

प्रसार माध्यमांची स्वायत्तता आणि राजकारण
प्रा. सुभाष लोहे, समर्थ महा महाविद्यालय आष्टी,जि.वर्धा

अभिव्यक्ती स्वातंत्र्य हे लोकशाहीत अपेक्षित आहे, नव्हे ते लोकशाही व्यवस्थेचे खास वैशिष्ट्य आहे. जनमत तयार करणे ही प्रसार माध्यमांची प्रमुख भूमिका आहे. ती योग्य दिशेने, प्रामाणिकपणे ,समाजहित व राष्ट्रहित यांचा विवेक कायम ठेवून पार पाडायची, एवढी माफक अपेक्षा प्रसारमाध्यमांकडून करणे. अपेक्षितच आहे.स्वातंत्र्य आंदोलनाचा कालखंड – या संपूर्ण कालखंडात प्रसार माध्यमांनी अतिशय महत्वाची भूमिका पार पाडली आहे. देशाला स्वातंत्र्य मिळवून देणे, हाच एक उद्देश मनाशी बाळगून तत्कालिन मुद्रित प्रसारमाध्यमांनी प्रचंड जनजागरण केले. स्वातंत्र्य चळवळीतील धुरिनांनी आपआपले वर्तमानपत्र सुरु करुन एक राजकीय व सामाजिक कांती केली. लोकमान्य टिळकांचा “केसरी” व “मराठा”, महात्मा गांधींचे “हरिजन” मधील लेख,बंगाल मधील साप्ताहिक

“युगांतर”, “वंदे मातरम”, उत्तर भारतातील “वीर अर्जुन” याने सुभाषचंद्र बोस यांच्या मृत्यूची दिलेली पहिली बातमी याचा जनमानसावर झालेला परिणाम विलक्षण असाच होता. पत्रकारिता हे एक व्रत म्हणून त्यावेळी स्वीकारले होते. या प्रसारमाध्यमांनी ब्रिटिशांचे विरुद्ध समाजमन उभे केले होते. सामाजिक समस्यांना वाचा फोडण्याचे प्रभावी कार्य तत्कालिन प्रसारमाध्यमांनी केले.

स्वातंत्र्यानंतरची तीन दशके— स्वराज्य मिळाले, स्वकीयांचे राज्य आले. राजकीय व सामाजिक प्रवास स्वतंत्र चालावा, यादृष्टिने प्रबोधन करण्याचे मुख्य दायित्व हे स्वाभाविकपणे प्रसारमाध्यमांचे होते. प्रसारमाध्यमांना लोकशाहीमध्ये चौथा स्तंभ समजले जाते. राजसत्तेवर अंकुश ठेवणे, जनमत तयार करणे, सरकारची धोरणे व निर्णयप्रक्रिया प्रभावित करणे ही भूमिका प्रसारमाध्यमांची आहे. शासनाच्या नीतिनिर्धारण प्रक्रियेवर सत्ताधारी व प्रशासकीय अधिकारी यांच्या विचारांचा प्रभाव पडतो. देशाचे अर्थकारण, समाजकारण, राजकारण, शिक्षण इ. क्षेत्रे सत्ता ज्याचेजवळ आहे, तो या क्षेत्रांना आपल्या विचारांचा रंग देण्याचा प्रयत्न करतो. स्वायत्त मिडियाने सामाजिक मूल्ये रुजविण्याचे काम करावे. फार थोडी माध्यमे की ज्यांनी ही भूमिका पार पाडली. अनेक वर्तमानपत्रे सरकारघार्जिणी बनली, काही वामपंथी विचारांची, तर काहींनी कुठले तरी लेबल स्वतःला लावून घेतले.

1970चे दशक— प्रचंड उलथापालथिचे हे दशक आहे, 1971च्या भारत-पाक युद्धात भारताचा विजय, बांगला देशची निर्मिती, यामुळे श्रीमती इंदिरा गांधींचे स्थान सरकार, पक्ष, व जनतेत अतिशय शक्तिशाली बनले. विरोधी पक्ष विखुरलेला होता. या परिस्थितीत सरकारवर अंकुश ठेवण्याची प्रभावी भूमिका माध्यमांनी बजावली. लोकनायक जयप्रकाश नारायण यांच्या नेतृत्वातील “समग्र कांतीला” प्रसारमाध्यमांनी देशभरातील लोकांपर्यंत पोहोचवून सरकारविरुद्ध जनमत तयार केले. 1975ते 1977—हा देशातील आणीबाणीचा कालखंड, माध्यमांवर सेंन्सारशिप, अनेक वर्तमानपत्रे बंद पडली, विरोधी पक्षाचे व काही संघटनांचे नेते तुरुंगात, मुलभूत अधिकारांचे दमन,

“ना दलिल, ना अपील, ना वकील” अशी स्थिती. या वेळी प्रामुख्याने रा.स्व.संघाने सत्याग्रह करुन जनतेमध्ये आणीबाणीविरुद्ध जागरण केले. संघाचे अनेक कार्यकर्ते यावेळी भूमिगत होते.

जनता पक्षाच्या सरकारमध्ये मा.लालकृष्ण आडवाणी नभोवाणी मंत्री होते. आकाशवाणी व दूरदर्शनला शासन नियंत्रणातून मुक्त करण्यासाठी, या दोन संस्थांना स्वायत्ता दिली जावी, या उद्देशाने “प्रसार भारती विधेयक” संसदेत मांडले. परंतु ते मंजूर होवू शकले नाही. 1984त 1989— देशाचे पंतप्रधान राजीव गांधी असतांना मिडिया वर नियंत्रण आणण्याचे उद्देशाने “प्रेस विधेयक” मांडण्याचा प्रयत्न केला गेला. याचे विरुद्ध देशभरातील वर्तमानपत्रांनी संघटीतपणे लढा दिला. संपूर्ण भारतातील सर्व वर्तमानपत्रांनी एक दिवस अंक छापलाच नव्हता. याचा परिणाम एवढा जबरदस्त होता की पुन्हा सरकारने हे विधेयक मांडण्याचा प्रयत्न केला नाही. 1990 पासूनचा माध्यमांचा प्रवास—1990 नंतर खाजगीकरण, उदारीकरण, मुक्त बाजारपेठ याचा परिणाम देशी व विदेशी भांडवलाचा मिडिया मध्ये शिरकाव झाला. प्रसारमाध्यमे भांडवलदारांच्या हातात गेली. मालक हे संपादक बनले आणि संपादक हे व्दारपाल अशी स्थिती झाली. माध्यमांचा चेहराच पार बदलून गेला.

वृत्तपत्रांचे पहिले पान हे जाहिरातीने व्यापलेले अनेकदा पाहायला मिळते. आतील पानांवरील जाहिराती, हे स्वाभाविक ,पण प्रथम पृष्ठ जाहिराती चे,देशातील मुख्य बातमी आज दुय्यम स्थानी, वृत्तपत्रे जणू जाहिरात पत्रे बनलेली आहेत.

“जपउमे वऱि प्दकपं” आणि “पदकपंद म्गचतमेः या प्रतिष्ठित व श्रीमंत वृत्तपत्र समूहांनी मुखपृष्ठ विकण्यास सुरुवात केली. च्त्पदज डमकपं ने आपला चेहराच विकून टाकला. वाहिन्यांवरील जाहिरातींनी तर माणसांचा अर्धा वेळ हिरावून घेतला आहे. जाहिरातींमधील अशिललता प्रत्येक घरात बिनदिक्कतपणे शिरली आहे. पेड न्यूज चा प्रकार असाच वाढत राहिला तर प्रसारमाध्यमे राजकीय नेत्यांच्या भ्रष्टाचारावर आणि सत्तेच्या होणाऱ्या गैरवापरावर कसा अंकुश ठेवू शकेल?

मिडियाचे राजकारण – मनगढंत बातम्या/जंडिसम छमू तयार करणे, समाजात संभ्रम पसरविणे, एखादया संघटनेची वेगळीच प्रतिमा जनतेसमोर निर्माण करणे,बनावट स्टिंग आपरेशन करुन एखादया नेत्याला राजकीय जीवनातून संपविणे अशा प्रकारांनी प्रसारमाध्यमांच्या विश्वासाहतेवर प्रश्नचिन्ह निर्माण झाले आहे. सेक्यूलर मिडिया- भारतात सेक्यूलरचा अर्थ म्हणजे, हिंदू विरोध. आपली सेक्यूलर प्रतिमा जपण्याच्या नादात मिडियाने 1990 साली विस्थापीत झालेल्या काश्मीरी पंडितांच्या व्यथा प्रामाणिकपणे कधी मांडल्याच नाहीत. 2002 च्या गुजरातमधील दंगली चे वृत्त एकतर्फी रंगवितांना साबरमती एक्सप्रेसमधील 58 कारसेवकांच्या किंचाळयाकडे जाणीवपूर्वक दुर्लक्ष केले.

गुजरातचे तत्कालिन मुख्यमंत्री नरेंद्र मोदींची प्रतिमा सतत बारा वर्षेपर्यंत मलिन करण्याची एकही संधी प्रसारमाध्यमांनी सोडली नाही. गुजरातच्या जनमानसाचा कानोसा घ्यावा, असे मिडियाला कधी वाटलेच नाही. मिडियाच्या विश्वासाहतेवर गुजरातच्या जनतेने प्रश्नचिन्ह उभे केले आणि लागोपाठ तीन वेळा नरेंद्र मोदींना जनमानसाने कौल दिला. 26/11 च्या मुंबई हल्लयावर उर्दू समाचार पत्र “रोजनामा राष्ट्रीय सहारा” चे जेष्ठ संपादक अजीज बर्नी यांनी “आरएसएस की साजिश-26/11?”हे पुस्तक लिहुन हिंदू समाज व रा.स्व.संघ यांना दोषी ठरविले. सरकारी एजंसीज सीबीआय, गुप्तचर यंत्रणा यांच्या चौकशीवर प्रश्नचिन्ह उभे केले.या पुस्तकाच्या उर्दू भाषेत 25हजार प्रती छापल्या गेल्या. पुढे 15दिवसाच्या आत हिन्दी भाषेतील आवृत्ती काढल्या गेली. सर्वात आश्चर्य म्हणजे दिल्ली व मुंबई येथील या पुस्तकाच्या प्रकाशन समारंभात काँग्रेसचे महासचिव दिग्विजय सिंग हजर होते. राज्यसभेचे उपसभापती के.रहमान खान हे देखील अतिथीं मध्ये होते. भारतीय सेक्यूलर पत्रिकेचा आणि राजकारणाचा हा नमुना.

2014 चे सत्ता परिवर्तन व मिडिया- केंद्रातील युपीए सरकारच्या भ्रष्ट व अकार्यक्षम राजवटीचे वाभाडे काढण्यात मिडियाने कुठलाही कसूर ठेवला नाही. निवडणूकांच्या प्रचार धुमाळीच्या काळात केलेले सर्व्हे सत्तापरिवर्तनास मदत करणारे सिध्द झाले. सत्तापरिवर्तनाची अपरिहार्यता याविषयीचे लोकमत बनविण्यास प्रसार माध्यमे अग्रेसर होती. त्यामुळेच अस्थिर सरकार, संयुक्त सरकार हा प्रकारच जनमताने थांबविला.

भारताच्या पंतप्रधान पदासाठी सक्षम नेतृत्व म्हणून नरेंद्र मोदींचा चेहरा जनमाणसांच्या मनात ठसविण्याची महत्वाची भूमिका या निवडणूकीत मिडियाने सक्षमपणे बजावली.महत्वाचे म्हणजे नरेन्द्र मोदींशिवाय दुसरा पर्याय भारतीय मतदारांसमोर नव्हताच. स्वायत्त मिडियाचे महत्व येथे अधोरेखित करावे लागते. परंतु दुसरी बाजू म्हणजे, मिडियातील पैशाचा ओघ, त्यातून चालणारे राजकारण थांबले पाहिजे, लोकशाहीच्या चौथ्या स्तंभाची विश्वासाहता कायम राहणे स्वस्थ लोकशाही व स्वस्थ लोकमताच्या जागरणासाठी आवश्यक आहे.

स्त्रोत- 1. भारत नीति प्रतिष्ठान, नवी दिल्ली
2. लोकसत्ता 5डिसें 2013 संपादकीय
3. सा. विवेक मुंबई
4. तरुण भारत मधील लेख