लखनऊ में राजनीतिक छवि निर्माण में मीडिया स्वामित्व की भूमिकाः एक गुणात्मक अध्ययन

अलाउद्दीन
शोधार्थी,
मीडिया अध्ययन संस्थान
श्री रामस्वरूप मेमोरियल विश्वविद्यालय,
लखनऊ–देवा रोड, बाराबंकी, उ0प्र0
ईमेलः alauddinayub@gmail.com

डॉ. प्रदीप कुमार
असिस्टेंट प्रोफेसर
मीडिया अध्ययन संस्थान
श्री रामस्वरूप मेमोरियल विश्वविद्यालय,
लखनऊ–देवा रोड, बाराबंकी, उ0प्र0

सारांश

समकालीन लोकतांत्रिक व्यवस्था में मीडिया जनमत निर्माण का एक प्रमुख माध्यम बन चुका है। वर्तमान समय में मीडिया स्वामित्व के स्वरूप में आए परिवर्तनो ने राजनीतिक समाचारों की प्रस्तुति, प्राथमिकता और विमर्श को प्रभावित किया है। प्रस्तुत शोध–पत्र उत्तर प्रदेश की राजधानी लखनऊ के संदर्भ में मीडिया स्वामित्व और राजनीतिक छवि निर्माण के मध्य संबंधों का गुणात्मक अध्ययन प्रस्तुत करता है।

इस अध्ययन में लखनऊ से प्रकाशित चयनित हिंदी समाचार पत्रों में राजनीतिक दलों और नेताओं की समाचार प्रस्तुति, भाषा, शीर्षक तथा समाचारों के स्थान निर्धारण का विश्लेषण किया गया है। अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि मीडिया स्वामित्व केवल आर्थिक नियंत्रण का माध्यम नहीं है, बल्कि यह राजनीतिक विमर्श और जनधारणाओं को दिशा देने वाला एक महत्वपूर्ण कारक भी है।

मुख्य शब्द

मीडिया स्वामित्व, राजनीतिक छवि, हिंदी समाचार पत्र, लखनऊ, गुणात्मक अध्ययन।

Reference to this paper should be made as follows:
Received: 08-03-26
Approved: 22-03-26

अलाउद्दीन
डॉ. प्रदीप कुमार

लखनऊ में राजनीतिक छवि निर्माण में मीडिया स्वामित्व की भूमिकाः एक गुणात्मक अध्ययन

RJPP Oct.25-Mar.26,
Vol. XXIV, No. I,
Article No. 27
Pg. 240-245

Online available at:
https://anubooks.com/journal-volume/rjpp-mar-2026-vol-xxiv-no1--270

https://doi.org/10.31995/rjpp.2026.v24i01.027

प्रस्तावना

लोकतांत्रिक समाज में मीडिया को प्रायः लोकतंत्र का चौथा स्तंभ माना जाता है। मीडिया का कार्य केवल सूचना प्रदान करना नहीं, बल्कि जनमत का निर्माण करना भी है। वैश्वीकरण और बाजारीकरण के प्रभाव से मीडिया की संरचना और कार्यप्रणाली में व्यापक परिवर्तन हुए हैं, जिसके परिणामस्वरूप मीडिया स्वामित्व और राजनीतिक सत्ता के बीच संबंध अधिक जटिल हो गए हैं (कुमार, 2012)।

भारतीय संदर्भ में मीडिया और राजनीति का संबंध ऐतिहासिक रूप से गहरा रहा है। वर्तमान समय में समाचार माध्यम राजनीतिक छवि निर्माण का एक महत्वपूर्ण साधन बन गए हैं। विशेष रूप से लखनऊ जैसे राजनीतिक केंद्र में मीडिया की भूमिका अत्यंत प्रभावशाली हो जाती है, जहाँ समाचारों की प्रस्तुति सीधे जनधारणा को प्रभावित करती है (शर्मा, 2009)। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य यह समझना है कि मीडिया स्वामित्व किस प्रकार राजनीतिक छवि निर्माण की प्रक्रिया को प्रभावित करता है।

मीडिया स्वामित्वः सैद्धांतिक परिप्रेक्ष्य

मीडिया स्वामित्व यह निर्धारित करता है कि समाचारों की चयन प्रक्रिया और प्रस्तुति किस प्रकार होगी। राजनीतिक अर्थशास्त्र के अनुसार मीडिया केवल सूचना का माध्यम नहीं, बल्कि सत्ता और पूंजी के संबंधों से प्रभावित एक संरचनात्मक तंत्र है (कुमार, 2012)।

प्रोपेगैंडा मॉडल के अनुसार मीडिया सामग्री विभिन्न फिल्टरों से होकर गुजरती है, जिनमें स्वामित्व एक प्रमुख कारक है (सिंह, 2014)। इसके कारण समाचारों की प्रस्तुति में चयनात्मकता दिखाई देता है।

उदारीकरण के बाद भारतीय मीडिया का व्यावसायीकरण बढ़ा है, जिसके परिणामस्वरूप समाचारों की प्रस्तुति में बाजार और स्वामित्व की भूमिका स्पष्ट रूप से परिलक्षित होती है।

राजनीतिक छवि निर्माण और मीडिया की भूमिका

राजनीतिक छवि निम्रण मीडिया के माध्यम से संचालित एक महत्वपूर्ण प्रक्रिया है। फ्रेमिंग सिद्धांत के अनुसार मीडिया किसी घटना या व्यक्ति को एक विशेष दृष्टिकोण से प्रस्तुत करता है (शर्मा, 2009)। इसी प्रकार एजेंडा सेटिंग सिद्धांत यह दर्शाता है कि मीडिया किन मुद्दों को प्रमुखता देकर जनचेतना को प्रभावित करता है (पाण्डेय, 2010)।

समाचारों की भाषा, शीर्षक और प्रस्तुति शैली राजनीतिक छवि निर्माण में केंद्रीय भूमिका निभाते हैं। किसी घटना को प्रमुखता देना या सीमित करना, दोनों ही राजनीतिक धारणा को प्रभावित करते हैं। इस प्रकार मीडिया केवल सूचना का माध्यम नहीं, बल्कि सामाजिक यथार्थ का निर्माण करने वाला तंत्र भी है।

अध्ययन क्षेत्रः लखनऊ का मीडिया एवं राजनीतिक परिदृश्य

लखनऊ उत्तर प्रदेश की राजधानी और एक प्रमुख राजनीतिक केंद्र है। यहाँ से प्रकाशित हिंदी समाचार पत्र राज्य की राजनीति और जनमत को व्यापक रूप से प्रभावित करते हैं।

लखनऊ में राजनीतिक गतिविधियों और मीडिया कवरेज के बीच घनिष्ठ संबंध देखने को मिलता है, जिसके कारण यह क्षेत्र मीडिया और राजनीतिक छवि निर्माण के अध्ययन के लिए अत्यंत उपयुक्त है।

शोध–पद्धति

यह अध्ययन गुणात्मक प्रकृति का है, जिसमें चयनित हिंदी समाचार पत्रों का गुणात्मक सामग्री विश्लेषण किया गया है। उद्देश्यपूर्ण नमूना चयन पद्धति अपनाई गई है।

विश्लेषण की प्रमुख इकाइयों में समाचारों की भाषा, शीर्षक, प्रस्तुति और स्थान निर्धारण को शामिल किया गया है, जिनके माध्यम से राजनीतिक छवि निर्माण की प्रवृत्तियों को समझा गया है।

विश्लेषण एवं चर्चा

अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि राजनीतिक समाचारों का चयन केवल समाचार–मूल्यता पर आधारित नहीं होता, बल्कि संपादकीय नीति और संस्थागत प्राथमिकताओं से भी प्रभावित होता है।

समाचारों की भाषा और शीर्षक राजनीतिक पात्रों की छवि को सकारात्मक या नकारात्मक रूप में प्रस्तुत करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इसी प्रकार समाचारों का प्रमुख स्थान पर प्रकाशन उनकी प्रभावशीलता को बढ़ाता है।

राजनीतिक नेताओं का प्रस्तुतीकरण कई बार चयनात्मक होता है, जिससे उनकी एक विशिष्ट छवि निर्मित होती है। यह प्रक्रिया मीडिया स्वामित्व और वैचारिक झुकाव से प्रभावित होती है। इस प्रकार मीडिया स्वामित्व राजनीतिक विमर्श की दिशा को अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करता है।

राजनीतिक समाचारों की चयन प्रक्रिया

अध्ययन के दौरान यह देखा गया है कि राजनीति समाचारों का चयन केवल उनकी समाचार–मूल्यता के आधार पर नहीं किया जाता, बल्कि उनकी राजनीतिक प्रासंगिकता और संभावित प्रभाव को भी ध्यान में रखा जाता है। कुछ राजनीतिक गतिविधियों और वक्तव्यों को प्रमुखता से स्थान दिया गया, जबकि अन्य को सीमित कवरेज प्राप्त हुई। यह चयन प्रक्रिया इस ओर संकेत करती है कि समाचारों की प्राथमिकता तय करने में संपादकीय नीति के साथ–साथ स्वामित्व से जुड़ी व्यापक संस्थागत प्राथमिकताएँ भी भूमिका निभाती हैं।

यह प्रवृत्ति एजेंडा सेटिंग सिद्धांत के अनुरूप दिखाई देती है, जहाँ मीडिया यह निर्धारित करता है कि सार्वजनिक विमर्श में किन मुद्दों को महत्व मिलेगा (पाण्डेय, 2010)। राजनीतिक छवि निर्माण की प्रक्रिया में यह चयन अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है, क्योंकि जिन नेताओं या दलों को निरंतर कवरेज मिलती है, वे जनता की चेतना में अधिक दृश्यमान हो जाते हैं।

समाचारों की भाषा और स्वर

विश्लेषण से यह स्पष्ट हुआ कि राजनीतिक समाचारों की भाषा तटस्थ होते हुए भी कई बार सूक्ष्म रूप से अर्थपूर्ण संकेत प्रदान करती है। सकारात्मक या नकारात्मक विशेषणों का चयन, क्रियाओं का प्रयोग तथा वाक्य संरचना राजनीतिक पात्रों की छवि को प्रभावित करती है। कुछ मामलों में उपलब्धियों को रेखांकित करने वाली भाषा का प्रयोग किया गया, जबकि कुछ अन्य संदर्भों में आलोचनात्मक शब्दावली देखने को मिली।

यह भाषा चयन फ्रेंमिंग की प्रक्रिया का हिस्सा है, जिसके माध्यम से पाठक किसी राजनीतिक घटना या पात्र को एक विशेष दृष्टिकोण से देखने के लिए प्रेरित होता है (शर्मा, 2009)। अध्ययन से

यह संकेत मिलता है कि भाषा का यह चयन केवल पत्रकारिक विवेक का परिणाम नहीं होता, बल्कि यह व्यापक संस्थागत और वैचारिक ढाँचे से भी प्रभावित होता है।

शीर्षक और प्रस्तुति शैली

राजनीतिक समाचारों के शीर्षक छवि निर्माण में विशेष भूमिका निभाते हैं। अध्ययन के दौरान यह पाया गया कि कई बार शाीर्षक समाचार की मुख्य सामग्री से अधिक प्रभावशाली होते हैं। शीर्षकों में प्रयुक्त शब्दावली और भावात्मक संकेत पाठक की प्रारंभिक धारणा को आकार देते हैं। कुछ शीर्षकों में सकारात्मक पहलुओं को उभारने की प्रवृत्ति दिखाई दी, जबकि कुछ में विवाद या असहमति पर अधिक बल दिया गया।

प्रस्तुति शैली–जैसे समाचार का आकार, कॉलम की संख्या और दृश्य तत्व– भी राजनीतिक छवि निर्माण की प्रक्रिया को प्रभावित करती है। किसी समाचार को बड़े फॉन्ट और प्रमुख स्थान पर प्रस्तुत करना उसकी महत्ता को बढ़ाता है, जबकि सीमित स्थान देना उसके प्रभाव को कम कर देता है।

समाचारों का स्थान निर्धारण

अध्ययन में यह भी देखा गया कि राजनीतिक समाचारों का स्थान निर्धारण छवि निर्माण में एक महत्वपूर्ण कारक है। पहले पृष्ठ या प्रमुख पृष्ठों पर प्रकाशित समाचार अधिक पाठकीय ध्यान आकर्षित करते हैं। कुछ राजनीतिक पात्रों से जुड़े समाचारों को बार–बार प्रमुख स्थान दिया गया, जिससे उनकी दृश्यता और प्रभाव बढ़ा।

स्थान निर्धारण की यह प्रवृत्ति मीडिया स्वामित्व और संपादकीय प्राथमिकताओं के अंतर्संबंध को दर्शाती है। यह प्रक्रिया यह संकेत देती है कि मीडिया केवल घटनाओं की रिपोर्टिंग नहीं करता, बल्कि यह तय भी करता है कि किन घटनाओं को कितना महत्व दिया जाएगा।

राजनीतिक पात्रों का प्रस्तुतीकरण

राजनीतिक नेताओं और दलों का प्रस्तुतीकरण अध्ययन का एक केंद्रीय पहलू रहा। विश्लेषण से यह स्पष्ट हुआ कि राजनीतिक पात्रों को विभिन्न भूमिकाओं–जैसे जननेता, प्रशासक, रणनीतिकार या विवादास्पद व्यक्तित्व– के रूप में प्रस्तुत किया गया। यह प्रस्तुतीकरण छवि निर्माण की एक सक्रिय प्रक्रिया को दर्शाता है, जिसमें मीडिया केवल सूचना का माध्यम न होकर अर्थ निर्माण का स्त्रोत बन जाता है।

यहाँ यह उल्लेखनीय है कि यह प्रस्तुतीकरण प्रत्यक्ष रूप से पक्षपातपूर्ण न होते हुए भी चयनात्मक दिखाई देता है। कुछ राजनीतिक गतिविधियों को व्यापक संदर्भ और व्याख्या के साथ प्रस्तुत किया गया, जबकि कुछ को संक्षिप्त और सीमित विवरण में समेट दिया गया।

मीडिया स्वामित्व और विमर्श की दिशा

समग्र विश्लेषण से यह निष्कर्ष निकलता है कि मीडिया स्वामित्व राजनीतिक विमर्श की दिशा को अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करता है। स्वामित्व से जुड़ी आर्थिक और वैचारिक संरचनाएँ समाचारों की प्राथमिकता, भाषा और प्रस्तुति में परिलक्षित होती हैं। यह प्रभाव प्रत्यक्ष निर्देशों के रूप में नहीं, बल्कि संस्थागत संस्कृति और संपादकीय ढाँचे के माध्यम से कार्य करता है।

यह निष्कर्ष राजनीतिक अर्थशास्त्र के सिद्धांतों के अनुरूप है, जो यह मानते हैं कि मीडिया संस्थान व्यापक सत्ता संरचनाओं से अलग होकर कार्य नहीं कर सकते (कुमार, 2012)। लखनऊ के संदर्भ में यह प्रभाव इसलिए भी महत्वपूर्ण हो जाता है कि क्योंकि यहाँ की मीडिया कवरेज राज्य की राजनीति को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

चर्चा

प्रस्तुत निष्कर्ष यह संकेत करते हैं कि राजनीतिक छवि निर्माण एक बहुस्तरीय प्रक्रिया है, जिसमें मीडिया स्वामित्व एक महत्वपूर्ण पृष्ठभूमिगत कारक के रूप में कार्य करते है। मीडिया द्वारा प्रस्तुत राजनीतिक यथार्थ पूर्णतः निष्पक्ष या तटस्थ नहीं होता, बल्कि वह चयन, प्रस्तुति और विमर्श के माध्यम से निर्मित होता है। यह प्रक्रिया लोकतांत्रिक विमर्श के लिए गंभीर प्रश्न प्रस्तुत करती है, विशेषकर तब जब मीडिया स्वामित्व की एकाग्रता बढ़ती जा रही हो।

निष्कर्ष

प्रस्तुत गुणात्मक अध्ययन का उद्देश्य लखनऊ के संदर्भ में मीडिया स्वामित्व और राजनीतिक छवि निर्माण के अंतर्संबंधों को समझना था। अध्ययन के विभिन्न चरणों में किए गए विश्लेषण से यह स्पष्ट होता है कि मीडिया केवल राजनीतिक घटनाओं का निष्पक्ष दर्पण नहीं है, बल्कि वह एक सक्रिय सामाजिक संस्था के रूप में राजनीतिक विमर्श और जनधाराणाओं के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विशेष रूप से मीडिया स्वामित्व की संरचना इस प्रक्रिया को प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करती है।

अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि राजनीतिक समाचारों का चयन, प्रस्तुति, भाषा और प्राथमिकता केवल समाचार–मूल्यता पर आधारित नहीं होती, बल्कि वे संस्थागत प्राथमिकताओं, संपादकीय संस्कृति और स्वामित्व से जुड़ी वैचारिक पृष्ठभूमि से भी प्रभावित होती हैं। यह प्रभाव प्रत्यक्ष निर्देशों के रूप में नहीं, बल्कि सूक्ष्म और संरचनात्मक रूप में सामने आता है। समाचारों की भाषा, शीर्षक, स्थान निर्धारण और प्रस्तुति शैली राजनीतिक पात्रों की छवि को आकार देने में सहायक सिद्ध होती है।

लखनऊ जैसे राजनीतिक और प्रशासनिक केंद्र में मीडिया की भूमिका और भी अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है। यहाँ से प्रकाशित हिंदी समाचार पत्र राज्य की राजनीति के विमर्श को व्यापक पाठक वर्ग तक पहुँचाते हैं। ऐसे में मीडिया स्वामित्व का प्रभाव केवल मीडिया संस्थानों तक सीमित न रहकर राज्य की राजनीतिक चेतना और लोकतांत्रिक प्रक्रिया को भी प्रभावित करता है। अध्ययन यह संकेत देता है कि राजनीतिक छवि निर्माण की प्रक्रिया मीडिया के माध्यम से निरंतर पुनर्निर्मित होती रहती है।

यह शोध यह भी दर्शाता है कि मीडिया स्वामित्व की एकाग्रता और व्यावसायीकरण लोकतांत्रिक बहुलता के लिए चुनौती प्रस्तुत कर सकते हैं। जब सीमित संस्थाएँ राजनीतिक विमर्श को नियंत्रित करती हैं, तब वैकल्पिक दृष्टिकोणों और आलोचनात्मक आवाजों के लिए स्थान सीमित हो जाता है। इस संदर्भ में मीडिया की सामाजिक जिम्मेदारी और संपादकीय स्वतंत्रता का प्रश्न और अधिक प्रासंगिक हो जाता है।

अध्ययन की सीमाओं के बावजूद यह शोध मीडिया, राजनीति और लोकतंत्र के अंतसबंधों को समझने की दिशा में एक महत्वपूर्ण प्रयास है। भविष्य के अध्ययनों में इस विषय को अन्य क्षेत्रों, विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों तथा तुलनात्मक दृष्टिकोण से आगे बढ़ाया जा सकता है। कुल मिलाकर, प्रस्तुत अध्ययन यह निष्कर्ष प्रस्तुत करता है कि मीडिया स्वामित्व राजनीतिक छवि निर्माण की प्रक्रिया में एक केंद्रीय लेकिन सूक्ष्म भूमिका निभाता है, जिसे समझना समकालीन लोकतंत्र के लिए अत्यंत आवश्यक है।

संदर्भ

1. कुमार, अरविंद (2012) संचार का राजनीतिक अर्थशास्त्र. नई दिल्लीः राजकमल प्रकाशन।
2. शर्मा, ओमप्रकाश (2009). जनमत निर्माण और मीडिया की भूमिका. भोपालः मध्य प्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी।
3. पाण्डेय, रामबहादुर (2010). जनसंचार माध्यम और लोकतंत्र. वाराणसीः भारतीय ज्ञानपीठ।
4. सिंह, सुरेश कुमार (2014). मीडिया, सत्ता और समाज. नई दिल्लीः वाणी प्रकाशन।
5. मिश्रा, सुधाकर (2015). भारतीय मीडियाः संरचना, स्वामित्व और भूमिका. नई दिल्लीः प्रभात प्रकाशन।