

सूचना—क्रांति और जन समाज

डा. मधु लोमेश

प्रोफेसर, अदिति महाविद्यालय

पिछले कुछ दशकों में 'सूचना—क्रांति', 'सूचना महाविस्फोट' की स्थिति से चमत्कृत कर देने वाले नतीजे उभर कर सामने आए हैं। जिनकी दस्तक बीते वर्षों में साफ सुनी जा रही थी। सूचना औद्योगिकी के बढ़ते वर्चस्व, डिजिटल तकनीकों के आगमन से मीडिया उद्योग नए रंग—ढंग, नए कलेवर में समाज के समक्ष उपस्थित हुआ है। बाजारवादी शक्तियों, तकनीकी प्रभावों से युक्त मीडिया समाज को अपनी चकाचौंध—ग्लैमर के मायाजाल में लुभा उसे अपना अनुगामी बनाने की कला में पारंगत हो रहा है। मीडिया की बढ़ती ताकत का आभास कर एक ओर जहाँ बड़े—बड़े कारपोरेट खिलाड़ी, पूंजीपति घरानों, बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का पदार्पण इस ओर बढ़ा है, वहीं दूसरी ओर मीडिया—नियमन के लिये नयी तकनीक, नए प्रयोग करने की क्षमताओं का दबाव अनिवार्य रूप से बढ़ा है। इन्हीं के चलते मीडिया का रूप—स्वरूप आज पूर्णतया परिवर्तित हो चुका है।

समय परिवर्तनशील है। इस परिवर्तनशीलता के कारण ही मीडिया में नयी संभावनाओं को नकारा नहीं जा सकता। सूचना—संप्रेषण, समाज हित लोककल्याण को सर्वोपरि मानने वाली पत्रकारिता २१ वीं सदी में 'मीडिया रूप' में स्थापित हो चुकी है। आधुनिक परिप्रेक्ष्य में नयी पत्रकारिता 'सूचना उद्योग' का पर्याय है तथाकथित नई पत्रकारिता 'इलैक्ट्रॉनिक पत्रकारिता' है जहाँ परम्परागत पत्रकारिता ढांचे को ध्वस्त कर सर्वथा नवीन रूप में समाचारों का संपादन, प्रकाशन, लेखन, प्रसारण और प्रस्तुतिकरण किया जा रहा है। जीवन जगत से जुड़ी नवीनतम घटनाओं का चयन, समाचार—विचार का तकनीकी क्षमताओं से युक्त प्रभावशाली संप्रेषण जनसंचार माध्यमों द्वारा किया जाता है। नई टेक्नोलॉजी के परिणामस्वरूप इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के प्रति ललक पहले की अपेक्षा अधिक बढ़ी है। मीडिया ने अपनी कार्यप्रणाली में बदलाव कर समाज के प्रत्येक क्षेत्र में गहरी पैठ बना ली है। 'माध्यमगत साम्राज्यवाद' द्वारा आज मीडिया सम्पूर्ण विश्व को नियंत्रित कर रहा है। तकनीकी सुविधाओं, कुशलताओं ने मीडिया—परिदृश्य में युगान्तकारी परिवर्तन उपस्थित कर अपनी 'मनोपली' घोषित कर दी है। पूंजी कौशल और तकनीक से प्रेरित मीडिया का यह नया रूप है।

विज्ञान और तकनीकी विकास से मीडिया—क्षेत्रों में क्रांतिकारी परिवर्तन हुए। कम्प्यूटर आधारित तकनीकों, इन्टरनेट, सेटेलाइट सुविधाओं 'सूचना हाइवे' द्वारा हम एक नई संचार व्यवस्था से रूबरू हुए। इस प्रकार की व्यवस्था में सम्पूर्ण मीडिया इन्डस्ट्री वातानुकूलित कमरों में कैद हो जन—समाज के लिये जनसंचार की प्रक्रिया को निर्देशित करने लगी। कम्प्यूटर प्रणाली इस कार्य में सहयोगी बन दुनिया भर के विविध विषयों—क्षेत्रों से जुड़ी सामग्री को पलक झपकते ही हाजिर करने लगी। त्वरित संप्रेषण, विश्वव्यापी उपलब्धता की दृष्टि से आधुनिक मीडिया की इन विशिष्टताओं को कम करके नहीं आंका जा सकता। आज इसकी व्यापकता और प्रभाव अपरिमित है। दूर दराज के इलाके इसकी पहुँच में हैं। चुटकियों में ही पूरा समाचार रिपोर्टिंग, डमी आदि का स्थानांतरण कहीं किसी भी रूप में किसी भी भाषा से संभव है। नयी तकनीकी कुशलताओं उपलब्धियों ने 'कम्पोजिट रूप' जैसे परम्परागत स्वरूप को महत्वहीन कर दिया है। 'मशीन पावर' के समक्ष 'मैन पावर' बौनी सिद्ध हो गयी है। अपेक्षाकृत कम लागत में अधिक सुविधाजनक, प्रभावपूर्ण पत्रकारिता समाज को लुभा रही है। नए कलेवर नवीन संभावनाओं से युक्त आज मीडिया जिस रफ़्तार से प्रगति की ओर अग्रसर है निश्चय ही आगामी २० वर्षों में पिछले १०० वर्षों की उपलब्धियाँ पफीकी पड़ जाएँगी।

आधुनिक परिवेश में सूचना—संप्रेषण जटिल कार्य है। मीडिया क्षेत्र से इतर ऐसा कौन सा व्यवसाय है जहाँ प्रतिदिन चौबीसों घंटे अलग—२ विषयों—क्षेत्रों संदर्भों और प्रयोजनों के लिये सम्बन्धित घटकों, कारकों से तालमेल बिठाते हुए निरंतर संघर्षशील बने रहना होता होगा? कुकुरमुत्तों की तरह

रोज उग रहे समाचार चैनलों पत्र—पत्रिकाओं ने इस ओर अनावश्यक दबाव निर्मित किया है। फलस्वरूप तकनीकी कुशलताओं का मनमाना प्रयोग इस क्षेत्र में विजयी होने की पराकाष्ठा बन उपस्थित हुआ है। जितना अधिक तकनीकी ज्ञान, तकनीकी क्षमताओं का कुशल संयोजन उतनी ही अधिक सफलता। पत्रकारिता कर्म, पत्रकार के कर्तव्य, नैतिक मानदंड, आचार संहिता सब निरर्थक सिद्ध होने लगते हैं, ऐसे में स्वार्थ सिद्धि को सर्वोपरि मान—मुनाफा कमाना अधिक श्रेयस्कर लगता है। यही 'मूल मंत्र आज की मीडिया का यथार्थ है।

तकनीकी प्रगति ने मीडिया के स्वरूप में आमूल परिवर्तन किया। आरम्भिक दौर में मुद्रण प्रकाशन जैसी सुविधाओं ने पत्रकारिता का जिस प्रकार तीव्र विकास किया तत्पश्चात् मानव प्रगति की नवीनतम उपलब्धियों ने इस प्रक्रिया को निरंतर विकासशील बनाए रखा। यातायात सुविधाओं, डाक वितरण व्यवस्था एवं उत्कृष्ट मुद्रण—तकनीक ने पत्रकारिता के प्रचार—प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। यह वह दौर था जब प्रिंट—माध्यम संचार—संप्रेषण के प्रमुख स्रोत बने। साथ ही परम्परागत संचार माध्यम इस प्रक्रिया में उसके सहयोगी रहे। स्वतंत्र भारत में अनेक बदलावों को ग्रहण किया गया, पर पिछले कुछ दशकों में संचार—प्रक्रिया जनसंचार माध्यमों में तेजी से बदलाव आया। संचार कार्य आज 'जनसंचार' के रूप में और जनमाध्यम 'मीडिया' रूप में जाना जाने लगा। सामाजिक विकास की दिशा में मीडिया की भूमिका नकारी नहीं जा सकती। समाज के प्रत्येक क्षेत्र वर्ग, इकाई की इच्छाओं—आकांक्षाओं को प्रभावित करते हुए मीडिया की सकारात्मक—नकारात्मक भूमिका आज दृष्टव्य है।

रेडियों, टेलिविजन, सिनेमा, विज्ञापन ने इस दिशा में महत्वपूर्ण कार्य किया। कम्प्यूटर आधारित तकनीकों के विकास से इन्टरनेट, ई—मेल, मल्टीमीडिया ने जनसंचार क्षेत्र में नयी विधियों, मीडिया क्षेत्र में नए प्रयोगों की संभावनाओं को बल दिया। हिन्दी पत्रकारिता के इतिहास में यह युग तकनीकी क्रांति का युग है। कम्प्यूटर इन्टरनेट ने २१वीं सदी में प्रचार—प्रसार, जनमाध्यमों की कार्यशैली, मीडिया संस्थानों की सोच को पूर्णतया परिवर्तित कर दिया है। कम्प्यूटर व्यवस्था के अनुकूल मीडिया संस्थानों कार्यालयों को नया लुक दिया जा रहा है, वातानुकूलित कक्ष, प्रकाश व्यवस्था, नई तामझाम और कम्प्यूटर—ज्ञान में दक्षता हासिल करने वाले हजारों की तादाद में युवा—कर्मियों की भरमार देखी जा सकती है, जो तकनीकी ज्ञान में पारंगत अवश्य हैं पर पत्रकारिता कर्म व अनुभव से वंचित है। आज अनुभव तकनीकी दक्षता के समक्ष गौण है यही नहीं दृश्य माध्यमों के मायावी आकर्षण में प्रिंट माध्यम, परम्परागत माध्यम अपनी महत्ता खोते जा रहे हैं। आज दृश्य—श्रव्य माध्यम अथवा यों कहें कि इलैक्ट्रॉनिक माध्यम केन्द्र में है। विचारोत्तेजक समाचार जो समाचार पत्रों की सुखियाँ बनने में सक्षम हैं वही इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों में उसी तेवर के साथ प्रस्तुत किये जा सकते हैं—सदेहास्पद है। टेलीविजन के निजी चैनलों में वे उपयुक्त तस्वीर, तकनीकी—संयोजन, प्रभावपूर्ण संप्रेषण के अभाव में महत्वहीन अप्रासंगिक, अनुपयोगी सिद्ध हो जाते हैं। पूंजी कौशल और तकनीक पर टिकी इलैक्ट्रॉनिक पत्रकारिता सुविधपरस्त अवश्य है पर गुणवत्ता की दृष्टि से उपादेयी भी है, सत्य नहीं है।

टेलीविजन पूर्णतया तकनीकी प्रस्तुतियों से युक्त एक चुनौतीपूर्ण माध्यम है। दृश्यात्मक माध्यम होने के कारण इसमें तकनीकी दक्षता विशेष अपेक्षित है। ध्वनि के साथ चित्रों, दृश्यों के उचित सामंजस्य चित्रों के बेहतर प्रयोग शब्द और चित्रों के परस्पर संयोजन में तकनीकी कुशलता आवश्यक है। साउंड तकनीक, स्टिल फोटोग्राफी, फिल्म—तकनीक ज्ञान फोटोग्राफी कैमरे, माइक्रोफोन उपयोग की तकनीक के अभाव में टेलिविजन ही नहीं फिल्म, विज्ञापन क्षेत्रों में भी पदार्पण असंभव है। प्रोडक्शन सम्बन्धी जानकारी, तकनीकी शब्दावली ऑडियो—वीडियो रिकॉर्डिंग, ग्राफिक्स आदि का तकनीकी ज्ञान आधुनिक मीडिया का आधार है। बदलते समय की मांग के अनुरूप आज प्रिंट माध्यमों ने भी तकनीकी प्रभावों को आत्मसात कर उत्कृष्ट प्रदर्शन की आकांक्षा और इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के

समकक्ष टिके रखने की चुनौतियों को स्वीकारा है। तकनीक के स्तर पर अनेकानेक प्रयास अभी भी जारी है। आधुनिकीकरण की प्रक्रिया से कदमताल करते हुए प्रिंट मीडिया नए रंग ढंग में ढली हुई, अधिक समुन्नत, 'प्रेस तकनीक' से युक्त आकर्षक रूप में दिख रही है। आधुनिक मुद्रण तकनीक, फोटो—कम्पोजिंग, कम्प्यूटरीकृत प्रणाली के प्रयोग से उत्कृष्ट प्रदर्शन की पहल आधुनिक प्रिंट माध्यमों की विशिष्टता है। रेडियो ने भी अपनी खोयी पहचान पुनः प्राप्त करने और प्रासंगिक बने रहने के लिये नयी प्रसारण सेवाओं के प्रयोगों को स्वीकृति दी है। आज एफ.एम. रेडियो, रेडियो ब्लॉग, ऑनलाइन रेडियो जैसी सुविधाएँ पुनः उसकी महत्ता का परचम लहराने को उद्यत हैं।

नयी सूचना प्रौद्योगिकी का प्रयोग धड़ल्ले से करते हुए मीडिया अपनी लक्ष्य पूर्ति के लिये दूनी रफतार से अग्रसर है। तकनीकी सुविधाओं ने मानव जीवन को सुविधभोगी बना दिया है। आज प्रिंट माध्यमों इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों को कम्प्यूटर स्क्रीन पर एक साथ देखा जा सकता है। 'मल्टीमीडिया' नाम से अभिहित मीडिया का यह रूप अपेक्षाकृत अधिक प्रभावोत्पादक है और उपयोगी सूचना साधन के रूप में हुआ है जिससे सूचना संप्रेषण अधिक सुविधपूर्ण संभव हुआ है। खोजी पत्रकारिता अथवा स्टिंग आपरेशन पूर्णतया आधुनिक तकनीकी यंत्रों द्वारा ही संभव है जो समाज के भ्रष्ट रूप को उजागर करने में सक्षम है पर इसकी आड़ में पीत—पत्रकारिता भी संभव हुई है।

'ई—पत्रकारिता' 'न्यू मीडिया' के जरिए कम्प्यूटर माध्यम—समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, मोबाइल, विज्ञापन एक दूसरे में समाहित हो चुके हैं इस अति विकसित तकनीकी सुविधा से जहाँ एक ओर माध्यमगत—स्वातंत्र्य दृष्टव्य है, वहीं दूसरी ओर समय की बाध्यता भी समाप्त हो चुकी है। समाचार पोर्टल, वेबसाइट ब्लॉग, रेडियो ब्लॉग, वीडियो ब्लॉग आदि ई—पत्रकारिता के ढेरों विकल्प हैं। सूचना—मनोरंजन—गॉसिप अड्डों के रूप में विकसित आधुनिक मीडिया 'सिटीजन जर्नलिज्म', 'साइबर जर्नलिस्ट' रूप में आम लोगों को भी सूचना संसार का अंग बनने का आमंत्रण देता है। पर इन तक उन्हीं की पहुँच संभव है जो आभिजात्य वर्ग से सम्बद्ध हों, कम्प्यूटर ज्ञान से अवगत हों। शेष जनसमाज मीडिया के इस नए अत्याधुनिक बौद्धिक वर्ग से चमत्कृत हो सकता है?

पत्रकारिता आज मिशन के रूप में नहीं बल्कि 'मुनापफा — उद्योग', 'मनोरंजन—उद्योग' के रूप में प्रतिष्ठित है। मीडिया रूप में प्रसिद्धि पाने वाली यह कला मुनाफे के लिये अपने प्रतिस्पर्धियों को कड़ी टक्कर देने को तैयार है भले ही इसके लिये उसे सामाजिक हितों की बलि ही क्यों न देनी पड़े। मीडिया मूलतः सामाजिक संरचना के अभिन्न अंग के रूप में विकसित अवश्य हुआ, परोक्ष अथवा अपरोक्ष रूप में सामाजिक—हित समाज के चतुर्मुखी विकास, समाज—सुधरात्मक कार्यों में उसकी महत्वपूर्ण भूमिका आवश्यक थी। सामाजिक अन्तर्विरोधों को दूर कर सामाजिक सद्भाव उत्पन्न कर सामाजिक — आर्थिक वैषम्य को कम करना, समभाव की दृष्टि रख समाज को विकास के पथ पर अग्रसर करना उसके दायित्वों में शुमार था। मीडिया व्यापक अर्थ में संप्रेषण का एक व्यापक माध्यम है श्रोता—पाठक—दर्शक वर्ग ही इस संप्रेषण—वृत्ति का साध्य है। आज इसमें अनेक घालमेल शामिल हो चुके हैं। दर्शक श्रोता—पाठक वर्ग के उपभोक्ता वर्ग में तब्दील हो जाने से मीडिया मनमाने तरीकों से सूचना व्यापार की आड़ में स्वार्थ सिद्धि का खेल खेलने में व्यस्त हैं। 'संचार—तकनीक' का उपयोग आज अनेक अर्थों में किया जा रहा है— अविकसित देशों पर निशाना साध उनकी सांस्कृतिक विरासत को ध्वस्त करने, पश्चिमी देशों द्वारा सूचना तंत्रा का मनचाहा प्रयोग कर 'तीसरी दुनिया' के खिलाप वैचारिक यु(की स्थिति का आह्वान करने, समाज पर 'अभूतपूर्व तानाशाही के माध्यम तंत्रा' के रूप में काबिज होने, समाज को कठपुतली सदृश नचाने, सांस्कृतिक प्रदूषण, अति—उपभोगवादी संस्कृति का प्रसार करने की दिशा में सहयोग करने में आधुनिक मीडिया का कोई सानी नहीं।

आधुनिक समय में मीडिया का चरित्र जटिल है। संचार और जनसंचार माध्यमों के बीच अन्योन्याश्रित सम्बन्धों की बात आज कितनी बेमायनी हो चुकी है इसका अंदाजा सहज ही लगाया जा सकता है।

जनसंचार माध्यमों की पैठ ड्राइंग रूम से बैडरूम तक भले ही बढ़ गयी हो पर आम आदमी, आम जीवन, सामाजिक सरोकार जनसंचार माध्यमों की परिधि में शामिल नहीं है। विकासात्मक पत्रकारिता के दर्शन सरकारी प्रसारण में हो सकते हैं प्राइवेट मीडिया इसे छूत की बيمारी मान त्याज्य ही मानता है। समाज में संतुलन राष्ट्र निर्माण, पारिवारिक मूल्यों में आस्था विवेकशीलता चरित्र निर्माण, भारतीय संस्कृति की उज्ज्वल झाँकी का चित्रांकन, मानवीय संवेदनाओं— दया, प्रेम, करुणा से स्वयं को अलग रखते हुए आधुनिक मीडिया अपने, व्यावसायिक हितों की पूर्ति के लिये पारिवारिक विच्छेद, विखण्डन, सामूहिकता के हास पर बल देता है, आदर्श गुणों का चित्रांकन और प्रस्तुति जहाँ की जा रही है वहाँ भी उसकी 'बाजारवादी तकनीक', लाभ सिद्धि निहित है। हिंसा, आगजनी, नक्सली हमले, दंगे, साम्प्रदायिक विद्वेष को हाईलाइट कर सामाजिक तनाव उत्पन्न करने, पुनरावृत्ति द्वारा संवेदनशील घटनाओं के विजुअल्स द्वारा तूल दे विवाद उपजाने में उसकी बदनीयती को नकारा नहीं जा सकता। आतंकी हमलों की लाइव रिपोर्टिंग करने, जाति विशेष को टारगेट कर आपत्तिजनक टिप्पणी करने की घटनाएँ अनजाने ही नहीं हुईं। अफवाहों का दौर, महाविनाश की भविष्यवाणी प्रलय की चेतावनी जैसी घटनाएँ समाज के प्रति किस प्रकार की जवाबदेही दर्शाती हैं?

टेक्नोलॉजी के बढ़ते वर्चस्व ने मीडिया क्षेत्र में अंतहीन गलाकाट प्रतियोगिता को जन्म दे अघोषित शीत युद्ध की स्थिति उत्पन्न कर दी है जिसके परिणामस्वरूप सामाजिक स्थितियों, सामाजिक आचार—विचार, परिवेश में आमूल परिवर्तन हुए हैं। लाइव टेलीकास्ट ने देश—विदेश के समाचारों को 'सबसे पहले', 'सबसे तेज', 'आज की सबसे बड़ी खबर', 'ब्रेकिंग न्यूज' बना आज के समूचे पत्रकारिता कर्म की विश्वसनीयता, सत्यान्वेषण, नैतिक उपादेयता की कसौटी पर प्रश्न चिन्ह लगा दिया है। अपने स्वार्थों के लिये अनर्गल समाचारों की प्रस्तुति, तथ्यों को तरोड़—मरोड़ कर पेश करने की जल्दबाजी तकनीकी चमत्कार से अर्थ का अनर्थ करने को मीडिया अधिक उद्यत है। तकनीकी प्रभावों का मनमाना प्रयोग कर छोटी सी खबर को तिल का ताड़ बना देना उसके बाएं हाथ का खेल है। कम्प्यूटर आधारित तकनीक द्वारा वीडियो काउंसलिंग सुविधाओं ने इस क्षेत्र में अनेक नवीनताओं का समावेश किया है, जिसके सकारात्मक प्रभाव अपेक्षाकृत कम ही हैं। कुशल चित्रांकन, प्रस्तुति, नये—नये तकनीकी प्रयोगों से जब पुनरावृत्ति फ्रैलैश बैक में दृश्य प्रस्तुति की जाती है तो बहुधा नीरसता उत्पन्न होती है। मानवीय संवेदनाओं से खिलवाड़ करना मीडिया — तकनीक का प्रिय शगल है। विज्ञान और टेक्नॉलाजी के विशालकाय जखीरे ने मूल पत्रकारिता कर्म में उहापोह की स्थिति उत्पन्न कर दी है।

वास्तविकता यह है कि आज की मीडिया गुणवत्ता की दृष्टि से पिछड़ी हुई है। तकनीकी सुविधाओं से लैस मीडिया भले ही प्रभावशाली संप्रेषण, प्रभावशाली प्रस्तुति का माध्यम बन उभरी हो पर यह कटु सत्य है कि इस प्रगति के आधार पर ही इसे श्रेष्ठ पत्रकारिता का पर्याय नहीं माना जा सकता। तकनीकी प्रभाव क्षणिक चामत्कारिक प्रभाव भले ही उत्पन्न करने में सक्षम हों पर विचार विश्लेषण, तथ्यों का मूल्यांकन, विचार—गाम्भीर्य, सकारात्मक प्रभाव उत्पन्न करने की क्षमता भी उनमें होगी सन्देह है। सकारात्मक प्रभाव उत्पन्न करने की दिशा में ऐसी पत्रकारिता असहाय दिखती है। समाज को 'मीडिया एडिक्ट' बना कर विवेकशून्य बना देना, सामाजिक गतिविधियों से दूर कर एकांगी जीवन जीने का विकल्प प्रस्तुत करना, सामाजिक प्रश्नों की अपेक्षा तकनीकी प्रभाव से युक्त मनोरंजन छवियों के भ्रम जाल में उलझाए रखना आधुनिक मीडिया का चरित्र है। समाज का पथ प्रदर्शन कर उचित—अनौचित्य का ज्ञान देना उसकी विशिष्टता नहीं है! परिणामतः जनमानस में मूल्यों का अवमूल्यन तेजी से बढ़ रहा है। टेक्नोलॉजी का भय उत्पन्न कर मीडिया अत्यंत चतुराई से व्यावसायिक हितों की पूर्ति में संलिप्त है। जनकल्याण को हाशिए में रख उसकी इच्छाशक्ति मीडिया निवेशकों बाजारवादी शक्तियों पूंजीपति—अभिजात्य वर्ग के लिए समर्पित है।

यहाँ प्रश्न उठने स्वाभाविक है कि समाज के लिये मीडिया की जवाबदेही कैसे सुनिश्चित की जाए? मीडिया समाज को कैसे प्रभावित करे? तकनीकी सुविधाएँ, संचार क्रांति के अनेक उपक्रम अनगिनत उपलब्धियाँ इस कार्य में कितनी और कैसे सहयोगी रह रहीं हैं? सूचना—संप्रेषण जिस मीडिया का आधार हो वह समाज की अवहेलना करे— तर्क संगत नहीं माना जाना चाहिए। मीडिया विविध रूपों में कुल मिलाकर एक माध्यम ही है जिसकी अंतिम परिणति समाज जनसमाज के लिये ही है।

व्यवसायिकता की बढ़ती प्रवृत्ति से प्रेरित मीडिया 'मार्केटिंग तकनीक' का खुल कर प्रयोग करने को आमदा है। आज उत्पाद से अधिक उसका प्रचार, मार्केटिंग का प्रभाव समाज को अधिक चमत्कृत कर रहा है। बड़े-बड़े नामों की चकाचौंध, मीडिया माध्यमों द्वारा अति उन्नत तकनीक प्रदर्शन, आकर्षक विज्ञापन, कुशल संयोजन कला, सैलिब्रिटीज के सानिध्य की चाहत से अभिभूत भारतीय उपभोक्ता वर्ग को अपनी सुध लेने की होश ही कहाँ है? पिफल्मी चेहरे, क्रिकेट की हस्तियाँ, पेज श्री सेलिब्रेटीज खिलाड़ी— नेता—अभिनेता उत्पादों के ब्रांड बन मध्यवर्गीय समाज को प्रोडक्ट बेचने की नायाब कला के नमूने पेश कर रहे हैं। जो दिखता है वह बिकता है— बस बेचने की कला आनी चाहिए। बाजारवाद की इसी तकनीक का लाभ उठाते हुए मीडिया उसके नुमाइंदे के रूप में वस्तु का प्रचार कर आम आदमी की सोच को भी प्रभावित कर रही है। बाजार की नब्ज पहचान कुछ नायाब तरीकों की मदद और तकनीकी कला के जादु से मीडिया भारतीय जनमानस में उपभोक्तावाद को प्रश्रय दे रहा है। सब्जबाग दिखा समाज में वर्ग—भेद, वर्ग वैषम्य को बढ़ावा दे रहा है, अप्रत्यक्ष मांग को बढ़ावा दे आय से अधिक व्यय करने की मानसिकता को पनपने की भूमि तैयार कर रहा है। 'सतोषं परमं धर्म', 'सादा जीवन उच्च विचार'— जैसी बनी बनायी आस्थाओं, जीवन—दर्शन विचारधाराओं की ठेंगा दिखा मीडिया जनसाधारण की दमित कुत्सित वृत्तियों, नकारात्मक छवियों को बाजारवादी शक्तियों के अनुरूप उन्हें स्पेस प्रदान कर रहा है। पिछले कुछ दशकों से टेलीविजन पर दिखाये जा रहे धारावाहिक, विविध संचार माध्यमों द्वारा संप्रेषित विज्ञापन, अभिजात्य वर्ग के विलासी जीवन, विवाहोत्तर सम्बन्धों, पारिवारिक विघटन, कामुकता, हिंसा, मारधाड़, यौन शोषण जैसी घटनाओं को खुल्लमखुल्ला परोसना इसी कूटनीति का परिणाम है।

भारतीय परिदृश्य में आज ऐसा समाज निर्मित हुआ है जहाँ मनोरंजन की मांग बढ़ी है — केबल चैनलों के अंतहीन प्रसारणों, रिमोट नियंत्रण की प्रवृत्ति ने इस दर्शक—उपभोक्ता वर्ग को विकासात्मक, रचनात्मक, दूरदर्शन के ज्ञान प्रधान कार्यक्रमों की अपेक्षा हिंसा, मारधाड़, फूहड़ कॉमेडी, हास्य, सूचना—समाचार के नाम पर अंधविश्वास, सेलिब्रेटीज जीवन में निजी तांकझाक, अनर्गल विवादों में मन रमाने की प्रवृत्ति को प्रतिष्ठित किया है— यहां सूचना का पर्याय जिज्ञासा शमन नहीं बल्कि उसका अनावश्यक विस्तार, मनोरंजन की चाशनी में लिपटा महत्वहीन गॉसिप है। परिचर्चा विचारविमर्श, संगोष्ठी, क्विज़ प्रतियोगिताओं का स्थान फिल्म, मीमिकरी शो, कॉमेडी शो, धारावाहिक कार्टून चैनलों ने ले लिया है — सूचनात्मक कार्यक्रमों के प्रति घटती अभिरूचि समाज में मीडिया के बढ़ते प्रचार—प्रसार और एक निश्चित योजना के अन्तर्गत समाज को कुंद बनाने की सोची—समझी साजिश है। टेक्नोलॉजी का भय दिखा मीडिया समाज को गुमराह करने, दिग्भ्रमित करने को अग्रसर है। नयी तकनीकों का प्रयोग अपनी भस्मासुरी वृत्तियों, टी.आर.पी. नुमा दैत्यों के लिये बेशर्मी से करने को उद्यत है। भविष्य में ऐसा मीडिया, ऐसे समाज की दशा—दिशा कैसी होगी कहा नहीं जा सकता।

संदर्भ:

सूचना क्रांति का युवा पीढ़ी पर प्रभाव (२०१५). लेखक— कुर्रे, के. पी., सेनगुप्ता, वी. व अग्रवाल, स. इंडियन जर्नल ऑफ एडवांसेज इन सोशल साइंसेज।

मीडिया: नया दौर नयी चुनौतियाँ। संजय द्विवेदी। यश पब्लिकेशन्स, दिल्ली।