

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और गांवों का बदलता चेहरा

—प्रभांशु ओझा

सरकार ने अपने विशेष प्रयासों से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया माध्यमों की उपयोगिता को एक बार फिर से स्थापित कर दिया है। स्वयं प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने आकाशवाणी के जरिये प्रसारित होने वाले अपने संबोधन 'मन की बात' से इस दिशा में एक उल्लेखनीय कदम उठाया है। ऐसा करके प्रधानमंत्री ने न सिर्फ एक समय भारत में ग्रामीण विकास में बड़ी भूमिका निभाने वाले रेडियो जैसे माध्यम की प्रासंगिकता को स्वीकार किया, बल्कि यह संदेश देने का भी प्रयास किया कि भारत में ग्रामीण आबादी की चिंताओं और मुद्दों के प्रति सरकार पूरी तरह सचेत है। ठीक इसी तरह सरकार ने किसानों की समस्याओं को संबोधित करने के लिए 'डीडी किसान' चैनल शुरू कर बड़ी पहल की है।

आधुनिक युग सूचना क्रान्ति का युग है। यह निर्विवाद है कि सूचना क्रान्ति ने हमारे जीवन के हर हिस्से को प्रभावित किया है। तकनीकी तौर पर इसकी झलक संचार के नित नए विकसित हो रहे माध्यमों में मिल जाती है। कहने की आवश्यकता नहीं है कि इंटरनेट इन नये माध्यमों का केंद्रबिंदु है।

सूचनाओं का आदान-प्रदान और उन्हें पलक झपकते ही एक कोने से दूसरे कोने में पहुंचा देना अब बेहद आसान हो चुका है।

अनुमानतः भारत में जून, 2015 की समाप्ति पर 35.4 करोड़ इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं। लेकिन यह तस्वीर का सिर्फ एक पहलू

है। तस्वीर का दूसरा पहलू ये है कि भारत की अधिकांश ग्रामीण आबादी की पहुंच से ऐसे माध्यम दूर हैं। कालांतर में भी सरकारें इस खाई को पाटने की कोशिशें करती रही हैं, लेकिन इस दिशा में वर्तमान सरकार के प्रयास विशेष रूप से चर्चा का विषय बने हुए हैं। 'डिजिटल इंडिया' की संकल्पना और उसका लक्ष्य इन्हीं प्रयासों का प्रस्थान बिंदु है। बेशक सरकार ने आम नागरिकों को सशक्त बनाने में इंटरनेट और ऐसे तमाम माध्यमों की भूमिका को बढ़ाने की ओर ध्यान दिया है, लेकिन यह बात भी उतनी ही गौर करने वाली है कि वर्तमान



सरकार ने अपने विशेष प्रयासों से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया माध्यमों की उपयोगिता को एक बार फिर से स्थापित कर दिया है। स्वयं प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी ने आकाशवाणी के जरिये प्रसारित होने वाले अपने संबोधन 'मन की बात' से इस दिशा में एक उल्लेखनीय कदम उठाया है। ऐसा करके प्रधानमंत्री ने न सिर्फ एक समय भारत में ग्रामीण विकास में बड़ी भूमिका निभाने वाले रेडियो जैसे माध्यम की प्रासंगिकता को स्वीकार किया, बल्कि यह सन्देश देने का भी प्रयास किया कि भारत में ग्रामीण आबादी की चिंताओं और मुद्दों के प्रति सरकार पूरी तरह सचेत है। ठीक इसी तरह सरकार ने किसानों की समस्याओं को संबोधित करने के लिये 'डीडी किसान' चैनल शुरू कर बड़ी पहल की है।

वर्तमान सरकार के इन हालिया कदमों से एक बार फिर यह मुद्दा चर्चा में आया है कि क्या देश की ग्रामीण आबादी से संवाद स्थापित करने में रेडियो और सेटेलाइट चैनलों की भूमिका एक बार फिर महत्वपूर्ण हो गयी है? जाहिर है कि इस सवाल के इर्द-गिर्द बहुत-सी अन्य बहसों भी खड़ी होती हैं, जिन पर बारी-बारी से विचार-विमर्श करना आवश्यक है।

भारत में ग्रामीण विकास और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का रिश्ता

इस बारे में असहमति की कोई गुंजाइश नहीं है कि भारत में हमेशा से आधुनिक संचार तकनीकों और माध्यमों का लक्ष्य नागरिकों को सामाजिक और राजनीतिक तौर पर सशक्त बनाना और उनका विकास करना रहा है। आजादी से पहले भी प्रिंट तकनीक के इस्तेमाल में राष्ट्रवादी प्रेस की अवधारणा ही निहित थी। आजादी के बाद भी इस केन्द्रीय लक्ष्य को देश के नीति-निर्माताओं ने कभी अपनी आंखों से ओझल नहीं होने दिया कि दूरदराज क्षेत्रों और ग्रामीण आबादी तक विकास योजनाओं को पहुंचाना ही आधुनिक संचार माध्यमों का लक्ष्य होना चाहिए। भारत में रेडियो का विकास तो खासतौर पर इस सोच के साथ हुआ।

आजादी से पहले ही वर्ष 1933 के आसपास मुम्बई के समीप भिवंडी में आरंभ हुए ग्रामीण रेडियो समुदायों में मराठी, गुजराती और कन्नड़ भाषाओं में कार्यक्रम प्रसारित किये जाते थे, लेकिन इनकी पहुंच बहुत सीमित वर्ग तक थी। आजादी के बाद साल 1959 में यूनेस्को के सहयोग से 'चर्चा मंडल' नाम के ग्रामीण



रेडियो फोरम स्थापित किए गए। साल 1965 तक इन मंडलों की संख्या 900 से बढ़कर 12,000 हो गई थी, जो देश के विभिन्न हिस्सों में फैले हुए थे। साल 1996 के बाद चित्रदुर्गा में देश का पहला सामुदायिक रेडियो सेट स्थापित किया गया। इन सभी प्रयासों के केंद्र में ग्रामीण आबादी का विकास ही था। इसके अलावा आकाशवाणी ने भी देश के किसानों को उर्वरकों, बीजों और नई तकनीकों का ज्ञान देने के लिये साल 1966 से अपने विशेष प्रसारण किए। वर्तमान में देश में ऐसे 59 केंद्र हैं।

रेडियो के अलावा ग्रामीण समाजों में साक्षरता और सामाजिक बदलाव लाने के उद्देश्य से किए गए सेटेलाइट टेलीविजन के प्रयोगों ने भी काफी योगदान दिया। अगस्त, 1975 में पहले टेलीविजन ट्रांसमीटर (SITE, Satellite Instructional Television Experiment) के जरिए देश के 2400 गांवों में शैक्षिक कार्यक्रमों का प्रसारण किया गया। इस प्रयोग के तहत जो कार्यक्रम प्रसारित किए गए, उनमें शिक्षा, कृषि, स्वास्थ्य और परिवार नियोजन से जुड़े हुए अहम लक्ष्य निर्धारित किए गए। देश के किसानों को इस प्रयोग के तहत उर्वरकों, कृषि तकनीकों के साथ-साथ कृषि बाजार और मौसम की जानकारी देने का भी महत्वाकांक्षी लक्ष्य तय किया गया। इस प्रयोग को वैसी सफलता नहीं मिली जिसकी उम्मीद थी, लेकिन योजना आयोग की एक रिपोर्ट ने बताया कि पशुपालन, कृषि और स्वास्थ्य से संबंधित योजनाओं के बारे में लोगों की जागरूकता में वृद्धि हुई और इसमें टेलीविजन का योगदान काफी महत्वपूर्ण रहा। इस पूरे इतिहास को बताने का अर्थ सिर्फ इतना ही है कि भारत में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का उद्देश्य आरम्भ से ग्रामीण समाज का सशक्तीकरण करना रहा। देखा जाए तो साल 1991 से आर्थिक सुधारों के दौर के बाद लगातार फैलते गए निजी टेलीविजन



चैनलों के नेटवर्क के बावजूद भी आधुनिक संचार माध्यमों की भूमिका के प्रति इस सोच से सरकारें पूरी तरह किनारा नहीं कर पाईं। यह स्वाभाविक भी है क्योंकि आजादी के 66 सालों के बाद भी ग्रामीण समाज के बड़े हिस्से को राजनीतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक तौर पर सशक्त करने का भारी-भरकम कार्य राष्ट्र-निर्माताओं के कंधे पर है।

‘मन की बात’—एक दूरदर्शी सोच

प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी ने पद संभालने के बाद ज्यादातर जानकारों को एक सुखद आश्चर्य में डालते हुए ये निर्णय लिया कि वे आकाशवाणी के माध्यम से देश की जनता को संबोधित करेंगे। प्रधानमंत्री ने यह तय किया कि इस कार्यक्रम के जरिए संबोधन करने से पहले वे देश की जनता से प्रमुख मुद्दे और समस्याएं रखने को कहेंगे और नागरिकों द्वारा रखे गए मुद्दे ही उनके संबोधन का विषय होंगे। प्रधानमंत्री ने इस तरह का पहला संबोधन 3 अक्टूबर, 2014 को दिया और तब से लेकर आज तक उन्होंने लगातार प्रमुख मुद्दों पर देश की लाखों-लाख जनता के साथ संवाद स्थापित करने के लिए इस कार्यक्रम का सहारा लिया है।

आखिर प्रधानमंत्री की इस अनूठी पहल के पीछे क्या सोच काम कर रही थी, यह समझना आवश्यक है। यह बात याद रखने योग्य है कि प्रधानमंत्री ने रेडियो को माध्यम के रूप में उस वक्त चुना जब इसको देश के दूरदराज इलाकों में स्थित संपर्क करने के लिहाज से ज्यादा उपयोगी नहीं माना जा रहा था। प्रधानमंत्री की यह पहल इसलिए भी दूरदर्शी थी क्योंकि इस पहल के माध्यम से उन्होंने रेडियो जैसे प्रभावी इलेक्ट्रॉनिक माध्यम और डिजिटल माध्यमों दोनों को जोड़ दिया। पहले उन्होंने लोगों से सरकार की आधिकारिक वेबसाइट पर अपने सन्देश रिकार्ड करने के लिए कहा और उसके बाद उन्हीं मुद्दों और सुझावों को आधार बनाकर उन्होंने अपना संबोधन दिया। इस तरह उन्होंने नई डिजिटल तकनीक और अनुपयोगी माने जाने वाले रेडियो के माध्यम का बखूबी इस्तेमाल किया। आश्चर्य नहीं कि जब मन की बात कार्यक्रम को एक साल पूरा हुआ तो सरकार की आधिकारिक वेबसाइट पर 1.3 मिलियन सदस्य थे, लगभग 332 संजीदा मुद्दों पर वेबसाइट में 6.64 लाख टिप्पणियां थीं।

संवाद की विशिष्ट शैली

लेकिन संवाद के माध्यम के तौर पर प्रधानमंत्री की समझ के अलावा भी इस पहल का महत्त्व कहीं व्यापक था। हालिया दशकों में देश की ग्रामीण आबादी से सीधा संवाद और संपर्क स्थापित करने की जरूरत पर जानकारों ने काफी जोर दिया, लेकिन इस दिशा में कोई ठोस प्रयास नहीं किया जा सका। निस्संदेह, देश

की ग्रामीण आबादी को लक्ष्य बनाकर नीतियां बनायी जाती रहीं, लेकिन सरकार के पास अपने सुझाव और समस्याएं सीधे पहुंचाने के मंच की कमी जस की तस रही। प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी को यह श्रेय दिया जाना चाहिए कि उन्होंने इस कमी को भांप लिया। यही वजह रही कि उन्होंने ‘मन की बात’ कार्यक्रम के एक संस्करण में खासतौर पर देश की ग्रामीण आबादी और किसानों को ही संबोधित किया। देश के विभिन्न हिस्सों से ग्रामीण आबादी ने सिर्फ कृषि संबंधित मुद्दों पर ही नहीं, बल्कि कई ऐसी समस्याओं के बारे में ध्यान दिलाया, जिनको प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने खुद चौंकाने वाला माना। प्रधानमंत्री ने कहा—

“मेरे लिये यह बात बेहद चौंकाने वाली है कि देश के किसानों ने खेती-किसानों के मुद्दों के अलावा गैंग-माफिया जैसी समस्याओं के बारे में भी लिखा है। कुछ ने लिखा कि उन्हें अपने गांवों में प्रदूषित पानी पीना पड़ता है तो कुछ ने शिकायत की है कि उनके पास मृत जानवरों का निपटारा करने की सुविधा नहीं है जिससे उनके इलाकों में भयंकर बीमारियां फैलती हैं।”

प्रधानमंत्री ने इसी संस्करण में यह आश्वासन भी दिया कि देश के किसानों द्वारा दिए गए सुझावों को वे अपनी सरकार की नीतियों में शामिल करेंगे और उनका यथासंभव समाधान करेंगे। कहने की आवश्यकता नहीं कि देश में खेती-किसानी पर निर्भर ग्रामीण आबादी का बड़ा हिस्सा प्रधानमंत्री के इन शब्दों से नैतिक संबल भी पाता है।

नौकरशाहाना सोच से किनारा

महत्वपूर्ण सवाल ये भी है कि सूचना क्रान्ति के इस दौर में प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी की रेडियो जैसे परम्परागत माध्यम पर वापसी के मायने क्या हैं? क्या इस पहल से एक बार फिर देश के सुदूर इलाकों को भी जोड़े रखने में रेडियो की महत्ता साबित हो गयी है या प्रधानमंत्री का रेडियो को माध्यम के तौर पर चुनने का कोई दूरगामी सन्देश भी है?

भारत में डिजिटल क्रान्ति को सफल बनाने के उद्देश्य से किए जा रहे तमाम प्रयासों के बावजूद इस तथ्य को भुलाया नहीं जा सकता कि रेडियो ही एकमात्र ऐसा माध्यम है जिसकी पहुंच देश की आबादी के 99.5 फीसदी भाग और भौगोलिक क्षेत्रफल के हिसाब से 92 फीसदी भाग तक है। इसका सीधा अर्थ है कि देश के सुदूरवर्ती इलाकों से संवाद करने के मामले में रेडियो का अब भी कोई विकल्प नहीं है। यह भी समझने की आवश्यकता है कि भारत जैसे अनेकानेक बोलियों, भाषाओं और संस्कृति वाले समाज में सरकारों के सामने सबसे बड़ी चुनौती समाज के अंतिम आदमी के हितों को संबोधित करना रही है। जैसाकि पहले भी कहा गया है कि हमारे देश में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास

का पहला उद्देश्य लोगों को सशक्त बनाना और उनके भीतर भारत की विकास यात्रा का हिस्सा बने रहने के भाव को बनाए रखना था।

आखिर क्या वजह है कि भारत में सेटेलाइट टेलीविजन और रेडियो, दोनों को संचार माध्यम के तौर पर विकसित करने के शुरुआती प्रयोग गांवों पर किए गए? आरंभ में ग्रामीण आबादी पर पड़ने वाले प्रभावों के आधार पर ही प्रसारण नीतियां तय होती रहीं। इसका सीधा उद्देश्य विकास प्रक्रिया से ग्रामीण आबादी को जोड़े रखना था। निश्चित तौर पर इसके लिए अन्य तरीकों का भी सहारा लिया गया, लेकिन कालांतर में सरकारों के ऊपर लगातार नौकरशाहाना कार्यशैली हावी होती चली गई। इसका नतीजा ये हुआ कि विशेषकर भारत का ग्रामीण समाज अपनी जीवंतता खो बैठा। प्रधानमंत्री की 'मन की बात' पहल का एक बड़ा उद्देश्य ग्रामीण आबादी को जीवंत बनाना ही रहा है। अगर प्रधानमंत्री द्वारा किसानों को दिए गए संबोधन की संवाद शैली पर नजर डालें तो यह बात और स्पष्ट हो जाती है—

“मुझे मालूम है कि बारिश की कमी की वजह से यह साल आपके लिए मुश्किलों भरा रहा है। एक गरीब किसान जो अपनी पूरी जिन्दगी खेतों में जुटाई करते हुए बिता देता है, उसके पास अपनी आजीविका का कोई अन्य साधन नहीं होता।”

जाहिर है कि इस तरह की भाषा देश की अधिकांश ग्रामीण आबादी से संवाद करने के लिए बेहद अनुकूल कही जा सकती है। एक खास बात ये भी है कि प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी ने अब तक अपने सभी संबोधनों में आम बोलचाल के शब्दों का ही इस्तेमाल किया है। इससे उन्हें देश की बहुसंख्यक जनता की कल्पनाशीलता को छूने में मदद मिलती है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की पूरक भूमिका

एक प्रश्न ये भी उठता है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास क्रम के लिहाज से प्रधानमंत्री की इस पहल को कैसे देखना चाहिए? यह बात गौर करने लायक है कि भारत में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास की स्थिति में बीते दशकों में आमूलचूल परिवर्तन हुए हैं। रेडियो के अलावा शहरी क्षेत्रों का संचार माध्यम माने जाने वाले टेलीविजन की लोकप्रियता में भी ग्रामीण इलाकों में काफी वृद्धि हुई है। नेशनल सैम्पल सर्वेक्षण के आंकड़ों ने यह



लगातार दिखाया है कि भारत में ग्रामीण आबादी में सूचना के टेलीविजन जैसे आधुनिक माध्यमों पर खर्च करने की प्रवृत्ति बढ़ी है। एक अनुमान के अनुसार इस समय भारत में 1.1 करोड़ टेलीविजन सेट हैं जिनमें से लगभग आधे ग्रामीण आबादी के पास हैं। लेकिन जिस तरह एक समय पर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया माध्यमों के आगमन ने प्रिंट माध्यमों की प्रासंगिकता पर सवाल खड़े किए थे, ठीक उसी तरह डिजिटल युग ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की प्रासंगिकता पर भी सवाल खड़े किए हैं। निश्चित तौर पर अभी ये तस्वीर मिली-जुली है, लेकिन आने वाले समय में यह बहस और जोर-शोर से खड़ी होगी।

आज इस सवाल का जवाब देना कठिन अवश्य है, लेकिन निश्चित तौर पर इतना जरूर कहा जा सकता है कि आने वाले कुछ दशकों में दुनिया भर की सरकारों का लक्ष्य नागरिकों का डिजिटल सशक्तिकरण करना ही रहेगा। भारत में भी तमाम भविष्यगामी नीतियां इसी ओर इशारा कर रही हैं। वास्तव में, इन सभी स्थितियों को देखते हुए प्रधानमंत्री की सोच प्रशंसनीय कही जा सकती है जिन्होंने अपनी 'मन की बात' पहल के जरिए डिजिटल माध्यमों और रेडियो जैसे इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, दोनों की उपयोगिता को बरकरार रखा। संभवतः उन्होंने ग्रामीण आबादी से संवाद करने में रेडियो की पूरक भूमिका और नई विकसित हो रही डिजिटल तकनीक, दोनों के महत्त्व को पहचाना है। भारत में फिलहाल ऐसे ही संतुलित नजरिये से बढ़ने की आवश्यकता है। अच्छी बात ये है कि सरकार की इस समझ के प्रति सार्वजनिक दायरे में सकारात्मक माहौल है।

(शोधार्थी, अफ्रीकी अध्ययन विभाग,
दिल्ली विश्वविद्यालय)

ई-मेल: prabhansukmc@gmail.com