



## वैश्वीकरण में मीडिया की भूमिका

डॉ० संतोष रामचंद्र आडे

संत रामदास महाविद्यालय, घनसावंगी, जालना, महाराष्ट्र, भारत।

### प्रस्तावना

धीरे-धीरे उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण के दो दशक पूरे हो गए। निजीकरण की गाड़ी पर सवार मीडिया ने अपनी पहुँच और असर देश की करोड़ों जनता तक बनाने में सफलता पाई है। सभ्यता के विकास के साथ ही वैश्वीकरण और मीडिया एक प्रक्रिया के रूप में बहुत ही मंद गति से आगे बढ़े थे लेकिन पिछले दो दशकों में भारत में हुआ बदलाव हुआ किसी क्रांति से कम नहीं। वैश्वीकरण और मीडिया ने पिछले दो दशकों में जो असर भारतीय समाज पर छोड़ा वैसा पहले कभी नहीं हुआ।

### मीडिया और बाजारीकरण

आज के युग की सबसे बड़ी सच्चाई वैश्वीकरण है। इसी तरह वैश्विक मीडिया की पहुँच को नकारा नहीं जा सकता। राजनीतिक के विद्वान फ्रांसिस फुकुयामा का कथन है कि आज कोई भी देश वास्तव में किसी भी अपने आप को वैश्विक मीडिया से कटकर नहीं रह सकता। एक तरफ जहाँ वैश्वीकरण के फायदे हैं वहीं कुछ नुकसान भी। आज इंटरनेट ने वैश्विक मीडिया की पहुँच को आसान कर दिया है। मीडिया, बाजार और विज्ञापन तीनों का अन्योन्याश्रय सम्बन्ध है। हिंदी मीडिया भी वैश्वीकरण के परिणामस्वरूप उभरें बाजार का भरपूर फायदा ले रहा है। वैश्वीकरण के परिणामस्वरूप बढ़ते बाजारीकरण और भारत जैसे बड़ी आबादी वाले उपभोक्ता बाजार में हर किसी को कमाई की सम्भावना दिखती है। इतने बड़े बाजार का दोहन करने के लिए विज्ञापन जैसे माध्यम का सहारा लिया जाता है। इस विज्ञापन की वजह से मीडिया इंडस्ट्री में धनवर्षा हो रही है। अभी हाल में ही के केवल रिअल एस्टेट और प्रॉपर्टी से सम्बंधित एक चैनल की शुरुआत हुई है। आप देख सकते हैं कि अधिकतर टेलीविजन समाचार जो प्रायोजित होते हैं वो रिअल एस्टेट या प्रॉपर्टी से सम्बंधित होते हैं ऐसे में इसका बाजार बहुत बड़ा है और ऐसे मीडिया ब्रांड को विज्ञापन की भी कोई कमी नहीं रहती है।

आज वर्तमान समय में युवा पीढ़ी जब इंटरनेट की हो रही है तो ऐसे में मोबाइल इंटरनेट उपयोग करनेवालों की संख्या में भी काफी इजाफा देखा जा सकता है। आने वाला समय दिलचस्प और भी इसलिए होगा क्योंकि अब जमाना एप्स का आ चुका है। हिंदी और अन्य भाषावाले समाचार परोसने को कैसे-कैसे एप्स का विकास करते हैं, यह देखना होगा क्योंकि गुगल भी कई भाषाओं में अपनी सेवा पहले से दे रहा है। आने वाले समय में यह सबसे बड़ा बाजार बनकर उभरने वाला है। प्रिंट मीडिया की बात करे तो अखबारों में इधर क्लासिफाइड विज्ञापन बहुत बड़ा गया है। अब तो आप को मुखपृष्ठ तक आने के लिए कई बार विज्ञापन वाले अच्छे और चमकीले तीन-चार पन्नों से होकर गुजरना पड़ता है। हम टेलीविजन समाचारों की सुखिया देखे या मुख्य समाचार सभी प्रायोजित होती है। यहाँ तक कि मौसम समाचार भी प्रायोजित होते

हैं। बस ब्रेकिंग न्यूज बचा हुआ है। उसी तरह अखबार में सम्पादकीय पन्ने बचे हुए हैं। यह भी देखना होगा किसे कब तक बचे रहेंगे।

वर्तमान समय में हर जगह बाजार की घुसपैठ हो चुकी है चाहे वह मीडिया हो या राजनीति या कुछ और। ऐसे में यह मीडिया चिंतको और नीति निर्माताओं पर निर्भर करता है कि वे इसकी हद तय करें। जिससे एक सामंजस्य मीडिया और विज्ञापन दोनों के बीच बना रहे और मीडिया की साख का और अधिक नुकसान न हो। जैसे अच्छे काम पीढ़ियों तक याद किये जाते हैं वैसे ही बुरे की भी चार्चा कई दशकों तक होती है। मीडिया में भी अच्छे और बुरे दोनों के गेम चेंजर हुए हैं जिसमें प्रतिकारिता की या अखबारों की धारा बदली है। इसने प्रिंट मीडिया की दिशा बदली। शुरु में प्रतियोगी अखबार घरानों ने अगर प्रतिरोध जताया भीतो बाद में वे उसी दोड़ में शामिल हुए। कुछ उनकी मजबूरी रही होगी और कुछ समय की मॉग भी हो सकती है। यह भी एक अध्ययन का विषय हो सकता है।

### भूमंडलीकरण का मनोरंजन पर प्रभाव

आज पूरी दुनिया में मीडिया का माया जाल है। सभी जीवित मनुष्य किसी न किसी प्रकार उस से जुड़े हुए हैं। इसका प्रभाव क्षेत्र बहुत व्यापक और शक्तिशाली है। सामाजिक सरोकारों में इस की भूमिका बहुत अधिक है। यह लोगों के जीवन शैली में इस तरह बस गया है कि उस से खुद को बाहर निकालना असंभव सा लगता है। कदम से कदम मिलाकर आज मीडिया हर किसी के दिल पर हुकुमत कर रहा है। हमारी पसंद और ना पसंद मीडिया तय करता है। आज सभी जरूरतों का माध्यम इश्क या जुनून का रूप धारण कर चुका है। मीडिया से जुदा होने का अर्थ जिंदगी के साथ बेवफाई करना है। बहुत से कार्य ऐसे हैं जिस की जिम्मेदारी मीडिया के उपर लागू होती है, क्या मीडिया अपनी जिम्मेदारी बखूबी और ईमानदारी के साथ निभा रहा है। क्या वह सामाजिक सरोकारों पर खरा उतरा है। इसका जवाब होगा नहीं ? बल्कि यह तो आज सामाजिक दायित्व का अर्थ ही भूल गया है, उसे हर जगह लाभ ही नजर आता है। होना तो यह चाहिए था की वह समाज के जरूरतों के अनुसार काम करता और स्वस्थ समाज का निर्माण करता लेकिन मामला बिलकुल इस से उलट है। वह समाज का उसी जरूरतों को बताता है और उसको लाभ कमाने का उद्योग समझता है। स्वातंत्र्योत्तरपूर्व काल में एक वे मीडियाकर्मी थे, जिन्होंने गुलामी से निजात दिलाया और एक आज के मीडियाकर्मी हैं जो गुलामी की ओर ढकेल रहे हैं।

### वैश्वीकरण में मीडिया और मनोरंजन

वैश्वीकरण में मीडिया और मनोरंजन उद्योग पर जो प्रभाव पड़ा उस के खिलाफ आये दिन हमें दबी-दबी ही सही लेकिन ऐसी आवाजे

जरूर कानों से हो कर गुजरती है। भले ही उस पर किसी का ध्यान न जाता हो। अगर फिल्म कि बात करे तो लाभ हासिल करने के चक्कर में अश्लीलता को ही कला समझा जाने लगा है। कहानी और समस्या क्या है ? उसको फिल्म जगत में इमानदारी से फिल्माया गया है या नहीं ? इसका प्रभाव क्या होगा ? ऐसे प्रश्नों से दंग रह गए हैं। क्योंकि मनोरंजन का सिधा सा फंडा है कि पहले इसी मीडिया के द्वारा समाज की मानसिकता को बदलो फिर समाज की जरुरतों के बहाने जो चाहो परोस दो। मनोरंजन के नाम पर भारतीय समाज में 'बिग बॉस' जैसे कार्यक्रमों का निर्माण मीडिया का मुनाफा कमाना ही एक उद्देश्य रह गया है। वैश्वीकरण के दौर में ब्रांड मुनाफे कमाने का सबसे बड़ा हथियार है। सेलेब्रिटी संस्कृति अपने पर चरम पर है। शाहरुख खान, अमिरखान, सलमान खान आदि का किसी भी फिल्म और कार्यक्रम में मौजूद होना ही उसकी कामयाबी के लिए काफी है। आज वर्तमान समय में राजनीतिक दलो क नेता भी चुनाव जीतने के लिए सेलेब्रिटी का हथियार क रूप में इस्तमाल कर रहे हैं।

वैश्वीकरण विचारधारा के चलते मीडिया सामाजिक दायित्व को भूलता जा रहा है। मुनाफा के चक्कर में सब कुछ मनोरंजक बना दिया। समाचार जो की मीडिया का सबसे महत्वपूर्ण अंग है, उसको भी मनोरंजन में तबदील कर दिया। आज वर्तमान में राजनीतिक मनोरंजन का भी उदय हुआ है, जिसमें राजनीतिक और राजनीतिक जीवन पर मनोरंजन उद्योग हावी हो रहा है। कई मैके पर बड़े राजनीतिक विषयों को सतही रूप से तमाशे के रूप में पेश किया जाता है और अलोचनात्मक होने का आभास पैदा कर वास्तविक अलोचना किनारे कर दी जाती है। इस तरह के कार्यक्रम बुनियादी राजनीति मतभेदों के स्थान पर तू-तू-मैं-मैं के मनोरंजन की और अधिक झुके होते हैं। हर समाज और संस्कृति में कोई न कोई खेल अपने रूप में मौजूद रहा है और आज भी मौजूद है। लेकिन उद्योगपतियों ने दस को भी उद्योग बना दिया है। इस का सबसे बड़ा उदाहरण इंडियन प्रीमियर लीग, कबडडी लीग आदि है। दिन ब दिन सभी खेल इस के चपेट में आ रहे हैं। यहाँ भी सेलेब्रिटी संस्कृति सबसे आगे नजर आती दिखाई देती है।

मनोरंजन उद्योग आज अपने चरम सीमा पर है और आगे भी इस का भविष्य उज्ज्वल नजर आता है। यही वजह है की कॉरपोरेट घरानों का निवेश मीडिया और खास तोर से मनोरंजन के क्षेत्र में लगातार बढ़ रहा है। फिक्की केपीएमजी पिछले तीन चार सालों से अपनी वार्षिक रिपोर्ट में बताते हैं कि मीडिया खासकर समाचार चैनल किसी भी लिहाज से फायदे का धंदा नहीं रह गया है। हॉ इससे ठिक उलटा मनोरंजन चैनलों का कारोबार ज्यादा फायदेमंद है। मनोरंजन उद्योग का भविष्य क्या है और असने अपना वर्चस्व कहाँ तक बना लिया है। दसका अंदासा गहराई से अध्ययन करने पर बखूबी सामने आ जायेगा।

### मीडिया की नैतिकता

वैश्वीकरण प्राथमिक रूप से आजादी और आत्मनिर्भरता को समाप्त करता है तथा लोगों को पराश्रित बनाकर गुलाम मानसिकता में जकड़ लेता है। पूंजीवाद तथा उसमें निहित शक्तियर्थों यह कार्य वैश्वीक जनमाध्यमों, संचारप्रणाली का विभिन्न प्रचार-प्रसार माध्यमों के जरिये करता है। यहाँ सवाल पत्रकारिता शब्द के जगह मीडिया शब्दक प्रयोग का नहीं है, बल्कि शब्दों के साथ उद्देश्य, सरकारों और नैतिक मूल्यों में बदलाव का है। जैसे सर्वविदित है और पूर्व में भी साकेत किया जा चुका है कि वैश्वीकरण का सीधा-सीधा संबंध पूंजीवाद से है तथा नैतिकता एक सामाजिक मूल्य है और कहते हैं

पूंजी की कोई नैतिकता नहीं होती। पूंजी का उद्देश्य ज्यादा से ज्यादा मुनाफा कमाना होता है। यही वजह है कि पत्रकारिता जैसे ही मीडिया व्यवसाय क रूप में तब्दील हुई वैसे ही, भले ही मीडिया व्यवसाय को अन्य व्यावसायों से अलग करके देखा जाता रहा, परंतु आज का मीडिया प्रबंधन अन्य व्यवसाय को अन्य व्यवसाय से अन्य व्यवसायों की तरह मुनाफे और पूंजी के विस्तार के लिए मीडिया का इस्तेमाल भी दुधारू गाय की तरह करने लगी और इसके लिए हर सीमाएं एव वर्जनाएं टुटने लगी चाहे इसके लिए उन्हें किसी भी हद तक क्यों न लजाना पड़े। जिसके कारण पत्रकारिता के क्षेत्र में लगातार सामाजिक और नैतिक मूल्यों का -हास देखा जा रहा है। "भूमंडलीय निगम पूंजी कीताकत सिर्फ आर्थिक और राजनीतिक ही नहीं है बल्कि इसका विस्तार विचार की बुनियादी मान्यताओं और रूपों तक है, जिसे की हम विचारधारा कहते हे।"

वैश्वीकरण के विस्तार और मजबूती के लिए मीडिया का बेजां दोहन किया जा रहा है जिसके लिए नैतिकता को नेपथ्य के पीछे धकेल दिया गया है, विश्व की शक्तिमान राजनीतिक, आर्थिक और सांस्कृतिक ताकतों के द्वारा विकासशील और पिछड़े देशों पर निर्यातित विचारधारा और संस्कृति थोपा जा रहा है। अगर भविष्य के तरफ हमें देखना है तो किसी भी परिस्थिति में वैश्वीकरण के इस कारण से खुद को आजाद करना होगा तथा नैतिक मूल्यों का बचाव करते हुए मीडिया के गिरते साख को बचाना होगा।

### वैश्वीकरण, मीडिया और समाज

धीरे-धीरे उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण के दो दशक पूरे हो गए। निजीकरण की गाड़ी पर सवार मीडिया ने अपनी पहुँच और असर देश की करोड़ों जनता तक बनाने में सफलता पाई है, सभ्यता के विकास के साथ वैश्वीकरण और मीडिया एक प्रक्रिया के रूप में बहुत ही मंद गति से आगे बढ़े थे लेकिन पिछले दो दशकों में भारत में हुआ बदलाव हुआ किसी क्रांति से कम नहीं। वैश्वीकरण और मीडिया ने पिछले दो दशकों में जो असर भारतीय समाज पर छोड़ा वैसा पहले कभी नहीं हुआ। खान-पान, पहनाव, भाषा सभी पर इनका गहरा असर देखने को मिला। ऐसे लगता है कि देश का सांस्कृतिक विमर्श ही बदल गया है।

मीडिया और समाज के बारे में रामगोपाल जी का मत है कि वैश्वीकरण और मीडिया की वजह से समाज में विरोधाभासा और अंतरद्वंद पैदा हुए है। विकास और आधुनिकता के नए पैमाने गढ़े गए हैं जो अपने आप में बेईमानी है। ऐसा ठिक भी लगता है, दो दशक बाद वैश्वीकरण और मीडिया के प्रभाव का आकलन करना कोई अन्याय न होगा। देखने में यही सामने आता है कि वैश्वीकरण और मीडिया से जो उम्मीद की गई थी वो पूरी होते नहीं दिखाई दे रही है। हम आधुनिकता और विकास की दौड़ में एक अलग ही दिशा में निकल गए हैं जो एक समरस और सृजनशील समाज और गतिशील सभ्यता के विकास में हमारी मदद करता नजर तो नहीं आता है।

वैश्वीकरण के दौर में इंटरनेट के आने के बाद जो वैविध्यपूर्ण संसार सामने आया है उसके बारे में शिलर का मानना है की यह एक तरह का सांस्कृतिक परजीवीपन है। इसके सच्चे रूप में सांस्कृतिक वैविध्य समझने की भूल नही करनी चाहिए। इंटरनेट पर सांस्कृतिक वैविध्य को प्रसारित करने के लिए परूरी है कि ज्यादा से ज्यादा भाषाओं को इस पर लाया जाए। उनकी स्थानीय अंतर्वस्तु को लाया जाए। सांस्कृतिक वैविध्य के लिए सांस्कृतिक धरोहरों की रक्षा करना भी जरूरी है। कम्यूटर युग में संरक्षण को नया आयाम मिला है।

## वैश्वीकरण की चुनौतियाँ, मीडिया और हिंदी का संदर्भ

सूचना संचार प्रणाली किसी भी व्यवस्था के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। आज भी वैश्वीकरण की व्यवस्था की जान इसी में बसती है। दूसरी तरफ समाज के दर्पण के रूप में साहित्य भी तो संचार माध्यम ही है जो सूचनाओं का व्यापक संप्रेषण करता है। साहित्य की तुलना में संचार माध्यमों का ताना-बाना अधिक जटिल और व्यापक है क्योंकि वे तुरंत और दूरगामी असर करते हैं। वैश्वीकरण ने उन्हें चैनल ही उपलब्ध नहीं कराए हैं, इंटरनेट और वेबसाइट के रूप में अंतर्राष्ट्रीयता के ने अस्त्र-शस्त्र कराए हैं।

संचार माध्यम यदि आज के आदमी को पूरी दुनिया से जोड़ते हैं तो वे ऐसा भाषा के द्वारा ही करते हैं। अतः संचार माध्यम की भाषा के रूप में प्रयुक्त होने पर आधुनिक विषयों को सहजता से जोड़ती है। आज व्यवहार क्षेत्र की व्यापकता के कारण संचार माध्यमों के सहारे हिंदी भाषा की भी संप्रेषण क्षमता का बहुमुखी विकास हो रहा है। अतः कहा जा सकता है कि वैश्विक संदर्भ में हिंदी की वास्तविक शक्ति को उभारने में संचार माध्यमों ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। बाजारीकरण ने आर्थिक उदारीकरण, सूचना क्रांति तथा जीवनशैली के वैश्वीकरण की जो स्थितियाँ भारत की जनता के सामने रखी, इसमें संदेह नहीं कि उनमें हिंदी भाषा के अभिव्यक्ति कौशल का विकास ही हुआ है।

यहाँ यदि मोबाइल और कंप्यूटर की संचार क्रांति की चर्चा न की जाए तो बात अधूरी रह जाएगी। ये ऐसे माध्यम हैं जिन्होंने दुनिया को सचमुच मनुष्य की मुट्ठी में कर दिया है। सूचना, समाचार और संवाद प्रेषणा के लिए इन्होंने हिंदी को विकल्प के रूप में विकसित करके संचार-तकनीक को तो समृद्ध किया ही है, हिंदी को भी समृद्धतर बनाया है। इस प्रकार कहा जा सकता है कि इक्कीसवीं शताब्दी में मुद्रित और इलेक्ट्रॉनिक दोनों ही प्रकार के जनसंचार माध्यम नए विकास के आयामों को छू रहे हैं जिसके परिणाम स्वरूप हिंदी भाषा भी नई-नई चुनौतियों का सामना करने के लिए आदि शक्तियों का अर्जन कर रही है।

### मीडिया पर वैश्वीकरण का प्रभाव

जब देश में आजादी के लिए माहौल बनना शुरू हुआ तो यहाँ के अखाबरों और पत्रकारों ने इसे परवान चढ़ाने का कोई मौका नहीं छोड़ा। इसका सकारात्मक परिणाम 1947 में स्वाधीनता के रूप में आया। इसके बाद हर क्षेत्र में काफी तेजी से बदलाव आया और बदलाव की इस बार से पत्रकारिता भी नहीं बच सकी। अरसी के बाद के दशक में पूँजीवाद के दबदबे में बढ़ोत्तरी होती गई और इसका प्रभाव पत्रकारिता पर पड़ने लगा। देखते देखते पत्रकारिता की देशी परंपराएँ लुप्त होती गईं और भारत की पत्रकारिता भी विदेशी रंग-ढंग में ढलने लगी। वैश्वीकरण ने भारत की पत्रकारिता की परंपरा पर तो गहरा असर डाला ही, साथ ही इसने पत्रकारिता की प्राथमिकता भी बदल डाली।

पत्रकारिता की मौजूदा दुर्दशा का उल्लेख करते हुए प्रथम प्रवक्ता के संमादक रामबहादुर राय ने कहा कि ऐसा लगता है जैसे इस दौर की पत्रकारिता हवा में हो रही है। उन्होंने कहा है कि पत्रकारिता की नैतिकता आज वर्तमान में खो गई है। पत्रकारिता को विज्ञापन के लिए कितने भी करोड़ रुपये दिये तो भी समाज के हित के लिए कोई बुरा विज्ञापन प्रकाशित नहीं करना चाहिए।

आज तक क समाचार प्रमुख कमर वहीद नकवी ने यह स्वीकार किया कि भूमंडलीकरण का नकारात्मक असर मीडिया पर पड़ा है। उन्होंने कहा कि मीडिया समाज का आईना है और हम कुछ दिखा रहे हैं वह इस बदले समाज की तस्वीर ही है। आज वर्तमान में जो कुछ मीडिया में हो रहा है वह सही नहीं है और इस समस्या के

भागीदार हम सब हैं। इसलिए समस्या के समाधान की दिशा में हम सब को सोचना बहुत महत्वपूर्ण है।

### मीडिया और सामाजिक परिवर्तन

आज विश्व के किसी भी कोने में घटित घटना हम घर में बैठे-बैठे ही देख रहे हैं, राष्ट्रीय एवं अंतराष्ट्रीय मुद्दों पर हमारे विचारों का विनिमय इस तरह हो रहा है। जैसे परिवार के लोगों से करते हैं। वैश्वीकरण की प्रक्रिया का सारा श्रेय जनसंचार माध्यम को जाता है जो सामाजिक-सांस्कृतिक परंपराओं और रूढ़ियों की जटिलताओं को क्षीण करते हुए मिली-जुजी संस्कृति एवं मानव मूल्यों की स्थापना कर रहा है। आज हम जिस सामाजिक परिवर्तन का दर्शन कर रहे हैं उसका सबसे अधिक श्रेय मीडिया को जाता है। लोगों की जीवनशैली में जिस तरह से परिवर्तन हुआ है उससे अमीरी और गरीबी की खाई बढ़ती नजर आ रही है। व्यक्ति भले ही अभावों में जीवनयापन कर रहा हो लेकिन वह जीवन के अच्छे पहलू को समझ रहा है और उसको प्राप्त करने का प्रयास भी कर रहा है।

मीडिया लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ के रूप में समाज को मजबूत दिशा दे रहा है। लोकहित की रक्षा के लिए सरकार पर नियंत्रण रखते हुए लोकतांत्रिक प्रक्रिया को मजबूती प्रदान करनेका कार्य मीडिया के द्वारा हो रहा है। वर्तमान समाज में वैज्ञानिक चेतना का विकास हो रहा है जिससे कृषि उत्पाद दर और कल्याण को प्रोत्साहन मिल रहा है। वैश्वीकरण के इस दौर में पिछले दो दशक से उपभोक्तावादी संस्कृति ने जन्म लिया है। उसका प्रभाव पूरे विश्व पर देखने को मिल रहा है। मीडिया भी इससे अछूता नहीं रहा है। मीडिया समाज को दर्पण दिखाने का कार्य कर रहा है, लेकिन उस दर्पण में लोगों को अपना प्रतिरूप आदर्श लग रहा है। समाज का प्रतिबिंब देख, बदलने के स्थान पर लोग उसी में ढलते जा रहे हैं। यह मीडिया के लिए विचारणीय प्रश्न है।

व्यवसायिक प्रतिस्पर्धा की दौड़ में खबर को मसालेदार और चटपटा बनाने के लिए सचाई को तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत करना, अश्लीलता को परोसना, एक ही खबर को पूरे दिन या कई दिनों तक प्रस्तुत करना न्युज चैनलों के लिए आम बात है। विज्ञापनों की अधिकता भी मीडिया के सकारात्मक पहलू को प्रभावित कर रही है। सच है कि विज्ञापन के माध्यम से ही मीडिया को अर्थ प्राप्ति होती है पर इतना ही मीडिया का उद्देश्य तो नहीं हो सकता। तीस मिनट के कार्यक्रमों में पंद्रह से सत्रह मिनट विज्ञापन में ही जाते हैं और उसी तीस मिनट के कार्यक्रम में एक ही विज्ञापन को चार से पांच बार दिखाया जाता है। इससे समय तो बर्बाद होता ही है परंतु बाजारवाद को भी बढ़ावा मिलता है। लोकतंत्र में कार्यपालिका, व्यवस्थापिका और न्यायपालिका के समुचित ढंग से कार्य न करने के कारण लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ मीडिया को अपनी सकारात्मक भूमिका निभानी चाहिए। आज का सबसे बड़ा सरोकार है नकारात्मकता भूमिका से सकारात्मक भूमिका में परिवर्तन। मीडिया की भूमिका जितनी सशक्त होगी, उतना ही अधिक सकारात्मक सामाजिक परिवर्तन होगा।

### सारांश

मीडिया यानि मीडियम या माध्यम। मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तम्भ कहा जाता है। इसी से मीडिया के महत्त्व का अंदाजा लगाया जा सकता है। समाज में मीडिया की भूमिका संवादवहन की होती है। वह समाज के विभिन्न वर्गों, सत्ता केन्द्रों, व्यक्तियों और संस्थाओं के बीच पुल का कार्य करता है। आधुनिक युग में मीडिया का सामान्य अर्थ समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, टेलीविज़न, रेडियो, इंटरनेट आदि से लिया जाता है। किसी भी देश की उन्नति व प्रगति में मीडिया का

बहुत बड़ा योगदान होता है। अगर मैं कहूँ कि मीडिया समाज का निर्माण व पुनर्निर्माण करता है, तो यह गलत नहीं होगा। इतिहास में ऐसे अनगिनत उदाहरण भरे पड़े हैं जब मीडिया की शक्ति को पहचानते हुए लोगों ने उसका उपयोग लोक परिवर्तन के भरोसेमंद हथियार के रूप में किया है। अंग्रेजों की दासता से सिसकते भारतीयों में देश-भक्ति व उत्साह भरने में मीडिया का बड़ा योगदान था।

आज भी मीडिया की ताकत के सामने बड़े से बड़ा राजनेता, उद्योगपति आदि सभी सिर झुकाते हैं। मीडिया का जन-जागरण में भी बहुत योगदान है। बच्चों को पोलियो की दवा पिलाने का अभियान हो या एड्स के प्रति जागरूकता फैलाने का कार्य, मीडिया ने अपनी जिम्मेदारी पूरी तरह से निभाई है। लोगों को वोट डालने के लिये प्रेरित करना, बाल मजदूरी पर रोक लगाने के लिये प्रयास करना, धूम्रपान के खतरों से अवगत कराना जैसे अनेक कार्यों में मीडिया की भूमिका सराहनीय है। मीडिया समय-समय पर नागरिकों को उनके अधिकारों के प्रति जागरूक करता रहता है। देश में भ्रष्टचारियों पर कड़ी नज़र रखता है। समय-समय पर स्टिंग ऑपरेशन कर इन सफेदपोशों का काला चेहरा दुनिया के सामने लाता है। इस प्रकार मीडिया हमारे लिये एक वरदान की तरह है।

### संदर्भ

1. भूमंडलीकरण का मनोरंजन उद्योग पर प्रभाव जावेद आलम के ब्लाग से
2. वैश्वीकरण के दौर में मीडिया और मीडिया की नैतिकता विवके विश्वास एवं धनेशकूमार 7 जुलाई 2013
3. वैश्वीकरण, मीडिया और समाज- नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर लेखक रामगोपाल सिंह
4. वैश्वीकरण की चुनौतियाँ, मीडिया और हिंदी का संदर्भ डॉ. ऋषभदेव शर्मा
5. मीडिया पर भूमंडलीकरण के प्रभाव की पड़ताल हिमांशु शेखर
6. मीडिया और सामाजिक परिवर्तन डॉ. इति तिवारी
7. भूमंडलीकरण और ग्लोबल मीडिया चतुर्वेदी जगदीश्वर, सुधा सिंह
8. संस्कृति, जनसंचार और बाजार भारद्वाज, नंद, सामायिक प्राकशन दिल्ली
9. जनसंचार माध्यमों का वैचारिक परिप्रेक्ष्य पारख, ज्वारीमल्ल ग्रंथ शिल्पी, दिल्ली