

## विज्ञापन ही आधार क्यों बनें

यह ट्रेंड अब भी बना हुआ है कि पत्रकारिता में काम कर रहे पत्रकारों की सुविधाएँ तथा वेतन आदि अन्य वर्गों की तरह होना चाहिये। यह इस तरह से भी कहा जाता है कि उसके बच्चे बड़े स्कूलों-कॉलेजों में पढ़ें, उसके पास अन्य लोगों की तरह कार आदि हो तो किसी को आपत्ति या द्वेष क्यों होना चाहिए। यह भी कहने में आता है कि उसकी उच्च मध्यमवर्गीय स्तर की कामना रखना क्यों गलत माना जाता है। आदि। यह सुनते हुए कोई भी असहमत नहीं होगा। यह सब आज की आवश्यकताएँ मानी जाती हैं। लगभग सभी लोगों की आकांक्षाएँ इसी तरह की हैं और उसके लिए वे दौड़-धूप में भी लगे रहते हैं। पर यह कहते या मानते हुए हम कुछ तथ्यों, दृष्टिकोणों को भूल जाते हैं या नजरंदाज कर देते हैं।

पहली बात तो यह है कि आप पत्रकारिता का काम करते हुए अखबार या मीडिया संस्थान के प्रति जो जवाबदेह हैं या उन लोगों के प्रति जो उसकी जानकारियों के आधार पर अपनी समझ बढ़ाते या अपना मानस बनाते हैं। आपका सरल सा जबाब हो सकता है कि संस्थान और उसके निमित्त बने अपने सम्पादक के प्रति ही आपकी जवाबदेही है। अरनब जैसे तेज और बुद्धिमान पत्रकार भी यही कहते हैं। अन्य लोगों में भी काफी बड़ी संख्या इस उत्तर से सहमति व्यक्त करने वालों की ही होगी। ऐसे समय में जब मुनाफे की दौड़ में व्यस्त संस्थान और उसका न्यूज या कंटेंट प्रबंधक मुनाफे के लिए ही काम कराने को प्राथमिकता देता हो और उसके लिए सत्य जैसे मूल्य से समझौता करना गैरवाजिब न समझता हो, तब भी क्या आपका यही उत्तर होगा। यदि हां, तो निश्चय ही आप पत्रकारिता के दायित्व से मूल्यगत खिलवाड़ कर रहे हैं। यह लगभग मुनाफे के लिए मिलावट कर लोगों के स्वास्थ्य के साथ खिलवाड़ करना ही होगा जिसे हम सभी बुरा और असामाजिक मानते हैं। यह केवल भावनागत नहीं है। इस तरह से सोचने वालों को भ्रष्ट राजनेताओं या प्रशासकों आदि की आलोचना करने का क्या कोई नैतिक अधिकार हो सकता है। इस बारे में कुछ अन्य बातें भी कही जा सकती हैं और उन पत्रकारों का उल्लेख भी किया जा सकता है जो इस तरह के व्यवहार को पत्रकारीय परम्परा के विपरीत मानते हैं।

पत्रकारिता को केवल मुनाफे के लिए किया जाने वाला नहीं माना जा सकता। वह शिक्षा, स्वास्थ्य, समाजसेवा आदि की तरह ही सेवा का क्षेत्र था और रहेगा। शिक्षा, स्वास्थ्य, समाज या राजसेवा में आई व्यवसाय वृत्ति को भी क्या लोगों ने स्वीकार किया है। यह अलग बात है कि प्रशासन और राजनेताओं की उपेक्षा और नजरंदाजी के कारण इन क्षेत्रों में व्यावसायिकता बढ़ती जा रही है। इन सभी संस्थानों, जिसमें पत्रकारिता भी शामिल है, में मुनाफे के दो अर्थ हैं- एक उसके निरंतर संचालन के लिए वित्त पोषण की स्थिति या उपाय और दूसरा उसके ध्येय मूल्यों के साथ कोई समझौता न होना। उसे इस अर्थ में व्यवसाय कहना भी गलत होगा। कोई मानें न मानें, पर वह सेवा है, अच्छा, सुखी, व्यवस्थित समाज और उसके लोगों के लिए।

दूसरी बात यह कि पत्रकारिता को यदि व्यवसाय मान भी लें और उसे कंटेंट आधारित उत्पाद की श्रेणी में रखकर बात करें तो उस कंटेंट के लिए कौन जवाबदेह होगा, प्रबंधक, स्वामी, विपणन, मार्केटिंग करने वाला या उस

कंटेंट को रचने वाला। इसका उत्तर सामान्यतः यही दिया जायेगा कि उसका प्रबंधक या स्वामी ही उसका विधिक तथा नैतिक दृष्टि से उत्तरदायी होगा। पूरी इमानदारी से सोचें और बतायें कि क्या कंटेंट के लिए भी हम उन्हीं को उत्तरदायी मानते और बताते हैं। ऐसी स्थिति में क्या विज्ञापन की रचना करने वाला सामने आता है या उसी एजेंसी और उसका प्रबंधक जाना जाता है। अरनब गोस्वामी या कोई जब अपनी चिल्लाहट या ऊंची आवाज को न्यायोचित या मानकोचित कहते तब वे उसे अपनी पहचान के बजाय प्रबंधकीय या विपणनीय जरूरत के रूप में व्याख्यायित करने से पीछे क्यों हटते हैं। कहना चाहिये कि इस तरह का व्यवहार बाजार में अधिक स्वीकार्य होने के कारण है। जैसा कई फिल्म के कलाकारों ने अपने अभिनय या दृश्यों के बारे में व्यक्त करते हुए स्वीकार भी किया है। निः संदेह, ऐसा कहने के लिए हम तैयार नहीं होंगे। हम उसे बाजार की जरूरत के बजाय हमारी अपनी पहचान और व्याख्या के रूप में ही प्रस्तुत करेंगे। इस द्वैध को किस खाने में रखेंगे। सोचें।

संभव है इस दृष्टिकोण को यूटोपियन या वायवी अथवा अवास्तविक माना जाये और कहा जाये कि यह समय के अनुकूल नहीं है और न ही यह मानवीयता और उसकी जरूरतों का पोषण करता है। तब आप अन्ना हजारे और माल्या को क्यों नहीं एक ही श्रेणी में रखने के लिए राजी होते हैं। क्यों हम सुब्रत राय या आसाराम को समाज विरोधी कृत्य करने वालों के साथ रखने के लिए ज़िद करते हैं। क्यों तरूण तेजपाल के व्यवहार के खिलाफ खड़े होते हैं। इसी तरह के बहुत से उदाहरण हमारे सामने हैं। क्योंकि हम इन सबको समाज के लिए, समाज और व्यक्ति के हितों के लिए अनुकूल नहीं मानते हैं। यह सब मानवीय गरिमा, उनके सामाजिक अस्तित्व के लिए ठीक नहीं है। ऐसे ही जानकारियों का लोगों के व्यापक हितों के विपरीत होना भी अस्वीकार्य है। झूठ के साथ मिलाई जानकारी या उस तरह की जानकारी के लिए जोर से बोलने का अंदाज भी किस नीति से स्वीकार किया जाना चाहिये। हम लोगों की राय जानने के बजाय अपनी राय या दृष्टिकोण को बलात थोपने के लिए क्यों उनकी आवाजों को अपनी आवाज से दबायें। क्यों हम यह लक्ष्य रखें कि मेरे किस अंदाज या व्यवहार या प्रस्तुति से टीआरपी प्रभावित हो सकती है। टी आर पी मेरी सीढ़ी चढ़ने का आधार क्यों बने।

यह जरूरी नहीं है कि यह दृष्टिकोण पत्रकारिता और व्यक्ति की सुख, सुविधा आदि के बारे में बनाये गये आपके अपने निजी दृष्टिकोणों के साथ मेल खायें। पर क्या यह जरूरी नहीं है कि अन्य व्यवसायों की तरह उसकी हानि या लाभ के साथ आपके काम और व्यवहार को आप शामिल करें। बीस रूपये के अखवार को आप दो रूपये में बेचने के पक्ष में क्यों रहें। क्या यह ठीक नहीं होगा कि हम समाचार या मनोरंजन के चैनलों की आर्थिकी के लिए विज्ञापन के साथ ही दर्शकों को भी लगभग उसी मात्रा में शामिल करने के पक्ष में हों। उस समय हम देखें कि कंटेंट उस भाव में बिकता है या हमारी वह रचना बाजार की कोशिशों और उपाय के कारण हमारी सुविधाओं को बढ़ाने के लिए अधिक उत्तरदायी है।

०००