्त करते हुए सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के सचिव और भारतीय जन संचार संस्थान के अध्यक्ष श्री अमित खरे

कार्यक्रम के मुख्य अतिथि के तौर पर अपने विचार व्यक्त करते हुए श्री अमित खरे ने कहा कि भारत की नई राष्ट्रीय शिक्षा नीति का दृष्टिकोण वैश्विक है, लेकिन उसकी जड़ें भारतीय संस्कृति से जुड़ी हुई हैं। हम विश्व समुदाय के अंग हैं, इसलिए हमारी शिक्षा नीति ऐसी होनी चाहिए जिससे भारतीय संस्थान विश्व के सबसे अच्छे शिक्षण संस्थानों में गिने जाएं। उन्होंने कहा कि मीडिया शिक्षा के सामने कई महत्वपूर्ण चुनौतियाँ हैं। संस्थानों ने कई वर्षों से अपने पाठ्यक्रमों में बदलाव नहीं किया है। इसलिए मीडिया शिक्षण संस्थानों को वर्तमान समय की जरूरतों के अनुसार पाठ्यक्रम निर्माण करना चाहिए। श्री खरे ने कहा कि मीडिया और एंटरटेनमेंट के क्षेत्र में पिछले वर्ष 34 प्रतिशत की वृद्धि देखने को मिली है। इसमें विशेष तौर पर एनिमेशन, गेम्स और

वीएफएक्स के क्षेत्र में सबसे ज्यादा वृद्धि हुई है। इसलिए मीडिया शिक्षकों को इन विषयों पर ज्यादा ध्यान देने की आवश्यकता है। उन्होंने कहा कि एक ऐसे एजुकेशन हब का निर्माण हमारा लक्ष्य होना चाहिए, जहाँ विद्यार्थियों को देश के अन्य संस्थानों और उनके पाठ्यक्रमों से जुड़ी जानकारी हासिल हो सके। इसी के द्वारा भारत की ज्ञान परंपरा को आगे बढ़ाया जा सकता है।

आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि मीडिया शिक्षा की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए मीडिया एजुकेशन काउंसिल की आवश्यकता है। इसकी मदद से न सिर्फ पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा के पाठ्यक्रम में सुधार होगा, बल्कि मीडिया इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार पत्रकार भी तैयार किए जा सकेंगे। उन्होंने कहा कि भारतीय परंपरा के पास विदेशी मॉडल की तुलना में बेहतर संचार मॉडल हैं। इसलिए हमें संवाद और संचार के भारतीय मॉडल को मीडिया पाठ्यक्रम का हिस्सा बनाना चाहिए। महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा के कुलपति प्रो. रजनीश शुक्ल ने कहा कि भारत में अब तक संस्थान केंद्रित शिक्षा प्रणाली पर जोर दिया जाता था, लेकिन नई राष्ट्रीय शिक्षा नीति ने 'सब पढ़ें और सब बढ़ें' का रास्ता हमें दिखाया है। उन्होंने कहा कि शिक्षा नीति के माध्यम से शिक्षकों को नए प्रयोगों के लिए अवसर मिल रहा है।

इस अवसर पर शिक्षा संस्कृति उत्थान न्यास के संयोजक श्री अतुल कोठारी ने कहा कि शिक्षा मंत्रालय का नाम पूर्व में मानव संसाधन मंत्रालय था, लेकिन मेरा मानना है कि मनुष्य 'सोर्स' तो हो सकता है, लेकिन 'रिसोर्स' नहीं हो सकता। उन्होंने कहा कि इस नीति में समाज के सभी वर्गों के उत्थान की बात कही गई है। इसलिए सभी मीडिया संस्थानों को साझा कार्य करने का स्वभाव अपनाना होगा। कश्मीर केंद्रीय विश्वविद्यालय, श्रीनगर के पत्रकारिता विभाग के अध्यक्ष प्रो. शाहिद रसूल ने कहा कि राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2040 के भारत को ध्यान में रखकर बनाई गई है। भारत युवाओं का देश है और राष्ट्रीय शिक्षा नीति के माध्यम से इसे एक नई आर्थिक शक्ति बनाने पर जोर दिया गया है। कार्यक्रम के दूसरे सत्र की अध्यक्षता करते हुए कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय, रायपुर के कुलपति प्रो. बलदेव भाई शर्मा ने कहा कि एक वक्त था जब लोगों का मानना था कि पत्रकार पैदा होते हैं और पत्रकारिता पढ़ा कर सिखाई नहीं जा सकती। लेकिन अब वक्त बदल गया है। जनसंचार का क्षेत्र आज शिक्षा की दृष्टि से बहुत महत्वपूर्ण हो गया है।

आधुनिक भारत के शिल्पकार थे बाबासाहेब आंबेडकर : रमेश पतंगे

बाबा साहेब डॉ. भीमराव आंबेडकर की 130वीं जयंती के उपलक्ष्य में भारतीय जन संचार संस्थान अमरावती द्वारा 13 अप्रैल, 2021 को विशेष व्याख्यान का आयोजन किया गया। आयोजन में वरिष्ठ पत्रकार एवं प्रख्यात लेखक श्री रमेश पतंगे मुख्य वक्ता के तौर पर शामिल हुए। 'भारतीय संविधान के निर्माण में बाबा साहेब आंबेडकर की भूमिका' विषय पर विचार व्यक्त करते हुए रमेश पतंगे ने कहा कि भारतीय संविधान की मसौदा समिति के अध्यक्ष होने के नाते बाबा साहेब ने दुनिया भर के लोकतंत्रवादी संविधानों का अध्ययन किया और उनकी अच्छी बातों को भारत के संविधान में शामिल किया। उन्होंने कहा कि समानता, स्वतंत्रता और भाईचारा आंबेडकर के जीवन का मिशन रहा, जिसकी झलक भारतीय संविधान में भी दिखाई पड़ती है।



श्री पतंगे ने कहा कि राष्ट्र निर्माण करने वाले कई महत्वपूर्ण फैसलों में बाबा साहेब ने अहम भूमिका निभाई। फिर चाहे वह महिलाओं का सामाजिक दर्जा उठाने की बात हो, काम के घंटे बारह से घटाकर आठ करने की पहल हो अथवा भारतीय रिजर्व बैंक की परिकल्पना और बिजली वितरण के लिए ग्रिड पद्धति अपनाने का सुझाव हो, आंबेडकर ने राष्ट्र निर्माण के हर पहलू में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। सही मायनों में आंबेडकर आधुनिक भारत के शिल्पकार थे।

कार्यक्रम की अध्यक्षता करते हुए प्रो. वीरेंद्र कुमार भारती ने कहा कि बाबा साहेब की संविधान के निर्माण में जितनी अहम भूमिका थी, उतना ही महत्वपूर्ण योगदान उन्होंने श्रमिक कल्याण के क्षेत्र में भी दिया। आंबेडकर दलित वर्ग के साथ-साथ श्रमिक वर्ग के भी उद्धारक थे। उन्होंने कहा कि आंबेडकर उन चंद भारतीयों में से थे, जिन्होंने सामाजिक और आर्थिक प्रजातंत्र का आगाज कर भारत के इतिहास की धारा को बदलने के लिए लंबी लड़ाई लड़ी।

मीडिया में सकारात्मक खबरों को अधिक स्थान मिले

भारतीय जन संचार संस्थान द्वारा हिंदी पत्रकारिता दिवस के उपलक्ष्य में 'कोरोना काल के बाद की पत्रकारिता' विषय पर 28 मई, 2021 को मीडिया छात्रों को संबोधित करते हुए वरिष्ठ पत्रकार श्री उमेश उपाध्याय ने कहा कि "तन का कोरोना यदि तन से तन में फैला, तो मन का कोरोना भी मीडिया के एक वर्ग ने बड़ी तेजी से फैलाया। मीडिया को लोगों के सरोकारों का ध्यान रखना होगा, उनके प्रति संवेदनशीलता रखनी होगी। यदि सत्य दिखाना पत्रकारिता का दायित्व है, तो ढाँढ़स देना, दिलासा देना, आशा देना, उम्मीद देना भी उसी का उत्तरदायित्व है। अमेरिका में 6 लाख मौते हुईं, लेकिन वहाँ हमारे चैनलों जैसे दृश्य नहीं दिखाए गए। 11 सितंबर के आतंकवादी हमले के बाद भी पीड़ितों के दृश्य नहीं दिखाए गए थे। हमारे यहां कुछ वर्जनाएँ हैं, जिन पर ध्यान देना होगा। सत्य दिखाएँ, लेकिन कैसे दिखाएँ, इस पर गौर करना जरूरी है। चाकू चोर की तरह चलाना है, या सर्जन की तरह यह तय करना होगा।"



'कोरोना काल के बाद की पत्रकारिता' विषय पर चर्चा करते हुए वरिष्ठ पत्रकार श्री उमेश उपाध्याय, प्रो. संजय द्विवेदी, श्री राजकुमार सिंह, सुश्री जयंती रंगनाथन और श्री जयदीप कर्णिक

इस अवसर पर 'अमर उजाला' डिजिटल के संपादक श्री जयदीप कर्णिक, 'दैनिक ट्रिब्यून' चंडीगढ़ के संपादक श्री राजकुमार सिंह और 'हिंदुस्तान' की कार्यकारी संपादक सुश्री जयंती रंगनाथन ने भी अपने विचार साझा किए।

इससे पहले भारतीय जन संचार संस्थान के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि समाज के अवसाद, चिंताएँ कैसे दूर हों, इस पर चिंतन आवश्यक है। यह सामाजिक संवेदनाएँ जगाने का समय है। सारे काम सरकार पर नहीं छोड़े जा सकते। विद्यार्थियों के लिए इस समय जमीन पर जाकर काम करना जरूरी है। वे अपने आसपास के लोगों को संबल दें। हमें ऐसी शिक्षा चाहिए, जो इनसान को इनसान बनाए।

श्री जयदीप कर्णिक ने कहा कि तकनीक की दृष्टि से कोरोना ने 'फास्ट फारवर्ड' का बटन दबा दिया है। यूँ तो पहले से ही 'डिजिटल इज फ्यूचर' जुमला बन चुका था, लेकिन जो तकनीकी बदलाव 5 साल में होना था, वह अब पाँच महीने में ही करना होगा। तकनीक के साथ चलना होगा, तभी कोई मीडिया घराने के रूप में स्थापित हो सकेगा। उन्होंने कहा कि इस दौर में पत्रकारिता को भी अपने हित पर गौर करना होगा। कोरोना की पहली लहर में डिजिटल पर ट्रैफिक चार गुणा बढ़ा था, जो दूसरी लहर में उससे भी कई गुणा बढ़ गया।

श्री राजकुमार सिंह ने कहा कि कोरोना काल ने केवल पत्रकारिता को ही नहीं, बल्कि हमारी जीवन शैली और जीवन मूल्यों को भी झकझोर कर रख दिया। पत्रकारिता ने कई अनपेक्षित बदलाव देखे। उस पर कई तरफ से प्रहार हुआ। सबसे ज्यादा असर तो यह हुआ कि लोगों ने अखबार लेना बंद कर दिया। कोरोना की पहली लहर के बाद 40 से 50 प्रतिशत पाठक ही अखबारों की ओर लौट पाए। कोरोना काल में अपनी जान गँवाने वाले पत्रकारों का जिक्र करते हुए उन्होंने कहा कि देश में ऐसा कोई आँकड़ा नहीं जिससे पता चले कि कितने पत्रकारों की जान गई।

सुश्री जयंती रंगनाथन ने कहा कि मीडिया को सकारात्मक खबरें देनी होंगी। उसे लोगों को बताना होगा कि पुराने दिन लौट कर आएँगे, लेकिन उसमें थोड़ा वक्त लगेगा। हमारा डीएनए पश्चिमी देशों से भिन्न है, जैसा वहाँ है, यहाँ ऐसा नहीं होगा। हमें भी अपने पाठकों की मदद करनी होगी। हमें लोगों के सरोकारों से जुड़ना होगा। सकारात्मक खबरों का दौर लौटेगा और प्रिंट मीडिया मजबूती से जमा रहेगा।

संकट में समाज का संबल बने मीडिया : प्रो. द्विवेदी

भारतीय जन संचार संस्थान के हिंदी पत्रकारिता विभाग के विद्यार्थियों द्वारा प्रकाशित पत्रिका 'योद्धा' का विमोचन संस्थान के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने 31 मई, 2021 को किया। पत्रिका में कोरोना के विरुद्ध लड़ रहे योद्धाओं की कहानियाँ हैं। इस अवसर पर प्रो. द्विवेदी ने कहा कि कोरोना महामारी के इस दौर में सेवा की भावना ही भारत को बचाएगी। उन्होंने कहा कि जो अपने समाज, अपने लोगों के लिए खड़े होते हैं, वे हमारे योद्धा हैं। ऐसे



आईआईएमसी के विद्यार्थियों द्वारा प्रकाशित पत्रिका 'योद्धा' के विमोचन के दौरान महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी और अन्य वरिष्ठ संकाय सदस्य

योद्धाओं की कहानियाँ समाज को प्रेरित करती हैं। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि संकट की इस घड़ी में संवेदनाओं का विकास बहुत जरूरी है। आज यह आवश्यकता है कि हमारी पत्रकारिता समाज में व्याप्त समस्याओं के समाधान की ओर बढ़े। मीडिया का काम सिर्फ सवाल करना नहीं है, बल्कि समाज का संबल बनना भी है।

समारोह में आईआईएमसी के डीन (अकादमिक) प्रो. गोविंद सिंह, डीन (छात्र कल्याण) प्रो. प्रमोद कुमार, हिंदी पत्रकारिता विभाग के विभागाध्यक्ष प्रो. आनंद प्रधान, प्रो. संगीता प्रणवेंद्र और आईआईएमसी, अमरावती कैम्पस के क्षेत्रीय निदेशक प्रो. अनिल सौमित्र भी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन रितेश ने किया एवं आभार प्रदर्शन वरुण सोनी ने किया। समारोह में सुशांत प्रताप सिंह, शीतला प्रसाद जायसवाल, अनुभव शाक्य, मेधा उपाध्याय, मृत्युंजय कुमार, सौरभ शेखर एवं संदीप कुमार सहित समस्त विद्यार्थियों ने हिस्सा लिया।

पर्यावरण संरक्षण से ही बचेगा जीवन

विश्व पर्यावरण दिवस की पूर्व संध्या पर 4 जून, 2021 को भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) में पौधारोपण कार्यक्रम का आयोजन किया गया। आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी एवं अपर महानिदेशक के. सतीश नम्बूदिरिपाड ने पौधारोपण कर सभी को पर्यावरण के प्रति जागरूक रहने का संदेश दिया।

इस अवसर पर प्रो. द्विवेदी ने कहा कि बिना पेड़ों के पृथ्वी पर जीवन की कल्पना भी नहीं की जा सकती। पर्यावरण को स्वच्छ रखने के लिए हमें अपनी जिंदगी में कम-से-कम एक पौधा जरूर लगाना चाहिए और उसका रख-रखाव भी करना चाहिए। उन्होंने कहा कि अगर एक टन कागज को रिसाइकल किया जाए, तो 20 पेड़ों और 7000 गैलन पानी को बचाया जा सकता है। और इससे जो बिजली बचेगी, उससे 6 महीने तक एक घर को रोशन किया जा सकता है। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि मनुष्य अपने स्वार्थ की पूर्ति के लिए वृक्षों को काट रहा है। इस कारण पूरे विश्व के सामने पर्यावरण प्रदूषण एक गंभीर समस्या बन गई है। प्रो. द्विवेदी के अनुसार प्रकृति हम सभी को सतर्क कर रही है कि अगर हमने पर्यावरण का सही इस्तेमाल नहीं किया, तो हमारे पास कुछ भी नहीं बचेगा।



विश्व पर्यावरण दिवस के अवसर पर महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी और अपर महानिदेशक श्री के. सतीश नम्बूदिरिपाड वृक्षारोपण करते हुए

व्यक्ति नहीं, एक विचार हैं पं. युगल किशोर शुक्ल



पं. युगल किशोर शुक्ल ग्रंथालय एवं ज्ञान संसाधन केंद्र नाम पट्टिका का अनावरण करते हुए महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी

कार्यक्रम में 'दैनिक जागरण' के कार्यकारी संपादक विष्णु प्रकाश त्रिपाठी मुख्य अतिथि के रूप में तथा पद्मश्री से अलंकृत वरिष्ठ पत्रकार विजय दत्त श्रीधर मुख्य वक्ता के तौर पर शामिल हुए। इसके अलावा देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर के पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग की निदेशक डॉ. सोनाली नरगुंदे, पांडिचेरी विश्वविद्यालय के हिंदी विभाग के अध्यक्ष डॉ. सी. जय शंकर बाबु, कोलकाता प्रेस क्लब के अध्यक्ष स्नेहाशीष सुर एवं आईआईएमसी, ढेंकनाल केंद्र के निदेशक प्रो. मृणाल चटर्जी ने भी वेबिनार में अपने विचार व्यक्त किए। समारोह की अध्यक्षता प्रो. संजय द्विवेदी ने की।

इस मौके पर 'दैनिक जागरण' के कार्यकारी संपादक विष्णु प्रकाश त्रिपाठी ने कहा कि पं. युगल किशोर शुक्ल में समाज और राष्ट्र की ज्वलंत समस्याओं के बारे में असाधारण जागरूकता थी और सच कहने का साहस भी था। पद्मश्री से अलंकृत वरिष्ठ पत्रकार विजय दत्त श्रीधर ने कहा कि आज से 195 वर्ष पूर्व पं. युगल किशोर शुक्ल ने सूचना की शक्ति को पहचान लिया था। उन्हें पता था कि समाज के लिए सूचना बहुत ही हितकारी है। श्रीधर ने कहा कि पत्रकारिता सिर्फ व्यवसाय नहीं है। पत्रकारिता में जब सामाजिक सरोकार प्रबल होंगे, तभी पत्रकारिता की सार्थकता है।

पांडिचेरी विश्वविद्यालय के हिंदी विभाग के अध्यक्ष डॉ. सी. जय शंकर बाबु ने कहा कि आज अतीत के हमारे प्रामाणिक शोधों के डिजिटल टलाइजेशन की आवश्यकता है, जिससे हमारी आने वाली पीढ़ी इसका लाभ उठा सके। देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर के पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग की निदेशक डॉ. सोनाली नरगुंदे ने कहा कि भारतीय भाषाओं के बीच समन्वय का भाव आवश्यक है। अगर हमें भाषाओं को सींचना है, तो सभी को मिलजुलकर प्रयास करने होंगे, जिसमें महत्वपूर्ण भूमिका हिंदी भाषी लोगों को निभानी होगी। कोलकाता प्रेस क्लब के अध्यक्ष स्नेहाशीष सुर ने कहा कि हिंदी भारतीय भाषाओं के बीच संपर्क का माध्यम है। पिछले कुछ समय से हिंदी के साथ अन्य भाषाओं के लोगों की सहजता बढ़ी है और परस्पर आदान-प्रदान से दोनों ही भाषाएँ समृद्ध होती हैं। आईआईएमसी, ढेंकनाल केंद्र के निदेशक प्रो. मृणाल चटर्जी ने बताया कि आर्थिक तंगी के बावजूद पं. युगल किशोर शुक्ल ने 'उदंत मार्तंड' का प्रकाशन किया था। उन्होंने कहा कि किसी भी देश को अपने महापुरुषों को भुलाना नहीं चाहिए और उनके अनुभवों से प्रेरणा लेनी चाहिए।

इस अवसर पर आईआईएमसी के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि भारतीय जन संचार संस्थान अपनी स्थापना से ही भारतीय भाषाओं के संवर्धन का कार्य कर रहा है। हम चाहते हैं कि आईआईएमसी भारतीय भाषाओं के बीच अंतर-संवाद का मंच बने। उन्होंने कहा कि संवाद के माध्यम से ही हम लोगों को जोड़ सकते हैं और इस प्रक्रिया में पत्रकारिता का महत्वपूर्ण स्थान है।

“पं. युगल किशोर शुक्ल का पूरा जीवन हिंदी पत्रकारिता, भारतबोध और सामाजिक प्रतिबद्धताओं को समर्पित था। उन्होंने पत्रकारिता में मूल्यों को समझा था और लोक कल्याण और जनसरोकार की पत्रकारिता की थी। पं. युगल किशोर शुक्ल व्यक्ति नहीं, एक विचार हैं।” भारतीय जन संचार संस्थान के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने 17 जून, 2021 को पं. युगल किशोर शुक्ल ग्रंथालय एवं ज्ञान संसाधन केंद्र के नामकरण के अवसर पर ये विचार व्यक्त किए। आईआईएमसी का यह पुस्तकालय हिंदी पत्रकारिता के प्रवर्तक पं. युगल किशोर शुक्ल के नाम पर देश का पहला स्मारक है। प्रो. द्विवेदी ने कहा कि हमारे लिए बड़े गर्व का विषय है कि आईआईएमसी का पुस्तकालय अब शुक्ल जी के नाम से जाना जाएगा। उन्होंने कहा कि भाषा सिर्फ एक साधन है। ज्ञान किसी भाषा का मोहताज नहीं होता। भारत को जोड़े रखने के लिए हमें सभी भारतीय भाषाओं को समान महत्व देना ही होगा, क्योंकि सभी भारतीय भाषाएँ राष्ट्रभाषाएँ हैं।

इस अवसर पर “हिंदी पत्रकारिता की प्रथम प्रतिज्ञा: हिंदुस्तानियों के हित के हेतु” विषय पर एक विशेष विमर्श का आयोजन भी किया गया।



वेबिनार में उपस्थित डॉ. सी. जयशंकर बाबु, अध्यक्ष, हिंदी विभाग, पांडिचेरी विश्वविद्यालय, श्री विष्णु प्रकाश त्रिपाठी, एक्जिक्यूटिव एडिटर, दैनिक जागरण, प्रो. मृणाल चटर्जी, क्षेत्रीय निदेशक, आईआईएमसी ढेंकनाल, डॉ. सोनाली नरगुंदे, निदेशक, पत्रकारिता एवं जन संचार, डीएवीवी, इंदौर, प्रो. संजय द्विवेदी, महानिदेशक, आईआईएमसी, श्री विजयदत्त श्रीधर, वरिष्ठ पत्रकार और श्री स्नेहाशीष सुर, अध्यक्ष, कोलकाता प्रेस क्लब

स्वावलंबन के बिना आजादी का कोई मोल नहीं : प्रहलाद सिंह पटेल

“पं. माधवराव सप्रे के मूल्य वर्तमान पीढ़ी के लिए मार्गदर्शक हैं। हम सभी को सप्रे जी के जीवन से यह सीख लेनी चाहिए कि स्वावलंबन के बिना आजादी का कोई मोल नहीं है।” यह विचार केंद्रीय संस्कृति एवं पर्यटन राज्य मंत्री श्री प्रहलाद सिंह पटेल ने 19 जून, 2021 को पं. माधवराव सप्रे की 150वीं जयंती के अवसर पर आयोजित वेबिनार में व्यक्त किए। यह कार्यक्रम इंदिरा गांधी राष्ट्रीय कला केंद्र तथा भारतीय जन संचार संस्थान के संयुक्त तत्वधान में आयोजित किया गया। इस अवसर पर महत्वपूर्ण वैचारिक पत्रिका ‘मीडिया विमर्श’ के माधवराव सप्रे पर केंद्रित विशेषांक का लोकार्पण भी किया गया। कार्यक्रम की अध्यक्षता वरिष्ठ पत्रकार एवं इंदिरा गांधी राष्ट्रीय कला केंद्र के अध्यक्ष श्री रामबहादुर राय ने की।

‘भारत का वैचारिक पुनर्जागरण और माधवराव सप्रे’ विषय पर अपनी बात रखते हुए केंद्रीय मंत्री ने कहा कि पं. माधवराव सप्रे की जन्मस्थली पथरिया में उनकी प्रतिमा स्थापित की जाएगी। उन्होंने कहा कि वर्तमान में भाषा की चुनौती हमारे सामने है और ये बढ़ती जा रही है। इसलिए आज हमें सप्रे जी के लेखन से प्रेरणा लेनी चाहिए। हिंदी पत्रकारिता और हिंदी भाषा के विकास में उनके योगदान को कभी भुलाया नहीं जा सकता।



श्री रामबहादुर राय, अध्यक्ष, इंदिरा गांधी राष्ट्रीयकाला केंद्र, वरिष्ठ पत्रकार श्री आलोक मेहता, डॉ. सच्चिदानंद जोशी, सदस्य सचिव, इंदिरा गांधी राष्ट्रीयकाला केंद्र, केंद्रीय संस्कृति एवं पर्यटन राज्य मंत्री श्री प्रहलाद सिंह पटेल, भारतीय जसंचार संस्थान के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी एवं डॉ. अचल पंड्या, विभागाध्यक्ष (संरक्षण), इंदिरा गांधी राष्ट्रीयकाला केंद्र ने इस अवसर पर अपने विचार व्यक्त किए किए गए उनके कार्य अविस्मरणीय हैं।

श्री विश्वनाथ सचदेव ने कहा कि सप्रे जी को पढ़कर यह आश्चर्य होता है कि किस तरह उन्होंने पत्रकारिता के माध्यम से एक नई व्यवस्था बनाने की कोशिश की थी। किस तरह उन्होंने एक ऐसे समाज की रचना करने की कोशिश की, जहाँ उनकी आने वाली पीढ़ी सुख और शांति के साथ रह सके। यही महापुरुषों की विशेषता होती है कि वे अपने समय से दो कदम आगे चलते हैं। श्री जगदीश उपासने ने कहा कि माधवराव सप्रे हिंदी नवजागरण काल के अग्रदूत थे। पत्रकारिता, साहित्य और भाषा के क्षेत्र में उनके द्वारा किए गए कार्यों का समग्र आकलन अभी तक नहीं हो पाया है।

कार्यक्रम का संचालन करते हुए इंदिरा गांधी कला केंद्र के सदस्य सचिव डॉ. सच्चिदानंद जोशी ने कहा कि माधवराव सप्रे देश के पहले ऐसे पत्रकार थे, जिन्हें राजद्रोह के आरोप में वर्ष 1908 में जेल हुई। उन्होंने साहित्य की हर धारा में लिखा। उनके लेख आज भी युवाओं को प्रेरणा देते हैं। अतिथियों का स्वागत करते हुए भारतीय जन संचार संस्थान के महानिदेशक प्रो. संजय द्विवेदी ने कहा कि सप्रे जी की प्रेरणा और भारतबोध से हमारा देश सशक्त राष्ट्र के रूप में उभरेगा और फिर से जगत्गुरु के रूप में अपनी पहचान बनाएगा। धन्यवाद ज्ञापन डॉ. अचल पंड्या ने किया।

वेबिनार की अध्यक्षता करते हुए वरिष्ठ पत्रकार एवं इंदिरा गांधी राष्ट्रीय कला केंद्र के अध्यक्ष श्री रामबहादुर राय ने कहा कि राष्ट्रीय पुनर्जागरण एक तरह से नए ज्ञान के उदय की प्रक्रिया भी है। सप्रे जी ने यह काम अनुवाद के माध्यम से किया और समर्थ गुरु रामदास की प्रसिद्ध पुस्तक ‘दासबोध’ का अनुवाद किया। उन्होंने कहा कि सप्रे जी का पूरा जीवन संघर्ष और साधना की मिसाल है। उनके निबंधों को पढ़ने पर मालूम होता है कि उनके ज्ञान का दायरा कितना व्यापक था।

माधवराव सप्रे जी के पौत्र डॉ. अशोक सप्रे ने कहा कि मेरे दादाजी ने मराठीभाषी होते हुए भी हिंदी भाषा के विकास के लिए कार्य किया। उनका मानना था कि जब देश स्वतंत्र होगा, तो भारत की राष्ट्रभाषा हिंदी ही हो सकती है। इससे यह पता चलता है कि वे कितने दूरदर्शी थे।

वरिष्ठ पत्रकार श्री आलोक मेहता ने कहा कि समाज सुधारक के रूप में सप्रे जी का महत्वपूर्ण योगदान है। अपने लेखन से उन्होंने सामाजिक क्रांति का सूत्रपात किया। उन्होंने जन जागरूकता के लिए कहानियाँ लिखीं और समाचार पत्र प्रकाशित किए। दलित समाज और महिलाओं के लिए

‘संचार माध्यम’ लेखकों के लिए आवश्यक दिशा-निर्देश

‘संचार माध्यम’ में उन्हीं शोध-पत्रों के प्रकाशन पर विचार किया जाएगा, जो निम्नलिखित बिंदुओं का सिलसिलेवार पालन करते हों :

1. शीर्षक, लेखक का नाम, सांस्थानिक संबद्धता और पदनाम, पूर्ण डाक पता एवं उस स्थान का उल्लेख जहाँ शोध कार्य किया गया है
2. लेखक का वर्तमान पता/पत्राचार ई-मेल सहित, इसे प्रथम पृष्ठ पर फुटनोट में अंकित किया जाए
3. शोध सारांश (अधिकतम 250 शब्दों में)
4. महत्वपूर्ण शब्द (Key words), जो सामान्यतः पाँच से छह शब्द होने चाहिए
5. प्रस्तावना
6. साहित्य समीक्षा
7. शोध उद्देश्य
8. शोध-प्रश्न
9. शोध प्रविधि
10. शोध परिणाम एवं विश्लेषण
11. निष्कर्ष
12. शोध की सीमा
13. आभारोक्ति
14. संदर्भ

अन्य महत्वपूर्ण बिंदु

1. **छायाचित्र/लाइन ड्राइंग/ग्राफ़** : लेखकों से अनुरोध है कि शोध-पत्र/शोध आलेख/समीक्षात्मक आलेख के साथ उच्च-रिजॉल्यूशन के छायाचित्र ही संलग्न करें। हो सके तो शोध-पत्र भेजते समय ही छायाचित्र भी भेज दें। सामग्री के प्रकाशनार्थ जमा होने के बाद इसमें परिवर्तन संभव नहीं होगा। ईमेल से भेजे जाने वाले छायाचित्रों आदि का न्यूनतम रिजॉल्यूशन 600 डीपीआई से कम नहीं होना चाहिए; हालाँकि श्वेत-श्याम रेखाचित्र 300 डीपीआई के रिजॉल्यूशन में हो सकते हैं। रंगीन छायाचित्र अथवा ग्राफ़ आरजीबी में नहीं, बल्कि सीएमवाईके रंगों में हों।
2. **फ़ाइल प्रारूप** : प्रकाशनार्थ सामग्री जैसे छवियाँ/तस्वीरें/रेखाचित्र विभिन्न फॉर्मेट में स्वीकार किए जा सकते हैं; जैसे टैगयुक्त इमेज फ़ाइल फॉर्मेट (.tiff), जॉइंट फोटोग्रैफ़िक एक्सपर्ट्स ग्रुप (.jpg), पोर्टेबल नेटवर्क ग्राफ़िक्स (.png), माइक्रोसॉफ़्ट वर्ड (.doc), और एक्सल (.xls)। पीडीएफ़ में भेजी गई सामग्री स्वीकार नहीं होगी।
3. **तालिका** : तालिका के साथ तालिका संख्या और उसका पूर्ण परिचय अवश्य हो।

4. **ग्राफ़** : ग्राफ़ के साथ ग्राफ़ संख्या और उसका पूर्ण परिचय हो। लेखकों से अनुरोध है कि कृपया तालिका और ग्राफ़ अलग-अलग फ़ाइलों में संलग्न करें।

5. शीर्षक और उपशीर्षक विषयवस्तु (टेक्स्ट) के अंदर नहीं, बल्कि अलग पंक्ति में टंकित करें।

भारतीय जन संचार संस्थान ऐसी स्वीकृत पांडुलिपियों और रेखाचित्रों आदि को लेखकों के पास पुनः संशोधन हेतु वापस भेजने का अधिकार अपने पास सुरक्षित रखता है, जो सही फॉर्मेट में नहीं हैं अथवा संस्थान द्वारा निर्धारित दिशा-निर्देशों का पालन करते हुए तैयार नहीं की गई हैं।

शोध-पत्र के प्रकाशन हेतु सिलसिलेवार बिंदु

लेखकों से अनुरोध है कि शोध-पत्र तैयार करते समय निम्नलिखित बिंदुओं का सिलसिलेवार पालन करें और ‘संचार माध्यम’ में प्रकाशन हेतु भेजने से पूर्व यह सुनिश्चित कर लें कि निम्नलिखित सभी बिंदुओं का उसमें सही से समावेश किया गया है।

1. शीर्षक

शोध-पत्र की पीडुलिपि शीर्षक से प्रारंभ होती है। शीर्षक संक्षिप्त, विनिर्दिष्ट और सूचनाप्रद होना चाहिए। शीर्षक विषय केंद्रित, शोध की प्रकृति और तकनीक को स्पष्ट करने वाला होना चाहिए, ताकि ‘इंडेक्सिंग’ के लिए ‘की-वर्ड’ की पहचान आसानी से की जा सके। शीर्षक संक्षिप्त हो और उससे विषय का स्पष्ट भान हो। शीर्षक में संक्षेपण की अनुमति नहीं है। शीर्षक (उपशीर्षक सहित) 30 से अधिक शब्दों में नहीं होना चाहिए।

लेखक के नाम के अलावा नाम-पंक्ति में उस स्थान का भी जिक्र होना चाहिए, जहाँ शोध किया गया है। शोध-पत्र पर लेखक के नाम के उल्लेख का तात्पर्य यह है कि वह शोध से अवगत और सहमत है और उसके परिणामों और निष्कर्ष की जिम्मेदारी लेता है। संस्थान के पते में संस्थान का नाम, शहर, देश तथा पिनकोड का स्पष्ट उल्लेख होना चाहिए। वर्तमान पता ‘फुटनोट’ के रूप में दिया जाना चाहिए। यदि किसी शोध पत्र में अलग-अलग संस्थानों के व्यक्ति लेखक हैं तो उनके नाम भी ‘फुटनोट’ में दिए जाने चाहिए, जिसमें व्यक्ति का पदनाम, वर्तमान पता और कम-से-कम किसी एक व्यक्ति का ईमेल आईडी अवश्य होना चाहिए। (¹पदनाम, (²प्रथम लेखक का ईमेल), ³पदनाम, (द्वितीय लेखक का नाम), ⁴पदनाम (तृतीय लेखक का नाम)।

2. शोध सारांश

शोध सारांश अधिकतम 250 शब्दों में होना चाहिए, जिसमें शोध-पत्र की सामग्री, शोध प्रविधि, परिणाम, विश्लेषण और निष्कर्ष का संक्षिप्त विवरण स्पष्ट रूप से होना चाहिए, ताकि उससे पाठक को पूरा विषय समझ में आ जाए और विस्तृत विवरण के लिए ही उसे पूरा शोध पत्र पढ़ने की ज़रूरत पड़े। इसमें साहित्य के संदर्भ, रेखाचित्र और तालिका का प्रयोग नहीं होना चाहिए। सारांश में शोध के परिणामों का भी संक्षेप में वर्णन हो, परंतु वह इतना संक्षिप्त

न हो कि पाठकों को समझ में ही न आए। शोध-सारांश शोध-उद्देश्य से प्रारंभ होना चाहिए और शोध के महत्वपूर्ण परिणामों से संपन्न होना चाहिए।

3. महत्वपूर्ण शब्द (की-वर्ड)

शोध-सारांश के अंत में महत्वपूर्ण शब्दों यानी 'की-वर्ड' का उल्लेख होना चाहिए, जो पाँच-छह शब्दों से अधिक न हों और शोध की प्रकृति को पूरी तरह स्पष्ट करते हों। यह इसलिए आवश्यक है, क्योंकि 'इंडेक्सिंग' में शीर्षक के महत्वपूर्ण शब्द प्रयुक्त नहीं होते। शीर्षक के कुछ उपयुक्त शब्दों के अलावा उनके पर्यायवाची शब्दों को 'की-वर्ड' के रूप में प्रयोग करना चाहिए।

4. प्रस्तावना

प्रस्तावना संक्षिप्त और शोध के महत्व, समस्या और शोध के उद्देश्य को स्पष्ट करने वाली होनी चाहिए। प्रस्तावना में शोध की उपयोगिता और शोध की संभावित पूर्वकल्पनाओं को भी संक्षेप में स्पष्ट किया जाना चाहिए। प्रस्तावना में जिस समस्या का जिक्र है, साहित्य अवलोकन उसी से संबंधित होना चाहिए।

5. साहित्य अवलोकन या समीक्षा

साहित्य अवलोकन/समीक्षा किसी भी शोध कार्य का महत्वपूर्ण अंग है, जिसमें प्रमुख रूप से उस कार्य का जिक्र होता है जो संबंधित शोध समस्या पर पहले हो चुका है। साहित्य अवलोकन के लिए सामग्री के स्रोत के रूप में पुस्तकों का सर्वेक्षण, शोध आलेख, समाचार पत्र, सोशल मीडिया अथवा दूसरे महत्वपूर्ण स्रोतों का भी उल्लेख किया जा सकता है। साहित्य अवलोकन में उपर्युक्त सामग्री का संक्षिप्त और आलोचनात्मक मूल्यांकन होना चाहिए।

6. शोध उद्देश्य

शोध-पत्र में शोध उद्देश्यों का संक्षिप्त, परंतु स्पष्ट उल्लेख हो और वे शोध समस्या पर ही केंद्रित हों।

7. शोध प्रश्न

शोध प्रश्न स्पष्ट रूप से उसी समस्या अथवा पूर्वकल्पना पर केंद्रित होने चाहिए, जिस समस्या का समाधान शोध के माध्यम से अपेक्षित है अथवा जिस पूर्वकल्पना का परीक्षण शोध में किया जाना है।

8. शोध प्रविधि

शोध प्रविधि में डाटा संग्रहण से संबंधित संपूर्ण जानकारी का स्पष्टता से उल्लेख किया जाना चाहिए। इसमें मुख्य रूप से प्रविधि, एक्सपेरिमेंटल डिजाइन, डाटा संग्रहण उपकरण एवं प्रयुक्त तकनीक आदि शामिल हैं। शोध प्रक्रिया के सभी घटकों को स्पष्ट किया जाना आवश्यक है। प्रायोगिक सामग्री और सांख्यिकीय मॉडल को स्पष्ट करते हुए इसे आवश्यकतानुसार वर्णित किया जाना चाहिए। प्राप्त निष्कर्षों की गणना और वैधता की जाँच का सत्यापन भी आवश्यक है।

9. शोध परिणाम एवं विश्लेषण

वैसे तो विश्लेषण और शोध परिणाम दो अलग-अलग बिंदु हैं,

लेकिन पुनरावृत्ति से बचने के लिए इनका एक साथ ही विवरण दिया जा सकता है। बेहतर होगा कि परिणाम तालिका/ग्राफ़ के रूप में प्रस्तुत किया जाए, ताकि वह पाठकों को आसानी से समझ में आए। कई बार रंगीन ग्राफ़ अथवा तालिका में इस प्रकार के रंगों का इस्तेमाल कर लिया जाता है, जो रंगीन प्रकाशन में तो स्पष्ट दिखाई देते हैं, परंतु श्वेत-श्याम प्रकाशन में उनमें कुछ समझ में नहीं आता। इसलिए ग्राफ़ और तालिका में ऐसे रंगों का ही प्रयोग करें जो श्वेत-श्याम प्रकाशन में भी स्पष्ट रूप से दिखाई दें। दूसरे, तालिका में डाटा इस प्रकार समायोजित किया जाए कि वह शोध-पत्र के 'ले-आउट' में आसानी से समाविष्ट हो जाए।

तालिका अपने आप में स्पष्ट होनी चाहिए और उसके साथ तालिका का शीर्षक और परिचय स्पष्ट रूप से दिया जाना चाहिए। सारणीबद्ध सामग्री शोध-पत्र में बीस प्रतिशत से अधिक नहीं होनी चाहिए। यदि तालिका में किसी प्रकार का संक्षेपण प्रयोग किया गया है तो उसकी तालिका में ही स्पष्ट व्याख्या होनी चाहिए। सभी तालिकाओं का विषयवस्तु (टेक्स्ट) में स्पष्ट संदर्भ होना चाहिए। यदि आवश्यक हो तो संक्षेपण का तालिका में प्रयोग करके उसके संबंध में जानकारी 'फुटनोट' में दी जा सकती है। प्रत्येक तालिका में 'फुटनोट' से संबंधित संख्या का स्पष्ट उल्लेख होना चाहिए।

विषयवस्तु में तालिका में दी गई जानकारी का स्पष्ट और विस्तृत उल्लेख हो, परंतु तालिका और विषयवस्तु में बहुत अधिक पुनरावृत्ति नहीं होनी चाहिए। विश्लेषण में शोध परिणाम का स्पष्ट, परंतु संक्षेप में विवरण होना चाहिए।

10. परिचर्चा

शोधकर्ता द्वारा किए गए परीक्षण, सर्वेक्षण अथवा साक्षात्कार की अन्य शोधकर्ताओं द्वारा उसी विषय पर किए गए शोध परिणाम से तुलना शोधकर्ता की परिसीमाओं अथवा अनुकूलताओं के मद्देनजर ही की जानी चाहिए। यदि शोधकर्ता किसी अन्य शोधकर्ता के काम का जिक्र कर रहा है तो उस संबंध में कॉपीराइट अथवा प्रकाशनाधिकार की अनुमति उसे स्वयं लेनी होगी। शोधकर्ता के प्रति आभारोक्ति और संदर्भ का जिक्र चर्चा में किया जा सकता है। लेखकों को ध्यान रखना चाहिए कि दूसरे किसी शोधकर्ता के प्रकाशित अथवा अप्रकाशित शोध, आइडिया, रेखाचित्र, आदि का बगैर संदर्भ के पूर्ण अथवा आंशिक इस्तेमाल साहित्य चोरी के दायरे में आता है। इस संबंध में पूरी जिम्मेदारी लेखक की होगी।

11. निष्कर्ष

शोध चर्चा एवं विश्लेषण के पश्चात् शोध निष्कर्ष एक से दो पैराग्राफ़ से अधिक नहीं होना चाहिए। शोध निष्कर्ष में संक्षेपण, आदिवर्णिक शब्द (एक्रोनिम) अथवा उद्धरण का प्रयोग अपेक्षित नहीं है। हालाँकि कुछ अनुमान का जिक्र किया जा सकता है, परंतु परिणाम के संदर्भ में लेखक को किसी भी प्रकार के अतिरेक से बचना चाहिए। यदि परिणाम का कोई निहितार्थ नहीं है तो उसका भी जिक्र किया जाना चाहिए।

12. संदर्भ

संदर्भ अमेरिकन साइकोलॉजिकल एसोसिएशन (एपीए) के छठे

संस्करण में प्रकाशित नियमावली के दिशा-निर्देशों के अनुरूप होना चाहिए (संदर्भ : www.apastyle.org). लेखकों से अनुरोध है कि 'इन-टेक्स्ट' संदर्भ लिखने से पहले 'संचार माध्यम' के नवीनतम अंक को अवश्य देख लें। संदर्भ सूचियों को वर्णमाला के अकारादिक्रम और कालक्रम में टाइप करें।

आलेखों के अंदर ('इन-टेक्स्ट') संदर्भ

'इन-टेक्स्ट' स्टाइल में संदर्भ इस प्रकार लिखे जाते हैं:

- कुमार (2020) अथवा (कुमार, 2020), (कुमार तथा अन्य, 2020)।
- आलेख में जहाँ कहीं भी किसी की टिप्पणी "33." संदर्भ के रूप में दी जाती है, वहाँ पृष्ठ संख्या का उल्लेख भी किया जाना चाहिए। जैसे
 - "पत्रकार, जिसे हम यहाँ संवाददाता, समीक्षक, व्याख्याकार आदि रूपों में अलग-अलग परिभाषित न करके, संपादक कह रहे हैं, पाठक को जो चीज़ पढ़ने को देता है, वह वस्तुतः पाठक की ही सामाजिक और सांस्कृतिक आकांक्षा की प्रतिमूर्ति होनी चाहिए और इतना ही नहीं, इस आकांक्षा को जाग्रत करने में संपादक के योगदान को पाठक और पत्रकार के बीच एक संवाद के अंतर्गत आलोच्य भी होना चाहिए" (सहाय, 2000, पृ. 60)।
- ऑनलाइन अखबार/वेबसाइट से लिए गए संदर्भ में पृष्ठ संख्या के बदले पैरा संख्या दी जाती है, जैसे :
 - जहाँ लेखक का नाम मौजूद हो—

दिल्ली में चर्चित पत्रिका, आउटलुक, के प्रिंट एडिशन को भी अनिश्चितकाल के लिए बंद करने की घोषणा कर दी गई। पत्रिका के संपादक रुबेन बनर्जी ने वेबसाइट पर दिए गए संदेश में कहा कि छपी हुई प्रतियों का वितरण संभव नहीं है, लिहाजा हालात सामान्य होने पर पत्रिका की छपाई की जाएगी (तिवारी, 2020, पैरा 4)।
- संदर्भ सूची : तिवारी, जे. (2020, मार्च 30). कोरोना के कारण अखबार की छपाई रुकी. आजतक डॉट काम. Retrieved from <https://aajtak.intoday.in/video/india&total&lockdown&for&21&days&till&14&april&2020&to&fight&again&st&coronavirus&covid&19&1&1174515-hm>
 - जहाँ लेखक का नाम न हो वहाँ लेख का शीर्षक लिखा जाना चाहिए, जैसे :
- मुंबई का प्रिंट मीडिया मार्च के दूसरे हफ्ते में वहाँ के मशहूर अखबार 'हमारा महानगर' के बंद होने के झटके से उबरा भी नहीं था कि 23 मार्च, 2020 को कोरोना संकट के कारण मुंबई में एहतियातन लॉकडाउन कर दिया गया। धारा 144 लागू कर दी गई, लोकल ट्रेन सेवा बंद कर दी गई और शायद यह पहला मौका था, जब वहाँ अखबार नहीं छपे। वजह यह थी कि हॉकरों ने वितरण के लिए अखबार उठाने से ही मना कर दिया था ('कोरोना का असर, मुंबई में लोकल ट्रेन बंद', 2020, पैरा 1-2)।

- संदर्भ सूची : कोरोना का असर, मुंबई में लोकल ट्रेन बंद. (2020, मार्च 23). Retrieved from <https://aajtak.intoday.in/story/corona&virus&majorashtra&mumbai&lockdown&no&print&editions&newspapers&covid&19&1&1173864.html>

संदर्भ सूची के लिए ए.पी.ए. स्टाइल में पुस्तक का संदर्भ तैयार करते समय लेखक निम्नलिखित सूत्र का पालन कर सकते हैं :

- लेखक (अथवा संपादक) का अंतिम नाम, लेखक का प्रथम नाम. (प्रकाशन वर्ष). पुस्तक का शीर्षक. प्रकाशक का शहर : प्रकाशक का नाम जैसे :
 - डेनिस, म. (2020). जर्नलिज्म एंड सोसायटी. यूके : सेज पब्लिकेशन्स.
- संदर्भ सूची के लिए ए.पी.ए. स्टाइल में रिसर्च जर्नल का संदर्भ तैयार करते समय लेखक निम्नलिखित सूत्र का पालन कर सकते हैं:
 - लेखक का अंतिम नाम, लेखक का प्रथम नाम. (प्रकाशन वर्ष). लेख का शीर्षक. जर्नल का नाम. वॉल्यूम नं. (इशू या अंक), पृष्ठ संख्या जैसे :
 - जेठवाणी, ज. (2020). पोर्टेयल ऑफ वूमेन : एन इंपीरिकल स्टडी ऑफ एडवर्टाईजिंग कंटेंट इन इंडिया फ्रॉम 1991-2019. कम्युनिकेटर, वॉल्यूम LIV (4), पृष्ठ 3-28.

संदर्भ तैयार करने के लिए आजकल ओपन सोर्स में उपलब्ध सॉफ्टवेयर की भी मदद ली जा सकती है। अन्य प्रकार के संदर्भ जैसे वेबसाइट पर उपलब्ध संदर्भ, समाचार पत्रों से लिए गए संदर्भ आदि के बारे में विस्तृत जानकारी www.apastyle.org से प्राप्त की जा सकती है।

कृपया ध्यान दें:

लेखकों से अनुरोध है कि शोध-पत्र के अंदर जिन संदर्भों का उल्लेख किया गया है, उन सबका विस्तृत विवरण शोध-पत्र के अंत में अवश्य दें। साथ ही यह भी सुनिश्चित करें कि जो नाम एवं प्रकाशन वर्ष की जानकारी शोध पत्र में अंदर दी गई है, वह अंत में दिए गए विवरण से मेल खाती हो।

लेखकों के लिए अन्य महत्वपूर्ण निर्देश :

1. यदि प्रकाशन के लिए आलेख स्वीकार किया जाता है, तो उसे कम-से-कम दो संपादन चरणों से गुजरना पड़ता है। लेखकों को ध्यान रखना चाहिए कि सभी स्वीकृत आलेख संपादन के किसी भी स्तर पर संपादकों द्वारा आवश्यक संशोधनों/परिवर्तनों के अधीन हैं। सभी आलेखों की बहुस्तरीय समीक्षा अनिवार्य (ब्लाइंड रिव्यू) कराई जाती है, इसलिए समीक्षकों की टिप्पणियों के अनुसार आलेख में बदलाव अनिवार्य है।
2. संदर्भ सूची और तालिकाओं सहित पूरा आलेख 'माइक्रोसॉफ्ट वर्ड फॉर्मेट' में ही भेजें। 'संचार माध्यम' में आलेख भेजने से पूर्व लेखक यह सुनिश्चित कर लें कि रेखाचित्र, तालिकाओं सहित पूरा आलेख

ठीक से पढ़ लिया गया है और उसमें किसी प्रकार की टंकण त्रुटि भी नहीं है।

3. आलेख/शोध-पत्र भेजने से पूर्व किसी भी प्रतिष्ठित सॉफ्टवेयर की मदद से उसकी 'प्लेगरिज्म' जाँच अवश्य कर लें और 'प्लेगरिज्म' जाँच रिपोर्ट साथ में संलग्न करें। किसी भी तरह की साहित्यिक चोरी किसी भी परिस्थिति में स्वीकार्य नहीं होगी। आलेख के साथ मूल कार्य का घोषणापत्र प्रस्तुत किया जाना अनिवार्य है, जिसके बिना आलेखों पर विचार नहीं किया जाएगा। लेखकों को आलेखों की प्रामाणिकता सुनिश्चित करनी चाहिए। कोई भी अनैतिक व्यवहार (साहित्यिक चोरी, ग़लत डेटा आदि) किसी भी स्तर पर (पीयर रिव्यू या संपादन स्तर पर भी) आलेख की अस्वीकृति का कारण बन सकता है। किसी भी समय साहित्यिक चोरी और/या निष्कर्षों, परिणामों के स्वनिर्मित आदि पाए जाने पर प्रकाशित आलेख भी वापस लिए जा सकते हैं।
4. कृपया यह सुनिश्चित कर लें कि संदर्भ सूची अमेरिकन साइकोलोजिकल एसोसिएशन (एपीए) के छठे संस्करण के अनुसार ही है। इस संबंध में निम्नलिखित लिंक की मदद ली जा सकती है- www.apastyle.org
5. प्रूफ में संशोधन 'ट्रैक चेंज मोड' में होने चाहिए। समीक्षकों द्वारा उठाए गए सभी प्रश्नों का उत्तर अनिवार्य है। लेखकों को प्रकाशन से पूर्व प्रूफ इसलिए भेजे जाते हैं, ताकि किसी भी प्रकार की टंकण अथवा तथ्य संबंधी त्रुटि न रहे। प्रूफ के स्तर पर बहुत अधिक बदलाव स्वीकार्य नहीं है। प्रूफ तीन दिन के अंदर अवश्य वापस आ जाने चाहिए।
6. कृपया आलेख सर्टिफिकेट डाउनलोड करने के लिए डाउनलोड आलेख सर्टिफिकेट पर क्लिक करें।

आलेख भेजने के लिए जाँच सूची

जो आलेख निर्धारित दिशा-निर्देशों के अनुसार नहीं होंगे, उन्हें प्रकाशन के लिए स्वीकार नहीं किया जाएगा, इसलिए लेखकों को सलाह दी जाती है कि वे आलेख भेजने से पूर्व निम्नलिखित बिंदुओं को ध्यान से पढ़ लें :

1. आलेख को सभी लेखकों ने ठीक से देख लिया है और वे सभी उसके फॉर्मेट और सामग्री/तथ्यों से पूरी तरह संतुष्ट हैं। आलेख में एक से अधिक लेखकों के नाम आलेख अथवा शोध में उनके योगदान के अनुसार निर्धारित किए जाते हैं। जिन्होंने शोध अथवा आलेख को तैयार करने में महत्वपूर्ण सहयोग दिया है उनके नाम उसमें शामिल किए जाएँ। यह कार्य आलेख लेखकों को ही करना है। 'संचार माध्यम' की इसमें कोई भूमिका नहीं है।
2. 'संचार माध्यम' के लिए आलेख भेजने से पूर्व यह भी सुनिश्चित कर लें कि वह आलेख पूर्व में प्रकाशित नहीं हुआ है और न ही किसी अन्य शोध पत्रिका को विचारार्थ भेजा गया है। लेखक की ओर से इस आशय की स्पष्टता अनिवार्य है और 'प्लेगरिज्म रिपोर्ट' आलेख के साथ संलग्न की जाए।
3. जो आलेख प्रकाशन के लिए भेजा जा रहा है वह पहले 'संचार माध्यम' में प्रकाशन के लिए नहीं भेजा गया है।

4. जहाँ तक संभव हो सके, संदर्भ हेतु वेबसाइट लिंक उपलब्ध कराए गए हैं।
5. आलेख माइक्रोसॉफ्ट वर्ड अथवा आरटीएफ़ फॉर्मेट और टेक्स्ट डबल स्पेस में हो। फॉण्ट साइज़ भी 12 पॉइंट हो। साथ ही सभी संबंधित तालिका, रेखाचित्र, ग्राफ़ आदि यथास्थान विषयवस्तु (टेक्स्ट) में लगा दिए गए हैं।
6. आलेख संदर्भ सूची की सभी आवश्यकताओं को पूर्ण करता है।
7. जिस संस्थान में शोध कार्य किया गया है, उसका पता लेखक के नाम के साथ उपलब्ध करा दिया गया है।
8. आलेख में उद्धृत अध्ययन, सर्वे, साक्षात्कार आदि पाँच साल से अधिक पुराने नहीं होने चाहिए और आलेख शोध कार्य पूर्ण होते ही प्रकाशन के लिए प्रस्तुत कर दिया गया है।
9. किसी भी तरह का पत्राचार संपादक, 'संचार माध्यम', भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली-110 067 से होगा।

कॉपीराइट नोटिस

'संचार माध्यम' में प्रकाशित सभी शोध-पत्रों/आलेखों आदि का कॉपीराइट भारतीय जन संचार संस्थान के पास सुरक्षित है, जो किसी भी देशी-विदेशी संस्थान से उनके पुनः प्रकाशन, फोटोकॉपी, संग्रहण अथवा किसी भी माध्यम से प्रसारण के लिए अनुबंध करने के लिए स्वतंत्र है। हालाँकि 'संचार माध्यम' में प्रकाशित सामग्री के अकादमिक उपयोग पर भारतीय जन संचार संस्थान को आपत्ति नहीं है, परंतु उसके व्यावसायिक उपयोग की अनुमति नहीं है। अकादमिक उपयोग संबंधी मामलों में भारतीय जन संचार संस्थान/'संचार माध्यम' के प्रति आभारोक्ति आवश्यक है।

निजता घोषणा

'संचार माध्यम' की वेबसाइट पर दर्ज नाम और ईमेल का प्रयोग सिर्फ़ घोषित उद्देश्य के लिए ही किया जाता है तथा किसी अन्य व्यक्ति/संस्थान को किसी अन्य उपयोग हेतु उपलब्ध नहीं कराया जाता।

संपर्क :

'संचार माध्यम' में शोध पत्र भेजने के लिए सिर्फ़ इस ईमेल पर ही लेख भेजे जाने चाहिए : sancharmadhyamiimc@gmail.com

इसके अलावा 'संचार माध्यम' के संपादक और सहायक संपादक से भी संपर्क किया जा सकता है, उनके नाम और ईमेल इस प्रकार हैं-

संपादक : प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार (drpk.iimc@gmail.com)

सहायक संपादक : डॉ. पवन कौंडल (pawankoundal@gmail.com)

इन संपर्क सूत्रों के अलावा अन्य कोई भी संपर्क मौजूद नहीं है। लेखकों को सिर्फ़ उपर्युक्त ईमेल पर ही संपर्क करना चाहिए।

निःशुल्क प्रकाशन

'संचार माध्यम' में प्रकाशित होने वाले सभी आलेख पूर्ण रूप से निःशुल्क हैं और लेखकों से किसी भी प्रकार का भुगतान नहीं लिया जाता है।

भारतीय जन संचार संस्थान
प्रकाशन विभाग

नई सदस्यता/नवीनीकरण फार्म

प्रमुख

प्रकाशन विभाग

भारतीय जन संचार संस्थान

नया जेएनयू परिसर, अरुणा आसफ अली मार्ग

नई दिल्ली - 110 067

महोदय/महोदया,

मैं/हम आपकी शोध पत्रिकाओं का ग्राहक बनना चाहता हूँ/चाहते हैं :

1. कम्युनिकेटर (अंग्रेज़ी त्रैमासिक) 200 रुपये प्रति अंक (800 रुपये वार्षिक)
2. संचार माध्यम (हिंदी अर्द्धवार्षिक) 200 रुपये प्रति अंक (400 रुपये वार्षिक)

कैलेंडर वर्ष (जनवरी-दिसंबर)..... के
लिए ग्राहक शुल्क के रूप में दिनांक.....को.....
.....के नाम आहरित.....रुपये
का डिमांड ड्रॉफ्ट/चेक संख्या..... संलग्न है।

पत्रिका (पत्रिकाएं) निम्नलिखित पते पर भेजी जा सकती हैं :

नाम.....

पता.....

.....

दिनांक

हस्ताक्षर

नोट :

- डिमांड ड्रॉफ्ट भारतीय जन संचार संस्थान, दिल्ली के पक्ष में देय होना चाहिए।
- व्यक्तियों की ओर से चेक स्वीकार्य नहीं हैं। हालांकि संस्थानों/विश्वविद्यालयों/स्थापित कंपनियों की ओर से चेक स्वीकार किए जा सकते हैं।

Name of Account Holder : Indian Institute of Mass Communication
Address : Aruna Asaf Ali Marg, New Delhi-110067
Bank Name : Central Bank of India
Account No. : 3586258939
IFSC Code : CBIN0283535
Type of Bank Account : SB

‘संचार माध्यम’ (ISSN 2321-2608) भारतीय जन संचार संस्थान (नई दिल्ली) की संचार, मीडिया, पत्रकारिता और उससे संबंधित मुद्दों पर केंद्रित हिंदी में प्रकाशित होने वाली अग्रणी ‘पीयर रिव्यूड’ और यूजीसी-केयर सूचीबद्ध शोध पत्रिका है। इसका प्रकाशन 1980 में प्रारंभ हुआ और आज यह हिंदी भाषा में संचार, मीडिया और पत्रकारिता से संबंधित विषयों पर विभिन्न प्रकार के विचारों, टिप्पणियों, पुस्तक समीक्षा और मौलिक शोध-पत्रों के प्रकाशन का प्रतिष्ठित मंच है। इसमें मीडिया से संबंधित सभी प्रकार के विषयों पर मौलिक अकादमिक शोध और विश्लेषण प्रकाशित किए जाते हैं। अकादमिक शोध के उच्चतर मूल्यों का पालन करते हुए ‘संचार माध्यम’ में प्रकाशन से पूर्व सभी शोध पत्रों/आलेखों की बहुस्तरीय निष्पक्ष समीक्षा (ब्लाइंड पीयर रिव्यू) कराई जाती है। भारतीय जन संचार संस्थान के प्रकाशन विभाग द्वारा इसका प्रकाशन किया जाता है। पत्रिका का प्रकाशन अभी छमाही हो रहा है, परंतु शीघ्र ही इसका प्रकाशन पुनः तिमाही करने की योजना है।

‘संचार माध्यम’ में निम्नलिखित श्रेणी के शोध-पत्र प्रकाशित किए जाते हैं :

- 1. मौलिक शोध पर आधारित शोध-पत्र :** इस प्रकार के शोध-पत्र की शब्द सीमा 4000 से 5000 शब्द होनी चाहिए। जो डबल स्पेस में टाइप किया गया हो। साथ ही अधिकतम 250 शब्दों में शोध सारांश भी शामिल होना चाहिए। शोध-पत्र सिर्फ यूनिकोड फॉण्ट में ही टाइप होना चाहिए और उसमें संबंधित शोध की पूर्ण तसवीर दृष्टिगोचर होनी चाहिए। शोध-पत्र से जुड़े छायाचित्र/ग्राफ/टेबल, यदि कोई हों, तो वे भी अपनी मूल प्रति के साथ (एक्सेल फाइल इत्यादि) संलग्न किए जाने चाहिए। इस बात का विशेष ध्यान रखा जाना चाहिए कि छायाचित्रों का रिजॉल्यूशन उच्च स्तर का हो, ताकि प्रिंटिंग के समय गुणवत्ता प्रभावित न हो। पीडीएफ फाइल में शोध पत्र स्वीकार्य नहीं होंगे।
- 2. लघु शोध आधारित शोध-पत्र :** लघु शोध आधारित आलेख लगभग 2000 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए, यानी लगभग 4-5 पृष्ठ, डबल स्पेस में टाइप किया गया हो। यह भी यूनिकोड फॉण्ट में ही टंकित होना चाहिए। ऐसे शोध-पत्र भी पूर्ण हो चुके शोध/अध्ययनों पर ही आधारित होने चाहिए। इसमें ऐसे तथ्यपूर्ण शोध-पत्र भी शामिल हो सकते हैं, जिनका संबंध किसी नवीन तकनीक के विकास से है। ऐसे शोध-पत्रों का शोध सारांश 80 से 100 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।
- 3. शोध समीक्षा :** इस श्रेणी के अंतर्गत आने वाले समीक्षात्मक आलेखों में प्रस्तावना, साहित्य समीक्षा, शोध परिणाम आदि के अलावा संबंधित शोध में मौजूद कमियों और उन कमियों के सुधार हेतु सुझावों का भी समावेश होना चाहिए, ताकि भविष्य में अन्य शोधकर्ता उन कमियों को दूर करने की दिशा में प्रयास कर सकें।
- 4. पुस्तक समीक्षा :** ‘संचार माध्यम’ में पत्रकारिता और जनसंचार पर प्रकाशित पुस्तकों की समीक्षा (शब्द सीमा : 1500) भी प्रकाशित की जाती है। अन्य विषयों जैसे सामाजिक ज्ञान, सामाजिक कार्य, एंथ्रोपोलोजी, कला आदि पर प्रकाशित पुस्तकों की समीक्षा भी भेजी जा सकती है बशर्ते उनका शीर्षक मीडिया अध्ययन से जुड़ा हो या उनकी सामग्री में कम-से-कम 40 प्रतिशत अध्याय मीडिया, जनसंचार या पत्रकारिता से जुड़े हों। पुस्तक समीक्षाएँ उनके पूर्ण विवरण जैसे प्रकाशक, वर्ष, संस्करण, पृष्ठ संख्या, मूल्य व पुस्तक के छायाचित्र के साथ भेजी जानी चाहिए।

प्रकाशन नैतिकता और साहित्यिक चोरी

- संचार माध्यम के लिए जो शोध आलेख भेजे जाएँ उन्हें अन्य पत्रिकाओं को नहीं भेजना चाहिए और न ही शोध आलेखों को पूरी तरह से या आंशिक रूप से उसी सामग्री के साथ किसी अन्य पत्रिका में प्रकाशित किया जाना चाहिए। लेखकों को सुनिश्चित करना चाहिए कि ‘संचार माध्यम’ में प्रकाशन के लिए भेजे जाने वाले आलेख किसी भी रूप में या मिलती-जुलती सामग्री के रूप में पहले प्रकाशित न हुए हों।
- किसी भी तरह की साहित्यिक चोरी किसी भी परिस्थिति में स्वीकार्य नहीं है। आलेख के साथ मूल कार्य का घोषणापत्र प्रस्तुत किया जाना अनिवार्य है, जिसके बिना आलेखों पर कोई विचार नहीं किया जाएगा। लेखकों को आलेखों की प्रामाणिकता सुनिश्चित करनी चाहिए। कोई भी अनैतिक व्यवहार (साहित्यिक चोरी, गलत डेटा आदि) किसी भी स्तर पर (पीयर रिव्यू या संपादन स्तर पर भी) आलेख की अस्वीकृति का कारण बन सकता है। किसी भी समय साहित्यिक चोरी और तथ्यों निष्कर्षों के स्वनिर्मित आदि पाए जाने पर प्रकाशित आलेख वापस लिए जा सकते हैं।

बहुस्तरीय समीक्षा (पीयर रिव्यू) प्रक्रिया

‘संचार माध्यम’ में प्रकाशनार्थ प्राप्त सभी आलेख दोहरी या बहुस्तरीय निष्पक्ष समीक्षा (डबल ब्लाइंड पीयर रिव्यू) प्रक्रिया के अधीन हैं। शोध आलेखों को विशेषज्ञों के पास बिना उनके लेखक/लेखकों का नाम बताए समीक्षा के लिए भेजा जाता है। उनकी टिप्पणी, सुझावों और अनुशंसा के आधार पर ही शोध-पत्रों के प्रकाशन का निर्णय लिया जाता है। संपादन-परिषद् के संतुष्ट होने पर ही शोध-पत्र प्रकाशित किया जाता है। इस प्रक्रिया में आमतौर पर 4-6 सप्ताह लगते हैं। समीक्षा प्रक्रिया पाँच चरणों पर आधारित है:-

- क. जस के तस स्वीकार करने लायक,
- ख. मामूली सुधार की आवश्यकता,
- ग. मध्यम सुधार की आवश्यकता,
- घ. अधिक सुधार की आवश्यकता
- ङ. अस्वीकृत। ‘संचार माध्यम’ तीव्र समीक्षा प्रक्रिया का पालन नहीं करता है।

लेखों का संपादन

यदि प्रकाशन के लिए लेख स्वीकार किया जाता है, तो उसे कम-से-कम दो संपादन चरणों से गुजरना पड़ता है। लेखकों को ध्यान रखना चाहिए कि सभी स्वीकृत लेख संपादन के किसी भी स्तर पर संपादकों द्वारा आवश्यक संशोधनों व परिवर्तनों के अधीन हैं।



संचार माध्यम

जुलाई-दिसम्बर 2021 विशेषांक

भारत की आज़ादी का अमृत महोत्सव विषय पर

शोध पत्रों के लिए आमंत्रण

भारतीय स्वतंत्रता संग्राम और मीडिया का अटूट रिश्ता है। स्वतंत्रता आंदोलन में जहाँ तमाम बड़े नेताओं ने प्रभावी जन संवाद हेतु विभिन्न जन संचार माध्यमों का सहारा लिया, वहीं उस दौर के पत्रकारों ने अपनी सतत साधना से पत्रकारिता के मूल्यों को गढ़ा और उन्हें व्यवहार में जिया। वे मूल्य पत्रकारों की वर्तमान पीढ़ी के लिए आज भी दिशासूचक हैं। आजादी का अमृत महोत्सव उस दौर के पत्रकारों और पत्रकारिता तथा विभिन्न संचार माध्यमों पर पुनः दृष्टि डालने का अवसर है ताकि अतीत से प्रेरणा प्राप्त कर हम भविष्य की राह निर्धारित कर सकें। इसीलिए 'संचार माध्यम' के जुलाई-दिसंबर 2021 अंक को आजादी के अमृत महोत्सव को समर्पित करने का निश्चय किया गया है। इस अवसर पर विभिन्न भाषाओं में होने वाली पत्रकारिता सहित उस दौर के योद्धा संपादकों, प्रतिबंधित समाचार पत्रों, भूमिगत साहित्य, सिनेमा, लोक संचार माध्यमों, रेडियो, विभिन्न भाषाओं में प्रकाशित साहित्य आदि का सिंहावलोकन करना समीचीन होगा। इसी पृष्ठभूमि में 'संचार माध्यम' के जुलाई-दिसंबर 2021 विशेषांक हेतु मीडिया विशेषज्ञों, संचारकों, शोधार्थियों व मीडिया शिक्षकों से मौलिक शोध पत्र आमंत्रित किए जाते हैं। शोध पत्रों हेतु कुछ प्रस्तावित विषय निम्न हैं:



भारत की आजादी
का अमृत महोत्सव

शोध पत्रों हेतु विषय

- स्वतंत्रता संग्राम और पत्रकारिता के मूल्य
- स्वतंत्रता संग्राम और भारतीय अंग्रेजी मीडिया
- स्वतंत्रता संग्राम और उर्दू मीडिया
- स्वतंत्रता संग्राम और भारतीय भाषाई मीडिया
- स्वतंत्रता संग्राम और हिंदी मीडिया
- स्वतंत्रता संग्राम और उत्तर पूर्वांचल का मीडिया
- स्वतंत्रता संग्राम और सिनेमा
- स्वतंत्रता संग्राम के बलिदानी संपादक
- स्वतंत्रता सेनानी और पत्रकारिता
- स्वतंत्रता संग्राम और प्रतिबंधित साहित्य
- स्वतंत्रता संग्राम और भूमिगत समाचार पत्र
- स्वतंत्रता संग्राम की प्रचार सामग्री
- स्वतंत्रता संग्राम और आजाद हिंद रेडियो
- स्वतंत्रता संग्राम और साहित्य
- स्वतंत्रता संग्राम और लोक संचार माध्यम
- स्वतंत्रता संग्राम और महिला लेखिकाएं/पत्रकार
- स्वतंत्रता संग्राम और हिंदी भाषा का विकास
- स्वतंत्रता संग्राम और प्रवासी भारतीयों द्वारा प्रकाशित पत्र

शोध पत्र 15 अगस्त 2021 तक या इससे पूर्व संपादक को भेजें:

प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार

संपादक 'संचार माध्यम'

भारतीय जन संचार संस्थान, अरुणा आसफ अली मार्ग, नई दिल्ली-110067

ईमेल : sancharmadhyamiimc@gmail.com, drpk.iimc@gmail.com

लेखकों के लिए दिशानिर्देशों का अवलोकन करने हेतु कृपया भारतीय जन संचार संस्थान की वेबसाइट www.iimc.nic.in पर विजिट करें।