मीडिया का बाजारीकरण

Ujjwal S. Kadode
State University of Perfroming & Visual Arts, Rohtak. (HR)

गांधीजी ने माध्यमों की मर्यादा, स्वतंत्रता पर कहा था–मेरा अनुभव मुझे बताता है कि हिंसा के रास्ते पर चलकर सत्य का प्रचार कभी नहीं किया जा सकता। जिन्हे अपने लक्ष्य की न्यायोचितता में विश्वास है, उनमें असीम धैर्य होना आवश्यक है और सविनय अवज्ञा में भाग लेने के लिए योग्य माध्यम वही हैं जो आपराधिक अवज्ञा या हिंसा पर कभी उतारू नहीं होंगे।

आज का एक मात्र 'ब्रम्ह' मीडिया है। इसके अनेक रूप हैं 'एकोहं बहुस्यामः कभी यह निर्णायाक, संचालक है तो कभी संहारक भी। मीडिया पर जो दिखाया जाता है या चलता है, उसे यथार्थ के नामपर जायज ठहराया जाता है। पर यथार्थ सच नही होता। उसी प्रकार मीडिया का यथार्थ सच से काफी परे होता है। मानव जन्म से लेकर संपुर्ण जीवन तक विविध अंगो, अनुभवों को ग्रहण करता है। इसके जीवन की संपुर्ण अभिव्यक्तियां भिन्न–भिन्न माध्यमों द्वारा अभिव्यक्त करता है। इसके हर माध्यमों की अपनी विशिष्टता होती है। अपनी स्वयं की अभिव्यक्ति, स्वरूप अलग होते है। इसके प्रस्तुतिकरण में भी विभिन्नता दिखाई पडती है। प्रिंट मीडिया की अपणी अलग पहचान और भाषा है। रेडियोंपर आवाजो का जादू चलता है। टेलिव्हिजन इससे संपूर्ण अलग है, और सिनेमा तो मायावी दुनिया का दर्शक है। वक्त के साथ मीडिया का आधुनिकिरण होता गया, नये जमाने में कंम्प्यूटर, इंटरनेट, व्हास्टअप, गुगल, जी–मेल, फेसबुक ट्विटर, लिंकडिन, और व्यापारी वेबसाईट और सोशियल मीडिया भी अपनी पैक जमा रहे है और इसका प्रचलन बढता जा रहा है तथा समाज में अपनी जगह बनाने में सफल हो रहें है। मोबाईल युग में एस एम एस की उपयोगिता तथा युवाओं में इसका प्रभाव अधिक है। हर दस युवको में से सात युवक मोबाईल पर इंटरनेट ऑनलाईन होते है। और वह हमारे जिंदगी का अभिन्न अंग बन गया है। डॉ रतन कुमार पाण्डेय ने 'मीडिया कें यथार्थ' में लिखा है कि मीडिया के यथार्थ ने हमारे संबंध को बदलकर रख दिया है। उन रिश्तों की मिठास उनकी गंध, उनकी मधुरता गायब हो चुकी है। शेष है लेन–देन, उपयोगिता और जरूरत। हमारे हाथ से क्या छूटा है– संवेदनशीलता, मनुष्यता, नैतिकता, सामाजिकता, और अपनापा। बदले में क्या पाया है–लूट–खसोट, भोग लिप्सा, निर्व्दव्द व्यक्तिवादिता आदि। यह आजका लेन–देन का हिसाब।''

मीडिया किस मार्ग से प्रवाहित हो रहा है यह गहन अध्ययन का विषय है। लेकिन इसके उदाहरण हम खुली ऑखों से देख रहे है। विभिन्न चॅनलो पर अपराधिक, अमानवीय, नग्णता और अश्लीलता का उस्विकरण है। मीडियां में ऐसी घटनाऐं प्रस्तुत कि जाती है। जो सनसनी, बारदात आदि को उत्सवधर्मी बनाकर प्रस्तुत करणे में लगी है। टी आर पी बढाने कें प्रयास में हम समाज की अस्मिता, भाव, भावनाऐं अपनी संस्कृति को भ्रष्ट करने में लगे है। यह करने से समाज को क्या हासिल होगा, बहुत सारे चॅनल ऐसे कार्यक्रम बनाते है या ऐसे कार्यक्रम की होड़ में लगे है जिससे परिवार नाम की संस्था ध्वस्त हो रही है, भाव, भावनाऐं, परिवारीक आत्मीय रिश्ते, सबंध इतने गिर चुके है की गुंजाईश ही नही रही। और किसी को भी इसपर विचार, मंथन करने का समय नही रहा। सिर्फ अपना मतलब और अपना उत्कर्ष तथा अपणा भोग विलास ही जीवन का लक्षय बन गया है। विभिन्न माध्यमों पर नारियों कों विकृत दृष्टिकोण से दिखाना, विदेशी पुंजी और कॉरपोरेट की दुनिया द्वारा किया जाने वाला छल उसे समझ में नही आ रहा है। उसकी छवि चाहे वह विज्ञापन में हो या सिरियल में या उसकी सिनेमा में कौन सी बनी है। स्वैरचारिणी, परपुरूष गामिनी, छली, धोकेबाज, विलासितामें डुबी हुई आदि को प्रस्तुत करण क्या हम भारतीय संस्कृति को ऐसे ही प्रदर्शित कर रहें है। क्या यही सामाजिक प्रश्नो का सच है। जिसे हम हर समय स्वीकार रहे है। क्या इसे अपने जीवन का हिस्सा मानकर स्वीकार कर सकते है। प्रश्न यह उठता है कि इसके लिये हम जिम्मेदार नही है। आज हम समाज में देख रहे है कि चारों तरफ विभिन्न मीडिया अपने पैर फैला चुका है, क्या ये होना चाहिएं मोबाईल और इंटरनेट मीडिया को अपनी मर्यादा का अहसास भी नही रहा। कुछ चॅनलोपर बच्चो के लिऐ पोगो, कारटुन चॅनल, आदिपर जो कार्यक्रम दिखाई देते है वह कितने बाल मनोविज्ञान से लाभाविन्वीत है। क्या इससे बच्चो मानसिक विकास हो रहा है। दिशाहीन दृश्य कल्पनाओं के संजाल दिखाकर उनकी वैचारिक शक्ति को भ्रष्ट कर रहे है और ये बच्चे इतने कढोर और निडर बनते जा रहे है कि उनका डाटना, पुचकारना असंभव हो गया है। मीडिया समाज के हर स्तर पर इतना हावी हो गया है की आज का युवक अपना अमूल्य समय, योग्य क्रयशक्ति दिशाहीन हो गयी है। इसका फलीत बगीचे, चौराहो पर समय व्यतीत करण की संस्कृति जन्म ले चुकी है। क्या इसके लिए मीडिया जिम्मेदार नही है। ऐसे कार्यक्रम का निर्माण हो कि जिससे युवाओं को नई दृष्टि, सही दिशा में सोचने को और देश का अच्छा नागरिक बनने के लिए प्रेरित करता हो।

इतना होने के बावजुद भी हमारें मन में प्रश्न है की माध्यमों की सत्यता और यर्थातता क्या दिखाई देती है। उसमें मीडियां कौनसा भी हो, इसमें वेबमीडिया अर्थात सोशियल मीडियां, ईलेक्ट्रोनिक मीडियां मर्यादा के बाहर सोच रहा है और इसके विपरित हमनें व्यक्तिवाद, भाषावाद, भोग विलास, दुसरों के तरफ देखने का दृष्टिकोण आदि को अपनाना शुरू किया है।वक्त के साथ–साथ मीडिया अपना रूप बदल रहा है। इसमें काफी बदलाव आया है। पुराने और नऐं कार्यक्रम में काफी फर्क दिखाई दे रहा है। पुराने कार्यक्रम जीवन एवं समाज के विभिन्न समस्यांओं पर प्रकाश डालते थे और समाज की विचार धारा को बदलने का प्रयास किया जाता था। लेकिन विपरित आजके कार्यक्रम दिशाहिन दिखाई देते है। शिक्षा, धार्मिक, आध्यात्मिकता पर भी मीडियांने अपना प्रभाव छोडा है। इसमें आस्था के नाम पर अंधश्रद्धा, उन्माद, तथा वैचारिक अस्थिरता कों बढावा देने में सहायक रहा। आध्यात्मिकता और आस्था के नाम पर इतने साधुमूनी ज्ञान, प्रवचन, सत्संग लगा रहे है जो हम रोज विभिन्न चॅनलो पर देख रहे है लेकिन इससे कितने लोग लाभान्वित हो रहे है। लाख कोशिशो के बावजुद समाज में अस्थिरता, अन्याय, भ्रष्टाचार, विषमता, गरीबी बढती जा रही है और धर्म के नामपर दुरीयां और बढ रही है। इसका मतलब यह है की मीडिया अपने को कौनसे स्तर पर रख पा रहा है। और अपणे फायदे के लिऐ अपने को दाव पर लगा रहा है। क्या यह पुंजीपतियो का बाजार कहें या ताकत या शक्ति कहें। लेकिन ये तो बेचना और खरीदना जानतें है। जो की बहुराष्टीय मीडिया इसी का ही फायदा ले रहा है। जो हमारी स्वतंत्रता, विचार अधिकार आदिको बेचकर हमें कुंठित और मर्यादाओं में बांध रहा है। झूठ को प्रसारित और प्रचारित करके सत्य को तोड़–मरोड़कर, दबोचना आदि कोशिशे हो रही है। वो यह सबकुछ यह जानबूझकर उपभोक्ताओंपर थोप रहें है। इसमें व्यवहार से जो लोग जुड़े है उन्होने अपना स्वाभिमान, स्वतंत्रता, इमान, धर्म, वैचारिकता, अपना अस्तित्व आदि सबकुछ बेच रखा है।

मीडिया यथार्थ के नाम पर कुछ बातों को नमक मिर्च लगाकर प्रस्तुत करता है। क्योंकि वह सच के आंखो से देखने की जोखिम नही उठाता। वर्तमान मुख्य धारा में मीडिया शक्ति संपन्न पुंजीपति, राजनेता तथा व्यवस्था की गुलाम हो चुकी है। इसमें मीडिया में प्रतिरोध की संभावना के अभाव के करण मीडिया के तानाशाह बनने का खतरा बना रहता है इसलिए इसके स्वरूप और ढाचा को आज वर्तमान और भविष्य में मीडिया का रूप बदलना होगा, एक समानांत्तर मीडिया विकसीत करना होगा इसका मतलब जनतात्रिक मीडिया को विकसित करना होगा।

मीडिया जनता के हाथ का हथियार और जनता के शोषण का औजार भी है। मीडिया के तरफ देखने का दृष्टिकोण अलग–अलग हो सकता है। आज मीडिया सही राह अपनाऐं तो व्यक्ति, मानव की दिशा, गति और रूप बदल दे, उसे सुंदर तथा योग्य बना दे। माध्यमों के विभिन्न कार्यो में सूचना देना, लोगो को शिक्षा प्रदान करना मनोरंजन तथा सत्य के प्रति जागृत करना, मीडिया हमारे खुशहाली जीवन के लिऐं प्रयास, प्रेरणा देना तथा जीवन को सुंदर के साथ और सुंदर बनाने में मदद करना।

आज मीडियां इतना प्रभावशाली और सशक्त शक्तिशाली हो गया है कि आम इन्सान के सोच के बाहर की बात हो गयी है। इसमें इसकी दिशा कौनसी है दृष्टिकोण कौनसा है यह तय करना जरूरी है। सही दिशा हो तो इसका परिनाम गतिशील, सोच और किया को सकारात्मक ढंग से बदल ले तो राष्ट्र का नक्शा तथा हमारे जीवन का रूप ही बदल जाएगा। आज वर्तमान युग में मीडिया हमारें लिऐ वरदान है। क्योंकि वह अनंत उर्जा और क्षमता से भरा है, सबसे शक्तिशाली है। साहित्य, कला, विज्ञान और संस्कृति आदि की उन उपब्धियों को जो जीवन को बेहतर बना सकती है। यदि लोगो तक पहुचने में सहायक हो सके तो यह संभव हो सकेगा। अतीत, वर्तमान और भविष्य के सेतु के रूप में उसे गतिशील करे तो इसे जीवनोन्मखी और समाजोन्मुखी रखा जा सकता है जिससे सच्चे जनतंत्र की ओर बढने में सहायता मिल सकती है।

मीडियां पर आतंक का साया–शार्ली एब्दो का कार्टुन छापने के बाद आतंकवादियोने वहा के संपूर्ण मीडिया कर्मियों को मौत के घाट उतार दियां। यह घिनोनी हरकत से पूरा विश्व स्तब्द हो गया। हाल ही में सिडनी के कैफे में बंदुक की नोक पर तीन दर्जन से अधिक लोगों को बंधक बनाए जाने की घटना उस आतंकवाद की गंभीरता को नऐ सिरे से रेखांकित कर सकती है। जिससे आज पुरी दुनिया को झुकना पड़ रहा है। दुसरे घटना में इसका प्रभाव भारत में भी दिखाई पड रहा है। हालही में लखनउ के फेमस उर्दु न्यूज पेपर 'अवधनामा'के मुंबई संस्करण में विवादित शार्ली एब्दो के कार्टून पब्लिश करने के बाद इसके एडिटर को काफी मुश्किलों का सामना करना पड रह है। उर्दु न्यूज पेपर की एकमात्र महिला एडिटर शिरीन दलवी को इन विवादो कें बाद आखिरकार न्यूज पेपर बंद करना पडा। 17 जनवरी के संस्करण में पैगंबर हजरत मोहम्मद के एक कार्टून को पब्लिश किया था, जिसके बाद शिरीन के खिलाफ कई जगहों पर पुलिस शिकायत दर्ज कराई गई थी। दहशतवादी घटनाओ ने तथा आतंकियों के बढते प्रभाव क्षेत्र के कारण मीडिया के वैचारिक स्वतंत्रता पर रोक या समाप्त करने की साजिश रची जा रही है। यदि कटट्रपंथी सोच को हतोत्साहित नही किया गया तो इसके कितने गंभीर दुष्परिणाम हो सकतें है। लेकिन दुर्भाग्य यह है कि विचारधाराके स्तर पर यह लढाई नही हो रही है। इसपर मीडिया को शांतिसे और विचारो से निर्णय लेना होगा।

आतंकवाद के खिलाफ लड़ाई में सोशल मीडिया का भी साथ लेने की जरूरत है। अभी तो केवल आतंकी समूह ही सोशल मीड़िया के जरिए अपने कटट्रपंथी विचार दुनिया में फैला रहे है। इनसे मुकाबले के लिए सरकारों और समाज को सोशल मीड़िया का अधिक से अधिक इस्तेमाल करना होगा।

मीड़िया की ध्वस्त विश्वसनीयता पर सवाल– मीडियां के संदर्भ में ये दो महत्वपुर्ण बातें हैं जो नागरिक की प्राथमिकता और ऑडिएंस होने की स्थिति को एक–दुसरे से अलग करती हैं। तीन दशकों तक या आज भी अगर यह स्थिति किसी न किसी रूप में मौजूद है और मीडियां को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ कहा जा रहा है

तो इसका मतलब है कि उससे जुड़े लोग अपने आप बतौर नागरिक परिभाषित होते जा रहे हैं। इस हिसाब से मीडिया विश्लेशन इस बात पर आकर टिका जाता है कि नागरिको के लिए मीडिया की क्या अनिवार्यता है। दुसरे तरीके से कहें कि नागरिकों की जरूरतों को पुरा करनें में मीडिया किस तरह मदद करता है। एक पत्रकार दुसरे पत्रकार की भूमिका और उसकी रिपोर्ट पर सवाल खड़ा करता है क्यां इसमें विश्वसनीयता दिखती है। एक चैनल दूसरी पत्रिका को दोषी करार दे रहा है। लेकिन एक बात तय थी कि इस प्रकरण के बाद मीडिया की छवि और विश्वसनीयता बुरी तरह ध्वस्त हुई है। लोगों के बीच गहराई तक यह संदेश गया कि सामाजिक सरोकार की बात करने वाले मीडिया की भूमिका संदेहास्पद है। कंटेट को लेकर तो यह बहस बहुत पहले से ही चली आ रही है कि इस माध्यम ने सामाजिक हित को नजरअंदाज करते हुए लगातार ऐसे कार्यक्रम प्रसारित किए जिससे निजी कंपनियो कॉर्पोरेट, मनोरंजन उद्योग और बाजार को फायदा पहुचता है। 2009 के चुनाव में यह बात भी सामने आ गई कि मीडिया का बडा हिस्सा पेड न्यूज का शिकार हो चुका है और यहाँ राजनीतिक खबरें पैसे और सुविधाएं लेकर छापी जाती है। मीडिया की विश्वसनीयता को दुसरा बडा झटका 2010 में 2जी स्पेक्ट्र घोटाले में कॉर्पोरेट और राजनीतिक व्यक्तियों के साथ लॉबींइंग से संबधित खबरों के सार्वजनिक होने पर लगा। पंकज पचौरी 2011 में कहा था ''मीडिया को आज तय करना है कि आपको राजनीति करनी है, कॉर्पोरेट बन कर मुनाफा कमाना है या पत्रकारिता करनी है। अगर मीडिया का लक्ष्य मुनाफा कमाना ही है तो वो रियल इस्टेट में तथा टायर ट्यूब की फैक्ट्री चलाएं या उस धंधे में शामिल हो जिससे दुगना मुनाफा है, मीडिया ही क्यों। मीडिया में कालाबाजारी है, गड़बडी है और वो इसलिए है कि हम अपने धर्म का पालन नहीं कर रहे है। लोग टोपी और टीशर्ट पहनकर कहेंगे–मेरा मीडिया चोर है''।

आज देश की अर्थ व्यवस्था कहाँ जा रही है। ताजा आकड़ो से पता चलता है कि समाज आर्थिक रूपसे बहुत कमजोर है, विकास कि दौड़ में हम गरीबी, बीपिएल रेखा, गरीब लोगो कें विभिन्न योजनाओं का प्रावधान आदि शब्दो कों बचपन से लेकर आजतक हम सुन रहे है लेकिन विकास के नाम पर राजनैतिक दल चुनाव अभियान में विज्ञापनों पर अरबो रूपये बहा रहे है। दिल्ली से प्रकाशित 'शुकवार पत्रिका' में पत्रकार सगीर किरमानीजी ने अपने लेख में लिखा 'लोकतंत्र' पर प्रचारतंत्र' कुछ ज्यादा ही हावी होता नजर आ रहा है। यह चुनाव जीतने की रणनीति के तहत चुनाव प्रचार में पानी की तरह पैसा बहाया जा रहा है। 'पिच मेडिसन मीडिया आउटलुक' की रिपोर्ट के मुताबिक इस बार के लोकसभा चुनाव में 25 अरब रूपये राजनितिक दलों द्वारा विज्ञापन पर खर्च करने का अनुमान है, जबकी पिछले–2009 के लोकसभा चुनाव में 5 अरब रूपये इस मद में खर्च किए गए थे।

अंतरराष्ट्रीय स्तर की कंसलटिंग कंपनी 'केपीएमजी' के मीडिया प्रमुख जेहिल टक्कर के अनुसार 'जिस तरह मीडिया का विस्तार हुआ है, टेलीविजन चैनलों और अखबारों की तादाद बढी है और खास तौर से सोशलमीडिया और इंटरनेट का प्रयोग नाटकीय तौर पर बहुत ज्यादा बढ़ गया है। उसी के अनुपात में विज्ञापनों का राजस्व भी बढ़ा है। इस लिहाज से पूरे चनाव में विज्ञापन उद्योग में जबरदस्त उछाल रहा। एक बड़ी राजनीतिक पार्टी ने टेलीविजन, रेडियों, अखबार और डिजिटल मीडिया पर गत चुनाव में चार अरब रूपये खर्च करने की योजना बनाई थी। इसमें करीब 30 प्रतिशत भाग प्रिंट मीडिया पर खर्च किया था। इससे अंदाजा लगाया जा सकता है की चुनाव में विज्ञापनो पर कितना पैसा खर्च किया जा रहा है। इंटरनेट और सोशल मीडिया में विज्ञापनो के रेट आसमान छु रहें है, 2013 में इस माध्यम का विज्ञापन राजस्व 38 प्रतिशत बढ़ा है। हालांकी 162 अरब रूपये के प्रिंट मीडिया के विज्ञापन उद्योग के मुकाबले में डिजिटल मीडिया का विज्ञापन उद्योग महज 30,1 अरब रूपये का है मगर अब इसमें आच्छर्यकारक रूप से बढोतरी हो रही है।

साहित्य में संवाद की संभावना होती है और मीडिया एक तरफा माध्यम है। यह दिखा या सुना जा सकता है।53 साहित्य के प्रति कहा जाऐ तो मीडिया साहित्य को मारना चाहता भी नही क्योंकि साहित्य ही तो उसका उपजिव्य है। आज मीडिया के युग में साहित्य का निर्माण भलेही मीडिया के लिए हो किंतु साहित्य सर्जन एक रचायत विधा है। और सर्जकता के कारण ही साहित्य संवेदना को जन्म देता है। मीडिया उसके सहचर के रूपमें उसके साथ–साथ चलेगा। क्या मीडिया ने हमारी करूणा और उपेक्षित की संवेदना को, जिसके प्रति साहित्य की गहरी आस्था है,उस आस्था, संवेदना को मिटा तो नहीं रहा है। आज चारों ओर एक प्रतिरोधहिनता का वातावरण बन रहा है। कही वह प्रतिरोधहिन वातावरण को बढाने में मीडिया अपनी भूमिका तो नही निभा रहा है।

मीडिया हमारे लिए वरदान बन सकता है क्योंकि वह अनंत उर्जा और क्षमता से भरा है, और सबसे ताकतवर है। अगर वह सही दिशा और गति में चल सके तो हमारे समाज का नक्शा बदलते देर नहीं लगेगी। साहित्य कला, विज्ञान और संस्कृति आदि की उन उपलब्धियो को जो जीवन को बेहतर बना सकती है, यदि लोगो तक पहुचाने में यह साहायक हो सके तो यह संभव हो सकेगा। अतीत, वर्तमान और भविष्य में सेतु के रूप में इसे गतिशील करके इसे जीवनोन्मुखी और समाजोन्मुखी रखा जा सकता है जिससे सच्चे जनतंत्र की ओर बढ़ने में सहायता मिल सकती है।

संदर्भः

1. दैनिक जागरण, 2. मीडिया का यथार्थ–आर के पांण्डेय, 3. गुगल–विकिपीडिया, 4. महात्मा गांधी के विचार–के प्रभु, 5.'दैनिक भास्कर, सामयिक पत्रिका दुनिया इन दिनों– जनवरी, 2015, 6. मंडी में मीडिया–विनीत कुमार, 7. विज्ञापन दुनियां, विज्ञापन डॉट कॉम.