SHODH SAMAGAM

ISSN : 2581-6918 (Online), 2582-1792 (PRINT)

मीडिया की भूमिका और बदलती संस्कृति

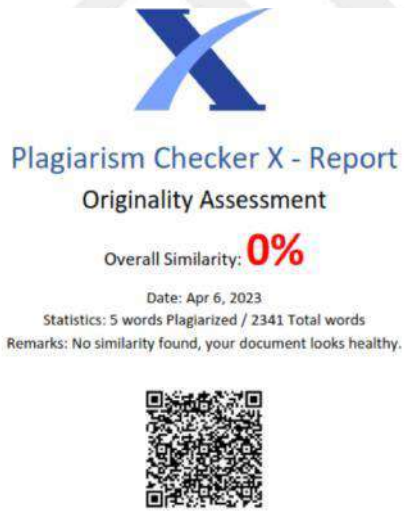
सविता सिंह, (Ph.D.), हिन्दी विभाग
पं. हरिशंकर शुक्ला स्मृति महाविद्यालय, कचना, रायपुर, छत्तीसगढ़, भारत

ORIGINAL ARTICLE

Author
सविता सिंह (Ph.D.)

shodhsamagam1@gmail.com

Received on : 06/04/2023
Revised on : -----
Accepted on : 13/04/2023
Plagiarism : 00% on 06/04/2023



शोध सार

हमारे देश में मीडिया को 'चौथे स्तंभ' के रूप में माना गया है। वर्तमान समय में कोई भी देश, समाज तथा संस्था मीडिया की उपेक्षा नहीं कर सकता। मीडिया मानव जीवन का एक अनिवार्य अंग बन गया है। मीडिया की सकारात्मक भूमिका किसी देश, समाज व संस्था को समृद्ध कर सकता है। मीडिया एक ऐसा तंत्र है जिसमें प्रिटिंग प्रेस, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, रेड़ियों, सिनेमा व इंटरनेट शामिल है। मीडिया हमें समसामायिक घटनाओं से अवगत कराने के साथ ही ज्ञानवर्धक शिक्षा तथा स्वास्थ्यवर्धक सूचनाएँ भी देता है। मीडिया लोगों को सरकार की नीतियों से अवगत कराता है। वर्तमान में इंटरनेट व सिनेमा मीडिया का एक लोकप्रिय साधन बन गया है। मीडिया के इतने लाभ होने के साथ इसमें कुछ खामियाँ भी है। किसी भी घटना को अनावश्यक कवरेज देना तथा उसको तोड़–मरोड़ कर दर्शकों को बार–बार दिखाना, चटपटी खबरों को ज्यादा अहमियत देना इसी तरह की खामियाँ है। पहले मीडिया को सत्यान्वेषण के रूप में जाना जाता था पर अब वह लाभ कमाने का एक जरिया बनते जा रहा है। आज बच्चे समय से पहले युवा होते जा रहे हैं इसके लिए इंटरनेट में परोसी जाने वाली अश्लीलता है। नयी युवा पीढ़ी में संतोष तथा धैर्य की कमी होती जा रही है। वे सब कुछ जल्दी पाना चाहते हैं और जब वे असफल हो जाते है तो आत्महत्या कर लेते है। इस आत्महत्या का लाइव शो वे मीडिया में परोस देते है। इस प्रकार मीडिया लोगों को राजनीति से लेकर मनोरंजन तक सभी जानकारी देनें के साथ हमारे जीवन तथा संस्कृति को प्रभावित करता है।

मुख्य शब्द

मीडिया, जनसंचार, इंटरनेट, टेलीविजन, शिक्षा, संस्कृति, समाचार.

समाज में मीडिया की भूमिका

मीडिया वह माध्यम है जिसके द्वारा हम अपने विचारों का आदान–प्रदान करते हैं। मीडिया को माध्यम की आवश्यकता होती है। बाजार वह माध्यम प्रदान करता है। मीडिया की भाषा बाजार के अनुरूप होती है। जनसंचार की भाषा साहित्यिक न होकर व्यवहारिक होती है। इलेक्ट्रॉनिक व प्रिंट मीडिया दोनों ही समाज पर गहरा प्रभाव डालते हैं। विचारों, भावनाओं तथा सूचनाओं का आदान–प्रदान संचार कहलाता है। वर्तमान में इलेक्ट्रॉनिक व प्रिंट मीडिया सर्वाधिक लोकप्रिय है। प्रिंट मीडिया के अंतर्गत समाचार–पत्र, पत्रिका तथा पुस्तक आते है। टेलीविजन के आविष्कार से पहले तक रेड़ियों मीडिया की भूमिका निभा रहा था। समय के साथ टेलीविजन ने व्यापार जगत को सर्वाधिक प्रभावित किया। रोज नये उत्पाद को टेलीविजन में आकर्षक विज्ञापनों द्वारा दिखाया जाता है जिससे दर्शक उन उत्पादों के बारे में जान सकें तथा उसका क्रय कर सके। टेलीविजन केवल विज्ञापनों तक ही सीमित नहीं उसमें दिखाये जाने वाले सीरियल, फिल्में, समाचार तथा वाद–विवाद भी दर्शक को प्रभावित करते है। वर्तमान में इंटरनेट मीडिया के एक सशक्त साधन के रूप में विकसित हुआ है। परिवर्तन संसार का नियम है। इस परिवर्तन के लिए माध्यम होना आवश्यक है। मीडिया इसमें अपना कारगार भूमिका निभाता है। मीडिया द्वारा हमारी बुनियादी आवश्यकताओं की पूर्ति ही नहीं होती बल्कि इसके द्वारा हमारा बौद्धिक विकास भी होता है। मीडिया सूचनाओं के आदान–प्रदान व मनोरंजन के लिए आवश्यक है। मीडिया के बिना जीवन संभव है परन्तु ऐसा जीवन निरस होगा। राजनीतिक लोग मीडिया को अपने फायदे के रूप में भी प्रयोग करते है। समाज में मीडिया लोगों को सूचना देने के साथ मनोरंजन तथा शिक्षा देनें का भी कार्य करता है।

"मीडिया का तात्पर्य होता है 'संचार माध्यम'। वह माध्यम जिसकी सहायता से हम अपने विचारों को कोने–कोने तक पहुँचा सकें।"[1] इस कथन से स्पष्ट है कि अपने विचारों को संप्रेषित करने का सशक्त माध्यम है मीडिया। अब मीडिया समाज का अनिवार्य अंग बनता जा रहा है। मीडिया समाज में इस तरह से अपनी पैठ बना चुका है कि अब इसके बिना जीवन अधूरा–सा लगने लगा है। इसका जीता जागता उदाहरण है हमारा मोबाइल। अगर किसी कारणवश मोबाइल खराब हो जाता है या गुम जाता है तो हमारा पूरा ध्यान उस मोबाइल पर रहता है। मोबाइल के बिना हमारा एक–एक पल सदियों के जैसा लगने लगता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रिंट मीडिया की तुलना में अधिक प्रभावी है। प्रिंट मीडिया को हम केवल पढ़ सकते है तथा इसके लिए पाठक को साक्षर होना आवश्यक है, परन्तु इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दर्शकों पर दृश्य व श्रव्य दोनों तरह के प्रभाव छोड़ता है। ये प्रभाव दीर्घकाल तक मानसपटल पर अंकित रहता है। अशिक्षित व्यक्ति भी टेलीविजन की भाषा को समझ सकता है। प्रारंभ में टेलीविजन में दूरदर्शन के द्वारा कार्यक्रम का प्रसारण किया जाता था। 1990 के दशक में उदारीकरण व वैश्वीकरण ने देश में निजी चैनलों की संख्या में अचानक वृद्धि की। अब चैनलों में पारस्परिक स्पर्धा होने लगी। उदारीकरण ने देश में कई टीवी चैनल जैसे जी टीवी, स्टार प्लस, सोनी टीवी, सहारा वन, सब टीवी दिये जो दर्शकों के बीच काफी लोकप्रिय हुए। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने लोगों को विलासितापूर्ण जीवन के अधिक निकट ला दिया। अधिकांश लोगों के पास अब टीवी, फ्रिज, मिक्सर, वाशिंग मशीन जैसे समान है ये सब इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की देन है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने जहाँ लोगों के रहन–सहन को प्रभावित किया है वहीं स्त्रियों को अत्यधिक प्रभावित किया है। शिक्षा ने स्त्री–पुरुष को एक समान लाकर रख दिया। स्त्रियाँ भी अब जीवकोपार्जन कर रही है। मीडिया ने स्त्री शिक्षा पर अधिक बल दिया है। मीडिया ने लोगों की सोच को बदला है। मीडिया से लोगों में जागरूकता बढ़ी है। आज हम मीडिया के द्वारा गली–मुहल्ले, नगर, महानगर, प्रदेश, देश, विदेश सभी का समाचार मिनटों में पा जाते हैं। अपनी चैनल की टी.आर.पी. बढ़ाने के लिए मीडिया किसी भी हद तक जा सकती है। वर्तमान में लाइव शो का क्रेज इस कदर बढ़ गया है कि मीडिया को उचित–अनुचित का ख्याल ही नहीं रहा। इस प्रकार हम मीडिया की भूमिका को नकार नहीं सकते। इसके कुछ अच्छे पहलू है तो बुरे भी। समाज तथा व्यक्ति किस पहलू को ग्रहण करता है वह उसके विवेक पर निर्भर करता है। वर्तमान में प्रिंट तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की अपेक्षा सोशल मीडिया अधिक लोकप्रिय है।

मीडिया एक सजक प्रहरी की भाँति समाज को आगामी खतरों से आगाह करता है साथ ही वह मार्गदर्शक का कार्य भी करता है। "संचार माध्यमों के पास निर्माण करने की जितनी शक्ति होती है, उतनी ही संहार करने की शक्ति।"[2] संचार माध्यम के द्वारा सकारात्मक समाचार का प्रसारण समाज को एक नयी दिशा देने का काम करता है वहीं इसके द्वारा प्रसारित होने वाली नकारात्मक खबरें समाज की शांति को भंग कर सकती है। मीडिया का कर्त्तव्य है कि वह ऐसे खबरों से दूर रहें जिससे देश व समाज की शांति भंग हो जायें। बहुत बार देखा गया है कि मीडिया लोकप्रियता हासिल करने के लिए खबरों को तोड़–मरोड़कर दर्शकों के सामने पेश करती है, कभी–कभी जिसकी परिणति सांप्रदायिक दंगें से होते हैं। मीडिया की सार्थकता उसके रचनात्मक कार्यो से है ना कि विध्वंसात्मक कार्यो से।

मीडिया का संस्कृति पर प्रभाव

प्रत्येक देश की अपनी स्वतंत्र सांस्कृतिक विरासत होती है। देश तथा समाज उस विरासत को आने वाली पीढ़ी के लिए संजोकर रखता है। भारतीय संस्कृति को अति प्राचीन माना गया है, जहाँ लगभग सभी प्राचीन संस्कृति समाप्त प्रायः हो गयी है वहीं भारतीय संस्कृति आज भी यथावत् बनी हुई है। विदेशी आक्रांताओं ने इसे मिटाने की भरसक कोशिश की परन्तु वे स्वयं मिट गये परन्तु भारतीय संस्कृति को वे मिटा नहीं सकें। भारतीय संस्कृति ने अन्य संस्कृतियों को आत्मसात् अवश्य किया। समय के साथ संस्कृति के स्वरुप में बदलाव हुआ। संचार क्रांति से पूर्व सांस्कृतिक आदान–प्रदान धीमा था परन्तु संचार क्रांति के बाद पूरा विश्व एक ग्लोबल विलेज बन गया। संचार क्रांति ने रहन–सहन, खान–पान व पहनावे को भी प्रभावित किया। मल्टीनेशनल कम्पनी के उत्पाद मीडिया के माध्यम से लोगों के सामने परोसे गए। नए युवा वर्ग ने विदेशी रहन–सहन, खान–पान व पहनावे को आत्मसात् किया। मीडिया ने लोगों के पहनावे को बहुत अधिक प्रभावित किया। पहले अंग को ढँकना फैशन माना जाता था पर अब ज्यादा अंग प्रदर्शन करना ही फैशन बन गया है। समय के साथ आये दिन फैशन शो आयोजित होने लगे जिसे मीडिया ने लोगों के सामने पेश किया। फैशन शो के द्वारा अश्लीलता व नग्नता को लोगों के सामने परोसा गया। इस फैशन शो ने हमारी संस्कृति को अत्याधिक प्रभावित किया। फैशन शो की अश्लीलता ने नारी की अस्मन को भी चुनौती दी। समाज का एक वर्ग इस नग्नता को बलात्कार का कारण मानता है, परन्तु यह सौ फीसदी सही नहीं है। वस्त्र विन्यास के आधार पर नारी के चरित्र का आंकलन करना गलत है। बलात्कार के लिए वस्त्र विन्यास ही नहीं व्यक्ति की सोच व विचार भी जिम्मेदार है। मीडिया में दिखाये जाने वाली अश्लीलता लोगों के मन मस्तिष्क को प्रभावित करने के साथ लोगों को बहकाने का काम भी करती है जिसके परिणामस्वरूप समाज में बलात्कार जैसी घटना होती है। आज इंटरनेट लोगों की जरुरत बन गयी है। इंटरनेट मीडिया का सबसे सशक्त माध्यम बन गया है। इंटरनेट जहाँ लोगों को जागरूक करता है, ज्ञान की बातें बताता है वहीं इसमें अश्लीलता भरी सामग्री भी असानी से मिल जाती है। पहले इंटरनेट कंप्यूटर सेंटर तक ही सीमित था परन्तु स्मार्ट फोन के आने के बाद यह घर–घर में आ गया। इंटरनेट के द्वारा परोसे जाने वाली अश्लीलता के कारण बच्चे समय से पहले युवा बन रहे है। ज्यादातर बलात्कार की घटना में नाबालिक व युवा वर्ग शामिल होते हैं।

प्रिंट मीडिया, टीवी तथा सिनेमा ने अश्लीलता, हत्या तथा चोरी को बढ़ावा दिया है। स्वस्थ मीडिया समाज की नीति, परंपरा तथा संस्कृति के प्रहरी के रुप में कार्य करता है। सोशल मीडिया जहाँ लोगों को लोगों से जोड़ता है, वहीं हमारी संस्कृति व सभ्यता में विदेशी विचार को भी समाहित कर रहा है। खास कर बच्चे व युवा वर्ग विदेशी संस्कृति से अत्यधिक प्रभावित हो रहे हैं। उनके विचारों व पहनावे में अनावश्यक परिवर्तन आ गया है। सोशल मीडिया में असभ्य भाषा का भी प्रयोग बढ़ा है। सोशल मीडिया ने मर्यादा को तिलांजली दे दी है। अब लोगों के पास आपस में मिलकर बात करने का समय नहीं रहा वे पूरे समय सोशल मीडिया में ही व्यस्त रहते हैं। त्यौहारों, जन्मदिन तथा विवाह के फोटो को सोशल मीडिया में डालना आम हो गया है। इन फोटों का कुछ लोग गलत उपयोग भी करते है। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया हमारे जीवन का एक अंग बन गया है, परन्तु इसके कुछ दुष्परिणाम भी देखने को मिलते हैं इसलिए हमें इसका उपयोग अपने विवेक से करना चाहिए। संस्कृति किसी देश की पहचान होती है। मीडिया उस संस्कृति को अनावश्यक रूप से प्रभावित करती है।

निष्कर्ष

मीडिया एक ऐसा तंत्र है जिसमें इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, रेड़ियों, सिनेमा, इंटरनेट तथा प्रिंटिग प्रेस सम्मिलित है। मीडिया समाज को प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष दोनों रुप से प्रभावित करती है। मीडिया की उपयोगिता, महत्व तथा भूमिका समय के साथ–साथ बढ़ती जा रही है। कोई भी वर्ग चाहे वह सरकारी हो या गैर सरकारी मीडिया की उपेक्षा नहीं कर सकता साथ ही देश व समाज उसकी उपेक्षा करके आगे नहीं बढ़ सकता। हम कह सकते हैं कि किसी देश व समाज का भविष्य मीडिया पर निर्भर करता है। मीडिया किसी देश को बना भी सकती है और उसे नष्ट भी कर सकती है। मीडिया में प्रसारित होने वाले अच्छे व सकारात्मक समाचार उस देश का स्वर्णीम भविष्य तय करता है और वहीं उसमें प्रसारित होने वाले नकारात्मक समाचार व विचार उस देश को पतन के मुख में ढकेल सकता है। मीडिया हमारे जीवन का एक आवश्यक अंग बन गया है। बहुत बार मीडिया अपने सामाजिक जिम्मेदारी से भागती हुई नजर आती है और वह केवल चटपटी खबरों को ही ज्यादा तव्वजो़ देती है। बहुत बार वह नाटकीयपूर्ण तथा अतिरंजनापूर्ण कार्यक्रमों को दर्शकों तक परोसती है जिससे उस चैनल की टी.आर.पी. बढ़ जाए। इसके लिए कई बार वह अपवाहपूर्ण समाचारों को भी दिखाती है। ऐसे चैनलों का उद्देश्य सत्य को उजागर करना नहीं वरन् दर्शकों का मनोरंजन करना होता हैं। प्रिंट मीडिया इस तरह के छल–प्रपंचों से स्वयं को बहुत हद तक बचा कर रखा है परन्तु दृश्य मीडिया अपने उद्देश्य को भूलकर मात्र लाभ कमाने में लगी हुई है। सोशल मीडिया फेक न्यूज का एक आइकन बन गया है। सोशल मीडिया में व्हाट्सएप बहुत लोकप्रिय है। इसमें लोग कोई भी खबर बिना सत्यता जाने पोस्ट कर देते हैं। कोई भी नया पोस्ट आते ही उसे शेयर करने की बाढ़–सी आ जाती है। कभी–कभी ये असत्य खबर सांप्रदायिक दंगों का भी रुप ले लेती है। आज भी लोगों का विश्वास है कि मीडिया में दिखाये जाने वाले समाचार व खबर सत्य होते है, परन्तु आज के समय में मीडिया की सत्यता पर प्रश्नचिंह् लग रहा है। संपादक थोड़े से लाभ कमाने के लिए असत्य समाचार तथा ऐसे समाचार का प्रकाशन व संपादन करते है जिससे किसी वर्ग विशेष को लाभ पहुँचें। मीडिया अपने वास्तविक उद्देश्य से भटक गया है और वह केवल उत्पाद बेचने वाला एक माध्यम बन गया है।

मीडिया को लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रुप में माना जाता है। इस पर किसी भी पार्टी का अधिकार तथा नियत्रंण नहीं होना चाहिए। यदि मीडिया किसी पार्टी विशेष का समर्थन करती है तो वह लोगों का विश्वास खो बैठती है। मीडिया का यह कर्त्तव्य है कि वह किसी भी खबर को तोड़–मरोड़ कर प्रस्तुत न करें तथा उसमें असत्यता व मनोरंजकता का तडका लगाये बगैर पाठकों व दर्शकों तक प्रस्तुत करे। मीडिया हमारी संस्कृति को भी प्रभावित कर रही हैं। आज मीडिया द्वारा परोसे जाने वाले अश्लील गाने में लोग नाच रहे है। मुन्नी बदनाम हुई, शीला की जवानी जैसे अश्लील गानों ने हमारे युवा वर्ग को बहुत प्रभावित किया है, बच्चे भी इससे अछूते नहीं रहे। मीडिया ने हमारे पहनावे को भी प्रभावित किया है। मीडिया ने नग्नता को इस तरह परोसा कि लोग बिना सोच–विचार किए उसका अनुमोदन करते चले गयें। फैशन के नाम पर लोगों के कपड़ें खास कर लड़कियों के कपड़े छोटे होते गए। मीडिया में भी फैशन के नाम पर नग्नता को परोसा गया। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि मीडिया देश व समाज की जरूरत है, इसके बिना किसी देश व समाज की उन्नति संभव नहीं। मीडिया का यह उत्तरदायित्व है कि वह सकारात्मक समाचार व विचार को लोगों के समक्ष प्रस्तुत करें।

संदर्भ सूची

1. डहेरिया खेमसिंह, *मीडिया की भाषा : स्त्री,* अध्ययन पब्लिशर्स एण्ड डिस्ट्रब्यूटर्स, नयी दिल्ली, संस्करण–2011, पृष्ठ क्रमांक–1।
2. राजकिशोर, समकालीन पत्रकारिता मूल्यांकन और मुद्दे, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, प्रथम संस्करण–1994, पृष्ठ क्रमांक–191।

****