

सम्पादक की कलम से.....

संगीत और मीडिया

व्यवसायों की दुनिया में मीडिया एक ऐसा व्यवसाय है, जिसका कोई सीमांकन नहीं किया जा सकता। मीडिया एक दुधारी तलवार की भांति है जो एक साथ किसी घटना अथवा मुद्दे के सकारात्मक व नकारात्मक पहलुओं को संप्रेषित करता है। सामाजिक सन्दर्भ में देखें तो मीडिया ने जहां एक ओर सांस्कृतिक अस्मिताओं की चेतना का विस्तार किया है, वहीं दूसरी ओर विकृत मनोरंजन के माध्यम से समाज में सांस्कृतिक प्रदूषण फैलाने का व्यवसाय भी किया है। बीते युग का मीडिया एक आयामी (प्रिंट मीडिया) था। इसकी प्रभावोत्पादकता तथा इसके संचार की गति विलंबित थी। लेकिन आज का मीडिया बहुआयामी है— (i) Print Media (ii) Electronic Media (iii) Cyber Media

संगीत के संदर्भ में मीडिया की भूमिका पर एक नजर डाले तो ज्ञात होता है कि आज का पूरा इलैक्ट्रॉनिक व प्रिंट मीडिया संगीत के नाम पर शास्त्रीय एवं लोक संगीत की तुलना में फिल्म संगीत और पॉप संगीत पर अधिक केन्द्रित हो गया है। वर्तमान में टीवी चैनलों पर प्रसारित हो रहे संगीत के रिएलिटी शो इस बात का प्रमाण हैं। आज रिएलिटी शो का बाजार 400 करोड़ रुपये का आंकड़ा पार कर चुका है और इस कारोबार पर कब्जा जमाने के लिए चैनलों में होड़ मची हुई है। संगीत के रिएलिटी शो का इतिहास बहुत पुराना नहीं है। भारत में संगीत के रिएलिटी शो की शुरुआत 90 के दशक में जी टीवी ने की थी। सबसे पहले फिल्मी गीतों पर आधारित 'अंताक्षरी' कार्यक्रम को लॉन्च किया गया, उसके बाद शास्त्रीय संगीत पर आधारित एक और रिएलिटी शो 'सा रे ग म' को लॉन्च किया गया। शास्त्रीय संगीत पर आधारित इस संगीत के रिएलिटी शो ने काफी लोकप्रियता अर्जित की और काफी व्यवसायिक लाभ कमाया। लेकिन दुख इस बात का है कि शास्त्रीय संगीत पर आधारित 'सा रे ग म' कार्यक्रम का स्वरूप बदलते-बदलते आज केवल फिल्मी गानों पर ही केन्द्रित हो गया है। वर्तमान में संगीत के जो रिएलिटी शो चल रहे हैं, उनमें सबकुछ नकली है, यदि कुछ असली हैं तो वह है पैसा। इन कार्यक्रमों से होने वाली करोड़ों रूपयों की कमाई असली होती है लेकिन नये कलाकारों को मंच दिलाने के दावे नकली होते हैं। TRP बढ़ाने की तमाम तरकीबों के बीच SMS बटोरने का खेल चलता है तथा SMS के जरिये अधिक से अधिक कमाई की तरकीब ढूंढी जाती हैं।

मीडिया के विभिन्न चैनलों में लोकप्रियता पाने की व्यवसायिक प्रतिस्पर्धा का ही परिणाम है कि आज संगीत में ऐसी शब्दावली का प्रयोग होने लगा है जो संगीत के स्वभाव से बिल्कुल विपरीत है। विगत

कुछ वर्षों में संगीत के विभिन्न रियल्टी शो की व्यवसायिक प्रतिस्पर्धा के कारण 'संगीत का विश्वयुद्ध', 'सुर संग्राम', 'डांस संग्राम', 'संगीत का महायुद्ध', जैसे विरोधी शब्दावली वाले नामों से दर्शकों को आकर्षित किया जा रहा है लेकिन सच यह है कि जहाँ संगीत होता है वहाँ युद्ध नहीं समन्वय होता है, संग्राम नहीं शान्ति होती है। लेकिन मीडिया की रुचि शान्ति में कम संग्राम में अधिक है।

मीडिया को सबसे अधिक दिलचस्पी फिल्म संगीत में है। इसके कई कारण हैं। फिल्म संगीत कानों के साथ आँखों से भी जुड़ा होता है। इसलिए उसमें आकर्षण भी अधिक होता है, जबकि शास्त्रीय संगीत विशुद्ध रूप से श्रवणीय होता है। उसका सम्पूर्ण आनन्द श्रवण में समाहित है। शास्त्रीय संगीत के पास फिल्म संगीत की तरह उत्तेजित व हाट सीन नहीं होते। दूसरा कारण यह है कि फिल्म संगीत mass से जुड़ा है जबकि शास्त्रीय संगीत class से जुड़ा है। फिल्म संगीत का विस्तार पान की दुकान से लेकर पंच सितारा तक है, जबकि शास्त्रीय संगीत एक वर्ग विशेष तक ही सीमित है। लोकतंत्र में mass का महत्व अधिक है। इसलिए मीडिया mass की पसंद में अधिक दिलचस्पी लेता है, class की पसंद में कम। क्योंकि mass को आकर्षित करने में व्यवसायिक लाभ अधिक है।

यह सच आज है कि मीडिया ने संगीत को व्यवसाय से जोड़ कर इसे एक उद्योग के रूप में विकसित कर दिया है। साथ ही रोजगार के नये विकल्प भी उपलब्ध कराये हैं। लेकिन व्यवसायिकता की अंधी दौड़ में भारतीय शास्त्रीय संगीत की अस्मिता व उसकी स्वर्णिम परम्पराओं को भी अनदेखा किया है। एक दार्शनिक का कथन है कि "कला के विकास के लिए उसका व्यवसाय किया जाए, न कि व्यवसाय के विकास के लिए कला को बाजार के चौराहे पर खड़ा कर दिया जाए।" लेकिन वर्तमान में मीडिया ने व्यवसायिक लाभ कमाने के लिए संगीत को बाजार के चौराहे पर लाकर खड़ा कर दिया है। अब संगीत को एक सांस्कृतिक उत्पाद के रूप में देखा जा रहा है। कई बुद्धिजीवी भूमण्डलीकरण के दौर में मीडिया के माध्यम से संगीत को एक सांस्कृतिक उत्पाद के रूप में बाजार में व्यवसाय के लिए उतारना समय की आवश्यकता मान रहे हैं। लेकिन डर इस बात का है कि बाजार की संस्कृति में व्यवसायिक प्रतिस्पर्धा की अंधी दौड़ होती है और व्यवसायिक प्रतिस्पर्धा की बाजार संस्कृति में नैतिक एवं सांस्कृतिक मूल्यों का कोई मूल्य नहीं होता। आज व्यवसायिक लाभ कमाने की होड़ में हम उस संगीत के पीछे भाग रहे हैं जो रात में चमकने वाले जुगनू की तरह क्षणिक रोशनी बिखेर कर अंधकार में खो जाता है और शास्त्रीय संगीत के उस सूर्य की अवहेलना कर रहे हैं जो सनातन है, जिसकी एक समृद्ध परम्परा है और जो सभी प्रकार के संगीत का मूलाधार है।

डॉ० अमित कुमार वर्मा