

## मीडिया के सहारे बनती-बिगड़ती छवियाँ

मीडिया लोगों की छवि बनाता है। लोग भी मीडिया के माध्यम से अपनी छवि बनती हुई देखते हैं। इन मीडिया जनित छवियों का हथ्र क्या होता है, इसे लालू यादव या आसाराम बापू, मनमोहनसिंह, नरेन्द्र मोदी तथा ऐसे ही कई अन्य नामी या कम नामी लोगों को याद करते हुए समझ सकते हैं। ये छवियाँ मीडिया के सहारे ही बनी और मीडिया ने ही उनको स्याह-सफेद धब्बे से संवार कर लोगों के सामने ला दिया। इन लोगों के कामकाज या व्यवहार में मीडिया सहभागी नहीं है और न ही यह सच है कि वे लोग मीडिया की सलाह पर काम करते रहे हों। हाँ, मीडिया के माध्यम से लोगों ने उनको हीरो या जीरो के रूप में जाना जरूर है। इसी सब के कारण यह कहा जाता है कि मीडिया में किसी को गिराने या चमकाने की ताकत है।

ये छवियाँ इसलिये भी बनती हैं कि लोग मीडिया के माध्यम से ही उन लोगों के बारे में जानना चाहते हैं जो समाज को एक बेहतर समाज बनाने के काम को सामान्य लोगों से हटकर कर रहे होते हैं। बेहतर समाज का मतलब है कि ऐसा समाज जिसमें लोग सुख और आनंद से रहें। जहां अन्याय, व्यभिचार या हिंसा न हो। मानवीय संवेदन और मूल्यों को धारण करते हुए लोग रहते हों। ऐसा समाज किसी एक विधा विचार या व्यक्ति से नहीं बन पाता। बहुत सी विधाओं और विचार उपायों के माध्यम से ही बनेगा। ऐसा समाज प्रशासन, राजनीति, अध्यात्म, धर्म, योग, उद्योग आदि अनेक विधाओं और उपायों के सामूहिक प्रयासों से ही रचा जाता है। इनमें से किसी भी एक उपाय से बेहतर समाज को रचना संभव नहीं है। इन सभी क्षेत्रों में जो लोग सामान्य से बेहतर काम कर रहे हैं, उनको जानना और बताना मीडिया का ही तो काम है। इसलिए भी कि उनके प्रयास को लोग जान सकें और साथ ही प्रेरित हो सकें जिससे ऐसे प्रयास अधिक हों। उनकी गति भी तेज हो। ऐसे ही बहुत से लोग हैं जिनको मीडिया के माध्यम से जाना गया है। वे चाहे जल के प्रबंधन और संवर्धन वाले राजेन्द्र सिंह हों या योग के प्रयोग का साधारणीकरण करने वाले बाबा रामदेव हों या सामाजिक विषयों पर फिल्म बनाने वाले प्रकाश झा, कोयलकंठी लता या संगीत-अनुप्रयोगी ए आर रहमान हों। ऐसे नाम अनगिनत हैं और वे विधायें भी उतनी अधिक हैं जितनी हमारी रुचियाँ ओर चाहते हैं।

दरअसल मीडिया छवि नहीं गढ़ता। छवि तो लोगों के मन में उनके द्वारा ही गढ़ी जाती है। छवि की गढ़ाई में जरूर मीडिया के माध्यम से तथा अन्य माध्यमों से प्राप्त जानकारीयाँ ही मदद कर रही

होती हैं। जब एक ही व्यक्ति के बारे में अनेक बार और अनेक तरह की जानकारियां प्राप्त होती हैं तो उनके सहारे मन उसकी छवि बनाने लगता है। मीडिया किसी के बारे में बार-बार और कई कोणों से जानकारियाँ देता है। मीडिया के अतिरिक्त इस समय कोई अन्य माध्यम नहीं है जो पुनुरुक्ति और भावनात्मक प्रवाह से ऐसा करता हो। इस संबंध में आप बाबा रामदेव या लालूप्रसाद यादव के बारे में याद करें। अन्ना हजारे और रविशंकर महाराज की बदलती छवि के बारे में याद करें। अन्ना हजारे को दूसरा गांधी जैसा विशेषण लोगों के पास किस माध्यम से पहुंचा और उनके सत्याग्रह को गांधी के बरक्स किस ने बैठाया। ऐसे ही रविशंकर को ध्यान-योग की परिधि से सामाजिक समस्या के समाधान की परिधि में मीडिया के माध्यम से ही तो जाना गया है। निश्चित ही इन छवियों को बनाने और बदलने में मीडिया-जानकारियों ने लोगों के मन पर दबाव तो बनाया ही है।

लालू आज आरोपी हैं और दस साल पहले हमारे ऐसे नेता रहे हैं जिन्हें देखने लोग उमड़ पड़ते थे। याद करें वे दिन जब चुनाव या अन्य प्रसंगों पर बिहार के बाहर उनको सुनने और देखने लोग लगभग वैसे ही आते थे जैसे अभी नरेन्द्र मोदी के लिए आते हैं। आसाराम आज ऐसे कृत्य के आरोपी हैं जिसे समाज बहुत बुरा मानता है। दस-पांच साल पहले वही संतो-महंतों के समन्वयक और लोगों की नजरों में हीरो थे। ऐसे ही रामदेव तथा अन्य लोग, अन्य विधाओं के भी हैं। क्या इन छवियों को बनाने और बिगाड़ने में मीडिया की कोई भूमिका है या नहीं? क्या हम इन छवियों को गढ़ने का उपक्रम करते हुए उसी भक्ति-प्रवाह के अंग तो नहीं बनें हैं जिसके कारण विवेचन और सत्यासत्य का द्वंद कमजोर पड़ जाता है। इसे हम उन दिनों और उन छवियों के साथ मिलाकर देखें तो संभवतः हमारी अपनी भूमिका में झाँकने में मदद मिलेगी।

दक्षिण अफ्रीका में महात्मा गांधी के बारे में अंग्रेजी समाचारपत्र क्या कहते थे। उन्हें क्या नहीं कहा गया था। उस सब के लिए उनके पास केवल इंडियन ओपीनियन नाम का छोटा सा समाचार पत्र था जो उनके विचारों को भारतीयों तथा अंग्रेजों को बताता था। हिन्दुस्तान आने के बाद भी यंग इंडिया और कुछ अन्य भारतीय भाषाओं के सामान्य समाचार पत्र गांधी और उनके आंदोलन तथा विचारों को अंग्रेजी अखबारों में व्यक्त विचारों के सामने भले ही छोटे और कम लोगों के पास तक पहुंचने वाले रहे हों पर उन्होंने उनकी अलग सी छवि बनाई। उन दिनों के समाचारपत्रों को देखें तो गांधी की जो आज जितनी साफ छवि है, उतनी साफ छवि देखने के लिए लम्बी कवायद करनी होगी। आजादी के बाद नेहरू की छवि के बारे में भी विवेचन करें। उसके बाद श्रीमती गांधी और उनके उपायों के संबंध में और उसके बाद जयप्रकाश के उपाय और विचारों के बारे में भी तो ऐसे ही विवादी स्वर सामने आते रहे हैं। एक तरफ सत्ता की आराधना से जुड़े भक्ति भाव के प्रवाह में दी जा रही जानकारियाँ और दूसरी तरफ विवेचन और विश्लेषण के साथ दी जा रही जानकारियाँ। इस तरह की विवेचनपरक

जानकारियों ने ही तो दक्षिण अफ्रीका और भारत में मीडिया के माध्यम से पैदा हो रही छवियों को अंततः बनाया और लोगों को इस बारे में अपने को उनके साथ खड़ा होने में मदद की।

इस समय, इस सब के बारे में एक अंतर जरूर है। वह यह कि उन दिनों में मीडिया या प्रेस भक्ति-प्रवाह के बरक्स विवेचन और विश्लेषण पर केन्द्रित होकर अपनी जानकारियाँ और विचार लोगों तक पहुंचा रहे थे। वह विवेचन और विश्लेषण ही लोगों को अपने मन में गढ़ रही छवियों को दृढ़ या परिवर्तित कर रहा था। इस समय ऐसा बहुत कम हो रहा है। हाँ, ऐसा जरूर हो रहा है कि किसी सैलाब की तरह, जानकारियों को एक प्रतिस्पर्धा में लगातार पुनरुक्त कर कई बार भ्रम पैदा किये जाते हैं। विवेचन के बजाय आरोप और ट्रायल जैसी स्थिति पैदा कर आखिर हम उनकी इन छवियों को क्या उसी तरह के भक्ति-प्रवाह जैसा नहीं बनाते हैं। क्यों नहीं विवेचन और विश्लेषण के आधार पर हम लोगों को अपने मन में छवियों को उनकी तरह से गढ़ने दें। अपनी ओर से छवियों के दबाव न पैदा करें। इससे न तो हम छवियों के लिए दोषी ठहराये जायेंगे और न ही उन छवियों के लिए, जो लोगों के अपने कार्यों और व्यवहार के कारण बनी होंगी, यह कहा जा सकेगा कि ये मीडिया जनित छवियां हैं। लालू हों या आसाराम या हजारे या रामदेव अथवा मनमोहन सिंह या नरेन्द्र मोदी या कोई अन्य। उन सबकी छवियां उनके अपने कार्य-व्यवहार से बनी-बिगड़ी छवियाँ हैं। कहीं न कहीं वे छवियां केवल मीडिया जनित नहीं हैं।