

ब्रिटिश काल से वर्तमान समय तक मीडिया का बदलता परिदृश्य व चुनौतियां

आत्माराम

सहायक आचार्य, इतिहास
डॉ. भीमराव अम्बेडकर राजकीय
महाविद्यालय, श्रीगंगानगर

आज का परिदृश्य “उच्च तकनीक” और “सूचना विस्फोट” से समृद्ध है। अब प्रेस नहीं, मीडिया है। १८वीं सदी के उत्तरार्द्ध से भारतीय पत्रकारिता की शुरूआत (जेम्स ऑगस्टस हिककी द्वारा प्रकाशित समाचार पत्र “बंगाल गजट” १७८० ई. से मानी जाती है। प्रेस के द्वारा राष्ट्रवादी-भारतीयों ने देशभक्ति की भावनाओं, आधुनिक आर्थिक - सामाजिक - राजनीतिक विचारों का प्रचार कर अखिल भारतीय चेतना का सूत्रपात किया। राष्ट्रवादी समाचार पत्रों पर सरकारी नीतियों की लगातार आलोचना होती थी तथा भारतीय दृष्टिकोण को सरकार के सामने रखा जाता था। इन समाचार पत्रों में पायनियर, ट्रिब्यून, पेटीयाट, इण्डियन मिरर, बंगदूत, दि कोहिनूर, दि पंजाबी, दि केसरी, अमृत बाजार पत्रिका आदि प्रमुख थे। अपने सवा दो सौ सालों के सफर में इसने कई वैचारिक, संस्थानिक, आर्थिक व राजनैतिक और प्रौद्योगिकीय चुनौतियों का सामना किया है। इसमें कई बार यह अपने पथ से विचलित हुई तो कई बार सत्ता के समक्ष दृढ़ता का परिचय भी दिया है।^१

आज मीडिया बहुआयामी (रेडियो, न्यूज चैनल्स, इण्टरनेट और मुद्रण) बन चुका है। इसके प्रभाव डाइंगरूम तक ही नहीं, बल्कि बैडरूम से बाथरूम भी इसके दायरे में है। मीडिया ने किसी भी को अपरिचित नहीं छोड़ा है। “इसका एक ऐसा खुला हुआ रंगमंच है जिस पर यह खुलकर अभिनय करता है, रंगरूप बदलता रहता है, मंच व दर्शकों को एक साथ जोड़े रखता है और किसी भी दिशा से आ सकता है और आश्चर्य यह है कि इसका कभी किसी काल, क्षेत्र और शासन में पटाक्षेप नहीं होता लेकिन आधुनिक मानव, आधुनिक समाज व आधुनिक राजव्यवस्था का कारोबार भी इसके बिना नहीं चल सकता।

यह शीर्ष सत्ताधीश (राष्ट्रपति व प्रधानमंत्री, सैनिक व तानाशाह) व सामान्य नागरिक, समृद्धतम व्यक्ति व निर्धनतम व्यक्ति, मालिक व मजदुर और साक्षर व निरक्षर के बीच एक ही समय पर एक साथ सेतु की भूमिका भी निभाता है।

इस हैरतंगेज, ‘सेतु-भूमिका’ के कारण मीडिया को समाज और राज्य की असंख्य नजरो के कटघरे में भी सतत् खड़ा रहना पड़ता है। यह कटघरा मीडिया को उच्चखल, अराजक, और गैर जवाबदार बनने से रोकता है। यही विशिष्ट स्थिति मीडिया को राज्य के चौथे स्तम्भ का दर्जा दिलाती है, इसे शक्तिशाली बनाती है और इसे लोकतंत्र का पहरेदार घोषित करती है।^२ यद्यपि मीडिया देश के चौथे स्तम्भ के रूप में स्थापित हुआ है परन्तु इसके समक्ष अनेक चुनौतियां भी हैं।

मीडिया के प्रमुख साधन व उनके समक्ष चुनौतियां -

प्रिंट मीडिया - मनुष्य एक जिज्ञासु प्राणी है, अपने बारे में बताने की उत्सुकता एवं दुसरे के संबंध में जानने की जिज्ञासा उसकी सहजवृत्ति है। अनेकों संचार माध्यमों के बावजूद भी मनुष्य की ज्ञान एवं जिज्ञासु पिपासा समाचार पत्रों व पत्रिकाओं के माध्यम से ही पूर्ण होती है। समाचार पत्र न केवल विश्व की गतिविधियों, राष्ट्रों के उत्थान-पतन, क्षेत्र विशेष की समस्याओं से ही जनता को अवगत नहीं करवाते है, बल्कि जन सामान्य की सोच व मनोवृत्ति को भी प्रभावित करते है। यही वैचारिक बदलाव सामाजिक परिवर्तन की नींव डालता है। आज समाचार पत्र हमारे जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है। टाईम्स ऑफ इण्डिया के एडेल्टफ मायर्स ने लिखा है कि आज इस देश में विभिन्न प्रान्तीय भाषाओं एवं अंग्रेजी में कुल मिलाकर दो हजार से ज्यादा दैनिक और साप्ताहिक पत्र निकलते है।^३

परन्तु स्वतंत्रता के बाद प्रिंट मीडिया के समक्ष अनेक चुनौतियां हैं, सबसे बड़ी चुनौती अपने मूल अस्तित्व की रक्षा करना है। बहुराष्ट्रीय कम्पनियों अप्रत्यक्ष रूप से प्रिंट मीडिया पर कब्जा करने का सफल प्रयास कर रही हैं। पूंजीपतियों की मानसिकता से पत्रकारिता को बचाए रखना एक बड़ी चुनौती है। विज्ञापन भी औद्योगिक प्रतिष्ठानों, घरानों और सरकार से प्राप्त किए जाते हैं। ये विज्ञापन भी समाचार-पत्र के दृष्टिकोण को प्रभावित करते हैं। माफिया संस्कृति का प्रभाव भी समाचार पत्रों पर पड़ता है। अखबार चोरी, डैकेती, हत्याएं, दंगे-फसाद, चरित्र हनन, वीभत्स, मन को खिन्न और उत्तेजित करने वाले चित्रों एवं दृश्यों से परिपूर्ण होते हैं। अखबारों में ८० प्रतिशत ग्रामीण जन-जीवन से संबंधित कोई समाचार नहीं होते। आज के समाचार पत्र का रथ उस भ्रष्ट पत्रकार रूपी अंधे घोड़े के समान है जिसकी लगाम पूंजीपति (मालिक) रूपी सारथी के पास होती है।^४

इन्टरनेट - इन्टरनेट ने एक नया सूचना संसार हमारे सम्मुख खोल दिया है इन्टरनेट का उद्भव १९६६ में अमेरिकन मिलिटरी द्वारा परमाणु युद्ध के संदर्भ में सूचना के आदान-प्रदान के लिए हुआ। वर्तमान में इन्टरनेट का उपयोग करने वाले लगभग २०० से भी ज्यादा देश हैं। भारत सरकार ने भी नेटवर्क द्वारा रक्षा उद्योग, शोध संस्थानों, प्रमुख विश्वविद्यालयों तथा प्रशासनिक विभागों को जोड़ा है। इन्टरनेट की चमचमाती इस दुनिया में सोशल मीडिया जैसे फेसबुक, ट्वीटर, वॉट्सएप तथा ब्लॉग का इस्तेमाल बढ़ता जा रहा है। आज ई-बुक, डिस्टेंस लर्निंग, स्मार्ट क्लासेस, स्मार्ट बोर्ड्स और ऑन लाईन परीक्षा का दौर प्रारम्भ हो चुका है। गूगल व विकीपीडिया भी मानव के ज्ञान में सहयोगी बन रहे हैं। आज समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म सभी एक साथ इन्टरनेट पर उपलब्ध हैं।

लेकिन इसकी अपनी सीमाएं और कमियां हैं। संयुक्त राष्ट्र संघ की आधुनिकतम मानव विकास रिपोर्ट के अनुसार इन्टरनेट ने गरीब व अमीर के बीच के अन्तर को बढ़ा दिया है। गांवों और शहरों, स्त्री व पुरुषों, साक्षर व निरक्षर के बीच यह दूरी देखी जा सकती है। गुप्त सूचनाओं को गैर-कानूनी ढंग से ले लेना, पासवर्ड की चोरी, क्रेडिट-कार्ड नम्बर की गैर कानूनी चोरी आदि

अपराध बढ़े हैं। इन्टरनेट से पोर्नोग्राफी को बढ़ावा मिला है। जिससे नासमझ किशोर गलत-सही का फैसला लिए बिना अश्लीलता के जाल में फसते जा रहे हैं। आई.टी. ने अपराधियों को नवीन तकनीक ई-मेल, सेलफोन, सेटेलाइट फोन, ग्लोबल पोजिशनिंग आदि दिए हैं। ऐसी क्रियाओं पर नजर रखना बेहद मुश्किल कार्य है।^५

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया - पत्रकारिता के इतिहास में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का उदय एक क्रान्तिकारी घटना है। अपने श्रुत्य-दृश्य स्वरूप के अदम्य सम्मोहन से इसने सभी वर्ग को प्रभावित किया है। भारत जैसे विकासशील देश में तो इसका महत्व ओर भी बढ़ जाता है। देश में निरक्षरों को साक्षर बनाने में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अन्तर्गत रेडियो अत्यधिक प्रभावशाली भूमिका अदा करता है। क्योंकि गांव में रहने वालों के लिए समाचार पत्र का पहुँचना मुश्किल होता है तथा उसे पढ़वाकर सुनना और समझना और भी कठिन होता है। ऐसे में रेडियो शिक्षित और अशिक्षित दोनों ही तरह की जनता के लिए वरदान सिद्ध हो रहा है। यह करोड़ों श्रोताओं को एक साथ सूचना व मनोरंजन से लाभान्वित करता है। उदाहरण के लिए बी.बी.सी. लंदन के समाचार रेडियो के माध्यम से भारत में सुने जा सकते हैं।

टेलीविजन भी पत्रकारिता की एक शाखा है बच्चों व व्यक्तियों को सामूहिक रूप से शिक्षित करना, वोट देने के अधिकार की महत्ता, जनता में प्रतिनिधि चुनने, राजनीतिक दलबंदी विभिन्न दलों की नीति आदि संबंधित जानकारी व सरकारी व निजी घोषणाओं की सूचनाएं देने में टी.वी. चैनल शहरी, अर्द्धशहरी व कई ग्रामीण क्षेत्रों में संचार का एक सशक्त माध्यम है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से दूर-दराज में रहने वाले आदिवासी समाज को भी राष्ट्रीय विकास की मुख्यधारा से जोड़ा जा रहा है।^६

परन्तु भारत का इलेक्ट्रॉनिक मीडिया शैशवकाल में है। यह अत्यन्त संवेदनशील होगा या फूहड इसमें दोनों संभावनाएं हैं। टी.वी. व सिनेमा में जो हो रहा है, वह स्वीकार करने लायक नहीं।^७ आज टी.वी. चैनल्स विज्ञापन का सफल व प्रभावी माध्यम है। वर्तमान में विज्ञापन पूंजीवादी व्यवस्था की पूंजी है। विज्ञापन के माध्यम से आम लोगों के रहन सहन, जीवन शैली दिनचर्या, खान-पान, हाव भाव संस्कारों को बदला जा सकता है।

आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया तथाकथित टी.आर.पी. बढ़ाने के लिए देश की सांस्कृतिक सामाजिक तथा आध्यात्मिक विरासत व चिन्तन को तिलांजलि देने में भी नहीं हिचकिचाता। स्त्रियों का विज्ञापन संबंधी अंग प्रदर्शन, उत्तेजक दृश्य व संवाद का नयी पीढी पर बुरा असर पड़ रहा है। आज समाचार चैनलों पर हिंसा और बलात्कार की खबरों की बाढ़ सी आ गई है। इससे समाज में नैतिकता में कमी, उच्छृंखलता, उद्धण्डता व अनुशासनहीनता की समस्या बढ़ रही है।^७

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया हमारे अन्त मन में इतना गहरा प्रवेश कर चुका है कि इसके प्रभावों से निजात मुमकिन नजर नहीं आती है। जार्ज आर्वेल ने अपने उपन्यास “उन्नीस सौ चौरासी” में एक ऐसे राज्य / समाज का वर्णन किया है, जहां जगह-२ बड़े-बड़े बोर्ड लगे हुए हैं : - “बिग ब्रदर तुम्हें देख रहा है। यह तथ्य अब एक भयानक रूप धारण कर रहा है। इलेक्ट्रॉनिक बिग ब्रदर हमें मुसलसल देख रहा है।”

उद्देश्य :

इस शोध आलेख का उद्देश्य यह है कि मीडिया सूचना का मुख्य प्रदाता है। समाज में जागरूकता बढ़ाने शिक्षा एवं विचार निर्माण में सहयोग करता है। भारत में मीडिया पर बहुसांस्कृतिक, प्रजातान्त्रिक समाज में सामाजिक लेखा-जोखा करने का बहुत बड़ा कार्यदायित्व है। यह चौकीदार, एजेण्डा निर्माता एवं शक्ति के रूप में कार्य कर रहा है। लेकिन हमें यह भी ध्यान रखना होगा की मीडिया के लिए मीडिया का प्रबन्धन और नियंत्रण करने के लिए कायदे कानून से लेकर प्रलोभन विज्ञापन, भय, दण्ड सबका इस्तेमाल होता है। सरकारें डी.ए.वी.पी. (विज्ञापन और दृश्य प्रचार निदेशालय) पब्लिक रिलेशन (जन सम्पर्क) डिपार्टमेंट से लेकर पत्र सूचना कार्यालय (प्रेस इंफोरमेशन ब्यूरो) तक के जरिए सूचनाओं के प्रवाह को अधिकारिक रूप से अपने पक्ष में रखने की कोशिश करती है। मीडिया को सर्विस टैक्स, सी.एस.टी. वैट आदि टैक्सों से छूट मिली हुई है। इस छूट के जरिये भी मीडिया को नियंत्रित किया जाता है।^८

भविष्य में और भी अधिक “बर्बर उपभोक्तावाद” का विस्फोट होगा। वर्चस्ववादी शक्तियाँ अपने लक्ष्य की

पूर्ति के लिए मीडिया का बर्बरतापूर्ण ढंग से इस्तेमाल करेंगी, चूंकि भारत अगले २० वर्षों में विश्व की बड़ी आर्थिक शक्ति बनने की ओर अग्रसर है। यह आर्थिक शक्ति मीडिया के चरित्र को भी प्रभावित करेगी। अतः मीडिया को पथ विमुख न होने दिया जाए यह तभी संभव है जब जन दबाव पैदा किया जाये।

निष्कर्ष :

पूँजीवाद, बाजारवाद, उपभोक्तावाद, राजनीतिक दबाव के बावजूद भी मीडिया की भूमिका को कम नहीं आंका जा सकता है। उदाहरण के लिए जेसिका लाल हत्याकाण्ड, प्रियदर्शनी मट्टू हत्याकाण्ड, कटारा हत्याकाण्ड जैसे मामलों को मीडिया ने नये ढंग से उठाकर इनका रूख ही बदल दिया। यदि मीडिया नोएडा के निठारी हत्याकाण्ड को फोकस में नहीं लाता तो इसकी भयावहता गुमनामी में समा जाती। मुम्बई के फुटपाथों पर सोने वालों को बिगड़े रईसजादों द्वारा कुचलना कम दर्दनाक घटना नहीं है। मीडिया द्वारा ऐसे दोषी लोगों को फोकस में लाकर अपराध की गम्भीरता का अहसास अदालत को करवाना साहसिक कार्य है। अतः इसकी हस्तक्षेप धर्मिता में तेजी लायी जाये, इसका विस्तार होना चाहिए और समाज की तल हटियों तक इसे पहुँचना चाहिए।

संदर्भ सूची -

१. भारत का राजनैतिक व सांस्कृतिक इतिहास, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी । पृ.स. ३४६
२. जोशी रामशरण, मीडिया : मिशन से बाजारीकरण तक (२००८), वाग्देवी प्रकाशन बीकानेर । पृ.स. ४७, ५७
३. बेरी मीनाक्षी, पत्रकारिता के विविध आयाम (२०१२), रूचिका प्रिन्टर्स इलाहाबाद । पृ.स. ४७
४. चतुर्वेदी सुषमा, जन संचार एवं पत्रकारिता (२००४), ज्योति प्रकाशन जयपुर। पृ.स. १६७
५. शर्मा कुमुद, समाचार बाजार की नैतिकता (२००६), सामयिक बुक्स नई दिल्ली। पृ.स. १५, १७
६. ईस्सर देवेन्द्र, मीडिया : मिथ्स और मूल्य (२००८), इन्द्र प्रस्थ प्रकाशन दिल्ली । पृ.स. १६
७. धर्मेन्द्र सिंह, सूचना, समाज और संचार (२०१०), नेहा पब्लिशर्स, नई दिल्ली। पृ.स. १४१, १४२
८. मंडल दिलीप, मीडिया का अण्डरवर्ल्ड (२०११), राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड नई दिल्ली। पृ.स. ०८