ARYAVART SHODH VIKAS PATRIKA
RNI TITLED NO. UPBBIL04292
RNI REG. NO. UPBBIL/2014/66218 PP. NO.- 73-75

ISSN NO.-2347-2944 (Print)
ISSN NO.-2582-2454 (Online)
Vol.-11, No.-II, Issues-14 YEAR- Dec. -2019

मीडिया और भारतीय परिवेश

मारूति शुक्ला

एम0ए0 (हिन्दी), नेट, C/o डॉ0 जे0पी0 शुक्ला, इनकम टैक्स आफिस के पीछे सिविल लाइन–बस्ती, (उ0प्र0) भारत

Received- 15.10.2019, Revised- 19.10.2019, Accepted - 21.10.2019 E-mail: marutishukla9@gmail.com

सारांश : *आधुनिक संसार मीडिया के बिना गूंगा है। मीडिया जैसा दिखाता है, वैसा संसार देखता है। किसी भी लोकतान्त्रिक देश के चौथें खम्भें मडिया को अनदेखा नहीं किया जा सकता है। लोकतन्त्र को जिन्दा रखने का कार्य आज के दौर में मीडिया की प्रमुखतम जिम्मेदारी है। मीडिया का सबसे पुराना रूप एक स्थान से दूसरे स्थान तक मौखिक स्तर पर समाचार पहुँचाना हुआ करता था। अंग्रेजों के समय डाक विभाग की स्थापना के साथ पत्रों के माध्यम से समाचार पहुँचना मीडिया का एक रूप था। इसके पश्चात समाचार–पत्रों के द्वारा प्रिंट मीडिया का शुभारम्भ हुआ। प्रिंट मीडिया के बाद इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का आरंभ समाचार चैनलों द्वारा प्रसारण से हुआ। इलेक्ट्रानिक मीडिया का कार्य केवल मनोरंजन नहीं है अपितु इलेक्ट्रानिक मीडिया समाज व देश की आवाज को सभी तक श्रव्य एवं दृश्य माध्यम से पहुँचाता है।*

कुंजी शब्द – मीडिया, लोकतांत्रिक, मौखिक स्तर, मनोरंजन, फॉसीवाद, हत्या, प्रतिक्षण, गैरजिम्मेदारी, श्रव्य।

भारत का चौथा स्तम्भ मीडिया है। मीडिया के केवल निगेटिव रोल को देखने के बजाय उसके सकारात्मक पक्ष पर भी दृष्टिपात करना चाहिए। मीडिया जब सकारात्मक रूख अपनाता है तो सरकारों को बदलाव की नीति अपनानी पड़ती है। उदाहरण के तौर पर निर्भया कांड में निर्भया को इंसाफ दिलाने का कार्य करना मीडिया के सकारात्मक रूख के कारण ही संभव हो पाया था। मीडिया के बदले स्वरूप को इस तरह से समझा जा सकता है। 'समय के इस दौर में मीडिया हमारी दिनचर्या को सीधे प्रभावित तो कर रहा है, इसके साथ वो हमारी भाषा, साहित्य, व्यवहार पर भी प्रभाव छोड़ रहा है। सिनेमा, टेलीविजन और इन्टरनेट द्वारा आज समाज नये बदलाव की प्रक्रिया से गुजरते हुए दिखाई देता है जिसके नकारात्मक व सकारात्मक पक्षों का प्रभाव समाज पर पड़ता है। मीडिया के इस बदलते हुए परिदृश्य में बाजार प्रमुख तत्त्व के रूप में सामने आता है जिसमें आधुनिक आदमी अंग्रेजी बोलता है, तीन व पाँच सितारा होटल में खाना खाता है। इस दिखावा प्रवृत्ति में आम–आदमी के सुख–दुख को सुनने समझने के लिए किसी के पास समय ही नहीं। आज बदलते हुए परिवेश में मीडिया के द्वारा समाज की भावनाओं को विज्ञापन, बाजार तथा चमकदार अन्दाज में प्रस्तुत किया जा रहा है। इस तरह मनुष्य की संवेदनाओं के साथ खिलवाड़, आने वाले समय में समाज के लिए घातक सिद्ध हो सकता है। आज के समाज में मीडिया पैसा कमाने के लालच में समाज को गुमराह कर रहा है। आज हमारे समाचार–पत्र अपराध की खबरों से भरे रहते है। टी0वी0 पर नेताओं के भाषणों और बयानों से ही समाचार भरे रहते है। मीडिया अपराध की खबरों को दिखाए पर समारात्मक समाचारों से भी किनारा न करे। अखबारों में विज्ञापन ज्यादा और खबरें कम दिखाई देती हैं जहाँ वह गाँवों के लोगों की समस्याओं से अछूता नजर आता है। अब यह जनता का पक्षधर बनने के स्थान पर बाजार का हितैषी बनता जा रहा है। मीडिया बाजार के अनुरूप सूचनाओं को काट–छाँट कर प्रस्तुत कर रहा है। बाजारीकरण और विज्ञापनों के जरिये व्यावसायिक घरानों से अकूत सम्पत्ति एकत्रित करता है और इस तरह मीडिया व्यवसायिक हितों के चलते अपने मूल्यों के हटता जा रहा है। ऐसा लगता है कि मीडिया सरकार और शक्तिशाली लोगों की हाथ की कठपुतली मात्र बनकर रहा गया।' मीडिया की ताकत को जानकर ही पूंजीपति और शक्तिशाली स्वार्थी लोग अपने निजी हितों की पूर्ति हेतु इसे गलत ढंग से इस्तेमाल करने लगते हैं। मीडिया मालिक गैर पूंजी के लोभ में मीडिया को गलत ढंग से उपभोग करने लगता है। आज भारत के मेन स्ट्रीम मीडिया का चरित्र लोभ से ओत–प्रोत एकांगी दृष्टिकोण के पक्ष में काम करता है।

एक अनपढ़ को भी समझ है कि मीडिया जगाने का काम अच्छे ढंग से करता है। मीडिया का दायरा सीमित नहीं रहा है। जीवन का कोई ऐसा क्षेत्र नहीं है जहाँ इसका प्रभाव न पहुँचा हो। मीडिया बिकाऊ कैसे बने? इस पर विश्वसनीयता और अविश्वसनीयता को केन्द्र में रखकर मीडिया मालिक व सम्पादक लोग प्रस्तुत करते हैं। आज मीडिया को किस रूप में देखा जाता है, इस पर ध्यान देने की आवश्यकता है। 'इलेक्ट्रानिक मीडिया आने के बाद आज वह खबरों की खोज के अलावा खबरों को प्रायोजित और उत्पादित भी करने लगा है, जबकि तथ्यपूर्ण बुनियादी जानकारी उपलब्ध कराना और बोलचाल की भाषा में प्रस्तुत करना पहले भी उसका घोषित उद्देश्य रहा है और

अनुरूपी लेखक

ISSN NO.-2347-2944 (Print)
ISSN NO.-2582-2454 (Online)
Vol.-11, No.-II, Issues-14 YEAR- Dec. -2019

आज भी है। अन्तर यह है कि अब उसको सनसनीखेज और बिकाऊ खबरों की तलाश है। जहाँ पत्रकारिता के मिशन के दौर का संवाददाता और सम्पादक समाचार को तलाश और पाठकों तक पहुँचाने के लिए हर जोखिम उठाने के लिए तैयार रहता था, वहाँ मीडिया के दौर के अधिकतर संवाददाता और सम्पादक प्रायोजित अर्धसत्य अथवा असत्य समाचारों को गढ़ने, प्रकाशित और प्रदर्शित करने की भरपूर कीमत वसूलने के लिए तैयार हैं। लोकहित के आवरण में उन्होंने निजी हितों को प्राथमिकता दी है। पहले कॉर्पोरेट जगत और बाद में राजनीतिक दलों और नेताओं ने मीडिया की इस प्रवृत्ति की आलोचना करते हुए भी उन्हें मुंहमांगी कीमत अदा की है। हर्षद मेहता से लेकर सत्यम कम्प्यूटर्स में रामलिंगम राजू तक और विधानसभा चुनावों से लेकर पिछले कई लोकसभा चुनावों का इतिहास गवाह है कि मीडिया मालिकों ने समाचारों के प्रकाशन के लिए किनसे– किनसे और किन–किन रूपों में फिरौती वसूल की है। पूरे विश्व में लोकहित, व्यवस्था, विरोध और लोकशिक्षण पत्रकारिता का प्रचारित उद्देश्य है और समाचार उसका सबसे बड़ा हथियार है। विज्ञान और नयी टेक्नॉलोजी की मदद से शिक्षा का विस्तार और जानने की भूख जगाने का काम हर लोकतान्त्रिक देश के मीडिया ने हर दौर में शानदार ढंग से किया है। आज उसे भुनाने का काम किया जा रहा है। पत्रकारिता के उस दौर में अखबारों और समाचारों का नियंत्रण बुद्धिजीवी सम्पादकों और पाठकों के लिए प्रतिबद्ध संवाददाताओं के हाथ में था, जबकि मीडिया के वर्तमान युग में उनको बेदखल करके विज्ञापनदाताओं और संचालकों ने कब्जा कर लिया है। निष्पक्षता, ईमानदारी और लोकहित के आदर्श पर चलने वाले पत्रकार आज खोटे सिक्कों की तरह प्रचलन से बाहर होकर बेरोजगारी और भुखमरी के शिकार बनते जा रहे हैं।'2 कहने का तात्पर्य है कि मीडिया का कोई रूप हो जैसे रेडियो, टेलीविजन, इन्टरनेट, वेब मीडिया, दबाव के कारण समाचारो का अवमूल्यन और माध्यमों की विश्वसनीयता का ग्राफ चढ़ता–उतरता दिखाई देता है। वर्तमान मीडिया ने एक रूप में समाचार गढ़ा है। आज का मीडिया सरोकारों से जुड़े समाचार या अन्याय के प्रतिरोध को दर्शाती खबरों को धीरे–धीरे समाचार के दायरे से बाहर धकेलता जा रहा है। आज का मीडिया सनसनीखेज समाचारों पर ज्यादा फोकस कर रहा है। स्टिंग आपरेशन द्वारा कर्ज में डूबे किसानों की आत्महत्या करना आदि समाचारों द्वारा मीडिया अपनी टी0आर0पी0 बढ़ाने का कार्य कर रहा है। इससे एक बात साफ हो जाती है कि मीडिया के बाजारीकरण होने से देश के लोकतन्त्र को खतरा पैदा हो जाता है, जैसा कि आज भारत के साथ हो रहा है। फॉसीवादी सरकार और फासीवादी मनोवृत्ति की समर्थक जनता द्वारा मानव समाज के साथ–साथ देश के लोकतन्त्र की आए दिन हत्या होती रहती है। मीडिया अपने मूल चरित्र को छोड़ देता है तो प्रभावशाली लोगों की मुट्ठी में बंद मीडिया का स्वरूप संविधानोत्तर सत्ता में बदल जाता है, जैसा कि भारत में आज हो रहा है।

भारत के मीडिया से विश्व की मीडिया की तुलना की जाए तो चिन्ता की बात उत्पन्न हो जाती है। विश्व मीडिया नैतिक जिम्मेदारी को समझता है। विश्व के मीडिया पर तत्कालीन सरकारों का बहुत ज्यादा प्रभाव नहीं पड़ता है। प्रभाव से रहित मीडिया विश्व के साथ अपने देश के समाचारों से लोगों को अवगत कराता है, अपने देश के लोगों की चिन्ताओं को दिखाता है। समाज व सरकार पर दबाव डालने के साथ सोचने के लिए बाध्य कर देता है। जब हम भारत के मीडिया के बारे में उसके चरित्र के साथ चेतना के बारे में सोचते व देखते हैं तो निराशा भरे दुख में संलिप्त हो जाते हैं। भारत का मीडिया जीवन के निचले सरोकारों को, आम जनता की आवाज को, बहुजनों की आवाज को, हिन्दू–मुस्लिम जैसे प्रश्नों को अपनी टी0आर0पी0 के अनुरूप दिखता है। भारत का मीडिया निष्पक्ष भाव से कार्य नहीं करता है, जातीय दृष्टिकोण से अछूता नहीं है। अन्ततः 'मीडिया के विभिन्न रूपों का उद्गम अलग–अलग रहा है। समाचार–पत्र उद्योग अधिकांशतः प्राइवेट सेक्टर में विकसित हुआ है। रेडियो और टी0वी0 के शुरूआती कदम राजकीय प्रमाणों के कारण जमे हैं। कई देशों में ये दोनों प्रसारण माध्यम आज भी पूरी तरह सरकार के कब्जे में हैं। कुछ देशों (जैसे भारत) में मिला–जुला नजारा है। ऐसे देशों में सरकार और निजी क्षेत्र में टी0वी0 और रेडियो आपस में होड़ करते रहते हैं। कुल मिलाकर मीडिया सरकारी हो या निजी क्षेत्र का, उसे राज्य द्वारा बनाये गये नियम–कानूनों के तहत ही काम करना पड़ता है।'3

मीडिया निरन्तर आगे बढ़ रहा है। मीडिया का अगला संशोधित रूप सोशल मीडिया है। मेनस्ट्रीम मीडिया अपने कार्य में असफल हुआ इसके कारण सोशल मीडिया आम आदमी का मीडिया बन गया है, बहुत हद तक बहुजनों का सोशल मीडिया कहा जाता है। सोशल मीडिया छोटी–सी–छोटी घटनाओं से सभी को अवगत कराता है। सोशल मीडिया ने दुनिया को सिकोड़ दिया है। भविष्य उज्ज्वल है।

ISSN NO.-2347-2944 (Print)
ISSN NO.-2582-2454 (Online)
Vol.-11, No.-II, Issues-14 YEAR- Dec. -2019

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. शोध सरिता (VOL 04 जन0 मार्च 2018) डॉ0 विनय कुमार शर्मा, संचार एजुकेशनल और रिसर्च फाउन्डेशन लखनऊ – पृ0–64
2. सामयिक सरस्वती (जु0–सित0–2017) महेश भारद्वाज– सामयिक प्रकाशन नई दिल्ली–02, पृ0–10–11
3. समाज विज्ञान विश्वकोश (खण्ड–4)–सम्पा0 अभय कुमार दूबे– राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली–002–संस्क0– ।। 2016, पृ0 1461–62

*****