मीडिया का व्यवहार-दर्शन बदल गया

मीडिया के लोग कुछ भी कहें पर उसके व्यवहार और सोच के संबंध में नये तथ्य सामने आते जा रहे हैं। ये नये तथ्य उसके व्यवहार-दर्शन में आये परिवर्तन की और ही इशारा करते हैं। यह तथ्य अधिक स्पष्टता के साथ इसकी पुष्टि करते हैं कि मीडिया के लिए धन कमाना, मुनाफा बढ़ाना ही मुख्य ध्येय बन गया है और उसके लिए वह किसी भी सीमा तक जाकर समझौते कर सकता है। यह भी कि इन समझौतों के लिए वह अपने मूल्यों को ताक पर रखने में हिचकता नहीं है। अभी लोक सभा के चुनाव के ठीक पहले न्यूज एक्सप्रेस चैनल का खुलासा यही सब तो कह रहा है। कहने को तो यह बात चुनाव पूर्व मतदाताओं का रूझान जानने के लिए किये जाने वाले सर्वेक्षणों के संबंध में हैं। पर यह सिर्फ इतना ही नहीं है। यह इस तथ्य की एक अर्थ में पुष्टि ही है कि मीडिया में तथ्य, अब सत्य नहीं रह गये हैं और उस पर पूरा विश्वास नहीं किया जा सकता है। यह कहना बहुत ही कठोर टिप्पणी है और उन सभी को विचलित भी करती है जो मीडिया की इमारत को तथ्य पर खड़ा मानते रहे हैं।

इसके पहले, प्रेस और मीडिया का विकास होने के बहुत वर्षों बाद नीरा राडिया ने जब व्यावसायिक कार्यों के लिए पत्रकारों और मीडिया के उपयोग के संबंध में बताया था, तब भी लोग चौंक गये थे। संभवत: यह इस तरह का पहला खुलासा था इसलिए कुछ लोगों ने इसका पक्ष लेने का भी प्रयास किया था। पर धीरे-धीरे यह स्वीकार किया ही गया कि नीरा राडिया और अन्य लोग व्यावसायिक हितों के लिए न केवल अपनी राय मीडिया के माध्यम से सरकार तक पहुंचाते हैं वरना वे तथ्यों तथा जनहितों को भी प्रभावित करते हैं। इस खेल में बडे और नामचीन लोगों के नाम सामने आये थे और कुछ प्रबंधकों ने इसे अनैतिक मानते हुए कार्यवाही भी की थी। इसका पक्ष लेने वालों ने उस समय भी यही कहा था कि दुनिया के अन्य देशों में भी लोग ऐसा करते हैं और व्यावसायिक हितों के लिए ऐसा करने के लिए उन्हें कानूनी वैधता भी प्राप्त है। तब भी ज्यादातर लोगों ने इसे पत्रकारिता की भूमिका और मूल्यों के विपरीत माना था।

विधान सभा के अभी सम्पन्न हुए इन ताजा चुनावों के पहले हुए लोकसभा और उससे पहले विधान सभा के चुनावों के बाद यह एक नया तथ्य सामने आया था कि मीडिया ने प्रत्याशियों के पक्ष में हवा वनाने का काम पैसा लेकर किया है। यह हवा बनाने का काम तथ्यों के आधार पर न होकर उसके लिए चुकाये गये धन के आधार पर था। इसके लिए पाठक या दर्शकों के पास गलत सूचनायें पहुंचाकर प्रत्याशियों के पक्ष या विपक्ष में वातावरण बनाया गया था। यह धन घोषित या प्रदर्शित विज्ञापनों के रूप में नहीं था। यह धन छिपे रूप में था और समाचारों के लिए लिया गया था। समाचारों को पैसे लेकर प्रस्तुत करने का ऐसा प्रयास संभवत: पत्रकारिता के इतिहास में भी बिल्कुल नया था। हो सकता है कि इससे पहले भी जिस किसी ने गुपचुप ऐसा किया

हो पर पूरे संस्थान की तरफ से ऐसा किया जाना अचरज भरा ही तो था। पेड न्यूज के इस कुख्यात प्रयास में मीडिया के दोनों रूप यानी अखबार और टीवी, शामिल थे। मध्यप्रदेश, महाराष्ट्र, छत्तीसगढ़ आदि प्राय: सभी राज्यों में ऐसा हुआ। पी साईनाथ, स्व प्रभाष जोशी आदि पत्रकारों ने इन सूचनाओं को तथ्यों के रूप में प्रमाणित करते हुए इसे रोकने के लिए अभियान भी चलाया। इसे भारतीय प्रेस परिषद तथा चुनाव आयोग ने भी गलत बताया था। इस तरह पैसा लेकर समाचार और विचार को बेचना पत्रकारित के मूल्यों के विपरीत ही था। यह भी कहा गया कि पत्रकारिता की भूमिका यह नहीं है। अभी हाल ही राष्ट्रपति माननीय प्रणव मुखर्जी ने भी भारतीय समाचारपत्र संघ के कार्यक्रम में इसी पेड न्यूज की आलोचना करते हुए कहा कि मीडिया को इससे और सनसनी से बचना चाहिए।

उत्तर स्वतंत्रता की पत्रकारिता के संबंध में यह तीन बडे ऐसे मोड हैं जो मीडिया के सोच और मूल्यों में आये परिवर्तनों को स्पष्ट करते हैं। यह परिवर्तन उन मूल्यों से मेल नहीं खाते हैं जो मीडिया के दुनिया भर में माने जाते हैं। पश्चिम में भी मीडिया को लोगों को तथ्यों के आधार पर और बिना पूर्वाग्रहों के सूचित करने के लिए कहा जाता रहा है। उसे लोकतंत्र को मजबूत करने तथा लोगों को मदद करने वाला बताया गया है। अमरीकी राष्ट्रपति थामस जैफरसन का कथन लोग इस संदर्भ में दोहराते हैं जिसमें उन्होंने अखबार को सरकार से अधिक पसंद किया। भारत में महात्मा गांधी तो पत्रकारिता का लक्ष ही लोक सेवा मानते थे। नेहरू ने भी थामस जैफरसन की तर्ज पर ही अखबार को सरकार से अधिक आवश्यक माना। इस तरह की मान्यता अब भी कायम है। अब भी अखबार को किसी अन्य व्यवसाय के समान नहीं माना जाता है। अमेरीका और यूरोप में समाचार पत्र का इतिहास व्यवसाय और सेवा के साथ जुडा जरूर रहा है पर भारत में तो उसके लगभग सौ वर्ष सेवा के रूप में ही रहे हैं। आज भी उसकी सूचनाओं को लोग सरकार से अधिक विश्वसनीय मानते हैं। ऐसे विश्वास के साथ यदि इस तरह से गुपचुप परिवर्तन होता हे यानी उस विश्वास की आड में अविश्वास की खेती की जाती है तो सोचिये यह कैसा अनैतिक काम है। इस अनैतिक काम को व्यवसाय के पक्षधर भी खुले आम स्वीकार करने की स्थिति में नहीं हैं। वे यह जानते हैं कि उनकी विश्वासनीयता ही उनके अस्तित्व का आधार है।

(स्टीफन जे ए वार्ड का लेख का संदर्भ)

ooo