International Journal of Hindi Research
www.hindijournal.com
ISSN: 2455-2232
Received: 21-10-2021, Accepted: 06-11-2021, Published: 22-11-2021
Volume 7; Issue 6; 2021; Page No. 28-35

समाज में बदलता मीडिया स्वरूप

अनिल कुमार जयंत
असिस्टेंट प्रोफेसर, आई- एम- एस- कॉलेज, गाजियाबाद, उत्तर प्रदेश, भारत

सारांश

आज चारों तरफ मीडिया का वर्चस्व नजर आता है। मीडिया अपने माध्यम से लोगों तक अपनी पहुंच बनाने में कारगर सिद् हुआ है। मीडिया का जो रूप हमें पहले दिखाई देता था आज वह एक दम बदल गया है। पहले मीडिया का मतलब सूचना से हुआ करता था। सूचना में अखबार, टी-वी- समाचार और रेडियो समाचार का मुख्य माध्यम था। धीरे-धीरे मीडिया का स्वरूप बदलकर मनोरजंन के साथ व्यवसाय जगत में दब्दील हो गया। अब इस व्यवसाय में प्रिंट, इलैक्ट्रोनिक और सोशल मीडिया का पदार्पण शुरू हो गया। पूरे विश्व में संचार माध्यमों का जाल इतना फैल गया है कि समाज में सभी काम मीडिया की निगरानी में संभव हो रहें है। नवइलैक्ट्रोनिक माध्यमों की तकनीक से धरती से आसमान तक अपना संजाल(नेटवर्क) फैला लिया है। यह संजाल समाज के प्रत्येक व्यक्ति को प्रभावित करता है। इस हाइटेक युग में साइबर मीडिया ने इलैक्ट्रोनिक जनसंचार माध्यमों से सारा स्वरूप पलट कर रख दिया है। इलैक्ट्रोनिक मीडिया अपने माध्यम से जनता को नई-नई सूचनाएं देकर अपने कर्तव्यों के प्रति जागररूक बनता है और अपनी लाभ रूपी लोकप्रियता को भुना लेता है। मीडिया पूरी तरह नए उपकरणों एवं नई तकनीक पर आधारित है। यह भी एक मुख्य कारण है कि लोग इसको ज्यादा पंसद करते हैं। मीडिया समाज में अलग-अलग रूपों में अपनी लोकप्रियता कायम कर रहा है। समाज में हर तबके का व्यक्ति इस अत्याधुनिक उपकरण का आनंद उठा रहा है समाज में इस लोकप्रियता को बनाए रखने के लिए मीडिया को हर रोज नई चुनौतियों से गुजरना पड़ रहा है। नई तकनीक से बने उपकरणों की लोकप्रियता पूरे ब्रह्मांड में फैल गई है। समाज में मीडिया के नए संसाधनों के आगमन से समय एवं धन का तो लाभ हुआ ही है साथ ही नई पीढ़ी को चुनौतियाँ भी मिली हैं। इस माध्यम के जरिए कुछ दुष्प्रभाव भी सामने आए है। जहाँ मीडिया का यह स्वरूप समाज को नई पहचान दे रहा है। वहीं मीडिया का गलत इस्तेमाल चाहे वह मीडिया के किसी भी सोपान से जुडा हो। वह समाज के लिए लाभदायक नही है।

मूल शब्द: सोशल मीडिया, संस्कृति, मौलिकता, पेड न्यूज़, व्यवसाय, व्यापार जगत, विज्ञापन, लक्ष्य, मिशन, जागरुकता

प्रस्तावना

भारत का समाज दुनिया के प्राचीन समाजो में से एक है। अलग-अलग जाति, प्रजातियों एवं संस्कृति से मिलकर भारतीय समाज का निर्माण हुआ है। भारत में अनेक जाति, धर्म, समुदाय, के व्यक्ति रहते है। सभी के रहने का ढंग एवं जीवन शैली भिन्न-भिन्न प्रकार की है। समाज के प्राचीन होने की जानकारी सिन्धु सभ्यता से

मानी जाती है। जोकि 500 से 700 हजार वर्ष पूर्व विकसित हुई थी। माना जाता है कि विश्वभर मे प्राचीन सभ्यताएं नदी घाटियों से चली आ रही है। इन सभी सभ्यताओं और रीति रिवाजों के बीच समाज में संचार का माध्यम का बडा महत्व हो जाता है। परिवर्तन के लिहाज से भी मीडिया बहुत बड़ा माध्यम है। चूंकि मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है समाज में बने समुदाय, संगठनों से मिलकर ही समाज बना है। ठीक उसी प्रकार मीडिया का भी वही जुड़ाव समाज से रहा है। संगठन, समाज एवं व्यक्तियों के आपसी तालमेल और रास्ता दिखाने में मीडिया की बहुत बड़ी भूमिका रही है। मीडिया आम जनसमूह एवं पूरे समाज में पकड़ बहुत कम समय में बना लेता है। समाज से जुड़ी छोटी-छोटी एवं बड़ी गतिविधियों को पूरे विश्व के सामने प्रकट करने में बड़ा सहायक है और इन्ही गतिविधियों से समाज में परिवर्तन होता है। इन्हीं परिवर्तन से मीडिया अपने अस्तित्व एवं अर्थ की उपस्थिति दर्ज कराता है। मीडिया आज के समय की माँग में शामिल है। लोगों के बीच मधुर संबंध एवं उनका मार्गदर्शन करने के साथ मीडिया लोगों को आपस में जोड़ने का बहुत बड़ा हथियार है। मीडिया पल-पल अपना स्वरूप भी बदल रहा है। आज सभी क्षैत्रें में मीडिया अग्रिम पायदान पर चल रहा है। वह चाहे प्रिंट मीडिया हो, इलैक्ट्रोनिक मीडिया हो या सोशल मीडिया हो, हर जगह मीडिया ने अपनी उपस्थिति दर्ज कराई है।

मीडिया (प्रिंट-मीडिया, इलैक्ट्रोनिक मीडिया, बाह्य मीडिया)

मीडिया शब्द एकवचन में समाहित है जबकि मीडिया का अर्थ बहुत आयामों में होता है। मीडिया का संबंध प्रमुख रूप से प्रिंट मीडिया, इलैक्ट्रोनिक मीडिया से माना जाता है। जबकि इसका तीसरा रूप बाह्य संचार को भी प्रस्तुत करता है। लोक-माध्यम भी मीडिया का एक सशक्त माध्यम है। मीडिया हमारे समाज, राष्ट्र एवं व्यक्तिगत जीवनधारा को सीधे और अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करता है। पिछले कुछ सालों में नई-नई तकनीकों के बढ़ते विकास ने सूचना एवं क्रांति को बढ़ाया है जिससे मीडिया के स्वरूप को बहुत सम्भावनाएं मिली हैं। एवं मीडिया ने उसका पूरा रूपांतरण कर दिया है। टी-वी-, रेडियो एवं बढ़ते समाचार पत्रें की माँग ने सम्प्रेषण की व्यवस्था के नए रूप को खड़ा किया है। मीडिया के अर्थ एवं स्वरूप को बदलने में कंप्यूटर, इंटरनेट, फिल्म, लैपटॉप, फेसबुक, पफ़ैक्स, ट्वीटर, वाट्सएप, ई-मेल, मोबाइल, एम-एम-एस- आदि ने बहुत सहायता की है। इन माध्यमों ने मीडिया को नई स्वतंत्रता एवं ऊर्जा दी है।

प्रिंट-मीडिया- प्रिंट मीडिया को सीधे-सीधे छपा हुआ सूचना का माध्यम भी कह सकते है। यह वह माध्यम है जो छपे हुए शब्दों के माध्यम से पाठक को सूचना प्रदान करता है। प्रिंट मीडिया की तह में जाएं तो पता चलता है कि पौराणिक काल में संचार का सशक्त माध्यम प्रिंट ही था। उस समय ऋषि मुनी से लेकर राजा एवं प्रजा तक सभी पेड़ की छाल, पत्तों इत्यादि के माध्यम से संचार प्रणाली को आगे बढ़ाते थे। धीरे-धीरे प्रिंट मीडिया का स्वरूप बदला और प्रिंट छापे वाली प्रणाली में लोगों के सामने आया। कागज के माध्यम से पत्र के रूप में सूचना तत्रं का विकास प्रारंभ हुआ। समाज में खबरों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने का कार्य खत, चिटठी, पत्र, पर्चे न जाने किन-किन नामों से आगे बढा। समय बदला और प्रिंट मीडिया का चलन अखबारों के साथ शुरू हो गया। अखबार, पत्र, पत्रिका का चलन आज भी बदस्तूर जारी है। भारत में लिखित भाषा को ही कोर्ट और सरकारी कामकाजों में प्रथम माना जाता है।

इस बारे मे गंगा सहाय प्रेमी लिखते हैं कि ‘‘प्रिंट का जन्म चीन में 868 ई- में हुआ था। तब पहली पुस्तक चीनी मिट्टी से बने अक्षरों से प्रकाशित की गई थी। उसके बाद वहाँ प्रिंट के लिए ब्लॉक प्रक्रिया का प्रयोग भी किया गया था। सन् 1430 में यूरोप में गुटनबर्ग ने टाइप का आविष्कार किया। भारत में सन् 1556 में प्रेस की स्थापना के पश्चात् संचार का यह मुख्य माध्यम प्रकाश में आया।’’1 आज स्कूल, कालेज एवं प्रशिक्षण संस्थानों में प्रिंट मीडिया के विषय को जोड़ा जा रहा है। जिसमें

प्रशिक्षण के रूप में सम्पादन, लेखन, संवाद-संकलन आदि की सैद्धान्तिक और व्यवहारिक जानकारी दी जा रही है। आज कागज और कलम की जगह कम्प्यूटर ने ले ली है। प्रिंट मीडिया 'ऑन लाइन' हो रहा है। सॉफ़्रटवेयर प्रिंट मीडिया की प्रक्रिया को आसान बना रहा हैं। और पत्र-पत्रिका, अख़बार की प्रकाशन प्रक्रिया आसान हो रही हैं।

इलैक्ट्रोनिक मीडिया- मीडिया आज हमारे जीवन का जरूरी हिस्सा है। विश्व में मीडिया का महत्व बहुत अधिक हैं। मीडिया मुख्य रूप से सामायिक जीवन के प्रति जागरूक हैं। मीडिया व्यक्ति को व्यक्ति से जोड़ता है। इस आधुनिक युग में नई-नई खोजों के बल पर इलैक्ट्रोनिक मीडिया के क्षेत्रें में अनेक नए जनसंचार माध्यम उभरकर सूचना जगत में दस्तक दे रहे है। इनकी अपनी अलग-अलग सत्ता है, प्रत्येक का अलग इतिहास, स्वरूप, महत्व और क्षेत्र हैं। ''भारत का अधिकांश इलाका किसी न किसी मीड़िया से जुड़ा है। सबसे ज्यादा जिस माध्यम की पहुँच है वह है रेड़ियो, उसके बाद टी-वी, फिल्म, अख़बार, केबल टी-वी, वीड़ियो पार्लर, टेपरिकॉर्डर, आदि। आरंभ में भारत में रेडियो और टेलीविजन पर केंद्र सरकार का स्वामित्व था। किन्तु बाकी मीडिया आरंभ से ही निजी क्षेत्र में था।''2

सूचना प्रौद्योगिकी के युग में भारत के चौथे स्तम्भ मुख्यतः इलैक्ट्रोनिक मीडिया ने अभूतपूर्व उपलब्धियाँ हासिल की है। आज इलैक्ट्रोनिक मीडिया में मनोरंजन के समय को फिल्मी मनोरंजन से भरा जा रहा है। इलैक्ट्रोनिक माध्यमों का असर छपे हुए शब्दों से अधिक गहरा होता है। ये माध्यम व्यक्ति के मनोविज्ञान को बदलने की शक्ति रखते है। आज इलैक्ट्रोनिक मीडिया का असर केवल बच्चों, युवक-युवतियों, किशोरों पर ही नहीं बड़ों पर भी हो रहा है। इलैक्ट्रोनिक मीडिया के जरिए भारत में प्रसार का आसान रास्ता मिल गया हैं। जो कि आसान होकर भी आसान नहीं है।

बाह्य मीडिया- बाह्य मीडिया में जनसंचार के बहुत से घटक कार्य करते है जैसे-नुक्कड़ नाटक, प्रदर्शनी, मेले, सभाएँ, हॉर्डिंग्स, लोकगीत, नृत्य आदि। बाह्य जनसंचार के रूप में नुक्कड़ नाटक, प्रदर्शनी, मेले, अधिक प्रमुख है। यें वो माध्यम है जो किसी चौक, चौराहे या मैदान में ही दिखाए जाते हैं। इन सब में एक बात समान होती है कि ये किसी न किसी सूचना या जागरुकता का हिस्सा होते है। जो जन-माध्यम को सूचित करने का कार्य करते है।

नुक्कड़ नाटक- घर की चार दीवारी से बाहर निकल कर अलग-अलग समुदायों के व्यक्तियों के साथ मिलकर नुक्कड़ नाटक प्रस्तुत किया जाता है। नुक्कड़ नाटक का मुख्य कार्य लोगों को जागरूक करके सूचना प्रदान करना है। नुक्कड़ नाटक संचार माध्यमों का एक मात्र ऐसा माध्यम है। जो सीधे-सीधे लोगों द्वारा लोगों तक पहुँचाया जाता है। नुक्कड़ नाटक गली मौहल्ले में खेला जाने वाला नाटक होता है। इसमें गली मौहल्ले की परेशानियों, बिमारियों, समाज से जुड़ी समस्याओं एवं गलत नीतियों पर प्रकाश डालने के लिए जोर दिया जाता है।

प्रदर्शनी- सूचना संचार प्रणाली का लोक माध्यम अंग है। इस माध्यम से लोगों द्वारा ही सूचना प्रदर्शित करके लोगों तक पहुँचाने का कार्य होता है। लोक माध्यम होने के कारण इसमें समाज एवं लोगों की भूमिका अधिक होती है। प्रदर्शनी एक जीवंत रूप प्रकट करती है। इसमें मनोरंजन जुड़ा होता है। पहले लोगों द्वारा आपास में ही रंग-रोगन करके आकृति स्वरूप दिखाया जाता था तथा उसी में सूचना या ख़बर को प्रदर्शित किया जाता था। यह एक खुले स्थान पर होने वाला कार्यक्रम होता है। प्रदर्शनी में कोई भी वस्तु प्रदर्शित की जा सकती है। बस शर्त एक होती है कि समाज में किसी भी प्रकार का गलत संदेश ना दें। आज प्रदर्शनी का कार्य बदल गया है। प्रदर्शनी सूचना के साथ व्यापार का माध्यम भी बन गई है।

मेले- भारत एक विकासशील देश है। पहले आज की तरह देश में इतना विकास नहीं था। लोगों के घरों में टी-वी, रेड़ियो, या अन्य ऐसे दूसरे संसाधन नहीं हुआ करते थे कि लोगों तक इनके माध्यम से जानकारी मुहैया

कराई जा सके। सूचना के अभाव में लोग बीमारी, प्राकृतिक प्रकोपों से मारे जाते थे। नई-नई सरकारी नीतियाँ और समाज से जुड़ी जानकारी, नाटक, प्रदर्शनी, मेले आदि के माध्यम से लोगों को दी जाती थी। मेले की सबसे बड़ी खास बात यह है कि यह समय-समय पर लगते रहते हैं। गाँवों, शहरों, कस्बों में मेले साल में एक बार या दो बार लग जाते है। इनमें लोगों की आवाजाही कभी-कभी बहुत ज्यादा हो जाती है।

सोशल मीडिया (एक नया आविष्कार)

सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसको कि अपरंपरागत माध्यम कहा जाता है। जो इंटरनेट के माध्यम से एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है। सोशल मीडिया का इतिहास आपकी और हमारी सोच से बहुत दूर का है। भारतीय समाज में आज सोशल मीडिया अपनी अहम भूमिका निभा रहा है। आज आम जन किसी न किसी माध्यम से सोशल मीडिया का हिस्सा है। पौराणिक युग से ही इसकी शुरुआत मानी जाती है। पौराणिक कथाओं कि बात करें तों माना जाता है कि नारदमुनि सबसे बडें सोशल मीडिया के वाहक रहें है। वहीं से सोशल प्लेटफोर्म की शुरुआत मानी जाती है। उस वक्त पेड की पत्ती एवं छाल से सूचना को आगे बढाने का कार्य किया जाता था। पशु पक्षी भी उस समय सूचना तंत्र में अहम भूमिका निभाते थे। पेड, पौधों से कागज की शुरुआत हुई और लेखन कार्य ने मुद्रण रूप ले लिया। एक स्थान से दूसरे स्थान पर सूचना पहुंचाने को कार्य कागज एवं मुद्रण प्रणाली से आगे बढने लगा।

आधुनिक समय की बात करें तो 30 जून को सोशल मीडिया दिवस मनाया जाता है। वह चाहे फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब, व्हाटसएप, इंस्टाग्राम हो। इसके अलावा टंबलर, स्पॉटिफाय, फोरस्क्वायर, पिंटेरेस्ट आदि साईटस सामाजिक नेटवर्किंग को भरने के लिए इंटरनेट पर सबसे लोकप्रिय है। मीडिया के ये नए सोपान जो विश्वभर में आज अपनी अलग पहचान बना चुकें है। इस विषय पर देवेन्द्र इस्सर कहते हैं कि ''यह युग मीडिया युग है। यह कहना अतिश्योक्ति नहीं होगा कि हम मीडिया जनित समाज में जी रहे हैं। समस्त संसार में सम्प्रेषण तथा संचार माध्यमों के कारण विस्मयकारी परिवर्तन आ रहे हैं। समय तथा अंतरिक्ष में प्रवेश करने हेतु मनुष्य ने जो भी प्रयत्न किए हैं उनमें इन माध्यमों की अहम भूमिका रही है। परंपरागत माध्यमों मे नई प्रोद्योगिकियों के कारण अद्भुत तब्दीलियाँ आ रही हैं। नैनोटैक्नोलॉजी कंप्यूटर को 'अपदस्थ' करने जा रही है। डिजिटल टैक्नोलॉजी ने पहले ही मीडिया का स्वरूप बदल दिया है। परिणाम स्वरूप वर्तमान समय में मीडिया वस्तुओं, व्यक्तियों तथा विचारों को तीव्र गति से व्यापक तौर पर प्रभावित कर रहा है।''3

सोशल मीडिया समाज में पूर्णतः अंदर तक जा घुसा है जिसका नजदीकी उदहारण टिक-टोक ऐप्प है। टिकटोक एक ऐसा सोशल मीडिया माध्यम था जिसने लोगों के जहन पर सीधा असर छोडा हालांकि बाद में भारत सरकार ने चीन के इस एप्प को भारत में बंद कर दिया गया। लेकिन यह एप्प अपनी ऐसी छाप छोडकर गया कि आज भी लोग उसके दिवाने है। साधारण लोगों से लेकर सभी राजनीति, फिल्मी, बिजनेस मैन तक इस एप्प को यूज करते थे। इसने सभी को एक प्लेटफोर्म दिया और सभी को एक मंच पर लाकर खडा कर दिया। लोगों के दिलों दिमाग में हर वक्त फेसबुक, ट्विटर, यू-ट्यूब, व्हाट्स्एप, इंस्टाग्राम घूमते रहते है। ये चुनिंदा वे माध्यम है जो कि आज दिलों दिमाग पर छाए हुए हैं आज बिना इन संसाधनों के लोगों को नींद नही आ पाती है। कुछ समय के लिए भी अगर आज हमारा फोन रूक जाए या इंटरनेट बंद कर दें तो लोगों को मानसिक पीडा होने लगती है। कुछ लोग तो फोन की बैटरी चार्ज करने के लिए एडवांस चार्जर भी हमेशा अपने साथ रखते है। सोशल मीडिया ने दिमागी रूप से आज हमें कहीं न कहीं अपना गुलाम बना लिया है। अगर विदेशों कि बात करे तो अमेरिका, ब्रिटेन, जापान, लदंन जैसे देशो में तो सोशल मीडिया को कैसे हैंडल करें और इस से कैसे छुटकारा पाएं इन सबका प्रशिक्षण भी दिया जाता है।

लंदन में डिजिटल डेटाक्स नाम की कंपनी खुली हुई है जो कि प्रशिक्षण प्रणाली के माध्यम से अपने कर्मचारियों को सोशल मीडिया का सही तरीके से उपयोग करना सिखाती है। बल्कि कर्मचारियों को यह भी प्रशिक्षण दिया जाता है कि कोई कर्मचारी एक बार सोशल मीडिया के चंगुल में फस भी जाए तो उसको बाहर निकालने के बाद सोशल मीडिया से किस प्रकार दूरी बनाई जाए यह भी वहां सिखाया जाता है।

दिन रात साथ रहने वाली सोशल साईटस हमें अपनी और एक नशे की तरह खींच रही है। समाज में सभी उम्र के वयक्ति इस नशे के आदि हो चुकें है। रात-दिन सोशल मीडिया अपनी ख्याति बटौर रहा है। सकारात्मक और नकारात्मक दोनों छवियों को प्रस्तुत कर रहा है। समाज पर इन मीडिया माध्यमों का सीधा-सीधा असर पडता है। आज के युवाओं पर सोशल मीडिया का बहुत गहरा प्रभाव पडता है। लोगों का यहां तक मानना है कि अगर आप सोशल मीडिया पर उपस्थित नही है तो आपका अस्तित्व खतरे में है। आप अत्याधुनिकता के दौर में अनेकों सूचनाओं और जानकरी से वंचित है। समाज में अपनी उपस्थिति बनाए रखने के लिए जरूरी है कि आप अपने आप को समय और समाज के अनुसार अपडेट रखें। सोशल मीडिया कि शक्ति का अंदाजा यहां से भी लगाया जा सकता है कि भारत में कोर्ट के फैसलों में भी सोशल मीडिया की उपस्थिति दर्ज होने लगी है। आज कोई भी महत्वपूर्ण सूचना या समाचार बडी तेजी से सोशल मीडिया पर शेयर की जाती है। इंटरनेट एवे मोबाइल के माध्यम से सोशल मीडिया अब संचार का सबसे बडा माध्यम बन गया है। पिछले कुछ सालों की बात करें तो सोशल मीडिया लाखों लोगों तक अपनी पहचान बना चुका है। सूचना तंत्रें के माध्यम से एक बटन के दबाने से पूरे विश्व की सूचनाएं प्राप्त की जा सकती है। सामाजिक जागरुकता पैदा करने का सोशल मीडिया महत्वपूर्ण घटक बन गया है। सोशल मीडिया आज सकारात्मक भूमिका अदा कर रहा है।

सोशल मीडिया के फायदे।

1. सोशल मीडिया शिक्षा प्रणाली शक्षा के लिए अच्छा पलेटफोर्म है।
2. यह विभिन्न प्रकार कि जानकारियों को एक ही जगह इक्टठा कर देता है।
3. सोशल मीडिया अपने माध्यम से लोगों तक रोजगार भी उपलब्ध करा रहा है।
4. सोशल मीडिया परिवार और समाज को एक जगह एकत्रित करता है।
5. सोशल मीडिया से सरलता से विज्ञापन साझा किए जा सकते है।
6. शादी विवाह के मामलों में सोशल मीडिया एक अहम भूमिका निभाता है।
7. राजनैतिक दलों के लिए बात साझा करने का सशक्त माध्यम ।

सोशल मीडिया के नुकसान।

1. सोशल मीडिया में जानकारी को तोड-मरोडकर प्रस्तुत करता है।
2. इसमें वीडियो/पिक्चर के माध्यम से गलत खबरें दिखाकर पैसा भी बटोरा जाता है।
3. शिक्षा में असामाजिक तत्वों द्वारा कभी-कभी नकल को बढोतरी मिल जाती है।
4. सोशल मीडिया मे निजता का अभाव रहता है।
5. सोशल मीडिया में कंटेंट का मालिक न होने पर मूल स्रोत का अभाव बना रहता है।
6. सोशल मीडिया पर समय की अधिक बर्बादी भी होती है।
7. सोशल मीडया से हैंकिग की जाती है।

मीडिया और पेड न्यूज़

मेरा मानना है कि पेड न्यूज शब्द अपने आप में ही एक भद्दा शब्द है। सीधे तौर पर बात करें तो पेड न्यूज वह है जो धन देकर प्रकाशित या प्रसारित की जाती हो। यह वह खबर होती है जिसको चलवाने या छपवाने के लिए किसी ने पैसा दिया हो। पत्रकारिता की सारी नियमावली आज पेड न्यूज़ के हाथों कि कठपुतली बन गई है। पैसा

और पावर का नशा आज मीडिया में पेड न्यूज़ के माध्यम से साफ नजर आने लगा है। राजनैतिक पर्टियां और कॉरपोरेट हाउस नगद या गिफट के माध्यम से खबरों को अपने मुताबिक बनवा लेते है। पहले न्यूज को 'प्वाइंट ऑफ व्यू' माना जाता था। जो कि मुद्वों पर बात करता था। प्वाइंट टू प्वांइट बातों से खबरों की तह तक जाकर सार्थकता मजबूत करता था। लेकिन वैश्वीकरण के इस दौर में आज मीडिया प्रोडक्ट बन गया है। भारत जैसे विशाल देश में मीडिया की संकल्पना समाज को देखकर की गई थी। पत्रकारिता को केवल सूचनाओं का संसार माना जाता था। प्रिंट और इलैक्ट्रोनिक माध्यम से सूचनाओं को एक दूसरे तक पहुंचाई जाती थी। यह सूचनओं को आदान-प्रदान कब व्यवसाय में बदल गया किसी को भनक तक नही लगी। रातों रात न्यूज बिकने लगी और कॉरपोरेट जगत का हिस्सा बनकर लोगो के बीच आई। बाजारीकरण से पेड न्यूज़ की रफतार दिनों बढने लगी। कुछ लोग पेड न्यूज़ को फेक न्यूज़ भी बोलते है। शायद उनका तात्पर्य बिकी हुई खबर का अस्तित्व न रहने से है। माना जाता है कि जो खबर पैसो के माध्यम से दिखाई या छपवाई जा रही है उसमें लाज्मी है कि सत्यता का अभाव होगा ही।

भारत में जैसे-जैसे चुनाव का समय नजदीक आता है खबरों और निजी न्यूज़ चैनलों की मानों बाढ सी आ जाती है। अनेकों पत्रकार और जनसंचार के माध्यम न जाने कहां से आकर भीड जुटा देते है। खबरों को तोड-मरोडकर पेश करने की कला से समाज और देश को माहौल खराब करने में इन असामाजिक तत्वों का मुख्य योगदान होता है। 2009 का नरोत्तम मिश्रा मामला तो सबको याद ही होगा जिसमें दतिया विधानसभा से चुनाव हारने वाले कांग्रेस उम्मीदवार राजेंद्र भारती ने चुनाव आयोग को याचिका दाखिल की और उन्होनें मिश्रा जी पर आरोप लगाया कि उन्होनें पेड न्यूज़ पर जो खर्चा किया उसको चुनाव खर्च में शामिल नही किया। चुनाव आयोग ने इस मामले में संज्ञान लिया और जून 2017 में नरोत्तम मिश्रा को अयोग्य ठहराया तथा मिश्रा जी को चुनाव लडने पर तीन साल का प्रतिंबध लगा दिया। बाद में नरोत्तम मिश्रा ने चुनाव आयोग को चुनौती दी तथा जबलपुर हाईकोर्ट से उनका मामला सुप्रीम कोर्ट पहुंचा जिसके परिणामस्वरूप माननीय कोर्ट ने 2018 में नरोत्तम मिश्रा को चुनाव लडने की अनुमति दे दी गई। यह इकलौता मामला नही है और भी इस जैसे अनेको उदहारण है जैसे अशोक चव्हाण का मामला, उत्तर प्रदेश के बाहुबली नेता डीपी यादव की पत्नि उमलेश यादव मामला, जिनमें पेड न्यूज़ की नकारात्मक और सकारात्मक दोनों छवियां सामने आई है।

पेड न्यूज़ के इन सब मामलों के बाद इस विषय में एक प्रावधान किया गया कि सोशल मीडिया में विज्ञापन देने के लिए प्री-सर्टिफिकेशन अनिवार्य होगा और आदेश हुए कि समाचार पत्रें के ई-पेपर में प्रकाशित होने वाले विज्ञापन भी बिना सर्टिफिकेशन के जारी नही किए जा सकेंगें। बीबीसी की खास रिसर्च बियोंड फेक न्यूज़ में भी यह बात सामने आई कि दुनिया के दूसरे देशों के अलावा भारत में भी फेक न्यूज़ प्रसार बहुत तेजी से आगे बढा है। सूचनाओं के माया जाल में पेड न्यूज़ अकेली समस्या नही है यह वह समस्या है जिसने मीडिया को पूरी तरह से अपनी चपेट में ले लिया है। पेड न्यूज़ से नवयुवकों पर खासा गहरा असर पडता है। मीडिया की पढाई पढने वाले छात्रें का इस से मनोबल गिरता है। समाज में जनसंचार माध्यमों के इस बिकाऊ रवैये से छात्रें में निराशा पैदा हाती है। उनको लगता है कि यह एक दलदल है जिसमें आज न कल हमें भी फसना ही है। यह सब बाते सोचकर छात्र अपने आपको इस प्रोफेशन से अपने को अलग करने की कोशिश करने लगते है। समाज में इस प्रकार के कार्य से बहुत गहरा असर पडता है।

मीडियाः लक्ष्य से व्यवसाय तक

एक समय था जब पत्रकारिता को संविधान का चौथा खम्बा कहा जाता था। इसलिए मीडया की समाज के प्रति और देश के प्रति बहुत बडी जिम्मेदारी भी है। इस बात को भी कोई झुटला नही सकता कि मीडिया का

सोपान चाहे इलैक्ट्रोनिक हो या प्रिंट दोनों को ही अपनी आर्थिक आवश्यकताओं की पूर्ती के लिए विज्ञापनों पर निर्भर रहना पडता है। विज्ञापन ही मीडिया की जीविका है। जो टी.आर.पी (टेलिविजन रेटिंग पॉईंट) से निर्धारित होती है। यही टी.आर.पी सारे खेल को खेलती है। मीडिया में इसके बलबूते पर भविष्य के कार्यक्रम तय किए जाते है। और यहीं से शुरू होता है मीडिया का अपने लक्ष्य से भटकना। इस टी-आर-पी के लिए ही न्यूज़ रीडर और पत्रकार यहां तक कि पूरा न्यूज़ चैनल अपनी पूरी ताकत झोंक देता है। यही हाल प्रिंट मीडिया का भी है। प्रिंट मीडिया में भी विज्ञापन का ही बोलबाला होता है। एक-एक अखबार और पत्रिका के कवर पेज लाखों करोडों की शर्त पर छापे जाते है। सभी पत्रिका और न्यूज चैनल अपने हिसाब से मोल-भाव करता है। मीडिया का लक्ष्य देश सेवा से देश मेवा तक कब आ जाता है किसी को पता भी नही चलता। खबरों को तोड-मरोड कर पेश करना और बिना खबर के पुख्ता किए खबरों को समाज सामने ले आना यह प्रतीक है कि मीडिया आज अपने लक्ष्य से भटक गया है। एक समय था जब लोग मीडिया की बातों को सत्य मानकर अपने जीवन के प्रमख पफ़ैसले ले लिया करते थे, लेकिन आज मीडिया गलत खबर छापकर या चलाकर माफी मांग लेता है। जिससे उसकी विश्वसनियता पर सवाल उठना लाज्मी है।‘‘जहाँ मीडिया की ताकत बढ़ी है, वहीं मीडिया के भीतर पत्रकारों की ताकत घटी है। आज मीडिया की सफलता में पत्रकारिता से अधिक महत्व पूँजी और व्यावसायिक सूझ-बूझ को दिया जाता है। पूँजी और मुनाफे की इस दौड़ में वे लोग पीछे छूटते गए जो मीडिया को व्यवसाय कम, मिशन अधिक मानते हैं।’’4

मीडिया समाज में होने वाली गतिविधियों और घटनाओं को लेकर अपनी भूमिका दर्ज कराना प्रथन कार्य मानता था। लेकिन आज समय के साथ वह भूमिका बदल गई है। आज हम स्वयं यह देख सकते है। कि मीडिया वहीं अपनी रूचि ज्यादा दिखाता है जहां कार्पोरेट जगत या फिल्मी हस्तियों की आवाजाही ज्यादा है। पहले मीडिया सिनेमा और राजनीतिक गलियारे में हस्तक्षेप से बचता था लेकिन आज साफ-साफ देखा जा सकता है कि मीडिया इन्ही दोनों के आस-पास घूमता नजर आता है। खेल के मैदान, फिल्मी जगत और राजनीति के चक्कर में मीडिया आज अपना लक्ष्य भटक गया है। मीडिया में व्यवसाय या व्यवसाय में मीडिया दोनों एक ही बात है। किसी ने सच ही कहा है कि चाकू खरबूजे पर गिरे या खरबूजा चाकू पर बात तो एक ही है। यही हाल मीडिया जगत का है। समय के साथ मीडिया अपनी जिम्मेदारी से इस प्रकार पल्ला झाडता नजर आएगा यह किसी ने सोचा तक नही था। इस विषय पर कुछ लोगों के यह भी तर्क है कि मीडिया को अपना अस्तित्व बनाए रखने के लिए जो दिखता है वो बिकता है कि शैली पर चलना आवश्यक है। क्योंकि मीडिया को पैसा केवल विज्ञापनों से ही प्राप्त होता है।

मीडिया का विकास व्यक्तियों की आवश्यकताओं की पूर्ति के साधन के रूप में हुआ था। लेकिन धीरे-धीरे मीडिया संचालन का कार्य व्यापारियों एवं उद्‌योगपतियों के हाथों में नजर आता है। जो कि बहुत अलग परिवेश को जन्म देता है इसमें मीडिया को व्यापार बनने में सहायता मिलती है। मीडिया इस प्रक्रिया के माध्यम से कॉरपोरेट जगत से जुड़ता है। हमारे समाज में दिन-प्रतिदिन होने वाले परिवर्तन को देखकर मीडिया में भी बदलाव आ रहा है। ऐसा प्रतीत होता है मानो जिस विकास के उद्देश्यो को लेकर मीडिया शुरू हुआ था वह कहीं पीछे रह गया है। मीडिया अपने विकास के लिए खबरों को तोड़-मरोड़ के प्रस्तुत करने में भी गुरेज नहीं कर रहा है। मीडिया की गतिविधियाँ या कहें कारनामें ऐसे हो गये हैं कि मानो किसी सस्ती साबुन या क्रीम का प्रचार ही उसकी लोकप्रियता का एक मात्र साधन बचा रह गया है। भोड़े-भोड़े विज्ञापन, कार्यक्रम, प्रचार, आदि के माध्यम से अपने विकास की स्याही संजोह रहा है। आज वैश्वीकरण के दौर में मीडिया पहले से ज्यादा विकसित हुआ है। आज देश विदेश के समाचार चैनलों में एक होड़ सी लगी है। सब अलग तरह के समाचार एवं उसके प्रसारण की दौड़ में बिजी हैं। इस प्रकार ये चैनल प्रमुख खबर की मौलिकता भी गवां देते हैं।

निष्कर्ष

समाज में मीडिया की अहम भूमिका है, मीडिया को इसलिए ही समाज का दर्पण कहा जाता है कि जो भी समाज में घटता है उन सब तथ्यों और घटनाओं को मीडिया अपने माध्यम से सबके सामने प्रस्तुत करता है। मीडिया को किसी का पक्षधर नही होना चाहिए। लेकिन पिछले कुछ वर्षो से जिस प्रकार मीडिया पर आरोप लगाए जा रहें है कि मीडिया पैसे लेकर खबर छापता है, जिसको पेड न्यूज़ कहते है। इस बात की चर्चा पिछले कई वर्षों से हो रही है, और इसी मीडिया में व्यवसाय का आगमन होने से मीडिया के स्वरूप में अनेकों बदलाव हुए है। आज मीडिया जगत एक इंडस्ट्री में तब्दील हो गया है। मीडिया की पहचान प्रिंट, इलैक्ट्रोनिक मीडिया से सोशल मीडया में मिलकर एक बडे व्यवसाय की दुनिया में पहुंच गई है। सोशल मीडिया जैसा कि नाम से ही जाहिर होता है कि समाज से जुडा है। ठीक उसी प्रकार इस मीडिया की कार्यशैली भी अलग है। आज मोबाइल, टी-वी-, फेसबुक, टविटर, इंस्टाग्राम से कहीं आगे शोर्ट फिल्म एवं क्लीपिंग हो गई है। छोटी-छोटी रील के बनाने से समाज में हर दिन कोई न कोई मैसेज या सूचना आदान प्रदान हो रही है। जोकि समाज पर सीधे असर करती है। समाज में मीडिया का यह स्वरूप आज एक अलग पहचान बना चुका है। लेकिन यह व्यवसायिक रूप समाज के लिए बहुत हद तक घातक है। इसमें मीडिया को यह ज्ञात होना चाहिए कि समाज में आज भी न्यूज़ सच्चाई को तवज्जो देती है। मीडिया को अपना लक्ष्य हमेशा याद रहना चाहिए क्योंकि मीडिया को समाज का दर्पण और चौथा स्तम्भ माना गया है। इसलिए कहा जाता है कि सामाजिक कडियों से छेडछाड किसी भी देश की मीडिया और सामाज के लिए हितकारी नही है।

सन्दर्भ सूची

1. मीडिया लेखन, डॉ- गंगा सहाय प्रेमी, हरीश, विश्वविद्यालय प्रकाशन, नवीन संस्करण, प्र-सं--28
2. मीडिया सिंद्धातकार-3, वैकल्पिक मीडिया लोकतंत्र और नॉम चोम्स्की, जगदीश्वर चतुर्वेदी/सुधा सिंह, प्रथम संस्करण-2008, पृ-सं--115
3. मीडियाः मिथ्स और मूल्य, देवेन्द्र इस्सर, इन्द्रप्रस्थ प्रकाशन, प्रथम संस्करण-2006, पृ-सं--15
4. मीडिया विमर्श, डॉ- राम लखन मीणा, कल्पना प्रकाशन, दिल्ली, प्रथम संस्करण-2012, पृ-सं--8