

बाजारवाद और मीडिया का वैश्वीकरण

DR. RAJESH AGRAWAL, Assistant Professor,
Gurukul Mahila Mahavidyalaya, Raipur, Chhattisgarh
DR. SHOBHA AGRAWAL, Assistant Professor,
Agrasen Mahavidyalaya, Raipur, Chhattisgarh

ORIGINAL ARTICLE



Corresponding Author's :

DR. RAJESH AGRAWAL

Assistant Professor,
Gurukul Mahila Mahavidyalaya, Raipur, Chhattisgarh

DR. SHOBHA AGRAWAL

Assistant Professor,
Agrasen Mahavidyalaya, Raipur, Chhattisgarh

shodhsamagam1@gmail.com

Received on : 11/03/2019

Revised on : ----

Accepted on : 13/02/2019

Plagiarism : 01% on 12/03/2019

1990 ई. के आसपास भूमंडलीकरण का शब्द और अवधारणा सामने आयी। सीमित अर्थ में भूमंडलीकरण का अर्थ है – “मुक्त बाजारवाद”। सोवियत यूनियन के पतन के बाद भूमंडलीकरण का हल्ला सुनाई दिया। वास्तव में यह एक अमेरिका की विश्व दृष्टि थी, जिसमें मुक्त बाजार की स्थिति और सुधारवाद का नारा लगाया गया। “इस सुधारवाद के पीछे यह तर्क दिया गया कि अधिकाधिक जमा विदेशी पूंजी की राशि को आर्थिक विकास में लगाना आवश्यक है, ताकि आर्थिक दृष्टि से विपन्न देशों की माली हालत में सुधार किया जा सके।” पर वास्तव में यह सम्पन्न देशों द्वारा गरीब देशों के बाजार पर कब्जा करने का प्रक्रम था। इसके परिणाम स्वरूप अमेरिका और दूनिया ने पूरा लाभ कमाया। यह एक पूंजीवादी सम्राज्यवाद का खेल था, जिसमें जी-सेवन से जुड़े देशों ने अपने व्यापार को बढ़ावा दिया। गरीब देशों में भी थोड़े समय के लिए यह विश्वास बना कि मुक्त बाजार वाद से उनके यहाँ खुशहाली आ सकती है।

भूमंडलीकरण ने बाजारवाद को अपना अस्त्र बनाया। बाजार तो शाश्वत् है। हमेशा मनुष्यता के इतिहास में बाजार रहा है और रहेगा। बाजार का जो बड़ा खतरा बताया जा रहा है वह “बाजारवाद” से है। बाजारवाद

हर वस्तु को बिकाऊ या पण्य बनाकर देखता है । बाजार में हर वस्तु बिकने के लिए तैयार है । बाजार में बिकाऊ का ही महत्व है । “बाजार मनुष्य का अच्छा सेवक है । कोई 5000 साल से उसकी सेवा कर रहा है । लेकिन वह मनुष्य की नियति तय करेगा तो उसमें एक मूल खोट आने वाला है क्योंकि बाजार भाव से चलता है, बाजार मूल्य से नहीं चलता और मूल्यों के बिना किसी भी मानव समाज की कल्पना नहीं की जा सकती।” वैश्वीकरण का ताल्लुक बाजार से है । “यह (बाजार) कोई लोकतांत्रिक संगठन नहीं है । यहाँ पर डॉलर का जोर चलता है । किसके पास कितने डॉलर है, यह महत्वपूर्ण है । यहाँ पर आदमी की गिनती नहीं, अगर आपके पास एक बिलियन डॉलर है तो आपकी गिनती बिलियन वोट से होगी ।”

बाजारवाद ने समाज के प्रत्येक क्षेत्र को प्रभावित किया है । भूमंडलीकरण के प्रभावों से मीडिया भी बचा नहीं है । मीडिया पर उसके अच्छे बुरे दोनो प्रकार के प्रभाव लक्षित होते हैं । हिन्दी पत्रकारिता व्यावसायिकतावाद, धन्धाकरण का शिकार हो चुकी है । अब इसमें ‘मिशन’, ‘प्रोफेशनलिज्म’ का अभाव खटक रहा है । आजादी के आन्दोलनों के समय में पत्रकारिता का एक ध्येय था । उस समय मूल्यों और एकता के साथ मिडिया खड़ा रहा । बाद में पूंजी तत्व हावी होने लगा । समाचार पत्र के साथ पूंजी जुड़ गई और जो व्यक्ति पूंजी लगाता है तो वह चाहेगा कि उस पूंजी का प्रतिफल उसे मिले । “इससे भी महत्वपूर्ण परिवर्तन यह हुआ कि समाचार पत्रों और पत्रिकाओं का प्रकाशन एक व्यवसाय बन गया और उनका उद्देश्य कुछेक अपवादों को छोड़कर अधिकतम मुनाफा कमाना हो गया । उनकी उपयोगिता को देखते हुए पूंजीपतियों ने उन पर प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से अपना प्रभाव जमा लिया । पत्रकार अधिकतर पत्र-पत्रिकाओं में सेटों के मुलाजिम बन गए।”

भूमंडलीकरण ने पहली बार इतने वर्षों के इतिहास में हिन्दी को क्षेत्रीय भाषा बना दिया । इसका अर्थ यह है कि बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ यूरोप में अपना माल फ्रेंच में लेबल लगा कर बेचती हैं । अरब देशों में उत्पादों पर अरबी में लिखा होगा, पर भारत में अर्न्त्राष्ट्रीय कम्पनियों के उत्पाद पर अंग्रेजी में लिखा होता है । अर्न्त्राष्ट्रीय बाजार हिन्दी को देश की भाषा के रूप में स्वीकार ही नहीं कर पा रहा । “अन्तर्राष्ट्रीय बाजार के लिए हिन्दी एक क्षेत्रीय भाषा है और उन क्षेत्रीय भाषाओं के जो समाचार पत्र अपने को किसी भी प्रकार से बाजार से निपटने के योग्य बनाना चाहते हैं वे स्थानीयकरण की ओर बढ़ गए हैं । यानी वैश्वीकरण का भूमंडलीकरण का यह प्रभाव हुआ कि हमारे समाचार पत्र अत्यधिक लोकल हो गए हैं ।”

बाजारीकरण का प्रभाव यह है कि मीडिया अब विज्ञापन से चल रहा है । समाचार पत्र, टीवी विज्ञापनों के बीच समाचार देते हैं । विज्ञापनों के प्रति कोई नैतिकता या मर्यादा नहीं । आज मीडिया चीजें ही नहीं बेच रहा, अपितु छवि बेच रहा है । आज मिडिया चाहे फ्रिज का विज्ञापन दे या खाने-पीने के सामान का, कार-बाइक हो या रेजर-ब्लेड, सबमें महिला अवश्य आयेगी, इसमें महिला की कम कपड़ों वाली इमेज दी होती है । एक बार खुशवंत सिंह जी से पूछा गया कि आपने साप्ताहिक पत्रिका की सरक्युलेशन एकाएक कैसे बढ़ा दी तब उन्होंने कहा कि मैंने किसी आदिवासी समुदाय पर लिखना चालू किया और

उनकी महिलाएँ, जो कुछ पहनती नहीं है – कि फोटो छापने लगा तो सरक्यूलेशन बढ़ गया। इसी प्रकार आजकल कई मैगजीन ब्यूटी कांटेस्ट आयोजित करती है। लाभ कमाने के लक्ष्य से पत्रकारिता कीजा रही है। मीडिया मनोरंजन करना या सूचना देने तक सीमित होने लगा है। इस व्यावसायिकता में 'कबीराई' के लिए कोई स्थान नहीं है।

मीडिया में विदेशी पूंजी निवेश हो रहा है जो और घातक है। यह निश्चित है कि भूमंडलीकरण और विदेशी पूंजी को सादा जीवन उच्च विचार या गांधीवादी आदर्शवाद नहीं सुहाता है। जिसके पास पैसा नहीं है, साधन नहीं है वह मीडिया की चिंता के हाशिए में चला गया है। इसी से जुड़ा एक और कारण पाश्चात्य जीवन शैली का जाने अनजाने प्रचार या स्वीकार है। आज हमारा मीडिया पूरी तरह से पाश्चात्य जीवन पद्धति का सबसे बड़ा प्रचारक हो गया है। इसके आलावा मीडिया उन्हीं घटनाओं को खबर बनाता है जिनमें कोई सनसनी हो। मीडिया के लिए मौतें एक मानवीय त्रासदी न होकर एक सनसनी या चौकाने वाले आंकड़े हैं। जितनी अधिक मौतें होगी उतनी बढ़िया खबर बनेगी। इसी प्रकार कुछ पत्रिकाएँ केवल महिलाओं के लिए होती हैं। इन पत्रिकाओं में औरतो को चहारदीवारी में रहते हुए एक उपभोग की वस्तु में बदल जाने की छिपी सलाह दी होती है मीडिया में मनोरंजन का अब विभाग होने लगा है। खेल, फैशन, फिल्म आदि को समाचार का आवश्यक हिस्सा बनाया जाता है। मीडिया अपने पाठकों या दर्शकों का एक उपभोक्ता या ग्राहक बनाना चाहता है। साफ है कि विदेशों से आने वाले चैनल या समाचार पत्र के स्वामी यहां के कल्याण की भावना के साथ तो आये नहीं हैं, वे अपने व्यापार को बढ़ाने, पैसे कमाने के लिए आये हैं। लाभ की मंशा से चलने वाले इस कारोबार का नुकसान समाज को भुगतना ही होगा।

भूमंडलीकरण और बाजारवाद ने कुछ फायदे भी दिए हैं। 21 वीं सदी में मीडिया का स्वरूप बहुत कुछ बदल गया है। मीडिया के ग्लोबलाइजेशन ने पूरे विश्व को एक ग्राम बना दिया है। वर्ल्ड ट्रेड सेंटर पर हमला हो रहा है, भारत में संसद पर हमला हो रहा है, उसी पल पूरा विश्व एक साथ आहत हो रहा है। सैटेलाइट चैनल्स ने नई तकनीकें दीं। इनसे फाइन आर्ट्स को बढ़ावा मिला है। एनीमेशन, स्पेशल इफेक्ट्स, डॉल्बी साउंड आदि दृश्य मीडिया से जुड़ गए हैं। अमत्येसेन ने अपनी पुस्तक 'डेवलेपमेंट एण्ड फ्रीडम' में लिखा कि बाजार स्वतंत्रता प्रदान करता है। बाजार व्यक्ति को मुक्त करता है, लेबर पावर को स्वतंत्र करता है। कहा जा रहा है कि उदारीकरण ने हिन्दी पत्रकारिता का नुकसान किया है पर वास्तव में वर्ष 1991 से 1999 के बीच हिन्दी समाचार पत्रों का प्रसार 100 फीसदी बढ़ा है जबकि अंग्रेजी का 78 फीसदी। उदारीकरण के इन आठ सालों में अंग्रेजी विज्ञापनों से आय मात्र 66 फीसदी बढ़ी है जबकि हिन्दी समाचार पत्रों में विज्ञापन से आय 180 फीसदी बढ़ी है। परिवहन व्यवस्था में सुधार आने से पत्र-पत्रिकाओं का प्रसार बढ़ा है। प्रकाशन के बाद उन्हें दूर दराज के इलाकों में पहुँचाना आसान हो गया है। टेलिग्राफ, टेलिफोन, सागरों-महासागरों के अन्दर टेलिग्राफ की लाइनें बिछाने, मुद्रण की टेक्नोलॉजी में क्रांतिकारी परिवर्तन, डाक व्यवस्था में प्रगति आदि ने प्रेस के स्वरूप और कारगरता में नये आयाम जोड़े

है । भूमंडलीकरण के चलते विदेशी पूंजी अपने देश में आयी है ।

स्पष्ट है कि बाजार के लाभ – नुकसान दोनों ही हैं । बाजार तो शाश्वत है । हमेशा बाजार मनुष्यता के इतिहास में रहा है । बाजार अपने तर्क सिद्धांत स्वयं तय करेगा । आपको उसके अनुरूप बनना है या उसमें से कोई रास्ता निकालना है । इससे इन्कार नहीं है कि मीडिया को बाजार को आवश्यकता है । बाजार की अनुपस्थिति में संचार का कोई माध्यम लम्बे समय तक जीवित नहीं रहेगा । हमें बाजार से ज्यादा चिन्ता बाजारवाद की करनी है । बाजारवाद के खतरे अधिक हैं । उस बाजार से निपटना जरूरी है जो आर्थिक साम्राज्यवाद के एजेंट की तरह या उसके हथियार की तरह आता हो । मीडिया के जरिये पश्चिमी जीवन शैली को महिमा मंडित करके, बिना हमारे देश की सांस्कृतिक विरासत, परम्पराओं, रहन-सहन व जीवन शैली को समझे, जो माल बेचने की कोशिश की जा रही है । मीडिया को एक 'प्रोडक्ट' की तरह प्रस्तुत किया जा रहा है, उससे सामाजिक – सांस्कृतिक विविधता नहीं, सांस्कृतिक अपमिश्रण हो रहा है, जिससे सामाजिक असंतोष, तनाव और अपराध बढ़ रहे हैं, उनसे बचने की आवश्यकता है ।

सन्दर्भ ग्रंथ :-

1. वैश्वीकरण का तोड़ क्या है – प्रो. अरूण कुमार (मीडिया और बाजारवाद – सं. रामशरण जोशी), राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली, 2015ए पृ 52
2. भूमंडलीकरण, बाजार और मीडिया – सं. जयनारायण बुधवार, प्रमिला बुधवार, स्वराज प्रकाशन, दिल्ली, 2006 पृ 52
3. उत्तर आधुनिकतावाद और दलित – साहित्य, कृष्णदत्त पालीवाल, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2016 पृ 131
4. हिन्दी समाज और राष्ट्र राज्य प्रभाष जोशी (मीडिया और बाजारवाद – सं. रामशरण जोशी), राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली, 2015ए पृ 25
5. हिन्दी समाज और राष्ट्र राज्य – प्रभाष जोशी (मीडिया और बाजारवाद – सं. रामशरण जोशी), राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली, 2015ए पृ 28
6. <http://granthaalayah.com>
