

पत्रकारिता और जनमत निर्माण : एक विश्लेषण

आलोक अग्रवाल

संकायाध्यक्ष, पत्रकारिता एवं जनसंचार

श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, छतरपुर (म.प्र.)

सारांश

पत्रकारिता समाज का दर्पण मानी जाती है। यह न केवल सूचना प्रसारित करने का कार्य करती है, बल्कि सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक घटनाओं की व्याख्या कर जनमत निर्माण की प्रक्रिया को भी प्रभावित करती है। आधुनिक लोकतांत्रिक व्यवस्था में पत्रकारिता को चौथा स्तंभ कहा गया है, क्योंकि यह शासन और जनता के बीच संवाद का माध्यम है। प्रस्तुत शोधपत्र में पत्रकारिता और जनमत निर्माण के अंतर्संबंध का गहन विश्लेषण किया गया है। इसमें यह देखा गया है कि किस प्रकार प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और डिजिटल मीडिया ने जनता की सोच, विचारधारा और नीतिगत निर्णयों को आकार दिया है। साथ ही, फेक न्यूज़, मीडिया ट्रायल और कॉर्पोरेट दबाव जैसी चुनौतियों पर भी प्रकाश डाला गया है। निष्कर्षतः, पत्रकारिता की जिम्मेदारी केवल समाचार प्रस्तुत करना नहीं है, बल्कि लोकतांत्रिक मूल्यों को सशक्त करते हुए निष्पक्ष जनमत का निर्माण करना भी है।

बीज शब्द

पत्रकारिता, जनमत, लोकतंत्र, मीडिया, जनसंचार, डिजिटल पत्रकारिता, फेक न्यूज़, जनजागरण।

प्रस्तावना

मानव सभ्यता के विकास में संचार का केंद्रीय स्थान रहा है। समय के साथ जैसे-जैसे संचार के साधन विकसित हुए वैसे-वैसे जनमत निर्माण की प्रक्रिया भी अधिक संगठित और प्रभावी होती गई। प्राचीन काल में जनमत का निर्माण सभा-समितियों और लोकगीतों के माध्यम से होता था, वहीं आधुनिक युग में इसका प्रमुख माध्यम पत्रकारिता है। पत्रकारिता न केवल तथ्य प्रस्तुत करती है, बल्कि समाचार की भाषा, शैली और व्याख्या के माध्यम से जनमानस की सोच को भी दिशा देती है। उदाहरणस्वरूप, स्वतंत्रता संग्राम के समय 'केसरी', 'यंग इंडिया', 'हिंदुस्तान

टाइम्स' और 'अमृत बाजार पत्रिका' जैसे समाचार पत्रों ने भारतीय जनमानस में स्वाधीनता की चेतना जगाई। आज भी चुनावी राजनीति, सामाजिक आंदोलनों और आर्थिक नीतियों पर जनता की राय काफी हद तक पत्रकारिता द्वारा प्रभावित होती है। इस प्रकार, पत्रकारिता और जनमत निर्माण का संबंध गहरा, बहुआयामी और लोकतांत्रिक व्यवस्था के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण है।

उद्देश्य

इस शोधपत्र के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं -

1. पत्रकारिता और जनमत निर्माण के बीच संबंध को समझना।
2. ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में पत्रकारिता की भूमिका का मूल्यांकन करना।
3. समकालीन भारतीय समाज में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और डिजिटल मीडिया की भूमिका का विश्लेषण करना।
4. जनमत निर्माण में पत्रकारिता की चुनौतियों और अवसरों पर चर्चा करना।
5. भविष्य की दिशा में निष्पक्ष एवं उत्तरदायी पत्रकारिता की आवश्यकता को स्पष्ट करना।

शोध विधि

यह शोधपत्र वर्णनात्मक और विश्लेषणात्मक शोध पद्धति पर आधारित है।

प्राथमिक स्रोत : समाचार पत्र, संपादकीय, टीवी डिबेट, ऑनलाइन पोर्टल, सोशल मीडिया पोस्ट।

द्वितीयक स्रोत : पुस्तकें, शोध आलेख, रिपोर्ट, जर्नल्स और पूर्व प्रकाशित शोधपत्र।

डेटा संग्रहण गुणात्मक पद्धति से किया गया है और विश्लेषण तुलनात्मक दृष्टिकोण से प्रस्तुत किया गया है।

शोध विस्तार

पत्रकारिता और जनमत का वैचारिक आधार

जनमत वह सामूहिक राय है, जो किसी विशेष मुद्दे पर समाज के बहुसंख्यक वर्ग द्वारा व्यक्त की जाती है। पत्रकारिता वह माध्यम है, जिसके द्वारा सूचनाएँ, विचार और विमर्श समाज तक पहुँचते हैं। जब पत्रकारिता किसी विषय को निरंतरता से प्रस्तुत करती है तो वह जनता के

विचार और दृष्टिकोण को प्रभावित करती है। लोकतंत्र में जनमत का महत्व अत्यधिक है, क्योंकि नीति-निर्माण और शासन व्यवस्था उसी पर आधारित रहती है।

ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में पत्रकारिता और जनमत

स्वतंत्रता संग्राम के समय पत्रकारिता ने राष्ट्रवादी चेतना जगाने में निर्णायक भूमिका निभाई। जैसे - लोकमान्य तिलक का केसरी, महात्मा गांधी का यंग इंडिया और हरिजन, गणेश शंकर विद्यार्थी का प्रताप आदि। इन्होंने जनमत को अंग्रेजी शासन के विरुद्ध संगठित किया। पत्रकारिता ने सामाजिक सुधार आंदोलनों जैसे बाल विवाह, सती प्रथा, जातिवाद और शिक्षा सुधार जैसे विषयों पर जनमत तैयार किया।

आधुनिक युग में पत्रकारिता और जनमत निर्माण

प्रिंट मीडिया संपादकीय, कॉलम, कार्टून और रिपोर्टिंग के माध्यम से पाठकों की राय को प्रभावित करता है। वहीं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया टीवी डिबेट, लाइव कवरेज और ब्रेकिंग न्यूज़ जनमत निर्माण में अधिक तीव्र प्रभाव डालते हैं। जबकि डिजिटल मीडिया सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम और यूट्यूब अब जनमत निर्माण के सबसे शक्तिशाली मंच बन चुके हैं।

पत्रकारिता और चुनावी जनमत

चुनावी प्रचार, जनमत सर्वेक्षण और चुनावी बहस पत्रकारिता के मुख्य उपकरण हैं। मीडिया की चुनावी कवरेज कई बार मतदाताओं की राय को बदल देती है। 'एजेंडा सेटिंग थ्योरी' के अनुसार मीडिया यह तय करता है कि जनता किन मुद्दों पर विचार करेगी।

पत्रकारिता और सामाजिक मुद्दे

भ्रष्टाचार, बेरोजगारी, महिला सशक्तिकरण, शिक्षा, स्वास्थ्य जैसे मुद्दों पर मीडिया ने लगातार जनमत तैयार किया है। 'निर्भया कांड', 'अन्ना हजारे आंदोलन' और 'स्वच्छ भारत अभियान' में मीडिया की भूमिका प्रमुख रही।

चुनौतियाँ

झूठी खबरें जनमत को गुमराह करती हैं। न्यायालय से पहले मीडिया द्वारा निर्णय सुना देना जनमत पर प्रतिकूल प्रभाव डालता है। विज्ञापन और पूँजी निवेशकों के कारण कई बार मीडिया निष्पक्ष नहीं रह पाता। सत्ता के निकटता के कारण पक्षपातपूर्ण पत्रकारिता का खतरा बढ़ता है।

अवसर

डिजिटल पत्रकारिता ने आम जनता को आवाज दी है। नागरिक पत्रकारिता ने लोकतंत्र को और मजबूत किया है। जांचपरक पत्रकारिता अब भी समाज में पारदर्शिता लाने का माध्यम है।

निष्कर्ष

पत्रकारिता और जनमत निर्माण का संबंध परस्पर पूरक है। पत्रकारिता केवल सूचना का संचार नहीं करती, बल्कि समाज की सोच, दृष्टिकोण और लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं को भी प्रभावित करती है। आज के समय में पत्रकारिता की जिम्मेदारी और अधिक बढ़ गई है क्योंकि डिजिटल युग में सूचना का प्रवाह तीव्र और बहुआयामी है। पत्रकारिता को निष्पक्षता, विश्वसनीयता और नैतिकता को सर्वोपरि रखकर ही लोकतंत्र में अपनी भूमिका निभानी चाहिए। तभी यह स्वस्थ और जागरूक जनमत का निर्माण कर सकती है।

संदर्भ सूची

1. चौधरी, रामशरण (2018). भारतीय पत्रकारिता का इतिहास. दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
2. जोशी, सुरेश (2020). समकालीन मीडिया और लोकतंत्र. जयपुर: साहित्य भवन।
3. McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory. Sage Publications.
4. Curran, J. & Gurevitch, M. (2005). Mass Media and Society. Bloomsbury.
5. विभिन्न राष्ट्रीय समाचार पत्र एवं ऑनलाइन पोर्टल (The Hindu, Dainik Bhaskar, BBC Hindi, NDTV)।