शब्द–ब्रह्म
ISSN 2320 – 0871
भारतीय भाषाओं की अंतर्राष्ट्रीय मासिक शोध पत्रिका
17 जनवरी 2013

आलेख :

मीडिया और मूल्य : कुछ विचारणीय प्रश्न

डॉ. ज्योति सिंह
सहायक प्राध्यापक
प.म.ब. गुजराती विज्ञान महाविद्यालय, इन्दौर

आज माध्यम ही संचार है और संचार ही माध्यम, आज माध्यम व्यवसाय है, राजनीति है, प्रभाव है। वह वही दिखाता है जो वह चाहता है। दर्शक उसके द्वारा परोसे गए दृश्यों को अस्वीकृत करने की स्थिति में भी नहीं होता। वह प्रच्छन्न रूप से हमारे मस्तिष्क को भी नियंत्रित कर लेता है। वह सर्वव्यापी, सर्वशक्तिमान होता जा रहा है।

इंटरनेट और सूचना तकनीक से इक्कीसवीं सदी की वैश्विक सभ्यता तथा भौतिक और बौद्धिक अन्तर्संरचनाओं का निर्माण हो रहा है। वर्च्युल रिएलिटी और इन्टरनेट ने व्यक्ति की प्रत्येक इच्छा की पूर्ति को संभव बना दिया है। चाहे वह साइबर स्पेस के द्वारा ही क्यों न हो। सूचना सुपर हाइवे से अपने–अपने गंतव्यों तक पहुँचना है। इन्टरनेट है। आज कम्प्यूटर तकनीक नये सांस्कृतिक परिवर्तन ला रही है। लेकिन क्या यह मानवीय अस्तित्व, अस्मिता और समस्या को सुलझाने में सक्षम होगी ?

प्रश्न यह नहीं कि आज कम्प्यूटर और माध्यम कितना सक्षम है बल्कि प्रश्न यह है कि सृष्टि मनुष्य संस्कृति के बारे में हमारी सोच क्या है ? हमारे आदर्श हमारा मूल्य बोध क्या है ?

नई प्रौद्योगिकी में हर क्षण परिवर्तन हो रहे हैं। नैनोटेक्नोलॉजी 'कम्प्यूटर' पर विजय प्राप्त कर शीर्षस्थ होने जा रही है। डिजिटल तकनीक ने प्रिन्ट मीडिया, इलेक्ट्रानिक माध्यमों, फिल्म, फोटोग्राफी, रेडियों, संगीत, टी.वी. आदि के रूप को आधुनिक तकनीक ने पूरी तरह बदल कर रख दिया है। इक्कीसवीं सदी के द्वितीय दशक में मीडिया वस्तुओं, व्यक्तियों और विचारों को बहुत व्यापक रूप से प्रभावित कर रहा है। मीडिया के विविध रूप अर्थात् ग्लोबल मीडिया, राष्ट्रीय मीडिया, क्षेत्रीय मीडिया आदि रूपों में भी वर्चस्व की लड़ाइयाँ प्रारंभ हो गई हैं। परिवर्तन की लगातार बदलती पृष्ठभूमि हमारी जीवन शैली, कार्य पद्धति, संस्कृति, भावनात्मक संसार, आदर्श–यथार्थ मूल्य सिद्धांत सभी को बदल डालने में लगी है।

आज मीडिया–जगत् के सारे सिद्धांत आदर्श या पैराडाइम बदल रहे हैं तो हमारे पैरामीटर्स (मानदण्ड) भी नये ही होने चाहिए। क्योंकि पैराडाइम के साथ संदर्भ बिन्दु भी बदलते जाते हैं।

आज वैश्वीकरण और वैश्विक माध्यमों के परिणाम् स्वरूप विश्व स्तर पर शक्ति संतुलन व समीकरण बदल रहे हैं। हम मीडिया के सामाजिक सरोकारों की बात करते हैं तो हमें मीडिया के मूल्यों की बात करनी होती है आखिर हम मीडिया से क्या चाहते हैं ? नैतिकता और उत्तरदायी मीडिया (समाज–कल्याण के संदर्भ में)

क्या हमारे समाज के आदर्श सिद्धांत और मूल्य हमेशा समान ही रहते हैं ?

क्या वे समय परिस्थिति और देशकाल से परिवर्तित नहीं होते ? यदि हम मीडिया की अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की बात करें तो उसके विरोध में धार्मिकता, जातियता और लिंगभेद के मुद्दे उठने लगते हैं। क्यों यदि आतंकवाद पर शिकंजा कसा जाता है तो मानवाधिकारों का हनन होने लगता है।

मीडिया की भूमिका

आज मीडिया निर्णायक भूमिका में आ गया है। वह सूचना संसार में हस्तक्षेप कर हर जगह

अपना प्रभाव छोड़ रहा है। इससे कई बार संदेह की स्थिति निर्मित हो जाती है। आज छवियों को कैमरा, लाईट में सूचना को ग्लेमराइज करते वक्त मीडिया यह भूल जाता है कि उनके द्वारा शूट किया जा रहा अपराधी भी ग्लेमरस हो गया है। संचार में जैसे–जैसे संवाद बढ़ रहा है वैसे–वैसे शब्द भी आक्रामक हथियारों में बदल रहे है। हिंसा के दृश्य भीड़ को आकर्षिक करने में जबरदस्त सफल होते हैं। तो परदे की हिंसा समाज में आदर्श बन जाती है। कई बार माध्यम अपने स्वार्थों के वशीभूत हो जनता को सूचित करने के बजाय विशेष विचारों या नीतियों की ओर प्रवृत्त करने का कार्य करने लगते हैं। प्रतियोगिता आवेग, अतिशीघ्रता, सर्वप्रथम ये वे कारण है जो सत्य और सूचना की वास्तविकता में नाटकीयता, रूपान्तरण, अनुमान और परिकल्पना को स्थान दे देते हैं।

समाचार–मूल्य / नैतिक–मूल्य

यदि मीडिया निष्पक्ष हो समाचार–मूल्य और वस्तुपरकता को तवज्जो देता है और वह समाचार मानवीय सरोकारों को आहत करे तो क्या वह सही माना जाएगा।

यहाँ मूल्य चेतना ही अधिक प्रभावी मानी जाएगी। क्योंकि मूल्य व्यावसायिक, नैतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, विधि–सौन्दर्य आदि हो सकते है। यदि मीडिया जनमत निर्माता बनने का दंभ भरता है तो क्या वह पूरी तरह तटस्थ हो सकता है ?

क्लिफर्ड क्रिश्चियन्स ने एथिक्स एण्ड मॉरल रोजनिंग में मूल्य निरपेक्षता के संबंध में कहा है कि जब नैतिक मूल्यों के बगैर किसी सिविल समाज की कल्पना नहीं की जा सकती तो मीडिया कैसे मूल्य निरपेक्ष हो सकता है ? कोई भी सत्य अंतिम सच नहीं हो सकता। तथ्यों के अनावरण से सत्य भी परिवर्तित होता जाता है।

स्व नियमन

हमारे देश का इलेक्ट्रानिक मीडिया यदि चाहता है कि उस पर बाहर से कोई नियंत्रण न हो तो उसे स्व नियमन में पूरी ईमानदारी बरतनी होगी। पिछले कुछ सालों से (BEA) ब्रॉड कास्ट एडिटर्स एसोसिएशन, स्व नियमन के सार्थक प्रयास में लगा है।

पिछले सोलह सत्रह सालों में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने कई गलतियाँ की जिनसे उसने बहुत कुछ सीखा भी। मीडिया को अपने मूल्य निर्धारण में सामाजिक उपादेयता को सर्वोच्च स्थान देना होगा।

स्व–नियमन की आवश्यकता लम्बे समय से मीडिया के क्षेत्र में महसूस की जा रही है। इसके मूल में मुख्यतः एक ही सिद्धांत कार्य करता है। प्रत्येक व्यक्ति के अन्दर अच्छाई और बुराई दोनों होती है। अच्छे संस्कार बेहतर वातावरण, धर्म, परिवार और समाज का अनौपचारिक दबाव उसे अच्छा बनाने की ओर प्रेरित करता हैं।

आज मीडिया के मूल्य निर्धारण में भी यही आधार अपनी सकारात्मक भूमिका निभा सकते हैं। भारतीय समाज की यह प्रकृति है कि वह बाहरी तौर पर बड़ा सुस्त, अनैतिक और असंयमित दिखाई देता है लेकिन जब भी इसके अंतर पर चोट होती है यह अपनी सारी नैतिकताओं के साथ उठ खड़ा होता है।

आज मूल्य संक्रमण की प्रक्रिया में आवश्यकता इस बात की है कि भारतीय समाज में मूल्य–मंथन की प्रक्रिया के द्वारा परम्परागत मूल्यों से ही नये मूल्य प्राप्त हो सकते हैं। यदि स्व–नियंत्रण के प्रयास किए जाएं तो राज्य की भूमिका को धीरे–धीरे कम करते हुए स्व–नियमन ही मूल्य–निर्धारण की कुंजी सिद्ध हो सकती है।

यदि मीडिया व्यक्ति, समाज, राजनीति, इतिहास, विज्ञान अर्थात् हमारी जिन्दगी की

आलोचना कर सकता है तो क्यों नहीं वह अपनी आलोचना करवाने के लिए तत्पर होता है ?

विचारों के खुले मंच पर उसे कोई विशेष अधिकार नहीं दिया जा सकता। यदि वह वॉचडॉग की भूमिका में है तो वह भी उसके दायरे में जरूर आएगा।

यदि समाचार मीडिया की जान है तो समाचार उसकी चेतना। उसे निष्पक्ष, वस्तुपरक सूचना का मध्यस्थ बन समाज के जागरूक प्रहरी की सकारात्मक भूमिका निभानी होगी।

आज प्रश्न यह है कि अत्याधुनिक तकनीक से सजा मीडिया हमारे मूल्यों, दर्शन, कला और संस्कृति का विकास करने में कैसे सहयोगी होगा। जिससे हम 'सम्पूर्ण बोध की ओर बढ़े'।