

28 जनवरी, 2010 को 1630 बजे स्पीकर्स हॉल, कॉन्स्टीट्यूशन क्लब, नई दिल्ली में वर्गीज स्मारक व्याख्यान के उद्घाटन समारोह के अवसर पर भारत के माननीय उपराष्ट्रपति श्री मो. हामिद अंसारी का अभिभाषण

नई शताब्दी में भारतीय मीडिया

कल तक, मैं यह समझ रहा था कि मुझे तो बस वर्गीज स्मारक व्याख्यान-माला का उद्घाटन ही करना है, इसलिए मेरे किंचित अतार्किक मस्तिष्क ने मुझे यह विश्वास करने के लिए प्रेरित किया कि उद्घाटन में मात्र औपचारिकता ही होगी जिसमें स्वयं के विचारों को व्यक्त करने का कोई कष्टप्रद मानसिक एवं शारीरिक श्रम नहीं करना होगा।

सौभाग्य से, मुझे अपनी गलती का समय पर अहसास हो गया !! अन्त भला तो सब भला और इसलिए मुझे यह कहने में कोई हिचकिचाहट नहीं है कि मंगलम समूह द्वारा अपने संस्थापक स्वर्गीय श्री एम.सी.वर्गीज की स्मृति में प्रारम्भ की गई स्मारक व्याख्यान-माला का उद्घाटन करते हुए मुझे अपार प्रसन्नता का अनुभव हो रहा है।

समाचार-पत्र बेचने वाले एक बालक से उन्नति करते हुए मंगलम समूह के प्रमुख तक श्री एम.सी. वर्गीज का जीवन प्रत्येक पत्रकार, उद्यमी और सामाजिक कार्यकर्ता के लिए प्रेरणास्त्रोत बना हुआ है। श्री वर्गीज ने सामाजिक बुराइयों, विशेषकर दहेज प्रथा के विरुद्ध अपने संघर्ष में पत्रकारिता का एक साधन के रूप में उपयोग किया। कला, साहित्य और शिक्षा के संवर्द्धन के लिए किए गए उनके प्रयासों ने एक अमिट छाप छोड़ी है।

मित्रो

इस वर्ष के स्मारक व्याख्यान का विषय सामयिक है। वास्तव में, आज भारतीय मीडिया एक नवीन आश्चर्यजनक परिदृश्य है। भारी-भरकम आँकड़े स्वयं ही इसकी कहानी कह रहे हैं। अनुमान है कि हमारे पास:

- 400 मिलियन से भी अधिक टेलीविजन दर्शक हैं,
- 400 मिलियन से भी अधिक मोबाइल फोन प्रयोक्ता हैं,
- 300 मिलियन से भी अधिक समाचार पत्र पाठक हैं,
- 150 मिलियन से भी अधिक रेडियो श्रोता हैं और
- लगभग 50 मिलियन इंटरनेट प्रयोक्ता हैं।

इस प्रकार मीडिया के कार्यक्रमों ने विभिन्न प्रारूपों में हमारे जीवन में अपनी पैठ बना ली है जो नई प्रौद्योगिकियों के माध्यम से अनवरत समुन्नत हो रहे हैं।

तथापि, इस शताब्दी में सर्वाधिक महत्वपूर्ण परिवर्तन न तो ये सिर चकरा देने वाली संख्या है न ही नई आश्चर्यजनक प्रौद्योगिकियाँ हैं। पत्रकारिता के प्रयोजन और मीडिया उद्यमों के उद्देश्यों में बुनियादी परिवर्तन आया है। इस प्रक्रिया के विकास के बारे में जानने के लिए अतीत में झाँक कर देखना होगा।

स्वतंत्रता-प्राप्ति से पूर्व, समाचार पत्रों का प्रयोग सुधार एवं बंधन-मुक्ति के लिए तथा सामाजिक और सार्वजनिक संवाद में पक्षसमर्थन के लिए किया गया। मीडिया औपनिवेशिक शासन के विरुद्ध संघर्ष तथा हमारी राष्ट्रीय चेतना को मजबूत करने का एक प्रमुख माध्यम भी बना। इसमें राजनैतिक पत्रकारिता की प्रधानता रही और यह उद्देश्य की भावना से ओत-प्रोत था।

स्वतंत्रता-प्राप्ति के बाद, मीडिया संविधान द्वारा प्रत्याभूत वाक् स्वातंत्र्य के मौलिक अधिकार पर बल देने तथा वाणिज्यिक उद्देश्य की प्राप्ति के बीच उलझ कर रह गया।

1990 के दशक तक, स्वतंत्र प्रेस की हमारी परंपरा पूर्णरूपेण स्थापित हो चुकी थी। तथापि, आर्थिक उदारीकरण की हवाएं अपने साथ बाजार अर्थव्यवस्था के ऐसे तत्व लेकर आई जिन्होंने हमारे मीडिया संगठनों की मूल संरचना को बदल दिया है। इसकी चार प्रमुख विशेषताओं पर ध्यान दिए जाने की आवश्यकता है:-

सर्वप्रथम, प्रसारण मीडिया, मुख्य रूप से टेलीविजन और उपग्रह टी.वी., केबल टी.वी., मोबाइल टी.वी., आई.पी.टी.वी. आदि जैसी प्रसारण की नई-नई प्रणालियों का व्यापक विकास हुआ है। समाचारपत्र माध्यम का भी विकास हुआ है और आज ऐसा अनुमान है कि भारत विश्व का दूसरा सबसे बड़ा प्रिंट बाजार है। समाचार मीडिया, मनोरंजन और दूरसंचार के बीच सामंजस्य के परिदृश्य का आशय यह है कि पत्रकारिता, जन-संपर्क विज्ञापन और मनोरंजन के बीच की सीमा-रेखा तेजी से समाप्त हो रही है।

दूसरा, अब यह स्पष्ट है कि लोकतंत्र के स्तम्भों में से प्रेस ही एकमात्र ऐसा स्तम्भ है जिसकी पहचान योग्य कारबार एवं वाणिज्यिक छवि है। आज के मीडिया संगठन ऐसी बड़ी-बड़ी व्यावसायिक इकाइयां हैं जिनके पास हजारों कर्मचारी और भारी वित्तीय एवं अन्य परिसंपत्तियां हैं। इस तरह, नियंत्रक कंपनियों के शेयर धारकों के हितों को पूरा करने के वाणिज्यिक तर्क द्वारा पाठकों के प्रति इनके मुख्य व्यावसायिक कर्तव्य में कमी आ गई है।

तीसरा मीडिया संगठनों की वाणिज्यिक सफलता ग्राहक और पाठक-संख्या संबंधी आंकड़ों के बजाय विज्ञापन से प्राप्त राजस्व पर निर्भर हो गई है। इस

प्रकार विज्ञापनदाताओं ने मीडिया उत्पादों के प्राप्तकर्ताओं का स्थान ले लिया है। इसी तर्क के आधार पर ग्राहक-संख्या संबंधी आंकड़े, विज्ञापन आकर्षित करने के वास्ते विषय वस्तु से अधिक महत्वपूर्ण बन गए।

चौथी बात, लाभ कमाने के प्रयासों ने मीडिया उद्यमी का नज़रिया ही बदल दिया है। आज, मीडिया उद्यम को किसी विकसित होते हुए व्यावसायिक उद्यम, किसी राजनीतिक दल और अपने निजी लाभ हेतु सार्वजनिक प्रभाव का उपयोग करने वाले व्यक्तियों के लिए एक आवश्यक सहायक इकाई के रूप में देखा जाता है। दूसरी ओर, धोखाधड़ी, राजनीतिक सूचना का अपारदर्शी प्रवाह या पक्षपातपूर्ण आर्थिक आंकड़े राजनीतिक और आर्थिक दावेदारों को विवेक का प्रयोग करने एवं सुविचारित विकल्प चुनने से रोकते हैं। वे लोकतांत्रिक प्रक्रिया में बाधा उत्पन्न करते हैं और इससे लोगों में उदासीनता उत्पन्न हो सकती है।

इस संदर्भ में, हमारे मीडिया में राजनीतिक और आर्थिक विषय-वस्तु का प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से राजस्व सृजन के लिए लाभ उठाने की हाल की पद्धतियों में हमारे राज्य तंत्र की छवि बिगाड़ने तथा अर्थव्यवस्था का संतुलन बिगाड़ने की अहितकारी संभावना है। इसके कारण एडिटर्स गिल्ड तथा प्रेस परिषद को 'पेड न्यूज' तथा कवरेज पैकजों के निर्वाचन संबंधी कदाचारों की घटनाओं की छान-बीन करनी पड़ी है।

देवियो और सज्जनो

पत्रकारिता के उस सार्वजनिक प्रयोजन में अब बदलाव आ गया है जिसने पूर्ववर्ती काल में हमारा मार्गदर्शन किया था। हममें से कितनों को याद है कि गांधी जी संभवतः भारतीय पत्रकारिता के इतिहास में पहले ऐसे सम्पादक थे जिन्होंने समाचारपत्रों के प्रकाशन पर लागू कानून को तोड़ने के विशेष प्रयोजन से एक

समाचार-पत्र निकाला था; अथवा वह ऐसे पहले सम्पादकों में से एक संपादक थे जिन पर विद्रोह का अभियोग चलाया गया था।

परिवर्तित व परिवर्तनशील विश्व में, यह स्मरण करना उपयोगी होगा कि लोकतंत्र में जीवंत पत्रकारिता एक प्रहरी पत्रकारिता होती है। यह राज्य में शक्ति के प्रयोग पर निगरानी रखती है और नागरिकों के अधिकारों व स्वतंत्रताओं की समर्थक होती है। यह नागरिकों का मनोरंजन करने और उन्हें उत्तेजित करने की अपेक्षा उन्हें जानकार व सशक्त बनाती है। जीवंत पत्रकारिता व्यावसायिक नैतिकता पर आधारित होती है और यह अपवाद बनने के बजाए नियम बननी चाहिए।

अपनी बात समाप्त करने से पहले, मैं उन तीन सवालों की ओर ध्यान आकृष्ट करना चाहूंगा जिन पर अन्तरावलोकन आवश्यक है:

- क्या आम नागरिक के सरोकार वाले मुद्दों पर सार्वजनिक बहस होती है?
- क्या ऐसे वर्गों के सरोकारों को संचार-माध्यमों में पर्याप्त स्थान दिया जाता है जो हाशिए पर हैं, वंचित हैं और कमजोर हैं?
- हमारे संचार-माध्यमों ने संविधान के सामाजिक और राजनीतिक उद्देश्यों को पूरा करने में कितना योगदान दिया है?

मैं श्री साबू वर्गीज का पुनः धन्यवाद करता हूँ कि आज उन्होंने मुझे यहां आमंत्रित किया और साथ ही मंगलम समूह के प्रयासों की पूर्ण सफलता की कामना भी करता हूँ।