मीडिया जगत में बदलाव की जरूरत

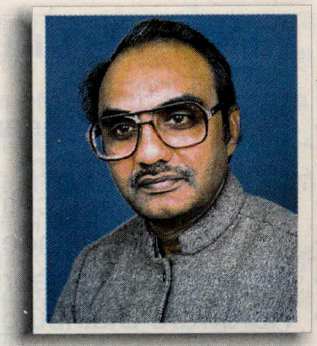
डॉ. एन भास्कर राव

विश्व भर में वर्ष 2008 में हुए आर्थिक मंदी का पूरे मल्टी–मीडिया जगत पर व्यापक असर हुआ है। मौजूदा वर्ष 2009 में अधिग्रहण और विस्तार की अपेक्षा एकीकरण और केन्द्रीकरण अधिक होंगे। फिर भी इस आर्थिक एवं राजनीतिक अनिश्चितता के दौर के बावजूद खासकर ग्रामीण भारत के क्षेत्रीय भाषा में मीडिया का प्रसार अधिक होगा। सम्पूर्ण सेक्टर का विकास दर बेहतर ही रहेगा।

बहरहाल, कारोबार में गति और दबाव बने रहने की आशा है। चैनलों और समाचारपत्रों में समान रूप से नयी और कम–से–कम लागत के विकल्प की व्यवस्था हेतु अनुसंधान जारी रहेगा। वर्ष 2009 की सबसे महत्वपूर्ण बात यह होगी कि चैनलों, समाचारपत्रों और इनकी परिसंपत्ति के आधारभूत संरचना पर पुनर्विचार और पुनर्व्यस्थापन की प्रक्रिया जारी रहेगी। मूल संचालन व्यवस्था में बदलाव आयेगा। लेकिन टीआरपी और इस तरह के मानकों का प्रभाव बना रहेगा। यूं कहें तो इनको नजरअंदाज करना संभव नहीं होगा। इससे सिर्फ भारत के प्रमुख टीवी और मीडिया अप्रभावित रह सकते हैं। नये चैनलों के लांचिंग का क्रेज बना रहेगा, खासकर क्षेत्रीय चैनलों की लांचिंग, जो टीआरपी के मानकता के मॉडल से मुक्त होते हैं। इन क्षेत्रीय चैनलों के विकास व प्रसार की व्यापक संभावनाएं हैं।

कई मीडिया हाउस खबरिया चैनल और समाचारपत्रों दोनों माध्यमों में अपनी सजगता और विश्वसनीयता के साथ अपने कामों को बेहतर अंजाम दे रहे हैं। पर दोनों माध्यमों के कंटेंट पर फोकस एक समान नहीं होता क्योंकि दोनों मीडिया की प्रभाव/प्रकृति अलग होती है। समाचार माध्यमों के लिए आवश्यकता के अनुकूल प्राथमिकता तय कर कंटेंट का प्रसारण व प्रकाशन करने की रणनीति पर काम करना बेहतर होगा। वे 2009 में प्राथमिकता का अधिकार सुनिश्चित कर सूचना तकनीकी का अधिकतम लाभ उठाने का भरपूर प्रयास करेंगे। साथ ही इस वर्ष विज्ञापन जगत का मीडिया पर दबाव बना रहेगा। इससे बड़े मीडिया हाउस की अपेक्षा छोटे स्तर के मीडिया हाउस ज्यादा प्रभावित होंगे। वर्ष 2009 में स्थानीय विज्ञापन आउटलेट की भागीदारी भी अपनी उपस्थिति दर्ज करायेंगी।

प्रतिस्पर्धी मीडिया, कंटेंट की प्राथमिकता और रणनीति में कोई खास उदाहरण पेश नहीं कर पायेगी। क्योंकि कहने के लिए सभी चैनल एक–दूसरे से बेहतर कंटेंट पेश करने का दावा करते हैं पर कमोवेश सभी का कंटेंट एक समान ही होता है। इस समय भारतीय मीडिया क्षेत्र में व्यापक स्तर पर बदलाव और आत्ममंथन की जरूरत महसूस की जा रही है। समाचार माध्यम खासकर खबरिया चैनल अपनी विश्वसनीयता कायम रखने की जद्दोजहद के दौर से गुजर रही है। इसके लिए स्वनियमन की पहल सराहनीय है। इधर राजनीतिक दलों एवं अन्य संगठनों के बीच खबरिया चैनल शुरू करने की होड़ सी आ गई है। वर्ष 2009 में मीडिया में युद्ध जैसी कड़ी प्रतिस्पर्धा देखने को मिलेगी जैसाकि 2008 में आन्ध्र प्रदेश में देखने को मिला।



डॉ. एन भास्कर राव
प्रस्पेक्टिव्स इंटू मीडिया
सीन 2020 (1996) के लेखक

मीडिया की शैक्षणिक कार्यक्रमों में तत्काल पुनर्निरीक्षण की जरूरत है। विगत वर्ष 2008 में कुकुरमुत्ते की तरह टीवी पर शैक्षणिक कार्यक्रम व चैनल शुरू हुए हैं। उनमें अधिकतर नकलची बंदर की तरह हैं। दरअसल आज मीडिया को संचालित करने के लिए चिंतकों व शोधकर्ताओं की अधिक जरूरत है, न कि ऑपरेटरों, पंचरों, एंकरों जैसे अन्य प्रस्तोताओं की भारी भरकम टीम की। दूसरी ओर प्रतिभाओं को दबाया जाता है। हमें बड़े और व्यापक स्तर पर पारदर्शी सोच अपनाने की जरूरत है और मीडिया के शैक्षणिक कार्यक्रमों का निर्माण और संचालन शोध पर आधारित एकीकृत मॉडल के अनुरूप होना चाहिए। वर्ष 2009 में मीडिया शोध भी टीआरपी के इर्द–गिर्द घूमती रहेगी। उम्मीद है कि टीआरपी और आइआरएस/एनआरएस भी मीडिया के प्रदर्शन आकलन निरूपित करने में पूर्ण जिम्मेदार बनकर उभरेगा।

मीडिया की शैक्षणिक कार्यक्रमों में तत्काल पुनर्निरीक्षण की जरूरत है। विगत वर्ष 2008 में कुकुरमुत्ते की तरह टीवी पर शैक्षणिक कार्यक्रम व चैनल शुरू हुए हैं। उनमें अधिकतर नकलची बंदर की तरह हैं। दरअसल आज मीडिया को संचालित करने के लिए चिंतकों व शोधकर्ताओं की अधिक जरूरत है, न कि ऑपरेटरों, पंचरों, एंकरों जैसे अन्य प्रस्तोताओं की भारी भरकम टीम की।

वर्ष 2009 में मीडिया हाउस को अपने प्रसारण व प्रकाशन में पूर्ण पारदर्शिता एवं निष्पक्षता अपनाने की जरूरत है खासकर राष्ट्रीय सुरक्षा एवं संवेदनशील मुद्दों पर। वर्ष 2009 मीडिया के लिए काफी चुनौतीपूर्ण होगा, अब बड़ा और भारी–भरकम मीडिया की जगह सतर्क, सजग, तेजस्वी और तर्कसंगत एवं चुस्त मीडिया ज्यादा महत्वपूर्ण होगी। मीडिया की एंटिना नयी दृष्टिकोण के तरंगों से व्यापक,पारदर्शी, निष्पक्ष एवं तर्कसंगत तस्वीर पेश करने के जरूरतों को प्राथमिकता देगी और मीडिया भारत को वर्ष 2009 में शानदार सफर तय कराएगी।