

## सांप्रदायिकता, मीडिया और राजनीतिक दल

कृ. दीपा रानी, शोध छात्रा

राजनीति विज्ञान विभाग

डॉ० शिवकान्त यादव, एसोसिएट प्रोफेसर एवं अध्यक्ष

राजनीति विज्ञान विभाग

डी०ए०वी० (पी०जी०) कॉलेज, बुलन्दशहर उत्तर-प्रदेश भारत

भारतीय स्वाधीनता संग्राम के सच्चे नायक सरदार भगत सिंह ने 1928 में नौजवान भारत सभा की एक बैठक में एक दूरदर्शी वक्तव्य दिया था। उनके विचार में पत्रकारिता कर्म एक समय अत्यंत सम्मानित माना जाता था, उनके समय तक आते आते उसमें अनेक विसंगतियाँ आ गई थीं। भगत सिंह के अनुसार, "यह लोग एक-दूसरे के विरुद्ध बड़े मोटे-मोटे शीर्षक देकर लोगों की भावनाएँ भड़काते हैं और परस्पर सिर फुटौव्वल करवाते हैं। स्थानीय समाचार पत्रों के द्वारा की गई भड़काऊ रिपोर्टिंग ने देश में बहुत से स्थानों पर असमय ही दंगों को आरम्भ करवाया है। ऐसे लेखक बहुत कम हैं जिनका दिल व दिमाग ऐसे दिनों में भी शान्त रहा हो। अखबारों का असली कर्तव्य शिक्षा देना, लोगों से संकीर्णता निकालना, साम्प्रदायिक भावनाएँ हटाना, परस्पर मेल-मिलाप बढ़ाना और भारत की साझी राष्ट्रीयता बनाना था, लेकिन इन्होंने अपना मुख्य कर्तव्य अज्ञान फैलाना, संकीर्णता का प्रचार करना, साम्प्रदायिक बनाना, लड़ाई-झगड़े करवाना और भारत की साझी राष्ट्रीयता को नष्ट करना बना लिया है। यही कारण है कि भारतवर्ष की वर्तमान दशा पर विचार कर आंखों से रक्त के आँसू बहने लगते हैं और दिल में सवाल उठता है कि 'भारत आखिर क्या बनेगा'?'<sup>1</sup> मीडिया को लेकर सरदार भगत सिंह की लगभग 9 दशक पुरानी चिंता आज अपने और भयानक रूप में विद्यमान है। समाज के जिस स्वरूप को इसने सर्वाधिक प्रभावित किया है, वो है सांप्रदायवाद का प्रसार और उसका निरंतर बदलता भयानक रूप।

**मुख्य शब्दः—** सांप्रदायिकता, सोशल मीडिया,

विगत समय में भारत में सांप्रदायिक हिंसा की कई घटनाएँ हो चुकी हैं लेकिन सोशल मीडिया के दौर में इस तरह की भावना सिर्फ स्थानीय और क्षेत्रीय स्तर तक सीमित नहीं रहती है बल्कि पूरा देश इससे प्रभावित होता है। अफवाहों की भरमार और नफरत भरी बातें स्थानीय तौर पर सांप्रदायिक हिंसा को जन्म देती हैं, जो मीडिया के सबसे नये और शक्तिशाली अस्त्र अर्थात् सोशल मीडिया के जरिए तुरंत ही पूरे देश में फैल जाती है।<sup>2</sup> इसने स्थानीय सांप्रदायिक संघर्ष और राष्ट्रीय सांप्रदायिक ध्रुवीकरण के बीच की दूरी को कम कर दिया है। आज के समय में स्थानीय सांप्रदायिक संघर्ष कुछ देरी में ही राष्ट्रीय मुद्दा बन जाता है और स्थानीय घटनाओं के जरिए ही एक बड़ा सांप्रदायिक कथानक तैयार किया जाता है। 1991 के आर्थिक उदारीकरण के दौर के बाद कई सेटेलाइट टीवी चैनल अस्तित्व में आये और उनकी पूरी दृष्टि इस नये सूचना बाजार से अधिकाधिक लाभ लेने की प्रतिस्पर्धा पर टिक गई। इस बाजार में सूचना विक्रय की वस्तु थी। अपनी दर्शक संख्या बढ़ाने की उनके मध्य भारी स्पर्धा थी और कमोबेश

आज भी है। खबरों को सबसे पहले प्रसारित करने की जल्दी में न्यूज चैनल और समाचार पत्र व पत्रिकाएँ नवीन प्रयोग कर रहे हैं जिससे उनकी टी आर पी बढ़ायी जा सके। अभूतपूर्व प्रयत्नों के माध्यम से मीडिया समूह अपने दर्शक आधार को बढ़ाने के लिये किसी भी सीमा को तोड़ने को तत्पर दिखते हैं। समस्त नैतिकता उनके प्रयासों में दम तोड़ देती है। मीडिया अपनी ताकत को जानता है और यह दुखद है कि वो उसका खुलकर दुरुपयोग कर रहा है।<sup>3</sup> पैसे लेकर सच को दबाने से इन्हे परहेज नहीं है। पैसे लेकर किसी भी राजनीतिक दल के पक्ष या विपक्ष में हवा बनाने में इन्हे हिचक नहीं है। लोकतंत्र का चौथा आधार कहा जाने वाला यह स्तंभ आज भ्रष्टाचार का पर्याय बन गया है। प्रिंट मीडिया भी इसमें पीछे नहीं रह गया है। आजकल खबर का शीर्षक उसकी मूल अन्तर्वस्तु से बहुधा भिन्न होता है। समाचार चैनलों का हाल भी ऐसा ही है। टीवी चैनलों पर बहस के लिये सबसे उत्तेजक मुद्दा है जातीयता और साम्प्रदायिकता तथा साम्प्रदायिक तनाव। तमाम

राजनीतिक दल हर बात में साम्प्रदायिकता और जातीयता ढूँढते हैं।

राजनीतिक दल ऐसी संस्था है जिसके माध्यम से समाज के नागरिक शासन व सत्ता में भागीदारी प्राप्त करने का प्रयत्न करते हैं। अपने लिखित संविधान के माध्यम से अपनी विचारधारा को बताने वाले दल निर्वाचन की प्रक्रिया में भाग लेते हैं। राजनीतिक दलों के माध्यम से समाज के अधिकाधिक व्यक्तियों का समाज से तादात्म्य स्थापित होता है, यह लोकमत का निर्माण करते हैं तथा साथ ही साथ जनसम्पर्क एवं जनप्रशिक्षण का भी कार्य करते हैं तथा सरकार की योजनाओं और नीतियों को जनता के मध्य पहुंचाते हैं।<sup>4</sup> इसका प्रभाव वयस्को के ऊपर निर्वाचन के समय पड़ता है। क्योंकि इस समय व्यक्ति यह जानता है कि चुनावों में उसे कैसी भूमिका अदा करनी है। आजादी मिलने के बाद जनता के विभिन्न दलों के लोग अपनी-अपनी राजनीति को समझाने के लिए, सत्ता के पक्ष में रखने अथवा विपक्ष में रखने के लिए उपकरण के रूप में अपनाते हैं, यही कारण है कि आर्थिक एवं राजनीतिक हित-बोध से प्रेरित होकर उद्योग समूह अथवा राजनीतिक दल अपना कोई न कोई माध्यम विकसित करते हैं।

पहले प्रेस की प्रधान भूमिका थी, धीरे-धीरे रेडियो, टेलीविजन के व्यापक प्रसार-प्रचार एवं उदारीकरण के फलस्वरूप संचार के और प्रभावी रूप उपलब्ध थे। मीडिया वर्तमान में राजनीतिक संचार का सशक्त माध्यम है और इसमें भी सोशल मीडिया, सभी राजनीतिक दल इसका भरपूर दोहन कर रहे हैं और सोशल मीडिया के माध्यम से वे अपनी नीतियों और गतिविधियों की सूचनाएं समाज के हर वर्ग तक पहुंचाते हैं। वर्तमान समय में समाज के प्रत्येक वर्ग के सभी समूहों तक सोशल मीडिया की पहुंच है और अधिकांश नागरिक किसी न किसी रूप से सोशल मीडिया का प्रयोग कर रहे हैं।

यह मानवीय स्वभाव है कि हमारा ध्यान अच्छी चीजों से पहले बुरी चीजों की तरफ जाता है। कोई विवादित मुद्दा हो या सामाजिक या राजनीतिक अपराध से जुड़ी कोई खबर हो, इन्हें हम सरसरी निगाह से ही सही एक बार देखते जरूर हैं। मीडिया खासकर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी ऐसी खबरों को मिर्च-मसाले के साथ परोसता है। ऐसी खबरें सोशल मीडिया पर भी बड़ी तेजी से वायरल हो जाती हैं। सोशल मीडिया अपनी बात को टेक्स्ट, ऑडियो, वीडियो और फोटो के जरिये लाखों लोगों तक पहुंचाने का पसंदीदा प्लेटफार्म बनता जा रहा है, खासकर युवाओं के बीच। युवाओं का ये स्वभाव होता है कि वो बहुत जल्द उग्र भी हो जाते हैं और

उत्साहित भी इसलिए उन्हें भड़काना ज्यादा आसान होता है खासकर देश, जाति और धर्म के नाम पर। इसका पूरा फायदा साम्प्रदायिकता फैलाने वाली ताकतें उठाती हैं।

2013 में उत्तर प्रदेश के मुजफ्फरनगर में जो दंगा भड़का था, उसका कारण सोशल मीडिया पर फैली अफवाहें ही थीं<sup>5</sup> दरअसल सोशल मीडिया पर वायरल हुए एक वीडियो ने मुजफ्फरनगर में सांप्रदायिक उन्माद को हवा दी जिसने दंगे का रूप ले लिया। इस दंगे में 60 से ज्यादा लोगों को अपनी जान गवानी पड़ी और सैकड़ों बुरी तरह जख्मी हो गए। बाद में पता चला कि जिस वीडियो की वजह से मुजफ्फरनगर में दंगा हुआ था, वो वीडियो फर्जी था और दो साल पुराना भी जिसे पाकिस्तान में बनाया गया था। इसी तरह अगस्त 2012 में जब मुंबई, पुणे, बेंगलूर, के अलावा चेन्नई, हैदराबाद, मैसूर में काम कर रहे उत्तर पूर्वी राज्यों के लोग अचानक अपने अपने राज्यों का रुख करने लगे तो पता चला कि उसकी वजह उनके मोबाइल पर आने वाले वो ढेरों SMS थे जिनमें लिखा था कि असम में हुए मुस्लिम-बोडो दंगों की वजह से उन्हें यहां भी साम्प्रदायिक हिंसा झेलनी पड़ सकती है, वो निशाने पर हैं। दूसरे चरण में सोशल मीडिया पर उत्तर पूर्वी राज्यों के लोगों के खिलाफ बड़ी तेजी से प्रचार प्रसार हुआ, फेसबुक पेज तक बनाये गए और जिन्हे लोगों ने लाइक किया और उनपर कमेंट भी किये। इससे दूसरे शहरों में रह रहे इन राज्यों के लोगों में अफरातफरी मच गयी। बाद में सरकार ने ऐसी अफवाहें फैलाने वाले 245 पेजों को ब्लॉक कराया<sup>6</sup> सोशल मीडिया पर आपत्तिजनक पोस्ट के कारण मध्य प्रदेश में भी सांप्रदायिक हिंसा की लगभग आधा दर्जन घटनाएं दर्ज की गयीं। खंडवा में एक प्रॉपर्टी ब्रोकर के आई डी को हैक करके किसी ने आपत्तिजनक धार्मिक फोटो अपलोड कर दी और उस फोटो ने सांप्रदायिक चिंगारी को हवा दी जिसकी वजह से वहाँ कर्फ्यू लगाना पड़ा और एक युवक को अपनी जान से हाथ धोना पड़ा। हाल ही में आतंकी संगठन आई एस आई एस (ISIS) द्वारा अमेरिका के दो पत्रकारों का सिर कलम करने वाला वीडियो यूट्यूब पर खूब देखा गया। इस वीडियो को इंटरनेट पर अपलोड करने के पीछे आई एस आई एस (ISIS) का मकसद निश्चित तौर पर दुनिया को अपनी ताकत दिखाना था, साथ ही इसके जरिये वो वैश्विक जेहाद का सन्देश भी देना चाहता था।

भारतीय साइबर मॉनीटरिंग एजेंसियों का कहना है कि यूँ तो हम अपने स्तर पर फेसबुक जैसे सोशल मीडिया पर आने वाली भड़काऊ और आपत्तिजनक

पोस्ट को रोकने की कोशिश कर रहे हैं ताकि कोई जेहादी गतिविधियाँ न हो सकें लेकिन जितनी तेजी से सोशल मीडिया का इस्तेमाल बढ़ रहा है, उसे देखते हुए हमें इन मामलों में अमेरिका जैसे देशों के सहयोग की जरूरत पड़ेगी क्योंकि ज्यादातर सोशल वेबसाइट के सर्वर अमेरिका में हैं। सोशल मीडिया पर हर पोस्ट की जांच एक लम्बी प्रक्रिया है और इसके पूरे होने तक कोई भी आपत्तिजनक पोस्ट कई लोगों तक पहुंच चुका होता है।

सोशल मीडिया धीरे धीरे अफवाहें, विवाद, सांप्रदायिक हिंसा फैलाने का आसान जरिया बनता जा रहा है। इस पर फर्जी आई डी से अकाउंट बनाना, गलत नाम पते पर जारी मोबाइल सिम से इंटरनेट के जरिये फेसबुक, व्हाट्स अप, ट्विटर आदि प्लेटफार्म्स कुछ भी डालना काफी आसान होता है। सूचना तकनीक की बारीकियों को समझने वाले विशेषज्ञों का कहना है कि इंटरनेट पर कोई भी सूचना डालने वाले जाली प्रोफाइलों की पहचान तब तक संभव नहीं है, जब तक वो इंसान दोबारा इंटरनेट पर सक्रिय न हो। आमतौर पर ऐसी अफवाहें ओपन वाई-फाई एरिया से शेयर की जाती हैं। ऐसे में अनुसंधान का महत्वपूर्ण कार्य अन्वेषक संस्था के कार्यालयों तक आकर ठहर जाता है क्योंकि वाई फाई के उन वितरकों को भी यह पता नहीं होता है कि किस तिथि, किस समय और किस डिवाइस से ऐसी सूचना भेजी गयी। सर्विस प्रोवाइडर कंपनी के सर्वर में भी रजिस्टर्ड उपभोक्ता की आई पी एड्रेस दर्ज होती है जिससे ओपन वाई-फाई का इस्तेमाल करने वाले अपराधियों को पहचानना और पकड़ना मुश्किल हो जाता है। उन्हें तभी पकड़ा जा सकता है जब वो निगरानीशुदा जोन में फिर से ऑनलाइन हो।

इस बेहद जटिल तकनीक का प्रयोग आज राजनीतिक दलों के विशेषज्ञ आई. टी. डिविजन बड़ी कुशलता से कर रहे हैं। यद्यपि इन संगठनों की शुरुआत विभिन्न राजनीतिक दलों ने अपने निर्वाचन कार्यक्रमों के लिये किया था परन्तु बाद में इनका प्रयोग अपने प्रचार से कहीं ज्यादा अन्य समूहों के विरुद्ध दुष्प्रचार में किया जाने लगा। चूँकि सोशल मीडिया आज के समय में इस तरह देखा जाए तो सोशल मीडिया के जरिये जाति, धर्म और नस्ल के आधार पर दुनिया के किसी भी कोने में हिंसा फैलाई जा सकती है, इसलिए ये समस्या किसी एक देश की नहीं बल्कि पूरी दुनिया की है। ऐसे में सभी देशों को एक साथ आना होगा और विश्व स्तर पर पुख्ता साइबर सुरक्षा के बारे में सोचना होगा। संचार क्रांति के इस दौर में हमारा मीडिया साक्षर होना बहुत जरूरी है। सूचना और तकनीकी ज्ञान एक बहुत बड़ी

ताकत है इसका उपयोग शांति और सदभावना फैलाने के लिए होना चाहिए न कि दुनिया में द्वेष और हिंसा भड़काने के लिए।

मीडिया के दुरुपयोग का एक और आयाम प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है। किसी भी लोकहित विषय पर जनमत के निर्माण में और पूर्व मत में परिवर्तन के लिये यह माध्यम सोशल मीडिया की तुलना में अधिक प्रभावशाली माना जाता है। इसका एक प्रमुख कारण इसकी विश्वसनीयता की संभव प्रामाणिकता है। इस माध्यम पर देश के सबसे पिछड़े क्षेत्रों के सबसे पिछड़े मतदाताओं का आज भी विश्वास बना हुआ है परन्तु विगत कुछ समय में पेड न्यूज और फेक न्यूज जैसे कार्यों ने इस माध्यम की विश्वसनीयता को गहरा आघात दिया है।<sup>7</sup> यह प्रवृत्ति सांप्रदायिकता और जातिवाद जैसे विषयों से सम्बद्ध समाचारों में अधिक देखने को मिलती है। किसी को यह संयोग भी लग सकता है कि इन दोनों विषयों का सम्बंध निर्वाचन की प्रक्रिया से सबसे ज्यादा जुड़ता है। समाचार पत्र एक प्रचंड शक्ति है, परन्तु जिस प्रकार निरंकुश जल का प्रवाह गांव के गांव डुबो देता है और सारी फसल का नाश कर देता है, उसी प्रकार निरंकुश लेखनी का प्रवाह भी सर्वनाश का सृजन करता है।<sup>8</sup> लेखनी पर यह अंकुश जब भीतर से लगाया जाता है, तभी लाभदायक होता है। महात्मा गांधी का यह कथन जहां एक ओर मीडिया जगत को उत्तरदायित्वों का बोध कराता है, वहीं दूसरी ओर उसके अंतःकरण की प्रेरणा और स्वनियमन की पैरवी भी मुखरता से करता है। जन-जन की जय-पराजय, जनता की आशा-आकांक्षा, स्वस्थ लोकतांत्रिक मूल्यों की पैरवी और राष्ट्र के स्वाभिमान को मुखरित करने वाला मीडिया जन संवेदना, राष्ट्रीय चेतना, समाज सेवा और युगबोध के संचार का एक सशक्त और सर्वसुलभ माध्यम है। इसी के साथ यह स्वशासन, स्वतंत्रता, समानता, स्वदेश प्रेम और सदभाव के संप्रेषण की प्रभावी विधा भी है। आज मानव और राष्ट्रों के परस्पर निर्भरता आधारित क्रियाकलापों के कारण सभी दिशाओं से सूचनाओं के प्रवाह तक पहुंचना आवश्यक हो गया है। ऐसी स्थिति में मीडिया समाचार के प्रस्तुतिकरण और विश्लेषण की दृष्टि से समाज में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। भारत जैसी लोकतांत्रिक शासन प्रणाली में तो मीडिया की भूमिका की प्रासंगिकता और अधिक बढ़ जाती है। राजनैतिक चेतना जगाने के साथ-साथ समाज में सचेतक की भूमिका भी उसे निभानी है। मीडिया में आज जो शक्ति दिखाई देती है, वह उसे जनसमर्थन से ही प्राप्त होती है। निष्पक्ष मीडिया में पूर्वाग्रह के लिए कोई जगह नहीं है। दायित्वबोध से परिपूर्ण

मीडिया में रोचकता, प्रभावोत्पादकता और लोगों में विश्वास जगाने की चाहत के साथ सामाजिक सरोकारों से वास्ता रखने वाली गंभीरता की छाप भी

होती है। यही कर्तव्यबोध और गंभीरता मीडिया की लोकतंत्र के सजग प्रहरी के रूप में महत्ता को अक्षुण्ण बनाए रखता है।

### संदर्भ सूची

1. पन्त, एन0सी0, पत्रकारिता का इतिहास, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली, 2002, पेज 32
2. अखिलेश, आर्येन्द, स्वतंत्र भारत में मीडिया का नया दौर, गगनांचल, वर्ष 40, अंक 3, नई दिल्ली, मई-अगस्त, 2017, पेज 15
3. वही, पेज 17
4. पन्त, एन0सी0, वही, पेज 174
5. सोशल मीडिया की आग, दैनिक भास्कर, जयपुर संस्करण, 6 नवंबर 2014
6. अली, आबिद, अभिभावकों की दृष्टि में मीडिया, खत्री नीरज (संपा0), लोकतंत्र और मीडिया : चुनौतियां एवं समाधान 2013 दिल्ली कल्याज पब्लिकेशंस, दिल्ली, 2013, पेज 67-73
7. जोशी, सुशील, हिंदी पत्रकारिता, विकास और विविध आयाम, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली 2012, पेज 226
8. पांडेय, श्रीनिधि, भारतीय लोकतंत्र में संचार माध्यमों की भूमिका, खत्री नीरज (संपा0), लोकतंत्र और मीडिया : चुनौतियां एवं समाधान 2013 दिल्ली कल्याज पब्लिकेशंस, दिल्ली, 2013, पेज 95-99