

## पर्यावरण संरक्षण में मीडिया की भूमिका

डॉ. ज्योति सिंह,

सहायक प्राध्यापक, भाषा विभाग

प.म.ब. गुजराती विज्ञान महाविद्यालय, इन्दौर

जनसंचार माध्यम पर्यावरण की सुरक्षा में सकारात्मक भूमिका निभा सकते हैं। वे लोगों को पर्यावरण की क्षति के परिणामों के बारे में सचेत कर सकते हैं, कारपोरेट जगत द्वारा कानूनी अपेक्षाओं के उल्लंघन को उजागर कर सकते हैं। और नए कानूनों का विश्लेषण कर सकते हैं। जन संचार माध्यमों की भूमिका (पर्यावरण संरक्षण में) इन क्षेत्रों में हो सकती है-

- रिपोर्टिंग और प्रकाशन के माध्यम से सच को उजागर करना।
- उल्लंघन के मामलों में छानबीन।
- सरकारी अधिकारियों की विफलता को उजागर करना।
- उल्लंघन के मामलों में राजनीतिक लाभ लेने की प्रकृति पर अंकुश लगाना।”<sup>1</sup> वाय.के. सभरवाल, भारत के पूर्व मुख्य न्यायाधीश सेन्टर फॉर मीडिया स्टडीज (सी.एम.एस) नई दिल्ली के अध्ययन के कई परिणाम बताते हैं कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के प्रमुख समाचार चैनलों पर पर्यावरण पर प्रसारण नगण्य है।

01. मीडिया का प्रभाव- प्रशासन पर जब भी मीडिया किसी मुद्दे को विस्तार से और लम्बे समय तक उठाता रहता है तो जनता सक्रिय होती है, नीतियाँ बदल जाती हैं और कानून निर्मित हो जाते हैं।”<sup>2</sup> गैलवस्पान- 2004 मीडिया में पर्यावरणीय पत्रकारिता की वर्तमान

स्थिति : पत्र-पत्रिकाओं में अभी पर्यावरणीय पत्रकारिता अपनी शैशावस्था में ही है। अधिकांशतः सामान्य समाचार-पत्र-पत्रिकाओं में पर्यावरण संबंधी लेख तो छपते रहते हैं लेकिन नियमित रूप से पर्यावरण संबंधी स्थायी स्तम्भ या रोजाना लेख प्रकाशित करने का कोई ट्रेंड हमारे यहाँ प्रचलित नहीं है। सन् 2007 में देश की प्रतिष्ठित लीडिंग पत्रिका “इण्डिया टुडे” के ग्यारह अंकों का एटर्नडम (बेतरतीब रीति से) चयन कर विश्लेषण किया गया। अध्ययन में यह पाया गया कि पत्रिका में औसतन 15.85 प्रतिशत, 14.71 प्रतिशत राजनीति, 12.66 प्रतिशत अपराध, 1.48 प्रतिशत विज्ञान, 20.71 प्रतिशत धर्म-कला-साहित्य-ज्योतिष, 17.88 प्रतिशत विविध विषयों, 5.70 प्रतिशत खेल, 11.70 प्रतिशत व्यापार इत्यादि पर कवरेज था जबकि पर्यावरण संबंधी मुद्दों पर कवरेज मात्र 1.55 प्रतिशत था। याने पर्यावरण पत्रकारिता का प्रतिशत सामान्यतः 2 प्रतिशत से अधिक नहीं है। डिस्कवरी चैनल, एनिमल प्लेनेट, नेशनल जियोग्राफिक द्वारा जबसे हिन्दी भाषा में प्रसारण प्रारंभ हुआ, इन कार्यक्रमों की संख्या में अच्छी बढ़त जात हुई है। कुछ चैनलों में मौसम के साथ प्रदूषण को भी स्थान देकर अच्छा प्रयास प्रारंभ किया गया।

मीडिया शासन और विकास दोनों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। मीडिया प्रशासन की योजनाएँ, क्रियान्वयन, अधिकारियों की कार्यशैली, वास्तविकता बता कर जनता को सचेत करता है। और वह प्रशासन के सजग प्रहरी की भूमिका निभाता है।

02. समाज और मीडिया का अंतर्सम्बन्ध : मीडिया समाज के जिन मुद्दों को बार-बार लगातार उछालता है तो उन मुद्दों के प्रति जनमत तैयार होता है। और समाज में परिवर्तन का प्रारंभ होता है। जैसे दैनिक भास्कर इन्दौर द्वारा 2007 में हरियाली का अभियान 'एक पौधा शहर को दे दो तथा जल सत्याग्रह अभियान। पत्रिका इन्दौर द्वारा चलाया गया "खान नदी" पुनरुद्धार अभियान, पौधारोपण अभियान, पक्षियों के लिए छत पर पानी रखने का अभियान। नवभारत द्वारा चलाया गया नदी (क्षिप्रा बचाओं) अभियान, पैदल यात्रा आदि मीडिया द्वारा पर्यावरण चेतना के अभियान हैं, जो बहुत हद तक सफल भी हुए हैं। मीडिया और बाजार

आज मीडिया बाजार के हाथ की कठपुतली बन गया है। वह उसकी चरित्र, आचरण और अस्तित्व के लिए आवश्यक तत्व का कार्य करता है। अर्थशास्त्र ने मीडिया के पुराने सारे आदर्शों को धत्ता बता दिया। आज का मीडिया अनर्थशास्त्र के भंवर में इस अर्थशास्त्र के प्रमुख हो जाने से ही फंसा है। उद्योग और बाजार की अनेक गतिविधियाँ कई बार प्राकृतिक संसाधनों और पर्यावरण के लिए क्वालिटी में सुधार करने के लिए संचालित की गईं जिनका परिणाम उत्साह जनक निकला। जनता में पर्यावरण संरक्षण में

मीडिया की भूमिका के बारे में विचार करने से पहले यह समझ लेना जरूरी है कि क्या मीडिया समाज में नये मुद्दे उठाकर समाज के लिए नई राह खोलने का दमखम रखता है या उसका काम केवल घटित घटनाओं की सूचना देना या समाचारों द्वारा मुद्दों का फालोअप करने तक ही सीमित है।

मीडिया का एक कार्य जनमत तैयार करना माना जाता है, जो अधिकांशतः राजनैतिक चुनावों के संबंध में होते हैं। कोहेन (1963) ने कहा कि मीडिया यह तो नहीं बता सकता कि आम लोग क्या सोचें किन्तु वह यह तो बता सकता है कि वे किस बारे में सोचें। मैक्काम्बस् व शा (1972) का कहना है जब जनमाध्यम किसी विषय को महत्व देने लगते हैं तो जनता भी उस विषय को महत्वपूर्ण मानने लगती है। काब एलडर (1971) का मत है कि मीडिया मुद्दों को उठाकर व्यवस्थित एजेण्डा बनाने और उन्हें अपनाए जाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है।

ट्रम्बो (1995) ने ग्लोबल वार्मिंग के मुद्दे पर 1985 से 1992 के बीच किए गए अध्ययन के आधार पर निष्कर्ष निकाला कि इस मुद्दे पर नीतिगत पहल के लिए ध्यान आकर्षित करने में मीडिया ने काफी अहम् भूमिका निभाई। बार्टल्स (1996) ने अपने अध्ययन के आधार पर बताया कि मीडिया एजेण्डा तय करने की क्षमता रखता है।

यदि किसी विषय पर मीडिया में बार-बार बात उठाई जाती है तो धीरे-धीरे जनता भी उसे मुद्दे पर अपनी धारणा बना लेती है जो अन्ततः



एजेण्डा तय करके काम आती है। एजेण्डा तय करने में मीडिया की भूमिका बेहतर हो सकती है। मीडिया मनचाहे नीतिगत मुद्दों को जन्म नहीं दे सकता तो वह किसी मुद्दे को स्वरूप तो जरूर दे सकता है।

चूंकि मीडिया का मुख्य कार्य नये समाचार देना होता है इसलिए एक ही विषय का फालोअप लम्बे समय तक नहीं कर सकता। दूसरा सबसे पहले सबसे नया सबसे नाटकीय के चक्कर में वह एक समस्या से दूसरी समस्या की ओर भागता रहता है। लेकिन फिर भी कई बार महत्वपूर्ण मुद्दों को प्रमुखता देकर, अभियान बनाकर, लगातार मुद्दों पर जनता से संवाद प्रारंभ करता है, जिससे जनमत तैयार होता है। और नीतिगत एजेण्डा तय करने में मीडिया की भूमिका सीमित होते हुए भी महत्वपूर्ण हो जाती है।

मीडिया संदेशों को फैलाने में 'एम्पलीफायर' की भूमिका निभाता है। पर्यावरण संरक्षण में मीडिया की भूमिका बहुआयामी है। जैसे - 01 सूचनाओं का तात्कालिक प्रसारण : पर्यावरणीय गतिविधियों, दुर्घटनाओं और उपलब्धियों की सूचनाओं का सही तरीके से तात्कालिक प्रसारण करना पर्यावरण के संरक्षण में मीडिया की पहली और सबसे महत्वपूर्ण जिम्मेदारी है।

02 पर्यावरणीय समस्याओं को सामाजिक आयाम देना : पर्यावरण से जुड़े मुद्दों पर जन - जागरण में भी मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। वैश्विक से स्थानीय स्तर तक के पर्यावरणीय मुद्दों पर तथ्यात्मक जानकारी अपने पाठकों, दर्शकों तक पहुँचा कर मीडिया लोगों की बुद्धि को

उद्वेलित कर सकता है, तर्कशक्ति को मजबूत आधार दे सकता है और अन्ततः प्रशासनिक व राजनैतिक निर्णयों को प्रभावित करने के लिए जनमत बना सकता है।

03 पर्यावरणीय मुद्दों पर बहस : संवाद का मंच उपलब्ध करवाने में मीडिया बड़ी भूमिका निभाते हैं। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में गोष्ठियों, परिचर्चाओं, वाद-विवाद प्रतियोगिताओं आदि के द्वारा बहस काफी उपयोगी सिद्ध होती है। सकारात्मक पर्यावरणीय गतिविधियों को समर्थन व प्रोत्साहन दे कर पर्यावरणीय बहस का मंच उपलब्ध कराकर व्यापक जन भावनाओं को उजागर किया जा सकता है।

04 पर्यावरणीय गतिविधियों को हतोत्साहन : इसके विपरीत नकारात्मक पर्यावरणीय गतिविधियों को हतोत्साहित करने में भी मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। विकास परियोजनाओं और औद्योगीकरण के नाम पर प्राकृतिक संसाधनों के धृष्टतापूर्ण और बहुधा गैर कानूनी दोहन को सामने लाकर मीडिया गलत कामों पर रोक लगाने में अमोघ अस्त्र-सा काम करता है। जैसे हरदा के पास चल रहे जल सत्याग्रहियों को जबरदस्ती पानी के बाहर लाने की सरकारी तन्त्र की जोर जबरदस्ती वाली खबरों द्वारा उनके (सरकार) दुराग्रहों की तरफ मीडिया ने अच्छा इशारा किया। इस प्रकार लोकहित का मुद्दा सर्वोपरी रख पर्यावरणीय पत्रकारिता एक किरण के रूप में समाज में रोशनी फैला सकती है।

05 पर्यावरणीय मित्र प्रौद्योगिकी को बढ़ावा देने में भी मीडिया सकारात्मक योगदान दे सकता है: कम प्रदूषण करने वाले वाहन, दूषित गैसों का



उत्सर्जन करने से पहले उनका शोधन करने वाले उपकरण व प्राकृतिक संसाधनों के उपयोग पर दबाव कम करने वाले विकल्पों को बढ़ावा देकर मीडिया अपनी सकारात्मक भूमिका निभा सकता है।

06 अन्तर्राष्ट्रीय पर्यावरण संधियों को प्रभावी बनाने में मीडिया की भूमिका बड़ी प्रभावी हो सकती है: जैसे संधियाँ होने के पहले उनसे संबंधित जानकारियों को ज्यादा से ज्यादा फैलाकर। संधियाँ होने के बाद उनके क्रियान्वयन में तत्परता बढ़ाकर और अपने फालोअप्स के द्वारा क्रियान्वयन में होने वाली लापरवाहियों की ओर समाज का ध्यान आकर्षित करके। जैसे पिछले अन्तर्राष्ट्रीय पर्यावरण सम्मेलन (कोपेनहेगन) में जो कार्बन डेटिंग की बात विकसित राष्ट्रों ने उठाई थी उसका अध्ययन विप्लेषण कर हमारे मीडिया ने इस छलावे की ओर हमारा ध्यान खींचा था। पर्यावरण के लिए संवेदनशील जन-प्रतिनिधियों और उद्योगों के प्रयासों की सराहना करके मीडिया ऐसा वातावरण निर्मित कर सकता है जिसमें लोग पर्यावरण संरक्षण के लिए कुछ न कुछ करने की तरफ प्रेरित हो

पर्यावरणीय घटनाओं को कवर करते समय बहुधा मीडिया आयोजन की व्यवस्था और चमक-दमक पर केन्द्रित होकर रह जाती है। जबकि घटना जिस उद्देश्य के लिए हुई थी उसे प्राथमिकता नहीं मिल पाती। जैसे अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर होने वाले सम्मेलनों में मीडिया का अधिक कवरेज राष्ट्राध्यक्षों के चित्र, वक्तव्य आदि पर ही केन्द्रित रहता है जबकि इन बैठकों के व्यौरों, चर्चाओं व परिणामों पर कम ध्यान जा पाता है। इनके

कार्यक्रमों में महत्वपूर्ण मुद्दों पर हुई बहस और चर्चाओं को ज्यादा फोकस कर के ऐसे मुद्दों और घटनाओं को जनता तक पहुंचाया जा सकता है जो पर्यावरण को बड़ी क्षति पहुंचाने में लगे हुए हैं। मीडिया की पर्यावरण चेतना आसान नहीं है यह एक जटिल प्रक्रिया है। मीडिया के सामने पर्यावरणीय मुद्दों के विविध पहलुओं को इस तरह प्रस्तुत करना चाहिए जिससे लोग उसे अपनी रोजमर्रा की जिन्दगी से जोड़ कर देख सके। चूंकि अधिकांश मीडिया समूहों में पर्यावरण डेस्क या विशेषज्ञ पर्यावरण रिपोर्टर नहीं हैं और जहां हैं भी वहां इनकी कोई प्रतिष्ठा नहीं है। पर्यावरणीय पत्रकारिता की भूमिका को सशक्त बनाने के लिए समाज के सभी वर्गों को जागृत करने की बेहतर रणनीति बनाने और ऐसे मुद्दों पर कवरेज बढ़ाने का कार्य चाहिए। पर्यावरणीय समस्याओं को सामाजिक आयाम देकर ही उनके संबंध में प्रशासनिक मशीनरी को सतर्क किया जा रहा है। सितम्बर 2012 की 24-25 तारीख से हरदा और ऑंकारेश्वर में हुए जल सत्याग्रह की तरफ जितना ध्यान मीडिया को देना चाहिए उतना उसने नहीं दिया जब ग्यारहवें दिन लोगों के हाथ-पैर गलने लगे जब यह सत्याग्रह मीडिया के लिए ध्यान देने योग्य समाचार बना। इन्दौर के एक मात्र पत्रिका अखबार ने इनका लगातार अनुवर्तन (फालोअप) दिया।

बांधों से संदर्भित पुनर्वास के मामले सरकार द्वारा अभी भी सुलझाए नहीं गए हैं। महेश्वर और अपरवेदा-बांध विस्थापितों की आखों के आंसू भी अब तक थम नहीं पाए हैं। इन्दिरा सागर बांध के विस्थापितों की पीडा तो घोघलगांव में ऑंकारेश्वर बांध से प्रभावितों के साथ ही बयां हो



रही है। घोघलगांव कोई अंडमान निकोबार नहीं है जहां सरकार या मीडिया पहुंच नहीं पाए। लेकिन सत्याग्रह को मीडिया ने फिर भी संदर्भित करके पूरे समाज के सामने नहीं रखा जिससे जनता अभी भी उसके सभी पक्षों से अनजान ही है। कुछ सुझाव

पर्यावरण संबंधी खबरों के कवरेज बढ़ाने के लिए हमें कुछ प्रयास करने होंगे जैसे -

01. समाचार माध्यमों में पर्यावरण डेस्क प्रारम्भ करना।

02. वैज्ञानिक और विशेषज्ञों से बेहतर संवाद

03. पाठकों व दर्शकों की सहभागिता बढ़ाना जैसे (सिटिजन जर्नलिज्म या नागरिक पत्रकारिता)

04. पर्यावरण समाचारों के लिए स्थान व समय का आरक्षण

05. पर्यावरण मीडिया कर्मियों के समूहों का गठन

06. उत्कृष्ट पर्यावरणीय पत्रकारिता के लिए पुरस्कार

07. युवा पर्यावरणीय पत्रकारों को बढ़ावा देना

08. मीडिया कर्मियों के लिए पर्यावरण शिक्षण प्रशिक्षण

09. पर्यावरणीय फोटो जर्नलिज्म को बढ़ावा देना

10. मुद्दों को आर्थिक परिप्रेक्ष्य में स्पष्ट करना

11. मुद्दों को राजनीतिक संदर्भों सहित प्रस्तुत करना आदि।

आज पर्यावरणीय संकट गहराता जा रहा है। यदि संसार है, समाज है तो मीडिया है संकट हम सभी पर है। इस लिए पर्यावरणीय पत्रकारिता की भूमिका इस समाज में स्वयं सिद्ध है। और उसे

यह भागीरथि प्रयास करना ही होगा। समाज के लिए स्वयं के अस्तित्व के लिए।