Vol 6 Issue 8 May 2017

ISSN No : 2249-894X

Monthly Multidisciplinary Research Journal

Review Of Research Journal

Chief Editors

Ashok Yakkaldevi
A R Burla College, India

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Kamani Perera
Regional Centre For Strategic Studies,
Sri Lanka

Welcome to Review Of Research

RNI MAHMUL/2011/38595 **ISSN No.2249-894X**

Review Of Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial Board readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

Regional Editor

Dr. T. Manichander

Advisory Board

Kamani Perera
Regional Centre For Strategic Studies, Sri Lanka

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Fabricio Moraes de AlmeidaFederal University of Rondonia, Brazil

Anna Maria Constantinovici
AL. I. Cuza University, Romania

Romona Mihaila
Spiru Haret University, Romania

Delia Serbescu
Spiru Haret University, Bucharest, Romania

Xiaohua Yang
University of San Francisco, San Francisco

Karina Xavier
Massachusetts Institute of Technology (MIT), USA

May Hongmei Gao
Kennesaw State University, USA

Marc Fetscherin
Rollins College, USA

Liu Chen
Beijing Foreign Studies University, China

Mabel Miao
Center for China and Globalization, China

Ruth Wolf
University Walla, Israel

Jie Hao
University of Sydney, Australia

Pei-Shan Kao Andrea
University of Essex, United Kingdom

Loredana Bosca
Spiru Haret University, Romania

Ilie Pintea
Spiru Haret University, Romania

Mahdi Moharrampour
Islamic Azad University buinzahra Branch, Qazvin, Iran

Titus Pop
PhD, Partium Christian University, Oradea,
Romania

J. K. VIJAYAKUMAR
King Abdullah University of Science & Technology,Saudi Arabia.

George - Calin SERITAN
Postdoctoral Researcher
Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences
Al. I. Cuza University, Iasi

REZA KAFIPOUR
Shiraz University of Medical Sciences
Shiraz, Iran

Rajendra Shendge
Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur

Nimita Khanna
Director, Isara Institute of Management, New Delhi

Salve R. N.
Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur

P. Malyadri
Government Degree College, Tandur, A.P.

S. D. Sindkhedkar
PSGVP Mandal's Arts, Science and Commerce College, Shahada [M.S.]

Anurag Misra
DBS College, Kanpur

C. D. Balaji
Panimalar Engineering College, Chennai

Bhavana vivek patole
PhD, Elphinstone college mumbai-32

Awadhesh Kumar Shirotriya
Secretary, Play India Play (Trust),Meerut (U.P.)

Govind P. Shinde
Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai

Sonal Singh
Vikram University, Ujjain

Jayashree Patil-Dake
MBA Department of Badruka College Commerce and Arts Post Graduate Centre (BCCAPGC),Kachiguda, Hyderabad

Maj. Dr. S. Bakhtiar Choudhary
Director,Hyderabad AP India.

AR. SARAVANAKUMARALAGAPPA UNIVERSITY, KARAIKUDI,TN

V.MAHALAKSHMI
Dean, Panimalar Engineering College

S.KANNAN
Ph.D , Annamalai University

Kanwar Dinesh Singh
Dept.English, Government Postgraduate College , solan

More.....

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.ror.isrj.org

ISSN: 2249-894X IMPACT FACTOR : 3.8014(UIF) VOLUME - 6 | ISSUE - 8 | MAY - 2017

REVIEW OF RESEARCH

मीडिया के राजनैतिक व औद्योगिक संबंधों का विश्लेषणात्मक अध्ययन

डॉ. रणजीत कुमार

सारांश :
मीडिया का अविर्भाव सामाजिक संबंधों से हुआ। कालांतर में इस संबंध ने उत्तरोत्तर प्रगति की। जिसमें मीडिया का राजनैतिक व औद्योगिक संबंध भी शामिल है। यह संबंध अगर मीडिया को संबल बनाता है तो यह इसका सकारात्मक और उल्लेखनीय पक्ष है। लेकिन यह संबंध अगर दोहन पर आधारित है तो इसका नकारात्मक पक्ष है। मीडिया से हमेशा यह अपेक्षा की जाती है कि वह सामाजिक सरोकर का दामन थामे रहे। लेकिन इस सरोकार को इसके राजनैतिक व औद्योगिक संबंध विभिन्न तरीकों से प्रभावित करते हैं। इसमें दोतरफा लाभ की संभावना व्यक्त की जा सकती है।

शोध केंद्रित षब्द : मीडिया, विचारधारा, व्यापारिक, स्वामित्त्व, विज्ञापन, व्यक्तिगत, संबंध।

शोध प्रविधि : मीडिया के राजनैतिक व औद्योगिक संबंधों को दर्शाने के लिए वर्णनात्मक विधि का प्रयोग किया गया है। यह पूर्णतया द्वितीयक स्रोत पर आधारित है।

शोध का महत्व : मीडिया की प्रभावशीलता जगजाहिर है। इसके लिए स्वतंत्रता और विश्वसनीयता दोनों ही महत्वपूर्ण कारक हैं। व्यवहार में ये कारक किस प्रकार प्रभावित होते हैं अथवा प्रभावित होने की संभावना रहती है, इसका विश्लेषण प्रस्तुत करना एक महत्वपूर्ण कार्य है।

उद्देश्य : प्रस्तुत शोध के माध्यम से यह बताने का प्रयास किया गया है कि मीडिया के राजनैतिक व औद्योगिक संबंधों का उसके कार्यप्रणाली और विचारधारा पर असर पड़ता है।

उपकल्पना : मीडिया अपने संबंधों को लेकर समझौता करता है।

प्रस्तावना :
संबंध तो संबंध होता है। मानव जीवन के विभिन्न पहलुओं पर संबंध सकारात्मक और नकारात्मक दोनों असर डालता है। कभी–कभी संबंध निष्प्रभावी भी होता है। ऐसे संबंध अधिक समय तक नहीं चल पाते। संबंध को बनाए रखने के लिए नियमित संचार आवश्यक है। मीडिया के भी अपने संबंध हैं। ये संबंध विभिन्न प्रकार से प्रभावित होता है और प्रभावित करता है। इसका विवरण निम्नवत् है–

मीडिया का राजनैतिक संबंध : मीडिया का राजनैतिक संबंध आरंभ से ही रहा है। यह जग जाहिर है कि मीडिया ने स्वतंत्रता आंदोलन में अपनी महती भूमिका निभाई है। राजनैतिक जागरूकता के लिए मीडिया एक सशक्त माध्यम था। स्वतंत्रता आंदोलन में भाग लेनेवाले क्रांतिकारी मीडिया के ही माध्यम से जनचेतना का कार्य करते थे। आजादी के लिए गठित कांग्रेस पार्टी के अनेक नेता मीडिया का संचालन करते थे। महात्मा गांधी, जवाहर लाल नेहरू, बाबा साहेब भीमारॉव अंबेडकर, लोकमान्य तिलक, मौलाना आजाद आदि मीडिया के रूप में अनेक समाचार पत्रों का संचालन करते थे। स्वतंत्रता आंदोलन में शामिल '' ...भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस भी अपने ज्यादातर कामकाज के लिए प्रेस पर निर्भर थी। राजनीतिक कार्यक्रम चलाने के लिए उस समय तक कोई संगठनात्मक ढांचा तैयार नहीं हो पाया था। इसके प्रस्तावों और कार्रवाइयों को भी जनता के बीच अखबार ही पहुंचाते थे। राष्ट्रीय आंदोलन की बुनीयाद रखने में अखबारों और पत्रकारों की कितनी महत्त्वपूर्ण भूमिका थी, इसका अंदाजा इसी तथ्य से लगाया जा सकता है कि 1885 में भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस की स्थापना जिन लोगों ने की उनमें से एक–तिहाई पत्रकार थे।''[1]
उस समय आंदोलन से जुड़े अधिकांश पत्रकार अपने समाचार पत्रों के मालिक और सपादक स्वयं होते थे। उनका उद्देश्य एक था। अपने उद्देश्य के प्रति वे सभी लोग समर्पित थे। पत्रकारिता और राजनीति के संबंधों को लेकर उन पर किसी भी प्रकार का संदेह नहीं किया जाता था। ''खुद मदन मोहन मालवीय जब 'लीडर' का संपादन कर रहे थे, तो

1909 में उन्होंने कांग्रेस के अधिवेशन का सभापतित्त्व किया। उन्होंने यह सभापतित्त्व 1918 और 1932 में भी किया, इस वक़्त भी वह संपादक थे। कहा जा सकता है, संघर्ष के उस काल में राजनीति और पत्रकारिता मिशन थी, तो राजनीति भी मिशन थी। लेकिन मुनाफे का चिंतन उस वक़्त नहीं था, अथवा सिर्फ़ मुनाफ़े के लिए पत्रकारिता नहीं की जा सकती थी।''[2] यह बात उस समय राजनीति की मुख्यधारा में शामिल आंदोलनकर्ताओं पर लागू होती थी। समय के साथ आंदोलन की राजनीति आजादी के बाद सत्ता संघर्ष की राजनीति में परिवर्तित हुई। स्वतंत्रता आंदोलन में सहायक मीडिया की भूमिका भी समय के साथ बदलती गई। इस बदली हुई भूमिका के संदर्भ में रामशरण जोशी का कहना है–''पत्रकार राजनीतिज्ञ की दोहरी भूमिका से पत्रकारिता व्यवसाय निश्चित ही प्रभावित हुए बिना नहीं रहता है। हालांकि संसद और विधानसभाओं में पहुंचने वाले मालिक और पत्रकार दावा जरूर करते हैं कि वे निष्पक्ष रहते हैं, लेकिन व्यवहार में यह कतई संभव नहीं है। पार्टी के हित और अहित को देखना ही पड़ता है।''[3]

21 सदी के आरंभ में मीडिया के राजनैतिक अंतःसंबंधों के निम्नलिखित स्वरूप हैं–

विचारधारा का संबंध
व्यापारिक संबंध
स्वामित्त्व का संबंध
विज्ञापन का संबंध
व्यक्तिगत संबंध

विचारधारा का संबंध : मीडिया द्वारा राजनैतिक विचाधारा को समर्थन देने अथवा वरीयता प्रदान करने का मामला नया नहीं है। स्वतंत्रता आंदोलन की लड़ाई में भाग लेने वाले समाचार पत्र सर्चलाईट के बारे में विजयदत्त श्रीधर ने पत्रकारिता विश्वकोश में यह बताया है कि उक्त पत्र कांग्रेस के विचारधारा वाले स्वतंत्रता संग्राम सेनानियों के बारे में ही केवल सकारात्मक समाचार प्रकाशित करता था। अन्य विचारधारा वाले स्वतंत्रता संग्राम सेनानियों को पत्र वरीयता नहीं देता था। इस प्रकार यह प्रचलन आरंभ से ही मीडिया में मौजूद है। हालांकि इस बात को मुख्य धारा की मीडिया ने कभी स्वीकार नहीं किया है। राजनैतिक विचारधारा से प्रेरित अनेक दलों, संस्थाओं के अपने मीडिया संस्थान हैं। यथा–प्रिंट मीडिया में सामना, प्रहार, पांचजन्य, सकाल, नेशनल हेरॉल्ड तथा दक्षिण भारत का इलेक्ट्रॉनिक मीडिया जया टीवी, सन टीवी आदि। अपने विवादित सामग्री के प्रकाशन के चलते सामना हमेशा सुर्खियों में रहता है। यह शिवसेना का मुख पत्र है। प्रहार कांग्रेस समर्थित है। राष्ट्रीय स्वयं सेवक संघ का मुख पत्र पांचजन्य है। संघ भारतीय जनता पार्टी की मातृ संगठन है। अतः पांचजन्य में भाजपा की विचारधारा से मराठी दैनिक सकाल में राष्ट्रवादी कांग्रेस पार्टी, संबंधित कोई सामग्री प्रकाशित होती है तो इसमें आश्चर्य की कोई बात नहीं होती है। स्वतंत्रता आंदोलन का प्रमुख पत्र नेशनल हेरॉल्ड आजादी के बाद कांग्रेस का मुखपत्र बन गया। हांलाकि जवाहर लाल नेहरू के कार्यकाल के बाद इस समाचार पत्र की स्थिति दयनीय होती गई और अंततः इसे अवसान का मुह देखना पड़ा। पश्चिम बंगाल की सत्ताधारी पार्टी तृड़मूल कांग्रेस का मुख साप्ताहिक पत्रिका मा माटी मानुष है। समाचार चैनलों में जया टीवी पर ऑल इंडिया अन्ना द्रविड़ मुनेत्र कड़गम, सन टीवी पर द्रविड़ मुनेत्र कड़गम शामिल हैं।ऐसे विचारधारा के मीडिया संस्थाओं के क्षेत्र, पाठक और दर्शक दोनों सीमित हैं। ऐसे मीडिया संस्थानों की पहचान जगजाहिर है। लेकिन उन मीडिया संस्थानों की पहचान किसी विशेष अवसर को छोड़कर जाहिर नहीं हो पाती है। जो निष्पक्षता का दावा करते हैं। ऐसे संस्थानों में अनेक समाचार पत्र और समाचार चैनल हैं। ये हमेशा निष्पक्षता की बात करते हैं। क्योंकि यही निष्पक्षता इनकी लोकप्रियता का आधार है। अगर ये सार्वजनिक रूप से किसी राजनैतिक पार्टी के विचारधारा का समर्थन कर देंगे तो विरोधी विचारधारा वाले लोग संभवतः इन्हें दरकिनार कर दें। लेकिन ये तथाकथित निष्पक्ष समाचार पत्र और चैनल भी किसी न किसी विचारधारा के राजनैतिक दल अथवा सत्ता को वरीयता देते हैं। ''वरीयता का क्रम सत्ता के साथ बदलता रहता है। ऐसे संबंध निष्पक्ष होंगे, यह कहना अत्यंत ही कठिन है। उदाहरण के लिए समाचारों का केंद्रीय संबंध राजनीति से है और राजनीति का संबंध सत्ता से है। जब सत्ता समाचारों पर नियंत्रण कायम कर लेती है तो स्वभावतः यह राजनीति की विचारधारा का निर्धारण करने का काम भी शुरू कर देती है।''[4]

व्यापारिक संबंध : मीडिया के राजनैतिक संबंधों में व्यावसायिक संबंध भी है। अनेक ऐसे समाचार पत्र और समाचार चैनल हैं, जिसमें राजनेताओं के पैसे लगे हुए हैं। भ्रष्टाचार के आरोप में घिरे झारखंड के मुख्यमंत्री मधु कोड़ा से लेकर कांग्रेस के वरिष्ठ नेता और देश के पूर्व वित्त एवं गृहमंत्री पी. चिदंबरम के मीडिया में निवेश का मामला प्रकाश में आ चुका है। राजनैतिक पार्टियों के अपने मीडिया संस्थान से तो व्यावसायिक संबंध स्वाभाविक है।

स्वामित्त्व का संबंध : मुख्य धारा के कई मीडिया संस्थान हैं जिनके राजनीति और व्यापार के संबंध से आगे स्वामित्त्व का संबंध है। लोकमत समूह के स्वामित्त्व का संबंध भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस से जुड़े राज्य सभा सांसद विजय दर्डा से है। कांग्रेस के ही नेता नारायण राणे प्रहार दैनिक का संचालन करते हैं। न्यूज 24 का स्वामित्त्व कांग्रेस के दिग्गज नेता राजीव शुक्ल की पत्नी अनुराधा प्रसाद के पास है। दक्षिण भारत के राजनेताओं के मीडिया संस्थान का स्वामित्त उनके हाथों में ही है। आंध्र प्रदेश की राजनीति में दखल रखने वाले कांग्रेस के पूर्व सांसद वाई. एस. जगनमोहन रेड्डी साक्षी टीवी के मालिक हैं। इनका पांच अन्य टीवी चैनलों में भी हिस्सेदारी है। ''जगनमोहन रेड्डी के स्वामित्त्व में संचालित चैनल इनके विचारों को प्रसारित करते हैं और लगातार कांग्रेस विरोधी मुहीम चलाते हैं।''[5] तमिलनाडू के राजनैतिक पार्टी पाट्टाली मक्कल कॉची के संस्थापक एस. रामदास मक्कल टीवी, कांग्रेस विधायक एच. वसंत कुमार वसंत टीवी और कांग्रेस के ही वरिष्ठ नेता के. वी. तंगबालु मेगा टीवी के प्रमुख हैं। कर्नाटक के राजनेता श्री रामुलु रेड्डी और जनार्दन रेड्डी जन श्री समाचार चैनल और ए नम्मा कन्नड समाचार पत्र के मालिकों में हैं। समाचार और मनोरंजन का मिला–जुला चैनल कस्तूरी टीवी पूर्व मुख्यमंत्री कुमारस्वामी की पत्नी अनिता निर्देशित करती हैं। उड़ीसा में बीजु जनता दल के नेता बैजयंत पांडा ओडिसा टीवी चलाते हैं। असम में कांग्रेस के राजनेता हिमंत बिस्व सरमा की पत्नी रिकीं भुयन दो चैनल क्रमशः न्यूज लाइव और रंग की अध्यक्ष हैं। ''1992 में जबसे सन टीवी शुरू हुआ, तमिलनाडु में हर राजनैतिक पार्टी का अपना समाचार व मनोरंजन चैनल है. अगर मारन परिवार के पास सन टीवी है–जो अब 20 चैनल का नेटवर्क है–तो द्रमुक ने 2007 में अपना कलैनार टीवी शुरू कर दिया।''[6]

विज्ञापन का संबध : मीडिया और राजनीति के संबंधों में विज्ञापन का संबंध भी प्रमुख है। विभिन्न राजनैतिक दलों के अधिकांश विज्ञापनों का प्रकाशन और प्रसारण प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से ही होता है। हालांकि चुनावी मौसम में इस प्रकार के संबंधों में प्रगाढ़ता आती है। लेकिन सत्ता में मौजूद राजनैतिक पार्टी और सरकार का विज्ञापन के हिसाब से काफी महत्त्व है। केंद्र अथवा राज्य सरकार जनता को अपनी नीतियों और कार्यक्रमों के बारे में लोगों को बताने के लिए मीडिया ही माध्यम के रूप में है। इन नीतियों और कार्यक्रमों को विज्ञापन के रूप में मीडिया में प्रकाशित अथवा प्रसारित कराया जाता है। इस प्रकार मीडिया और राजनीति में विज्ञापन का संबंध सामने आता है।

व्यक्तिगत संबंध : मीडिया के अपने राजनीति से व्यक्तिगत संबंध भी होते हैं। यह मीडिया के संचालक, संपादक, पत्रकार अथवा संस्थान से जुड़े किसी भी व्यक्ति का राजैतिक दल, राजनेता अथवा केंद्र या राज्य सरकार के किसी व्यक्ति से व्यक्तिगत संबंध के रूप में हो सकता है। इन संबंधों के बारे में आलोक मेहता का कहना है– ''भारत में राजनीतिज्ञों और पत्रकारों के बीच रिश्तों की कोई संहिता आजतक नहीं बन पाई। स्वतंत्रता प्राप्ती के पहले और बाद के वर्षों में कई नेताओं ने आजादी की अलख जगाने के लिए अख़बार निकाले। अख़बारों की व्यावसायिकता बढ़ने लगी और उसी नज़रिए से रिश्ते बनते–बिगड़ते रहे। कभी राजनीतिज्ञ संपादक का पद पा गए तो कभी अच्छे पत्रकार राजनीतिज्ञ बन गए। कुछ लोग इस चक्कर में मालिकों और मंत्रियों के बीच कड़ी मात्र बनकर रह गए। चतुर अख़बार मालिकों ने ऐसे पत्रकारों का लाभ उठाया, लेकिन राजनीतिक नक्शा बदलने पर उन्हें मक्खी की तरह निकालकर फेंकने में देरी नहीं की।''[7]

मीडिया का औद्योगिक/कॉरपोरेट अंतर्संबंध : मीडिया की राजनीति की ही भांति उद्योग अथवा कॉरपोरेट से भी अंतर्संबंध हैं। जिसका स्वरूप निम्नवत् है–
व्यापारिक संबंध
स्वामित्त्व का संबंध
विज्ञापन का संबंध
व्यक्तिगत संबंध

व्यापारिक संबंध : अनेक मीडिया संस्थान हैं जिनके औद्योगिक घरानों से व्यावसायिक संबंध हैं। पेड न्यूज जांच के लिए गठित कमेटी ने इस बात का खुलासा किया है कि औद्योगिक घराने अपने पक्ष में समाचार प्रकाशित व प्रसारित करने के लिए मीडिया संस्थानों को शेयर प्रदान करती हैं। इस शेयर के बदले मीडिया संस्थान उनके विज्ञापन को समाचार के स्वरूप में प्रकाशित व प्रसारित करते हैं। मीडिया और कॉरपोरेट के व्यापारिक हित के संदर्भ के दिलीप मंडल का कहना है–''...मीडिया कंपनियों ने अपने बोर्ड में बड़े कॉरपोरेट को भी शामिल किया है। इसका असर भी संस्थानों पर पड़ता है। ...इन कॉरपोरेट के शेयरधारक और बड़े अधिकारी जिस वर्ग से आते हैं, उसका हित यथास्थिति बनाए रखने में होता है। मीडिया संस्थान की नीतियां बनाने से लेकर महत्त्वपूर्ण पदों पर नियुक्तियां करने और लोगों को हटाने जैसे तरीकों से वे मीडिया की दिशा तय करते हैं।''[8] 'मीडिया संस्थानों के बोर्ड में कॉरपोरेट सदस्यों के कुछ नाम निम्नलिखित हैं[9]–

क्रम संख्या	मीडिया संस्थान का नाम	कॉरपोरेट सदस्य का नाम	सदस्य से संबंधित कॉरपोरेट/संस्था का नाम
1	जागरण प्रकाशन,	किशोर बियानी (एम. डी.)	पेंटालून रिटेल।
		विक्रम बक्शी (एम. डी.)	मैक्डॉनल्ड इंडिया।
		शशिधर सिन्हा (सी. ई. ओ.)	लोडस्टार यूनिवर्सल इंडिया
		राशिद मिर्जा (एम. डी.)	मिर्जा इंटरनेशनल।
		अनुज पुरी (चेयरमैन)	जे. एल. एल. मेघराज।
2	एच. टी. मीडिया प्रा. लि.	के. एन. मेमानी (पूर्व चेयरमैन)	अंसर्ट एंड यंग इंडिया।
		वाई. सी. देवेश्वर (चेयरमैन)	आई. टी. सी. लिमिटेड।
		एन. के. सिंह	पूर्व ब्यूरोक्रेट।
3	टी. वी. टुडे नेटवर्क	राजन भारती मित्तल (ज्वाएंट एम. डी.)	भारती इंटरप्राइज ग्रुप।
		अनिल विग (एम. डी.)	अनिका इंटरनेशनल।
4	डी. बी. कॉर्प.	अजय पीरामल (चेयरमैन)	पीरामल इंटरप्राइजेज ग्रुप।

स्वामित्त्व का संबंध : मीडिया का उद्योग के साथ स्वामित्त्व का दो प्रकार का संबंध है। (क) मीडिया संचालित उद्योग व्यापार से स्वामित्त्व का संबंध (ख) कॉरपोरेट संचालित मीडिया से स्वामित्त्व का संबंध।

(क) मीडिया संचालित उद्योग व्यापार से संबंध : मीडिया के इस संबंध में मीडिया संस्थान अथवा समूहों द्वारा संचालित अन्य उद्योग–व्यापार संचालित संबंध है। जैसे कई मीडिया संस्थान मीडिया के अतिरिक्त उर्जा, रियल स्टेट, अन्य उत्पादित संयत्र आदि का संचालन करते हैं। इस श्रेणी में उन्हें रखा गया है जिन्होंनें मीडिया संस्थान के माध्यम से पहचान बनाई। यानी जिनका मूल कार्य पहले मीडिया संस्थान संचालित करना था। बाद में उन्होंनें अन्य व्यापार में भी हाथ आजमाया। इस श्रेणी में दुनिया में सबसे अधिक बिकने का ख्याति अर्जित करने वाले समाचार पत्र दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर, लोकमत समूह, समाचार चैनलों में आज तक जैसे संस्थानों की पहचान इनके मीडिया व्यवसाय से है। ये मीडिया संस्थानों अब अन्य उद्योग का भी संचालन करते हैं। जिसका विवरण निम्नलिखित है–

कंपनी का नाम	अन्य व्यापारिक हित
दैनिक जागरण	खनन, शिक्षा, ऑन लाईन व्यापार।
दैनिक भास्कर	खनन, उर्जा, रियल स्टेट।
लोकमत	खनन, उर्जा, रियल स्टेट, सूत फैक्ट्री।
आज तक	शिक्षा, ऑन लाईन व्यापार, म्यूजिक।

(ख) कॉरपोरेट संचालित मीडिया से स्वामित्त्व का संबंध : इस प्रकार के संबंध में प्राथमिक रूप में कॉरपोरेट अथवा उद्योग या उद्योग समूह हैं जिन्होंनें बाद में मीडिया व्यवसाय की तरफ भी कदम भी कदम बढ़ाया। भारत में कॉरपोरेट संचालित मीडिया का अस्तित्त्व आजादी के पूर्व ही प्रकाश में आ गया था। इस संबंध में एन. सी. पंत ने लिखा अपनी पुस्तक पत्रकारिता के इतिहास में लिखा है– ''...स्वाधीनता से पूर्व श्री रामकृष्ण डालमिया ने मुंबई के 'टाइम्स ऑफ इंडिया' को खरीद लिया और इसके बाद दिल्ली से अंग्रेजी में 'इंडियन न्यूज क्रॉनिकल' और हिंदी में :'नवभारत' निकला, उस समय यह बात और भी स्पष्ट हो गई कि पत्रों की दिशा में बड़ी पूंजी वाले दिलचस्पी ले रहे थे।''[10] ऐसे औद्योगिक संस्थान का विवरण जगदीश्वर चतुर्वेदी और सुधा सिंह ने अपनी पुस्तक जनमाध्यम सैद्धांतिकी में मीडिया के अन्य व्यापार के बारे में निम्नलिखित जानकारी उपलब्ध कराई है[11]– भारत में प्रेस स्वामित्त्व का स्वरूप

कंपनी का नाम	अन्य व्यापारिक हित
एक्सप्रेस ग्रुप (गोयनका)	चाय, कैमिकल्स, निवेश, ऑटोमोबाइल्स, सीमेंट, चीनी।
हिंदुस्तान टाइम्स (बिड़ला)	चाय, जूट, कपड़ा, सिंथेटिक फाइबर्स, ऑटोमोबाइल्स, सुगर, एल्यूमीनियम और उपभोक्ता सामग्री।
बैनेट कोलमैन एंड कंपनी (टाइम्स ऑफ इंडिया–डालमिया–जैन)	सीमेंट, कोयला, खान, कागज, निवेश।
स्टेट्समैन लिमिटेड (टाटा)	निवेश, स्टील, हैवी इंजीनियरिंग, कपड़ा, कोयला, कागज, खान और केमिकल्स

देश के बड़े औद्योगिक समूह रिलायंस ने पिछले वर्ष नेटवर्क 18 में 1700 करोड़ निवेश किया। इस नेटवर्क के अंतर्गत कई समाचार चैनलों का प्रसारण होता है। निवेश भी स्वामित्त्व का ही एक स्वरूप है। पश्चिम बगांल के चर्चित शारदा चिट फंड घोटाले में यह मामला प्रकाश में आया कि शारदा चिट फंड कई प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का संचालन करता था। अन्य औद्योगिक समूह अथवा कॉरपोरेट द्वारा मीडिया संचालन के संबंध में कुलदीप नैयर का कहना है– ''ज्यादातर चैनलों (लगभग 300) के मालिक प्रापर्टी डीलर हैं।''12 इससे यह प्रमाणित है कि मीडिया व्यवसाय में वे भी हैं जिनका मीडिया से केवल व्यापारिक सरोकार है। मीडिया के साथ–साथ उनका अन्य उद्योगों के साथ स्वामित्त्व का संबंध है।

विज्ञापन का संबंध : औद्योगिक अथवा कॉरपोरेट घराने मीडिया के लिए विज्ञापन के सबसे बड़े स्रोत हैं। इनके विभिन्न उत्पादों का विज्ञापन समाचार चैनल और समाचार पत्र ही करते हैं। इस प्रकार मीडिया का औद्योगिक घरानों से विज्ञापन का भी संबंध है।

व्यक्तिगत संबंध : मीडिया से ही संबंद्ध नहीं, बल्कि किसी भी क्षेत्र अथवा संस्थान से जुड़े व्यक्ति के व्यक्तिगत संबंध की कोई सीमा नहीं है। कोई भी व्यक्ति किसी से भी अपना व्यक्तिगत संबंध रख सकता है। मीडिया संस्थानों से संबद्ध व्यक्तियों के औद्योगिक घरानों से व्यक्तिगत संबंध भी होते हैं।

निष्कर्ष :

मीडिया अपने संबंधों का लाभ उठाता है। यह संबंध चाहे राजनैतिक हो अथवा औद्योगिक। हालांकि इसमें दोनों तरफ फायदा होता है। किसी मीडिया संस्थान ने अपने संबंधों की बदौलत अगर किसी राजनैतिक पार्टी अथवा किसी राज्य या केंद्र सरकार की बात मान ली या उसकी शर्तों को स्वीकार कर लिया तो बदले में उसके भी हितों का ध्यान रखा ही जाता होगा। यही स्थिति मीडिया के औद्योगिक संबंधों पर भी लागू होता है। नियमित सबकी कलई खालनेवाला मीडिया कभी कॉरपोरेट की कलई नहीं खोल पाता। निश्चय ही उसके संबंधों का असर कहा जा सकता है।

सुझाव :

- मीडिया को अपनी आचारसंहिता का पालन करना चाहिए।
- मीडिया को अपने संबंधों के चलते सरोकार को प्रभावित नहीं होने देना चाहिए।
- मीडिया में राजनैतिक व औद्योगिक दखल न हो।

संदर्भ ग्रंथ सूची

• चंद्र., बिपीन., मुखर्जी., मृदुला., मुखर्जी., आदित्य., पानिकर., क. न., व महाजन., सुचेता. (1990, 2011). भारत का स्वतंत्रता संघर्ष. दिल्लीः हिंदी माध्यम कार्यान्वय निदेशालय. पृ. 75, 76.

• वाजपेई, पुण्य प्रसून्न. (2008). डिज़ास्टर मीडिया एंड पॉलिटिक्स. ग़ाज़ियाबादः अंतिका प्रकाशन. पृ. 67.

• जोशी, रामशरण. (2008). मीडिया : मिशन से बाजारीकरण. बीकानेर. वाग्देवी प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 33.

• धूलिया, सुभाष. (2001). सूचना क्रांति की राजनीतिक विचारधारा. नई दिल्लीः ग्रंथ शिल्पी (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 117.

• केबल वार : छोटे परदे पर बड़े दांव की होड़ –साथ में शुतपा पॉल, फर.जंद अहमद, कौशिक डेका, एम.जी. राधाकृष्णन, अमरनाथ के. मेनन, अरविंद छाबड़ा, किरण तारे, लक्ष्मी सुब्रह्मण्यन और निर्मला रवींद्रन'' 28 अप्रैल 2011. Retrved From-http://aajtak.intoday.in/story/Cable-Wars-The-small-screen-big-stakes-race-1-55296.html

• वही.

• मेहता, आलोक. (2008). भारत में पत्रकारिता. नई दिल्लीः नेशनल बुक ट्रस्ट इंडिया. पृष्ठ संख्या 73.
• मंडल, दिलीप. (2011). मीडिया का अंडरवर्ल्ड. नई दिल्ली राधाकृष्ण प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 112–113.
• वही.
• पंत, एन. सी. (2002). पत्रकारिता का इतिहास. नई दिल्लीः तक्षशिला प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 19.
• चतुर्वेदी, जगदीश्वर व सिंह, सुधा. (2002). जनमाध्यम सैद्धांतिकी. नई दिल्लीः अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 23.
• नैयर, कुलदीप. (12 जून 2014). मीडिया पर कसता हुआ कॉरपोरेट का शिकंजा. Retrived From-
http://bhadas4media.com/print/20128-2014-06-12-06-51-46.html

Publish Research Article
International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper,Summary of Research Project,Theses,Books and Books Review for publication,you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed,India

- Directory Of Research Journal Indexing
- International Scientific Journal Consortium Scientific
- OPEN J-GATE

Associated and Indexed,USA

- DOAJ
- EBSCO
- Crossref DOI
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Databse
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database

Review Of Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-
413005,Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com