सामाजिक पर्यावरण का सर्वव्यापी अंग–प्रिंट मीडिया

प्रो. (डॉ.) अमर ज्योति सिंह*
प्रो. (डॉ.) अमर बहादुर सिंह**

सारांश

प्रिंट मीडिया में सामुदायिक विकास, सरकारी समितियाँ, ग्रामीण बैंक, पंचायती व्यवस्था, प्रौढ़ शिक्षा, साक्षरता मिशन, कृषि संबंधी सुविधायें, सरकारी ऋण–व्यवस्था, कुटीर उद्योग–धन्धों को प्रोत्साहन, सिंचाई और बिजली की सुविधाओं संबंधी सूचना प्रदान की जाती है, जो सामाजिक–आर्थिक विकास में कारगर हैं। सामाजिक–आर्थिक पिछड़ेपन में अशिक्षा, पिछड़ापन, बेरोजगारी, सामाजिक कुरीतियाँ, अल्पआय आदि महत्वपूर्ण कारक हैं। इनके निवारण में प्रिंट मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण है।

प्रिंट मीडिया हमारे सामाजिक पर्यावरण का एक आवश्यक और सर्वव्यापी अंग है।[1] यह मानव समाज का जाल है[2] क्योंकि प्रत्येक सामाजिक क्रिया किसी न किसी प्रकार इससे सम्बन्धित है। प्रिंट मीडिया आर्थिक नीति, राजनीतिक, सांस्कृतिक एवं सामाजिक तत्वों को ही प्रभावित नहीं करता वरन् यह सामाजिक एवं व्यक्तिगत स्तरों पर सामान्य जन जीवन को विकसित एवं क्रियाशील करता है। प्रिंट मीडिया सामाजिक–आर्थिक विकास को प्रभावित करने में अपनी भूमिका निभा रहे हैं।[3] भारतीय समाज व्यवस्था के परंपरागत ढाँचे में रूपान्तरण की प्रक्रिया औद्योगीकरण, नगरीकरण, यातायात, मुक्त बाजार व्यवस्था सम्प्रेषण एवं संचार प्रक्रिया में विकास का प्रतिफल है। परंपरागत भारतीय समाज और उसकी सांस्कृतिक संरचना का ऐतिहासिक विकास क्रम वैदिक संस्कृति से लेकर आधुनिक राजनीतिक धर्म निरपेक्ष सांस्कृतिक उत्थान–पतन, परिशोधन और प्रगति का इतिहास है।सामाजिक मूल्य, परम्परायें, धार्मिक प्रतिबद्धता, रीति–रिवाज और अन्य विशिष्ट सांस्कृतिक मूल्यों में निरन्तर परिवर्तन हो रहा है। परिवर्तन की इस प्रक्रिया में गति लाने में सबसे अधिक उत्तरदायी प्रिंट मीडिया है। प्रिंट मीडिया का समाजाार्थिक प्रभाव ग्रामीण जीवन–शैली पर स्पष्ट दिखलायी देता है, जिससे एक पूरे सामाजिक बदलाव की स्थिति उत्पन्न हुई है। यदि कार्लमार्क्स के शब्दों में कहे तो "आर्थिक ढाँचे में परिवर्तन होने से समाज की सभी चीजों में परिवर्तन स्वतः ही होते हैं। उनका यह दृढ़ विश्वास है कि उत्पादन के साधनों के अनुरूप ही सामाजिक ढाँचे का निर्माण होता है और यदि उत्पादन के साधन परिवर्तित होते हैं तो सामाजिक, धार्मिक और राजनैतिक परिवर्तन भी अनायास देखने को मिलते हैं।"[4]

आज भारत के गाँवों जहाँ सांस्कृतिक करण के कारण परिवर्तन हो रहे है वही पाश्चात्यीकरण और औद्योगीकरण के कारण भी परिवर्तन हुये है। इसमें सबसे बड़ी भूमिका यदि कोई निभा रहा है तो वह है–प्रिंट मीडिया। आज हम गाँव में भी लोगों के पहनावे से लेकर 'हेयरस्टाईल' तक की तुलना एक बड़े नगर के लोगों से कर सकते हैं। यह प्रिंट मीडिया और विज्ञापन से आ रहे परिवर्तन का ही कमाल है कि जिन 'लाईफस्टाईल' के साथ शहर के लोग जी रहे है उसकी सूचना गाँव तक आसानी से पहुँचा दी जाती है। इसीप्रकार आज समाज के संरचना, व्यवस्था और संगठन में जो भी परिवर्तन देखने को मिल रहा है, कहीं–न–कहीं इसके पीछे प्रिंट मीडिया का भी हाथ है।

प्रिंट मीडिया जहाँ संचार का साधन है वहीं परिवर्तन का भी वाहक है। भारत को विकासशील से विकसित देश में परिवर्तित करने की संकल्पना का लक्ष्य सामाजिक–आर्थिक विकास में निहित है। सामाजिक–आर्थिक विकास के हमारी प्रसुप्त संभावनाएँ विशाल शक्ति के रूप में उपस्थित करता है। सत्यं, शिवं, सुन्दरम् से सम्बद्ध प्रिंट मीडिया मानव जीवन की सकारात्मक सच्चाई, जनकल्याण कारी प्रवृत्ति की पक्षधर है। भारत में इसकी शुरूआत एक पवित्र कर्म के रूप में भारतेन्दुजी, राजाराममोहनराय, महात्मा गाँधी, गणेश शंकर विद्यार्थी आदि महापुरुषों ने की जिसका उद्देश्य समय और समाज के संदर्भ में सजग रहकर नागरिकों में दायित्वबोध की भावना पैदा करता रहा। व्यवस्था की कमियों को उजागर करने के साथ–साथ सकारात्मक एवं महत्वपूर्ण मुद्दों पर ज्यादा ध्यान देकर आमजन को विकास की ओर प्रेरित करने कामॉसमीडिया एक माध्यम है। लोगों तक जरूरी ज्ञान व सूचनाओं का पहुँचना विकास की प्रक्रिया का सर्वाधिक महत्वपूर्ण हिस्सा है। महात्मागांधी ने अपनी पत्रकारिता में सामाजिक–आर्थिक विकास के लिए अर्थ–व्यवस्था में मानव वाद व सद्गुण प्रवृत्तियों को प्राथमिकता दी। उन्होंने धन, सम्पत्ति, पूँजी, आर्थिक–प्रक्रिया सरलीकरण, मानवीकरण और नैतिकता के संयोजन करने की चेष्टा की। सामाजिक संरचना, उसकी गतिशीलता, अन्तःक्रिया के स्तर व अन्तःक्रिया की तीव्रता उस समाज के सदस्यों की जागरूकता के स्तर को उद्घाटित करने के माध्यम हैं। एक स्वस्थ समाज के निर्माण के लिए यह आवश्यक है कि उसके सदस्य जागरूक हों तथा विभिन्न क्रियाविधियों में उनकी सहभागिता विस्तृत हो। व्यक्ति के जागरूकता का विकास प्रिंट मीडिया के साथ महत्वपूर्ण रूप से जुड़ा हुआ है।[5] प्रिंट मीडिया द्वारा व्यापारिक और आर्थिक सूचनाओं को प्रकाशित किया जा रहा है। ऐसे कार्यक्रमों से लोगों को अपने जीवन को अधिक सुखी और सम्पन्न बनाने के उपायों की जानकारी मिलती है। प्रिंट मीडिया में सामुदायिक विकास, सरकारी समितियाँ, ग्रामीणबैंक, पंचायती व्यवस्था, प्रौढ़ शिक्षा, साक्षरता मिशन, कृषि संबंधी सुविधायें, सरकारी ऋण–व्यवस्था, कुटीरउद्योग–धन्धों को प्रोत्साहन, सिंचाई और बिजली की सुविधाओं संबंधी सूचना प्रदान की जाती है, जो सामाजिक–आर्थिक विकास में कारगर हैं। सामाजिक–आर्थिक पिछड़ेपन में अशिक्षा, पिछड़ापन, बेरोजगारी, सामाजिक कुरीतियाँ, अल्पआय आदि महत्वपूर्ण कारक हैं। इनके निवारण में प्रिंट मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण है।

सन्दर्भ :

1. Poal, I.D.S. (1968): "The Role of Comunication in the Prossesss of Modernization and Technological Change" in Bert F.: Hostility and W.E. Moore (eds.): Industrialization and Society, Mounton UNESCO, p. 279.
2. Pye, L.W. (Ed.) (1972): Communication and Development, Radha Krishan Prakashk, New Delhi, p. 4.
3. श्रीवास्तव, कंचन (2012) : संचार माध्यमों का समाज पर प्रभाव, शोध प्रेरक, वा. 2, अंक 2, अप्रैल, पृ. 326–327.
4. सिंह, बी.एन. : ग्रामीण समाजशास्त्र, विवेक प्रकाशन, दिल्ली, पृ. 248.
5. Lerner, D. (1958): The Passing Away of Traditional Society, Free Press, New York, p. 28.

***डी.लिट्. प्रोफेसर (समाजशास्त्र) एन.जी.बी.यू., इलाहाबाद**
****डी.लिट्. प्रोफेसर (पत्रकारिता एवं जनसंचार) एन.जी.बी.यू., इलाहाबाद**