



हिन्दी मीडिया और रोजगार Hindi Media or Rojgar

*Dr Subodh Kumar

*Assistant Professor & Co-ordinator, Department of Journalism & Mass Communication, Uttarakhand Open University, Haldwani

ABSTRACT

सारांश- मीडिया का समाज से रिश्ता बहुत पुराना है। काळांतर में अखबार व रेडियो की खोजों तथा लोकप्रियता के बाद टेलीविजन के आविष्कार ने समाज में क्रांतिकारी परिवर्तन किया। कंप्यूटर क्रांति ने तो मीडिया की संरचना में ही आमूल-चूल परिवर्तन नहीं किया है, बल्कि उसने इंटरनेट जिनकी में भी हस्तक्षेप किया है। अब तो मीडिया ने मानव जीवन को नियंत्रित करना भी शुरू कर दिया है। दूरअसल, लोकतांत्रिक व्यवस्था के विस्तार के साथ-साथ उसके एक नए स्तंभ के रूप में मिशन के साथ शुरू हुई पत्रकारिता, खासकर हिंदी पत्रकारिता 20वीं सदी के अन्तिमी कृष्ण दशकों में व्यावसायिक रूप लेने लगी थी। 21वीं सदी के आते-आते तो वह बिल्कुल एक नए रूप में हमारे सामने है। इस पोथी पत्र में हम जानने का मौका मिलेगा कि किस तरह से हिंदी मीडिया एक बड़े कॉरियर विकल्प के रूप में उभर रहा है। किस तरह से यह समाज को जागरूक कर रहा है। इसकी क्या-क्या चुनौतियाँ हैं।

Keywords : मीडिया, रोजगार

9.1 भारत में रोजगार की पृष्ठभूमि

9.1.1 भारत की गणना के अनुसार, कृषि पर गुजारा करने वालों की तादाद भारत की कुल आबादी का 93.7 प्रतिशत थी, जबकि कारखानों तथा दूसरे कारोबारों में काम करने वालों की तादाद 9.0.6 प्रतिशत और व्यापार-व्यवसाय वालों की तादाद 9.9 प्रतिशत थी। ब्रिटिश साम्राज्य में भारत के तमाम धंधे, वाणिज्य और व्यवसाय चौपट हो गए और लोग अधिकतर खेती पर गुजारा करने लगे। 9.9.09 में खेती पर गुजारा करने वालों की तादाद 69.06 से बढ़ती हुई 9.9.29 में 93.7 हो गई। आजादी से पहले देश में ज्यादातर जूट और कपड़ा उद्योग अस्तित्व में थे और इन्हें भी देश के विभाजन से गहरा धक्का लगा, क्योंकि इन्हें ज्यादातर कच्चा माल मुहैया कराने वाले इलाके पाकिस्तान में चले गए। इसलिए नए आजाद हुए मुल्क के सामने गंभीर समस्या खड़ी हो गई। देश के पहले प्रधानमंत्री पंडित जवाहरलाल नेहरू दूरदर्शी राजनेता थे। उन्हें साफ दिख रहा था कि जिस गति से आबादी बढ़ रही है, उसमें कृषि क्षेत्र पर दबाव बढ़ेगा। फिर बेरोजगारी की समस्या सामाजिक अस्थिरता की वजह बन सकती है। इसलिए तत्कालीन सरकारें ने रोजगार के नए रास्ते तलाशने होंगे।

9.2 आजादी के बाद रोजगार

आजादी के बाद देश ने योजनागत विकास की रूपरेखा तैयार की गई। 9.9.99-96 में सिंचाई, कृषि आदि क्षेत्रों पर ध्यान दिया गया, लेकिन दूसरी पंचवर्षीय योजना में पश्चिमी देशों की विकसित अर्थव्यवस्थाओं को ध्यान में रखते हुए रणनीतियाँ व योजनाएँ बनाई गईं। पंडित नेहरू पश्चिम की औद्योगिक प्रगति से बेहद प्रभावित थे। उन्हें देश की समस्याओं का समाधान तेज औद्योगिकीकरण में दिखता। लेकिन औद्योगिकीकरण की ललक में कृषि क्षेत्र उपेक्षित हो गया। नीति बनाने वाले लोग भूल गए कि औद्योगिकीकरण के लिए कृषि क्षेत्र का भी समान विकास होना आवश्यक है। कृषि व्यवस्था के बिगड़ने से इन पर आधारित ज्यादातर लघु व कुटीर उद्योग बंद हो गए। इससे पड़े-लिखे लोग खेती-किसानी से कतराने लगे। श्रम मंत्रालय के आंकड़ों के अनुसार, इंफ्लेमेट एक्सचेंज में पंजीकरण कराने वाले बेरोजगारों की संख्या 9.9.69 में 9.7.32 लाख थी, जो अपने पिछले साल के मुकाबले 9.8.9 प्रतिशत अधिक थी। ऐसे में, अशिक्षित बेरोजगारों की संख्या व स्थिति के बारे में सिर्फ कल्पना ही की जा सकती है।

9.3 उदारीकरण के बाद

9.9.90 से 9.9.90 के बीच देश की आर्थिक विकास दर औसतन 3.9 प्रतिशत रही। रोजगार के अवसर भी कम पैदा हुए। छठी पंचवर्षीय योजना (9.9.80-85) में लालफीताशाही को कम करने के प्रयास किए गए। सरकारी मूल्य नियंत्रण की नीति में कुछ ढील दी गई। लेकिन बेरोजगारी के मोर्चे पर स्थितियाँ गंभीर बनीं। 9.9.97 में पंजीकृत बेरोजगारों की संख्या 3 करोड़, 29 लाख, 96 हजार तक पहुँच गई थी, जो उसके पिछले साल के मुकाबले 9.9 फीसदी अधिक थी। उधर बेरोजगारों की इस संख्या का सामाजिक-राजनीतिक स्थिति में दबाव साफ दिखने लगा। आरक्षण विरोधी आंदोलन के रूप में उसका उग्र रूप पूरे देश के सामने दिख रहा था। ऐसे में हालात को बेहतर मोड़ देने के लिए केंद्र सरकार ने 9.9.99 में डॉ. मनमोहन सिंह के नेतृत्व में आर्थिक उदारीकरण की प्रक्रिया शुरू की। 9.9.99 के बाद अनेक विदेशी कंपनियों, निजी क्षेत्र की कंपनियों ने बड़ी संख्या में रोजगार मुहैया कराया है। अमेरिकी व बाद में यू.एस. पीय मंदी के बावजूद सस्ते श्रम के कारण भारतीयों को आउटसोर्सिंग के जरिये जबर्दस्त मौके मिल रहे हैं। श्रम व उद्योग मंत्रालय के एक सर्वे के मुताबिक, बीपीओ क्षेत्र में साल 2009 के अक्टूबर-दिसंबर के बीच 8.76 लाख नौकरियाँ भारतीयों को मिली थीं। सूचना-प्रौद्योगिकी के साथ-साथ, ढांचागत निर्माण, पर्यटन, विमानन, स्वास्थ्य सेवा, मीडिया आदि क्षेत्रों में अवसरों की जबर्दस्त बढ़ोतरी देखने को मिली।

9.4 मीडिया में रोजगार

तेजी से बढ़ती शिक्षा दर ने समाज में कॉरियर रोजगार को लेकर भी जबर्दस्त चेतना पैदा की। जो मीडिया (खासकर हिंदी पत्रकारिता) राजनीति, धर्म, अर्थव्यवस्था और सामाजिक अपराधों से जुड़ी खबरों पर अपना ध्यान केंद्रित रखता था, उसने महसूस किया कि युवा पीढ़ी के सरोकार को नजरअंदाज करके वह अपनी प्रासंगिकता नहीं बनाए रख सकता। इसलिए बेरोजगारी और उससे

उत्पन्न स्थितियों के साथ-साथ रोजगार कॉरियर की संभावनाओं व अवसरों को भी मीडिया के अलग-अलग माध्यमों में महत्व दिया जाने लगा।

खबरों में रोजगार का हाल

ब्रिटिश भारत में ज्यादातर फौज में युवकों की भर्ती की खबरें छपा करती थीं या फिर मनदूरों को किन्हीं वजहों से निकाले जाने की। अलबत्ता, कुछ ऐसी भी खबरें छपती थीं, जिन्हें हम रोजगार के नए अवसरों की पड़ताल करने वाली और भविष्य की शिक्षा रखती रिपोर्टिंग कह सकते हैं। उदाहरण के तौर पर, 9.9 मार्च, 9.9.26 के 'हिन्दुस्तान' में पृष्ठ संख्या- पांच पर 'अच्छे दिमागों को व्यापार में डालो' शीर्षक से एक समाचार छपा है, जो दिलचस्प है। इसमें लिखा था कि इंग्लैंड में अनेकों जहीन लड़के व्यापारिक-व्यवसायिक तथा दूसरे क्षेत्रों में जाते हैं। हिन्दुस्तान में भी वह वक्त जन्म आने वाला है, जब जहीन विद्यार्थी विध्वंसात्मकता में न जाकर व्यापार और व्यवसायों की ओर जाना चाहेंगे।

बहरहाल, उदारीकरण के बाद अखबारों में रोजगार के विभिन्न पहलुओं को समेटती बड़ी-बड़ी खबरें प्रकाशित होने लगीं। जैसे 9.2 अप्रैल, 2092 के अपने अंक में दैनिक हिन्दुस्तान ने एक साथ करे इंजीनियरिंग-एमबीए शीर्षक से कॉरियर से संबंधित खबर को प्रथम पृष्ठ पर दूसरी लीड के रूप में पेश किया है। इसी वर्ष अप्रैल के शुरुआती अंकों में इसी अखबार ने उत्तर प्रदेश के रोजगार दफ्तरों पर बेरोजगारी भत्ता हेतु पंजीकरण कराने वालों की उमड़ी भीड़ को लीड खबर के रूप में प्रकाशित किया था। इसी तरह, नई दिल्ली से प्रकाशित नवभारत टाइम्स में आठ अप्रैल, 2092 को प्रथम पृष्ठ पर दो खबरें प्रमुखता से छपी हैं, जो दर्शाती हैं कि रोजगार और कॉरियर से जुड़ी खबरें कितनी अहम हो चली हैं। इन खबरों के शीर्षक हैं- 9 लाख स्टूडेंट आज देंगे परीक्षा और डीयू लैसमेंट का आखिरी दौर 96 को। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में भी कॉरियर से जुड़ी खबरों को काफी महत्व मिला है। 9.2 अप्रैल, 2092 को बीबीसी-हिंदी की वेबसाइट पर सोनी में जाएंगी 90,000 नौकरियाँ शीर्षक की खबर छाई रही। कुल मिलाकर, जिन्हें हम हार्ड न्यूज के रूप में देखते हैं, उनमें भी नौकरियों व रोजगार से जुड़ी खबरों को भरपूर तवज्जो मिलने लगी है।

विशेष अखबारों का प्रकाशन

चूँकि अखबारों, मीडिया का विशाल पाठक वर्ग युवा और प्रतियोगी परीक्षाओं की तैयारी करने वाले युवा हैं। इसलिए इन्हें खुद से जोड़ने के लिए कई तरह के प्रयोग किए। आज स्थिति यह है कि भारत में कॉरियर पर आधारित पत्र-पत्रिकाओं की न सिर्फ बहुत बड़ी संख्या है, बल्कि उनकी जबर्दस्त लोकप्रियता भी है। इस लिहाज से रोजगार के अवसरों पर आधारित इंफ्लेमेट न्यूज का नाम सबसे पहले कौंधता है। अप्रैल 9.9.66 में डीएवीपी के तहत आया यह साप्ताहिक समाचार पत्र जनवरी 9.9.69 में प्रकाशन विभाग के अधीन आ गया। इसमें मुख्य रूप से केंद्र व राज्य सरकारों की नौकरियों के अलावा सार्वजनिक उपक्रमों एवं स्वायत्त निकायों में रिक्त स्थानों से संबंधित सूचनाएँ तो होती ही हैं। कॉरियर से संबंधित दूसरे आलेख भी होते हैं। इसके पहले पृष्ठ पर किसी ज्वलंत मुद्दे पर विशेषज्ञ का विस्तृत लेख होता है। शायद यही वजह है कि देश में सर्वाधिक बिकने वाले साप्ताहिक अखबारों में एक इंफ्लेमेट न्यूज भी है। अब इसका हिंदी संस्करण रा. जगार समाचार और इंटरनेट संस्करण भी है। नॉकरीडॉटकॉम, फ्रेशवर्ल्ड डॉट कॉम, मॉन्सटर जैसी कॉरियर से संबंधित कई वेबसाइट्स भी खासा लोकप्रिय व उपयोगी हैं।

साल 2009 में दैनिक हिन्दुस्तान ने 'हिन्दुस्तान जॉब्स' नाम से एक साप्ताहिक अखबार की शुरुआत की है। यह हर रविवार को बाजार में आता है। रोजगार और कॉरियर पर आधारित अलग-अलग पत्रिकाएँ बाजार में उपलब्ध हैं, लेकिन कॉम्पिटिशन सक्सेस रिज्यू, सिविल सर्विसेज क्रोनिकल प्रतियोगिता दर्पण प्रतियोगिता किरण, अमर उजाला समूह की सफलता, इंडिया टुडे समूह की रियार ने खासी प्रतिष्ठा कमाई है। टाइम्स ऑफ इंडिया समूह के 'एसेंट', हिन्दुस्तान टाइम्स के 'शाइन जॉब्स' खासा लोकप्रिय है। टाइम्स ऑफ इंडिया के एसेन्ट का इंटरनेट संस्करण जनवरी 2009 में शुरू हुआ। यह दस संस्करणों में प्रसारित होता है। अमूमन सभी अखबारों के रोजगार व कॉरियर से संबंधित परिशिष्ट नए अवसरों के बारे में तो सूचनाएँ देते ही

हैं, उनमें कॉरियर काउंसलरों की उपयोगी सलाहें भी होती हैं। इन परिशिष्टों में दफ्तर के भीतर की गतिविधियों से संबंधित विषयों, तनावों-दबावों से निपटने के गुर, व्यक्ति के विकास व साथी कर्मचारियों से व्यवहार, नेतृत्व क्षमता विकसित करने आदि से संबंधित आलेख भी होते हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हालांकि इस तरह के कार्यक्रम बहुत कम दिखाए जाते हैं, लेकिन समय-समय पर इंटरव्यू दिखाकर वह लक्ष्य वर्ग तक पहुंचने की कोशिश करता है। हिंदी में जो बेहद लोकप्रिय परिशिष्ट हैं, उनमें दैनिक जागरण का जोश, हिन्दुस्तान का करियर तरक्की, दैनिक भास्कर का करियर मंत्रा, अमर उजाला का उड़ान आदि शामिल हैं।

१.५ रोजगार से जुड़े पद

लगभग सभी अखबारों में शिक्षा व रोजगार बीट पर काम करने के लिए पत्रकारों की जरूरत होती है। यह एक महत्वपूर्ण बीट तो है ही, अखबार की प्रतिष्ठा बढ़ाने वाला तथा उसकी प्रसार संख्या को प्रभावित करने वाला भी होता है। इसलिए इस बीट की जिम्मेदारी देने से पहले संपादक संबंधित पत्रकार की योग्यता की गहन पड़ताल करता है। संजीदा और उत्साही युवकों को यह जिम्मेदारी सौंपी जाती है। रोजगार से संबंधित पत्रकारों को तीन श्रेणियों में बांट सकते हैं।

१.५.१ उप-संपादक

किसी भी अखबार में उप-संपादकों की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है। कहते हैं कि जिस अखबार में उप-संपादकों की फौज मजबूत हो, वह आधी जंग तो यों ही जीत चुकी होती है। एक उप-संपादक को चूंकि टीम के साथ करना होता है और यह पेशा ही टीम वर्क का है, इसलिए उसे हमेशा यह कोशिश करनी चाहिए कि जहां कहीं भी उसे कोई परेशानी हो तो साथी उप-संपादक या मुख्य-उपसंपादक की मदद लेनी चाहिए। कॉरियर और एजुकेशन परिशिष्ट पर काम करने वाले उप संपादक को हमेशा यह ध्यान में रखना पड़ता है कि वह लाखों युवाओं के भविष्य को बनाने से जुड़े पन्ने पर काम कर रहा है। इसलिए पेज छोड़ने से पहले यह पूरी तरह से संतुष्ट हो जाना चाहिए कि कोई भी तथ्य अपुष्ट न रहे। इस संबंध में कॉरियर काउंसिलर बहुत मददगार साबित होते हैं। उप-संपादक को हमेशा चौकन्ना रहना चाहिए।

१.५.२ रिपोर्टर

कॉरियर रोजगार से संबंधित रिपोर्टर की जिम्मेदारी नए भविष्योन्मुखी अवसरों से संबंधित खबरें संकलित करने की तो होती ही है, उससे यह उम्मीद की जाती है कि वे अधिकृत सूत्रों के हवाले से हों। इसके लिए उसका अपनी बीट पर कमांड होना चाहिए जैसे, यदि रोजगार के किसी क्षेत्र में कोई बड़ा नीतिगत फैसला होने वाला हो, तो इसके लिए उसे संबंधित महकमे के बड़े व जिम्मेदार अधिकारी का वर्जन जरूर लेना चाहिए साथ ही किसी विशेषज्ञ की टिप्पणी भी शामिल करनी चाहिए। रोजगार संवाददाता को यह भी मालूम होना चाहिए कि उस फैसले के क्या निहितार्थ हैं, और उसका रोजगार परिदृश्य पर क्या असर पड़ेगा।

१.५.३ फीचर लेखक

फीचर लेखन के काम को आम तौर पर लोग गंभीरता से नहीं लेते, लेकिन यह एक ऐसी विधा है, जो न सिर्फ आपको समाज में एक लेखक के तौर पर स्थापित कर सकती है, बल्कि आपकी रचनात्मकता को नए विस्तार भी दे सकती है। फीचर लेखक को विषय से संबंधित अधिकृत स्रोतों का गहन अध्ययन करना चाहिए। एक अच्छे फीचर लेखक को भाषा पर भी ध्यान देना चाहिए। फीचर में इंद्रो की भूमिका सबसे अधिक है। वह पाठक को पूरा आलेख पढ़ने का एक तरह से न्यौता है। इसलिए कैची हेडिंग से कम महत्वपूर्ण इंद्रो नहीं है।

१.६ निष्कर्ष

दुनिया भर में प्रिंट मीडिया के सिकुड़ने की आशंकाएं जताई जा रही हैं, लेकिन भारतीय उपमहाद्वीप में स्थितियां बिल्कुल अलग हैं। यहां शिक्षा के विस्तार के साथ-साथ और आर्थिक तरक्की की रफ्तार को देखते हुए न सिर्फ मीडिया इंडस्ट्री के लिए बेहतर भविष्य है, बल्कि यह इंडस्ट्री रोजगार मुहैया कराने के बड़े अवसर भी लेकर आ रही है। लेकिन हमें नहीं भूलना चाहिए कि यह आम इंडस्ट्री नहीं है। पत्रकार सिर्फ कर्मचारी नहीं होते हैं, उनके कंधों पर लोकतंत्र और समाज के भविष्य की जिम्मेदारी होती है। इसीलिए जब शीर्ष अदालत के पूर्व प्रधान न्यायाधीश न्यायमूर्ति काटजू कहते हैं कि बौद्धिकता पत्रकारों की बुनियादी खुराक होनी चाहिए, तो उसके मूल में यही चिंता है कि यह एक प्रतिष्ठित पेशा है और इसकी आबरू हर कीमत पर बचाई जानी चाहिए।

संदर्भ सूची

भारतीय पत्रकारिता कोश- विजय दत्त श्रीधर, जर्नलिज्म इन मॉडर्न इंडिया- रॉलैंड ई वोल्सले, संपादन कला- डॉ. हरिमोहन, आधुनिक पत्रकारिता- डॉ. अर्जुन तिवारी, दैनिक हिन्दुस्तान (आर्काइव)